العدد 13A مجلة دراسات في الإنسانيات والعلوم التربوية ايار 2026
No. 13A Journal of Studies in Humanities and Educational Sciences May 2026
Print ISSN 3006-3256 Online ISSN 3006-3264

# استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في نشر المحتوى المضلل عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة مسحية

مرتضى ريسان كاظم خليفة
جامعة ذي قار /كلية الاعلام
murtada.resan@utq.edu.iq

**المستخلص**

تستكشف هذه الدراسة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لنشر المعلومات المضللة عبر الإنترنت من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. وتناقش الدراسة بشكل خاص مدى شيوع هذا المحتوى، والتطبيقات المختلفة للذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الكاذبة، وتأثير ذلك على مصداقية وسائل الإعلام وثقة الجمهور بها. استخدم البحث تصميمًا وصفيًا للمسح، أُجري على عينة مقصودة مكونة من 70 عاملًا إعلاميًا في مؤسسات إعلامية رقمية في العراق عام 2026. جُمعت البيانات باستخدام استبيان مكون من 25 بندًا، خضع لاختبارات مستقلة من خلال مراجعة الخبراء، واختبارات موثوقية باستخدام معامل ألفا كرونباخ الذي بلغ 0.88. أظهرت النتائج أن المستجيبين كانوا على دراية واسعة بنشر المعلومات المضللة بدعم من الذكاء الاصطناعي عبر مختلف المنصات، وكان هناك اتفاق قوي على أن هذه التقنيات قد تحولت إلى أداة مفضلة لإنتاج الأخبار الكاذبة. وكشفت النتائج أن أكثر التقنيات شيوعًا في حملات التضليل هي تقنية التزييف العميق، تليها النصوص المُولّدة بواسطة الذكاء الاصطناعي والحسابات الوهمية. تُبرز هذه الورقة البحثية أن هذا النوع من المحتوى يُعد مصدرًا رئيسيًا لانعدام الثقة في المؤسسات الإعلامية، ويُهدد مصداقيتها. تختتم الدراسة بعدد من الاستنتاجات الأساسية، مثل ابتكار أدوات جديدة لنشر الأخبار الكاذبة، وتعزيز الثقافة الرقمية، وتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة، وتصميم دورات تدريبية لتعليم الصحفيين كيفية استخدام هذه التقنيات بمسؤولية.

**الكلمات المفتاحية**: تقنيات الذكاء الاصطناعي، وسائل التواصل الاجتماعي، المعلومات المضللة،

# The Use of Artificial Intelligence Technologies in Spreading Misleading Content on Social Media: A Survey Study

Murtadha Risan Kadhim Khalifa
University of Dhi Qar / College of Media

## Abstract

This study explores the use of artificial intelligence technologies to disseminate false information online via social media. In particular, it discusses the popularity of this content, different applications of AI to produce fake news, and its effects on the credibility and trust of the media. This research utilized a descriptive survey design, which was carried out on a purposive sample of 70 media workers in digital media organizations in Iraq in 2026. The data were obtained using a 25 item questionnaire that was tested on its own through expert review and reliability through Cronbach Alpha coefficient which gave a value of 0.88. The results showed that the respondents were highly familiar with the misinformation dissemination with the support of AI across platforms, and there was a strong agreement that these technologies have turned into a weapon of choice to create fake news. The findings revealed that the most popular technique in

misinformation campaigns is the deepfake technology then the AI-generated text and fake accounts. This paper highlighted that this type of content is a major source of mistrust towards media institutions and is threatening their credibility. The study ends with a number of essential conclusions, such as the creation of innovative tools to disseminate fake news, enhancing digital literacy, regulation of the use of AI in journalism, and the design of training courses to teach journalists how to use these technologies responsibly.

**Keywords**: Artificial Intelligence Technologies, Social Media, Deepfakes

**المقدمة**

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة توسعًا كبيرًا في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ليس فقط في إنتاج المحتوى الرقمي، بل أيضًا في إعادة تشكيل طرق نشره وتداوله. وقد أسهمت هذه التقنيات في تسريع عملية إنشاء المحتوى وتخصيصه، إلا أنها في الوقت نفسه فتحت المجال أمام انتشار أنواع جديدة من المحتوى المضلل، مثل النصوص والصور والفيديوهات المُولّدة آليًا أو المُعدّلة بشكل يصعب اكتشافه. ومع تطور أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، أصبحت القدرة على إنتاج محتوى يبدو واقعيًا أكثر سهولة وانتشارًا، مما يثير مخاوف متزايدة بشأن دقة المعلومات المتداولة عبر المنصات الرقمية.(Financial, 2025, p.87)

