

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.م.د / إبراهيم بسيوني - الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الخامس والسبعون - الجزء الثاني - محرم ١٤٤٧هـ - يوليو ٢٠٢٥م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وأخر بالغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- اتجاهات الأكاديميين نحو استخدام الحوسبة السحابية في الإعلام التربوي وعلاقته بالأداء المهني لدى الأخصائيين
١٠٣٣ أ.د/ إبراهيم محمد أبو المجد فرج
-
- العلاقة بين تعرض الجمهور المصري لصفحات الاستشارات النفسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز الدعم الاجتماعي
١١٣١ أ.م.د/ هويدا الدر
-
- التشريعات السيبرانية للجرائم الافتراضية في بيئة الإعلام الرقمي: مقترح مسودة قانون للأمن السيبراني في المؤسسات الإعلامية
١٢١٩ أ.م.د/ شريهان محمود أبو الحسن كشك
-
- توظيف ممارسي العلاقات العامة لأدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة المنصات الرقمية بالوزارات الحكومية في المملكة العربية السعودية
١٣٠٣ د/ إسراء عبد العزيز الزايد
-
- مستقبل الصحافة العلمية العربية في ضوء الاتجاه نحو التحول الرقمي وتنامي الأزمات الصحية والبيئية - خلال الفترة من ٢٠٢٥ -
١٣٤٣ د/ مصطفى عبد الحي عبد العليم ٢٠٣٥
-
- استراتيجيات وزارة الداخلية المصرية في تناول الوقائع المتداولة على منصات التواصل الاجتماعي وتفاعل المستخدمين معها-دراسة تحليلية لصفحتها الرسمية على الفيس بوك
١٤٠١ د/ محمود إسماعيل عبد الرؤف الضبع

- أساليب الأنسنة المستخدمة في إعلانات التبرعات عبر اليوتيوب
واتجاهات الجمهور نحوها_ دراسة تطبيقية
١٤٧٩ د/ سالي أحمد رمضان الشامي
-
- الخطابُ الرئاسيُّ المصريُّ والتَّصديُّ للأخبارِ الزَّائفةِ: دراسةٌ تحليليةٌ في
البنيةِ اللُّغويَّةِ والمضمونِ
١٥٧٧ د/ هدير محمود عبد الله أحمد
-
- اتجاهاتُ الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في
التحقُّق من الأخبار الرقمية (دراسة ميدانية)
١٦٤٩ د/ نهى أحمد محمود محمد الديب
-
- بناء كاريزما القادة في الحضور الإعلامي، دراسة سيميائية لصورة
الرئيس الروسي فلاديمير بوتين
١٧٠٥ محمد خاتم السلمي
-

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7

اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية (دراسة ميدانية)

- **Journalists' Attitudes Towards Employing Artificial Intelligence Techniques in Digital News Verification (A Field Study)**

د/ نهى أحمد محمود محمد الديب

مدرس الصحافة بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة طنطا

Email: noha_eldeeb@sed.tanta.edu.eg

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية، ومحاولة الكشف عن أهم هذه التقنيات والمزايا المتحققة من استخدامها، مع رصد أبرز المعوقات التي تحول دون توظيفها، والكشف عن درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتوضيح الممارسات اللازمة لتوظيف هذه التقنيات في التحقق من الأخبار الرقمية، وقد تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العمدية على مجموعة من الصحفيين المصريين بالمؤسسات الإعلامية المختلفة الذين لديهم خبرة في مجال الإعلام الرقمي، والذين بلغ عددهم (70) مفردة من مجتمع الدراسة باتباع أسلوب كرة الثلج، واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي، وقد قامت بتصميم أداة الدراسة وهي عبارة عن استبانة اشتملت على عدة مقاييس ترجمت أهداف الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها:

أوضحت النتائج وجود اتجاهات إيجابية من قبل عموم عينة البحث نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية، كما أشارت النتائج إلى أن المزايا المتحققة من استخدام هذه التقنيات تمثلت في كونها «توفر الوقت والجهد والمال» في الترتيب الأول، ثم «تتعامل مع قواعد بيانات ضخمة بسهولة ويسر» في الترتيب الثاني، وبالنسبة لأهم التقنيات المستخدمة من قبل المبحوثين والتي تساعد على التحقق من الأخبار الرقمية تمثلت في «الاستعانة بأدوات جوجل» في الترتيب الأول، وأكد معظم المبحوثين على ضرورة تأهيل العنصر البشري للتعامل مع هذه التقنيات، كما أظهرت النتائج أن أبرز المعوقات التي تحول دون توظيف هذه التقنيات في التحقق من الأخبار الرقمية تمثلت في عدم الوعي بهذه التقنيات وأهميتها، وتحتاج بعضها لاشتراك وأيضاً تدريب لفهم كيفية التعامل معها.

الكلمات المفتاحية: تقنيات الذكاء الاصطناعي، التحقق من الأخبار الرقمية، اتجاهات الصحفيين المصريين.

Abstract

The study aimed to identify Egyptian Journalists' attitudes towards employing artificial intelligence techniques in digital news verification, and to attempt to reveal the most important of these techniques and the advantages achieved from their use, monitoring the most prominent obstacles that prevent its employment, and revealing the degree of interest of the respondents in following the developments of artificial intelligence techniques, and clarifying the practices necessary to employ these techniques in verifying digital news. The study sample was chosen intentionally from a group of Egyptian journalists in various media institutions who have experience in the field of digital media, whose number reached (70) individuals from the study community by following the snowball method, The researcher relied in her study on the descriptive approach, and she designed the study tool, which is a questionnaire form that included several measures that translated the objectives of the study. The study achieved several results, including:

The results showed positive attitudes among the research sample towards employing artificial intelligence in verifying digital news, The results also indicated that the advantages achieved from using these techniques were represented by their saving time, effort and money in the first place, followed by their ability to handle huge databases with ease and convenience in the second place, As for the most important techniques used by the respondents that help in verifying digital news, the use of Google tools was ranked first, Most of the respondents emphasized the need to qualify the human element to deal with these techniques.

Keywords: Artificial Intelligence Techniques, Digital News Verification, Egyptian Journalists' attitudes.

أسهمت التكنولوجيا الحديثة في تطوير القدرات الاتصالية لوسائل الإعلام؛ مما أدى إلى زيادة أعداد المستخدمين لمواقع الإنترنت وتدفق المنتجات الإعلامية عبر المنصات الرقمية المتعددة، واستقطاب الكثير من الجمهور من كافة الأعمار للتواصل وتبادل المعلومات على نطاقٍ واسعٍ وبشكلٍ سريعٍ، وكل هذا يُعدُّ إيجابيات، ولكن قد تحمل في طياتها الكثير من السلبيات، فقد تنتشر معلومة زائفة من شخص غير مسؤول وتصل إلى المليارات في ثوانٍ معدودة⁽¹⁾؛ الأمر الذي ساعد على فتح المجال لترويج الأخبار الكاذبة وانتشار الشائعات- خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي- وفي أوقات الأزمات والكوارث؛ مما يؤثر بشكلٍ سلبي على أمن المجتمع واستقراره.

ومع ظهور تطبيقات الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence أصبح أي محتوى إعلامي عرضةً للتزييف، حتى وإن كان مدعماً بالصوت والصورة، وبالتالي أصبح التفريق بين المحتوى الصحيح والمحتوى الزائف لا يتم إلا بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي⁽²⁾، فقد تساعد هذه التقنيات على التحقق من الأخبار الرقمية والكشف عن الأخبار الزائفة The Fake News والتي ازداد انتشارها بشكلٍ كبيرٍ خاصةً على شبكات التواصل الاجتماعي التي تحظى بشعبية كبيرة لدى المستخدمين.

فالكثير من مستخدمي هذه الشبكات قد يجدون صعوبةً في التأكد من مصداقية الأخبار والصور والفيديوهات المنتشرة على المنصات الرقمية، كما أن القدرة على نشر المعلومات الزائفة بشكلٍ خوارزمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الملفات الشخصية للمستخدمين واستهدافهم بشكلٍ دقيقٍ جعلت من الممكن إنشاء محتوى كاذب؛ لذا فإنه يمكن أيضاً استخدام أساليب مماثلة تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن المعلومات المضللة ومنع انتشارها.

ويواجه الصحفي تحديات كبيرة أمام هذا التغيير التقني والتكنولوجي وما تفرضه عليه طبيعة عمله من جمع الأخبار والمعلومات ومتابعة الأحداث، والتعامل مع وسائل الإعلام المختلفة خاصة التي تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتأكد من مصداقية الأخبار التي يتم تداولها على منصات الإعلام الرقمية قبل نشرها.

وفي هذا السياق، فإن توجه الصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للتحقق من الأخبار والصور والفيديوهات - خاصة في ظل هذا التطور التكنولوجي الهائل وعصر البيانات الضخمة - أصبح ضرورة حتمية؛ لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة والإفادة من مميزات الهائلة، فقد تساعد هذه التقنيات على فحص المعلومات بشكل سريع وموثوق، واكتشاف الأخبار الكاذبة؛ مما يساعد على تبصير المجتمع والرأي العام بالأخبار الصحيحة والصادقة، وعدم الانسياق وراء الشائعات، وتحقيق المصلحة العامة، والحفاظ على قيم وثقافة المجتمع واستقراره.

كما توفّر هذه التقنيات الكثير من المهام التي تساعد على التغطية الصحفية على نطاق واسع، وجمع المعلومات والأخبار من مصادر متعددة وبسرعة عالية، والكشف عن الأخبار الزائفة *The Fake News* مع توفير الوقت والجهد، مثل برنامج (بوت سلاير)، وهو برنامج مفتوح المصدر ومتاح للجمهور، يعمل على مسح وكشف حسابات تويتر الوهمية وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي⁽³⁾.

لذا فقد ألفت تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بظلالها على واقع الممارسة الصحفية، وأحدثت تحولات كبيرة في قدرتها على التأثير في الرأي العام، وتوجهت العديد من المؤسسات العالمية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في عدة مجالات، أهمها: تحسين طرق البحث، واستخراج البيانات، والتفاعل مع تعليقات الجمهور، والتنبؤ بالموضوعات، ومكافحة الأخبار المزيفة، وكتابة النصوص الإخبارية بشكل كامل؛ وذلك بهدف توفير الوقت والجهد في نقل المضمون إلى الجمهور المتلقي والتفاعل معه بسهولة ويسر⁽⁴⁾.

لذا تأتي الدراسة الحالية لترصد اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية؛ بهدف الكشف عن المحتوى الكاذب ومكافحته، وتحسين مهارات الصحفيين والارتقاء بأدائهم المهني، وتوعية أفراد المجتمع

بالتقنيات اللازمة للتحقق من مصداقية المعلومات، وتحديد الأخبار المزيفة والسيطرة على انتشارها.

الدراسات السابقة:

تهدف عملية مراجعة الدراسات السابقة بشكل رئيس إلى رصد المفاهيم النظرية والمنهجية ذات الصلة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها؛ الأمر الذي يساعد في البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة، وبناءً عليه سيتم عرض بعض أهم الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بالموضوع من الأحدث إلى الأقدم حيث أمكن تقسيمها إلى محورين رئيسين، هما:

المحور الأول: الدراسات التي تتناول توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية:

– دراسة (5) Emad E, Kinda A, Feras Hanandeh, Alaa E (2024) بعنوان: التحقق في فعالية الذكاء الاصطناعي ومعالجة اللغة الطبيعية للكشف عن الأخبار الكاذبة:

هدفت الدراسة إلى عرض الاستراتيجيات المتطورة للكشف عن الأخبار الكاذبة باستخدام التعلّم الآلي ومعالجة اللغة الطبيعية؛ وذلك في ظلّ التطور السريع لمواقع الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وتدقُّ الكثير من المعلومات الكاذبة التي تشكّل تهديدات خطيرةً لاستقرار المجتمع، مع صعوبة التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار المزيفة، أستخدم الباحثون مناهج التعلّم الآلي ومعالجة اللغة الطبيعية (NLP) لإنشاء أنظمة آلية للكشف عن الأخبار الزائفة، أوضحت النتائج أن الجمع بين تقنيات التعلّم الآلي ومعالجة اللغة الطبيعية يوفر إمكانات رائعة لمكافحة انتشار الأخبار الزائفة، واكتشاف المحتوى الكاذب، وتعد Random Forest (RF) و CatBoost و XG Boost من بين أفضل الخوارزميات أداءً عند تطبيقها لكشف الأخبار الزائفة.

– دراسة إنجي بهجت جمال (2024) (6)؛ والتي هدفت إلى التعرف على اتجاهات الأكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار بالمواقع الإخبارية التلفزيونية لكشف الأخبار الزائفة؛ وذلك من خلال التعرف على مستوى معرفة الأكاديميين والمهنيين بهذه التقنيات، ورصد مستوى استخدامها، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها أستخدم منهج المسح، واستخدمت الباحثة في ذلك

الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (395) مفردة من الأكاديميين والمهنيين، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام هذه التقنيات عبر المواقع الإخبارية، وتبعاً لاختلاف درجة اهتمامهم بمتابعة تطورات هذه التقنيات عبر المواقع الإخبارية.

- كما أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية ومستوى الاتجاه نحو تطبيق هذه التقنيات في كشف الأخبار الكاذبة.

- أيضاً أسفرت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين مستوى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى الاتجاه نحو تطبيق هذه التقنيات في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.

