

# 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.

■ مساعدا ورئيس 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.

■ سكرتير التحرير: 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.

■ التدقيق اللغوي: 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](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

● العدد الخامس والسبعون - الجزء الرابع - محرم ١٤٤٧ هـ - يوليو ٢٠٢٥ م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## 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 عبدالله (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.

## 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  
للتنشر.

○ 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 باللغة 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 ....  
وتحتفظ 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.

- رؤية الصحفيين في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي كنمط مستحدث وتأثيره على أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية - دراسة لآليات العمل وإشكاليات الممارسة وتحديات المستقبل أ.م.د/ سامح حسانين عبد الرحمن ٢٦٣٥
- 
- دور المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أجندة القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام التقليدية - دراسة ميدانية د/ سامح السيد فتوح شراقي، د/ مروة فرج محروس حسان ٢٧٠٩
- 
- سيميائية الصورة الصحفية للمرحلة الأولى من تبادل الأسرى الفلسطينيين والإسرائيليين عام ٢٠٢٥ في المواقع الإخبارية للصحف العربية والأجنبية: دراسة سيميولوجية د/ محمد كامل عبد الرحمن ٢٧٨٩
- 
- العلاقة بين استخدام مواقع التسوق لأبعاد التسويق العصبي وقدرته على بناء علاقات مع العملاء... دراسة تحليلية د/ لبنى أحمد علي بيلى ٢٨٦٩
- 
- تجلي الكفاية الاتصالية في أعمال رسامي الكاريكاتير وانعكاساتها على تناولهم لأحداث غزة «دراسة سيميائية» د/ إيهاب عبد العال، د/ سالي سعيد أنور ٢٩٣١
- 
- إدراك الشباب للتأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق (deep fake) عبر مواقع التواصل الاجتماعي «دراسة ميدانية» د/ راجية إبراهيم عوض ٢٩٩٥

- فاعلية توظيف طلاب قسم الإعلام التربوي لتقنية «المذيع الروبوت» في تطوير مهارات المونتاج الرقمي لديهم «دراسة شبه تجريبية»  
٣٠٩٧ د / سارة محمد يونس عبد الرحمن
- 
- تحليل الخطاب النقدي لعملية طوفان الأقصى في العناوين الإخبارية بالمواقع الإلكترونية الإسرائيلية «دراسة حالة لموقع إسرائيل ٢٤»  
٣١٤٩ د/ دعاء محمود عبد الحفيظ
- 
- التحول الرقمي وتأثيره على إدارة وتمويل الصحف المصرية- دراسة تطبيقية على القوائم بالاتصال  
٣٢٢١ د/ سامح سامي محروس
- 
- فاعلية استخدام القوائم بالاتصال التطبيقات الرقمية في الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في أداء عمله.. دراسة ميدانية  
٣٢٦٥ نفين معمر أبو شعيب
-

## تقييم «مجلة البحوث الإعلامية» لآخر ست سنوات

| <div>   </div> |                       |                       |                     |           |           |       |                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|-----------|-----------|-------|----------------|
| تقييم المجلات المصرية والمحلية                                                                                                                                                     |                       |                       |                     |           |           |       |                |
| م                                                                                                                                                                                  | القطاع                | اسم المجلة            | اسم الجهة / الجامعة | ISSN-P    | ISSN-O    | السنة | نقاط<br>المجلة |
| 1                                                                                                                                                                                  | الدراسات<br>الإعلامية | مجلة البحوث الإعلامية | جامعة الأزهر        | 1110-9297 | 2682-292X | 2025  | 7              |
| 2                                                                                                                                                                                  | الدراسات<br>الإعلامية | مجلة البحوث الإعلامية | جامعة الأزهر        | 1110-9297 | 2682-292X | 2024  | 7              |
| 3                                                                                                                                                                                  | الدراسات<br>الإعلامية | مجلة البحوث الإعلامية | جامعة الأزهر        | 1110-9297 | 2682-292X | 2023  | 7              |
| 4                                                                                                                                                                                  | الدراسات<br>الإعلامية | مجلة البحوث الإعلامية | جامعة الأزهر        | 1110-9297 | 2682-292X | 2022  | 7              |
| 5                                                                                                                                                                                  | الدراسات<br>الإعلامية | مجلة البحوث الإعلامية | جامعة الأزهر        | 1110-9297 | 2682-292X | 2021  | 7              |
| 6                                                                                                                                                                                  | الدراسات<br>الإعلامية | مجلة البحوث الإعلامية | جامعة الأزهر        | 1110-9297 | 2682-292X | 2020  | 7              |



إدراكُ الشبابِ للتأثيراتِ الثقافية والسلوكية للتزييف العميق  
(deep fake) عبر مواقع التواصل الاجتماعي «دراسة ميدانية»

- Youth Perception of the Cultural and Behavioral Impacts of Deepfake Social Media  
“A Field Study”

د/ راجية إبراهيم عوض ●

مدرس بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة بنها

Email: Ragia.ebrahim@gmail.com

## ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى إدراك المبحوثين عينة الدراسة لتهديدات ومخاطر التزييف العميق بمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بالتأثيرات الثقافية والسلوكية لهذه التقنية من وجهة نظر الشباب، تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها (400) مبحوث من الشباب الجامعي في جامعتي (القاهرة- 6 أكتوبر) ممن يجيدون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة لعدد نتائج، أهمها:

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاستخدام (سواء الطقوسية أو النفعية) وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق، فيما عدا التأثيرات السلوكية السلبية؛ وذلك بما يعكس أهمية فهم دوافع المبحوثين عند التعامل مع هذا النوع من المحتوى الرقمي المتطور.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى إدراك المستخدمين لتهديدات ومخاطر التزييف العميق على مواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات السلوكية لهذا التزييف، في حين لم تظهر علاقة دالة مع التأثيرات الثقافية.
- وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائية بين مستوى ثقة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في قدرتهم على كشف التزييف العميق، وبين بعض التأثيرات الثقافية والسلوكية لهذا التزييف، فيما عدا التأثيرات السلوكية الإيجابية؛ بما يعكس دور الثقة الذاتية في تشكيل التفاعل مع المحتوى الرقمي الزائف ومدى تأثيره.
- الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل- التأثيرات الثقافية والسلوكية- التزييف العميق.

## Abstract

The study aims to determine the extent to which the study sample's respondents are aware of the threats and risks of deep fakes on social media, and their relationship to the cultural and behavioral impacts of this technology from the perspective of young people. The study was conducted on a deliberate sample of 400) university students at Cairo University and 6th of October University who are familiar with the use of social media. The study reached several important conclusions, the most important of which are:

- There is a statistically significant correlation between the motives for use (whether ritual or utilitarian) and the cultural and behavioral effects of deep fakes, except for negative behavioral effects. This reflects the importance of understanding the motivations of respondents when dealing with this type of advanced digital content.
- There is a statistically significant correlation between users' awareness of the threats and risks of deep fakes on social media and the behavioral effects of these fakes, while no significant relationship was found with cultural influences.
- There is a statistically significant inverse correlation between the level of confidence social media users have in their ability to detect deep fakes and some of the cultural and behavioral effects of this fakery, excluding positive behavioral effects. This reflects the role of self-confidence in shaping interactions with fake digital content and the extent of its impact.

Keywords: Social media- cultural and behavioral influences- deepfake.

ساعدت تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) على تغيير الطريقة التي يستخدمها المجتمع للتفاعل والتواصل وتوليد المحتوى واستهلاكه؛ حيث فرض العديد من التحديات في مجال الإعلام خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، حيث سارعت هذه المواقع إلى استخدام هذه التقنيات لتحسين تجربة المستخدم؛ من خلال التوصية بالمنشورات والصور ومقاطع الفيديو والأصدقاء التي من المرجح أن يتفاعل معها المستخدمون استناداً إلى نشاطهم السابق، كما تمكن المستخدم من إنشاء محتوى ومشاركته، مثل الملصقات على Instagram، أو التعديل في الصور بإضافة فلاتر جذابة، أو حتى اقتراح عناوين ومحتويات مناسبة لمنشورات المستخدم، وكذلك ترجمة المنشور بلغات مختلفة توفر عليه الوقت والمجهود، وتفتح له آفاقاً جديدة للتواصل مع ثقافات أخرى، بالإضافة إلى العديد من المميزات الأخرى التي جعلت من مواقع التواصل الاجتماعي الوسيلة الأقرب للعديد من الأفراد، وخاصة الشباب، في عصر تتسارع فيه المتغيرات العالمية، والذي يمكن أن نطلق عليه عصر العولمة الثقافية والمعلوماتية، التي انعكست تأثيراتها بشكل كبير على طرق التواصل بين المجتمعات الإنسانية، وكذلك ثقافتها وأنساقها القيمية واللغوية، وعلى الرغم من المميزات الكثيرة التي نتجت عن استخدام تقنيات AI؛ إلا أنه تم استغلاله بطريقة تؤثر سلباً على المستخدمين؛ من خلال قدرته على تزييف العديد من الحقائق ونشر المعلومات المضللة، واختلاق قصص زائفة مستنداً على جزء من الحقيقة على أرض الواقع، بل ودعمها بالصوت والصورة، أي خلق محتوى مرئي زائف، يصعب التفريق بينه وبين ما هو كائن وحقيقي، وهو ما يسمى بالتزييف العميق (deep fake)؛ مما قد يؤثر على آراء ومعتقدات الشباب، وقد ظهرت العديد من التطبيقات التي تدعمه مثل deep

face app, face lab والتي من خلالها يمكن للمستخدمين غير المحترفين من إنتاج محتوى مرئي زائف ونشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وعلى الرغم من اختلاف الباحثين حول إيجابيات التزييف العميق وتأثيراته السلبية؛ إلا أن أغلب الأبحاث أشارت إلى قدرة التزييف العميق (deep fake) على خلق العديد من المخاطر كتأثيره على القيم، والعادات، والتقاليد، والأخلاقيات، كاستخدامه لأغراض غير أخلاقية مثل تشويه سمعة الأفراد، أو خلق محتوى مسيء للعديد من الشخصيات؛ مما قد يؤثر على ثقافة الشباب وسلوكهم، وعلى طبيعة مشاركتهم في الحياة العامة؛ بسبب عدم وضوح الحقيقة وانتشار الفوضى المعلوماتية.

حيث أفرز المحتوى المرئي الزائف (deep fake) العديد من الآثار السلبية كعرض سلوكيات دخيلة على مجتمعاتنا، تؤثر بدورها على التقاليد والعادات والقيم واللغة، فمحتواها ينقل أنماط حياة جديدة وقيماً وتقاليد غريبة تنعكس بدورها على ثقافة الشباب وسلوكهم.

وبالرغم من ظهور تطبيقات تساعد على التحقق من تزييف الأخبار ومدى مصداقيتها مثل تطبيق FakerFact و NewsGuard، كما أخذ الفيس بوك عدة خطوات إضافية للتأكد من أن مستخدميها على دراية بالمحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي في تطبيقاتها؛ حيث أدرجت خياراً جديداً لتسمية هذا النوع من المحتوى ضمن مؤلف المنشور، هذا الإجراء جزء من جهودها الرامية إلى تعزيز الشفافية، والكشف عن الاستخدامات الاصطناعية للذكاء، إلا أن كل هذه الإجراءات لم تكن كافية لتمكين المستخدم من التفريق بين المحتوى الزائف والحقيقي؛ مما أثر ذلك في جودة المضامين المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومصداقيتها.

وبما أن الشباب الجامعي هو نبض الأمة ومحركها، ومن أكثر الفئات استهدافاً من قبل العديد من الجهات والمؤسسات؛ ونظراً لكثرة استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة موقع الفيس بوك؛ لما يتحيه من مزايا عديدة تتلائم مع طريقة تفكيرهم، والتعبير عن آرائهم ومشكلاتهم، وبناءً على ما سبق كان من الضروري الوقوف

على التأثيرات الثقافية والسلوكية للمحتوى المرئي الزائف المدعوم بتقنية AI (deep fake) عبر موقع الفيس بوك بإجراء دراسة ميدانية على الشباب الجامعي.

الدراسات السابقة:

■ المحور الأول: الدراسات التي تناولت التأثيرات الثقافية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب.

■ المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تأثيرات الديد فيك عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت التأثيرات الثقافية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب:

تنوعت تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب، منها تأثيرات على الثقافة واللغة حيث هدفت دراسة (Eriksson, H. & Da Silva، إريكسون، ودا سيلفا 2025)

(<sup>1</sup>) إلى استكشاف كيف تتحول ممارسات مواقع التواصل إلى طقوس يومية تؤثر في سلوك الشباب الثقافي والاجتماعي، تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (300) شاب من ثلاث دول (السويد، البرازيل، الهند) في الفئة العمرية من 20-28 سنة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: أن الانستجرام والتيك توك كانا أكثر المنصات ritualized (طقسية)، كما أن المنصات أصبحت وسيلة للشعور بالانتماء للمجتمع، وأن بعض السلوكيات مثل التصوير اليومي، أو مشاركة الوجبات، تحولت إلى نمط ثقافي مشترك.

بينما بحثت دراسة (Lopez & Chen، لوبيز، أ.، وتشن 2024) (<sup>2</sup>) في العلاقة بين

استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي وبناء الهوية الثقافية في مجتمعات متعددة الأعراق، تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (420) شاباً وشابة تتراوح أعمارهم بين 18-30 عاماً في كندا وأستراليا، توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي مثل انستجرام وتويتير يعزز التعبير الثقافي لدى الشباب ذوي الخلفيات المتعددة، وأن بعض المشاركين أظهروا "تضارباً ثقافياً" نتيجة المقارنات العابرة للثقافات على الإنترنت، على الرغم من ذلك إلا أن وسائل التواصل ساعدت في الحفاظ على الهويات العرقية.

وسعت دراسة (Kalyani Akula كالياني أكولا 2024) (<sup>3</sup>) إلى فهم كيف يؤثر

الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات بين الأفراد، وتحديد ما

إذا كانت الثقافة تؤدي دوراً في الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي، وتمّ استخدام المنهج النوعي لجمع وتحليل البيانات من خلال إجراء المقابلات مع (17) مشاركاً من الأمريكيين الآسيويين ومن أصل أفريقي، والقوقازيين الذين كانوا نشطين في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتوصّلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: من سلبيات الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي زيادة سوء الفهم، وانهيار التواصل، وخلق شعور بالإهمال، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كآلية للهروب، وأن المعايير الثقافية للأفراد تؤدي دوراً إيجابياً في التحكم في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. كما سعت دراسة (Singh & Patel، سينغ وباتيل 2024) <sup>(4)</sup> إلى تحليل تأثير الاستخدام اليومي لمواقع التواصل على سلوكيات الشباب الجامعي ونمط حياتهم، تمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها 550 طالباً جامعياً (ذكور وإناث) من الولايات المتحدة، أعمارهم بين 19 و25 عاماً، توصّلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: 63% من المشاركين أبلغوا عن تغيرات في عادات النوم والأكل، وأن الاستخدام الليلي زاد من مشاعر القلق الاجتماعي، كما أن الإناث أكثر تأثراً بالمحتوى المرتبط بالصورة الذاتية والمظهر الخارجي.

ويبحث عدّة دراسات في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة، ومنها دراسة (Yaoqin Chen & others ياوقين تشن وآخرون، 2024) <sup>(5)</sup> التي سعت للبحث في إمكانية مقارنة مدى فعالية استخدام وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز وإشراك الشباب لممارسة اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية؛ من خلال المشاركة البيئية وغيرها من اهتمامات الممارسة، تمّ تطبيق استبانة لجمع البيانات على 400 مشارك من مدينتيّ (هونج كونج وغوام)؛ لاختبار النموذج المقترح، وتوصّلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: تُعتبر وسائل الإعلام التقليدية أداة أكثر فعالية لنشر هذه المعلومات للشباب من وسائل التواصل الاجتماعي، كما أوضح البحث أهمية استخدام كلٍّ من وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي معاً للتعامل مع الشباب بمعلومات اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية.

لم تتفق نتائج هذا البحث مع كل من دراسة إلهام يونس أحمد (2023) <sup>(6)</sup> والتي سعت إلى قياس التأثير الثقافى للمحتوى الإعلامى الرقمى على طرق التواصل الافتراضى بين الشباب على مواقع التواصل الاجتماعى، وطُبقت الدراسة على 372 مبحوثاً للدراسة الميدانية، و25 مبحوثاً للدراسة الكيفية، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، أهمها: لا توجد علاقة بين النوع والمستوى الاجتماعى الاقتصادى بين الشباب عينة الدراسة فى استخدام الطرق الحديثة فى التواصل، كما تميل اتجاهات الشباب نحو الإيجابية فى استخدام هذه الطرق، بينما تميل نحو السلبية تجاه اللغة العربية، وأوضح الشباب أن أهم مبرراتهم لاستخدام هذه الطرق هي الشعور بالحدثية، ومواكبة أصدقائهم، وسهولة استخدام هذه الطرق عن اللغات الخالصة، وكذلك افتقاد اللغات للقدرة على التعبير عن المشاعر والأحاسيس.

ودراسة نوزات أبو العسل (2023) <sup>(7)</sup> التي سعت لمعرفة تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعى على اللغة العربية؛ بهدف رصد واقع اللغة العربية على شبكات التواصل الاجتماعى، ومُعَاينة ما أصابها من ضعف وتراجع كان له أثره على الهوية اللغوية للمستخدم العربى، وقد طُبقت الدراسة على عينة عشوائية من الشباب الأردنى من طلبة جامعة اليرموك الذي مثّلته عينة قوامها (203) مُفردة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن غالبية العينة فضّلت الكتابة باللهجة العامية أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعى التي تصدرها موقع "فيسبوك" معلّين أسباب تفضيلهم للعامية؛ بأنها الأكثر دوراناً على الألسن والأكثر سهولة والأقلّ تطلُّباً لاستخدام القواعد النحوية، كما أشارت العينة إلى أهم التأثيرات التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعى على اللغة العربية: إضافة اختصارات غير مفهومة، وأخطاء نحوية وإملائية وأسلوبية، فضلاً عما أوجدته من كلمات ومُصطلحات تتداخل فيها العربية بالإنجليزية، أو ما اصطلح على تسميته بـ (العربيّة).

ودراسة فوزية عبدالله آل على (2023) <sup>(8)</sup> والتي تبلورت دراستها في معرفة مدى استخدام الشباب لشبكات التواصل في دولة الإمارات، ومدى تأثير استخدامها على اللغة العربية، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 200 مفردة طلبة الإعلام في جامعة

الشارقة، وتمثلت أهم النتائج في: أن اللغة المستخدمة من قبل أفراد العينة هي اللغة العربية العامية في المقدمة، وتليها اللغة الإنجليزية واللغة العربية، وأن (انستجرام وتويتر وفيس بوك) هم أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل أفراد الدراسة، وتبين من النتائج أن أكثر الرغبات التي يشبعها الذكور من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هي التسلية والترفيه والتثقيف.

بينما تناولت دراسة (Clara Marinho كلارا مارينيو 2023) <sup>(9)</sup> كيف تعمل منصات وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تحويلية لتعزيز التفاهم والتبادل بين الثقافات بين المشاركين في إيراسموس- وهي مبادرة أوروبية مشهورة لتبادل الطلاب- وبالاعتماد على منهجيات البحث النوعي، بما في ذلك المقابلات والاستبانات عبر الإنترنت، توصلت الدراسة لعدة نتائج، منها: تسليط الضوء على الأدوار المتعددة لوسائل التواصل الاجتماعي في تسهيل استكشاف الثقافات المتنوعة والاحتفال بها، وكسر الحواجز الجغرافية، وتعزيز الروابط الهادفة بين الأفراد من خلفيات مختلفة، وأنه يمكن استغلال إمكانات وسائل التواصل الاجتماعي كمحفزٍ للتعددية الثقافية من خلال الإفادة من تجربة إيراسموس.

كما تناولت عدة دراسات تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك المستخدمين لهذه المواقع، حيث تتناول دراسة (Nitza Davidovitch, Roman Yavich، نيتزا دافيدوفيتش، رومان يافيتش، 2023) <sup>(10)</sup> العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي، والتمتع، والجنس؛ وذلك بهدف تقييم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الميول العدوانية لدى الشباب، تم تطبيق استبانة إلكترونية على عينة قوامها 157 شاباً تتراوح أعمارهم بين 18 و28 عاماً في إسرائيل؛ للتعرف على اتجاهاتهم نحو التمتع على مواقع التواصل الاجتماعي، توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: وجود علاقة بين مدى مشاركة الشباب في وسائل التواصل الاجتماعي وميلهم إلى التمتع عبر الإنترنت، وتحديدًا في سياق الجنس، كما أظهرت النتائج أن الإناث أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بنظرائهن الذكور، وتؤكد الدراسة أن التعرض لفترات طويلة لبيئة تفتقر إلى التعزيز السلوكي المعياري يسهم في زيادة ميول التمتع.

وفي هذا الإطار سعت دراسة (Emily Weinstein وإميلى وينشتاين، 2023) <sup>(11)</sup> إلى فحص العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والصحة العقلية بين الشباب المتحولين جنسياً، وغير ثنائي الجنس، والشباب المتوافقين مع الجنس، قد تمّ تطبيق استبانة إلكترونية على عينة عشوائية قوامها 1231 من الشباب الأمريكيين في الفترة من مايو إلى أغسطس 2021، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، منها: توجد علاقة ارتباطية بين التعرّض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين الصحة العقلية والهوية الجنسية للمستخدمين، وإنه قد يؤدي توجيه الشباب لقضاء وقت أقل على وسائل التواصل الاجتماعي إلى نتائج عكسية بالنسبة للشباب المتحولين جنسياً وغير ثنائيي الجنس، الذين يعتزمون إنشاء مساحات آمنة على وسائل التواصل الاجتماعي قد لا تكون موجودة في عالمهم غير المتصل بالإنترنت.

في السياق ذاته سعت دراسة (Abdullah M. Al-Ansi & Others عبدالله محمد وآخرون، 2023) <sup>(12)</sup> إلى استكشاف تأثير المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب في دول الشرق الأوسط، وتحديد كيفية تغير المواقف والسلوكيات نتيجة التعرض لهذه المؤثرات الرقمية، تمّ تطبيق الدراسة على عينة من الشباب (مراهقين وشباب) من دول الشرق الأوسط، بلغ عددهم حوالي 500 مشارك، تراوحت أعمارهم بين 18 و25 سنة، توصلت الدراسة لعدّة نتائج، أهمها: أثبتت الدراسة أن المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي يؤدون دوراً مهماً في تشكيل السلوكيات والاتجاهات لدى الشباب، خاصة فيما يتعلق بالمظاهر الاستهلاكية وأنماط الحياة، تمّ التوصل أيضاً إلى أن الشباب يميلون إلى تقليد سلوكيات المؤثرين الذين يشعرون بالارتباط معهم عاطفياً أو ثقافياً، وكشفت الدراسة أن هناك تأثيرات سلبية محتملة مثل تعزيز السلوكيات الاستهلاكية المفرطة، بالإضافة إلى تغييرات في القيم الثقافية الأصلية؛ مما قد يؤدي إلى صراعات داخلية بين الثقافة المحلية والثقافة الرقمية.

وهو ما أكدته دراسة (Elmira & Rushworth. إلميرا وكلوي، 2023) <sup>(13)</sup> إلى دراسة تأثير الشخصيات المؤثرة على مواقع التواصل على قرارات الشراء وأنماط السلوك الاستهلاكي لدى الشباب، تمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها 400 مبحوث

تتراوح أعمارهم بين 18 و25 سنة، مستخدمات نشاطات لانستجرام ومتابعات للمؤثرين الرقميين، توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: أكدت الدراسة أن الثقة والمصادقية التي يمنحها المتابعون للمؤثرين تعزز تأثيرهم على قرارات الشراء؛ مما يؤدي إلى تغييرات في السلوك الاستهلاكي لدى الشباب وتأثرهم بنمط حياة المؤثرين.

بينما تهدف دراسة (غلوريا تشيونغ، Gloria Cheung 2022)<sup>(14)</sup> أيضاً إلى التحقق مما إذا كانت الأنواع المختلفة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مرتبطة بتأثير بعضها على السلوك واحترام الذات؛ لذا تم تطبيق استبانة على عينة قوامها 90 شاباً في سن (16-25 سنة) مقيمين في المملكة المتحدة، توصلت الدراسة لعدة نتائج، هي: أنه يجب تطوير التدخلات المستقبلية لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لتصبح أكثر تفاعلية على أن يقودها خبراء لحماية أو تحسين احترام الذات أثناء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأنه لا يوجد ارتباط بين التأثير على احترام الذات والتفاعل مع محتوى وسائل التواصل الاجتماعي أو تصفح الآخرين، كما أنه لم ترتبط أنواع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بالتأثير الذاتي لهذه الوسائل على العواطف.

بينما ربطت دراسة (Al-Menayes المنيس، 2022)<sup>(15)</sup> بتأثير هذه المواقع على السلوك والثقافة معاً، فسعت هذه الدراسة إلى تحليل كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية والقيم الاجتماعية بين الشباب في دول الخليج، تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 350 مبحوثاً من دول الخليج العربي، تتراوح أعمارهم بين 18 و30 سنة، من مختلف الخلفيات التعليمية والاجتماعية، توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: أن التعرض المستمر لمحتوى عالمي عبر مواقع التواصل يؤدي إلى تداخل ثقافي وتأثيرات على القيم المحلية؛ مما يسبب تحولات في سلوكيات الشباب الاجتماعية مثل التفاعل واللغة، ما يؤثر على هويتهم الثقافية.

في السياق ذاته سعت دراسة (Keles&Others كيليس وآخرون، 2022)<sup>(16)</sup> إلى استكشاف تأثير استخدام وسائل التواصل على الصحة النفسية والسلوك الاجتماعي لدى الشباب والمراهقين، تم تطبيق الدراسة على عينة شملت آلاف المشاركين من فئة الشباب والمراهقين، أعمارهم بين 13 و25 سنة، توصلت الدراسة إلى: الربط بين

الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي وزيادة مشاعر القلق والاكتئاب؛ مما يؤثر سلباً على التفاعل الاجتماعي والسلوكيات المرتبطة بالهوية، ويؤدي إلى تغييرات في السلوك الاجتماعي للشباب.

كما أكدت دراسة هبة عز الدين إبراهيم (2019) <sup>(17)</sup> أن التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب، حيث هدف البحث الحالي إلى دراسة مستوى استخدام الطلاب للعريزي بمواقع التواصل الاجتماعي، وأثر ذلك على أشكال الكتابة، والهوية الثقافية، وقد طبقت على عينة تكونت من (110) مبحوثين بكلية التربية بجامعة الإسكندرية، وأظهرت نتائج الدراسة ارتفاع نسب استخدام العريزي بين الطلاب، فيما يخص محور أشكال الكتابة على مواقع التواصل الاجتماعي، كما تصدرت عبارة "أستخدم الكتابة بالعريزي لعدم شعوري بقيمة هويتي الثقافية" المقدمة فيما يخص محور علاقة اللغة بالهوية الثقافية، كما أثبتت الدراسة وجود تأثير سلبي لاستخدام العريزي على مستوى الشعور بالهوية الثقافية لدى الشباب.

بينما هدفت دراسة عبد الحفيظ عبد الجواد (2019) <sup>(18)</sup> من خلال رصد التأثيرات السلبية للإعلام الجديد عبر أهم أدواته وهي مواقع التواصل الاجتماعي، على اللغة العربية تحدثاً وكتابةً، وتوصلت الدراسة إلى أن لغة منشورات وتعليقات قراء مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة الفيسبوك وتويتر جاءت أكثرها باللغة العامية بنسبة 39.24%، وجاءت مزدوجة اللغة (عامية وفصحى) بنسبة 38.83%، كما أن شبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي قد أمدت اللغة العربية بكثير من الألفاظ، والمفردات، والعبارات، والتراكيب الجديدة والمولدة من الألفاظ العربية، أو المترجمة عن اللغات الأجنبية، كما أن اللغة العربية الفصحى لا تزال مهيمنة على المحتوى المكتوب والمقروء رسمياً في السياقات الرسمية والعلمية، والقانونية، والمحافل الدولية.

**المحور الثاني: الدراسات تناولت تأثيرات (الديب فيك) عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب:**

حيث اتفقت أغلب الدراسات على التأثيرات السلبية لمقاطع الديب فيك على الشباب، ومنها دراسة (Bukhari, البخاري، 2025) <sup>(19)</sup> التي تهدف إلى معرفة كيف

تؤثر مقاطع الديب فيك على المواقف والسلوك السياسي لدى الشباب، حيث تم تطبيق الدراسة الميدانية على 400 طالب من جامعتين في لاهور، وباكستان، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: الديب فيك له تأثير كبير على تشكيل الآراء السياسية والمواقف، وأن له العديد من الآثار السلبية التي لا يمكن تداركها إلا بالتوعية وزيادة المعرفة الرقمية؛ لذا أوصت الدراسة بضرورة زيادة التوعية الرقمية لتقليل التأثير السلبي لهذه التقنية وتفادي تهديداتها المستقبلية.

وسعت دراسة (Parveen Kaur & Others بارفين كور، 2025) <sup>(20)</sup> إلى استكشاف وعي الطلاب الجامعيين في ماليزيا بتقنية الديب فيك وتأثيراتها، تم تطبيق الدراسة على عينة من طلاب جامعيين تم اختيارهم عشوائياً، توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: وجود تأثير سلبي لتقنية الديب فيك على سمعة الأفراد، وأن هناك انتشاراً واسعاً للديب فيك على وسائل التواصل الاجتماعي يستلزم ضرورة تعزيز الوعي والتثقيف الإعلامي بين الشباب لمواجهة هذه الظاهرة.

بينما تناولت دراسة (Yucong Lao & Others يوكونغ لاو، 2024) <sup>(21)</sup> تفاعل الشباب مع وسائط الذكاء الاصطناعي، وخاصة فيديوهات الديب فيك، في حياتهم اليومية، من خلال عدسة الوعي الإعلامي والمعلوماتي (Media and Information Literacy – MIL)، مع تحليل استراتيجياتهم في التحقق من المصادقية، وفهمهم لمخاطر التضليل الرقمي، تم تطبيق الدراسة من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع 26 شاباً تتراوح أعمارهم بين 16 و19 عاماً في فنلندا، توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: ضعف المعرفة التقنية الدقيقة لدى معظم الشباب بشأن كيفية عمل تقنيات الديب فيك، لكنهم يملكون حدساً عاماً بأن بعض المحتوى زائف، وأكدت الدراسة وجود فجوة بين الوعي العام بالمخاطر وبين الفعل اليومي؛ أي أنهم رغم معرفتهم بالمخاطر، يظلون يتفاعلون بمرونة مع هذه الوسائط، وأن الثقة في المعلومات الرقمية تتآكل جزئياً بسبب صعوبة تمييز الحقيقي من الزائف.

وتدرس دراسة (Mina Momeni، مينا مؤمني، 2024) <sup>(22)</sup> تعليقات المشاهدين على مقطع فيديو زائف عميق منشور على انستجرام لهيلاري كلينتون؛ لفهم الآثار

السياسية للمحتوى الزائف بالذكاء الاصطناعي.. تُظهر النتائج أن الأفراد يجدون صعوبة في التعرف على مقاطع الفيديو الزائفة العميقة، وأن آراءهم تتأثر بهذا النوع المقنع من المعلومات المضللة. تستكشف هذه الدراسة أيضاً المخاوف الأخلاقية المختلفة التي تثيرها التزييفات العميقة السياسية، من خلال تقديم رؤى حول ردود الفعل العامة على المحتوى المتلاعب به، وأن هناك خطراً من تآكل الثقة السياسية نتيجة لهذه المقاطع.

