

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

## **توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في**

### **دعم مدققي الحقائق الاستقصائيين: دراسة ميدانية**

## **Employing Artificial Intelligence Applications to Support Investigative Fact-Checkers: A Field Study**

م.د احمد محمد صادق

Assistant Professor Ahmed alsadeq

كلية العلوم الانسانية / جامعة بلاد الرافدين

College of Humanities / University of Mesopotamia

Email: [ahmedsadiq290@gmail.com](mailto:ahmedsadiq290@gmail.com)

### **مستخلص**

يتناول البحث رصد أهمية تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في دعم مدققي الحقائق الاستقصائيين وتشخيص فائدتها في تدقيق الحقائق في الصحافة الاستقصائية وتتلخص مشكلته في محاولة فهم طبيعة دور التطبيقات في دعم العمل الصحفي الاستقصائي في المؤسسات الصحفية العربية، ويصنف البحث ضمن البحوث الوصفية التي تتخذ من المسح الميداني منهجاً لها بالاعتماد على الاستبانة التي جرى توزيعها على عينة من (٣٤) مبحوثاً من مدققي الحقائق في المؤسسات العربية المعنية بالتحقيقات الاستقصائية، بطريقة عينة كرة الثلج، وقد توصل الباحث الى مجموعة من الاستنتاجات اهمها ان مدققي الحقائق لا يعتمدون على تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل كلي، وان الفيسبوك وتيليجرام لا يزالان يشهدان رواجا للمعلومات المفبركة والمزورة و ان القائمين على الفبركة والتزوير وزعوا اهتمامهم على اكثر من قطاع، وان تخصص تدقيق الحقائق لم يستقل بذاته عن التخصصات الأخرى بشكل منفصل حتى الآن، كما ان المؤسسات الصحفية التقليدية غير قادرة على تطوير طواقمها الصحفية.

**كلمات مفتاحية :** (الذكاء الاصطناعي، مدققو الحقائق، الصحافة الاستقصائية، التطبيقات الذكية)

### **Abstract**

The research deals with monitoring the importance of artificial intelligence applications and their role in supporting investigative fact-checkers. Its problem is summarized in trying to understand the mechanism of employing applications in supporting the Arab investigative journalist. It is classified among descriptive research that adopts a field survey as its methodology, relying on the questionnaire that was distributed to a sample of (34) respondents, using the snowball sample method. The researcher reached a set of conclusions, the most important of which is that fact-checkers do not rely on artificial intelligence applications completely, that Facebook and Telegram are still witnessing a spread of fabrication, and that the specialty of fact-checking has not yet become independent, and that traditional journalistic institutions are unable to develop their journalistic teams.

**Keywords:** (artificial intelligence, fact-checkers, investigative journalism, smart applications).

#### مقدمة

يشهد العالم تحولا تقنيا كبيرا في الفنون الصحفية فمع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي ومع كثافة المنتج الاتصالي وتعدد مواقع النشر والمدونين، وفي ظل كثافة المحتوى الاتصالي ارتفع مؤشر الفبركة والتزييف وتضليل المتلقي عن طريق نشر محتوى زائف او احتيالي، ولما كانت الصحافة الاستقصائية النموذج الاكثر ريادة في العمل الصحفي والاكثر الزاما بمعايير الدقة والحرفية في التعامل مع المعلومات الصحفية، تزايدت الحاجة الى ادخال مهارات تدقيق الحقائق الى هذا القطاع الحيوي وغيره من المؤسسات الصحفية وكذلك العمل على ادخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتسهيل العمل وتسريعه وضمان الدقة والموثوقية.

سعى الباحث الى التعرف الى اهمية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل مدققي الحقائق في المؤسسات الصحفية العربية وانماط عملهم والصعوبات التي تعترض سير العملية التحقيقية، مستدلا عليهم بصورة تدريجية تتبعية في دول الانتشار الصحفي الاستقصائي، مستعينا بالاستبانة في الوصول الى المعلومات الخاصة بعملهم والصعوبات التي تعترضه.

يقع البحث في ثلاثة مباحث رئيسة خصص الاول منها للإطار المنهجي متضمنا شرح المشكلة والتساؤلات وتوصيف مجتمع البحث وعينته وادواته ومجالاته واجراءاته، فيما خصص المبحث الثاني بالإطار النظري متضمنا شرح المتغيرات الرئيسية والفرعية للبحث، فيما خصص المبحث الثالث بالإطار العملي الذي سلط الضوء على دور مدققي الحقائق في دعم التحقيقات الاستقصائية بأنماطها الحديثة، ضم البحث (١٨) جدولا وملحقا واحدا ، ويطمح الباحث ان يشكل اسهامة نوعية في رفد المكتبة العلمية العربية .

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الإنكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

## المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته

تتجسد مشكلة البحث في محاولة الباحث الكشف عن دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في دعم مدققي الحقائق في دعم العمل الصحفي الاستقصائي، ففي غمرة العمل وجمع البيانات قد يغفل الصحفيون الكثير من الخطوات أو قد تمر بين أيديهم الكثير من المعلومات المغلوطة أو المضللة أو المشوهة أو معلومات أخرى تقع خارج الاختصاص مما يستدعي وجود حارس بوابة يقوم بفلترة المعلومات والحقائق باستعمال أدوات وبرامج خاصة للتدقيق، وقد وضع الباحث تساؤلاً رئيساً مفاده : كيف يتم توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل مدققي الحقائق في دعم مراحل عمل الصحفي الاستقصائي ؟ وتنبثق من هذا التساؤل تساؤلات فرعية أخرى هي :

١. ما فائدة تدقيق الحقائق في الصحافة الاستقصائية ؟
٢. هل يعتمد مدققي الحقائق على تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل كلي أم جزئي؟
٣. ما المعوقات التي تعترض عمل مدققي الحقائق في التعامل مع التحقيقات الاستقصائية؟
٤. هل يعتمد مدققي الحقائق على تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل كلي أم جزئي؟
٥. ما أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المعتمدة لدى مدققي الحقائق ؟
٦. ما أبرز التطبيقات السائدة ؟

### ثانياً: أهمية البحث

تتجلى أهمية البحث في نقاط عدة أهمها :

١. أهميته للباحث : يسهم هذا البحث في تعميق المعرفة بقطاع الصحافة الاستقصائية التي تشهد نمواً متسارعاً وتدخلها فاعلاً لأدوات جديدة وتحديات جديدة أيضاً مما يستدعي اتباع طرق جديدة لتسريع وتيرة العمل وترصينه.
٢. أهميته لحقل الاختصاص : يسهم هذا البحث في تقريب الصورة أمام الصحفيين الاستقصائيين للعمل مع مدققي الحقائق في سبيل الحد من الأخطاء ومنع تسرب المعلومات المضللة والخاطئة للجمهور .
٣. أهميته للمكتبة العلمية : يعد هذا البحث إضافة علمية جديدة نظراً لحدائث المفاهيم التي يتناولها وأهمية الاختصاص الذي يتطرق له .

### ثالثاً: أهداف البحث

١. تشخيص فائدة تدقيق الحقائق في الصحافة الاستقصائية.
٢. بيان وظائف مدققي الحقائق في العمل الصحفي الاستقصائي.
٣. الوقوف على المعوقات التي تعترض عمل مدققي الحقائق في التعامل مع التحقيقات الاستقصائية.
٤. معرفة ما إذا كان مدققي الحقائق يعتمدون على تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل كلي أم جزئي.

## الدكتور أحمد محمد صادق

٥. التعرف الى ابرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المعتمدة لدى مدقي الحقائق.

