

دور المواقع الاخبارية في توعية الشباب الجامعي بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (الديب فيك نموذجاً)

د. هناء محمد عبد المقصود عون*

ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف علي دور المواقع الاخبارية في توعية الشباب الجامعي بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (الديب فيك نموذجاً)، وذلك من خلال الوقوف علي معدلات اعتمادهم علي تلك المواقع، و رصد أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة علي هذا الاعتماد، وذلك في إطار نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح علي عينة عمدية قوامها 400 مفردة من طلاب كليات التربية النوعية والآداب بجامعة طنطا وكفر الشيخ والتي طبقت في الفترة الزمنية من 5 يناير إلي 7 مارس 2022، وتوصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج أهمها:

- ارتفاع اعتماد أفراد العينة علي المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث بلغت نسبة من يعتمدون عليها دائماً 29% من عينة الدراسة، في حين بلغت نسبة من يعتمدون عليها احياناً 60% مما يؤكد اهمية المواقع الاخبارية الالكترونية كمصدر للمعلومات، جاءت بوابة الأهرام في مقدمة تطبيقات الصحف والمواقع الإلكترونية بنسبة 69.8%، ثم تلاها بنسبة 48% موقع صحيفة اليوم السابع، وجاء موقع BBC العربية في مقدمة مواقع القنوات المحلية والدولية بنسبة 42% من أفراد العينة، كما أشارت الي ارتفاع عدد أفراد العينة ذو مستوى درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك المرتفع، حيث بلغت نسبة أفراد العينة ذوي الوعي المرتفع 54.8%، وتلاها الذين مستوي وعيهم متوسط بنسبة 41.3%، وتؤكد هذه النتائج نجاح المواقع الاخبارية الإلكترونية في رفع درجة الوعي بوسائل الكشف عن المحتوي المنتج بواسطة الديب فيك، كما اوضحت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: المواقع الإخبارية - تطبيقات الذكاء الاصطناعي - الديب فيك

* المدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة كفر الشيخ.

The role of news sites in awareness university youth about the dangers of artificial intelligence applications (deepfake as a model)

Abstract:

The study aimed to identify the role of news sites in awareness university youth about the dangers of artificial intelligence applications (deepfake as a model), by examining their rates of dependence on those sites, and monitoring the most important cognitive, emotional, and behavioral effects resulting from this dependence, within the framework of the theory of media dependence, The study used a survey method on an intentional sample of 400 students from the colleges of specific education and arts at the universities of Tanta and Kafr Elsheikh during the period from January 5, to March 7, 2022, The study reached a set of results, the most important of it are:

-The high dependence of the sample members on electronic news websites, as the percentage of those who always depend on them reached 29% of the study sample, while the percentage of those who depend on them sometimes reached 60%, which confirms the importance of electronic news websites as a source of information. Al-Ahram Portal came at the forefront of newspaper and website applications by a percentage 69.8%, then it was followed by 48% of the Al-Youm Al-Sabea newspaper website, and the BBC Arabic website came at the forefront of local and international channel websites with a percentage of 42% of the sample, It also indicated an increase in the number of sample members with a high level of awareness of the means of detecting media materials produced by deepfake, as the percentage of sample members with high awareness reached 54.8%, followed by those with an average level of awareness at 41.3%, and these results confirm the success of electronic news sites in raising the degree of awareness of the means of detecting content produced by deepfake, it also demonstrated the existence of a statistically significant relationship between the degree of trust in information related to the deepfake application and the effects resulting from consuming the deepfake application by electronic news sites.

Keywords: News sites- Artificial intelligence applications – Deepfake

المقدمة:

شهدت صناعة الإعلام وبخاصة العمل الصحفي متمثلاً في المواقع الإخبارية تطورات كبيرة خلال السنوات القليلة الماضية؛ حيث ظهرت تقنيات وتطبيقات متعددة تعتمد علي الذكاء الاصطناعي منها تقنية التزييف العميق المعروفة بالديب فيك ، وهي تقنية تستخدم الذكاء الاصطناعي لتعديل الصور والفيديوهات بطريقة احترافية حيث يصعب تمييز الفيديوهات والصور المزيفة من الحقيقية ، وتستخدم لتسهيل عملية ترجمة المتحدث أو جعله ينطق بعدة لهجات كما تستخدم في أغراض تعليمية، ويستغرق إنشاؤها والعمل عليها أيام وساعات طويلة. ولكن شأنها شأن العديد من التطبيقات التكنولوجية، فهي أيضاً تعتبر سلاحاً ذا حدين. وقد تم الكشف عن أهم استخدامات تقنية "الديب فيك" كأداة تضليل في حملات ضد بعض الأشخاص المشهورين، خصوصاً في المجال الفني والسياسي وذلك لسهولة تداول الإشاعات والمعلومات المضللة وحملات التشويه والتضليل عنهم، ويعود هذا بالطبع لشهرة هذه الشخصيات وتأثيرها في العالم والمجتمعات.

وتكمن المشكلة هنا في فكرة إنشاء مقاطع بدون إذن أصحابها، وخصوصاً النساء ، وقد لوحظ وفقاً لإحصائيات عام 2019، أن 92 في المائة من فيديوهات التزييف العميق الموجودة أونلاين، هي مخلة للأداب (مواد إباحية) وأنشئت بدون إذن صاحباتها. وهذا يعتبر جرس إنذار إلى ما يمكن للمجرمين والانتهازيين استخدامه ضد ضحايا هذه المواد من ابتزاز وتهديد وانتهاكات إلكترونية . واعتبر الخبراء سلسلة المقاطع المزيفة الأخيرة أحد أكثر الأمثلة الواقعية المثيرة للقلق حتى الآن جراء الآثار السلبية لخدعة التكنولوجيا الفائقة "ديب فيك". ستؤثر تقنية التزييف العميق على ثقة الجمهور وتوفر غطاءً وإنكاراً معقولاً للمجرمين أو المسيئين الذين يتم ضبطهم من خلال تسجيل مقاطع فيديو أو صوت، كما أنه سيمنح استخدامها للتلاعب بالآخرين وإذلالهم وإيذائهم" أو ابتزازهم.

إن أكثر عواقب عمليات التزييف العميق خطورة هي قدرتها على جعل الجمهور العادي يتساءل عما يراه، وكلما زادت مقاطع الفيديو المزيفة قلت الثقة في التمييز بين الحقيقي والمزيف. وبالتالي، يمكن لهذا التضليل أو التلاعب التأثير على الرأي العام من خلال استهداف شخصيات سياسية بإنشاء لقطات مزيفة لهم وهم يقولون أشياء لم ترد على ألسنتهم قط، أو يرتكبون أفعالاً لم يتم اقتراحها من قبل. سيتم القصف والتشهير بالمشاهير والقادة وأصحاب الشركات والمرشحين للرئاسة والشخصيات الدينية وقادة الفكر والثقافة وغيرهم باستخدام تقنية التزييف العميق على مدار السنوات القادمة، في حين سيقع على عاتق المواطن العادي أن يميز بنفسه بين ما هو حقيقي أو مزيف.

إن مصداقية الشخصيات العامة ليست مكنم الخطر الوحيد الناجم عن التزييف العميق، ففي الواقع، يوجد مجموعة متنوعة من الطرق التي يمكن أن تنتسب بها مقاطع الفيديو المزيفة في إحداث أضرار. تختلف تلك الأضرار على المستوى الشخصي والمجتمعي، ففي الحالتين يكون التأثير سلبياً وخطيراً.

ويمكن القول أن عمليات البث لمقاطع فيديو مزيفة في حالات الطوارئ وشن حملات

التضليل الانتخابية والدعاية الإرهابية ليست سوى مجرد غيض من فيض من السيناريوهات التي ستزداد سوءاً مع الاستمرار في عدم تجريم استخدام هذه التقنية.

ومن هنا حاولت الباحثة في هذا البحث التعرف علي دور المواقع الاخبارية في التوعية بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي وبخاصة تقنية الـديب فيك ، نظراً لانتشار استخدامها في الآونة الأخيرة ، وتأثير ذلك على مستوى اكتشافهم للموضوعات التي تم انتاجها بواسطة هذه التقنية.

الإطار المعرفي للدراسة:

أولاً: مجالات الذكاء الاصطناعي:

ان مجالات الذكاء الاصطناعي تتسع كل يوم عن طريق الممارسات العملية خصوصاً في صناعة التكنولوجيا والحوسيب، يأتي ذلك نتيجة لمقدرة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على اكتساب المعلومات والاستجابة للمتغيرات، والإدراك الحسي وبالتالي اتخاذ القرارات بشكل سليم، وكذلك قدرتها علي اكتشاف الأخطاء وتصحيحها بشكل سريع.

ومن أبرز المجالات التي يتميز فيها ما يلي:

برامج وتطبيقات محاكاة الواقع، الروبوتات القادرة على تقديم أداء موازى لمهام الجنس البشري، تطوير النظم الحاسوبية في مجالات الطب والهندسة والتجارة والاستثمار، تطوير المعرفة، التعرف على الوجوه، تطوير المحركات ذات القدرات الذكية مثل السيارات دون سائق والطائرات المسيرة.

ثانياً: مخاطر الذكاء الصناعي :

المخاطر المرتبطة بالأمن القومي:

المخاطر المرتبطة بالذكاء الاصطناعي في مجال الأمن القومي لها عدة محاور. إذ يمكن على سبيل المثال لعملية صنع القرار المؤتمتة (يقصد بالأتمة: التشغيل الذاتي أو الآلي في استعمال الحاسبات من أجل تأمين سير الأعمال بشكل آلي ودقيق وسليم وبأقل خطأ ممكن) بالكامل في مجال الأمن القومي أن تؤدي إلى أخطاء مكلفة ووفيات، ذكر بلدان وصلت إلى حافة الحرب النووية بسبب خلل في أنظمة دفاعها النووية المؤتمتة. ويبحث تقرير صدر مؤخراً عن المسألة الشائكة حول أسلحة RAND بقلم باحثين في مؤسسة الذكاء الاصطناعي التي تعمل بدون تدخل بشري. وتم تحديد الأمن الإلكتروني كمجال خصب بشكل خاص لمواطن الضعف الناجمة عن الذكاء الاصطناعي. فمن أبرز وظائف الأدوات الاصطناعية سواء المعلوماتية أو الإلكترونية المادية منها التلاعب الفعال بالمعلومات. لذا فقد تلائم الأدوات الاصطناعية على نحو خاص حروب المعلومات وتطبيقات الأمن الإلكتروني⁽¹⁾.

المخاطر المرتبطة بتقلص المرونة:

يقصد بتقلص المرونة الناجم عن محدودية المعلومات حول كيفية تأثير الأتمتة في حياتنا. ويأخذ هذا التقلص في المرونة شكل آخر وهو خسارة المهارات t في سياق التوظيف، وهذا

ناتج عن نظرة مفرطة الثقة للأدوات الاصطناعية ، وقد بدأت تتضح هذه الثقة غير المبررة في تعاملنا مع الأدوات الاصطناعية البدائية التي نستخدمها حالياً. وهذا خير دليل على ميل البشر نحو التحيز للأتمتة. وسيستمر دور الذكاء الاصطناعي في السير قدماً في جميع جوانب حياتنا في القرن الحادي والعشرين وسيحدث ذلك فعلاً آثاراً تنظيمية هائلة تؤثر على توظيف البشر

المخاطر المتعلقة بالتسبب بفوضى اقتصادية واجتماعية سريعة:

لا شك في أنه تم كتم تأثير الذكاء الاصطناعي في الماضي، وقد أدى ذلك إلى فقد الجهات المعنية (من أعمال تجارية وحكومات وشعوب) ثقتها في ما يعد به الذكاء الاصطناعي، أما الجولة الدعائية الحالية للذكاء الاصطناعي، فقد كانت أكثر إنتاجية. حيث أدت إلى الاستثمارات من شركات أمثال غوغل أمازون ، وجوجل وغيرها من الشركات ، وقد تكون سرعة الآثار الاجتماعية والاقتصادية الناجمة عن الذكاء الاصطناعي غير مسبوقة. وسبق أن بدأت تبرز بالفعل آثار هائلة في التوظيف والتنظيم الذي تعززه منصات الذكاء الاصطناعي، ويمكن للتجاوب غير الكافي مع الآثار الاجتماعية والاقتصادية للذكاء الاصطناعي أن تتسبب بحرمان شرائح كبيرة من السكان بشكل غير منصف من الوظائف المستعاض عنها وهذا من شأنه أن يتشكل خطراً على الاستقرار القومي.

ثالثاً: مخاطر الديب فيك:

مخاطر تقنية الديب فيك تُنذر هذه التقنية بمخاطر جدية مستقبلاً، فهي قادرة على تشويه سمعة شخصية عامة، أو حتى تشويه السمعة لأغراض الابتزاز، كما يمكن لأصحابها سرقة الأموال عن طريق انتحال شكل الشخصية المالكة. أما بالنسبة للجانب السياسي؛ فتعد هذه التقنية ذات فعالية في هذا المجال. فقد يستغل بعض السياسيين هذه الخاصية لفبركة التصريحات والمواقف وينتج عنها عواقب وخيمة على البلدان، لأن الناس لن يميزوا بين الحقيقي والمزيف.

طرق كشف الديب فيك:

هناك طريقتان متميزتان لاكتشاف التزييف العميق: الاكتشاف اليدوي والآلي. يتطلب الاكتشاف اليدوي أن يقوم شخص ماهر بفحص مادة الفيديو والبحث عن التناقضات أو الإشارات التي قد تشير إلى التزوير. يمكن أن يكون النهج اليدوي مجدداً عند التعامل مع كميات منخفضة من المواد المشبوهة ، ولكنه لا يتوافق مع النطاق الذي تستخدم به المواد السمعية والبصرية في المجتمع الحديث يمكن أن يعتمد برنامج الكشف التلقائي على (مجموعة) الهدايا التي يمكن اكتشافها، وبعضها يعتمد على الذكاء الاصطناعي التعرف على مكبرات الصوت كشف قوة الصوت التعرف على الوجه تحليل ملامح الوجه التناقضات الزمنية المشغولات المرئية عدم وجود مؤشرات أصلية قد يبدو تعدد طرق الاكتشاف مطمئناً، ولكن هناك العديد من التنبيهات المهمة التي يجب وضعها في الاعتبار. أحد التحذيرات هو أن أداء خوارزميات الاكتشاف يتم قياسه غالباً عن طريق قياسه مقابل مجموعة بيانات شائعة مع مقاطع فيديو مزيفة معروفة. ومع ذلك، تُظهر الدراسات التي

أجريت على التهرب من الكشف أنه حتى التعديلات البسيطة في تقنيات إنتاج التزييف العميق يمكن بالفعل أن تقلل بشكل كبير من موثوقية الكاشف.

