فاعلية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين قدرة طلاب الإعلام التربوي على تمييز الأخبار الزائفة

دراسة شبه تجريبية

أ. م. د/ إيمان عاشور سيد

أستاذ الإذاعة المساعد– قسم الإعلام التربوي– جامعة المنيا
dremanashour63@gmail.com

مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية

معرف البحث الرقمي DOI: 10.21608/JEDU.2023.303551.2080

المجلد التاسع العدد 49 . نوفمبر 2023

الترقيم الدولي

P-ISSN: 1687-3424 E- ISSN: 2735-3346

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري https://jedu.journals.ekb.eg/

موقع المجلة http://jrfse.minia.edu.eg/Hom

العنوان: كلية التربية النوعية . جامعة المنيا . جمهورية مصر العربية

فاعلية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين قدرة طلاب الإعلام التربوي على تمييز الأخبار الزائفة " دراسة شبه تجريبية"

ملخص الدراسة باللغة العربية:

هدفت هذه الدراسة إلى قياس فاعلية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين قدرة طلاب الإعلام التربوي على تمييز الأخبار الزائفة، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي ذي تصميم المجموعتين- التجريبية والضابطة-، استخدمت المجموعة التجريبية المعالجة التجريبية القائمة على خمسة برامج من برامج تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم في المجال الإعلامي، مع استخدام مقياس تمييز الأخبار الزائفة- من تصميم الباحثة- تكوَّن من أربعة أبعاد، هي: (فهم أدوات الذكاء الاصطناعي، الوعي بأخلاقيات التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي، التحليل النقدي للأخبار، المنفعة المتحققة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي) بواقع 30 عبارة مقياس خماسي، طُبقت أدوات الدراسة على عينة من طلاب الفرقة الأولى لشعبة الإعلام التربوي بلغ قوامها (100) مفردة؛ تم تقسيمها بالتساوي بين المجموعتين، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ من أهمها:

- فاعلية تطبيقات الذكاء الاصطناعي المقترحة للأخبار وتصميم الصور وتعديلها في تنمية وعي طلاب شعبة الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا على تمييز الأخبار الزائفة.
- أن هناك فرقًا دال إحصائيًّا عند مستوى (0.01) بين متوسطي درجات طلاب مجموعة الدراسة التجريبية للتطبيقين القبلي/ البعدي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة ككل، ولكل بُعد من أبعاده الأربعة؛ حيث كانت قيم (ت) على الترتيب على النحو التالي (17.71، 18.64، 14.26، 16.80، 21.12)، وهذه القيم جميعها أكبر من قيمة "ت" الجدولية عند نفس المستوى، وعليه يتضح أن هناك فرقًا دال إحصائيًّا لصالح التطبيق البعدي، ويرجع هذا الفرق إلى تأثير المعالجة التجريبية المتمثلة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها الفعال في إكساب طلاب المجموعة التجريبية القدرة على تمييز الأخبار الزائفة كمتغير مستقل على المتغير التابع.

الكلمات المفتاحية: فاعلية- تطبيقات- الذكاء الاصطناعي- الأخبار الزائفة.

The effectiveness of the artificial intelligence applications in improving the ability of educational media students to distinguish the fake news: A Quasi-Experimental Study

by/ Prof. Iman Ashour Sayed
Assistant Professor of Broadcasting
Department of Educational Media - Minya University

Summary of the study

This study aimed to measure the effectiveness of the artificial intelligence applications in improving the ability of educational media students to distinguish fake news. The study relied on the quasi-experimental approach designed by the experimental and control groups. The experimental group used the experimental treatment based on five artificial intelligence application programs that are used in the media field. With the use of a scale to distinguish fake news designed by the researcher, it consists of four dimensions (understanding of artificial intelligence tools, awareness of the ethics of dealing with artificial intelligence applications, critical analysis of news, and the benefit achieved through the use the artificial intelligence applications) with a score of 30. In terms of a five-point scale, the study tools were applied to a sample of (100) students from the first year of the educational media group, which were divided equally between the two groups. The study reached a set of results, the most important of which are:

- The effectiveness of the proposed artificial intelligence applications for news, image design and editing in developing the awareness of students of the Educational Media Division, Faculty of Specific Education, Minya University, on distinguishing fake news.
- That there is a statistically significant difference at the level of (0.01) between the average scores of the students of the experimental study group for the pre/post applications of the fake news discrimination scale as a whole, and for each of its four dimensions; Where the values of (T) were in the order as follows (17.71, 18.64, 14.26, 16.80, 21.12), and all of these values are greater than the value of the tabular "T" at the same level, and therefore it is clear that there is a

statistically significant difference in favor of the post-application, and this is due to The difference is based on the effect of the experimental treatment represented by the use of artificial intelligence applications and its effective role in giving the students of the experimental group the ability to distinguish fake news as an independent variable over the dependent variable.

- **Keywords: (effectiveness - applications - artificial intelligence - fake news)**

مقدمة الدراسة:

فرضت تطبيقات الذكاء الاصطناعي المتعددة على مجال الإعلام- وبالتحديد المستخدم والصانع للمحتوى- العديد من التحديات، فعلى الرغم من أنها أسهمت بشكل كبير في تسهيل المهام الإعلامية وسهولة صنع المحتوى؛ من خلال ما وفرته من أدوات وتقنيات تستخدم في تحليل وإنتاج المحتوى الإعلامي بكافة أشكاله مسموع، أو مرئي، أو مكتوب.

ولكن على الجانب الآخر قد جعلت الجمهور في حيرة لتحديد هل هذا المحتوى حقيقي أم مزيف بفضل مثل هذه التطبيقات ودقتها في إنتاج محتويات لا تستطيع أن تميزها عن المحتويات الحقيقية، فقد نتج في الفترة الأخيرة تضارب العديد من الأقاويل والآراء؛ نتيجة انتشار فيديوهات وأخبار تساءل الجمهور هل هذه حقيقية أم مزيفة، ومن أشهرها والتي أثارت جدلًا على مواقع التواصل الاجتماعي فيديو محمد صلاح لاعب ليفربول الشهير، والذي تضمن رأيه في القضية الفلسطينية؛ مما نتج عنه هجوم من قبل رواد مواقع التواصل الاجتماعي وغضب من قبل متابعيه، وخلق على تبعيته الكثير من الخسائر النفسية والاجتماعية، إلى أن ظهر في النهاية وتم تكذيب الفيديو، حيث تم صناعته من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وقد وصلت تقنيات التزييف إلى حد كبير من الخطورة التي قد ينتج عنها حروب وثورات، نتيجة انتشار أخبار مفبركة، مثل ارتفاع رغيف الخبز، أو وجود فرص عمل وهمية، أو شركات وهمية، وغيرها من الأخبار والفيديوهات التي قد تسبب زعزعة الثقة والتصالح النفسي والاجتماعي.

ويعتبر طالب الإعلام- وهو إعلامي المستقبل المنوط بإنشاء وإنتاج العديد من المضامين- من أكثر الفئات التي تواجه تحديات وصعوبات للتعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، وخاصة تلك التي تستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي، فقد تغيرت طبيعة المهارات ومستوياتها لدى الطالب خليفة هذا التغير التقني والتكنولوجي؛ فلم تعد مهارات الطالب مقتصرة على مجرد الكتابة التقليدية، أو التسجيل التقليدي، أو التصوير التقليدي؛ فأصبح أمام طفرة كبيرة من التقنيات التي تستخدم في كتابة النَّص وتحريره ومراجعته والتدقيق الإملائي واللغوي لهذا المحتوى، كما أنه أصبح أيضًا أمام تقنيات

لتصوير متقدم وتسجيل بمجرد أن يكتب أو يتم اختيار النَّص المراد تسجيله من خلال Ai، إذًا فهو لا يبذل مجهودًا كما كان يبذل في الماضي، بل بمجرد اختيار هذه التقنيات واستخدامها يتمكن من إنهاء جميع المهام الخاصة به كطالب إعلامي، ولكن الجانب المظلم لهذه التطبيقات أن هذه الفئة نفسها لا تستطيع أن تميز ما بين الأخبار الحقيقية التي يتم تداولها عبر منصات الإعلام المختلفة والأخبار المزيفة التي يتم نشرها لتحقيق اتجاه معين، أو توجه معين يخدم من خلال هذه الأخبار فئة معينة، فوقف الطالب على محكٍ ليتمكن من التفريق بين السلبيات والإيجابيات، وليقف على مخاطر الاستخدام السيء أو غير الاخلاقي لهذه التطبيقات والتي اقتحمت كل المجالات الحياتية، ولكن يعتبر أهمها على الإطلاق مجال الإعلام؛ لأنه ربما معلومة خاطئة أو غير حقيقية ينتج عنها تدمير نفسية جمهور بأكمله؛ وعليه فهناك علاقة وطيدة بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والمعرفة الجيدة بهذه التطبيقات ومستوى تمييز الأخبار الزائفة، فإذا لم يكن هناك مرحلة من الوعي والثقافة المعلوماتية فلن يكون هناك مستوى من الوضوح للتمييز بين ما هو صحيح وما هو غير صحيح.

مشكلة الدراسة:

ما يميز الإعلام عن غيره من العلوم أن مجال الإعلام الخطأ الواحد قد ينجم عنه تدمير جميع مستقبليه أو مستمعيه، في حين في مجال آخر فالخطأ قد ينتج عنه تدمير أو موت فرد واحد فقط وهو من خضع للتجربة، وهنا تكمن خطورة الأخبار الزائفة؛ فالأفراد يكوِّنون اتجاهاتهم من خلال ما يتابعونه و يطلعون عليه من أخبار ومعلومات، وهذه الأخبار تسهم بشكل كبير في تطوير كيانهم وإبداء آرائهم في موضوع محدد، ولن تتكوَّن وجهة نظره إلا من خلال الاطلاع والمعرفة التي تقدمها وسائل الإعلام بكافة أشكالها التقليدية والجديدة؛ لذا يؤدي المحتوى الإعلامي دورًا في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي بالتحديد؛ لأنهم الأكثر إقبالًا على التقنيات الحديثة، فهم الجيل الذي يبحث عن كل ما هو جديد ومختلف، بغض النظر عن قدرتهم على استخدام التطبيقات بشكل جيد، أو عدم القدرة على استخدامه على الإطلاق، وقد لاحظت الباحثة من خلال قيامها بتدريس طلاب الفرق الثلاث الأولى والثالثة والرابعة

أن طلاب الفرقة الأولى هم الأكثر اطِّلاعًا وبحثًا عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي؛ فهم يريدون معرفة المزيد، كما أنهم أبدَوا استعدادهم بأنهم لديهم قابلية للتعلم من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وعلى الجانب الآخر هم في فترة المراهقة؛ فأكثر اندفاعًا وتصديقًا لكل ما يُنشر دون تقصي الحقائق، حتى على مستوى الجامعة، فهم يصدقون أي أخبار وأي معلومات دون وعي وتحليل، وللوصول بهم إلى مرحلة التمييز كان على الباحثة أن تتبع معهم بعض الخطوات التي يمكن من خلالها تنمية مهاراتهم الإعلامية التي تجعلهم قادرين على التحليل والتمييز والنقد، ولن يأتي ذلك إلا من خلال برنامج يتكوَّن من عدة جلسات؛ للوقوف معهم على النقاط الأساسية التي تجعلهم قادرين على امتلاك مهارات، من خلال استخدام تطبيقات التحرير، والكتابة، والمراجعة، وإنشاء وتحرير الفيديوهات الإعلامية المختلفة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي؛ وذلك للوصول إلى مستوى معين من القدرة على تمييز الأخبار الزائفة، ولتحديد عينة الدراسة بشكل علمي قامت الباحثة بدراسة استطلاعية وهو سؤال موجه إلى طلاب قسم الإعلام التربوي بالفرق الأربعة) وهو ماذا تعرف عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟ ما أهم الأخبار التي تشككت في مصداقيتها؟ ما أهم التطبيقات التي يمكن أن تستخدمها في مجال تخصصك؟ وكانت النتيجة لصالح الفرقة الأولى شعبة الإعلام التربوي (ملحق3) ومن هنا جاءت فكرة هذه الدراسة لقياس فاعلية استخدام طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على مستوى تمييز الأخبار الزائفة، وعليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: **ما فاعلية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين قدرة طلاب الإعلام التربوي على تمييز الأخبار الزائفة؟**

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة إلى:

أهمية نظرية:

– التعرف على أهم الأبعاد التي يمكن من خلالها تمييز الأخبار الزائفة لتجنبها أو كشف مصداقيتها من عدمه.

– إلقاء الضوء على بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يمكن استخدامها في إنتاج محتوى إعلامي شامل سواء كان مكتوبًا، أو مرئيًّا، أو مسموعًا.

– الوقوف على مستوى تمييز الأخبار الزائفة– التي تم تحديدها من قبل الباحثة– لدى مستخدمي التطبيقات وغير مستخدمي التطبيقات.

أهمية تطبيقية: وتتمثل في:

– تسهم نتائج الدراسة في توجيه واضعي المقررات الدراسية الخاصة بالإعلام إلى ضرورة توليد ووضع مقررات دراسية تتضمن تطبيقات الذكاء الاصطناعي وكيفية استخدامها.

– تصميم أجندة إعلامية حديثة يضعها متخصصو المجال الإعلامي، تتضمن برامج توعوية بالتطبيق، وكيفية استخدامه بطريقة أخلاقية وموضوعية.

– توجيه التربويين والمهتمين بالعلوم الإنسانية بضرورة تضمين المناهج الدراسية للمرحلة قبل الجامعية ببعض المقررات التي تنص على أخلاقيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومراعاة الأخبار الزائفة.

أهداف الدراسة:

تتعدد أهداف الدراسة الحالية ويمكن إيجاز أهداف هذه الدراسة في النقاط التالية:

– رصد فاعلية استخدام طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تمييز الأخبار الزائفة.

– التعرف على متوسطات درجات طلاب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في البُعد الخاص بفهم أدوات الذكاء الاصطناعي.

– الكشف عن متوسطات درجات طلاب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في البُعد الخاص بالتحليل النقدي للأخبار.

– التعرف على الفرق بين متوسطات درجات طلاب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في البُعد الخاص بالوعي الأخلاقي.

– الكشف عن الفرق بين متوسطات درجات طلاب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في البُعد الخاص بالمنفعة المتحققة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

– التعرف على الفروق بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيقين القبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي بالنسبة لأبعاد مقياس تمييز الأخبار الزائفة.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الباحثة في الأدوات الفعلية للدراسة الحالية على مقياس لتمييز الأخبار الزائفة؛ تكوَّن المقياس من أربعة أبعاد، كل بُعد من هذه الأبعاد تضمَّن مجموعة من العبارات بواقع 7 عبارات تقيس كل بُعد من الأبعاد الثلاثة الأولى، و9 عبارات للبُعد الأخير (فهم أدوات الذكاء الاصطناعي– التحليل النقدي للأخبار– الوعي الأخلاقي– المنفعة المتحققة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي)، على أن يصبح إجمالي عبارات المقياس 30 عبارة، وتم التطبيق القبلي والبعدي بالنسبة لمجموعتي الدراسة التجريبية والضابطة.

مراحل إعداد المقياس:

لإعداد مقياس تمييز الأخبار الزائفة قامت الباحثة باتباع الخطوات التالية:

1– **تحديد الهدف من المقياس:** الهدف من المقياس هو التعرف على قدرة طلاب الفرقة الأولى من شعبة الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا على تمييز الأخبار الزائفة.

2– **تحديد عبارات المقياس:** قامت الباحثة بصياغة مجموعة من العبارات، وقد رُوعي عند صياغتها ارتباط العبارة بالمحتوى، وارتباطها المباشر بموضوع المقياس من

ناحية أخرى، بلغت عبارات المقياس (30) عبارةً في صورته الأولية، وقد تم تقسيم المقياس إلى أربعة أبعاد رئيسة، وهي: (فهم أدوات الذكاء الاصطناعي ويتكوَّن من 7 عبارات، التحليل النقدي للأخبار ويتكوَّن من 7 عبارات، الوعي الأخلاقي ويتكوَّن من 7 عبارات، المنفعة المتحققة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ويتكوَّن من 9 عبارات)، وقد رُوعي عند صياغة هذه العبارات ملاءمتها للطلاب، وأصبحت الدرجة الكلية للمقياس (145) درجة.

3- **طريقة تطبيق وتصحيح المقياس:** تضمن المقياس عددًا من العبارات، وأمام كل عبارة خمس استجابات، هي: تنطبق على (موافق بشدة، موافق، محايد ، لا أوافق، لا أوافق بشدة)، يقرأ الطلاب كل عبارة جيدًا ويضع علامة (√) تحت الاختيار الذي يحدد مدى موافقة العبارة له، وقد رُوعي أن يشتمل المقياس على مجموعة من العبارات الإيجابية والعبارات السلبية؛ للتعرف بدقة على استجابات الطلاب نحو تلك الأبعاد، ويكون التصحيح بأن يمنح المتعلم درجات من (5: 1) حسب العبارة إن كانت موجبة أو سالبة، وقد زُوِّد المقياسُ بتعليماتٍ توضح الهدف منه وكيفية الاستجابة له.