وفي السياق ذاته، تشير بعض الدراسات الحديثة إلى تراجع مستوى ثقة المستخدمين بالمحتوى الذي يُعتقد أنه مُنتج أو مُعدل باستخدام الذكاء الاصطناعي، حتى وإن لم يكن المستخدم قادرًا على التمييز بدقة بين المحتوى البشري والآلي، وهو ما يعكس تحديًا واضحًا أمام مصداقية المعلومات في البيئة الرقمية .) كما دفعت هذه التحديات عددًا من المؤسسات والمنصات الرقمية إلى تبني سياسات وإرشادات تهدف إلى الحد من إساءة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج أو نشر المحتوى، بما يضمن قدرًا أكبر من الشفافية والمصداقية.(AP News, 2023)

يشكّل انتشار الأخبار والروايات المزيفة التي ينشرها بعض المستخدمين، إلى جانب الروبوتات (Bots) عبر الإنترنت، تحديًا كبيرًا أمام الجمهور والمؤسسات الإعلامية التي تسعى إلى الحد من انتشار المعلومات الخاطئة. وقد أدى ذلك إلى الحاجة إلى تطوير أنظمة تقنية وبشرية قادرة على رصد المحتوى المضلل والتقليل من انتشاره، إضافة إلى الحد من الأساليب التي تستخدمها الروبوتات في نشر الأكاذيب والمعلومات غير الدقيقة.

كما أن شبكة الإنترنت، رغم ما توفره من فرص للتواصل والمعرفة، قد تمثل في الوقت ذاته تهديدًا لخصوصية المستخدمين، حيث يتعرضون لمخاطر متعددة مثل المراقبة الإلكترونية والهجمات السيبرانية وعمليات الاحتيال الرقمي التي تستهدف البيانات الشخصية واستغلالها بطرق غير مشروعة.

وفي ظل هذه التحديات، يختلف الخبراء حول مستقبل المعلومات والحقيقة في الفضاء الرقمي، إذ يرى البعض أن العقد القادم قد يشهد تحسنًا في الحد من انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة، في حين يتوقع آخرون استمرار هذه الظاهرة. ويرتبط التفاؤل بإمكانية تطوير حلول تقنية ومجتمعية متكاملة تسهم في تقليل حجم المعلومات المضللة وتعزيز موثوقية المحتوى المتداول عبر الإنترنت.

**مشكلة الدراسة**

يشهد فضاء مواقع التواصل الاجتماعي انتشارًا متسارعًا للمحتوى المضلل بالتوازي مع التطور الكبير في تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، الأمر الذي جعل عملية إنتاج ونشر المعلومات أكثر سهولة وسرعة، وفي الوقت نفسه أكثر تعقيدًا من حيث التحقق من صحتها. وعلى الرغم من الفوائد التي تقدمها هذه التقنيات في تحسين تجربة المستخدم وتطوير المحتوى الرقمي، إلا أنها تثير إشكاليات جوهرية تتعلق بزيادة حجم التضليل المعلوماتي، وضعف القدرة على التمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف، وتأثير ذلك على وعي المستخدمين وثقتهم بالمعلومات المتداولة. ومن هنا تبرز الحاجة إلى إجراء دراسة مسحية تهدف إلى التعرف على مدى إدراك المستخدمين والصحفيين/الأفراد لدور الذكاء الاصطناعي في نشر المحتوى المضلل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

**أهمية الدراسة**

تنبع أهمية هذه الدراسة من كونها تسلط الضوء على قضية معاصرة شديدة الحساسية تتمثل في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في نشر المحتوى المضلل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يشكل تحديًا متزايدًا أمام دقة المعلومات وموثوقيتها في البيئة الرقمية. إذ تسهم الدراسة في توضيح طبيعة العلاقة بين التطور التقني السريع في أدوات الذكاء الاصطناعي وبين تصاعد ظاهرة التضليل المعلوماتي، كما تساعد في فهم كيفية تأثير هذه التقنيات على سلوك المستخدمين ومدى إدراكهم للمحتوى المضلل. وتكمن أهميتها أيضًا في تقديم إطار علمي يمكن أن يفيد الباحثين وصناع القرار والمنصات الرقمية في تطوير آليات أكثر فاعلية للحد من انتشار المعلومات المضللة وتعزيز الشفافية والمصداقية في المحتوى المنشور، فضلًا عن إسهامها في رفع مستوى الوعي المجتمعي بمخاطر الاستخدام غير المنضبط لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الفضاء الرقمي.

**تساؤلات الدراسة**

تنطلق هذه الدراسة من التساؤل الرئيس الآتي:

ما دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في نشر المحتوى المضلل عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية، هي:

1. ما أبرز تطبيقات تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في إنتاج ونشر المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما مدى إسهام تقنيات الذكاء الاصطناعي في انتشار المحتوى المضلل عبر هذه المنصات؟
3. ما أشكال المحتوى المضلل الناتج عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (نصوص، صور، فيديوهات)؟
4. كيف يدرك المستخدمون تأثير الذكاء الاصطناعي في نشر المعلومات المضللة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

**أهداف الدراسة**

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يأتي:

1. التعرف على أبرز تطبيقات تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في إنتاج ونشر المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
2. قياس دور الذكاء الاصطناعي في انتشار المحتوى المضلل عبر هذه المنصات.
3. تحديد أبرز أشكال المحتوى المضلل الناتج عن تقنيات الذكاء الاصطناعي.

