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.

نائب رئيس التحرير : أ.م. د / سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ. د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون 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 والتليفزيون بالكلية

سكرتيرو التحرير:

د / إبراهيم بسيونى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

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

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد السبعون- الجزء الثاني - رمضان ١٤٤٥هـ - أبريل ٢٠٢٤م
- 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 والتليفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون 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 والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون 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 وفقًا للقواعد الآتية:

- **يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.**
- **ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمرًا علميًا.**
- **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 وآخر 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.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

- البحوث المختلطة وتطبيقاتها في الدراسات الإعلامية: رؤية تحليلية نقدية
  أ.د/ عبد الله بن محمد الرفاعي — ٧٥٣

- الأطر الخبرية لتغطية المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الأجنبية للصراع الفلسطيني الإسرائيلي: دراسة تحليلية مقارنة
  د/ إيهاب أحمد عوايص، أسعد حمودة — ٨٣٣

- التماس المرأة المصرية للمعلومات حول التغيرات المناخية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراكها للمخاطر المناخية (دراسة ميدانية)
  د/ زينب صالح عبد الفضيل جاد — ٨٦٥

- التحليل النَّصي لأفلام الشهيد الوثائقية والتسجيلية بقناة وزارة الدفاع المصرية على يوتيوب «دراسة تحليلية»
  د/هناء محمد عربي — ٩٤١

- تأثير استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بسلوك المستهلك «دراسة شبه تجريبية في إطار نموذج قبول التكنولوجيا»
  د/ نهى سامي إبراهيم عامر — ٩٨٧

- اتجاهات الأكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال كشف الأخبار الزائفة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية
  د/ إنجي بهجت جمال لبيب — ١٠٧١

- اتجاهات المرأة نحو واقع المُطلقات من خلال صفحات الفيس بوك - دراسة ميدانية في إطار نظرية المجال العام
  د/ عمر ممدوح محمد نور الدين محمود — ١١٤٣

وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتجميل الاضطرابات النفسية «إنستجرام نموذجًا» د/ عمرو أحمد محمد عُمر شُهدي ١١٩٩

The Relationship Between Social Media Use and Eudaimonic Well-Being Indicators Among Egyptian Adolescents -A Field Study Dr. Nafesa Elsaied, Dr.Mohamed Elbehery ١٢٦٣

The Saudi Student's Attitudes Towards Watching Television Programs With Their Families on the Light of Age and Education Effects Dr. Ibrahim Abdullah Al Zaiyd ١٢٩٩

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

اتجاهات الأكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال كشف الأخبار الزائفة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية

The Trend of Academics and Professionals Towards Applying Artificial Intelligence Techniques in Newsrooms on Television News Sites To Detect Fake News

د/ إنجي بهجت جمال لبيب

مدرس بقسم الإذاعة والتليفزيون- كلية الإعلام والعلاقات العامة
جامعة النهضة

Email: ingybahgat207@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الأكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار بالمواقع الإخبارية التلفزيونية لكشف الأخبار الزائفة، وذلك من خلال التعرف على مستوى معرفة الأكاديميين والمهنيين بتقنيات الذكاء الاصطناعي، ورصد مستوى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، وقياس مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استُخدم منهج المسح، واستخدمت الباحثة في ذلك الاستبانة أداة لجمع البيانات المطلوبة، وطُبِّقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (395) مفردة من الأكاديميين والمهنيين، بواقع 267 مفردة من الأكاديميين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية المتخصصين في الإعلام، و128 مفردة من المهنيين من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعًا لاختلاف درجة معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، كما تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية، كما أسفرت عن وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائيًا بين مستوى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، المواقع الإخبارية، الأخبار الزائفة.

Abstract

The study aimed to identify the degree of trend of academics and professionals towards applying artificial intelligence techniques in the newsrooms of television news sites to detect fake news, by identifying the level of academics' and professionals' knowledge of artificial intelligence techniques, monitoring the level of respondents' use of artificial intelligence techniques across news sites, and measuring The extent of the respondents' confidence in using artificial intelligence techniques to detect fake news. This study belongs to descriptive studies, and within its framework, a survey method was used. In that study, the researcher used a questionnaire as a tool to collect the required data. The study was applied to a random sample of (395) individuals from academics and professionals. The study included 267 academic staff members at Egyptian universities who specialize in media, and 128 professionals who communicate on news sites. The study reached a set of results, the most important of which are: There are statistically significant differences between the average scores of the respondents on the scale of using artificial intelligence techniques depending on the difference in the degree of respondents' knowledge of artificial intelligence techniques across news sites. It was also shown that there is a positive, statistically significant correlation between the level of exposure of respondents to fake news via news websites and the level of the trend toward applying artificial intelligence techniques to detect fake news via news websites. It also resulted in a positive, statistically significant correlation between the level of respondents' knowledge of artificial intelligence techniques and the level of the trend towards applying artificial intelligence techniques in detecting fake news through news websites.

Key words: artificial intelligence , news sites, fake news

مقدمة:

أدت التحولات التي حدثت في الإعلام الجديد، وبسبب ظهور الإنترنت وقدرتها على تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية، إلى ظهور نوع جديد من الجمهور النشط، الذي لم يعد راضيًا عن تلقي الرسالة الإعلامية، بل أصبح مستقبلًا نشطًا ومنتجًا للرسالة الإعلامية في الوقت نفسه، وساعد ظهور منصات إلكترونية جديدة؛ أهمها صحافة الهاتف المحمول، على خلق الحوار والتفاعل والتواصل بين جميع الأفراد، على الرغم من اختلاف الآراء والانتماءات الجغرافية والثقافية[1].

وقد ألقت تقنيات الذكاء الاصطناعي بظلالها على واقع الممارسة الصحفية، وأحدثت تحولات كبيرة في قدرتها على التأثير في الرأي العام، وبات جزء من المؤسسات العالمية يتجه نحو استخدام الذكاء الاصطناعي والاستفادة منه في مجالات عدة؛ أهمها استخراج البيانات، وتحسين طرق البحث، والتنبؤ بالموضوعات، والتفاعل مع تعليقات الجمهور، ومكافحة الأخبار المزيفة، وكتابة النصوص الإخبارية كاملة، وذلك بهدف توفير أدوات أكثر ذكاء وسرعة في نقل الخبر إلى المتلقي، وتفاعل الجمهور بسهولة ويسر، وقد أدى ذلك إلى ظهور بعض المفاهيم المستحدثة؛ مثل صحافة الروبوت، وتوليد اللغة الطبيعية، والخوارزميات، وغيرها.

غير أن اقتحام التكنولوجيا الرقمية للمشهد الإعلامي كقوة دافعة، أصبح يغير المفاهيم الاقتصادية والسياسية، وقواعد التجارة والقدرات التنافسية، ما عكس آثاراً عميقة وهائلة في مستقبل الإعلام الرقمي، وبروز المجتمعات الرقمية المعتمدة على توظيف التكنولوجيا في كل مناحي الحياة والعمل.

وتساعد صحافة الذكاء الاصطناعي على كشف المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة، من خلال إخضاعها للتحليل والمقارنة لإثبات صحتها، ومراقبة مصداقية المحتوى في وسائل الإعلام المختلفة، وإعداد تقارير أكثر دقة وشفافية، وتستخدم هذه الأدوات بوضوح في شبكات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك وتويتر، لمواجهة الأخبار الزائفة التي أثَّرت بصورة سلبية في مصداقية

صانعي المحتوى، وكان لها تبعات اجتماعية وسياسية وعالمية واسعة، وفي عصر تحظى فيه منصات تقنية عالمية معدودة وذات تأثير هائل بالقدرة على زعزعة الوسائل التقليدية التي كانت تعتمد عليها المجتمعات في الحصول على المعلومات، فإن عمليات التلاعب بالإعلام وحملات المعلومات المضللة تمثل تحديًا صارخًا لجميع المؤسسات السياسية والاجتماعية، فالمحتوى المضلل والفبركات التي تنتشر عبر أطراف متعددة تتبع جهات معادية، أو علامات تجارية، أو حركات اجتماعية، أو حتى أطراف مجهولة الانتماءات، طوَّرت تقنيات جديدة بهدف التأثير في الحوارات العامة، وإثارة القلاقل على نطاق محلي أو وطني أو عالمي.

والملاحظ أن صناعة الكذب والتضليل الإعلامي لها صور عدة، منها: قلب الحقائق، أو التضليل بالمعلومات التي ليست لها علاقة بالحدث، أو استخدام مفردات تؤدي إلى إصدار أحكام بالإدانة، أو بالانتقائية المتحيزة التي تنتقي بعض الكلمات والحقائق والمصادر وتهمل أخرى، ويؤدي الإعلام دورًا خطيرًا في حياة الأمم؛ ليس في نقل الأخبار والأحداث فقط، وإنما في صياغة الرأي العام وتحديد وجهاته، وتترك أكبر قدر من التأثير السلبي فيه، والتضليل الإعلامي يُعبر عن صياغة رسالة مفتعلة وتركيبها ونشرها عبر ممارسات التوجيه والتنافر والبدائية والتشويه والخداع والافتعال؛ بهدف خداع المتلقي وتحقيق المكاسب والمصالح التي تتحكم في عملية التضليل وممارسة استخدامه.

وأحد تحديات استخدام الذكاء الاصطناعي لمكافحة الأخبار المزيفة هو الذكاء الاصطناعي نفسه؛ إذ يستخدم الذكاء الاصطناعي بالفعل في إنشاء التزييف العميق (DEEP FAKE) بطريقة مذهلة، من خلال صور وفيديوهات ومقاطع صوتية يُستبدل فيها وجه شخص ما، أو التلاعب باللقطات وطبقة الصوت الخاصة به، ما يجعل الأمر يبدو كما لو أن الشخص قال شيئًا لم يقله في الواقع، وفي الوقت الحالي، أصبحت تطبيقات الهواتف الذكية قادرة على هذا النوع من التلاعب، وإن كانت هذه التطبيقات تنتج ما يعرف بالتزييف الرخيص (CHEAP FAKES)، وعلى الرغم من ذلك، فإن هذه التقنيات أصبحت في متناول أي مستخدم تقريبًا، ويصعب اكتشافها خاصة لدى غالبية المستخدمين غير المتخصصين.

ويُعرِّف بعض الباحثين الأخبار الزائفة بأنها أخبار خاطئة غير حقيقية، اختُلقت بصورة كلية أو جزئية؛ بغية تضليل الرأي العام، وتحقيق مجموعة من الأهداف السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها.

وتتميز تلك التقنية عن غيرها من شبكات الذكاء الاصطناعي الأخرى بأنها لا تكتفي فقط بمقارنة البيانات وتصنيفها وعرض النتائج بناء على مدخلات ثابتة، بل لها القدرة على التعلم وإنتاج بيانات مشابهة للبيانات الأصلية، وتدريب الذكاء الاصطناعي على اكتشاف أنماط الكلام المحددة في الشخص، واستخدام البيانات لجعل هذا الشخص يقول كلمات لم يقلها بالفعل في الحياة الحقيقية.

وقد شهد العالم اليوم تطورات تقنية متسارعة، أضحت معها سمات التغير والتحول الرقمي من الملامح المُشكلة لهوية المجتمعات المعاصرة، وهي المجتمعات التي تأسست أبنيتها المعلوماتية على مبادئ تكنولوجية متنوعة؛ تقوم في جوهرها على توظيف إمكانات شبكة الإنترنت في صناعة المحتوى الرقمي وتداوله، ليتحول إلى أحد أهم الموارد التي باتت البشرية تعيش على إيقاعها.

ومع بروز وسائل التواصل الاجتماعي، وتعدد مجالات استخدامها، أصبحت مصطلحات: التضليل الإعلامي، والشائعات الرقمية، والمحتوى الرقمي الزائف، أكثر شيوعًا مما كانت عليه في الأعوام الماضية، وقد تزامن ذلك مع تطور مفهوم النشر؛ إذ أصبح عملية سهلة للغاية نتيجة غياب القيود وعدم وضوح القوانين المنظمة، وفي هذا الإطار، تشير نتائج دراسات (Lim & Tan, 2020; [2] 2020; [3] Popescu, 2020) [4] Weiss, et,al.,2020) إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي سهّلت بدرجة كبيرة عملية تبادل المحتوى الرقمي الزائف؛ لتحقيق مكاسب أيديولوجية أو اقتصادية أو سياسية وغيرها.

ونتيجة لتلك المخاطر المرتبطة بعمليات نشر المحتوى الرقمي الزائف وتداوله، سعت بعض الدول لفرض عدة قوانين تسهم في الحد من انتشار هذا المحتوى، الذي قد يتسبب في إثارة الفتن وزعزعة الاستقرار الداخلي وتهديد الأمن الاقتصادي، إلا أن السياق الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي، وعدم قدرة الدول على محاصرة ما في هذه الوسائل من محتوى رقمي زائف؛ نتيجة لتوظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي في بث آلاف الأخبار عبر الحسابات الوهمية والدعاية المبرمجة، جعل من الخيار القانوني المُشار إليه أداة غير فعَّالة بدرجة كبيرة لحل تلك المشكلة الشائكة.

وفي إطار المدرسة "السلوكية"، قدَّمت(Renee Hobbs) عام 2011م نموذج التحصين أو اللقاح "*Inoculative or Discriminatory Paradigm*"، وانطلق هذا النموذج من المدخل التأثيري، ليركز على فاعلية الوساطة النشطة "Active Mediation"، والوساطة بالمشاركة

"Co-Viewing Mediation" في توعية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي (خاصة صغار السن)، بوصفهم متلقين سلبيين لا يستطيعون إزالة الغموض وكشف دلالات النصوص والصور، والتعرف على أيديولوجيات الخطاب الإعلامي المُقدَّم لهم[5]. في حين استند النموذج التفاعلي أو التشاركي"*Interactive And Participatory Paradigm*" – في إطار المدرسة "البنائية"– إلى الرؤية النظرية التي طرحها (Rogers) عام 1983م، تحت مسمى دافع الحماية "Protection Motivation"، واستند إليها لتفسير كيفية تعامل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مع نداءات الخوف التي تستثيرها الأخبار الزائفة[6].

مشكلة الدراسة:

يمكن تحديد المشكلة البحثية أولًا من خلال الملاحظة العلمية؛ إذ لاحظت الباحثة التطور الذى وصل إليه العالم في مجال منصات التواصل الاجتماعي، وانتشارها بطريقة غير مسبوقة في المجتمعات العربية عامة، والمجتمع المصري على وجه الخصوص، وتنوعت استخدامات الأفراد لهذه المنصات؛ بل إن المؤسسات الإعلامية أيضًا حوَّلت عملها إلى الوسيط الجديد في صورة مواقع إلكترونية وخدمات إخبارية وتطبيقات إلكترونية عبر منصات التواصل الاجتماعي لتلبي احتياجات الجمهور لهذه الوسائط الجديدة، ومواكبة التطور التكنولوجي الذي بات يسارع الزمن، وتنامي حجم مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي, وقد حرصت مختلف المؤسسات الإعلامية على الحضور في الفضاء الجديد بمختلف الأشكال والمستويات، من خلال بعض التطبيقات الإلكترونية، مثل صفحات التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الإلكترونية المختلفة, ومع كل هذه التطورات ظهر ما يسمى بالأخبار الزائفة التي باتت تهدد المجتمع وتثير القلق وزعزعة الاستقرار، من خلال نشر الأخبار المفبركة أحيانًا والمضللة أحيانًا أخرى، فالجمهور أصبح محاطًا بعدد كبير من الوسائل الإعلامية، التي يتنوع نمط ملكيتها، وتختلف سياساتها التحريرية، فضلًا عن كم هائل من الأخبار تتعدد مصادرها، لدرجة أنه قد يجد الخبر ونقيضه، إلا أن جمهور الوقت الحالي جمهور نشط يمتلك بدائل عديدة، وخيارات يستطيع من خلالها المقارنة بين المصادر الإخبارية، ومن ثم اختيار الوسيلة الإعلامية التي يثق فيها ليستطيع الكشف عن مصداقية الخبر, وما دعم المشكلة البحثية أيضًا ما توصلت إليه نتائج الدراسات والبحوث في هذا المجال، التي كشفت عن التأثيرات التي تتركها الوسيلة أحيانًا والمصدر أحيانًا أخرى في مضمون الرسالة الإعلامية، ومصداقيتها لدى الجمهور، وما يؤكد المشكلة البحثية أيضًا نتائج الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها على عينة من الأكاديميين والمهنيين قوامها 100 مفردة، لمعرفة اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار للكشف عن الأخبار الزائفة وحجبها قبل وصولها إلى الجمهور، وأسفرت عن أن 100٪ من إجمالي مفردات العينة الاستطلاعية يؤيدون توظيف هذه التقنيات في العمل الإعلامي، ولكن يرى ما يقرب من 78٪

من إجمالي مفردات العينة الاستطلاعية وجود عدد المحددات قد تحول دون توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على أكمل وجه؛ جاء في مقدمتها: قلَّة الإمكانات المتاحة لتوظيف هذه التقنيات، يليها نقص الخبرة لدى المهنيين، وأخيرًا عدم وجود قوانين وتشريعات للنشر الإلكتروني، وفي ضوء ما سبق، يمكن تحديد مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن التساؤل الآتي: "ما اتجاهات الأكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال كشف الأخبار الزائفة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية؟".

أهمية الدراسة:

1- تنبع أهمية الدراسة من أهمية المواقع الإخبارية التي تعد من الأنماط الإعلامية الأكثر تفاعلًا من قبل الجمهور بمختلف صورها، عبر مختلف المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي.

3- تكتسب الدراسة أهميتها من أهمية الذكاء الاصطناعي، الذي يعد أحد المصطلحات الناشئة ذات النمو السريع، ويمثل أحد المحاور المهمة لرؤية مصر 2030، وبات يلقى دعمًا متزايدًا من قبل الحكومة، من خلال إنشاء معاهد وكليات متخصصة لتعليم الذكاء الاصطناعي.

4- يستمد البحث أهميته من تناوله موضوع الأخبار الزائفة، وبحث التأثيرات المتباينة للمحتوى الرقمي الزائف الذي تتداوله وسائل التواصل الاجتماعي، وقد يتسبب في إثارة الفتن وزعزعة الاستقرار الداخلي وتهديد الأمن الاقتصادي.

5- تكتسب هذه الدراسة أهمية آنية من الاهتمام العام على جميع المستويات داخل المجتمع المصري بالتحول الرقمي، لكونه إحدى القضايا الملحة والآنية ضمن أجندة هذا المجتمع.