4- **ضبط المقياس:** مرَّ ضبط المقياس بمرحلتين، هما:

أ- **صدق المقياس:**

- **صدق المحكمين:** تم التأكد من صدق الأداة بطريقة صدق المحكمين؛ من خلال عرضها على مجموعة من السادة المحكمين ذوي الخبرة والاختصاص بلغ عددهم (7) محكِّمين؛ لمراجعتها، والحكم على صلاحيتها؛ للتعرف على وجهة نظرهم حول المقياس من حيث مدى فعاليته في تحقيق أهدافه، ومدى قياسه لما وضع له، حيث أشاروا إلى بعض الملاحظات على بعض العبارات التي تم أخذها بعين الاعتبار عند صياغة الأداة بصورتها النهائية سواء بحذف، أو بتعديل، أو إضافة بعض الكلمات على بعض العبارات، كما أشاروا إلى صلاحية العبارات الأخرى وملاءمتها من حيث موضوعها أو مجالها، وقد تراوحت نسبة الاتفاق بين المحكمين على بنود الأداة ما بين (

95%: 100%)، ويعد ذلك معامل صدق وثبات معقول ومقبول ويفي بأغراض الدراسة الحالية.

- **صدق الاتساق الداخلي:** لحساب صدق المقياس قامت الباحثة باستخدام صدق الاتساق الداخلي؛ وذلك بتطبيقه على مجموعة استطلاعية من مجتمع الدراسة ومن غير المجموعة الأصلية للدراسة قوامها (12) طالبًا/ طالبة شعبة الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا، وقد تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المقياس والدرجة الكلية للمقياس، امتدت معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المقياس والدرجة الكلية للمقياس ما بين (0.54 : 0.87)، وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)؛ مما يشير إلى الاتساق الداخلي للمقياس، كما تم حساب قيمة معامل ارتباط درجة كل عبارة بالمحور الذي تنتمي إليه، ومستوى الدلالة الإحصائية لمعاملات الارتباط، ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول (1)

قيمة معامل ارتباط بيرسون ومستوى الدلالة الإحصائية لمحاور المقياس

م	الأبعاد	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	**البعد الأول: فهم أدوات الذكاء الاصطناعي**	0.69	0.01
2	**البعد الثاني: التحليل النقدي للأخبار**	0.78	0.01
3	**البعد الثالث: الوعي الأخلاقي**	0.83	0.01
4	**البعد الرابع: المنفعة المتحققة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي**	0.74	0.01
5	المقياس ككل	0.84	0.01

يتضح من خلال استعراض نتائج جدول (1) أن قيم معاملات ارتباط بيرسون للأبعاد الأربعة للمقياس وللمقياس ككل دال عند مستوى 0.01؛ مما يشير إلى أن المقياس صالح للتطبيق على مجموعة الدراسة الأساسية.

ب – ثبات المقياس :

تم حساب ثبات المقياس باستخدام معامل ألفا كرونباخ، وذلك على مجموعة استطلاعية قوامها (12) طالبًا/ طالبة بشعبة الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا من مجتمع الدراسة، ومن غير مجموعة الدراسة الأساسية، والجدول التالي يوضح النتيجة.

جدول (2)

معامل ثبات مقياس الأخبار الكاذبة لدى طلاب شعبة الاعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا (ن = 12) طالبًا/ طالبة

معامل الثبات	حجم العينة	عدد العبارات	القيمة	مستوى الدلالة
معامل الفا	12	29	0.92	0.000

يتضح من جدول (2) أن معامل الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ دال عند مستوى ؛0.01 مما يشير إلى ثبات المقياس.

- **حساب الزمن اللازم لتطبيق المقياس:**

تم حساب زمن الإجابة على المقياس عن طريق حساب متوسط الزمن الذي استغرقه جميع طلاب العينة الاستطلاعية في الإجابة عن المقياس، ومنها تم الحصول على الزمن اللازم لأداء المقياس، حيث بلغ (30) دقيقة، بما فيها زمن قراءة التعليمات.

عقب الخطوات السابقة التي مرَّ بها إعداد المقياس تم التأكد من صلاحيته للاستخدام، وبذلك تكون الصورة النهائية للمقياس والتي تتضمن (30) عبارةً موزعة على أبعاد المقياس ككل، صالحًا للاستخدام كأداة للقياس في الدراسة الحالية.

التصميم التجريبي لعينة الدراسة:

- تم تصميم فيديوهات خاصة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم في تحرير وإنتاج الأخبار والفيديوهات بلغت 5 تطبيقات؛ تضمنت هذه الفيديوهات كيفية الاستخدام، وعيوب الاستخدام، وخطوات الاستخدام خطوة خطوة.
- بعد تطبيق مقياس تمييز الأخبار الزائفة على مجموعتي الدراسة التجريبية والضابطة، تم تعريض المجموعة التجريبية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تم تحديدها من قبل الباحثة، أما بالنسبة للمجموعة الضابطة فلم تستخدم نفس التطبيقات، ولكن تم تعريضها لما تم إنتاجه من أخبار زائفة من قبل عينة المجموعة التجريبية، وبعد انتهاء مرحلة التطبيق والتي استمرت حوالي ثلاثة شهور بالنسبة للمجموعتين قامت الباحثة بتطبيق نفس الأداة بعديًا لمعرفة ما إذا كان هناك فرق أم لا.

الدراسات والأدبيات السابقة:

للوقوف على أهم الدراسات التي تناولت بشكل مباشر تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في مجال إنتاج وتحليل المحتوى الإعلامي المقدم من قبل وسائل الإعلام المختلفة، قامت الباحثة برصد هذه الدراسات وتقسيمها إلى محورين:

المحور الأول: تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومجال إنتاج وتحليل وعرض الأخبار والفيديوهات المختلفة:

باعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأسرع والأكثر شهرة في نقل العديد من الأخبار والمعلومات، واعتبارها مصدر أساس في نقل العديد من الأخبار في شتى المجالات وتعتبر من المنصات الأساسية لجميع المواقع الإخبارية والقنوات الفضائية، والمرجع الرئيس عند الملايين حول العالم لمتابعة الأخبار، وبفضل التطور الحاصل في مجالات التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي وظهور ما يُسمى إنترنت الأشياء أصبح العالم أمام جيل جديد من مواقع التواصل الاجتماعي سيكون له أكبر تأثير في الحياة اليومية، وهو ما هدفت إليه **دراسة** [1] **(Anja Bechmann,2019)** والتي أوضحت كيف أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على إنتاج المعرفة البشرية عبر وسائل

التواصل الاجتماعي لا سيما Facebook، وذلك من خلال عمل نماذج للبيانات الضخمة كطريقة لتحويل البيانات إلى معرفة قيمية من خلال خوارزميات معدة مسبقًا ومصممة تصميمًا خاصًا لحكومة هذه البيانات، ولكن مع الأخذ في الاعتبار خطورة هذه المعرفة إن لم تستند على قيم الموضوعية والمصداقية التي لا تحمل أي تحيز لفريق أو مؤسسة بعينها، وحتى يتم التمكن من فرزها، واستكمالًا لدور الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الضخمة؛ حيث تكثر مستويات تحليل البيانات إلى درجة عالية؛ وذلك من خلال الكوارث والأزمات وهذا ما أكدته دراسة (**Vimala Nunavath;Morten,2018**) [2] فعند حدوث أي نوع من الكوارث، غالبًا ما ينشر الضحايا المتأثرون بشكل مباشر وغير مباشر بالكارثة قدرًا هائلًا من البيانات (مثل الصور والنصوص والكلام والفيديو باستخدام العديد من وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت تلك الوسائل مؤخرًا قناة اتصال أساسية بين الناس لإبلاغ الجمهور أو موظفي الطوارئ بالكارثة، وقد يستعين بهذه التطبيقات في تحليل البيانات والصور والنصوص وتحليل الفيديوهات التي تتناول الأزمة أو الكارثة الإنسانية، مثل جائحة كورونا، ومن ثم حاولت تلك الدراسة وضع آلية حول تطبيق الذكاء الاصطناعي لتحليل معالجة البيانات الضخمة لوسائل التواصل الاجتماعي؛ من خلال تصنيف النصوص والصور والفيديوهات الحقيقية المتعلقة بالكارثة، واتفقت معها **دراسة** (**Dwivedi/ Annals,2020**) [3] وركزت الدراسة على التنقيب على البيانات التي تظهر عبر twitter، والتي تشمل الآثار الناتجة عن تلك البيانات، والعوامل الاجتماعية لذلك، وكيفية تأثير هذه البيانات على الجوانب الاجتماعية الخاصة بالجمهور، كما يمكن اعتبارها أداة لتحليل المشاعر بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي المختلفة، خاصة أثناء انفعال الجمهور وتفاعله مع بعض المنشورات والفيديوهات المختلفة.

وعلى خلفية تحليل المشاعر واستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي كأدوات لتحليل البيانات الشخصية؛ أكدت **دراسة (Chiyu Cai;Linjing,2016)** [4] أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي لها تأثير كبير على تحليل المشاعر، محاولة لاكتشاف الأحداث الساخنة وصنع السياسات، حيث يتم اقتراح طريقتين لتحليل المشاعر على أساس كلمتين جديدتين تسمى NWLb و NWSA، الأولى تتم بمساعدة المُعجم،

والأخيرة تتم بمساعدة التعلم الآلي (الذكاء الاصطناعي؛ وذلك لتحسين فعالية تحليل المشاعر في وسائل التواصل الاجتماعي، وفي هذا الصدد سعت دراسة **(Yo-ing Huang, 2018)** [5] إلى اقتراح نموذج ذكاء اصطناعي للكشف عن المشاعر في النصوص غير المنظمة، نقوم بتحليل آراء المستخدمين حول القضايا المثيرة للجدل ومقارنتها بالمواضيع الشائعة ذات الصلة عبر منصة Twitter، والحصول على تصورات متميزة لآراء المستخدمين بناءً على عدد الإعجابات وإعادة التغريد، واستخدام مجموعة أدوات معالجة اللغة الطبيعية NLP لتحديد شعور النصوص، وتؤكد النتائج التجريبية أن تحليل المشاعر مفيد لتحديد مدى إعجاب المستخدمين وتعليقاتهم وتغريداتهم على الموضوع أو المنتج المطروح، من خلال كتابة خوارزميات لمساعدتهم على اكتشاف وتصنيف الآراء عبر الإنترنت، ويستخدم ذلك للتمييز بين المشاعر السلبية والإيجابية تجاه موضوع من الموضوعات؛ مما يسهم في تكوين اتجاهات الجمهور ورسم صورة ذهنية محددة خاصة بالموضوع المطروح.

وفي نفس الوقت قد أسهمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في وجود مواقع مضللة للأخبار؛ وهذا ما جاءت به **دراسة (Luis Fernandez,2018)** [6] من خلال إنشاء نموذج جديد للمعلومات الموضوعية والمعلومات المضللة الخاصة بالأزمات الصحية؛ لا سيما بعد ظهور تقنيات Web 2.0 ومنصات الوسائط الاجتماعية مثل Twitter وذلك باستخدام الذكاء الاصطناعي، حيث تم تصميم استراتيجية البحث الخاصة للحصول على نظرة عامة واسعة على التطبيقات المختلفة للذكاء الاصطناعي في الأزمات الصحية والتحديات التي تواجهها، واستكمالًا لدور الذكاء الاصطناعي في تحليل المعلومات وبيان الأدق منها كانت **دراسة (Amir Hussain,2021)** [7] حول المعلومات المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي عن لقاح كورونا 19-covid، ومحاولة معالجة مخاوف المتشككين في اللقاح؛ عن طريق الذكاء الاصطناعي الذي يمكن من الوصول الفعلي إلى الأشخاص المتشككين في اللقاح من خلال تحليل مشاعرهم المتغيرة، وتطوير استراتيجيات للاتصال ثنائي الاتجاه عبر المنصات الاجتماعية.

أما فيما يخص الأخلاقيات والحفاظ على الخصوصية والأمن المعلوماتي؛ فقد جاءت دراسة **(Bhavani Thuraisingham,2020)** [8] لمعرفة دور كل من الذكاء الاصطناعي والأمن السيبراني في حماية أنظمة وسائل التواصل الاجتماعي من الهجمات الإلكترونية على أنظمة المعلومات، وانتهاك خصوصية الأفراد، ومشاركة المعلومات الخاطئة المعروفة باسم fake news ، والأخبار التي تحتوي على الاتجار بالأطفال والعنف ضد المرأة، وركزت الدراسة على Facebook و Twitter اللذين يؤديان دورًا رئيسًا في المجتمع؛ من خلال تمكين الأشخاص من التواصل وتبادل المعلومات، واتفقت معها **دراسة (Feyza Altunbey Ozbay,2020)** [9] والتي حاولت الكشف عن الأخبار المزيفة بوسائل التواصل الاجتماعي باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي، حيث رصدت الدراسة تقنيتين يمكن من خلالها التنقيب وفحص الأخبار؛ للوقوف على الأخبار الكاذبة والأخبار الحقيقية للتمييز بينهما؛ وذلك لتقليل نشر الشائعات وحروب الجيل الرابع.

وعند فحص التعليقات والمتابعات وجد أن هناك فئات محددة هي المسؤولة عن إدارة تعليقات الصفحات الخاصة بالمؤثرين، حيث أكدت **دراسة(NuanwanSira,2020)** [10] والتي هدفت إلى إدارة تعليقات وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام خوارزميات SMOTE وRandom Forest، حيث تم تطبيق خوارزميات خاصة لتصنيف التعليقات حول النصوص أو الفيديوهات في فئات محددة مسبقًا، ثم تطبيق خوارزمية أخرى لتجمع كافة محتويات التعليقات.

ولمعرفة تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مصداقية المحتوى المنتج باستخدام هذه الأدوات مقارنة بالمحتوى التقليدي الذي تم تحريره وإنتاجه من قبل البشر جاءت دراسة **(عمرو محمد،2020)** [11] لتؤكد أن أهم المجالات التي نجحت في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الدردشة الآلية عبر المواقع الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي، والتعامل مع البيانات، وأن الدقة والموضوعية بالنسبة للمصداقية جاءت في مرتبة متأخرة في المحتوى المنتج باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

وعلى الرغم من أهمية المصداقية- خاصة بعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإنتاج الإعلامي- إلا أن الآثار الناتجة عن استخدام هذه التطبيقات لا تقل أهمية؛ لذا جاءت **دراسة (Jina, Kin et al,2020)** [12] لتؤكد أن الفيديوهات التي تم إنتاجها بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي أسوأ وأقل جودة من الفيديوهات التي تم إنتاجها من قبل البشر، وبالتالي فيشعر الإنسان بالارتياح عند مشاهدة الفيديوهات العادية التي أُنتجت من قبل البشر؛ وقد اختلفت **دراسة (محمد جمال، 2021)** [13] مع هذه الدراسة؛ فقد أكدت على قدرة تطبيقات الذكاء الاصطناعي وخاصة الروبوت في المواقع الصحفية على إنتاج وتقديم محتوى صحفي أكثر تميزًا من الذي يقدمه الصحفيون البشريون، وأكثر مصداقية منه لدى الجمهور، وتأثيره الإيجابي على البُعدين المهني والأخلاقي للعمل الصحفي.

ولكن هذه الآثار- سواء السلبية أو الإيجابية- لم تقلل من قدرة تطبيقات الذكاء الاصطناعي على محاكاة العنصر البشري في القيام بالعديد من المهام الإعلامية؛ وهذا ما أكدته دراسة **(مي مصطفى، 2022)** [14] مع وجود شريطة وجود إشراف ومتابعة للعنصر البشري أثناء استخدام هذه التطبيقات بدقة عالية، كما أضافت أهم المجالات التي نجح الذكاء الاصطناعي في إحداث طفرة به المجال الإعلامي، والمجال التسويقي، والمجال الفني، والإداري.

وتزداد أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث والكوارث والأزمات بغض النظر عن مصداقية المضمون الذي يتم إنتاجه من قبل الصحفيين، ولكن ينظر له في الجانب الإيجابي؛ وهذا ما أشارت له **دراسة (هند يحيى، 2021)** [15]؛ حيث تحافظ هذه التطبيقات على تأمين حياة الصحفيين خاصة في وقت الأزمات، كما أنها توفر الوقت والجهد والإنذار المبكر قبل حدوث الخطر، هذا ما يدفع المؤسسات الصحفية إلى استخدامها لإنتاج المحتوى الإعلامي؛ لكثرة ما تتيحه من تقنيات تسهم في زيادة الإنتاجية.

