



**Dr. Muhaned Hameed
Obaid**

E-Mail :

[mohaned.hamed@alkadhum-
col.edu.iq](mailto:mohaned.hamed@alkadhum-col.edu.iq)

**Phone Number :
07714988020**

**Imam Al-kadhum College/ Media
Department/Wasit**

Keywords:

- Deepfake.
- Artificial intelligence.
- Smart newsrooms.
- Deepfake detection.
- Deepfake verification.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 2 / 4 /2023

Accepted : 22 / 5 /2023

Available Online : 15 / 6 /2023

THE REFLECTION OF DEEPPAKES IN DIGITAL MEDIA ON THE CREDIBILITY OF TELEVISION NEWS SOURCES

From the viewpoint of newsroom
workers

ABSTRACT

The problem of deepfakes has emerged with the emergence of AI technologies and the development of its concept and media and communication uses, so that these developments have produced a problem that we did not know or imagine in the first place before, so this study looks at how workers in newsrooms deal with the contents received through digital media. This research is descriptive and the researcher relied on the survey method to study the communicator in TV, The TV (Al-Iraqiya, Al-Raba'a, INews, Al-Rasheed) were selected as a research community. The sample size was (94) respondents, who were distributed using a comprehensive enumeration method. The most important results are: Deepfakes greatly affect the credibility of television news and reduce public confidence in TV as a source of news. Iraqi TV do not rely on AI in newsrooms. Workers in newsrooms rely more on objective verification than on technical verification.

د مهند حميد عبيد

الإيميل :

mohaned.hamed@alkadhum-col.edu.iq

انعكاس التزييف العميق في الإعلام الرقمي على مصداقية

مصادر الأخبار التلفزيونية

من وجهة نظر العاملين في غرف الأخبار

المستخلص

برزت مشكلة التزييف العميق مع بروز تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطور مفهوماها واستخداماتها الإعلامية والاتصالية، بحيث أفرزت لنا هذه التطورات مشكلة لم تكن نعرفها أو نتخيلها أساساً من قبل، لذا تبحث هذه الدراسة عن كيفية تعامل العاملون في غرف الأخبار مع المضامين التي ترد عبر وسائل الإعلام الرقمي.

ويعد هذا البحث وصفاً واعتمد الباحث فيه على المنهج المسحي لدراسة القائم بالاتصال في غرف الأخبار التلفزيونية، وتم اختيار القنوات (العراقية، الرابعة، أي نيوز، الرشيد) كمجتمع، وبلغ حجم العينة (٩٤) مبحوث تم توزيعها بطريقة الحصر الشامل، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: يؤثر التزييف العميق بشكل كبير على مصداقية الأخبار التلفزيونية ويقلل من ثقة الجمهور بالفصائيات كمصدر للأخبار. لا تعتمد الفصائيات العراقية على الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار. يعتمد العاملون في غرف الأخبار على التحقق الموضوعي أكثر من اعتمادهم على التحقق التقني للمضامين.

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام ،

رقم الهاتف :

٠٧٧١٤٩٨٨٠٢٠

عنوان عمل الباحث:

كلية الإمام الكاظم/ قسم الإعلام/
واسط

الكلمات المفتاحية:

- التزييف العميق.
- الذكاء الاصطناعي.
- غرف الأخبار الذكية.
- كشف التزييف العميق.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢٠٢٣ / ٤ / ٢

القبول : ٢٠٢٣ / ٥ / ٢٢

التوفر على الانترنت: ٢٠٢٣ / ٦ / ١٥

المقدمة : إن لكل تقنية أو تطبيق أو وسيلة حديثة كانت أم تقليدية استخدامات ايجابية للجمهور وسلبية أيضاً، وهذا ينطبق بطبيعة الحال مع التطورات والتقنيات الحديثة في وسائل الاتصال بشكل عام، لأن ذلك يتعلق برغبة الجمهور المستخدم لتلك التقنيات وما توافره من ميزات وخدمات تلبي بذلك رغبة المستخدمين، وذلك يسري أيضاً على التطورات والتقنيات الحديثة والبرامج والتطبيقات التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي، ومن أبرز السلبيات والتحديات التي رافقت ظهور وتطور تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي شيوع مصطلح التزييف العميق، وهذا المصطلح يشير بشكل عام إلى التلاعب بالصور والأصوات والفيديوهات للشخصيات العامة أو الرسمية أو للأشخاص الذين يتم الاحتيال عليهم، لذلك أصبحت هذه المضامين المزيفة أكثر واقعية وأكثر قدرة على تصديق الجمهور لها، ويرجع ذلك بسبب وجود برامج خاصة بهذا التزييف تتعامل مع خوارزميات الذكاء الاصطناعي أو التعلم العميق، بحيث يصعب كشف تلك المضامين وبالخصوص من الجمهور العام أو عامة الناس لأنهم يتأثرون بكل شيء وفقاً لطبيعة معرفة الجمهور بتلك البرامج، فضلاً عن أن هناك نوع من الجمهور يروج لتلك المضامين التي يتم استخدامها لأغراض ترفيحية أو دعائية.

وأدى الانتشار السريع في تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي إلى سهولة انتشار وتداول برامج التزييف العميق مع سهولة الحصول عليها واستخدامها بشكل أسرع وأرخص، فكل هذه المميزات التي وفرتها تقنيات الذكاء الاصطناعي شجعت الأشخاص ذوي النفوس الضعيفة والمضللين على نشر مقاطع الصوت والفيديوهات المزيفة عن الآخرين ولأغراض مختلفة، وهذا يؤثر على الأفراد ويضر بسمعة المؤسسات الإعلامية ومصادقيتها، فضلاً عن التأثير على المجتمعات والتلاعب بالرأي العام، وهذا يعزز من كمية الحذر والدقة في نقل الأخبار والمعلومات من قبل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية، وخاصة عندما يتم نقل الأخبار والفيديوهات التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وشبكة الانترنت، لأن مصداقية وموثوقية الأخبار والمعلومات والفيديوهات التي تنشرها المؤسسات الإعلامية لها علاقة بسمعة هذه المؤسسات، لذا يجب على المؤسسات الإعلامية والقنوات التلفزيونية خصوصاً التأكد من صحة الأخبار والفيديوهات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الفحص الدقيق لملاح الأشخاص الذين يظهرون في الفيديو.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

برزت مشكلة التزييف العميق (Deepfake) مع بروز وتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطور مفهومها واستخداماتها الإعلامية والاتصالية، بحيث أفرزت لنا هذه التطورات مشكلة لم نكن نعرفها أو نتخيلها أساساً من قبل، فلا أحد يستطيع أن يدمج صوت شخص مع صورة شخص آخر أو تزييف صوت شخص وتسجيل كلام له لم يقله أساساً لولا وجود تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي والخوارزميات التي أصبحت قادرة على التعرف على أصوات أو أشكال الأشخاص (الضحايا) وتحليلها وإنشاء مقاطع صوتية أو فيديوهات مشابهة لا يمكن معرفتها واكتشافها لأنها تبدو واقعية ومقنعة عند سماعها أو مشاهدتها، لذا تتجسد مشكلة البحث في التساؤل الرئيس (ما انعكاسات التزييف العميق في الإعلام الرقمي على مصداقية مصادر الأخبار التلفزيونية لدى الصحفيين؟) ويتفرع من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية وهي:

- ١ - كيف يتم التلاعب بالمضامين وتزييفها عبر وسائل الإعلام الرقمي؟
- ٢ - كيف يؤثر التزييف العميق في مصداقية الأخبار التلفزيونية؟
- ٣ - ما طرق وأدوات التحقق من التزييف العميق في غرف الأخبار التلفزيونية؟
- ٤ - ما طبيعة الأخبار والمضامين التي تنتشر عبر وسائل الإعلام الرقمي والأكثر عرضة لعملية التزييف العميق؟
- ٥ - ما انعكاسات التزييف العميق عبر الإعلام الرقمي على طبيعة عمل الصحفيين داخل غرف الأخبار؟

ثانياً: أهمية البحث

تتجسد أهمية البحث من أهمية الموضوع أو الظاهرة البحثية التي يتطرق لها الباحث في بحثه، وهنا نتحدث عن أهمية موضوع التزييف العميق وخطورته بنفس الوقت، لأن عملية تزييف المضامين سواءً أكانت صوت أو صورة أو فيديو فإن التزييف هنا يشكل خطورة كبيرة على المستويين المجتمعي وعلى المستوى الإعلامي أيضاً، فعلى المستوى المجتمعي فإن التزييف أي التضليل والتضليل هنا يؤثر على آراء وتصورات الجماهير ويغير من الرأي العام أو يؤثر عليه، فقد تحدثت مشكلات اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية بمجرد تزييف حقيقة معينة أو تزييف صوت أو صورة أو فيديو وهذا يؤدي بنتائج كارثية وخطرة على المستوى المجتمعي، وبالأخص في المجتمعات والبلدان التي تشهد عدم استقرار سياسي أو أممي أو اجتماعي.