تواجه أجهزة الكشف عن المشكلات الأخرى أن المواد الصوتية والرسوم غالباً ما يتم ضغطها أو تقليل حجمها عند مشاركتها على منصات الإنترنت مثل الوسائط الاجتماعية وتطبيقات الدردشة. يمكن أن يتداخل تقليل عدد البكسل والتشوهات التي ينشأها ضغط الصوت والصورة مع القدرة على اكتشاف التزييف العميق. قد تمنع العديد من الاستراتيجيات التقنية استخدام صورة أو مقطع صوتي كمدخلات لإنشاء صور مزيفة، أو الحد من تأثيرها المحتمل. تشمل استراتيجيات المنع الهجمات العدائية على خوارزميات التزييف العميق، وتقوية علامات أصالة المواد السمعية والبصرية، والمساعدات التقنية للأشخاص لاكتشاف التزييف العميق بسهولة أكبر (2).

مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على دور المواقع الاخبارية في توعية الشباب الجامعي بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (الديب فيك نموذجاً) ، وتلك من خلال دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي في كلاً من جامعة كفر الشيخ وجامعة طنطا.

تساؤلات الدراسة:

يسعي البحث الحالي إلي الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

- ماهو دور المواقع الاخبارية في توعية الشباب الجامعي بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (الديب فيك نموذجاً)؟

ويتفرع من هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مدي اعتماد الشباب الجامعي علي المواقع الإخبارية الإلكترونية؟
- ما أكثر المواقع الإخبارية الإلكترونية اعتماداً لدي عينة الشباب الجامعي؟
- ما أسباب تفضيل الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية الإلكترونية ؟
- ما المصادر التي يفضلها الشباب الجامعي كمصدر للمعلومات عبر المواقع الإخبارية الإلكترونية ؟
- ما درجة اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة تطورات تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
- ما أسباب اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة الموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك؟
- ما دوافع التعرض للموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك من موقع محدد دون غيره؟
- ما مستوي معرفة الشباب الجامعي لخطوات الكشف عن الموضوعات التي تم معالجتها بتطبيق الديب فيك؟
- ما تأثيرات المواقع الإخبارية الإلكترونية في الشباب الجامعي فيما يتعلق بتناولها لمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

- ما مستوي إدراك الشباب الجامعي للموضوعات التي تم معالجتها بتقنية التزييف العميق؟

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

- تعد الدراسة تطبيقاً علمياً ومنهجياً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وذلك للتعرف على المصادر المختلفة التي يعتمد الشباب الجامعي عليها في الحصول على المعلومات حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

- تكمن أهمية الدراسة في تناولها مرحلة الشباب وما يمثله هذا العمر الذي هو أساس أي بناء اجتماعي أو اقتصادي، فضلا عن أنهم أكثر الفئات استخداما للوسائل التكنولوجية الحديثة.

- أهمية التعرف على الدور الذي تقوم به المواقع الإخبارية في توعية الشباب بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي وبشكل خاص تطبيق الديب فيك محل الدراسة.

الأهمية التطبيقية:

- تكمن أهمية الدراسة الحالية في طبيعة الموضوع المطروح والذي يتواءم مع المستجدات العالمية المتمثلة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي وما يمثله من خطورة الخلط بين المعلومات المضللة والحقيقية في حالة الجهل بهذه التقنيات المرتبطة بخوارزميات الذكاء الاصطناعي.

- أهمية الوسيلة الإعلامية التي تخضع للدراسة، وهي المواقع الاخبارية الالكترونية والتي تجمع بين خصائص وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في آن واحد وهذا يعطي تميزاً للبحث في تحديد المصادر التي يتم الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي

- أهمية التعرف على التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية للاعتماد على المواقع الاخبارية كمنبع للمعلومات حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة الحالية إلى تحقيق الهدف الرئيسي التالي:

- التعرف على دور المواقع الاخبارية في توعية الشباب الجامعي بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (الديب فيك نموذجاً).

ويتفرع من هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

- التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإخبارية.
- تحديد أكثر المواقع الإخبارية اعتماداً لدى العينة من الشباب الجامعي.
- التعرف على المصادر التي يفضلها الشباب الجامعي للمعلومات والأخبار عبر المواقع الإخبارية وأسباب تفضيلها.
- التعرف على مدى اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة تطور تطبيقات الذكاء الاصطناعي .
- التعرف على أسباب اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة الموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك.

- التعرف على دوافع التعرض للموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك من موقع محدد دون غيره.
- التعرف على تأثيرات المواقع الإخبارية الإلكترونية في الشباب الجامعي فيما يتعلق بتناولها لمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- التعرف على مستوى معرفة الشباب الجامعي لخطوات الكشف عن الموضوعات التي تم معالجتها بتطبيق الديب فيك
- التعرف على مستوى إدراك الشباب الجامعي لمصادقية الصور والفيديوهات التي تم انتاجها بتطبيق الديب فيك.

مصطلحات الدراسة:

المواقع الإخبارية: News sites

هي مجموعة من الصفحات المتصلة على الشبكة العالمية، التي تعتبر كياناً واحداً يمتلكه عادةً شخص واحد أو منظمة واحدة، ويكرّس لموضوع واحد أو لعدة موضوعات وثيقة الصلة ، ويكون الغرض من هذا النوع من المواقع توفير معلوماتٍ عن الأحداث الجارية.

الذكاء الاصطناعي (AI) Artificial intelligence :

الذكاء الاصطناعي مصطلح شائع جداً اليوم، ولكن ليس له تعريف موحد مشترك حول العالم، وهذا يرجع إلى أنه يجمع بين علوم الحوسبة والإحصاءات والروبوتات.

وهناك تعريفات متعددة تناولت تعريف الذكاء الاصطناعي منها ما وضعه جونج تشينج بأنه تطوير أجهزة ونظم حاسوبية وتقنيات البرمجة المطورة، والتي تتسم بثلاث سمات رئيسية هي: التعرف الذكي ، والتواصل الذكي ، والمحاكاة الذكية ، كما أنها قادرة على الانخراط في عمليات التفكير الشبيهة بالإنسان مثل التعلم والمعرفة واستخدام المعلومات والإدراك للتوصل لاستنتاجات⁽³⁾.

كذلك يعد التعريف الذي وضعه حيدر ذوالفقار⁽⁴⁾. من أهم التعريفات التي تناولت الذكاء الاصطناعي، حيث عرفه بأنه قدرة برنامج الكمبيوتر على التفكير والتعلم، حيث تحاول أجهزة الكمبيوتر "ذكية"، المتمثلة في البرامج والتطبيقات تعمل من ذاتي دون تلقي أوامر مسبقة.

وعلى ذلك تعرف الباحثة الذكاء الاصطناعي بأنه تطبيقات وبرامج لديها القدرة على الفهم والإدراك من خلال ما يعرف بالأتمتة التي بدورها تضمن التشغيل الذاتي أو الآلي في استعمال الحاسبات من أجل تأمين سير الأعمال بشكل آلي ودقيق وسليم وبأقل خطأ ممكن.

- التزييف العميق Deepfake :

ظهرت في الآونة الأخيرة مجموعة من مقاطع الفيديو المزيفة والتي حققت نسب مرتفعة وتم ذلك من خلال تقنية التزييف العميق ومن أبرز الأمثلة على تقنية الديب فيك مجموعة من مقاطع الفيديو التي انتشرت لممثلين، وسياسيين، وهم يقولون أو يفعلون أشياء لم يقولوها أو يفعلوها في الواقع، إذ عولجت آلاف الصور لإنتاج هذه المقاطع. وانتشرت هذه التقنية في أواخر عام 2017، حيث ظهرت مجموعة من مقاطع الفيديو التي ظهرت فيها شخصيات مشهورة مركبة على وجوه أشخاص آخرين، وانتشرت بعدها خوارزميات وبرامج مفتوحة المصدر تسهل استخدام هذه التقنية من أي شخص.

وقد عرفها تيم هوانج (5). بأنها معالجة مقاطع الفيديو بواسطة برامج الحاسوب وعبر خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتزييف الفيديو من خلال تعليم البرنامج كيفية تقليد تعابير وجه الشخص وسلوكياته وصوته وتصرفاته وبعدها يتم التلاعب الرقمي للصوت والصورة والمؤثرات البصرية والخروج بمحتوى مزيف يحاكي ويشابه إلى درجة كبيرة جداً الشخصية الحقيقية المستهدفة.

ومما سبق يمكن للباحثة أن تعرف الديب فيك بأنه المصطلح الذي يُطلق على الوسائط التي يتم من خلالها استبدال شخص في الفيديو أو الصورة بمظهر شخص آخر، فالمصطلح عبارة عن مزيج من التعلم العميق و المزيف ويستخدم خوارزميات التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي لإنشاء وسائط تبدو واقعية بشكل مثالي ولكنها مُصطنعة.

حدود الدراسة:

وتتمثل حدود هذه الدراسة في الآتي:

أ- الحدود الزمنية: في الفترة الزمنية من 5 يناير 2022 إلى 7 مارس 2022.

ب- الحدود البشرية: طبقت الباحثة الدراسة على عينة من الشباب الجامعي .

ج- الحدود المكائنية: طبقت الدراسة الحالية بمدينة كفر الشيخ ومدينة طنطا بجمهورية مصر العربية.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الذكاء الاصطناعي:

سعت دراسة (أسماء عزام، 2021) (6). إلى وضع تصور لمستقبل الصحفيين في عصر تقنية الذكاء الاصطناعي، وتوصلت الدراسة إلى سيطرة الروبوتات على العديد من المهن والصناعات الأخرى بشكل خاص على العمل الصحفي، لذلك يجب عمل دورات تدريبية العاملين بالصحف المصرية لتطوير كفاءتهم لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، لأن ذلك يمثل تحدياً حقيقياً للصحفيين يحتم عليهم العمل على تطوير مهاراتهم للتأقلم مع البيئة الجديدة في عصر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

استهدفت دراسة (أيمن بريك، 2021) (7). برصد اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام

تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية في مصر والسعودية، وذلك في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. اعتمد الباحث على منهج المسح ودراسة العلاقات المتبادلة، وعينة كرة الثلج، وتم إجراء الدراسة على عينة قوامها (143) مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوي استخدام هذه التكنيك جاء منخفض بنسبة 34.2% يليها عدم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة 33.6% وأخيراً بشكل مرتفع بنسبة 5.6%، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية التي يعملون بها تبعاً للدولة التي تنتمي إليها المؤسسة.

استهدفت دراسة (سحر الخولي، 2021) (8). التعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي، اعتمدت الباحثة على منهج المسح، واستمارة استبيان تم تطبيقها على عينة من الصحفيين العاملين بالمؤسسات المصرية قوامها 250 مفردة تم اختيارهم بطريقة عمدية، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحف المصرية تعتمد على التقنيات الحديثة في العمل الصحفي في عمليات الجمع والتحرير والإخراج والنشر بدرجة كبيرة بنسبة 67.2% ثم بدرجة متوسطة بنسبة 32.8%، وكذلك توصلت إلى أن الصحف المصرية تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بنسبة 51.6% من العينة أي حوالي نصف العينة تقريباً.

هدفت دراسة (سلوي الجيار، 2021) (9). إلى تقديم رؤية نقدية من خلال رصد وتحليل الاتجاهات الحديثة في مجال بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي على المنتج الإعلامي، اعتمدت على استخدام أسلوب التحليل من المستوي الثاني، وأوضحت النتائج تنوع الاتجاهات البحثية لبحوث تأثير الذكاء الاصطناعي على المنتج الإعلامي خلال الفترة من عام 2015م وحتى عام 2020م، وتصدر قائمة الاهتمامات دراسات تأثير الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة بنسبة بلغت (51.7%)، يليها بفارق بسيط دراسات تأثير الذكاء الاصطناعي في مجال التسويق عبر الوسائل المختلفة بنسبة 25.9%، ثم جاءت بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي بنسبة (21.1%)، كما أشارت النتائج في إطار التدفق التكنولوجي المستمر سيكون للثورة الرقمية تأثيرات سلبية، لذلك يوصي بضرورة الانتباه لخطورة تأثير الذكاء الاصطناعي على المنتج الإعلامي بإجراء المزيد من الأبحاث خاصة أن التوقعات تؤكد استمرار استخدامها والاعتماد عليها بشكل كبير.

سعت دراسة (محمد بدوي، 2021) (10)، إلى التعرف على كيفية تطبيق صحافة الروبوت وآليات إنتاجها في موقع القاهرة 24 الإخباري، باعتباره أول موقع مصري يطبق هذا النموذج من تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتعرف على الفائدة التي أضافتها للموقع، والكشف عن الممارسات الجديدة التي فرضتها، والوقوف على طبيعة العلاقة بين صحافة الروبوت والصحفيين البشريين، اعتمدت على منهج المسح، واستمارة الاستبيان، كما تم استخدام النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج

منها: أهمية تطبيق صحافة الروبوت في المواقع الصحفية المصرية، لقدرتها على إنتاج وتقديم محتوى صحفي أكثر تميزاً من الذي يقدمه الصحفيين البشريين، وأكثر مصداقية منه لدى الجمهور، وتأثيرها الإيجابي على البعدين المهني والأخلاقي للعمل الصحفي، وأن موقع القاهرة 24 الإخباري قد حقق أهدافه من تطبيق صحافة الروبوت بنسبة جيدة، ويستبعد المبحوثون أن تحل صحافة الروبوت محل الصحفي البشري في المستقبل.