6- تسهم هذه الدراسة فيما تخرج به من نتائج قد تفيد المؤسسات الإعلامية الإلكترونية في الوقوف على حجم الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي كشكل جديد نسبيًا من أشكال التحول الرقمي في المجتمع المصري، ومن ثم إمكانية الكشف عن جوانب القوة وتدعيمها، والكشف عن جوانب الضعف وتعديلها.

7- تختبر الدراسة فروض نموذج التحصين أو اللقاح *Inoculative or Discriminatory Paradigm*, وهو أحد النماذج النظرية المُفسِّرة لتداول المحتوى الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ إذ تعد بحوث اختبار فروض نموذج التحصين أو اللقاح من الأهمية بمكان داخل نطاق الدراسات الإعلامية العربية, نظرًا لأنها توضح خطورة التأثيرات السلبية للمضامين الزائفة التي يتعرض لها المستخدمون على أنفسهم بمقدار إدراكهم لخطورة هذه التأثيرات.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على درجة اتجاهات الأكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال كشف الأخبار الزائفة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية، وذلك من خلال:

1- التعرف على مستوى معرفة الأكاديميين والمهنيين بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

2- رصد مستوى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية.

3- قياس درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي.

4- التعرف على حجم تعرض الأكاديميين والمهنيين للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية.

5- الكشف عن أشكال وأنواع الأخبار الزائفة التي يتعرض لها المبحوثون عبر المواقع الإخبارية.

6- قياس مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة.

7- التعرف على درجة تفاعل المبحوثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية.

8- قياس مستوى تأثير المتغيرات الديموجرافية في اتجاهات المبحوثين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة.

مدخل مفاهيمى للدراسة:

أولًا: تقنيات الذكاء الاصطناعى:

تقدم وثيقة سنغافورة تعريفًا عمليًا للذكاء الاصطناعي، يصفه بأنه مجموعة من التكنولوجيات تحاول محاكاة الصفات الإنسانية، مثل: (المعرفة – المنطق – حل المشكلات – الإدراك – التعلم والتخطيط)، وتعتمد هذه التكنولوجيات على خوارزميات Algorithms لتوليد نماذج مختلفة أو بديلة، ويُختار أفضل نموذج مناسب منها لتطبيقه في نظام إنتاجي أو خدمي في الواقع العملي(7).

والذكاء الاصطناعي (AI) هو مجال علوم الكمبيوتر المخصص لحل المشكلات المعرفية المرتبطة عادةً بالذكاء البشري، مثل التعلم والإبداع والتعرف على الصور، وتجمع المؤسسات الحديثة كميات كبيرةً من البيانات من مصادر متنوعة؛ مثل أجهزة الاستشعار الذكية، والمحتوى الذي ينشئه الإنسان، وأدوات المراقبة، وسجلات النظام، والهدف من الذكاء الاصطناعي هو إنشاء أنظمة ذاتية التعلم تستخلص المعاني من البيانات، بعد ذلك، يُمكن للذكاء الاصطناعي تطبيق تلك المعرفة لحل المشكلات الجديدة بطرق تشبه الإنسان، على سبيل المثال، يُمكن لتقنية الذكاء الاصطناعي الاستجابة بصورة هادفة للمحادثات البشرية، وإنشاء صور ونصوص أصلية، واتخاذ القرارات بناءً على مُدخلات البيانات في الوقت الفعلي، ويمكن لمؤسستك دمج إمكانات

الذكاء الاصطناعي في تطبيقاتك لتحسين عمليات الأعمال، وتحسين تجارب العملاء وتسريع الابتكار.

ويشير مصطلح الذكاء الاصطناعي إلى قدرة الحاسوب الرقمي أو الروبوت الذي يتحكم فيه الحاسوب على أداء المهام العامة المرتبطة بالكائنات الذكية، وهو فرع من علم الحاسوب، وتُعرِّف مؤلفات كثيرة الذكاء الاصطناعي بأنه دراسة وتصميم العملاء الأذكياء، والعميل الذكي هو نظام يستوعب بيئته ويتخذ المواقف التي تزيد من فرصته في النجاح في تحقيق مهمته أو مهمة فريقه.

ثانيا: الأخبار الزائفة:

تُعد الأخبار الزائفة، أو كما يطلق عليها "The Fake News" من أخطر الأسلحة فتكًا بالمجتمعات والدول، وذلك بما تشكله من خطر على عقل الإنسان ونفسيته، واستقرار المجتمع وأمنه، خصوصاً مع انتشارها غير المتحكم فيه، في ظل هيمنة مواقع التواصل الاجتماعي على الحيز الأكبر منها، وهو ما يتطلب حزمًا في مواجهتها وتوعية الرأي العام بكيفيات التعاطي معها، والأخبار الزائفة أو الكاذبة مصطلح يدل على ما يوصف شكلًا بالأخبار التي يكون مضمونها غير مبني على حقائق، وتوجد بغرض التضليل، كما أنها السلاح المُفضَّل لتكوين القناعات أو بث الرعب بتحريف الحقيقة، أو الخداع باقتصاص جزء من مشهد ما من سياقه[8].

ويمكن تعريف الأخبار الكاذبة بكونها "معلومات زائفة، وأخبار مضللة وخاطئة، تقدم للمجتمع على أنها أخبار، والهدف الأساسي وراءها نشر الفتنة والبلبلة، وزعزعة الأمن العام للمجتمع، ويمكننا عدّها نوعًا من أنواع الحرب النفسية، تتدرج ضمن نطاق الشائعات، وقد يكون الهدف منها ماديًا أي جني المال، أو تدمير شخص أو كيان ما، وتُنشر هذه الأخبار من خلال جميع أنواع الاتصال؛ منطوقة ومكتوبة ومرئية[9].

ثالثًا: الأكاديميون والمهنيون:

المتخصصون في الإعلام من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية، والعاملون بالمؤسسات الإعلامية الإلكترونية من القائمين بالاتصال.

رابعًا: المواقع الإخبارية التلفزيونية:

هي وسيلة جديدة أوجدها التطور التقني في مجال الاتصالات، تقدم الخدمة الإخبارية عن طريق الإنترنت، وتقدم آخر الأخبار وأحدثها في شتى المجالات من موقع الحدث، وتهتم

بالخبر الصحفي حين حدوثه، وتجدد هذه المواقع وتحدِّث أخبارها على ضوء المستجدات التي تحدث في العالم ، لذلك فهي تعتمد غالبًا على وكالات الأنباء، أو مراسلين خاصين بالموقع، أو نقلًا عن مواقع أخرى، كما أن هذه المواقع مرتبطة بالفضائيات الإخبارية كـ "موقع العربية. نت، والجزيرة نت، وموقع CNN وغيرها"[10]، وتعرفها الباحثة بأنها مواقع إخبارية إلكترونية على الإنترنت، تطرح نفسها على الساحة كمشروع إعلامي متكامل، لديها سياسةٌ واستراتيجية واضحة، وتكون تابعة إما لمحطات إذاعية مثل BBC، أو محطات تليفزيونية فضائية مثل الجزيرة نت، وتضم هيئة تحرير وشبكة مراسلين، وتتيح الفرصة للمستخدمين لتسجيل آرائهم وأفكارهم على هذه المواقع، لدعم المشاركة والتفاعل معها ومع محتواها.

سمات المواقع الإخبارية:

تشترك المواقع الإخبارية، أيًّا كان انتماؤها أو تبعيتها لمحطة راديو أو تليفزيون، أو حتى شركة إعلامية، في مجموعة من السمات الاتصالية، وبالنظر إلى بيئة العمل والخصائص التي تتمتع بها المواقع الإخبارية، يتضح أنها تتفوق على غيرها من الوسائل الإعلامية الأقدم، مثل (البث التليفزيوني والإذاعي) بعديد من المزايا، تُشكِّل في النهائية السمات الأساسية للمواقع الإخبارية[11]، ومن أهم هذه السمات:

- **التفاعلية:** توافر التفاعلية في المواقع الإخبارية يتيح للمستخدم أن يكون مشاركًا نشطًا في خلق محتوى وسيلة الاتصال الذي يرغب في التعرض له، لذا فإن التفاعلية الحقيقية ينبغي لها أن تشجع المتلقي على المشاركة بإيجابية في تلقي المادة الإخبارية، وتخلق بذلك مجتمعًا من المهتمين بالمضمون الإخباري[12].
- **الإبحار:** فتوافر حرية الإبحار والتجول بين مواقع الإنترنت المختلفة، وتوفير مضمون مناسب لاحتياجات كل مستخدم، يشير إلى تمتع المتلقي بحرية الاختيار من بدائل متعددة، تمنحه قوة Empowered، وهو ما يُشعر المتلقي باحترام وتقدير مصمم الموقع لاختياراته، مما يجعله يمضي مزيدًا من الوقت في استكشاف المواد الموجودة على الموقع[13].
- **العالمية:** فالموقع الإخباري الذي يظهر على شبكة الإنترنت يصبح متاحًا لجميع أفراد الجمهور "عموم الناس" على مستوى العالم، لمشاهدته والاطلاع عليه وقراءته، وهو بذلك يفقد صفته المحلية أو الحدود الجغرافية التي صدر فيها، وهو ما يعطي للمواقع الإخبارية أبعادًا وآفاقًا واسعةً من التأثير، ونقل الرسائل والتواصل التي يصعب الحد منها أو تحديد سقفها[14].
- **تبادل الأدوار الاتصالية** Reciprocal Communication: تتيح المواقع الإخبارية سهولة وضع المتلقي رسائله للتعليق على محتويات المواقع المختلفة التي يتردد عليها، وكلما أتاح

الموقع سهولة الحصول على تعليق من المتلقي، زادت الإمكانية التفاعلية للموقع، وأصبح الاتصال ثنائي الاتجاه[15].

- **جمع المعلومات** Information Collection: تعمل المواقع الإخبارية على توفير كم هائل من المعلومات، تُفرز وتُنقل إلى عدد غير محدود من البشر الذين يُمكنهم إجراء عملية اتصال بينهم في آنٍ واحد (Simultaneously) في بيئة تسمح لكل فرد مُشارك، سواء أكان مرسلًا أم مستقبلًا، بفرصٍ متساوية من درجات التحكُّم، وهذا سيحفز ويُشيع آليات جديدة كليًا للإنتاج والتوزيع، تُرسخ مفاهيم جديدة للأشكال الاتصالية ومحتوياتها[16].
- **الفورية والتجديد:** تتيح المواقع الإخبارية إمكانية متابعة الجديد من الأخبار في أي وقت، إضافة إلى إمكانية إنتاجها بناءً على طلب المُستخدم في إطار ما يُعرف بخدمة (News On Demand) أي الأخبار عند الطلب، وهي تمكن المستخدمين من اختيار معلومات بعينها من بين معلومات كثيرة يقدمها الموقع الإخباري[17].
- **الاعتماد على الوسائط المتعددة:** وهي التي تتيح للمواقع الإخبارية الجمع بين سمات جميع وسائل الإعلام الأخرى "الصحافة المطبوعة والمسموعة والمرئية"، بل والتفوق عليها من خلال قدرتها على إضافة الصور والرسوم المتحركة والرسومات وغيرها، من وسائل الإيضاح والتوثيق في النص الصحفي، التي تكسب المواقع الإخبارية القدرة الفائقة على الإبهار والتأثير وجذب الجمهور والاستحواذ عليه[18].

حدود الدراسة: تتمثل في الحدود الآتية:

- **حدود موضوعية:** حددت الباحثة موضوع دراستها في قياس اتجاهات الأكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار بالمواقع الإخبارية التلفزيونية لكشف الأخبار الزائفة.
- **حدود مكانية:** تتمثل حدود الدراسة المكانية في التطبيق على عينة من الأكاديميين في الجامعات المصرية، والمهنيين في المواقع الإخبارية الإلكترونية.
- **حدود بشرية:** اقتصرت الدراسة على عينة من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في الإعلام بالجامعات المصرية، وكذلك عينة من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية.

- **حدود زمنية:** طُبِّقت الدراسة الميدانية على المبحوثين من خلال إنشاء استبانة إلكترونية صُمِّمت على موقع "جوجل درايف"، ونشرها على وسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك، وواتساب) لمدة زمنية قدرها ثلاثة أسابيع خلال شهر نوفمبر من عام 2023.

الدراسات السابقة:

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بصفة أساسية استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يسهم إيجابا في البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة الحالية، وفي هذا الصدد، توجد عدة دراسات تتصل من قريب أو بعيد بموضوع الدراسة الحالية، قُسِّمت إلى محورين؛ **المحور الأول**: دراسات تناولت الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، **والمحور الثانى**: دراسات تناولت الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام، وفيما يلي عرض لهذه الدراسات على أساس الترتيب الزمني لها من الأقدم إلى الأحدث.

المحور الأول: دراسات تناولت الذكاء الاصطناعى في مجال الإعلام:

هدفت دراسة Saad, Talat. A. Issa Saad (2020)[19] إلى معرفة تأثير التقنيات الجديدة في الصحافة بشكل عام، وخاصة الروبوتات وتقنية الذكاء الاصطناعي، ومعرفة المؤسسات الإعلامية التي تستخدم هذه التقنيات وكيف؟، وتحاول الإجابة عن سؤال: هل الذكاء الاصطناعي (AI) سيحل محل البشر في صناعة الإعلام؟ أم من شأنه أن يساعدهم على تحسين حياتهم المهنية؟ واستخدامه لأداء عملهم بسرعة ودقة وكفاءة أكبر؟، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن 15٪ فقط من استخدام الأمكنة في عمل المراسلين حول العالم و9٪ من عمل المحررين بالطبع ستُخفي عديدًا من الوظائف والمهام، وستؤدي الروبوتات هذه المهام، لكن الذكاء الاصطناعي لن يحل محل البشر بالتأكيد في المستقبل القريب، على العكس من ذلك، سيظل البشر المتحكمين والمشرفين على الذكاء الاصطناعي، وسيستفيدون من هذه التقنيات في تنفيذ أعمالهم بسرعة ودقة وكفاءة أكبر.

توصلت دراسة (Crépel Maxime 2021,Cardon Dominique)[20]، باستخدام طرق مختلفة في معالجة اللغة الطبيعية مطّبقة على مجموعة كبيرة من المقالات الصحفية تغطي فترة خمس سنوات، إلى نظامين مهيمنين لنقد الذكاء الاصطناعي يتعايشان في مجال الإعلام، ويشملان كيانات تكنولوجية وبشرية مختلفة، وأشارت إلى وجود تحوّل في المقالات التي تعرض تقنيات الحاسوب الخوارزمية المدمجة في بيئة المستخدم لتوجيه سلوكياته أو حسابها، نحو المقالات التي تتميز بتجسيد الذكاء الاصطناعي في كيان متجسد ومستقل، ويمكن تفسير هذه

الهيكلية على أنها عملية الاستقلال التدريجي للذكاء الاصطناعي التي تشكل قطبية ثابتة في تاريخ العلاقة بين تكنولوجيا الكمبيوتر والمجتمع، من ناحية أخرى، ترتبط الروبوتات والذكاء الاصطناعي، اللذان يشيران إلى كيانات تقنية مستقلة ومتجسدة، بخطاب يتنبأ بالقدرة على التحكم في هذه العوامل التي تحاكي قدراتنا البدنية والمعرفية، وتهدد أمننا المادي أو نموذجنا الاقتصادي.

وحللت دراسة (Mathias-Felipe de-Lima-Santos 2021) [21] كيفية اعتماد الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار بناء على مجالات الذكاء الاصطناعي: التعلم الآلي، ورؤية الكمبيوتر، والتعرف على الكلام، ومعالجة اللغة، والتخطيط والجدولة، وخبراء الأنظمة والروبوتات، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن مشكلات عميقة عديدة في وسائل الإعلام اليوم تنبع من عدم القدرة على إعطاء المستهلكين ما يريدون، ولكنها تنبع من حقيقة أن ما تريده وسائل الإعلام يتماشى مع ما هو جيد للمجتمع، وأكدت الدراسة أن من المخاطر الكبيرة في المستقبل الذي يحركه الذكاء الاصطناعي أن الخوارزميات تصبح أكثر خبرة في تلبية أذواق الأفراد نحو أخبا ر التسلية بدلًا من الحصول على المعلومات، وهو ما قد يسبب عواقب وخيمة على المجتمع، وشملت النتائج إظهار الذكاء الاصطناعي إمكاناته في عديد من الدراسات التجريبية، خاصة في المجالات العلمية والتكنولوجية رغم صعوبة تقدير تكلفة إنشاء تطبيق ذكاء اصطناعي وتنفيذه دون الخوض في تفاصيل المشروع، ورغم ذلك ما زال الذكاء الاصطناعي يتطلب خبرة اختصاصية، ولا يزال تحت سيطرة شركات متخصصة تستحوذ على الشركات الناشئة وتبعدها عن ميدان المنافسة.

وحاولت دراسة (**أسماء أبو زيد**، 2022) [22] رصد وتحليل الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، إلى جانب توظيف أسلوب المقارنة المنهجية، وذلك بالنسبة للدراسات من عام 2010م حتى عام 2022م، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التفسيرية، واعتمدت على استخدام أسلوب التحليل من المستوى الثاني "Secondary analysis"، واشتملت عينة الدراسة التحليلية على (118) دراسة، من بينها (97) دراسة باللغة الإنجليزية، بنسبة 82.2٪ من إجمالي العينة، و(21) دراسة عربية بنسبة بلغت 17.8٪، ومن أبرز نتائج الدراسة، إجماع الباحثين على طبيعة وحجم التحول الناتج عن الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي على مستوى العالم، وتعدد مجالات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، لتشمل: تقنيات الدردشة الآلية "المساعد

الافتراضي"، والتوصيات الآلية عبر شبكات البث الرقمي، والمذيع الآلي، وتحليل البيانات الضخمة، وطائرات التصوير دون طيار، وصحافة الروبوت، والتعامل مع الأخبار المزيفة، والطباعة الثلاثية. وأكدت نتائج الدراسة وجود تحديات تواجه الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، تنقسم إلى تحديات داخلية وأخرى خارجية، وبالنسبة للتحديات الداخلية، أوضحت الدراسات أن أهم التحديات التي تواجه الصحافة الآلية تتمثل في: نقص الخبرة والمهارات اللازمة لإنتاج محتوى آلي، وكذلك ما يتعلق بالتعاون بين الإدارات والأقسام المختلفة داخل المؤسسات الصحفية أو مع المحترفين مثل المبرمجين، فهذا التعاون المنتظم غير متاح في كل المؤسسات الصحفية، لذلك تعتمد بعض المؤسسات على الأدوات والتقنيات العامة، التي تعد محدودة في إمكاناتها، وكذلك عدم اهتمام المؤسسات الصحفية بالاستثمار في الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي. أما التحديات الخارجية فتتمثل في: إعادة توجيه المعايير والقيم المهنية الحالية للصحفيين، كما يمثل عدم توافق البنية التحتية الرقمية الحالية مع أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي عقبة أخرى في غرف الأخبار، وأكدت الدراسات ضرورة تحديد دور وممارسات الصحافة المستعينة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في إطار السياق العام للدولة؛ لفهم العوائق والمشكلات التي تواجهها.