ثالثاً: أهداف البحث

تتجسد أهداف البحث في ما يأتي:

- ١- الكشف عن التلاعب بالمضامين وتزييفها عبر وسائل الإعلام الرقمي.
 - ٢- التعرف على تأثير التزييف العميق في مصداقية الأخبار التلفزيونية.
 - ٣- معرفة طرق وأدوات التحقق من التزييف العميق في غرف الأخبار التلفزيونية.
 - ٤- التعرف على طبيعة الأخبار والمضامين التي تنتشر عبر وسائل الإعلام الرقمي والأكثر عرضة لعملية التزييف العميق.
 - ٥- التحري عن انعكاسات التزييف العميق عبر الإعلام الرقمي على طبيعة عمل الصحفيين داخل غرف الأخبار.
- رابعاً: فرضيات البحث

- ١- يؤثر التزييف العميق على طبيعة العمل داخل غرف الأخبار التلفزيونية.
 - ٢- توجد فروق ذات دلالة احصائية في التحقق التقني للتزييف العميق وفقاً لمتغير القناة.
 - ٣- يعتمد العاملون في غرف الأخبار التلفزيونية على التحقق الموضوعي أكثر من اعتمادهم على التحقق التقني للمعلومات والأخبار.
- خامساً: نوع البحث ومنهجه

يُعَدُّ هذا البحث من البحوث الوصفية التي تعنى بدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية وتوصيفها بشكل علمي ودراسة أبعادها باستخدام أدوات بحثية معينة تتناسب مع طبيعة الموضوع أو الظاهرة البحثية، والخروج بنتائج وتصورات علمية تخدم البحث وتجيب عن تساؤلات الدراسة وتحقق أهدافها، وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي الذي يرمي إلى جمع البيانات والمعلومات من جمهور وسائل الإعلام أو مسح مضامين إعلامية معينة خلال مدة زمنية أو مسح القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية، وهنا يرمي الباحث إلى مسح القائم بالاتصال للعاملين في القنوات التلفزيونية لغرض الحصول على بيانات ومعلومات تتعلق بموضوع انعكاسات التزييف العميق في الإعلام الرقمي على مصداقية مصادر الأخبار التلفزيونية.

سادساً: مجالات البحث

حدد الباحث مجالات البحث في ما يأتي:

- ١- **المجال المكاني:** حدد الباحث المجال المكاني في القنوات (العراقية، الرابعة، أي نيوز، الرشيد) للحصول على بيانات ومعلومات من العاملين في تلك الفضائيات.
- ٢- **المجال الزمني:** حدد الباحث المدة من ١٠/١/٢٠٢٣ م لغاية ٢٨/١/٢٠٢٣ م كمجال زمني للبحث وهي المدة التي استغرقت في إعداد استمارة القائم بالاتصال وتقديرها للمحكمين وتوزيعها على المبحوثين.
- ٣- **المجال البشري:** حدد الباحث المجال البشري العاملين في غرف الأخبار التلفزيونية للقنوات (العراقية، الرابعة، أي نيوز، الرشيد)، للحصول على البيانات والمعلومات والتصورات الخاصة بموضوع التزييف العميق وتأثيره في مصداقية الأخبار.

سابعاً: مجتمع البحث وعينته

لقد اختار الباحث القنوات التلفزيونية (العراقية، الرابعة، أي نيوز، الرشيد) كمجتمع بحث لتوزيع استمارات القائم بالاتصال على العاملين في غرف الأخبار في هذه الفضائيات، وقد حدد الباحث هذه القنوات كمجتمع بحث لإجراء دراسته الميدانية لعدة أسباب منها:

- ١- بعد اجراء دراسة استطلاعية على الفضائيات العراقية وجد الباحث أن هذه القنوات تعمل بنظام غرف الأخبار الالكترونية.
- ٢- إن هذه القنوات تعمل بنظام واحد داخل غرف الأخبار وهو نظام الـ(I News) وهو من الأنظمة الحديثة في غرف الأخبار التلفزيونية، بحيث يوفر هذا البرنامج عدة فلاتر ومعايير عمل معينة يتم ضبطها بحسب السياسة التي تعمل بها الفضائيات، بينما تعمل الأنظمة التقليدية بنظام الـ(Share) وهو عملية ربط ومشاركة بين العاملين داخل غرف الأخبار.

لقد وجد الباحث أهمية توزيع استمارات القائم بالاتصال على العاملين في غرف الأخبار لأن موضوع التزييف العميق له تأثير كبير على مصداقية الأخبار التلفزيونية وهذا يتعلق بعملهم داخل غرف الأخبار، بحيث تلعب القنوات التلفزيونية دور الوسيط في نقل الأخبار والمعلومات من المصدر إلى الجمهور، وهنا يجب على العاملين في غرف الأخبار للفضائيات مراعاة دقة الخبر ومصداقيته وبالخصوص الأخبار التي يتم تداولها عبر وسائل الإعلام الرقمي، لذا فقد حرصت المؤسسات الإعلامية الكبرى على إدخال برامج وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار وتدريب العاملين لغرض كشف التزييف العميق ومعرفة الأخبار المضللة^(١).

(١) - ينظر:

- أحمد الجدي، استخدام الذكاء الاصطناعي في غرفة أخبار الجزيرة للتصدي للأخبار الزائفة(الدوحة: معهد الجزيرة للإعلام، ٢٠٢١م)، ص ٣٨.

- عيسى عبد الباقي موسى، و احمد عادل عبد الفتاح، اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية،(القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ٢٠٢٠م)، ص ٤.

وقد وزع الباحث (٩٤) استمارة استبيان على العاملين في غرف الأخبار في القنوات العراقية (العراقية، الرابعة، أي نيوز، الرشيد) بطريقة الحصر الشامل لجميع العاملين في غرف الأخبار^(*)، ووزع الاستمارات على المحررين وسكرتير التحرير ورئيس التحرير ومدير الأخبار والاتوميشن، واختار الباحث الاتوميشن لأنه المسؤول عن مزامنة الوسائط (الصورة والصوت والفيديو) مع الخبر، بحيث له علاقة كبيرة مع مصداقية وموثوقية الوسائط ومدى فحصه للتزييف العميق.

ثامناً: الصدق

اعتمد الباحث على الصدق الظاهري كأحد أنواع صدق المحتوى من خلال اطلاع خبراء الإعلام على الأسئلة وفقرات المقياس وابداء الملاحظات واجراء التعديلات عليها لكي تكون ملائمة للبحث وقادرة على الاجابة على تساؤلات البحث وتحقيق أهدافه، وقد تم عرض استمارة القائم بالاتصال على خبراء الإعلام^(١) وحصلت على نسبة اتفاق عالية وبنسبة ٩٥%، وقد أخذ الباحث بالملاحظات والتعديلات التي قدمها الخبراء.

تاسعاً: دراسات سابقة

اطلع الباحث على عدد كبير من الدراسات والأبحاث الخاصة بالتزييف العميق وبالأخص ما يحمله من انعكاسات وتأثيرات سلبية على المجتمع والرأي العام، لكننا سنتطرق إلى أقرب الدراسات إلى موضوع البحث، ومن أبرز هذه الدراسات هي:

١- دراسة (Gosse و Burkell، ٢٠٢٠م)^(٢): تناولت هذه الدراسة تأثيرات التزييف

العميق على الإعلام الإخباري، بحيث تقدم هذه الدراسة بعض التصورات بشأن طبيعة عمل وسائل الإعلام المختلفة في ظل تحديات التزييف العميق ومدى تأثيره على طبيعة نقل الأخبار، فالتطورات التقنية أفرزت العديد من المشكلات من أبرزها ظهور التزييف العميق، وتهدف الدراسة إلى فهم كيف ميزت وسائل الإعلام المختلفة الأخبار المزيفة التي تقدمها التقنيات الحديثة، واستخدم الباحثان منهج تحليل الخطاب الإعلامي لفحص المقالات الصحفية بشأن موضوع التزييف العميق، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

أ- تشير النتائج إلى أن أغلب الفيديوهات والصور المزيفة يتم تركيبها على مقاطع إباحية وغير أخلاقية.