سعت دراسة (Been. J, 2020) ⁽¹¹⁾ إلى معرفة عوامل نجاح الذكاء الاصطناعي بالتطبيق على الصحافة، وإلي أي مدى تم استخدامه في كتابة المقالات والتقارير، وتوصلت الدراسة إلى أهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة وأن المؤسسات الصحفية التي لا تتبنى تقنية الذكاء الاصطناعي ستواجه مستقبلاً قائماً، كذلك أكدت على أن استخدام الذكاء الاصطناعي من شأنه أن يجعل العمل الصحفي أكثر فاعلية وإيجازاً وجذباً للجمهور، ويمكن أن يقدم بيانات معقدة في أشكال بسيطة ومفهومة.

هدفت دراسة (Biswal. K &Goud. K, 2020) ⁽¹²⁾ إلى التعرف على تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي في وكالة الأنباء الصينية Xinhua وكذلك التعرف على المعوقات التي تعيق توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوكالة، استخدام الباحث المنهج المسحي، تكونت عينة الدراسة من 25 صحفياً تم اختيارهم بشكل عشوائي، أدوات الدراسة المقابلة، وكانت أهم نتائج الدراسة أن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل فعال في جمع وتحرير البيانات إلكترونياً دون التدخل المباشر من قبل المحررين، مما وفر الكثير من الوقت والجهد، كما أكدت على أهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الكاذبة التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك مكن الذكاء الاصطناعي الوكالة من تطوير أشكال جديدة من عرض القصص الخبرية ومنها الاعتماد على ما يعرف بالواقع الافتراضي، حيث تم عرض الأخبار في صورة تشبه الأفلام ثلاثية الأبعاد تجعل المشاهد يعيش تجربة الخبر كأنها واقع وهو عضو مشارك فيه.

وتناولت دراسة (Jeannette. P, 2020) ⁽¹³⁾ كيف يمكن أن يكون للذكاء الاصطناعي القدرة على تحليل كميات هائلة من البيانات غير المنظمة وكيف له أن يساعدنا على التمييز بين محتوى الأخبار المزيفة والحقيقية، باستخدام تطبيق AL وأشارت النتائج إلى أن العناوين فاروق قوي في العواطف بين الأخبار المزيفة والحقيقية وأن عناوين الأخبار المزيفة أكثر سلبية بكثير من عناوين الأخبار الحقيقية، وأن المحتوى النصي للأخبار المزيفة أعلى بكثير في عرض عواطف سلبية محدث، مثل الاشمزاز والغضب، وأقل في إظهار العواطف الايجابية مثل الفرح.

كما هدفت دراسة (Jose. M. T, 2020) ⁽¹⁴⁾ إلى معرفة أثر الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام الاسبانية وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تأثير الذكاء الاصطناعي في الصحافة يشمل ثلاثة أشياء المحتويات، الأشكال، والشخصية المهنية، وأنه من المتوقع أن الصحافة تمثل إحدى المجالات التي ستطراً عليها تغييرات مهمة، لذلك لا بد أن تعمل الصحافة على تطوير نفسها، والاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، وفهم كيفية تخزين المعلومات والتعامل معها، لتحسين طرق التكيف مع هذا التغيير.

بينما استهدفت دراسة (Moravec. V & et al, 2020) (15). توصيف الخوارزميات بوكالة الأنباء التشيكية CTK وتحويل ملفات البيانات الضخمة إلي نصوص إخبارية بالاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي دون تدخل بشري، وأشارت النتائج إلي أن الوضع المالي في غرف الأخبار التشيكية يشير إلي حتمية الاعتماد على الذكاء الاصطناعي بمواصلة واهتمامها، ورغم ذلك فإن الصحفيين يتوقعون أن أدوارهم ستظل مهمة، وأنهم سيعملون بالتزامن مع تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج التقارير على نحو أفضل.

كما هدفت دراسة (Sbisan. L, 2020) (16). إلي التعرف على استخدامات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وعلاقة بالتحيز في تغطية الأخبار المتعلقة بالمرشحين السياسية الإناث في دولة أيرلندا، وقد استخدم الباحث منهج المسح، حيث قام بإجراء دراسة تحليلية لعينة قوامها (469) من أصل 47981 مقال متعلق بالمرشحين السياسيين والتي تم نشرها في صحيفتي Independent & The Sunday، وقد أوضحت النتائج أن البرامج التي تم الاستعانة بها في الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي تعتمد على لغة اللوغارثيمات، حيث أنها اعتمدت في تحليلها في المقالات الصحفية التي نشرت عن المرشحات والتي كانت في أغلبها تتجه نحو التحيز ضدهن، وبالتالي كانت النتيجة منطقية في حدوث هذا التحيز، كما أشارت نتائج الدراسة إلي نسبة اقتباس والتي تم استخدامها من قبل برنامج Machine Learning والتي تم الاستعانة به في الصحيفتين محل الدراسة مما أدى إلي حدوث التحيزات السلبية نحو المرشحات الإناث مقابل المرشحين الرجال.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الـديب فيك (التزييف العميق):

هدفت دراسة (طالبة لامية، 2022) (17). الي دراسة الصورة الإعلامية وإشكالية المصادقية في عصر الـديب فيك، حيث ساد لسنوات طويلة اعتقاد شعبي مفاده أن معيار الحقيقة والكذب في المحتوى الإعلامي مرهونٌ بالرؤية والسمع، لكن التقدم الكبير في مجالات التزييف العميق والانتشار الهائل لمواقع التواصل الاجتماعي ضرب بتلك الحقيقة عُرض الحائط، بعدما أصبح أي محتوى إعلامي عُرضاً للتزييف حتى لو كان هذا المحتوى الإعلامي مدعوماً بالصوت والصورة، ربما لأن الصورة تضيف مصداقية أكبر على الخبر على الأقل في أذهان الناس، غير أنه بالنظر لتدخل التكنولوجيا في إنتاج الصورة، لم يعد بإمكاننا تصديقها، فإن كانت الوسائل الإعلامية تستخدم الصورة كدليل على الحقيقة، فاليوم يمكننا تقديم الدليل على الكذب بالصورة، كما أن التفريق بين المحتوى المصور الدقيق والزائف صار مهمةً صعبةً حتى على المتخصصين، وذلك بسبب برامج وتقنيات الذكاء الاصطناعي ما يجعلنا نواجه مخاطر إعادة كتابة تاريخ مزيف، وليس تزييف الواقع فحسب.

هدفت دراسة (Alyssa .I , 2022) (18). الي التعرف علي تهديدات التزييف العميق على العملية الانتخابية والمسار الانتخابي في الولايات المتحدة حيث أصبحت الأخبار الكاذبة هي مجرد البداية، حيث انتقلت المعلومات المضللة إلى "وسائط التزييف العميق": اتصالات سمعية بصرية متقدمة وواقعية مصممة خصيصاً للخداع وإلحاق الأذى وتشكل وسائل الإعلام المزيفة العميقة التي تم إنشاؤها وتوزيعها في الفترة التي تسبق الانتخابات أو تلك التي تحاول التأثير على الناخبين الأمريكيين تهديدًا مقلقًا بشكل خاص لسلامة النظام الانتخابي الديمقراطي وأصبحت

قضية التزييف السياسي العميق التي تحاول التأثير على الناخبين بارزة بشكل خاص الآن في أعقاب انتخابات 2020 مع تسارع الاستقطاب السياسي.

هدفت دراسة (Asad. M & et al. 2022) (19). الي الكشف عن الاستخدامات الايجابية للديب فيك، فقد تطورت تقنيات إنشاء ومعالجة معلومات الوسائط المتعددة إلى حد كبير حيث يمكنهم الآن ضمان درجة عالية من الواقع، فهي خوارزمية التعلم العميق تمكن مستخدميها من أن يبتكر أو يعدل ملامح الوجه في شكل فائق الواقعية، حيث يصعب التمييز بين الحقيقية والمزيفة، لقد تقدمت هذه التقنية بشكل كبير وتعزز مجموعة واسعة من التطبيقات في القنوات التلفزيونية وصناعات ألعاب الفيديو والسينما مثل تحسين المؤثرات المرئية في الأفلام وكذلك تم استخدامه بشكل سلبي في مجموعة متنوعة من الأنشطة الإجرامية، مثل توليد المعلومات المضللة عن طريق تقليد المشاهير وكان من اهم نتائج هذه الدراسة تحديد طرق اكتشاف الديب فيك في صور الوجه ومقاطع الفيديو على أساس نتائجها وأدائها والمنهجية المستخدمة، والتعرف علي الأنواع الحالية من تقنيات إنشاء الديب فيك وتم فرزها إلى خمس فئات رئيسية. ستؤدي المعرفة التي يشملها هذا البحث إلى تسريع استخدام التعلم العميق في صورة الوجه والفيديو.

سعت دراسة (أحمد زكير، 2021) (20). الي تقديم دراسة وافية حول جريمة التزييف الاباحي العميق، وذلك لتقديم رؤية كاملة في نهاية البحث يمكنها تقييم التجارب التشريعية التي تصدت لهذه الجريمة، وذلك وقوفا علي مايعتريها من قصور، وتقديم التوصيات التي تزد من فاعلية هذه التجارب، اعتمد الباحث علي المنهج التحليلي المقارن وذلك من خلال تحليل النصوص التشريعية في التشريعين المصري والفرنسي والاحكام التشريعية ذات الصلة، وتبين ان المشرع الفرنسي واجه هذه الجريمة بمقتضي نص المادة 226 من قانون العقوبات، بالرغم من ان نص المادة 226 يتوافق مع مفهوم التزييف الاباحي العميق، الا انه لا يعاقب علي التزييف في حد ذاته وانما يعاقب علي النشر المتعمد للمحتوي المزيف، بينما واجه المشرع المصري هذه الجريمة بمقتضي نص المادة 26 من قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات، حيث تعاقب هذه المادة علي معالجة المعطيات الشخصية للغير لربطها بمحتوي منافق للأدب العامة أو لاطهارها بطريقة من شأنها المساس باعتبار أو شرف المجني عليه، وبالرغم من هذه المادة تعاقب علي التزييف العميق في ذاته دون الحاجة الي نشر المحتوي المزيف، الا أن اعتبار هذا النشر من الظروف المشددة للعقاب يساهم في مواجهة هذه الجريمة بشكل أكثر فاعلية

كما سعت دراسة (حبيب ملح، 2021) (21). إلى التعرف على تقنية التزييف العميق وأثرها على تهديد مصداقية الإعلام الإلكتروني من خلال إجراء مسح على عدد واسع من التزييف الذي جرى في المواقع الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى تنامي أعمال التزييف في الأخبار والصور والفيديو، كما توصلت الدراسة إلى تحديد الطرق والأدوات التي يمكن من خلالها تحديد نوع الصور والفيديوهات والأخبار المزيفة، وأظهرت الدراسة أنه أصبح ليس من الصعب اكتشاف التزييف الذي يحدث على الصورة أو الخبر أو الفيديو.

كذلك هدفت دراسة (Andrea. H 2021) (22) الي فهم احتياجات الصحفيين لاكتشاف

التزييف العميق، علي الرغم من أن القلق بشأن الأخبار غير الدقيقة ليس جديداً في وسائل الإعلام إلا أن ظهور التزييف العميق الذي تم إنشاؤه باستخدام الذكاء الاصطناعي أصبح أكثر إقناعاً، يمكن استخدامه لوضع الشخصيات العامة في سيناريوهات مُصطنعة، مما يجعل الأمر يبدو على نحو حقيقي وهذا من شأنه جعل الفيديو أقل ثقة كمصدر للتحقق لدي الجمهور، لذا اقترح الباحث نظام قوي وبديهي لمساعدة الصحفيين على الكشف عن التزييف العميق، تقدم هذه الدراسة تصورات وتوقعات الصحفيين بخصوص هذه الأداة التي تم فيها الجمع بين المعرفة التقنية لوسائل الإعلام ونتائج الدراسة لتصميم نظام اكتشاف مقاطع فيديو التزييف العميق التي يمكن استخدامها وبالتالي تصبح مفيدة للصحفيين.

بينما سعت دراسة (Ángel. V & et al. 2021) (23). إلي التعرف علي الجهود المبذولة لمكافحة المحتوى الذي تم انشاؤه بواسطة تقنية التزييف العميق من قبل ثلاث وسائل إعلام شهيرة وهي: وول ستريت جورنال وواشنطن بوست و رويترز، كذلك ثلاثة من أكبر الشركات القائمة على الإنترنت - جوجل وفيس بوك وتويتر، وأظهرت النتائج أن انتشار هذا الشكل الجديد من الأخبار المزيفة هو التحدي الأكبر لوسائل الاعلام المختلفة، وأن التزييف العميق هو ممارسة شائعة لكلا النوعين من المنظمات سواء وسائل اعلام او منصات، بينما تركز وسائل الإعلام على تدريب الصحفيين على اكتشافها، تميل المنصات عبر الإنترنت إلى تمويل المشاريع البحثية التي تهدف إلى تطوير أو تحسين أدوات الطب كشف التزييف العميق والاخبار المزيفة.

هدفت دراسة (Axel Ebermann. . 2021) (24). الي الكشف عن أبرز التحديات لمحترفي الاتصال في جميع أنحاء العالم حيث يعتبر انتشار المعلومات المضللة من أخطرها وذلك من خلال تقنية جديدة تسمى الـديب فيك أو الوسائط الاصطناعية لديها القدرة من الإنشاء الجماعي للمحتوى السمعي البصري التركيبي الذي يشبه مقاطع فيديو حقيقية، وأكد تحليل البيانات بأن محترفي الاتصالات ليسوا مستعدون بشكل كافٍ لتحدي الـديب فيك و الوسائط الاصطناعية، سواء من حيث محو الأمية الرقمية واستراتيجية الاتصال، كما أبرزت كذلك فجوة المحاذاة بين مهنيي وخبراء الاتصال فيما يتعلق بمكافحة استخدامات التكنولوجيا الحديثة من جهة، ومن جهة أخرى افتقار المعرفة حول التطبيقات الإيجابية لخوارزميات الذكاء الاصطناعي.