ومع تعدد المجالات التي أدخلت تطبيقات الذكاء الاصطناعي زادت خطورة هذه التطبيقات؛ فقد أدى هذا إلى هجوم شرس على الاستخدام المفرط لتطبيقات الذكاء

الاصطناعي في المجال الإعلامي، ومنها مجال إنتاج المحتوى الإعلامي؛ فقد نتج عن ذلك حتمية الاستخدام غير الأخلاقي، سواء على مستوى الأفراد أو المؤسسات؛ من خلال انتهاك الحقوق والخصوصيات والهجمات الشرسة من خلال بعض المواقع، التي لا تتبع أي أخلاقيات أو تشريعات، وهذا ما نوهت له **دراسة (وسيلة سعود، 2023)** [16].

ومع كثرة الاستخدام في كافة المجالات، ظهرت أشكال جديدة من الجرائم التي نتجت عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ وهذا ما أشارت له **دراسة (يحيى إبراهيم، 2022)** [17] منها ما يتعارض مع القيم والتقاليد، والآخر يتعارض مع الدين؛ مما يزيد من نطاق الميول الإجرامية والمشكلات التي تؤثر على المجتمع ككل، ولكن في الوقت نفسه يمكن استخدام تطبيقات الاصطناعي في عمليات جمع الاستدلالات والتحقيق والمحاكمة، وهذا ما يسمى بالدور الإيجابي لهذه التطبيقات.

وعليه فلم تؤثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الجمهور فحسب، بل امتدَّ التأثير للقائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية؛ فقد أكدت **دراسة (ماجدة عبد المرضي، 2023)** [18] على تأثير توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي فيما قدمته من تسهيلات للصحفيين في مجال إنتاجهم للمضامين المتخصصة، وفي الوقت نفسه أثرت بشكل سلبي على الأداء المتوقع؛ مما جعل الصحفيين ينقسمون ما بين مؤيد ومعارض لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم.

المحور الثاني: الأخبار الزائفة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي:

هناك العديد من الدراسات التي تسعى لمعرفة السبب وراء نشر الأخبار الزائفة؛ فقد جاءت دراسة **(Serijan Kumar,2018)** [19] لمعرفة الجهات الفاعلة في نشر الأخبار الزائفة، وهي السبب الحقيقي وراء نشر المنشورات الزائفة، وقياس تأثير هذه المنشورات والأخبار الزائفة، والكشف عن المعلومات المغلوطة التي يتم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي، وجدت أن شبكة الإنترنت توفر منصة عالمية لنشر المنشورات والمعلومات والأخبار الزائفة؛ وخصوصًا بعد انتشار مفهوم صحافة المواطن

الذي أدى إلى زيادة هذه الظاهرة، من خلال طرح معلومات مفبركة؛ وبخاصة وقت الأزمات والهجمات الإرهابية والتغييرات المجتمعية، ولرصد العلاقة بين تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي وانتشار الأخبار الزائفة أشارت **دراسة (سالي شحاته، 2023)** [20] أن من أهم أسباب انتشار الأخبار الزائفة عبر المنصات المختلفة انخفاض القدرات المعرفية وتأثير الجانب العاطفي عليهم، فأتاحت خوارزميات الذكاء الاصطناعي العديد من طرق التحقق من الأخبار والصور والفيديوهات المنشورة على المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية، مثل موقع إليكسا، google images، وظهرت العديد من المنصات التي تتحقق من الأخبار الزائفة مثل منصة فتبينوا، وقد تؤدي السلبية والتشاؤمية لدى الشخص دورًا في البحث عن الأخبار السلبية، وهي في الغالب كاذبة أو مفبركة؛ وهذا ما أشارت إليه دراسة (van der Meer and Hameleers, 2022)، فكلما زادت نظرة الفرد السلبية بشأن الجريمة، زاد احتمال طمأنته لهذا التشاؤم من خلال اختيار الأخبار السلبية بدلًا عن الأخبار الإيجابية، لذلك يبحث الفرد عن الأخبار السلبية لتأكيد وجهة نظره المتشائمة تجاه العالم، ولكن رسائل التربية الإعلامية الإخبارية يمكن أن تكون أداة فعالة في تصحيح تحيز الأفراد في اختيار الأخبار، وخاصة بين مستهلكي الأخبار الذين قد يكونون محاصرين في دوامة من السلبية.

ولتمييز قدرات الإنسان عن قدرات خوارزميات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة رصدت **دراسة (رباب رابح، 2022)** [21] أساليب انتشار الأخبار الزائفة عبر المنصات المختلفة، وأن من أهم آليات التصدي لها خوارزميات الذكاء الاصطناعي؛ حيث تشير إلى معدلات استهلاكها، وأماكن إدارتها عبر الشبكات الاجتماعية المختلفة؛ مما ينتج عنه ما يسمى بالحروب النفسية من نتائج ويلات انتشار الأخبار الزائفة والمفبركة، وتزداد خطورتها مع كثرة التطبيقات التي تستطيع أن تحلل البيانات وتحولها إلى خوارزميات يمكن من خلالها أن يتم اختراق الملفات الشخصية على الإنترنت؛ بهدف التحريض على إثارة الضيق وتضخيم الانقسامات والخداع عبر الإنترنت، وأن وسائل التواصل الاجتماعي تستخدم بشكل استراتيجي؛ لنشر المعلومات المزيفة التي تتحول إلى أخبار تهدف إلى إحداث حرب نفسية، وهذا ما بينته دراسة

(James crossland, 2019) [22]، ولن يتوقف الأمر على ذلك، فتعددت العوامل والدوافع التي تؤدي إلى انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أكثر خطورة؛ وفي هذا السياق **أشارت دراسة (Kwami Ahiaben,2018)** [23] أن إدمان الميديا الرقمية وتدفق المستحدثات في مجال جمع وإعادة نشر الأخبار والمعلومات غير مضمون ومصداقية الأخبار؛ ولذلك ظهر على الساحة الإعلامية مصطلح الأخبار الزائفة الذي يعد مرادفًا لـ (المعلومات المغلوطة- الأنباء الباطلة- التضليل الإعلامي) وبث هذه الأشياء في النظام الإخباري حتى تتحول إلى حقيقة، كما أن الأخبار الزائفة خطورتها لن تطول الفرد فقط، بل تهدد الرأي العام؛ مما جعل الاهتمام بآليات الكشف عنها والتصدي لها من أساسيات البحث العلمي، فقد تناولت **دراسة (نبيل لحمر، 2020)** [24] خطورة الأخبار الزائفة على المجتمع وتهديد أمنه واستقراره، ومن طرق علاجه وضع مجموعة من الآليات للتصدي لهذه الأخبار خاصة مع وجود نسب عالية من التصديق لها، كان من أبرز هذه الآليات منها ما هو رقمي وما هو تقليدي؛ من خلال قتل الخبر الكاذب بخبر كاذب أكبر منه من ناحية الكذب، تصميم حملات رقمية وإلكترونية لمواجهة الأخبار الكاذبة من خلال رصد الصفحات التي تنشر الأكاذيب.

وقد تكون المؤسسات الإعلامية التقليدية أحيانًا هي الدافع وراء البحث عن مصادر أخرى للمعلومات والأخبار، وهذا ينتج عن ضعف ثقة الجمهور في الوسائل التقليدية؛ لذا بحثت **دراسة (عبد الرازق الدليمي، 2019)** [25] حيث أكد أن الجمهور يبحث عن المنافذ غير التقليدية لنشر الأخبار ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، وأن غالبية الجمهور لا يستطيع أن يميز الأخبار الحقيقية والأخبار المفبركة؛ مما يزيد من تأثير الأخبار المفبركة على الرأي العام، ونظرًا لخطورة الأخبار الزائفة على المجتمعات والمؤسسات بكافة أنماطها كان لابد من وجود آليات لمواجهة هذه الأخبار خاصة في وجود ضعف لمستوى المعرفة الخاصة بالجمهور؛ فأكدت دراسة (Hameleers, 2022) [26] أن التعرض لرسائل التربية الإعلامية الإخبارية يقلل بشكل كبير من إدراك دقة المعلومات الخاطئة، وأنه لا يمكن تصحيح مستوى موافقة مستهلكي الأخبار على المعلومات المضللة Misinformation بشكل فعال من خلال الاعتماد على

رسائل التربية الإعلامية الإخبارية وحدها، لذا يتطلب من الفرد أن يتسلح بمجموعة من المهارات ليستطيع أن يميز بين الحقيقة والكذب، وعن دور هذه المهارات أثارت دراسة (Huber, Borah and Gil de Zúñiga, 2021) [27] وأن الأفراد الأكثر إلمامًا بمهارات التربية الإعلامية الإخبارية لديهم قدرة على تطوير مهاراتهم في مواجهة الأخبار المزيفة واتخاذ الإجراءات التصحيحية عند التعرض لها، وأن مستهلكي أخبار وسائل الإعلام التقليدية، وصغار السن من الشباب هم الأكثر عرضة لاتخاذ إجراءات تصحيحية عند مواجهة المعلومات المضللة، واتفقت مع هذه الدراسة دراسة Nagel, (2021) [28] التي أكدت وجود علاقة ارتباط موجبة بين مستوى التربية الإعلامية الإخبارية وثقة الفرد في قدرته على تحديد الأخبار المزيفة، وعلاقة ارتباط سالبة بين مستوى التربية الإعلامية الإخبارية واتجاهات الفرد السلبية نحو الأخبار المزيفة، وعلاقة ارتباط سالبة مع درجة قبول الفرد لمشاركة أخبار مزيفة.

ومن العوامل التي تؤدي دورًا في كشف الحقائق الثقة في المضمون الذي يتابعه الجمهور من أهم عوامل التمييز والبحث عن الحقائق وتحليلها بشكل منطقي، وهذا ما حاولت دراسة (Paisana, Pinto–Martinho ,2020) [29] تأكيده أن الأفراد ذوي المستوى المرتفع من التربية الإعلامية الإخبارية يميلون إلى الثقة في الأخبار بشكل عام، ولكن أكثر تشككًا في محتوى وسائل التواصل الاجتماعي.

التعقيب على الدراسات السابقة:

- ركزت الدراسات الأجنبية على الاهتمام بموضوع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي وخاصة ما يخص إنتاج المواد الإعلامية المختلفة وأثر هذا الاستخدام، منها **(Anja Bechmann,2019)**، **Vimala (Nunavath;Morten,2018)**، **(Yogesh Dwivedi/ Annals,2020)**، **(Jina, Kin et al,2020)**، وهذا على عكس ما اهتمت به الدراسات العربية؛ حيث ركزت على الأبحاث الاستشرافية والمستقبلية لرصد اتجاهات الجمهور والقائمين بالاتصال بخصوص تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل دراسة **(عبد الرازق الدليمي، 2019)**، **(هند يحيى، 2021)**، **(ماجدة عبد المرضي، 2023)**

وجدت الباحثة ندرة في الأبحاث التجريبية؛ خاصة البحوث العربية، فمعظمها اعتمدت على الدراسات الوصفية أو المقارنة؛ لمعرفة الفرق بين مستوى المصداقية بالنسبة للمؤسسات التقليدية والمؤسسات الرقمية مثل دراسة **(محمد جمال، 2021)**، اهتمت الدراسات الأجنبية بالشق الخاص بتصميم آليات للتصدي للأخبار الزائفة من خلال توظيف بعض التطبيقات الخاصة بالذكاء الاصطناعي؛ للكشف عن الأخبار الزائفة والتصدي لها؛ من خلال منصات واستراتيجيات مناسبة بواسطة الخوارزميات القائمة على الذكاء الاصطناعي، مثل دراسة كل من: **(NuanwanSira,2020)**، **(Yo-ing Huang, 2018) Feyza (Altunbey Ozbay,2020)**، **(Amir Hussain,2021)** في حين اهتمت الدراسات العربية بفحص العلاقة بين استخدام هذه التطبيقات وانتشار الأخبار الزائفة، منها دراسة **(سالي شحاته، 2023)**، لم تركز الدراسات الأجنبية على القائم بالاتصال كعينة بحثية، بينما ركزت على الجمهور المستهدف، في حين اهتمت الدراسات العربية بالقائم بالاتصال والخبراء، ما عدا عدد قليل منها اهتم بالجمهور لقياس المصداقية مثل دراسة **(عمرو محمد، 2020)**.

- من أبرز الموضوعات التي اهتمت بها الدراسات العربية والأجنبية الأخلاقيات الخاصة باستخدام تطبيقات الذكاء والتداعيات التي تترتب على استخدامها سواء على المؤسسات أو الأشخاص الاعتباريين، مثل دراسة **(يحيى إبراهيم،2022)**، **(ماجدة عبد المرضي، 2023)**، **(وسيلة سعود، 2023)**، **Bhavani (Thuraisingham,2020)**، **(Jina, Kin et al,2020)**
- اهتمت الدراسات العربية والأجنبية باستخدام النظريات البحثية على حد سواء- وإن كانت الدراسات الأجنبية أكثر اهتمامًا وتمثيلًا للنظريات البحثية- مثل نظرية قبول التكنولوجيا وانتشار المبتكرات؛ حيث كانت هذه النظريات هي الأبرز على وجه التحديد.
- ركزت الدراسات الأجنبية على استخدام التربية الإعلامية وبعض تطبيقات الذكاء لمواجهة مخاطر الأخبار الزائفة والمواقع التي تنشر هذه الأخبار، منها دراسات كل من: Paisana, Pinto-Martinho ,2020، (Nagel, 2021)،

(Hameleers, 2022) (**James crossland, 2019**)، بينما اعتمدت الدراسات العربية على الاستقصاءات التي تقيس آراء القائم بالاتصال لمعرفة كيفية التصدي للأخبار الزائفة مثل دراسة (**نبيل لحمر، 2020**).

أوجه الإفادة من الدراسات السابقة:

- بعد رصد وتحليل الدراسات السابقة الأجنبية والعربية وجدت الباحثة قصورًا لدى المَدرستين في استخدام المنهج شبه التجريبي، وإن استخدمت بعض الدراسات الأجنبية المنهج شبه التجريبي، ولكن كان بالتطبيق على المؤسسة، مثل إدخال الروبوت المذيع بالمؤسسة التليفزيونية، بينما اختلفت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في استخدام المنهج شبه التجريبي؛ من خلال التطبيق على عينة من طلاب الفرقة الأولى الإعلام التربوي؛ باعتبار أن الطالب هو المستفيد من هذه التطبيقات بشكل عملي وتطبيقي؛ وذلك ليكون الاستخدام جيدًا وأخلاقيًّا.
- اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في طبيعة الموضوع؛ فقد ركزت الدراسة الحالية على قياس فاعلية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تمييز الطلاب للأخبار الزائفة، فبدلًا من استخدامها في التزييف يمكن استخدامها للكشف عن التزييف، وبالتالي لا يقعون فريسة للأخبار الزائفة المضللة.
- اعتمدت الدراسة الحالية على تعريف الطلاب بالتطبيقات وتجريبها فعليًا لقياس مستواهم في كيفية تمييز الأخبار الزائفة؛ وذلك من خلال دراسة استكشافية قامت بها الباحثة؛ للوقوف على أهم التطبيقات التي يمكن استخدامها لتحرير الصور وإدخال النصوص، وتحويل النص إلى صوت، وتعديل الفيديو، وغيرها من التطبيقات التي تستخدم في تمييز الأخبار الزائفة.
- بعد اطِّلاع الباحثة على العديد من الدراسات العربية والأجنبية وجدت الباحثة أنه لكي يستطيع الطالب– عينة الدراسة الحالية– أن يصل إلى مستوى التمييز التي ينبغي أن يكون عليه لابد أن يكون متقنًا لأربعة أبعاد تضمنتهم الدراسة الحالية سواء من الجانب المعرفي أو الجانب التطبيقي، وهي: (فهم التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي، الوعي بأخلاقيات الذكاء الاصطناعي، التحليل النقدي للأخبار، المنفعة المتحققة من استخدام الذكاء الاصطناعي).

تساؤلات الدراسة وفروضها:

تساؤلات الدراسة:

- ما فاعلية استخدام طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تمييز الأخبار الزائفة؟
- ما الفرق بين متوسطات درجات طلاب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في البُعد الخاص بفهم أدوات الذكاء الاصطناعي؟
- ما الفرق بين متوسطات درجات طلاب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في البُعد الخاص بالتحليل النقدي للأخبار؟
- ما الفرق بين متوسطات درجات طلاب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في البُعد الخاص بالوعي الأخلاقي؟
- ما الفرق بين متوسطات درجات طلاب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في البُعد الخاص بالمنفعة المتحققة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
- ما الفرق بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيقين القبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي بالنسبة لأبعاد مقياس تمييز الأخبار الزائفة؟

فروض الدراسة:

1- يوجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى ≤ (0.05) بين متوسطي درجات طلاب مجموعتي الدراسة الضابطة والتجريبية في التطبيق البعدي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة لصالح المجموعة التجريبية.

2- يوجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى ≤ (0.05) بين متوسطي درجات طلاب شعبة الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا مجموعة الدراسة في التطبيقين القبلي/ البعدي لمقياس الأخبار الكاذبة لصالح التطبيق البعدي.

3- فاعلية تطبيقات الذكاء الاصطناعي المقترحة للأخبار وتصميم الصور وتعديلها في تنمية وعي طلاب شعبة الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا على تمييز الأخبار الزائفة.

مصطلحات الدراسة:

- **تطبيقات الذكاء الاصطناعي:** مجموعة من البرامج المتقدمة تعمل بواسطة خوارزميات حسابية معينة وتحاكي العقل البشري ويمكن استخدامها في إنتاج وتحرير أي محتوى أخباري سواء من خلال الكتابة أو الأخراج صو وفيديوهات، استخدمتها الباحثة في المعالجة التجريبية كما هو موضح في الملحق(رقم2)
- **الأخبار الزائفة:** مجموعة من الأخبار تحمل في مضمونها محتوى مضللًا وكاذبًا، وقد تكون مضللة بشكل كلي أو بشكل جزئي؛ من خلال تغيير في الصورة، أو النَّص المكتوب، أو الصوت المسموع؛ من خلال تركيب فيديوهات ودمجها مع الخبر ويتم نشرها عبر الوسائل المختلفة، ومنها وسائل الإعلام الرقمي؛ وذلك بغرض تضليل المستخدمين وإعادة نشرها بشكل أو بآخر لتوسيع مداها، وتحقيق التأثير السلبي على أفكار واتجاهات وآراء الجمهور في قضايا تخص الرأي العام المحلي والدولي.

نوع الدراسة ومنهجها:

تتبع هذه الدراسة المنهج شبه التجريبي؛ حيث تخضع عينة الدراسة إلى تجربة هذه التطبيقات من خلال استخدامها في إنتاج أخبار وفيديوهات مشابهة للفيديوهات والأخبار الحقيقية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال صفحات بعض المواقع الصحفية، وفي نفس الوقت تقوم الباحثة بنشر بعض الأخبار بعضها حقيقية والأخرى تم تزييفها من قبل الباحثة؛ وذلك لمعرفة مدى قدرتهم على تمييز هذه الأخبار، كما اعتمدت الباحثة على التصميم ذي المجموعتين التجريبية والضابطة بأعداد متماثلة؛ للوقوف على الفروق بين المجموعتين.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في طلاب الفرقة الأولى من شعبة الإعلام التربوي ويبلغ إجمالي عددها (380) طالبًا وطالبة، واستخدمت الباحثة عينة عشوائية غير منتظمة بلغ عددها 120 من الذكور والإناث بالفرقة الأولى، تم استبعاد 20 مفردة لعدم

انتظامهم، وطبقت على 100 مفردة بمثابة 50 للمجموعة التجريبية و50 للمجموعة الضابطة.

- **الإطار المعرفي للدراسة:**

رغم تعدد استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتعدد مجالات الاستخدام ومجالاته إلا أنها تواجه العديد من التحديات، ولكن يمكن استخدام هذه التطبيقات فيما هو إيجابي، ويستطيع الجمهور من خلاله كشف الحقائق، ولكن لن يكون هذا بدون فهم لهذه التطبيقات؛ فكل ما هو جديد يحتاج إلى فهم في البداية لكي يتمكن الفرد من استخدامه، فالسلعة الجديدة لا تستطيع أن تستخدمها بدون وجود ملف إرشادات كامل لطريقة استخدامها وهذا بدوره يسمى بالفهم، وفي سياق الفهم لا بد أن يكون نفس الفرد قادرًا على تحليل مكوناتها، حتى يحسن استخدامها، كما أن حسن الاستخدام يتطلب الالتزام والدقة في اتباع الإرشادات، وهذا ما يسمى بالوعي بأخلاقيات الاستخدام، وفي النهاية تتحقق المنفعة من الاستخدام لمثل هذه التطبيقات كل في مجال تخصصه، وإن كان ما يشغلنا المجال الإعلامي؛ حيث إنه مجال تخصص عينة الدراسة المستهدفة من تطبيق هذه الدراسة.

- **البُعد الأول: فهم أدوات الذكاء الاصطناعي والتعامل معها.**
- **البُعد الثاني: الوعي بأخلاقيات التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي.**

تظل الإشكالية الأساسية في تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي هي ضرورة وجود مبادئ وأخلاقيات تضمن للمستخدم عدم اختراق خصوصية الآخرين من خلال هذه التطبيقات التي تقوم على خوارزميات وبيانات معقدة ولا تحتمل الخطأ؛ لذا فقد أشارت بعض الدراسات إلى ضرورة وجود مستوى من الوعي الأخلاقي لدى مستخدمي تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وهذا البُعد ضمَّنته الباحثة في دراستها لمعرفة مستوى وعي الطلاب المستخدمين وغير المستخدمين بالأخلاقيات الخاصة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وفي هذا السياق جاءت دراسة (ويلسر، 2017) [30] لتثير ضرورة الاهتمام بأخلاقيات العمل في ظل هذه الثورة المعلوماتية والاعتماد على الروبوت في صناعة الأخبار، كما أكد مجموعة من الباحثين (Coward, 2020) [31] و(Bremme,2019) [32] ودراسة (عايض بن مرزوق، 2023) [33] على مجموعة من

القضايا الأخلاقية التي لابد أن تتضمنها تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل: كيف يمكننا التأكد من أن الخوارزميات لا تنتهك حقوق الإنسان الأساسية وسرية البيانات وخصوصية الفرد؟ وهل يمكن ضمان حرية التصرف عندما تكون رغباتنا متوقعة وموجهة؟ وهل يمكن توفير مجموعة من القيم من خلال برمجة القيم؟ وبواسطة من يمكن تطبيقه؟ لذلك فمن الخطورة أن يتم تجنب الأخلاقيات أثناء استخدام العالم لهذه التكنولوجيا القائمة على الذكاء الاصطناعي، حتى يتسنى للبشر تحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على هوية الإنسان وقيمه وأخلاقه.

كما تضمنت خطورة المحتوى الذي يقدم من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي الجانب الاجتماعي؛ حيث إن الرسائل الإعلامية تمثل تهديدًا للبشرية من خلال الروبوتات الشخصية أو المساعدين الافتراضيين، وأسفرت عن أن استخدام التأطير المرئي وحده له تأثير محدود على آراء وتصورات المبحوثين، ولكن يمكن تعزيز تأثيره بالتفاعل مع الإطار النَّصي المصاحب للصور أو الفيديوهات، خاصة إذا لم يكن المستجيبون على دراية كبيرة بتفسير الصور بمفردها James Bingaman , et al (.., 2021) [34]، وقد أسهمت هذه التطبيقات بشكلٍ ما على انتشار ما يسمى بالتزييف العميق، ووصف مقاطع الفيديو المصطنعة التي تشبه إلى حدٍّ كبير المقاطع الحقيقية بفضل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ورغم اكتشاف الأفراد أن هذه الفيديوهات التي يشاهدونها حقيقية؛ إلا أنهم يتولد لديهم حالة من عدم اليقين ينجم عنها العديد من السلبيات، ومنها عدم الشعور بالمسؤولية، وعدم الثقة فيما يعرض على المدى البعيد في الأخبار بشكل عام، ومشاركة الأفراد لبعض الفيديوهات والمعلومات التي تحوي العديد من الادعاءات والأخبار المزيفة والفيديوهات المفبركة [35] Cristian) .Vaccari,2020)

كما اهتمت بعض الدراسات بمستوى التلاعب الذي قد ينتج عن استخدام الروبوتات المستخدمة في الدردشة الآلية بمواقع التواصل الاجتماعي؛ فقد نالت هذه الدردشة اهتمامًا عالميًا، وفي نفس الوقت بلغت قوته في تغيير الأحداث والأزمات والكوارث والانتخابات؛ حيث يمكن استغلال هذه الآلات– وهو ما يطلق عليها آلات

الرأي لأغراض خبيثة– من أجل التلاعب بعقول الجمهور وبلبلة الرأي العام من خلال تحليل بيانات بشكل خاطئ، وهذا ما ينفي الوعي بأخلاقيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي فيما يخص الجانب الاجتماعي السياسي (Dennis Assenmacher, 2020) [36].

- **البُعد الثالث: التحليل النقدي للأخبار:**

أكدت بعض الدراسات (Fabio Votta,2018) [37] و (J. Zhang,2020) و (Brummette,2018) [38] و(Apuke OD,2021) [39] (Series,2019) [40] أن التغريدات المزيفة والأخبار الزائفة أكثر انتشارًا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما أنه ازدياد معدل القراءة والإعجاب والمشاركة المصاحب للخبر يجعلهم يقبلون على قراءته، ويميلون إلى نشر المقالات التي تتفق مع معتقداتهم، كما أن هذه الفيديوهات والأخبار تلقى استحسانًا وتقبلًا من قبل الشباب بالتحديد، ويساعدون على نشرها على نطاق أوسع من خلال تبادلها مع الآخرين، وهذا يجعلها أكثر سلبية، خاصة أن هذه الخاصية تنشط أثناء الأزمات المختلفة سواء ما يتعلق بالسياسة أو الصحة وغيرها من فئات الأزمات؛ مما يزيد من آثارها السلبية على المستوى النفسي والمهني خاصة لكثيفي المتابعة والاستخدام لهذه الفيديوهات والأخبار، ويؤدي البُعد المهني لكاتب المحتوى دور كتابة المضمون بمهنية وموضوعية؛ مما يسهل على القارئ عملية التحليل واستقبال المحتوى بوعي، وهذا ما تسعى دراسة (Henke,2020) [41] إلى تأكيده حيث يؤدي الصحفي دورًا رئيسًا في توصيل المحتوى دون فبركة وبموضوعية، وهذا على عكس ما قد ينتج عن المحتوى الآلي.

ونظرًا لعدم امتلاك الطلاب مهارات التحليل النقدي للأخبار؛ قد أكدت بعض الدراسات أن نسبة قليلة من الطلاب لا يستطيعون التمييز بين الأخبار المزيفة والحقيقية؛ وهذا يرجع لعدم خبرتهم أو إلى قوة انتشار الأخبار المزيفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة؛ مما يجعلها أكثر خطورة وتأثيرًا على عقول الجمهور، ويجعلهم أكثر عرضة للشائعات، ويشكل ذلك خطورة على معتقداتهم واتجاهاتهم خاصة فيما يخص قضايا الرأي العام أو المشاهير الذين يشكلون صفوة المجتمع وقادته، كما

أنها تؤثر على سلوكياتهم، وقد يتنج عن الأخبار الكاذبة حدوث العنف في المجتمع وانتشار السلوك العدواني بين الأفراد، وتزيد من معدلات القلق السياسي خاصة أثناء إجراء الانتخابات؛ مما يسهم في تضليل الأفراد وتأليف مجموعة من القصص الإخبارية المضللة التي تؤثر سلبًا على الأفراد والمستخدمين، ولمواجهة جميع هذه المخاطر على المجتمع أو الجمهور أن يكون أكثر وعيًا وقدرة على تحليل ونقد الأخبار، وقد زادت تطبيقات الذكاء الاصطناعي من انتشار الأخبار المفبركة، ولكن في نفس الوقت هناك أدوات وتطبيقات تستطيع أن تكشف وتنقب عن الأخبار المضللة خاصة من خلال تحليل البيانات للوقوف على مصداقيتها من عدمه (أبو بكر حبيب، 2020) [42]، (حسام علي، 2020) [43]، (حنان كامل، 2022) [44]، (مريم صالح،2021) [45]، (حنان موسي، 2020) [46]، (Garrett Smith,2017) [47]، (Brummette,2018) [48]، (J. Zhang,2020) [49].

كما يمكن استغلال خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إنتاج محتوى تشهيري فمن بين المخاطر القانونية المحتملة إمكانية إنتاج هذا المحتوى من خلال تزويده بمعلومات مغرضة أو غير دقيقة، حيث يختلف تفكير الخوارزمية عن التفكير البشري ومن الصعب التنبؤ بنتائجه (All, Waleed,2019,) [50]، (Canavilhas,2022)[51].

وتزاد أهمية وجود مهارات التحليل النقدي للأخبار التي تستقبلها عينة الدراسة سواء من منصات إعلامية تقليدية أو من منصات رقمية خاصة بعد تأكيد بعض الدراسات على وجود شبكات على الإنترنت متخصصة في نشر الشائعات والأخبار الزائفة وأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي أصبحت أداة فعالة في نشر التهديدات والمخاطر (Graefe,2020) [52]؛ زاد انتشار الأخبار الزائفة وعرفت على أنها قصة مبالغة أو خاطئة وقصة خادعة لا وجود لها، قد تكون ذات دوافع سياسية، يتم استخدام الدعاية من قبل السياسيين والحكومات؛ لتعزيز دعايتهم وبخاصة أوقات الانتخابات، وقد تكون مشتملة على السخرية والفكاهة، التي تغير من الأخبار الحقيقية في اتجاه معين من أجل التأثير على توجهات الجمهور، ولصالح فئة معينة أو مؤسسة معينة (Alexandre Bovet,2016) [53].

- **البُعد الرابع: المنفعة المتحققة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي:**

ليستطيع المستخدم أن يميز الأخبار الزائفة دون غيرها من الأخبار والفيديوهات لن يتوقف الأمر على مجرد امتلاكه لمهارات وفهم طرق وأدوات الذكاء الاصطناعي وكيف تعمل هذه الأدوات؛ عليه أن يدرك في الوقت نفسه ما المنفعة المتوقع تحقيقها نتيجة استخدامه لتطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي كل في مجاله، وباعتبار أن شباب الجامعة هم قادة المستقبل؛ وخاصة طالب الإعلام على مستوى الأقسام والكليات هو الفئة الأكثر تأهيلًا لاستخدام هذه التطبيقات في الوقت الحالي أثناء دراسته وفي المستقبل البعيد أثناء عمله الإعلامي؛ حيث إنه منوط بإنتاج مضامين للمؤسسة التي ينتمي لها، أو صانع محتوى حر لذاته فعليه أن يعي جيدًا كيفية الإفادة من هذه التطبيقات لتحقيق المنفعة وليس للضرر، وهو ما يتنافى مع الأخلاقيات والتشريعات، وفي هذا المجال الإعلامي على وجه التحديد؛ فقد أكدت مجموعة من الدراسات أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي قد ساعدت القائمين بصناعة المحتوى على معرفة ردود فعل الجمهور، ومعرفة تفضيلاتهم، وقياس بعض السلوكيات التي تتعلق بمستويات الرضا عن المحتوى الذي يشاهدونه؛ مما يؤكد استحسانهم لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام وإنتاج المحتوى، وهذا بدوره يسهل عملية الاستفتاءات التي تأتي نتيجة مشاهدة محتوى معين لقياس فعاليته قد تستغرق المؤسسة الإعلامية شهور لقياس هذا الأثر، ولكن بفضل الخوارزميات تستطيع إنجاز هذا العمل في أقل من ثوان من خلال محلل البيانات (Prabhala, Sasanka,2011) [54]، (Cheng, Gong,2018) [55]، (Obozintsev, Lucy,2018.) [56]، (Wu, Fang& Cui) [57]، (caramiaux, Baptiste,2019) [58]، كما توفر تطبيقات الذكاء الاصطناعي عددًا من الأدوات التي تثري العمل الإعلامي سواء في التليفزيون أو في الصحافة، وهي تساعد على تحرير الفيديو وإعادة إنتاجه، التعليق التوضيحي للصور، إمكانية استرجاع الصور وفقًا للمحتوى، استرجاع الصور وفقًا لتفضيلات المستخدمين، كل ذلك من شأنه أن يضع أمام صانع المحتوى سواء كان قائمًا بالاتصال في مؤسسة إعلامية، أو يوتيوبرز، أو غيره ممن يصنعون محتوى خيارات متعددة تجعل المحتوى أكثر تشويقًا وإبداعًا، كما يمكن الاستعانة بتقنيات الذكاء

الاصطناعي في تحويل النصوص إلى أصوات، وتقديم خيارات مقترحة في عملية المونتاج من حيث قص الفيديو، أو إضافة تعديلات، وبعض التأثيرات الصوتية والإضاءة، والألوان وفقًا لخط تحريري، أيضًا أتاحت هذه التطبيقات إمكانية نشر المحتوى عبر الشبكات المختلفة؛ مما سهل انتشاره وتداوله وسرعة وصوله في نطاق جغرافي واسع، كل هذا حقق ما يسمى بالمنفعة الإيجابية في مجال العمل الإعلامي، وزاد من إقبال الجمهور وترحيبه بمشاهدة مثل هذه المحتويات على نطاق واسع؛ نظرًا لوضوح المحتوى واستحواذه على اهتمام الجمهور؛ لجودته العالية ودقة إنتاجه، وهذا زاد من المادة المنتجة وكثافة المضمون الذي يتم عرضه عبر الشبكات الاجتماعية المختلفة (Bremme, Kati, 2019)[59]، (Chan-Olmsted, 2019)[60]، (Coward, Chrism, 2020)[61]، تصوير اللقطات الحية من خلال استخدام كاميرات الدرون، والمصور الآلي داخل الاستوديو، تزايد مهارات وكفاءات ما يسمى بالRobot-Journalists باستمرار (Lee, Sangwon, 2020)[62]، (Hepp, 2020)[63].