وسعت دراسة (Rebecca Umbach & Others ريبكا أومباخ وآخرون، 2024) (23) إلى تحليل مدى انتشار الصور الحميمية الاصطناعية غير التوافقية (مثل الريب فيك الإباحي) بين الشباب في 10 دول، تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها أكثر من 16,000 مشارك من 10 دول مختلفة، توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: 2.2% من المشاركين أفادوا بأنهم كانوا ضحايا لمثل هذه الصور، وأن 1.8% اعترفوا بأنهم قاموا بإنشاء أو توزيع مثل هذه الصور، حتى في الدول التي لديها تشريعات ضد هذه الأفعال استمرت هذه الممارسات؛ مما يشير إلى الحاجة لتعزيز التوعية والرقابة.

في السياق ذاته سعت دراسة (Prakash L. Kharvi، براكاش، 2024) (24) لفهم تأثير التزييفات العميقة المؤيدة بالذكاء الاصطناعي على الرأي العام والخطاب السياسي والأمن الشخصي في وسائل التواصل الاجتماعي، اعتمدت الدراسة على تحليل محتوى فيديوهات ديب فيك منتشرة على منصات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى دراسة ميدانية باستخدام استبانات ومقابلات مع مستخدمين من فئات عمرية مختلفة، مع تركيز خاص على فئة الشباب، توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: أن الريب فيك يعزز حالة التشكك والريبة في المعلومات المتداولة على وسائل التواصل الاجتماعي؛ مما يؤثر على الرأي العام بشكل كبير، كما تأثر النقاش السياسي وأصبح أكثر استقطاباً نتيجة انتشار فيديوهات ديب فيك سياسية تستهدف شخصيات عامة وحركات سياسية، وأثبتت الدراسة أن الريب فيك يشكل تهديداً على الأمن الشخصي للأفراد؛ من خلال إمكانية استغلال هذه التقنية في التشهير، أو الابتزاز، أو نشر معلومات زائفة، وأن هناك حاجة ملحة لتطوير آليات تقنية وأخلاقية لكشف الريب فيك والتصدي لها، وأنه يمكن تقليل التأثير السلبي لهذه الظاهرة على الشباب من خلال التوعية الرقمية والتعليم الإعلامي.

وهدفت دراسة (باولو نوفيس وآخرون، 2024 Paulo Novais & Others) (25) إلى

معرفة إلى أي مدى يلتزم المستخدمون بعدد من تقنيات التعزيز المعرفي لتحقيق من صحة الأخبار قبل نشرها، حيث أُجريت تجربة على 20 مشاركاً من مستخدمي تويتر في بيئة معملية باستخدام محاكي المدونات الصغيرة، المشاركون العشرون هم سبع إناث وثلاثة عشر ذكراً، وتتراوح أعمارهم بين 20 و28 عاماً، جميع المشاركين هم من طلاب الجامعات البرتغالية، الذين يدرسون علوم الكمبيوتر، والإدارة والهندسة الحيوية وعلم النفس، توصلت الدراسة إلى: إن استخدام الرموز التعبيرية والهاشتاجات ساعد في تعزيز الصورة الذهنية للأخبار المنشورة، كما أن هناك العديد من المستخدمين ينشرون أخباراً وتغريدات دون التحقق من مدى صحتها، وأنه على الرغم من وجود العديد من الآليات التي تساعد على التحقق من صحة المعلومات قبل نشرها مثل تقنيات معالجة اللغة الطبيعية (NLP) و Snope ؛ إلا أن معظم أفراد العينة لا يميلون إلى استخدامها.

في السياق ذاته أكدت دراسة (Andrea Tomassi & Others أندريا توماسي وآخرون، 2024) (26) التي سعت لمعرفة ظاهرة اضطراب المعلومات على منصات التواصل الاجتماعي، مع التركيز بشكل خاص على نشر المعلومات والأخبار الزائفة المتعلقة بالسياسة والصحة والعلوم، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: تنتشر المعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة عبر منصات مختلفة، مع كون تويتر وفيسبوك منصة مشتركة للدعاية السياسية، وأكدت الدراسة على الدور المزدوج للذكاء الاصطناعي في إدامة ومكافحة الروايات الكاذبة، لمكافحة اضطراب المعلومات.

وتهدف دراسة (Saifuddin Ahmed & Hui Wen Chua سيف الدين وهوي وين، 2023) (27) إلى تحليل استجابة الأفراد لمحتوى الديب فيك عبر وسائل متعددة، تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 309 مستخدمين عبر الإنترنت في الولايات المتحدة، توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: زيادة ثقة المستخدمين في تصديق ومشاركة مقاطع الفيديو الزائفة مقارنة بالصوتية، وأن الأفراد ذوي القدرات المعرفية العالية أقل عرضة لتصديق ومشاركة الديب فيك.

كما أوضحت دراسة (Zhuoyue Zhang & Others تشويو تشانغ وآخرون، 2023) (28) العوامل التي تؤثر على تقييم الأفراد لمصادقية مقاطع الفيديو الزائفة (الديب فيك)، تمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها 518 مشاركاً في تجربتين عشوائيتين، توصّلت الدراسة إلى عدّة نتائج، أهمها: أن المقاطع عالية الدقة والطول الزمني الأطول كانت أكثر إقناعاً للمشاهدين، وأن عدد المتابعين وشعبية المصدر أثّرت إيجابياً على تقييم المصادقية؛ لذلك أكّدت النتائج أن الشباب قد يكونون أكثر عرضة لتصديق الديب فيك إذا كانت تأتي من مصادر ذات مصداقية ظاهرية.

وسعت دراسة (Sarah Shawky سارة شوقي، 2023) (29) إلى معرفة التأثير التثقيف الإعلامي على قدرة الأفراد في اكتشاف الأخبار الزائفة ومقاطع الفيديو المفبركة، تمّت الدراسة التجريبية على عينة قوامها 204 مشاركين مصريين ذوي تعليم عالٍ، وتوصّلت الدراسة لعدّة نتائج، أهمها: فعالية التثقيف الإعلامي في رفع معدل كشف الأخبار الكاذبة، سواءً كانت نصيّة أو مرئيّة. كما أشارت النتائج إلى انخفاض احتمالية مشاركة هذه الرسائل الكاذبة بعد التوعية بهذه التقنية، وأوصت الدراسة بتصميم محاضرات محو الأميّة الإعلامية تتضمن معلومات عامة حول التضليل، ومعلومات محدّدة حول التقنيات الجديدة التي تُنتج أخباراً كاذبة، مثل التزييف العميق.

وهدف دراسة (Nadia Naffi & Others نادية نافي وآخرون، 2023) (30) إلى استكشاف كيف يمكن للتعليم التفاعلي أن يساعد الشباب على تطوير مقاومة ضد الديب فيك والمعلومات المضلّة، بغض النظر عن السياق، تمّ تطبيق الدراسة على ستة عشر شاباً تتراوح أعمارهم بين 18 و24 عاماً في إطار تجربة تعليمية تجريبية وتأمليّة متطوّرة لمدة 9 ساعات حول التزييف العميق والتضليل الإعلامي المستتير بنظرية البناء الشخصي (PCT)، توصّلت الدراسة لعدّة نتائج، أهمها: أظهر المشاركون تحسّناً في قدرتهم على التعرف على الديب فيك ومواجهته، كما أصبح المشاركون أكثر وعياً بمخاطر المعلومات المضلّة وأكثر استعداداً لمواجهتها، وأوصت الدراسة بضرورة تضمين مثل هذه البرامج التعليمية في المناهج الدراسية لتعزيز الوعي الرقمي بين الشباب، مع وضع استراتيجيات لدمج تجارب التعلّم المستندة إلى تقنيات التعليم عن بُعد في التعليم.

بينما هدفت دراسة (Eiserbeck & Others، أيزربيك وآخرون، 2023) <sup>(31)</sup> إلى تحليل كيف تؤثر معرفة المشاهد بأن الوجه مزيف باستخدام تقنية (ديب فيك) على الاستجابات العاطفية والمعرفية للشباب، تم إجراء دراسة شبه تجريبية على عينة قوامها 30 شخصاً متوسط أعمارهم 26 عاماً، توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: أن الاستجابات العاطفية تجاه الابتسامات كانت أضعف عندما اعتقد المشاركون أنها ديب فيك، بينما الوجوه الغاضبة احتفظت بتأثيرها؛ مما يشير إلى أن المشاعر السلبية تظل قوية حتى مع التزييف.

وتهدف دراسة (Kristiyan Delchev & Others، كريستيان ديلتشيف وآخرون، 2023) <sup>(32)</sup> إلى تحليل قدرة طلاب الجامعات على التعرف على مقاطع الفيديو الزائفة التي تم إنشاؤها باستخدام الذكاء الاصطناعي، تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 179 طالباً من طلاب علوم الحاسوب في المملكة المتحدة، توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: أن الطلاب لم يتمكنوا من التمييز بين مقاطع الفيديو الحقيقية والزائفة بشكل موثوق؛ لذلك توصي الدراسة بضرورة تعزيز التوعية والتدريب على التحقق من صحة المحتوى الرقمي.

هذا وقد سعت دراسة إسراء حسنى (2023) <sup>(33)</sup> إلى تحليل التأثير المحتمل لفيدويوهات الديب- فيك المستخدمة في السياق السياسي على إدراك الشباب المصري للقضايا السياسية، ومدى تفسيرهم ومقاومتهم للتضليل الإعلامي، تم تطبيق الدراسة على عينة من الشباب المصري، فضلاً عن تحليل مضمون الفيديوهات المفبركة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: فيديوهات الديب- فيك، حتى بجودة متوسطة، أثرت بفعالية على إدراك الشباب السياسي؛ مما خفض من قدرتهم على التمييز بين الحقيقي والزائف، وأن الفجوة في المستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية، والسياسي، تظهر بشكل واضح في قدرات الشباب على اكتشاف التزوير، كما أشارت الدراسة إلى أن البلدان التي تمر بظروف سياسية أو اقتصادية صعبة تشهد تأثيراً أكبر لاستخدام الوسائط الزائفة كأداة تطويق للرأي العام والتشكيك في مصداقية الضحايا.

وهدفت دراسةً (Samuel Derous صموئيل ديروس، 2023) <sup>(34)</sup> إلى تطوير تطبيق تفاعلي قائم على الألعاب (gamified app) لزيادة وعي المراهقين بمخاطر الديب فيك عند استخدامهم لتطبيق تيك توك، حيث تم إجراء دراسة تجريبية تصميمية استخدمت مبادئ تصميم الألعاب لتطوير تطبيق تعليمي تم اختباره على عينة من المراهقين (أعمارهم بين 13-18 سنة)، توصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: أن التطبيق ساعد في رفع وعي المستخدمين بقدرتهم على التمييز بين المحتوى الحقيقي والزائف، وساعد في تحسين التفكير النقدي لدى المراهقين فيما يخص مقاطع الفيديو المشبوهة، كما وجد الباحث أن إدخال عنصر اللعب زاد من تفاعل المستخدمين واهتمامهم بالمحتوى التوعوي. وتهدف دراسةً (Sally Samy سالى سامى، 2023) <sup>(35)</sup> الاستكشافية إلى وضع المعرفة الإخبارية كعامل وسيط نحو تعزيز المسؤولية المدنية من خلال التحقيق في دورها في تعزيز تجربة الأخبار عبر الإنترنت للشباب وإعدادهم ضد المحتوى الزائف، تم تطبيق الدراسة على عينة من الشباب من مصر، وعينة من الشباب من إسبانيا، وتم إجراء التحليل المقارن عليهما، توصلت الدراسة لعدة نتائج، منها: وجود علاقة إيجابية بين المعرفة الإخبارية والقدرة على تحديد الأخبار الزائفة، والقدرة على تحديد خطاب الكراهية، والتفاعل مع الأخبار، والاهتمام بصدق المحتوى قبل مشاركته، والدافع للبحث عن الأخبار، كما عبر المشاركون من كلا البلدين عن تصورات سلبية حول أداء وسائل الإعلام الإخبارية المهنية، وكان المبرر الرئيس لذلك هو أن وسائل الإعلام الإخبارية لا تؤدي دورها كما ينبغي.

وناقش بحثٌ (Purwadi & Others ، بوروادي، وآخرون، 2022) <sup>(36)</sup> كيفية التلاعب بالبيانات الشخصية في تقنية التزييف العميق، والبحث عن حلول لتوفير الأساليب الوقائية للتعامل معه في إندونيسيا في مجال الإرهاب الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى أنه يمكن توفير الحماية القانونية ضد إساءة استخدام فيديوهات التزييف العميق؛ من خلال حماية البيانات الشخصية لكل مواطن، وهذا من واجب الحكومة في عصر البيانات الضخمة الحالي، وبالتالي فإن القواعد القانونية المفروضة على منشئي ومروجي محتوى فيديوهات التزييف العميق لا تختلف عن القواعد القانونية المفروضة

على منشئي فيديوهات الدعاية ذات التأثير السلبي بشكل عام، ويمكن تطبيق هذه القواعد أيضاً على الإرهاب السيبراني والإرهاب الإلكتروني، ولكن تُعد سرعة التطور التكنولوجي في مجال الأدلة الجنائية الرقمية أحد أسباب صعوبة إصدار الحكومات للوائح قانونية تستجيب أو تواكب التطورات الجديدة في مجال تكنولوجيا المعلومات، لا سيما مع تزايد تهديدات الإرهاب السيبراني والإرهاب الإلكتروني والاجتماعي.

وتهدف دراسة ولاء محمد وياسر محمد محروس (2022)<sup>(37)</sup> إلى التعرف على مدى إدراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لتهديدات التزييف العميق "الديب فيك" وعلاقته باستخدامهم الأمن لتلك المواقع، وتمّ التطبيق على عينة قوامها (600 مفردة) من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمحافظة (القاهرة، بورسعيد، أسيوط، الدقهلية)، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لتهديدات التزييف العميق وبين مستوى استخدامهم الأمن لتلك المواقع، وتوجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في قدرتهم على كشف التزييف العميق (الثقة المزيفة) وبين مستوى استخدامهم الأمن لتلك المواقع، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إدراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لتهديدات التزييف العميق وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النطاق الجغرافي- النوع- المستوى التعليمي).

وهدف دراسة (Jeffrey T. Hancock & Jeremy N. Bailenson، جيفري تبي وجيريمي، 2021)<sup>(38)</sup> إلى معرفة الأثر الاجتماعي لتقنية الديب فيك، مع التركيز على آثارها على العلاقات الاجتماعية والثقة في المجتمعات الرقمية، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: الديب فيك يخلق تهديداً حقيقياً للثقة الاجتماعية، خصوصاً في البيئات الرقمية التي تفتقر إلى التحقق من المعلومات، يمكن أن يؤدي إلى تدمير السمعة الشخصية، وبثّ الشك في الشهادات المصورة، كما أنه يؤدي إلى ضعف في الخطاب العام، وإضعاف الديمقراطية عبر التشكيك في كل ما يُعرض بصرياً.

وتهدف دراسة (Seda Gökçe Turan، سيدا غوكتشى، 2021) <sup>(39)</sup> إلى مناقشة تأثيرات الديب فيك على الشباب وكيفية استخدام مفهوم المواطنة الرقمية كوسيلة حماية طويلة الأمد، توصّلت الدراسة لعدّة نتائج، أهمها: أهمية تعليم الشباب مبادئ المواطنة الرقمية لتعزيز وعيهم بمخاطر الديب فيك، كما أوصت بدمج مفاهيم المواطنة الرقمية في المناهج التعليمية كوسيلة وقائيّة.

بينما تناولت دراسة (Cristian Vaccari & Andrew Chadwick كريستيان فاكارى وأندرو تشادويك، 2020) <sup>(40)</sup> تأثير الفيديوهات السياسية المُصنّعة بتقنية الديب فيك على ثقة الجمهور في الأخبار، مع التركيز على دور هذه الفيديوهات في التأثير على المتلقين خاصة الشباب، تمّ إجراء تجارب مع مجموعات متنوعة من المشاركين الذين تعرّضوا لمقاطع فيديو ديب فيك سياسية، مع قياس استجاباتهم عبر استبانات حول مدى تصديقهم للمحتوى، وشعورهم بعدم اليقين، وتغيّر ثقتهم في الأخبار، وتوصّلت الدراسة لعدّة نتائج، أهمها: زيادة ملحوظة في الشعور بالخداع بعد مشاهدة فيديوهات ديب فيك مقارنة بالفيديوهات الحقيقية، ارتفاع مستويات الشك وعدم اليقين تجاه الأخبار والمصادر الإعلامية، وتراجع عام في الثقة في الأخبار الرسمية، كما أن هناك تأثيراً متبايناً على فئات عمرية مختلفة، حيث كان الشباب أكثر عرضةً للتأثر والتصديق، وانتهت الدراسة باحتمال تعزيز الانقسام السياسي بسبب انتشار هذه الفيديوهات.

وركّزت دراسة (Chesney, R & Citron تشيسنى، وسيترون، 2019) <sup>(41)</sup> على دراسة كيف تؤثر مقاطع الفيديو الزائفة (Deepfakes) على مواقف الشباب السياسية وميولهم الانتخابية، تمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها 500 شاب تتراوح أعمارهم بين 18-30 سنة من عدّة ولايات أمريكية، تمّ اختيارهم عشوائياً عبر الإنترنت، توصّلت الدراسة لعدّة نتائج، أهمها: تعرّض الشباب للديب فيك يزيد من حالة التشكيك في المصادر الإعلامية الرسمية، وأن البعض أصبح أكثر انقساماً سياسياً نتيجة الفيديوهات الزائفة، مع ميل أكبر لرفض بعض الأطراف السياسية، وأكدت الدراسة على أن الشباب الذين يمتلكون مهارات إعلامية أقل كانوا أكثر عرضة لتصديق المعلومات المغلوطة.

### التعليق على الدراسات السابقة:

#### • التعليق على دراسات المحور الأول (تأثيرات الثقافية والسلوكية لوسائل التواصل الاجتماعي):

- أثرت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير على طرق التواصل بين الأفراد، وبالتالي على طرق تفكيرهم وسلوكهم، وارتبط هذا التأثير بكثرة الاستخدام وزيادة التفاعل مع المضمون المقدم.
- جاءت أهم التأثيرات الثقافية الناتجة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرها على اللغة العربية، فزادت استخدام اللغة العامية والمصطلحات المعربة؛ باعتبارها اللغة الأسهل والأقرب للتواصل، وانخفض استخدام اللغة العربية الفصحى، حيث أمدت مواقع التواصل الاجتماعي اللغة العربية بكثير من الألفاظ، والمفردات، والعبارات، والتراكيب الجديدة والمولدة من الألفاظ العربية، أو المترجمة عن اللغات الأجنبية.
- أدت وسائل التواصل الاجتماعي إلى زيادة انتماء المستخدم للبيئة التي يتفاعل معها عالمياً، بينما قللت من انتمائه لمجتمعه وبيئته المحلية، فالتعرض المستمر لمحتوى عالمي عبر مواقع التواصل يؤدي إلى تداخل ثقافي وتأثيرات على القيم المحلية؛ مما يسبب تحولات في سلوكيات الشباب الاجتماعية مثل التفاعل واللغة؛ مما يؤثر على هويتهم الثقافية.
- ارتبط الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي في عدة دراسات بزيادة الآثار السلبية على سلوكيات المستخدمين كالتنمر، وزيادة سوء الفهم، وانحياز التواصل، وخلق الشعور بالإهمال.
- ربطت عدة دراسات بين وجود علاقة إيجابية طردية بين مصداقية المصدر وبين التأثيرات السلوكية والثقافية، أي أنه كلما زادت مصداقية المصدر كلما زادت التأثيرات الناتجة عن الاستخدام.

#### • التعليق على دراسات المحور الثاني (الديب فيك):

- ندرة الدراسات العربية التي تحدثت بشكل مباشر عن تأثيرات الديب فيك على الشباب، لتركيز أغلبها على النواحي التقنية والقانونية.

- أكدت الدراسات السابقة وجود علاقة بين ضعف المعرفة التقنية الدقيقة لدى معظم الشباب وبين الوعي بمخاطر الديب فيك وتهديداته.
- زادت التأثيرات السلبية للديب فيك على المستخدمين الذين لا يملكون مهارات إعلامية رقمية، وقلّت التأثيرات على أقرانهم ممن تمّ توعيتهم بمخاطر التقنية ولديهم حد أدنى من المهارات الإعلامية.
- تمثلت التأثيرات السلبية للديب فيك في خلق حالة التشكك والريبة في المعلومات المتداولة على وسائل التواصل الاجتماعي، وتآكل الثقة في المعلومات الرقمية جزئياً؛ بسبب صعوبة التمييز بين الحقيقي من الزائف، وتهديد الأمن الشخصي للأشخاص.
- وبشكل عام تتميز هذه الدراسة عن بقية الدراسات السابقة في كونها الدراسة الأولى التي اهتمت بالبحث في التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق على الشباب الجامعي، حيث اهتمت أغلب الدراسات بالنواحي التقنية وكيفية التفاعل مع المحتوى الزائف، على الرغم من تركيز هذه الدراسات على النواحي السلبية لهذه التقنية على قيم المجتمع وثقافته وهويته.
- تعتمد الدراسة الحالية على مدخل الاستخدامات والتأثيرات وهو مدخل لم يتم تناوله من قبل في الدراسات التي تناولت التزييف العميق؛ حيث اعتمدت بعض الدراسات على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام والتربية الإعلامية الرقمية، وتمّ تطبيق الدراسة الحالية على فئة الشباب لكثرة الدراسات التي تشير ارتفاع معدل استخدام هذه الفئة لمواقع التواصل الاجتماعي؛ مما يجعلها أكثر عرضة لمخاطر هذه التقنية.

مدى إفادة الباحثة من الدراسات السابقة بشكل عام:

تحديد مشكلة البحث تحديداً معرفياً دقيقاً، ومعرفة الجوانب الجديدة التي لم يتم دراستها لتجنب التكرار، كما أفادت الباحثة من الاطلاع على الدراسات السابقة في تحديد تساؤلات الدراسة، ومعرفة الجوانب التي ينبغي التركيز عليها ومناقشتها في تأثيرات التزييف العميق (deep fake)؛ وذلك لتناولها بجوانبها وزواياها كافة، وكذلك

معرفة الجوانب التي غفلت عن معالجتها الدراسات السابقة، حتى تستطيع هذه الدراسة أن تقدم ما هو جديد ومختلف عن بقية الدراسات التي تناولت الإعلام وتقنية التزييف العميق من خلاله.

#### مشكلة الدراسة:

يؤثر التزييف العميق على المعلومات، بل ويعيد تشكيل القيم الثقافية واللغة التي يعتمد عليها الشباب، حيث تستطيع تقنية التزييف العميق deep fake أو المحتوى المرئي الزائف عبر مواقع التواصل الاجتماعي إثارة الفتن والفوضى في المجتمع، وتشويه الحقائق واللغة والقيم المجتمعية، ونشر الأخبار الكاذبة من خلال محاكاة الصوت والصورة للأشخاص باستخدام الذكاء الاصطناعي AI للدرجة التي يصعب معها التفريق بين الحقيقة والتزييف الكاذب، خاصة بالنسبة للمستخدم العادي، حيث يمكن تخليق مقاطع فيديو لأشخاص مشهورين أو ذوي سلطة ومكانة، وإصدار تصريحات وأفعال لم تصدر منهم على أرض الواقع، وكذلك الأمر للمواطن العادي الذي يمكن التشهير به والترصص بحياته الشخصية من خلال الذكاء الاصطناعي أو تطبيقات التعلم الآلي.

أصبح الوضع يزداد خطورة نتيجة التطور المذهل في تقنية التزييف العميق؛ مما زاد من صعوبة التفريق بين ما هو زائف وما هو حقيقي، في ظل تعرض الشباب للعديد من الفيديوهات المصنوعة بهذه التقنية؛ الأمر الذي ينعكس سلباً على تفكير ومعتقدات الشباب حيال قيمهم، ووعاداتهم، وتقاليدهم مجتمعهم، وحتى اللغة التي يتحدثون بها مع أقرانهم؛ مما يحدث أثراً بالغاً على تصرفاتهم وسلوكياتهم، وبما أن الشباب الجامعي الفئة الأكثر عرضة لتقبل التغيرات الحديثة التي تطرأ على المجتمع بما في ذلك من قيم، وأعراف، وثقافة، وفكر، وسلوك؛ لسهولة استخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي التي أتاحت لهم المساحة الكافية للتعبير عن عواطفهم وأفكارهم ونشر المحتوى الخاص بهم؛ الأمر الذي يتطلب منهم أن يكون لديهم الحد الأدنى من التربية الإعلامية الرقمية، حتى يمكنهم التفريق بين المحتوى المزيف والحقيقي، قبل إعادة نشره أو التفاعل معه، وكذلك لتجنب التأثيرات السلبية التي تنتج عن هذا الاستخدام سواء فيما يتعلق بالثقافة أو السلوك؛ لذا وبناءً على ما سبق تتبلور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما

إدراك الباحثين عينة الدراسة لتهديدات ومخاطر التزييف العميق بمواقع التواصل الاجتماعي؟ وعلاقة ذلك بالتأثيرات الثقافية والسلوكية لهذه التقنية من وجهة نظرهم؟ وذلك بهدف فهم هذه التأثيرات وتحليلها، ومن ثم وضع استراتيجيات وقواعد ضابطة تساعد على الحد من التأثيرات السلبية للتزييف العميق وما قد يحدثه على ثقافة وسلوك الشباب الجامعي.

#### أهمية الدراسة: تتمثل أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- خطورة توظيف الذكاء الاصطناعي في صنع محتوى مرئي مزيف ونشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وما ينتج عن ذلك من تأثيرات ثقافية وسلوكية على مُستهلكي هذا المحتوى، في ظل اتساع تهديدات ومخاطر تقنية التزييف العميق على مستوى الفرد والمجتمع، خاصة بعد تعدد تطبيقات التزييف العميق، وإتاحتها للمستخدم العادي وسهولة تنفيذ مقاطع فيديو مزيفة يصعب اكتشافها.
  - ندرة الدراسات العربية التي تناولت التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق (deep fake) عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
  - أهمية الفئة العمرية التي تُجرى عليها الدراسة وهي فئة الشباب، التي تتمتع بالحيوية، والنشاط، والميل إلى التجديد في عصرٍ تتسارع فيه المتغيرات التكنولوجية.
  - تقديم مقترحات بناءً للمختصين للمساعدة على الحد من تهديدات ومخاطر التزييف العميق، وما قد يحدثه على ثقافة وسلوك الشباب الجامعي داخل المجتمع.
  - عدم وجود تقنية موثوق بها للكشف عن تقنية التزييف العميق، حتى الآن على الرغم من وجود العديد من التطبيقات لهذا الغرض؛ مما يزيد من خطورتها.
  - أهمية رفع الوعي بخطورة المحتوى المرئي المزيف نتيجة تزايد تأثيراته على مستوى الفرد والمجتمع، سواء ما يتعلق بالثقافة أو السلوك.
- أهداف الدراسة: تسعى الدراسة للتعرف على:
- معدل تعرض الباحثين للمحتوى المرئي المدعوم بتقنية الذكاء الاصطناعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع المتابعة.

- حدود معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي ومنها التزييف العميق وكيفية استخدامه.
- مدى إدراك المبحوثين عينة الدراسة لتهديدات ومخاطر التزييف العميق بمواقع التواصل الاجتماعي.
- التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب.
- مدى تأثير العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات السلوكية والثقافية للتزييف العميق بالمتغيرات التالية (دوافع التعرض- مستوى التفاعل- مستوى الثقة- المتغيرات الديموجرافية) للمبحوثين.

#### الإطار النظري للدراسة:

#### مدخل الاستخدامات والتأثيرات (Effects and Uses)

نشأة النظرية: استتدت الدراسة في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والتأثيرات (Effects and Uses)، حيث يُعدُّ هذا المدخل أحدَ المداخل الأكثر حداثة في دراسة العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديدة، والتأثيرات الناتجة من هذا الاستخدام<sup>(42)</sup>، وقد بدأت ملامح هذه النظرية بالتشكل في السبعينات، نتيجةً لتزايد الانتقادات الموجهة للنموذج التقليدي لتأثير الإعلام، والذي كان ينظر إلى الجمهور بوصفه متلقيًا سلبيًا، في هذا السياق، ظهر اتجاه يربط بين استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتأثرهم بها، وهو ما دعا إليه الباحث السويدي Klaus E. Rosengren، حيث أكد أن العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور يجب أن تُفهم على أنها تفاعلية وليست أحادية الاتجاه، وقد شدد على أن المتلقي لا يستهلك الإعلام عشوائيًا، بل يختار الوسائل بناءً على حاجاته الاجتماعية والثقافية، ما يعني أن التأثير يتأثر بسياق الاستخدام ذاته<sup>(43)</sup>.

في الفترة نفسها، أبرز الباحث الأمريكي David L. Swanson أوجه القصور في نظرية الاستخدامات والإشباع التقليدية؛ حيث اعتبر أنها تهتم بما يفعله الناس بوسائل الإعلام، لكنها تتجاهل "ما تفعله وسائل الإعلام بالناس"، واقترح دمج هذين البُعدين في نظرية أكثر شمولًا تأخذ في الحسبان كلاً من الدوافع والتأثيرات في آن واحد،

وقد أسهم هذا الطرح في تطوير المفهوم النظري لنموذج الاستخدامات والتأثيرات، بوصفه طريقة لفهم كيف تؤدي دوافع الجمهور لاستخدام معين يقود إلى نوع معين من التأثير، وبالتالي يصبح التأثير مرتبطاً بالسياق والدافع والغرض من الاستخدام<sup>(44)</sup> وبهذا فإن الاتجاه الحديث في البحوث تحاول المزج بين الاستخدامات والتأثيرات، مفترضة أن الجمهور يبحث عن وسائل الاتصال للحصول على المعلومة التي يريد، وبحصوله عليها يبدأ بالتصرف بطريقة معينة، ثم يرجع للوسيلة للحصول على المزيد منها، وهكذا تستمر عملية الاستخدام والتأثير من الوسيلة<sup>(45)</sup>، كما أن العلاقة بين الاستخدام والتأثير مشروطة أيضاً بمدى شعور الفرد بأهمية الوسيلة في حياته، سواء من الناحية المعرفية أو الاجتماعية أو العاطفية؛ مما يعزز من ارتباط هذه النظرية بالمفاهيم النفسية والاجتماعية الأوسع<sup>(46)</sup>.

#### فروض نظرية الاستخدامات والتأثيرات:

قد افترض مدخل الاستخدامات والتأثيرات أن أفراد الجمهور يتابعون وسيلة معينة لأسباب محددة ومعلنة، وأن معاني النصوص الاتصالية تكون موجودة في أذهان الجمهور القوي الذي تحركه دوافع محددة للتعرض<sup>(47)</sup>.

حيث تُحدد الدوافع استعدادات الفرد للاستجابة للمضمون الاتصالي، كما أن الاحتياجات المختلفة تؤدي إلى اختلافات في الأهداف والدوافع والسلوك، وتقسّم دراسات الاتصال ودوافع التعرض إلى فئتين، يتحددان فيما يلي:

#### 1. الدوافع النفعية (Instrumental Motives):

تشير الدوافع النفعية إلى استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لتحقيق أهداف معرفية أو وظيفية محددة، مثل البحث عن المعلومات، أو متابعة الأخبار، أو التعلم، يعتمد هذا النوع من الدوافع على الاستخدام الواعي والمقصود للوسيلة الإعلامية، وغالباً ما يرتبط بمستويات مرتفعة من الانتباه والتحليل النقدي للمحتوى، في دراسة أجراها (Rubin 1984)، تم التمييز بوضوح بين الاستخدام النفعي والطقوسي للتلفاز؛ حيث اعتبر أن الاستخدام النفعي يتميز بتركيز المستخدم على المحتوى، وسعيه لتحقيق أهداف معرفية، مثل متابعة البرامج الإخبارية أو الوثائقية، وهو ما يؤدي في كثير من الأحيان إلى تأثيرات معرفية ملموسة مثل زيادة الفهم السياسي أو الاجتماعي.