وحاولت دراسة (أميرة سمير طه درويش، 2022)[23] وضع تصور لحجم الخطر الذي يستشعره الناس نحو انتشار الأخبار الزائفة، لا سيما عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وركَّزت الدراسة على هذه الظاهرة في ضوء نظرية تأثرية الآخرين، وتنقسم الدراسة إلى شقين: الشق الكمي، الذى اعتمد على إجراء دراسة مسحية على عينة مكونة من 250 من طلاب الإعلام في الجامعات المصرية، وفي الوقت نفسه اعتمد الشق الكيفي على إجراء مقابلات متعمقة مع مجموعة من الصحفيين الاستقصائيين، ومجموعة من المؤثرين على موقع فيسبوك، وتوصلت إلى عدة نتائج، من أهمها: إثبات صحة الفرض الإدراكي لنظرية تأثرية الآخرين؛ إذ تبين أن المبحوثين يعتقدون أن الآخرين أكثر تأثراً بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن هذا الاعتقاد له علاقة إيجابية دالة بالفجوة الإدراكية بين (تعرض الذات وتعرض الآخرين) لهذه النوعية من الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي. أما فيما يتعلق بالفرض السلوكي للنظرية، فقد تبين عدم وجود علاقة دالة بين إدراك تأثرية الآخرين بالأخبار الزائفة أكثر من الذات، وكل من درجة تأييد الإجراءات التقييدية، ودرجة تأييد الإجراءات التصحيحية، المتمثلة في تطبيق محو الأمية الإعلامية، في حين تبين وجود علاقة إيجابية دالة بالنسبة للإجراءات التصحيحية،

المتمثلة في نية أداء نشاط عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ووجدت كذلك أن الفاعلية الذاتية في تقييم الأخبار الزائفة كان لها علاقة إيجابية دالة بدرجة تأييد الإجراءات التقييدية والتصحيحية، وعلى الجانب الآخر، ومن خلال الدراسة الكيفية، وضع المبحوثون رؤيتهم للإجراءات التقييدية والتصحيحية التي يرون ضرورة اتخاذها لمواجهة هذه الظاهرة، ومحاولة الحد من تأثيرها.

وسعت دراسة (مى مصطفى عبد الرازق، 2022)[24] للتعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence، وتأثير ذلك في واقع ممارساتهم الإعلامية، ومحاولة استقراء مستقبل استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، بالتطبيق على عمدية متاحة قوامها (451) مفردة من القائمين بالاتصال، مقسمة إلى عينة قوامها (265) مفردة من المنتمين للوسائل الإعلامية المصرية، و(186) مفردة من المنتمين للوسائل الإعلامية العربية بمختلف الإدارات والأقسام، خاصة ذات الصلة بالبيئة الرقمية، وذلك من خلال توظيف النظرية الموحدة لقبول واستخدام تكنولوجيا المعلومات Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: يتابع المبحوثون الأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بمعدل مرتفع، ويأتي ذلك في إطار أن الذكاء الاصطناعي أصبح حاضراً نعيشه وسط جدال مستمر حول فوائده المدركة ومخاطره المحتملة وقدراته المتطورة باستمرار، وأشار المبحوثون إلى قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على محاكاة السلوك البشري في تنفيذ عدد من المهام الإعلامية، وجاءت المجالات الأكثر استخداماً لتقنيات الذكاء الاصطناعي وفقاً لآراء المبحوثين بالترتيب: (المجال التسويقي)، ثم (المجال الإعلامي)، وأخيراً (المجال الفني والإداري)، وتمثلت أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر عينة الدراسة في (صحافة البيانات كتحويل النصوص لبيانات بمختلف الأشكال)، و(تقنيات الترجمة الآلية للغات الأخرى)، و(استخدام الروبوت في عمليات التحرير الصحفي أو تقديم الأخبار من الأستوديو أو ميدانياً)، و(استخدام BOTS الدردشة الآلية للرد على استفسارات الجمهور وتعليقاته).

وهدفت دارسة (شيرين عبد الحفيظ البحيري، 2022)[25] إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام صحافة (Robot Journalism) في إنتاج المحتويات الصحفية بالصحف المصرية، ومعرفة أهم التحديات التي تواجه تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، واختيرت عينة الدراسة بطريقة عمدية واقتصرت على مجموعة من

الصحفيين المصريين في الصحف المصرية بالمؤسسات الإعلامية المصرية (مؤسسة الأهرام، وأخبار اليوم، والجمهورية، واليوم السابع، والمصري اليوم) بلغ عددهم (40) صحفيًا، واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي، وصمّمت استبانة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام التقنيات الحديثة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة لإنتاج المحتويات الصحفية بالصحف المصرية مرتفعة، كما توصلت إلى أن التحديات التي تواجه تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة والإعلام في الصحف المصرية كانت مرتفعة أيضًا، وأوصت الدراسة بتعميم تطبيق استخدام التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي في الصحافة (Robot Journalism) لإنتاج المحتويات الصحفية في الصحف المصرية، وتذليل جميع المعوقات التي تقف حائلًا أمام تطبيق ذلك.

واستهدف دراسة (إيمان زهرة، 2023)[26] استكشاف طبيعة تأهيل ممارسي الاتصال التسويقي وصانعي المحتوى الذين يمكنهم التعاطي مع الذكاء الاصطناعي الضيق ANI ، ومن خلال نهج مستقبلي، تميل الدراسة إلى اقتراح مقررات وموضوعات الذكاء الاصطناعي لتضمينها في الأساليب التربوية والتعليمية المصرية لبرامج الاتصال التسويقي، وتجنب الخلافات المحيطة بأخلاقيات الذكاء الاصطناعي، ونقص الدراسات المتعمقة في هذا الصدد، وتصدت الدراسة للإجابة عن خمسة أسئلة رئيسة، حول استخدام الذكاء الاصطناعي بطريقة احترافية في الاتصال التسويقي من قبل صانعي المحتوى، والتناول البحثي لاستخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الاتصال والعلاقات العامة والتسويق والاتصال التسويقي، وماهية تضمين أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في التراث العلمي فيما يتعلق بمجال الاتصال التسويقي، وماهية المقررات التي يمكن تضمينها في المناهج المصرية لبرامج الاتصال التسويقي فيما يخص صانعي المحتوي، وراجعت الدراسة من خلال منهج التحليل الثانوي حوالي 80 بحثًا علميًا تتناول الذكاء الاصطناعي وعلاقته بالاتصال التسويقي خلال الفترة من 2018-2023، وخرجت الدراسة بعدة نتائج، أهمها: أن صانعي المحتوي يفتقرون إلى التأهيل العلمي المناسب والمنظور المهني الصائب لاستخدام الذكاء الاصطناعي، ولاستغلال الذكاء الاصطناعي بطريقة أمثل، اقترحت الدراسة بعض المقررات التعليمية لتأهيل صانعي المحتوى لبيئة الاتصال المستقبلي القائمة عليه والمتغيرة باستمرار، بما في ذلك المفاهيم الأساسية والأخلاقية، وأبحاث التسويق المعتمدة على الذكاء الاصطناعي، وذكاء المحتوى، وتحليل البيانات، وتحليل المشاعر، ومعالجة اللغة الطبيعية من بين أمور أخرى.

وهدفت دراسة (سحر محمد حسيب، 2023)[27] إلى رصد استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في مكافحة جائحة كورونا، وكيفية تحليل صورة الصين من وجهة نظر القيادة الصينية والمنطق التعبوي من جانب، وصورتهم في الغرب من جانب آخر، في ظل وجود حملات معادية، وتحديد الإجراءات لكون الصين نجحت في امتصاص الضغوط والاتهامات وتجاوزت الأزمة، وهدفت الدراسة أيضًا إلى وضع إطار عمل لكيفية تعامل المؤسسات الصحفية مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في ضوء الخبرات الدولية، وفُسِّرت نتائج البحث في ضوء نظرية تحليل الإطار الإعلامي لـ"جوفمان"، ووظَّفت الباحثة أوجه إفادتها من تناولها لنظرية التأطير بناء نظريًا للدراسة و فقًا لمستوى الدراسة التحليلية، بالتعرف على طبيعة الأطر التي تعالج من خلالها الصحف الصينية والغربية (الحكومية والخاصة) أزمة فيروس كوفيد 19.

وحاولت دراسة محمد رشاد العطار ورفيق سمر الفيصل (2023)[28] التعرف على كيفية تقديم المواقع الإخبارية الإماراتية لمصطلح الذكاء الاصطناعي؛ إذ تتكون تصورات الجمهور للتطورات العلمية الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي وتتأثر بالتغطية الإخبارية، وسعت لفهم كيفية تأطير الذكاء الاصطناعي (AI) لدى الجمهور الإماراتي، وكيفية عرض مخاطر الذكاء الاصطناعي وفوائده في المواقع الإماراتية، وهو ما يؤثر بدرجة كبيرة في القبول المجتمعي لهذه التقنية، وتوصلت الدراسة إلى بروز موضوعات الذكاء الاصطناعي في الأخبار الخاصة بالحكومة، والاقتصاد والتعليم والصحة، كما أشارت إلى اعتماد التغطية الصحفية لمواقع الدراسة على الإطار المحدد The Episodic Frame، من خلال عرض الموضوعات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في وقائع محددة بصورة أكبر من الإطار العام The Thematic Frame ، كما أشارت الدراسة إلى الاعتماد على الأُطُر الموجهة للتأثير في المجتمع بدرجة أكبر من الأُطُر الموجهة للتأثير في المستوى الفردي، كما توصلت إلى وجود علاقة بين مصادر التغطية الصحفية للمواقع عينة الدراسة واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي؛ إذ سيطرت التغطية الإيجابية على تناول موضوعات الذكاء الاصطناعي.

واستهدفت دراسة ميرفت عبد الحميد على (2023)[29] رصد وتحليل تأثير استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مسئولي العلاقات العامة، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبانة، بالتطبيق على 200 مفردة من مسئولي العلاقات العامة في عدد من المؤسسات الخدمية والإنتاجية الحكومية والخاصة، خلال الفترة من سبتمبر 2022 حتى أكتوبر 2022، وتوظيف

مدخلي انتشار المستحدثات والنموذج المُوحَّد لقبول واستخدام التكنولوجيا، وقد أكدت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد ممارسي العلاقات العامة على تقنيات الذكاء الاصطناعي وآرائهم في التأثيرات الإيجابية الناتجة عن استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد ممارسي العلاقات العامة على تقنيات الذكاء الاصطناعي والفوائد المتوقع تحقيقها من تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مع وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة تأثير استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في التسويق الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي والملامح المستقبلية لاستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مجالات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في التسويق الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتقييمهم لوضع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير في التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثانى: دراسات تناولت الأخبار الزائفة:

حاولت دراسة ممدوح عبد الله مكاوي (2020)[30]، في إطار الاهتمام البحثي بظاهرة الأخبار الزائفة، التطرق لعدد من البحوث في السياق الذي تعمل فيه الأخبار الزائفة (مثل النظام الاجتماعي والثقافي والتاريخي، وكذلك النظام السياسي، إلى جانب طبيعة الأحداث، مثل الانتخابات أو المناقشة العامة للقضايا)، ووجود جانب بحثي آخر يركز على سلسلة الدراسات النقدية؛ للوصول إلى ما وراء قيود الوضع الراهن للنموذج السائد في بحوث الاتصال عبر أبحاث المدرسة الكمية، ويدخل ضمن الاتجاه البحثي النقدي الكيفي تطوير برامج في مجال محو الأمية الإعلامية؛ الذي يُعد أحد المجالات التي يمكن أن تتفوق فيها الدراسات حول الأخبار الزائفة، وتقوم بالفعل بعض الدراسات والبحوث بالبحث في برامج محو الأمية في مواجهة الأخبار الزائفة داخل البيئة الرقمية، واستعرضت الدراسة نتائج (110 دراسات) تناولت ظاهرة الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام، ومفهومها، وتاريخها وتطورها، وتمثلت نتائجها في أن الأخبار الزائفة ليست ظاهرة جديدة، لكن ما ساعد على بروزها كان الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016م، كما أن الدول والحكومات تتجه نحو تجنيد الجيوش الإلكترونية للحفاظ على الأمن السيبراني للمجتمعات من خلال برامج وخوارزميات الذكاء الاصطناعي

للحد من انتشار الأخبار الزائفة، وربطت الدراسات بين المواد الساخرة وانتشار الأخبار الزائفة، وعدّها محركًا قويًا لزعزعة استقرار المجتمعات، واهتمت الدراسات بضرورة التربية الإعلامية ومهارات التفكير الناقد لدى الجمهور، بوصفها أداة فاعلة لدحض الأخبار الزائفة، وكشفت الدراسات عن التدخلات السياسية والقانونية لبعض الدول والحكومات للحد من انتشار الأخبار الزائفة، كما رصدت الدراسات التأثيرات المختلفة لظاهرة الأخبار الزائفة، مع التركيز على الجانب النفسي لدى الجمهور في ضوء التخبطات الإخبارية المتتالية غير الصحيحية، وركَّزت الدراسات على وسائل التواصل الاجتماعى بصفتها محركًا قويًا في سهولة وفورية انتشار الأخبار الزائفة.

واستهدفت دراسة ممدوح مكاوي وآخرون (2020)[31] الكشف عن آليات تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ورصد العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بهذا التداول، وتقديم نموذج مقترح لوصف وتفسير العمليات المرتبطة بتحديد شكله، وذلك في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية، والمهارات التي ينطوي عليها هذا المدخل كمقدمات تفضي إلى نتائج تُفسّر وتُرصد دلالاتها، وأُجريت الدراسة بالتطبيق على عينة قوامها (392) مفردة بواقع 97 مفردة من جمهورية مصر العربية، و99 مفردة من المملكة العربية السعودية، و100 مفردة من دولة الإمارات العربية المتحدة، و96 مفردة من دولة تونس، وروعي في اختيار أفراد العينة مطابقتها وملاءمتها لأهداف الدراسة، وخلصت الدراسة إلى تقديم إطار فلسفي شامل لتفسير ظاهرة تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ وذلك في ضوء مدخل التربية الإعلامية الرقمية، والنماذج المرتبطة بهذا المدخل؛ بما يسهم في رصد أبعاد تلك الظاهرة، والوقوف على كيفية مواجهتها، والحد من آثارها السلبية، ورصدت النتائج العلاقات المختلفة بين مستوى امتلاك مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي مهارات التربية الإعلامية الرقمية الأربع (مهارة الوصول، ومهارة التحليل، ومهارة التقييم، ومهارة إنتاج المحتوى) وتبني الأسلوب الذي يقابلها كل مهارة من أساليب تداول المحتوى الرقمي الزائف التي يطرحها نموذج الدراسة المقترح.

في حين اهتمت بعض الدراسات السابقة باستكشاف استراتيجيات مكافحة المحتوى الزائف في بيئات الاتصال الرقمي؛ وإن جاء هذا الاهتمام محدوداً؛ إذ تطرقت دراستان سابقتان فقط في هذا الإطار؛ هما دراستا (Lee 2018م)[32] و(مها بهنسي 2019)[33]، إلى بحث دور الذي يؤديه مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي في مواجهة الأخبار الزائفة، وأفضل

استراتيجيات مكافحة انتشارها؛ وحددت نتائج هاتين الدراستين تلك الاستراتيجيات في: توعية الجمهور بكيفية البحث عن مصدر المعلومة وعدم التسليم بصحتها حتى وإن توافقت مع قناعاته إلا بعد الرجوع إلى المصادر الأصلية، وكذلك في تغير معتقدات الأفراد وتوعيتهم بالتهديدات المحتملة التي قد تؤثر في خصوصيتهم أو أفكارهم، فضلًا عن تنمية مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ليكونوا أكثر قدرة على تحديد درجة المصداقية التي يتمتع بها المحتوى المنشور عبر هذه المواقع، ومقدار ما به من خلط بين الحقائق والأكاذيب، ودرجة تحيزه، أو تركيزه على جانب وإغفاله آخر، وأخيرًا درجة اتفاق عنوانه مع مضمونه.

ولم يقتصر اهتمام الدراسات السابقة على بحث مخاطر المحتوى الزائف المنشور عبر وسائل الإعلام، وفاعلية التربية الإعلامية في التخفيف من آثاره المحتملة؛ وإنما تجاوزت ذلك ليتطرق بعضها إلى بحث سبل وأدوات كشف هذا المحتوى؛ وفي هذا الإطار حددت دراسة (Jahng, M. R، وآخرون 2020م)[34] الأدوات التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية للكشف عن الأخبار الزائفة، والتحقق من صحة المعلومات المتضمنة بها؛ في: قنوات الاتصال الرسمية، ووسائل الإعلام الإخبارية التقليدية، والمصادر الخارجية. كما أكدت دراسة (Bowe, J. B. 2019م)[35] فاعلية نموذج (*Frayer*)- كأداة تعليمية- في إكساب الطلاب الجامعيين غير المتخصصين المعرفة اللازمة للكشف عن الأخبار الزائفة، كونه يقدم لهم إطارًا مفاهيميًا ومهاريًا مناسبًا يكسبهم القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقة والزائفة، من خلال أربعة خطوات رئيسة تتمثل في: تعريف الأخبار، واستنتاج خصائصها، والتدريب على نماذج لقصص إخبارية حقيقية، وأخيرًا تقديم نماذج لقصص إخبارية زائفة.

