

توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي لتزيف المعلومات في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية وطرق معالجتها من وجهة نظر الصحفيين العراقيين

م.د. حسين أمير عباس

قسم التربية الفنية / كلية التربية الأساسية / جامعة ميسان

h.a.a.@uomisan.edu.iq

مستخلص

يهدف البحث إلى الكشف عن كيفية توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي لتزيف المعلومات وانتشارها في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، كما يستقصي البحث عن الأدوات والتقنيات التي تسهم في زيادة التزيف وأبرز طرائق معالجتها أو الحد منها من وجهة نظر الصحفيين العراقيين، كذلك يهدف إلى معرفة دوافع التزيف، فضلاً عن رصد امكانية الجمهور في التمييز بين المحتويات الحقيقية والمزيفة بالذكاء الاصطناعي.

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية، وفي إطارها استعان الباحث بالمنهج المسحي بشقه الميداني، عن طريق استخدام استمارة الاستبيان التي طبقت على عينة "متاحة" من الصحفيين العراقيين وبقائع (١٣٢) مبحوث من الصحفيين العراقيين الذين يعملون في الاذاعات والقنوات الفضائية.

ووظف الباحث نظرية الحتمية التكنولوجية التي استنبط من فروضها خمسة فروض لقياس العلاقة بين متغيرات البحث.

وتوصلت الدراسة الى نتائج عدة، من أبرزها:

١. اتضح ان غالبية من يستخدمون ادوات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية من اجل جمع المعلومات من مصادر متنوعة وصياغة الأخبار وكتاب القصص الاخبارية، دون استخدامها في تزيف المعلومات.
٢. اتضح ان هناك ان هناك اتفاق بين غالبية المبحوثين يتجه نحو رفض فكرة انتشار تزيف المعلومات في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية.

٣. تبين ان بتزييف العميق للمعلومات وتوليد الفيديوهات والاصوات المزيفة يمثل خطورة كبيرة وخطورته تهدد مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام.
 ٤. اتضح ان الدوافع السياسية تقف خلف تزييف المعلومات وانتشارها بين الأوساط الاجتماعية.
 ٥. تبين ان انتشار المضامين المزيفة تسهم بتدني ثقة الجمهور بوسائل الإعلام وعدم اعتماده عليها كمصدر اساس لمعلوماته التي يستقيها بشكل متواصل.
- الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، التزييف العميق، وسائل الإعلام، الصحفيين العراقيين.

**The use of artificial intelligence tools to falsify information
in audio–visual media and methods of addressing them
from the perspective of Iraqi journalists**

Dr. Hussein Ameer Abass

**Art Education Department/ College of Basic Education/
Misan University**

h.a.a.@uomisan.edu.iq

Abstract:

The present research intends to explore how artificial intelligence tools are being employed to fabricate and disseminate information within audiovisual media, It further investigates the techniques that contribute to such falsification, alongside the most prominent methods of addressing or limiting it from the perspective of Iraqi journalists, The research also aims to identify the underlying motives behind the use of fabricated content and to assess the audience's ability to

distinguish between authentic and AI-generated information.

This research adopts a descriptive approach and, within this framework, the researcher employed the survey method in its field dimension. A questionnaire was administered to an “available” sample of Iraqi journalists, totaling 132 respondents, working in radio and satellite television channels, The study was guided by the theory of technological determinism, from which five hypotheses were derived to measure the relationship among the research variables. The findings revealed several key results, the most notable of which are:

1. The majority of those using AI tools in audiovisual media employ them mainly to collect information from diverse sources, draft news, and write news stories—rather than to fabricate content.
2. A broad consensus emerged among respondents rejecting the notion that information falsification is widespread in audiovisual media.
3. Deep fake-generated videos and voices were identified as posing a serious risk to news credibility within media outlets.
4. Political motives were found to be the primary driver behind the fabrication and dissemination of information within society.
5. The dissemination of false information plays a major role in eroding public trust in the media, reducing its reliability as a primary and continuous source of information.

Keywords: Artificial intelligence, deep fake, media, Iraqi journalists.

مقدمة:

في ظل التقدم التكنولوجي الكبير والصناعة التي أصبحت رائجة في مجال المعلومات وتقنياتها، اهتمت الدول في مجال صناعة المعلومات بشكل يوازي الصناعات الأخرى بل يتفوق عليه في كثير من الأحيان، لاسيما في الدول المتقدمة، وإن أدوات الذكاء الاصطناعي باتت عنصراً أساسياً في واقعنا اليومي، يلقي بظلاله على مختلف جوانب الحياة ومجالاتها، وأحد هذه المجالات هو الاعلام، فقد شهد عصرًا جديدًا في صناعة وتوليد المحتوى المكتوب والمسموع والمرئي، ومع تزايد توظيف هذه التقنيات في مجال الاعلام باتت المخاوف تتصاعد من "تزييف المعلومات، وإن هذه التقنيات بإمكانها إنشاء محتوى مزيف يضاهي ويطلق المحتوى الحقيقي بشكل كبير، ويصعب تمييزها عن الحقيقي في اغلب الأحيان، مما تشكل تهديداً لسمعة ومصداقية وسائل الاعلام وتحدث تآكل في ثقافتها لدى الجمهور، والذي بدوره يعطي اهمية لهذه الدراسة في التقصي عن طرق التزييف في وسائل الاعلام وسبل معالجتها من وجهة نظر الصحفيين كونهم الجهة التي تتعامل بشكل مباشر مع هذه الادوات والتقنيات.

اولاً: مشكلة البحث:

تتناول مشكلة البحث ظاهرة آنية ومستمرة باستمرار تطور التقنيات التكنولوجية والاتصالية وتوظيفها في الوسائل الاعلامية لاغراض متعددة منها ماينعكس على الجانب الايجابي، عن طريق المساهمة في تحليل البيانات وصياغة الاخبار وسرعة انجازها، وصناعة الاصوات وانتاج الفيديوهات، ومنها مايستغل في الجانب السلبي لهذه التقنيات المتمثلة بادوات الذكاء الصناعي، عن طريق التزييف العميق للمعلومات والاخبار وكذلك الصور والفيديوهات والاصوات، لتضليل الجمهور، ممايسبب صعوبة تمييزها عن المحتويات الحقيقية، وتتعكس بذلك آثاره على مصداقية القنوات، لذا تتمحور مشكلة البحث حول التساؤل الرئيس الاتي:

كيف يتم تزييف المعلومات باستخدام ادوات الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام وطرائق معالجتها من وجهة نظر الصحفيين العراقيين؟.

ويتفرع من التساؤل الرئيس تساؤلات فرعية :

١. ما ادوات الذكاء الصناعي التي تستخدم لتزييف المعلومات والايخبار في وسائل الاعلام؟

٢. ما دوافع استخدام الصحفيين ادوات الذكاء الاصطناعي لتزييف المعلومات؟

٣. ما آثار عملية تزييف المعلومات على مصداقية وسائل الاعلام؟.

٤. ما ابرز التهديدات التي تفرضها عملية تزييف المعلومات على ثقة الجماهير بوسائل الاعلام؟

٥. ما ابرز طرق معالجة تزييف المعلومات والحد منها في وسائل الاعلام من وجهة نظر الصحفيين؟

٦. ما الادوار التي تؤديها التشريعات والسياسات الاعلامية للحد من هذه الظاهرة؟ .

ثانيا: اهمية البحث :

١. اهمية بحثية: يشكل البحث الحالي اضافة نوعية كونه يبحث في ظاهرة علمية اعلامية حديثة تتمثل في استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي لتزييف المعلومات في وسائل الاعلام لاسيما المسموع منها والمرئي وطرائق كشف التزييف والحد منه من وجهة نظر الصحفيين، لذا يسهم هذا البحث بسد فجوة علمية في هذا المجال لندرة الدراسات المحلية منها والعربية التي تستقصي عن هذه الظاهرة.

٢. اهمية عملية واجتماعية: يسهم هذا البحث في تقديم ابرز الحلول والمقترحات التي تحد من ظاهرة تزييف المعلومات وبيان مدى خطورتها على مصداقية القائم بالاتصال او المؤسسات التي يمكن ان تفقد ثقة الجمهور بها

وتصبح مصداقيتها على المحك اذا ما استعانت بادوات التزييف، فضلاً عن اهمية البحث في تعزيز وعي الجمهور بانتشار ظاهرة تزييف المعلومات في وسائل الاعلام وضرورة التدقيق بالمعلومات قبل تداولها او مشاركتها في الاوساط الاجتماعية.

ثالثاً. اهداف البحث:

١. التعرف على ادوات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم في تزييف المعلومات في وسائل الاعلام .
٢. الكشف عن ابرز الدوافع وراء استغلال هذه الادوات في تزييف المعلومات.
٣. الكشف عن آثار تزييف المعلومات على مصداقية وسائل الاعلام وثقة الجمهور بها.
٤. السعي الى تقديم طرائق واليات لمعالجة حالات تزييف المعلومات من وجهة نظر الصحفيين العراقيين.
٥. معرفة دور التشريعات والسياسات الاعلامية في الحد من هذه الظاهرة .