4. قياس مستوى وعي الأفراد بمخاطر المحتوى المضلل المرتبط بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

**مجالات الدراسة**

**المجال المكاني :** المؤسسات الإعلامية والرقمية المحلية في العراق

**المجال الزماني :** أجريت الدراسة عام 2026 .

**المجال البشري :** تكونت عينة البحث من 70 صحفيا واعلاميا .

**نشأة وتطور الذكاء الاصطناعي**

يُعد الذكاء الاصطناعي (AI) من أبرز الإنجازات التكنولوجية التي شهدها القرن الحادي والعشرين، إذ مرّ بمراحل تطور متعددة منذ نشأته كفكرة نظرية حتى أصبح جزءًا أساسيًا من الحياة اليومية في مختلف المجالات. وتعود البدايات الأولى لفكرة الذكاء الاصطناعي إلى منتصف القرن العشرين، عندما طرح آلان تورينغ في عام 1950 تساؤله الشهير حول إمكانية تفكير الآلات، من خلال ما عُرف بـ"اختبار تورينغ"، والذي شكّل الأساس المفاهيمي للذكاء الاصطناعي الحديث.(Russell, 2021, p. 22)

وشهدت فترة الخمسينيات والستينيات تطورات مهمة في مجالي البرمجة والمنطق الرياضي، حيث تمكن الباحثون من تطوير أولى البرامج القادرة على حل المشكلات وإجراء العمليات الحسابية المعقدة، ومن أبرزها البرامج المبكرة في المنطق الرياضي التي طورها ألن نيويل وهربرت سايمون. إلا أن محدودية القدرات الحاسوبية في ذلك الوقت كانت عائقًا أمام التطبيق الواسع لهذه التقنيات .(Haenlein, 2019, p. 15).

وفي السبعينيات والثمانينيات، ظهرت أنظمة الخبرة (Expert Systems) التي اعتمدت على قواعد معرفية متخصصة لحل مشكلات محددة، مثل النظام الطبي الشهيرMYCIN ، وهو ما ساهم في توسيع نطاق استخدام الذكاء الاصطناعي في التطبيقات العملية .(Nilsson, 2014, p. 78) ومع ذلك، أدت محدودية المعالجة وصعوبة تحديث قواعد المعرفة إلى تباطؤ البحث والتطوير في بعض الفترات، وهي المرحلة التي عُرفت بـ"شتاء الذكاء الاصطناعي."

ومع بداية الألفية الثالثة، ساهم التطور الكبير في القدرات الحاسوبية وتوفر كميات ضخمة من البيانات في إعادة إحياء هذا المجال، بالتزامن مع تطور خوارزميات التعلم الآلي .(Machine Learning) وقد أدت الشبكات العصبية العميقة (Deep Neural Networks) إلى طفرة نوعية في تطبيقات الذكاء الاصطناعي، خصوصًا في مجالات التعرف على الصور ومعالجة اللغة الطبيعية ,Goodfellow, 2016) p. 89).

وفي السنوات الأخيرة، ساعدت الحوسبة السحابية وتكامل الذكاء الاصطناعي مع إنترنت الأشياء (IoT) في توسيع نطاق استخداماته ليشمل مجالات الإعلام والتعليم والصحة والصناعة، مما جعله أداة استراتيجية أساسية في مسار التحول الرقمي على مستوى العالم (Shabbir, 2018, p. 12).

**التضليل والمعلومات المضللة في البيئة الرقمية**

افق الانتشار السريع لشبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي حالة من التفاؤل الكبير بإمكانية توظيفها في تسهيل عمليات الاتصال، ودعم التنمية، وتوسيع فرص الوصول إلى المجالات الاقتصادية والسياسية، فضلاً عن تمكين العمل الجماعي وتعزيز حرية التعبير في الفضاء الرقمي. غير أن هذا التطور صاحبه ظهور ظواهر سلبية، أبرزها تحول الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي إلى بيئات حاضنة للأخبار المزيفة والمحتوى المضلل، بدل أن تكون مجرد أدوات للتمكين والتغيير الاجتماعي. وبذلك أصبحت الأخبار الكاذبة والمعلومات غير الدقيقة التي يتم تداولها على أنها حقائق سلاحًا مؤثرًا في عصر الثورة الرقمية، الأمر الذي يشكل تهديدًا متزايدًا للأمن والسلم المجتمعي.

وقد تداخلت مفاهيم التضليل والمعلومات المضللة والدعاية في إطار الرسائل الكاذبة أو المشوهة التي تنتشر عبر وسائل الإعلام المختلفة، سواء عبر الاتصالات الرقمية، أو منصات التواصل الاجتماعي، أو الإعلانات، أو المقالات المنشورة. ويعرّف بيرينسكي (Bennal, 2015) المعلومات الخاطئة بأنها ادعاءات تتعارض مع الفهم المشترك للحقائق القابلة للتحقق، وهو ما يميزها عن مفاهيم أخرى مثل الشائعات ونظريات المؤامرة. إذ تُفهم الشائعات على أنها معلومات تنشأ قوتها من تداولها الاجتماعي، بينما تقوم نظريات المؤامرة على الاعتقاد بوجود جهات خفية تمتلك نفوذًا واسعًا وتتحكم في مجريات المجتمع.