هدفت دراسة (Jade L. Wise. 2021) (25) الي مسح وتحليل وسائط التزييف العميق لأنها تطبق جديد لعصر المعلومات المضللة، حيث أصبح العالم مكاناً يتم فيه دمج التكنولوجيا والإنترنت في الحياة اليومية، أن الناس يعتمدون على وسائل الإعلام والوصول إلى الإنترنت للبقاء على اطلاع واتصال، لكن هذا قد كشف إلى عالم جديد تماماً من الإيجابيات والسلبيات، ويمكن أن تكون السلبيات كارثية بالنسبة للمجتمع، فقريباً سيكون من الصعب جداً على الشخص العادي التمييز بين الخيال والواقع؛ باستخدام الفيديو في المقام الأول والذي كان يُنظر إليه دائماً على أنه شكل من أشكال الأدلة الموثوق بها في حين فيديوهات الـديب فيك هي مثال رئيسي لنسف تلك القاعدة، حيث يمكن من خلال اختلاق الحدث بالكامل، فالمعلومات المضللة هي قضية عالمية خطيرة للغاية كل ذلك دفع الباحث

الي إنشاء حملة توعية مرئية باستخدام عناصر تصميم الحركة التي تجلب الاهتمام بهذه القضية وتقديم معلومات عن خطورة التزييف العميق والمعلومات المضللة التي ينتجها.

هدفت دراسة (John. T & et al. 2021) (26) الي التعرف علي تأثير تقنية التزييف العميق كما كشفت عن قلق صانعو السياسات من أن التزييف العميق يمكن أن يضل الناخبين ويؤثر على نتائج الانتخابات، لكن هذه الدراسة استكشفت عواقب التزييف العميق، إذا تم تحذير الناخبين مرارًا وتكرارًا من وجود ومخاطر التزييف العميق ، فقد يبدأون ببساطة في عدم الثقة في جميع لقطات الفيديو السياسية سواء كانت حقيقية أو مزيفة من خلال تجربتين استبيان عبر الإنترنت، وكان من اهم نتائجها أن الناخبين لم يتمكنوا من التمييز بين الفيديو الحقيقي والتزييف العميق فالتصريحات التي تحذر من وجود التزييف العميق لم تعزز قدرة المشاركين على اكتشاف محتوى الفيديو الذي تم التلاعب به بنجاح بدلاً من ذلك ، دفعت هذه التحذيرات المشاركين باستمرار إلى الاعتقاد بأن مقاطع الفيديو التي شاهدوها كانت مزيفة ، حتى عندما كانت مقاطع الفيديو حقيقية لم تكن التحذيرات خاصة بالمشاركين في الفيديو الذي كانوا يشاهدونه ؛ وأكدت الدراسة علي أن وجود التزييف العميق يزيد من عدم الثقة في أي فيديو مصاحب، كما أشارت النتائج محذرة إلى أنه حتى لو لم تكن تقنية التزييف العميق في حد ذاتها مقنعة، فإن الخطاب حول تقنية التزييف العميق يمكن مع ذلك أن يستخدم كسلاح من قبل السياسيين والحملات لرفض مقاطع الفيديو الحقيقية والتبرأ منها.

هدفت دراسة (Laura Rodriguez. 2021) (27). إلى تحليل الخطابات الثقافية التي تتناول التزييف السياسي العميق من خلال وسائل الإعلام باستخدام تقنية الـديب فيك التي من خلالها يتم انتاج محتوى اعلامي مزيف يؤثر مباشرة على التواصل السياسي ، تضمنت الدراسة إنشاء قاعدة بيانات للوسائط الرقمية والتي تم انتاجها بهذه التقنية ، بما في ذلك النصوص وثائق السمعية والبصرية تعتمد هذه الدراسة علي طريقة تحليلية لتحديد الأنماط الموجودة في الوسائط المستخدمة لتحديد تأثيرات الـديب فيك السياسية وكانت اهم نتائجها ان تقنية التزييف العميق تم استخدامها في الادبيات محل الدراسة لإلحاق الضرر بالمرشحين والحملات الانتخابية والذي يعد بدوره تهديد للديمقراطيات وتقويض الثقة في المؤسسات العامة.

هدفت دراسة (Nick Dunard. 2021) (28). الي التعرف علي مخاطر التزييف العميق على الأمن القومي الأمريكي ، مما يتطلب تطويرًا عاجلاً للتقنيات لاكتشاف استخدامها واستراتيجيات للتخفيف من آثارها ، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج اهمها انه تم استخدام الشبكات المزيفة العميقة لابتزاز ومضايقة واستغلال وتهريب الأفراد والأعمال؛ في حملات التضليل واسعة النطاق ، يمكن أن تثير التوترات السياسية حول العالم وداخل الولايات المتحدة ، فإن التضمين الأوسع نطاقا لهما هو تحدٍ عميق للحقيقة في الخطاب العام. يجب على حكومة الولايات المتحدة والباحثين المستقلين والشركات الخاصة التعاون لتحسين فعالية وتعميم طرق الكشف التي يمكن أن توقف انتشار المنتجات المققدة العميقة.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض عدد من الدراسات العربية والأجنبية في مجال الذكاء الاصطناعي والتركيز على الدراسات التي تناولت تطبيق الديب فيك يمكن استخلاص عدد من النقاط كما يلي:

- تنوعت المجتمعات أجريت فيها الدراسات السابقة حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي ما بين الولايات المتحدة الأمريكية مثل دراسة (Alyssa .I , 2022), وأوروبا مثل دراسة (et al. Ángel. V &2021)، كما تناول المجتمع المصري والعربي عددا من الدراسات الحديثة عن الذكاء الاصطناعي مثل دراسة (أحمد زكير، 2021)، ودراسة (طالة لامية، 2022).

- ركزت معظم الدراسات السابقة على أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي بصفة عامة على الرغم من تعدد هذه التقنيات والتي من بينها تقنية الديب فيك، وذلك من خلال أطر منهجية ونظرية متعددة ما بين دراسات تحليلية على عينه من المواد الصحفية، وبين استطلاعات رأي استهدفت القائمين بالاتصال والجمهور في إطار الأهداف التي سعت إلى تحقيقها.

- يلاحظ على أغلب الدراسات السابقة التي تناولت تقنيات الذكاء الاصطناعي أنها لم تقدم رؤية جلية حول مستقبل هذه التقنيات واختلفت آراء الباحثين ففتناول بعضهم صعوبة التنبؤ به، ورأي البعض ضرورة التحذير منه، انبعثا من خطورة تأثيره واستحالة السيطرة عليه في الوقت الراهن ولعل لذلك يرجع إلى التطور المتلاحق في هذا المجال.

- يتضح من الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية أنه ليس هناك أي من الباحثين تناول موضوع تطبيق الديب فيك والتوعية بما يمكن أن يفعله في حالة الجهل به وهو موضوع الدراسة الحالية، حيث تأمل الباحثة أن تكون هذه الدراسة هي تكملة لما بدأه الباحثون من دراسات تهتم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والصحافة وتقدم رؤية واضحة لواقعها وتأثيراتها المتنوعة على شبابنا وسلامته النفسية والاجتماعية.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادة الباحثة من الدراسات السابقة كما يلي:

- تعد نتائج الدراسات السابقة حافزاً يدفع لإجراء الدراسة الحالية حيث اهتمت غالبيتها بفوائد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ولم تتطرق لأهم الاستخدامات السلبية لتلك التطبيقات وبالتحديد تطبيق الديب فيك على المجتمع المصري عامة والشباب بشكل خاص

- ساعدت تلك الدراسات الباحثة على تكوين رؤية واضحة نحو المشكلة البحثية من حيث صياغتها وتحديد الإطار العام لها والمساعدة في تحديد المنهج العلمي المناسب للدراسة، وتحديد الأدوات المناسبة لجمع البيانات، تحديد عينة الدراسة، والإفادة منها في تصميم استمارة الاستبيان، كما أسهمت في معرفة المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الرجوع إليها.

- وعلى الجانب التطبيقي للدراسة، فقد استفادت الباحثة من طريقة تطبيق الدراسات على العينات البشرية، مما أمكنها التوصل إلى نتائج هامة يمكّم الإسترشاد بها في الجانب التطبيقي للدراسة الحالية كذك مكنت الباحثة من إجراء المقارنات في الفروق بين نتائج ما توصلت إليه الدراسات السابقة وما سنتوصل إليه الدراسة الحالية من نتائج، مما يثري الدراسة بشكل فعال.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث تعد نظرية الاعتماد من أهم النظريات التي تشكل علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام، حيث يوجد لكل فرد أهداف، ويتطلب تحقيقه لتلك الأهداف الوصول إلى مصادر يسيطر عليها وسائل الإعلام⁽²⁹⁾، وبذلك يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام بوصفها مصدر من مصادر تحقيق أهدافهم فالهدف يهدف إلى تأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة، وتحتاج إلى التسلية والترفيه كهدف أيضا في الوقت نفسه⁽³⁰⁾.

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على دعامتين رئيسيتين: ⁽³¹⁾.

الأولى: أن هناك أهدافاً ل أفراد يبغون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أم اجتماعية.

الثانية: اعتبار وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، وتمثل هذه المصادر في مراحل استيفاء المعلومات ونشرها.

وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات: وهي جمع المعلومات التي تحتاج إلى معرفتها، وتنسيق المعلومات بالصورة المناسبة، ونشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدد.

وترجع أسباب اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في حاجتهم إلى الحصول على المعلومات وفهم ما يدور في البيئة المحيطة بهم، ما يؤدي إلى خلق حاجة من التوجيه لديهم في كيفية التعامل مع المواقف الطارئة، وتهدف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى الكشف عن الأسباب التي تجعل وسائل الإعلام أحياناً قوية ومباشرة وفي أحيانٍ أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وحقيقية إلى حدٍ ما⁽³²⁾، ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية: ⁽³³⁾

1- فهم ومعرفة ما يدور في البيئة المحيطة ومعرفة الذات: مثل التعليم والحصول على الخبرات، وكذلك الفهم الاجتماعي مثل معرفة أشياء من العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

2- التوجيه: حيث إن وسائل الإعلام تتوجه إلى الجمهور في إطار أخلاقيات المجتمع والضوابط الاجتماعية السائدة.

3- التسلية: حيث تقوم وسائل الإعلام بتقديم التسلية وموضوعات الترفيه التي تسهم في تحقيق الاسترخاء والتخلص من الملل والهروب من ضغوط الحياة اليومية.

الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يتمثل الفرض الرئيس لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما أدت الوسيلة دوراً مهماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية، وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما زادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام⁽³⁴⁾.

وتفترض النظرية كذلك أنه كلما كان الفرد تابعا في إشباع حاجاته المعرفية إلى استخدام وسائل الإعلام ازدت أهمية الدور الذي يمكن أن تقوم به هذه الوسائل في حياة الشخص، ومن ثم يزداد اعتماده عليها، وتأثره بما تقدمه.

كما أنه كلما زادت مصادر المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام وكلما زادت درجة الاستقرار داخل المجتمع، زاد تأثير وسائل الإعلام على معارف الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم، حيث تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات في المجالات المختلفة، وتؤثر طبيعة الاختلاف بين شرائح الجمهور على اختلاف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام⁽³⁵⁾.

الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام:

يرصد ملفن ديفليز وساندرابول وروكيتشن مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات رئيسية هي: (36).

أولا - الآثار المعرفية: تشمل الغموض، وتكوين الاتجاهات وترتيب الأولويات، واتساع المعتقدات والقيم.

ثانيا - الآثار الوجدانية: تشمل الفتور العاطفي أو اللامبالاة، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاعتبار.

ثالثا - الآثار السلوكية: تنحصر في سلوكين أساسيين، هما التنشيط، والخمول.

وتتمتع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بالكثير من المزايا، أهمها أنها تقدم مدى أوسع من التأثيرات المحددة لوسائل الإعلام على الجمهور أو المجتمع، والتي تعتمد تأثيراتها على مجموعة من المتغيرات، ولهذه النظرية بعض نقاط الضعف تشكل في كونها تعطي إحياء بأن وسائل الإعلام هي المصدر الذي يوفر جميع الاحتياجات، بما يعنى أن نظم وسائل الإعلام تعد بمثابة مؤسسات مهيمنة على المجتمع.

آليات توظيف نظرية الاعتماد والاستفادة منها في الدراسة الحالية:

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ملائمة للدراسة الحالية للأسباب التالية:

1- استفادت الباحثة من هذه النظرية في اختبار مدى اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على دور المواقع الاخبارية في التوعية بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي المتمثلة في هذه الدراسة بتطبيق الديب فيك، وكيفية الكشف عن المواد المزيفة والتعرف عليها بسهولة ، وكذلك تحديد دوافع اعتمادهم على هذه المواقع.

2- كذلك استفادت الباحثة من هذه النظرية في تحديد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي نتجت عن اعتماد أفراد العينة من المبحوثين على المواقع الاخبارية في تشكيل وعيهم إزاء تطبيقات الذكاء الاصطناعي وبصفة خاصة تطبيق الديب فيك.

3- استفادت الباحثة من هذه النظرية في صياغة الفروض، حيث إنها نابعة من الفروض الرئيسة للنظرية.

فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك ودرجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك والتأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية.
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك ودرجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك.
- **الفرض الرابع:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية.
- **الفرض الخامس:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك والتأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج الدراسة الحالية تحت الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح للتعرف على دور المواقع الاخبارية في التوعية بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (الديب فيك نموذجاً).

مجتمع وعينة الدراسة:

- يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في الشباب الجامعي المصري، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من طلاب جامعة كفر الشيخ وجامعة طنطا والجدول التالي يوضح خصائص عينة الدراسة من حيث النوع والجامعة والكلية.

خصائص عينة الدراسة:

جدول (1) يوضح وصف عينة الدراسة

إجمالي		المتغيرات	
ك	%		
200	50	ذكور	النوع
200	50	إناث	
200	50	جامعة كفر الشيخ	الجامعة
200	50	جامعة طنطا	
200	50	التربية النوعية	الكلية
200	50	الأداب	
400	100	الإجمالي	

- **توزع العينة وفق النوع:** نسبة 50% من أفراد العينة ذكور ونسبة 50% منهم إناث.
- **توزع العينة وفق الجامعة:** نسبة 50% من أفراد العينة بجامعة كفر الشيخ، ونسبة 50% منهم بجامعة طنطا.
- **توزع العينة وفق الكلية التي ينتمي إليها:** نسبة 50% من أفراد العينة بكلية التربية النوعية كلية الآداب، ونسبة 50% منهم بكلية الآداب

أداة جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على استمارة الاستبيان والتي تم تطبيقها من خلال توزيع الاستمارة إلكترونياً وذلك في الفترة الزمنية من 5 يناير 2022 إلى 7 مارس 2022.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS " Statistical Package for the Social Science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.