رابعاً. نظرية البحث:

استعان الباحث بنظرية الحتمية التكنولوجية، وان هذه النظرية منذ نشأتها والى اليوم تعد من اكثر النظريات الاعلامية انتشاراً ولها رؤية واسعة في الربط بين الوسيلة والرسالة الاعلامية، عن طريق تأكيدها على اهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره، إذ ترى ان الوسيلة هي الرسالة، ووضحت ان لا يمكن النظر الى مضمون وسائل الاعلام بشكل مستقل عن تقنيات وسائل الاعلام والموضوعات والجمهور الذي يوجه اليه المضمون. (نور الدين، ٢٠١٣، صفحة ١٨٣)، ويخالف ماكلوهان الكثير من الباحثين الذين يركزون على المحتوى الاعلامي وشكله، بدلاً من الاهتمام بالوسيلة ذاتها، فهو يركز على ان التأثير يكمن في طبيعة الوسيلة وخصائصها التقنية والفنية (Waston, 1990, p. 96)، لذا فإن الحتمية التكنولوجية من وجهة نظر ماكلوهان مثل اختراع الطباعة والتقنيات المسموعة

والمرئية اسهمت بشكل كبير في اعادة تشكيل افكار المجتمع وعلاقاتهم الاجتماعية".
(Silverstone, 1988, p. 390)، وان عمل وسائل الاعلام لا يقتصر على نقل
الرسائل وايصال المعلومات الى المجتمع بل تسهم في اعادة تشكيل هذا المجتمع
بشكل جذري (مكاوي و السيد، ٢٠٠٢، صفحة ٣٢٥).

وقد قام الباحث باستنباط فروض بحثه من فروض هذا النظرية، وكالاتي:
(الفرض الأول): كلما زادت سهولة الوصول إلى أدوات الذكاء الاصطناعي، زاد
استخدامها في إنتاج محتوى مزيف في وسائل الاعلام المحلية.
(الفرض الثاني): الوعي العالي لدى القائم بالاتصال بمخاطر الذكاء الاصطناعي
يرتبط بشكل مباشر بقدرته على معالجة المعلومات المزيفة.
(الفرض الثالث): ان التطور السريع في تقنيات الذكاء الاصطناعي يصعب على
الجمهور التمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف.
(الفرض الرابع): ان السياسات التحريرية الواضحة في المؤسسات الاعلامية تسهم
في الحد من نشر المحتوى المزيف بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
(الفرض الخامس): ان غياب القوانين والتشريعات الاعلامية الرادعة يشجع على توليد
محتويات مزيفة باستخدام ادوات الذكاء الاصطناعي ونشرها بشكل واسع.

خامساً. نوع البحث ومنهجه:

ان منهج البحث " يمثل الاسلوب الذي يسترشد به الباحث في دراسته لمشكلة بحثه
وسعيه للنقضي عن الحقائق الوصول الى الاجابات الدقيقة عن التساؤلات التي طرحها
الباحث، وآليات كشفها". (نعيمه، ١٩٨٧، صفحة ٢٣)،. وينتمي هذا البحث الى
البحوث الوصفية التي تسعى الى وصف الظاهرة محل البحث وتحليل ابعادها
المتنوعة عن طريق دراسة العلاقة بين المتغيرات، وقد استعان الباحث بالمنهج
المسحي الميداني عن طريق مسح عينة من الصحفيين العراقيين والاستعانة بأرائهم
للوصول الى نتائج دقيقة تحقق اهداف البحث وتجيب عن تساؤلاته.

سادساً. حدود البحث:

١. حدود زمنية: تمثل الحدود الزمانية للبحث في الفترة الزمنية التي اجري فيها البحث وتم اعداد الاستبانة وتوزيعها على المبحوثين وانجاز النتائج للمدة من (٢٠٢٥/٦/١ - ٢٠٢٥/٨/١٥).
٢. حدود مكانية: تتمثل في وسائل الاعلام العراقية من (اذاعات، فضائيات).
٣. حدود بشرية: تتمثل الحدود البشرية في هذا البحث بعينة من الصحفيين العاملين في الوسائل الاعلامية من (مقدمو برامج / معدون / محررون / مراسلون / مونتيرية / مخرجون).
٤. حدود موضوعية: تتمثل في دراسة تزييف المعلومات في وسائل الاعلام باستخدام ادوات الذكاء الاصطناعي وطرائق معالجتها من وجهة نظر الصحفيين العراقيين.

سابعاً. تعريف المصطلحات اجرائياً:

١. **تزييف المعلومات:** وتعني عملية تحرير او انتاج او توليد نصوص وصور ومقاطع فيديو عن طريق ادوات الذكاء الاصطناعي تكون مطابقة للواقع لكنها مزيفة وغير حقيقية، ليتم تضليل الجمهور بها او استخدامها لاغراض الابتزاز والتشهير ولاغراض اخرى.
٢. **ادوات الذكاء الاصطناعي:** وهي ادوات او برامج تم ربطها بتكنولوجيا الاتصال والبرمجيات الحاسوبية ولها القدرة على محاكاة القدرات البشرية، ولها امكانيات كبيرة تقدم من خلالها نظم تعليمية واستدلالية وتستطيع انشاء المحتويات الاعلامية سواء المفيدة منها او المضرة كالتزييف العميق للمعلومات.
٣. **الوسائل الاعلامية المسموعة والمرئية:** وتعني (الاذاعات، والقنوات الفضائية) العراقية، التي يتم فيها توظيف ادوات الذكاء الاصطناعي لانتاج محتوى جديد او تعديل محتوى سابق او اعادة تحريره، او تزييفه.

ثامناً. اجراءات البحث:

١- **مجتمع البحث:** يتمثل مجتمع البحث بجميع الصحفيين العاملين في الوسائل الاعلامية (الصحف والمجلات، الاذاعات، القنوات الفضائية) ولاتساع مجتمع البحث وعدم قدرة الباحث على الوصول الى جميع مفردات مجتمع البحث لابد من اخذ عينة تكون ممثلة لهذا المجتمع.

٢- **عينة البحث:** تشير الدراسات ان العينة تمثل " جزء محدد من مجتمع البحث الاصلي، فهي تقتطع منه باحدى الطرائق العلمية على ان تكون ممثلة لهذا المجتمع الذي سحبت منه". (زوراتي، ٢٠٠٢، الصفحات ١٥٦-١٥٧)، ووجد الباحث صعوبة في احصاء عدد الصحفيين العراقيين العاملين في وسائل الاعلام، ولاتوجد احصائيات رسمية من المؤسسات الحكومية مثل (هيئة الاعلام والاتصالات) او من النقابات مثل (نقابة الصحفيين العراقيين)، واحد الاسباب هو عدم استقرار الصحفيين بعمل ثابت في مؤسسة واحدة لمدة طويلة ويعملون بصفة عقود او أجور، وكذلك الكثير من الصحفيين غير مسجلين لدى نقابة الصحفيين العامة، لذا وجد الباحث من الصعوبة بمكان ان يسحب عينة عشوائية متعددة المراحل او طبقية، وكذلك بالنسبة للعينة الحصصية، لذا استخدم الباحث العينة المتاحة من الصحفيين العاملين في المؤسسات الاعلامية وبمختلف توصيفاتهم الاعلامية وواقع (١٣٢) مفردة، من أصل (١٤٠) استمارة وزعها الباحث، إذ قام الباحث باستبعاد (٨) استمارات لوجود أخطاء فيها، ووزعت الاستمارات على الصحفيين العاملين في وسائل الاعلام (المسموعة والمرئية).

٣- **أداة البحث:** استعان الباحث باداة (الاستبانة) تم صياغة فقراتها بدقة التي تكونت من اربعة محاور وكالاتي:

المحور الاول: تمثل في البيانات الشخصية والديموغرافية للصحفيين.

المحور الثاني: تمثل بادوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في تزييف المعلومات.

المحور الثالث: تمثل في طرائق معالجة التزييف من وجهة نظر الصحفيين العراقيين.

المحور الرابع: فرضيات البحث عن طريق توظيف فروض نظرية الحتمية التكنولوجية.

٤- **الصدق والثبات:** استعان الباحث بأسلوب الصدق الظاهري، عن طريق تقديم الاستبانة الى عدد من الخبراء في تخصص الاعلام، للنظر بفقراتها وفرضيات البحث، وقد اخذ الباحث بالتعديلات التي وضعها الخبراء (*) على بعض فقرات الاستبانة لتتناسب مع اهداف ومتغيرات البحث، إذ كانت نسبة الاتفاق بين الباحث والخبراء، وكالاتي:

$100 \times \frac{40}{46} = 87\%$ ، وقام الباحث بتعديل (٦) فقرات من فقرات الاستبانة لتكون مناسبة لاجراءات البحث.

