



P-ISSN : 2074-9554 | E-ISSN: 2663-811

Journal of Al-Farahidi's Arts

available online at : jfa.tu.edu.iq/index.php/jfa



Dr. Khamis Mohammed Karhout
Mohammed Haitham Saleh

The role of the Facebook fact-checker page in
detecting AI-generated fake content

E-Mail: KHAMEES.m83@tu.edu.iq

Keywords:

Artificial intelligence, deepfakes, fake news,
digital verification, fact-checking page

Article history:

Received 19/9/2025
Received in revised form 24/9/2025
Accepted 19/10/2025
Available online 9/12/2025

E-mail Jaa@tu.edu.iq

ABSTRACT

This work investigates the role of the Facebook page "The Checker" in detecting fake content produced using artificial intelligence techniques. This type of content has become increasingly prevalent in recent years due to the ease of sharing artificially generated or manipulated images and videos. The study focused on monitoring the content published by the page between January 1, 2023, and December 29, 2024, to identify the nature of the misleading news that was verified and the methods the Checker team used to detect it.

The researcher employed a descriptive-analytical approach, analyzing a comprehensive sample of 20 pieces of fake content. These were categorized according to their type, format, reach, and degree of manipulation. The results showed that political content was the most prevalent, followed by social and religious content. The text-to-image format was the most widely shared among users. Furthermore, the majority of the verified news items were international in nature, and most fell under the category of total fabrication, while deepfakes constituted the largest proportion of manipulation cases.

The results showed that the investigation team relied primarily on digital verification tools and direct communication with sources to refute claims, and that social media was the primary source of the spread of fake content. The study also demonstrated that the platform effectively contributes to reducing the spread of rumors by providing comparative evidence and clarifying the true contexts of posts.

©THIS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER
THE CCBY LICENSE

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



دور صفحة الفاحص في فيس بوك بالكشف عن المضامين المزيفة المولدة بالذكاء الاصطناعي

م. د. خميس محمد كرحوت / جامعة تكريت / كلية الآداب / قسم الاعلام

الطالب محمد هيثم صالح / جامعة تكريت / كلية الآداب / قسم الاعلام

المستخلص:

يبحث هذا العمل في الدور الذي تؤديه صفحة الفاحص على موقع فيس بوك في كشف المضامين الزائفة التي تُنتج بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وهي مضامين أصبحت أكثر انتشاراً خلال السنوات الأخيرة مع سهولة تداول الصور والفيديوهات المولدة أو المزورة. ركزت الدراسة على متابعة المحتوى الذي نشرته الصفحة خلال المدة من 2023/1/1 حتى 2024/12/29 بهدف التعرف على طبيعة الأخبار المضللة التي جرى التحقق منها، والأساليب التي اعتمد عليها فريق الفاحص لكشفها. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي مع تحليل عينة شاملة بلغت 20 مضموناً زائفاً جرى تصنيفها وفق نوعها وشكلها ومدى انتشارها وحجم التلاعب فيها. وأظهرت النتائج أن المضامين السياسية كانت الأكثر حضوراً، تلتها الاجتماعية والدينية، وأن شكل النص المصحوب بالصورة كان الأكثر تداولاً بين المستخدمين. كما تبين أن غالبية الأخبار التي جرى التحقق منها ذات طابع دولي، وأن معظمها يندرج ضمن التزييف الكلي، فيما شكّل التزييف العميق النسبة الأكبر من حالات التلاعب. وأوضحت النتائج أن فريق الفاحص اعتمد بشكل أساسي على أدوات التحقق الرقمية والتواصل المباشر مع المصادر لتفنيد الادعاءات، وأن مواقع التواصل الاجتماعي كانت المصدر الأول لانتشار المحتوى الزائف. كما أظهرت الدراسة أن المنصة تسهم بفاعلية في الحد من انتشار الشائعات عبر تقديم الأدلة المقارنة وتوضيح السياقات الحقيقية للمنشورات. وتخلص الدراسة إلى أهمية دعم الصفحات المتخصصة في التحقق، وتدريب الصحفيين والمهتمين على أدوات كشف التزييف، وتعزيز وعي الجمهور بخطورة تداول الأخبار دون التأكد من صحتها.