## 2. الدوافع الطقوسية (Ritualized Motives):

على العكس من الدوافع النفعية، تتمثل الدوافع الطقوسية في الاستخدام التلقائي أو العاطفي لوسائل الإعلام، ليس بالضرورة بغرض الإفادة من المحتوى، بل كعادة اجتماعية، أو وسيلة للترفيه، أو الهروب من الواقع، في هذا السياق يكون التركيز على الوسيلة بحد ذاتها أكثر من المحتوى.

أشار Rubin في نفس دراسته إلى أن الاستخدام الطقوسي للتلفاز يتصف بالسلوك العادي اليومي غير المرتبط بغايات معرفية مباشرة، مثل تشغيل التلفاز أثناء تناول الطعام أو قبل النوم، وأن هذا النمط يرتبط غالباً بالتأثيرات العاطفية والنفسية مثل تخفيف التوتر، أو الشعور بالصحة<sup>(48)</sup>.

إن مدخل الاستخدامات والتأثيرات غير الطرق التقليدية للتفكير في التأثيرات الاتصالية، فهو يبحث في كيف يستقبل أفراد الجمهور الرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقاً لاحتياجاتهم الخاصة، ويؤكد على أن الأفراد يقومون باختيارات واعية من بين العناصر المختلفة للمضمون الاتصالي، ويختارون ما يشاهدونه، وبالتالي فإن درجة وتنوع التأثيرات الاتصالية سوف تعتمد على حاجة أفراد الجمهور<sup>(49)</sup>.

ففي عصر الوسائط الرقمية، مثل مواقع التواصل الاجتماعي ومنصات البث، لا تزال الدوافع النفعية والطقوسية قائمة، ولكن بأشكال جديدة، على سبيل المثال، في دراسة أجراها (Sundar and Limperos 2013)، تم توثيق كيف أن المستخدمين يتنقلون بين دوافع نفعية مثل البحث عن الأخبار، وأخرى طقوسية مثل التمرير العشوائي (scrolling) على فيسبوك، وهي ممارسات قد تؤدي لتأثيرات غير متوقعة مثل تعزيز الاستقطاب أو الإدمان<sup>(50)</sup>.

بناءً على ما سبق تقوم النظرية على افتراض أساسي وهو أن الدوافع النفعية لاستخدام وسائل الاتصال مثل دافع البحث عن المعرفة، أو الحصول على المنفعة الاجتماعية، وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية مثل (الانتقائية والانتباه والاستغراق) سوف ترتبط إيجابياً بتأثيرات الوسيلة على أفراد الجمهور، بينما الدوافع الطقوسية مثل: دوافع (العادة وقضاء الوقت، والهروب، والصحة)، وأنماط النشاط

المعوق للتأثيرات الاتصالية، مثل: (التجنب، تحويل الانتباه والشك) سوف ترتبط سلبياً بهذه التأثيرات<sup>(51)</sup>.

#### توظيف النظرية في الدراسة الحالية:

استخدمت الباحثة مدخل الاستخدامات والتأثيرات لمعرفة كيفية ومعدل تعرض الشباب عينة الدراسة للرسائل الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، طبقاً لحاجاتهم واهتماماتهم الخاصة، حيث تفترض النظرية أن الجمهور يقوم باختيارات واعية من العناصر المختلفة للمضمون الاتصالي، وبالتالي فاستخدام الشباب (اختيار وسيلة معينة) من مواقع التواصل الاجتماعي يتأثر وفقاً لمتغيرات وسيطة وخاصة بالمستخدم، والتي تمثلت في: المتغيرات الديموجرافية- دوافع الاستخدام (النفعية والطقوسية)- معدلات الاستخدام- مستوى الثقة- درجة التفاعل مع المحتوى المرئي المزيف، وأن هذه المتغيرات مسؤولة ومتحكمّة في حدوث التأثيرات الاتصالية التي حددتها الدراسة في التأثيرات الثقافية والسلوكية للترفيه العميق وفقاً لرؤية الباحثين.

#### الإطار المعرفي للدراسة:

يمثل الترفيه العميق تطورين في مجال التعلم الآلي، وهما الشبكات العصبية العميقة (DNN) والشبكات التوليدية العدائية، وقد ظهر عام ٢٠١٧، هو مزيج من كلمتي التعلم العميق والترفيه، يمكن تطبيق هذه التقنية لإنشاء نسخ واقعية، من السلوكيات البشرية، ويُعدّ الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي من السمات البارزة في تقنية الترفيه العميق، حيث تُستخدم لدمج محتوى موجود وتركيبه على الصور أو مقاطع الفيديو الأصلية، كما تستخدم التزييفات العميقة تقنيات التعلم الآلي، مثل الشبكات العصبية العميقة (DNN) والشبكات التوليدية التنافسية (GAN)، في إنشائها.

تجاوز استخدام هذه التقنية الترفيه ليصبح وسيلة فعّالة للتأثير الإعلامي والثقافي، خاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي بين الشباب؛ مما جعل التمييز بين الواقع والزيف أكثر تعقيداً<sup>(52)</sup>.

جعلت هذه التطورات السريعة في التكنولوجيا من الممكن تجميع المحتوى الرقمي في صور واقعية للغاية لأشخاص يفعلون، أو يقولون أشياء لم يقولوها، أو يفعلونها أبداً، مع تطور تقنيات التعلم الآلي، وتزايد تعقيد التكنولوجيا، أصبح الترفيه العميق أكثر سهولة

وأكثر صعوبة للكشف، وقد استُخدم التزييف العميق لأول مرة لإنشاء مقاطع فيديو إباحية مزيفة للمشاهير، أو أفلام إباحية انتقامية، ومع ذلك، وكلما زادت بيانات الفيديو أو الصوت التي تجمعها الشبكة العنكبونية، زادت قوة إقناع الصوت أو الفيديو المزيف، وكما هو الحال في تجربة جوردان بيل، يُظهر مقطع فيديو مدته دقيقة واحدة لباراك أوباما، والذي تمت مشاهدته أكثر من 4.8 مليون مرة منذ إنشائه، هذا النوع من التكنولوجيا، يظهر الفيديو الرئيس السابق وهو يتحدث مباشرة إلى المشاهد ويستخدم عبارات بذيئة للإشارة إلى خليفته، دونالد ترامب، بالإضافة إلى معلومات مضللة أخرى، تطلبت عملية التزييف العميق التي وثقت الرئيس أوباما 56 ساعة من تسجيلات العينات، ونتج عنها مقطع فيديو مُعدل يكاد يكون من المستحيل تمييزه عن اللقطات والصوت الحقيقيين<sup>(53)</sup>.

لذا ومع انتشار تقنية التزييف العميق، ظهرت ظاهرة تُعرف بـ "عائد الأكاذيب" (Liar's Dividend)، حيث يتم تأييد الادعاء بأن أي محتوى مرئي - حتى الحقيقي - مزيف، بهدف إنقاذ السمعة أو دفعها إلى التشكيك، وقد تناول Schiff وآخرون تأثير هذه الظاهرة في الأوساط السياسية، مبرزين كيف يستغل البعض الشك العالمي لتقليل مسؤوليتهم<sup>(54)</sup>.

ويتسبب هذا الشك المتواصل في آثار نفسية وسلوكية واضحة لدى الشباب، متمثلة في القلق من مشاركة محتوى ويكون زائفاً، وانسحاب تدريجي من المحيط الرقمي والخوف من كونهم عرضة لتضليل أو ابتزاز. تم تطبيق برنامج توعوي في ماليزيا - وفي تجربة مماثلة بنرويج - لتعزيز مهارات التمييز وتقليل السلوك الرقمي غير الواعي، وقد أثبتت التجارب أثرها الإيجابي في خفض القلق ونسب مشاركة المحتوى المزيف<sup>(55)</sup>.

ورغم أن تقنية "الديب فيك" غالباً ما ترتبط بالتزييف الضار والخداع، إلا أن دراسات حديثة تشير إلى وجود استخدامات إيجابية لها يمكن أن تسهم في تطوير عدة مجالات مثل التعليم، والطب، والفنون، والترفيه، حيث تمكن تقنية "الديب فيك" من إعادة إنشاء شخصيات تاريخية أو علمية في بيئات تعليمية تفاعلية؛ مما يجعل التعلم أكثر تشويقاً

وفاعلية. فمثلاً، يمكن للطلاب الاستماع إلى نسخة رقمية من "ألبرت أينشتاين" تشرح نظرية النسبية، وهو ما يحفز الفهم والتفاعل مع المحتوى العلمي.

تُسهّم التقنية أيضاً في تقليل التكاليف الإنتاجية عبر إعادة بناء ملامح ممثلين راحلين، أو تعديل تعبيرات الوجه بشكل واقعي دون الحاجة لإعادة تصوير المشاهد، ومن أبرز الأمثلة إعادة ظهور الممثل "بيتر كوشينغ" في فيلم Rogue One ضمن سلسلة "حرب النجوم"، ما خلق تجربة بصرية متكاملة للجمهور.

في الطب، يمكن استخدام "الديب فيك" لإنشاء محاكاة واقعية للمرضى في برامج تدريب الأطباء؛ مما يحسن من مهارات التشخيص والاتصال في بيئة خالية من المخاطر<sup>(56)</sup>.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما معدل (كثافة) استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص على استخدامها المبحوثون عينة الدراسة؟
- ما دوافع (النفعية والطقوسية) استخدام المبحوثين عينة الدراسة للمحتوى المرئي المدعوم ب AI عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما حدود معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي ومنها التزييف العميق وكيفية استخدامه؟
- ما درجة ثقة المبحوثين عينة الدراسة في مصداقية المحتوى المرئي المدعوم بتقنية AI؟
- ما اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو مصداقية المحتوى المدعوم ب AI؟
- ما مدى إدراك المبحوثين عينة الدراسة لتهديدات ومخاطر التزييف العميق بمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى ثقة المبحوثين عينة الدراسة في القدرة على كشف التزييف العميق في حالة التعرض لأي محتوى مرئي مزيف؟

- كيف يتفاعل المبحوثون عينة الدراسة مع الفيديوهات المدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وخاصة تقنية التزييف العميق؟
- ما التأثيرات الثقافية (الإيجابية- السلبية) للتزييف العميق عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟
- ما التأثيرات السلوكية (الإيجابية- السلبية) للتزييف العميق عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟

#### فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع الاستخدام (الطوقسية والنفعية) وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق.
2. توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في قدرتهم على كشف التزييف العميق وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق.
3. توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل (كثافة) استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق.
4. توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين اتجاهات الشباب نحو مصداقية المحتوى المدعوم ب AI وبين التأثيرات السلوكية والثقافية للتزييف العميق.
5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق وفقاً للمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع- نوع الجامعة، نوع الدراسة- المستوى الاجتماعي الاقتصادي).
6. تتأثر العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات السلوكية والثقافية للتزييف العميق بالمتغيرات التالية:
  - دوافع التعرض.
  - مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى المرئي المزيف.
  - مستوى الثقة في مصداقية المحتوى المرئي المدعوم بتقنية Ai.
  - المتغيرات الديموجرافية.

7. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى إدراك المستخدمين لتهديدات ومخاطر التزييف العميق بمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

#### - التأثيرات الثقافية والسلوكية:

التأثيرات الثقافية: تضم القيم والأفكار واللغة، ويُقصد بها أيضاً أي تأثير يُغير من السمات والقسمات العامة التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات بكل ما تحمله من لغة للتواصل مع الآخرين، وقيم اجتماعية، وعادات وسلوكيات؛ حيث يهدف البحث لمعرفة تأثيرات الديب فيك على اللغة كوسيلة للتواصل بين الشباب، وهل عزز استخدامه انتشار الكلمات الأجنبية على حساب اللغة العربية؟ وهل رسخ عادات ومعتقدات دخيلة على المجتمع كثقافة الشك فيما يتم تقديمه في وسائل الإعلام؟ وهل غير من طريقة تفكيرهم حيال ما يتم تقديمه في وسائل الإعلام؟

التأثيرات السلوكية: يقصد به التأثير الذي يمكن أن يحدثه التزييف العميق على السلوك الاجتماعي والعلاقات الشخصية للشباب الجامعي؛ من حيث درجة الثقة، والقرارات والعلاقات الاجتماعية؛ وذلك من خلال تأثيره بالمعلومات المغلوطة والكاذبة عبر هذه التقنية، واتخاذ بناء عليها قرارات خاطئة.

الشباب الجامعي: هم شباب الجامعات المصرية من الفرقة الأولى للفرقة الرابعة تتراوح أعمارهم من 18 إلى 22 عاماً، في الجامعات التالية: جامعة القاهرة، جامعة 6 أكتوبر. التزييف العميق (deep fake): هو المحتوى الذي يتعمد نشر معلومات مضللة وزائفة، كما أنها قد تكون قصصاً مختلفة، بها جزء من الحقيقة، يتم بناءً عليها العديد من الصور والمعلومات المغلوطة، ويتم الترويج لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لخداع الجمهور؛ من أجل تحقيق مكاسب أيديولوجية ومالية.

#### نوع الدراسة:

- نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية؛ لأنها تهتم في الأساس بوصف طرق التواصل الافتراضي بين الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة دوافع ومبررات استخدامها، وكذلك التأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام،

فطبيعة الدراسات الوصفية وأهدافها تقتضي التعرف على المشكلة؛ عن طريق وصف ظواهرها، وخصائصها، وطبيعتها، ومعرفة أسبابها، وسبل التحكم فيها، معتمداً على تجميع البيانات وتحليلها، وبالتالي استخلاص النتائج.

#### منهج الدراسة:

#### منهج المسح:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الميداني، باعتباره المنهج الأنسب والأكثر ملاءمة لطبيعة الموضوع، كما أنه يعتبر عاملاً مساعداً على جمع بيانات كمية تتعلق بمجموعة من المتغيرات التي تسعى الدراسة لوصف علاقتها ببعضها البعض<sup>(57)</sup>، وتم ذلك بتطبيق استبانة إلكترونية على عينة عمدية من الشباب الجامعي من متابعي مواقع التواصل الاجتماعي.

#### ● مجتمع الدراسة وعينته:

تمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي من الكليات النظرية والعملية في الجامعات المصرية، وقد تم اختيار فئة الشباب الجامعي لتطبيق هذه الدراسة لعدة اعتبارات منهجية واجتماعية تجعلهم الفئة الأنسب لتحقيق أهداف البحث، ومن أبرز هذه الاعتبارات: التمثيل الواقعي لفئة المستخدمين النشطين لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تشير العديد من الدراسات مثل (Livingstone, S., & Helsper 2022)<sup>(58)</sup> إلى أن فئة الشباب، وبخاصة طلاب الجامعات، تعد من أكثر الفئات استخداماً وتفاعلاً مع مواقع التواصل الاجتماعي؛ ما يجعلهم عرضة مباشرة للتعرض لمحتوى الديب فيك وغيره من أدوات التضليل الرقمي، كما يتميز الشباب الجامعي بامتلاك حد أدنى من الثقافة الإعلامية والقدرة على التفكير النقدي؛ مما يتيح إمكانية قياس مدى إدراكهم وتفسيرهم للمحتوى الرقمي المضلل بشكل أكثر دقة، فضلاً عن أن الشباب في المرحلة الجامعية من أكثر الفئات قابلية لتكوين الاتجاهات وتبني أنماط سلوكية وثقافية جديدة، خصوصاً في ظل التعرض المستمر لمحتوى متنوع ومشحون بالرموز والمعاني على منصات التواصل.

## عينة الدراسة:

فقد تمَّ سحب عينة عمديّة من الشباب الجامعي بالفرق الدراسية المختلفة قوامها 400 مبحوث ممن يجيدون التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي ويتمتعون بنشاط واضح عليه، وقد تمَّ توزيعها بالتساوي كما يلي:

- جامعة القاهرة (200) مبحوث وقد تمَّ اختيار جامعة القاهرة باعتبارها أقدم وأكبر الجامعات الحكومية في مصر، وتضم طلاباً من مختلف المحافظات والخلفيات الاجتماعية، كما أنها تحتوي على عدد كبير من الكليات في مختلف التخصصات.

- جامعة 6 أكتوبر (200) مبحوث وقد تمَّ اختيارها لتمثيل الجامعات الخاصة باعتبارها من أهم الجامعات التي تعتمد على استخدام تقنيات تعليمية حديثة، وبيئة تحتية وتكنولوجية متطورة؛ مما يؤثر على تفاعل الطلاب مع الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي؛ مما يجعل دراستها مناسبة للبحث في تأثيرات الـديب فيك على الشباب، كما تسهل إدارة الجامعة عادة إجراءات البحث العلمي، وتوفّر تعاوناً جيداً مع الباحثين؛ مما يضمن تنفيذ الدراسة بسلاسة وبطريقة منظمة، وجاء توزيع العينة كالتالي:

## توزيع عينة الدراسة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغيرات

## الديموجرافية

جدول (1)

## توزيع العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

| البيانات الشخصية            |                             | حكومية |      | خاصة |      | الإجمالي |      |
|-----------------------------|-----------------------------|--------|------|------|------|----------|------|
|                             |                             | ك      | %    | ك    | %    | ك        | %    |
| ملكية الجامعة               |                             |        |      |      |      |          |      |
| النوع                       | ذكر                         | 31     | 15.5 | 100  | 50   | 131      | 32.8 |
|                             | أنثى                        | 169    | 84.5 | 100  | 50   | 269      | 67.3 |
|                             | الإجمالي                    | 200    | 100  | 200  | 100  | 400      | 100  |
| ملكية السكن                 | تمليك                       | 178    | 89   | 153  | 76.5 | 331      | 82.8 |
|                             | إيجار                       | 22     | 11   | 47   | 23.5 | 69       | 17.3 |
|                             | الإجمالي                    | 200    | 100  | 200  | 100  | 400      | 100  |
| الدخل الشهري للأسرة         | من 1000 لأقل من 3000 جنيه.  | 41     | 20.5 | 0    | 0    | 41       | 10.3 |
|                             | من 3000 لأقل من 5000 جنيه.  | 56     | 28   | 15   | 7.5  | 71       | 17.8 |
|                             | من 5000 لأقل من 8000 جنيه.  | 54     | 27   | 53   | 26.5 | 107      | 26.8 |
|                             | من 8000 لأقل من 10000 جنيه. | 28     | 14   | 27   | 13.5 | 55       | 13.8 |
|                             | أكثر من 10000 جنيه.         | 21     | 10.5 | 105  | 52.5 | 126      | 31.5 |
|                             | الإجمالي                    | 200    | 100  | 200  | 100  | 400      | 100  |
|                             | منخفض                       | 39     | 19.5 | 12   | 6    | 51       | 12.8 |
| المستوى الاقتصادي الاجتماعي | متوسط                       | 144    | 72   | 82   | 41   | 226      | 56.5 |
|                             | مرتفع                       | 17     | 8.5  | 106  | 53   | 123      | 30.7 |
|                             | الإجمالي                    | 200    | 100  | 200  | 100  | 400      | 100  |

## أدوات البيانات:

تم الاعتماد على صحيفة الاستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة، حيث صممت الباحثة صحيفة استبانة إلكترونية، وتم الاستعانة بعدد من الباحثين عند تطبيقها؛ نظراً لوجود صعوبات عديدة تعرضت لها الباحثة في الوصول لعينة الدراسة وإقناعهم بأهمية الدراسة وحثهم على ملء الاستبانة، تم إجراء الدراسة الميدانية خلال الفترة من الأول من مارس 2025 حتى نهاية أبريل 2025 للمبررات التالية: تصاعد استخدام تقنية

التزييف العميق "deep fake" وانتشارها خلال الفترة الأخيرة؛ مما جعل هذه الفترة مثاليةً لدراسة إدراك الشباب لهذه الظاهرة وتأثيرها السلوكي والثقافي في الوقت الفعلي، كما تزامنت الفترة مع النشاط المكثف للشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي مع عودة الطلاب الجامعيين للنشاط الدراسي الاعتيادي بعد انتهاء فصل الامتحانات، حيث يكون الشباب أكثر انخراطاً وتفاعلاً مع المحتوى الرقمي؛ مما يتيح الحصول على بيانات أكثر دقة وواقعية عن إدراكهم وتأثيرات الديب فيك، وقد اشتملت الاستمارة على عدة مقاييس كما يلي:

#### -مقاييس الدراسة:

##### جدول (2)

| الدرجات الممنوحة                              | بدائل الإجابة بدرجاتها                | متغيرات الدراسة                                                                         |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 25 : 15 ضعيف<br>35 : 26 متوسط<br>45 : 36 عالي | موافق (3)<br>مُحايد (2)<br>مُعارض (1) | مقياس التزام المحتوى المرئي المدعوم بتقنية AI عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالمصادقية    |
| 25 : 15 ضعيف<br>35 : 26 متوسط<br>45 : 36 عالي | موافق (3)<br>مُحايد (2)<br>مُعارض (1) | مقياس التأثيرات الثقافية واللغوية للتزييف العميق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب |
| 26-16 ضعيف<br>37-27 متوسط<br>48-38 عالي       | موافق (3)<br>مُحايد (2)<br>مُعارض (1) | مقياس التأثيرات السلوكية للتزييف العميق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب          |

#### اختبار الصدق والثبات في الدراسة الميدانية:

1- اختبار الصدق: تمَّ عرض صحيفة الاستبانة على مجموعة من المحكِّمين من أساتذة الإعلام في عدَّة جامعات مصرية<sup>[59]</sup>، وقد أسفر التحكيم عن حذف بعض الفئات والأسئلة وإضافة أخرى، وقد قامت الباحثة بعمل التعديلات اللازمة التي طلبها المحكِّمون لجعل صحيفة الاستبانة في صورتها النهائية وقابلة للقياس.

2- اختبار الثبات: ويُقصد به الوصول إلى اتفاقٍ متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس العينة، أي محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حدٍّ ممكن؛ من خلال السيطرة على

العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تمّ على النحو التالي: قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات باستخدام اختبار ألفا كرونباخ على عينة الدراسة بعد تحكيم صحيفة الاستبانة، والذي وصل إلى 81.9%؛ مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

- تمّ اختبار ثبات وصدق الاستمارة عن طريق حساب معامل ألفا كرونباخ وجاءت النتائج كالتالي:

### جدول (3)

قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاوّر صحيفة الاستبانة والدرجة الكلية لها

| المحور                                                                            | معامل ألفا<br>(معامل الثبات) |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| التزام المحتوى المرئي المدعوم بتقنية AI عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالمصادقية    | 0.812                        |
| التأثيرات الثقافية واللغوية للتزييف العميق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب | 0.743                        |
| التأثيرات السلوكية للتزييف العميق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب          | 0.848                        |
| صحيفة الاستبانة كاملة                                                             | 0.801                        |
| الصدق الذاتي                                                                      | 89.4%                        |

تشير بيانات الجدول (3) إلى أن جميع القيم أعلى من 0.70، وهو الحد الأدنى المقبول في الدراسات الاجتماعية والنفسية؛ مما يشير إلى أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات والاتساق الداخلي، وتشير هذه النسبة إلى أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية جداً من الصدق الظاهري، وتعد مناسبة لقياس المتغيرات محل الدراسة بثقة.

### - التحليل الإحصائي للبيانات:

قام الباحث بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)؛ وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض، والعلاقات الارتباطية، ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

### الاساليب الإحصائية المستخدمة:

#### أولاً: المقاييس الوصفية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.

- الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
- الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة:  
(المتوسط الحسابي  $\times 100$ )  $\div$  الدرجة العظمى للعبارة.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية:

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA
- ثالثاً: معاملات الارتباط Correlation:  
معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

1- تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (4)

مدى التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

| الإجمالي                                                                   |     | خاص |     | حكومي |     |          |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-------|-----|----------|
| %                                                                          | ك   | %   | ك   | %     | ك   |          |
| 78                                                                         | 312 | 73  | 146 | 83    | 166 | دائماً   |
| 22                                                                         | 88  | 27  | 54  | 17    | 34  | أحياناً  |
| 100                                                                        | 400 | 100 | 200 | 100   | 200 | الإجمالي |
| كا: 2؛ 5.828 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.120 |     |     |     |       |     |          |

أشارت نتائج جدول (4) أن غالبية أفراد العينة يتعرضون لمواقع التواصل بشكل دائم، حيث بلغت نسبتهم (78%) من إجمالي المبحوثين، مقابل (22%) فقط يتعرضون لها أحياناً، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء أن الاستخدام الدائم لمواقع التواصل نتيجة طبيعية لتعدد الحاجات التي تشبعها هذه المنصات، إلى جانب البنية التكنولوجية الداعمة وسهولة التفاعل؛ مما يجعلها بيئة رقمية جذابة يصعب الانفصال عنها، خاصة بين فئة الشباب الجامعي، كما أظهرت النتائج أن نسبة التعرض الدائم كانت أعلى بين الشباب في المؤسسات الحكومية (83%)، مقارنة بنظرائهم في المؤسسات الخاصة (73%). وكشف الاختبار الإحصائي عن وجود فروق دالة إحصائية بين الفئتين عند مستوى معنوية (0.000)، بينما بلغ معامل التوافق (0.120)؛ مما يشير إلى وجود علاقة ضعيفة،

لكنها معنوية بين نوع المؤسسة ومدى التعرض؛ الأمر الذي يعكس أهمية مراعاة هذا المتغير عند دراسة تأثيرات التزييف العميق عبر مواقع التواصل.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة كل من نورة عبد العاطي<sup>(60)</sup>، ودراسة هبة عز الدين إبراهيم<sup>(61)</sup>، ودراسة عبد الحفيظ عبد الجواد<sup>(62)</sup> والتي أكدت على أن الاستخدام الدائم واليومي احتل المرتبة الأولى.

## 2- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص المبحوثون على استخدامها:

جدول (5)

أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص المبحوثون على استخدامها

| المواقع   | حكومي |      | خاص |      | الإجمالي |      |
|-----------|-------|------|-----|------|----------|------|
|           | ك     | %    | ك   | %    | ك        | %    |
| -واتساب   | 158   | 23.9 | 130 | 20.3 | 288      | 22.1 |
| -فيس بوك  | 161   | 24.4 | 99  | 15.4 | 260      | 20.0 |
| -تيك توك  | 99    | 15.0 | 109 | 17.0 | 208      | 16.0 |
| -انستجرام | 111   | 16.8 | 72  | 11.2 | 183      | 14.1 |
| -اليوتيوب | 60    | 9.1  | 90  | 14.0 | 150      | 11.5 |
| -سناپ شات | 31    | 4.7  | 70  | 10.9 | 101      | 7.8  |
| -تيليجرام | 29    | 4.4  | 43  | 6.7  | 72       | 5.5  |
| -تويتر    | 12    | 1.8  | 28  | 4.4  | 40       | 3.1  |
| الإجمالي  | 661   | 100  | 641 | 100  | 1302     | 100  |

تشير بيانات الجدول (5) إلى تفضيلات المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي والتي جاءت على رأسها واتساب بنسبة (22.1)، يليه موقع الفيس بوك بنسبة (20.0%)، ثم موقع التيك توك بنسبة (16.0%)، وجاء تويتر في نهاية قائمة تفضيلات المستخدمين بنسبة (3.1%)، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن الشباب يفضلون واتساب؛ لما يوفره من خصوصية وسهولة في التواصل الفوري سواء بشكل فردي أو جماعي، إلى جانب اعتماده في الحياة اليومية لأغراض شخصية، تعليمية، ومهنية؛ مما يجعله جزءاً أساسياً من البنية الاتصالية الحديثة، كما أن بساطته وسرعة الوصول إليه تجعله أكثر جذباً مقارنة بمنصات أخرى أكثر تعقيداً.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Mohamed & AlBloy)<sup>(63)</sup> والتي أشارت إلى أن "أكثر من 96% من المشاركين أبلغوا عن استخدام واتساب أكثر من ثلاث ساعات يومياً" وأنه

يأتي في مقدمة تفضيلاتهم، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة كل دراسة (Lopez & Chen) (64)، دراسة (Eriksson, H. & Da Silva) (65)، ودراسة ولاء وياسر محمد (66) والتي أوضحت أن أعلى معدلات استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في فيس بوك وانستجرام وتويتر.

### 3- حدود معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي:

جدول (6)

حدود معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي

| الإجمالي                                                  |     | خاص  |     | حكومي |     |                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------|-----|------|-----|-------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| %                                                         | ك   | %    | ك   | %     | ك   |                                                                                             |
| 64                                                        | 256 | 63.5 | 127 | 64.5  | 129 | -يمكنني معرفة الفيديوهات المصنوعة بهذه التقنية والتعرف على بعض الحيل كتقنية التزييف العميق. |
| 36                                                        | 144 | 36.5 | 73  | 35.5  | 71  | -ليس لدي كم كبير من المعلومات يؤهلني للتعامل مع هذه التقنية.                                |
| 100                                                       | 400 | 100  | 200 | 100   | 200 | الإجمالي                                                                                    |
| كا2 : 0.043 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية : 0.835 غير دال |     |      |     |       |     |                                                                                             |

أشارت نتائج جدول (6) إلى أن نسبة كبيرة من الشباب أفادوا بقدرتهم على التعرف على الفيديوهات المصنوعة بهذه التقنية، والتعرف على بعض الحيل المستخدمة مثل التزييف العميق، حيث بلغت نسبتهم (64%) من إجمالي العينة، مقابل (36%) أشاروا إلى أن معرفتهم لا تزال محدودة، ولا تؤهلهم للتعامل الواعي مع هذه التقنية. كما تبين أن هذه النسب متقاربة بين المبحوثين في المؤسسات الحكومية (64.5%) والخاصة (63.5%). وقد أظهر اختبار كا2 أن الفروق بين الفئتين ليست دالة إحصائياً (مستوى المعنوية = 0.835)؛ مما يعني أن نوع المؤسسة لا يؤثر على مستوى معرفة الشباب بهذه التقنيات.

#### 4- معدل التعرض للمحتوى المرئي المدعوم بتقنية AI عبر مواقع التواصل الاجتماعي: جدول (7)

معدل التعرض للمحتوى المرئي المدعوم بتقنية الذكاء الاصطناعي  
عبر مواقع التواصل الاجتماعي يوميا

| الإجمالي                                                                               |     | خاص  |     | حكومي |     |                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|------|-----|-------|-----|--------------------------------------|
| %                                                                                      | ك   | %    | ك   | %     | ك   |                                      |
| 7.8                                                                                    | 31  | 7    | 14  | 8.5   | 17  | -أقل من نصف ساعة                     |
| 18.8                                                                                   | 75  | 21.5 | 43  | 16    | 32  | -أقل من ساعة                         |
| 14.8                                                                                   | 29  | 14.5 | 29  | 15    | 30  | -من ساعة إلى ساعتين                  |
| 5                                                                                      | 20  | 0    | 0   | 10    | 20  | -من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات     |
| 5.8                                                                                    | 23  | 7    | 14  | 4.5   | 9   | -من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات |
| 48                                                                                     | 192 | 50   | 100 | 46    | 92  | -أربع ساعات فأكثر                    |
| 100                                                                                    | 400 | 100  | 200 | 100   | 200 | الإجمالي                             |
| كا <sup>2</sup> : 30.732 درجة الحرية: 6 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.267 |     |      |     |       |     |                                      |
| كا <sup>2</sup> : 1.245 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.537 غير دال                   |     |      |     |       |     |                                      |

تشير بياناتُ جدول (7) إلى معدل تعرض الباحثين للمحتوى المرئي المدعوم بتقنية الذكاء الاصطناعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يوميا؛ حيث جاء في المقدمة ونسبة (48%) (أربع ساعات فأكثر)، يليه في المرتبة الثانية أقل من ساعة بنسبة (18.8%)، وفي المرتبة الثالثة من ساعة إلى ساعتين بنسبة (14.8%)، ويمكن تفسير هذه النتيجة لوجود التصميم الخوارزمي الذكي الذي يعتمد على تحليل تفضيلات المستخدم وتقديم محتوى مخصص يزيد من درجة الانخراط، ويقلل من فرص مغادرة التطبيق؛ مما يطيل وقت الاستخدام بشكل غير واعٍ.