٥- **العمليات الاحصائية:** استعان الباحث ببرنامج spss لاجراء العمليات الاحصائية على فقرات المقياس وفروض البحث، وكالاتي:

- استخدام المتوسط الحسابي

- معامل الانحراف المعياري

- معامل ارتباط بيرسون في الفرضيات

ثامناً. الدراسات السابقة: قسم الباحث الدراسات السابقة على محورين، تضمن المحور الاول: بتوظيف تقنيات الذكاء الصناعي في الفضائيات، والمحور الثاني تناول الدراسات الخاصة بالتزييف العميق عبر ادوات الذكاء الاصطناعي.

المحور الاول: توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام

(*) اسماء الخبراء المحكمين للاستبانة:

١. أ.م.د. ليث صبار جابر/ كلية العلوم السياسية/ جامعة ميسان/ الاعلام.

٢. م.د. احمد كريم احمد/ كلية العلوم السياسية/ جامعة ميسان/ الاعلام.

٣. م.د. علي نجم كاظم/ كلية الاعلام/ جامعة التراث/ الاعلام.

١. دراسة: (عبد العزيز و ابراهيم، ٢٠٢٢) "الأثر المجتمعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة". تسعى الدراسة الى الكشف عن توظيف تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام في التراث النظري العربي والاجنبي، وتوصلت الدراسة الى نتائج عدة، من ابرزها:

- أ. هناك تأثير عال لتقنيات الذكاء الاصطناعي على بنية العمل الاعلامي وبالتحديد في المؤسسات الاعلامية المقروءة.
- ب. تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في نشر المحتوى والمعلومات التي تنتجها المؤسسات الاعلامية والصحفية على نطاق واسع، لما لها من قدرة على مواجهة الصعاب التي تواجه الصحافة ووسائل الاعلام في الوقت الراهن.
- ت. لها دور مهم في التصدي للاخبار المزيفة والمساعدة في تحرير الاخبار وتخصيص المحتوى، فضلاً عن دوره في مجال التسويق الرقمي، وكذلك قابليته في تطوير شكل المضامين الاعلامية المقدمة عن طريق البرامج التلفزيونية.

٢. دراسة : (الزعيبي، احمد، و عبد الحميد، ٢٠٢٥) " الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: دراسة حالة قناة المملكة".

تسعى الدراسة الى الكشف عن مدى استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، ودورها في تعزيز في كفاءة العاملين بجمع الأخبار وتحريرها وتوزيعها، وكذلك معرفة التحديات المهني للقائم بالاتصال وزيادة اعتماده على هذه الادوات في المجال الاعلامي، وقد استعان الباحث بنظرية انتشار المبتكرات، ووظف منهج نوعي يستهدف دراسة تفزيون المملكة الاردنية "دراسة حالة"، كما قام باستخدام اداة المقابلة المعمقة مع الصحفيين العاملين في القناة ذاتها. وتوصلت الدراسة الى نتائج عدة من ابرزها: "ان هناك تحديات رئيسة تسهم بالتأثير على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الاخبار في قناة المملكة وهي: (قلة المعرفة والتدريب او المهارات

في التعامل مع هذه الأدوات من قبل الصحفيين، الحواجز اللغوية للصحفيين، انعدام الثقة او المصداقية من توظيف هذه الأدوات، المهام المحدودة التي تؤديها هذه الأدوات.

٣. دراسة: (عبد الله و حازم، ٢٠٢٥) "دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الإخباري عبر وسائل الإعلام الرقمية"، تستقصي الدراسة عن أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الإخباري عبر وسائل الإعلام الرقمية، ويصنف البحث الى البحوث الوصفية التي وظف على اثرها المنهج المسحي الميداني، وتمثلت عينة البحث بالصحفيين العاملين بالوكالات الاخبارية حيث تم استخدام عينة قصدية بواقع (٤) وكالات محلية.

وتوصلت الدراسة الى نتائج من ابرزها:

أ- تبين ان دور تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدم في تحرير الاخبار بالوكالات من أجل الحصول على المعلومات التي تتصف بالدقة والسرعة، وكذلك لغرض التسريع من عمليات البحث عن المعلومات والمضامين الاخبارية، فضلا عن دورها بتحليل البيانات بصورة كبيرة.

ب- يستخدم الصحفيين وبشكل متوسط تقنية معالجة الاخطاء اللغوية في مجال التحرير الاخباري.

ت- تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في سرعة انجاز مهام التحرير ونشر الاخبار، على الرغم من ان المبحوثين كانت معرفتهم بتقنيات الذكاء واستخدامها بدرجة متوسطة.

المحور الثاني: تزييف المعلومات بواسطة الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام

١- دراسة: (Vatres, 2021) "Deep fake Phenomenon: An Advanced Form of Fake News and Its Implications on Reliable Journalism" تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن "ظاهرة التزييف العميق، في الاشكال الاخبارية وتأثيرها على الصحافة الموثوقة،

كما تهدف الى معرفة دور التزييف العميق في توليد وتلقي المحتوى الاعلامي، وكذلك تبحث في التداعيات السلبية عن الصحافة المهنية ومبادئها، فضلاً عن دراسة اسباب تآكل ثقة الجمهور في البيئة الاعلامية الواقعية، وتنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التي تقوم بتحليل عدد من الدراسات النظرية والادبيات الاعلامية التي تناولت مفهوم التزييف العميق. ومن ابرز نتائجها:

أ. ان هنالك جملة من العوامل التي تسهم في انتشار المحتوى المزيف، منها (الدعم السمعي والبصري المقنع، سهولة الوصول والانتاج، صعوب التمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف).

ب. يمثل وجود التزييف العميق تهديدان متناقضان يمثل الاول: امكانية توليد وانشاء احداث لم تقع على ارض الواقع والذي قد يسهم في اثاره العنف والتزوير، بينما يمثل التهديد الاخر: انكار احداث واقعية وحقيقية وقعت بالفعل على ارض الواقع والقول بانها مزيفة، وذلك مايسمح للبعض بالتهرب من المسؤولية.

ت. يسهم التزييف العميق بانخفاض مصداقية المعلومات في الصحافة وتهديد موثوقيتها في صحة الاخبار والفيديوهات، وكذلك انخفاض وتآكل ثقة الجمهور بوسائل الاعلام.

ث. توصل الباحث الى جملة من الحلول لمكافحة هذه الظاهرة التي تمثلت في المجالات الاربعة الاتية: "التشريعات القانونية وتنظيم العمل، سياسة الشركات، تعليم وتدريب الصحفيين، العمل على تطوير تقنيات بالضد من التزييف العميق او لكشفها".

٢- دراسة: (Aleessawi & Al-Zoubi, 2024) The implications of "Artificial Intelligence (AI) on the quality of media content" ، تسعى الدراسة الى الكشف عن تأثير الذكاء الاصطناعي على مستوى

وجودة المحتوى الاعلامي، استعان الباحث بالمنهج الوصفي التحليلي، إذ استعان باداة المقابلة واجريت مع (٧) من الصحفيين العاملين في وسائل الاعلام. ومن ابرز نتائج الدراسة:

أ. تبين ان اكثر المجالات التي يتم فيها توظيف ادوات الذكاء الاصطناعي هي إعادة صياغة المحتويات الاعلامية والتعامل مع البيانات فضلاً عن التصاميم والرسوم.

ب. وظفت اكثر التطبيقات في مجالات الصحافة هي (الاقتصادية، التعليمية، التكنولوجيا) ومنها برامج " ChatGTP ، Google Assistant ، Deepfake ، Grammarly ، QuillBot ، Art Flow ، Designs.ai ، Blockchain ، Siri ، AI-Writer ، Chatbots ، Word.ai ، Otter.ai "

ت. اتضح ان ادوات الذكاء الاصطناعي كان لها دور كبير في انتاج وجودة المحتوى الاعلامي، عن طريق تحليل البيانات بدقة كبيرة، وسرعة في انجاز مهمات صياغة وتحرير الاخبار وتعزيز مهارات الصحفيين.

الاطار النظري/ تزييف المعلومات باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في الاعلام الموسوع والمرئي

أولاً: الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته

الذكاء الاصطناعي (AI) الذكاء الاصطناعي هو "عملية توظيف التقنيات التكنولوجية الحديثة في مجالات اكثر تطوراً تسعى لحل المشكلات وتقديم الابداع وتتعامل مع التفاعل الاجتماعي، إذ يستعين بمحاكاة القدرات البشرية مثل التعلم والادراك وتحليل اللغات المختلفة، كما انه يعمل على مخاطبة الادراك الحسي للانسان وتقليده "كالتعرف على الصور والاصوات ونسخها بشكل آلي معتمداً على قدرات الكمبيوتر والمعالجات المتطورة". (خليفة، ٢٠١٩، صفحة ٢)، ويشير مارفن لي منسكي بأن "الذكاء الاصطناعي يعتمد على الانظمة العلمية الذكية المرتبطة بمجال

التصنيع، فهو يأتي ضمن برامج بناء الكومبيوتر ليؤدي مهاماً أكثر تعقيداً يطلبها الانسان وتحتاج الى قدرات عقلية كبيرة لتنفيذها كالتفكير النقدي والتعلم الذاتي وتنظيم المعلومات في ذاكرة الخزن، وبذلك تحقق جانباً مهماً في رضى الانسان عن هذه الادوات". (موسى و بلال، ٢٠١٩، صفحة ٣٠) ، ويؤدي الذكاء الاصطناعي مهامه عبر وصوله الى المهام المطلوبة وامتنتها وتقديم الحلول للخوارزميات المرتبطة بالشبكات العصبية، لتعمل بطريقة مشابهة لتفكير العقل البشري، فهي لايمثل تطوراً تقنياً فحسب بل يمثل طفرة نوعية في مجال الصناعة والانتاج الاعلامي". (موسى و بلال، ٢٠١٩، صفحة ٩٨).