- دراسة (Berrondo-Otermin, M.; Sarasa-Cabezuelo, A., 2023) (8) بعنوان: "تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الكاذبة"، والتي هدفت إلى مراجعة وتحليل للتطورات الحديثة في اكتشاف الأخبار المزيفة، وأوضحت أن التعلم الآلي يؤدي دوراً في اكتشاف الأخبار الزائفة؛ نظراً لقدرته على تحليل كميات كبيرة من البيانات وتحديد الأنماط والاتجاهات التي تشير إلى المعلومات المضللة، ويتضمن اكتشاف الأخبار الزائفة تحليل أنواع مختلفة من البيانات، مثل المحتوى النصي أو الإعلامي، والسياق الاجتماعي، وبنية الشبكة، ويوفر التعلم الآلي أداة قوية للكشف عن الأخبار المزيفة والحد من تناميها على وسائل التواصل الاجتماعي، كما أوضحت المقالات المختارة للمراجعة مجموعة واسعة من الأساليب، بما في ذلك استخراج البيانات، والتعلم العميق، ومعالجة اللغة الطبيعية (NLP)، والتعلم الجماعي، والتعلم بالتحويل، والتقنيات القائمة على الرسم البياني.

- دراسة سالي أسامة شحاته (2023) (9)؛ والتي سعت إلى التعرف على أسباب انتشار الأخبار الزائفة، وكيف يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي التصدي لها، وتوصلت الدراسة

إلى أنه يرجع انتشار الأخبار الزائفة بين الجمهور لانخفاض القدرات المعرفية لهم، وتأثير الجانب العاطفي عليهم، كما أوضحت الدراسة أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي أتاحت الكثير من طرق التحقق من الأخبار والصور والفيديوهات الرقمية، مثل موقع إيكسا، موقع izitru، موقع TinEye، google images، موقع Youtube Data viewer الذي أنشأته منظمة العفو الدولية.

كما ظهر في العالم العربي العديد من طرق التحقق من الأخبار الزائفة باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي من خلال منصات التحقق من الأخبار الزائفة، مثل منصة "فتبينوا"، منصة "متصدقش"، منصة "هيئة مكافحة الإشاعات"، منصة "تأكد"، منصة "مسبار"، منصة "ده بجد"، منصة "تنبية"، منصة "التقنية من أجل السلام".

– دراسة S Nazar and M R Bustam (2020) ⁽¹²⁾ بعنوان: "الذكاء الاصطناعي ومستوى جديد من الأخبار الكاذبة"، والتي هدفت إلى زيادة الوعي بالمحتويات الموجودة على الإنترنت بواسطة استخدام الذكاء الاصطناعي، مثل الأخبار الزائفة أو الخُدع، استخدمت الدراسة أساليب نوعية لوصف استعداد الجمهور للأخبار الزائفة المصنوعة بالذكاء الاصطناعي، كما تُستخدم الاستبانات لفهم وعي الجمهور بالأخبار الزائفة، أظهرت النتائج أن مقاطع الفيديو بواسطة استخدام Deepfake يصعب معرفة ما إذا كانت زائفة أم لا، بخلاف ذلك من السهل جداً الوصول إلى البرامج التي تنفذ Deepfake؛ والمثال على ذلك هو faceswap: وهو مشروع مفتوح المصدر متاح وسهل الاستخدام، ويعدُّ Deepfake ذات منفعة في صناعة الأفلام، ولكنه استخدم مؤخراً لصنع أخبار زائفة.

– دراسة Jeannetta Paschen (2020) ⁽¹³⁾ بعنوان: "التحقيق في الجاذبية العاطفية للأخبار المزيفة باستخدام الذكاء الاصطناعي والمساهمات البشرية"، والتي سعت إلى التعرف على مدى قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على تحليل معلومات ضخمة غير منظمة، والتفريق بين الأخبار الزائفة والحقيقية، واتبعت الدراسة المنهج التحليلي من خلال تحليل مجموعة بيانات مكونة من (150) مقالة إخبارية حقيقية زائفة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ لاختبار الفروق في الجاذبية العاطفية في العناوين والمتن، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أن العناوين تشكل عامل تمييز قوي

للعواطف بين الأخبار الحقيقية والزائفة، وأن عناوين الأخبار الزائفة أكثر سلبية من عناوين الأخبار الحقيقية، كما أوضحت النتائج أن متن الأخبار الزائفة أعلى بكثير في عرض عواطف سلبية مثل الغضب والاشمئزاز، وأقل في عرض العواطف الإيجابية مثل الفرح.

المحور الثاني: الدراسات التي تتناول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى الصحفيين:

- دراسة محمد ضويفى (2024) (7) والتي هدفت إلى تسليط الضوء على تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومحاولة الكشف عن إمكانية تفوقها على العقل البشري، وتوظيفها من أجل صناعة المحتوى الإعلامي، وتأثير كل ذلك على مصداقية الأخبار، والكشف عن الأخبار الكاذبة وبعض التطبيقات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي التي يمكن للصحفيين توظيفها لإنشاء الصور، أو الفيديوهات، أو إنتاج النصوص في غرف الأخبار ضمن ما يُعرف بصناعة الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير بالغ لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضمون الزائف أكثر من تعزيز المصداقية، حتى أن تطبيقات الكشف عن الأخبار الزائفة تبقى قاصرة نوعاً ما، بسبب حداتها من جهة، وعدم تفوقها في كثير من الأحيان على العقل البشري من جهة أخرى.

- دراسة فتحى إبراهيم إسماعيل (2022) (10) والتي سعت إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وقام الباحث في ضوء منهج المسح بتصميم استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وبلغت عينة الدراسة (66) مبحوثاً من الصحفيين بمواقع المصري اليوم- مصراوي- القاهرة 24، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعد في تطوير المحتوى بالصحف والمواقع الإلكترونية، وتطوير مهارات الصحفيين والقيادات، كمساعدة القائمين بالاتصال على تحديد الأخبار الزائفة، والسرعة الفائقة في جمع البيانات ونشرها للمستخدمين، والعمل على توسيع التغطية لتوفير الوقت والجهد، كما تشير أيضاً إلى أن التحديات التي تواجه الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تتمثل في: إغفال بعض المواقع الإلكترونية استخدامات الذكاء

الاصطناعي والثبات على الأدوار التقليدية، وتزايد مشكلات قرصنة المعلومات، ونقص الميزانيات المخصصة للبنية التحتية والتدريب، وعدم وجود أخلاقيات محددة لصحافة الذكاء الاصطناعي.

- دراسة شيرين البحيري (2022) (11) والتي هدفت إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام صحافة (Robot Journalism) في إنتاج المحتويات الصحفية بالصحف المصرية، ومعرفة أهم التحديات التي تواجه تطبيق هذه التقنيات، وقد تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العمدية، واقتصرت على مجموعة من الصحفيين المصريين الذين بلغ عددهم (40) صحفياً، واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، وقد قامت بتصميم استبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن اتجاهات المبحوثين نحو استخدام التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي في الصحافة (Robot Journalism) لإنتاج المحتويات الصحفية بالصحف المصرية مرتفعة، وأكدت الدراسة على أهمية هذه التقنيات بالمؤسسات الصحفية في القيام بالتقريب عن البيانات، واستخراجها والتدقيق فيها، وإنتاج القصص والرسومات البيانية، وتحليل البيانات الضخمة.

كما توصلت النتائج إلى أن التحديات التي تواجه تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة والاعلام بالصحف المصرية كانت مرتفعة أيضاً، متمثلة في قصور في البرامج التدريبية المرتبطة بهذه التقنيات، وتكلفتها المرتفعة، والمحتوى الصحفي الناتج من تطبيق هذه التقنيات يتصف بالجمود ولا يراعي النواحي الإنسانية، بالإضافة إلى ضعف قدرة بعض الصحفيين للتعامل مع هذه التقنيات، وضعف دافعية بعضهم نحوها.

- دراسة عيسى عبد الباقي موسى، أحمد عادل عبد الفتاح (2020) (14) والتي سعت إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في الرصد الكمي والتفسير الكيفي لتصورات ومواقف الصحفيين العاملين في غرف الأخبار والقيادات بالمؤسسات الصحفية المصرية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف أخبارها، وتم توظيف منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، وأسلوب المقارنة المنهجية، وأداتي الاستبانة، والمقابلة المتعمقة، على عينة قوامها 150 مفردة من الصحفيين المصريين العاملين بغرف

الأخبار والقيادات الصحفية بالمؤسسات القومية والخاصة، بجانب إجراء المقابلات الإلكترونية لعينة من القيادات الصحفية، والأكاديميين، وخبراء الذكاء الاصطناعي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: أن نسبة 88% من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات يؤكدون على الأهمية الكبيرة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار الخاصة بهم، إلا أنهم أشاروا إلى عدم جاهزية نسبة كبيرة من غرف الأخبار لتوظيف هذه الأدوات؛ نتيجة عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها، وعدم تبني أنظمة الجودة، وعدم توفر خوارزميات لتحرير النصوص بالنسخة العربية، وتراجع الاستثمار والتمويل في هذه التقنية، كما أوضحت النتائج أن من أهم التأثيرات الإيجابية لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في غرف الأخبار أنها توفر بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين، وتعمل على تغيير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية، وفحص الحقائق بشكل سريع وموثوق.

- دراسة Waleed Alli & Mohamed Hassoun (2019) ⁽¹⁵⁾ بعنوان: "الذكاء الاصطناعي والصحافة الآلية: التحديات المعاصرة والفرص الجديدة"، والتي تناولت تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على ممارسات مهنة الصحافة، وتحديد الآثار المحتملة لهذه التقنيات على مستقبل الصحفيين، واستقرأ التحديات الأخلاقية والمهنية التي قد تعطل ممارسات مهنة الصحافة، وتوصلت الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعتبر قيمة مضافة للصحافة في العصر الرقمي وستعزز عمل الصحفيين بدلاً من استبدالهم، وبالتالي فإن هذه التقنيات لا تشكل تهديداً للصحافة المهنية، فهذه التقنيات لها قدرة على مكافحة الأخبار الزائفة، وتحرير الأخبار وفقاً للسياسة التحريرية وتخصيص المحتوى، بينما أوضحت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي في مهنة الصحافة يثير قضايا مهنية وأخلاقية ولا سيما؛ غياب المراقبة، وافتقار الإبداع، والتحيز، والشفافية، واختراق خصوصية البيانات.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بمراجعة ما أمكن من أدبيات البحث العلمي في مجال الذكاء الاصطناعي تبين تنوع تلك الدراسات العلمية التي أوضحت أهمية الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، فقد

أصبحت هذه التقنيات جزءاً لا يتجزأ من النظام البيئي للإعلام الرقمي، والهدف من عرض هذه الدراسات هو الوقوف على ما توصلت إليه من نتائج، والتعرف على الأدوات والمناهج المستخدمة، وفيما يلي سيتم التعليق على هذه الدراسات من حيث الموضوع، والعينة، والمنهج المستخدم، والأدوات، وما توصلت إليه من نتائج، على النحو التالي:

أولاً: من حيث الموضوع:

تناولت أغلب الدراسات فيما يتعلّق بالمحور الأول موضوع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية، حيث استعرض بعضها الاستراتيجيات المتطورة للكشف عن الأخبار الكاذبة مثل دراسة Emad E, Kinda A, Feras Hanandeh, Berrondo-Otermin, M.; Sarasa-Cabezuelo, A., و Alaa E (2024)، وفي حين هدفت دراسة سالى أسامة شحاته (2023) التعرف على أسباب انتشار الأخبار الزائفة، وكيف يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي التصدي لها، بينما ركّزت بعض الدراسات في المحور الثاني على مدى استخدام الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي مثل دراسة محمد ضويفى (2024)، ودراسة فتحى إبراهيم إسماعيل (2022)، ودراسة شيرين البحيري (2022)، بينما تهتم الدراسة الحالية بدراسة اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية.

ثانياً: من حيث العينة:

باستعراض بعض الدراسات السابقة لُوَحِظَ اشتغالها على عينات مختلفة من الصحفيين العاملين في غرف الأخبار والقيادات بالمؤسسات الصحفية المصرية، والأكاديميين، كما اختلف عدد مفردات العينة من دراسة لأخرى، حيث تراوح عدد المبحوثين في دراسة فتحى إبراهيم إسماعيل (2022) (66) مبحوثاً، بينما بلغ عدد مفردات العينة في دراسة شيرين البحيري (2022) (40) صحفياً، في حين طبقت دراسة عيسى عبد الباقي موسى، أحمد عادل عبد الفتاح (2020) على عينة قوامها 150 مفردة من الصحفيين المصريين العاملين بغرف الأخبار والقيادات الصحفية بالمؤسسات القومية والخاصة، ونظراً لطبيعة الدراسة الحالية؛ فقد تمّ تحديد عينة الدراسة "عينة عمدية من الصحفيين المصريين بالمؤسسات الإعلامية المصرية المختلفة الذين لديهم

خبرة في مجال الإعلام الرقمي"، في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية، والذين بلغ عددهم (70) مفردة من مجتمع الدراسة باتباع أسلوب كرة الثلج.

ثالثاً: من حيث المنهج:

اعتمدت معظم الدراسات السابقة على منهج المسح، مثل دراسة إنجي بهجت جمال (2024)، ودراسة فتحى إبراهيم إسماعيل (2022)، ودراسة عيسى عبد الباقي موسى، أحمد عادل عبد الفتاح (2020)، في حين اعتمدت دراسة Jeannetta Paschen (2020) على المنهج التحليلي، ونظراً لطبيعة الدراسة الحالية وجدت الباحثة أن أنسب منهج هو منهج المسح بالعينة Sample Survey Methodology لتناسبه مع الأهداف التي يسعى البحث لتحقيقها.

رابعاً: من حيث أدوات جمع البيانات:

ركّزت أغلب الدراسات السابقة على استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، مثل دراسة إنجي بهجت جمال (2024)، ودراسة فتحى إبراهيم إسماعيل (2022)، ودراسة شيرين البحيري (2022)، بينما اعتمدت دراسة عيسى عبد الباقي موسى، أحمد عادل عبد الفتاح (2020) على أداتي الاستبانة، والمقابلة المتعمقة، ونظراً لطبيعة الدراسة الحالية؛ قامت الباحثة بتصميم أداة جمع البيانات وهي عبارة عن استبانة اشتملت على عدة مقاييس ترجمت أهداف الدراسة.