* توزع العينة على القنوات بواقع (٣٨) مبحوث في قناة العراقية، و (١٦) مبحوث لقناة الرابعة، و (١٣) مبحوث في قناة الرشيد، و (٢٧) في قناة أي نيوز، بحسب احصائية حصل عليها الباحث من هذه القنوات.

(١) - الخبراء هم:

- أ.م.د شريف سعيد حميد السعدي، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.

- أ.م.د مدين عمران التميمي، الجامعة المستنصرية، كلية الآداب، قسم الإعلام.

- أ.م.د خلف كريم كيوش، جامعة واسط، كلية الآداب، قسم الإعلام.

(2) Chandell Gosse and Jacquelyn Burkell, Politics and porn: how news media characterizes problems presented by deepfakes.(Critical Studies in Media Communication,10,24,2020).

ب- ترتبط أغلب الفيديوهات المزيفة بأشخاص سياسيين أو لها تأثيرات سياسية أو الغرض منها التأثير على الرأي العام.

٢- دراسة (Karnouskos ٢٠٢٠م)^(١): والذي تناول فيها موضوع الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي وعصر التزييف العميق، ويرى الباحث أن التطورات الأخيرة التي حققها الذكاء الاصطناعي أدى إلى ظهور التزييف العميق الذي يعد شكلاً من أشكال الأخبار المزيفة، بحيث تسعى البرامج والتقنيات الخاصة بالذكاء الاصطناعي إلى إنشاء مضامين رقمية تنتشر عبر وسائل الإعلام الرقمية تقترب بشكل كبير من الواقعية، وتهدف الدراسة إلى معرفة الآثار المجتمعية الكبيرة والبعيدة المدى للتزييف العميق، يأخذ هذا البحث وجهات النظر المختلفة حول الموضوع منها الإعلام والمجتمع، والتمثيل الإعلامي، والجمهور الإعلامي، والقانون، والتنظيم، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

أ- إن المجتمع ليس مستعد للتعامل مع تقنية التزييف العميق على أي مستوى.
ب- لم نشهد أي آثار خطيرة على المستوى الاجتماعي للتزييف العميق حتى الآن بسبب المرحلة المبكرة لظهور هذه التقنية.
٣- دراسة (طالة ٢٠٢٢م)^(٢): تناولت الدراسة الصورة الإعلامية وإشكالية المصادقية في عصر التزييف العميق: قراءة في الأمثلة العربية، بحيث أصبحت مقولة أن الحقيقة مرهونة بما تسمعه أو تراه لا تتلاءم مع التطورات التقنية الحديثة وبالخصوص التطورات الخاصة في مجال الذكاء الاصطناعي الذي أوجد العديد من البرامج والتطبيقات الخاصة بتزييف الحقائق ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد حلت الباحثة بعض الصور والفيديوهات التي تظهر في وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

أ- انتشر فيديو في عام ٢٠٠٣م لأشهر فيديو في العراق وهو لسقوط تمثال الرئيس العراقي السابق صدام حسين وهو فيديو تم فبركته بحسب النتائج التي توصل لها البحث.

ب- تعرضت صحيفة الأهرام المصرية إلى موجه من السخرية وفقدان المصادقية من الجمهور بسبب نقل صورة مزيفة للرئيس المصري الراحل حسني مبارك.

احدى عشر: تحديد المفاهيم والمصطلحات

١- التزييف العميق: ويعني به الباحث في بحثه طرق التلاعب بالصور والأصوات والفيديوهات باستخدام تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي مع صعوبة اكتشافه من قبل عامة الجمهور لغرض تحقيق أهداف معينة.

(1)Stamatis Karnouskos , Artificial Intelligence in Digital Media:The Era of Deepfakes, (IEEE Transactions on Technology and Society, vol1, no3,2020).

(٢) - لامية طالة، الصورة الإعلامية وإشكالية المصادقية في عصر التزييف العميق: قراءة في بعض الأمثلة العربية، (الجزائر:المجلة الجزائرية للأمن الإنساني المجلد ٧ العدد ١، ٢٠٢٢م).

٢- **الإعلام الرقمي:** يعني بها الباحث جميع وسائل الإعلام الرقمية والالكترونية من مواقع تواصل اجتماعي ومنصات رقمية وشبكة إنترنت، والتي يستغلها ضعاف النفوس لغرض نشر مضامين التزييف العميق.

٣- **مصادقية مصادر الأخبار:** ويعني بها الباحث ثقة الجمهور والقنوات التلفزيونية والإعلاميين بمصدر المعلومة أو الخبر، لأن موضوع المصادقية حساس جداً وبالخصوص إذا تعلق الموضوع بالأخبار والموضوعات السياسية.

٤- **غرف الأخبار التلفزيونية:** يعني به الباحث هو المكان الذي يتم فيه جمع وتحرير الأخبار وتجهيزها من قبل مجموعة من العاملين في النشرة الإخبارية داخل القنوات التلفزيونية.

المبحث الثاني: التزييف العميق

ويشير مصطلح التزييف العميق إلى مجموعة متنوعة من طرق تبديل الوجه ومعالجته، بما في ذلك الأساليب التي تستخدم أحدث التقنيات من رؤية الكمبيوتر (computer vision) والتعلم العميق (deep learning) وبعض الطرق والتقنيات الأخرى التي تعمل بشكل أبسط^(١).

ويختلف التزييف العميق عن طرق التحرير اليدوية للتلاعب بالصور بالاعتماد على برامج تحرير الصور، فإن الطرق اليدوية السابقة التي لا تعتمد على الذكاء الاصطناعي تكون نتائجها بسيطة وغير واقعية مع عدم قدرة الشخص على إنتاج عدد كبير من الصور في وقت محدد، بينما يتم معالجة وتزييف عدد كبير وهائل من الصور والفيديوهات عبر برامج وتقنيات الذكاء الاصطناعي مع عدم إمكانية كشف هذه الصور والفيديوهات، لذا فإن تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي طورت من نفسها وتم تدريب الخوارزميات للقيام بتلك المهام بشكل جيد مع الاحتفاظ بجودة الصورة أو الفيديو^(٢).

وفي بادئ الأمر كان الذكاء الاصطناعي عبارة عن أدوات تقنية وبرامج حاسوبية لديها قدرة بسيطة جداً بحيث يقتصر دورها على تحليل البيانات وتعلمها، لكن التكنولوجيا الحديثة شهدت تقدماً كبيراً في مجال الذكاء الاصطناعي، إذ تم تطوير تقنيات معقدة قائمة على التعلم العميق أطلق عليها أسم الشبكات التوليدية التنافسية (Generative Adversarial networks) والتي تتعلم من مقاطع الصوت أو الفيديوهات وبعدها تقوم بإنشاء مقاطع صوتية أو مرئية مماثلة، بحيث فتحت تقنية الشبكات التوليدية التنافسية الباب أمام تطبيقات كثيرة للظهور في مجال التزييف العميق^(٣).

ويمكن إنشاء التزييف العميق عن طريق التأثيرات المرئية التقليدية أو رسومات الكمبيوتر، فإن الآلية الأساسية الشائعة الحديثة لإنشاء التزييف العميق هي نماذج التعلم العميق مثل أجهزة التشفير التلقائية وشبكات الخصومة التوليدية (GANs) وتعمل هذه الشبكة على إنشاء بيانات

(1) Brian Dolhansky et.al, The Deepfake Detection Challenge (DFDC) Preview Dataset, (Computer Vision and Pattern Recognition, 10,23, 2019), p1.