٦. التعرف على التطبيقات الساندة للذكاء الاصطناعي .

### رابعاً: منهج البحث

يقع هذا البحث ضمن البحوث الوصفية معتمدا اداة المسح لوصف الظاهرة وتحديدّها.

### خامساً: ادوات البحث:

استعمل الباحث اداة الاستبانة الالكترونية لسحب المعلومات من عينة البحث نظرا لكفاءتها وسرعة ادائها ودقتها.

### سادساً: مجتمع البحث وعينته:

١. مجتمع البحث : يشتمل مجتمع البحث على جميع مدقي الحقائق العاملين لدى المؤسسات الصحفية التي تعنى بالصحافة الاستقصائية.

٢. عينة البحث : ضمت عينة البحث (٣٤) مبحوثا من مدقي الحقائق العاملين لدى المؤسسات الصحفية المعنية بالصحافة الاستقصائية في المنطقة العربية، بطريقة عينة كرة الثلج.

### سابعاً: مجالات البحث

١. المجال الزمني : المدة من ( ١ ) ولغاية ٢٥ شباط/ فبراير ٢٠٢٥م).

٢. المجال البشري : عينة قوامها (٣٤) مبحوثا يمثلون مدقي الحقائق العرب .

٣. المجال المكاني : الدول العربية التي تشهد انتشارا للصحافة الاستقصائية وهي كل من (مصر، لبنان، سوريا، العراق، تونس، الجزائر، المغرب، السودان، الاردن، فلسطين، ليبيا)

٤. المجال الموضوعي : يتمثل المجال الموضوعي بتدقيق الحقائق الصحفية بمفهومه العامة وتفرعاته وعلاقته بالصحافة الاستقصائية.

### ثامناً: اجراءات البحث

١. اختيار العينة : تم اختيار عينة قوامها ٣٤ مبحوثا يمثلون مؤسسات صحفية عربية وتم تطبيق عينة كرة الثلج وهي من العينات غير الاحتمالية نظرا لصعوبة التواصل المباشر معهم فضلا تباعد اماكن اقامتهم كما سيرد في الجداول المبينة لخصائص العينة.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

٢. تصميم اداة البحث : تم تصميم استمارة استبانة (\*) ضمننت اسئلة متنوعة تهدف لإيجاد اجابات واضحة عن تساؤلات البحث وتحقيق اهدافه.

٣. الصدق والثبات :

أ. الصدق : تم تصميم استمارة فقرات متضمنة فئات التحليل الرئيسة والفرعية وتم عرض الاستمارة على اساتذة عدد ٣ في حقل الاختصاص(\*\*) وجرت مطابقة التقييم بين الاستمارة الاصلية والتعديلات وفق معامل بيرسون الاحصائي (٩٣%).

١. الثبات : اختار الباحث طريقة اعادة الاختبار وهي طريقة لتقويم مدى ثبات الاداة عن طريق تطبيقها في مدتين زمنيتين مختلفتين مع مراعاة الظروف المصاحبة للتطبيق وتكرار بنود الاداة نفسها.

وطبقا لذلك جرت اعادة فحص (١٠) بالمئة من العينة على فئات الاستمارة ذاتها بعد مرور شهر من تاريخ التحليل وجرى فيها اعتماد العينة العشوائية المنتظمة في اختيار العينة المصغرة المراد اعادة فحصها وجاءت النتائج (٨٨%) ويعد هذا المعامل عاليا في القياسات الاحصائية يدل على ثبات النتائج واستقرارها.

تاسعا: تعريف بالمصطلحات

١. الصحافة الاستقصائية: هي نمط متقدم من انماط العمل الصحفي يقوم على اساس التحري والنقصي العمق لقضايا هامة اختفى جزء منها او كلها بفعل فاعل او تحت ركام فوضوي من الاحداث، يتبع الصحفيون الاستقصائيون اساليب ومهارات خاصة في التنقيب عن الحقائق وعرضها كاملة دون انحياز.

٢. مدقق الحقائق: هو صحفي او مساعد صحفي يقوم بتقييم وتدقيق الحقائق التي قام الصحفي بجمعها باتباع خطوات منهجية محددة بهدف التوصل الى صدقية هذه الحقائق تمهيدا لاعتمادها في التحقيقات الاستقصائية.

٣. الحقائق الصحفية: هي مجموعة الادلة والبيانات التي توصل اليها الصحفي كالوثائق والاحصاءات ومقاطع الفيديو والصور والتسجيلات التي تمثل عماد التحقيق واسس تكوين القناعة لدى المتلقي.

(\*) ملحق رقم (١).

(\*\*) تم عرض الاستبانة على الخبراء المحكمين :

١. ا.د. سهام الشجيري / كلية الاعلام / جامعة بغداد

٢. ا.د. ابراهيم نعمة محمود / كلية الاعلام / جامعة الرافدين

٣. ا.م.د. نصيف جاسم حمدان / كلية الاداب / جامعة الأمين

٤. **الذكاء الاصطناعي** : هو تقنية حديثة يشترك فيها الانسان مع الحاسوب عبر تطبيقات تضم ملايين المستخدمين وتقوم على تشبيك البيانات ومقاطعها لانجاز المهام البشرية بكفاءة وسرعة عاليتين باستعمال برامج خاصة تزيد من كفاءة العمل وسرعته.

عاشرا: **الدراسات السابقة** : لم يعثر الباحث على اي دراسة سابقة مماثلة في ضوء اطلاعه.

## المبحث الثاني : تدقيق الحقائق - مقارنة في المفهوم والوظيفة

### اولا: تدقيق الحقائق

يعدّ تدقيق الحقائق جزءاً أساسياً من أي شكل من أشكال الصحافة، بما في ذلك صحافة الموبايل. وليس من الضروري أن تكون مدققاً محترفاً للتحقق من دقة المعلومات التي تقدمها – فما عليك سوى اتباع هذه الخطوات البسيطة: (IJNET، ٢٠٢٢)

١. الاطلاع أولاً على ما تقوله مصادر الأخبار الموثوقة حول القصة، فعلى الأغلب أن المنشورات التي لديها فرق متخصصة بتدقيق الحقائق قد تحققت بالفعل من الأسئلة التي قد تطرحها حول مسألة معينة.

٢. البحث عن المعلومة باستخدام جوجل، فقد يفاجئك عدد الحقائق أو مقالات الشرح التي نجدها حول قصة أو مسألة ما من خلال بحث بسيط عبر الإنترنت.

٣. الاطلاع على ما نشره بالفعل صحفيون آخرون حول الموضوع، وخاصة عبر مصادر الأخبار الموثوقة.

٤. محاولة ايجاد ما لا يقل عن مصدرين لكل معلومة تستخدمها، وابحث عن أي تناقضات أو حقائق متضاربة بينهما.

٥. التحقق من مكان تصوير الفيديو وقارنه بصور أو فيديوهات أخرى من نفس المنطقة، وذلك للتأكد مما إذا كان تم تصويره في الموقع المذكور.

٦. أما مع الصور الثابتة، يمكن استخدام بحث جوجل العكسي وإعادة رفع الصورة عبر محرك البحث. وسوف يمكننا ذلك من العثور على المواقع الأخرى التي تستخدم الصورة أو حتى المصدر الأصلي لها.

### ثانيا: مدقّقو الحقائق وفيض المعلومات

سمح انتشار الإنترنت، ولا سيما بفضل الهاتف الخليوي، للمواطنين العاديين بأن يتحوّلوا إلى مراسلين يُشاركون الأخبار اليومية من خلال نشر صور ومقاطع فيديو الأحداث التي يشهدون وقوعها. لكنّ المشكلة تكمن في أنّ المحتوى الذي تتم مشاركته على شبكة الإنترنت، يتضمّن أيضاً معلومات كاذبة تستحقّ أن يتمّ إثبات صحتها.

## وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

### الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

وحتى لو كانت تُشكّل جزءاً صغيراً مما ينشره مستخدمو الإنترنت في كافة أنحاء العالم، فإن عملية التحقق من المعلومات هائلة. الوضع يتكرّر في كافة دول العالم. فالأخبار الكاذبة تجتاح الولايات المتحدة، والبلدان الأفريقية أيضاً، كما تنتشر في أوروبا بقدر ما هي سائدة في الشرقين الأدنى والأوسط. يختلف الوضع بعض الشيء في العالم العربي، حيث لا يزال المشهد الإعلامي، على الرغم من تنوّعه الشديد، يخضع لسيطرة الحكومات الاستبدادية المعادية لحرية الإعلام. (cfi) المركز الدولي لمساعدة الصحفيين ، ٢٠٢١)

### ثالثاً: وظيفة مدقق الحقائق

كل من يقوم بمهام تدقيق الحقائق – مدقق حقائق مستقل، أو عضو في فريق مشروع استقصائي، أو الصحفي نفسه – عادةً ما يستخدم جدولاً زمنياً بخطوات معيّنة. على سبيل المثال، إذا كنت تعمل في غرفة أخبار مع مدقق حقائق، فقد تسير العملية على النحو التالي: عندما يكون لديك مسودة جاهزة، فإنك تشاركها مع مدقق الحقائق، إلى جانب مصادرك وملاحظاتك وأي شيء آخر استخدمته للإبلاغ عن القصة. ما لم تتبع غرفة الأخبار التحقق من الحقائق “على طريقة المجلات” حيث يتم التحقق من كل جزء من الحقائق، فقد يتحدث مدقق الحقائق مع المراسل لمناقشة أقسام القصة التي يجب مراجعتها ، وكيف سيتم ذلك.

بمجرد اكتمال تدقيق حقائق القصة، سيقوم مدقق الحقائق بالإبلاغ عن التغييرات التي يراها ضرورية ويرفق معها أسبابها، ويمكن لمحرري القصة تحديد التغييرات المناسبة. بعد ذلك، تنتقل المسودة النهائية إلى القسم القانوني (أو في بعض الأحيان، قد تقوم الإدارة القانونية بمراجعة المسودة قبل الانتهاء من تدقيق الحقائق) ، ثم إلى مكتب المحتوى قبل نشرها. (إلبا 2022 ,

### رابعاً: الصحافة الاستقصائية في المنطقة العربية

عرف دليل اليونسكو للتحقيقات الصحفية Story-Based Inquiry الصحافة الاستقصائية بأنها “تكشف النقاب عن مسائل تهمّ العموم، كانت تخفيها عن قصد جهة ذات سلطة، أو يحجبها دون قصد ركام فوضوي من المعلومات والظروف التي تؤدي إلى الالتباس، وذلك بالاعتماد على مصادر وسجلات قد تكون سرية أو علنية.”

أما رابطة الصحافة الاستقصائية (VVOJ) التي تنشط في بلجيكا وهولندا) فتعرف الاستقصاء الصحفي باختصار على أنه “صحافة نقدية معمقة.”

تعرف الصحافة الاستقصائية أحياناً بصحافة العمق، أو صحافة الابتكار، أو صحافة المشاريع، لكن من الخطأ أن تخط بالتسريبات، وتلك صحافة تتمثل في الانفراد الإخباري المبني على وثائق أو معلومات يسربها في العادة أشخاص في مواقع سلطة ونفوذ.

## الدكتور أحمد محمد صادق

الصحافة الاستقصائية لدى أكثر المدربين خبرة تقوم على منهجية متينة، واعتماد كثيف على المصادر الأصلية، وعلى وضع فرضية واختبارها، وعلى استخدام نظام محكم للتحقق<sup>(١)</sup>.

### خامساً: المعلومات التي تحتاج تدقيقاً

يستهدف مدققو الحقائق خطوات الصحفي الاستقصائي في انجاز تحقيقه والنتائج المعلوماتية الذي حصده وهي كالآتي :

١. التحقق من الصور والفيديوهات وأيضاً التأكد أنّ الـ captions (شرح الصورة) يعكس محتوى الصور والفيديوهات بدقة، ويذكر بدقة تاريخ النقاط الصور ومكانها واسم المصور والمصدر.

ففي تحقيقات الفيديو، يجب على مدقق/ة المعلومات التأكد من مراعاة الصحفي للملكية الفكرية في اللقطات والصور والموسيقى المستخدمة.

٢. التأكد من حصريّة الصور ونسبها لملقط أو مالك الصورة

٣. التحقق من أن الصور والفيديوهات لم يتم توليدها باستخدام الذكاء الاصطناعي من دون علم وموافقة المشرف ورئيس التحرير وذكر ذلك في التحقيق أو التقرير.

٤. التأكد من أن الصحفي/ة، لم يقوم بنسخ ولصق أي معلومات من وسائل إعلامية أخرى، أو سرقة أي محتوى مهما كان.

٥. التأكد من أن الصحفي/ة قام بتنفيذ كل "مقابلات المواجهة" مع الجهات المعنية في التحقيق، أو أنه حاول إجراء المقابلة.

٦. التحقق من سياق القصة، والتأكد من أنه لا يحتوي أي تضليل، مبالغة في الوصف والطرح أو ربط وتحليل خاطئ.

٧. الاستعداد لتدقيق التحقيق أو التقرير، من خلال إجراء بحث أولي خاص عن الموضوع، ثم قراءة التحقيق والتقرير ثلاث مرات على الأقل مسبقاً، ومعرفة تفاصيل وسياق البلد التي تنتمي إليه.

٨. مراجعة عملية تدقيق المعلومات مرتين على الأقل بعد الانتهاء من التدقيق الأولي، للتأكد من عدم نسيان أو تجاهل أي معلومة أو خطأ في التحقيق، مع الالتزام بالمدة المتفق عليها لإنهاء عملية التدقيق.<sup>(٢)</sup>

(١) ديفد كابلان، الصحافة الاستقصائية و استراتيجيات الدعم، (واشنطن: مركز المساعدة الإعلامية الدولية، ٢٠١٣) ص ١٠.

(٢) شبكة أريج للصحافة الاستقصائية، منهجية تدقيق المعلومات ما قبل النشر، موقع اعلاميون من اجل صحافة استقصائية عربية، متاح على الرابط : <https://2h.ae/yewy> تاريخ الاسترجاع ٢٠٢٥-١٢-٢٥

## وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

سادسا: المهارات الواجب توافرها لدى مدققي الحقائق

يبدو أن مهمة التحقق من الأخبار الزائفة ستظل مرهونة بجهود بشرية تبحث وتدقق، إلى أن يزيل العلماء الكثير من العقبات أمام الذكاء الصناعي، فقد أكد مارك زوكربيرغ في أحاديث إعلامية حول قدرات الذكاء الصناعي، أن «الأمر ليس بعيد المنال، وأن (فيسبوك) يستخدم كلمات محددة للتقريب وكشف الأخبار الزائفة؛ لكن الأمر ليس بهذه السهولة، ويجب أن تطور قدرات الذكاء الاصطناعي على تصنيف المعلومات المغلوطة من المعلومات الصحيحة، وهذا يعني العمل لتطوير نظام تقني يتتبع ما يمكن أن يعتبره الناس أخبارا زائفة قبل أن يعتبروه كذلك بالفعل. هناك مواقع باتت تكشف زيف واستنساخ المحتوى عبر البحث عن الكلمات المتطابقة لكن إذا كان مصدر الأخبار الزائفة» شخصا يمتلك حساباً على موقع تواصل اجتماعي، فإن دحض الشائعة يتطلب بحثاً بشرياً عن الأمر<sup>(١)</sup>.