إجراءات الدراسة التجريبية:

بعد ضبط أدوات الدراسة والتأكد من صلاحيتها للتطبيق، بدأت مرحلة التطبيق والتي مرَّت بالخطوات التالية:

أولًا: تحديد مجموعة الدراسة:

تم تحديد واختيار مجموعة الدراسة الأساسية من طلاب الفرقة الأولى شعبة الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا، وبلغ عدد أفراد عينة الدراسة الأساسية (100) طالب/ طالبة، وتم تقسيم الطلاب بطريقة عشوائية إلى مجموعتين، إحداهما ضابطة وأخرى تجريبية، عدد كل مجموعة منهما (50) طالبًا:

- **طلاب المجموعة الضابطة:** لم يستخدم معهم أي معالجة تجريبية.

- **طلاب المجموعة التجريبية:** استُخدم معهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي للأخبار، وتصميم الصور وتعديلها، وتحرير النَّص والفيديو.

وللتأكد من تكافؤ مجموعتي الدراسة (الضابطة والتجريبية)، قامت الباحثة بمراعاة عدد من العوامل وأخذت في الاعتبار مجموعة من المتغيرات؛ لضمان ضبط متغيرات الدراسة وهذه العوامل هي:

- **السن:** حيث كان متوسط السن 16 سنة تقريبًا، وذلك من خلال اختيار المجموعتين من نفس الفرقة، والتأكد من عدم وجود طلاب باقين للإعادة بمجموعتي الدراسة؛ وبالتالي تقارب العمر الزمني بين الطلاب.
- **الظروف والإمكانيات:** حيث تم إجراء القياسات القبلية والبعدية على مجموعتي الدراسة تحت نفس الظروف.
- **التخصص:** حيث إن كل الطلاب بمجموعتي الدراسة من طلاب الفرقة الأولى شعبة الإعلام التربوي كلية التربية النوعية– جامعة المنيا.

ثانيًا: التطبيق القبلي لأدوات الدراسة:

- **تم تطبيق أداة القياس والمتمثلة في:** مقياس تمييز الأخبار الزائفة قبليًّا على مجموعتي الدراسة قبل بدء التجربة؛ وذلك بهدف التحقق من تجانس أفراد كل مجموعة على حدة، وتكافؤ أفراد مجموعتي الدراسة، وتحديد درجات الطلاب قبل بدء التجربة للمقارنة بينها وبين درجات التطبيق البعدي لأداة القياس نفسها.
- **التحقق من تكافؤ أفراد مجموعتي الدراسة:**

وتم ذلك من خلال تحليل النتائج القبلية لمتوسطي درجات الطلاب بالنسبة لمقياس الأخبار الزائفة؛ للتأكد من تكافؤ المجموعتين الضابطة والتجريبية، وتم استخدام اختبار T–Test للتعرف على دلالة الفرق بين متوسطي درجات طلاب مجموعتي الدراسة في القياس القبلي للمقياس ويوضح الجدول التالي ذلك:

جدول (3)

المتوسطات والانحرافات المعيارية ودلالة (ت) للمجموعتين الضابطة والتجريبية في التطبيق القبلي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة (ن= 100 طالب وطالبة، درجة الحرية =98)

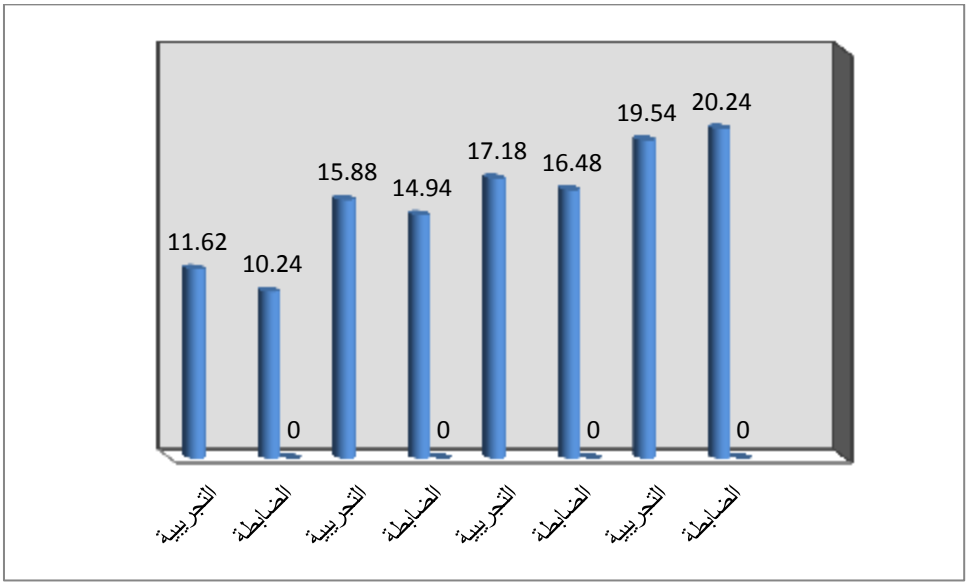
المجموعة	البعد	الدرجة	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت) المحسوبة	مستوى الدلالة	نوع الدلالة
الضابطة	المقياس ككل	145	60.42	1.94	1.02	0.01	غير دال
التجريبية			61.90	1.80			
الضابطة	البعد الأول: فهم أدوات الذكاء الاصطناعي	35	20.24	1.29	1.12	0.01	غير دال
التجريبية			19.54	1.81			
الضابطة	البعد الثاني: التحليل النقدي للأخبار	35	16.48	1.19	0.98	0.01	غير دال
التجريبية			17.18	1.42			
الضابطة	البعد الثالث: الوعي الأخلاقي	35	14.94	1.58	1.11	0.01	غير دال
التجريبية			15.88	1.56			
الضابطة	البعد الرابع: المنفعة المتحققة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	40	10.24	1.72	1.14	0.01	غير دال
التجريبية			11.62	1.67			

قيمة "ت" الجدولية عند مستوى 0.01= 2.63

باستقراء النتائج في جدول (3) السابق يتضح أن قيم "ت" المحسوبة لكلٍ من المقياس ككل وأبعاده الأربعة تساوي على الترتيب (1.02، 1.12، 0.98، 1.11، 1.14)، وجميع هذه القيم ليست دالة عند مستوى (0.01)؛ لأن قيمتها أقل من قيمة "ت" الجدولية عند نفس المستوى، وعليه يمكن القول بأنه لا يوجد فرق دال إحصائيًّا بين متوسطي درجات طلاب مجموعتي الدراسة (الضابطة والتجريبية) في القياس القبلي لأدوات القياس الخاصة بالدراسة، أي أن المجموعتين متكافئتان.

وعليه، فإن أي فرق يظهر بعد التجربة يعود إلى الاختلاف في طبيعة المعالجة المقدمة لكل مجموعة، وليست إلى اختلافات موجودة بالفعل قبل إجراء التجربة فيما بين المجموعتين الضابطة والتجريبية.

ويوضح الشكل البياني التالي مقارنة بين متوسطي درجات طلاب مجموعتي الدراسة في القياس القبلي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة.



شكل (1)

متوسطي درجات طلاب مجموعتي الدراسة في القياس القبلي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة

نتائج الدراسة وتفسيرها والتوصيات:

تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية SPSS لحساب المعالجات الإحصائية بهدف التأكد من صحة الفروض، فقد تم حساب دلالة الفروق بين متوسطات درجات الطلاب من خلال (اختبار ت) t-test للعينات المستقلة، وفيما يلي عرض لنتائج الدراسة وتفسيرها:

اختبار صحة الفرض الأول:

1. **ينص الفرض الأول على أنه:**

يوجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى ≤ (0.05) بين متوسطي درجات طلاب مجموعتي الدراسة الضابطة والتجريبية في التطبيق البعدي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة لصالح المجموعة التجريبية.

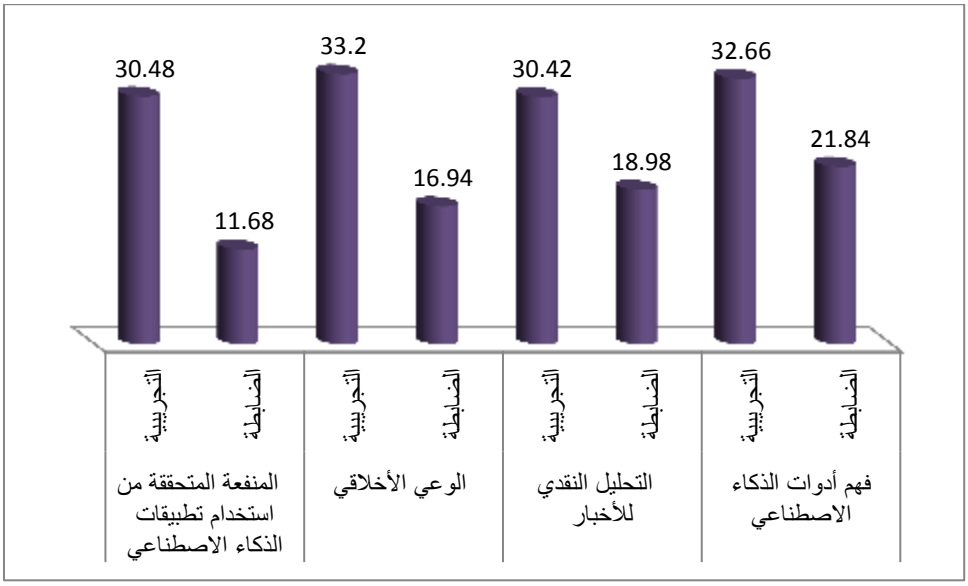
للتحقق من صحة الفرض الأول الخاص بالمقارنة بين متوسطات درجات مجموعتي الدراسة الضابطة والتجريبية في القياس البعدي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة ككل، ولكل بُعد من أبعاده الأربعة؛ وفيما يلي عرض تلك النتائج.

جدول (4)

المتوسطات والانحرافات المعيارية ودلالة (ت) للفرق بين متوسطي درجات مجموعتي الدراسة الضابطة والتجريبية في القياس البعدي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة ككل، ولكل بُعد من أبعاده الأربعة الدرجة العظمي للمقياس 145 درجة، ن = 100)

البعد	المجموعة	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة(ت) المحسوبة	مستوى الدلالة	نوع الدلالة
المقياس ككل	الضابطة	71.95	1.48	20.33	0.01	دالة
	التجريبية	138.79	1.39			
البعد الأول: فهم أدوات الذكاء الاصطناعي	الضابطة	21.84	1.78	16.92	0.01	دالة
	التجريبية	32.66	1.92			
البعد الثاني: التحليل النقدي للأخبار	الضابطة	18.98	1.69	14.28	0.01	دالة
	التجريبية	30.42	1.98			
البعد الثالث: الوعي الأخلاقي	الضابطة	16.94	1.76	21.98	0.01	دالة
	التجريبية	33.20	1.22			
البعد الرابع: المنفعة المتحققة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	الضابطة	11.68	1.05	28.12	0.01	دالة
	التجريبية	30.48	1.29			

قيمة "ت" الجدولية عند مستوى 0.01= 2.63



شكل (2)

متوسطي درجات مجموعتي الدراسة لمقياس الأخبار الكاذبة ككل، ولكل بُعد من أبعاده الأربعة

باستقراء النتائج في جدول (4)، وشكل (2) السابقين يتضح التالي:

- وجود فرق دال إحصائيًّا عند مستوى (0.01) فيما بين متوسطي درجات طلاب مجموعتي الدراسة الضابطة والتجريبية لصالح المجموعة التجريبية في التطبيق البعدي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة ككل، ولكل بعد من أبعاده الأربعة؛ حيث جاءت قيم (ت) على الترتيب كالتالي (16.92، 20.33، 21.9، 14.28، 28.12)، وهذه القيم جميعها أكبر من قيمة "ت" الجدولية، وجميعها قيم دالة إحصائيًّا عند مستوى دلالة (0.01) ويرجع هذا الفرق إلى تأثير المعالجة التجريبية على المتغير التابع، ومن ثم **يتم قبول الفرض الأول.**
- ويمكن تفسير ذلك بأن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي كان له دور فعال في إكساب طلاب شعبة الإعلام التربوي كلية التربية النوعية– جامعة المنيا القدرة على تمييز الأخبار الزائفة، وقد ترجع هذه الفروق إلى:

اعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل البيئة الخصبة لانتشار الأخبار الزائف وتعدد مصادر المعلومات وانتشار ما يسمى بالرأي العام الإلكتروني الذي ينتشر بسرعة فائقة؛ بسبب ما يسمى باللا تزامنية وسرعة تدفق المعلومات (إبراهيم ياسين، 2023)[64]، إذًا فأصبح الجمهور هو الشخص الذي يقع تحت سيطرة هذه الأخبار ومن

المتوقع التأثير السلبي على اتجاهاته ومعتقداته، وعليه فلا يمكن أن تكون الحملات التقليدية أو التوعية السطحية بديلًا للتفريق بين الخبر الحقيقي والمزيف، فلا بد أن تكافح مثل هذه الأخبار في ظل عدم وجود رقابة صارمة للحد من انتشار الأخبار الزائفة من خلال استراتيجيات وتقنيات حديثة (بن لعربي يحيى، 2023) [65]، فيعتبر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من التطبيقات التي يمكن استغلالها للتزييف العميق، وفي نفس الوقت يمكن استخدامها لتمييز مستوى التمييز، وهذا ما حدث من خلال هذه الدراسة؛ عندما قام الطالب باستخدامٍ فعليٍّ للبرامج عينة الدراسة وطلب منه تزييف الخبر الحقيقي من خلال تغيير صور، أو تحرير المحتوى وتغييره، وغيرها من الأشياء التي تعد تزييفًا جزئيًّا أو كليًّا للخبر، وبالمثل تم فعل هذه الخطوات مع الفيديوهات؛ كمثل تركيب صوت على صورة ثابتة، تغيير نمط صوت شخصية وتركيبه على شخصية مختلفة، وعند عرض الأخبار الزائفة مرة أخرى على المجموعة تم التعرف عليها وتحديد نقاط التزييف، وما الفرق بين الخبر الحقيقي والمزيف، واستطاع الطلاب بعد الاستخدام الجيد للبرامج وتجريبها أن يميزوا بين الخبر المزيف والحقيقي، وتمكنوا من تحديد ما تم تغييره في الخبر بشكل فعليّ، وهذا ما حدث مع أفراد المجموعة التجريبية، بينما المجموعة الضابطة لم يستخدموا هذه التطبيقات، ولكن الباحثة عرضت عليهم الأخبار الزائفة التي قامت المجموعة التجريبية بتزييفها ولم يستطع أفراد العينة تمييزه، وهذا يؤكد أن الاستخدام الفعليَّ للتطبيقات أكسب طلاب المجموعة التجريبية مهارات لم تستطع أفراد المجموعة الضابطة اكتسابها، وهذا هو الهدف من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتمييز الأخبار الزائفة.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج العديد من الدراسات منها دراسة: **Amir Hussain,2021)، (Luis Fernandez,2018)، Feyza Altunbey (Ozbay,2020**

اختبار صحة الفرض الثاني:

ينص الفرض الثاني على أنه:

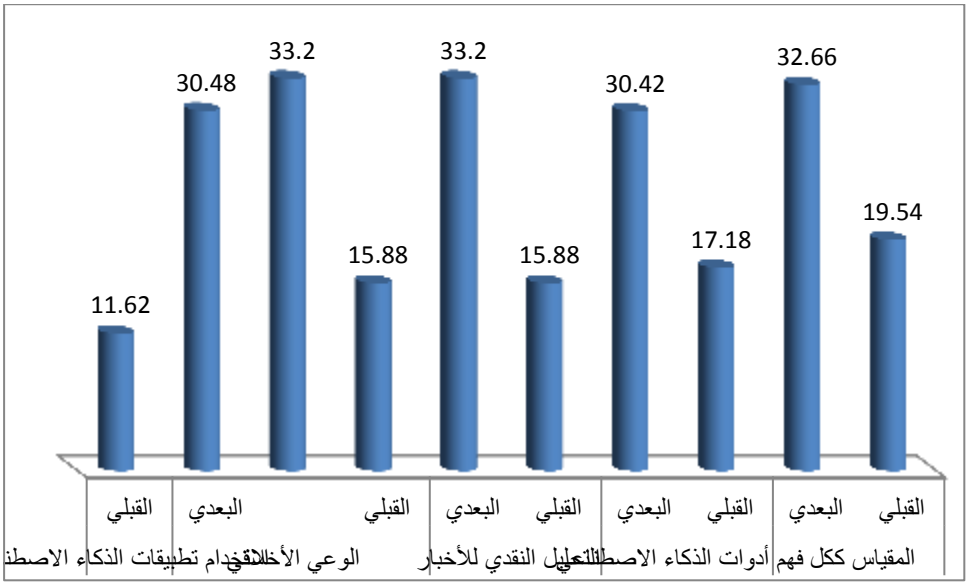
4- يوجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى ≤ (0.05) بين متوسطي درجات طلاب شعبة الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا مجموعة الدراسة في التطبيقين القبلي/ البعدي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة لصالح التطبيق البعدي.