أما المعلومات المضللة فهي تلك التي يتم إنتاجها ونشرها عمدًا بهدف الخداع والتأثير على المتلقي، وقد تكون هذه العملية منظمة من قبل جهات سياسية أو غير سياسية، محلية أو خارجية. كما يُعد "المحتوى الزائف" أو ما يُعرف بالأخبار الكاذبة أحد أبرز أشكالها، وهو محتوى يُصمم ليحاكي شكل الأخبار الحقيقية الصادرة عن مؤسسات إعلامية موثوقة بهدف تضليل الجمهور. ويرتبط انتشار هذا النوع من المحتوى، إضافة إلى الأشكال الأخرى من المعلومات المشوهة، بعدد من الظواهر الاجتماعية مثل الاستقطاب السياسي، وخطاب الكراهية، والتنمر، والفظاظة في الخطاب العام.(Tucker et al., 2018)

وتشير الدراسات إلى أن الآليات التي تقف خلف انتشار المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة لا تزال غير مفهومة بشكل كامل، إلا أن هناك مؤشرات على أن عنصر "الحداثة" أو الجِدّة قد يؤثر في قرارات المستخدمين بشأن مشاركة المحتوى المضلل أو إعادة نشره. لذلك، فإن تفسير دوافع انتشار المعلومات المضللة يتطلب دقة عالية، نظرًا لتأثيرها المباشر على سلوكيات الجمهور وأنماط استهلاكهم للمحتوى الرقمي. كما أن جزءًا من هذا الانتشار يرتبط بوجود حسابات آلية (Bots) على شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تلعب دورًا مهمًا في تضخيم انتشار المعلومات المضللة وتوجيهها نحو نطاق أوسع من المستخدمين.(Grinberg et al., 2019)

**مخاطر التضليل والمعلومات المضللة**

تمثل مخاطر التضليل والمعلومات المضللة والدعاية عبر الإنترنت قضية عالمية متزايدة التعقيد، خاصة في ظل تراجع درجة الإجماع حول مفهوم الحقيقة والمعايير المعتمدة للتحقق من المعلومات. وقد أشار أندرسن (Andersen, 2017)إلى أن ظاهرة الأخبار المزيفة ونظريات المؤامرة لا تقتصر على بيئة جغرافية محددة، بل تُعد ظاهرة عالمية انتشرت من السياق الأمريكي إلى مختلف دول العالم، كما أنها برزت بشكل أكبر في فترات الأزمات وعدم الاستقرار والحروب، حيث تزداد قابلية المجتمعات لتلقي وتداول المعلومات غير الدقيقة.

وفي هذا السياق، يختلف الباحثون حول تصنيف الأخبار المزيفة؛ فبعضهم يرى أن حتى أشكال السخرية السياسية قد تندرج ضمن هذا الإطار عندما تسهم في تعزيز الاستقطاب والتطرف العاطفي داخل المجتمع، في حين يعرفها آخرون بأنها محتوى إعلامي يشبه الأخبار الحقيقية شكلاً، لكنه يفتقر إلى الدقة والأساس

الواقعي في المضمون. وفي بعض الحالات، لا تقتصر الأخبار المزيفة على اختلاق المعلومات، بل قد تقوم على حقائق جزئية يتم تحريفها أو دعمها بمعلومات مضللة تزيد من تأثيرها السلبي.

كما حظي تطبيق WhatsApp باهتمام بحثي متزايد نظرًا لانتشاره العالمي الكبير، وقدرته على تسهيل تداول المعلومات داخل بيئة مغلقة نسبيًا، مما يجعله بيئة خصبة لانتشار المعلومات المضللة، حيث يُنظر إليه أحيانًا بوصفه قناة فعالة لتضخيم هذا النوع من المحتوى.(Guess & Lyons, 2020)

وتؤكد الدراسات أن التعرض للمحتوى المضلل عبر الإنترنت، بما في ذلك الأخبار المزيفة، يترك آثارًا ملموسة على المستويين الفردي والجماعي، ويمتد تأثيره ليشمل الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية. لذلك، فإن فهم هذه الظاهرة يتطلب تحليل أنماط تعرض الجمهور للمعلومات المضللة، وتحديد الجهات المنتجة لها، ودوافع إنتاجها، وآليات انتشارها، إضافة إلى دراسة الظروف التي تسهم في ازدهارها والعوامل التي تزيد من سرعة تداولها، فضلاً عن قياس تأثيرها على تشكيل الرأي العام وتوجيهه (Demartini et al., 2020).