سابعا: المؤسسات والمواقع المعنية بتدقيق الحقائق

تهدف منصات "تدقيق الحقائق" إلى رفع مستوى الوعي السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي لأفراد المجتمع لجعلهم أفراداً فاعلين، وإلى زيادة مناعتهم ضد المعلومات المضللة والشائعات، وجعلهم أكثر قدرة على مساءلة الادعاءات التي يسمعونها ويرونها قبل أن يصدقوها وينشروها. وانطلاقاً من هذه الأهداف، بادرت مجموعات شبابية مختلفة في الأردن وسوريا ومصر ولبنان (٤) وقطر خلال السنوات الخمس الماضية بإطلاق مواقع و منصات تحت مسمى (Fact-checking) تفحص ما يُنشر في وسائل الإعلام بشكل عام، وعلى مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص. ولكن يواجه القائمون على هذه المبادرات معوقات وتحديات تحول بينهم وبين تحقيق أهدافهم، فمن خلال إلقاء نظرة فاحصة على المشاريع العربية، ومقارنتها بمشاريع أخرى من نفس النوع حول العالم، نرى أن هناك قصوراً في طريقة التنفيذ<sup>(٢)</sup>.

إضافة إلى ما تقدم نشرت الشبكة الدولية لدعم الصحفيين مجموعة من المواقع والمؤسسات الخاصة بتدقيق الحقائق حول العالم والتي تقدم خدمات مجانية لجميع الصحفيين وهي<sup>(٣)</sup>:

١. أداة **DECODEX** التابعة لصحيفة لوموند الفرنسية " أنشأت، في الأول من شباط ٢٠١٧ للمساعدة على تمييز المعلومات الصحيحة من تلك الكاذبة، ويمكن إدخال المواقع الإلكترونية عبر خانة لهذه الخاصية فيعطي "ديكودكس" جواباً عما إذا كان الموقع المذكور موثقاً به.

(١) نورة عبدالهادي الدسوقي، الذكاء الاصطناعي في مواجهة الاخبار الزائفة، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٢٣م)، ص ١٧٤.

(٢) ربي ابي سلمى، "تدقيق الحقائق" في العالم العربي.. صحفيون في حقل ألغام، ( الدوحة: مجلة الجزيرة للإعلام، ٢٠٢٠) ص ٣

(٣) المركز الدولي لدعم الصحافة الاستقصائية Gijin، مواقع وتطبيقات لتدقيق الحقائق، متاح على الرابط: <https://2h.ae/ivBH> تاريخ الاسترجاع ١٨-١-٢٠٢٥.

٢. موقع Check News التابع لجريدة ليبراسيون (Libération) الباريسية وهو أول موقع للتحقق من الاخبار في خدمة مستخدمي الإنترنت ويمكن تقديم سؤال مباشر لصحفي خدمة Désintox ، لكشف ما هو حقيقي أو زائف .

٣. فيسبوك أطلق حملة دعائية تهدف إلى تثقيف ما يقدر بـ ٦.١ مليون مستخدم على تحديد الاخبار الوهمية وتقديم ادوات جديدة تساعد على كشف المحتوى غير الصحيحة.

٤. مبادرات جوجل لدعم الصحافة "الموضوعية"، ومحاربة نشر الأخبار الخاطئة والتي استثمرت فيها ٣٠٠ مليون دولار أميركي لدعم المنظمات الناشئة المتخصصة بتدقيق الحقائق.

وهناك مواقع احترافية اخرى تقدم خدماتها للصحفيين مثل :

١. منصة "تأكد" لتصحيح الأخبار في سوريا.

٢. مواقع التحقق من الصور مثل موقع Tineye ، وموقع izitr ، و google images

٣. برنامج Jeffrey's Exif viewer لاستخراج بيانات الصور، عن طريق البدء بتحميل الصورة أو لصق رابطها مباشرة على الموقع، يستخدم للكشف عن بيانات الصور مثل تاريخ التقاطها وحجمها وحتى فتح العدسة المستخدمة ومكان التقاطها.

٤. موقع fotoforensics يستخدم الأسلوب الحراري في تحديد مجالات التلاعب في الصور ويوضحها من خلال تلوين مناطق التلاعب وهو برنامج سهل الاستعمال..

٥. موقع watchfra mebyframe لمشاهدة أشرطة الفيديو واليوتيوب بوضوح مع ببطء الحركة، وذلك لتفحص بيانات الفيديو وتفاصيله بدقة.

٦. ميزة يقدمها تطبيق تروبيك، على آيفون وأندرويد يمكن أن يستخدمه مجاناً الصحفيون وعمال المنظمات غير الحكومية للتحقق من الصور والفيديو.

٧. موقع Extract Meta Data يقدم معلومات حول تاريخ نشر الفيديو ويقوم باقتطاع وإظهار صور متعددة الجوانب للمحتوى يمكنها المساعدة في البحث عن الصور المطابقة في أي موقع آخر، ومن ثم تتبعها.

٨. أداة Youtube DataViewer أو (عارض بيانات الفيديو) الذي طورته منظمة العفو الدولية للسماح بالعثور على جميع المواقع التي يظهر فيها الفيديو الذي أنت بصدد التقصي فيه.

#### ثامناً: الذكاء الاصطناعي بوصفه أداة مساعدة في تدقيق الحقائق

أوضحت مؤشرات جوجل أنّ الاهتمام بالذكاء الاصطناعي تزايد حول العالم منذ أواخر عام ٢٠٢٢، ويتزامن ذلك مع إطلاق ChatGPT أحد أشهر روبوتات الدردشة القائمة على الذكاء الاصطناعي التوليدي.

هذا النوع من الروبوتات التي تولد النصوص، قد تبدو للوهلة الأولى خياراً مثالياً لمدققي المعلومات، فهي يمكن أن تختصر عليهم الكثير من الوقت أو ربما تقوم بأجزاء من العمل الذي يتكفلون به عادة. اختبار مدى قدرة روبوتات الدردشة القائمة على الذكاء الاصطناعي مثل ChatGPT و Google Bard و Bing Chat ليست خالية من الحدود أو حتى المخاطر. ولكن هناك بعض الخطوات التي

## وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

### الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

يمكن أن تلهم مدققي المعلومات مع التأكيد على ضرورة الحذر وعدم الثقة بشكل تام فيما تنتجه هذه الروبوتات ويمكن ايجازها بالاتي: <sup>(١)</sup>. (Ignet, ٢٠٢٣)

١. تتبع طرف الخيط عندما لا نعرف من أين نبدأ: يمكننا أن نبحث عن معلومة ما، أو معنى تظهره صورة معينة. سألت مثلاً ChatGPT عن محتوى صورة تظهر آسيويين بصدد التظاهر رافعين شعار الأصابع الخمس. إن لم نكن نعرف في أي بلد التقطت الصورة، يمكن أن نسأل روبوتات الدردشة القائمة على الذكاء الاصطناعي. جاءت الإجابة أن هذه المظاهرات يمكن أن تكون قد حدثت في هونغ كونغ.