كما أظهرت النتائج أن هناك فروقا واضحة بين الباحثين في المؤسسات الحكومية والخاصة في بعض الفئات، أبرزها فئة "من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات"، التي لم يسجل فيها أي من مبحوثي المؤسسات الخاصة، في حين بلغت نسبتها (10%) بين المبحوثين الحكوميين. وقد أظهر اختبار كا<sup>2</sup> دلالة إحصائية لهذه الفروق (قيمة كا<sup>2</sup>=30.732، درجة الحرية=6، مستوى المعنوية=0.000)؛ مما يدل على وجود علاقة

ذات دلالة إحصائية بين نوع المؤسسة التعليمية ومعدل التعرض لهذا النوع من المحتوى، مع وجود ارتباط متوسط (معامل التوافق = 0.267).

اتفقت هذه الدراسة مع دراسة إلهام يونس أحمد<sup>(67)</sup> التي وضحت أن أغلب الشباب (حوالي 85%) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي، مع فترات استخدام تمتد بين 3 إلى 5 ساعات في اليوم؛ مما يعكس اندماجاً عميقاً في بيئة التواصل الرقمي، ولكنها اختلفت مع دراسة ولاء وياسر محمد<sup>(68)</sup> والتي أشارت إلى استخدام الباحثين من ثلاث ساعات لأقل من أربع ساعات.

#### 5- دوافع متابعة المحتوى المرئي المدعوم بتقنية AI عبر مواقع التواصل الاجتماعي: جدول (8)

دوافع متابعة المبحوثين للمحتوى المرئي المدعوم بتقنية Ai

| الوزن النسبي     | الانحراف المعياري | المتوسط | نادرا |    | أحيانا |     | دائما |     | العبارة                                               |
|------------------|-------------------|---------|-------|----|--------|-----|-------|-----|-------------------------------------------------------|
|                  |                   |         | %     | ك  | %      | ك   | %     | ك   |                                                       |
| الدوافع النفعية  |                   |         |       |    |        |     |       |     |                                                       |
| 82.3             | 0.612             | 2.47    | 6.3   | 25 | 40.8   | 163 | 53.0  | 212 | - يجب عن تساؤلات مجهولة لا أجد إجاباتها في وسائل أخرى |
| 78.3             | 0.659             | 2.35    | 10.3  | 41 | 44.3   | 177 | 45.5  | 182 | - التعرف على معلومات جديدة عن الموضوع المطروح         |
| 78.3             | 0.658             | 2.35    | 10.3  | 41 | 44.5   | 178 | 45.3  | 181 | لمتابعة تطورات موضوع يشغلني                           |
| 76.7             | 0.726             | 2.3     | 15.8  | 63 | 38.3   | 153 | 46.0  | 184 | - ثقتي كبيرة فيما يقدمه من معلومات وآراء              |
| الدوافع الطقوسية |                   |         |       |    |        |     |       |     |                                                       |
| 86.7             | 0.597             | 2.6     | 5.8   | 23 | 29.0   | 116 | 65.3  | 261 | - للتسلية وقضاء وقت الفراغ                            |
| 83.3             | 0.66              | 2.5     | 9.3   | 37 | 31.8   | 127 | 59.0  | 236 | الهروب من روتين الحياة اليومية                        |

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | نادراً |    | أحياناً |     | دائماً |     | العبارة                                    |
|--------------|-------------------|---------|--------|----|---------|-----|--------|-----|--------------------------------------------|
|              |                   |         | %      | ك  | %       | ك   | %      | ك   |                                            |
| 82.3         | 0.656             | 2.47    | 9.0    | 36 | 34.8    | 139 | 56.3   | 225 | التعود على مشاهدة هذا المحتوى بسبب انتشاره |
| 73.3         | 0.756             | 2.2     | 20.5   | 82 | 39.0    | 156 | 40.5   | 162 | أناقش في موضوعاتها مع الآخرين ممن حولي     |

تشير بيانات الجدول السابق إلى تفوق الدوافع الطقوسية التي تقود المستخدم لمتابعة المحتوى المرئي المدعوم بـ AI عبر مواقع التواصل الاجتماعي: حيث جاء دافع التسلية وقضاء وقت الفراغ في المقدمة بنسبة (86.7%)، يليه في الترتيب الثاني الهروب من روتين الحياة اليومية بنسبة (83.3%)، وتساوى في الترتيب الثالث الدافع الطقوسي "التعود على مشاهدة هذا المحتوى بسبب انتشاره"، مع الدافع النفعي "يجيب عن تساؤلات مجهولة لا أجد إجاباتها في وسائل أخرى" حيث جاء بنسبة (82.3%)، وترجع هذه النتيجة إلى أن طبيعة الاستخدام اليومي المتكرر لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث يتحول هذا الاستخدام إلى روتين يومي، هذا الروتين لا يعتمد فقط على الحاجة إلى المعلومات أو الفائدة المباشرة، بل يتعلق بإشباع الحاجة النفسية كهروب من روتين الحياة، التسلية، والتواصل الاجتماعي، وهو ما يعزز الارتباط العاطفي بالمحتوى، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة عبد الله محمد<sup>(69)</sup> والتي أشارت إلى أن الدوافع الطقوسية، مثل التسلية، العادة، وملء الفراغ، كانت هي الدافع الرئيس لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الشباب، متفوقة على الدوافع النفعية كالاطلاع على الأخبار أو البحث عن المعلومات، ولكن اختلفت هذه النتيجة مع دراسة فوزية عبد الله<sup>(70)</sup> والتي أشارت إلى أن الدوافع النفعية مثل الحصول على المعلومات، متابعة الأخبار، والتعلم كانت هي الأعلى بين الشباب، متفوقة على الدوافع الطقوسية.

## 6- إمكانية تفريق المستخدمين بسهولة بين المحتوى المرئي العادي والمحتوى المصنوع بتقنية Ai وخاصة (الديب فيك):

جدول (9)

إمكانية تفريق المستخدمين بسهولة بين المحتوى المرئي العادي والمحتوى المصنوع بتقنية Ai (الديب فيك)

| إمكانية التفريق                                                                     |      | حكومي |      | خاص |      | الإجمالي |   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------|-------|------|-----|------|----------|---|
| ك                                                                                   | %    | ك     | %    | ك   | %    | ك        | % |
| 60                                                                                  | 30   | 69    | 34.5 | 129 | 32.3 | -نعم     |   |
| 119                                                                                 | 59.5 | 131   | 65.5 | 250 | 62.5 | -أحياناً |   |
| 21                                                                                  | 10.5 | 0     | 0    | 21  | 5.3  | -لا      |   |
| 200                                                                                 | 100  | 200   | 100  | 400 | 100  | الإجمالي |   |
| كا : 22.204    درجة الحرية: 2    مستوى المعنوية : 0.000 دال    معامل التوافق: 0.229 |      |       |      |     |      |          |   |

تشير بيانات الجدول (9) إلى أن غالبية المبحوثين (بنسبة 62.5%) أكدوا أنهم أحياناً يستطيعون التمييز بين المحتوى المرئي العادي والمحتوى المصنوع بتقنية الذكاء الاصطناعي (AI)، وهو ما يعكس وجود وعي نسبي لدى المستخدمين تجاه خصائص المحتوى وتقنياته، وجاءت الإجابة بـ "نعم" في المرتبة الثانية بنسبة (32.3%)؛ مما يشير إلى وجود فئة تمتلك إدراكاً واضحاً لقدرات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى، بينما كانت نسبة الذين لا يستطيعون التمييز بين النوعين منخفضة (5.3%)، وتركزت بشكل أكبر بين طلاب الجامعات الحكومية.

ويعزى هذا التفاوت إلى الخبرات الرقمية والتعليمية المتباينة بين المستخدمين، فضلاً عن تطور تقنيات التوليد البصري بالذكاء الاصطناعي التي قد تؤدي إلى إرباك إدراكي لدى بعض الفئات. كما يشير تفوق "أحياناً" كخيار أول إلى أن التمييز ما زال يعتمد على الموقف والسياق وطبيعة المحتوى، ولا يزال غير مؤسس بشكل ثابت لدى جميع المستخدمين. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Ahmed, S., & Fayoumi, A) (71) والتي أشارت إلى أن (68%) من المشاركين إلى أنهم في بعض الأحيان فقط يستطيعون اكتشاف التزييف في مقاطع الفيديو المنتشرة عبر الإنترنت، وتتفق أيضاً مع دراسة (Mina (72) ودراسة (Yucong Lao & Others) (73).

كما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين طلاب المؤسسات الحكومية والخاصة، حيث كانت نسبة الذين أجابوا بـ "لا" في المؤسسات الحكومية (10.5%) مقابل (0%) في المؤسسات الخاصة، وهو ما يعكس تفاوتاً في القدرة على التفرقة. وقد أُكِّد اختباراً كا<sup>2</sup> وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المؤسسة والقدرة على التمييز (قيمة كا<sup>2</sup> = 22.204، درجة الحرية = 2، مستوى المعنوية = 0.000)، مع وجود ارتباط متوسط (معامل التوافق = 0.229).

#### 7- درجة ثقة المبحوثين في مصداقية المحتوى المرئي المدعوم بتقنية Ai: حدود (10)

درجة ثقة المبحوثين في مصداقية المحتوى المرئي المدعوم بتقنية Ai

| درجة الثقة               |  | حكومي          |      | خاص                       |     | الإجمالي       |      |
|--------------------------|--|----------------|------|---------------------------|-----|----------------|------|
|                          |  | ك              | %    | ك                         | %   | ك              | %    |
| -عالية جداً              |  | 15             | 7.5  | 0                         | 0   | 15             | 3.8  |
| -عالية                   |  | 38             | 19   | 42                        | 21  | 80             | 20   |
| -متوسطة                  |  | 104            | 52   | 144                       | 72  | 248            | 62   |
| -منخفضة                  |  | 43             | 21.5 | 14                        | 7   | 57             | 14.3 |
| الإجمالي                 |  | 200            | 100  | 200                       | 100 | 400            | 100  |
| كا <sup>2</sup> : 36.406 |  | درجة الحرية: 3 |      | مستوى المعنوية: 0.000 دال |     | معامل التوافق: |      |
|                          |  |                |      | 0.289                     |     |                |      |

أظهرت نتائج الجدول (10) أن النسبة الأكبر من المبحوثين عبروا عن ثقة متوسطة في مصداقية المحتوى المرئي المدعوم بتقنية الذكاء الاصطناعي، حيث بلغت هذه الفئة 62% من إجمالي العينة، وهو ما يعكس موقفاً حذراً من جانب المستخدمين تجاه هذا النوع من المحتوى، هذه النسبة تشير إلى أن الغالبية لا تتعامل مع المحتوى المصنوع بالذكاء الاصطناعي بثقة مطلقة، بل تتبنّى موقفاً تقييماً يتسم بالتأني والمراجعة قبل التصديق، وهو ما يرتبط بوعي عام متزايد بمخاطر التلاعب الرقمي و"الديب فيك".

بينما أظهر (20%) من العينة ثقةً عاليةً في هذا المحتوى، وهو ما يمكن تفسيره بتزايد اعتماد المبحوثين على أدوات الذكاء الاصطناعي في المجالات اليومية، مثل التعليم، والإعلام، والتسويق؛ ما يعزز الانطباع بجودته ومصداقيته في بعض الأحيان.

أما فئة الثقة العالية جداً، فقد جاءت بنسبة ضعيفة (3.8%)، ما يعكس قلة من الباحثين الذين يبدون ثقة مطلقة في دقة هذا النوع من المحتوى، وهو ما يؤكد محدودية الإيمان التام بموثوقيته، حتى في ظل تطور تقنيات الإنتاج.

في المقابل، بلغت نسبة الثقة المنخفضة نحو 14.3% من العينة، ما يدل على استمرار وجود فئة متشككة ترى أن المحتوى الناتج عن الذكاء الاصطناعي قد يكون مضللاً أو فاقداً للمصداقية، خصوصاً مع التوسع في استخدام تقنيات التزييف العميق (deepfake).

وتعكس هذه النتائج بوجه عام، أن الثقة في المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي ما تزال نسبية ومشروطة، وتتأثر بعوامل متعددة مثل الخلفية المعرفية، ومدى الاطلاع على آليات إنتاج هذا النوع من المحتوى، إضافة إلى تكرار التعرض لحالات خداع رقمي. وقد أشارت دراسات سابقة مثل (Dörr, D)<sup>(74)</sup> إلى نتائج مشابهة، أكدت فيها أن المستخدمين غالباً ما يتبنون موقفاً وسطاً بين التصديق والرفض، في ظل تنامي وعيهم بالمخاطر المحتملة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي.

كما أظهرت نتائج الجدول جود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع الجامعة ودرجة ثقة الشباب في مصداقية المحتوى المرئي المدعوم بتقنية الذكاء الاصطناعي (كا=2=36.406، ومستوى الدلالة=0.000، ومعامل التوافق=0.289)، وهو ما يشير إلى وجود ارتباط متوسط القوة. ويلاحظ أن طلاب الجامعات الحكومية عبروا عن مستويات ثقة أكثر تذبذباً؛ إذ تركزت آراؤهم بين الثقة "المتوسطة" و"المنخفضة" بل وظهرت نسبة من لديهم "ثقة عالية جداً"، وهو ما قد يعكس وعياً أكبر بالمخاطر المحتملة وراء هذا النوع من المحتوى، في المقابل، اتجه طلاب الجامعات الخاصة بنسبة كبيرة نحو الثقة "المتوسطة" و"العالية"؛ مما قد يشير إلى تأثير بيئة إعلامية مختلفة، أو ضعف أدوات التحقق لديهم. ويرجح أن الاختلاف في نوع التعليم والتعرض للمصادر الرقمية وأساليب التفكير النقدي قد يكون له دور في تشكيل هذا التباين.

## 8- اتجاهات المبحوثين نحو التزام المحتوى المرئي المدعوم بتقنية AI عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالمصادقية:

جدول (11)

اتجاهات المبحوثين نحو التزام المحتوى المرئي المدعوم بتقنية AI  
عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالمصادقية

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |    | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                                                         |
|--------------|-------------------|---------|-----------|----|-------|-----|-------|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك  | %     | ك   | %     | ك   |                                                                                                 |
| 83.0         | 601.              | 2.49    | 5.5       | 22 | 40.3  | 161 | 54.3  | 217 | أشعر أن بعض المضامين التي يقدمها AI قد تعكس تحيزات خفية.                                        |
| 81.7         | 666.              | 2.45    | 9.8       | 39 | 35.8  | 143 | 54.5  | 218 | يصعب علي معرفة ما إذا كانت المعلومات المقدمة من AI موثوقة دون الرجوع إلى مصدر بشري.             |
| 81.7         | 655.              | 2.45    | 9.0       | 36 | 37.0  | 148 | 54.0  | 216 | قبل التفاعل مع الفيديوها المدعومة ب AIتحقق من صحة المعلومات الواردة بها.                        |
| 79.7         | 695.              | 2.39    | 12.3      | 49 | 37.0  | 148 | 50.8  | 203 | أرى أن انتشار AI في صناعة المحتوى قد يزيد من الشكوك حول دقة المعلومات.                          |
| 79.7         | 663.              | 2.39    | 10.0      | 40 | 41.0  | 164 | 49.0  | 196 | يساعد في تقليل التحيز البشري في نقل المعلومات AI.                                               |
| 77.7         | 602.              | 2.33    | 7.0       | 28 | 53.0  | 212 | 40.0  | 160 | المعلومات الموجودة في المحتوى المرئي المدعوم ب AI تتوافق مع ما أجده في المصادر الموثوقة الأخرى. |

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |     | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                                                                   |
|--------------|-------------------|---------|-----------|-----|-------|-----|-------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك   | %     | ك   | %     | ك   |                                                                                                           |
| 77.7         | 767.              | 2.33    | 18.3      | 73  | 30.3  | 121 | 51.5  | 206 | أعتقد أن المحتوى المدعوم ب AI قد يؤثر على ثقة الجمهور في وسائل الإعلام التقليدية.                         |
| 73.3         | 685.              | 2.20    | 15.5      | 62  | 49.3  | 197 | 35.3  | 141 | يحرص المحتوى المدعوم ب AI على عرض المعلومات التي تعتمد على مصادر موثوق منها.                              |
| 72.7         | 698.              | 2.18    | 17.0      | 68  | 48.3  | 193 | 34.8  | 139 | يوضح كيفية حصوله على المعلومات التي يقدمها AI.                                                            |
| 72.0         | 743.              | 2.16    | 20.8      | 83  | 42.3  | 169 | 37.0  | 148 | يكتبه البشر.                                                                                              |
| 71.7         | 819.              | 2.15    | 27.3      | 109 | 31.0  | 124 | 41.8  | 167 | يمكنني التحقق من صحة المعلومات المدعومة ب AI بسهولة.                                                      |
| 69.0         | 729.              | 2.07    | 23.5      | 94  | 46.5  | 186 | 30.0  | 120 | أفضل الاعتماد على المحتوى المرئي المدعوم ب AI بدلاً من المصادر التقليدية كمصدر رئيس للحصول على المعلومات. |
| 66.7         | 635.              | 2.00    | 20.3      | 81  | 59.8  | 239 | 20.0  | 80  | معظم المحتوى المدعوم ب AI يقدم معلومات مغلوطة أو مشوهة.                                                   |
| 65.3         | 670.              | 1.96    | 24.8      | 99  | 55.0  | 220 | 20.3  | 81  | AI قد يساعد في الحد من انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة.                                         |
| 63.3         | 720.              | 1.90    | 31.5      | 126 | 47.3  | 189 | 21.3  | 85  | أثق في المحتوى الذي يتم إنتاجه بواسطة AI بنفس قدر ثقتي في المحتوى البشري.                                 |

تشير نتائج الجدول (11) الخاص باتجاهات المبحوثين نحو التزام المحتوى المرئي المدعوم بتقنية AI عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالمصداقية: إلى أن المحتوى المرئي المدعوم بتقنية الذكاء الاصطناعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يُقابل بموقف يتسم بالحدز والتوجس من قبل الشباب، حيث أظهرت أعلى المتوسطات والوزن النسبي أن غالبية المبحوثين يشعرون بأن هذا النوع من المحتوى قد يعكس تحيزات خفية (متوسط = 2.49، وزن نسبي = 83٪)، ويجدون صعوبة في الوثوق بالمعلومات المقدمة من الذكاء الاصطناعي دون الرجوع إلى مصدر بشري موثوق (متوسط = 2.45، وزن نسبي = 81.7٪)، كما يحرصون على التحقق من صحة المعلومات قبل التفاعل معها. في المقابل، أظهرت النتائج انخفاض مستوى الثقة العامة في المحتوى المنتج بواسطة الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى البشري، حيث لم تحظ العبارات الداعية للاعتماد الكلي على هذا النوع من المحتوى أو المساواة بينه وبين المحتوى التقليدي بمستوى عالٍ من التأييد (متوسطات بين 1.90 و 2.07، بأوزان نسبية دون 70٪)، وتشير هذه المؤشرات إلى أن المبحوثين لا يرون في الذكاء الاصطناعي مصدراً موثقاً مستقلاً للمعلومات، بل يتعامل معه كمصدر يحتاج إلى تحقق بشري ومقارنة بمصادر تقليدية أكثر ثقة؛ ما يعكس ضرورة تعزيز الشفافية في المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي وتوضيح آليات إنتاجه ومصادره؛ بهدف كسب ثقة الجمهور وتقليل الشكوك المرتبطة به.

#### 9- مصادر معرفة المبحوثين بتقنية التزييف العميق (المحتوى المرئي المزيف بتقنية AI):

جدول (12)

مصادر معرفة المبحوثين بتقنية التزييف العميق (المحتوى المرئي المزيف بتقنية AI)

| مصادر المعرفة           |  | حكومي |      | خاص |      | الإجمالي |      |
|-------------------------|--|-------|------|-----|------|----------|------|
|                         |  | ك     | %    | ك   | %    | ك        | %    |
| مواقع إخبارية           |  | 35    | 13.7 | 54  | 19.0 | 89       | 16.5 |
| مواقع التواصل الاجتماعي |  | 171   | 67.1 | 143 | 50.4 | 314      | 58.3 |
| الكتب                   |  | 12    | 4.7  | 30  | 10.6 | 42       | 7.8  |
| الأصدقاء والمعارف       |  | 23    | 9.0  | 29  | 10.2 | 52       | 9.6  |
| التلفزيون               |  | 14    | 5.5  | 28  | 9.9  | 42       | 7.8  |
| الإجمالي                |  | 255   | 100  | 284 | 100  | 539      | 100  |

أظهرت نتائج الجدول (12) أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعد المصدر الرئيس لمعرفة الباحثين بتقنية التزييف العميق، حيث استند إليها (58.3%) من العينة الإجمالية، مع تفاوت بين القطاع الحكومي (67.1%) والخاص (50.4%)؛ مما يعكس الدور الحيوي لهذه المنصات في نشر الوعي أو التعريف بالتقنية بين الجمهور، يأتي في المرتبة الثانية المواقع الإخبارية بنسبة (16.5%) من الإجمالي، مع نسبة أعلى نسبياً في القطاع الخاص (19.0%) مقارنة بالحكومي (13.7%)؛ ما يشير إلى اعتماد أكبر على المصادر الإعلامية الرسمية في القطاع الخاص بالمقابل، مثلت الكتب مصدراً أقل انتشاراً (7.8%)، خصوصاً في القطاع الحكومي (4.7%)؛ ما يعكس محدودية الاعتماد على المصادر الأكاديمية أو المطبوعة في التعريف بهذه التقنية، أما المصادر الأخرى مثل الأصدقاء والمعارف والتلفزيون فكان لها حضور محدود نسبياً (9.6% و 7.8% على التوالي)؛ مما يدل على أن المعرفة الشخصية أو الإعلام التقليدي يلعبان دوراً ثانوياً مقارنة بالمنصات الرقمية.

10- منصات التواصل الاجتماعي الأكثر تناوُلًا لتقنية التزييف العميق من وجهة نظر الباحثين:

جدول (13)

منصات التواصل الاجتماعي الأكثر تناوُلًا لتقنية التزييف العميق من وجهة نظر الباحثين

| المنصات الأكثر تناوُلًا لتقنية التزييف العميق |  | حكومي |      | خاص |      | الإجمالي |      |
|-----------------------------------------------|--|-------|------|-----|------|----------|------|
|                                               |  | ك     | %    | ك   | %    | ك        | %    |
| -فيس بوك                                      |  | 135   | 30.8 | 105 | 21.4 | 240      | 25.8 |
| -تيك توك                                      |  | 115   | 26.2 | 137 | 27.9 | 252      | 27.1 |
| -تويتر                                        |  | 23    | 5.2  | 15  | 3.1  | 38       | 4.1  |
| -انستجرام                                     |  | 76    | 17.3 | 95  | 19.3 | 171      | 18.4 |
| -اليوتيوب                                     |  | 40    | 9.1  | 97  | 19.8 | 137      | 14.7 |
| -سناپ شات                                     |  | 23    | 5.2  | 14  | 2.9  | 37       | 4.0  |
| -واتساب                                       |  | 23    | 5.2  | 14  | 2.9  | 37       | 4.0  |
| -تيليجرام                                     |  | 4     | 0.9  | 14  | 2.9  | 18       | 1.9  |
| الإجمالي                                      |  | 439   | 100  | 491 | 100  | 930      | 100  |

تشير نتائج جدول (13) إلى أن منصات فيسبوك وتيك توك هي الأكثر تناوُلًا لمحتوى تقنية التزييف العميق بين الباحثين، حيث جاء تيك توك في المقدمة بنسبة (27.1%) من الإجمالي، واستحوذ فيسبوك على الترتيب الثاني بنسبة (25.8%) من الإجمالي، مع

تفوق ملحوظ في القطاع الحكومي (30.8%) مقارنة بالخاص (21.4%)، يليهما في الترتيب الثالث منصة إنستجرام بنسبة (18.4%)، والتي تحظى بتوزيع متوازن بين القطاعين، وتظهر منصة يوتيوب أهمية متزايدة خاصة في القطاع الخاص بنسبة 19.8% مقارنة بـ 9.1% في القطاع الحكومي؛ مما يعكس دور الفيديوهات في نشر التقنية، أما منصات مثل تويتر، سناب شات، واتساب، وتيليجرام فتظهر حضوراً أقل نسبياً (4% وأقل)؛ مما يدل على تركيز النقاش والتداول حول تقنية التزييف العميق بشكل رئيس في المنصات التي تعتمد على الفيديو والمحتوى المرئي، وتؤكد هذه النتائج أن الوعي والتداول حول تقنية التزييف العميق مرتبط بشكل قوي بمنصات التواصل الاجتماعي التي تعتمد على المحتوى المرئي والتفاعلي، مع اختلافات طفيفة بين القطاعات الحكومية والخاصة تعكس أنماط استخدام مختلفة، اتفقت هذه الدراسة مع دراسة (Rossler&Others) (75) والتي أشارت إلى أن فيسبوك ويوتيوب هما المنصتان الأكثر شيوعاً لنشر محتوى التزييف العميق؛ بسبب شبكتهما الواسعة وكمية المحتوى المرئي المتاح.

#### 11- نوعية مضامين الفيديوهات التي تعرض لها المبحوثون خلال الفترة الأخيرة وكانت بتقنية التزييف العميق؛

جدول (14)

نوعية مضامين الفيديوهات التي تعرض لها المبحوثون خلال الفترة الأخيرة وكانت بتقنية

التزييف العميق

| نوعية مضامين الفيديوهات       |     | حكومي |     | خاص   |     | الإجمالي |  |
|-------------------------------|-----|-------|-----|-------|-----|----------|--|
|                               | ك   | %     | ك   | %     | ك   | %        |  |
| التسويق والإعلانات.           | 126 | 42.6  | 68  | 26.4  | 194 | 35.0     |  |
| القضايا والمشكلات الاجتماعية. | 76  | 25.7  | 33  | 12.8  | 109 | 19.7     |  |
| القضايا الإنسانية.            | 34  | 11.5  | 58  | 22.5  | 92  | 16.6     |  |
| القضايا السياسية.             | 40  | 13.5  | 43  | 16.7  | 83  | 15.0     |  |
| القضايا الدينية.              | 11  | 3.7   | 41  | 15.9  | 52  | 9.4      |  |
| القضايا الرياضية.             | 9   | 3.0   | 15  | 5.8   | 24  | 4.3      |  |
| الإجمالي                      | 296 | 100.0 | 258 | 100.0 | 554 | 100.0    |  |

تشير نتائج جدول (14) إلى تنوع المحتوى الذي تعرض له المبحوثون بتقنية التزييف العميق من وجهة نظرهم، حيث تصدرت مضامين التسويق والإعلانات المرتبة الأولى

بنسبة بلغت (35.0%) من إجمالي العينة؛ ما يعكس توظيفاً متزايداً لهذه التقنية في المجال التجاري والترويجي، خاصة في القطاع الحكومي (42.6%) مقارنة بالخاص (26.4%)، ويظهر ذلك استخداماً مقصوداً للتزييف العميق في إنتاج محتوى تسويقي مُقنع أو جذاب بصرياً، وفي المرتبة الثانية جاءت القضايا والمشكلات الاجتماعية بنسبة (19.7%)؛ مما يشير إلى سعي بعض الجهات لتسليط الضوء على مشكلات اجتماعية باستخدام تقنيات مرئية مُصطنعة قد تعزز التأثير العاطفي لدى المتلقي، مع ملاحظة تفوق القطاع الحكومي (25.7%) مقارنة بالخاص (12.8%) في هذا النوع من المضامين، أما القضايا الإنسانية فتمثلت (16.6%) من المحتوى المعروض، مع حضور أكبر في القطاع الخاص (22.5%)؛ مما قد يدل على توجه بعض المنصات أو الحملات المدنية نحو استخدام تقنيات التزييف العميق لجذب التعاطف أو دعم قضايا إنسانية، وقد تساوت تقريباً مضامين القضايا السياسية بنسبة (15.0%)، وهو ما يثير القلق حول إمكانات إساءة استخدام التقنية في توجيه الرأي العام أو تضليل المتلقين سياسياً، خاصة وأن النسب كانت متقاربة بين القطاعين.

## 12- مدى إدراك المبحوثين لتهديدات ومخاطر التزييف العميق بمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (15)

إدراك المبحوثين لتهديدات ومخاطر التزييف العميق بمواقع التواصل الاجتماعي

| الإجمالي       |     | خاص                        |     | حكومي          |     | مدى إدراك المبحوثين                                   |
|----------------|-----|----------------------------|-----|----------------|-----|-------------------------------------------------------|
| %              | ك   | %                          | ك   | %              | ك   |                                                       |
| 20.3           | 81  | 21.5                       | 43  | 19             | 38  | -أدرك المخاطر بشكل كامل.                              |
| 31             | 124 | 34.5                       | 69  | 27.5           | 55  | -أدرك المخاطر العامه وأعرف بعض أساليب التزييف العميق. |
| 33.8           | 135 | 32                         | 64  | 35.5           | 71  | -لدي معرفة سطحية بالمخاطر.                            |
| 12             | 48  | 12                         | 24  | 12             | 24  | -أعرف ما هو التزييف العميق، ولكن لا أدرك خطورته.      |
| 3              | 12  | 0                          | 0   | 6              | 12  | -لم أسمع بالتزييف العميق من قبل.                      |
| 100            | 400 | 100                        | 200 | 100            | 200 | الإجمالي                                              |
| معامل التوافق: |     | مستوى المعنوية : 0.000 دال |     | 4 درجة الحرية: |     | كا 2 : 14.252                                         |
|                |     |                            |     |                |     | 0.185                                                 |

تشير نتائج جدول (15) إلى وجود تفاوت واضح في درجة وعي المبحوثين بمخاطر التزييف العميق على مواقع التواصل الاجتماعي، فبينما أفاد نحو ثلث العينة تقريباً (33.8%) بأنهم يمتلكون معرفة سطحية بالمخاطر، و(31%) بأنهم يدركون المخاطر العامة ويعرفون بعض أساليب التزييف، فإن نسبة من يدركون المخاطر بشكل كامل لم تتجاوز (20.3%)، وهي نسبة لا تزال محدودة بالنظر إلى خطورة التقنية وانتشارها المتزايد، وفي المقابل، أظهرت النتائج أن (12%) فقط يعرفون التقنية دون وعي بخطورتها، و(3%) لم يسمعوها بها من قبل؛ ما يعكس وجود شريحة لا تزال تفتقر للوعي الأساسي أو التفصيلي حول التزييف العميق، خاصة في القطاع الحكومي.

وقد كشفت نتائج اختبار كاي تربيع عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة حسب نوع المؤسسة (حكومي/ خاص)، حيث بلغت قيمة كاي تربيع 14.252، بدرجة حرية 4، ومستوى دلالة 0.000؛ مما يؤكد أن إدراك المبحوثين للمخاطر يختلف باختلاف خلفيتهم أو طبيعة المؤسسات التي ينتمون إليها، كما يشير معامل التوافق ( $C=0.185$ ) إلى وجود علاقة ارتباط ضعيفة، لكنها دالة بين نوع المؤسسة ومستوى الإدراك.