الكلمات المفتاحية : الذكاء الاصطناعي، التزييف العميق، الأخبار الزائفة، التحقق الرقمي، صفحة الفاحص

المقدمة:

تعالج هذه الدراسة موضوعاً مهماً بدأ يبرز على الساحة الإعلامية وخاصة في الفترة الأخيرة ألا وهو ظهور تقنية الذكاء الاصطناعي التي توظفها الصفحات من أجل (اللغظ الإعلامي) والحصول على (ترند) أي اتجاه الناس حول قضية ما ، وبالتالي تكون معلومات ومضامين هذه الصفحات مغلوبة وزائفة ولغرض خداع المتلقي ، وهذا مادعا عدد من الناشطين ومؤسسات إعلامية لتكوين صفحات الكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي لمعالجة هذه الظاهرة من خلال كشف التزييف والمعلومات المغلوطة والمحرفة وتقديم الحقائق للجمهور وتنقية المحتوى منها . وصفت المضامين الزائفة بأنها جزءاً من الحروب الالكترونية الحديثة فهي حرب ذهنية تتم من خلال إعادة وتهيئة وصياغة المعلومات والمعرفة والحقائق والبيانات ، وان المكون النفسي للحرب الذهنية يقوم على التلاعب بالوعي والعاطفة التي يتم قبولها من المجتمعات دون وعي للتأثير على الراي العام من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي . وهناك أيضاً مواقع وتطبيقات للذكاء الاصطناعي لإيصال المعلومات الصحيحة وكشف المضامين الزائفة للصورة او الفيديو المتلاعب بها . ومن هنا سعى الباحث الى معرفة الآلية التي تقوم بها صفحة الفاحص في الكشف عن المضامين الزائفة من خلال توظيفاً لتطبيقات الذكاء الاصطناعي اثناء مدة زمنية محددة وهي سنتين (2023\1\1) ، 29 (2024\12\1) . وتعد صفحة الفاحص أحد أهم الصفحات العراقية الرئيسية التي تهتم بمجال التحقق من المضامين الزائفة المنتشرة على نطاق واسع على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي ، إذ تستخدم صفحة الفاحص العديد من الطرق لتحديد صحة المنشور من خلال الاتصال المباشر بالمصدر أو التحقق من موقعاً متخصصاً والكشف عن الصور ومقاطع الفيديو في الوسائط الرقمية .وقد تضمن المبحث الاول من هذه الدراسة الاطار المنهجي وتناول مشكلة البحث وتساؤلاته واهميته واهدافه ومجتمع البحث وعينته ومنهجيته ومجالاته ، كما تضمنت الدراسات السابقة ومصطلحات الدراسة . اما المبحث الثاني جاء بعنوان دور صفحة الفاحص في فيس بوك بالكشف عن المضامين المزيفة المولدة بالذكاء الاصطناعي. وتناول المبحث الاخير نتائج تحليل المضامين الزائفة المولدة بالذكاء الاصطناعي التي تم نشرها في صفحة الفاحص وتم التحقق منها من قبل فريق الفاحص وفي الختام ، ولخص الباحث هذه الدراسة بعدد من الاستنتاجات والتوصيات .