٢. تبسيط المصطلحات: في عملية التدقيق، يكون علينا في مراحل أولى فهم وتحديد المصطلحات، أو قد يعترضنا مصطلح يحتاج منا التبسيط للجمهور. يمكن أن تساعدنا هذه الأدوات في ذلك .

٣. تلخيص التقارير المطولة: قد نحتاج أحياناً إلى فحص تقارير مطولة، باستخدام ChatGPT ، مثلاً يمكن أن نبحث عن نقطة معينة داخل تقرير ما، أو نجري محادثة كاملة حول ملف معين بحثاً عن أدلة تساعدنا على تقييم الادعاء.

٤. ترشيح وتحديد مصادر: يمكن أن يكون هناك ادعاء حول بلد ما ليس لديك فكرة عن مؤسساته أو أيضاً يمكن أن يكون هناك ادعاء حول ترتيب معين وأنت لا تعرف إن كانت هناك مؤسسات تنتج تقارير بهذا الخصوص أم لا.

٥. تحديد خبراء يمكن إجراء مقابلات معهم: يحتاج مدقق/المعلومات في أحيان كثيرة إلى الحديث مع الخبراء سواء خلال عمليات التدقيق أو لنشر خبراتهم ضمن التقرير النهائي. هنالك طبعاً قائمة خبراء معروفة لدينا.

٦. البحث عن علامات محددة: الشعارات، أسماء الطرقات، العلامات التجارية، لوحات السيارات وغيرها: يمكن أن نبحث عن شعار بأن نحمل صورته على Google Bard أو Bing Chat أو نصفه لـ ChatGPT. أدخلت صورة شعار على Google Bard فتمكن من تحديد شركة بهارات بيبتروليوم الهندية.

٧. تحديد الموقع الجغرافي لصورة معينة: يمكن لهذه الروبوتات أن تحدد معالم معينة. أدخلت صورة لبناء شامخ على مربع الدردشة في Google Bard وقد حدد أنّ البناء موجود في الولايات المتحدة وأنه ٤٣٢ park avenue. ولكن ماذا عن صورة أكثر صعوبة حيث لا معالم فيها بل صورة مجموعة من الغلال.

٨. تحديد مدى موثوقية موقع الكتروني: هذه العملية ليست سهلة، هناك العديد من المعايير التي تدخل في الحساب. وقد وجدنا هنا اختلافاً بين Google Bard و Bing Chat. الروبوت الأول أخبرنا أن الموقع موثوق لأنه موقع يحمل اسماً مشابهاً لإذاعة موزاييك إف إم التونسية. أما Bing Chat فأخبرنا أن الموقع يوحي بأنه لإذاعة موزاييك إف إم ولكنه ليس كذلك وأخبرنا أننا يجب أن نكون حذرين عند التعامل معه.

(١) شبكة الصحفيين الدوليين Ignet، كيف يستفيد مدققو الحقائق من الذكاء الاصطناعي، متاح على الرابط:

<https://shortlink.uk/ZQfj> تاريخ الاسترجاع: ٢٠٢٥-٢-١٢

## الدكتور أحمد محمد صادق

٩. تحديد ما إذا كان ادعاء صحيح أم لا: لا يتوقف الأمر عند البحث عن المساعدة في إعطاء الحكم النهائي حول الادعاء الذي نعمل عليه. بل يمكن أن ندخل الادعاء إلى هذه الروبوتات ونطلب منها أن تخبرنا إن كان الادعاء صحيحاً أم لا. ولكن لذلك حدود.

## المبحث الثالث / الاطار العملي

اولاً: تحليل نتائج الاستبانة

أ. الخصائص العينة

جدول (١) يبين النوع الاجتماعي للمبحوثين

| ت | الفئة   | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|---------|---------|----------------|---------|
| ١ | ذكر     | ٢١      | ٦١.٧           | الاولى  |
| ٢ | انثى    | ١٣      | ٣٨.٢           | الثانية |
|   | المجموع | ٣٤      | ٩٩.٩           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان فئة الذكور ضمن العينة حلت في المرتبة الاولى بنسبة ٦١.٧% فيما حلت فئة الاناث في المرتبة الثانية بنسبة ٣٨.٢% مما يشير الى حضور الصحفيات في قطاع تدقيق الحقائق بصورة جيدة .

جدول (٢) يبين البلد الذي يعمل فيه المبحوثون

| ت | الفئة           | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة      |
|---|-----------------|---------|----------------|--------------|
| ١ | اليمن           | ١٣      | ٣٨.٢           | الاولى       |
| ٢ | مصر             | ٩       | ٢٦.٤           | الثانية      |
| ٣ | العراق          | ٤       | ١١.٧           | الثالثة      |
| ٤ | المملكة المتحدة | ٤       | ١١.٧           | الثالثة مكرر |
| ٥ | ليبيا           | ٣       | ٨.٨            | الرابعة      |
| ٦ | تونس            | ١       | ٢.٩            | الخامسة      |
|   | المجموع         | ٣٤      | ٩٩.٩           |              |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان ثلث المبحوثين ضمن العينة هم من الجنسية اليمنية اذ حلت هذه الفئة في المرتبة الاولى بنسبة ٣٨.٢ تلتها مصر بنسبة ٢٦.٤ فيما جاء العراق والمملكة المتحدة (من المغتربين) ثالثا بنسبة ١١.٧ لكل منهما اما ليبيا فجاءت في المرتبة الرابعة بنسبة ٨.٨% واخيرا تونس في المرتبة الخامسة بنسبة ٢.٩% ، يتضح من النتائج اعلاه انتشار نسبي جيد لوظيفة مدقق الحقائق في دول الانتشار الاستقصائي، الى جانب تسجيل عدد من مدققي الحقائق من جنسيات عربية يقيمون في دول اوربية كالمملكة المتحدة ولكنهم يعملون لصالح دول عربية عن بعد.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

جدول (٣) يبين التخصص الصحفي للمبجوثين

| ت | الفئة                             | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة      |
|---|-----------------------------------|---------|----------------|--------------|
| ١ | محرر ومدقق حقائق                  | ١١      | ٣٢.٣           | الاولى       |
| ٢ | سكرتير تحرير ومدقق حقائق          | ٧       | ٢٠.٥           | الثانية      |
| ٣ | مراسل ومدقق حقائق                 | ٥       | ١٤.٧           | الثالثة      |
| ٤ | مدقق معلومات قبل النشر وبعد النشر | ٤       | ١١.٧           | الرابعة      |
| ٥ | محدث موقع ومدقق حقائق             | ٤       | ١١.٧           | الرابعة مكرر |
| ٦ | مراجع لتقييم الأخبار              | ٣       | ٨.٨            | الخامسة      |
|   | المجموع                           | ٣٤      | ٩٩.٧           |              |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان المحررين هم الفئة الاعلى من بين التخصصات الصحفية التي تتخصص بتدقيق الحقائق اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة ٣٢.٣% فيما حلت فئة سكرتير تحرير ومدقق حقائق بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٠.٥% فيما حلت فئة مراسل ومدقق حقائق بالمرتبة الثالثة بنسبة ١٤.٧% وجاءت فئة مدقق معلومات قبل النشر وبعد النشر ومحدث موقع ومدقق حقائق بالمرتبة الرابعة بنسبة ١١.٧% لكل منهما واخيرا حلت فئة مراجع لتقييم الاخبار بالمرتبة الخامسة بنسبة ٨.٨%، من هنا يتضح ان تخصص تدقيق الحقائق لم يستقل بذاته عن التخصصات الأخرى بشكل منفصل حتى الآن.