كما أن صياغة رؤى علمية فعّالة لمواجهة هذه التحديات تتطلب إجراء دراسات دقيقة لقياس حجم انتشار المعلومات المضللة والأخبار المزيفة وتأثيرها على النظام الإعلامي، رغم أن ذلك يُعد تحديًا منهجيًا كبيرًا للباحثين، نظرًا لصعوبة تحديد معيار ثابت للحقيقة يمكن من خلاله التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة. ومع ذلك، فإن هذه الدراسات تمثل محورًا أساسيًا في أبحاث الإعلام والاتصال، لأنها تسلط الضوء على طبيعة العلاقة بين الفاعلين في البيئة الإعلامية وكيفية تأثيرهم المتبادل في تشكيل المحتوى والمعلومات المتداولة عبر الإنترنت.

**التحديات المهنية والأخلاقية الناشئة عن الذكاء الاصطناعي**

إن إضفاء الطابع المؤسسي على الخوارزميات وصحافة الذكاء الاصطناعي كمنشئي للمحتوى على شبكة الإنترنت حيث تبني الواقع في مختلف مجالات الحياة، ومع التفويض التدريجي للوكالة الأخلاقية من الصحفيين إلى الذكاء الاصطناعي يشير ذلك العديد من التحديات الأخلاقية للصحافة المهنية، وفي مجالات

الإتصال والتنمية متداخلة مع أخلاقيات الإعلام الرقمي، وأخلاقيات الإنترنت.

تعرف الصحافة الآلية (الخوارزمية) أو صحافة الذكاء الاصطناعي بأنها العملية شبه التلقائية التوليد اللغة الطبيعية NIG عن طريق اختيار البيانات الرقمية من قواعد البيانات الخاصة، أو العامة (المدخلات) وتعيين أهمية خصائص البيانات المحددة مسبقا، أو غير المحددة، ومعالجة وهيكلة مجموعات البيانات ذات الصلة إلى هيكل دلالة (الإنتاجية)، ونشر النص النهائي على منصة غير الإنترنت، أو دون اتصال مع وصول معين (الناتج) نقطة البداية لـ NLG هي قاعدة بيانات على سبيل المثال: بيانات رياضية أو مالية. أو الطقس أو حركة المرور ويمكن الوصول إلى هذه البيانات غير السحابة، أو الذاكرة المحلية، بعد ذلك تتم معالجتها وفقا لقواعد لغوية، وإحصائية محددة مسبقا لنص باللغة الطبيعية، ويمكن أيضا المعالجة غير الوصول إلى السحابة، أو نسخة محلية من البرنامج لأن النتيجة في شكل نص على سبيل المثال: آخر ملخص مباراة المباراة كرة قدم، يجب أن يكون محدد مسبقا في الكود وعملية التوليد الكتابة الفعلية - بالإضافة إلى معظم عملية النشر الإخراج) مؤقتة بالكامل تقريبا دون تدخل بشري، وتعتمد المرحلة الأخيرة من النشر على الإمكانات التقنية، وتطبيق البرنامج ضمن أنظمة إدارة المحتوى والنشر عبر الإنترنت للمؤسسة الإعلامية، وتؤدي هذه العمليات المتغيرة في إنتاج الأخبار إلى تحولات في الوظائف الصحفية، وتثير مشاكل أخلاقية يتم دراسة معالجتها حاليا.

إن صحافة الذكاء الاصطناعي تواجه تحديات أخلاقية ناشئة عن التقنيات الجديدة، وبناء على تلك المقدمات الفنية، فإنه يمكن تحديد التحديات القادمة قبل الإدخال)، وأثناء (الإنتاجية)، وبعد إنشاء المحتوى (الناتج)، ضمن مجالات الصحافة الآلية، ومستويات المسؤولية الأخلاقية (Dörr & Hollnbuchner, 2017 )

**منهجية البحث**

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي لملاءمته لدراسة الظواهر الإعلامية المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في نشر المحتوى المضلل عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ويهدف هذا المنهج إلى وصف الواقع كما هو قائم، وتحليل آراء الصحفيين حول حجم انتشار التضليل المدعوم بالذكاء الاصطناعي وآثاره المهنية والمجتمعية.

**ثانياً: مجتمع البحث وعينته**

تمثل مجتمع البحث بالصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية الرقمية ومنصات الأخبار الإلكترونية في العراق. تم اختيار عينة قصدية مكونة من (70) صحفياً خلال عام 2025، نظراً لارتباط طبيعة عملهم بإنتاج المحتوى الرقمي والتعامل المباشر مع منصات التواصل الاجتماعي.

**ثالثاً: أدوات جمع البيانات**

صُممت استمارة استبيان لقياس:

1. مدى إدراك الصحفيين لانتشار المحتوى المضلل المدعوم بالذكاء الاصطناعي
2. درجة تعرضهم للأخبار المضللة عبر المنصات
3. تقييمهم لدور الذكاء الاصطناعي في صناعة التضليل
4. أثر هذه الظاهرة على مصداقية الإعلام
5. اتجاهاتهم نحو مستقبل التضليل الرقمي

تكونت الاستبانة من (25) فقرة موزعة على عدة محاور.