بوجه عام، تعكس هذه النتائج مستوى إدراك متوسط إلى منخفض لخطورة تقنية التزييف العميق لدى غالبية المبحوثين؛ مما يستدعي زيادة حملات التوعية والتثقيف الرقمي، خاصة في المؤسسات الحكومية التي أظهرت معدلات أعلى في المعرفة السطحية وأقل في الإدراك الكامل مقارنة بالخاص، وتتسق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Vaccari & Chadwick) <sup>(76)</sup> أن الإدراك العام لخطر التزييف العميق لا يزال منخفضاً نسبياً، خاصة بين الفئات التي لا تمتلك خلفية تقنية؛ مما يجعلها أكثر عرضة للتضليل، في السياق نفسه، خلصت دراسة (Lindner, Marquart & Hofer) <sup>(77)</sup> إلى أن التوعية بمخاطر التزييف العميق لا تزال محدودة، حتى في المجتمعات ذات البنية التكنولوجية المتقدمة، وأن منصات التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً مضاعفاً في نشره دون تحذيرات كافية، وهذا يتماشى مع نتائج هذه الدراسة التي تؤكد على ضرورة تكثيف

برامج التثقيف الإعلامي والرقمي لمواجهة خطر التزييف العميق، الذي أصبح يشكل تهديداً فعلياً على وعي الجمهور.

### 13- ثقة المبحوثين في القدرة على كشف التزييف العميق في حالة التعرض لأي محتوى مرئى مزيف:

جدول (16)

ثقة المبحوثين في القدرة على كشف التزييف العميق في حالة التعرض لأي محتوى مرئى مزيف

| مدى ثقة المبحوثين |      | حكومي |      | خاص                        |      | الإجمالي                                        |   |
|-------------------|------|-------|------|----------------------------|------|-------------------------------------------------|---|
| ك                 | %    | ك     | %    | ك                          | %    | ك                                               | % |
| 37                | 18.5 | 44    | 22   | 81                         | 20.3 | -أثق تماماً في قدرتي على كشف التزييف العميق     |   |
| 127               | 63.5 | 141   | 70.5 | 268                        | 67   | -أثق إلى حد ما في قدرتي على كشف التزييف العميق. |   |
| 36                | 18   | 15    | 7.5  | 51                         | 12.8 | -لا أثق مطلقاً في قدرتي على كشف التزييف العميق. |   |
| 200               | 100  | 200   | 100  | 400                        | 100  | الإجمالي                                        |   |
| 9.983             |      | 2     |      | مستوى المعنوية : 0.007 دال |      | معامل التوافق: 0.165                            |   |

تشير نتائج جدول (16) إلى أن ثقة الشباب في قدرتهم على كشف التزييف العميق في المحتوى المرئي على منصات التواصل الاجتماعي تتفاوت بشكل ملحوظ، حيث أفاد (67%) من الشباب المشاركين بأنهم يثقون "إلى حد ما" في قدرتهم على اكتشاف المحتوى المزيف، بينما صرح (20.3%) فقط بأنهم يثقون تماماً في هذه القدرة، وأفاد (12.8%) بعدم ثقتهم مطلقاً، هذا التوزيع يعكس حالة من الوعي الجزئي أو المحدود لدى قطاع واسع من الشباب تجاه تهديدات التزييف العميق، وهو ما قد يرتبط بطبيعة استخدامهم الكثيف لمنصات التواصل واعتيادهم على استهلاك المحتوى السريع دون تحقق دقيق.

ويظهر اختبار كاي تربيع وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المؤسسة التعليمية (حكومية أو خاصة) ومستوى الثقة ( $\chi^2=9.983$ ,  $df=2$ ,  $sig=0.007$ )، حيث يشير معامل التوافق ( $C=0.165$ ) إلى علاقة ضعيفة، لكنها دالة بين المتغيرين. ويحتمل أن تعود هذه العلاقة إلى اختلافات في جودة التعليم الإعلامي الرقمي بين المؤسسات الحكومية والخاصة، أو إلى فروق في الوعي التقني الناتج عن التفاعل مع المنصات

الرقمية في كل منهما، وتتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Mele et al) (78)، التي أوضحت أن الشباب هم الفئة الأكثر تعرضاً للمحتوى الرقمي المضلل، لكنهم أيضاً الأكثر ثقة ذاتية (وأحياناً زائفة) في قدرتهم على التمييز بين الحقيقي والمزيف.

وتدعم هذه النتائج ضرورة دمج برامج التربية الإعلامية الرقمية في المراحل التعليمية المبكرة والجامعية، خصوصاً تلك التي تركز على تمييز المحتوى المزيف، وتقنيات التزييف العميق، وطرق التحقق من المصادر؛ وذلك في ضوء الاعتماد المتزايد للشباب على الفيديوهات كمصدر رئيس للمعلومات.

14- درجة تفاعل المبحوثين مع الفيديوهات المدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وخاصة تقنية التزييف العميق:

جدول (17)

درجة تفاعل المبحوثين مع الفيديوهات المدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وخاصة تقنية التزييف العميق

| الإجمالي                                                              |     | خاص |     | حكومي |     | درجة تفاعل المبحوثين        |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-------|-----|-----------------------------|
| %                                                                     | ك   | %   | ك   | %     | ك   |                             |
| 17.5                                                                  | 70  | 17  | 34  | 18    | 36  | -أتابع وأعجب به.            |
| 34.8                                                                  | 139 | 35  | 70  | 34.5  | 69  | -أتابع وأشاركه مع الأصدقاء. |
| 47.8                                                                  | 191 | 48  | 96  | 47.5  | 95  | -أتابع فقط.                 |
| 100                                                                   | 400 | 100 | 200 | 100   | 200 | -لا أتابعه.                 |
| 100                                                                   | 400 | 100 | 200 | 100   | 200 | الإجمالي                    |
| كا: 2 : 0.070      درجة الحرية: 2      مستوى المعنوية : 0.966 غير دال |     |     |     |       |     |                             |

تشير نتائج الجدول (17) إلى أن أغلب المبحوثين يتابعون الفيديوهات المدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وخاصة تلك المعتمدة على التزييف العميق، دون تفاعل نشط، حيث أفاد (47.8%) بأنهم يكتفون بالمشاهدة فقط دون إبداء إعجاب أو مشاركة، في المقابل، أظهر (34.8%) تفاعلاً متوسطاً من خلال المتابعة والمشاركة مع الأصدقاء، بينما أبدى (17.5%) فقط تفاعلاً إيجابياً مباشراً بالإعجاب بالمحتوى.

ويلاحظ من اختبار كاي تربيع ( $\chi^2 = 0.070$ ,  $df = 2$ ,  $sig = 0.966$ ) أن الفرق في أنماط التفاعل بين طلاب المؤسسات الحكومية والخاصة ليس دالاً إحصائياً؛ ما يشير

إلى أن نمط تفاعل الشباب مع هذا النوع من المحتوى لا يتأثر بشكلٍ جوهري بنوع المؤسسة التعليمية.

تشير هذه النتائجُ إلى أن تفاعل الشباب مع محتوى التزييف العميق ليس بالضرورة تفاعلاً واعياً أو نقدياً، بل هو غالباً تفاعل استهلاكيٍّ عابر، يتماشى مع طبيعة الاستخدام السريع وغير المتأمل للمحتوى المرئي على منصات التواصل، وهذا يعزز الحاجة إلى تطوير مهارات التفكير النقدي والوعي الإعلامي الرقمي، لا سيما أن هذا التفاعل السطحي قد يسهم في انتشار محتوى مضلل دون قصد من المستخدمين أنفسهم.

15- إمكانية استخدام المبحوثين لتقنية (التزييف العميق) لصنع محتوى يعبر عن قضية تشغل تفكيرهم:

جدول (18)

إمكانية استخدام المبحوثين لتقنية (التزييف العميق)  
لصنع محتوى يعبر عن قضية تشغل تفكيرهم

| الإجمالي                                                                                        |      | خاص |     | حكومي |      | إمكانية استخدام المبحوثين للتقنية |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-----|-----|-------|------|-----------------------------------|
| ك                                                                                               | %    | ك   | %   | ك     | %    |                                   |
| 132                                                                                             | 33   | 86  | 43  | 46    | 23   | -نعم                              |
| 143                                                                                             | 35.8 | 76  | 38  | 67    | 33.5 | -أحياناً                          |
| 125                                                                                             | 31.3 | 38  | 19  | 87    | 43.5 | -لا                               |
| 400                                                                                             | 100  | 200 | 100 | 200   | 100  | الإجمالي                          |
| كا <sup>2</sup> : 31.896    درجة الحرية: 2    مستوى المعنوية: 0.000 دال    معامل التوافق: 0.272 |      |     |     |       |      |                                   |

تشير نتائج الجدول (18) إلى أن (35.8%) من المبحوثين أبدوا استعداداً مشروطاً (أحياناً)، وجاء في الترتيب الثاني إعراب ثلث الشباب المشاركين في الدراسة (33%) عن استعدادهم لاستخدام تقنية التزييف العميق لصنع محتوى يعبر عن قضايا تشغلهم، ورفض (31.3%) استخدام هذه التقنية تماماً، هذا يعكس حالة انقسام واضحة في المواقف بين الشباب تجاه استخدام التزييف العميق كأداة للتعبير؛ إذ ينظر إليه بعضهم كأداة فعالة في التأثير ونشر الرسائل، في حين يتحفظ آخرون عليه لما يحمله من تبعات أخلاقية ومخاطر تضليل.

ومن خلال اختبار كاي تربيع ( $\chi^2 = 31.896$ ,  $df = 2$ ,  $sig = 0.000$ )، يتبين أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين نوع المؤسسة التعليمية (حكومية/ خاصة) ورغبة الشباب

في استخدام التزييف العميق، حيث أظهر طلاب الجامعات الخاصة نسبة أعلى من القبول (43%) مقارنة بزملائهم في الجامعات الحكومية (23%). ويُعزّز هذا الفرقُ معامل التوافق ( $C=0.272$ )؛ مما يشير إلى علاقة متوسطة القوة بين المتغيرين. ويحتمل أن يرجع هذا الاختلاف إلى عوامل تتعلق بانفتاح طلاب الجامعات الخاصة على الأدوات التكنولوجية الحديثة، وتعرضهم الأكبر لتقنيات إنتاج المحتوى الرقمي، أو حتى لطبيعة المناهج الدراسية التي قد تركز على الإعلام الرقمي وصناعة المحتوى بشكل أوسع.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة (صفاء محمد)<sup>(79)</sup> حيث أشارت الدراسة إلى أن بعض الشباب ينظر إلى التزييف العميق كأداة للفت الانتباه لقضايا مهمّة، ما يعكس تزايد تقبل استخدامه "بهدف نبيل" رغم معرفة مخاطره. وتعكس هذه النتائج أن الشباب لا يتعاملون مع التزييف العميق فقط كتهديد، بل أيضاً كأداة محتملة للتأثير والتعبير، خاصة في ظل انتشار ثقافة "المحتوى المؤثر" و"صناعة الرأي العام" عبر الفيديوهات القصيرة، إلا أن هذا الاستخدام يتطلب إطاراً أخلاقياً وتربوياً، خصوصاً في ضوء التحديات المرتبطة بالمصادقية والاحتيايل البصريّ.

## 16- التأثيرات الثقافية واللغوية للتزييف العميق عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (19)

التأثيرات الثقافية واللغوية للتزييف العميق عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين

| العبارة                                                                                                       | موافق |      | محايد |      | غير موافق |      | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|-------|------|-----------|------|---------|-------------------|--------------|
|                                                                                                               | ك     | %    | ك     | %    | ك         | %    |         |                   |              |
| التأثيرات الايجابية                                                                                           |       |      |       |      |           |      |         |                   |              |
| يقلل التزييف العميق من استخدامي لغة سطحية وغير دقيقة في وسائل التواصل الاجتماعي.                              | 216   | 54.0 | 159   | 39.8 | 25        | 6.3  | 2.48    | 613.              | 82.7         |
| يمكن استخدام التزييف العميق للتلاعب بتصريحات الشخصيات العامة؛ مما يدفعني للشعور بضرورة تنمية مهاراتي الرقمية. | 228   | 57.0 | 131   | 32.8 | 41        | 10.3 | 2.47    | 675.              | 82.3         |
| زاد وعيي بضرورة التحقق من صحة الفيديوهات قبل مشاركتها أو مناقشتها.                                            | 216   | 54.0 | 138   | 34.5 | 46        | 11.5 | 2.43    | 690.              | 81.0         |
| لفت انتباهي لضرورة التحقق من مصادر الأحداث والقضايا.                                                          | 164   | 41.0 | 188   | 47.0 | 48        | 12.0 | 2.29    | 669.              | 76.3         |
| عزز التزييف العميق من أهمية التحقق من صدق المعلومات قبل تصديقها.                                              | 162   | 40.5 | 149   | 37.3 | 89        | 22.3 | 2.18    | 772.              | 72.7         |

| الوزن النسبي      | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |     | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                                                            |
|-------------------|-------------------|---------|-----------|-----|-------|-----|-------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                   |                   |         | %         | ك   | %     | ك   | %     | ك   |                                                                                                    |
| 71.7              | 746.              | 2.15    | 21.5      | 86  | 42.3  | 169 | 36.3  | 145 | يؤدي استخدام التزييف العميق بطريقة سليمة في الفنون والثقافة إلى إثراء الحياة الثقافية والفكرية.    |
| 63.0              | 683.              | 1.89    | 29.5      | 118 | 52.3  | 209 | 18.3  | 73  | يساعدني التزييف العميق على تنمية مهاراتي في التفكير النقدي عند تحليل المحتوى الرقمي.               |
| التأثيرات السلبية |                   |         |           |     |       |     |       |     |                                                                                                    |
| 84.7              | 640.              | 2.54    | 8.0       | 32  | 30.5  | 122 | 61.5  | 246 | يؤثر التزييف العميق على القيم الأخلاقية للشباب من خلال نشر محتوى مضلل يخالف عادات وتقاليد المجتمع. |
| 81.3              | 702.              | 2.44    | 12.3      | 49  | 31.5  | 126 | 56.3  | 225 | أضعف التزييف العميق ثقتي فيما يتم تقديمه عبر وسائل الإعلام الرقمية.                                |
| 79.3              | 630.              | 2.38    | 8.0       | 32  | 45.8  | 183 | 46.3  | 185 | يؤثر التزييف العميق على قدرتي في التمييز بين الحقيقة والمعلومات المزيفة.                           |

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |     | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                                                          |
|--------------|-------------------|---------|-----------|-----|-------|-----|-------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك   | %     | ك   | %     | ك   |                                                                                                  |
| 79.3         | 596.              | 2.38    | 6.0       | 24  | 50.5  | 202 | 43.5  | 174 | يسهم التزييف العميق في نشر أخبار كاذبة تؤثر على ثقافتنا المجتمعية، حيث يصعب التحقق من المعلومات. |
| 79.3         | 664.              | 2.38    | 10.3      | 41  | 41.8  | 167 | 48.0  | 192 | يؤدي استخدام التزييف العميق في الفنون والثقافة إلى تشويه الهوية الثقافية.                        |
| 77.3         | 742.              | 2.32    | 16.5      | 66  | 34.8  | 139 | 48.8  | 195 | قد يتسبب التزييف العميق في تحريف نصوص دينية أو ثقافية، مما يؤثر على قيمنا الاجتماعية.            |
| 68.3         | 777.              | 2.05    | 28.0      | 112 | 39.5  | 158 | 32.5  | 130 | يساعد التزييف العميق على نشر المصطلحات اللغوية غير الدقيقة؛ مما يؤثر على لغتنا العربية الفصحى.   |
| 67.3         | 807.              | 2.02    | 31.8      | 127 | 35.0  | 140 | 33.3  | 133 | استمرار العمل بهذه التقنية يؤثر سلباً على انتمائنا لوطننا                                        |

تشير نتائج الجدول (19) إلى أن الشباب يمتلكون وعياً متبايناً تجاه التأثيرات الثقافية واللغوية الناتجة عن استخدام تقنية التزييف العميق في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت تقييماتهم موزعة بين إدراكهم للفوائد المحتملة لهذه التقنية في

بعض السياقات، ومخاوفهم الجدية من آثارها السلبية على اللغة، والثقافة، والقيم المجتمعية.

- أولاً: الإدراك الإيجابي النسبي لدى الشباب: عبر عدد ملحوظ من الشباب عن قناعتهم بأن التزييف العميق يمكن أن يؤدي إلى نتائج إيجابية في بعض الجوانب؛ إذ أبدى (54%) منهم موافقتهم على العبارة: "يقلل التزييف العميق من استخدامي لغة سطحية وغير دقيقة في وسائل التواصل الاجتماعي"، وهو ما يشير إلى أن بعض الشباب يرون أن الاحتكاك بالمحتوى المصنوع بدقة واحترافية عبر الذكاء الاصطناعي قد يرفع من وعيهم اللغوي ويحسن جودة تعبيرهم على المنصات الرقمية، كما وافق (57%) على عبارة: "يمكن استخدام التزييف العميق للتلاعب بتصريحات الشخصيات العامة؛ مما يدفعني للشعور بضرورة تنمية مهاراتي الرقمية"؛ مما يعكس تنامي إدراك الشباب لحجم التحديات الرقمية ورغبتهم في تطوير أدواتهم التحليلية لحماية أنفسهم من التضليل، وتُعزز هذا الاتجاه أيضاً عبارة: "زاد وعيي بضرورة التحقق من صحة الفيديوهات قبل مشاركتها أو مناقشتها"، التي نالت موافقة (54%) من المشاركين، بوزن نسبي (81%)، وهو ما يدل على تأثير هذه التقنية في تعزيز الثقافة الرقمية الوقائية لدى قطاع من الشباب.

- ثانياً: إدراك المخاطر والآثار السلبية العميقة: في المقابل، بينت النتائج أن القلق من التأثيرات السلبية يفوق بوضوح إدراك الفوائد المحتملة، حيث اتضح أن هناك وعياً كبيراً لدى الشباب بمخاطر التزييف العميق على القيم والهوية الثقافية، فقد وافق (61.5%) على العبارة: "يؤثر التزييف العميق على القيم الأخلاقية للشباب من خلال نشر محتوى مضلل يخالف عادات وتقاليد المجتمع"، ما يشير إلى أن هذه التقنية تُعدّ تهديداً مباشراً لمنظومة القيم والثقافة المحلية كما يدركها الجيل الشاب، كذلك، وافق (56.3%) على عبارة: "أضعف التزييف العميق ثقتي فيما يتم تقديمه عبر وسائل الإعلام الرقمية"؛ مما يكشف عن أزمة ثقة متصاعدة في المحتوى الرقمي البصري لدى الشباب، خاصة في ظل تطور أدوات التزوير البصري وإمكانيتها في خداع المتلقي بسهولة، ويبدو أن الجانب الثقافي والرمزي يحظى بحساسية عالية لدى الشباب

أيضاً، فقد وافق (48%) على أن "يؤدي استخدام التزييف العميق في الفنون والثقافة إلى تشويه الهوية الثقافية"، وهي دلالة على أن استخدام هذه التقنية في المجالات الإبداعية لا يُنظر إليه فقط بوصفه أداةً للابتكار، بل أيضاً كوسيلة محتملة لـ "اغتراب" الثقافة وتفكيك رموزها الأصيلة، كما أعرب بعضهم عن القلق اللغوي، حيث وافق (32.5%) على عبارة: "يساعد التزييف العميق على نشر المصطلحات اللغوية غير الدقيقة؛ مما يؤثر على لغتي العربية الفصحى"، وهو ما يُؤشر إلى وجود حسٍّ لغوي لدى فئة من الشباب، رغم أن هذه النسبة لم تكن مرتفعة نسبياً؛ مما يتطلب جهوداً إضافية لغرس الوعي اللغوي المستدام.

اتفقت نتائج هذا الجدول مع دراسة كلٍّ من سامي الربيعي<sup>(80)</sup> والتي أشارت إلى أن التزييف العميق يعدّ خطراً على القيم المجتمعية واللغة، حيث يسهم في نشر أنماط خطاب دخيلة على الثقافة المحلية، ودراسة (Chesney, R., & Citron, D. K)<sup>(81)</sup> والتي أكدت أن المحتوى المزيف قد يهدد "الهوية الجمعية" ويضعف اللغة الرسمية خاصة بين الشباب.

## 17- مجمل التأثيرات (الإيجابية والسلبية) للأثار الثقافية واللغوية للتزييف العميق: جدول (20)

### مجمل التأثيرات (الإيجابية والسلبية) للأثار الثقافية واللغوية للتزييف العميق

| الإجمالي                                                                      |     | خاص  |     | حكومي |     | مجمل التأثيرات (الإيجابية والسلبية) |                     |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----|------|-----|-------|-----|-------------------------------------|---------------------|
| %                                                                             | ك   | %    | ك   | %     | ك   |                                     |                     |
| 0.5                                                                           | 2   | 0    | 0   | 1     | 2   | منخفض                               | التأثيرات الإيجابية |
| 61.5                                                                          | 246 | 73.5 | 147 | 49.5  | 99  | متوسط                               |                     |
| 38                                                                            | 152 | 26.5 | 53  | 49.5  | 99  | مرتفع                               |                     |
| 100                                                                           | 400 | 100  | 200 | 100   | 200 | الإجمالي                            |                     |
| 25.287 : 2كا 2 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 دال معامل التوافق: 0.244 |     |      |     |       |     |                                     |                     |
| 4                                                                             | 16  | 6.5  | 13  | 1.5   | 3   | منخفض                               | التأثيرات السلبية   |
| 45.5                                                                          | 182 | 53   | 106 | 38    | 76  | متوسط                               |                     |
| 50.5                                                                          | 202 | 40.5 | 81  | 60.5  | 121 | مرتفع                               |                     |
| 100                                                                           | 400 | 100  | 200 | 100   | 200 | الإجمالي                            |                     |
| 19.116 : 2كا 2 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 دال معامل التوافق: 0.214 |     |      |     |       |     |                                     |                     |
| 0.3                                                                           | 1   | 0    | 0   | 0.5   | 1   | منخفض                               | مجمل التأثيرات      |
| 58.7                                                                          | 235 | 66   | 132 | 51.5  | 103 | متوسط                               |                     |
| 41                                                                            | 164 | 34   | 68  | 48    | 96  | مرتفع                               |                     |
| 100                                                                           | 400 | 100  | 200 | 100   | 200 | الإجمالي                            |                     |
| 9.359 : 2كا 2 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 دال معامل التوافق: 0.151  |     |      |     |       |     |                                     |                     |

يظهر التحليل الإحصائي لدرجات التأثيرات (الإيجابية، السلبية، والمجملية) فروقا ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات الحكومية والخاصة فيما يتعلق بتقييمهم لبعض التأثيرات، بينما لم تكن الفروق دالة إحصائيا في تقييمهم العام لمجمل التأثير.

تشير النتائج إلى أن أغلب الشباب - خاصة من الجامعات الخاصة - صنفوا التأثيرات الإيجابية ضمن المستوى المتوسط بنسبة 66.5% في القطاع الخاص، و 49.5% في القطاع الحكومي، بإجمالي 58% من العينة. كما جاءت نسبة من صنفوا التأثيرات على أنها "مرتفعة" عند 36.5%، ما يعكس إدراكاً جزئياً لإمكانيات التزييف العميق الإيجابية، قد أظهر اختبار كا2 دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يشير إلى تأثير المؤسسة التعليمية على إدراك الأثر الإيجابي للتقنية، ربما بسبب اختلاف مستوى التوعية أو التعرض لنماذج تطبيقية للتقنية في المناهج أو الأنشطة.

أما التأثيرات السلبية، فقد تمَّ تصنيفها على أنها "مرتفعة" من قبل 49% من العينة، وهي نفس النسبة التي اختارت "متوسطة"، بينما جاءت النسبة المنخفضة ضعيفة جداً (2%).

ويلاحظ أن طلاب الجامعات الخاصة سجلوا نسبة أعلى قليلاً في تقييم الأثر السلبي كـ "مرتفع" (54% مقابل 44% في الحكومي)، كما أثبت اختبار كا<sup>2</sup> دلالة إحصائية (0.000)؛ مما يشير إلى وجود فروق دالة إحصائية ترتبط بنوع الجامعة في إدراك التأثير السلبي، وقد يعود ذلك إلى تفاوت في درجة التعرض للمحتوى الإعلامي المزيف، أو في البيئة الثقافية المحيطة.

## 18- التأثيرات السلوكية للتزييف العميق عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب:

جدول (21)

التأثيرات السلوكية للتزييف العميق عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب

| الوزن النسبي        | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |    | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                                                                |
|---------------------|-------------------|---------|-----------|----|-------|-----|-------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     |                   |         | %         | ك  | %     | ك   | %     | ك   |                                                                                                        |
| التأثيرات الإيجابية |                   |         |           |    |       |     |       |     |                                                                                                        |
| 85.3                | 512.              | 2.56    | 8.        | 3  | 42.8  | 171 | 56.5  | 226 | يدفعني التزييف العميق لتجريب تقنيات حديثة.                                                             |
| 80.3                | 627.              | 2.41    | 7.5       | 30 | 44.0  | 176 | 48.5  | 194 | أصبحت أكثر حذرا في اتخاذ قراراتي بسبب التزييف العميق وما ينتج عنه من معلومات مغلوطة.                   |
| 79.0                | 678.              | 2.37    | 11.3      | 45 | 40.3  | 161 | 48.5  | 194 | يعزز التزييف العميق من التفكير النقدي حول التصورات المشوهة التي يتم نشرها حول ثقافات أو مجموعات معينة. |

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |    | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                                                                       |
|--------------|-------------------|---------|-----------|----|-------|-----|-------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك  | %     | ك   | %     | ك   |                                                                                                               |
| 76.3         | 730.              | 2.29    | 16.3      | 65 | 38.5  | 154 | 45.3  | 181 | ساعدني التزييف العميق على تقليل التسرع في الاستجابة للمحتوى الرقمي وأصبحت أتحقق من صحة المعلومات قبل التفاعل. |
| 73.7         | 812.              | 2.21    | 24.8      | 99 | 30.0  | 120 | 45.3  | 181 | زاد التزييف العميق من وعيي بأهمية التحقق من المحتوى الرقمي لتفادي الوقوع في العزلة أو فقدان الثقة في الآخرين. |
| 73.7         | 713.              | 2.21    | 17.0      | 68 | 44.8  | 179 | 38.3  | 153 | شجعني التزييف العميق على مناقشة المعلومات مع زملائي لتقييم مدى صحتها وتعزيز التواصل الاجتماعي.                |
| 71.7         | 734.              | 2.15    | 20.5      | 82 | 44.0  | 176 | 35.5  | 142 | ساعدني التزييف العميق على تنمية مهاراتي واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بوعي أكبر.                            |

| الوزن النسبي      | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |     | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                                                                                  |
|-------------------|-------------------|---------|-----------|-----|-------|-----|-------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                   |                   |         | %         | ك   | %     | ك   | %     | ك   |                                                                                                                          |
| 69.0              | 815.              | 2.07    | 29.8      | 119 | 33.3  | 133 | 37.0  | 148 | أشارك أحياناً المحتوى المنشئ باستخدام أدوات التزييف العميق بهدف النقاش والتوعية.                                         |
| التأثيرات السلبية |                   |         |           |     |       |     |       |     |                                                                                                                          |
| 83.0              | 625.              | 2.49    | 7.0       | 28  | 37.0  | 148 | 56.0  | 224 | يعزز التزييف العميق بعض السلوكيات الانتهازية لدى بعض الشباب الذين يستغلون المحتوى المزيف لتحقيق أهداف شخصية.             |
| 81.0              | 698.              | 2.43    | 12.0      | 48  | 32.8  | 131 | 55.3  | 221 | يزيد التزييف العميق من احتمالات سلوكيات التلاعب لدى البعض؛ مما قد يشجع على نشر معلومات غير دقيقة.                        |
| 80.7              | 678.              | 2.42    | 10.8      | 43  | 36.3  | 145 | 53.0  | 212 | يسهم التزييف العميق في انتشار سلوكيات الخوف والشك تجاه المعلومات الرقمية؛ مما يدفعني إلى الامتناع عن التفاعل مع المحتوى. |

| الوزن النسبي | الانحراف المعياري | المتوسط | غير موافق |     | محايد |     | موافق |     | العبارة                                                                                                  |
|--------------|-------------------|---------|-----------|-----|-------|-----|-------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              |                   |         | %         | ك   | %     | ك   | %     | ك   |                                                                                                          |
| 77.3         | 760.              | 2.32    | 18.0      | 72  | 32.3  | 129 | 49.8  | 199 | قد يستغل البعض التزييف العميق في ممارسات غير أخلاقية مثل نشر الشائعات أو التهديد الإلكتروني.             |
| 75.0         | 714.              | 2.25    | 16.0      | 64  | 42.8  | 171 | 41.3  | 165 | قد يؤدي التزييف العميق إلى تعزيز السلوكيات العدوانية أو الانتقامية عند استخدامه في تشويه سمعة المبحوثين. |
| 72.3         | 790.              | 2.17    | 24.3      | 97  | 35.0  | 140 | 40.8  | 163 | أسهم التزييف العميق في التأثير سلباً على حالتي النفسية خاصة عند التعرض لمحتوى مضلل أو مشير للقلق.        |
| 72.3         | 751.              | 2.17    | 21.0      | 84  | 40.8  | 163 | 38.3  | 153 | تراجعت مشاركتي المجتمعية والسياسية لأنني أجد صعوبة في التفرقة بين الأخبار الحقيقية والمزيفة.             |
| 62.3         | 876.              | 1.87    | 45.5      | 182 | 21.8  | 87  | 32.8  | 131 | أقصر في أداء بعض الشعائر الدينية بسبب مشاهدة هذه الفيديوهات المدعومة بتقنية التزييف العميق.              |

أظهرت نتائج الجدول (21) أن الشباب يدركون بوضوح الآثار السلوكية الناتجة عن التزييف العميق، سواء على مستوى الممارسة أو التفاعل مع المحتوى الرقمي. فعلى الجانب الإيجابي، أشار عدد كبير من المبحوثين إلى أن التزييف العميق يشجعهم على التجريب بتقنيات حديثة في صناعة المحتوى المرئي (85.3%)، وأصبحوا أكثر حذراً قبل اتخاذ القرار بسبب التزييف العميق وما ينتج عنه من معلومات مغلوطة (80.3%)، ويسهم في تقليل التسرع والاستجابة العاطفية للمحتوى، كما أكد البعض أن هذه التقنية حفزتهم على مناقشة المعلومات مع الآخرين والتحقق من مصادرها، ما يعكس تأثيراً إيجابياً في تعزيز التفاعل الاجتماعي الواعي.

في المقابل، كشفت النتائج عن تأثيرات سلوكية سلبية ملحوظة؛ حيث رأى أغلب المشاركين أن التزييف العميق يعزز سلوكيات انتهازية وتلاعبية لدى بعض المبحوثين (83%)، ويسهم في انتشار الخوف والشك من المعلومات الرقمية (80.7%)؛ مما يدفع البعض إلى العزوف عن التفاعل. كما أشار آخرون إلى تأثر حالتهم النفسية سلباً، وإلى صعوبة التفرقة بين الحقيقة والزيف، وهو ما قد يؤدي إلى تراجع المشاركة المجتمعية والسياسية والدينية لدى البعض، على الرغم من وجود تأثيرات إيجابية معتبرة - خاصة في تنمية المهارات التقنية والتفكير النقدي - فإن التأثيرات السلوكية السلبية جاءت أكثر اتساعاً وانتشاراً، سواء في نسب الموافقة أو في تعدد أبعادها (مثل التهديد النفسي، السلوك الانتهازي، فقدان الثقة، تراجع المشاركة المجتمعية والدينية).