(2) Chia-MuYu et.al, Detecting Deepfake-Forged Contents with Separable Convolutional Neural Network and Image Segmentation, (Computer Vision and Pattern Recognition,19, 10, 2019), p2.

(٣) - البرنامج الوطني للذكاء الاصطناعي، دليل التزييف العميق، (الامارات: البرنامج الوطني للذكاء الاصطناعي، ٢٠٢١م)، ص ١-٢.

مفبركة مشابهة للبيانات والمعلومات الحقيقية والتي يصعب على المراقب البشري أو الآلي التفريق بينهما، وتم تطبيقها على نطاق واسع في مجال رؤية الكمبيوتر⁽¹⁾، ويشكل التزييف العميق تهديداً لأمن العالم واستقرارهم ويحطم الثقة والمصداقية بوسائل الإعلام المختلفة ويحطم ثقة الجمهور بالمضامين المختلفة، فعندما يتم استخدام التزييف العميق لإنشاء مقاطع فيديو لقادة العالم بخطب وتصريحات مزيفة يؤدي ذلك بنتائج سلبية كبيرة قد تتسبب بتوترات سياسية أو دينية داخل البلد الواحد أو بين بلدان متعددة، ويساعد التزييف العميق أيضاً على خداع الجمهور والتأثير على نتائج انتخابات معينة أو خلق فوضى في الأسواق المحلية من خلال إنشاء أخبار مزيفة⁽²⁾.

إن ظهور أي تقنية أو برنامج يرتبط بشكل وثيق بحاجة البعض لتلك التقنيات وله فوائد واستخدامات متنوعة، وفي نفس الوقت هناك بعض الممارسات والاستخدامات السلبية لتلك التقنيات والبرامج، ومن أبرز تلك الأمثلة هو تقنيات الذكاء الاصطناعي والتزييف العميق، فعلى الرغم من السلبيات والاستخدامات السلبية المتعددة لكن هناك بعض الاستخدامات الإيجابية والفوائد من استعمال هذه التقنيات، ومن أبرز تلك الإيجابيات هو صناعة الأفلام والمشاهد والفيديوهات لتحقيق غرض ترفيهي أو دعائي معين، مثل تطبيقات المؤثرات المرئية والآفاتر ومرشحات سناب شات وإنشاء أصوات للأشخاص الذين فقدوا أصواتهم ، فضلاً عن التأثيرات الإبداعية للتزييف العميق في التصوير الفوتوغرافي وألعاب الفيديو والواقع الافتراضي والواقع المعزز والواقع المختلط وما له من قيم جمالية وإبداعية متعددة، وإحياء الشخصيات التاريخية أو احضار الأشخاص في مكان معين باستعمال الهولوغرام⁽³⁾.

الذكاء الاصطناعي وإمكانية كشف التزييف العميق

أدت الأخبار الكاذبة والتزييف العميق في الأخبار والمعلومات الواردة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى خلق جو من عدم الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام وبالخصوص وسائل الإعلام الجديد والمتمثلة بمواقع التواصل الاجتماعي، فضلاً عن تأثير ذلك التزييف على الثقة بوسائل الإعلام في جميع أنحاء العالم، فعلى الرغم من أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تشوبها بعض الشبهات بشأن تسهيل عملية تزييف الحقائق والتلاعب بالأصوات والصور والفيديوهات عبر برامج موجودة عبر شبكة الانترنت تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي للتلاعب بالحقائق والمعلومات، فضلاً عن الآثار السلبية للتجسس أو استخدام بيانات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إليهم، لكن ذلك لا يقلل من أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في مكافحة المعلومات والأخبار المضللة بشكل كبير وفعال.

ففي عام ٢٠١٧م أكد "هاني فريد Hany Farid" عالم الكمبيوتر في كلية دارتموث في الولايات المتحدة بعد اكتشافه مقاطع فيديو مزيفة أن الانتشار السريع لتقنيات التلاعب الجديدة أدت

(1) Siwei Lyu, Detecting 'deepfake' videos in the blink of an eye, The Conversation, online 22/1/2023 <https://theconversation.com/detecting-deepfake-videos-in-the-blink-of-an-eye-101072>

(2) Thanh Thi Nguyen and et.al, Deep learning for deepfakes creation and detection: A survey, (Computer Vision and Image Understanding , Volume 223 October, 2022), pp1-2.

(3) - Ibid, p2.

إلى سباق تسلح من قبل الباحثين لغرض إيجاد برامج تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي قادرة على كشف الحقائق ومحاربة المعلومات المضللة، بينما قال "فرانشيسكو نوتشي Francesco Nucci" مدير أبحاث تطبيقات الحاسوب في مجموعة الهندسة في إيطاليا أن للذكاء الاصطناعي العديد من المشكلات الأخلاقية وذلك لأنه يُمكن ضعاف النفوس والمخربين من صنع ونشر أخبار مزيفة والتلاعب بالحقائق والمعلومات في ظل وجود تقنيات الذكاء الاصطناعي ممكناً، لكنه في بعض الأحيان يمكنه أن يساعدنا في إيجاد الحلول وعمل الخير عبر توافر تقنيات مكافحة الأخبار المضللة⁽¹⁾.

ويرى فرانشيسكو نوتشي أن الوقت الحاضر يمكن للجمهور ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي التلاعب بالصور والفيديوهات بسهولة كبيرة سواءً عبر برامج التعديل الصوري أو الفيديوي أو من خلال تقنيات أكثر تعقيداً والتي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي والتزيف العميق، ولكن يمكن لأنظمة FANDANGO إجراء هندسة عكسية لتلك التغييرات وإيجاد التلاعب باستخدام الخوارزميات ومساعدة الصحفيين والمدققين عن الحقيقة على اكتشاف المحتوى الذي تم التلاعب به⁽²⁾.

ويمكن للذكاء الاصطناعي والصحافة الآلية كشف الأخبار المزيفة من دون الحاجة إلى التدخل البشري وذلك بالاعتماد على عدة طرق منها: يتم تصنيف الأخبار المزيفة إلى أنواع مختلفة وبعدها يتم توسيع المعرفة لتعميم نموذج التعلم الآلي (ML) لمجالات متعددة، وتتمثل هذه الطريقة بفصل بعض مصادر الأخبار الموثوقة مسبقاً، ويتم معالجة ذلك بإزالة بعض الكلمات غير الضرورية واستخراج الميزات اللغوية في هذه المقالة أو في هذا الخبر ويتم ذلك بمساعدة برامج معالجة اللغة الطبيعية (NLP) وباستخدام ناقل (TF-IDF)، واختبار المقالة أو الخبر يتم مقارنة ميزاتها اللغوية بميزات الأخبار والمقالات الموثوقة المنشورة في المؤسسات والجهات التي يتم تسجيلها بالموثوقية، وبهذه الطريقة يتم اكتشاف الأخبار المزيفة باستخدام التعلم الآلي ويمكن تصنيفها على أنها أخبار مزيفة أو أخبار حقيقية⁽³⁾.

توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

إن توجه غرف الأخبار نحو تبني تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي يُعد مبعثاً للأمال ومثيراً للمخاوف في آن واحد بحسب المختصون، فيشير المتفائلون إلى أن الذكاء الاصطناعي يقدم فرصة كبيرة لتعزيز مهارات العاملين في المؤسسات الإعلامية عبر أتمتة المهام والأعمال اليومية الروتينية التي لا تحتاج إلى الإبداع بشكل كبير، وتساعدهم للتفرغ للأعمال والمهام الإبداعية التي يجب على الصحفيين التحلي بها، وتقدم هذه التقنيات خدمة تحليل البيانات والمعلومات من مصادر

(1) Tom Cassauwers, Can artificial intelligence help end fake news, (Horizon, 15, april, 2019) online 22/1/2023

<https://ec.europa.eu/research-and-innovation/en/horizon-magazine/can-artificial-intelligence-help-end-fake-news>

(2) Ibid.