المبحث الاول

الإطار المنهجي للبحث

أولاً : مشكلة البحث :

تتناول هذه الدراسة التحولات العميقة التي شهدتها العالم نتيجة التطور التكنولوجي المتسارع ولا سيما في ظل تواجد الذكاء الاصطناعي واستخداماته المتعددة . تسعى هذه الظاهرة الى التكيف مع احتياجات الأفراد المختلفة، مما يتيح لكل شخص إمكانية استغلال هذه التكنولوجيا بما يتناسب مع متطلباته ورغباته . والسعي وراء مصطلح الترنس و تحقيق مكاسب غير شرعية ولا اخلاقية ناتجة عن ترويج الشائعات والمضامين الزائفة ، ويأتي دور المختصين باستخدام التقنيات لصالح المجتمع وليس بضره لحمايته من خطر المضامين الزائفة . هدفت الدراسة الى التعرف على كيفية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن المضامين الاعلامية الزائفة أو المزيفة التي لاتمد بصلة للحقيقة والواقع بنفس الوقت . رغم أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام على اختلاف اشكالها في نقل الأخبار وتقديم المعلومات الى الجمهور والتسهيلات التي تحملها هذه الوسائل للوصول الى مصادر المعلومات وذلك لوجود الكثير من المنصات للوقوف والمكافحة ضد انتشار المضامين الزائفة ، وتمثل هذه المضامين تهديداً لمصداقية العمل الاعلامي ، لذا يجب توعية الراي العام بخطورة انتشار المضامين الزائفة بأستخدام اساليب وتقنيات حديثة ومنها الذكاء الاصطناعي ليكونوا حذرين بهذه الادوات الجديدة ولا يصدقوا بكل ما يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام بشكل عام .

تكمن مشكلة هذه الدراسة من خلال التساؤل الرئيس الآتي :ما دور صفحة الفاحص في فيس بوك بالكشف عن المضامين الزائفة ؟

ثانياً : أسئلة البحث

تسعى الدراسة الى الاجابة عن عدد من التساؤلات الآتية : .

1_ما المضامين الإعلامية الزائفة التي تم التركيز عليها ؟

2_ما الشكل المضمون الزائف الذي تم استخدامه ؟

3_ما الجهة التي قامت بالتحقق من المضامين الزائفة ؟

4_ما النطاق الجغرافي للمضامين الزائفة ؟

5_ ما تصنيف المضامين الزائفة التي تم التركيز عليه ؟

6_ ما حجم التزييف بالمضامين الزائفة ؟

7_ ما الاساليب الموظفة في المضامين الاخبارية الزائفة ؟

8_ ماهي مصادر انتشار المضامين الزائفة ؟

ثالثاً : أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في أنه يسلط الضوء على مشكلة مهمة تتعلق بتوظيف الذكاء الاصطناعي في الكشف عن المضامين الزائفة ، كونها ظاهرة لها تأثيراً سلبياً على أمن المجتمع وعدم استقراره ، بالرغم من ظهور الذكاء الاصطناعي بتقنياته المختلفة الا انه من الضروري الادوات التي تساعد على نشر المضامين الزائفة . وتأتي هذه الدراسة في كونها تمثل دليلاً يتيح لأصحاب الاختصاص الوقوف على نشر المضامين الزائفة التي نشاهدها بكثرة اليوم وخاصة خلال اكتشافها مزيفة وكمثال صفحة الفاحص . وتتجلى أهمية البحث في تفرد ، حيث لم يعثر الباحث على أهداف توظيف الذكاء الاصطناعي في كشف المضامين الزائفة ، إذ إن معظم الدراسات السابقة ركزت على مضامين الأخبار المزيفة ، مما يعكس ندرة الأبحاث التي تتناول استخدام الذكاء الاصطناعي في مكافحة التزييف .

رابعاً : أهداف البحث

وتسعى الدراسة الى تحقيق عدد من الاهداف أبرزها .:

1_ معرفة المضامين الاعلامية الزائفة الذي تم التركيز عليها .

2_ معرفة شكل المضمون الزائف التي تم استخدامه .

3_ تشخيص الجهة التي قامت بالتحقق من المضامين الزائفة .

4_ تحديد النطاق الجغرافي للمضامين الزائفة .

5_ معرفة تصنيف المضامين الزائفة التي تم التركيز عليها .

6_ تحديد حجم التزييف بالمضامين الزائفة .

7_ معرفة الاساليب الموظفة في المضامين الاخبارية الزائفة .