- اختبار كاي (Chi Square Test) لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

إجراءات الصدق والثبات:

- **الصدق:** قامت الباحثة بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين (*)

* أسماء السادة الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبانة مرتبين أبجدياً:

- ا. م /د/أشرف محمد البرادعي، أستاذ تكنولوجيا التعليم والحاسب الآلي المساعد - كلية التربية النوعية- جامعة كفر الشيخ.
- ا. م /د/أميرة أحمد فؤاد، أستاذ تكنولوجيا التعليم والحاسب الآلي المساعد - كلية التربية النوعية- جامعة كفر الشيخ.
- ا. م /د/ حنان كامل مرعي، أستاذ الصحافة المساعد - قسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة كفر الشيخ.
- ا. م /د/علياء عبد الفتاح رمضان، أستاذ الصحافة المساعد - قسم الإعلام التربوي - التربية النوعية - جامعة طنطا.
- ا. م /د/عبد الحكم أبو حطب، أستاذ الصحافة المساعد - قسم الإعلام التربوي - التربية النوعية - جامعة طنطا.

المتخصصين في الإعلام والتكنولوجيا؛ وذلك للتحقق من صدق الأداة، والتأكد من وضوح الأسئلة وإمكانية قياسها لأهداف الدراسة، وتمّ الأخذ بمقترحاتهم في تعديل بعض الأسئلة والصيغات لتكون أفضل وأكثر وضوحاً.

- الثبات: استخدمت الباحثة طريقة إعادة الاختبار على عينة مكونة من (40) مبحوثاً بواقع 10% من حجم عينة الدراسة وذلك عقب أسبوعين من التطبيق الأول للاستبانة وبلغت معامل الارتباط (0.94) وهو معامل ثبات عالي.

نتائج الدراسة:

المحور الأول : النتائج العامة للدراسة:

جدول (2) تطبيقات الصحف والمواقع الإلكترونية التي يتم متابعتها باستمرار

مستوى الدلالة د ح 1	كا 2	ترتيب	الإجمالي ن=400		تطبيقات الصحف والمواقع الإلكترونية التي تتابعها باستمرار
			ك	%	
0.001	64.410	1	279	69.8	- بوابة الأهرام.
0.001	72.250	3	115	28.8	- الجمهورية.
0.001	166.410	4	71	17.8	- بوابة الأخبار.
0.424 غير دالة	0.640	2	192	48	- اليوم السابع.
0.001	176.890	5	67	16.8	- المصري اليوم.
0.001	272.250	7	35	8.8	- القاهرة 24
0.001	262.440	6	38	9.5	- الوطن
0.001	334.890	10	17	4.3	- الشروق
0.001	313.290	9	23	5.8	- مصر اوي
0.001	302.760	8	26	6.5	- نبض

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 69.8% من أفراد العينة يروا ان اهم تطبيقات الصحف والمواقع الإلكترونية التي يتابعونها باستمرار هو موقع بوابة الأهرام، ونسبة 48% منهم يتابعوا موقع صحيفة اليوم السابع، ونسبة 28.8% منهم يتابعوا موقع صحيفة الجمهورية، ونسبة 17.8% منهم يتابعوا موقع بوابة الاخبار، مما يدل علي تفضيل العينة لتطبيقات الصحف القومية بينما تتراجع هنا تطبيقات الصحف الخاصة باستثناء اليوم السابع الذي احتل الترتيب الثاني

- ا.م د/ محمد رضوان ابوحشيش . أستاذ تكنولوجيا التعليم والحاسب الآلي المساعد - كلية التربية النوعية- جامعة كفر الشيخ.
- ا.د/ محمد معوض ابراهيم. أستاذ الإعلام وثقافة الطفل - كلية الدراسات العليا للطفولة والإعلام- جامعة عين شمس.
- ا.م د ممدوح السيد شتلة. أستاذ الصحافة المساعد - قسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة كفر الشيخ.
- ا.م. د وليد العشري إبراهيم. أستاذ الصحافة المساعد - قسم الإعلام التربوي - التربية النوعية - جامعة طنطا.

ويتضح وجود فروق في تطبيقات الصحف والمواقع الإلكترونية التي يتابعونها باستمرار، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة 0.001، بينما لم يكن بينهم فروق في متابعة صحيفة اليوم السابع حيث كانت قيم كا² غير دالة عند مستوى 0.05.

جدول (3) يوضح مواقع القنوات المحلية والدولية التي تتعرض لها

مستوى الدلالة د ح 1	كا ²	ترتيب	الإجمالي ن=400		مواقع القنوات المحلية والدولية التي تتعرض لها
			%	ك	
0.001	10.240	1	42	168	BBC العربية
0.001	153.760	6	19	76	- CNN
0.001	316.840	7	5.5	22	-France 24
0.001	32.490	2	35.8	143	- النيل للأخبار.
0.001	68.890	4	29.3	117	- العربية.
0.001	60.840	3	30.5	122	- الحدث
0.001	139.240	5	20.5	82	- الجزيرة.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 42% من أفراد العينة يروا ان اهم مواقع القنوات المحلية والدولية التي تتعرض لها موقع BBC العربية ، ونسبة 35.8% منهم يتعرضوا لموقع النيل للأخبار ، ونسبة 30.5% منهم يتعرضوا لموقع الحدث ، ونسبة 29.3% منهم يتعرضوا لموقع العربية، يتضح هنا نسبة المتابعة التي يحظى بها موقع قنوات النيل للأخبار حيث احتل الترتيب الثاني وقد يعود ذلك من وجهة نظر الباحثة الي التطور الهائل الذي اجري عليه من قبل المسؤولين عنه.

ويتضح وجود فروق في مواقع القنوات المحلية والدولية التي تتعرض لها، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة 0.001

جدول (4) يوضح مدي اعتماد عينة الدراسة علي المواقع الاخبارية الالكترونية

مستوى الدلالة د ح 2	كا ²	الإجمالي		مدي الاعتماد علي المواقع الاخبارية الالكترونية
		%	ك	
0.001	147.440	29	116	دائما
		60	240	أحيانا
		11	44	نادرا
		100	400	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 29% من أفراد العينة يعتمدوا علي المواقع الاخبارية الالكترونية دائما، ونسبة 60% منهم يعتمدون عليها احيانا، ونسبة 11% منهم نادرا ما يعتمدون عليها.

ويتضح وجود فروق في مدي الاعتماد علي المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت قيمة كا² = 147.440 وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين

يعتمدوا علي المواقع الاخبارية الالكترونية أحيانا، وذلك باعتبارهم ينتمون الي شريحة الشباب التي تعتبر الأكثر استخداما لشبكة الإنترنت.

جدول (5) يوضح أسباب تفضيل المواقع الاخبارية الالكترونية

مستوى الدلالة د ح 1	كا	ترتيب	الإجمالي ن=400		أسباب تفضيل المواقع الاخبارية الالكترونية
			ك	%	
0.001	68.890	5	117	29.3	- جاذبية تصميم المواقع الاخبارية الالكترونية .
غير دالة 0.134	2.250	1	215	53.8	- سهولة البحث واستخدام المواقع الاخبارية الالكترونية.
0.001	34.810	2	141	35.3	- السرعة والثقة في الأخبار والمعلومات المنشورة عبرها
0.001	46.240	3	132	33	- اخبار المواقع الالكترونية مدعمة بالصور والفيديو والصوت.
0.001	60.840	4	122	30.5	- انها تجعلني أكثر وصولاً للحدث
0.001	79.210	6	111	27.8	- سهولة الوصول المتابعة المستمرة لما تقدمه الأخبار.
0.001	121.000	7	90	22.5	- تتيح مجالاً أوسع لحرية الرأي والتعبير.
0.001	234.090	8	47	11.8	- صدق الأخبار المعلومات التي تقدمها.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 53.8% من أفراد العينة يفضلوا استخدام المواقع الاخبارية الالكترونية لسهولة البحث واستخدام المواقع الاخبارية الالكترونية، ونسبة 35.3% منهم يفضلونها للسرعة والثقة في الأخبار والمعلومات المنشورة عبرها، ونسبة 33% منهم يفضلونها لان اخبار المواقع الالكترونية مدعمة بالصور والفيديو والصوت، ونسبة 30.5% منهم يفضلونها لأنها تجعلني أكثر وصولاً للحدث.

ويتضح وجود فروق في أسباب تفضيل استخدام المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة 0.001، بينما لم يكن بينهم فروق في تفضيلها لسهولة البحث واستخدام المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت قيمة كا² غير دالة عند مستوى 0.05.

5- مدي اهتمامك بمتابعة بتطبيق الديب فيك:

جدول (6) يوضح مدي اهتمامك بمتابعة بتطبيق الديب فيك

مستوى الدلالة د ح 2	كا	الإجمالي		مدي اهتمامك بمتابعة بتطبيق الديب فيك
		ك	%	
0.001	85.955	61	15.3	اهتم بدرجة كبيرة
		212	53	اهتم بدرجة متوسطة
		127	31.8	لا اهتم على الاطلاق
		400	100	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 15.3% من أفراد العينة يهتموا بمتابعة بتطبيق الديب فيك بدرجة كبيرة، ونسبة 53% منهم يهتمون بمتابعتها بدرجة متوسطة، ونسبة 31.8% منهم لا يهتموا بمتابعة بتطبيق الديب فيك، فهذه النسبة المرتفعة من المهتمين بمتابعة كل ما ينشر حول تلك التقنية قد يعود من وجهة نظر الباحثة الي انتشار العديد من المقاطع المزيفة علي شبكة الإنترنت.

ويتضح وجود فروق في مدي اهتمامك بمتابعة بتطبيق الديب فيك، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 85.955$ وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يهتموا بمتابعة أز بتطبيق الديب فيك.

6- سبب الاهتمام بمتابعة الموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك:

جدول (7) يوضح سبب الاهتمام بمتابعة الموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك

مستوى الدلالة د ح 2	كا 2	الإجمالي		سبب الاهتمام بمتابعة الموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك
		%	ك	
0.05	8.645	33.5	134	- لأنها من أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها الشباب والمراهقين حالياً.
		39.3	157	- لما له من تأثير بالغ على كافة المستويات النفسية والاجتماعية والسياسية.
		27.3	109	- لأنها من أبرز الموضوعات التي يتم متابعتها في الإعلام في الوقت الحالي.
		100	400	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 33.5% من أفراد العينة يهتموا بمتابعة الموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك لأنها من أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها الشباب والمراهقين حالياً ويعود هذا الإهتمام الي أن الذكاء الاصطناعي يلعب دوراً هاماً في حياة البشر حيث من المتوقع أن يشمل المستقبل الوظيفي تركيزاً كبيراً علي التخصصات المرتبطة بتلك التقنيات المرتبطة به وهذا ما أكدت عليه دراسة (Jeannette. P, 2020) (37) كما اتفقت معها دراسة (Jose. M. T, 2020) (38). كما جاءت نسبة 39.3% منهم يهتمون بمتابعتها لما له من تأثير بالغ على كافة المستويات النفسية والاجتماعية والسياسية، ونسبة 27.3% منهم يهتمون بمتابعتها لأنها من أبرز الموضوعات التي يتم متابعتها في الإعلام في الوقت الحالي.

ويتضح وجود فروق في سبب الاهتمام بمتابعة الموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 8.465$ وهي دالة عند مستوى 0.05.

جدول (8) يوضح دوافع تعرضك للموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتي تلقيتها من موقع محدد دون غيره

مستوى الدلالة د ح 1	كا	ترتيب	الإجمالي ن=400		دوافع تعرضك للموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتي تلقيتها من موقع محدد دون غيره
			ك	%	
0.01	9.000	1	170	42.5	- تقدم معلومات محدثة باستمرار حول تطبيق الديب فيك (التزييف العميق).
0.001	81.000	2	110	27.5	- تسهل التواصل مع الأصدقاء.
0.001	112.360	5	94	23.5	- يتمتع بمصداقية أكثر من الوسائل الأخرى.
0.001	96.040	3	102	25.5	- يتابعه عدد كبير من زملاء.
0.001	108.160	4	96	24	- يتميز بتغطية شاملة لتطبيق الديب فيك (التزييف العميق).
0.01	169.000	6	70	17.5	- يدعم الموضوعات بإحصائيات وأرقام محددة.
0.001	182.250	7	65	16.3	- يستعين بالخبراء والمتخصصين في تطبيقات الذكاء الاصطناعي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 42.5% من أفراد العينة يروا ان اهم دوافع تعرضك للموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتي تلقيتها من موقع محدد دون غيره انها تقدم معلومات محدثة باستمرار حول تطبيق الديب فيك وهذا يرجع الي طبيعة المواقع الإلكترونية المحدثة بصورة مستمرة من قبل القائمين عليها، ونسبة 27.5% منهم يروا انها تسهل التواصل مع الأصدقاء، ونسبة 25.5% منهم يروا انها يتابعه عدد كبير من زملاء، ونسبة 24% منهم يروا انها يتميز بتغطية شاملة لتطبيق الديب فيك (التزييف العميق).

ويتضح وجود فروق في دوافع تعرضك للموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتي تلقيتها من موقع محدد دون غيره ، حيث كانت قيم كا دالة عند مستوى دلالة اقل من 0.01.

جدول (9) يوضح درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتي تلقيتها عبر المواقع الاخبارية الإلكترونية

مستوى الدلالة د ح 2	كا	الإجمالي		درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتي تلقيتها عبر المواقع الاخبارية الإلكترونية
		ك	%	
0.001	184.445	61	15.3	أثق بدرجة كبيرة
		261	65.3	أثق بدرجة متوسطة
		78	19.5	لا أثق على الإطلاق
		400	100	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 15.3% من أفراد العينة يثقوا بدرجة كبيرة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتي تلقيتها عبر المواقع الاخبارية الإلكترونية، ونسبة 65.3% منهم يثقوا فيها بدرجة متوسطة، ونسبة 19.3% منهم لا يثقوا فيها على

الاطلاق، مما يؤكد اكتساب المواقع الاخبارية الالكترونية ثقة كثير من الشباب نظرا لما تقدمه من محتوى علي درجة كبيرة من الاحترافية الموثوق بها .