(3) Apurva, Published in MLearning, (31, aug, 2021) online 24/1/2023

<https://medium.com/mllearning-ai/the-future-of-media-with-robotic-journalism-79cc9ecb68f1>

متنوعة، وتمكنهم من تحويل الكلمات المنطوقة ومقاطع الفيديو إلى نصوص، وتسريع عمليات التحرير الآلي وفقاً لسياسة التحرير المتبعة في المؤسسات الإعلامية، بينما يثير البعض مخاوف بشأن تقنيات الذكاء الاصطناعي وذلك لأنها تحتاج إلى إمكانيات مادية ولوجستية وفنية والتي تؤدي بدورها إلى تهديد مستقبل العديد من الصحفيين، فضلاً عن التحديات الأخلاقية والقانونية التي ترافق استخدام تلك التقنيات^(١).

وأصبحت خوارزميات الذكاء الاصطناعي اللاعب الأساس في غرف الأخبار الحديثة للمؤسسات الإعلامية سواءً أكانت وكالات أنباء أو صحف أو محطات إذاعية أو تلفزيونية، بحيث تُعد هذه التقنيات أمراً واقعاً في العديد من المؤسسات الإعلامية الأمريكية والأوروبية، والتي تستخدم هذه التقنيات بالفعل وتتميز بقدرتها على إنتاج المحتوى بشكل أسرع، وبأعداد أكبر مع عدم وجود تحيز أو ذاتية في كتابة القصص الإخبارية في غرف الأخبار التي تعتمد على تلك التقنيات، وهذا يؤدي إلى تحسين جودة الأخبار ودقتها، فضلاً عن التغلب على الأخبار المزيفة التي قد تمر على الصحفيين لكثرة وتشعب الأخبار ومصادرها^(٢).

ويُعد الذكاء الاصطناعي من التقنيات والتطبيقات الحديثة التي تعزز سهولة الإنتاج الإعلامي وسهولة القيام بالمهام الإعلامية والإخبارية في غرف الأخبار بالنسبة للمؤسسات الإعلامية التقليدية مثل وكالات الأنباء أو الصحف أو المحطات التلفزيونية، ويتطلب من الصحفيين امتلاك المزيد من الفهم لدعم وتعزيز قدرات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، إذ أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي لا يمكنها العمل من دون وجود الصحفيين الذين ينظمون عمل تلك الخوارزميات وتساعدهم على القيام ببعض المهام اليومية التي تستهلك الوقت والجهد من الصحفيين، واستخدمت العديد من المؤسسات الإعلامية التقليدية تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الخاصة بها، ومن أمثلة هذه المؤسسات (صحيفة نيويورك تايمز، صحيفة واشنطن بوست، ووكالة أنباء أسوشيتد برس، وقناة بي بي سي)^(٣).

لذا فقد تغيرت الواجبات اليومية للمراسل الصحفي أو المراسل التلفزيوني بمساعدة تقنيات وخوارزميات الذكاء الاصطناعي، إذ يقضي المراسلون وقتاً أقل من ما كانوا يقضونه داخل غرف الأخبار في نسخ البيانات ومتابعتها واستغلال الوقت المتاح في إجراء المكالمات ومتابعة العملاء عبر هذه البرمجيات، بحيث مكنت هذه التقنيات العاملين في غرف الأخبار من استغلال الوقت بشكل أمثل من خلال خاصية الكتابة الآلية للأخبار^(٤)، أو ما يطلق عليها "تقنية توليد اللغة الطبيعية" والتي تساعد على إنتاج آلاف القصص الإخبارية في غرف الأخبار من دون تدخل بشري، وتقوم تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي بعدة مهام في غرف الأخبار منها: الحصول على

(١) - عيسى عبد الباقي موسى، و احمد عادل عبد الفتاح، مرجع سابق، ص ٤.

(2) Anja Wölker and Thomas E Powell, Algorithms in the newsroom? News readers 'perceived credibility and selection of automated journalism, (sage journal, Volume 22, Issue1 January, 2021), pp 87-88.

(3) Mathias-Felipe de Lima-Santos and Wilson Ceron, Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook,(Journal Media vol1 , no3, 2022), p5.

(٤) عيسى عبد الباقي موسى، و احمد عادل عبد الفتاح، مرجع سابق، ص ٥٨.

تحذيرات مبكرة للأحداث والأخبار العاجلة، وإنشاء ملخصات قصيرة للأخبار من نص سردي طويل، فرز وتصنيف البيانات وتطبيقها على الأخبار، ونسخ الصوت من مقاطع الفيديو في الوقت الحقيقي، وكتابة عناوين للأخبار والقصص الإخبارية، وغيرها من المهام التي تساعد الصحفيين على أداء المهام الموكلة إليهم بسهولة كبيرة^(١).

مراحل التحقق من المعلومات في غرف الأخبار

تعتمد القنوات التلفزيونية على مرحلتين للتحقق والتثبت من الأخبار والمعلومات التي ترد إلى غرف الأخبار، وبالأخص التي ترد عبر وسائل الإعلام الرقمي، وهذه المراحل هي^(٢):

- ١- **مرحلة التحقق الموضوعي (العقلاني):** وهي المرحلة أو الطريقة التي يكون فيها الصحفي واعياً بطبيعة الأحداث ومجرياتها وتداعياتها وأطرافها لكي يكون قادراً على تمييز المضامين التي تم نشرها عبر وسائل الإعلام الرقمي والحكم على تلك المضامين والفيديوهات والصور ومعرفة مدى تطابقها مع مجريات الأحداث.
- ٢- **مرحلة التحقق التقني:** وهي مرحلة التحقق من المواد الصحفية من صور وفيديوهات ومقاطع صوتية باستخدام الأدوات التقنية والبرمجيات الذكية، ويعد هذا النوع من التحقق أحد التقنيات والأدوات التي تعتمد على تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي لمعرفة مصداقية وموثوقية المضامين التلفزيونية.

المبحث الثالث: انعكاس التزييف العميق في الإعلام الرقمي على مصداقية مصادر

الأخبار التلفزيونية من وجهة نظر العاملين في غرف الأخبار

أولاً: نتائج اجابات المبحوثين

اعتمد الباحث في دراسته الميدانية على اجابات المبحوثين من العاملين في غرف الأخبار التلفزيونية لغرض بناء تصوراتهم عن تأثير التزييف العميق في الإعلام الرقمي على مصداقية مصادر الأخبار التلفزيونية، وتتلخص نتائج الدراسة الميدانية فيما يأتي:

- ١- **توزيع الاستثمارات على القنوات:** توزعت استثمارات القائم بالاتصال على العاملين في الفضائيات العراقية بواقع ٣٨ استثماراً لقناة العراقية وبنسبة مئوية بلغت ٤٠,٤ %، بينما تم توزيع ٢٧ استثماراً لقناة أي نيوز وبنسبة مئوية بلغت ٢٨,٧ %، وتم توزيع ١٦ استثماراً استبيان لقناة الرابعة وبنسبة مئوية بلغت ١٧ %، أما قناة الرشيد فقد حصلت على ١٣ استثماراً وبنسبة مئوية بلغت ١٣,٨ %، ينظر جدول (١).

(1) - Aimee Rinehart and Ernest Kung, Artificial Intelligence in Local News A survey of US newsrooms AI readiness, (The Associated Press march, 2022), p3.

(2) عمر ابو عرقوب، نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها، (الدوحة: معهد الجزيرة للإعلام، ٢٠١٩م)، ص ١٧-١٨.

جدول (١) يبين توزيع الاستثمارات على القنوات

ت	القناة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
	العراقية	٣٨	٤٠,٤%	الأولى
	أي نيوز	٢٧	٢٨,٧%	الثانية
	الرابعة	١٦	١٧%	الثالثة
	الرشد	١٣	١٣,٨%	الرابعة
	المجموع	٩٤	١٠٠%	

٢- توزيع الاستثمارات على مهنة العاملين في غرف الأخبار: توزعت مهنة العاملون في غرف الأخبار التلفزيونية للقنوات موضع البحث بواقع (٥٥) محرراً ونسبتهم بلغت ٥٨,٥%، أما مهنة الأوتوميشن (مجهز المادة أو الوسائط) فقد بلغ عدد العاملون فيها في غرف الأخبار بواقع ١٨ شخصاً ونسبتهم ١٩,١%، أما سكرتير تحرير فقد بلغ عددهم ١٢ شخصاً ونسبتهم ١٢,٨%، بينما رئيس تحرير فقد بلغ عددهم ٥ شخصاً ونسبتهم ٥,٣%، أما مدير الأخبار فقد بلغ عددهم ٤ شخصاً ونسبتهم ٤,٣%، ينظر جدول (٢).