8_ التعرف على مصادر انتشار المضامين الزائفة .

خامساً : مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث بالاعبار الزائفة التي تم التلاعب بها وتم كشفها ورصدها من قبل ادوات الذكاء الاصطناعي التي يتم التحقق منها باستخدام صفحة الفاحص وتحديدًا فيس بوك حيث ان هذه الصفحة العراقية هي المعنية بكشف التزييف والتلاعب بالمعلومات والاعبار التي يتم نشرها للجمهور . قام الباحث بجمع الاعبار الزائفة التي تم استخدام الذكاء الاصطناعي فيها والمنشورة على الصفحة ولمدة سنتين من 2023\1\1 الى 2024\12\29 إذ بلغ عدد العينة للمضامين الزائفة (20) مضمون زائف تم جمعها (بطريقة الحصر الشامل) من قبل صفحة الفاحص عبر الفيس بوك .

سادساً : مجالات البحث

وتقسم مجالات البحث الى ثلاثة اقسام هي :

- 1_المجال المكاني : ويقصد به موقع الفاحص وهو موقع عراقي معني بالتحقق من الاخبار والمضامين المنشورة عبر وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي .
- 2_ المجال الزمني : يتضمن المجال الزمني للدراسة المدة التي تم فيها تحليل المضمون ، وقد استغرقت هذه العملية خلال المدة من 2023/1/1 الى 2024/12/29 .
- 3_المجال الموضوعي : ويتضمن معرفة كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي في الكشف عن المضامين الزائفة .

سابعاً : منهج البحث وأدواته

- 1_منهج الدراسة : تعتمد الدراسة على منهج الوصفي التحليلي الكمي .
- 2_أدوات الدراسة : تم في هذه الدراسة استعملت استمارة تحليل المضمون ؛ وذلك لمعرفة دور صفحة الفاحص في فيس بوك بالكشف عن المضامين الاعلامية الزائفة ، والحكم عليها عن طريق تحليل مجموعة من المضامين الزائفة التي تم جمعها من صفحة (الفاحص) خلال مدة الدراسة وتحليلها حتى تزداد درجة اعتماد النتائج المستخلصة وإمكانية تطبيقها على حالات مشابهة لها . واختار الباحث طريقة التحليل البعدي للمضمون واستناداً الى الفئات (ماذا وكيف قيل في مادة الاتصال؟) ويتم ذلك عن طريق استخراج فئات تحليل المضامين الزائفة التي تم التحقق منها على صفحة الفاحص العراقية خلال فترة الدراسة .

ثامناً : الدراسات السابقة

1_ دراسة حنين سعد سلمان (2022) دور صحيفة النهار اللبنانية في التحقق من الأخبار الزائفة : استهدفت الدراسة التعرف على دور صحيفة النهار اللبنانية في التحقق من الأخبار الزائفة ، خلال مدة البحث عن طريق استخدام المنهج المسحي . توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها : ان الاخبار الزائفة التي ركزت عليها صحيفة النهار كانت منشورة في صفحات عامة مجهولة الملكية ، اذ يمكن لأية جهة أو أي شخص انشاء صفحة بأي أسم دون الافصاح عن هويته ، في حين بينت مضامين الاخبار الكاذبة ان صحيفة النهار تقوم بنشر روابط المنشورات أو التغريدات المتعلقة بالخبر الزائف .

2_ دراسة سالي أسامة شحاته (2023) الذكاء الاصطناعي والتقنيات والادوات الرقمية المتخصصة في الكشف عن الاخبار الزائفة : استهدفت الدراسة التعرف على الذكاء الاصطناعي والتقنيات والادوات الرقمية المتخصصة في الكشف عن الاخبار الزائفة خلال مدة البحث عن طريق استخدام المنهج الوصفي التحليلي توصلت الدراسة الى نتائج عدة اهمها : يرجع سبب انتشار الاخبار الزائفة الى انخفاض القدرات المعرفية للجمهور، وتساهم خوارزميات الذكاء الاصطناعي بشكل كبير في التصدي للأخبار الزائفة ، ويمكن للصحفيين التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج التقارير على النحو الأفضل .