للتحقق من صحة الفرض الثاني الخاص بالمقارنة بين متوسطي درجات طلاب مجموعة الدراسة التجريبية في التطبيقين القبلي/ البعدي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة ككل ولكل بُعد من أبعاده الأربعة؛ تم حساب قيم المتوسطات والانحرافات، واستخدام اختبار T-Test للتعرف على دلالة الفرق بين متوسطي المجموعتين، وفيما يلي عرض تلك النتائج.

جدول (5)

المتوسطات والانحرافات المعيارية ودلالة (ت) للتطبيقين القبلي/ البعدي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة ككل ولكل بُعد من أبعاده الأربعة (الدرجة الكلية للمقياس= 145، ن= 100)

التطبيق	البعد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت) المحسوبة	مستوى الدلالة	نوع الدلالة
القبلي	المقياس ككل	61.90	1.80	17.71	0.01	دالة
البعدي		138.79	1.39			
القبلي	البعد الأول: فهم أدوات الذكاء الاصطناعي	19.54	1.81	18.64	0.01	دالة
البعدي		32.66	1.92			
القبلي	البعد الثاني: التحليل النقدي للأخبار	17.18	1.42	14.26	0.01	دالة
البعدي		30.42	1.98			
القبلي	البعد الثالث: الوعي الأخلاقي	15.88	1.56	16.80	0.01	دالة
البعدي		33.20	1.22			
القبلي	البعد الرابعة: المنفعة المتحققة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	11.62	1.67	21.12	0.01	دالة
البعدي		30.48	1.29			



شكل (3)

متوسطي درجات مجموعة البحث التجريبية للتطبيقين القبلي/ البعدي لمقياس مستوى تمييز الأخبار الزائفة

باستقراء النتائج في جدول (5)، وشكل (3) السابقين يتضح التالي:

- أن هناك فرقًا دال إحصائيًا عند مستوى (0.01) بين متوسطي درجات طلاب مجموعة الدراسة التجريبية للتطبيقين القبلي/ البعدي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة ككل، ولكل بُعد من أبعاده الأربعة؛ حيث كانت قيم (ت) على الترتيب على النحو التالي: (17.71، 18.64، 14.26، 16.80، 21.12)، وهذه القيم جميعها أكبر من قيمة "ت" الجدولية عند نفس المستوى، وعليه يتضح أن هناك فرقًا دال إحصائيًا لصالح التطبيق البعدي، ويرجع هذا الفرق إلى تأثير المعالجة التجريبية المتمثلة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها الفعال في إكساب طلاب المجموعة التجريبية القدرة على تمييز الأخبار الزائفة كمتغير مستقل على المتغير التابع، **وبذلك تم قبول الفرض الثاني من فروض الدراسة.**

ويمكن تفسير ذلك بأن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي كان له دور فعال في إكساب الطلاب القدرة على تمييز الأخبار الزائفة، فمن المؤكد أن التجربة والمحاولة من آليات التعليم القائم على التعلم الذاتي، وبالتالي تكون نسبة الدافعية لدى المتعلم أعلى والقدرة على فهم التطبيق والتعامل معه تكسب المتعلم ثقة ذاتية

وتشجعه على الاستمرارية، وهذا ما أكدته تطبيقات الذكاء الاصطناعي؛ ففي الجلسة الأولى أبدت عينة الدراسة التجريبية استعدادها للتعلم، ولكن مع وجود بعض المخاوف؛ ومنها القلق بخصوص كيفية الاستخدام، وبعضهم اعتبر أن الموضوع صعب ولا يمكن خوضه؛ ولذلك اضطرت الباحثة البدء معهم بمعلومات معرفية حول تعريف الذكاء الاصطناعي، ونشأته، وكيف يمكن الإفادة منه في مجال تخصصهم؛ مما جعل لديهم فضولًا لمعرفة المزيد، وعندما قاموا بمشاهدة صورة من خلال الجروب التي قامت الباحثة بإنشائه للبدء في المرحلة التجريبية وبسؤال العينة هل هذه الصورة حقيقية أم مزيفة؟ وجدت تجاوبًا من البعض، والبعض لم يستطع التمييز، واستمر النقاش ومن خلال النقاش أصبح لديهم استعداد لاستخدام التطبيقات، حتى يكون لديهم قدرة على تمييز الأخبار الزائفة ولا ينساقون خلف الشائعات، حتى في حياتهم الشخصية، وهذا ما أكد للباحثة أن كل ما هو جديد في المجال من الأجدر تجريبه، ولا نتوقف على الدراسة النظرية، وبمقارنة مستوى الطلاب على مستوى الملاحظة ومن واقع الأرقام والإحصاءات أثبتت التجربة أن الطلاب عينة الدراسة أصبحوا أكثر قدرة على تصميم أخبار جديدة، وتغيير في الخبر المنشور فعليًا في المواقع، والتحليل لهذه الأخبار لمعرفة هل هي حقيقية أم مزيفة؛ وذلك من خلال عدة مؤشرات، كان أبرزها من وجهة نظر عينة الدراسة التجريبية:

Team Dr , Eman
طيب السؤال تاني له علاقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي ؟
ايه رايكم في الصورة دا ؟؟
ابراهيم سعيد
جميله
مراسلة
Team Dr , Eman
مش طبيعية
و ده كان تعليقي على زيها
عرفت من فين ؟؟
لان في زي معطف غريب على ظهرها
المؤشرات اللي خلتك تقول انها مش طبيعية
و كمان الألوان بتاعتها مش متناسقة مع الألوان الطبيعية اللي المفروض تكون عليها عصفور من الفصيلة دي
مراسلة
Team Dr , Eman
و ده مش طبيعي في عالم الطيور
كدا ابتديت تهزر
الرجلين ملاحظ ايه فيها
الرجلين ماقيهاش مخالب
مراسلة

عدم التوازن في عرض المادة الإعلامية، أن يكتب مع الخبر مصادر مؤكدة أو مصادر موثوق منها دون ذكر المصدر، الإثارة في العناوين، انتشار الخبر على صفحات وهمية أو غير معروفة، المبالغة في عرض الخبر، التهويل في شرح الأحداث، أيضًا ترى الباحثة أن الأخبار الزائفة تنتشر بسرعة ولا يمكن السيطرة عليها، ولم تنجح الدولة في وضع استراتيجيات للتصدي لهذه الإشاعات إلا من خلال المنصات الرقمية الرسمية لتكذيب من ينشر من أخبار زائفة، كما أن الأخبار الزائفة أكثر تأثيرًا على المستخدمين الأكثر كثافة لمواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الاجتماعية المختلفة (نصر الدين مزاري، 2023) [66].

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج العديد من الدراسات منها دراسة: (**سالي شحاته، 2023، رباب رابح، 2022**، Hameleers, 2022)، Nagel, 2021، Paisana, Pinto-Martinho,2020).

اختبار صحة الفرض الثالث:

5- وينص الفرض الثالث على أنه:

فاعلية تطبيقات الذكاء الاصطناعي المقترحة للأخبار وتصميم الصور وتعديلها في تنمية وعي طلاب شعبة الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا على تمييز الأخبار الزائفة.

وقد تم اختبار صحة الفرض الثالث إحصائيًا من خلال حساب نسبة الكسب المعدل كما حسبها "بلاك" Blake، وكذلك حساب قيمة2η للفرق بين متوسطي درجات الطلاب مجموعة الدراسة التجريبية في التطبيقين القبلي/ البعدي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة ككل، ولكل بُعد من أبعاده الأربعة، ويوضح جدول (6) التالي:

جدول (6)

نسبة الكسب المعدل لبلاك، وقيمة2η للفرق بين متوسطي درجات الطلاب مجموعة الدراسة التجريبية في التطبيقين القبلي/ البعدي لمقياس تمييز الأخبار الزائفة

البعد	قيمة (ت) المحسوبة	قيمة 2η	حجم التأثير	حجم الأثر	نسبة الكسب المعدل	مستوى الدلالة	مستوى الفاعلية
المقياس ككل	17.71	0.87	%87	كبير جدًا	1.42	0.01	فعالة
البعد الأول: فهم أدوات الذكاء الاصطناعي	18.64	0.88	%88	كبير جدًا	1.14	0.01	فعالة
البعد الثاني: التحليل النقدي للأخبار	14.26	0.81	%81	كبير جدًا	1.08	0.01	فعالة
البعد الثالث: الوعي الأخلاقي	16.80	0.85	%85	كبير جدًا	1.21	0.01	فعالة
البعد الرابع: المنفعة المتحققة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	21.12	0.90	%90	كبير جدًا	1.18	0.01	فعالة

يتضح من جدول (6) السابق ما يلي:

- قيم كل من (η^2) لمقياس تمييز الأخبار الزائفة ككل ولكل بُعد من أبعاده بلغت على الترتيب: (87%، 88%، 81%، 85%، 90%)، وجميع هذه القيم أعلى من المؤشر المقترح للفعالية الداخلية للبرامج التعليمية وفقًا للإطار المرجعي المقترح (صلاح أحمد مراد، أمين علي سليمان: 2020، 248) [67]، وهذا يعني أن حجم تأثير المتغير المستقل وهو تطبيقات الذكاء الاصطناعي التعليمية المستخدمة في المتغير التابع وهو تنمية قدرة الطلاب على تمييز الأخبار الزائفة لدى **طلاب شعبة الإعلام التربوي عينة الدراسة** كان كبيرًا.

- نسبة الكسب المعدل لمقياس تمييز الأخبار الزائفة ككل ولكل بُعد من أبعاده بلغت على الترتيب (1.42، 1.14، 1.08، 1.21، 1.18) وجميع هذه القيم أعلى من المؤشر الذي اقترحه بلاك للفعالية الداخلية للبرامج التعليمية وفقًا للإطار المرجعي المقترح (صلاح أحمد مراد، أمين علي سليمان: 2020، 248)، وهذا يعني أن حجم تأثير المتغير المستقل وهو تطبيقات الذكاء الاصطناعي التعليمية المستخدمة في المتغير التابع وهو تنمية قدرة الطلاب على تمييز الأخبار الزائفة لدى **طلاب شعبة الإعلام التربوي عينة الدراسة** كان كبيرًا.

نخلص من ذلك بأن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي كان لها دور فعال في تنمية قدرة الطلاب على تمييز الأخبار الزائفة لدى **طلاب شعبة الإعلام التربوي** كلية التربية النوعية جامعة المنيا، وقد يرجع ذلك للأسباب التالية:

أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي ساعدت عينة الدراسة في تحسين قدرتهم على تحليل الصور والأخبار والتدقيق في التفاصيل للوصول إلى الحقيقة؛ وذلك ساعد على تحسين قدرتهم على تمييز الأخبار الزائفة، فالتحليل يعتبر مؤشرًا للوعي والفهم، فإذا استطاع الفرد أن يفهم أبعاد الخبر فيكون على وعي بتفاصيله ومبرراته، وبالتالي يتمكن من تحليله لمعرفة هدفه والغرض منه، وهذا بدوره يجعله أكثر دقة في تبين الحقيقة ومعرفتها، وهذا ما توصلت له الدراسة من خلال نتائجها أن استخدام التطبيقات يجعل العينة أكثر وعيًا باستخدام كل تطبيق سواء في التحرير، أو الكتابة، أو المونتاج وتعديل النصوص، وغيرها من الخطوات التي تساعدهم في تمييز الأخبار الزائفة، وهناك نماذج من صور التطبيق تثبت ذلك، حيث أكدت بعض الدراسات أن الأخبار الزائفة في حاجة إلى درجة عالية من الوعي والتحليل ليتمكن المتابع من تمييزها عن غيرها من الأخبار الصحيحة، كما أنها تتوقف على طبيعة المصدر فالمصادر المجهولة جميعًا تكون محل جدل وتشكيك في صحة ودقة ما هو وارد بها من تفاصيل وموضوعات، ولا تتوقف طبيعة الأخبار الزائفة على طبيعة الموضوعات،

فجميع الموضوعات سواء صحية، أو سياسية، أو دينية وغيرها قد تحوي بداخلها أخبارًا زائفة، ولكن تنتشر بكثافة عندما تتعلق هذه الأخبار بأزمات وكوارث سواء مفتعلة أو طبيعية (Tandoc,2018) [68].

خامسًا . خلاصة وتعقيب على نتائج الدراسة:

تعقيبًا على ما سبق بعد عرض نتائج الدراسة، واختبار صحة الفروض، قد تم استخلاص النتائج التالية:

1. استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التعليمية كان لها دور فعال في تنمية قدرة الطلاب على تمييز الأخبار الزائفة لدى **طلاب شعبة الإعلام التربوي** كلية التربية النوعية جامعة المنيا.

2. أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي سلاح يمكن استخدامه لصنع الأخبار الزائفة، وفي الوقت ذاته يمكن استثماره في كشف الأخبار الزائفة؛ لذا فالطالب يحتاج للتطبيق العملي لاستخدام هذه التطبيقات بشكل ميداني وتجريبي، ولا يتم الاكتفاء بدراسته على أنه إطار معرفي فقط، ولكن لابد من ممارسة مهاراته للإفادة منها.

توصيات الدراسة:

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج الدراسة يمكن تقديم التوصيات التالية:

- تحديث برامج إعداد طلاب شعبة الإعلام التربوي؛ لكي تواكب المستحدثات في مجال التعلم الرقمي؛ وذلك من خلال التدريب على استخدام تطبيقات مختلفة للذكاء الاصطناعي في بيئات متنوعة للتعليم.
- تطوير برامج إعداد طلاب شعبة الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية في ضوء تطبيقات الذكاء الاصطناعي التعليمية لمواكبة تطلعات القرن الحادي والعشرين.
- تزويد أقسام الإعلام التربوي بمعامل واستديوهات متطورة قائمة على تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز.
- تأهيل أعضاء هيئة التدريس لإدخال مقررات دراسية جديدة تتناسب مع تطلعات الطلاب التكنولوجية الحديثة؛ وذلك من أجل إعدادهم للمستقبل المهني.
- إقامة مراكز تدريب متخصصة لكيفية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البيئة التعليمية لكافة الأطراف المنوطة بالعملية التعليمية.
- استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تدريس المقررات الدراسية من قبل أعضاء هيئة التدريس؛ وذلك تماشيًا مع خارطة المستقبل والتخطيط لتعليم قائم على المهارات.
- عقد برتوكول بين الكليات النظرية والكليات التكنولوجية التي تقوم على أنظمة الذكاء الاصطناعي لتبادل الخبرات ونقل التجارب، والإفادة من الإمكانيات المتاحة لدى كافة الأطراف.