واهتمت دراسات سابقة عديدة ببحث المحتوى الزائف المنشور عبر وسائل الإعلام؛ لرصد مخاطر هذا المحتوى، وفاعلية التربية الإعلامية في التخفيف من آثاره المحتملة، وكيفية تحصين من يتعرضون له، وفي هذا الإطار كشفت دراسة (Higdon 2020م)[36] عن وجود عدة تأثيرات سلبية قد يُحدثها المحتوى الزائف المنشور عبر وسائل التواصل الاجتماعي في مستخدميها، يتمثل أهمها في: الذعر الأخلاقي، والتطرف الفكري، فضلًا عن دور هذا المحتوى في تهميش الصحف ووسائل الإعلام، وكذلك في تهديد الديمقراطية والنظام السياسي. وفي السياق ذاته، استهدفت دراسة (Jones-Jang, M. S. وآخرون 2019)[37] الكشف عن دور التربية الإعلامية والمعلوماتية في تحصين الجمهور ضد الآثار السلبية المحتملة للمحتوى الزائف،

وذلك من خلال تقييم ما إذا كان الأفراد الذين مُحيت أميتهم الإعلامية والمعلوماتية، أقدر على كشف المحتوى الزائف مقارنة بغيرهم، وخلُصت هذه الدراسة إلى أن محو الأمية المعلوماتية يُعزز بدرجة كبيرة القدرة على كشف القصص الإخبارية الزائفة، ويقلص من آثارها السلبية.

وفي سياق آخر، حاولت بعض الدراسات السابقة؛ ومنها دراسة (Jang, M. S. وزملائه 2018)[38]، ودراسة (Ralston, S. وزملائه 2018)[39]، ودراسة (Kim, Moravec& Dennis 2019م)[40]؛ رصد مصادر إنتاج المحتوى الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي وأساليب تداوله، واعتمدت هذه الدراسات إما على تحليل شجرة تطور المحتوى المنشور بموقع "تويتر"، أو على تحليل البيانات التي توفرها المؤسسات الإعلامية والبحثية، أو على استقصاء آراء الخبراء، وخلُصت في نتائجها إلى رصد خمسة أساليب لإنتاج المحتوى الزائف عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتصدرها أسلوبا: نشر أخبار كاذبة على لسان وسائل الإعلام الحكومية، أو بيانات ملفقة على لسان المسئولين الحكوميين، كما بيَّنت النتائج أن المحتوى الزائف يُنتَج في الغالب من حسابات مستخدمين عاديين، لكنها غالبًا ما تتضمن روابط لمواقع غير موثوقة، وبيّنت أيضًا وجود اختلافات واضحة بين المحتوى الحقيقي والزائف من حيث أساليب التداول؛ إذ ينتشر المحتوى الحقيقي على نطاق واسع وبسرعة كبيرة على عكس نظيره الزائف، الذي تبين وضوح تأثير نوعية المصدر الذي يقدمه في اتجاهات أفراد الجمهور نحوه، ودرجة استعدادهم لتصديقه.

وخلُصت دراسة (Amazeen & Bucy 2019م)[41] أيضًا إلى أن تدريب الأفراد على مهارات التربية الإعلامية الرقمية يزيد من قدرتهم على التفرقة بين المحتوى الإخباري الصحيح والزائف، ويجعلهم أكثر حصانة، ويجنبهم الوقوع فريسة وضحية لأي خطاب دعائي كاذب ومزيف، وهو ما يثبت فاعلية التربية الإعلامية في تقليص التأثيرات السلبية للمحتوى الزائف؛ ويؤكد أن امتلاك المعرفة العملية بكيفية عمل وسائل الإعلام في مجال صناعة الأخبار يزيد من القدرة على كشف الأخبار الزائفة، ويسهم في ضبط عمليات تداول هذه الأخبار ومشاركتها مع الآخرين. كما خلُصت دراسة (Salma 2019م)[42] إلى فاعلية برامج محو الأمية الرقمية في الحد من الدعاية وخطاب الكراهية الذي قد تحدثه خوارزميات الذكاء الاصطناعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأكدت ضرورة تفعيل برامج التربية الإعلامية لمكافحة التضليل الرقمي، سواء داخل المناهج أو من خلال البرامج التوعية التي تنمي مهارات التحليل والنقد والمشاركة في صناعة المحتوى.

وفي السياق ذاته، أكدت نتائج دراستي (Benková, Z. 2018م)[43] و(Mihailidis, P., & Viotty, S. 2017م)[44] ارتباط التضليل الإعلامي ارتباطًا وثيقًا بمعدلات الأمية الإعلامية داخل المجتمعات الإنسانية، وكذلك أن التربية الإعلامية تمثل أداة فعالة يمكن استخدامها في الكشف عن هذا التضليل ومكافحته، الأمر الذي يتطلب ضرورة تفعيل آليات التربية الإعلامية لضبط أساليب التعبير عن الآراء وتداول الأخبار والمعلومات عبر شبكة الإنترنت، لتكون هذه الآراء وتلك الأخبار والمعلومات أداة فعالة للنقد البنَّاء؛ بما يخلق وسائل إعلام داعمة للصالح العام، قادرة على مواجهة الظواهر السلبية. وأكدت نتائج دراستي (Simmons, T. 2018م)[45] و(McDougall, J. وزملائه 2019)[46] أيضًا أهمية محو الأمية الإعلامية في إكساب الجمهور القدرة على كشف المعلومات المُضَلِلَة والأخبار الزائفة، وفهم السياقات السياسية والاقتصادية لهذه الأخبار، وكذلك معرفة السبب وراء انتشار هذه الأخبار والتعرف على أساليب مكافحتها بطريقة أخلاقية وصادقة.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة في عدة أوجه تمثلت في الآتي:

- تعد بعض نتائج الدراسات السابقة في حد ذاتها حافزًا لإجراء هذه الدراسة، وذلك من خلال الوقوف على أحدث النتائج التي توصل إليها الباحثون السابقون.
- تحديد مشكلة البحث وبلورتها ووضع تساؤلات الدراسة وفروضها.
- الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة.
- كما استفادت الدراسة الحالية من تلك الدراسات في تعريف مفاهيم الدراسة واختيار بعض أدوات جمع البيانات ومقارنة النتائج.
- الوصول إلى المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الاستعانة بها في كتابة الدراسة الحالية.
- التعرف على أهم طرق المعالجة الإحصائية لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على النماذج النظرية المُفسِّرة لتداول المحتوى الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فقد أفضت الأطروحات التي رصدت أبعاد ومجالات المحتوى الزائف المُتداول عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى تبني عدد من النماذج والأطر النظرية المُفسِّرة لكيفية تعامل المستخدمين مع وسائل الإعلام الرقمية؛ بعضها ركَّز على الجمهور بوصفه العامل المؤثر، وبعض آخر ركَّز على الرسالة والسياق الذي يقدم فيه المحتوى للجمهور، ويمكن استعراض تلك النماذج والأطر على النحو الآتي:

- **النموذج المعرفي** *Cognitive Model of Media*:

يستند هذا النموذج إلى الأساس الفلسفي للنظرية المعرفية البنائية، وينطلق من "منظور التمكين" الذي يعطي للمستخدم دوراً في استكشاف طبيعة المحتوى، وينظر له بصفته متلقياً نشطًا، إيجابيًّا وليس سلبيًّا، ويتعامل معه بوصفه جزءاً من صناعة المحتوى في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي[47]، وقدَّم (James Potter) عام 2004م هذا النموذج مشيراً إلى أهمية المعارف في تشكيل اتجاهات الأفراد، وفي تحديد سبل مواجهة المحتوى- الزائف-[48]؛ إذ يفترض وجود خمسة أبنية معرفية، تتمثل في (المعرفة القائمة حول صناعة المحتوى الإعلامي، والمعرفة القائمة حول أيديولوجيته، والمعرفة القائمة حول تأثيراته، والمعرفة القائمة حول بيئته، والمعرفة القائمة حول سبل التعامل معه)، وتتبلور العلاقة بين هذه الأبنية الخمسة وفق النموذج المُشار إليه من خلال افتراضه أن "الأشخاص الأكثر وعياً بطبيعة الصناعة الإعلامية وما يحكمها من أيديولوجيات وتحيزات، وبطبيعة الرسائل الإعلامية التي تبث لهم، والتأثيرات المُراد إحداثها من هذه الرسائل، يكونون أكثر قدرة على تمثيل المعلومات وفهم طبيعة العالم الذي يتعاملون معه؛ ومن ثم يكونون أكثر قدرة على اتخاذ القرار المناسب بشأن التعامل مع المحتوى الرقمي[49].

- **النموذج التفاعلي أو التشاركي** *Interactive and Participatory Paradigm*:

ظهر هذا النموذج مع انتشار وسائل الإعلام الجديدة التي مكَّنت مستخدميها من المشاركة في صناعة المحتوى الرقمي المنشور عبرها؛ وهو ما ارتبط بتطور مفهوم التربية الإعلامية؛ لتتجاوز مرحلة تعرض المستخدمين لمحتوى الوسيلة، إلى مرحلة تحولهم إلى منتجين للمحتوى الرقمي المنشور عبرها؛ أي تحولهم إلى مؤثرين، ويفترض النموذج التفاعلي أو التشاركي أو ما يُطلق عليه اسم نموذج "دافع الحماية" وجود أربعة متغيرات

تُشكل دوافع المستخدمين لإنتاج المحتوى الرقمي أو تداوله، تتمثل في: إدراكهم شدة التهديد، وتعني إدراكهم أن شبكة الإنترنت قد تمثل بيئة خصبة لنشر المحتوى الزائف وتداوله، وقابليتهم للتهديد، وتعني أن كل مستخدم من المحتمل أن يكون عرضة لهذا المحتوى؛ وفاعلية استجاباتهم، وتتمثل في التدابير الوقائية التي يتخذها المستخدمون لتجنب المحتوى الزائف، وفاعليتهم الذاتية، وتتمثل في السلوكيات الإيجابية التي يفعلونها لتصحيح المحتوى الزائف الذي قد يتعرضون له عبر وسائل التواصل الاجتماعي(50).

تساؤلات الدراسة:

تحاول الدراسة الحالية الإجابة عن تساؤل رئيسي هو: "ما درجة اتجاه الأكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار بالمواقع الإخبارية التلفزيونية لكشف الأخبار الزائفة؟"، وذلك من خلال الإجابة عن التساؤلات الآتية:

1- ما مستوى معرفة الأكاديميين والمهنيين بتقنيات الذكاء الاصطناعي؟
2- ما مستوى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية؟
3- ما درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
4- ما حجم تعرض الأكاديميين والمهنيين للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية؟
5- ما أهم أشكال وأنواع الأخبار الزائفة التي يتعرض لها المبحوثون على المواقع الإخبارية؟
6- ما درجة ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة؟
7- ما درجة تفاعل المبحوثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية؟
8- ما تأثير المتغيرات الديموجرافية في اتجاهات المبحوثين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة؟

فروض الدراسة:

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعًا لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية.
2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعًا لاختلاف درجة معرفتهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية.

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعًا لاختلاف درجة اهتمامهم بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية.

4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعًا لاختلاف درجة ثقتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة.

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية تبعًا لاختلاف درجة ثقتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة.

6- توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.

7- توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا بين مستوى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.

8- توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا بين مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الكاذبة ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.

9- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية تبعًا لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج الدراسة الحالية ضمن **البحوث الوصفية الكمية**؛ التي تهتم برصد واقع الظاهرة المعينة بشكلٍ يتسم بالموضوعية والانتظام؛ بغية توصيفها بدقة، وفهمها درجة متعمقة، وتفسيرها، فضلًا عن إمكانية التنبؤ بها في المستقبل[76]، ويتيح هذا النوع من الدراسات استخدام الأساليب الرياضية والإحصائية في الإجابة عن تساؤلات الدراسة، واختبار فروضها العلمية نحو مزيد من الموضوعية والدقة في النتائج، كما أنها تُتيح للباحثة مجالًا لسرد التفسيرات العلمية لها -أي النتائج- بأسلوبٍ كيفي، وتوظِّف الدراسة الحالية **منهج المسح** لتحقيق مستويات عالية من الدقة والانتظام في توصيف وتحليل العلاقات القائمة بين المتغيرات

محل الدراسة؛ فضلًا عن استخلاص نتائج ذات دلالة تُضاف إلى التراكم العلمي بدرجات ثقة عالية.

- مجتمع الدراسة واختيار العينة:

تحدد مجتمع الدراسة في الأكاديميين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية المتخصصين في الإعلام والقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية، ويرجع اختيار الباحثة للأكاديميين والمهنيين، إذ تعد هذه الفئات أكثر خبرة ودراية بتقنيات الذكاء الاصطناعي واستخدامها في مجال الإعلام، ولجأت الباحثة إلى استخدام العينة العشوائية المتاحة، وطبقت الدراسة على عينة من الأكاديميين والمهنيين في جمهورية مصر العربية، وقد قامت الباحثة بغلق جميع أسئلة الاستبانة عند تصميمها على جوجل درايف بحيث لا يسمح للمبحوث إرسال الرد دون الإجابة عن جميع أسئلة الاستبانة، ومن ثم كانت جميع الردود على الاستبانة صحيحة ولا توجد نسبة خطأ، وبذلك كان حجم العينة النهائي (395) مفردة من الأكاديميين والمهنيين، روعيت فيها المتغيرات الديموجرافية أثناء تصميم الاستبانة، وجاءت خصائص العينة على النحو الآتي:

جدول (1)

توزيع عينة الدراسة وفقًا للنوع والوظيفة والسن وسنوات الخبرة في المجال

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	190	48.10
	إناث	205	51.90
الوظيفة	أكاديمي	267	67.60
	مهني	128	32.40
السن	أقل من 30 سنة	105	26.60
	من 30 إلى أقل من 45 سنة	178	45.10
	من 45 سنة فأكثر	112	28.40
سنوات الخبرة في المجال	أقل 10 سنوات	96	24.30
	من 10 إلى أقل من 20 سنة	151	38.20
	20 سنة أو أكثر	148	37.50
المجموع		395	100

- أدوات الدراسة:

استخدمت الباحثة أداة الاستبانة لجمع بيانات الدراسة، وتتكون من 14 سؤالًا، عبارة عن عدة مقاييس موضحة فيما يلي، إضافة إلى البيانات الشخصية ومتغيرات الدراسة المتمثلة في النوع (ذكور- إناث)، والسن (أقل من 30 سنة – من 30 سنة إلى أقل من 45 سنة – من 45 سنة فأكثر)، والوظيفة (أكاديمي- مهني)، وسنوات الخبرة في المجال (أقل من 10 سنوات- من 10 إلى أقل من 20 سنة- من 20 سنة فأكثر)، وجُمعت بيانات الدراسة من خلال تطبيق الاستبانة إلكترونيًا بتصميمها على موقع جوجل درايف، والنشر عبر موقعي التواصل الاجتماعي فيس بوك وواتساب للوصول إلى عينة الدراسة، وأُطلقت الاستمارة لمدة زمنية قدرها ثلاثة أسابيع خلال شهر نوفمبر من عام 2023.

- خطوات تقنين أداة الدراسة:

أولًا: صدق الاستبانة:

يُقصد بصدق الاختبار صحته في قياس ما يدعي قياسه، والاختبار الصادق يقيس ما وضع لقياسه[51]، وللتحقق من صدق الاستبانة اعتمدت الباحثة على ثلاث طرق مختلفة، هي: الصدق المنطقي، والصدق الظاهري أو صدق المحكمين، وصدق الاتساق الداخلي.

أ- **الصدق المنطقي (صدق المحتوى):** اعتمدت الباحثة في بناء الاستبانة واختيار العبارات المكونة لأبعادها على الدراسات السابقة التي اتخذت من تقنيات الذكاء الاصطناعي موضوعًا لها، وكذلك اشتقت بعض عبارات الاستبانة من بعض المقاييس الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، واستكملت بقية عبارات الاستبانة من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلى تمتع المقاييس الفرعية للاستبانة بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي، وأن الاستبانة صالحة للتطبيق.

ب- **الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:** عُرضت الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات المصرية، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الاستبانة، وقد أقرَّ المحكمون بصلاحية الاستبانة بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، والإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها 90٪ فأكثر، وحذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداها المحكمون؛ إذ انتهى عدد تساؤلات الاستبانة إلى 14 سؤالًا.

جـ- صدق الاتساق الداخلي: بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبانة والدرجة الكلية، وذلك لمعرفة درجة ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبانة، ولهدف التحقق من صدق الاستبانة، ويتضح ذلك من خلال الجدول الآتي.

جدول (2)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبانة

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
قياس مستوى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي	0.432	دالة عند 0.01
قياس مستوى استخدام المبحوثين تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية	0.702	دالة عند 0.01
قياس مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي	0.664	دالة عند 0.01
قياس مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية	0.682	دالة عند 0.01
قياس مستوى تفاعل المبحوثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية	0.687	دالة عند 0.01
قياس مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية	0.779	دالة عند 0.01
قياس مستوى اتجاهات المبحوثين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية	0.498	دالة عند 0.01

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبانة تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائيا عند مستوى دلالة أقل من 0.01، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبانة بين (0.432، 0.779)، وهذا دليل كافٍ على أن المقاييس المكونة لأداة الدراسة تتمتع بمعامل صدق عال.

ثانيا: ثبات الاستبانة:

يُقصد بثبات الاستبانة عادة أن تكون على درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما تُزوِّد به من بيانات عن سلوك المبحوث[52]، والاختبار الثابت هو الذي يعطي النتائج نفسها (تقريبًا) إذا طبق على الأشخاص أنفسهم في فرصتين مختلفتين[53]، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبانة أداة الدراسة على عينة قوامها (40) مفردة من الأكاديميين والمهنيين، وهو ما يمثل 10٪ من حجم العينة، وذلك باستخدام طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة، وبطريقة التجزئة النصفية لسبيرمان - بروان.

أ- طريقة إعادة التطبيق: طُبِّقت الاستبانة على عينة مكونة من 40 مفردة من الأكاديميين والمهنيين ثم أُعيد تطبيقها مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم حسبت الباحثة معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني،

وأشارت معاملات الارتباط إلى الاتفاق بين الإجابات على كل بعد من أبعاد الاستبانة بين التطبيقين الأول والثاني بنسبة بلغت 0.887، ويتضح ذلك من الجدول الآتي:

جدول (3)
معامل ثبات الاستبانة وأبعادها المختلفة

م	البعد	معامل الثبات	مستوى الدلالة
1	قياس مستوى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي	0.895	دالة عند 0.01
2	قياس مستوى استخدام المبحوثين تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية	0.534	دالة عند 0.01
3	قياس مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي	0.784	دالة عند 0.01
4	قياس مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية	0.618	دالة عند 0.01
5	قياس مستوى تفاعل المبحوثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية	0.627	دالة عند 0.01
6	قياس مستوى تعرض المبحوثين للأخ بار الزائفة ع بر المواقع الإخبارية	0.728	دالة عند 0.01
7	قياس مستوى اتجاهات المبحوثين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية	0.578	دالة عند 0.01
	الدرجة الكلية	0.879	دالة عند 0.01

يتضح من الجدول السابق تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (0.578 – 0.895) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى 0.01، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبانة قد بلغ 0.879، وهي نسبة توحي بالثقة في صلاحية الاستبانة أداة من أدوات الدراسة.

ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H): كما حسبت الباحثة معامل ثبات كل مقياس فرعي من المقاييس المكونة للاستبانة، ومعامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة مع بعضها، وكذلك معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة مع الدرجة الكلية وفقًا لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جدول (4)
معامل ثبات الاستبيان وأبعاده وفقا (التجزئة النصفية لجتمان– سبيرمان وبراون).

م	البعد	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	معامل ارتباط سبيرمان – براون
1	قياس مستوى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي	0.589	0.621
2	قياس مستوى استخدام المبحوثين تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية	0.669	0.712
3	قياس مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي	0.687	0.754
4	قياس مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية	0.645	0.598
5	قياس مستوى تفاعل المبحوثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية	0.745	0.821
6	قياس مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية	0.498	0.532
7	قياس مستوى اتجاهات المبحوثين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية	0.582	0.665
*	معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها	0.798	0.842
*	ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية	0.865	0.798

يتضح من الجدول السابق أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة حققت معاملات ثبات على درجة معقولة ومقبولة علميًا؛ إذ تراوحت معاملات ثبات الأبعاد وفقًا لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين 0.498 – 0.745 ، بينما تراوح معامل ثبات الأبعاد وفقًا لمعامل ارتباط سبيرمان وبراون ما بين 0.532-0.821، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع بعضها فقد كانت 0.798 وفقًا لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقًا لمعامل سبيرمان – براون 0.842، وهي معاملات ثبات عالية تدل على ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة مع الدرجة الكلية فقد كانت 0.865 وفقًا لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت 0.798 وفقًا لمعامل سبيرمان وبراون، وهي معاملات ثبات عالية تشير إلى ثبات الاستبانة وصلاحيتها للاستخدام.

جـ- حساب ثبات الاستبانة بطريقة ألفا كرونباج:

تعتمد معادلة ألفا كرونباج على تباينات بنود المقياس، وتشترط أن تقيس بنود الاختبار سمة واحدة فقط، لذلك اعتمدت الباحثة على حساب معامل الثبات لكل بعد على انفراد، ثم حساب معامل ثبات الاستبانة ككل، والجدول الآتي يوضح ذلك.

جدول (5)
معامل ثبات ألفا كرونباج لأبعاد الاستبانة والدرجة الكلية

المجال	قيمة ألفا
قياس مستوى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي	0.612
قياس مستوى استخدام المبحوثين تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية	0.576
قياس مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي	0.584
قياس مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية	0.658
قياس مستوى تفاعل المبحوثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية	0.538
قياس مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية	0.495
قياس مستوى اتجاهات المبحوثين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية	0.545
المقياس ككل	0.887

تشير البيانات في الجدول السابق إلى قيم معامل الثبات لإجابات المبحوثين، وتراوحت قيمة معامل ألفا ما بين (0.538 – 0.612)، وهي توحي بثبات الاستبانة، كما تشير قيمة معامل الثبات ألفا إجمالًا إلى ثبات الاستبانة وقدرتها على قياس ما وضع لقياسه، فقد بلغت قيمته 0.887.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

أ- مقياس مستوى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي: لقياس مستوى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي استخدمت الباحثة مقياسًا يتكون من 9 أسئلة معرفية في الاستبانة، في صورة صح أو خطأ، واختار الإجابة الصحيحة من بين ثلاث إجابات، واحتساب نقطة لكل سؤال، وبجمع الدرجات لكل مبحوث نتج مقياس تراوحت درجاته بين 0: 9 درجة، وُزِّع إلى ثلاثة مستويات: من 0 إلى 3 درجات منخفض مستوى المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، ومن 4 على 6 درجات متوسط مستوى المعرفة، ومن 7 إلى 9 درجات مرتفع مستوى المعرفة.

ب- مقياس مستوى استخدام المبحوثين تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية: لقياس مستوى استخدام المبحوثين تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية استخدمت الباحثة مقياسًا يتكون من 3 أسئلة في الاستبانة عن معدل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، وكم مرة يستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في الأسبوع، والمدة الزمنية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع

الإخبارية في اليوم، وبجمع الدرجات لكل مبحوث نتج مقياس تراوحت درجاته بين 3: 11 درجة، وُزِّع إلى ثلاثة مستويات: من 3 إلى 5 درجات منخفض استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، ومن 6 على 8 درجات متوسط درجة الاستخدام، ومن 9 إلى 11 درجة مرتفع درجة الاستخدام.

جـ- مقياس مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي: لقياس مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي، كُوِّن مقياس تجميعي بطريقة ليكرت الثلاثية، يتكون من (8) عبارات، وبحساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث تراوحت الدرجات بين 8 إلى 24 درجة، قُسِّمت إلى ثلاثة مستويات؛ **الأول** مستوى منخفض مستوى الاهتمام ويحصل على الدرجة 8 إلى 13، **والثانى** متوسط مستوى الاهتمام ويحصل على الدرجة من 14 إلى 19، **والثالث** مرتفع مستوى الاهتمام ويحصل على الدرجة من 20 إلى 24.

د- مقياس مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى لكشف الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية: لقياس مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية، أضافت الباحثة سؤالًا في الاستبانة يشير إلى تحديد المبحوث من ضمن 9 درجات، الدرجة التي يعتقد أنها تمثل فعلًا مستوى ثقته في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية، والمبحوث الذي يحدد الدرجة من 1: 3 يعد من منخفضي مستوى الثقة، ومن 4: 6 من متوسطي مستوى الثقة، ومن 7: 9 من مرتفعي مستوى الثقة، إضافة إلى مقياس تجميعى بطريقة ليكرت الثلاثية، يتكون من (10) عبارات، وبحساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث تراوحت الدرجات بين 10 إلى 30 درجة، قُسِّمت إلى ثلاثة مستويات؛ الأول مستوى منخفض من الثقة ويحصل على الدرجة 10 إلى 16، والثاني مستوى متوسط من الثقة ويحصل على الدرجة من 17 إلى 23، والثالث مستوى مرتفع من الثقة ويحصل على الدرجة من 24 إلى 30 . وبناءً عليه جمعت درجات السؤالين للوصول إلى المستوى الحقيقي.

هـ- مقياس مستوى تفاعل المبحوثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية: لقياس مستوى تفاعل المبحوثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، كُوِّن مقياس تجميعي بطريقة ليكرت الثلاثية، يتكون من (10) عبارات، وبحساب الدرجة الكلية على

المقياس لكل مبحوث تراوحت الدرجات بين 10 إلى 30 درجة، قُسِّمت إلى ثلاثة مستويات؛ **الأول** منخفض مستوى التفاعلية ويحصل على الدرجة 10 إلى 16، **والثانى** متوسط مستوى التفاعلية ويحصل على الدرجة من 17 إلى 23، **والثالث** مرتفع مستوى التفاعلية ويحصل على الدرجة من 24 إلى 30.

و- مقياس مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية: لقياس مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية، استخدمت الباحثة مقياساً يتكون من 3 أسئلة في الاستبانة عن التعرض للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية، وكم مرة يتعرض للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية في الأسبوع، وعدد الأخبار الزائفة التي تعرض لها خلال الفترة الماضية، وجُمعت الدرجات لكل مبحوث فنتج مقياس تراوحت درجاته بين 3: 11 درجة، وُزِّع إلى ثلاثة مستويات: من 3 إلى 5 درجات منخفض التعرض للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية، ومن 6 على 8 درجات متوسط درجة التعرض، ومن 9 إلى 11 درجة مرتفع درجة التعرض.

ز- مقياس مستوى اتجاهات المبحوثين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى لكشف الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية: لقياس مستوى الاتجاه، كُوِّن مقياس تجميعي بطريقة ليكرت الثلاثية، يتكون من (12) عبارة، وبحساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث تراوحت الدرجات بين 12 إلى 36 درجة، قُسِّمت إلى ثلاثة مستويات: **الأول** اتجاه سلبي ويحصل على الدرجة 12 إلى 19، **والثانى** اتجاه محايد ويحصل على الدرجة من 20 إلى 27، **والثالث** اتجاه إيجابي ويحصل على الدرجة من 28 إلى 36.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

لاستخراج نتائج الدراسة استخدمت الباحثة البرنامج الإحصائي (spss) باستخدام بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة، مثل:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

3- تحليل التباين ذي البُعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.

4- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference، المعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين وجود فرق بينها.

5- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية

بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

6- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الدراسة.

7- اختبار كا2 لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي.

8- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2.

9- اختبار "Z .Test " لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين.

نتائج الدراسة الميدانية:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الأكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار بالمواقع الإخبارية التلفزيونية لكشف الأخبار الزائفة، وفي إ طار منهج المسح طُبِّقت استبانة إلكترونية على عينة الدراسة وقوامها (395) مفردة من الأكاديميين والمهنيين في مجال الإعلام، عبر موقع جوجل درايف، وأُطلقت عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمدة ثلاثة أسابيع، ووصل عدد الاستجابات على الاستبانة إلى 395 مفردة، مع مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي تعرض الباحثة أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أُجريت على عينة من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية من المتخصصين في مجال الإعلام، وعينة من القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة, وهو ما يعكس سمات وخصائص العينة في علاقتها بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، الأمر الذي يساعد على معرفة اتجاهات الأكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار بالمواقع الإخبارية التلفزيونية لكشف الأخبار الزائفة، وقد أسفر تحليل استجابات المبحوثين التي تضمنتها بيانات الاستبانة بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على التحقق من أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

1- معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي:

جدول (6)

معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي وفقاً للوظيفة

الوظيفة / مستوى المعرفة	أكاديميين		مهنيين		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
بدرجة كبيرة	108	40.45	48	37.50	156	39.49
بدرجة متوسطة	123	46.07	47	36.72	170	43.04
بدرجة منخفضة	36	13.48	33	25.78	69	17.47
الإجمالي	267	100	128	100	395	100

قيمة كا^2= 9.439 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.153 مستوي الدلالة = دالة عند 0.01

بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 9.439، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.01، أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.153 تقريبًا، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيًا بين الوظيفة (أكاديميين - مهنيين) ومستوى معرفة المبحوثين- إجمالي مفردات عينة الدراسة - بتقنيات الذكاء الاصطناعي، كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من لديهم معرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 39.49٪، موزعة بين 40.45٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 37.50٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، وبلغت نسبة من لديهم معرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 43.04٪ موزعة بين 46.07٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 36.72٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، بينما بلغت نسبة من لديهم معرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 17.47٪ موزعة بين 13.48٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 25.78٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين.

2- استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية:

جدول (7)

استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية وفقًا للوظيفة

الوظيفة / مستوى الاستخدام	أكاديميين		مهنيين		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
بدرجة كبيرة	64	23.97	39	30.47	103	26.08
بدرجة متوسطة	94	35.21	34	26.56	168	42.53
بدرجة منخفضة	109	40.82	15	11.72	124	31.39
الإجمالي	267	100	128	100	395	100

قيمة كا^2= 35.145 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.286 مستوي الدلالة = دالة عند 0.001

بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 35.145، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.001، أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.286 تقريبًا، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيًا بين الوظيفة (أكاديميين - مهنيين) ومستوى استخدام المبحوثين- إجمالي مفردات عينة الدراسة - لتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 26.08٪، موزعة بين 23.97٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 30.47٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، وبلغت نسبة من يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة

الدراسة 42.53٪ موزعة بين 35.21٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 26.56٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، بينما بلغت نسبة من يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 31.39٪ موزعة بين 40.82٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 11.72٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين.

3- موقف المبحوثين من العبارات التى تقيس درجة الاهتمام بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية:

جدول (8)

موقف المبحوثين من العبارات التى تقيس درجة الاهتمام بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية

درجة الاهتمام / العبارة	كبيرة		متوسطة		قليلة		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الترتيب	درجة الاهتمام
	ك	٪	ك	٪	ك	٪				
ممكن أن أطلع على أكثر من وسيلة إعلامية كي أتعرف على حقيقة المضامين المتعلقة بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية	245	62.03	114	28.86	36	9.11	2.53	0.66	1	مرتفع
تفضل الاحتفاظ بالمضامين المتعلقة بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية بعد الاطلاع عليها	223	56.46	128	32.41	44	11.14	2.45	0.69	2	مرتفع
أشارك بالتعليق على المضامين المتعلقة بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية	211	53.42	136	34.43	48	12.15	2.41	0.70	3	مرتفع
الاهتمام بالقضايا والمضامين المتعلقة بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية مفيد مستقبلًا	195	49.37	141	35.70	59	14.94	2.34	0.73	4	مرتفع
تهتم بمناقشة المضامين المتعلقة بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية مع الآخرين	203	51.39	120	30.38	72	18.23	2.33	0.77	5	متوسط
تجد نفسك مستغرقا في التفكير في بعض الأمور والقضايا المتعلقة بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية	179	45.32	162	41.01	54	13.67	2.32	0.70	6	متوسط
تهتم بمتابعة المضامين المتعلقة بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية	168	42.53	161	40.76	66	16.71	2.26	0.73	7	متوسط
تهتم بمتابعة المضامين ذات الصلة بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية	169	42.78	146	36.96	80	20.25	2.23	0.76	8	متوسط
جملة من سئلوا	ن= 395						2.36	0.72	--	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى **موقف المبحوثين من العبارات التى تقيس درجة الاهتمام بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية**، التي جاءت بمستوى مرتفع، فقد جاءت بمتوسط حسابي 2.36، بينما تراوح تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات "ممكن أن أطلع على أكثر من وسيلة إعلامية كي أتعرف على حقيقة المضامين المتعلقة بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية"؛ إذ جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.53، وجاءت "تفضل الاحتفاظ بالمضامين المتعلقة بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بعد الاطلاع عليها" في الترتيب الثاني، فقد جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.45، وجاءت "أشارك بالتعليق على المضامين المتعلقة بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية" في الترتيب الثالث؛ إذ جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.41، وجاءت "الاهتمام بالقضايا والمضامين المتعلقة بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية مفيد مستقبلًا" في الترتيب الرابع؛ إذ جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.34، وجاءت "تهتم بمناقشة المضامين المتعلقة بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية مع الآخرين" في الترتيب الخامس؛ إذ جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي 2.33.

- درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية:

جدول (9)

درجة اهتمام المبحوثين بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية وفقًا للوظيفة

الوظيفة / مستوى الاهتمام	أكاديميين		مهنيين		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
بدرجة كبيرة	124	46.44	44	34.38	168	42.53
بدرجة متوسطة	97	36.33	64	50.00	161	40.76
بدرجة منخفضة	46	17.23	20	15.63	66	16.71
الإجمالى	267	100	128	100	395	100

قيمة كا^2= 7.062 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.133 مستوي الدلالة = دالة عند 0.05

بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 7.062، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.05، أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.133 تقريبًا، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيًا بين الوظيفة (أكاديميين - مهنيين) واهتمام المبحوثين– إجمالي مفردات عينة الدراسة – بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يهتمون بمتابعة تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 42.53٪، موزعة بين 46.44٪ من إجمالي مفردات

عينة الأكاديميين في مقابل 34.38٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، وبلغت نسبة من يهتمون بمتابعة تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 40.76٪ موزعة بين 36.33٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 50.00٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، بينما بلغت نسبة من يهتمون بمتابعة تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 16.71٪ موزعة بين 17.23٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 15.63٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين.

4- تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية:

جدول (10)

تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية وفقًا للوظيفة

الوظيفة / معدل التعرض	أكاديميين		مهنيين		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
بدرجة كبيرة	58	21.72	61	47.66	119	30.13
بدرجة متوسطة	137	51.31	51	39.84	188	47.59
بدرجة منخفضة	72	26.97	16	12.50	88	22.28
الإجمالى	267	100	128	100	395	100

قيمة كا^2= 29.833 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.265 مستوي الدلالة = دالة عند 0.001

بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 29.833، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.001، أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.265 تقريبًا، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيًا بين الوظيفة (أكاديميين - مهنيين) وتعرض المبحوثين- إجمالي مفردات عينة الدراسة - للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتعرضون للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 30.13٪، موزعة بين 21.72٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 47.66٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، وبلغت نسبة من يتعرضون للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 47.59٪ موزعة بين 51.31٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 39.84٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، بينما بلغت نسبة من يتعرضون للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 22.28٪ موزعة بين 26.97٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 12.50٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين.