3_ دراسة إنجي بهجت جمال لبيب (2024) اتجاهات الاكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال كشف الاخبار الزائفة بالمواقع الاخبارية التلفزيونية : استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الاكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال كشف الاخبار الزائفة بالمواقع الاخبارية التلفزيونية ، خلال مدة البحث عن طريق استخدام المنهج الوصفي الاستطلاعي الذي يهدف الى وصف الموضوع المراد . وتوصلت الدراسة الى نتائج عدة اهمها : كانت نسبة من يتعرضون للاخبار الزائفة عبر مواقع الاخبارية بدرجة مرتفعة من اجمالي عينة الدراسة حيث بلغت 30.13% وبلغت نسبة من يتعرضون للاخبار الزائفة عبر المواقع بدرجة متوسطة 47.59% بينما بلغت نسبة من يتعرضون للاخبار الزائفة عبر المواقع الاخبارية بدرجة منخفضة 26.28% .

تاسعاً : تحديد المصطلحات

1_ الذكاء الاصطناعي : "وهو قدرة برامج الحاسبات الآلية على القيام بمهام معينة تحاكي القدرات الذهنية البشرية وانماط عملها ، ومن اهم تلك الخواص ، القدرة على التعلم والاستنتاج وقدرته على التفكير والاستدلال لمعالجة البيانات الضخمة ونمذجة الفكر والسلوك ، واتخاذ القرارات على أساس فهم اللغة المنطوقة ، وإنجاز أعمال متطورة والبحث عن حلول لمشكلات معينة ، وتوصيفها والتنبؤ بها " (الدسوقي، 2024)

2_ المضامين الزائفة : هي معلومات خاطئة تصدر لغرض خداع المتلقين او تضليل المتابع للإخبار ، أو تلك الصور والفيديوهات المعدلة عليها سواء ان كانت بقصد او بدون قصد وأصبح من السهل التقاطها وتداولها عبر وسائل الاعلام وخاصةً الاعلام الجديد ، وغالباً يكون مصدر هذه الاخبار وسائل الاعلام غير مؤسسية كالمدونات أو الشبكات الاجتماعية . (اللبان، 2017)

3_ صفحة الفاحص في فيس بوك : ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها صفحة عراقية على موقع فيس بوك تعنى اهتمامها بالتحقق والكشف عن المضامين الاعلامية الزائفة وهي جزء من الموقع الرسمي لصفحة الفاحص والتي تم انشاؤها في 2021\10\25

المبحث الثاني

الاطار النظري للدراسة

أولاً : الذكاء الاصطناعي ومراحل تطوره

سينتقدم هذا الموضوع لمحة تاريخية مختصرة عن الذكاء الاصطناعي . في عام 1917 ، حيث القصة الخيالية التي تخيلها التشيكي "جوزيف كايك" ، نجد بالفعل انها اول تجربة قام بها منها واطلقت ملامح بداية الذكاء الاصطناعي ، وبعد ثلاث سنوات كتب شقيقه "كلير كايك" مسرحية الخيال العلمي الذي صاغ لأول مرة كلمة "روبرت" مشتقة من كلمة Robota وتعني الخادم أو العامل في الشركة التي أعطت اسمها لمسرحية اصطناعية بقدرات عالية تشابه وتوازي القدرات البشرية

التي تقف امام الجمهور لتقدم عرضاً مسرحياً (صقر، 2024) . وبدأ مفهوم الذكاء الاصطناعي في اختبار الحواسيب خلال خمسينيات القرن العشرين، عندما طرح عالم

الرياضيات الآن تورينغ تساؤلًا جوهريًا : "هل تستطيع الآلة التفكير ؟ واعتمد بهذه الصيغة كمعيار لفحص دقة الحواسيب ومامدى انجازها من مهام .