ثانيا: مجالات توظيف الذكاء في وسائل الاعلام

تستعين العديد من المؤسسات العلمية والبحثية والاقتصادية والتكنولوجية وكذلك المؤسسات الاعلامية بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، فقد طورت أدوات الذكاء الاصطناعي تقنيات قادرة على تزيف مقاطع فيديو تبدو حقيقية لأي شخص بمجرد توافر صورة فوتوغرافية واحدة فقط له. وقد توظف تلك التقانة الجديدة التي تستند إلى نظام ذكاء اصطناعي مدرب يحمل قدرات فنية عالية، في الكثير من الامور التي توظفها وسائل الإعلام في برامجها واخبارها وأعمالها الأخرى، إذ من المتوقع أن تنتشر مقاطع الفيديو المزيفة في مواقع التواصل الاجتماعي والقنوات التلفزيونية الفضائية أثناء المعارك الانتخابية للمرشحين، مما يثير قلق العديد من المتابعين في كل ارجاء المعمورة. وفيما يتعلق بتفاصيل هذا الإنجاز التقني والعلمي، فقد قام باحثون في مركز سامسونج للذكاء الاصطناعي في موسكو، ومعهد سكولكوفو للعلوم والتكنولوجيا في موسكو، ورقة بحثية تتضمن معلومات مفصلة عن المشروع، وتم نشرها بموقع arXiv الشهير المعني بأحدث إنجازات وأبحاث التكنولوجيا. (الشمري، ٢٠٢١، صفحة ٧٣١)

وتشير دراسة (Series, 2019)، ان هناك دور كبير لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم توظيفها في وسائل الاعلام المرئية والمسموعة بتأثيرها على

زيادة الانتاج واتاحة الفرص الابداعية وذلك عن طريق الاتي:

١. ايصال المعلومات للجماهير بسرعة ودقة عالية وذاتية.
٢. تطوير آليات العمل وتحسينه في المؤسسات الاعلامية.
٣. توليد المحتوى الالي ودمجه بالارشيف داخل المؤسسات.
٤. الاستعانة بادواته في تصنيع فيديوهات دعائية للبرامج عبر خاصية "Automated video digest"، رفقة التصوير الحي لكاميرات الدوران ولقطاتها المتنوعة، وكذلك المصور الآلي في الاستوديوهات.
٥. توظيف خاصية البحث التلقائي بشكل واسع للحصول على المعلومات المختلفة لتحديد الموضوعات أو الاتجاهات الأكثر علاقة، وعرضها على المنتجين والمشاهدين لاحقاً.
٦. يمكن الاستعانة بادوات الذكاء لتطوير تقنيات تحليل الصور للتعرف على الشخصيات في البرامج التلفزيونية.
٧. توظيف بعض القنوات الفضائية مذيع الذكاء الاصطناعي عبر جودة الصوت وخوارزميات التعليم الآلي.

ثالثاً: تزييف المعلومات باستخدام ادوات الذكاء الاصطناعي

أصبحت عملية نشر المعلومات المضللة والمزيفة ظاهرة شائعة بشكل متزايد، في عصر الواقع الاجتماعي الذي تُميّزه وسائل الإعلام الجديدة بتقنياتها المتطورة بشكل متسارع، ومن أبرز الابتكارات التكنولوجية في هذا المجال ظاهرة التزييف العميق "deep fakes" - وهو تزييف رقمي فائق الواقعية للمشاهد المرئية والمسموعة، ولكونه يعتمد على أحدث التقنيات، معززاً بإنجازات في مجال الذكاء الاصطناعي، يُمثل التزييف العميق بلا شك نقطة تحول في سياق إنتاج وتوزيع المحتوى السمعي والبصري المزيف. (Vatres, 2021, p. 575)، إذ تقوم الشبكات التوليدية التنافسية "(GANs)" بتوليد المحتوى الاصطناعي وهي في مقدمة تقنيات التزييف العميق، وهي تمثل آلية حاسمة في هذا المجال، وتتشكل الشبكات العصبية

للمولّد-المميز (GANS) من شبكتين تشاركان في منافسة ديناميكية، ينتج المولّد وسائط اصطناعية، في حين يؤدي المميز بتقييم أصلاتها، وتتوج هذه العملية التنافسية التكرارية بإنتاج تزيف عميق واقعي بشكل استثنائي، وهذا بدوره يشكل عقبات معقدة لصعوبة تمييزها عن المحتوى الأصلي. (Dung, Nguyen, & D, 2019).

وتم تسميته بـ "التزيف العميق" لأنه يجمع بين "الواقع" و"الزيف"، والتزيف الرقمي للفيديوهات، والذي تعرف تطبيقاته بالفيزياء العميقة، تمثل أبرز نتائج الذكاء الاصطناعي، وقد اعطت امكانية للقيام بتزيف مقاطع صوتية وصورية متحركة، لشخصيات عامة، أو ربما غير معروفة، لأغراض متعددة تستهدف المجتمعات أو الأشخاص في المقابل الفرص محدودة للغاية لقدرات برامج التحقق الرقمي، من كشف زيف تلك المقاطع أو نفيها. (الشمري، ٢٠٢١، الصفحات ٧٣١-٧٣٢)، وتستعين هذه التقنية على الشبكات التوليدية التنافسية (GANS) كإطار تشغيلي لها، وتوظف هذه الشبكات ببناء نموذج مزدوج، إذ يقوم أحد هذه النماذج بإنتاج محتوى مصطنع بينما يقوم الثاني بتحديد مثل هذه التصنيعات، ويؤدي التنافس الدائم بين النماذج الى انتاج محتويات تقترب من الاصلية وتعزز من جودة المحتوى، مما يقوي من مصداقيته (Dung, Nguyen, & D, 2019)، ويشير البعض، إلى ان للتزيف العميق له تأثيراً واضحاً على مصداقية وسائل الإعلام، ويسهم في انتشار المعلومات المفبركة، كما ان نشر المعلومات المضللة والمزيفة والمقنعة الى حد كبير، عن طريق وسائل التواصل إلى تزايد الشكوك العامة، وهذا بدوره سيؤدي الى هدم مصداقية الاخبار في الاعلام الرقمي ومنصاته. (فهيمى و فاروق، ٢٠٢٤، صفحة ١٦٥)، لذا ان الشكوك العامة تؤدي الى فقدان الثقة مما يسمح بتدني فرصة تواجد الجماهير الواعية والمستنيرة على مواقع الانترنت وماتمثلة هذه الفئة من اهمية كبيرة لعمل النظام بشكل عام وبالتحديد في الدول الديمقراطية (Vaccari & Chadwick, 2020, p. 3)، فضلاً عن ذلك فأن نزاهة وسائل الاعلام ذات تاسعة الحسنة تتعرض الى تهديد كبير، جراء التزيف العميق، فهذه المحتويات هي ناتجة عن

فبركة رقمية يصعب تمييزها عن المحتوى الأصلي، وهو تحدٍ خطير يهدد مصداقية هذه الوسائل، مما تسبب في هدم الثقة في البسنة الاعلامية التي تتميز بالواقعية بشكل مرتفع، وسيزداد المشهد الاعلامي تعقيداً في انتاج واستهلاك المضامين الاعلامية الحقيقية والموثوقة، مما ينذر بعقبات تفرض نفسها بقوة على المبادئ والقيم الاخلاقية والمهنية للصحافة (Vatres, 2021, p. 563)، وإن توليد الصور ومقاطع الفيديو الرقمية وتزييفها امراً ليس جديداً، إلا ان الامر اصبح يشكل خطورة اكثر عندما تطورت وتسارعت تقنيات التزييف ووظفت ادوات الذكاء الاصطناعي لتكون المضامين الممنجة اكثر اقناعاً وقل تمييزاً عن المحتويات الحقيقية، ومما يزيد المخاوف ان هذه التقنيات غير محصورة لدى المؤسسات البحثية او الاعلامية، لذا نرى انتشاراً واسعاً للاخبار المزيفة تتخذ من غطاء الحقيقة وجهاً لها. (الصاوي، ٢٠٢٥، صفحة ٦٩٠)، وتتصف تقنية التزييف العميق بالكثير من الخصائص التي تمزها عن غيرها، إذ حققت شهرة كبيرة لما تملكه من امكانيات في إنتاج نسخ رقمية تبدو واقعية لدرجة كبيرة، سواء في مجال التقنيات المسموعة او المرئية، وهذا بدوره يؤدي الى عدم التمييز بين التنسيقات الحقيقية والمزيفة او المصنعة بواسطة ادوات الذكاء، ومن الامور التي يتم فبركتها وتزييفها هي "انتحال الصوت، وتغيير الوجوه، واجراء التعديلات على الكلمات المنطوقة أو تعابير الوجوه"، مما يزيد المشهد تعقيداً لدى الجمهور في التمييز بين المحتويات الطبيعية او المزيفة والمفبركة. (Lee, 2020, Ian, & Kietzmann, 2020)، وعادة مايكون المحتوى المضلل الذي تقدمه وسائل الاعلام عبارة عن معلومات تقدم بشكل متحيز، على العكس من تقديم الاخبار الواضحة والطبيعية والمتوازنة (محمود، ٢٠٢٠، صفحة ٢٨١٦)، وقد تسهم الصحافة الروبوتية او "صحافة الذكاء الاصطناعي في التقليل من التحيز والتفسير الشخصي للمعلومات والبيانات، عن طريق توظيف خوارزميات تعمل بالتعلم الالي ما يمكنها بالتنبؤ بالتحيز البشري وتأثيره على الصحافة الالية". (Leppanen, Tuulonen, & Siren-Heikel, 2020, p. 45)