**رابعاً: صدق الأداة وثباتها**

**أ. صدق الأداة**

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي، للتأكد من سلامة الصياغة، وشمولية الفقرات، وارتباطها بأهداف الدراسة. وبعد إجراء التعديلات اللازمة أصبحت الأداة صالحة للتطبيق.

**ب. ثبات الأداة**

تم اختبار الثبات باستخدام معامل كرونباخ ألفا لعينة استطلاعية مكونة من (15) صحفياً من خارج العينة الأساسية، وبلغ معامل الثبات: $\alpha = 0.88$ وهي قيمة مرتفعة تدل على اتساق داخلي جيد يمكن الاعتماد عليه في التحليل الإحصائي.

## النتائج

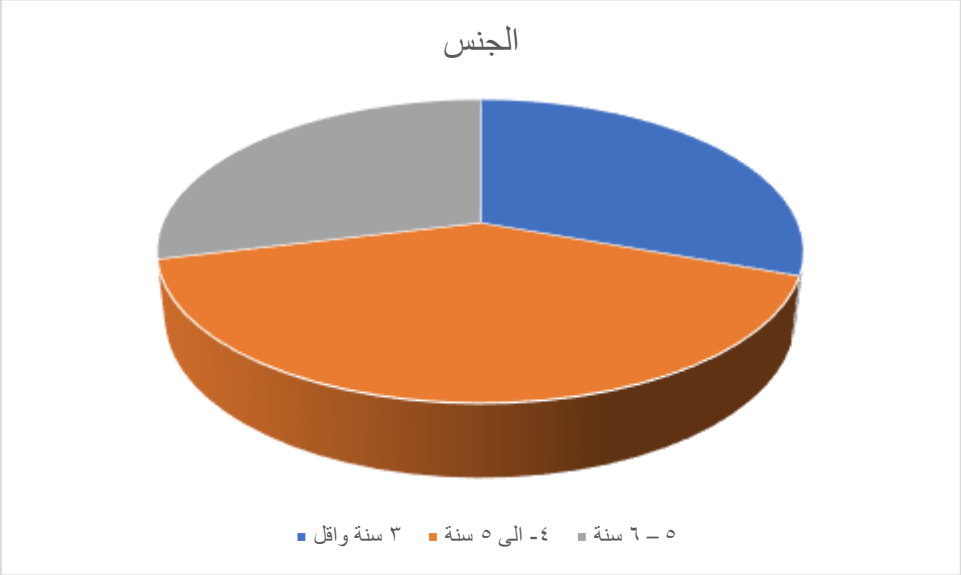
### أولاً: الخصائص الديموغرافية للعينة

في هذا الجزء من الدراسة سوف يتم التطرق الى الخصائص الديموغرافية لعينة البحث تضمنت جنس العينة والخبرة في العمل والشهادة

**جدول (1): توزيع العينة حسب الجنس**

| الجنس | التكرار | نسبة التكرار |
|---|---|---|
| ذكور | 50 | %71 |
| اناث | 20 | %29 |
| المجموع | 70 | %100 |

يتضح من نتائج الجدول (1) أن نسبة الذكور في عينة الدراسة بلغت (71%) وبواقع (50) مفردة، وهي النسبة الأكبر مقارنة بالإناث التي بلغت (29%) وبعدد (20) مفردة. ويشير ذلك إلى أن العينة تميل بشكل واضح نحو الذكور، مما يعكس طبيعة المجتمع المدروس أو طبيعة التخصصات/الوظائف التي تم اختيار العينة منها.