خلال العقدين التاليين، شهدت الأبحاث في مجال الذكاء الاصطناعي تقدمًا بطيئًا، نتيجةً للتقنية التي لم تكن تعاني منها الحواسيب في تلك الفترة، إذ كانت لا تزال قادرة على التعامل مع البيانات بالسرعة والكفاءة لاتخاذ القرار في الذكاء الاصطناعي. ومع ذلك، شهدت فترة ما بعد والتسعينيات تطورًا ملحوظًا في هذا المجال، حيث ظهرت تقنيات مثل الشبكات والأنظمة المعتمدة على المعلومات والبيانات الضخمة وتعلم الآلة في تسريع وتيرة التطور في مجال تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي أصبحت أكثر تنوعا وسهولة بفضل خوارزميات هذه التقنية .

عام 2011 أصبح التطور فضيع ومتسارع وبدأت الشركات تتسارع لتطوير امكانياتها وتقنياتها والاستعانة بالذكاء الاصطناعي وكانت اولى الشركات التي استعانت به الذي يمكنه التغلب على بطل العالم في لعبة الشطرنج الصينية) Alphago هي شركة كوكل وكان(برنامج Go الذي يمكنه تعلم لعبة zero Alphago برنامج deapmind وفي عام 2014 ، طورت شركة

الذي يمكنه إنشاء GpT-3 برنامج Openal من خلال اللعب ضد نفسه ، وفي عام 2017 ، طورت شركة

سيارة ذاتية waymo نص يصعب تمييزه عن نص الذي كتبه الانسان ، وفي العام 2020 ، طورت الشركة

الموضوع يمكنها القيادة دون تدخل بشري . (اسكندر، 2024)

وفي هذا التطور الذي نراه ونستخدمه ونحن لانشعر به سواء ان كان هذا العام او الاعوام السابقة التي انه روبرت يمكنه تقديم اي نوع من النصوص التي تطلونها ،بدءاً من القصائد chaT_Gptذكرتها ومن بينها والمقالات الى الاقتراحات والنظريات العلمية وكل مايطرح في ذلك يمكنك طرحه اليه ويتم الاجابة بناءً على طلبك .

ثانياً : مفهوم الذكاء الاصطناعي

يُعتبر الذكاء الاصطناعي فرعاً من فروع علوم الحاسوب ، وهو نظرية وعملية تمارس لأجهزة الكمبيوتر التي تحاكي وتقلد السلوك البشري، مثل التعرف على الكلام والبصر واتخاذ القرار وفهم اللغة وترجمة اللغة وما إلى ذلك .

يعرف الذكاء الاصطناعي بأنه مجال في علوم الحاسوب التي تتسم بها البرامج الحاسوبية بهدف انشاء أنظمة ذكية تعتبر ذكاء يقترن بذكاء البشر، ويتضمن الذكاء الاصطناعي تصميم وتطوير الكمبيوترات والبرامج التي يمكنها التحليل للمعلومات ومساعدة الجمهور بأعطائهم المعلومات وايضا يتضمن كم هائل من المعلومات ، والتعلم منها لاتخاذ القرارات واستخدام المعرفة بطرق ذكية مثلما ذكرنا سابقا

وقد عرف "مارفن مينسكي" الذكاء الاصطناعي بأنه "علم جعل الآلات تقوم بأشياء تتطلب الذكاء إذا قام بها البشر" . (دينيس، 2024)

في حين عرفه "جون مكارثي" الذي وضع هذا المصطلح سنة 1955- بأنه "علم وهندسة صنع آلات ذكية" (الدقموني، 2022)

يستخدم الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات مثل : الطب ، والتمويل ، والتصنيع ، والروبوتات ، والالعاب وغيرها ، وتهدف هذه التكنولوجيا إلى توفير حلول ذكية وفعالي للمشاكل التي قد تواجهها المجتمعات والافراد ، فالذكاء الاصطناعي إذاً هو علم هدفه جعل الحاسوب وغيره من الآلات تكتسب صفة الذكاء ويكون لها القدرة على القيام بأشياء مازالت إلى عهد قريب حصراً على الانسان كالتفكير والتعلم والإبداع والتخاطب .