إذن: يمكن القول إن التأثيرات السلبية تفوقت نسبياً من حيث الشدة والتأثير في السلوك اليومي، حتى وإن لم تلغ تماماً الآثار الإيجابية، وهذا يعكس نظرة شباب اليوم للتزييف العميق كظاهرة مزدوجة، تتطلب الوعي الحذر أكثر من الانبهار التقني.

اتفقت هذه الدراسة مع دراسة (Chesney, R., & Citron) (82) والتي أشارت إلى التأثيرات السلبية للديب فيك على السلوك العام، وخاصة فيما يتعلق بنشر الخوف والارتباك وتراجع المشاركة السياسية والمجتمعية، وأن تعرض الشباب للديب فيك يزيد من حالة التشكيك في المصادر الإعلامية الرسمية، وأن البعض أصبح أكثر انقساماً سياسياً نتيجة الفيديوهات المزيفة، مع ميل أكبر لرفض بعض الأطراف السياسية.

كما اتفقت مع دراسة (Cristian Vaccari & Andrew Chadwick) <sup>(83)</sup> زيادة ملحوظة في الشعور بالخداع بعد مشاهدة فيديوهات ديب فيك مقارنة بالفيديوهات الحقيقية، ارتفاع مستويات الشك وعدم اليقين تجاه الأخبار والمصادر الإعلامية، وتراجع عام في الثقة في الأخبار الرسمية.

#### 19- مجمل التأثيرات (الإيجابية والسلبية) للآثار السلوكية للتزييف العميق:

جدول (22)

مجل التأثيرات (الإيجابية والسلبية) للآثار السلوكية للتزييف العميق

| مجل التأثيرات (الإيجابية والسلبية)                                          |          | حكومي |      | خاص |      | الإجمالي |      |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------|-------|------|-----|------|----------|------|
|                                                                             |          | ك     | %    | ك   | %    | ك        | %    |
| التأثيرات الإيجابية                                                         | منخفض    | 22    | 11   | 0   | 0    | 22       | 5.5  |
|                                                                             | متوسط    | 99    | 49.5 | 133 | 66.5 | 232      | 58   |
|                                                                             | مرتفع    | 79    | 39.5 | 67  | 33.5 | 146      | 36.5 |
|                                                                             | الإجمالي | 200   | 100  | 200 | 100  | 400      | 100  |
| كا 2: 27.969 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 دال معامل التوافق: 0.256 |          |       |      |     |      |          |      |
| التأثيرات السلبية                                                           | منخفض    | 8     | 4    | 0   | 0    | 8        | 2    |
|                                                                             | متوسط    | 104   | 52   | 92  | 46   | 196      | 49   |
|                                                                             | مرتفع    | 88    | 44   | 108 | 54   | 196      | 49   |
|                                                                             | الإجمالي | 200   | 100  | 200 | 100  | 400      | 100  |
| كا 2: 10.776 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 دال معامل التوافق: 0.162 |          |       |      |     |      |          |      |
| مجل التأثيرات                                                               | منخفض    | 1     | 0.5  | 0   | 0    | 1        | 0.3  |
|                                                                             | متوسط    | 113   | 56.5 | 120 | 60   | 233      | 58.2 |
|                                                                             | مرتفع    | 86    | 43   | 80  | 40   | 166      | 41.5 |
|                                                                             | الإجمالي | 200   | 100  | 200 | 100  | 400      | 100  |
| كا 2: 1.427 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.490 غير دال                   |          |       |      |     |      |          |      |

أظهرت النتائج أن الشباب من القطاعين الحكومي والخاص يدركون التأثيرات السلبية للتزييف العميق بشكل أكبر من الإيجابية، فقد جاءت نسبة التأثيرات السلبية المرتفعة (49%) مساوية للمتوسطة، ما يعكس وعياً عالياً بالمخاطر. في المقابل، غالبية التأثيرات

الإيجابية كانت في المستوى المتوسط (58٪)، بينما كانت التأثيرات المرتفعة أقل (36.5٪)، كما أظهرت فروقاً دالة إحصائياً بين الشباب في القطاعين الحكومي والخاص من حيث إدراك التأثيرات الإيجابية والسلبية، لكن لم تكن هناك فروق معنوية في المجمال العام للتأثيرات.

ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة:

1. الفرض الرئيس الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع الاستخدام (طقوسية والنفعية) وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق.

جدول (23)

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين دوافع الاستخدام (طقوسية والنفعية)

وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق

| الدالة  | مستوى المعنوية | معامل ارتباط بيرسون | الدوافع<br>التأثيرات         |
|---------|----------------|---------------------|------------------------------|
| دال     | 0.000          | 0.219**             | التأثيرات الثقافية الإيجابية |
| دال     | 0.000          | 0.246**<br>سلبي     | التأثيرات الثقافية السلبية   |
| دال     | 0.000          | 0.272**             | التأثيرات السلوكية الإيجابية |
| غير دال | 0.681          | 0.021               | التأثيرات السلوكية السلبية   |

يكشف الجدول (23) عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاستخدام (سواء الطقوسية أو النفعية) وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق، فيما عدا التأثيرات السلوكية السلبية؛ وذلك بما يعكس أهمية فهم دوافع المبحوثين عند التعامل مع هذا النوع من المحتوى الرقمي المتطور.

- بالنسبة للتأثيرات الثقافية الإيجابية، كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين دوافع الاستخدام والتأثيرات الثقافية الإيجابية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.219\*\*) عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يشير إلى أنه كلما زادت دوافع الاستخدام للتزييف العميق، زاد تأثر المبحوثين ثقافياً بشكل إيجابي، حيث يمكن تفسير ذلك بأن بعض الاستخدامات الطقوسية أو الترفيهية قد تسهم في تعزيز الوعي الثقافي أو الانفتاح على محتوى متنوع يقدم بصيغ جذابة من خلال التزييف العميق.

- كما يوجد علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائياً بين دوافع الاستخدام والتأثيرات الثقافية السلبية، حيث بلغ معامل الارتباط السالب (0.246\*\*) عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يدل على أن دوافع استخدام التزييف العميق ترتبط بزيادة بعض التأثيرات الثقافية السلبية، كتشويه الحقائق أو تعزيز الصور النمطية، وهو ما يعكس جانباً خطيراً في الاستخدام غير الواعي أو المُفْرِط لهذه التقنية.
  - وفيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية الإيجابية، أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين دوافع الاستخدام والتأثيرات السلوكية الإيجابية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.272\*\*) عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يشير إلى أن الاستخدام الهادف أو الترفيهي للتزييف العميق قد يسهم في تنمية مهارات رقمية أو سلوكيات تفاعلية إيجابية لدى المستخدمين، كتطوير الحس النقدي تجاه المحتوى الرقمي.
  - أما بالنسبة للتأثيرات السلوكية السلبية، فلم تظهر النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً، حيث بلغ معامل الارتباط (0.021) عند مستوى معنوية (0.681)، وهو غير دال؛ حيث يدل ذلك على أن دوافع الاستخدام لا تؤثر بشكل واضح أو مباشر في التأثيرات السلوكية السلبية، وهو ما قد يعزى إلى أن السلوكيات السلبية قد تتأثر بعوامل أخرى خارج نطاق دوافع الاستخدام، كالعوامل الاجتماعية، أو الشخصية، أو نمط التربية الإعلامية.
  - تشير هذه النتائج إلى أهمية فهم دوافع المستخدمين عند تحليل تأثيرات التزييف العميق، حيث يمكن أن تسهم بعض الدوافع في تعزيز نتائج إيجابية، بينما ترتبط أخرى بمخاطر ثقافية محتملة؛ الأمر الذي يستدعي تدخلاً توعوياً وإعلامياً موجهاً نحو تعزيز الاستخدام المسؤول والواعي للتقنيات الرقمية المتقدمة.
- وبالتالي قبول هذا الفرض جزئياً بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع الاستخدام (الطوقسية والنفعية) وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق.
- اتفقت نتائج الدراسة مع دراسة نجلاء أبو النصر<sup>(84)</sup> التي تشير إلى وجود علاقة واضحة بين دوافع استخدام مواقع التواصل - خاصة النفعية (مثل التعلم والمواكبة) - وبين

ارتفاع وعي الشباب بالتأثيرات الثقافية الناتجة عن المحتوى الزائف، بما في ذلك إدراكهم للصور النمطية والمفاهيم المشوّشة التي قد تنتج عن محتوى التزييف العميق. واتفقت أيضاً مع دراسة محمد فراج<sup>(85)</sup> والتي أشارت إلى أن الاستخدام المتكرر لمواقع التواصل لدوافع متعددة (مثل الترفيه والتعلم) يصاحبه ارتفاع درجة المقاومة السلوكية لدى الشباب تجاه التضليل الإعلامي، بما يشير إلى ارتباط بعض الدوافع النفعية بالتأثيرات السلوكية الإيجابية مثل التحقق من المعلومات، وعدم إعادة النشر دون تحقق.

2. **الفرض الرئيس الثاني:** توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في قدرتهم على كشف التزييف العميق وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق.

جدول (24)

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى ثقة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في قدرتهم على كشف التزييف العميق وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق.

| الدوافع                      | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|------------------------------|---------------------|----------------|---------|
| التأثيرات الثقافية الإيجابية | 0.263**             | 0.000          | دال     |
| التأثيرات الثقافية السلبية   | 0.175**<br>سلبى     | 0.000          | دال     |
| التأثيرات السلوكية الإيجابية | 0.061               | 0.223          | غير دال |
| التأثيرات السلوكية السلبية   | 0.128*<br>سلبى      | 0.011          | دال     |

تشير نتائج جدول (24) إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين مستوى ثقة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في قدرتهم على كشف التزييف العميق وبين بعض التأثيرات الثقافية والسلوكية لهذا التزييف، فيما عدا التأثيرات السلوكية الإيجابية، بما يعكس دور الثقة الذاتية في تشكيل التفاعل مع المحتوى الرقمي المزيف ومدى تأثيره.

- فيما يتعلق بالتأثيرات الثقافية الإيجابية، أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين الثقة في القدرة على كشف التزييف العميق وبين التأثيرات الثقافية الإيجابية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.263\*\*) عند مستوى معنوية (0.000)؛ حيث إن هذه النتيجة قد تعني أن الباحثين الذين يمتلكون ثقة

عاليةً في قدرتهم على التمييز بين الحقيقي والمزيف يكونون أكثر قدرة على استخلاص الفوائد الثقافية من محتوى التزييف العميق، مثل التعلم من تقنيات العرض أو إدراك الأبعاد الفنية والتقنية للمحتوى دون الوقوع ضحية له.

- أما بالنسبة للتأثيرات الثقافية السلبية، فقد أظهرت النتائج علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً، حيث بلغ معامل الارتباط السالب ( $0.175^{**}$ ) عند مستوى معنوية ( $0.000$ )؛ مما يدل على أنه كلما زادت ثقة المستخدمين في قدرتهم على كشف التزييف العميق، قلَّت احتمالية تأثرهم بالنتائج الثقافية السلبية له، مثل الوقوع في فخ المعلومات المزيفة أو التشويش الثقافي الناتج عن محتوى مضلل أو مزور، وتنعكس هذه النتيجة أهمية بناء الوعي الرقمي والثقة الذاتية في تقليل المخاطر المرتبطة بالمحتوى المزيف.

- أما التأثيرات السلوكية السلبية، فقد أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً، حيث بلغ معامل الارتباط السالب ( $0.128^{**}$ ) عند مستوى معنوية ( $0.011$ )؛ وذلك مما يدل على أن المبحوثين الذين يثقون في قدرتهم على كشف التزييف العميق أقل عرضة لتبني سلوكيات سلبية مثل نشر المحتوى المزيف دون تحقق، أو التفاعل العاطفي المفرط مع محتوى مضلل؛ مما يعزز من أهمية تنمية الكفاءة الرقمية والثقة الذاتية كمحددات للسلوك الآمن على المنصات الاجتماعية.

- في حين يختلف الأمر مع التأثيرات السلوكية الإيجابية، لم تُظهر النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً، حيث بلغ معامل الارتباط ( $0.061$ ) عند مستوى معنوية ( $0.223$ )، وهو غير دال؛ حيث يفهم من ذلك أن الثقة في القدرة على كشف التزييف لا ترتبط بشكل مباشر أو ملموس بالسلوكيات الإيجابية للمستخدمين؛ مما يشير إلى أن العوامل المحركة للسلوك الإيجابي قد تكون مستقلة عن مدى ثقة الفرد بنفسه في هذا المجال، وربما تتعلّق بدرجة التفاعل أو الخلفية المعرفية والتقنية.

- تُبرز هذه النتائج بشكل عام أهمية الثقة الذاتية في القدرة على التحقق من صحة المحتوى كعامل وقائي يحمي المستخدمين من التأثيرات الثقافية والسلوكية السلبية

للتزيف العميق، وتؤكد على ضرورة التركيز على تدريب المبحوثين على مهارات التحقق الرقمي والنقد الإعلامي في مواجهة هذا التحدي المتصاعد. بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إنه قد تم قبول الفرض الرئيس الثاني جزئياً، حيث ثبتت العلاقات الارتباطية العكسية الدالة إحصائياً في بعض الأبعاد، بينما لم تظهر دلالة في بعد التأثيرات السلوكية الإيجابية.

3- الفرض الرئيس الثالث: توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل (كثافة) استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزيف العميق.

#### جدول (25)

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معدل (كثافة) استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزيف العميق

| التأثيرات                    | الكثافة         | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|------------------------------|-----------------|---------------------|----------------|---------|
| التأثيرات الثقافية الإيجابية | 0.523**         | 0.000               | دال            |         |
| التأثيرات الثقافية السلبية   | 0.147**<br>سلبى | 0.000               | دال            |         |
| التأثيرات السلوكية الإيجابية | 0.390**         | 0.000               | دال            |         |
| التأثيرات السلوكية السلبية   | 0.139**<br>سلبى | 0.000               | دال            |         |

تشير نتائج جدول (25) إلى وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزيف العميق؛ مما يعكس أن ارتفاع مستوى التفاعل والاستخدام المكثف لتلك المنصات يترتب عليه ازدياد في حجم التأثيرات المتحققة، سواء كانت إيجابية أو سلبية.

- فقد أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية قوية ودالة إحصائية بين كثافة الاستخدام والتأثيرات الثقافية الإيجابية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.523\*\*) عند مستوى معنوية (0.000)؛ حيث إن هذه النتيجة تعني أن الاستخدام المتكرر والمكثف لمواقع التواصل قد يتيح للمبحوثين فرصاً أكبر للتفاعل مع محتوى تكنولوجي متقدم كالصور والفيديوهات المزيفة عميقاً؛ ما يؤدي إلى تعزيز وعيهم

الثقافة والتقني، وربما رفع درجة تقديرهم للابتكار في الوسائط الرقمية، وإن كان محتواها خادعا.

- أما بالنسبة للتأثيرات الثقافية السلبية، فقد كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية طردية، لكنها سالبة في الاتجاه، حيث بلغ معامل الارتباط ( $0.147^{**}$ ) سالبا، مع دلالة معنوية ( $0.000$ )، ويفهم من هذا أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل يزيد من احتمالية التعرض لتأثيرات ثقافية سلبية، مثل التبني غير الواعي لثقافات أو معتقدات مزيفة، أو فقدان الثقة بالمصادر الإعلامية؛ مما يشير إلى أن الانغماس المفرط في هذه المنصات قد يعرض المستخدمين أكثر لتشويش ثقافي ناتج عن المحتوى المضلل.

- كما أظهرت النتائج وجود علاقة طردية دالة بين كثافة الاستخدام والتأثيرات السلوكية الإيجابية، حيث بلغ معامل الارتباط ( $0.390^{**}$ ) عند مستوى معنوية ( $0.000$ )؛ مما يدل على أن الاستخدام المتكرر لهذه المنصات قد يدفع بعض المستخدمين إلى تبني سلوكيات نشطة وواعية في مواجهة التزييف العميق، مثل التحقق من المصادر أو الإبلاغ عن المحتوى المشبوه، نتيجة تراكم الخبرة أو الانخراط في بيئات حوارية متنوعة.

- وفيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية السلبية، فقد كشفت النتائج عن علاقة طردية دالة إحصائية، وإن كانت ذات اتجاه سلبي، حيث بلغ معامل الارتباط ( $0.139^{**}$ ) سالبا، مع مستوى معنوية ( $0.000$ ) حيث تدل هذه النتيجة على أن كثافة الاستخدام تزيد من احتمالية وقوع المستخدمين في سلوكيات سلبية، مثل نشر أو إعادة إرسال محتوى مزيف، أو التأثر به نفسيا أو اجتماعيا دون تحقق، بما يشير إلى أن الاستخدام المفرط قد يتحول إلى مصدر للضرر السلوكي في حال غياب الوعي أو الفلتر الذاتية.

- تؤكد هذه النتائج على أن كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تُعد مؤشرا حيويا ومركبا للتأثر بالتزييف العميق؛ إذ تسهم في تعميق بعض الإيجابيات الثقافية والسلوكية، لكنها في الوقت ذاته ترفع من حجم المخاطر السلبية، وهو ما يستدعي

التركيز على برامج التوعية الرقمية والاستخدام الآمن للمحتوى الرقمي في بيئات الاستخدام المكثف.

تشير النتائج إلى قبول الفرض الرئيس الثالث جزئياً، حيث ثبتت العلاقة الطردية الدالة إحصائياً بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الثقافية والسلوكية الإيجابية الناتجة عن التزييف العميق، في حين ظهرت علاقة عكسية دالة مع التأثيرات السلبية، وهو ما لا يتفق كلياً مع اتجاه الفرض.

4- الفرض الرئيس الرابع: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين اتجاهات الشباب نحو مصداقية المحتوى المدعوم بـ AI وبين التأثيرات السلوكية والثقافية للتزييف العميق.

جدول (26)

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين اتجاهات الشباب نحو مصداقية المحتوى المدعوم بـ AI وبين التأثيرات السلوكية والثقافية للتزييف العميق

| التأثيرات                    | المصدقية | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدالة |
|------------------------------|----------|---------------------|----------------|--------|
| التأثيرات الثقافية الإيجابية | 0.234*** | 0.000               | دال            |        |
| التأثيرات الثقافية السلبية   | 0.307*** | 0.000               | دال            |        |
| التأثيرات السلوكية الإيجابية | 0.092**  | 0.000               | دال            |        |
| التأثيرات السلوكية السلبية   | 0.011    | 0.824               | غير دال        |        |

تشير نتائج جدول (26) إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الشباب نحو مصداقية المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي (AI) وبين التأثيرات السلوكية والثقافية للتزييف العميق، فيما عدا التأثيرات السلوكية السلبية، وهو ما يعكس أن زيادة اقتناع الشباب بمصداقية هذا النوع من المحتوى يرتبط بارتفاع في حجم التأثيرات، سواء على الصعيد الثقافي أو السلوكي.

- أظهرت النتائج وجود علاقة طردية دالة بين اتجاهات الشباب نحو مصداقية المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي وبين التأثيرات الثقافية الإيجابية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.234\*\*\*) عند مستوى دلالة (0.000)، وهذا يشير إلى أن الاعتقاد بمصداقية هذا المحتوى يمكن أن يعزز من تفاعل الشباب معه ثقافياً، عبر فتح آفاق جديدة في استهلاك المحتوى الرقمي، وتنمية الوعي بالتقنيات الحديثة، أو

تشكيل تصورات ثقافية جديدة تتماشى مع الذكاء الاصطناعي وتوظيفاته الإعلامية.

- تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية بين مصداقية المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي والتأثيرات الثقافية السلبية، بمعامل ارتباط بلغ ( $0.307^{**}$ ) ودلالة معنوية ( $0.000$ )، وهو ما يعكس مفارقة واضحة؛ فكلما ارتفعت ثقة الشباب بمحتوى الذكاء الاصطناعي، زادت أيضاً احتمالية تأثرهم الثقافي السلبي، مثل تقبلهم غير الواعي للمعلومات الزائفة، أو خلطهم بين الحقيقة والتزييف، ما يظهر خطراً خفياً في مصداقية مزيفة قد تغلف التزييف العميق.
- أما بالنسبة للتأثيرات السلوكية الإيجابية، فقد أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة، لكنها ضعيفة ( $0.092^{**}$ ) مع دلالة إحصائية ( $0.000$ ). ورغم ضآلة هذا الارتباط، إلا أنه يشير إلى أن الثقة في المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي قد تدفع بعض الشباب إلى سلوكيات إيجابية مثل البحث، أو إعادة التحقق من المحتوى، أو الإسهام في توعية الآخرين، لكن هذا الأثر يبقى محدوداً مقارنة بالتأثيرات الثقافية.
- وفيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية السلبية، لم تظهر النتائج علاقة ذات دلالة إحصائية، حيث بلغ معامل الارتباط ( $0.011$ ) دون دلالة معنوية ( $0.824$ )؛ وهذا يدل على أن اتجاهات الشباب نحو مصداقية المحتوى لا ترتبط بشكل واضح أو مباشر بسلوكيات سلبية، وهو ما قد يعكس تبايناً في أنماط التفاعل السلوكي لديهم، أو وجود وعي سلوكي أكثر حذراً، حتى وإن تأثروا ثقافياً.
- بوجه عام، تعكس هذه النتائج ازدواجية في تأثير مصداقية المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي على الشباب، حيث يسهم من جهة في تعزيز التأثيرات الثقافية الإيجابية والسلبية- لكنه لا يقود بالضرورة إلى سلوكيات ضارة؛ مما يبرز أهمية التوعية بآليات إنتاج المحتوى الذكي، وتعزيز مهارات التقييم النقدي لدى فئة الشباب.

بناءً على ما سبق تشير النتائج إلى قبول الفرض الرئيس الرابع جزئياً، إذ ثبتت علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين اتجاهات الشباب نحو مصداقية المحتوى المدعوم بتقنية الذكاء الاصطناعي وبين كلٍّ من التأثيرات الثقافية الإيجابية والسلبية، وكذلك التأثيرات السلوكية الإيجابية، في حين لم تظهر علاقة دالة مع التأثيرات السلوكية السلبية؛ مما يعني أن القناعة بمصداقية هذا النوع من المحتوى تسهم في تشكيل التأثيرات لدى المستخدمين، لا سيما في أبعادها الثقافية.

5- الفرض الرئيس الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق وبين المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع- نوع الجامعة، المستوى الاجتماعي الاقتصادي).

يتفرع من الفرض الرئيس الرابع فرضان فرعيان، هما:

أ) الفرض الفرعي الأول من الفرض الرئيس الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى التأثيرات الثقافية للتزييف العميق وبين المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع- نوع الجامعة، المستوى الاجتماعي الاقتصادي).

جدول (27)

اختبار فروق معنوية بين مستوى التأثيرات الثقافية للتزييف العميق وبين المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع- نوع الجامعة، المستوى الاجتماعي الاقتصادي)

| مؤشرات إحصائية   |             |          | الانحراف المعياري | المتوسط | العدد | التأثيرات الثقافية     |                             |
|------------------|-------------|----------|-------------------|---------|-------|------------------------|-----------------------------|
| مستوى المعنوية   | درجة الحرية | الاختبار |                   |         |       | المتغيرات الديموجرافية |                             |
| 0.05<br>دال      | 398         | ت=6.028  | 0.4685            | 2.3206  | 131   | ذكر                    | النوع                       |
|                  |             |          | 0.5058            | 2.4498  | 269   | أنثى                   |                             |
| 0.181<br>غير دال | 2<br>397    | ف=1.718  | 0.5041            | 2.4706  | 51    | منخفض                  | المستوى الاقتصادي الاجتماعي |
|                  |             |          | 0.5049            | 2.4292  | 226   | متوسط                  |                             |
|                  |             |          | 0.4761            | 2.3415  | 123   | مرتفع                  |                             |
|                  |             |          | 0.4971            | 2.4075  | 400   | الإجمالي               |                             |
| 0.006<br>دال     | 398         | ت=7.497  | 0.5106            | 2.475   | 200   | حكومي                  | ملكية الجامعة               |
|                  |             |          | 0.4749            | 2.34    | 200   | خاص                    |                             |

تشير نتائج جدول (27) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات الثقافية للتزييف العميق باختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين، وهي النوع

(ذكر/ أنثى) وملكية الجامعة (حكومية/ خاصة)، في حين لم تظهر فروق دالة وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي.

- فقد كشفت النتائج عن وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في إدراك التأثيرات الثقافية للتزييف العميق، حيث جاء متوسط الإناث أعلى (2.4498) من الذكور (2.3206)، وبلغت قيمة اختبار "ت" (6.028) عند درجة معنوية (0.05)، ويدل ذلك على أن الإناث أكثر استشعاراً أو وعياً بالتأثيرات الثقافية المرتبطة بالتزييف العميق، وقد يعزى ذلك إلى ارتفاع معدلات تعرضهن للمحتوى الرقمي الذي يحمل مضامين رمزية، أو قيمية، أو إلى حساسيتهن تجاه الأبعاد الأخلاقية والثقافية للمحتوى المصطنع.

- أما بالنسبة لمتغير نوع الجامعة، فقد أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية، إذ سجل طلاب الجامعات الحكومية متوسطاً أعلى في استشعار التأثيرات الثقافية (2.475) مقارنة بنظرائهم في الجامعات الخاصة (2.34)، وبقية "ت" بلغت (7.497) عند دلالة (0.006)، وتعكس هذه الفروق احتمال وجود اختلافات في البيئة التعليمية أو في الخطاب الأكاديمي المرتبط بالتوعية حول مخاطر التزييف العميق، حيث قد تركز الجامعات الحكومية أكثر على القضايا العامة والثقافية والرقمية مقارنة بالمحتوى المقدم في بعض الجامعات الخاصة.

- في المقابل، لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين حسب المستوى الاجتماعي الاقتصادي، حيث بلغت قيمة "ف" (1.718) عند دلالة (0.181)، ويعني ذلك أن الانتماء إلى طبقة اقتصادية معينة لا يؤثر بشكل جوهري على إدراك التأثيرات الثقافية للتزييف العميق؛ ما قد يشير إلى أن تأثير هذه الظاهرة يمتد بشكل واسع في المجتمع دون تمييز طبقي واضح، أو أن التوعية بالتزييف العميق لم ترتبط حتى الآن بعوامل اقتصادية مباشرة.

- بناء على ما سبق، يتضح أن النوع الاجتماعي ونوع المؤسسة التعليمية يرتبطان بشكل دال بإدراك التأثيرات الثقافية للتزييف العميق، وهو ما يوجب توجيه حملات التوعية والتثقيف الإعلامي بشكل يراعي هذه الفروقات، مع تعزيز المناهج التعليمية لزيادة الوعي الثقافي بالتحديات الرقمية الحديثة.

وبالتالي تشير النتائج إلى قبول الفرض الفرعي الأول جزئياً، حيث ثبتت فروق دالة إحصائية في مستوى التأثيرات الثقافية للتزييف العميق باختلاف متغيري النوع ونوع الجامعة، بينما لم تثبت فروق دالة وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

وهو ما يعكس أن السمات الديموجرافية المرتبطة بنوع المبحوث ونوع المؤسسة التعليمية تسهم في تفاوت مستويات التأثير الثقافي في محتوى التزييف العميق، في حين لا يبدو أن الخلفية الاقتصادية الاجتماعية تؤدي دوراً مؤثراً في هذا السياق.

(ب) الفرض الفرعي الثاني المتفرع من الفرض الرئيس الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى التأثيرات السلوكية للتزييف العميق وبين المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع- نوع الجامعة، المستوى الاجتماعي الاقتصادي).

#### جدول (28)

اختبار فروق معنوية بين مستوى التأثيرات السلوكية للتزييف العميق وبين المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع- نوع الجامعة، المستوى الاجتماعي الاقتصادي)

| مؤشرات إحصائية |             |          | الانحراف المعياري | المتوسط | العدد | التأثيرات السلوكية<br>المتغيرات الديموجرافية |                             |
|----------------|-------------|----------|-------------------|---------|-------|----------------------------------------------|-----------------------------|
| مستوى المعنوية | درجة الحرية | الاختبار |                   |         |       | النوع                                        | المستوى الاقتصادي الاجتماعي |
| 0.000          | 398         | ت=       | 0.4401            | 2.2595  | 131   | ذكر                                          | النوع                       |
| دال            |             | 19.219   | 0.5082            | 2.487   | 269   | أنثى                                         |                             |
| 0.00 دال       | 2           | ف=       | 0.5025            | 2.549   | 51    | منخفض                                        | المستوى الاقتصادي الاجتماعي |
|                |             |          | 0.4711            | 2.3053  | 226   | متوسط                                        |                             |
|                |             |          | 0.4992            | 2.5528  | 123   | مرتفع                                        |                             |
|                |             |          | 0.498             | 2.4125  | 400   | الإجمالي                                     |                             |
| 0.616          | 398         | ت=       | 0.5056            | 2.425   | 200   | حكومي                                        | ملكية الجامعة               |
| غير دال        |             | 0.252    | 0.4911            | 2.4     | 200   | خاص                                          |                             |

تشير نتائج جدول (28) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات السلوكية للتزييف العميق بين المبحوثين تبعاً لبعض المتغيرات الديموجرافية، وتحديدًا النوع والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، في حين لم تُسجل فروق دالة تبعاً لمتغير ملكية الجامعة (حكومية/ خاصة).

- فقد كشفت النتائج عن وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في التأثيرات السلوكية، حيث جاءت قيمة اختبار "ت" (19.219) عند مستوى دلالة (0.000)؛ مما يؤكد على وجود فروق حقيقية بين المجموعتين، حيث سجلت الإناث متوسطاً أعلى (2.487) مقارنة بالذكور (2.2595)؛ مما يشير إلى أن الإناث أكثر تأثراً سلوكياً بالمحتوى القائم على التزييف العميق، ويمكن تفسير ذلك بأنهن أكثر تفاعلاً مع المضامين الرقمية، أو أكثر حساسية تجاه التغييرات السلوكية الناتجة عن المعلومات المزيفة، وربما أيضاً أكثر تعرضاً لمحتوى يستهدف السلوكيات عبر وسائل التواصل.
- كما أظهرت نتائج تحليل التباين (ANOVA) وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمستوى الدخل أو الوضع الاقتصادي الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ف" (12.747) عند مستوى دلالة (0.000)، وقد لوحظ أن ذوي المستوى المرتفع والمنخفض سجلوا متوسطات متقاربة وعالية (2.5528 و 2.549 على التوالي)، في حين جاء متوسط الفئة "المتوسطة" أقل بكثير (2.3053)، ويدل هذا النمط على أن التأثيرات السلوكية للتزييف العميق قد تكون أكثر وضوحاً أو حضوراً لدى الفئات الطرفية (الأعلى والأدنى اقتصادياً)، ربما نتيجة لتفاوت أشكال الانكشاف الرقمي، أو لاختلاف أنماط الاستهلاك الإعلامي بين الطبقات، سواء في نوعية المحتوى المتابع أو في مستوى التفاعل معه.
- على عكس المتغيرات السابقة، لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات الحكومية والخاصة في تأثيرات التزييف العميق على السلوك، حيث كانت قيمة اختبار "ت" منخفضة (0.252) مع مستوى دلالة (0.616)؛ مما يشير إلى تجانس نسبي في التأثير السلوكي بغض النظر عن طبيعة المؤسسة التعليمية، ويعني ذلك أن التزييف العميق يشكل عامل تأثير سلوكي مشترك بين طلاب الجامعات المختلفة، ما يظهر الطابع الشامل لتأثيراته في بيئة التواصل الاجتماعي.
- تدل هذه النتائج على أن النوع الاجتماعي والوضع الاقتصادي يؤديان دوراً واضحاً في تباين التأثيرات السلوكية للتزييف العميق، وهو ما يستدعي توجيه استراتيجيات

التوعية الرقمية بشكل أكثر تخصيصاً للفئات الأكثر عرضة للتأثر، خصوصاً الإناث وذوي المستويات الاقتصادية غير المتوسطة، وفي المقابل يشير غياب الفروق بين طلاب الجامعات الحكومية والخاصة إلى ضرورة تبني خطط تدريب وتثقيف رقمية موحدة تستهدف مختلف المؤسسات التعليمية؛ نظراً لتشابه مستوى التأثير لدى طلابها.