خامساً: من حيث النتائج:

أشارت أغلب الدراسات السابقة العربية والأجنبية إلى عدد من النتائج والتوصيات، وقد أفادت الباحثة عند صياغتها لفروض وتساؤلات وأهداف الدراسة الحالية.

- فقد أكّدت نتائج بعض الدراسات على أهمية الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، وأوضحت مدى إفادة الصحفيين من هذه التقنيات، والتي توفر بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين، وتغير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية، وفحص الحقائق بشكل سريع وموثوق، وتحديد الأخبار الزائفة والحد من انتشارها مثل دراسة فتحى إبراهيم إسماعيل (2022)، ودراسة شيرين البحيري (2022)، ودراسة عيسى عبد الباقي موسى، أحمد عادل عبد الفتاح (2020).

- كما أشارت نتائج دراسة فتحى إبراهيم إسماعيل (2022) إلى التحديات التي تواجه الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والمتمثلة في

: إغفال بعض المواقع الإلكترونية استخدامات الذكاء الاصطناعي والثبات على الأدوار التقليدية، وتزايد مشكلات قرصنة المعلومات، ونقص الميزانيات المخصصة للبنية التحتية والتدريب، وعدم وجود أخلاقيات محددة لصحافة الذكاء الاصطناعي، بينما أوضحت دراسة Waleed Alli & Mohamed Hassoun (2019) أن الذكاء الاصطناعي في مهنة الصحافة يثير قضايا مهنية وأخلاقية ولا سيما؛ غياب المراقبة، وافتقار الإبداع، والتحيز، والشفافية، واختراق خصوصية البيانات.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

باستعراض الدراسات السابقة اتضح أنها جاءت متنوعة من حيث الهدف، والأهمية، واختيار العينة والأدوات المستخدمة والنتائج؛ مما أفاد الباحثة فيما يلي:

- تحديد مشكلة الدراسة وتأكيد أهميتها، وصياغة أهدافها، وتساؤلاتها، وفروضها، ومصطلحات الدراسة، والمنهج المستخدم، وتصميم أداة الدراسة المناسبة لتحقيق أهدافها.

- التعرف على الدراسات السابقة التي يمكن أن تستفيد بها الباحثة في دراستها الحالية.
- تحديد عينة الدراسة "عينة عمدية من الصحفيين المصريين بالمؤسسات الإعلامية المصرية المختلفة الذين لديهم خبرة في مجال الإعلام الرقمي"، في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية.

- التعرف على المعالجة الإحصائية لنتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة. وعلى الرغم من الاستفادة التي تحققت لدى الباحثة من خلال مراجعتها للدراسات السابقة على المستويين النظري والمنهجي على حد علم الباحثة، وعلى الرغم من تنوع الدراسات التي تناولت تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ إلا أن الدراسة الحالية اختلفت مع الدراسات السابقة باهتمامها بالتعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية بالمؤسسات الإعلامية المصرية الرقمية المختلفة، وكذلك معرفة أهم هذه التقنيات، فتعتبر دراسة توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية مجالاً جديراً بالدراسة؛ للوقوف على أهميته وأبعاده، حيث يكتسب مجال البحث في التحقق من

الأخبار الرقمية واكتشاف الأخبار المزيفة اهتماماً وضرورة ملحّة في هذا العصر الذكي المتقدّم بشكلٍ مستمر.

مشكلة الدراسة:

أدى التطور في تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى وجود العديد من منصات التواصل الاجتماعي التي ازداد استخدامها بين الأفراد، والتي وفّرت أدوات وتقنيات جديدةً لمشاركة المعلومات والأخبار دون ضوابط محددة، فقد تمكن أي فردٍ يمتلك الوسيلة المناسبة وبعض المهارات التقنية من إنتاج ومشاركة أي مضمون عبر هذه المنصات، والوصول إلى عدد كبير من المستخدمين من كافة الأعمار؛ مما جعلها بيئة خصبة لنشر وتداول المعلومات والشائعات، وقد ساعد على ذلك توظيف التطبيقات والتقنيات الحديثة بشكلٍ سيئٍ من قبل البعض والتي يسهل استخدامها لتحقيق أهداف معينة.

وقد أصبح من الصعب على المتلقي في ظلّ الوفرة المعلوماتية ولا محدودية مصادرها أن يتحقق من مصداقية المعلومة، وغالباً ما يشارك بعض المستخدمين الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي دون أن يعرفوا ذلك، ومن المعروف أن أيّ معلومات مضلّة قد تؤدي في كثيرٍ من الأحيان إلى صراعات، ولها أيضاً تأثير كبير على الرأي العام، وبالتالي يكتسب مجال البحث في التحقق من الأخبار الرقمية واكتشاف الأخبار الزائفة اهتماماً وضرورة ملحّة في هذا العصر الذكي المتقدّم.

وفي هذا السياق، فإن توجهه غرف الأخبار نحو تبني الذكاء الاصطناعي يُعدّ مبعثاً للأمال والمخاوف في آنٍ واحد، فيعتبر المتفائلون أن الذكاء الاصطناعي لديه القدرة على تعزيز جودة العمل الصحفي كإنجاز الكثير من المهام الروتينية في الصحافة، وتطوير مهارات الصحفيين، والتعامل مع البيانات الضخمة، وتوفير الوقت للأعمال الإبداعية، والكشف عن الأخبار المزيفة، بينما يرى المتشائمون أن استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة يثير مخاوف بشأن التحديات الأخلاقية والقانونية، وتقليل الحاجة إلى العمالة البشرية من خلال استبدال بعض الوظائف الإعلامية والصحفية بتقنيات الذكاء الاصطناعي (16).

لذا تأتي الدراسة الحالية للتعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار المنتشرة عبر المنصات الرقمية، التي رغم إيجابياتها المتعددة؛ إلا أنها في المقابل تشكل مجتمعاتنا تحديات سلبية يجب علينا أن ندركها جيداً لتوعية الجمهور حول الاستخدام الرشيد للتكنولوجيا.

وقد أجرت الباحثة دراسةً استطلاعيةً على عينة من مجتمع الدراسة قوامها (10) مفردات؛ لمعرفة اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية، وأوضحت النتائج أن أغلب مفردات العينة الاستطلاعية لديهم اتجاه إيجابي نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية، ومن ضمن تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة لاكتشاف الصور والفيديوهات المعدلة: تقنية Image Search، TinEye، Google Reverse، Deepfake Detection، inVid، WeVerify.

كما أظهرت النتائج المزايا المتحققة من استخدام هذه التقنيات، والتي منها كشف التلاعب والتزييف سواء كان صوراً، أو فيديوهات، أو أخباراً بشكل سريع وفعال، ومن أبرز المعوقات التي تحول دون توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية تمثلت فيما يلي:

- تحتاج بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي لاشتراك.
- قد يحدث في بعض الأحيان صعوبة في الكشف عن صحة صورة أو فيديو.
- تحتاج تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى تدريب لفهم كيفية التعامل معها.
- وأوضحت النتائج أيضاً ضرورة وجود فريق عمل متخصص ومُدرّب لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية داخل المؤسسة الصحفية.
- من هنا تبلورت فكرة الدراسة والتي تتمثل في محاولة التعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية.

وانطلاقاً مما سبق أمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما طبيعة اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية؟

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة إلى:

الأهمية النظرية:

- تكمن أهمية الدراسة من أهمية المتغيرات التي تحتويها، من خلال تناول أحد الموضوعات الحديثة نسبياً في مجال الدراسات الإعلامية، حيث تركّز على دراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي ومدى إسهاماتها في مساعدة الصحفيين المصريين على التحقق من الأخبار الرقمية.

- تتبع أهمية الدراسة من كونها جاءت لاستكمال العديد من الدراسات والبحوث، والتي أوضحت التأثير الإيجابي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المنتج الصحفي، وزيادة جودته بواسطة إثرائه بالمعلومات الموثوقة، ومساعدة القائمين بالاتصال على التمييز بين الأخبار الزائفة والحقيقية، والسرعة الفائقة في جمع المعلومات والتأكد من مصداقيتها ونشرها للمستخدمين؛ الأمر الذي يساعد على سرعة نقل الأخبار للجمهور المتلقي، وزيادة أعداد المستخدمين والقراء وكسب ثقتهم للمضمون المقدم والتفاعل معه بسهولة ويسر.

- إلقاء الضوء على أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي، والاستخدام المتزايد لها في مجال الإعلام من قبل العديد من المؤسسات الصحفية للإفادة منها؛ مما جعلها ظاهرة تستحق البحث والمناقشة من أجل الوقوف على طبيعتها وتأثيراتها.

- تتجلى أهمية الدراسة من تركيزها على أهمية استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الإعلامي خاصة في الوقت الراهن، للتعامل مع كم هائل من البيانات، والأرقام، والإحصاءات، والمعلومات الرقمية، والكشف عن صحة الأخبار والمعلومات عن طريق إخضاعها للتحليل والمقارنة.

الأهمية التطبيقية:

- إفادة المؤسسات الإعلامية الرقمية في التعرف على واقع توظيف تلك التقنيات نحو التحقق من الأخبار الرقمية، وكيفية استخدام تلك التكنولوجيا بالشكل الأمثل للإفادة الحقيقية منها.

- تساعد نتائج الدراسة على خلق وعي لدى المستخدمين للتكنولوجيا الحديثة بأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي وكيفية التفاعل الأمثل معها، وتحديد التطبيقات التي تساعد على التأكد من صحة الأخبار والمعلومات داخل البيئة الرقمية.

- توجيه نظر القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية إلى الدور المهم الذي تؤديه تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التحقق من الأخبار الرقمية، وضرورة مواكبة المستجدات في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة، والتدريب على تقنيات الذكاء الاصطناعي بما يتماشى مع طبيعة العصر والتطور التكنولوجي.

أهداف الدراسة:

انطلاقاً من تحديد مشكلة الدراسة وأهميتها يمكن بلورة الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية، ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف والتي تتمثل فيما يلي:

1) الكشف عن درجة اهتمام عينة الدراسة (النوايا السلوكية) بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي.

2) معرفة المزايا المتحققة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية من وجهة نظر الباحثين.

3) رصد أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة من قبل الباحثين والتي تساعد على التحقق من الأخبار الرقمية.

4) توضيح الممارسات اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية من وجهة نظر الباحثين.

5) رصد أبرز المعوقات التي تحول دون توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية.

6) الوقوف على أشكال التفاعلية للباحثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي للتحقق من الأخبار الرقمية.

7) قياس مستوى تأثير المتغيرات الديموجرافية في اتجاهات عينة الدراسة نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي للتحقق من الأخبار الرقمية.

تساؤلات الدراسة:

يتحدد التساؤل الرئيس للدراسة في: ما طبيعة اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية؟
وينبثق من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات، هي:

1) ما درجة اهتمام عينة الدراسة (النوايا السلوكية) بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

2) ما المزايا المتحققة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية من وجهة نظر المبحوثين؟

3) ما أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة من قبل المبحوثين والتي تساعد على التحقق من الأخبار الرقمية؟

4) كيف يمكن تحقيق الممارسات اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية من وجهة نظر المبحوثين؟

5) ما أبرز المعوقات التي تحول دون توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية؟

6) كيف يتفاعل المبحوثون مع تقنيات الذكاء الاصطناعي للتحقق من الأخبار الرقمية؟
7) ما اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق

من الأخبار الرقمية؟

فروض الدراسة:

1) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية والمزايا المتوقعة من تطبيقه.

2) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية واهتمامهم بمتابعة تطوراتها.

3) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية وتوافر الممارسات اللازمة لتطبيقه.

4) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية والمعوقات التي تحول دون توظيفه.

5) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الباحثين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية ومستوى تفاعلهم معه.

6) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحفيين المصريين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية وفقاً لمتغيرات (النوع، السن، سنوات الخبرة).

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1) الاتجاهات Attitudes:

- التعريف الاصطلاحي:

تعددت التعريفات والآراء والبحوث الخاصة بموضوع الاتجاهات؛ وذلك لاختلاف الإطار المرجعي لصاحب التعريف، ومن هذه التعريفات:

تعريف البورت ALLPORT للاتجاه هو "إحدى حالات التهيؤ والتأهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة، ولها فعل توجيهي على استجابات الأفراد للأشياء والمواقف المختلفة". ويعرف وارن WORREN الاتجاه بأنه "استعداد نفسي يتكون بناء على ما يمر به الشخص من خبرات يمكن أن تؤدي في نهاية الأمر إلى إحداث تغييرات في مجال الاتجاه" (17).

- التعريف الإجرائي:

يقصد بالاتجاهات إجرائياً: موقف الصحفيين المصريين من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية خاصة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي، وتشمل ثلاثة أبعاد: البعد المعرفي، البعد الوجداني، البعد السلوكي.

2) الصحفيين Journalists:

يقصد بالصحفيين إجرائياً: الصحفيين المصريين الذين يمارسون مهنة الصحافة في مختلف المؤسسات الإعلامية المصرية الرقمية، ولديهم خبرة في مجال الإعلام الرقمي.

3) الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence:

- التعريف الاصطلاحي:

يرتبط مفهوم الذكاء الاصطناعي بالذكاء المرتبط بالأجهزة الرقمية أو الإلكترونية مثل الحاسوب، الأجهزة الخلوية أو الروبوتات، ويشير مصطلح الذكاء الاصطناعي (AI) إلى

الأنظمة أو الأجهزة التي تحاكي الذكاء البشري لأداء المهام، والتي يمكنها أن تحسن من نفسها استناداً إلى المعلومات التي تجمعها (18).

- التعريف الإجرائي:

يقصد بتقنيات الذكاء الاصطناعي إجرائياً: تلك الأدوات والتطبيقات التي توفرها خوارزميات الذكاء الاصطناعي، والتي تساعد الصحفيين على التحقق من مصداقية الأخبار الرقمية والكشف عن الأخبار الزائفة.