رابعاً: أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التزييف:

١. الصور ومقاطع الفيديو المزيفة (Deep fake): ان تزييف المشاهد المتحركة المرئية هي من اكثر المحتويات التي يتم التزييف والتضليل فيها، إذ يقوم المزيفون بتوليد او تركيب اجسام او وجوه لاشخاص على اجساد ووجوه اخرى موجودة فعلياً، ثم يتم مطابقتها كلياً ليصعب على الكثير تمييزها عن الحقيقية، وعادة ماتستخدم هذه المشاهد والفيديوهات لشخصيات مشهورة وينسب اليها تصريحات او حركات وافعال لم تقم بها بالاساس، وبذلك يتم تضليل الرأي العام إزاء هذه الشخصيات لغايات واهداف محددة. (internet matters، ٢٠٢٥).

٢. الأخبار المزيفة (Fake News) باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي: تواجه مصداقية الأخبار في العصر الحديث تحديات متزايدة نتيجة التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. من أبرز هذه التحديات هو إنشاء محتوى إخباري مولد بواسطة نظم الذكاء الاصطناعي، التي يمكن أن تنتج نصوصاً تبدو واقعية لكنها تفتقر إلى الدقة. هذه الأنظمة قادرة على تحليل كميات هائلة من البيانات واستخراج المعلومات بطريقة سريعة، مما يؤدي إلى إنتاج أخبار قد تكون مضللة أو غير موثوق. (موقع جزيل، ٢٠٢٥).

٣. تزييف الاصوات (Voice Cloning): "ان عملية تزييف الاصوات تتم بواسطة استنساخ الصوت الاصلي ببرامج تقنية حديثة، وهذا مايسمى بالتزييف الصوتي، فيتم التلاعب بالاصوات بدلا من الفيديو وتركيب الاصوات عليها، وبهذه الحالة تبدوا المشاهد المصنعة على انها حقيقية"، وفيما بعد تستخدم لاغراض الابتزاز او التشهير او لاغراض اخرى مما سببت خسائر مالية كبيرة للبعض. (internet matters، ٢٠٢٥).

ثانياً: طرائق معالجة تزييف المعلومات

يرى العديد من الباحثين ضرورة ايجاد سبل علمية لوضع معايير وتعليمات واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، إذ يرى العديد من

القائمين بالاتصال في وسائل الاعلام انه لابد من دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن أطر عمل تحقق ديمومة المصداقية في المجال الاعلامي، مما يؤكد على ان الوضع الراهن يتطلب إجراء العديد من الدراسات العلمية التي تتبثق من التحديات الاخلاقية والمهنية التي تواجه العاملين في وسائل الاعلام بتوظيفهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومخاطره وتأثيراته المحتملة على مصداقية المعلومات والايخبار. (موقع جزيل، ٢٠٢٥).

وتتم معالجة تزيف المعلومات بطرائق متعددة، من أبرزها:

١. **طرائق تقنية:** تستخدم بعض التقنيات للكشف عن الاصوات التي تزسفها او التلاعب بها عن طريق ادوات وطرائق عدة منها (تحليل الطيف الترددي، التعلم العميق المضاد، استخدام برمجيات متخصصة في تحليل السمات الحيوية للصوت، مؤشرات الدقة الصوتية، ادوات مفتوحة المصدر واكاديمية)، ("موقع بالعربي"، ٢٠٢٥)، ويبقى التحدي الكبير للكشف عن التزيف المرئي والمسموع هو التقدم التكنولوجي ذاته، ولكن تبقى بعض الطرق مثل تحليل البصمة الرقمية واستخدام معالجة الصور، وتطوير التقنيات والذكاء ايضا لهما دورا مهما في التمييز بين المضامين الحقيقية والمزيفة. (الصاوي، ٢٠٢٥، صفحة ٦٩٠).
٢. **طرائق مهنية:** ان اي انتهاك للخصائص الشخصية المرتبطة بالهوية يمثل تعدياً على الخصوصية والكرامة الانسانية، وان لم توظف في جريمة ما، وهنا يمثل التحدي الاكبر بين موازنة حرية الابتكار في الجانب التقني وحقوق الانسان وعد تزيف معلوماته وصورته الشخصية. ("موقع بالعربي"، ٢٠٢٥)، كما يجب على الصحفيين الالتزام بالمعايير الاخلاقية كالمسائلة والنزاهة والحياد والدقة والشفافية، وحماية مصادره والية جمع المعلومات، فضلاً عن تقليل الضرر عن الجمهور والموازنة اثناء التغطية ونقل المعلومات. (شين ونون، ٢٠٢٥).
٣. **طرائق تشريعية:** هنالك العديد من التشريعات القانونية التي نظمت من أجل تجريم التزوير وعمليات الابتزاز وانتهاك الخصوصية، لكن هذه التشريعات لا

تشمل الجرائم الرقمية التي ترتكب بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يشكل تحدياً كبيراً في الملاحقة القضائية لمرتكبيها. ("موقع بالعربي"، ٢٠٢٥)، لذا أصبح من الضروري ان تقدم الجهات المعنية ووسائل الاعلام والنفقات تشريعات تتناسب مع حجم الجرائم التي ترتكب في ظل التقدم الكبير في تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في التزييف باشكاله كافة.

٤. **طرائق توعوية وثقافية:** ان من المهم ان تقدم وسائل الاعلام فهماً دقيقاً لآليات تصنيع المحتويات المزيفة او المفبركة بواسطة ادوات الذكاء الاصطناعي، وطرائق التمييز الميسرة للكشف عن المحتويات المزيفة والحقيقة التي تقدم عبر وسائل الاعلام سواء المرئية منها او المسموعة وكذلك النصوص والصور، "وتشير الأبحاث الحالية إلى أن التزييف العميق يمتلك تأثيراً مماثلاً على مواقف الأفراد ونواياهم السلوكية كما تفعل المواد الأصلية" (Hughes, Fried, Ferguson, Yao, & Hussey, 2021).

الإطار الميداني للبحث:

وظيف ادوات الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام وسبل معالجتها من

وجهة نظر الصحفيين العراقيين

المحور الأول: البيانات الشخصية (الديموغرافية)

جدول (١) يبين نسب الذكور والاناث من الصحفيين العاملين في وسائل الاعلام

| المرتبة | النسبة | الجنس |
|---------|--------|-------|
| ١ | ٧٠,٥% | ذكر |
| ٢ | ٢٩,٥% | انثى |

تشير نتائج جدول (١) ان غالبية المبحوثين العاملين في وسائل الاعلام من الذكور حيث بلغت نسبتهم (٧٠,٥%) بينما كانت نسبة النساء (٢٩,٥%).

جدول (٢) يبين اعمار المبحوثين من الصحفيين العاملين في وسائل الاعلام

| المرتبة | النسبة % | العمر |
|---------|----------|----------------|
| ٣ | ١٣,٦ | من ٢٩-٢٠ سنة |
| ١ | ٤٠,٥ | من ٣٠ - ٣٩ سنة |
| ٢ | ٣٤,١ | من ٤٠-٤٩ سنة |
| ٤ | ١١,٨ | ٥٠ سنة وأكثر |

تشير نتائج جدول (٢) إلى ان غالبية الباحثين تتراوح اعمارهم بين (٣٠-٣٩) بالمرتبة الاولى وبنسبة (٤٠,٥%) ومن ثم الاعمار ما بين (٤٠-٤٩) بنسبة (٣٤,١%).

جدول (٣) يبين التحصيل العلمي للمبوحين

| المرتبة | النسبة | التحصيل العلمي |
|---------|--------|--------------------------------|
| ١ | ٤٢,٧ | بكالوريوس |
| ٢ | ٣٩,١ | دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه) |
| ٣ | ١١,٤ | اعدادية |
| ٤ | ٦,٨ | دبلوم |

تبين نتائج جدول (٣) الخاص بالتحصيل العلمي ان غالبية الباحثين يمتلكون مؤهل دراسي علمي بكالوريوس بواقع (٤٢,٧%) يليهم في المرتبة الثانية ممن يمتلكون شهادات عليا (ماجستير ودكتوراه) وبنسبة (٣٩,١%)، وهذا يشير ان غالبية الباحثين يمتلكون معارف علمية في هذا المجال.