ويتضح وجود فروق في درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتي تلقيتها عبر المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت قيم $\chi^2 = 184.445$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001، مما سبق يتضح ارتفاع نسبة افراد العينة الذين يتقوا بدرجة متوسطة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتي تلقتها عبر المواقع الاخبارية الالكترونية.

جدول (10) يوضح كيف تتفاعل مع الموضوعات التي تتناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية

مستوى الدلالة د ح 1	كا 2	ترتيب	الإجمالي ن=400		كيف تتفاعل مع الموضوعات التي تتناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية
			%	ك	
0.110	2.560	1	46	184	- الإعجاب.
0.001	67.240	2	29.5	118	- عدم الإعجاب.
0.001	104.040	3	24.5	98	- التعليق .
0.001	153.760	4	19	76	- المشاركة.
0.001	201.640	6	14.5	58	- إعداد محتوى ونشرة.
0.001	169.000	5	17.5	70	- الإرسال لصديق.
0.001	268.960	7	9	36	- إعادة نشر المحتوى.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 46% من أفراد العينة يتفاعلوا مع الموضوعات التي تتناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية بالإعجاب ، ونسبة 29.5% منهم يتفاعلوا بعدم الإعجاب، ونسبة 24.5% منهم يتفاعلوا بالتعليق، ونسبة 19% منهم يتفاعلوا بالمشاركة، مما يؤكد اهتمام نسبة كبيرة من عينة الدراسة بالتفاعل مع ما يتم نشره حول الموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك، حيث احتل الإعجاب الترتيب الأول نظرا لأنه يعد أسهل واسرع طرق التفاعل مما يجعل أفراد العينة يفضلون استخدامه .

ويتضح وجود فروق في كيف تتفاعل مع الموضوعات التي تتناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية ، حيث كانت قيم χ^2 دالة عند مستوى دلالة 0.001، بينما لم يكن بينهم فروق في التفاعل بالإعجاب، حيث كانت قيم χ^2 غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

جدول (11) يوضح أبرز مقاطع الفيديو التي استخدمت فيها تقنية التزييف العميق (الديب فيك)

مستوى الدلالة د ح 1	كا 2	ترتيب	الإجمالي ن=400		أبرز مقاطع الفيديو التي استخدمت فيها تقنية التزييف العميق (الديب فيك)
			%	ك	
0.001	22.090	1	38.3	153	- توم كروز على تيك توك.
0.001	68.890	3	29.3	117	- اداه الحنين العميق التي جعلت صور الأشخاص المتوفين تنبض بالحياة.
0.001	64.000	2	30	120	- مقطع مزيف لنجم هوليوود مورغان فريمان وهو يعن الترحيب بعصر الواقع الاصطناعي (Artificial Reality)

دور المواقع الاخبارية في توعية الشباب الجامعي بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (الديب فيك أنموذجاً)

0.001	139.240	5	20.5	82	- ترامب مخاطباً ابنه كيف يقوم بغسيل الاموال.
0.001	243.360	8	11	44	- مقطع باراك أوباما.
0.001	153.760	6	19	76	- مقطع مارك زوكربيرغ ونظرية المؤامرة تم نشره عبر منصة انستغرام يظهر فيه مارك زوكربيرغ مؤسس شركة فيسبوك متباهياً كيف أن منصة الفيسبوك تمتلك عقول مستخدميها وتتلاعب بهم.
0.001	166.410	7	17.8	71	- مقطع مزيف لزلينسكي يطلب من الأوكرانيين إلقاء السلاح والاستسلام للقوات الروسية.
0.001	106.090	4	24.3	97	- مقطع فتاة الغربية بسنت خالد التي انتحرت جراء فيديو اباحي لها مزيف تم انتاجه بتطبيق الديب فيك

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 38.3% من أفراد العينة يروا ان أبرز مقاطع الفيديو التي استُخدمت فيها تقنية الديب فيك هو توم كروز على تيك توك ، ونسبة 30% منهم يروا انه مقطع مزيف لنجم هوليوود مورغان فريمان وهو يعلن الترحيب بعصر الواقع الاصطناعي، ونسبة 29.3% منهم يروا انه اداه الحنين العميق التي جعلت صور الأشخاص المتوفين تنبض بالحياة ، ونسبة 24.3% منهم يروا انه مقطع فتاة الغربية بسنت خالد التي انتحرت جراء فيديو اباحي لها مزيف تم انتاجه بتطبيق الديب فيك ، حيث أدى الجهل بهذا التطبيق وبما يستطيع ان يفعله الي عدم تصديق أهل الفتاة لها مما دفعها الي انهاء حياتها وهي تحت تأثير هذه الواقعة.

ويتضح وجود فروق في أبرز مقاطع الفيديو التي استُخدمت فيها تقنية الديب فيك، حيث كانت قيم كا² غير دالة عند مستوى دلالة 0.001.

جدول (12) يوضح الاستخدامات الإيجابية لتطبيق الديب فيك

مستوى الدلالة د ح 1	كا ²	ترتيب	الإجمالي ن=400		الاستخدامات الإيجابية لتطبيق الديب فيك
			ك	%	
غير دالة 0.617	0.250	1	205	51.3	- يمكن استخدامه في صناعة السينما كإنتاج فيلم حديث لأحد الممثلين القدامى.
0.01	7.290	2	173	43.3	- محاكاة الوقائع التاريخية للعلماء والمفكرين الراحلين.
0.001	17.640	3	158	39.5	- استخدامه في التوعية من قبل بعد الجمعيات الخيرية او الحكومات مثلما استخدمته إحدى الجمعيات الخيرية للتوعية بمرض الملاريا حيث أنتجت محتوى بظله نجم كرة القدم المشهور ديفيد بيكهام والذي تحدث خلاله بتسع لغات .
0.001	64.000	4	120	30	- استخدامه في العملية التعليمية.
0.001	204.490	5	57	14.3	-اضفاء طابع شخصي على الترفيه والتجارة الإلكترونية.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 51.3% من أفراد العينة يروا ان أبرز الاستخدامات الإيجابية لتطبيق الديب فيك يمكن استخدامه في صناعة السينما كإنتاج فيلم حديث لأحد الممثلين القدامى، ونسبة 43.3% منهم يروا انه محاكاة الوقائع التاريخية للعلماء والمفكرين

الراجلين، ونسبة 39.5% منهم يروا انه استخدامه في التوعية من قبل بعد الجمعيات الخيرية او الحكومات مثلما استخدمته إحدى الجمعيات الخيرية للتوعية بمرض الملاريا حيث انتجت محتوى بطله نجم كرة القدم المشهور ديفيد بيكهام والذي تحدث خلاله بتسع لغات، ونسبة 30% منهم يروا انه استخدامه في العملية التعليمية، مما يؤكد معرفة عينة الدراسة بأهم الاستخدامات الإيجابية لتطبيق الديب فيك وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Asad. M & et al. 2022) (39) حيث أشارت الي الاستخدامات الايجابية لهذا التطبيق والتي لم تخرج عن الاستخدامات التي أكدتها الدراسة الحالية.

ويتضح وجود فروق في الاستخدامات الإيجابية لتطبيق الديب فيك، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة 0.001. , بينما لم يكن بينهم فروق في انه يمكن استخدامه في صناعة السينما كإنتاج فيلم حديث ل أحد الممثلين القدامى، حيث كانت قيم كا² غير دالة عند مستوى 0.05.

جدول (13) يوضح أكثر مخاطر تطبيق الديب فيك تأثيراً

مستوى الدلالة د ح 1	كا ²	ترتيب	الإجمالي ن=400		أكثر مخاطر تطبيق الديب فيك تأثيراً
			ك	%	
غير	0.317	1	190	47.5	- استخدامها دليلاً على أي أخبار زائفة أو معلومات مُضللة.
غير	0.317	1	190	47.5	- استخدامها لتشويه سمعة الأشخاص.
	0.001	2	159	39.8	- التسبب في صراعات اجتماعية أو سياسية نتيجة لقدرتها على إنتاج وسائط يصعب الكشف عن صحتها.
	0.001	3	141	35.3	- استخدامها في إنتاج مواد إباحية مزيفة.
	0.001	4	89	22.3	- استخدامها في التلاعب السياسي للتأثير في نتائج الانتخابات السياسية.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 47.5% من أفراد العينة يروا ان أبرز أكثر مخاطر تطبيق الديب فيك تأثيراً استخدامها دليلاً على أي أخبار زائفة أو معلومات مُضللة ، ونسبة 47.5% منهم يروا انه استخدامها لتشويه سمعة الأشخاص، ونسبة 39.8% منهم يروا انه التسبب في صراعات اجتماعية أو سياسية نتيجة لقدرتها على إنتاج وسائط يصعب الكشف عن صحتها ، ونسبة 30% منهم يروا انه استخدامها في إنتاج مواد إباحية مزيفة، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسات كلا من دراسة (حبيب ملح، 2021) (40) ودراسة (Andrea. H 2021) (41) اللتان اتفقتا علي أهم مخاطر الديب فيك وهي استخدامه في إنتاج الأخبار الزائفة والمعلومات المُضللة. .

ويتضح وجود فروق في أكثر مخاطر تطبيق الديب فيك تأثيراً ، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة 0.001. , بينما لم يكن بينهم فروق في استخدامها دليلاً على أي أخبار زائفة أو معلومات مُضللة واستخدامها لتشويه سمعة الأشخاص ، حيث كانت قيم كا² غير دالة عند مستوى 0.05.

جدول (14) يوضح التأثيرات المعرفية حول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض جدا		معارض		محايد		موافق		موافق جدا		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	3.92	0.5	2	3	12	26.8	107	44	176	25.8	103	التعرف على موقف الدستور المصري إزاء التزييف العميق الذي من شأنه الاضرار بسلامة المواطن.
موافق	3.89	0.3	1	2.8	11	28.3	113	44.5	178	24.3	97	متابعة جهود الشركات المتخصصة تكنولوجيا في انتاج ادوات للكشف عن التزييف العميق.
موافق	3.98	0.8	3	4	16	26.3	105	35	140	34	136	التعرف على أهم مخاطر التزييف العميق.
موافق	3.93	1	4	2.5	10	29.8	119	36.5	146	30.3	121	التعرف على أهم الاستخدامات الايجابية للتزييف العميق.
موافق	4.03	0.5	2	2.5	10	22.8	91	42	168	32.3	129	التعرف على المواقع التي من شأنها المساعدة علي اكتشاف المحتوى المزيف الذي تم انتاجه بتقنية التزييف العميق
متوسط عام 19.74 بمتوسط مرجح 3.94 موافق												الدرجة الكلية

من 1-1.80 معارض جدا، ومن 1.81-2.60 معارض، ومن 2.61-3.40 محايد، ومن 3.41-4.20 موافق، ومن 4.21-5 موافق جدا

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة موافقين على التأثيرات المعرفية حول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية بمتوسط 3.94 وهي على الترتيب:

- التعرف على المواقع التي من شأنها المساعدة علي اكتشاف المحتوى المزيف الذي تم انتاجه بتقنية الديب فيك في الترتيب الأول بمتوسط 4.02، وجاء التعرف على أهم مخاطر الديب فيك في الترتيب الثاني بمتوسط 3.98، ثم التعرف على أهم الاستخدامات الايجابية للديب فيك في الترتيب الثالث بمتوسط 3.93، التعرف على موقف الدستور المصري إزاء الديب فيك الذي من شأنه الاضرار بسلامة المواطن في الترتيب الرابع بمتوسط 3.92، ثم متابعة جهود الشركات المتخصصة تكنولوجيا في انتاج ادوات للكشف عن الديب فيك في الترتيب الخامس بمتوسط 3.89، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (أحمد زكير، 2021) (42) التي كشفت عن موقف الدستور المصري تجاه المحتوى الذي تم انتاجه بواسطة تطبيق الديب فيك.

جدول (15) يوضح التأثيرات الوجدانية حول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية ن=400

العبارات	موافق جدا		موافق		محايد		معارض		معارض جدا		المتوسط المرجح	الاتجاه
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
الشعور بالقلق من استخدام تطبيق الديب فيك من قبل مجهولين لايتراذك بمحتوي مزيف	29.5	118	41	164	98	24.5	17	4.3	3	0.8	3.94	موافق
الخوف من استخدام تطبيق الديب فيك للتأثير علي الانتخابات والاضاع السياسية كما حدث في بعض دول العالم.	30	120	33.3	133	122	30.5	18	4.5	7	1.8	3.85	موافق
الشعور بالحزن من أجل ضحايا المحتوى المزيف الذي تم إنتاجه عبر تطبيق الديب فيك.	32	128	37.5	150	101	25.3	17	4.3	4	1	3.95	موافق

دور المواقع الاخبارية في توعية الشباب الجامعي بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (الديب فيك أنموذجاً)

موافق	3.93	1	4	4.3	17	28.3	113	34.3	137	32.3	129	الشعور بالقلق حول نشر الصور الشخصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام.
موافق	3.83	1.8	7	6.5	26	29	116	32.3	129	30.5	122	الشعور بكراهية من يستخدم تطبيق الديب فيك في إنتاج محتوى اباحي مزيف لا يبرز الضحايا والذي تسبب في انتحار فتاة الغربية
موافق	3.76	3.3	13	7.3	29	27.8	111	28.3	134	28.3	113	الشعور بالاطمئنان حيث استطع ان احمي نفسي واسرتي حيث لا اسمح لاحد باستغلال بياناتي لإنشاء محتوى مزيف
موافق	3.74	2.3	9	7.5	30	29.8	119	35	140	25.3	102	قللت لدي الشعور بالجهل حول تطبيق الديب فيك.
موافق	3.65	2	8	10.3	41	30.8	123	34.8	139	22.3	89	عدم المعرفة بكل ما يحيط بتطبيق الديب فيك (التزييف العميق).
متوسط عام 30.66 بمتوسط مرجح 3.83 موافق												الدرجة الكلية

من 1-1.80 معارض جداً، ومن 1.81-2.60 معارض، ومن 2.61-3.40 محايد، ومن 3.41-4.20 موافق، ومن 4.21-5 موافق جداً

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة موافقين على التأثيرات الوجدانية حول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية بمتوسط 3.83 وهي على الترتيب: الشعور بالحزن من أجل ضحايا المحتوي المزيف الذي تم إنتاجه عبر تطبيق الديب فيك في الترتيب الأول

- بمتوسط 3.95، وجاء الشعور بالقلق من استخدام تطبيق الديب فيك من قبل مجهولين لابتزازك بمحتوي مزيف في الترتيب الثاني بمتوسط 3.94، ثم الشعور بالقلق حول نشر الصور الشخصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام في الترتيب الثالث بمتوسط 3.93، وتلاها الخوف من استخدام تطبيق الديب فيك للتأثير على الانتخابات والاضاع السياسية كما حدث في بعض دول العالم في الترتيب الرابع بمتوسط 3.85، ثم جاء الشعور بكرهية من يستخدم تطبيق الديب فيك في انتاج محتوى اباحي مزيف لابتزاز الضحايا والذي تسبب في انتحار فتاة الغربية في الترتيب الخامس بمتوسط 3.83، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (et al. 2021 & John. T (43)، والتي كشفت عن قلق صانعو السياسات من أن التزييف العميق يمكن أن يضلل الناخبين ويؤثر على نتائج الانتخابات، كما اتفقت مع دراسة (Nick Dunard. 2021) (44) التي اوضحت اهم التأثيرات الوجدانية للديب فيك وكان من أهمها استخدام هذا التطبيق لابتزاز ومضايقة واستغلال وترهيب الأفراد والأعمال؛ في حملات التضليل واسعة النطاق ، يمكن أن تثير التوترات السياسية حول العالم وداخل الدول.