5- أهم أشكال وأنواع الأخبار الزائفة التى يتعرض لها المبحوثون على المواقع الإخبارية:

جدول (11)

أهم أشكال وأنواع الأخبار الزائفة التي يتعرض لها المبحوثون على المواقع الإخبارية وفقاً للوظيفة

الوظيفة / أنواع الأخبار الزائفة	أكاديميين		مهنيين		الإجمالى		قيمة Z	الدلالة	الترتيب
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
عناوين مستفزة	162	60.67	87	67.97	249	63.04	1.404	غير دالة	1
شاهد قبل الحذف	148	55.43	68	53.13	216	54.68	0.430	غير دالة	2
عناوين غير مرتبطة بالمحتوى	148	55.43	58	45.31	206	52.15	1.882	غير دالة	3
لن تصدق ماذا حدث	126	47.19	57	44.53	183	46.33	0.496	غير دالة	4
فضيحة الفنانة X	110	41.20	45	35.16	155	39.24	1.150	غير دالة	5
انتحال صفحات موثقة	106	39.70	49	38.28	155	39.24	0.270	غير دالة	5
ترويج الأخبار الساخرة	86	32.21	46	35.94	132	33.42	0.734	غير دالة	6
وفاة فنان مشهور	82	30.71	30	23.44	112	28.35	1.499	غير دالة	7
جملة من سئلوا	267		128		395				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أشكال وأنواع الأخبار الزائفة التي يتعرض لها المبحوثون على المواقع الإخبارية وفقًا للوظيفة، وقد جاء في الترتيب الأول عناوين مستفزة، بنسبة بلغت 63.04٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 60.67٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 67.97٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، وتتقارب النسبتان؛ إذ إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.404، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وجاء في الترتيب الثاني شاهد قبل الحذف، بنسبة بلغت 54.68٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 55.43٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 53.13٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، وتتقارب النسبتان، إذ إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.430، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وجاء في الترتيب الثالث عناوين غير مرتبطة بالمحتوى، بنسبة بلغت 52.15٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 55.43٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 45.31٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، وتتقارب النسبتان، إذ إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.882، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

6- موقف المبحوثين من العبارات التى تقيس درجة الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى للكشف عن الأخبار الزائفة:

جدول (12)

موقف المبحوثين من العبارات التى تقيس درجة الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى للكشف عن الأخبار الزائفة

العبارة / درجة الثقة	كبيرة		متوسطة		قليلة		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الترتيب	درجة الثقة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪				
أشعر مع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالكفاية التي لا أجدها مع أي وسيلة إعلامية أخرى مصدرا للمعلومات	267	67.59	96	24.30	32	8.10	2.59	0.64	1	مرتفع
تتمتع تقنيات الذكاء الاصطناعى بمصداقية لدى معظم الناس	260	65.82	107	27.09	28	7.09	2.59	0.62	1	مرتفع
ما نقرأه تكتمل جوانبه باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	225	56.96	122	30.89	48	12.15	2.45	0.70	2	مرتفع
تقنيات الذكاء الاصطناعي تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظرة	219	55.44	132	33.42	44	11.14	2.44	0.69	3	مرتفع
تقنيات الذكاء الاصطناعي أفضل لأنها تكشف لنا معلومات عن الأخبار الزائفة	207	52.41	140	35.44	48	12.15	2.40	0.70	4	مرتفع
تطرح تقنيات الذكاء الاصطناعى حلولًا للمشكلات المتعلقة بالأخبار الزائفة	207	52.41	132	33.42	56	14.18	2.38	0.72	5	مرتفع
تقدم لنا تقنيات الذكاء الاصطناعي ما نريد أن نعرفه عن الأخبار الزائفة	187	47.34	158	40.00	50	12.66	2.35	0.69	6	مرتفع
تطرح تقنيات الذكاء الاصطناعى موضوعات عن الأخبار الزائفة بحيادية ولا تغفل السلبيات	191	48.35	136	34.43	68	17.22	2.31	0.75	7	متوسط
من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي نستطيع نشر وجهات نظر مختلفة عن المضامين التى تتناولها والمتعلقة بالأخبار الزائفة	184	46.58	143	36.20	68	17.22	2.29	0.74	8	متوسط
جملة من سئلوا	ن= 395						2.42	0.69	--	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى **موقف المبحوثين من العبارات التى تقيس درجة الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى للكشف عن الأخبار الزائفة**، وقد جاءت بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي 2.42، وتراوحت تقديرات استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات تتمتع تقنيات الذكاء الاصطناعي بمصداقية لدى معظم الناس، وأشعر مع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالكفاية التي لا أجدها مع أي وسيلة إعلامية أخرى مصدراً للمعلومات، بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي

2.59، وجاءت ما نقرأه تكتمل جوانبه باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الترتيب الثاني بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.45، وجاءت تقنيات الذكاء الاصطناعي تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظرة في الترتيب الثالث بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.44، وجاءت تقنيات الذكاء الاصطناعي أفضل لأنها تكشف لنا معلومات عن الأخبار الزائفة في الترتيب الرابع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.40، وجاءت تطرح تقنيات الذكاء الاصطناعي حلولًا للمشكلات المتعلقة بالأخبار الزائفة في الترتيب الخامس بدرجة تقدير متوسط بمتوسط حسابي 2.38.

- ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة:

جدول (13)

ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة وفقًا للوظيفة

الوظيفة / مستوى الثقة	أكاديميين		مهنيين		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
بدرجة كبيرة	150	56.18	37	28.91	187	47.34
بدرجة متوسطة	92	34.46	66	51.56	158	40.00
بدرجة منخفضة	25	9.36	25	19.53	50	12.66
الإجمالي	267	100	128	100	395	100

قيمة كا^2= 26.990 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.253 مستوي الدلالة = دالة عند 0.001

بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 26.990، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.001، أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.253 تقريبًا، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيًا بين الوظيفة (أكاديميين - مهنيين) ومستوى ثقة المبحوثين- إجمالي مفردات عينة الدراسة - في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يثقون في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 47.34٪، موزعة بين 56.18٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 28.91٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، وبلغت نسبة من يثقون في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 40.00٪ موزعة بين 34.46٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 51.56٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، بينما بلغت نسبة من يثقون في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 12.66٪ موزعة بين 9.36٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 19.53٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين.

7- موقف المبحوثين من العبارات التى تقيس درجة التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية:

جدول (14)

موقف المبحوثين من العبارات التى تقيس درجة التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية

العبارة / درجة التفاعل	كبيرة		متوسطة		قليلة		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الترتيب	درجة التفاعل
	ك	٪	ك	٪	ك	٪				
أرسل المضامين المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي إلى الأصدقاء في غرف الدردشة	279	70.63	84	21.27	32	8.10	2.63	0.63	1	مرتفع
مشاركة المضامين المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي على صفحات أصدقائي	235	59.49	108	27.34	52	13.16	2.46	0.72	2	مرتفع
أشارك في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعى	216	54.68	131	33.16	48	12.15	2.43	0.70	3	مرتفع
أكتب رأيي في تعليق عن المضامين المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي	192	48.61	155	39.24	48	12.15	2.36	0.69	4	مرتفع
أراسل المحرر أو الموقع الإخباري بالبريد الإلكتروني للاستفسار عن المضامين المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعى	195	49.37	136	34.43	64	16.20	2.33	0.74	5	متوسط
أشارك المضامين المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي على حساباتي بمواقع التواصل الاجتماعي	184	46.58	155	39.24	56	14.18	2.32	0.71	6	متوسط
أفتح الروابط المرافقة للمضامين المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي للاستزادة بالمعلومات	191	48.35	137	34.68	67	16.96	2.31	0.75	7	متوسط
أبحث داخل الأرشيف عن خلفيات وجذور المضامين المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعى	184	46.58	141	35.70	70	17.72	2.29	0.75	8	متوسط
أشارك في المنتديات والمدونات المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي	188	47.59	118	29.87	89	22.53	2.25	0.80	9	متوسط
أحفظ المضامين المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي	152	38.48	179	45.32	64	16.20	2.22	0.71	10	متوسط
جملة من سئلوا	ن= 395						2.36	0.72	--	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى **موقف المبحوثين من العبارات التى تقيس درجة التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية**، وقد جاءت بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي 2.36، بينما تراوحت تقديرات استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات أرسل المضامين المتعلقة بتقنيات الذكاء

الاصطناعي إلى الأصدقاء في غرف الدردشة، بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.63، وجاءت مشاركة المضامين المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي على صفحات أصدقائي في الترتيب الثاني بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.46، وجاءت أشارك في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الترتيب الثالث بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.43، وجاءت أكتب رأيي في تعليق عن المضامين المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الترتيب الرابع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.36، وجاءت أراسل المحرر أو الموقع الإخباري بالبريد الإلكتروني للاستفسار عن المضامين المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الترتيب الخامس بدرجة تقدير متوسط بمتوسط حسابي 2.33.

- تفاعل المبحوثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية:

جدول (15)

تفاعل المبحوثين مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية وفقًا للوظيفة

الوظيفة / مستوى التفاعل	أكاديميين		مهنيين		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
بدرجة كبيرة	81	30.34	71	55.47	152	38.48
بدرجة متوسطة	136	50.94	43	33.59	179	45.32
بدرجة منخفضة	50	18.73	14	10.94	64	16.20
الإجمالى	267	100	128	100	395	100

قيمة كا^2= 23.183 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.235 مستوي الدلالة = دالة عند 0.001

بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 23.183، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.001، أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.235 تقريبًا، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيًا بين الوظيفة (أكاديميين – مهنيين) وتفاعل المبحوثين– إجمالي مفردات عينة الدراسة – مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يتفاعلون مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 38.48٪، موزعة بين 30.34٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 55.47٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، وبلغت نسبة من يتفاعلون مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 45.32٪ موزعة بين 50.94٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 33.59٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، بينما بلغت نسبة من يتفاعلون مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 16.20٪ موزعة بين 18.73٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 10.94٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين.

8- سهولة استخدام المبحوثين وتفاعلهم مع تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية:

جدول (16)

درجة سهولة استخدام المبحوثين وتفاعلهم مع تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية

الوظيفة / درجة السهولة	أكاديميين		مهنيين		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
بدرجة كبيرة	195	73.03	60	46.88	255	64.56
بدرجة متوسطة	55	20.60	45	35.16	100	25.32
بدرجة منخفضة	17	6.37	23	17.97	40	10.13
الإجمالى	267	100	128	100	395	100

قيمة كا^2= 27.913 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.257 مستوي الدلالة = دالة عند 0.001

بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 27.913، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.001، أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.257 تقريبًا، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيًا بين الوظيفة (أكاديميين – مهنيين) ودرجة سهولة استخدام المبحوثين– إجمالي مفردات عينة الدراسة – وتفاعلهم مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يجدون سهولة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية والتفاعل معها بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 64.56٪، موزعة بين 73.03٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 46.88٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، وبلغت نسبة من يجدون سهولة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية والتفاعل معها بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 25.32٪ موزعة بين 20.60٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 35.16٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، بينما بلغت نسبة من يجدون سهولة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية والتفاعل معها بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 10.13٪ موزعة بين 6.37٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 17.97٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين.

9- موقف المبحوثين من العبارات التى تقيس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في الكشف عن الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية:

جدول (17)

موقف المبحوثين من العبارات التى تقيس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في الكشف عن الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية

الاتجاه / العبارة	إيجابى		محايد		سلبى		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الترتيب	درجة الاتجاه
	ك	٪	ك	٪	ك	٪				
التغطية الإخبارية للسياحة بتقنيات الذكاء الاصطناعي تسهل تبادل المعلومات حول العالم بشكل سريع	244	61.77	112	28.35	39	9.87	2.52	0.67	1	إيجابي
تقدم التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي معلومات حقيقية ومطابقة للواقع	224	56.71	127	32.15	44	11.14	2.46	0.69	2	إيجابي
تقدم التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي الحلول والمقترحات	232	58.73	109	27.59	54	13.67	2.45	0.72	3	إيجابي
تتسم التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي بالحيادية وعدم التحيز في تقديم المعلومات	220	55.70	123	31.14	52	13.16	2.43	0.71	4	إيجابي
تتسم التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي بالتوازن في عرض المضمون بلا تبسيط أو تضخيم	218	55.19	127	32.15	50	12.66	2.43	0.71	4	إيجابي
تعتمد التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي على المصادر الموثوقة	216	54.68	125	31.65	54	13.67	2.41	0.72	5	إيجابي
تفصل التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي بين الخبر والرأي	207	52.41	136	34.43	52	13.16	2.39	0.71	6	إيجابي
تسعى التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي لتكوين صور ذهنية إيجابية وحقيقة للواقع	207	52.41	136	34.43	52	13.16	2.39	0.71	6	إيجابي
تركز التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي على الإيجابيات ولا تغفل السلبيات	198	50.13	145	36.71	52	13.16	2.37	0.71	7	إيجابي
تسعى التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي لبث الثقة والطمأنينة لدى الرأي العام	196	49.62	140	35.44	59	14.94	2.35	0.73	8	إيجابي
تعتمد التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي على الإحصاءات والأدلة المنطقية في التغطية	188	47.59	151	38.23	56	14.18	2.33	0.71	9	إيجابي
تتسم التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي بالدقة والشفافية في عرض المعلومات	180	45.57	163	41.27	52	13.16	2.32	0.70	10	إيجابي
جملة من سئلوا	ن= 395						2.40	0.71	--	إيجابي

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية، وقد جاءت بمستوى إيجابي، بمتوسط حسابي 2.40، بينما تراوحت تقديرات استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين إيجابي ومحايد، وجاء في مقدمة هذه العبارات التغطية الإخبارية للسياحة بتقنيات الذكاء الاصطناعي تسهل تبادل المعلومات حول العالم بشكل سريع، بدرجة تقدير إيجابي بمتوسط حسابي 2.52، وجاءت تقدم التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي معلومات حقيقية ومطابقة للواقع في الترتيب الثاني بدرجة تقدير إيجابي بمتوسط حسابي 2.46، وجاءت تقدم التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي الحلول والمقترحات في الترتيب الثالث بدرجة تقدير إيجابي بمتوسط حسابي 2.45، وجاءت تتسم التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي بالتوازن في عرض المضمون بلا تبسيط أو تضخيم في الترتيب الرابع بدرجة تقدير إيجابي بمتوسط حسابي 2.43، وجاءت تعتمد التغطية الإخبارية بتقنيات الذكاء الاصطناعي على المصادر الموثوقة في الترتيب الخامس بدرجة تقدير إيجابي بمتوسط حسابي 2.41.

- مقياس اتجاهات المبحوثين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية:

جدول (18)

مقياس اتجاهات المبحوثين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية وفقا للوظيفة.

الوظيفة / الاتجاه	أكاديميين		مهنيين		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
اتجاه إيجابى	140	52.43	40	31.25	180	45.57
اتجاه محايد	100	37.45	63	49.22	163	41.27
اتجاه سلبى	27	10.11	25	19.53	52	13.16
الإجمالى	267	100	128	100	395	100

قيمة كا^2= 17.254 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.205 مستوي الدلالة = دالة عند 0.001

بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 17.254، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.001، أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.205 تقريبًا، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائيًا بين الوظيفة (أكاديميين - مهنيين) ومقياس اتجاهات المبحوثين- إجمالي مفردات عينة الدراسة - نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من لديهم اتجاهات إيجابية نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 45.57٪، موزعة بين 52.43٪ من إجمالي مفردات عينة

الأكاديميين في مقابل 31.25٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، وبلغت نسبة من لديهم اتجاهات محايدة نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة 41.27٪ موزعة بين 37.45٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 49.22٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين، بينما بلغت نسبة من لديهم درجة اتجاهات سلبية نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة 13.16٪ موزعة بين 10.11٪ من إجمالي مفردات عينة الأكاديميين في مقابل 19.53٪ من إجمالي مفردات عينة المهنيين.

ثانيا: نتائج التحقق من صحة الفروض:

يحتوي هذا الجزء على خلاصة ما توصلت إليه الدراسة الراهنة من نتائج تطبيق الاستبانة، وتتناول الباحثة في هذا الجزء نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة والإجابة عن بعض تساؤلاتها البحثية، ثم تقدم ملخصاً عن هذه النتائج، وفي ضوئها يمكن طرح عدد من المقترحات والتوصيات، وفي ضوء أهداف الدراسة وفروضها تُعرض نتائج التحقق من صحة الفروض فيما يلي:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعا لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية.

جدول (19)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعا لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	7.875	2	3.938	7.080	دالة***
داخل المجموعات	218.008	293	0.556		
المجموع	225.884	294			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات سهولة الاستخدام المختلفة لتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية والتفاعل معها، وذلك على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية؛ إذ بلغت قيمة ف 7.080، وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعًا لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية والتفاعل معها، أي أن درجة

استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية تختلف لدى المبحوثين باختلاف درجة سهولة استخدامها عبر المواقع الإخبارية والتفاعل معها، وتفسر الباحثة ذلك في ضوء أن أحد أهم أهداف اختيار وسيلة اتصال هو تقليل غموض الرسالة وسهولة استخدام الوسيلة، فإذا كانت الرسالة غامضة، فإنها تكون غير واضحة، ومن ثمَّ أكثر صعوبة على مستقبل الرسالة لفك شفرتها، فكلما كانت الرسالة غامضة، زادت الحاجة إلى الإشارات والمعطيات اللازمة لفهمها، وتضع نظرية ثراء وسائل الإعلام وسائل الاتصال على مقياس متواصل يمثل ثراء الوسيلة وقدرتها على توصيل رسالة مُعقَّدة بكفاءة وسهولة[54].

جدول (20)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعا لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.14
متوسط	0.2405	-		1.91
منخفض	0.3103***	0.0698	-	1.83

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، أُجري الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، واتضح وجود اختلاف بين المبحوثين منخفضي مستوى سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، والمبحوثين مرتفعي مستوى السهولة، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3103، لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.001، بينما اتضح عدم وجود اختلاف بين المبحوثين متوسطي مستوى سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، والمبحوثين منخفضي مستوى السهولة؛ إذ بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.0698, وهو فرق غير دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.05، كما اتضح عدم وجود اختلاف بين المبحوثين متوسطي مستوى سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، والمبحوثين مرتفعي مستوى السهولة؛ إذ بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.2405, وهو فرق غير دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.05.

الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعا لاختلاف درجة معرفتهم بتقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية.

جدول (21)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعا لاختلاف درجة معرفتهم بتقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	35.104	2	17.552	36.065	دالة***
داخل المجموعات	190.779	392	0.487		
المجموع	225.884	394			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات المعرفة المختلفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، على مقياس مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية؛ إذ بلغت قيمة ف 36.065، وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعًا لاختلاف درجة معرفتهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، أي أن درجة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية تختلف لدى المبحوثين باختلاف درجة المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية.

جدول (22)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعا لاختلاف درجة معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.59
متوسط	0.7707***	-		1.82
منخفض	0.7993***	0.0287	-	1.79

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، أُجري الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، واتضح وجود اختلاف بين المبحوثين منخفضي مستوى المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، والمبحوثين مرتفعي مستوى المعرفة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.7993، لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية, وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح وجود اختلاف بين المبحوثين متوسطي مستوى المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، والمبحوثين مرتفعي مستوى المعرفة بفرق بين المتوسطين

الحسابيين بلغ 0.7707، لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية, وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.001، بينما اتضح عدم وجود اختلاف بين المبحوثين منخفضي مستوى المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، والمبحوثين متوسطي مستوى المعرفة؛ إذ بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.0287, وهو فرق غير دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.05.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعا لاختلاف درجة اهتمامهم بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية.