جدول (٤) يبين توزيع مفردات العينة بحسب الصفة الاعلامية (العمل في المؤسسة)

| المرتبّة | النسبة | الصفة الاعلامية |
|----------|--------|-------------------|
| ١ | ٣٠,٤ | محرر |
| ٢ | ٢٥,١ | مراسل |
| ٣ | ١٥,٢ | مذيع (مقدم برامج) |
| ٤ | ١٠,٥ | مصور |
| ٥ | ٩,٨ | معد برامج |
| ٦ | ٤,٥ | مخرج |
| ٦ | ٤,٥ | مونتيير |

يتضح من نتائج جدول (٤) ان النسبة الاعلى من المبحوثين يعملون (محررين) بنسبة (٣٠,٤%) يليهم (المراسلين) بالمرتبّة الثانية بنسبة تبلغ (٢٥,١%)، فيما كانت النسبة الاقل من (المخرجين، المونتييرية) بنسبة (٤,٥%) لكل منهم.

جدول (٥) يبين توزيع مفردات العينة بحسب سنوات الخبرة

| المرتبّة | النسبة | سنوات الخبرة |
|----------|--------|--------------|
| ٣ | ١٢,٤ | من ١-٥ سنوات |
| ٢ | ٢٥ | من ٦-١٠ |
| ٣ مكرر | ١٩,٤ | من ١١-١٥ |
| ١ | ٤٣,٢ | ١٦ سنة واكثر |

يتضح من بيانات جدول (٥) ان سنوات خبرة المبحوثين هي النسبة الاعلى منهم يمتلكون خبرات اعلامية كبيرة تجاوزت الـ (١٦ سنة) وواقع (٤٣,٢%) ويليهم المبحوثين الذين يمتلكون خبرة من (٦-١٠) سنوات بنسبة بلغت (٢٥%)، فيما كانت النسبة الاقل للذين يمتلكون خبرة ما بين (١-٥ سنوات).

❖ المحور الثاني: مجالات توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي

جدول (٦) يبين ادوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في وسائل الاعلام /

متعدد الاجابات

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرارات | مجالات توظيف ادوات الذكاء الاصطناعي |
|---------|----------------|-----------|---|
| ١ | ٢٠,٥٩% | ٦٣ | جمع المعلومات من مصادر متعددة |
| ٢ | ١٦,٦٧% | ٥١ | كتاب القصص الاخبارية |
| ٣ | ١٥,٦٩% | ٤٨ | صياغة وتحرير الاخبار |
| ٤ | ١٣,٧٣% | ٤٢ | تجهيز الصور الصحفية والتعديل عليها |
| ٥ | ١٢,٧٥٥% | ٣٩ | ادارة الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي |
| ٦ | ٧,٨٤% | ٢٤ | جمع واعداد الفيديوهات من الارشيف |
| ٦ | ٧,٨٤% | ٢٤ | تحليل البيانات والمعلومات |
| ٧ | ٤,٩٠% | ١٥ | تحسين محركات البحث (seo) |
| - | ١٠٠% | ٣٠٦ | المجموع الكلي للمبحوثين |

يتضح من نتائج جدول (٦) ان غالبية المبحوثين يؤكدون ان مجالات توظيف ادوات الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام تكون في الغالب من اجل (جمع المعلومات من مصادر متنوعة) بنسبة (٢٠,٥٩%)، وكذلك تكوزن ل(كتابة القص الاخبارية) بالمرتبة الثانية، (وصياغة وتحرير الاخبار) بالمرتبة الثالثة، فيما كانت النسبة الاقل لاستخدام ادوات الذكاء الاصطناعي في مجال (تحسين محركات البحث) بواقع (٤,٩٠%).

جدول (٧) يبين مستوى تزييف المعلومات في وسائل الاعلام من وجهة نظر

المبحوثين

| ت | العبارة | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا بشدة | العدد الكلي |
|---|--|---------------|-------|-------|-------------|------------|----------------|
| 1 | ان ظاهرة تزيف المعلومات باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي باتت منتشرة في المضامين التي تقدمها وسائل الاعلام العراقية. | ٣ | ٤٥ | ٣٩ | ٢٧ | ١٨ | ١٣٢ |
| 2 | ان تقنية "التزيف العميق" (Deepfake) لتوليد مقاطع الفيديو المزيفة باتت تمثل خطراً كبيراً على مصداقية الأخبار والمعلومات. | ٤٢ | ٧٥ | ٦ | ٦ | ٣ | ١٣٢ |
| 3 | تمثل برامج استنساخ الأصوات (Voice Cloning) بواسطة ادوات الذكاء في إنتاج تصريحات وتسجيلات مزيفة تمثل صعوبة لدى الجمهور في تمييزها عن الحقيقية. | ٣٣ | ٦٩ | ١٨ | ٦ | ٦ | ٣٢ |

| | | | | | | | |
|---|---|----|----|----|----|---|-----|
| 4 | يتم الاستعانة ببروبات الدردشة وأنظمة توليد النصوص في صياغة أخبار مضللة ونشرها على بشكل واسع عن طريق المواقع والصفحات الخاصة بوسائل الاعلام. | ١٥ | ٥٤ | ٣٦ | ٢١ | ٦ | ٣٢ |
| 5 | تلعب الدوافع السياسية دوراً مهماً في الاستعانة بتقنيات وادوات الذكاء الاصطناعي لتزييف المعلومات بجميع اشكالها ومحتوياتها. | ٣٩ | ٥٧ | ٢٤ | ١٢ | ٠ | ١٣٢ |
| 6 | ان انتشار المضامين المزيفة يسهم في تآكل ثقة الجمهور بوسائل الاعلام واعتماده عليها كمصدر رئيس للمعلومات. | ٦٠ | ٥٧ | ٩ | ٦ | ٠ | ١٣٢ |

• وتبين من نتائج جدول (٧) اعلاه، الاتي:

1. جاءت عبارة " (ان ظاهرة تزييف المعلومات باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي باتت منتشرة في المضامين التي تقدمها وسائل الاعلام العراقية)"، بمتوسط حسابي (٢,٩١)، وانحراف معياري (١,٠٨)، مما يشير الى ان هنالك اتجاه محايد يقترب من عدم الاتفاق بين الباحثين، بدلالة وجود الاختلاف عالٍ نسبياً في اجاباتهم.

٢. جاءت عبارة (ان توظيف تقنية "التزييف العميق" (fake Deep) لتوليد مقاطع الفيديو والاصوات المزيفة باتت تمثل خطراً كبيراً على مصداقية الأخبار في وسائل الاعلام)، بمتوسط حسابي (٤,١١) وانحرافاً معيارياً (٠,٨٦).
٣. حصلت عبارة " (تمثل برامج استنساخ الأصوات (Voice Cloning) بواسطة ادوات الذكاء في إنتاج تصريحات وتسجيلات مزيفة تمثل صعوبة لدى الجمهور في تمييزها عن الحقيقية)"، على متوسط بلغ (٣,٨٩)، وانحراف معياري يقدر ب(٠,٩٨)، لذا ان هذه البرامج قد تسهم الى حد ما في تضليل الجمهور بين المحتوى الحقيقي والمزيف، إذا ما وظفت في هذا المجال.
٤. ان عبارة" (يتم الاستعانة بروبوتات الدردشة وأنظمة توليد النصوص في صياغة أخبار مضللة ونشرها بشكل واسع عن طريق المواقع والصفحات الخاصة بوسائل الاعلام)"، جاءت بمتوسط حسابي يقدر ب(٣,٣٩) مع انحراف معياري (١,٠٣)، مما يتضح ان آراء المبحوثين تميل نحو الحياد مع فارق بسيط يتجه نحو الاتفاق.
٥. تشير عبارة " (تلعب الدوافع السياسية دوراً مهماً في الاستعانة بتقنيات وادوات الذكاء الاصطناعي لتزييف المعلومات بجميع اشكالها ومحتوياتها)"، على ان هناك اتفاق واضح بين آراء الصحفيين على ان الدوافع السياسية تقف خلف تزييف المعلومات، إذ جاءت بمتوسط حسابي(٣,٩٣) وانحراف معياري(٠,٩١).
٦. حصلت عبارة " (ان انتشار المضامين المزيفة في وسائل الاعلام العراقية يسهم في انخفاض ثقة الجمهور بها واعتماده عليها كمصدر رئيس للمعلومات)"، على متوسط حسابي عالٍ جداً (٤,٢٩)، وانحراف معياري منخفض وصل الى (٠,٨٢).