وبالتالي تم قبول الفرض الفرعي الثاني جزئياً، حيث ثبتت فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى التأثيرات السلوكية للتزييف العميق وكل من متغيري "النوع" و"المستوى الاقتصادي الاجتماعي"، بينما لم تثبت فروق دالة بالنسبة لمتغير "نوع الجامعة".

6- الفرض الرئيس السادس: تتأثر العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات السلوكية والثقافية للتزييف العميق بالمتغيرات (دوافع التعرض- مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى المرئي المزيّف- مستوى الثقة في مصداقية المحتوى المرئي المدعوم بتقنية Ai- المتغيرات الديموجرافية).  
يتفرع من الفرض الرئيس الخامس فرضان فرعيان، هما:

أ) الفرض الفرعي الأول من الفرض الرئيس السادس: تتأثر العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات السلوكية للتزييف العميق بالمتغيرات (دوافع التعرض- مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى المرئي المزيّف- مستوى الثقة في مصداقية المحتوى المرئي المدعوم بتقنية Ai- المتغيرات الديموجرافية).

#### جدول (29)

تتأثر العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات السلوكية للتزييف العميق بالمتغيرات (دوافع التعرض- مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى المرئي المزيّف- مستوى الثقة في مصداقية المحتوى المرئي المدعوم بتقنية Ai- المتغيرات الديموجرافية)

| الدلالة | مستوى المعنوية | معامل ارتباط بيرسون | الكثافة السلوكية                                     |
|---------|----------------|---------------------|------------------------------------------------------|
| غير دال | 0.209          | 0.063               | بعد عزل المتغير الوسيط (الدوافع)                     |
| غير دال | 0.317          | 0.050               | بعد عزل المتغير الوسيط (التفاعل)                     |
| غير دال | 0.259          | 0.057               | بعد عزل المتغير الوسيط (الثقة)                       |
| غير دال | 0.600          | 0.026               | بعد عزل المتغير الوسيط (النوع)                       |
| غير دال | 0.298          | 0.052               | بعد عزل المتغير الوسيط (ملكية الجامعة)               |
| غير دال | 0.355          | 0.046               | بعد عزل المتغير الوسيط (المستوى الاقتصادي الاجتماعي) |

تشير نتائج جدول (29) إلى أن العلاقة الإيجابية الظاهرة سابقاً بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق تتأثر بشكل ملحوظ بوجود مجموعة من المتغيرات الوسيطة والمعدلة، فعند عزل تأثير كل من هذه المتغيرات- (دوافع التعرض، التفاعل مع المحتوى المزيف، الثقة في مصداقية المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي، والمتغيرات الديموجرافية (النوع، نوع الجامعة، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي)- أصبحت العلاقة بين كثافة الاستخدام والتأثيرات غير دالة إحصائياً في جميع الحالات، وهو ما يدل على أن العلاقة الأولية ليست مباشرة، وإنما متأثرة بمجموعة من المتغيرات الوسيطة التي تُعزز أو تضعف هذا التأثير، وتكمن هذه المتغيرات في:

- أولاً: دوافع التعرض كمتغير وسيط: عند عزل تأثير دوافع الاستخدام (الطوقسية والنفعية)، تلاشت دلالة العلاقة بين كثافة الاستخدام والتأثيرات السلوكية والثقافية؛ مما يشير إلى أن الدوافع تُعد مُحركاً أساسياً لتفسير كيف ولماذا تؤثر كثافة الاستخدام في التفاعل مع المحتوى المزيف، بمعنى آخر، لا تكفي كثافة الاستخدام وحدها، بل يجب فهم السياق النفسي والدفاعي للمستخدم (مثل البحث عن الترفيه أو المعرفة) لفهم مدى تأثره بالتزييف العميق.
- ثانياً: التفاعل مع المحتوى المزيف: كذلك، بعد عزل متغير مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى المرئي المزيف، أصبحت العلاقة غير دالة؛ مما يوضح أن التأثير السلوكي والثقافي مرتبط أكثر بمدى الانخراط والتفاعل مع المحتوى وليس بمجرد التعرض له أو استهلاكه بكثرة، أي أن التفاعل يمثل بوابة التأثير؛ مما يعزز من أهمية التفاعل النشط كمحرك للتأثر بالتزييف العميق.
- ثالثاً: الثقة في مصداقية المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي: مع إزالة هذا المتغير تم إبطال العلاقة؛ مما يعني أن درجة الثقة تؤدي دوراً كبيراً في تفسير التأثيرات؛ فالشباب الذين يثقون في مصداقية هذا النوع من المحتوى يكونون أكثر عرضة للتأثر به، ما يبرز أهمية تعزيز التفكير النقدي والوعي الرقمي لمواجهة هذه التأثيرات.

- رابعاً: المتغيرات الديموغرافية: وبالنسبة لمتغيرات النوع، نوع الجامعة، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، فقد أظهرت جميعها نتائج غير دالة بعد العزل؛ مما يدل على أن العوامل الاجتماعية والشخصية تسهم في تكوين العلاقة بين كثافة الاستخدام والتأثير، لكنها ليست كافية بمفردها لتفسير التأثير، بل تتداخل مع العوامل المعرفية والسلوكية (مثل الدوافع والتفاعل والثقة).

- تشير هذه النتائج إلى أن العلاقة بين كثافة الاستخدام والتأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق ليست علاقة مباشرة، وإنما مشروطة ومركبة، تتوسطها عوامل مثل دوافع الاستخدام، مدى التفاعل، مستوى الثقة، والسمات الديموغرافية، وهذا يؤكد أهمية تبني منظور تفسيري متعدد الأبعاد عند دراسة تأثيرات التزييف العميق، حيث لا يمكن الاعتماد فقط على حجم الاستخدام، بل يجب الأخذ في الاعتبار السياقات النفسية والاجتماعية والمعرفية التي تحيط بتجربة المستخدم مع المحتوى المزيف.

بناء على ما سبق لم يتم قبول الفرض الفرعي الأول؛ حيث أظهرت نتائج التحليل أن معامل الارتباط بعد عزل المتغيرات أن العلاقة بين كثافة الاستخدام والتأثيرات السلوكية أصبحت غير دالة إحصائياً في جميع الحالات؛ مما يشير إلى أن العلاقة ليست مباشرة ولا تحتفظ بدلالاتها عند تحييد المتغيرات.

ب) الفرض الفرعي الثاني من الفرض الرئيس السادس: تتأثر العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الثقافية للتزييف العميق بالمتغيرات (دوافع التعرض- مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى المرئي المزيف- مستوى الثقة في مصداقية المحتوى المرئي المدعوم بتقنية Ai - المتغيرات الديموغرافية)

جدول (30)

تتأثر العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الثقافية للتزييف العميق بالمتغيرات (دوافع التعرض- مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى المرئي المزيف- مستوى الثقة في مصداقية المحتوى المرئي المدعوم بتقنية Ai- المتغيرات الديموغرافية)

| الثقافية                                             | الكثافة | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|------------------------------------------------------|---------|---------------------|----------------|---------|
| بعد عزل المتغير الوسيط (الدوافع)                     | 0.160   | 0.001               | دال            |         |
| بعد عزل المتغير الوسيط (التفاعل)                     | 0.158   | 0.002               | دال            |         |
| بعد عزل المتغير الوسيط (الثقة)                       | 0.162   | 0.001               | دال            |         |
| بعد عزل المتغير الوسيط (النوع)                       | 0.112   | 0.026               | دال            |         |
| بعد عزل المتغير الوسيط (ملكية الجامعة)               | 0.159   | 0.001               | دال            |         |
| بعد عزل المتغير الوسيط (المستوى الاقتصادي الاجتماعي) | 0.171   | 0.001               | دال            |         |

تشير نتائج جدول (30) إلى أن العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الثقافية للتزييف العميق هي علاقة إيجابية دالة إحصائياً، حتى بعد عزل عدد من المتغيرات الوسيطة والديموغرافية، فرغم انخفاض معاملات الارتباط بعد العزل، إلا أن العلاقة ظلت قائمة؛ ما يدل على أن كثافة الاستخدام بحد ذاتها تمثل عاملاً مؤثراً ومستقلاً في تعزيز التأثيرات الثقافية الناتجة عن التزييف العميق.

- فعند عزل متغير دوافع التعرض، تبين أن العلاقة ما زالت دالة؛ مما يعني أن استخدام مواقع التواصل بدافع التسلية أو البحث عن المعلومات يعزز العلاقة، لكن حتى عند تحييد هذه الدوافع، يستمر التأثير الثقافي؛ مما يعكس طابعاً بنيوياً لتأثير المحتوى المزيف على الثقافة، كذلك فإن مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى المرئي المزيف يساهم بدوره في تقوية العلاقة، حيث أظهرت البيانات استمرار دلالة العلاقة حتى بعد العزل، بما يشير إلى أن مجرد التفاعل مع هذا النوع من المحتوى يعمق أثره الثقافي، لكنه لا يمثل الشرط الوحيد لحدوثه.

- أما الثقة في مصداقية المحتوى المرئي المدعوم بتقنية الذكاء الاصطناعي، فقد تبين أنها تُعزز بدورها من التأثيرات الثقافية، فالمستخدم الذي يثق في مصداقية المحتوى يكون أكثر عرضة لتبني الأفكار والثقافات المضمنة فيه. ومع ذلك، تبقى العلاقة قائمة حتى عند انخفاض مستوى الثقة؛ مما يدل على أن التكرار والانتشار

الواسع لهذا النوع من المحتوى قد يؤدي إلى تسرب التأثيرات الثقافية بصرف النظر عن ثقة المستخدم به.

- فيما يتعلق بالمتغيرات الديموجرافية، أظهرت النتائج أن عزل كل من (النوع وملكية الجامعة والمستوى الاقتصادي الاجتماعي) لم يبلغ العلاقة بين كثافة الاستخدام والتأثيرات الثقافية، وإن قلل من قوتها، فاختلافات النوع الاجتماعي وسياقات التعليم والوضع الاقتصادي تسهم بدرجات متفاوتة في تشكيل حساسية المبحوثين تجاه التزييف الثقافي، لكنها لا تنفي التأثير المتولد عن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل.

بصورة شاملة، تعكس هذه النتائج أن كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تظل عاملاً حاسماً في تشكيل التأثيرات الثقافية المرتبطة بالتزييف العميق، حتى عند تحييد المؤثرات الأخرى. وهذا يدل على أن هذه العلاقة ليست عرضية أو مرتبطة فقط بظروف المستخدم، بل تتصل بطبيعة المنصات ذاتها، وما تحمله من محتوى مزيف قادر على إعادة تشكيل القيم والمعاني الثقافية لدى المستخدمين.

بناء على ما سبق تم قبول الفرض الفرعي الثاني حيث ظلت العلاقة بين كثافة الاستخدام والتأثيرات الثقافية دالة إحصائياً بعد عزل المتغيرات الوسيطة والمعدلة؛ مما يدل على أن تأثير كثافة الاستخدام على التأثيرات الثقافية قائم ومستقل نسبياً عن تلك المتغيرات.

7- الفرض الرئيس السابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى إدراك المستخدمين لتهديدات ومخاطر التزييف العميق بمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق.

جدول (31)

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مدى إدراك المستخدمين لتهديدات ومخاطر التزييف العميق بمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق

| التأثيرات          | الادراك | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|--------------------|---------|---------------------|----------------|---------|
| التأثيرات الثقافية | 0.072   | 0.151               | غير دال        |         |
| التأثيرات السلوكية | 0.171** | 0.000               | دال            |         |

تشير نتائج جدول (31) إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى إدراك المستخدمين لتهديدات ومخاطر التزييف العميق على مواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات السلوكية لهذا التزييف، في حين لم تظهر علاقة دالة مع التأثيرات الثقافية.

- فقد أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة بين إدراك المستخدمين لمخاطر التزييف العميق وبين التأثيرات السلوكية، حيث بلغ معامل الارتباط ( $0.171^{**}$ ) عند مستوى دلالة (0.000)، وهذا يشير إلى أنه كلما زاد وعي المستخدمين بتهديدات التزييف العميق، كلما ارتفعت لديهم بعض الاستجابات أو السلوكيات المرتبطة به، سواء كانت على شكل حذر أكبر في التعامل مع المحتوى، أو اتخاذ إجراءات وقائية مثل التحقق من صحة المعلومات، أو حتى الانخراط في أنشطة توعوية، وهذه النتيجة توضح أن الإدراك المعرفي للخطر يمكن أن ينعكس في صورة ممارسات، أو ردود أفعال عملية على مستوى السلوك.
  - أما بالنسبة للتأثيرات الثقافية، فقد أظهرت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.072) عند مستوى دلالة (0.151)؛ مما يعني أن إدراك المستخدمين لخطورة التزييف العميق لا يرتبط بشكل واضح أو مباشر بتحويلات ثقافية ملموسة في تصوراتهم، أو قيمهم، أو أنماط تفكيرهم، ويحتمل أن تكون التغيرات الثقافية أكثر بطئاً وتراكماً، أو أنها تتطلب تفاعلاً أعمق وأطول مع المحتوى المزيف حتى تظهر بشكل قابل للقياس، بخلاف السلوكيات التي قد تتأثر فوراً.
  - بوجه عام، تعكس هذه النتائج أن الإدراك المعرفي لتهديدات التزييف العميق يسهم في تحفيز المستخدمين على تبني استجابات سلوكية ملموسة، إلا أنه لا يؤدي بالضرورة إلى تغيرات ثقافية؛ مما يشير إلى أهمية تعزيز برامج التوعية التي لا تكتفي بنقل المعرفة، بل تسعى إلى إحداث أثر ثقافي أعمق ومستدام في فهم الجمهور للتكنولوجيا ومخاطرها.
- بناءً على ما سبق تم قبول الفرض السابع جزئياً، حيث توجد علاقة دالة إحصائية بين مدى إدراك المستخدمين لتهديدات ومخاطر التزييف العميق بمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلوكية، بينما لم تظهر علاقة دالة مع التأثيرات الثقافية.

## خاتمة الدراسة ومناقشة النتائج:

1. أوضحت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعد المصدر الرئيس لمعرفة المبحوثين بتقنية التزييف العميق، حيث استند إليها أكثر من نصف العينة؛ مما يعكس الدور الحيوي لهذه المنصات في نشر الوعي، أو التعريف بالتقنية بين الجمهور، وأن منصات فيسبوك وتيك توك هي الأكثر تداولاً لمحتوى تقنية التزييف العميق بين المبحوثين، تؤكد هذه النتائج على أن الوعي والتداول حول تقنية التزييف العميق مرتبطٌ بشكل قوي بمنصات التواصل الاجتماعي التي تعتمد على المحتوى المرئي والتفاعلي.

2. عكست النتائج مستوى إدراك متوسط إلى منخفض لخطورة تقنية التزييف العميق لدى غالبية المبحوثين؛ مما يستدعي زيادة حملات التوعية والتثقيف الرقمي، خاصة في المؤسسات الحكومية التي أظهرت معدلات أعلى في المعرفة السطحية وأقل في الإدراك الكامل مقارنة بالخاص.

3. تفاوتت ثقة الشباب في قدرتهم على كشف التزييف العميق في المحتوى المرئي على منصات التواصل الاجتماعي بشكل ملحوظ، حيث أفاد أكثر من نصف العينة بأنهم يثقون "إلى حد ما" في قدرتهم على اكتشاف المحتوى المزيف؛ مما يعكس حالة من الوعي الجزئي أو المحدود لدى قطاع واسع من الشباب تجاه تهديدات التزييف العميق، وهو ما قد يرتبط بطبيعة استخدامهم الكثيف لمنصات التواصل واعتيادهم على استهلاك المحتوى السريع دون تحقق دقيق.

4. أشارت النتائج أن المبحوثين يمتلكون وعياً متبايناً تجاه التأثيرات الثقافية واللغوية الناتجة عن استخدام تقنية التزييف العميق في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت تقييماتهم موزعة بين إدراكهم للفوائد المحتملة لهذه التقنية في بعض السياقات، ومخاوفهم الجدية من آثارها السلبية على اللغة، والثقافة، والقيم المجتمعية، فقد عبر عدد ملحوظ من الشباب عن قناعتهم بأن التزييف العميق يمكن أن يؤدي إلى نتائج إيجابية في بعض الجوانب؛ إذ أبدى أكثر من نصف العينة بقليل موافقتهم على العبارة: "يقلل التزييف العميق من استخدامي لغة سطحية

وغير دقيقة في وسائل التواصل الاجتماعي"، وهو ما يشير إلى أن بعض الشباب يرون أن الاحتكاك بالمحتوى المصنوع بدقة واحترافية عبر الذكاء الاصطناعي قد يرفع من وعيهم اللغوي ويحسن جودة تعبيرهم على المنصات الرقمية، في المقابل، بينت النتائج أن القلق من التأثيرات السلبية يفوق بوضوح إدراك الفوائد المحتملة، حيث اتضح أن هناك وعياً كبيراً لدى الشباب بمخاطر التزييف العميق على القيم والهوية الثقافية.

5. أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاستخدام (سواء الطقوسية أو النفعية) وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق، فيما عدا التأثيرات السلوكية السلبية؛ وذلك بما يعكس أهمية فهم دوافع المبحوثين عند التعامل مع هذا النوع من المحتوى الرقمي المتطور.

6. أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائية بين مستوى ثقة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في قدرتهم على كشف التزييف العميق وبين بعض التأثيرات الثقافية والسلوكية لهذا التزييف، فيما عدا التأثيرات السلوكية الإيجابية؛ بما يعكس دور الثقة الذاتية في تشكيل التفاعل مع المحتوى الرقمي المزيف ومدى تأثيره.

7. أثبتت الدراسة وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق؛ مما يعكس أن ارتفاع مستوى التفاعل والاستخدام المكثف لتلك المنصات يترتب عليه ازدياد في حجم التأثيرات المتحققة، سواء كانت إيجابية أو سلبية.

**التوصيات وما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية:**  
**أولاً: التوصيات:**

- ضرورة تفعيل برامج ومبادرات لتعليم الشباب كيفية التحقق من صحة المحتوى الرقمي، خاصة في ظل الانتشار الواسع لمقاطع الفيديو المزيفة (الديب فيك)، ويمكن تحقيق ذلك من خلال دمج التربية الإعلامية في المقررات الدراسية بالمدارس والجامعات، وتنظيم ورش عمل تفاعلية في مراكز الشباب.

- قيام المؤسسات التعليمية والثقافية بدور محوري في توعية الطلاب بخطورة التلاعب الرقمي؛ من خلال إنتاج محتوى تثقيفي مبسط يشرح آليات عمل تقنية الـديب فيك، وتأثيراتها على الثقافة والسلوك المجتمعي، وأن تقوم وسائل الإعلام التقليدية والرقمية بإنتاج برامج ومساحات حوارية موجهة للشباب، تشرح فيها بوضوح ماهية تقنية "الديب فيك"، وأهم المخاطر المترتبة عليها، وتعرض نماذج واقعية لها.
- دعم جهود تطوير البرمجيات والخوارزميات القادرة على كشف المحتوى المزيف، مع إتاحة هذه الأدوات بشكل مجاني وسهل الاستخدام للجمهور، بما يمكن المستخدم العادي من التعامل بوعي مع ما يعرض عليه.
- أهمية تنمية الرقابة الذاتية لدى المستخدمين، وعدم التسرع في إعادة نشر أو مشاركة أي محتوى مثير أو صادم دون التحقق من مصداقيته، وأهمية غرس قيم التفكير النقدي والتحليل في التعامل مع الوسائط الرقمية.
- ضرورة سن قوانين وتشريعات واضحة تُجرّم الاستخدام غير المشروع لتقنيات التزييف العميق، مع ضمان وجود آليات فعالة لتطبيق هذه القوانين بالتعاون بين الحكومات وشركات التكنولوجيا الكبرى، على أن يتم تعزيز التعاون بين الحكومات، ومؤسسات المجتمع المدني، وشركات التكنولوجيا، لوضع استراتيجيات وطنية لمكافحة التضليل الرقمي، مع التركيز على الفئات الأكثر عرضة للتأثر.

#### ثانياً: ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية:

- ضرورة دراسة العلاقة بين التعرض المتكرر لمحتوى التزييف العميق وبين تغير القيم الثقافية لدى الشباب، وهل يؤثر تكرار مشاهدة فيديوهات مزيفة على تقبل الشباب لمفاهيم جديدة قد تتعارض مع ثقافتهم الأصلية؟
- تحليل دور الوعي الإعلامي والتمييز المعرفي في تقليل تأثيرات محتوى التزييف العميق، هل يساعد التعليم الإعلامي في رفع قدرة الشباب على التفرقة بين الحقيقي والمزيف؟ خاصة أن هناك دراسات أجنبية استخدمت المنهج التجريبي وشبه التجريبي قامت

بمناقشة هذا الجانب، ووجدت أن الوعي الإعلامي بالفعل له دور بالغ في زيادة مهارات الشباب في مواجهة التزييف العميق.

- ترى الباحثة ضرورة دراسة التزييف العميق من زاوية مختلفة وهي تأثير التزييف العميق على المصادقية المجتمعية للرموز الثقافية والدينية والسياسية، وكيف يؤثر استخدام "الديب فيك" في تشويه صورة الشخصيات المؤثرة؟

- إجراء دراسة مقارنة بين إدراك الجمهور بشكل عام في الحضر والريف للتأثيرات الثقافية للتزييف العميق، هل تختلف أنماط التأثير بحسب المكان والسياق الاجتماعي والثقافي؟

- دراسة تأثير التزييف العميق على سلوكيات الشباب الرقمية: المشاركة، الإعجاب، إعادة النشر، وهل يتفاعل الشباب مع المحتوى المزيف بنفس طريقة تفاعلهم مع المحتوى الحقيقي، أي التركيز على طرق التفاعل وعلاقتها بمستواهم المعرفي.

- دراسة دور المنصات الاجتماعية في مواجهة التزييف العميق: هل هي طرف محايد أم محفز؟ دراسة تحليلية لسياسات المنصات الكبرى مثل TikTok و Instagram تجاه المحتوى المزيف.

- تحليل خطاب الكراهية والإشاعات الناتجة عن التزييف العميق وتأثيرها على تماسك الشباب الثقافي، إلى أي مدى يسهم "الديب فيك" في زرع الانقسام الثقافي بين فئات الشباب المختلفة؟

#### مراجع الدراسة:

<sup>1)</sup> Eriksson, H. & Da Silva, " Social Media Rituals and Youth Behavior: A Cross-Cultural Comparison ",IN :**New Media & Society**, VOL:27,NO:(2),2025,PP 204–226.

<sup>2)</sup> Lopez, A., & Chen, M, "Social Media Use and Cultural Identity Among Young Adults in Multicultural Societies",IN: **Journal of Youth Studies**,VOL: 27,NO(1),2024,PP 45–62.

<sup>3)</sup> Kalyani Akula. M. A, " A Qualitative Study of Excessive Social Media Usage and its Impact on Relationships among Different Cultures", **published Phd**, California School of Professional Psychology, Alliant International University San Francisco,2024.

<sup>4)</sup> Singh, R. & Patel, " The Impact of Social Media on Behavior and Lifestyle Changes Among University Students ",IN: **Journal of Behavioral Health**,VOL: 12,NO:(3), 2024,PP88–101.

<sup>5)</sup> Yaoqin Chen &Others," A Tale of Two Cities: How Can We Use Social Media to Engage Young People with an Environmentally Friendly Lifestyle in Hong Kong and Guam?",IN: **Sustainability; Basel** ,Vol: 16, No: 16, 2024.**available**

**at:**<https://www.proquest.com/docview/3098215108/fulltextPDF/A18C413230514913PQ/4?accountid=178282&sourcetype=Scholarly%20Journals>.

<sup>6)</sup> إلهام يونس أحمد، "التأثير الثقافي للمحتوى الإعلامي الرقمي: أساليب التواصل الافتراضي بين الشباب نموذجًا"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد، 82، 2023، ص- ص 29-77.

<sup>7)</sup> نوزات أبو العسل، "تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على اللغة العربية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد، 22، 2023، ص ص 431-456.

<sup>8)</sup> فوزية عبدالله آل علي، "استخدام اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الإماراتي"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 22، 2023، ص- ص 13-43.

<sup>9)</sup> Clara Marinho," **The Use of Social Media in Intercultural Contexts: The Case of ISCAP Mobility Students**", Instituto Politecnico do Porto (Portugal) ProQuest Dissertations,2023.**available** **At:**

<https://www.proquest.com/docview/3086172015/fulltextPDF/EA216A112D8B47FBPQ/4?accountid=178282&sourcetype=Dissertations%20&%20Theses>.

<sup>10)</sup> Nitza Davidovitch, Roman Yavich," The Association Between Social Media Use, Cyberbullying, And Gender",IN: **Problems of Education in the 21st Century**, Vol: 81,No: 6, 2023.

<sup>11)</sup> Emily Weinstein & others," Analysis of Social Media Use, Mental Health, and Gender Identity Among US Youths",IN: **Jama Network Open; Chicago**, Vol: 6, No: 7,2023.

<sup>12)</sup> Balaban, D. C& Others, " **How do social media influencers change adolescents' behavior? An evidence from Middle East Countries** ",Available at **At:**[https://www.researchgate.net/publication/370404348\\_How\\_do\\_social\\_media\\_influencers\\_change\\_adolescents'\\_behavior\\_An\\_evidence\\_from\\_Middle\\_East\\_Countries](https://www.researchgate.net/publication/370404348_How_do_social_media_influencers_change_adolescents'_behavior_An_evidence_from_Middle_East_Countries)

<sup>13)</sup> Elmira Djafarova & Chloe Rushworth, " Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing purchase decisions of young female users", IN:**Computers in Human Behavior**,VOL:68,2023,**Avialabe at:** [https://www.researchgate.net/publication/310603662\\_Exploring\\_the\\_credibility\\_of\\_online\\_celebrities'\\_Instagram\\_profiles\\_in\\_influencing\\_the\\_purchase\\_decisions\\_of\\_young\\_female\\_users](https://www.researchgate.net/publication/310603662_Exploring_the_credibility_of_online_celebrities'_Instagram_profiles_in_influencing_the_purchase_decisions_of_young_female_users).

<sup>14)</sup> Gloria Cheung &Others," The SHIELD Project: Designing an Intervention for Social Media With Young People",IN: **BJPsych Open; London**, Vol: 8, No: 1, 2022.**available** **at:**

<https://www.proquest.com/docview/2678243775/abstract/EE01795DAF0C4BC8PQ/2?accountid=178282&sourcetype=Scholarly%20Journals#center>.

<sup>15)</sup> Al-Menayes, J. J. , " Social media use and its impact on the cultural identity of youth in Gulf countries",IN: **Journal of Arab & Muslim Media Research**,VOL: 15,NO:(2),2022,PP 134-151.

<sup>16)</sup> Keles, B,&Others" A systematic review: The influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents and young adults",IN: **International Journal of Adolescence and Youth**,VOL: 27,NO:(1),2022,PP 62-83.

<sup>17)</sup> هبة عز الدين إبراهيم، "استخدام العريبي في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بأشكال الكتابة، والهوية الثقافية"، **مجلة كلية التربية، جامعة الإسكندرية**، العدد 29، 2019، ص- ص 21-73.

<sup>18)</sup> عبد الحفيظ عبد الجواد، "استخدام رواد مواقع التواصل الاجتماعي للتثنية والازدواجية اللغوية والحرف اللاتيني وأثاره على اللغة العربية: دراسة تحليلية لعينة من منشورات موقعي تويتر وفيسبوك وتعليقات القراء عليها"، **مجلة البحوث الإعلامية، الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد 51، ج2، يناير 2019، ص- ص 533-580**.

<sup>19)</sup> Bukhari, A. S. , "Impact of Deepfake Technology on Political Behavior of Youth."

IN: **Policy Research Journal**, VOL:3, No:(1), 2025, pp 70–76.

<sup>20)</sup> Parveen Kaur& Others," The Perception of Deepfake Technology Among University Students in Malaysia"IN: **International Journal of Membrane Science and Technology**,VOL:10,NO:2,2025.

<sup>21)</sup> Yucong Lao&OtherS," Everyday encounters with deepfakes: Young people's media and information literacy practices with AI-generated media",IN: **Journal of Documentation** .,VOL:81,NO:7,2024.

<sup>22)</sup> Mina Momeni,"Artificial Intelligence and Political Deepfakes: Shaping Citizen Perceptions Through Misinformation,IN: **Journal of Creative Communications**,vol:20,NO:1,2024,Available at at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/09732586241277335>.

<sup>23)</sup> Rebecca Umbach& Others," Non-Consensual Synthetic Intimate Imagery: Prevalence, Attitudes, and Knowledge in 10 Countries, , 2024 ,Available at: [https://www.researchgate.net/publication/380522581\\_NonConsensual\\_Synthetic\\_Intimate\\_Imagery\\_Prevalence\\_Attitudes\\_and\\_Knowledge\\_in\\_10\\_Countries](https://www.researchgate.net/publication/380522581_NonConsensual_Synthetic_Intimate_Imagery_Prevalence_Attitudes_and_Knowledge_in_10_Countries).

<sup>24)</sup> Prakash L. Kharvi" Understanding the Impact of AI-Generated Deepfakes on Public Opinion, Political Discourse, and Personal Security in Social Media",IN **IEEE Security and Privacy Magazine**,VOL:22,NO:4,2024.Availabe At: [10.1109/MSEC.2024.3405963](https://doi.org/10.1109/MSEC.2024.3405963).

<sup>25)</sup> Paulo Novais& Others , " Emotional and Mental Nuances and Technological Approaches:Optimising Fact-Check Dissemination through Cognitive Reinforcement Technique ",IN: **Electronics; Basel**, Vol: 13, No: 1, 2024,p 240.

<sup>26)</sup> Andrea Tomassi," Mapping automatic social media information disorder. The role of bots and AI in spreading misleading information in society",IN: **PLoS One; San Francisco**, Vol: 19,No: 5, May 2024.

27) Saifuddin Ahmed & Hui Wen Chua, "Perception and deception: Exploring individual responses to deepfakes across different modalities", IN: **Heliyon**, VOL: 9, NO: (10), 2023.

28) Zhuoyue Zhang & Others, "Assessing the perceived credibility of deepfakes: The impact of system-generated cues and video characteristics", IN: **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, Vol: 27, NO: 3, 2023, Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14614448231199664>.

29) Sarah Shawky El Mokadem, "The Effect of Media Literacy on Misinformation and Deep Fake Video Detection", IN: **Arab Media & Society**, 2023. Available At: <https://www.arabmediasociety.com/the-effect-of-media-literacy-on-misinformation-and-deep-fake-video-detection/>.

30) Nadia Naffi & Others, "Empowering Youth to Combat Malicious Deepfakes and Disinformation: An Experiential and Reflective Learning Experience Informed by Personal Construct Theory", IN: **Journal of Constructivist Psychology**, Vol: 38, NO: 1, 2023, Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10720537.2023.2294314#abstract>.