جدول (٤) يبين التحصيل الدراسي للمبجوثين

| ت | الفئة            | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|------------------|---------|----------------|---------|
| ١ | اعلام وصحافة     | ١٨      | ٥٢.٨           | الاولى  |
| ٢ | علوم سياسية      | ٦       | ١٧.٦           | الثانية |
| ٣ | اقتصاد ومحاسبة   | ٥       | ١٤.٧           | الثالثة |
| ٤ | علاقات دولية     | ٣       | ٨.٨            | الرابعة |
| ٥ | آداب – لغة عربية | ١       | ٢.٩            | الخامسة |
| ٦ | هندسة مدنية      | ١       | ٢.٩            | السادسة |
|   | المجموع          | ٣٤      | ٩٩.٧           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان اكثر من نصف المبجوثين هم من خريجي كليات الاعلام والصحافة اذ حلت فئة الحاصلين على شهادة الاعلام والصحافة بالمرتبة الاولى بنسبة ٥٢.٨% فيم حلت فئة العلوم السياسية بالمرتبة الثانية بنسبة ١٧.٦% وحلت فئة الاقتصاد والمحاسبة بالمرتبة الثالثة بنسبة ١٤.٧% وحلت فئة العلاقات الدولية بالمرتبة الرابعة وحلت فئة آداب – لغة عربية وهندسة مدنية بالمرتبة الخامسة بنسبة ٢.٩% لكل منهما ، يتضح من الجدول اعلاه ان خريجي كليات واقسام الاعلام هم الاقرب للتخصص بتدقيق الحقائق.

جدول (٥) يبين طبيعة عمل المبحوثين في مؤسساتهم

| ت | الفئة               | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|---------------------|---------|----------------|---------|
| ١ | موظف براتب ثابت     | ٢٩      | ٨٥.٣           | الاولى  |
| ٢ | بالقطعة (فري لانسر) | ٥       | ١٤.٧           | الثانية |
|   | المجموع             | ٣٤      | ١٠٠%           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان اغلب المبحوثين يعملون موظفين براتب ثابت اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة ٨٥.٣ فيما حلت فئة العاملين بالقطعة بالمرتبة الثانية بنسبة ١٤.٧%، من الجدول اعلاه يتضح ان وظيفة مدقق الحقائق تتطلب تواجدا مستمرا في المؤسسات الصحفية وهذا دليل قوة وثبات.

جدول (٦) يبين سنوات الخبرة للمبحوثين

| ت | الفئة              | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|--------------------|---------|----------------|---------|
| ١ | من سنة الى ٣ سنوات | ٢٢      | ٦٤.٧           | الاولى  |
| ٢ | من ٣ الى ٥ سنوات   | ١٠      | ٢٩.٤           | الثانية |
| ٣ | اكثر من خمس سنوات  | ٢       | ٥.٨            | الثالثة |
|   | المجموع            | ٣٤      | ٩٩.٧           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان النسبة الاكبر من المبحوثين يمتلكون خبرة ميدانية تتراوح بين سنة الى ٣ سنوات اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة ٦٤.٧% فيما حلت فئة من ٣- ٥ سنوات بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٩.٤% وحلت فئة اكثر من ٥ سنوات بالمرتبة الثالثة بنسبة ٥.٨%، يتضح مما تقدم ان تخصص مدقق الحقائق في نمو مستمر بفعل الحاجة الحقيقية ومتطلبات سوق العمل.

جدول (٧) يبين كيفية عمل المبحوثين

| ت | الفئة    | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|----------|---------|----------------|---------|
| ١ | ضمن فريق | ٣٣      | ٩٧             | الاولى  |
| ٢ | منفرد    | ١       | ٢.٩            | الثانية |
|   | المجموع  | ٣٤      | ٩٩.٨           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان النسبة الاكبر من المبحوثين يعملون ضمن فريق اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة ٩٧% فيما حلت فئة العمل المنفرد بالمرتبة الثانية بنسبة ٢.٩%، من هنا يتضح ان مدقق الحقائق جزء مكمل لفرق العمل الصحفي.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

جدول (٨) يبين التوزيع الجغرافي للمبحوثين

| ت | الفئة     | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|---------|
| ١ | خارج بلدي | ٣١      | ٩١             | الاولى  |
| ٢ | داخل بلدي | ٣       | ٨.٨            | الثانية |
|   | المجموع   | ٣٤      | ٩٩.٨           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان النسبة الاكبر من افراد العينة يعملون خارج بلادهم اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة ٩١% فيما حلت فئة العمل داخل بلدي بالمرتبة الثانية بنسبة ٨.٨% ، يمكن فهم هذا التفاوت اذا علمنا ان اغلب العاملين في قطاع الصحافة الاستقصائية يعملون خارج بلدانهم تجنباً للملاحقة فيكون العمل غالباً عابراً للحدود .

جدول (٩) يبين مصدر الخبرة في عمل مدقي الحقائق

| ت | الفئة                      | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|----------------------------|---------|----------------|---------|
| ١ | عن طريق ورش عمل احترافية   | ١٨      | ٥٢.٩           | الاولى  |
| ٢ | عن طريق منظمات دولية داعمة | ١٦      | ٤٧             | الثانية |
|   | المجموع                    | ٣٤      | ٩٩.٩           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان اكثر من نصف المبحوثين تلقوا تدريباتهم عن طريق ورش العمل الاحترافية اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة ٥٢% فيما حلت فئة تلقي الخبرة عن طريق منظمات دولية داعمة بالمرتبة الثانية بنسبة ٤٧%، من الجدول يتضح ان المؤسسات الصحفية الكلاسيكية غير معنية بتطوير طواقمها الصحفية في هذا المجال.

ب. خصائص بيئة العمل

جدول (١٠) يبين ابرز الثغرات التي يعالجها مدققو الحقائق في المواد الصحفية

| ت | الفئة          | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|----------------|---------|----------------|---------|
| ١ | الفبركة        | ٢٩      | ٥٢.٧           | الاولى  |
| ٢ | التزوير        | ١٤      | ٢٥.٤           | الثانية |
| ٣ | التزييف العميق | ١٢      | ٢١.٨           | الثالثة |
|   | المجموع        | ٥٥      | ٩٩.٧           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان قرابة نصف الثغرات التي تتم معالجتها من قبل مدقي الحقائق تتعلق بالفبركة اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة ٥٢% فيما حلت فئة التزوير بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٥.٤% واخيراً حلت فئة التزييف العميق بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢١.٨% ، من الجدول يتضح ان الفبركة لا تزال تشكل تحدياً امام مدقي الحقائق.

جدول (١١) يبين العوائق التي تقف امام مدققي الحقائق

| ت | الفئة                           | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|---------------------------------|---------|----------------|---------|
| ١ | حاجز تقني                       | ٢٥      | 26.8           | الاولى  |
| ٢ | صعوبة الوصول الى المصادر        | ٢١      | 22.5           | الثانية |
| ٣ | الاجور غير مكافئة للجهد المبذول | ١٨      | 19.3           | الثالثة |
| ٤ | حاجز اللغة                      | ١٦      | 17.2           | الرابعة |
| ٥ | كثافة المادة                    | ١٣      | 13.9           | الخامسة |
|   | المجموع                         | ٣٤      | ٩٩.٧           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان الحاجز التقني هو العائق الاول امام مدققي الحقائق اذ يتطلب خبرة في مجال الحاسوب وبرامجه اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة 26.8% فيما حلت فئة صعوبة الوصول الى المصادر بالمرتبة الثانية بنسبة 22.5% وحلت فئة الاجور غير مكافئة للجهد المبذول بالمرتبة الثالثة بنسبة 19.3% فيما حلت فئة حاجز اللغة بالمرتبة الرابعة بنسبة 17.2% واخيرا حلت فئة كثافة المادة الصحفية بالمرتبة الخامسة والاخيرة بنسبة 13.9%، من الجدول يتضح ان مدققي الحقائق بحاجة الى تطوير خبراتهم في المجال التقني لمواكبة التطور الحاصل في عمليات الفبركة والتزوير.