❖ المحور الثالث: طرائق معالجة تزييف المعلومات

جدول (٨) يبين طرائق معالجة تزييف المعلومات من وجهة نظر الصحفيين

| ت | العبارة | أوافق بشدة | أوافق | لا أتفق | لا أتفق بشدة | العدد الكلي للمبحوثين |
|---|--|------------|-------|---------|--------------|-----------------------|
| 1 | لدى الصحفيين العراقيين قدرات تقنية وفنية تمكنهم من كشف المحتويات المزيفة والية التعامل معها. | ١٥ | ٥٤ | ٣٠ | ٢٧ | ١٣٢ |
| 2 | مشاركة الصحفيين العراقيين بشكل مستمر في الدورات التدريبية للكشف عن المحتويات المزيفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي واليات التعامل معها اصبح ضرورة قصوى. | ٩٠ | ٣٣ | ٥ | ٣ | ١٣٢ |
| 3 | ان التزام الصحفيين بمبادئ واخلاقيات المهنة والتحقق من المعلومات ومصادرها قبل النشر والبت، من ابرز سبل محاربة المحتويات المزيفة. | ٨٤ | ٤١ | ٣ | ٣ | ١٣٢ |
| 4 | اصبح من الضروري وضع تشريعات قانونية، وسياسات واضحة من | ٧٢ | ٥١ | ٦ | ٣ | ١٣٢ |

| | | | | | | | |
|-----|---|---|---|----|----|--|---|
| | | | | | | المؤسسات الإعلامية للتعامل مع ادوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي. | |
| ١٣٢ | 0 | 5 | 2 | 45 | 79 | يجب على المؤسسات الإعلامية تنظيم حملات توعوية لتعريف الجمهور بمخاطر التزييف العميق وكيفية تمييزه عن المحتوى الاصيل. | 5 |
| ١٣٢ | 1 | 5 | 9 | 66 | 51 | من المهم تفعيل مجالات التعاون بين المؤسسات الإعلامية والشركات التقنية لوضع حلول ناجعة لمكافحة تزييف المعلومات. | 6 |

تشير نتائج جدول (٨) الى الاتي:

١. من خلال اجابات الباحثين جاءت الفقرة "لدى الصحفيين العراقيين قدرات تقنية وفنية على كشف المحتويات المزيفة والتعامل معها" بمتوسط حسابي (٣,٣٤) وانحراف معياري قدره (١,٠٦)، أي ان آراء العينة كانت تتجه الى الحياد او عدم الاتفاق.
٢. حضيت فقرة "مشاركة الصحفيين العراقيين بشكل مستمر في الدورات التدريبية للكشف عن المحتويات المزيفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي واليات التعامل معها اصبح ضرورة قصوى"، بأتفاق غالبية الباحثين، فقد جاءت بمتوسط عالٍ وصل الى (٤,٥٨) وانحراف معياري قدره (٠,٨٠).
٣. تشير نتائج الفرة "ان التزام الصحفيين بمبادئ واخلاقيات المهنة والتحقق من المعلومات ومصادرها قبل النشر والبت، من ابرز سبل محاربة المحتويات المزيفة"

الى حصولها على متوسطٍ عالٍ بلغ (٤,٥٥) وانحراف معياري قدره (٠,٧٢)، أي ان المبحوثين كانوا شبه متفقين على الفقرة، وبدوره يؤكد ضرورة الالتزام بمبادئ المهنة واخلاقياتها للتصدي المباشر لتزيف المعلومات وتطبيقاتها.

٤. حصلت هذه الفقرة " اصبح من الضروري وضع تشريعات قانونية، وسياسات واضحة من المؤسسات الاعلامية للتعامل مع ادوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي"، على اتفاق شبه تام بين المبحوثين وجاءت بمتوسط حسابي قدره (٤,٤٥) وانحراف معياري بلغ (٠,٦٩).

٥. حظيت فقرة "يجب على المؤسسات الاعلامية تنظيم حملات توعوية لتعريف الجمهور بمخاطر التزيف العميق وكيفية تمييزه عن المحتوى الاصيل" بمتوسط بلغ (٤,٤٨) وانحراف معياري قدره (٠,٧١).

٦. تشير نتائج عبارة " تفعيل مجالات التعاون بين المؤسسات الإعلامية والشركات التقنية اصبح اهمية قصوى لوضع حلول ناجعة لمكافحة تزيف المعلومات"، الى حصولها على متوسط قدره (٣,٨٩) وانحراف معياري وصل الى (٠,٩٢)، ما يبين نسبة الاتفاق المتوسط على هذه العبارة، وتعبير أدق تعكس نتائجها اهمية التعاون بين المؤسسات الاعلامية للحد من ظاهرة انتشار تزيف المعلومات في وسائل الاعلام.

❖ المحور الرابع: التحقق من فروض البحث

جدول (٩) يبين نتائج فرضيات البحث

| ت | العبارة | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أبداً | العدد الكلي للمبح وثين |
|---|--|------------|-------|-------|----------|----------|------------------------|
| 1 | (الفرض الأول): كلما زادت سهولة الوصول إلى أدوات الذكاء الاصطناعي، زاد استخدامها في إنتاج محتوى مزيف في وسائل الاعلام المحلية. | ٣٨ | 64 | 12 | 15 | 3 | ١٣٢ |
| 2 | (الفرض الثاني): الوعي العالي لدى القائم بالاتصال بمخاطر الذكاء الاصطناعي يرتبط بشكل مباشر بقدرته على معالجة المعلومات المزيفة. | ٢2 | ٩٣ | ١٠ | ٥ | 2 | ١٣٢ |
| 3 | (الفرض الثالث): ان التطور السريع في تقنيات الذكاء الاصطناعي يصعب على الجمهور التمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف. | 45 | 57 | 18 | 9 | 3 | ١٣٢ |
| 4 | (الفرض الرابع): ان السياسات التحريرية الواضحة في المؤسسات الاعلامية تسهم في الحد من | 30 | 72 | 21 | 9 | 0 | ١٣٢ |

| | | | | | | | |
|-----|---|---|----|----|----|--|---|
| | | | | | | نشر المحتوى المزيف عن طريق تقنيات الذكاء الاصطناعي. | |
| ١٣٢ | 0 | 3 | 12 | 48 | 69 | (الفرض الخامس): ان غياب القوانين والتشريعات الاعلامية الرادعة يشجع على توليد محتويات مزيفة باستخدام ادوات الذكاء الاصطناعي ونشرها بشكل واسع. | 5 |

| التفسير | الانحراف المعياري | المتوسط | الفرضية |
|--|-------------------|---------|--------------|
| حققت الفرضية اتفاق كبير بين الباحثين، مع تباين متوسط في الآراء. | 1.02 | 3.90 | الفرض الأول |
| حققت الفرضية اتفاق قوي نسبياً بين الباحثين مع ملاحظة تباين منخفض، ما يؤكد قبول الفرضية. | 0.73 | 3.97 | الفرض الثاني |
| حققت الفرضية اتفاق كبير بين الباحثين، وبتحقيق تباين منخفض، ما يؤكد قبول الفرضية. | 0.98 | 4.00 | الفرض الثالث |
| حققت الفرضية اتفاق غالبية الباحثين بمتوسط مرتفع، وملاحظة تباين منخفض كذلك. | 0.81 | 3.93 | الفرض الرابع |
| حققت الفرضية اتفاق شبه كامل بين الباحثين بأعلى متوسط، وتباين منخفض مما يؤكد صحة الفرضية. | 0.75 | 4.39 | الفرض الخامس |

❖ نتائج فرضيات البحث عن طريق ايجاد معاملات ارتباط بيرسون (بين الفرضيات):

أ. حققت الفرضيات ارتباطات كبيرة جداً (٠,٧٧ - ٠,٩٥)، وهذا يؤكد على تماسك قوي بين فرضيات البحث.

ب. اتضح ان أقوى علاقة ارتباط كانت بين الفرض الأول والفرض الثالث $\rightarrow (0.96)$ ، وهذا يشير الى فرضية "سهولة الوصول لادوات الذكاء الاصطناعي" له ارتباط كبير بفرضية "أن التطور يقلل قدرة الجمهور على التمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف".

ت. اتضح ان اضعف علاقة: هي بين الفرض الثاني والخامس وواقع (0.78) ، مع ذلك فهي لا تزال قوية.

❖ تفسير نتائج الفرضيات العامة

أ. اتضح ان كل المتوسطات في الفرضيات اكبر من $(٣,٩)$ ، ما يؤكد ان عينة البحث تتجه نحو الاتفاق بقوة على مجمل الفرضيات.

ب. اتضح ان الانحرافات المعيارية اقل من $(١,٠)$ في مجمل الفرضيات ما يعزز من تجانس الآراء لدى المبحوثين.

ت. تشير معاملات الارتباط المرتفعة جدا (قريبة من ١) أن الفرضيات فيها ارتباط وثيق جداً، وهذا يؤشر تحقق اهداف البحث، أي ان خطورة الذكاء الاصطناعي يتمثل في توليد المحتوى المزيف وانتشاره بشكل واسع في وسائل الاعلام، فضلاً عن الضرورة القصوى باهمية وضع تشريعات قانونية وسياسات واضحة ووعي لدى الصحفيين والجمهور لمكافحة هذا التزييف.