جدول (23)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعا لاختلاف درجة اهتمامهم بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	18.410	2	9.205	17.392	دالة***
داخل المجموعات	207.474	392	0.529		
المجموع	225.884	394			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاهتمام المختلفة بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، وذلك على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية؛ إذ بلغت قيمة ف 17.392 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعًا لاختلاف درجة اهتمامهم بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، أي أن درجة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية تختلف لدى المبحوثين باختلاف مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، وتفسر الباحثة ذلك في ضوء اعتماد الفرد على وسيلة اتصال لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة والتفاعل معها، وتزداد درجة الاهتمام كلما كان للوسيلة دور مهم في حياته، ومن ثم زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية، وبذلك تنشأ العلاقة بين درجة الاعتماد ومستوى تأثير الوسيلة ومركزيتها لدى الأشخاص[55].

جدول (24)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعا لاختلاف درجة اهتمامهم بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.22
متوسط	0.0889	-		2.13
منخفض	0.4833***	0.3944***	-	1.73

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، أُجري الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، واتضح وجود اختلاف بين المبحوثين متوسطي مستوى الاهتمام المختلفة بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، والمبحوثين منخفضي مستوى الاهتمام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3944، لصالح المبحوثين متوسطي مستوى الاهتمام المختلفة بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية, وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح وجود اختلاف بين المبحوثين مرتفعي مستوى الاهتمام المختلفة بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، والمبحوثين منخفضي مستوى الاهتمام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.4833، لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الاهتمام المختلفة بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية, وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.001، بينما اتضح عدم وجود اختلاف بين المبحوثين متوسطي مستوى الاهتمام المختلفة بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية، والمبحوثين منخفضي مستوى الاهتمام؛ إذ بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.0889, وهو فرق غير دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.05.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعا لاختلاف درجة ثقتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة.

جدول (25)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعا لاختلاف درجة ثقتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	7.345	2	3.673	6.588	دالة***
داخل المجموعات	218.538	392	0.557		
المجموع	225.884	394			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة المختلفة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة، وذلك على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية؛ إذ بلغت قيمة ف 6.588 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعًا لاختلاف درجة ثقتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة، أي أن درجة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية تختلف لدى المبحوثين باختلاف درجة الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة، لأنه الجمهور يعتمد على الوسيلة الأكثر مصداقية للحصول على الأخبار والمعلومات عن الأحداث وما يرتبط بالاهتمامات الحياتية اليومية إلى المدى الأبعد؛ إذ إن الاعتماد على وسائل الإعلام لنعلم عن الأحداث والظواهر والمستجدات التي ليس لنا خبرة مباشرة بها، نظرًا لأن النظام الاجتماعي قد أصبح أكثر مدنية وصناعية[56]، لذا فإن الأفراد قد أصبحوا أكثر ميلًا للاعتماد على وسائل الاتصال الأكثر مصداقية في تحقيق أهدافهم بدلًا من أنظمة الدعم التقليدية، مثل العائلة والأصدقاء والجيران[57].

جدول (26)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعا لاختلاف درجة ثقتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.08
متوسط	0.0294	-		2.06
منخفض	0.2820***	0.2525*	-	1.80

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أُجري الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، واتضح وجود اختلاف بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة، والمبحوثين منخفضي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.2525، لصالح المبحوثين متوسطي مستوى الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة, وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.05، كما اتضح وجود اختلاف بين المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر

المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة، والمبحوثين منخفضي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.2820، لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة, وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.001، بينما اتضح عدم وجود اختلاف بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة، والمبحوثين متوسطي مستوى الثقة؛ إذ بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.0294, وهو فرق غير دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.05.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية تبعا لاختلاف درجة ثقتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة.

جدول (27)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية تبعا لاختلاف درجة ثقتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	34.828	2	17.414	44.711	دالة***
داخل المجموعات	152.676	392	0.389		
المجموع	187.504	394			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة المختلفة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة، وذلك على مقياس التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية؛ إذ بلغت قيمة ف 44.711 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية تبعًا لاختلاف درجة ثقتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة، أي أن درجة التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية تختلف لدى المبحوثين باختلاف درجة الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة.

جدول (28)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية تبعا لاختلاف درجة ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.53
متوسط	0.0981	-		2.44
منخفض	0.8187***	0.7206***	-	1.72

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أُجري الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، واتضح وجود اختلاف بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة، والمبحوثين منخفضي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.7206، لصالح المبحوثين متوسطي مستوى الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة, وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح وجود اختلاف بين المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة، والمبحوثين منخفضي مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.8187، لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة, وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.001، بينما اتضح عدم وجود اختلاف بين المبحوثين متوسطي مستوى الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة، والمبحوثين متوسطي مستوى الثقة؛ إذ بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.0981, وهو فرق غير دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.05.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائيا بين مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.

جدول (29)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى تعرضهم للأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية

المتغير / المتغير	مستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية		
	العدد	قيمة بيرسون	الدلالة
مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية	395	0.647	دالة عند 0.001

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستويات تعرض المبحوثين للأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية، ومستويات الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية؛ إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.647، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة =0.001، وبذلك فقد تحقق هذا الفرض، الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية، أي أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين للأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية زادت درجة الاتجاه الإيجابي نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية، وكلما قلت درجة تعرض المبحوثين للأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية قلَّت درجة الاتجاه الإيجابي نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائيا بين مستوى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعى ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.

جدول (30)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى معرفتهم بتقنيات الذكاء الاصطناعى ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية

المتغير / المتغير	مستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية		
	العدد	قيمة بيرسون	الدلالة
مستوى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعى	395	0.598	دالة عند 0.001

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستويات معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي، ومستويات الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية؛ إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.598، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة =0.001، وبذلك فقد تحقق هذا الفرض، الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائيًا بين مستوى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى

الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية، أي أنه كلما زادت درجة معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي زادت درجة الاتجاه الإيجابي نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية، وكلما قلَّت درجة معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي قلَّت درجة الاتجاه الإيجابي نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.

الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائيا بين مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى لكشف الأخبار الكاذبة ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.

جدول (31)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى ثقتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى لكشف الأخبار الكاذبة ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية

المتغير / المتغير	مستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية		
	العدد	قيمة بيرسون	الدلالة
مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى لكشف الأخبار الكاذبة	395	0.662	دالة عند 0.001

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستويات ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الكاذبة، ومستويات الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية؛ إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.662، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة =0.001، وبذلك فقد تحقق هذا الفرض، الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائيًا بين مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الكاذبة ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية، أي أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الكاذبة زادت درجة الاتجاه الإيجابي نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية، وكلما قلَّت درجة ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الكاذبة

قلَّت درجة الاتجاه الإيجابي نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.

الفرض التاسع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية تبعا لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

ويقسم هذا الفرض إلى أربعة فروض فرعية، هى:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائيا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية وفقا للنوع.

جدول (32)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية وفقا للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	190	2.47	0.65	4.203	393	دالة***
إناث	205	2.18	0.71			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية؛ إذ بلغت قيمة "ت" 4.203، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.001، وبالتالى فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية وفقًا للنوع لصالح الذكور.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائيا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية وفقا للوظيفة.

جدول (33)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية وفقا لاختلاف الوظيفة

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
أكاديميين	267	2.42	0.67	4.178	393	دالة***
مهنيين	128	2.11	0.70			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الأكاديميين من أعضاء هيئة التدريس، ومتوسطات درجات المهنيين العاملين

في مجال الإعلام بالمواقع الإلكترونية الإخبارية، على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية؛ إذ بلغت قيمة "ت" 4.178، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.001، وبذلك فقد ثبتت صحة هذا الفرض، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية وفقًا للوظيفة، لصالح الأكاديميين.

جـ- توجد فروق ذات دلالة إحصائيا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية وفقا لاختلاف السن.

جدول (34)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية تبعا لاختلاف السن

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	1.003	2	0.501	1.037	غير دالة
داخل المجموعات	189.519	392	0.483		
المجموع	190.522	394			

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون الفئات العمرية المختلفة، وذلك على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية؛ إذ بلغت قيمة ف 1.037، وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية وفقًا لاختلاف السن.

د- توجد فروق ذات دلالة إحصائيا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية وفقا لاختلاف سنوات الخبرة في المجال.

جدول (35)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية تبعا لاختلاف سنوات الخبرة في المجال

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	30.070	2	15.035	36.733	دالة عند 0.001
داخل المجموعات	160.451	392	0.409		
المجموع	190.522	394			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون سنوات الخبرة المختلفة في مجال العمل، وذلك على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية؛ إذ بلغت قيمة ف 36.733، وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية وفقًا لاختلاف سنوات الخبرة في المجال.

جدول (36)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعى في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية تبعا لاختلاف سنوات الخبرة في المجال

المجموعات	أقل من 10 سنوات	من 10 إلى 20	من 20 فأكثر	المتوسط
أقل من 10 سنوات	-			2.04
من 10 إلى 20	0.1173	-		2.15
من 20 فأكثر	0.6340***	0.5167***	-	2.67

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أُجري الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، واتضح وجود اختلاف بين المبحوثين ذوي سنوات الخبرة أقل من 10 سنوات، والمبحوثين ذوي سنوات الخبرة من 20 سنة أو أكثر بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.6340، لصالح المبحوثين ذوي سنوات الخبرة من 20 سنة أو أكثر، وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح وجود اختلاف بين المبحوثين ذوي سنوات الخبرة من 20 سنة أو أكثر، والمبحوثين ذوي سنوات الخبرة من 10 سنوات إلى أقل من 20 سنة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.5167، لصالح المبحوثين ذوي سنوات الخبرة من 20 سنة أو أكثر، وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.001،

بينما اتضح عدم وجود اختلاف بين المبحوثين ذوي سنوات الخبرة أقل من 10 سنوات، والمبحوثين ذوي سنوات الخبرة من 10 سنوات إلى أقل من 20 سنة؛ إذ بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.01173, وهو فرق غير دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.05.

النتائج العامة للدراسة:

- تشير النتائج إلى أن نسبة من لديهم معرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 39.49٪، وبلغت نسبة من لديهم معرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة متوسطة 43.04٪، بينما بلغت نسبة من لديهم معرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة منخفضة 17.47٪ موزعة بين 13.48٪.
- تشير النتائج إلى أن نسبة من يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 26.08٪، وبلغت نسبة من يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة متوسطة 42.53٪، بينما بلغت نسبة من يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة منخفضة 31.39٪ .
- تشير النتائج إلى أن نسبة من يهتمون بمتابعة تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 42.53٪، وبلغت نسبة من يهتمون بمتابعة تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة متوسطة 40.76٪، بينما بلغت نسبة من يهتمون بمتابعة تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة منخفضة 16.71٪ موزعة بين 17.23٪.
- تشير النتائج إلى أن نسبة من يتعرضون للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 30.13٪، وبلغت نسبة من يتعرضون للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية بدرجة متوسطة 47.59٪، بينما بلغت نسبة من يتعرضون للأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية بدرجة منخفضة 22.28٪.
- وعن أهم أشكال وأنواع الأخبار الزائفة التي يتعرض لها المبحوثون على المواقع الإخبارية وفقًا للوظيفة، فقد جاء في الترتيب الأول عناوين مستفزة، وفي الترتيب الثاني شاهد قبل الحذف، وفي الترتيب الثالث عناوين غير مرتبطة بالمحتوى.
- تشير النتائج إلى أن نسبة من يثقون في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 47.34٪، وبلغت

نسبة من يثقون في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة بدرجة متوسطة 40.00٪، بينما بلغت نسبة من يثقون في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة بدرجة منخفضة 12.66٪ موزعة بين 9.36٪.

- تشير النتائج إلى أن نسبة من يتفاعلون مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 38.48٪، وبلغت نسبة من يتفاعلون مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة متوسطة 45.32٪، بينما بلغت نسبة من يتفاعلون مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية بدرجة منخفضة 16.20٪.
- تشير النتائج إلى أن نسبة من يجدون سهولة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية والتفاعل معها بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 64.56٪، وبلغت نسبة من يجدون سهولة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية والتفاعل معها بدرجة متوسطة 25.32٪، بينما بلغت نسبة من يجدون سهولة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية والتفاعل معها بدرجة منخفضة 10.13٪.
- تشير النتائج إلى أن نسبة من لديهم درجة اتجاه إيجابي نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 45.57٪، وبلغت نسبة من لديهم درجة اتجاه محايد نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية 41.27٪، بينما بلغت نسبة من لديهم درجة اتجاه سلبى نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة عبر المواقع الإخبارية 13.16٪ موزعة بين 10.11٪.
- أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعًا لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية.
- أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعًا لاختلاف درجة معرفتهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية.

- أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعًا لاختلاف درجة اهتمامهم بمتابعة تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية.
- أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعًا لاختلاف درجة ثقتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة.
- أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية تبعًا لاختلاف درجة ثقتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر المواقع الإخبارية في كشف الأخبار الكاذبة.
- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائيًا بين مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.
- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائيًا بين مستوى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.
- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائيًا بين مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الكاذبة ومستوى الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية.
- أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة عبر المواقع الإخبارية تبعًا لاختلاف النوع والوظيفة والخبرة في مجال العمل، بينما لا توجد فروق تبعًا لاختلاف السن.

- التوصيات والمقترحات:

- التدريب المستمر للعاملين في قطاع الإعلام الإلكتروني على فكرة التحقق والتدقيق.
- وضع منشورات على وسائل التواصل الاجتماعي وتنويهات على القنوات الإخبارية لتوضيح وتصحيح الأخبار الزائفة وكيفية الكشف عنها ومن ثم طرق التصدي لها.

- ضرورة تدريب الإعلاميين على مهارات ممارسة تقنيات الذكاء الاصطناعي والاستفادة من تطبيقاتها، بما ينهض بمهنة الصحافة والإعلام وفقًا لمستحدثات التطور لمواكبة الأداء وتقديم ما يلبي توقعات التلقي التفاعلي لدى الجمهور.
- الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في التغطيات الإعلامية ونقل الأحداث من موقع حدوثها على الفور، والاستفادة منها في كشف الأخبار الزائفة عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية.
- الحرص على تدريب المهنيين في مجال الإعلام الإلكتروني على كيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ومعرفة كل جديد عنها.
- الحرص على تدريب المهنيين باستمرار على كيفية كشف الأخبار الزائفة، والاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عنها.

مراجع الدراسة:

(1) جلولي حفيظة، رأس المال الاجتماعي: قراءة كرونولوجية من النشأة إلى الافتراضية، **المجلة العلمية للاتصال الاجتماعي**، جامعة عبد الحميد بن باديس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد التاسع، العدد الثانى، يونيو 2022. ص11.

(2)Lim, S. S., & Tan, K. R. (2020). Front liners fighting fake news: global perspectives on mobilising young people as media literacy advocates. Journal of Children and Media, 14(4), 529-535.Doi: 10.1080/17482798.2020.1827817

(3) Popescu, M. M. (2020). Media Literacy Tools in Combating Disinformation and Fake News in Social Media. Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series VII: Social Sciences and Law, 13(1), 103-112. DOI: 10.31926/but.ssl.2020.13.62.1.11

(4)Weiss, A. P., Alwan, A., Garcia, E. P., & Garcia, J. (2020). Surveying fake news: Assessing university faculty's fragmented definition of fake news and its impact on teaching critical thinking. International Journal for Educational Integrity, 16(1), 1-30.Do: 10.1007/s40979-019-0049-x

(5)Hobbs, R. (2011). The state of media literacy: A response to Potter. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 55(3), 423-324. DOI: 10.1080/08838151.2011.597594

(6) Rogers, R. W. (1983). Cognitive and physiological processes in fear appeals and attitude change: A revised theory of protection motivation. In J. Cacioppo, & R. Petty (Eds.), Social psychophysiology, 153–176. New York: Guilford Press

(7) سحر محمد حسيب: تقنيات صحافة الذكاء الإصطناعى وتحسين الصورة النمطية للمؤسسات والحكومات، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد84، المجلد1، يوليو 2023، ص ص231:262.

(8) ممدوح عبد الله مكاوي: الأخبار الزائفة "Fake News" بين الإعلام التقليدي والرقمي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد2، المجلد9، أبريل 2020، ص ص243.

(9) مها بهنسي، آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة: دراسة في إطار مدخل التربية الرقمية ونموذج أدوار الجمهور في التحقق، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 69(1)، يوليو-سبتمبر 2019، ص573.

(10) دعاء هشام جمعة فرحات: تعرض الشباب الجامعي لقضايا الفساد الإداري بالمواقع الإخبارية وعلاقته بمستوى الطموح لديهم، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، 2015، ص 46.

(11)السيد بخيت: **الإنترنت وسيلة اتصال جديدة**، ط1، الإمارات، دار الكتاب الجامعي، 2004، ص 179..

(12) نجوى فهمي عبد السلام: التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج2، ع 4، أكتوبر/ديسمبر، 2001، ص 221.

(13)Glen T: Cameron Particia Curtin A.curtin, Electronic newspapers: Toward a research Agenda, **available on line at** http://eric.ed.gov, 1995

(14)خالد محمد غازي: **الصحافة الإلكترونية العربية"الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح**، ط1، القاهرة، وكالة الصحافة العربية، 2010، ص 144.

(15)Ha, Louisa & James, Lincoln: Interactivity Reexamind: A Baseline Analysis of Early Business Web Sites, **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, Vol.42 , No.4, 1998, P.457:474.

(16)Vin Crosbie: What is New Media? Published in available on the followinglink:http://rebuilding.corante.com/archives/2006/04/27/what is new media.php, Apr, 2006.

(17) حلمي محمود محمد أحمد محسب: قياس تفاعلية المواقع التليفزيونية الإخبارية على الإنترنت: بالتطبيق على موقعي الجزيرة وCNN، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد29، 2008، ص ص221:264.