جدول (١٢) يبين طبيعة الموضوعات محل التدقيق

| ت | الفئة                        | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|------------------------------|---------|----------------|---------|
| ١ | موضوعات لها علاقة بالسياسة   | ٣١      | ٢٩.٥           | الاولى  |
| ٢ | موضوعات مالية                | ٢٨      | ٢٦.٦           | الثانية |
| ٣ | موضوعات تقييم الاداء الحكومي | ٢٧      | ٢٥.٧           | الثالثة |
| ٤ | احصاءات بشرية ومسوحات        | ١٩      | ١٨             | الرابعة |
|   | المجموع                      | ١٠٥     | ٩٩.٧           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان اكثر من ثلث الموضوعات محل التدقيق سياسية اذ حلت هذه الفئة في المرتبة الاولى بنسبة ٢٩.٥% فيما حلت الموضوعات المالية بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٦.٦% فيما حلت فئة تقييم الاداء الحكومي بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢٥.٧% وحلت فئة الاحصاءات البشرية والمسوحات في المرتبة الرابعة بنسبة ١٨%، يتضح من الجدول ان موضوعات السياسة والمال لا تزال تشكل الهم الاكبر للمشتغلين بالصحافة الاستقصائية ومدققي الحقائق.

جدول (١٣) يبين اهم المنصات التي تبث معلومات غير صحيحة

| ت | الفئة       | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-------------|---------|----------------|---------|
| ١ | فيسبوك      | ٣٣      | ٣٥.٤           | الاولى  |
| ٢ | تيلغرام     | ٣١      | ٣٣.٣           | الثانية |
| ٣ | مواقع الويب | ٢٩      | ٣١             | الثالثة |
|   | المجموع     | ٩٣      | ٩٩.٧           |         |

## وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

### الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان الفيسبوك يقع في مقدمة المنصات التي تبث معلومات غير صحيحة من وجهة نظر المبحوثين اذ حل بالمرتبة الاولى بنسبة ٣٥.٤% فيما حل تطبيق تيليجرام بالمرتبة الثانية بنسبة ٣٣.٣% وحلت مواقع الويب بالمرتبة الثالثة والاخيرة بنسبة ٣١% ، يتضح من الجدول ان الفيسبوك لا يزال يشهد رواجاً للمعلومات المفبركة والمزورة وان مواقع الويب هي الاقل نسبياً.

#### جدول (١٤) يبين انواع المواد الصحفية التي يتم تدقيقها

| ت | الفئة       | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-------------|---------|----------------|---------|
| ١ | مقاطع فيديو | ٣١      | ٤١.٣           | الاولى  |
| ٢ | صور         | ٢٨      | ٣٧.٣           | الثانية |
| ٣ | وثائق رسمية | ١٦      | ٢١.٣           | الثالثة |
|   | المجموع     | ٧٥      | ٩٩.٧           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان مقاطع الفيديو تقع في مقدمة المواد الصحفية التي يتم تدقيقها اذ حلت بالمرتبة الاولى بنسبة ٣٨.٢% فيما حلت فئة الصور بالمرتبة الثانية بنسبة ٣١.٩% وحلت فئة الوثائق الرسمية بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢٩.٧% ، يتضح من الجدول ان القائمين على الفبركة والتزوير وزعوا اهتمامهم على اكثر من قطاع بشكل شبه متساوي.

#### جدول (١٥) يبين مستويات اعتماد الذكاء الاصطناعي في تدقيق الحقائق

| ت | الفئة       | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-------------|---------|----------------|---------|
| ١ | اعتماد جزئي | ٣٢      | ٩٤%            | الاولى  |
| ٢ | اعتماد كلي  | ٢       | ٥.٨%           | الثانية |
|   | المجموع     | ٣٤      | ٩٩.٧           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان الغالبية العظمى من افراد العينة يعتمدون على تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل جزئي، من الجدول نستدل على ان الذكاء الاصطناعي لم يشكل اداة رئيسة في تدقيق الحقائق حتى وقتنا الحالي .

#### جدول (١٦) يبين تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستعملة من قبل مدققي الحقائق

| ت | الفئة                | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة      |
|---|----------------------|---------|----------------|--------------|
| ١ | ChatGPT              | ٣٢      | ٤٤.٤           | الاولى       |
| ٢ | Bard Chat            | ١٧      | ٢٣.٦           | الثانية      |
| ٣ | Bing Chat            | ١٥      | ٢٠.٨           | الثالثة      |
| ٤ | TrollWall            | ٣       | ٤.١            | الرابعة      |
| ٥ | Factiverse AI Editor | ٣       | ٤.١            | الرابعة مكرر |
| ٦ | GPTZero              | ٢       | ٢.٧            | الخامسة      |
|   | المجموع              | ٧٢      | ٩٩.٧           |              |

## الدكتور أحمد محمد صادق

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان تطبيق ChatGPT حل في المرتبة الاولى بنسبة ٤٤.٤ بالمئة فيما حل تطبيق Bard Chat بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٣.٦ بالمئة في حين حل تطبيق Bing Chat بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢٠.٨ بالمئة وجاء تطبيقا Factive AI Editor و TrollWall بالمرتبة الرابعة بنسبة ٤.١ لكل منهما ، واخيرا حل تطبيق GPTZero بالمرتبة الخامسة بنسبة ٢.٧ بالمئة ، يتضح من الجدول ان ChatGPT يستحوذ على اهتمام مدقي الحقائق اكثر من غيره من التطبيقات.

جدول (١٧) يبين التطبيقات ومحركات البحث السائدة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

| ت | الفئة          | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|----------------|---------|----------------|---------|
| ١ | جوجل كروم      | ٢٩      | ٣٣.٣           | الاولى  |
| ٢ | تاور           | ٢٨      | ٣٢.١           | الثانية |
| ٣ | سفاري          | ١٩      | ٢١.٨           | الثالثة |
| ٤ | اخرى غير شائعة | ١١      | ١٢.٦           | الرابعة |
|   | المجموع        | ٨٧      | ٩٩.٧           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان محرك البحث جوجل كروم حل بالمرتبة الاولى من بين الادوات المساعدة في تدقيق الحقائق بنسبة ٣٣.٣ بالمئة فيما حل تطبيق تاور الخاص بالانترنت العميق بالمرتبة الثانية بنسبة ٣٢.١ بالمئة فيما حل تطبيق سفاري الخاص بانظمة تشغيل ios بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢١.٨ بالمئة وتوزعت اجوبة المبحوثين حول تطبيقات أخرى غير شائعة بنسبة ١٢.٦ بالمئة.

جدول (١٨) يبين اهمية تدقيق الحقائق في دعم الصحافة الاستقصائية

| ت | الفئة                                     | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-------------------------------------------|---------|----------------|---------|
| ١ | لا يمكن نشر اي تحقيق صحفي دون تدقيق       | ٣٤      | ١٠٠            | الاولى  |
| ٢ | نعم يمكن نشر التحقيق الاستقصائي دون تدقيق | صفر     | صفر            | الثانية |
|   | المجموع                                   | ٣٤      | ٩٩.٧           |         |

تبين في ضوء الدراسة الميدانية وبأغلبية مطلقة ١٠٠% انه لا يمكن نشر اي تحقيق استقصائي دون تدقيق حقائقه ، من الجدول نستدل على اهمية دور مدقي الحقائق في دعم الصحافة الاستقصائية واستدامتها.