31) Eisebeck, A. & Others, "Deepfake smiles matter less—the psychological and neural impact of presumed AI-generated faces", IN: **Scientific Reports**, 13, 16111, available at: <https://doi.org/10.1038/s41598-023-43341-4>.

32) Kristiyan Delchev & OTHERS, "Identification of A.I. Generated Deep Fake Video by Higher Education Student", 2023. Available At: [https://www.researchgate.net/publication/375558746\\_Identification\\_of\\_AI\\_Generated\\_Deep\\_Fake\\_Video\\_by\\_Higher\\_Education\\_Students](https://www.researchgate.net/publication/375558746_Identification_of_AI_Generated_Deep_Fake_Video_by_Higher_Education_Students).

33) إسراء حسني جابر، "أثر توظيف تقنية التزييف العميق "Deep Fake" في الفيديوهات المفبركة على إدراك الشباب للقضايا السياسية"، **المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**، جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، المجلد 14، 2023، ص- ص 323-379.

34) Samuel Derous, "designing a gamified application to enhance deepfake awareness by adolescents on tiktok", **MSC**, faculty of management, science and technology, open university, 2023.

35) Sally Samy Tayie, "News literacy and online news between Egyptian and Spanish youth: Fake news, hate speech and media", IN: **Media Education Research Journal**, Vol: 31, No: 74, 2023, available At: <https://www.proquest.com/docview/2760068493/abstract/CBDFD61ED8384B5FPQ/14?accountid=178282&sourcetype=Scholarly%20Journals>.

36) Purwadi, Ari & Others, "Legal Landscape on National Cybersecurity Capacity in Combating Cyberterrorism Using Deep Fake Technology in Indonesia", IN: **International Journal of Cyber Criminology; Thirunelveli**, Vol: 16, NO: 1, Jan-Jun, 2022.

37) ولاء محمد، ياسر محمد، "إدراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لتهديدات التزييف العميق "Deep Fake" وعلاقته باستخدامهم للأمن لتلك المواقع"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد 2022، العدد 24، الجزء الثالث، 2022، ص- ص 383-425.

38) Jeffrey T. Hancock & Jeremy N. Bailenson, "The Social Impact of Deepfakes", IN: **Behavior, And Social Networking**, Vol: 24, NO: (3), 2021.

- <sup>39</sup>) Seda Gökçe Turan " Deepfake and Digital Citizenship: A Long-Term Protection Method for Children and Youth ",2021.**Available At:**[https://www.researchgate.net/publication/353476410\\_Deepfake\\_and\\_Digital\\_Citizenship\\_A\\_Long-Term\\_Protection\\_Method\\_for\\_Children\\_and\\_Youth](https://www.researchgate.net/publication/353476410_Deepfake_and_Digital_Citizenship_A_Long-Term_Protection_Method_for_Children_and_Youth).
- <sup>40</sup>) Cristian Vaccari & Andrew Chadwick," Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News",**IN: Social Media & Society**,2020.**Available At:** <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305120903408>.
- <sup>41</sup>) Chesney, R., & Citron, D. K," Deepfakes and Misinformation: Understanding the Impact on Youth Political Attitudes",**IN: Journal of Cyber Policy**,vol: 4,NO:(3),2019,pp 377–393.
- <sup>42</sup>) Kim, Jungee& Rubin, M.Alan, "The Variable Influence Of Audience Activity On Effect",**IN:Communication Research Sage Journals**, Vol :24, No:2, 1997, PP: 107-135
- <sup>43</sup>) Blumler, J.G. and Katz, E. , "The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research",**IN: Sage Annual Reviews of Communication Research**, Vol:3,1974.
- <sup>44</sup>) Swanson, D. L, "The uses and misuses of uses and gratifications",**IN: Human Communication Research**,VOL: 3,NO:3,1977,PP 214–221.
- <sup>45</sup>) Rouner, Danna "Active Television Viewing and The cultivation Hypothesis",**IN: Journalism Quarterly**,VOL:61, No:1, 1984.pp.168-174
- <sup>46</sup>) Ball-Rokeach .S.J. & DeFleur .M.L., " A Dependency Model of Mass-Media Effects", **IN:Communication Research**, VOL:3,NO:(1),1976,PP 3–21.
- <sup>47</sup>) Livingstone, Sonia , "**Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation**",**IN: International Series in Social Psychology**, 2nd Edition, Routledge, United Kingdom, England,1998.
- <sup>48</sup>)Rubin, A. M. (1984)," Ritualized and instrumental television viewing",**IN: Journal of Communication**, vol:34,NO:(3),1984,PP 67–77.
- <sup>49</sup>) سامي طابع، "بحوث الإعلام، ط"، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001م). ص125.
- <sup>50</sup>) S. Shyam Sundar& Anthony M. Limpero, "Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media",**IN: Journal of Broadcasting & Electronic Media**,VOI:57,NO:(4), 2013,PP,504–525.
- <sup>51</sup>) Jungkee Kim & Alan M. Rubin,"The variable influence of audience activity on media effects",**IN: Communication Research**, Vol :24, No: 2, April 1997, p.p. 107-129
- <sup>52</sup>) Dilrukshi Gamage & others, "Are Deepfakes Concerning? Analyzing Conversations of Deepfakes on Reddit and Exploring Societal Implications", **Proceedings of the 2022 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems**, New Orleans, LA, USA, April 29–May 5, 2022, **available At:** [https://www.researchgate.net/publication/359574892\\_Are\\_Deepfakes\\_Concerning\\_Analyzing\\_Conversations\\_of\\_Deepfakes\\_on\\_Reddit\\_and\\_Exploring\\_Societal\\_Implications](https://www.researchgate.net/publication/359574892_Are_Deepfakes_Concerning_Analyzing_Conversations_of_Deepfakes_on_Reddit_and_Exploring_Societal_Implications)

<sup>53)</sup> Nicole M. Cavuoto, The Era of Disinformation: Deep Fakes, IN :**Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Science in Cybersecurity**, Faculty of Utica College, 2019.

<sup>54)</sup> Kent J. Schiff, David S. Schiff & Norma S. Bueno , "The Liar's Dividend: Can Politicians Claim Misinformation to Evade Accountability?" IN: **American Political Science Review**, Cambridge University Press, vol: 119, NO: (1), 2024, pp. 312–327.

<sup>55)</sup> Samer H. Al-Khazraji & Others, "Impact of Deepfake Technology on Social Media: Detection, Misinformation and Societal Implications," Eurasia Proceedings of Science, Technology, Engineering & Mathematics, Vol: 23, 2023, pp: 429–441. **Available At:** [https://www.researchgate.net/publication/374761496\\_Impact\\_of\\_Deepfake\\_Technology\\_on\\_Social\\_Media\\_Detection\\_Misinformation\\_and\\_Societal\\_Implications](https://www.researchgate.net/publication/374761496_Impact_of_Deepfake_Technology_on_Social_Media_Detection_Misinformation_and_Societal_Implications).

<sup>56)</sup> Danielle K. Citron & Robert Chesney, "Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security", University of California Berkeley School of Law, 2019. **Available At:** [https://scholarship.law.bu.edu/faculty\\_scholarship/640/](https://scholarship.law.bu.edu/faculty_scholarship/640/).

<sup>57)</sup> ( فرج كامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها، (القاهرة: دار النشر للجامعات، (2001)، ص 125.

<sup>58)</sup> Pew Research Center. (2022). Social Media Use in 2022. **Available at:** <https://www.pewresearch.org/internet/2022/04/07/social-media-use-in-2022>.

- Livingstone, S., & Helsper, E, Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide, IN: **New Media & Society**, VOL :9, NO: (4), 2007, PP 671–696.

#### [54] أسماء السادة المحكمين مرتبة أجديا:

- أ. د/ سمية عرفات: أستاذ الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام كلية الآداب – جامعة بنها.
- أ. د/ عبد الهادي أحمد النجار: أستاذ الصحافة بقسم الإعلام كلية الآداب – جامعة المنصورة.
- أ. د/ محمد معوض: أستاذ الإذاعة والتلفزيون – كلية الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس.
- أ. د/ محرز غالي: أستاذ بقسم الصحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة.
- أ. د/ ممدوح مكاري: أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام – جامعة بني سويف.
- أ. د/ هيثم جودة: أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية – جامعة الزقازيق.

<sup>60)</sup> نورة عبد العاطي حسن، واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الجامعية الأولى بجامعة جنوب الوادي – قنا: دراسة ميدانية، **مجلة كلية الآداب – جامعة جنوب الوادي**، 2017، ص 194.

<sup>61)</sup> هبة عز الدين ابراهيم، **مرجع سابق**، ص 70.

<sup>62)</sup> عبد الحفيظ عبد الجواد، **مرجع سابق**، ص 533.

<sup>63)</sup> AlBloy, A. M. & Mohamed, W. M. , " Perceptions and Attitudes of Saudi Arabia University Students Towards Using WhatsApp as Students-teachers Interactive Tool", IN: **Advances in Social Sciences Research Journal** ,VOL :6 ,NO ,112 ,2019.P93.

<sup>64)</sup> Lopez, A., & Chen, M, **Op.Cit** , P 50.

<sup>65)</sup> Eriksson, H. & Da Silva, **Op.Cit**, p220.

<sup>66)</sup> ولاء محمد، ياسر محمد، **مرجع سابق**، ص 383.

<sup>67)</sup> إلهام يونس أحمد، **مرجع سابق**، ص 102

<sup>68)</sup> ولاء محمد، ياسر محمد، **مرجع سابق**، ص 383.

<sup>69</sup>) عبد الله محمد الحربي، "دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب: دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي تويتر في السعودية"، **مجلة العلوم الاجتماعية**، جامعة الملك سعود، المجلد 35، العدد2، 2020، ص 145.

<sup>70</sup>) فوزية عبدالله آل علي، مرجع سابق، ص 13.

<sup>71</sup>) Ahmed, S., & Fayoumi, A., "Public Awareness and Perception of Deepfake Videos in the Arab World: A Survey Study", **IN:Journal of Media and Communication Studies**, Vol:14,NO:(1), 2022,pp. 45–60.

<sup>72</sup>) Mina Momeni, **Op.Cit**, p16.

<sup>73</sup>) Yucong Lao & Other S, **Op.Cit**, p170.

<sup>74</sup>) Dörr, D., "Deepfakes and the Challenge of Information Trust: Legal and Ethical Perspectives on AI-Generated Media", **IN: Journal of Media Law and Ethics**, Vol: 11, No:1, 2023, pp. 22–45.

<sup>75</sup>) Andreas Rössler & Others, "FaceForensics++: Learning to Detect Manipulated Facial Images, Proceedings of the IEEE/CVF International Conference on Computer Vision (ICCV), 2020". **Available At:** [https://www.researchgate.net/publication/330672957\\_FaceForensics\\_Learning\\_to\\_Detect\\_Manipulated\\_Facial\\_Images](https://www.researchgate.net/publication/330672957_FaceForensics_Learning_to_Detect_Manipulated_Facial_Images).

<sup>76</sup>) Vaccari, C., & Chadwick, A., "Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News", **IN: Social Media & Society**, VOL: 6, NO:(1), 2020, PP 1–13.

<sup>77</sup>) Lindner, J. F., Marquart, F., & Hofer, M., "How people judge the credibility of AI-generated news: The role of source information and warning labels", **IN: Journalism & Mass Communication Quarterly**, VOL:98, NO:(3), 2021, PP 759–779.

<sup>78</sup>) Mele, N., et al., "Combating Fake News: An Agenda for Research and Action", Harvard Kennedy School – Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy, 2017, **Available At:** <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/04/Combating-Fake-News-Agenda-for-Research.pdf>

<sup>79</sup>) صفاء محمد، "التزييف العميق كأداة رقمية في الحملات الإعلامية: دراسة تحليلية في ضوء أخلاقيات الإعلام الجديد"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد65، 2021، ص 123–150.

<sup>80</sup>) سامي الربيعي، "أثر التزييف العميق على تشكيل القيم الثقافية في المجتمعات العربية"، **المجلة العربية للإعلام الرقمي**، جامعة بغداد، العدد (14)، 2021، ص 80–101.

<sup>81</sup>) Chesney, R., & Citron, D. K., "Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security", **IN: California Law Review**, VOL:107, NO(6), 2019, 1753–1820.

<sup>82</sup>) Chesney, R., & Citron, D. K., " **OP.Cit**, pp 377–393.

<sup>83</sup>) Cristian Vaccari & Andrew Chadwick, **OP.Cit**.

<sup>84</sup>) نجلاء أبو النصر، "التزييف العميق ووعي الشباب: دراسة تحليلية لتصورتهم ومستوى الوعي الإعلامي في العالم العربي"، **مجلة دراسات الإعلام والاتصال**، مجلد 13، العدد (4)، 2021، ص- ص 102–117.

<sup>85</sup>) محمد فراج، "الاستخدامات الإعلامية لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتداعياتها على وعي الشباب بالمحتوى الرقمي المزيف"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد65، مجلد (2)، 2023، ص 113.

## References

- Eriksson, H. & Da Silva, " Social Media Rituals and Youth Behavior: A Cross-Cultural Comparison ",IN :**New Media & Society**, VOL:27,NO:(2),2025,PP 204–226.
- ) Lopez, A., & Chen, M, "Social Media Use and Cultural Identity Among Young Adults in Multicultural Societies",IN: **Journal of Youth Studies**,VOL: 27,NO(1),2024,PP 45–62.
- Kalyani Akula. M. A," A Qualitative Study of Excessive Social Media Usage and its Impact on Relationships among Different Cultures", **published Phd**, California School of Professional Psychology, Alliant International University San Francisco,2024.
- Singh, R. & Patel, " The Impact of Social Media on Behavior and Lifestyle Changes Among University Students ",IN: **Journal of Behavioral Health**,VOL: 12,NO:(3), 2024,PP88–101.
- Yaoqin Chen &Others," A Tale of Two Cities: How Can We Use Social Media to Engage Young People with an Environmentally Friendly Lifestyle in Hong Kong and Guam?",IN: **Sustainability; Basel** ,Vol: 16, No: 16, 2024.**available**  
**at:**<https://www.proquest.com/docview/3098215108/fulltextPDF/A18C413230514913PQ/4?accountid=178282&sourcetype=Scholarly%20Journals>.
- Ahmed, E. (2023). "altaathir althaqafii lilmuhtawaa al'ielamii alraqami: 'asalib altawasul aliaiftiradii bayn alshabab nmwdhjan", almajalat almisriat libuhuth al'ielami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, 82(4). 29-77.
- Abu Al-Asal, N. (2023), "tathirat wasayil altwasul aliajtimaeii ealaa allughat allearabiati", almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, 22(1). 431-456.
- Ali, F. (2023), "aistikhdam allughat allearabiati fi shabakat altawasul alajtimaeii min wijhat nazar alshabab al'iimarati", almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, 22(4). s 13-43.
- Clara Marinho," **The Use of Social Media in Intercultural Contexts: The Case of ISCAP Mobility Students**", Instituto Politecnico do Porto (Portugal) ProQuest Dissertations,2023.**available** **At:** <https://www.proquest.com/docview/3086172015/fulltextPDF/EA216A112D8B47FBPQ/4?accountid=178282&sourcetype=Dissertations%20&%20Theses>.
- Nitza Davidovitch, Roman Yavich," The Association Between Social Media Use, Cyberbullying, And Gender",IN: **Problems of Education in the 21st Century**, Vol: 81,No: 6, 2023.
- Emily Weinstein & others," Analysis of Social Media Use, Mental Health, and Gender Identity Among US Youths",IN: **Jama Network Open; Chicago**, Vol: 6, No.: 7,2023.
- Balaban, D. C& Others, " **How do social media influencers change adolescents' behavior? An evidence from Middle East Countries** ",Available at **At:**[https://www.researchgate.net/publication/370404348\\_How\\_do\\_social\\_media\\_inf](https://www.researchgate.net/publication/370404348_How_do_social_media_inf)

luencers\_change\_adolescents'\_behavior\_An\_evidence\_from\_Middle\_East\_Countries

Elmira Djafarova & Chloe Rushworth, " Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing purchase decisions of young female users", IN:**Computers in Human Behavior**,VOL:68,2023,**Available at:** [https://www.researchgate.net/publication/310603662\\_Exploring\\_the\\_credibility\\_of\\_online\\_celebrities'\\_Instagram\\_profiles\\_in\\_influencing\\_the\\_purchase\\_decisions\\_of\\_young\\_female\\_users](https://www.researchgate.net/publication/310603662_Exploring_the_credibility_of_online_celebrities'_Instagram_profiles_in_influencing_the_purchase_decisions_of_young_female_users).

Gloria Cheung &Others," The SHIELD Project: Designing an Intervention for Social Media With Young People",IN: **BJPsych Open; London**, Vol: 8, No: 1, 2022.**available at:**

<https://www.proquest.com/docview/2678243775/abstract/EE01795DAF0C4BC8PQ/2?accountid=178282&sourcetype=Scholarly%20Journals#center>.

Al-Menayes, J. J. , " Social media use and its impact on the cultural identity of youth in Gulf countries",IN: **Journal of Arab & Muslim Media Research**,VOL: 15,NO:(2),2022,PP 134-151.

Keles, B,&Others" A systematic review: The influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents and young adults",IN: **International Journal of Adolescence and Youth**,VOL: 27,NO:(1),2022,PP 62-83.

- Ibrahim, H. (2019). "astikhdam alcarbizi fi mawaqie altawasl aliajtimaciyi waalaaqath bi'ashkal alktiabiti, walhuyt althiqafiy", majalat kliat altarbiati, jamieat Al'iiskndiriati, 29(2). 21-73.

-Abdul Jawad, A. (2019), "aistikhdam ruaad mawaqie altawasul aliajtimacii lilthunayiyat walaizdiwajiat allughawiat walhurf allaatinii watharih ealaa allughat alcarbati: dirasat tahliliat lieayinatan min manshurat mawaqieay tuitar wafisbuk wataeliqat alquraa' ealayha", majalat albuht al'i'ielamiati, al'i'ielami, jamieat Al'azhar, 51(3). 533-580.

)Bukhari, A. S. , "Impact of Deepfake Technology on Political Behavior of Youth."

IN:**Policy Research Journal**, VOL:3,No:(1),2025,pp 70–76.

Parveen Kaur& Others," The Perception of Deepfake Technology Among University Students in Malaysia"IN: **International Journal of Membrane Science and Technology**,VOL:10,NO:2,2025.

Yucong Lao&OtherS," Everyday encounters with deepfakes: Young people's media and information literacy practices with AI-generated media",IN:. **Journal of Documentation** .,VOL:81,NO:7,2024.

)Mina Momeni,"Artificial Intelligence and Political Deepfakes: Shaping Citizen Perceptions Through Misinformation,IN: **Journal of Creative Communications**,vol:20,NO:1,2024,**Available at** **at:** <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/09732586241277335>.

Rebecca Umbach& Others," Non-Consensual Synthetic Intimate Imagery: Prevalence, Attitudes, and Knowledge in 10 Countries, , 2024 ,**Available at:** [https://www.researchgate.net/publication/380522581\\_NonConsensual\\_Synthetic\\_Intimate\\_Imagery\\_Prevalence\\_Attitudes\\_and\\_Knowledge\\_in\\_10\\_Countries](https://www.researchgate.net/publication/380522581_NonConsensual_Synthetic_Intimate_Imagery_Prevalence_Attitudes_and_Knowledge_in_10_Countries).

Prakash L. Kharvi" Understanding the Impact of AI-Generated Deepfakes on Public Opinion, Political Discourse, and Personal Security in Social Media",IN **IEEE Security and Privacy Magazine**,VOL:22,NO:4,2024.Available At: [10.1109/MSEC.2024.3405963](https://doi.org/10.1109/MSEC.2024.3405963).

Paulo Novais& Others , " Emotional and Mental Nuances and Technological Approaches:Optimising Fact-Check Dissemination through CognitiveReinforcement Technique ",IN: **Electronics; Basel**, Vol: 13, No: 1, 2024,p 240. Andrea Tomassi," Mapping automatic social media information disorder. The role of bots and AI in spreading misleading information in society",IN: **PLoS One; San Francisco**, Vol: 19,No: 5, May 2024.

Saifuddin Ahmed& Hui Wen Chua," Perception and deception: Exploring individual responses to deepfakes across different modalities",IN: **Heliyon**,VOL: 9,NO:(10),2023.

Zhuoyue Zhang & Others," Assessing the perceived credibility of deepfakes: The impact of system-generated cues and video characteristics ,IN: **Journal of Broadcasting & Electronic Media** ,Vol: 27, NO: 3,2023 ,Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14614448231199664>.

Sarah Shawky El Mokadem," The Effect of Media Literacy on Misinformation and Deep Fake Video Detection",IN: **Arab Media & Society**,2023. Available At: <https://www.arabmediasociety.com/the-effect-of-media-literacy-on-misinformation-and-deep-fake-video-detection/>.

Nadia Naffi& Others," Empowering Youth to Combat Malicious Deepfakes and Disinformation: An Experiential and Reflective Learning Experience Informed by Personal Construct Theory,IN: **Journal of Constructivist Psychology**,Vol: 38,NO:1, 2023 ,Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10720537.2023.2294314#abstract>.

Eiserbeck, A.& Others,"Deepfake smiles matter less—the psychological and neural impact of presumed AI-generated faces",IN:**Scientific Reports**, 13, 16111.available at: <https://doi.org/10.1038/s41598-023-43341-4>.

Kristiyan Delchev&OTHERS" Identification of A.I. Generated Deep Fake Video by Higher Education Student",2023. Available At :[https://www.researchgate.net/publication/375558746\\_Identification\\_of\\_AI\\_Generated\\_Deep\\_Fake\\_Video\\_by\\_Higher\\_Education\\_Students](https://www.researchgate.net/publication/375558746_Identification_of_AI_Generated_Deep_Fake_Video_by_Higher_Education_Students).

-Gaber, E. (2023), "athar tawzif tiqniat altazyif aleamiq "Deep Fake" fi alfidyuhah almufabrakat ealaa 'idrak alshabab lilqadaya alsiyasiiti", almajalat aleilmiat libuhuth al'ielam watiknuluja alaitisali, jamieat janub Alwadi, kuliyat al'ielam watiknuluja aliatisali, 14(2). 323-379.

Samuel Derous," designing a gamified application to enhance deepfake awareness by adolescents on tiktok ", **MSC**, faculty of management, science and technology,open university,2023.

Sally Samy Tayie," News literacy and online news between Egyptian and Spanish youth: Fake news, hate speech and media",IN: **Media Education Research Journal**,Vol: 31, No: 74, 2023.available At:

<https://www.proquest.com/docview/2760068493/abstract/CBDFD61ED8384B5FPQ/14?accountid=178282&sourcetype=Scholarly%20Journals>.

Purwadi, Ari&Others, Legal Landscape on National Cybersecurity Capacity in Combating Cyberterrorism Using Deep Fake Technology in Indonesia, **IN:International Journal of Cyber Criminology; Thirunelveli** ,Vol: 16, NO: 1, Jan-Jun, 2022.

- Muhamad, W. (2022), "'iidrak mustakhdimi mawaqie altawasul aliajtimaeii lithdidat altazyif aleamiq "Deep Fake" wacalaqatih biastikhdamihim alamin litilk almawaqiei", almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, jamieat alqahirati, kuliyyat al'ielami, 24(2). 383-425.

Jeffrey T. Hancock & Jeremy N. Bailenson," The Social Impact of Deepfakes ",IN: **Behavior, And Social Networking**,Vol: 24,NO:(3),2021.

Seda Gökçe Turan " Deepfake and Digital Citizenship: A Long-Term Protection Method for Children and Youth ",2021.**Available At:**[https://www.researchgate.net/publication/353476410\\_Deepfake\\_and\\_Digital\\_Citizenship\\_A\\_Long-Term\\_Protection\\_Method\\_for\\_Children\\_and\\_Youth](https://www.researchgate.net/publication/353476410_Deepfake_and_Digital_Citizenship_A_Long-Term_Protection_Method_for_Children_and_Youth).

Cristian Vaccari & Andrew Chadwick," Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty,and Trust in News",IN: **Social Media & Society**,2020.**AVailabe At:** <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305120903408>.

Chesney, R., & Citron, D. K," Deepfakes and Misinformation: Understanding the Impact on Youth Political Attitudes",IN: **Journal of Cyber Policy**,vol: 4,NO:(3),2019,pp 377–393.

Kim, Jungee& Rubin, M.Alan, "The Variable Influence Of Audience Activity On Effect",IN:**Communication Research Sage Journals**, Vol :24, No:2, 1997, PP: 107-135

Blumler, J.G. and Katz, E. , "The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research",IN: **Sage Annual Reviews of Communication Research**, Vol:3,1974.

Swanson, D. L, "The uses and misuses of uses and gratifications",IN: **Human Communication Research**,VOL: 3,NO:3,1977,PP 214–221.

Rouner, Danna "Active Television Viewing and The cultivation Hypothesis",IN: **Journalism Quarterly**,VOL:61, No:1, 1984.pp.168-174

Ball-Rokeach .S.J. & DeFleur .M.L., " A Dependency Model of Mass-Media Effects", IN:**Communication Research**, VOL:3,NO:(1),1976,PP 3–21.

Livingstone, Sonia , "**Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation**",IN: International Series in Social Psychology, 2nd Edition, Routledge, United Kingdom, England,1998.

Rubin, A. M. (1984)," Ritualized and instrumental television viewing",IN: **Journal of Communication**, vol:34,NO:(3),1984,PP 67–77.

-Tayeh, S. (2001)," buhuth al'ielami, ta", (Alqahira: dar Alnahdat allearabiati).

S. Shyam Sundar & Anthony M. Limpero, "Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media", IN: **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, VOI:57, NO:(4), 2013, PP, 504–525.

Jungkee Kim & Alan M. Rubin, "The variable influence of audience activity on media effects", IN: **Communication Research**, Vol :24, No: 2, April 1997, p.p. 107-129

Dilrukshi Gamage & others, "Are Deepfakes Concerning? Analyzing Conversations of Deepfakes on Reddit and Exploring Societal Implications", **Proceedings of the 2022 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems**, New Orleans, LA, USA, April 29–May 5, 2022, available At: [https://www.researchgate.net/publication/359574892\\_Are\\_Deepfakes\\_Concerning\\_Analyzing\\_Conversations\\_of\\_Deepfakes\\_on\\_Reddit\\_and\\_Exploring\\_Societal\\_Implications](https://www.researchgate.net/publication/359574892_Are_Deepfakes_Concerning_Analyzing_Conversations_of_Deepfakes_on_Reddit_and_Exploring_Societal_Implications)

Nicole M. Cavuoto, The Era of Disinformation: Deep Fakes, IN :**Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Science in Cybersecurity**, Faculty of Utica College, 2019.

Kent J. Schiff, David S. Schiff & Norma S. Bueno , "The Liar's Dividend: Can Politicians Claim Misinformation to Evade Accountability?" IN: **American Political Science Review**, Cambridge University Press, vol: 119, NO:(1), 2024, pp. 312–327.

Samer H. Al-Khazraji & Others, "Impact of Deepfake Technology on Social Media: Detection, Misinformation and Societal Implications," Eurasia Proceedings of Science, Technology, Engineering & Mathematics, Vol:23, 2023, pp: 429–441. Available At: [https://www.researchgate.net/publication/374761496\\_Impact\\_of\\_Deepfake\\_Technology\\_on\\_Social\\_Media\\_Detection\\_Misinformation\\_and\\_Societal\\_Implications](https://www.researchgate.net/publication/374761496_Impact_of_Deepfake_Technology_on_Social_Media_Detection_Misinformation_and_Societal_Implications).

Danielle K. Citron & Robert Chesney, "Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security", University of California Berkeley School of Law, 2019. Available At: [https://scholarship.law.bu.edu/faculty\\_scholarship/640/](https://scholarship.law.bu.edu/faculty_scholarship/640/).

- Kamil, F. (2001). buhuth al'ielam walraay aleami: tasmimuha wa'ijrawuha watahliluha, (Alqahira: dar alnashr liljamieati).

Pew Research Center. (2022). Social Media Use in 2022. Available at: <https://www.pewresearch.org/internet/2022/04/07/social-media-use-in-2022>.

- Livingstone, S., & Helsper, E, Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide, IN: **New Media & Society**, VOL :9, NO:(4), 2007, PP 671–696.

- Hasan, N. (2017). waqie aistikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii ladaa tulaab almarhalat aljamieiat al'uwlaa bijamieat janub alwadi- qunaa: dirasat maydaniatin, majalat kuliyat aladab- jamieat Janub alwadi.

AlBloy ,A. M. & Mohamed ,W. M. , " Perceptions and Attitudes of Saudi Arabia University Students Towards Using WhatsApp as Students-teachers Interactive Tool", IN: **Advances in Social Sciences Research Journal** ,VOL :6 ,NO ,112 ,2019.P93.

- Alharbi, A. (2020). "dawafie aistikhdam shabakat altawasul aliajtimaeii ladaa alshababi: dirasatan tatbiqiatan ealaa eayinat min mustakhdimi twitar fi alsaeudiati", majalat aleulum aliajtimaeiati, jamieat Almalik Saeud, 2(2).

Ahmed, S., & Fayoumi, A., "Public Awareness and Perception of Deepfake Videos in the Arab World: A Survey Study", **IN: Journal of Media and Communication Studies**, Vol:14,NO:(1), 2022,pp. 45–60.

Dörr, D., "Deepfakes and the Challenge of Information Trust: Legal and Ethical Perspectives on AI-Generated Media", **IN: Journal of Media Law and Ethics**, Vol: 11, No:1,2023, pp. 22–45.

Andreas Rössler & Others, "FaceForensics++: Learning to Detect Manipulated Facial Images, Proceedings of the IEEE/CVF International Conference on Computer Vision (ICCV), 2020". Available At: [https://www.researchgate.net/publication/330672957\\_FaceForensics\\_Learning\\_to\\_Detect\\_Manipulated\\_Facial\\_Images](https://www.researchgate.net/publication/330672957_FaceForensics_Learning_to_Detect_Manipulated_Facial_Images).

Vaccari, C., & Chadwick, A. , "Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News", **IN: Social Media & Society**, VOL: 6,NO:(1),2020,PP 1–13.

Lindner, J. F., Marquart, F., & Hofer, M. , "How people judge the credibility of AI-generated news: The role of source information and warning labels", **IN: Journalism & Mass Communication Quarterly**, VOL:98,NO:(3),2021,PP 759–779.

Mele, N., et al. , "**Combating Fake News: An Agenda for Research and Action**", Harvard Kennedy School – Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy, 2017, Available At: <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/04/Combating-Fake-News-Agenda-for-Research.pdf>

- Muhamad, S. (2021). "altazyif aleamiq ka'adaat raqmiat fi alhamalat al'ielamiati: dirasat tahliliat fi daw' 'akhlaqiaat al'ielam aljadidi", majalat albuhtuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 56(2). 123-150.

-Al-Rubaie, S. (2021), "'athar altazyif aleamiq ealaa tashkil alqiam althaqafiat fi almujtama'at alarabiati", almajalat alarabiati lil'ielam alraqmii, jamieat baghdada, 14 (2), 80-101.

Chesney, R., & Citron, D. K., "Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security", **IN: California Law Review**, VOL:107,NO(6), 2019,1753–1820.

- 'Abu alnasr, N. (2021). "altazyif aleamiq wawaey alshababi: dirasat tahliliat litasawuratihim wamustawaa alwaey al'ielamii fi alealam alarabii", majalat dirasat al'ielam waliatisali, 13(4). 102-117.

-Farag, M. (2023), "aliastikhdamat al'ielamiat litiqniaat aldhaka' aliastinaeii watadaeiatihia ealaa waey alshabab bialmuhtawaa alraqamii almuzayafi", almajalat almisriat libuhuth al'ielami, 56(2).

# 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](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

## Correspondences

- Issue 75 July 2025 - part 4
- Deposit - registration number at Darelkotob 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.