جدول (16) يوضح التأثيرات السلوكية حول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية ن=400

العبارات	موافق جدا		موافق		محايد		معارض		معارض جدا		المتوسط المرجح	الاتجاه
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
التفاعل مع ما ينشر عن تطبيق الديب فيك من خلال المواقع الاخبارية الالكترونية	23.8	95	38.5	154	27	108	43	10.8	0	0	3.75	موافق
مشاركة المنشورات أو إعادة التعزيز للوسائط التي تتناول تطبيق الديب فيك.	20.5	82	30	120	37.8	151	47	11.8	0	0	3.59	موافق
إعداد ونشر محتوى يخص تطبيق الديب فيك	19.3	77	30	120	35.5	142	61	15.3	0	0	3.53	موافق

دور المواقع الاخبارية في توعية الشباب الجامعي بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (الديب فيك أنموذجاً)

موافق	3.74	0	0	10.8	43	30.5	122	33	132	25.8	103	أشارك معلوماتي مع الآخرين بهدف التوعية بمخاطر تطبيق الديب فيك.
موافق	3.92	0	0	3.8	15	30.5	122	35.5	142	30.3	121	أقل من نشر بياناتي الشخصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
متوسط عام 18.54 بمتوسط مرجح 3.71 موافق												

من 1-1.80 معارض جداً، ومن 1.81-2.60 معارض، ومن 2.61-3.40 محايد، ومن 3.41-4.02 موافق، ومن 4.21-5 موافق جداً

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة موافقين على التأثيرات السلوكية حول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية بمتوسط 3.71 وهي على الترتيب:

- أقل من نشر بياناتي الشخصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بمتوسط 3.92، ثم التفاعل مع ما ينشر عن تطبيق الديب فيك من خلال المواقع الاخبارية الالكترونية في الترتيب الثاني بمتوسط 3.75، وجاء أشارك معلوماتي مع الآخرين بهدف التوعية بمخاطر تطبيق الديب فيك في الترتيب الثالث بمتوسط 3.74، وتلاها مشاركة المنشورات أو إعادة التعزيز للوسائط التي تتناول تطبيق الديب فيك. في الترتيب الرابع بمتوسط 3.59، وأخيراً إعداد ونشر محتوى يخص تطبيق الديب فيك في الترتيب الخامس بمتوسط 3.53، تؤكد هذه النتائج نجاح المواقع الاخبارية الالكترونية في التأثير على أفراد العينة فيما يتعلق بسلوكهم نحو حمايتهم من استغلال أحد ما تطبيق الديب فيك لإنتاج محتوى لهم بدون إذنه.

جدول (17) يوضح مدى استخدامك لخطوات الكشف عن صحة المحتوى الذي تشكك بانه تم انتاجه بتطبيق الديب فيك ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	نادرا		أحيانا		دائما		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
أحيانا	2.26	9.3	37	55.5	222	35.3	141	قمت بالتدقيق والتمعن في تفاصيل الفيديو للتعرف على مدى صحته وذلك من خلال العيوب في الوجه والانفعالات
أحيانا	2.11	19	76	51.5	206	29.5	118	انتبهت الي حركة رمش العين هل الشخص يرمش بشكل كافي ام كثيرا ام لا يرمش اطلاقا.
أحيانا	2.09	22.5	90	45.3	181	32.3	129	اتبع المصادر التي صممت الفيديو.

دور المواقع الاخبارية في توعية الشباب الجامعي بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (الديب فيك أنموذجاً)

أحيانا	2.28	14.5	58	43	172	42.5	170	اتبعت المواقع والتطبيقات والحسابات الموثوقة علي مواقع التواصل الاجتماعي
أحيانا	2.24	17.3	69	41.3	165	41.5	166	لجأت الي مواقع الاخبار المعروفة بالمصداقية لضمان صحة المحتوى
أحيانا	2.19	16.3	65	48.3	193	35.5	142	استخدمت مواقع الكترونية تعرفت عليها من خلال تعرضي للمواقع الاخبارية حيث تقوم بالكشف عن التزييف العميق عبر الذكاء الاصطناعي.

من 1-1.66 نادرا , ومن 1.67- 2.33 أحيانا, ومن 2.34-3 دائما.

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كانوا محايدين على مدي استخدامك لخطوات الكشف عن صحة المحتوى الذي تشك بانه تم انتاجه بتطبيق الديب فيك على الترتيب: اتبعت المواقع والتطبيقات والحسابات الموثوقة علي مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بمتوسط 2.28

– ثم قمت بالتدقيق والتمعن في تفاصيل الفيديو للتعرف علي مدي صحته وذلك من خلال العيوب في الوجه والانفعالات في الترتيب الثاني بمتوسط 2.26، وتلاها لجأت الي مواقع الاخبار المعروفة بالمصداقية لضمان صحة المحتوى في الترتيب الثالث بمتوسط 2.24، ثم جاءت استخدمت مواقع الكترونية تعرفت عليها من خلال تعرضي للمواقع الاخبارية حيث تقوم بالكشف عن التزييف العميق عبر الذكاء الاصطناعي وفي الترتيب الرابع بمتوسط 2.19، وأخيرا انتبهت الي حركة رمش العين هل الشخص يرمش بشكل كافي ام كثيرا ام لا يرمش اطلاقا في الترتيب الخامس بمتوسط 2.11، تشير هذه النتيجة الي عدم اهتمام عينة الدراسة باستخدام خطوات الكشف عن صحة المحتوى الذي يحتمل أنه تم انتاجه بتطبيق الديب فيك واتفق هنا مع دراسة (Andrea. H 2021) (45) التي أكدت علي ضرورة تدريب الصحفيين علي وسائل الكشف عن التزييف العميق حتي يستطيعوا أن يكشفوا المحتويات المضللة لجمهورهم.

جدول (18) يوضح درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك ن=400

العبارة	صواب		خطأ		المتوسط المرجح	الاتجاه
	ك	%	ك	%		
كلما زاد حجم البيانات التي يحصل عليها صانع مقاطع الصوت أو الفيديو المزيفة، كلما تحسنت جودة هذه المقاطع وأصبحت أقرب إلى الواقع.	329	82.3	71	17.8	0.82	صحيحة
حركة رمش العين بشكل متكرر أو عدم رمشها علي الإطلاق لا يوضح اذا كان المحتوى مزيف من عدمه	176	44	224	56	0.44	خاطئة

دور المواقع الاخبارية في توعية الشباب الجامعي بمخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي (الديب فيك أنموذجاً)

صحيحة	0.58	41.8	167	58.3	233	ليس هناك استخدامات ايجابية لتطبيق التزييف العميق
صحيحة	0.78	22.5	90	77.5	310	تطبيق التزييف العميق قائم علي خوارزميات الذكاء الاصطناعي .
صحيحة	0.71	29	116	71	284	مصر لديها تشريعات تحظر استخدام التزييف العميق الذي قد يؤدي الي الإضرار بالآخرين .
صحيحة	0.79	20.5	82	79.5	318	تحاول الشركات المتخصصة تكنولوجيا انتاج خوارزميات تعتمد علي الذكاء الاصطناعي للكشف عن المحتوى المزيف
صحيحة	0.72	28.3	113	71.8	287	للكشف عن كون المحتوى مزيف من عدمه تستطيع ارفاقه علي موقع . sensity
صحيحة	0.76	24.3	97	75.8	303	يعتبر التزييف العميق الجانب المظلم للذكاء الاصطناعي.
خاطئة	0.45	55.5	222	44.5	178	لا تستطيع تقنية Blockchain التحقق من صحة المحتوى من كونه حقيقي من عدم
صحيحة	0.73	27	108	73	292	انتجت شركة Adobe اداة جديدة تساعد علي الكشف عن المحتوى الزيف وتعتمد علي الذكاء الاصطناعي اطلقت عليها اسم مشروع مورفيوس project Morpheus
صحيحة	0.74	26.5	106	73.5	294	تستخدم شركة فيسبوك للتأكد من مدي صحة أي محتوى وانه لا يحتوي معلومات مضللة، أداة التحقق من الحقائق Third-party fact checker

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كانت استجابتهم صواب على درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الـديب فيك وكانت أعلى الإجابات الصحيحة هي.

- كلما زاد حجم البيانات التي يحصل عليها صانع مقاطع الصوت أو الفيديو المُزَيَّفَة، كلما تحسنت جودة هذه المقاطع وأصبحت أقرب إلى الواقع في الترتيب الأول بمتوسط 0.82، ثم تحاول الشركات المتخصصة تكنولوجيا انتاج خوارزميات تعتمد علي الذكاء الاصطناعي للكشف عن المحتوى المزيف في الترتيب الثاني بمتوسط 0.79، وجاء تطبيق التزييف العميق قائم علي خوارزميات الذكاء الاصطناعي في الترتيب الثالث بمتوسط 0.78، وتلاها يعتبر التزييف العميق الجانب المظلم للذكاء الاصطناعي في الترتيب الرابع بمتوسط 0.76، ثم تستخدم شركة فيسبوك للتأكد من مدي صحة أي محتوى وانه لا يحتوي معلومات مضللة، أداة التحقق من الحقائق Third-party fact checker في الترتيب الخامس بمتوسط 0.74، وجاء تستخدم شركة فيسبوك للتأكد من مدي صحة أي محتوى وانه لا يحتوي معلومات مضللة، أداة التحقق من الحقائق Third-party fact checker في الترتيب السادس بمتوسط 0.73، ثم انتجت شركة Adobe اداة جديدة تساعد علي الكشف عن المحتوى الزيف وتعتمد علي الذكاء الاصطناعي اطلقت عليها اسم مشروع مورفيوس project Morpheus في الترتيب السابع بمتوسط 0.73، وجاءت مصر لديها تشريعات تحظر استخدام التزييف العميق الذي قد يؤدي الي الإضرار بالآخرين في الترتيب الثامن

بمتوسط 0.71، وتلاها ليس هناك استخدامات ايجابية لتطبيق التزييف العميق في الترتيب التاسع بمتوسط 0.58

جدول (19) تصحيح مقياس درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الـديب فيك:

العبارات الخاطئة	العبارات الصحيحة
9-3-2	11-10- 8-7-6-5-4-1
3	8

إذا كانت إجابة الفرد إجابة صحيحة على العبارة اخذ درجة وفي حالة الإجابة كانت خاطئة يعطى صفر.

وبذلك تكون درجات المقياس من 0-11 درجة.

المستوى المنخفض من 0 – 3 درجة.

المستوى المتوسط من 4 – 7 درجة.

المستوى المرتفع من 8 - 11 درجة.

جدول (20) يوضح مستوى درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الـديب فيك

مستوى الدلالة د ح 2	كا 2	الإجمالي		درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الـديب فيك
		ك	%	
0.001	165.815	4	16	منخفض
		41.3	165	متوسط
		54.8	219	مرتفع
		100	400	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 54.8% من أفراد العينة مستوى درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الـديب فيك مرتفع ، ونسبة 41.3% منهم مستوى ادراكهم متوسط ، ونسبة 4% منهم مستوى ادراكهم منخفض، توضح هذه النتيجة نجاح المواقع الاخبارية الإلكترونية في رفع درجة الوعي بوسائل الكشف عن المحتوي المنتج بواسطة الـديب فيك.

ويتضح وجود فروق في درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الـديب فيك، حيث كانت قيمة كا² = 165.815 وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة ذو مستوى درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الـديب فيك المرتفع .

المحور الثاني: نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك و درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك.

جدول (21) يوضح العلاقة بين درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك ودرجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك

درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0.01	قوي	طردي	0.784	درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة بطردية قوية بين درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك و درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك ، حيث كانت ($r < 0.7$) وهي دالة عند مستوى 0.01، أي انه كلما زادت درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك زادت درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك .

مما سبق يتضح تحقق الفرض الأول كلياً.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك والتأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية.

جدول (22) يوضح العلاقة بين درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك والتأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية

درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0.01	ضعيف	طردي	**0.264	التأثيرات المعرفية
0.01	ضعيف	طردي	**0.231	التأثيرات الوجدانية
0.01	ضعيف	طردي	**0.179	التأثيرات السلوكية
0.01	ضعيف	طردي	**0.215	التأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية ضعيف بين درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك والتأثيرات المعرفية المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية ضعيف بين درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك والتأثيرات الوجدانية المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية ضعيف بين درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك و التأثيرات السلوكية المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية ضعيف بين درجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك والتأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01. ي انه كلما زادت رجة الاهتمام بمتابعة بتطبيق الديب فيك زادت التأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية .

مما سبق يتضح تحقق الفرض الثاني كلياً.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك ودرجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك.

جدول (23) يوضح العلاقة بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك ودرجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك

درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0.01	متوسط	طردي	0.561	درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك ودرجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01. أي انه كلما ارتفعت درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك زادت درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك ،مما سبق يتضح تحقق الفرض الثالث كلياً.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية.