(4) الأخبار الرقمية Digital News:

يقصد بالأخبار الرقمية إجرائياً: تلك الأخبار المتداولة على مواقع الإنترنت خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تتعلق بكافة الموضوعات، وقد تحمل في مضمونها محتوى صادقاً أو زائفاً، سواء كانت هذه الأخبار نصوصاً، أو صوراً، أو مقاطع فيديو، أو مسامع صوتية.

الإطار النظري للدراسة:

The unified theory of acceptance and use of technology UTAUT النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

توضح هذه النظرية العوامل المؤثرة على سلوك الأفراد نحو استخدام التطبيقات التكنولوجية التي تثري المستخدمين بالمعلومات والاتصالات الفعالة؛ الأمر الذي يساعد على تنمية السلوكيات الاجتماعية، وتقدم المزايا والسهولة المدركة من استخدام تلك التكنولوجيا، بالإضافة إلى تحسين في جودة الأداء الوظيفي وتوفير الجهد والوقت (19).

وتقوم النظرية على عدة نماذج، أبرزها نموذج قبول التكنولوجيا TAM Technology Acceptance Model باعتباره نموذجاً شاملاً لفهم قبول وتبني الأفراد للتقنيات التكنولوجية المتعددة، والعوامل الكامنة وراء استخدامها من عدمه، وقد وضع Fred Davis وآخرون عام 1989م هذا النموذج ليؤكد على أن عدم قبول المستخدمين للعمل على تكنولوجيا المعلومات يعتبر عائقاً أمام نجاح هذه المنظمة (20).

ويفترض النموذج وجود عوامل تؤثر على النية السلوكية والاستخدام الفعلي للتطبيقات التكنولوجية وهي سهولة استخدام التقنية أو الجهد المتوقع، والمزايا المتوقعة، بالإضافة إلى التسهيلات المتاحة لتوظيف التطبيقات التكنولوجية، والعوامل الديموجرافية

والاجتماعية المؤثرة على قبول وتبني التكنولوجيا (21)، وذلك بالتطبيق على الصحفيين المصريين فيما يتعلق بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية. - تستفيد الدراسة الحالية من هذه النظرية في معرفة اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية.

- تفسير أسباب استخدام أو عدم استخدام الصحفيين المصريين لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم الصحفية، وذلك بناءً على مجموعة من المتغيرات، منها: المنفعة المتوقعة من خلال رصد مميزات هذه التقنيات، والمعوقات التي تحول دون توظيفها، ودرجة اهتمام الباحثين بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتسهيلات المتاحة المتمثلة في الممارسات اللازمة لتوظيف هذه التقنيات في التحقق من الأخبار الرقمية، وأيضاً التأثيرات الديموجرافية في اتجاهات الباحثين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية، وقد أوضحت نتائج الدراسة أنها أفادت من النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، فقد أكد الباحثون في إجاباتهم بقبول التكنولوجيا الحديثة؛ لما لها من منفعة متوقعة وسهولة في الاستخدام. فتقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد على التحقق من الأخبار الرقمية، والكشف عن المعلومات المضللة عن طريق إخضاعها للتحليل والمقارنة، والرجوع لأكثر من وسيلة إعلامية، وإعداد تقارير أكثر دقة وموضوعية.

فالزايا المدركة لتقنيات الذكاء الاصطناعي تؤدي إلى إيجاد نية سلوكية لدى الصحفيين عينة الدراسة لتوظيف هذه التقنيات في التحقق من الأخبار الرقمية؛ مما ينتج عنه تحسين جودة الأداء وتوفير الوقت والجهد.

الإطار المعرفي للدراسة:

تعريف الذكاء الاصطناعي:

يعرف الذكاء الاصطناعي بأنه "محاولة لتقليد ومحاكاة لعدة قدرات بشرية، أهمها القدرة على التعلم، واستيعاب المعرفة، وتمثيلها، واستدعائها، وتحليل اللغة، والإدراك الكامل للأصوات والصور والفيديو، وحلّ المشكلات، والإبداع والتفاعل الاجتماعي.. وغيرها من القدرات البشرية، ومن ثم محاولة محاكاتها عبر أنظمة حاسوب معقدة اعتماداً على التطور الاستثنائي في تصنيع المعالجات والحواسب الآلية، كما هو محاكاة

لذكاء الإنسان وفهم طبيعته عن طريق عمل برامج الحاسب الآلي بما يجعلها قادرة على محاكاة السلوك الإنساني" (22).

ويُعرف الذكاء الاصطناعي أيضاً بأنه أحد العلوم الحديثة التي ترتبط بالحاسب الآلي، والتي تبحث عن مختلف الأساليب المتطورة والمبتكرة للقيام بأعمال استنتاجات تشبه تلك الأسباب التي تُنسب لذكاء الإنسان ولو في حدود ضيقة، بغرض إعادة البناء باستخدام الوسائل الاصطناعية (23).

كما يُعرف الذكاء الاصطناعي بأنه "تطوير أجهزة ونظم حاسوبية وتقنيات البرمجة المطورة، والتي تتسم بثلاث سمات رئيسية، هي: التعرف الذكي، والتواصل الذكي، والمحاكاة الذكية، كما أنها قادرة على الانخراط في عمليات التفكير الشبيهة بالإنسان مثل التعلم، والمعرفة، واستخدام المعلومات، أو الإدراك للتوصل لاستنتاجات" (24).

مميزات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام:

تُستخدم أنظمة الذكاء الاصطناعي لدعم مهام غرف الأخبار في ثلاثة مجالات (25):

- 1) أثناء عملية البحث عن الأنباء: رصد الأحداث فور وقوعها، وجمع المشاركات ذات الصلة من شبكات التواصل الاجتماعي، وتحويل الصوت إلى نص، وترجمة مصادر الأنباء الأجنبية، والبحث ضمن القصص والتقارير المؤرشفة للعثور على معلومات إضافية.
- 2) أثناء عملية التحرير: التحقق من مصداقية الأنباء، واقتراح تصحيحات نحوية وتحسينات في الصياغة، وتخصيص مقالات لفئات مختلفة من الجمهور.

ويتم كشف الأخبار الكاذبة من خلال إخضاعها للتحليل والمقارنة بغرض التأكد من صحتها، وأيضاً مراقبة مصداقية المضمون الذي تنتجه مختلف المؤسسات الإعلامية بإعداد تقارير أكثر دقة وشفافية.

- 3) أثناء النشر والتوزيع: تحليل الأنباء ووضع علامات على الأنباء المهمة تلقائياً وفقاً لتصنيف الموضوعات، بحيث يستطيع المستخدمون الذين يتابعون مواضيع مشابهة العثور على محتوى في دائرة اهتمامهم.

وأكدت دراسة (Santosh Kumar 2020) (26) بعنوان "استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي" على أهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الشائعات والأخبار الزائفة التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك دراسة

(Waleed Alli & Mohamed Hassoun 2019) (27)، حيث توصلت الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطوراً كبيراً في بيئة العمل الصحفي في العصر الرقمي، خاصة في ظل قدرتها على مكافحة الأخبار الكاذبة، كما أشارت نتائج دراسة (Yair Galily 2018) (28) بعنوان: "اتجاه الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية- هل يعتبر بمثابة تغيير شامل في العمل الصحفي" إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي في معالجة الأخبار والمقالات الرياضية قد منح ذلك القسم من الصحافة السرعة والدقة في معالجة البيانات؛ مما سمح بسرعة نشر المعلومات إلى الجمهور.

كما أوضحت دراسة (Jaemin Jung 2017) (29) بعنوان "إدخال الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي واتجاهات الصحفيين والجمهور نحو المقالات الصحفية اللوغاريتمية والعادية" أن الصحفيين يفضلون في بعض الأحيان استخدام اللوغاريتمات أو الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، خاصة في معالجة كم كبير من المعلومات، وللتوصل السريع إلى بعض التحليلات خاصة التي تحتوي على بعض الأرقام والإحصاءات، حيث إن العمل الصحفي يتطلب السرعة في نشر الأخبار.

ويوضح الدكتور شريف درويش بعض المواقع التي تساعد الصحفيين على التحقق من الأخبار والصور والفيديوهات الرقمية، والتي منها (30)؛ - الاستعانة بمحرك البحث جوجل للتعرف على المعلومات الأساسية عن الأحداث، أو الأشخاص، أو الأماكن، من خلال كتابة define في محرك البحث، ثم كتابة الكلمة التي يتم البحث عنها.

- كما وضع أهم المواقع التي تساعد الصحفيين على التحقق من الصور، مثل: موقع izitru ، موقع Tineye، موقع google images، ويمكن التحقق من صحة الفيديو من خلال موقع Youtube Data Viewer الذي أنشأته منظمة العفو الدولية.

كما توجد تقنيات أخرى للذكاء الاصطناعي والتي تساعد على التحقق من الأخبار الرقمية، منها (31)؛ PhotoDNA: تساعد هذه الأداة على تحديد الصور التي تم استخدامها بطرق غير قانونية عبر الإنترنت.

FireEye: شركة متخصصة في الأمن السيبراني تستخدم الذكاء الاصطناعي لاكتشاف الهجمات السيبرانية والتحذير منها .

Truepic: تساعد هذه الأداة على التحقق من الصور ومقاطع الفيديو .

CrowdStrike: تعتمد على الذكاء الاصطناعي لمراقبة وحماية الأجهزة والشبكات من التهديدات المحتملة .

Factmata: منصةٌ تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحليل وتقييم المحتوى للكشف عن الأخبار الزائفة والتحيزات .

وفيما يتعلق بسلبيات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة (Robot Journalism) لإنتاج المحتويات الصحفية بالصحف المصرية، فقد أوضحت الكثير من المؤسسات الإخبارية أنها تواجه تحديات مختلفة عند توظيف هذه التطبيقات متمثلة في التكلفة المرتفعة، وتقليص الحاجة إلى العمالة البشرية من خلال استبدال بعض الوظائف الإعلامية بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وإلزام الصحفيين والإعلاميين بدراسة عناصر البرمجة ومعرفة مفاتيح الصندوق الأسود للخوارزميات وفحص مدى جودة البيانات، والالتزام بالميثاق الأخلاقي عند التعامل مع هذه التطبيقات، مع ضرورة وضع سياسة تشريعية فيما يتعلق بتنظيم وإدارة وتنفيذ صحافة الذكاء الاصطناعي، مع مراعاة القيم المهنية والتحريرية⁽³²⁾.

وتشمل أيضاً الآثار السلبية للذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام⁽³³⁾:

- التأثير على حيادية الإعلام؛ من خلال تحليل البيانات وتوجيه المحتوى وفقاً لتفضيلات الجمهور .

- تهديد الخصوصية والأمن الإلكتروني؛ من خلال جمع وتحليل البيانات الشخصية للمستخدمين دون موافقتهم .

- قد يتم استخدام قواعد البيانات المحمية بحقوق الطبع والنشر دون إذن أصحابها .

- يمكن للذكاء الاصطناعي أن يُستخدم في إنتاج وتداول الأخبار الكاذبة؛ مما يؤثر ذلك على ثقة الجمهور للمضمون الإعلامي .

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Descriptive Studies التي لا تقف عند مرحلة جمع البيانات، بل تمتد إلى تصنيفها، وتحليلها، وتوصيفها، ثم تفسير النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة وأهدافها، وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة Sample Survey Methodology؛ وذلك نظراً لملائمته لموضوع الدراسة، وذلك للتعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية بالمؤسسات الإعلامية المصرية الرقمية المختلفة، وكذلك معرفة أهم هذه التقنيات.

وقد قامت الباحثة بتصميم أداة الدراسة: عبارة عن استبانة تضمنت عدة محاور، أحدهما مقياس اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية، والذي اشتمل على 26 عبارة، وذلك بعد تحكيمه وضبطه من أساتذة ومحكمين متخصصين.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الصحفيين المصريين العاملين بالمؤسسات الصحفية المصرية الرقمية المختلفة، الذين لديهم دراية وخبرة بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي الإعلامي؛ لمعرفة اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية، وعن عينة الدراسة تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها (70) مفردة من مجتمع الدراسة باتباع أسلوب كرة الثلج، وقد روعي في العينة التنوع في الخصائص الديموجرافية من حيث (النوع- السن- عدد سنوات الخبرة بمجال الإعلام الرقمي).

حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: حددت الباحثة موضوع دراستها في التعرف على اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية.

- الحدود البشرية: اقتصرَت الدراسةُ على عينةٍ من الصحفيين المصريين العاملين بالمؤسسات الصحفية المصرية الرقمية التي بدأت بالفعل في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بها.

- الحدود الزمنية: قامت الباحثة بتوزيع صحيفة الاستبانة إلكترونيًا على المبحوثين خلال الفترة من بداية شهر أبريل 2025 وحتى مايو 2025م.

- الحدود المكانية: تمَّ تطبيق الدراسة الميدانية على عينةٍ من الصحفيين المصريين في المؤسسات الصحفية المصرية الرقمية المختلفة.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة في ضوء منهج المسح على استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتمَّ إعداد الاستمارة بصورة أولية بعد الاطلاع على العديد من البحوث والدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة، وكذلك في ضوء الهدف من الدراسة ومتغيراتها وفروضها، واشتملت الاستمارة على عدَّة مقاييس ترجمت أهداف الدراسة، وذلك بعد تحكيمها وضبطها من أساتذة ومحكمين متخصصين.

وبالتالي تضمنت الاستبانة أربعة محاور أساسية للدراسة، المحور الأول يمثل البيانات الشخصية للمبحوثين المتمثلة في النوع، والسن، وعدد سنوات الخبرة بمجال الإعلام الرقمي، وتضمن المحور الثاني أسئلة رئيسة ذات علاقة بواقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية للتحقق من الأخبار الرقمية، لمعرفة أهم التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي المستخدمة في التحقق من التزييف العميق للأخبار الرقمية، ومدى الإفادة المتحققة من استخدام هذه التقنيات، وتحديد الممارسات اللازمة لتوظيف تلك التقنيات للتحقق من الأخبار الرقمية، وأبرز المعوقات التي تحول دون هذه التقنيات من وجهة نظر المبحوثين، واشتمل المحور الثالث على أسئلة حول درجة تفاعلات المبحوثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية.