مقترحات الدراسة:

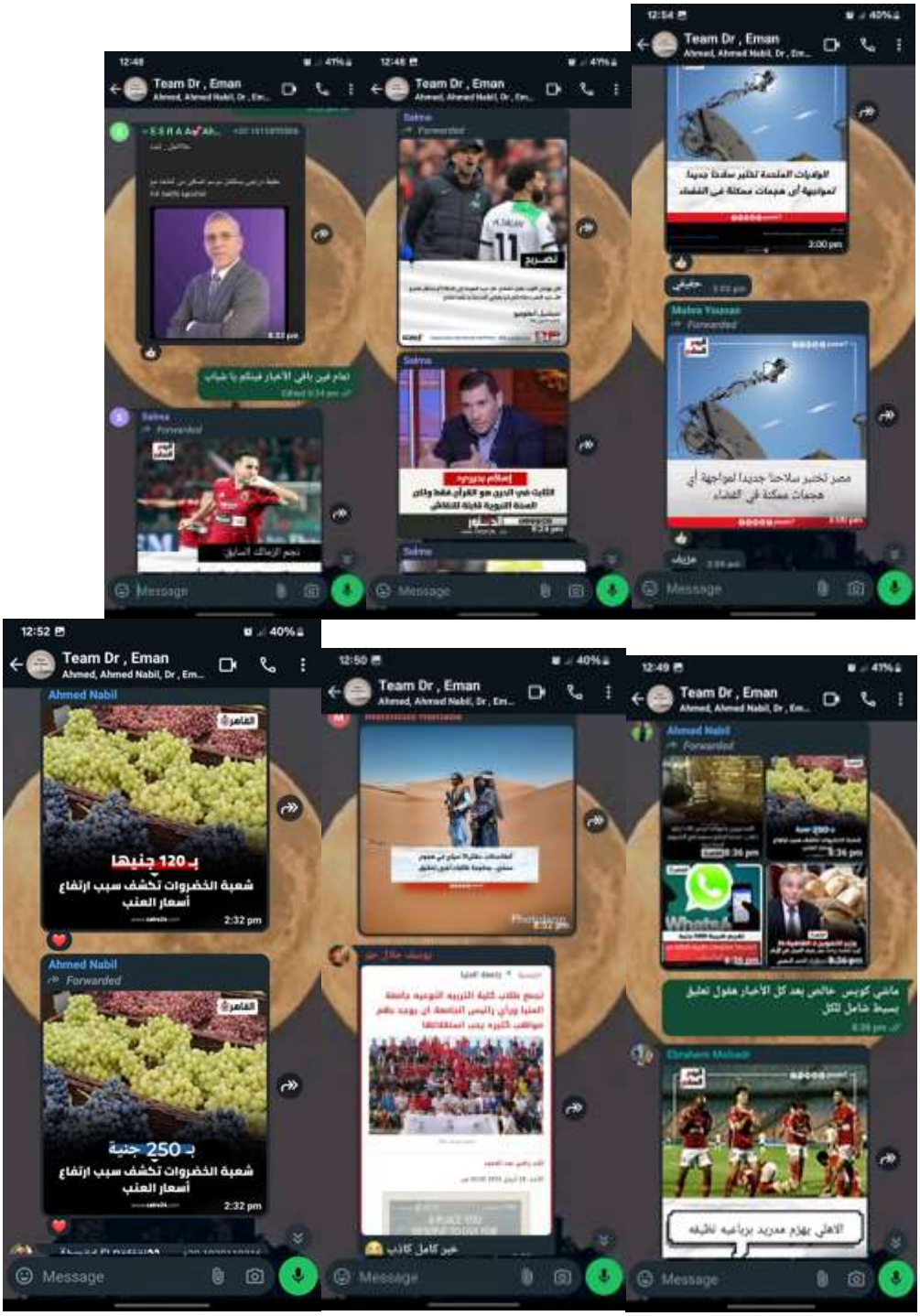
في ضوء ما سبق من نتائج الدراسة تقترح الباحثة إجراء الدراسات التالية:

- استخدام أعضاء هيئة التدريس لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وعلاقته بالكفاءة الأكاديمية.
- توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تدريس المقررات الدراسية وعلاقته بمستوى التحصيل الدراسي.

- استخدام طلاب الإعلام التربوي ذوي الأساليب المعرفية (مترو– مندفع) لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وعلاقته بالاتجاه المهني.
- استخدام القيادات الجامعية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإدارة وعلاقته بمواجهة الأزمات.
- استخدام طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التدريب الميداني وعلاقته بسجل الإنجاز.
- توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في ممارسة أنشطة الإعلام التربوي بالمدارس وعلاقته بالتطلع للمستقبل.
- استخدام أساتذة الجامعة لتقنيات الذكاء الاصطناعي وعلاقته بمستوى تحسين معيشتهم.

ملاحق الدراسة:

صور خاصة بتطبيق أدوات الدراسة:


Team Dr , Eman
Ahmed, Ahmed Nabil, Dr , Em...
Message
Ahmed Nabil
Forwarded
بـ 120 جنيها
شعبة الخضروات تكشف سبب ارتفاع أسعار العنب
2:32 pm
بـ 250 جنية
شعبة الخضروات تكشف سبب ارتفاع أسعار العنب
2:32 pm
ماشي كويس خالص بعد كل الأخبار هنقول تعليق بسيط شامل للكل
Ebrahem Mahadi
الأهلي يهزم مدريد برباعيه نظيفه

ملحق (2) أدوات المعالجة التجريبية التي استخدمتها الباحثة مع المجموعة التجريبية:

- **برنامج VN :**

برنامج VN هو تطبيق تحرير فيديوهات شهير يُمكن استخدامه على الهواتف المحمولة، ويتميز بواجهة مستخدم سهلة وبسيطة؛ مما يجعله مناسبًا للمبتدئين والمحترفين على حد سواء، كما يُقدم VN مجموعة متنوعة من الأدوات والمزايا منها:

تحرير الفيديو: قص، تقسيم، دمج المقاطع.

إضافة المؤثرات: تأثيرات بصرية، تأثيرات صوتية.

النصوص والملصقات: إضافة نصوص وملصقات متنوعة.

الموسيقى والخلفيات الصوتية: إدراج موسيقى وخلفيات صوتية من مكتبتك أو المكتبة المدمجة.

التحكم في السرعة: تسريع أو تبطيء الفيديو.

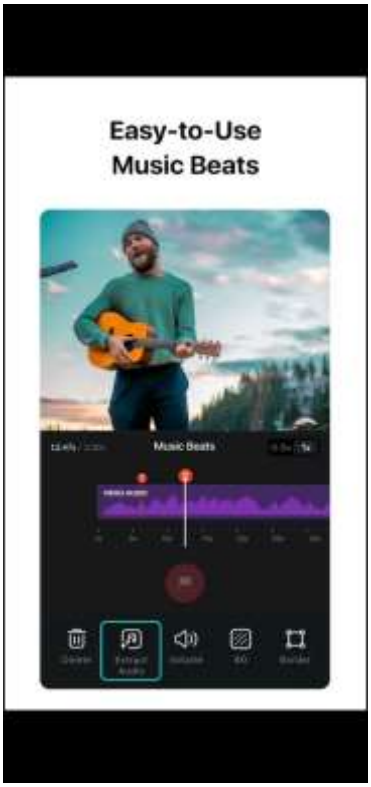
الطبقات المتعددة: إضافة وتحرير طبقات متعددة من الفيديو والصوت.

التصدير: تصدير الفيديوهات بجودة عالية، ومشاركة مباشرة على منصات التواصل الاجتماعي.

✓ **بعض الصور والاسكرينات للبرنامج:**

Remove Background
Intelligently

Color Grading Filter


Easy-to-Use
Music Beats
Music Beats

Auto Captions
I want to start losing weight today

- **برنامج VN مناسب للأشخاص الذين يرغبون في تحرير فيديوهات بسرعة وسهولة دون الحاجة إلى خبرة سابقة في التحرير.**

- **برنامج *Cap Cut*** :

برنامج ***Cap Cut*** هو تطبيق تحرير فيديوهات شائع من تطوير شركة ***Byte Dance*** وهي نفس الشركة التي تمتلك ***TikTok***، ويتميز ***Cap Cut*** بواجهة سهلة الاستخدام وأدوات قوية لتحرير الفيديو؛ مما يجعله مناسبًا للمستخدمين المبتدئين والمحترفين على حد سواء، ومن أبرز مميزاته:

تحرير الفيديو: قص، تقسيم، دمج المقاطع.

التأثيرات والفلاتر: مجموعة واسعة من التأثيرات والفلاتر البصرية لتحسين مظهر الفيديو.

الموسيقى والصوتيات: مكتبة موسيقى كبيرة، بالإضافة إلى إمكانية إضافة ملفات صوتية خاصة بك.

التحكم في السرعة: تسريع أو تبطيء الفيديو.

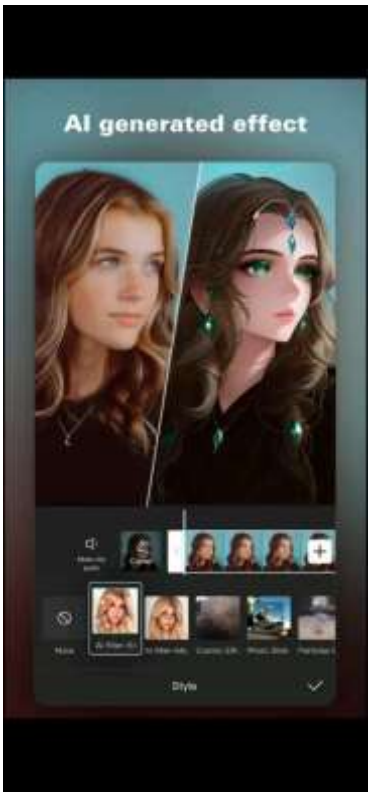
التعديلات المتقدمة: أدوات متقدمة مثل الخلفيات المتحركة والمفتاح الأخضر (***Chroma Key***) لإزالة الخلفيات.

التصدير: تصدير الفيديوهات بجودة عالية تصل إلى ***4K*** ومشاركة مباشرة على منصات التواصل الاجتماعي.

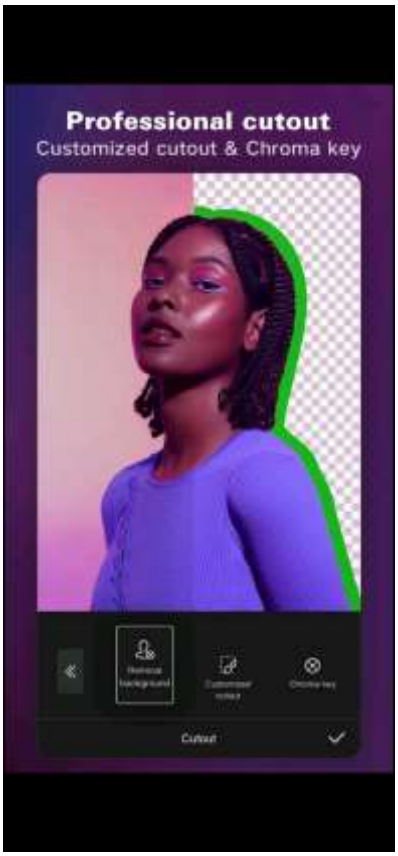
التأثيرات الخاصة: مثل تأثيرات الانتقال بين المقاطع، والتأثيرات السينمائية.

✓ **بعض الاسكرينات والصور للبرنامج:**

Trending styles
Auto velocity & 3D zoom
Style


AI generated effect
Style

Auto captions and lyrics
Welcome to CapCut, easy to use
Text


Professional cutout
Customized cutout & Chroma key
Cutout

يعتبر الأدوات الشاملة والقوية لتحرير الفيديو، حيث يجمع Cap Cut بين البساطة والقدرات المتقدمة؛ مما يجعله اختيارًا ممتازًا لمن يرغب في إنشاء فيديوهات إبداعية وعالية الجودة.

- برنامج ***Pixamotion*** :

برنامج ***Pixamotion*** هو تطبيق لتحرير الصور والفيديوهات يركز بشكل خاص على إضافة الحركة والتأثيرات الحركية، كما يتيح للمستخدمين إنشاء صور وفيديوهات متحركة بطرق مبتكرة وسهلة. ومن أبرز مميزاته:

- تحريك الصور: إضافة تأثيرات الحركة إلى الصور الثابتة؛ مما يجعلها تبدو كأنها تتحرك.

- تأثيرات الفيديو: إضافة تأثيرات بصرية حركية إلى مقاطع الفيديو لتحسين مظهرها وجعلها أكثر جاذبية.

إنشاء الصور السينمائية: تحويل الصور الثابتة إلى صور سينمائية جذابة عن طريق إضافة عناصر الحركة.

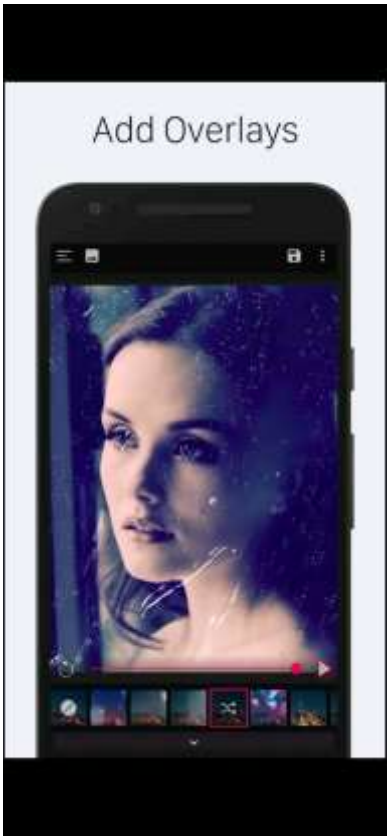
- الفلاتر والتأثيرات: مجموعة واسعة من الفلاتر والتأثيرات البصرية لتحسين الصور والفيديوهات.

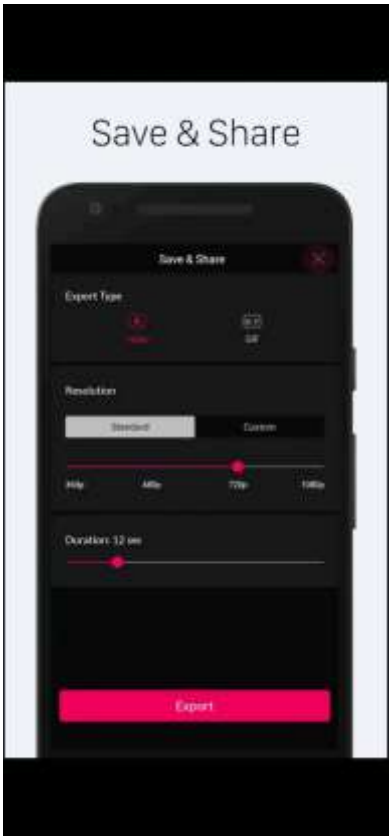
إضافة الموسيقى: إضافة خلفيات موسيقية إلى الفيديوهات لتعزيز التجربة البصرية.

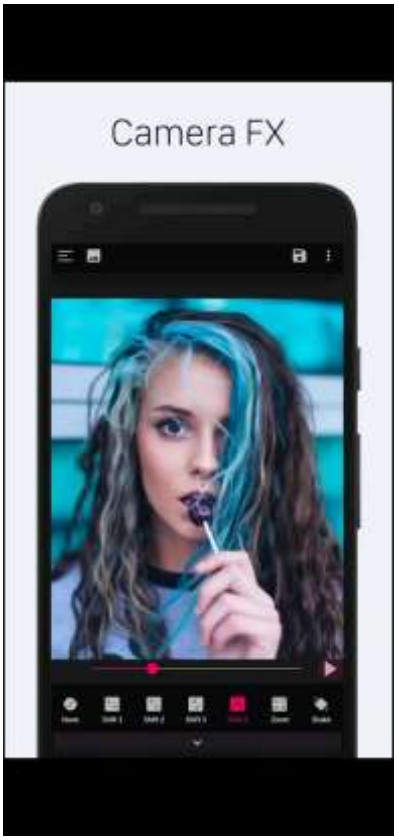
- تعديل الحركة: أدوات لتحرير وتخصيص الحركة المضافة بدقة عالية.

- التصدير والمشاركة: تصدير الصور والفيديوهات بجودة عالية ومشاركتها مباشرة على منصات التواصل الاجتماعي.

✓ **بعض الصور والاسكرينات للبرنامج:**


Add Overlays


Save & Share
Export


Camera FX

Zoom
Pin
Erase
Animate
Freeze
Effects
Audio

برنامج Pixamotion مناسب للأشخاص الذين يرغبون إضافة لمسات إبداعية إلى صورهم وفيديوهاتهم؛ مما يجعلها أكثر حيوية وجاذبية.

- برنامج ***Photo Leap***:

برنامج ***photo Leap*** هو تطبيق متقدم لتحرير الصور، مطور من قبل شركة ***Light Ricks***، وهو جزء من مجموعة تطبيقات تعديل الوسائط المتعددة الشهيرة، كما يتيح ***photo Leap*** للمستخدمين إبداع صور مدهشة باستخدام أدوات تحرير قوية ومرنة، ومن أبرز ميزاته:

- التحرير المتقدم: أدوات قص، دمج، تعديل الصور بدقة عالية.
- الفلاتر والتأثيرات: مجموعة كبيرة من الفلاتر والتأثيرات البصرية لتحسين الصور.

- الطبقات المتعددة: القدرة على إضافة وتحرير طبقات متعددة لتصميمات أكثر تعقيدًا واحترافية.
- أدوات التعديل التلقائي: تحسين الصور بنقرة واحدة باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- النصوص والرسومات: إضافة نصوص ورسومات مخصصة على الصور.
- التعديلات اليدوية: أدوات متقدمة للتعديلات الدقيقة مثل الفرشاة، التمويه، التدرجات.
- دمج الصور: دمج الصور بشكل إبداعي لخلق تأثيرات مركبة.
- المؤثرات الخاصة: تأثيرات مثل: الأضواء، الظلال، والتوهجات لإضافة عمق وجمالية للصور.
- التصدير والمشاركة: تصدير الصور بجودة عالية ومشاركتها مباشرة على منصات التواصل الاجتماعي.