جدول (24) يوضح العلاقة بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية

درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0.01	ضعيف	طردي	**0.169	التأثيرات المعرفية
0.05	ضعيف	طردي	*0.117	التأثيرات الوجدانية
0.05	ضعيف	طردي	*0.111	التأثيرات السلوكية
0.01	ضعيف	طردي	**0.176	التأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية ضعيف بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتأثيرات المعرفية المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية ضعيف بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتأثيرات الوجدانية المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.05.

- وجود علاقة طردية ضعيف بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك و التأثيرات السلوكية المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.05.

- وجود علاقة طردية ضعيف بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك و التأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية ، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01. اي انه كلما زادت درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك زادت التأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية. مما سبق يتضح تحقق الفرض الرابع كلياً.

الفرض الخامس: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك والتأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية.

جدول (25) يوضح العلاقة بين درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك والتأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية

درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
		لا توجد علاقة	0.041	التأثيرات المعرفية
		لا توجد علاقة	0.036	التأثيرات الوجدانية
		لا توجد علاقة	0.049	التأثيرات السلوكية
		لا توجد علاقة	0.003	التأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية

يتضح من الجدول السابق:

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك والتأثيرات المعرفية المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت (r) غير دالة عند مستوى 0.05.

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك والتأثيرات الوجدانية المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت (ر) غير دالة عند مستوى 0.05.
- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك والتأثيرات السلوكية المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت (ر) غير دالة عند مستوى 0.05.
- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك والتأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث كانت (ر) غير دالة عند مستوى 0.05، مما سبق يتضح عدم تحقق الفرض الخامس كلياً.

النتائج العامة للدراسة:

هناك العديد من النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، أهمها:

- ارتفاع اعتماد أفراد العينة علي المواقع الاخبارية الالكترونية، حيث بلغت نسبة من يعتمدون عليها دائماً 29% من عينة الدراسة، في حين بلغت نسبة من يعتمدون عليها أحياناً 60% مما يؤكد اهمية المواقع الاخبارية الالكترونية كمصدر للمعلومات.
- جاءت بوابة الأهرام في مقدمة تطبيقات الصحف والمواقع الإلكترونية بنسبة 69.8%، ثم تلاها بنسبة 48% موقع صحيفة اليوم السابع، وجاء موقع BBC العربية في مقدمة مواقع القنوات المحلية والدولية بنسبة 42% من أفراد العينة.
- توصلت الدراسة الي أن أكثر مخاطر تطبيق الديب فيك تأثيراً استخدامها دليلاً على أي أخبار زائفة أو معلومات مُضللة جاء بنسبة 47.5% من أفراد العينة، ثم تلاها بنسبة 47.5% منهم يروا انه استخدامها لتشويه سمعة الأشخاص، ونسبة 39.8% منهم يروا انه التسبب في صراعات اجتماعية أو سياسية نتيجة لقدرتها على إنتاج وسائط يصعب الكشف عن صحتها، وأخيراً جاء بنسبة 30% منهم يروا انه استخدامها في إنتاج مواد إباحية مزيفة.
- ارتفاع عدد أفراد العينة ذو مستوى درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك المرتفع، حيث بلغت نسبة أفراد العينة ذوي الوعي المرتفع 54.8%، وتلاها الذين مستوي وعيهم متوسط بنسبة 41.3%، وتؤكد هذه النتائج نجاح المواقع الاخبارية الإلكترونية في رفع درجة الوعي بوسائل الكشف عن المحتوي المنتج بواسطة الديب فيك.
- اتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الاهتمام بمتابعة الموضوعات المتعلقة بتطبيق الديب فيك ودرجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك، أي انه كلما زادت درجة الاهتمام بمتابعة تطبيق الديب فيك زادت درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك.

- اتضح وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك ودرجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك، أي أنه كلما ارتفعت درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك زادت درجة الوعي بوسائل الكشف عن المواد الإعلامية المنتجة بواسطة الديب فيك.

- تحقق كليا الفرض الذي ينص علي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في المعلومات المتعلقة بتطبيق الديب فيك والتأثيرات المترتبة عن تناول تطبيق الديب فيك عبر المواقع الاخبارية الالكترونية.

التوصيات:

في إطار ما توصلت اليه الدراسة من نتائج يمكن صياغة عدة توصيات من شأنها تفعيل دور المواقع الإلكترونية في التوعية بإيجابيات وسلبيات خوارزميات الذكاء الاصطناعي وكان من بينها :

- ضرورة اهتمام المواقع الاخبارية بإدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي والاستفادة القصوى منها حيث توفير الوقت والجهد وتتميز بالسرعة والدقة الفائقة والاعتماد عليها في جمع وتحرير الأخبار وإخراجها بالشكل المناسب.

- عقد دورات تدريبية للعاملين في المجال الصحفي لتطوير كفاءتهم لتوظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي كذلك عقد دورات تدريبية بصفة خاصة لتوظيف تقنية الديب فيك والتعرف علي اهم استخداماته الإيجابية.

- يجب أن تقوم الدولة بسن تشريعات وقوانين تنظم كيفية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي وبشكل خاص تقنية الديب فيك واستخدامها بالشكل الأمثل في مجالات الاعلام والتعليم.

- اجراء مزيد من الأبحاث والدراسات التي تتناول توظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وتدريبها في اقسام الإعلام كمبرر دراسي بعنوان صحافة الذكاء الاصطناعي.

مراجع الدراسة:

- (1)Lohn, A., A. Parasiliti, and W. Welser, "Should We Fear an AI Arms Race? Five Reasons the Benefits of Defense-Related Artificial Intelligence Research Outweigh the Risks—for Now," **Defense One, February 8, 2016**. As of December 7, 2016: <http://www.defenseone.com/ideas/2016/02/should-we-fear-ai-arms-race/125670/>
- (2)European Parliamentary. Tackling deepfakes in European policy, STUDY Panel for the Future of Science and Technology **EPRS European Parliamentary Research Service Scientific Foresight Unit (STOA) PE 690.039 – July 2021**, P 5.
- (3)Gong Cheng. Artificial Intelligence in Media Industries: Creating Better User Experiences and Maintaining High Customer Loyalties, **unpublished Master's Thesis, Drexel University, 2018, p12:15**
- (4)Zulfiqar Haider, Adoption of e-Government in Pakistan: Supply Perspective, **International Journal of Advanced Computer Science and Applications**, Vol. 6, No. 6, 2015. p.1
- (5)Tim Hwang. Deepfakes A Grounded Threat Assessment, **the Center for Security and Emerging Technology (CSET) at Georgetown's Walsh School, 2020, p10**
- (6) أسماء محمد مصطفى عزام. "مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي وصحافة الروبوت نموذجاً"، **مجلة البحوث الإعلامية لجامعة الأزهر**، ع58- ج4، يوليو 2021، ص 1674.
- (7) أيمن محمد إبراهيم بريك. "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية"- دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. (UTAUT)، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 53- جزء 2، يناير 2020- ص448.
- (8) سحر عبد المنعم محمود الخولي. "اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي: دراسة ميدانية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة**، ع72، 2020م، ص101.
- (9) سلوى علي إبراهيم الجيار، "الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي على المنتج الإعلامي"، **بمجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة**، ع35، 2021م، ص11.
- (10) محمد جمال بدوي، "آليات تطبيق صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة مع موقع القاهرة، 24 الإخباري، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة**، ع75، يونيو 2021)، ص 47.
- (11) Been Javed, Success Factors in Artificial Intelligence (AI)- Focus on use of AI in Journalism. **Unpublished Master's thesis, university of Applied Sciences, Business Administration (MBA), 2020, pp. 4-67.**

- (12) Biswal, S. K., & Gouda . N. K. Artificial Intelligence in **Journalism: A Boon or Bane?** In Optimization in machine learning and Applications, 2020, PP. (155-167).
- (13) Jeannette Paschen, Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and haman contributions, **Journal of product, Brand Management**, Vol. 29. N.2. 2020, p.p 223-233.
- (14) Jose Miguel Tunez, Impact of Artificial Intelligence on Journalism: Transformations in the company, **Products, Contents and professional profile, Communication, Society**, Vol. 34, Issn 021-0039, ETssn 2386- 7876, 2020,pp. 177-193.
- (15) Moravec Vaclavn. Mackovan Veronika. Sido. Jakub, Ektein, Kamil communication today, trnava, 11, iss. 1, pp36-53.
- (16) Susan Leavy. Uncovering Gender Bias in Media Coverage of Politicians with Machine Learning, Conference on Artificial Intelligence, **University College Dublin**, Irlada, 2020.
- (17) طالبة لامية، الصورة الإعلامية وإشكالية المصادقية في عصر الـ Deep Fake ، **المجلة الجزائرية للأمن الإنساني**، ع 1، ج 7 ، 2022، ص 192: 212
- (18) Alyssa Ivancevich. Deepfake Reckoning: Adapting Modern First Amendment Doctrine to Protect Against the Threat Posed to Democracy, **the Law Journals at UC Hastings Constitutional Law Quarterly**., Vol. 49 N. 1 2022, p 61
- (19) Asad Malik. Minoru Kuribayashi. Sani.M Abdullahi. Ahmed Neyaz Khan. DeepFake Detection for Human Face Images and Videos: A Survey, **multidisciplinary Rapid Review Open Access Journal** . February 22, 2022., Vol 10 p 18757
- (20) أحمد عبد الموجود أبو الحمد زكير، جريمة التزييف الاباحي العميق (دراسة مقارنة)، **المجلة القانونية (مجلة متخصصة في الدراسات والبحوث القانونية) مجلة علمية محكمة**، 2021، ص 2289.
- (21) حبيب خلف ملح، تقنية التزييف العميق وأثرها في تهديد مصداقية الإعلام الإلكتروني: (دراسة وصفية)، **مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية مجلة علمية محكمة**، مج 28، ع 4، 2021، ص 356.
- (22) Andrea Hickerson. DeFaking Deepfakes: Understanding Journalists' Needs for Deepfake Detection, **Rochester Institute of Technology University of South Carolina**., 2020, p 2
- (23) Ángel Vizoso, Martín Vaz-Álvarez and Xosé López-García. Fighting Deepfakes: Media and Internet Giants' Converging and Diverging .Strategies Against Hi-Tech Misinformation، **Media and Communication**, Volume 9, Issue1 DOI: 10.17645/mac. v9i1. 3494, 2021, p 291.

- (24) Axel Ebermann. The Effects of Deepfakes and Synthetic Media on Communication Professionals ‘ **MSc of arts City University of New York (CUNY)**. December 25, 2021, p 6:7.
- (25) Jade L. Wise. Survey and Analysis of Deepfake Media as it Applies to the New era of Disinformation ‘ **MSc of Fine Arts in Visual Communication Design, College of Art and Design**. December 1, 2021, p 2.
- (26) John Ternovski, Joshua Kalla, Peter M. Aronow. Deepfake Warnings for Political Videos Increase Disbelief but Do Not Improve Discernment: Evidence from Two Experiments, **This research was approved by the Yale University IRB**. January 14, 2021, p1.
- (27) Laura Camila Carvajal Rodriguez. Political Deepfakes: Cultural Discourses of Synthetic Audio– Visual Manipulations, **MSc of arts the Temple University**. May 2021, p i
- (28) Nick Dunard. Deep Fakes: The Algorithms That Create and Detect Them and the National Security Risks They Pose, **James Madison Undergraduate Research Journal**. Vol. 8 Issue 1 2021, p 42.
- (29) Robert E. Park, World News 2nd ed (USA: **Harvard University**) , 2002 P.16.
- (30) Glean Lasher & Michael L.M.C. Keam, Using Television News for Political Information, **Journalism and Mass Media Quarterly** , Vol.74 , No.1 , spring, , 2007 ,Pp:70-84.
- (31) هبة يحيى عطية: المعالجة الإخبارية لأحداث العالم الثالث في قناة TV5 الفرنسية الدولية: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001
- (32) Tao Sun, Tsan-Kuo Chang, Gouging Yu: Social Structure, Media System, and Audiences in China: Testing the Uses and Dependency Model, **Mass Communication and Society**, Vol. 4, Issue 2, May 2001, pp: 199-217.
- (33) حنان محمد يوسف: المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكة CNN الأمريكية و EuroNews الأوروبية: دراسة مسحية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 2001، 31.
- (34) Brian, Stanly, Davis and Dennisttdk, **Mass Communication Theory Ferment and future (California: Wadsworth Publishing Company)** 1995, Pp: 226 – 227.
- (35) Loges William , Perception of threat and system Dependency Relation, **Communication Research**, vol.1, 1994 , Pp.78 – 79.
- (36) Denis Mquail & Suen Windhal, **Communication Models** , 2nd(**London & New york: London**) 2005, Pp: 119 – 121.

- (37) Jeannette Paschen, Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions, **Previous reference**, p. 233.
- (38) Jose Miguel Tunez, Impact of Artificial Intelligence on Journalism: Transformations in the company, , **Previous reference**, p. 193.
- (39) Asad Malik. Minoru Kuribayashi. Sani.M Abdullahi. Ahmed Neyaz Khan. DeepFake Detection for Human Face Images and Videos: A Survey, **Previous reference**, p 18757
- (40) حبيب خلف ملح، تقنية التزييف العميق وأثرها في تهديد مصداقية الإعلام الإلكتروني: (دراسة وصفية)، مرجع سابق، ص356.
- (41) Andrea Hickerson. DeFaking Deepfakes: Understanding Journalists' Needs for Deepfake Detection, **Previous reference**, p 2
- (42) أحمد عبد الموجود أبو الحمد زكير، جريمة التزييف الاباحي العميق (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص2289.
- (43) **John Ternovski, Joshua Kalla, Peter M. Aronow**. Deepfake Warnings for Political Videos Increase Disbelief but Do Not Improve Discernment: Evidence from Two Experiments, **Previous reference**, p143.
- (44) Nick Dunard. Deep Fakes: The Algorithms That Create and Detect Them and the National Security Risks They Pose, **Previous reference**, , p 42.
- (45) Andrea Hickerson. DeFaking Deepfakes: Understanding Journalists' Needs for Deepfake Detection **Previous reference**, p 253.