بينما يمثل المحور الرابع مقياس اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية، والذي اشتمل على 26 عبارة بعد الاطلاع على بعض البحوث والدراسات السابقة في مجال الذكاء الاصطناعي الإعلامي

والذي ساعد على بناء عبارات المقياس، والتي منها (14) عبارة إيجابية و(12) عبارة سلبية في ضوء ثلاثة أبعاد (البعد المعرفي- البعد الوجداني- البعد السلوكي)، وقد تم صياغة العبارات بصورة صحيحة ومفهومة، وأن تحمل كل عبارة معنى واحداً يتعلق بموضوع قياس اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية، وتكون الاستجابات بميزان تقدير ثلاثي (موافق- محايد- معارض) ويقوم كلٌ بمحوث بإبداء رأيه نحو عبارات المقياس.

وقامت الباحثة بتوزيع صحيفة الاستبانة إلكترونياً على المبحوثين بعد تصميمها على موقع Google Drive خلال الفترة من بداية شهر أبريل 2025 وحتى مايو 2025م.

الصدق والثبات لأداة الدراسة:

أولاً. الصدق الذاتي: إحصائياً؛ تم حساب الصدق الذاتي كمؤشر لصدق الاستبانة وذلك بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وقد جاء مساوياً (0.959)؛ مما يدل على تمتع الاستبانة بدرجة عالية من الصدق.

صدق المحكمين: تم عرض الأداة على مجموعة من الأساتذة المحكمين* المتخصصين في مجال الدراسات الإعلامية؛ لمعرفة آرائهم حول صحة صياغة عبارات الاستبانة، وتقديم أي مقترحات خاصة بالتعديل أو الإضافة أو الحذف لمحاو الاستبانة، وقد أقر المحكمون بصلاحيّة الاستبانة بعد إجراء بعض التعديلات الطفيفة التي اقترحها المحكمون حول صياغة بعض العبارات، وبناءً عليه تم إجراء التعديلات في ضوء الملاحظات التي أبداها المحكمون، ومن ثمّ تمّ صياغة استبانة الاستبانة في صورتها النهائية بحيث أصبحت جاهزةً للتطبيق.

* أسماء الأساتذة المحكمين لأداة الدراسة مرتبة وفق الترتيب الهجائي والدرجة العلمية على النحو التالي:

- 1- أ. د/ أحمد عادل عبد الفتاح: أستاذ الصحافة كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.
- 2- أ. د/ أسامة عبد الرحيم علي: أستاذ الصحافة كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.
- 3- أ. د/ سعيد محمد الغريب: أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- 4- أ. د/ إبراهيم علي بسيوني: أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام- جامعة الأزهر.
- 5- أ. د/ حسام فايز عبد الحي: أستاذ الصحافة المساعد كلية التربية النوعية - جامعة المنيا.

ثانياً. الثبات وفق معامل ألفا كرونباخ: قامت الباحثة بحساب ثبات الاستبانة ككل؛ بالتطبيق على عينة تقنين من قوامها (15) مبحوثاً، وباستخدام معادلة ألفا كرونباخ فجاء الثبات مساوياً (0.920)؛ وهي درجة تؤكد تمتع الاستبانة ككل بدرجة ثبات مناسبة.

المعاملات الإحصائية المستخدمة:

باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss" من خلال اللجوء

إلى المعاملات الإحصائية التالية:

- معامل الفا كرونباخ لحساب الثبات.
- الجذر التربيعي لحساب الصدق.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري.
- التكرارات والنسب المئوية.
- معامل ارتباط بيرسون.
- اختبار (ت) لدلالة الفروق T.Test.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه one way anova.
- اختبار كروسكال والس Kruskal Wallis Test؛ بديل تحليل التباين أحادي الاتجاه one way anova وهو مقياس لا معلمي لقياس الفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين.

أولاً . توصيف عينة البحث:

جدول (1)

يوضح الخصائص الديموجرافية لعينة البحث

النسبة	التكرار	الفئة	توصيف عينة الدراسة
57.1%	40	ذكر	النوع
42.9%	30	أنثى	
100%	70	الإجمالي	
25.7%	18	من 20 لأقل من 30 سنة	السن
28.6%	20	من 30 لأقل من 40 سنة	
45.7%	32	من 40 سنة فأكثر	
100%	70	الإجمالي	
4.3%	3	أقل من سنة	سنوات الخبرة
17.1%	12	من سنة إلى أقل من ثلاث سنوات	
78.6%	55	من ثلاث سنوات فأكثر	
100%	70	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق: أن عينة الدراسة الميدانية شملت جميع المتغيرات التي تمَّ في ضوئها جمع البيانات؛ حيث جاءت نسبة (الذكور) في الترتيب الأول بواقع 57.1%، ثم (الإناث) في الترتيب الثاني بنسبة 42.9% وذلك حسب متغير النوع، وفيما يتعلق بمتغير السن جاء الأفراد (من 40 سنة فأكثر) في الترتيب الأول بنسبة 45.7%، ثم (من 30 لأقل من 40 سنة) في الترتيب الثاني بنسبة 28.6%، ثم (من 20 لأقل من 30 سنة) بنسبة 25.7%، أمَّا عن متغير (سنوات الخبرة) ففي الترتيب الأول جاء الأفراد ذوي الخبرة (من ثلاث سنوات فأكثر) بنسبة 78.6%، ثم (من سنة إلى أقل من ثلاث سنوات) بنسبة 17.1%، ثم (أقل من سنة) بنسبة 4.3%.

ثانياً . النتائج العامة للبحث:

1- درجة اهتمام عينة البحث بمتابعة تطورات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم:

جدول (2)

استجابات عينة البحث لدرجة اهتمامهم بمتابعة تطورات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم

العينة الكلية							العبارات
درجة الاهتمام	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار				
			معارض	محايد	موافق		
كبيرة	1	0.56	2.66	3	18	49	الاهتمام بالموضوعات ذات الصلة بالذكاء الاصطناعي وتطوراتها
متوسطة	7	0.63	2.21	8	39	23	التواصل مع خبراء ومبرمجين في مجال الذكاء الاصطناعي لتدعيم معرفتي
كبيرة	3	0.71	2.39	9	25	36	الحرص على حضور ندوات أو محاضرات في مجال الذكاء الاصطناعي
متوسطة	6	0.69	2.24	10	33	27	المشاركة في إعداد وإنتاج محتوى صوتي أو مرئي أو مكتوب بواسطة الذكاء الاصطناعي
متوسطة	4	0.68	2.33	8	31	31	الاطلاع على الدراسات والبحوث العلمية ذات الصلة بتقنيات الذكاء الاصطناعي
متوسطة	5	0.67	2.30	8	33	29	توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال عملي
كبيرة	2	0.67	2.46	7	24	39	حضور دورات تدريبية في مجال الذكاء الاصطناعي لتطوير المهارات التقنية
متوسطة	7	0.63	2.21	8	39	23	استخدام تطبيقات الإعلام التفاعلي لإجراء نقاشات مع الآخرين حول الذكاء الاصطناعي
كبيرة		0.65	2.35	المتوسط والانحراف المعياري العام			

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية لدرجة اهتمام عينة البحث بمتابعة تطورات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم تراوحت ما بين (2.21 : 2.66)، حيث جاءت عبارة (الاهتمام بالموضوعات ذات الصلة بالذكاء الاصطناعي وتطوراتها) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (التواصل مع خبراء ومبرمجين في مجال الذكاء

الاصطناعي لتدعيم معرفتي، استخدام تطبيقات الإعلام التفاعلي لإجراء نقاشات مع الآخرين حول الذكاء الاصطناعي) في الترتيب الأخير.

وعكست درجة المتوسط الإجمالي والمقدر بـ (2.35) درجة اهتمام مرتفعة من قبل عموم عينة البحث بمتابعة تطورات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم.

ويمكن تفسير اهتمام عينة البحث بمتابعة تطورات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة والإفادة من مميزات الهائلة، فقد تساعد هذه التقنيات على فحص المعلومات بشكل سريع وموثوق، واكتشاف الأخبار الكاذبة؛ مما يساعد على تبصير المجتمع والرأي العام بالأخبار الصحيحة، وعدم الانسياق وراء الشائعات، وتحقيق المصلحة العامة، والحفاظ على قيم وثقافة المجتمع واستقراره.

كما توفر هذه التقنيات الكثير من المهام التي تساعد على التغطية الصحفية على نطاق واسع، وجمع المعلومات والأخبار من مصادر متعددة وبسرعة عالية، والكشف عن الأخبار الزائفة The Fake News مع توفير الوقت والجهد.

2- آليات متابعة عينة البحث لتطورات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم:

جدول (3)

استجابات عينة البحث لآليات متابعة تطورات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم

الترتيب	النسبة %	التكرار	الآليات
1	42.9	30	حضور الفعاليات، والمشاركة في النقاشات
4	32.9	23	التواصل مع خبراء ومبرمجين لتعزيز المعرفة
3	34.3	24	المشاركة في إنتاج محتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي
5	28.6	20	الاطلاع على البحوث والدراسات العلمية
4	32.9	23	أوظف الذكاء الاصطناعي في عملي الصحفي
4	32.9	23	حضور دورات تدريبية لتنمية المهارات التقنية
2	38.6	27	استخدام تطبيقات الإعلام التفاعلي في مناقشة الموضوعات ذات الصلة

(*) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=70)

يتضح من الجدول: أن آليات متابعة عينة البحث لتطورات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم تمثلت في (حضور الفعاليات، والمشاركة في النقاشات) في الترتيب الأول بنسبة 42.9%، ثم (استخدام تطبيقات الإعلام التفاعلي في مناقشة الموضوعات ذات الصلة) في الترتيب الثاني بنسبة 38.6%، بينما في الترتيب الأخير (الاطلاع على البحوث والدراسات العلمية) بنسبة 28.6%.

يمكن تفسير ذلك بأن المنفعة المدركة لتقنيات الذكاء الاصطناعي تؤدي إلى إيجاد نية سلوكية لدى الصحفيين عينة الدراسة لتوظيف هذه التقنيات في التحقق من الأخبار الرقمية، فمعظم عينة الدراسة لديهم استعداد لتبني الأفكار الجديدة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي؛ لما لها من مزايا مدركة وسهولة في الاستخدام.

3- مزايا استخدام عينة البحث لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية:

جدول (4)

استجابات عينة البحث لمزايا استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية

الترتيب	النسبة %	التكرار	المزايا
5	31.4	22	تسهل تقنيات الذكاء الاصطناعي في عرض الأخبار بموضوعية دون تحيز
3	41.4	29	توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي الإحصاءات والأدلة عند جمع المعلومات
6	25.7	18	تعرض تقنيات الذكاء الاصطناعي الأخبار والمعلومات بشكل متوازن دون تهويل أو تهوين
6	25.7	18	تبحث تقنيات الذكاء الاصطناعي عن الأخبار والمعلومات من مصادر موثوق منها
1	45.7	32	توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي الوقت والجهد والمال
6	25.7	18	تسهل تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحديد المحتوى الزائف والتحيز في الأخبار الرقمية
5	31.4	22	توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي مصادر متعددة للتأكد من مصداقية الأخبار الرقمية
2	44.3	31	تتعامل تقنيات الذكاء الاصطناعي مع قواعد بيانات ضخمة بسهولة ويسر
4	34.3	24	كشف التلاعب والتزييف سواء صور أو فيديوهات أو أخبار بشكل سريع وفعال

(*): بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=70)

يتضح من الجدول: أن المنفعة المتحققة من استخدام عينة البحث لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية تمثلت في كونها (توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي الوقت والجهد والمال) في الترتيب الأول بنسبة 45.7%، ثم (تتعامل تقنيات الذكاء الاصطناعي مع قواعد بيانات ضخمة بسهولة ويسر) في الترتيب الثاني بنسبة 44.3%، بينما في الترتيب الأخير (تعرض تقنيات الذكاء الاصطناعي الأخبار والمعلومات بشكل متوازن دون تهويل أو تهوين، تبحث تقنيات الذكاء الاصطناعي عن الأخبار

والمعلومات من مصادر موثوق منها، تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحديد المحتوى الزائف والتحيز في الأخبار الرقمية) بنسبة 25.7٪.

تتفق نتائج هذه الدراسة إلى حد ما مع نتائج دراسة عيسى عبد الباقي موسى؛ أحمد عادل عبد الفتاح (2020) (34) فقد أوضحت النتائج أن من أهم التأثيرات الإيجابية لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في غرف الأخبار أنها توفر بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين، وتعمل على تغيير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية، وفحص الحقائق بشكل سريع وموثوق.

4- تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة من قبل المبحوثين والتي تساعد على التحقق من الأخبار الرقمية:

جدول (5)

استجابات المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة والتي تساعد على التحقق من الأخبار الرقمية

الترتيب	النسبة %	التكرار	التقنيات
1	58.6	41	أ) الاستعانة بأدوات جوجل للتحقق من الأخبار ب) التحقق من مصداقية الصورة من خلال:
3	40	28	موقع Google Images
11	8.6	6	موقع izitru
10	10.0	7	موقع Tineye
7	15.7	11	تقنية Deepfake Detection
6	17.1	12	تقنية Google Reverse
5	18.6	13	تقنية Image Search
11	8.6	6	تقنية WeVerify
14	4.3	3	تقنية Truepic
13	5.7	4	تقنية Photo DNA
			ج) التحقق من مصداقية الفيديو من خلال:
6	17.1	12	تطبيق inVid
9	11.4	8	موقع Youtube Data Viewer
8	12.9	9	تقنية Deepfake Detection
10	10.0	7	تقنية Google Reverse
12	7.1	5	تقنية WeVerify
14	4.3	3	تقنية Truepic
2	42.9	30	د) نسخ فقرة من النص المقتبس على إحدى محركات البحث لمعرفة مصدره
8	12.9	9	ذ) استخدام تطبيقات الإعلام التفاعلي لأجراء نقاشات حول موضوع ما مع الآخرين
9	11.4	8	ر) استخدام بعض البرامج لرصد تفاعلات الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	النسبة %	التكرار	التقنيات
11	8.6	6	ن استخدام Fire Eye لاكتشاف الهجمات السيبرانية والتحذير منها
12	7.1	5	س) تقنية Crowd Strike لمراقبة وحماية الأجهزة والشبكات من التهديدات المحتملة
10	10	7	ش) تقنية Factmata لتحليل وتقييم المحتوى للكشف عن الأخبار الزائفة والتحيزات
14	4.3	3	ص) برنامج بوت سلاير برنامج يعمل على مسح وكشف حسابات تويتر الوهمية
4	31.4	22	ض) استخدام تقنية Google Earth للتأكد من موقع جغرافي

(*) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=70)

يتضح من الجدول: أن تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة من قبل المبحوثين والتي تساعد على التحقق من الأخبار الرقمية تمثلت في (الاستعانة بأدوات جوجل للتحقق من الأخبار) في الترتيب الأول بنسبة 58.6%، ثم (نسخ فقرة من النص المقتبس على إحدى محركات البحث لمعرفة مصدره) في الترتيب الثاني بنسبة 42.9%، بينما في الترتيب الأخير جاءت (تقنية Truepic، وبرنامج بوت سلاير الذي يعمل على مسح وكشف حسابات تويتر الوهمية) بنسبة 4.3%.

تختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Emad E, Kinda A, Feras (2024) Hanandeh, Alaa E (35) والتي أوضحت أن تقنية (Random Forest (RF و CatBoost و XG Boost من بين أفضل الخوارزميات أداءً عند تطبيقها لكشف الأخبار الزائفة.

نستنتج من بيانات الجدول المبين أعلاه وجود تعدد وتنوع في تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة من قبل المبحوثين، والتي تساعد على التحقق من الأخبار الرقمية، والتي من خلالها يستطيع المبحوث التحقق من الأخبار الرقمية المتداولة خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، والإلمام بأكبر قدر ممكن من المعلومات التي تساعده على اتخاذ القرار بشأن الموضوعات المختلفة.

5- الممارسات اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (6)

استجابات المبحوثين للممارسات اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية

الترتيب	النسبة %	التكرار	الممارسات
1	58.6	41	تأهيل العنصر البشري للتعامل مع تطبيقات كشف الأخبار الزائفة
2	42.9	30	تواصل الصحفيين مع خبراء ومبرمجين لتقنيات الذكاء الاصطناعي لتدعيم معرفتهم
4	40	28	عدم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بطريقة تؤدي إلى انتهاك الخصوصية الشخصية
3	41.4	29	فهم قوانين حقوق الطبع والنشر والتراخيص لتجنب التعرض لمشكلات قانونية تتعلق بالملكية الفكرية
5	37.1	26	إفادة الصحفيين من خبرات المواقع الإلكترونية العالمية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
7	34.3	24	الالتزام بالمبادئ الأخلاقية وبالقوانين المتعلقة بالذكاء الاصطناعي وحماية البيانات
8	24.3	17	الوعي بالتحيزات المحتملة في المعلومات التي تم جمعها بواسطة الذكاء الاصطناعي لتحقيق الموضوعية
9	21.4	15	المشاركة في المناقشات والمنتديات وغرف الدردشة واستطلاعات الرأي حول تقنيات الذكاء الاصطناعي
6	35.7	25	التدريب الرقمي المستمر للصحفيين لتدعيم مهاراتهم التقنية
7	34.3	24	وجود فريق عمل متخصص للتحقق من الأخبار الزائفة في المؤسسة الصحفية

(*) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=70)

يتضح من الجدول: أن الممارسات اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية من وجهة نظر المبحوثين تمثلت في: (تأهيل العنصر البشري للتعامل مع تطبيقات كشف الأخبار الزائفة) في الترتيب الأول بنسبة 58.6%، ثم (تواصل الصحفيين مع خبراء ومبرمجين لتقنيات الذكاء الاصطناعي لتدعيم معرفتهم) في الترتيب الثاني بنسبة 42.9%، بينما في الترتيب الأخير (المشاركة في المناقشات والمنتديات وغرف الدردشة واستطلاعات الرأي حول تقنيات الذكاء الاصطناعي) بنسبة 21.4%.

يمكن تفسير ذلك بأن توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية مجال حديث نسبياً في استخدامه، وعليه يجب على الصحفي أن يواكب التطورات التكنولوجية الحديثة وكل ما هو جديد في مجال عمله، فيجب تأهيل العنصر البشري للإفادة من إيجابيات هذه التكنولوجيا في تطوير المضمون الإعلامي، والتغلب على التأثيرات السلبية لهذه التقنيات.

6- أبرز المعوقات التي تحول دون توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية:

جدول (7)

استجابات الباحثين لأبرز المعوقات التي تحول دون توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية

الترتيب	النسبة %	التكرار	المعوقات
2	35.7	25	التكلفة المادية المرتفعة لتلك التقنيات
2	35.7	25	نقص كفاءة العناصر البشرية
1	37.1	26	عدم الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي وأهميتها
3	32.9	23	عدم توافر تشريعات قانونية لتنظيم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
5	28.6	20	نقص مصداقية تلك التقنيات: نظراً لصعوبة إدراكها لأبعاد الأحداث ودلالاتها
4	31.4	22	عدم مراعاة المواثيق الأخلاقية بشكل كاف
7	25.7	18	انتهاك الخصوصية وتتبع وتحليل البيانات الشخصية
8	20	14	قد تشمل البيانات التي تم جمعها بواسطة الذكاء الاصطناعي على تحيزات ضمنية
6	27.1	19	التزييف العميق للصور والفيديوهات ومقاطع الصوت بواسطة بعض التطبيقات المتطورة التي تساعد على ذلك
1	37.1	26	تحتاج بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي لاشتراك
6	27.1	19	قد يحدث في بعض الأحيان صعوبة في الكشف عن صحة صورة أو فيديو
1	37.1	26	تحتاج تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى تدريب لفهم كيفية التعامل معها

(*) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل (ن=70)

يتضح من الجدول: أن أبرز المعوقات التي تحول دون توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية تمثلت في: (عدم الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي وأهميتها- تحتاج بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي لاشتراك- تحتاج تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى تدريب لفهم كيفية التعامل معها) في الترتيب الأول بنسبة 37.1%، ثم (التكلفة المادية المرتفعة لتلك التقنيات- نقص كفاءة العناصر البشرية) في

الترتيب الثاني بنسبة 35.7%، بينما في الترتيب الأخير (قد تشمل البيانات التي تم جمعها بواسطة الذكاء الاصطناعي على تحيزات ضمنية) بنسبة 20%.

قد يكون هذا راجع إلى عدة أسباب، منها: حداثة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وإغفال بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية استخدامات الذكاء الاصطناعي والثبات على الأدوار التقليدية، ونقص الميزانيات المخصصة للبنية التحتية والتدريب.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة شيرين البحيري (2022)⁽³⁶⁾ والتي توصلت إلى أن التحديات التي تواجه تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة والإعلام بالصحف المصرية كانت مرتفعةً متمثلة في: "قصور في البرامج التدريبية المرتبطة بهذه التقنيات، وتكلفتها المرتفعة، والمحتوى الصحفي الناتج من تطبيق هذه التقنيات يتصف بالجمود ولا يراعي النواحي الإنسانية، بالإضافة إلى ضعف قدرة بعض الصحفيين للتعامل مع هذه التقنيات، وضعف دافعية بعضهم نحوها".

كما تتفق نتائج هذه الدراسة إلى حد ما مع نتائج دراسة فتحى إبراهيم إسماعيل (2022)⁽³⁷⁾ والتي أشارت إلى أن التحديات التي تواجه الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تتمثل في: إغفال بعض المواقع الإلكترونية استخدامات الذكاء الاصطناعي والثبات على الأدوار التقليدية، وتزايد مشكلات قرصنة المعلومات، ونقص الميزانيات المخصصة للبنية التحتية والتدريب، وعدم وجود أخلاقيات محددة لصحافة الذكاء الاصطناعي.

7- أشكال تفاعل المبحوثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي للتحقق من الأخبار الرقمية:

جدول (8)

استجابات المبحوثين لأشكال تفاعلهم مع تقنيات الذكاء الاصطناعي للتحقق من الأخبار الرقمية

العينة الكلية				التكرار			العبارات
درجة التفاعل	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
				معارض	محايد	موافق	
متوسطة	8	0.62	2.19	8	41	21	نقد وتحليل ما ينشر من أخبار وصور وفيديوهات بواسطة الذكاء الاصطناعي
متوسطة	2	0.61	2.33	5	37	28	البحث عن الموضوعات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي عبر مواقع الإنترنت
كبيرة	1	0.63	2.47	5	27	38	التدريب على التقنيات والمهارات التي يوفرها الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام
متوسطة	5	0.67	2.26	9	34	27	الوصول والتعمق حول الموضوعات والأخبار المنشورة من خلال التنقل عبر الروابط النصية
متوسطة	14	0.73	1.99	19	33	18	استخدم الذكاء الاصطناعي بانتظام كأداة رئيسة للتحقق من الأخبار
متوسطة	12	0.66	2.03	14	40	16	إجراء حوارات وتحقيقات صحفية مع متخصصين في مجال الذكاء الاصطناعي
متوسطة	4	0.59	2.27	5	41	24	تبادل الآراء والأفكار مع الآخرين حول موضوعات الذكاء الاصطناعي
متوسطة	6	0.69	2.24	10	33	27	أستعرض الملفات المصورة ومقاطع الفيديو والمسامع الصوتية ذات الصلة بالذكاء الاصطناعي
متوسطة	11	0.73	2.10	15	33	22	الوصول إلى التسجيلات الحية ولقطات الفيديو للتأكد من مدى صحة الأخبار
متوسطة	13	0.69	2.01	16	37	17	نشر مصادر معلومات عن الذكاء الاصطناعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
متوسطة	3	0.67	2.31	8	32	30	أستعين بتقنيات الذكاء الاصطناعي في بعض المواقف، إلى جانب وسائل التحقق التقليدية
متوسطة	9	0.67	2.16	11	37	22	أستخدمه أولاً، ثم أقيم مدى دقته وفائدته في عملي الصحفي
متوسطة	7	0.70	2.21	11	33	26	أستخدمه بحذر نظراً للتحديات المرتبطة بدقته وموثوقيته
متوسطة	10	0.68	2.13	12	37	21	أفضل الطرق التقليدية للتحقق من الأخبار وأرى أنها أكثر موثوقية
متوسطة		0.66	2.19	المتوسط والانحراف المعياري العام			

يتضح من الجدول أن المتوسطات الحسابية لأشكال تفاعل المبحوثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي للتحقق من الأخبار الرقمية تراوحت ما بين (1.99 : 2.47)، حيث جاءت عبارة (التدريب على التقنيات والمهارات التي يوفرها الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام) في الترتيب الأول، فيما جاءت عبارة (استخدم الذكاء الاصطناعي بانتظام كأداة رئيسة للتحقق من الأخبار) في الترتيب الأخير.

وعكست درجة المتوسط الإجمالي والمقدر بـ (2.19) تفاعل المبحوثين بدرجة متوسطة أقرب للكبيرة مع تقنيات الذكاء الاصطناعي للتحقق من الأخبار الرقمية.

نستنتج من نتائج الجدول السابق وجود تفاوت نسبي بين أفراد العينة في أشكال التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي للتحقق من الأخبار الرقمية، وهذا راجع إلى اختلاف ميولهم، واهتماماتهم، وأنماط التصفح، وطريقة التفاعل مع هذه التقنيات، كما أن هذا التفاوت يجعل هناك اختلافاً في معدل اكتساب المهارات التقنية المختلفة.