✓ **بعض الصور والاسكرينات للبرنامج:**

Add Motion

Create Artwork
With AI
An astronaut exploring nature

Trending AI
Outgroun
Cordyceps
Snowed in
Flood

Elevate your Headshots
Posh
Blazer
Scholar
Office
Formal

Create AI Avatars

Create New Worlds
Before
After

🕊يعتبر ***photo Leap*** اختيارًا ممتازًا للمصورين والمصممين الذين يبحثون عن أدوات تحرير متقدمة ومرنة لإنشاء صور مبدعة احترافية.

ملحق(3)

الدراسة الاستطلاعية؛ قامت الباحثة بدراسة استطلاعية لتحديد عينة الدراسة بشكل موضوعي وبدون تحيز وكانت موجهة إلى طلاب قسم الإعلام التربوي بالفرق الأربعة:

- **ماذا تعرف عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟**

أجاب طلاب الفرقة الرابعة بأنهم لا يعلمون عنها شيء ولكن يسمعون فقط عن وجود تطبيقات وكانت نسبتهم 80% من أجمالى عينة الدفعة.

بينما أجاب طلاب الفرقة الثالثة والثانية أنهم يقرءون عنها ولكن لم يتعرضوا لها بشكل مباشر ولم يتم استخدامها على وجه الاطلاق وكانت نسبتهم 70% من الإجمالي.

في حين أجاب طلاب الفرقة الأولى بأنهم يستخدمونها في بعض الأعمال الخاصة بهم، وخاصة برامج التيك توك في تصوير بعض المقاطع ونظراً لوجود استخدام مسبق لبعض الطلاب وجدت الباحثة أن هذه العينة هي الأنسب حيث وجد بالفعل من يستخدم بعضًا منها، كما أنهم أبدوا استعدادهم لتعلم البرامج والتطبيقات المختلفة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي،وأكدوا على وجود بعض الفيديوهات لبعض المشاهير المفبركة أو غير الحقيقية؛ وهذا على عكس الفرق الآخري؛ مما شجع الباحثة وجعلها تؤسس أدوات البحث والمعالجة التجريبية على طلاب الفرقة الأولى، حتي تضمن استمرارية الطلاب طوال فترة التطبيق لتنتهي من إجراءات الدراسة، كما أن البحث طواعية ولا يمكن إجبار الطلاب على الاستمرارية وهذا تم توفيره من قبل طلاب الفرقة الأولى شعبة الإعلام التربوي.

- **مراجع الدراسة:**

1- Anja Bechmann, Geoffrey C Bowker, Unsupervised by any other name: Hidden layers of knowledge production in artificial intelligence on social media, Big Data & Society/ January-June 2019/pp1-11, Published IN **inhttps://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2053951718819569#**

2 - Vimala Nunavath; Morten Goodwin, The Role of Artificial Intelligence in social media Big data Analytics for Disaster Management -Initial Results of a Systematic Literature Review, Publisher: IEEE.

Published in 2018 5th International Conference on Information and Communication Technologies for Disaster Management (ICT-DM)

3 - Purva Grover, Arpan Kumar Kar & Yogesh K. Dwivedi/ Annals, Understanding artificial intelligence adoption in operations management: insights from the review of academic literature and social media discussions, 16 June 2020.

Published in https://link.springer.com/article/10.1007/s10479-020-03683-9

4 - Chiyu Cai; Linjing Li; Daniel Zeng, New words enlightened sentiment analysis in social media, Publisher: IEEE.
Published in 2016 IEEE Conference on Intelligence and Security Informatics (ISI), Tucson, AZ, USA
5 - Yo- Ping Huang, Li-Jen Kao, Using Sentiment Analysis to Determine Users' Likes on Twitter, Publisher: IEEE.
Published in 2018 IEEE Conference on 10.1109/DASC/PiCom/DataCom/CyberSciTec, Athens, Greece.
6- Luis Fernandez-Muhammad Imran, Humanitarian health computing using artificial intelligence and social media: A narrative literature review, International Journal of Medical Informatics, Vol 114, June 2018, P. 136-142/Google Scholar.
https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1386505618300212?via%3Dihub
7 - Amir Hussain, Aziz Sheikh, Opportunities for Artificial Intelligence–Enabled Social Media Analysis of Public Attitudes Toward Covid-19 Vaccines, 2021.
https://catalyst.nejm.org/doi/full/10.1056/CAT.20.0649
8- Bhavani Thuraisingham, The Role of Artificial Intelligence and Cyber Security for Social Media, Publisher: IEEE. Symposium Workshops
Published in 2020 IEEE International Parallel and Distributed Processing (IPDPSW), Conference on New Orleans, LA, USA.
9 - Feyza AltunbeyOzbay, BilalAlatas, Fake news detection within online social media using supervised artificial intelligence algorithms, Vol.540, 2020, 123174Google Scholar/Elsevier/pp.1-17.
https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378437119317546?via%3Dihub
10 - Nuanwan Soonthornphisaj;Taratep Sira-Aksorn;Pornchanok Suksankawanich, Social Media Comment Management using SMOTE and Random Forest Algorithms, Publisher: IEEE.
Published in 2018 International Conference on Busan, Korea (South), on Software Engineering, Artificial Intelligence, Networking and Parallel/Distributed Computing (SNPD).
11- عمرو محمد (2020): توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع55، ج5، ص ص: 2798-2860.
12 - Kim, Jina, et al. (2020) "Can AI be content creators Effects of content creator? and information delivery methods on the psychology of content consumers. "Telematics and
Informatics p p 1-9.

13- محمد جمال بدوي (2021): آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.... دراسة حالة على موقع القاهرة 24 الإخباري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع57، ص ص:120:47.

14- مي مصطفى عبد الرازق (2022): تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام...الواقع والتطورات المستقبلية... دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع81، ج1، ص ص74:2.

15- هند يحيى عبد المهدي (2021): دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث (دراسة استشرافية)، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع56، ج4، ص ص: 1831: 1878.

16- وسيلة سعود (2023): الذكاء الاصطناعي وتحديات الممارسة الأخلاقية، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، مج7، ع2، ص ص: 13:1.

17- يحيى إبراهيم (2022): جرائم الذكاء الاصطناعي وآليات مكافحتها، مجلة روح القوانين، مج34، ع100.

18- ماجدة عبد المرضي (2023): اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة وعلاقتها بتطوير مستوى أدائهم المهني، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع25، ج3.

19 - Srijan Kumar, Neil Shah -False Information on Web and Social Media: A Social and Information Networks (cs. SI); Computation and Language, Survey (cs.CL); Computers and Society (cs.CY) ; Digital Libraries (cs.DL) (orarXiv:1804.08559v1 [cs.SI] for this version) (Submitted on 23 Apr 2018).

20- سالي أسامة شحاته (2023): الذكاء الاصطناعي والتقنيات والأدوات الرقمية المتخصصة في الكشف عن الأخبار الزائفة، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ع3، ص ص: 173"185.

21- رباب رابح (2022): الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وخوارزميات الكشف، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، ج5، ع2، ص ص: 614:595.

22 - James Cross Long, 2019: Fake News is Admen's: Britain's psychological warfare campaign against the Nazis pre-empted the information wars of the 21 st century

23 - Kwami Ahiabenu at Independent Researcher Kwami Ahiabenu :-(PDF) Media Perspectives on Fake News in Ghana – ResearchGate https://www.researchgate.net /.../326901780_Media_Perspectives_on_Fake_News_i n_Gh...Aug 9, 2018 - Media Perspectives on Fake News in Ghana. Article (PDF Available)

24- نبيل لحمر (2020): الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على اتجاهات الرأي العام دراسة في المفهوم، العلاقة والأهداف، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مج7، ع2، ص ص: 579- 595.

25- عبد الرازق الدليمي (2019): إشكاليات الأخبار المفبركة وتأثيرها على تشكيل الرأي العام، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، ص ص:2:18.

26 - Hameleers, M. (2022) 'Separating truth from lies: Comparing the effects of news media literacy interventions and fact-checkers in response to political misinformation in the US and Netherlands' , *Information, Communication & Society*, 25(1), pp. 110–126.

27 - Huber, B., Borah, P. and Gil de Zúñiga, H. (2021) 'Taking Corrective Action When Exposed to Fake News: The Role of Fake News Literacy'.

28 - Nagel, T.W.S. (2021) 'Measuring Fake News Acumen Using a News Media Literacy Instrument'.

29- Paisana, M., Pinto-Martinho, A. and Cardoso, G. (2020) 'Trust and fake news: Exploratory analysis of the impact of news literacy on the relationship with news content in Portugal', *Trust and fake news: exploratory analysis of the impact of news literacy on the relationship with news content in Portugal*, (2), pp. 105–117.

30- ويلسر وليام (2018): ذكاء اصطناعي بملامح بشرية- مخاطر التحيز والأخطاء في الذكاء الاصطناعي، مؤسسة راند.

31 -Coward, Chrism, et al.,. (2020). Digital Skills Assessment Guidebook. International Telecommunication U nion. P 55.

32 -Bremme, Kati. (2019). AI and the media: too hot, too cold, just, right? A mapping of Artificial Intelligence applications, mediaroad. European Broadcasting Union https://www.mediaroad. eu/archives/30328.

33- عايض بن مرزوق (2023): توظيف تقنية الذكاء الاصطناعي في بيئة الإنتاج التليفزيوني (دراسة وصفية تطبيقية على عينة من العاملين بالقنوات الفضائية العربية)، جامعة أم درمان الإسلامية، مجلة علوم الاتصال، المجلد8، ع1، ص ص:167-198.

34 - James Bingaman , Paul R. Brewer , Ashley Paintsil & David C. Wilson , ―Siri ،‖Show Me Scary Images Of AI‖: Effects Of Text-Based Frames And Visuals On Support For Artificial Intelligence‖, Science Communication, Vol. 43(3), 2021
P.P 388 –401

35- Cristian Vaccari And Andrew Chadwick, ―Deepfakes And Disinformation :Exploring The Impact Of Synthetic Political Video On Deception, Uncertainty And Trust In News‖, Social Media + Society , January-March 2020, P.P : 1 –13

36- Dennis Assenmacher , Lena Clever, Et Al , ―Demystifying Social Bots: On The

Intelligence Of Automated Social Media Actors‖, social media + Society, July September 2020, P.P: 1 –14
37- Fabio Votta & Kathryn M. Roose.، "Fighting Fake News and Post-Truth Politics with Behavioral Science: The Pro-Truth Pledge", Behavior and Social Issues, Vol. 64 ،
38 -J. Zhang, B. Dong and P. S. Yu, "Fake Detector: Effective Fake News Detection with Deep Diffusive Neural Network", IEEE 36th International Conference on Data
Engineering, pp.1826-1829
39- Brummette, John et al, "Read all about it: the Politicization of "Fake News on Twitter", Journalism of Mass Communication,Vol.95, No.2, pp.188-195, 2018 .Retrieved from: https://journals.sagepub.com
40 - Series, B. T. (2019). Artificial intelligence systems for programme production and exchange, Available at: https://www.itu.int/dms_pub/itu-r/opb/rep/R-REP-BT.2447-2019-PDF-E.pdf
41 - Henke, Jakob, Laura Leissner, and Wiebke Möhring (2020). "How can Journalists Promote News Credibility? Effects of Evidence on Trust and Credibility. "Journalism Practice pp 299-318.
42- أبو بكر حبيب الصالحي (2020): دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة في إطار الانفعال المعرفي، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع54، ج6، ص ص:3683: 3740. http://search.mandumah.com
43- حسام علي سلامة (2020): الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي وكفاءتها كمصادر للمعلومات عن جائحة كورونا: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج19، ع2، ص ص: 161:230 https://joa.journals.ekb.eg
44- حنان كامل حنفي (2022): تأثير الأخبار المزيفة fake news في وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي وعلاقتها بسلوكياتهم، مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع38، ص ص:230:169. متاح:https://www.jprr.epra.org.eg.
45- مريم صالح الهواري (2021): أثر الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حدو العنف في المجتمع الأردني من وجهة نظر المعلمين في محافظة الكرك، مجلة رماح للبحوث والدراسات، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية، ع22، ص ص: 1:138. http://search.mandumah.com
46- حنان موسى عبد العال (2020): الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار الشائعات على شبكة الإنترنت، مجلة البحوث والدراسات العربية، المعهد العالي للإعلام بالشروق، مج13، ع13، ص ص: 1:54. https://mjsm.journals.ekb.eg

47 - Garrett Smith, “Modern Day Propaganda: Characteristics of Fake News and Physiological Effects on the Public, Master Thesis, Cyber Security Faculty of Vtica College, 2017. Retrieved from: https://**www**.proquest.com
48 - Brummette, John et al, “Read all about it: the Politicization of “Fake News on Twitter”, Journalism of Mass Communication,Vol.95, No.2, pp.188-195, 2018 .Retrieved from: https:// journals.sagepub.com-
49 - J. Zhang, B. Dong and P. S. Yu, ”Fake Detector: Effective Fake News Detection with Deep Diffusive Neural Network", IEEE 36th International Conference on Data Engineering, pp.1826-1829, 2020. Retrieved from: https://ieeexplore.ieee.org.
50- All, Waleed, and Hassoun, Mohamed (2019), “Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities ،”International Journal of Media, Journalism and Mass Communications Volume 5, Issue 1, PP 40-49.
51 - Canavilhas, João, (2022) “Artificial Intelligence and Journalism: Current Situation and Expectations in the Portuguese Sports Medi” , Journal. Media, 3pp510;530.
52 - Graefe, Andreas, and Nina Bohlken. "Automated Journalism (2020) A Meta-Analysis of Readers’ Perceptions of Human-Written in Comparison to Automated News. "Media and Communication. 8.3PP50-59
53 - Alexandre Bovet, Hernan A. Makse 2018: -Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election (Submitted on 22 Mar 2018arXiv:1803.08491 [cs.SI] (or arXiv:1803.08491v1 [cs.SI] for this version.
54 - Prabhala, Sasanka& Ganapathy, Subhashini. (2011)Emerging Artificial Intelligence Application: Transforming Television into Smart Television. Management and Communication. Studies in Computational Intelligence,381, 311-318 .
55 - Cheng, Gong. (2018). Artificial Intelligence in Media Industries, Creating Better User Experiences and Maintaining High Customer Loyalties. MA. Drexel University.
56 - Obozintsev, Lucy. (2018). From Sky NetTo Siri: An Exploration of The Nature and Effects of Media Coverage of Artificial Intelligence. MA. University of Delaware.
57 - Wu, Fang& Cui, Di. (2018). The influence of media use on public perceptions of artificial intelligence in China :Evidence from an online survey. Information Developmentm1–13.
58- caramiaux, Baptiste, Lotte, Fabien &Geurts Joost. (2019). AI in the media and creative industries. New European Media NEM),.1-35.
59 - Bremme, Kati. (2019). AI and the media: too hot, too cold, just, right? A mapping of Artificial Intelligence applications, mediaroad. European Broadcasting Union

https://www.mediaroad.eu/archives/30328, seen on 14/3/2022
60 - Chan-Olmsted, Sylvia M. (2019). A Review of Artificial Intelligence Adoptions in the Media Industry International. Journal on Media Management, 21(3-4), 193;215.
61 - Coward, Chrism, et al., (2020). Digital Skills Assessment Guidebook. International Telecommunication Union. P 55
62 - Lee, Sang won, et al. "Predicting AI News Credibility: Communicative or Social Capital or Both? "Communication Studies. (2020): 1-20 .
63 - Hepp, Andreas. "Artificial companions, social bots and work bots: communicative robots as research objects of media and communication studies. "Media, Culture Society (2020)
64- إبراهيم ياسين (2023): أساليب مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر3، مجلة الدراسات الإعلامية، مج7، ع2، جوان، ص ص: 280:297.
65- بن لعربي يحيى (2023): تطور الاهتمام بظاهرة الأخبار الزائفة في البحوث الأكاديمية دراسة تحليلية من المستوى الثاني على المنصة الجزائرية Asjp، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، مج 10، ع4، ص ص: 709:726.
66- نصر الدين مزاري (2020): المصداقية في الفيس بوك بين الخبر والإشاعة قراءة في آليات انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وسبل محاربتها، مجلة آفاق للعلوم، مج5، ع2، ص ص: 212:221.
67- صلاح أحمد مراد، أمين علي محمد (2020): **الاختبارات والمقاييس في العلوم النفسية والتربوية**، دار الكتاب الحديث، ط4، القاهرة، 2020م.
68 - Tandoc, E. C. J, Lim, Z. W, & Ling, R. (2018). Defining “fake news”. Digital Journalism،2,6، pp. 137–153.