جدول (٢) يبين توزيع الاستثمارات على مهنة العاملين في غرف الأخبار

ت	المهنة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	محرر	٥٥	٥٨,٥%	الأولى
٢	اوتوميشن	١٨	١٩,١%	الثانية
٣	سكرتير تحرير	١٢	١٢,٨%	الثالثة
٤	رئيس تحرير	٥	٥,٣%	الرابعة
٥	مدير أخبار	٤	٤,٣%	الخامسة
	المجموع	٩٤	١٠٠%	

٣- تأثير التزييف العميق على مصداقية الأخبار التلفزيونية: بينت اجابات المبحوثين بشأن التساؤل (ما مدى تأثير التزييف العميق على مصداقية الأخبار التلفزيونية؟) أن ٤٣ مبحوثاً ونسبتهم ٤٥,٧% أكدوا أن التزييف العميق يؤثر بشكل كبير على مصداقية الأخبار التلفزيونية، بينما بين ٢٧ مبحوثاً ونسبتهم ٢٨,٧% أنه يؤثر إلى حد ما، أما من أشار إلى أن التزييف العميق لا يؤثر على مصداقية الأخبار بلغ عددهم ٢٤ مبحوثاً ونسبتهم ٢٥,٥%، ينظر جدول (٣).

جدول (٣) يبين مدى تأثير التزييف العميق على مصداقية الأخبار التلفزيونية

ت	التأثير	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	يؤثر بشكل كبير	٤٣	٤٥,٧%	الأولى
٢	يؤثر إلى حد ما	٢٧	٢٨,٧%	الثانية
٣	لا يؤثر	٢٤	٢٥,٥%	الثالثة
	المجموع	٩٤	١٠٠%	

٤- مدى انتشار التزييف العميق في وسائل الإعلام الرقمي: أوضحت اجابات المبحوثين بشأن التساؤل (ما مدى انتشار التزييف العميق في وسائل الإعلام الرقمي؟) أن ٦٧ مبحوثاً ونسبتهم

٧١,٣% أكدوا أنه ينتشر بشكل كبير، بينما أشار ٢٢ مبحوثاً ونسبتهم ٢٣,٤% أن التزييف العميق ينتشر إلى حد ما في وسائل الإعلام الرقمي، وبيّن ٥ مبحوثين ونسبتهم ٥,٣% أن التزييف العميق لا ينتشر في وسائل الإعلام الرقمي، ينظر جدول (٤).

جدول (٤) يبين مدى انتشار التزييف العميق في وسائل الإعلام الرقمي

ت	انتشار التزييف العميق	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	ينتشر بشكل كبير	٦٧	٧١,٣%	الأولى
٢	ينتشر إلى حد ما	٢٢	٢٣,٤%	الثانية
٣	لا ينتشر	٥	٥,٣%	الثالثة
	المجموع	٩٤	١٠٠%	

٥- مدى نشر الفضائيات العراقية للمضامين المزيفة: بينت اجابات المبحوثين بشأن التساؤل (هل سبق وأن نشرت الفضائيات التي تعمل بها للمضامين المزيفة؟) أن ٨٦ مبحوثاً ونسبتهم ٩١,٥% أكدوا لم تنشر مضمون مزيف، وأشار ٨ مبحوثين ونسبتهم ٨,٥% أن مؤسستهم نشرت مضمون لم يتم التأكد من صحته، بينما لم يؤكد أي مبحوثاً أن مؤسسته نشرت مضمون مزيف ونسبة ٠,٠%، ينظر جدول (٥).

جدول (٥) يبين مدى نشر الفضائيات العراقية للمضامين المزيفة

ت	نشر المضمون المزيف	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	لم تنشر مضمون مزيف	٨٦	٩١,٥%	الأولى
٢	نشرت مضمون لم يتم التأكد من صحته	٨	٨,٥%	الثانية
٣	نشرت مضمون مزيف	٠	٠%	الثالثة
	المجموع	٩٤	١٠٠%	

٦- أهداف الشخص الذي يجري عملية التزييف العميق: بينت اجابات المبحوثين بشأن أهداف الشخص الذي يجري عملية التزييف العميق أن ٣٦ مبحوثاً ونسبتهم ٣٨,٣% أشاروا إلى أهداف دعائية، بينما أشار ٢٤ مبحوثاً ونسبتهم ٢٥,٥% نحو خيار أهداف سياسية، أما خيار أهداف ترفيهية فقد أشار إليه ١٩ مبحوثاً ونسبتهم ٢٠,٢%، بينما حصل خيار حرب نفسية على تأييد ١٥ مبحوثاً ونسبتهم ١٦%، ينظر جدول (٦).

جدول (٦) يبين أهداف الشخص الذي يجري عملية التزييف العميق

ت	أهداف التزييف	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	أهداف دعائية	٣٦	٣٨,٣%	الأولى
٢	أهداف سياسية	٢٤	٢٥,٥%	الثانية
٣	أهداف ترفيهية	١٩	٢٠,٢%	الثالثة
٤	حرب نفسية	١٥	١٦%	الرابعة
	المجموع	٩٤	١٠٠%	

٧- اعتماد الفضائيات العراقية على تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي في كشف التزييف العميق: بينت اجابات المبحوثين أن ٨٩ مبحوثاً ونسبتهم ٩٤,٧% لا يعتمدون على تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي في كشف التزييف العميق، أما من يعتمد عليها إلى حد ما بلغ عددهم ٥ مبحوثين ونسبتهم ٥,٣%، بينما لم يحصل الخيار نعتد عليها بشكل كبير على أي تأييد ونسبة ٠%، ينظر جدول (٧).

جدول (٧) يبين مدى اعتماد الفضائيات على الذكاء الاصطناعي في كشف التزييف

ت	الاعتماد على الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	لا نعتد عليها	٨٩	٩٤,٧%	الأولى
٢	نعتد عليها إلى حد ما	٥	٥,٣%	الثانية
٣	نعتد عليها بشكل كبير	٠	٠%	الثالثة
	المجموع	٩٤	١٠٠%	

٨- تأثير التزييف العميق على مصداقية الأخبار التلفزيونية: بينت اجابات المبحوثين أن ٣٧ مبحوثاً ونسبتهم ٣٩,٤% أكدوا أن تأثير التزييف العميق على مصداقية الأخبار التلفزيونية هو عدم متابعة الأخبار التلفزيونية، بينما أشار ٢٥ مبحوثاً ونسبتهم ٢٦,٦% نحو الخيار عدم الثقة بالأخبار التي تنشرها القنوات التلفزيونية، أما الخيار البحث عن مصادر إخبارية أخرى حصل على تأييد ٢٣ مبحوثاً ونسبتهم ٢٤,٥%، وحصل الخيار عدم الاكتفاء بمتابعة النشرات الإخبارية على تأكيد ٩ مبحوثين ونسبتهم ٩,٥%، ينظر جدول (٨).

جدول (٨) يبين تأثير التزييف العميق على مصداقية الأخبار التلفزيونية

ت	تأثير التزييف العميق	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	عدم متابعة الأخبار التلفزيونية	٣٧	٣٩,٤%	الأولى
٢	عدم الثقة بالأخبار التي تنشرها القنوات التلفزيونية	٢٥	٢٦,٦%	الثانية
٣	البحث عن مصادر إخبارية أخرى	٢٣	٢٤,٥%	الثالثة
٤	عدم الاكتفاء بمتابعة النشرات الإخبارية	٩	٩,٥%	الرابعة
	المجموع	٩٤	١٠٠%	

٩- مقياس التحقق التقني من التزييف العميق في غرف الأخبار التلفزيونية: أظهرت اجابات المبحوثين بشأن مقياس التحقق التقني من التزييف العميق في غرف الأخبار التلفزيونية إلى رفض هذا التحقق أو المقياس من قبل العاملين في غرف الأخبار التلفزيونية، وهذا يشير إلى أن الفضائيات العراقية موضع البحث لا تعتمد على التحقق التقني لكشف التزييف العميق أو التحقق من المعلومة، بحيث تم رفض أغلب فقرات المقياس من خلال ترجيح الاتجاه (معارض) في أغلب فقرات المقياس، وذلك بحسب مؤشر متوسط الاهمية النسبية للوسط المرجح وبواقع ١,٥٣ وهو متوسط نسبي مرفوض أو غير مقبول من قبل المبحوثين، ينظر جدول (٩).