(18) جاسم محمد الشيخ جابر: الصحافة الإلكترونية العربية المعايير الفنية والمهنية- دراسة تحليلية وميدانية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية، **المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد**، كلية الإعلام والسياحة والفنون، جامعة البحرين،7-9 أبريل 2009، ص399.

(19) SaadSaad, Talat. A. Issa: Integration or relacement: journalism in the era of artificial intelligence and robot journalism, vollume 6, issue3,2020, pp1:13, available at: www.arcjournals.org

(20) Maxime Crépel, Dominique Cardon. (2021). Criticism and Prophecy in media coverage of AI Controversies. Society for Social Studies of Science - 4S annual meeting, Oct 2021, Toronto, Canada. ⟨hal-03384124⟩.

(21) Mathias-Felipe, and Wilson Ceron. 2022. Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook. Journalism and Media 3: 13–26. https://doi.org/10.3390/ journalmedia3010002.

(22) أسماء أبو زيد: الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة مجلة دراسات وبحوث الإعلام, **المستودع الرقمي في جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب**,

مجلـــــــــــــد1، العـــــــــــــدد1، 2022، متـــــــــــــاح علـــــــــــــى http://repository.msa.edu.eg/xmlui/handle/123456789/5541.
(23)أميرة سمير طه درويش: الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الإجتماعى و تأثرية الآخرين، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد81، أكتوبر2022، ص ص323:372.
(24) مي مصطفى عبد الرازق: تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام- الواقع والتطورات المستقبلية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد81، أكتوبر 2022، ص ص1:74.
(25) شيرين عبد الحفيظ البحيري: اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعى (Robot Journalism) في إنتاج المحتوى الصحفي بالصحف المصرية، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد24، يوليو 2022، ص ص129:158.
(26) إيمان زهرة: نحو منظور مستقبلي لتضمين الذكاء الاصطناعي في تعليم الاتصال التسويقي في مصر، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد85، المجلد5، يوليو2023، ص ص91:146.
(27) سحر محمد حسيب: تقنيات صحافة الذكاء الإصطناعى وتحسين الصورة النمطية للمؤسسات والحكومات، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد84، المجلد1، يوليو 2023، ص ص231:262.
(28) محمد رشاد العطار ورفيق سمر الفيصل: تأطير الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الإماراتية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد84، المجلد3، يوليو 2023، ص ص1643:1672.
(29) ميرفت عبد الحميد علي: رؤية مسئولي العلاقات العامة في المنظمات الحكومية لحدود تأثير الذكاء الاصطناعي في التسويق الإلكتروني، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد83، أبريل 2023، ص ص443:501.
(30) ممدوح عبد الله مكاوي: الأخبار الزائفة "Fake News" بين الإعلام التقليدي والرقمي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد2، المجلد9، أبريل 2020، ص ص237:291.
(31) ممدوح عبد الله مكاوي، هيثم جوده مؤيد، إسلام أحمد عثمان: آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي- نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد2، المجلد56، يناير 2021، ص ص527:584.
(32)Lee, N. M. (2018). Op, Cit, PP.460:466.
(33) مها بهنسي، آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة: دراسة في إطار مدخل التربية الرقمية ونموذج أدوار الجمهور في التحقق، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 69(1)، يوليو- سبتمبر 2019، ص ص565: 614.
(34) Jahng, M. R., Lee, H., & Rochadiat, A.(2020). Public Relations Practitioners' Management of Fake News: Exploring Key Elements and Acts of Information Authentication, Public Relations Review,Vol.46 , PP.1:7, Doi: 10.1016/j.pubrev.2020.101907.
(35)Brian J. B. (2019). Separating Real From Fake: Building News Literacy With The Frayer Model, Communication Teacher, 33(4), 256-261, DOI:10.1080/17404622.2019.1575971.
(36)Higdon, N. (2020). What is Fake News? A Foundational Question for Developing Effective Critical News Literacy Education. Democratic

Communiqué, 29(1), 1-18. https://journals.flvc.org /demcom/article /view/ 121283.

(37) Jones-Jang, M. S., Mortensen, T., & Liu, J.(2019). Does Media Literacy Help Identification of Fake News? Information Literacy Helps, but Other Literacies Don't, American Behavioral Scientist, 00(0).1-18, Doi: 10.1177/0002764219869406.

(38) Jang,, M. S., et al. (2018). A Computational Approach For Examining The Roots and Spreading Patterns of Fake News: Evolution Tree Analysis. Computers In Human Behavior, 84,103-113, Doi: 10.1016/J.Chb.2018.02.032.

(39)Ralston, S., Rowland, Z., Kliestik, J., & Vrbka, J. (2018). Op,Cit, 30-36.

(40)Kim, A., Moravec, P. L., & Dennis, A. R. (2019). Combating fake news on social media with source ratings: the effects of user and expert reputation ratings. Journal of Management Information Systems, 36(3), 931-968. DOI: 10.1080/07421222.2019.1628921.

(41)Amazeen, M. A. & Bucy P. E. (2019). Conferring Resistance to Digital Disinformation: The Inoculating Influence of Procedural News Knowledge, Journal of Broadcasting & Electronic Media, 63(3), 415-432, DOI: 10.1080/08838151.2019.1653101.

(42)Salma, A. N. (2019). Defining Digital Literacy in the Age of Computational Propaganda and Hate Spin Politics. KnE Social Sciences, 323-338 Doi:10.18502/kss.v3i20.4945.

(43)Benková, Z. (2018).The Spread of Disinformation. Why Do People Believe Them and How to Combat Them. The Importance of Media Literacy, Marketing Identity, 1/2, 16-27, https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=773428.

(44)Mihailidis, P., & Viotty, S.(2017). Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, Fake News, and The Role of Media Literacies In "Post-Fact" Society, American Behavioral Scientist, 61(4), 441–454, Doi: 10.1177/0002764217701217.

(45)Simmons, T. (2018). Media Literacy and Fake News: How Media Literacy Can Curb the Fake News Trend. In Handbook of Research on Media Literacy in Higher Education Environments (pp. 255-268). IGI Global.

(46)McDougall, J., Brites, M. J., Couto, M. J., & Lucas, C. (2019). Digital literacy, fake news and education/Alfabetización digital, fake news y educación. Cultura y Educación, 31(2), 203-212. DOI:10.1080/11356405.2019.1603632.

(47)Hobbs, R. (2011). Op, Cit, 420.

(48)Potter, W. J. (2018). Media literacy. 9th (USA: Sage Publications),16-17.

(49)Maksl, A., Ashley, S., & Craft, S. (2015). Measuring news media literacy. Journal of Media Literacy Education, 6(3), 31. https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol6/iss3/3.

(50)Lee, N. M. (2018). Fake news, phishing, and fraud: a call for research on digital media literacy education beyond the classroom. Communication Education, 67(4), 463-464. DOI:10.1080/03634523.2018.1503313.
(51) السيد محمد خيري: **الإحصاء النفسي والتربوي**، الرياض، مطبعة جامعة الرياض، 1975، ص43.
(52) فؤاد أبو حطب، سيد عثمان: **التقويم النفسي**، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1973، ص770 .
(53) السيد محمد خيري: الإحصاء النفسي والتربوي، **مرجع سابق**، ص41.
(54) Carlson, John. R.; Robert W. Zmud (April 1999). "Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions". he Academy of Management Journal 42 (2): 153–170.
(55) م. دي فلور، س . بال روكاخ، ترجمة محمد ناجى الجوهرى: نظريات الإعلام , **مرجع سابق**، ص348.
(56) جمال عبد العظيم أحمد: العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للمعلومات والمستوى المعرفي للشباب البحريني بالانتخابات البرلمانية لعام 2006، **مرجع سابق**، ص155.
(57) جمال عبد العظيم أحمد: **المرجع السابق**، ص155.

References

- Hafizat, J. (2022), ras almal alaijtimaeii: qira'at kurunulujiatan min alnash'at 'iilaa alaiftiradiati, almajalat aleilmiat lilaitisal alaijtimaeii, jamieat eabd alhamid bin badis, kuliyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, almujalad altaasie, 2(2).

-Lim, S. S., & Tan, K. R. (2020). Front liners fighting fake news: global perspectives on mobilising young people as media literacy advocates. Journal of Children and Media, 14(4), 529-535.Doi: 10.1080/17482798.2020.1827817

- Popescu, M. M. (2020). Media Literacy Tools in Combating Disinformation and Fake News in Social Media. Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series VII: Social Sciences and Law, 13(1), 103-112. DOI: 10.31926/but.ssl.2020.13.62.1.11

-Weiss, A. P., Alwan, A., Garcia, E. P., & Garcia, J. (2020). Surveying fake news: Assessing university faculty's fragmented definition of fake news and its impact on teaching critical thinking. International Journal for Educational Integrity, 16(1), 1-30.Do: 10.1007/s40979-019-0049-x

-Hobbs, R. (2011). The state of media literacy: A response to Potter. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 55(3), 423-324. DOI: 10.1080/08838151.2011.597594

- Rogers, R. W. (1983). Cognitive and physiological processes in fear appeals and attitude change: A revised theory of protection motivation. In J. Cacioppo, & R. Petty (Eds.), Social psychophysiology, 153–176. New York: Guilford Press

- Hasib, S. (2023).: taqniaat sahafat aldhaka' al'iistinaeaa watahsin alsuwrat alnamatiat lilmuasasat walhukumati, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, kuliyat al'iielami, jamieat alqahirat, 84(2). 262:231.

- Farahat, D. (2015). taearad alshabab aljamieiu liqadaya alfasad al'iidarii bialmawaqie al'iikhbariat waealaqatih bimustawaa altumuh ladayhim, risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Almanufiati, kuliyat altarbiat alnaweiati.

- Bakhit, A. (2004). al'iintirnit wasilat atisal jadidatin, ta1, Al'iimarat, dar alkitaab aljamieii.

- Abd alsalami, N. (2001).: altafaeuliat fi almawaqie al'iikhbariat alearabiat ealaa shabakat al'iintirnti, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat alqahirati, kuliyat al'iielami, 4(2).

-Glen T: Cameron Particia Curtin A.curtin, Electronic newspapers: Toward a research Agenda, **available on line at** http://eric.ed.gov, 1995

- Ghazi, K. (2010). alsahafat al'iiliktruniat alearabiatu"alailtizam walainfilat fi alkhitab waltarhi, ta1, Alqahirati, wikalat alsahafat alearabiati.

-Ha, Louisa & James, Lincoln: Interactivity Reexamind: A Baseline Analysis of Early Business Web Sites, **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, Vol.42 , No.4, 1998, P.457:474.

-Vin Crosbie: What is New Media? Published in available on the followinglink:http://rebuilding.corante.com/archives/2006/04/27/what is new media.php, Apr, 2006.

- Muhasb, H. (2008).. qias tafaeuliat almawaqie altilifizyuniat al'iikhbariat ealaa al'iintirnta: bialtatbiq ealaa mawqieay aljazirat waCNN, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, jamieat alqahirati, kuliyat Al'iielami, 29(1). 264:221.

-Jaber, J. (2009). alsahafat al'iiliktruniat alearabiat almaeayir alfaniyat walmihniata- dirasat tahliliat wamaydaniat laeayinat min alsuhuf al'iiliktruniat alearabiati, almutamar alduwaliu lil'iielam aljadid tiknulujia jadidat liealam jadid, kuliyat al'iielam walsiyahat walfununa, jamieat Albahrin,7-9.

- SaadSaad, Talat. A. Issa: Integration or relacement: journalism in the era of artificial intelligence and robot journalism, vollume 6, issue3,2020, pp1:13, available at: www.arcjournals.org

-Maxime Crépel, Dominique Cardon. (2021). Criticism and Prophecy in media coverage of AI Controversies. Society for Social Studies of Science - 4S annual meeting, Oct 2021, Toronto, Canada. ⟨hal-03384124⟩.

- Mathias-Felipe, and Wilson Ceron. 2022. Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook. Journalism and Media 3: 13–26. https://doi.org/10.3390/ journalmedia3010002.

- 'Abu zid, A. (2022). alaitijahat alhadithat fi buhuth wadirasat aistikhdamat aldhaka' alaistinaeii fi alsahafat majalat dirasat wabuhuth al'iielami, almustawdae alraqamii fi jamieat October lileulum alhadithat waladab, 1(2).

- Darwish, A. (2022). al'akhbar alzaayifat eabr wasayil altawasul al'iijtimaeaa w ta'athuriat alakhrin, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahirat, 81(3). 372:323.

- Abd alraaziq, M. (2022). taqniaat aldhaka' alaistinaeii fi al'iielami- alwaqie waltatawurat almustaqbaliati, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahira, 81(2).

- Albuhayri, S. (2022). aitijahat alsahafiiyn almisriiyn nahw aistikhdam tatbiq sahafat aldhaka' alaistinaeaa (Robot Journalism) fi 'iintaj almuhtawaa alsuhufii bialsuhuf almisriati, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahirat, 24(1). 158:129.
- Zahrat, I. (2023). nahw manzur mustaqbaliin litadmin aldhaka' alaistinaeii fi taelim alaitisal altaswiqii fi masr, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, kuliyat al'iielami, jamieat alqahirat, 85(1). 146:91.
- Hasib, S. (2023).: taqniaat sahafat aldhaka' al'iistinaeaa watahsin alsuwrat alnamatiat lilmuasasat walhukumati, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahirat, 84(2), 262:231.
- Aleataar, M. (2023). tatir aldhaka' alaistinaeii fi almawaqie al'iikhbariat al'iimaratiati, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahirat, 84(4).1672:1643.
-:Ali, M. (2023).ruyat masyuwli alealaqat aleamat fi almunazamat alhukumiat lihudud tathir aldhaka' alaistinaeii fi altaswiq al'iiliktrunii, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahirat, 83(2).
- Makawi, M. (2020).: al'akhbar alzaayifa "Fake News" bayn al'iielam altaqlidii walraqmi, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahirati, 2(3). 291:237.
- Makawi, M. (2021). aliat tadawul alshabab alearabii lilmuhtawaa alraqamii alzaayif eabr wasayil altawasul alaijtimaeii- namudhaj muqtarah fi 'iitar madkhal altarbiat al'iielamiat alraqamiati, majalat albuhuth al'iielamiati, kuliyat al'iielami, jamieat Al'azhar, 2(2). 584:527.
- Bihinsi, M. (2019). aliaat mustakhdimi alshabakat alaijtimaeiat fi altahaquq min al'akhbar alzaayifati: dirasatan fi 'iitar madkhal altarbiat alraqamiat wanamudhaj 'adwar aljumhur fi altahaquqa, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, 69(1).
- Jahng, M. R., Lee, H., & Rochadiat, A.(2020). Public Relations Practitioners' Management of Fake News: Exploring Key Elements and Acts of Information Authentication, Public Relations Review,Vol.46 , PP.1:7, Doi: 10.1016/j.pubrev.2020.101907.
-Brian J. B. (2019). Separating Real From Fake: Building News Literacy With The Frayer Model, Communication Teacher, 33(4), 256-261, DOI:10.1080/17404622.2019.1575971.
-Higdon, N. (2020). What is Fake News? A Foundational Question for Developing Effective Critical News Literacy Education. Democratic

Communiqué, 29(1), 1-18. https://journals.flvc.org /demcom/article /view/ 121283.
- Jones-Jang, M. S., Mortensen, T., & Liu, J.(2019). Does Media Literacy Help Identification of Fake News? Information Literacy Helps, but Other Literacies Don't, American Behavioral Scientist, 00(0).1-18, Doi: 10.1177/0002764219869406.
- Jang,, M. S., et al. (2018). A Computational Approach For Examining The Roots and Spreading Patterns of Fake News: Evolution Tree Analysis. Computers In Human Behavior, 84,103-113, Doi: 10.1016/J.Chb.2018.02.032.
-Ralston, S., Rowland, Z., Kliestik, J., & Vrbka, J. (2018). Op,Cit, 30-36.
-Kim, A., Moravec, P. L., & Dennis, A. R. (2019). Combating fake news on social media with source ratings: the effects of user and expert reputation ratings. Journal of Management Information Systems, 36(3), 931-968. DOI: 10.1080/07421222.2019.1628921.
-Amazeen, M. A. & Bucy P. E. (2019). Conferring Resistance to Digital Disinformation: The Inoculating Influence of Procedural News Knowledge, Journal of Broadcasting & Electronic Media, 63(3), 415-432, DOI: 10.1080/08838151.2019.1653101.
-Salma, A. N. (2019). Defining Digital Literacy in the Age of Computational Propaganda and Hate Spin Politics. KnE Social Sciences, 323-338 Doi:10.18502/kss.v3i20.4945.
-Benková, Z. (2018).The Spread of Disinformation. Why Do People Believe Them and How to Combat Them. The Importance of Media Literacy, Marketing Identity, 1/2, 16-27, https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=773428.
-Mihailidis, P., & Viotty, S.(2017). Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, Fake News, and The Role of Media Literacies In "Post-Fact" Society, American Behavioral Scientist, 61(4), 441–454, Doi: 10.1177/0002764217701217.
-Simmons, T. (2018). Media Literacy and Fake News: How Media Literacy Can Curb the Fake News Trend. In Handbook of Research on Media Literacy in Higher Education Environments (pp. 255-268). IGI Global.
-McDougall, J., Brites, M. J., Couto, M. J., & Lucas, C. (2019). Digital literacy, fake news and education/Alfabetización digital, fake news y educación. Cultura y Educación, 31(2), 203-212. DOI:10.1080/11356405.2019.1603632.
-Hobbs, R. (2011). Op, Cit, 420.

-Potter, W. J. (2018). Media literacy. 9th (USA: Sage Publications),16-17.

-Maksl, A., Ashley, S., & Craft, S. (2015). Measuring news media literacy. Journal of Media Literacy Education, 6(3), 31. https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol6/iss3/3.

-Lee, N. M. (2018). Fake news, phishing, and fraud: a call for research on digital media literacy education beyond the classroom. Communication Education, 67(4), 463-464. DOI:10.1080/03634523.2018.1503313.

- khayri, S. (1975): al'iihsa' alnafsiu waltarbawi, alrayadi, matbaeat jamieat Alriyad.

- 'Abu hatab, F. (1973). altaqwim alnafsi, Alqahira, Al'anjilu Almisriatu.

-Carlson, John. R.; Robert W. Zmud (April 1999). "Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions". he Academy of Management Journal 42 (2): 153–170.

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

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, 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: Lecturer 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 : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: http://jsb.journals.ekb.eg
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Issue 70 April 2024 - part 2

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.