## ثانيا: النتائج

١. تبين في ضوء الدراسة الميدانية وبأغلبية مطلقة ١٠٠% انه لا يمكن نشر اي تحقيق استقصائي دون تدقيق حقائقه.

٢. ان محرك البحث جوجل كروم حل بالمرتبة الاولى من بين الادوات المساعدة في تدقيق الحقائق بنسبة ٣٣.٣ بالمئة فيما حل تطبيق تاور الخاص بالانترنت العميق بالمرتبة الثانية بنسبة ٣٢.١ بالمئة فيما حل تطبيق سفاري الخاص بانظمة تشغيل ios بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢١.٨ بالمئة وتوزعت اجوبة المبحوثين حول تطبيقات أخرى غير شائعة بنسبة ١٢.٦ بالمئة.

## وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

### الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

٣. ان تطبيق ChatGPT حل في المرتبة الاولى من بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي المساعدة في تدقيق الحقائق بنسبة ٤٤.٤ بالمئة فيما حل تطبيق Bard Chat بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٣.٦ بالمئة في حين حل تطبيق Bing Chat بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢٠.٨ بالمئة وجاء تطبيق Factiveverse AI Editor و TrollWall بالمرتبة الرابعة بنسبة ٤.١ لكل منهما ، واخيرا حل تطبيق GPTZero بالمرتبة الخامسة بنسبة ٢.٧ بالمئة .

٤. ان الغالبية العظمى من افراد العينة يعتمدون على تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل جزئي.  
٥. ان قرابة نصف الثغرات التي تتم معالجتها من قبل مدققي الحقائق تتعلق بالفبركة اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة ٥٢% فيما حلت فئة التزوير بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٥.٤% واخيرا حلت فئة التزييف العميق بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢١.٨%.

٦. ان مقاطع الفيديو تقع في مقدمة المواد الصحفية التي يتم تدقيقها اذ حلت بالمرتبة الاولى بنسبة ٣٨.٢% فيما حلت فئة الصور بالمرتبة الثانية بنسبة ٣١.٩% وحلت فئة الوثائق الرسمية بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢٩.٧% .

٧. ان الفيسبوك يقع في مقدمة المنصات التي تبث معلومات غير صحيحة من وجهة نظر المبحوثين اذ حل بالمرتبة الاولى بنسبة ٣٥.٤% فيما حل تطبيق تيليغرام بالمرتبة الثانية بنسبة ٣٣.٣% وحلت مواقع الويب بالمرتبة الثالثة والاخيرة بنسبة ٣١% .

٨. ان اكثر من ثلث الموضوعات محل التدقيق سياسية اذ حلت هذه الفئة في المرتبة الاولى بنسبة ٢٩.٥% فيما حلت الموضوعات المالية بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٦.٦% فيما حلت فئة تقييم الاداء الحكومي بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢٥.٧% وحلت فئة الاحصاءات البشرية والمسوحات في المرتبة الرابعة بنسبة ١٨% .

٩. ان الحاجز التقني هو العائق الاول امام مدققي الحقائق اذ يتطلب خبرة في مجال الحاسوب وبرامجه اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة 26.8% فيما حلت فئة صعوبة الوصول الى المصادر بالمرتبة الثانية بنسبة 22.5% وحلت فئة الاجور غير مكافئة للجهد المبذول بالمرتبة الثالثة بنسبة 19.3% فيما حلت فئة حاجز اللغة بالمرتبة الرابعة بنسبة 17.2% واخيرا حلت فئة كثافة المادة الصحفية بالمرتبة الخامسة والاخيرة بنسبة 13.9% .

١٠. تبين في ضوء الدراسة الميدانية ان قرابة نصف الثغرات التي تتم معالجتها من قبل مدققي الحقائق تتعلق بالفبركة اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة ٥٢% فيما حلت فئة التزوير بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٥.٤% واخيرا حلت فئة التزييف العميق بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢١.٨% .

١١. ان اكثر من نصف المبحوثين تلقوا تدريباتهم عن طريق ورش العمل الاحترافية اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة ٥٢% فيما حلت فئة تلقي الخبرة عن طريق منظمات دولية داعمة بالمرتبة الثانية بنسبة ٤٧% .

١٢. ان النسبة الاكبر من افراد العينة يعملون خارج بلادهم اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة ٩١% فيما حلت فئة العمل داخل بلدي بالمرتبة الثانية بنسبة ٨.٨% .

## الدكتور أحمد محمد صادق

١٣. ان النسبة الاكبر من المحوئين يعملون ضمن فريق اذ حلت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بنسبة ٩٧% فيما حلت فئة العمل المنفرد بالمرتبة الثانية بنسبة ٢.٩%.

### ثالثا: الاستنتاجات

١. ان الذكاء الاصطناعي لم يشكل اداة رئيسة في تدقيق الحقائق حتى وقتنا الحالي .
٢. ان تطبيق ChatGPT يستحوذ على اهتمام مدقي الحقائق اكثر من غيره من التطبيقات.
٣. ان الفبركة لا تزال تشكل تحديا امام مدقي الحقائق.
٤. ان القائمين على الفبركة والتزوير وزعوا اهتمامهم على اكثر من قطاع بشكل شبه متساوي.
٥. الفيسبوك وتيلغرام لا يزالان يشهدان روجا للمعلومات المفبركة والمزورة وان مواقع الويب هي الاقل نسبيا.
٦. ان موضوعات السياسة والمال لا تزال تشكل الهم الاكبر للمشتغلين بالصحافة الاستقصائية ومدقي الحقائق.
٧. ان مدقي الحقائق بحاجة الى تطوير خبراتهم في المجال التقني لمواكبة التطور الحاصل في عمليات الفبركة والتزوير
٨. ان اغلب العاملين في قطاع الصحافة الاستقصائية يعملون خارج بلدانهم تجنباً للملاحقة فيكون العمل غالبا عابرا للحدود.

### رابعا: المقترحات

١. تكثيف الدورات المهنية الخاصة بتدقيق الحقائق.
٢. فتح مراكز تدقيق الحقائق المستقلة ودعمها بشتى الوسائل.
٣. بث برامج تثقيفية خاصة لرفع مستويات الوعي بالفبركة الاعلامية.
٤. تثبيت وظيفة مدقق الحقائق في جميع المؤسسات الصحفية.

### ❖ مصادر البحث

١. كابلان، ديفيد ، الصحافة الاستقصائية واستراتيجيات الدعم ، ( واشنطن: مركز المساعدة الإعلامية الدولية).
٢. شبكة اريج للصحافة الاستقصائية، منهجية تدقيق المعلومات ما قبل النشر، موقع اعلاميون من اجل صحافة استقصائية عربية.
٣. الدسوقي، نورة عبد الهادي ، الذكاء الاصطناعي في مواجهة الاخبار الزائفة، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع).
٤. ابي سلمى، ربي ،تدقيق الحقائق في العالم العربي.. صحفيون في حقل ألغام، ( الدوحة: مجلة الجزيرة للإعلام ).
٥. المركز الدولي لدعم الصحافة الاستقصائية Gijin، مواقع وتطبيقات لتدقيق الحقائق.
٦. شبكة الصحفيين الدوليين Ignnet، كيف يستفيد مدققو الحقائق من الذكاء الاصطناعي.