جدول (٩) يبين مقياس التحقق التقني من التزييف العميق في غرف الأخبار

ت	العبارات	موافق	محايد	معارض	الوسط المرجح	الاتجاه
	أكتشف التزييف العميق لأنني أتأكد من تاريخ نشر المضمون لأول مرة	٢٠	٣٠	٤٤	١,٧٤	معارض
	أكتشف التزييف العميق لأنني أبحث عن حجم ومقاسات الصور واسم ملتقطها	٢٤	٢٥	٤٥	١,٧٧	معارض
	نعتد في غرف الأخبار على برامج وتقنيات الذكاء الاصطناعي لاكتشاف التزييف العميق	٤	٣٠	٦٠	١,٤٠	معارض
	أكتشف التزييف العميق لأنني أقسم الفيديوهات إلى إطارات (فريمات) لمعرفة عملية التلاعب بالفيديو	١٨	٣٣	٤٣	١,٧٣	معارض
	أكتشف التزييف العميق من خلال معرفة أول من رفع هذه الوسائط على شبكة الانترنت	١٢	٢٨	٥٤	١,٥٥	معارض
	اعتمد على أدوات البحث عن الموضوعات الأكثر تداولاً في مواقع التواصل الاجتماعي لاكتشاف التزييف العميق	٥٥	٣٠	٩	٢,٤٨	موافق
	اعتمد على أدوات فلترة الأخبار والموضوعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة التزييف العميق	٢٠	٢٨	٤٦	١,٧٢	معارض
	اعتمد على موقع (Amnesty YouTube Dataviewer) للتحقق من صحة الفيديوهات المنشورة على موقع يوتيوب	٠	٠	٩٤	١	معارض
	معرفة التزييف العميق للصور بالاعتماد على أداة (Invid) للتحقق من الصور الرائجة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠	٠	٩٤	١	معارض
	اعتمد على أداة (Tineye) للكشف عن تزييف الصور من خلال معرفة مصدرها الأول والصور المشابهة لها وأن تم التعديل عليها	٠	٠	٩٤	١	معارض
	الوسط الحسابي الاجمالي				١,٥٣	معارض

١٠- مقياس التحقق الموضوعي من التزييف العميق في غرف الأخبار التلفزيونية: أظهرت

اجابات المبحوثين بشأن مقياس التحقق الموضوعي من التزييف العميق في غرف الأخبار التلفزيونية إلى قبول هذا التحقق أو المقياس من قبل العاملين في غرف الأخبار التلفزيونية، وهذا يشير إلى أن الفضائيات العراقية موضع البحث أو العاملون في غرف الأخبار يعتمدون على التحقق الموضوعي بشكل كبير لكشف التزييف العميق أو التحقق من المعلومات والأخبار الواردة، بحيث تم قبول أغلب فقرات المقياس من خلال ترجيح الاتجاه (موافق) في أغلب فقرات المقياس، بحيث حصل هذا المقياس على وسط حسابي اجمالي بواقع ٢,١٧ وهو وسط حسابي مقبول من قبل المبحوثين، ينظر جدول (١٠).

جدول (١٠) يبين مقياس التحقق الموضوعي من التزييف العميق في غرف الأخبار

ت	العبارات	موافق	محايد	معارض	الوسط المرجح	الاتجاه
	اراجع حسابات وصفحات المسؤولين لغرض التثبت من صحة الخبر	٩١	٣	٠	٢,٩٦	موافق
'	أكتشف التزييف العميق لأنني اراجع خلفيات الخبر وتداعياته والعناصر الفاعلة في الخبر	٨٢	٦	٦	٢,٨٠	موافق
'	اكتشف التزييف العميق من خلال الاستماع ومراجعة ما ينشره طرفي القصة الخبرية من مؤيدين ومعارضين	٤١	٣٣	٢٠	٢,٢٢	موافق
'	اكتشف التزييف العميق من خلال الربط المنطقي للأحداث والشخصيات الفاعلة في الحدث	٣٨	٣٠	٢٦	٢,١٢	موافق
'	اكتشف موثوقية الصور والفيديوهات من موثوقية الصفحات التي تنشرها ومدى مواكبتها للأحداث	٤٢	٣٢	٢٠	٢,٢٣	موافق
'	اتواصل مع الصحفيين والمراسلين في موقع الحدث لمعرفة موثوقية الخبر وموثوقية الصور والفيديوهات	٣٠	٥٢	١٢	٢,١٩	موافق
'	أكتشف التزييف العميق للصور والفيديوهات من خلال مراجعة البيئة والملابس والأماكن التي تظهر	١١	٣٥	٤٨	١,٦٠	معارض
'	أكتشف التزييف العميق من خلال التركيز على حركة الشفاه (Lipsing) وتوافقها مع الكلام	٤٧	٣٠	١٧	٢,٣١	موافق
'	مراجعة الزيارات الرسمية واللقاءات للشخصيات الفاعلة في الحدث	٤٢	٣٥	١٧	٢,٢٦	موافق
	أكتشف التزييف العميق لأنني أبحث عن مصدر الوسائل المنشورة	١٤	٣٤	٤٦	١,٦٥	معارض
	مراجعة المضامين المشابهة أو التي لها علاقة بالموضوع	١٢	٥٧	١٥	١,٦٢	معارض
	الوسط الحسابي الاجمالي				٢,١٧	موافق

ثانياً: نتائج فروض البحث

الفرض الأول: يؤثر التزييف العميق على طبيعة العمل داخل غرف الأخبار التلفزيونية.

اعتمد الباحث على التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي لجميع مفردات البحث في كيفية تأثير التزييف العميق على طبيعة العمل داخل غرف الأخبار التلفزيونية.

جدول (١١) يبين تأثير التزييف العميق على طبيعة العمل داخل غرف الأخبار

البدائل	التكرار	النسبة %	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية df	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
أثر على طبيعة التعامل مع المعلومة	٣٩	٢٦,٥	٢٤.٣٢	٥	١١.٠٧	دال
أثر على ثقتنا بمصادر الأخبار	٣٣	٢٢,٤				
دفعنا للبحث في مصادر الأخبار المختلفة	٢٨	١٩,١				
أثر على طبيعة التقنيات والأدوات المستخدمة	١٧	١١,٦				
زيادة الجهد والوقت للتأكد من المضامين	١٥	١٠,٢				
الاعتماد على البرامج أكثر من البشر	١٥	١٠,٢				
*١٤٧						المجموع

تبين نتائج جدول (١١) أن هناك فرق دال احصائيا في كيف يؤثر التزييف العميق على طبيعة العمل داخل غرف الأخبار التلفزيونية وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أعلى من الجدولية ولصالح أثر على طبيعة التعامل مع المعلومة، لذا يقبل الفرض القائل يؤثر التزييف العميق على طبيعة العمل داخل غرف الأخبار التلفزيونية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة احصائية في التحقق التقني للتزييف العميق وفقاً لمتغير القناة.

اعتمد الباحث على تحليل التباين الاحادي One Way Anova للكشف عن دلالة الفروق في التحقق التقني للتزييف العميق وفقاً للقناة.

جدول (١٢) يبين ايجاد الفروق في التحقق التقني للتزييف العميق وفقاً للقناة

الدلالة Sig	القيمة الفائية F المحسوبة	القيمة الفائية F الجدولية	متوسط المربعات M.S	درجة الحرية D.F	مجموع المربعات	مصدر التباين Source
غير دال	٠,٦٩	٣,١٥	٤,٣	٢	٨,٦٨	بين المجموعات
			٦,٢	٤٧	٢٩٤,٨	داخل

* ظهر المجموع أكثر من العينة لأن المبحوث يمكنه الاجابة على أكثر من خيار في هذا السؤال.

المجموعات					
				٤٩	٣٠٣,٥
الكلية					

تشير نتيجة جدول (١٢) الى أنه ليس هناك فرق دال احصائيا في التحقق التقني للترفيف العميق وفقاً لمتغير القناة، إذ بلغت القيمة الفائية المحسوبة (٠.٦٩) وهي أقل من القيمة الفائية الجدولية والبالغة (٣.١٥) عند مستوى (٠,٠٥) ودرجة حرية (٢-٤٧)، لذا يرفض الفرض القائل (توجد فروق ذات دلالة احصائية في التحقق التقني للترفيف العميق وفقاً لمتغير القناة).