8- التكرار والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لمقياس اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية: جدول (9)

استجابات عينة البحث لمقياس اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية

العينة الكلية				التكرار			العبارات
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض	محايد	موافق	
متوسطة	21	0.65	2.11	11	40	19	تقنيات الذكاء الاصطناعي تقلل التحيز عند معالجة الموضوعات
متوسطة	18	0.60	2.30	5	39	26	يساعد الذكاء الاصطناعي في كشف الأخطاء والتضليل بالأخبار الرقمية
كبيرة	6	0.61	2.56	4	23	43	يعتمد الذكاء الاصطناعي على مصادر متعددة للتحقق من الأخبار
كبيرة	5	0.56	2.56	2	27	41	يسهم الذكاء الاصطناعي في تطوير مهارات الصحفيين لكشف الأخبار الزائفة
كبيرة	11	0.58	2.44	3	33	34	تقنيات الذكاء الاصطناعي تعزز مراجعة البيانات والإحصاءات والصور بدقة
كبيرة	4	0.53	2.56	1	29	40	يسرع الذكاء الاصطناعي إنجاز المهام المعقدة بجدوة عالية
كبيرة	15	0.64	2.37	6	32	32	عرضة الذكاء الاصطناعي لاختراق البيانات بشكل تحدياً أمنياً
كبيرة	10	0.56	2.47	2	33	35	بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي تتجاوز المعايير المهنية
كبيرة	14	0.65	2.40	6	30	34	غياب المساءلة القانونية عن أخطاء صحافة الذكاء الاصطناعي يشكل تحدياً
كبيرة	2	0.52	2.60	1	26	43	تحتاج مضامين الذكاء الاصطناعي إلى مراجعة المختصين لضمان دقتها
كبيرة	1	0.59	2.43	البعد المعرفي			
متوسطة	24	0.73	1.81	26	31	13	لا أفضل استخدام الذكاء الاصطناعي لأنه يسبب أخطاء متكررة في المحتوى الألي
كبيرة	7	0.56	2.51	2	30	38	أنتبه لمحتوى الذكاء الاصطناعي فقد يكون غير دقيق ومتحيز وفق قيم مصمميته
متوسطة	19	0.67	2.20	10	36	24	انخفاض ثقة الجمهور في المضمون المقدم عبر الذكاء الاصطناعي
كبيرة	16	0.75	2.37	11	22	37	أقتنع بالطرق التقليدية فقط للتأكد

العينة الكلية				التكرار			العبارات
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط				
							من مصداقية المعلومات المنشورة
كبيرة	2	0.52	2.60	1	26	43	أستمتع بقراءة معلومات عن الذكاء الاصطناعي
كبيرة	1	0.53	2.69	2	18	50	أفضل الذكاء الاصطناعي لمواكبة التطور التكنولوجي
كبيرة	9	0.68	2.49	7	22	41	أرغب في استخدام الذكاء الاصطناعي للتحقق من الأخبار الرقمية
متوسطة	20	0.64	2.13	10	41	19	يسهم الذكاء الاصطناعي في تعزيز ثقة الجمهور بالمحتوى الإخباري
كبيرة	2	0.63	2.35	البعد الوجداني			
متوسطة	22	0.76	2.06	18	30	22	صعوبة التحقق من المعلومات بالذكاء الاصطناعي مما يؤدي إلى نتائج مضللة
كبيرة	3	0.58	2.57	3	24	43	أتحقق من محتوى الذكاء الاصطناعي لضمان دقته
متوسطة	23	0.70	2.03	16	36	18	استخدام الذكاء الاصطناعي لا يساعدني في تمييز المعلومات الخاطئة بفاعلية
كبيرة	13	0.60	2.41	4	33	33	يواجه الصحفيون صعوبة في استخدام الذكاء الاصطناعي للتحقق من الأخبار
كبيرة	12	0.67	2.44	7	25	38	أسعى لتنظيم دورات تدريبية للصحفيين حول الذكاء الاصطناعي
كبيرة	8	0.61	2.49	4	28	38	أشارك في حضور دورات حول موضوعات الذكاء الاصطناعي
متوسطة	17	0.58	2.33	4	39	27	استخدم الذكاء الاصطناعي في البحث العميق وربط الأحداث لكشف الحقائق
كبيرة	13	0.60	2.41	4	33	33	تحميل وحفظ المضامين والصور والفيديوهات ذات الصلة بالذكاء الاصطناعي
كبيرة	3	0.63	2.34	البعد السلوكي			
كبيرة		0.61	2.36	المتوسط والانحراف المعياري العام			

يتضح من الجدول أن المتوسطات الحسابية لمقياس اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية تراوحت ما بين (2.69: 1.81)؛ حيث جاءت عبارة (أفضل الذكاء الاصطناعي لمواكبة التطور

التكنولوجي) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (لا أفضل استخدام الذكاء الاصطناعي لأنه يسبب أخطاءً متكررة في المحتوى الآلي) في الترتيب الأخير.

وعكس المتوسط الإجمالي والمقدر بـ (2.36) اتجاهات إيجابيةً بدرجة كبيرة من قبل عموم العينة من الصحفيين المصريين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية.

وعلى صعيد الأبعاد؛ جاء البعد المعرفي في الترتيب الأول من بين أبعاد مقياس الاتجاه بمتوسط (2.43)، ثم البعد الوجداني بمتوسط (2.35)، وأخيراً البعد السلوكي بمتوسط (2.34).

نستنتج من نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى معرفة عينة البحث بتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى الاتجاه نحو تطبيق هذه التقنيات في التحقق من الأخبار الرقمية.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة شيرين البحيري (2022) (38) والتي أظهرت أن اتجاهات المبحوثين نحو استخدام التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي في الصحافة (Robot Journalism) لإنتاج المحتويات الصحفية بالصحف المصرية مرتفعة، وأكدت الدراسة أيضاً على أهمية هذه التقنيات بالمؤسسات الصحفية في القيام بالتحقيب عن البيانات، واستخراجها والتدقيق فيها، وإنتاج القصص والرسومات البيانية، وتحليل البيانات الضخمة.

ثالثاً . نتائج اختبار فروض الدراسة الميدانية: التحقق من الفرض الأول:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية والمزايا المتوقعة من تطبيقه.

جدول (10)

معاملات الارتباط بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية والمزايا المتوقعة من تطبيقه

المزايا المتوقعة من تطبيقه			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	**0.41	المكون المعرفي
دال إحصائياً	0.01	**0.39	المكون الوجداني
دال إحصائياً	0.01	**0.35	المكون السلوكي
دال إحصائياً	0.01	**0.45	اتجاهات المبحوثين ككل

يتبين من الجدول:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية والمزايا المتوقعة من تطبيقه؛ بمعنى أنه كلما كانت المزايا المتوقعة من تطبيق الذكاء الاصطناعي مرتفعة كلما أسهم ذلك في زيادة اتجاهات المبحوثين الإيجابية نحو توظيفه في التحقق من الأخبار الرقمية.

يمكن تفسير ذلك بأن المزايا المدركة لتقنيات الذكاء الاصطناعي تؤدي إلى إيجاد نية سلوكية لدى الصحفيين عينة الدراسة لتوظيف هذه التقنيات في التحقق من الأخبار الرقمية؛ مما ينتج عنه تحسين جودة الأداء وتوفير الوقت والجهد.

التحقق من الفرض الثاني:

• توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية واهتمامهم بمتابعة تطوراتها.

جدول (11)

معاملات الارتباط بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية واهتمامهم بمتابعة تطوراتها

اهتمامهم بمتابعة تطوراتها			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائيا	0.01	0.45**	المكون المعرفي
دال إحصائيا	0.01	0.33**	المكون الوجداني
دال إحصائيا	0.01	0.39**	المكون السلوكي
دال إحصائيا	0.01	0.48**	اتجاهات المبحوثين ككل

يتبين من الجدول:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية واهتمامهم بمتابعة تطوراتها؛ بمعنى أنه كلما كانت توجهات المبحوثين إيجابية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي كلما أسهم ذلك في زيادة درجة اهتمامهم بمتابعة تطوراتها. التحقق من الفرض الثالث:

• توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية وتوافر الممارسات اللازمة لتطبيقه.

جدول (12)

معاملات الارتباط بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية وتوافر الممارسات اللازمة لتطبيقه

توافر الممارسات اللازمة لتطبيقه			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائيا	0.01	0.16**	المكون المعرفي
دال إحصائيا	0.01	0.13**	المكون الوجداني
دال إحصائيا	0.01	0.13**	المكون السلوكي
دال إحصائيا	0.01	0.14**	اتجاهات المبحوثين ككل

يتبين من الجدول:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية وتوافر الممارسات اللازمة لتطبيقه؛ بمعنى أنه كلما كانت توجهات المبحوثين إيجابية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي كلما أسهم ذلك في زيادة الممارسات اللازمة لتطبيقه.

التحقق من الفرض الرابع:

• توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية والمعوقات التي تحول دون توظيفه.

جدول (13)

معاملات الارتباط بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية والمعوقات التي تحول دون توظيفه

المعوقات التي تحول دون توظيفه			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائيا	0.05	-0.11*	المكون المعرفي
دال إحصائيا	0.01	-0.10*	المكون الوجداني
دال إحصائيا	0.01	-0.10*	المكون السلوكي
دال إحصائيا	0.05	-0.11*	اتجاهات المبحوثين ككل

يتبين من الجدول:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية عكسية سالبة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية والمعوقات التي تحول دون توظيفه؛ بمعنى أنه كلما كانت توجهات المبحوثين إيجابية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي كلما قلَّت المعوقات التي تحول دون توظيفه من وجهة نظرهم.

التحقق من الفرض الخامس:

• توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية ومستوى تفاعلهم معه.

جدول (14)

معاملات الارتباط بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية ومستوى تفاعلهم معه

مستوى تفاعلهم معه			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائيا	0.01	0.50**	المكون المعرفي
دال إحصائيا	0.01	0.47**	المكون الوجداني
دال إحصائيا	0.01	0.36**	المكون السلوكي
دال إحصائيا	0.01	0.56**	اتجاهات المبحوثين ككل

يتبين من الجدول:

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية ومستوى تفاعلهم معه؛ بمعنى أنه كلما كانت توجهات المبحوثين إيجابية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي كلما أسهم ذلك في زيادة ودرجة التفاعل مع هذه التقنيات والتحقق من الأخبار الرقمية من خلالها.

التحقق من الفرض السادس:

• توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحفيين المصريين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية وفقا لمتغيرات (النوع، السن، سنوات الخبرة).

(أ) الفروق وفق النوع:

جدول (15)

دلالة الفروق بين الصحفيين المصريين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية حسب متغير (النوع)

المتغيرات	ذكور		إناث		قيمة (ت)	نوع الدلالة	لصالح
	ع	م	ع	م			
اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية	7.16	62.87	7.20	60.63	1.26	غير دال	-

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الصحفيين المصريين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو
توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية حسب متغير (النوع).
تشير نتائج الجدول المبين أعلاه إلى سهولة وبساطة التفاعل مع تقنيات الذكاء
الاصطناعي، وتوفرها لمزايا متعددة تلائم كافة المستخدمين من الذكور والإناث.
(ب) الفروق وفق السن:

جدول (16)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين الصحفيين المصريين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء
الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية حسب متغير (السن)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية	بين المجموعات	17.87	2	8.936	0.168	غير دال
	داخل المجموعات	3573.16	67	53.33		

يتضح من الجدول:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الصحفيين المصريين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو
توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية حسب متغير (السن).
تشير نتائج الجدول المبين أعلاه إلى سهولة تفاعل أفراد العينة بمختلف أعمارهم مع
تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تلبّي ميولهم واهتماماتهم.
(ج) الفروق وفق سنوات الخبرة:

لحساب دلالة الفروق وفق متغير سنوات الخبرة تم استخدام "اختبار كروسكال
واليس" Kruskal-Wallis بدلاً عن تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA،
وذلك نظراً لعدم تكافؤ فئات متغير سنوات الخبرة، وذلك كما يتضح من خلال الجدول
التالي:

جدول (17)

نتائج اختبار كروسكال واليس للفروق بين الصحفيين المصريين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية حسب متغير (سنوات الخبرة)

المتغيرات	سنوات الخبرة	العدد	متوسط الرتب	قيمة كا ²	الدلالة
اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية	أقل من سنة	3	28.17	1.53	غير دال
	من سنة إلى أقل من ثلاث سنوات	12	41.46		
	من ثلاث سنوات فأكثر	55	34.60		

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الصحفيين المصريين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية حسب متغير (سنوات الخبرة). تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى إفادة غالبية عينة الدراسة من تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ نظراً لمميزاتها المتعددة والمهارات التقنية التي تقدمها لهم.

النتائج العامة للدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- تمثلت آليات متابعة عينة البحث لتطورات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم في (حضور الفعاليات، والمشاركة في النقاشات) في الترتيب الأول بنسبة 42.9%، ثم استخدام تطبيقات الإعلام التفاعلي في مناقشة الموضوعات ذات الصلة) في الترتيب الثاني بنسبة 38.6%، بينما في الترتيب الأخير (الاطلاع على البحوث والدراسات العلمية) بنسبة 28.6%.

- أشارت النتائج إلى أن المنفعة المتحققة من استخدام عينة البحث لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية تمثلت في كونها (توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي الوقت والجهد والمال) في الترتيب الأول بنسبة 45.7%، ثم (تتعامل تقنيات الذكاء الاصطناعي مع قواعد بيانات ضخمة بسهولة ويسر) في الترتيب الثاني بنسبة 44.3%، بينما في الترتيب الأخير (تعرض تقنيات الذكاء الاصطناعي الأخبار والمعلومات بشكل متوازن دون تهويل أو تهوين، تبحث تقنيات الذكاء الاصطناعي عن الأخبار والمعلومات من مصادر موثوق منها، تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحديد المحتوى الزائف والتحيز في الأخبار الرقمية) بنسبة 25.7%.

- أوضحت النتائجُ أن تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة من قبل الباحثين والتي تساعد على التحقق من الأخبار الرقمية تمثّلت في: (الاستعانة بأدوات جوجل للتحقق من الأخبار) في الترتيب الأول بنسبة 58.6%، ثم (نسخ فقرة من النصّ المقتبس على إحدى محركات البحث لمعرفة مصدره) في الترتيب الثاني بنسبة 42.9%، بينما في الترتيب الأخير جاءت (تقنية Truepic، وبرنامج بوت سلاير الذي يعمل على مسح وكشف حسابات تويتر الوهمية) بنسبة 4.3%.

- أكدت النتائجُ على أن الممارسات اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية من وجهة نظر الباحثين تمثّلت في: (تأهيل العنصر البشري للتعامل مع تطبيقات كشف الأخبار الزائفة) في الترتيب الأول بنسبة 58.6%، ثم (تواصل الصحفيين مع خبراء ومبرمجين لتقنيات الذكاء الاصطناعي لتدعيم معرفتهم) في الترتيب الثاني بنسبة 42.9%، بينما في الترتيب الأخير (المشاركة في المناقشات والمنتديات وغرف الدردشة واستطلاعات الرأي حول تقنيات الذكاء الاصطناعي) بنسبة 21.4%.

- أظهرت النتائجُ أن أبرز المعوقات التي تحول دون توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية تمثّلت في: (عدم الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي وأهميتها- تحتاج بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي لاشتراك- تحتاج تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى تدريب لفهم كيفية التعامل معها) في الترتيب الأول بنسبة 37.1%، ثم (التكلفة المادية المرتفعة لتلك التقنيات- نقص كفاءة العناصر البشرية) في الترتيب الثاني بنسبة 35.7%، بينما في الترتيب الأخير (قد تشمل البيانات التي تمّ جمعها بواسطة الذكاء الاصطناعي على تحيزات ضمنية) بنسبة 20%.