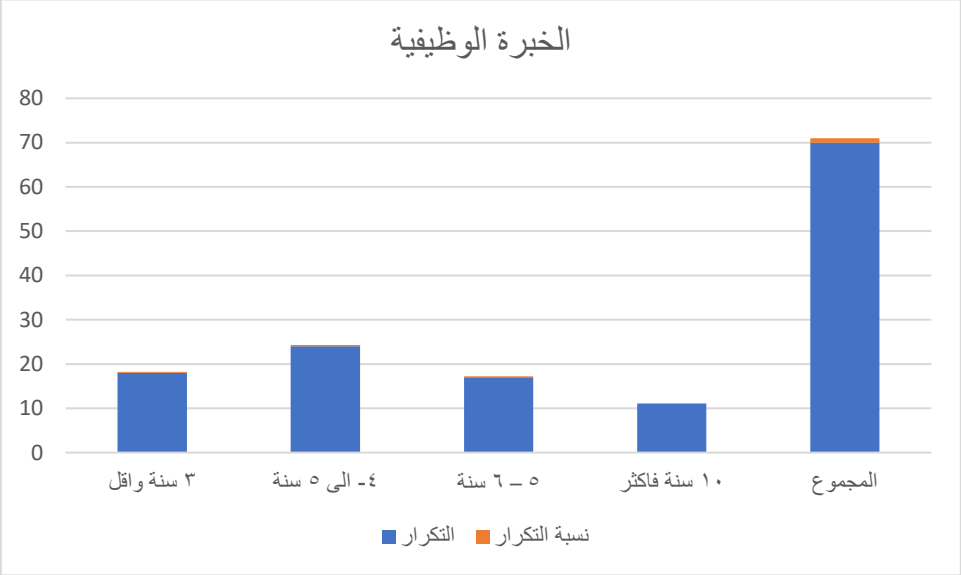

الشكل 1 يوضح نسبة الجنس للعينة

جدول (2): سنوات الخبرة الوظيفية للعينة

| الخبرة الوظيفية | التكرار | نسبة التكرار |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| 3 سنة واقل | 18 | %26 |
| 4- الى 5 سنة | 24 | %34 |
| 5 – 6 سنة | 17 | %24 |
| 10 سنة فاكثر | 11 | %16 |
| المجموع | 70 | %100 |

يُظهر الجدول (2) أن النسبة الأكبر من أفراد العينة تتراوح خبرتهم بين (4 إلى 5 سنوات) بنسبة (34%)، تليها فئة (3 سنوات فأقل) بنسبة (26%)، ثم فئة (5 إلى 6 سنوات) بنسبة (24%)، في حين جاءت فئة (10 سنوات فأكثر) بنسبة (16%). ويشير ذلك إلى أن غالبية أفراد العينة يتمتعون بخبرة وظيفية متوسطة، مما يعزز من قدرتهم على تقييم موضوع الدراسة بشكل واقعي بناءً على خبرة عملية.




الشكل 1 يوضح نسبة الخبرة الوظيفية للعينة

جدول (3): المستوى التعليمي للعينة

| المستوى التعليمي | التكرار | نسبة التكرار |
|---|---|---|
| بكالوريوس | 34 | %49 |
| دبلوم عالي | 14 | %20 |
| ماجستير | 13 | %19 |

| | | |
|---|---|---|
| دكتوراه | 9 | %12 |
| المجموع | 70 | %100 |

يوضح الجدول (3) أن أغلب أفراد العينة هم من حملة شهادة البكالوريوس بنسبة (49%)، يليهم حملة الدبلوم العالي بنسبة (20%)، ثم الماجستير بنسبة (19%)، وأخيرًا الدكتوراه بنسبة (12%). ويعكس ذلك تنوع المستوى التعليمي للعينة مع غلبة المستوى الجامعي الأول، مما يوفر قاعدة معرفية مناسبة لفهم موضوع الدراسة.

**نتائج محاور الدراسة**

**جدول (4): مدى انتشار المحتوى المضلل المدعوم بالذكاء الاصطناعي**

| الفئة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| مرتفعة جدا | 31 | %44 |
| مرتفعة | 24 | %34 |
| متوسطة | 11 | %16 |
| ضعيفة | 4 | %6 |

تشير النتائج إلى أن (44%) من أفراد العينة يرون أن انتشار المحتوى المضلل المدعوم بالذكاء الاصطناعي مرتفع جدًا، و(34%) يرونه مرتفعًا، بينما (16%) يرونه متوسطًا، و(6%) ضعيفًا. وهذا يدل على أن غالبية المبحوثين يدركون وجود انتشار واسع للمحتوى المضلل المرتبط بالذكاء الاصطناعي في البيئة الرقمية.

جدول (5): مدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار المزيفة

| النسبة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| كبيرة | 28 | %40 |
| كبيرة جدا | 23 | %33 |
| متوسطة | 14 | %20 |
| ضعيفة | 5 | %7 |

أظهرت النتائج أن (73%) من أفراد العينة يرون أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار المزيفة يتراوح بين الكبير والكبير جدًا، بينما يرى (20%) أنه متوسط، و(7%) ضعيف. ويعكس ذلك إدراكًا مرتفعًا لدى العينة لدور الذكاء الاصطناعي كأداة فعالة في إنتاج الأخبار المضللة.

**جدول (6): أكثر أشكال التضليل انتشاراً**

| نوع التضليل | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| من خلال نشر صور وفيديوهات مزيفة (Deepfake) | 29 | %41 |
| توليج النصوص الإخبارية اليا | 19 | %27 |
| عمل حسابات وهمية وبوتات | 15 | %21 |
| يتم التلاعب بالعناوين | 7 | %11 |

يتبين أن أكثر أشكال التضليل انتشارًا هو استخدام الصور والفيديوهات المزيفة (Deepfake) بنسبة (41%)، يليه توليد النصوص الإخبارية آليًا بنسبة (27%)، ثم الحسابات الوهمية والروبوتات بنسبة (21%)، وأخيرًا التلاعب بالعناوين بنسبة (11%). وتشير هذه النتائج إلى تنوع أساليب التضليل الرقمي واعتمادها بشكل كبير على التقنيات الحديثة.