الفرض الثالث: يعتمد العاملون في غرف الأخبار التلفزيونية على التحقق الموضوعي أكثر من اعتمادهم على التحقق التقني للمعلومات والأخبار.

لاختبار هذا الفرض اعتمد الباحث على المتوسطات الحسابية لمقياس التحقق التقني ومقياس التحقق الموضوعي والذي تمت اجابة العاملين عنه بشكل مباشر من خلال الاعتماد على المقياس الثلاثي (موافق، محايد، معارض)، ووضع الباحث وزن لكل اتجاه بحسب شدته (١-٣)، وبما أن الوسط الحسابي الاجمالي للتحقق الموضوعي ٢,١٧ وهو أكبر من المتوسط الحسابي للتحقق التقني ١,٥٣ وهذا يشير إلى قبول الفرض القائل (يعتمد العاملون في غرف الأخبار التلفزيونية على التحقق الموضوعي أكثر من اعتمادهم على التحقق التقني للمعلومات والأخبار).

❖ مناقشة النتائج

أظهرت نتائج اجابات المبحوثين تصورات ورؤى متباينة بشأن انعكاس التزييف العميق على مصداقية الأخبار التلفزيونية، وهذه التصورات هي:

١. بينت اجابات العاملين في غرف الأخبار التلفزيونية أنهم يعتمدون بشكل كبير على الإعلام الرقمي كمصدر للأخبار والمعلومات وهذا يجعلهم على حذر دائم ومستمر بسبب وجود المضامين المزيفة عبر تلك الوسائل.
٢. تشير اجابات العاملون في غرف الأخبار أن التزييف العميق يؤثر بشكل كبير على مصداقية الأخبار التلفزيونية ويقلل من ثقة الجمهور بالفضائيات كمصدر للأخبار.
٣. أكدت النتائج أن وسائل الإعلام الرقمي بيئة صالحة لنشر المضامين المزيفة وغير موثوقة، كما أن أكثر المضامين عرضة للتزييف العميق في الإعلام الرقمي هي الصور وبعدها الفيديوهات.
٤. تشير النتائج إلى أن الفضائيات العراقية لا تعتمد على تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار لغرض كشف التزييف العميق أو لغرض انتاج المضامين بواسطة الآلة أو البرامج.
٥. أشار أغلب العاملين في غرف الأخبار التلفزيونية أن استخدام الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار يقلل من التزييف العميق بشكل كبير.

٦. يؤثر التزييف العميق على مصداقية الأخبار التلفزيونية من خلال عدم متابعة الأخبار التلفزيونية وعدم ثقة الجمهور بالأخبار التي تنشرها القنوات التلفزيونية.
٧. يعتمد العاملون في غرف الأخبار التلفزيونية على التحقق الموضوعي أكثر من اعتمادهم على التحقق التقني للمعلومات والأخبار والمضامين التي تصلهم من المصادر المختلفة.

❖ الاستنتاجات

يستنتج الباحث من خلال النتائج التي تحصل عليها العديد من الاستنتاجات من أبرزها:

- ١- يتداول مستخدمو الإعلام الرقمي عدد كبير من المضامين المزيفة والتي تؤثر بشكل كبير على مصداقية الأخبار بشكل عام وموثوقيتها.
- ٢- لا تعتمد الفضائيات العراقية على الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار التلفزيونية وهذا يجعلها لا تواكب التطورات الفنية والتقنية التي بدأت تعتمد عليها الفضائيات العالمية.
- ٣- لا تتأثر القنوات التلفزيونية بالتزييف العميق إذا اعتمدت على تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.
- ٤- يراجع العاملون في غرف الأخبار التلفزيونية المضامين والأخبار التي يحصلون عليها من وسائل الإعلام الرقمي بشكل موضوعي من خلال التعرف على طبيعة الموضوع والشخصيات الفاعلة في الخبر.
- ٥- إن البيئة الفنية والتقنية المعمول فيها داخل القنوات العراقية لا تتلائم مع تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي.

❖ قائمة المراجع

١. أحمد الجدي، استخدام الذكاء الاصطناعي في غرفة أخبار الجزيرة للتصدي للأخبار الزائفة(الدوحة: معهد الجزيرة للإعلام، ٢٠٢١م).
٢. البرنامج الوطني للذكاء الاصطناعي، دليل التزييف العميق، (الامارات: البرنامج الوطني للذكاء الاصطناعي، ٢٠٢١م).
٣. عمر ابو عرقوب، نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها، (الدوحة: معهد الجزيرة للإعلام، ٢٠١٩م).
٤. عيسى عبد الباقي موسى، و احمد عادل عبد الفتاح، اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية،(القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ٢٠٢٠م).
٥. لامية طالة، الصورة الإعلامية وإشكالية المصداقية في عصر التزييف العميق: قراءة في بعض الأمثلة العربية، (الجزائر: المجلة الجزائرية للأمن الإنساني المجلد ٧ العدد ١، ٢٠٢٢م).

References

6. Ahmed Al-Jeddi, Using Artificial Intelligence in Al-Jazeera Newsroom to Address Fake News (Doha: Al-Jazeera Media Institute, 2021).
7. Aimee Rinehart and Ernest Kung, Artificial Intelligence in Local News A survey of US newsrooms AI readiness, (The Associated Press march, 2022).
8. Anja Wölker and Thomas E Powell, Algorithms in the newsroom? News readers 'perceived credibility and selection of automated journalism, (sage journal, Volume 22, Issue1 January, 2021).
9. Apurva, Published in MLearning, (31, aug,2021) online 24/1/2023 <https://medium.com/mllearning-ai/the-future-of-media-with-robotic-journalism-79cc9ecb68f1>
10. Brian Dolhansky et.al, The Deepfake Detection Challenge (DFDC) Preview Dataset, (Computer Vision and Pattern Recognition, 10,23, 2019).
11. Chandell Gosse and Jacquelyn Burkell, Politics and porn: how news media characterizes problems presented by deepfakes.(Critical Studies in Media Communication, vol.10, no.24, 2020).
12. Chia-MuYu et.al, Detecting Deepfake-Forged Contents with Separable Convolutional Neural Network and Image Segmentation, (Computer Vision and Pattern Recognition,vol.19, no.10, 2019).
13. Issa Abdel-Baqi Moussa and Ahmed Adel Abdel-Fattah, Attitudes of Journalists and Leaders towards Employing Artificial Intelligence Technologies within the Newsrooms of Egyptian Journalistic Institutions, (Cairo: Egyptian Journal of Public Opinion Research, 2020).
14. Lamia Tala, The Media Image and the Problem of Credibility in the Age of Deep Falsification: A Reading in Some Arabic Examples (Algeria: Algerian Journal of Human Security, Volume 7, Issue 1, 2022).

15. Mathias-Felipe de Lima-Santos and Wilson Ceron, Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook, (Journal Media vol1 , no3, 2022).
16. Omar Abu Arqoub, The model of smart newsrooms and the use of modern means of communication in them (Al-Doja: Al-Jazeera Media Institute, 2019).
17. Siwei Lyu, Detecting ‘deepfake’ videos in the blink of an eye, The Conversation, online 22/1/2023. <https://theconversation.com/detecting-deepfake-videos-in-the-blink-of-an-eye-101072>
18. Stamatis Karnouskos, Artificial Intelligence in Digital Media: The Era of Deepfakes, (IEEE Transactions on Technology and Society, vol1, no3, 2020).
19. Thanh Thi Nguyen and et.al, Deep learning for deepfakes creation and detection: A survey, (Computer Vision and Image Understanding , Volume 223 October, 2022).
20. The National Program for Artificial Intelligence, The Deep Fake Guide, (UAE: The National Program for Artificial Intelligence, 2021).
21. Tom Cassauwers, Can artificial intelligence help end fake news, (Horizon, 15, april ,2019) online 22/1/2023 <https://ec.europa.eu/research-and-innovation/en/horizon-magazine/can-artificial-intelligence-help-end-fake-news>