- بينت النتائجُ وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الباحثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية والمزايا المتوقعة من تطبيقه.

- أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الباحثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية واهتمامهم بمتابعة تطوراتها.

- بينت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الباحثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية ومستوى تفاعلهم معه.

- أوضحت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحفيين المصريين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية وفق متغيرات (النوع، السن، سنوات الخبرة).

توصيات الدراسة:

من خلال استعراض النتائج التي توصلت إليها الدراسة، توصي الباحثة بمجموعة التوصيات التالية:

- ضرورة إفادة المؤسسات الإعلامية المصرية من تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الرقمية، ومحاولة التغلب على الصعوبات التي تقف عائقاً أمام تطبيق ذلك.

- عقد ورش عمل من قبل متخصصين ومبرمجين في مجال الذكاء الاصطناعي؛ بهدف تدريب الصحفيين على هذه التقنيات، وإكسابهم المهارات والممارسات التي تساعد على التحقق من الأخبار الرقمية.

- التعاون بين الصحفيين والباحثين والخبراء والمبرمجين من أجل تطوير تقنيات فعّالة للتحقق من الأخبار والمعلومات الرقمية.

- ضرورة إعطاء معلومات عن تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تُستخدم لصنع الأخبار المزيفة، من خلال وسائل الاتصال الجماهيري لزيادة وعي الجمهور بها ومنع أي محاولة للتأثير عليهم.

- ضرورة وضع قوانين وتشريعات تنظم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وضرورة وعي الصحفيين بأخلاقيات التعامل مع هذه التقنيات.

المراجع:

- 1- سالي أسامة شحاته: "الذكاء الاصطناعي والتقنيات والأدوات الرقمية المتخصصة في الكشف عن الأخبار الزائفة"، **مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية**، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، المجلد 3، العدد 2، يونيو، 2023، ص174.
- 2- محمد ضويفي: "تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام، بين تعزيز المصداقية وتنامي الأخبار الزائفة"، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية**، المجلد (12)، العدد (3)، سبتمبر، 2024، ص4.
- 3- هالة أحمد الحسيني، دعاء هشام جمعة: "تقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على محتوى الرسالة الإعلامية بمواقع الصحف الأجنبية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثالث، العدد (80)، (الجزء الثاني)، يوليو، 2022، ص 1502.
- 4- إنجي بهجت جمال: "اتجاهات الأكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال كشف الأخبار الزائفة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد السبعون، ج (2)، أبريل، 2024، ص1073.
- 5- Emad E. Abdallah, Kinda A. Magableh , Feras Hanandeh , Alaa Eddien Abdallah : "Investigating the Efficacy of Artificial Intelligence and Natural Language Processing for Fake News Detection", **5TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON COMMUNICATION ENGINEERING AND COMPUTER SCIENCE (CIC-COCOS'24)**, (2024) , paper.1536, Available at :https://www.researchgate.net/publication/383138030_Investigating_the_Efficacy_of_Artificial_Intelligence_and_Natural_Language_Processing_for_Fake_News_Detection.
- 6- إنجي بهجت جمال، مرجع سابق.
- 7- محمد ضويفي، مرجع سابق، صص 115-153.
- 8- Berrondo-Otermin, M.; Sarasa-Cabezuelo, A.: "Application of artificial intelligence techniques to detect fake news: A review", **Department of Computer Systems and Computing, School of Computer Science, Complutense University of Madrid, Spain**, (2023). Available at: <https://www.mdpi.com/2079-9292/12/24/5041>.
- 9- سالي أسامة شحاته، مرجع سابق.
- 10- فتحي إبراهيم إسماعيل: "اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم- مصراوي- القاهرة 24، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الحادي والعشرون- العدد الرابع (الجزء الأول) أكتوبر/ ديسمبر، 2022.
- 11- شيرين البحيري: "اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي (Robot Journalism) في إنتاج المحتوى الصحفي بالصحف المصرية"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، العدد الرابع والعشرين (الجزء الأول)، يوليو، 2022، صص 146، 147.
- 12- S Nazar and M R Bustam: "Artificial Intelligence and New Level of Fake News", **IOP Conference Series Materials Science and Engineering**, (2020). Available at: https://www.researchgate.net/publication/343511373_Artificial_Intelligence_and_New_Level_of_Fake_News.
- 13- Jeannette Paschen, "Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions", **Journal of Product & Brand Management**, Volume 29 · Number 2 · (2020), p-p 223–233, Available at: <https://bit.ly/3ibQ8km>.

- 14- عيسى عبد الباقي موسى، أحمد عادل عبد الفتاح: "اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية: دراسة تطبيقية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد (19)، العدد (1)، يناير، 2020.
- 15- Waleed Alli & Mohamed Hassoun: "Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities", *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJMJC)*. Vol. 5. Issue. 1. (2019), pp. 40:49.
- 16- عيسى عبد الباقي موسى، أحمد عادل عبد الفتاح، مرجع سابق، ص4.
- 17- حسين صديق: "الاتجاهات من منظور علم الاجتماع"، *مجلة جامعة دمشق*، المجلد (28)، العدد 4+3، 2012، ص ص301-303.
- 18- هالة أحمد الحسيني، دعاء هشام جمعة، مرجع سابق، ص ص 1504، 1505.
- 19- شيرين البحيري، مرجع سابق، ص143.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. User Acceptance of - 69 Information Technology: Toward a Unified View". *MIS Quarterly*, vol.27, 2009. pp.425-478.
- 20- عيسى عبد الباقي موسى، أحمد عادل عبد الفتاح، مرجع سابق، ص14.
- Davis FD: User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts, *International Journal of Man-Machine Studies*, vol, 38, (1993), p.475– 487.
- 21- مي مصطفى عبد الرازق: تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.. الواقع والتطورات المستقبلية.. دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد (81)، (الجزء الأول) أكتوبر، 2022، ص ص 20 - 60.
- Benjamin K Sovacool & David J Hess, —Ordering Theories: Typologies and Conceptual Frameworks for Socio Technical Changel, *Social Studies of Science*, Vol. 47(5) 2017, P.P 703 –750.
- 22- أسامة السيد عبد العزيز، مروة رضوان إبراهيم: الأثر المجتمعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة- دراسة تحليلية من المستوى الثاني، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 80 يوليو- سبتمبر (الجزء الثاني)، 2022، ص1916.
- 23- سيف يوسف السويدي، ماجد بن محمد الجهني: نموذج الذكاء الاصطناعي Chat GPT وحوار افتراضي حول البناء الشخصي وتطوير الذات، (تركيبا: دار الأصالة للنشر والتوزيع)، 2023، ص26.
- 24- سالي أسامة شحاته، مرجع سابق، ص178.
- 25- محمد ضويفي، مرجع سابق، ص ص 11- 16.
- 26- Santosh Kumar Biswal: " Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane " *Springer Nature Singapore*, (2020).
- 27- Waleed Alli & Mohamed Hassoun. *Op.cit*, pp. 40:49.
- 28- Yair Galily: "Artificial intelligence and sports journalism: Is it a sweeping change? *Technology in Society* 54, (2018), PP.47-51.
- 29- Jaemin Jung: " Intrusion of software robots into journalism: The public's and journalists' perceptions of news written by algorithms and human journalists" *Computers in Human Behavior* 71, (2017), 291-298.
- 30- سالي أسامة شحاته، مرجع سابق، ص179.
- 31- أدوات وتطبيقات ذكاء اصطناعي مهمة لتعزيز كفاءة الصحفيين، الرابط: <https://ijnet.org/ar/story/%D8%>
- 32- شيرين البحيري، مرجع سابق، ص ص 146، 147.

33- الذكاء الاصطناعي في الإعلام: الاتفاقيات الدولية ودور الصحفيين في ظل تطور أدوات الذكاء

الاصطناعي، الرابط: <https://irtvu.co/article.php?id=376332>

34- عيسى عبدالباقي موسى ، أحمد عادل عبدالفتاح ، مرجع سابق.

35-Emad E. Abdallah , Kinda A. Magableh , Feras Hanandeh , Alaa Eddien Abdallah , **Op.cit.**

36- شيرين البحيري، مرجع سابق، ص ص 146، 147.

37- فتحي إبراهيم إسماعيل، مرجع سابق.

38- شيرين البحيري، مرجع سابق، ص ص 146، 147.

References

- Shehata, S. (2023). "aldhaka' alaistinaeiu waltiqniaat wal'adawat alraqamiat almutakhasiat fi alkashf ean al'akhbar alzaayifati", majalat raqminat lildirasat al'ielamiat walaitisaliati, jamieat Aljazayar3, kuliyyat eulum al'ielam walaitisali, 2(6).
- Dhuwaifi, M. (2024). "tathir aistikhdam aldhaka' alaistinaeii ealaa sinaeat al'ielami, bayn taeziz almisdaqiat watanami al'akhbar alzaayifati", majalat alhikmat lildirasat al'ielamiat walaitisaliati, 3(1).
- Alhusayni, H. (2022). "taqniaat aldhaka' alaistinaeii waineikasatiha ealaa muhtawaa alrisalat al'ielamiat bimawaqie alsuhuf al'ajabiati", almajalat almisriat libuhuth al'ielami, jamieat Alqahira, kuliyyat al'ielami, 80(2).
- Jamal, E. (2024). "aitijahat al'akadimiyyin walmihniyyin nahw tatbiq taqniaat aldhaka' alaistinaeii fi majal kashf al'akhbar alzaayifat bialmawaqie al'iikhbariat altifizyuniati", majalat albuuhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyyat al'ielami, 7(1).
- Emad E. Abdallah, Kinda A. Magableh , Feras Hanandeh , Alaa Eddien Abdallah : "Investigating the Efficacy of Artificial Intelligence and Natural Language Processing for Fake News Detection", **5TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON COMMUNICATION ENGINEERING AND COMPUTER SCIENCE (CIC-COCOS'24)**, (2024) , paper.1536, Available at :https://www.researchgate.net/publication/383138030_Investigating_the_Efficacy_of_Artificial_Intelligence_and_Natural_Language_Processing_for_Fake_News_Detection.
- Berrondo-Otermin, M.; Sarasa-Cabezuelo, A.: "Application of artificial intelligence techniques to detect fake news: A review" , **Department of Computer Systems and Computing, School of Computer Science, Complutense University of Madrid, Spain**, (2023). Available at: <https://www.mdpi.com/2079-9292/12/24/5041>.
- Ismaeil, F. (2022). "aitijahat alsahafiiyyin nahw aistikhdam aldhaka' alaistinaeii fi tatwir almuhtawaa alsuhufii bialsuhuf walmawaqie almisriat dirasatan maydaniatan limawaqie almisri alyawma- masrawi- alqahirat 24, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, 4(6).
- Albuhayri, S. (2022). "atijahat alsahafiiyyin almisriyyin nahw astikhdam tatbiq sahafat aldhaka' aliaistinaeii (Robot Journalism) fi 'iintaj almuhtawaa alsuhufii bialsuhuf almisriati", almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, waleishrin (4(1).
- S Nazar and M R Bustam: "Artificial Intelligence and New Level of Fake News", **IOP Conference Series Materials Science and Engineering**, (2020). Available at:

https://www.researchgate.net/publication/343511373_Artificial_Intelligence_and_New_Level_of_Fake_News.

- Jeannette Paschen, “Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions”, **Journal of Product & Brand Management**, Volume 29 · Number 2 · (2020), p:p 223–233, Available at: <https://bit.ly/3ibQ8km>.
- Musaa, I. (2020). "aitijahat alsahafiiyn walqiadat nahw tawzif taqniaat aldhaka' alaistinaeii dakhil ghuraf al'akhbar bialmuasasat alsahufiat almisriati: dirasat tatbiqiyati", almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, 1(2).
- Waleed Alli & Mohamed Hassoun: “Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities”, **International Journal of Media**, Journalism and Mass Communications (IJMJC). Vol. 5. Issue. 1. (2019), pp. 40:49.
- -Sidiyq, H. (2012). "alaitijahat min manzur eilm alaijtimaei", majalat jamieat Dimashq, 4(2). 301-303.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. User Acceptance of - 69 Information Technology: Toward a Unified View”. MIS Quarterly, vol.27, 2009. pp.425-478.
- Davis FD: User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts, **International Journal of Man-Machine Studies**, vol, 38, (1993), p.475– 487.
- -Abdel Razek, M. (2022). taqniaat aldhaka' alaistinaeii fi al'ielami.. alwaqie waltatawurat almustaqbaliati.. dirasat tatbiqiat ealaa alqayimin bialaitisal bialwasayil al'ielamiat almisriat walearabiati, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, 81(2).
- Benjamin K Sovacool & David J Hess, —Ordering Theories: Typologies and Conceptual Frameworks for Socio Technical Change, **Social Studies of Science**, Vol. 47(5) 2017, P.P 703 –750.
- -Abdel Aziz, O. (2022). al'athar almujtamaeiu litawzif taqniaat aldhaka' alaistinaeii biwasayil al'ielam altaqlidiat walhadithati- dirasat tahliliat min almustawaa althaani, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, jamieat alqahirat, kuliyyat al'ielami, 80(2).
- -Al-Suwaidi, S. (2023). namudhaj aldhaka' aliastinaeii Chat GPT wahiwar aftiradiun hawl albina' alshakhsii watatwir aldhaati, (Turkia: dar al'asalat lilmashr waltawzie).
- Santosh Kumar Biswal: " Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane “? **Springer Nature Singapore**, (2020).

- Yair Galily: "Artificial intelligence and sports journalism: Is it a sweeping change? **Technology in Society** 54, (2018), PP.47-51.
- Jaemin Jung: " Intrusion of software robots into journalism: The public's and journalists' perceptions of news written by algorithms and human journalists" **Computers in Human Behavior** 71, (2017), 291-298.
- <https://ijnet.org/ar/story/%D8%33https://irtvu.co/article.php?id=376332>

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Assistant professor at Faculty of Mass Communication,
Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

● Issue 75 July 2025 - part 2

● Deposit - registration number at Dareknotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.