جدول (7): تأثير التضليل على ثقة الجمهور بالإعلام

| الفئة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| تأثير كبير جداً | 33 | %47 |
| تأثير كبير | 22 | %31 |
| متوسط | 11 | %16 |
| ضعيف | 4 | %6 |

توضح النتائج أن (78%) من أفراد العينة يرون أن التضليل يؤثر بشكل كبير أو كبير جدًا على ثقة الجمهور بالإعلام، في حين يرى (16%) أن تأثيره متوسط، و(6%) ضعيف. وهذا يعكس وجود إدراك قوي لدى العينة بأن التضليل الرقمي يهدد الثقة في المؤسسات الإعلامية.

جدول (8): تهديد الذكاء الاصطناعي لمصداقية الإعلام

| الفئة | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| تهديد كبير جداً | 30 | %43 |
| تهديد كبير | 20 | %29 |
| متوسط | 15 | %21 |
| لا يمثل تهديداً | 5 | %7 |

تشير النتائج إلى أن (72%) من أفراد العينة يرون أن الذكاء الاصطناعي يمثل تهديدًا كبيرًا أو كبيرًا جدًا لمصداقية الإعلام، بينما (21%) يرونه تهديدًا متوسطًا، و(7%) لا يرونه تهديدًا. ويعكس ذلك قلقًا واضحًا من تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مصداقية المحتوى الإعلامي في البيئة الرقمية.

**نتائج الدراسة**

1. أظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة يدركون وجود انتشار واسع للمحتوى المضلل المدعوم بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وبنسب مرتفعة جدًا ومرتفعة معًا.
2. بينت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يُعد من الأدوات الرئيسة المستخدمة في إنتاج الأخبار المزيفة، وفقًا لرأي أغلبية المبحوثين.
3. كشفت النتائج أن أكثر أشكال التضليل انتشارًا يتمثل في استخدام تقنيات الديب فيك (Deepfake) في الصور والفيديوهات، تليه النصوص الإخبارية المولدة آليًا، ثم الحسابات الوهمية والروبوتات.
4. أظهرت الدراسة أن هناك اتفاقًا واسعًا على أن المحتوى المضلل يؤثر بشكل كبير على ثقة الجمهور بالمؤسسات الإعلامية ويضعف مصداقيتها.
5. تبين أن غالبية أفراد العينة يرون أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تهديدًا واضحًا لمصداقية الإعلام، خاصة في ظل سهولة إنتاج وتداول المحتوى المزيف.
6. تشير النتائج إلى ارتفاع مستوى الوعي لدى العينة بخطورة المحتوى المضلل وأثره على البيئة الرقمية والرأي العام.
7. ارتفاع ملحوظ في انتشار المحتوى المضلل المدعوم بالذكاء الاصطناعي.
8. اعتماد متزايد على تقنيات التزييف العميق (Deepfake) في التضليل.

**التوصيات**

1. ضرورة تعزيز جهود التحقق من الأخبار والمعلومات عبر تطوير أدوات رقمية تعتمد على الذكاء الاصطناعي للكشف عن المحتوى المضلل .

2. تشجيع المؤسسات الإعلامية على وضع سياسات واضحة لتنظيم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج ونشر المحتوى .

3. رفع مستوى الوعي الرقمي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول مخاطر الأخبار المزيفة وطرق التحقق منها .

4. تعزيز التعاون بين المنصات الرقمية والجهات الإعلامية للحد من انتشار الحسابات الوهمية والروبوتات .

5. إدخال برامج تدريبية للصحفيين والإعلاميين حول الاستخدام المسؤول لتقنيات الذكاء الاصطناعي .

6. دعم الدراسات المستقبلية التي تتناول التطور المستمر في أساليب التضليل الرقمي وطرق مواجهته.

المصادر

1. AP News. (2023). AP, other news organizations develop standards for use of artificial intelligence in newsrooms.
2. Financial Times. (2024). Media groups look to AI tools to cut costs and complement storytelling.
3. Russell, S., & Norvig, P. (2021). Artificial intelligence: A modern approach (4th ed.). Pearson.
4. Shabbir, J., & Anwer, T. (2018). Artificial intelligence and its role in near future. Journal of Latex Class Files, 14.
5. Haenlein, M., & Kaplan, A. (2019). A brief history of artificial intelligence: On the past, present, and future of artificial intelligence. California Management Review, 61(4), 5–.41
*6.* Guadagno, R. E., & Guttieri, K. (2019). Fake News and Information Warfare: An Examination of the Political and Psychological Processes From the Digital Sphere to the Real World. In *Handbook*
7. Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., ... & Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. *Political polarization, and political disinformation: a review of the scientific literature (March 19, 2018)*.
8. Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 US presidential election. Science. Demartini, G., Mizzaro, S., & Spina, D. (2020). Human-in-the-loop Artificial Intelligence for
*9.* Fighting Online Misinformation: Challenges and Opportunities. *The Bulletin of the TechnicalCommittee on Data Engineering*, *43*(3).
10. Dörr, K. N., & Hollnbuchner, K. (2017). Ethical challenges of algorithmic journalism. *Digital journalism*, *5*(4), 404-419
11. Nilsson, N. J. (2014). Principles of artificial intelligence. Morgan Kaufmann.
12. Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). Deep learning. MIT Press.