❖ الاستنتاجات

١. تبين ان غالبية المبحوثين اعمارهم متوسطة مابين الثلاثين والاربعين فهم في قمة مرحلة من الوعي والنضج والادراك مع مايملكوه من تحصيل علمي جيد يمنحهم القدرة على مواكبة تطورات العمل الصحفي.

٢. اتضح ان غالبية من يستخدمون ادوات الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام العراقية من اجل جمع المعلومات من مصادر متنوعة وصياغة الاخبار وكتاب القصص

- الإخبارية، دون استخدامها في تزييف المعلومات.
٣. اتضح ان هناك ان هناك اتفاق يميل لرفض فكرة انتشار تزييف المعلومات في وسائل الاعلام العراقية.
٤. تبين ان بتزييف العميق للمعلومات وتوليد الفيديوهات والاصوات المزيفة يمثل خطورة كبيرة وخطورته تهدد مصداقية الاخبار على وسائل الاعلام.
٥. اتضح ان الدوافع السياسية تقف خلف تزييف المعلومات وانتشارها بين الاوساط الاجتماعية.
٦. تبين ان انتشار المضامين المزيفة تسهم بتدني ثقة الجمهور بوسائل الاعلام وعدم اعتماده عليها كمصدر اساس لمعلوماته التي يستقيها بشكل متواصل.
٧. نستنتج ان اغلب الصحفيين العراقيين وبحسب المبحوثين غير قادرين على كشف المحتويات المزيفة بطرائق تقنية او فنية.
٨. ضرورة التدريب المستمر والفعال للصحفيين لمكافحة تزييف المعلومات في وسائل الاعلام.
٩. ضرورة اقرار تشريعات قانونية جديدة تلائم العمل بتقنيات الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام وتتنصدي لاليات تزييف المعلومات.
١٠. اهمية اطلاق المؤسسات الاعلامية العراقية حملات توعية لتعريف الجمهور بالمحتوى المزيف وطرائق تمييزه عن المحتوى الحقيقي.

❖ المقترحات

١. يقترح الباحث سن قوانين وتشريعات تنظم عمل استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام، بما يكفل الحد من انتشار المحتويات المزيفة ومعاقبة مرتكبيها سواء كانوا اشخاص او جهات او مؤسسات.
٢. ضرورة اشراك الصحفيين في المؤسسات الاعلامية العراقية بالبرامج التدريبية المتطورة، لتطوير امكانياتهم بشكف المحتويات المزيفة والتعامل معها، بما يضمن التحقق من مصادر المعلومات بدقة.

٣. لا بد ان تضع وسائل الاعلام منهجية عمل واضحة تنظم السياسات التحريرية لديها، بما يضمن التقيد بشروط التحقق من الاخبار ومصادرها للحد من تسرب المحتوى المزيف للجمهور.
٤. يقترح الباحث تفعيل التعاون المشترك بين وسائل الاعلام والشركات التقنية لتطوير ادوات الكشف المسبق عن المحتويات المضللة، فضلا عن ضرورة اطلاق حملات توعوية تسعى لرفع مهارة ووعي الجمهور بخطورة المحتويات المزيفة وامكانية تمييزها عن المحتويات الحقيقية.
٥. نقترح اجراء الدراسة الموسومة (الاثار الاجتماعية على الجمهور لظاهرة التزييف العميق للاخبار والمعلومات في وسائل الاعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي).

مصادر:

١. اسامة السيد عبد العزيز، و مروة رضوان ابراهيم. (يوليو-سبتمبر، ٢٠٢٢). الأثر المجتمعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، الجزء الثاني(٨٠)، ١٩٠١-١٩٥٤.
٢. ايهاب خليفة. (ابريل، ٢٠١٩). ملامح وتداعيات هيمنة الآلات الذكية على حياة البشر. مركز المستقبل للابحاث والدراسات المتقدمة، العدد ٦.
٣. تواتي نور الدين. (٢٠١٣). ماكلوهان مارشال..قراءة في نظرياته بين الامس واليوم. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد ١٠.
٤. حسن عماد مكايي، و ليلي حسن السيد. (٢٠٠٢). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدرا المصرية اللبنانية.
٥. رشدي نعيمة. (١٩٨٧). تحليل المحتوى في العلوم الانسانية. القاهرة: دار الفكر.

٦. رشيد زوراتي. (٢٠٠٢). تدريبات على منهجية البحث العلمي في بحوث العلوم الاجتماعية. د. م: ديوان المطبوعات الجامعية.
٧. سرمد احمد عبد الله، و مينا حارث حازم. (٢٠٢٥). دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الاخباري عبر وسائل الاعلام الرقمية. مجلة واسط للعلوم الانسانية، ٢١(٣)، ٥٠٢-٥٠١٨.
٨. شين ونون. (٨ ٩، ٢٠٢٥). متاح على موق "من أخلاقيات ومسؤولية الاعلام": <https://noonwashin.com/Mediaethics>
٩. عبد الله موسى، و احمد حبيب بلال. (٢٠١٩). الذكاء الصناعي ثورة في تقنيات العصر. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
١٠. علاء مكي الشمري. (حزيران، ٢٠٢١). الاعلام المرئي في ظل تحديات الذكاء الصناعي: دراسة استطلاعية. ١٣٧، ٧١٧-٧٤٢.
١١. عمر عبد الله الزعبي، نور محفوظ احمد، و نورسية عبد الحميد. (٢٠٢٥). المجلة الماليزية للاتصالات، ١(٤١).
١٢. فهمي ب. م. & ، فاروق م. ع. (2024). تقنية التزييف العميق: تحليل شامل لتداعياتها وتأثيرها المجتمعي. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال. 162-193.
١٣. محمد كرم الصاوي. (٢٠٢٥). تكنولوجيا التزييف العميق: دراسة بحثية حول الجوانب المظلمة للذكاء الاصطناعي. العدد ٥١ (المجلد ١٠)، ٦٧٤-٦٩٤.
١٤. محمود، ع. م. (2020). اكتوبر. (توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في انتاج المحتوى الاعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري ج5(2797-2860).

١٥. موقع جزيل. (٩، ٨، ٢٠٢٥). متاح على موقع " من هل يمكن للذكاء الاصطناعي ان يهدد مصداقية الاخبار":

[/https://jazeeljo.com/artintnews](https://jazeeljo.com/artintnews)

١٦. ولاء محمد الناغي، و ياسر محمد الناغي. (٢٠٢٢). ادراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لتهديدات التزييف العميق " Deep Fak " وعلاقته باستخدامهم الامن لتلك المواقع

١٧. "موقع بالعربي". (١٠، ٨، ٢٠٢٥). متاح على موقع، "تقليد الأصوات بالذكاء الاصطناعي: التهديد الخفي بالمعلومات المضللة والابتزاز الرقمي":

<https://bilarabiya.net/48564.html>

١٨. internet matters. (٩، ٨، ٢٠٢٥). متاح على موقع "من ماهو التزييف العميق":

<https://www.internetmatters.org/ar/resources/what-is-a-deepfake>

19. Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020, January–March). Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News. *Social Media + Society*, 1–13.
20. Aleessawi , N., & Al-Zoubi, S. (2024). implications of Artificial Intelligence (AI) on the quality of media content. *Studies in Media and Communication*. 12(4), 41–51.
21. Dung, N., Nguyen, C., & D, N. (2019). Deep Learning

- for Deepfakes Creation and Detection. Retrieved from ArXiv: <https://export.arxiv.org/pdf/1909.11573>
22. Hughes, s., Fried, O., Ferguson, M., Yao, D., & Hussey, I. (2021). Deepfaked online content is highly effective in manipulating people's attitudes and intentions. Retrieved from <https://osf.io/4ms5a>
 23. Lee, L. W., Ian, M. P., & Kietzmann, J. (2020, March–April). Deepfakes: Trick or treat?). Business Horizons, 63(2), 135–146.
 24. Leppanen, L., Tuulonen, H., & Siren–Heikel, S. (2020). "Automated Journalism as a source of and a Diagnostic Device for Bias in Reporting."Media and communication. 8(3), 39–49.
 25. Series, B. (2019). "Artificial Intelligence Artificial Intelligence Systems for programme production and exchange.Available. Retrieved from at: <https://www.itu.int/dms-pub/itu-r/opb/rep/R-REP-BT2447-2019-PDF-E.pdf>.
 26. Silverstone,. (1988). Compte rendu de l'ouvrage, letters of Marshall, In Medias, culture et société. 10 Mars.
 27. Vatres, A. (2021). Deepfake Phenomenon: An Advanced

- Form of Fake News and Its Implications on Reliable Journalism. *Društvene i humanističke studije*, 6, 561–575.
28. Vatres, A. (2021). Deepfake Phenomenon: An Advanced Form of Fake News and Its Implications on Reliable Journalism. *Društvene i humanističke studije*, 6(3), 561–576.
29. Waston, W. (1990). *du cliché à l’archétype: la foire du sens*, Montréal. Paris: Hurtubise– Maine.