وتندرج تطبيقاته في ثلاث مجالات هي : (العناتي، 2024)

_تطبيقات الواجهة البيئية الطبيعية : معالجة اللغات الطبيعية ، التعرف على الكلام ، متعدد الحواس ، الواقع الافتراضي .

_تطبيقات الآلات الذكية : الادراك البصري ، حاسة اللمس ، التعرف على الاشياء ، البراعة ، البرمجة الآلية ، التنقل الحركي .

_تطبيقات العلوم الذكية : النظم الخبيرة نظم التعلم ، المنطق الغامض ، الخوارزميات الجينية ، الشبكات العصبية، الانسان الآلي، الوكيل الذكي

ثالثاً : خصائص الذكاء الاصطناعي

هناك الكثير من الخصائص والسمات والتي لخصها الباحث في النقاط التالية :

- 1- يتمتع الذكاء الاصطناعي الوقوف امام المشكلة للحد منها وتقديم افضل الحلول لها .
- 2- تزويد الجمهور بالمعرفة من خلال تطبيقها من التفكير والادراك والتعلم والابداع .
- 3- الافادة من الخبرات القديمة وتوظيفها في مواقف وظروف جديدة تحتاج اليها .
- 4- يوفر الذكاء الاصطناعي حلول خاصة لكل مشكلة يعمل بمستوى علمي يتميز بالثبات وعدم التذبذب .
- 5- يقترن بأسلوب الانسان في حل الكثير من المشاكل المستعصية .
- 6- يعالج ويحل ويفسر البيانات والمعلومات سواء ان كانت رمزاً او نصاً او رقماً .
- 7- عند الانتهاء من عملية التحليل والتفسير يتم الاحتفاظ بها بعدة نسخ من النظام . (زوير، 2023\7\1)

رابعاً : انواع الذكاء الاصطناعي :

وفقا لعلماء مختصين تم تقسيم الذكاء الاصطناعي بحسب تقنياته وتطبيقاته الى عدة انواع اهمها :

- 1-الذكاء الاصطناعي العام: وهو قدرة انظمة الذكاء الاصطناعي بأن تنجز العمل الذي تضاهي عمل الانسان من الابداع والتفكير والفهم والادراك وكل مايدور في ذهن الانسان الفرضية المستقبلية حول الذكاء الاصطناعي هي ايضا التفرّد AgI من مشكلة يستطيع حلها ، والذي يشار اليه إنها نظرية تصف حدثاً متوقّعا في المستقبل عندما تصبح أنظمة الذكاء الاصطناعي متقدمة جدا بحيث يمكنها تحسين نفسها وإحداث تغيير ثوري في المجتمع .
- 2-الذكاء الاصطناعي المحدود أو الضيق : ويقصد به الذكاء الاصطناعي وهنا معروف وله دلالة من اسمه الذي يستخدم في الكثير من الحاجيات التي يستخدمها الانسان ، وبدأت الشركات تتسابق لادخال الذكاء الاصطناعي في مهامها منها السيارات ، ولعبة الشطرنج ، والهواتف الذكية وحاجات اخرى ... ، وغالباً ما تكون أنظمة الذكاء الاصطناعي الضيقة أكثر فعالية من أنظمة الذكاء الاصطناعي العامة في حل مشكلات معينة ولكنها تقتصر على اداء تلك المهام المحددة فقط .

3- الذكاء الاصطناعي الفائق أو الخارق : وهو الذكاء الاصطناعي الذي يكون أكثر الأنواع تطوراً ؛ لأنه هنا يعتمد هنا على ادخال البيانات وفق ارقام برمجية يستطيع ان يفهمها بمختلف الواجهه وبالتالي يستطيع اتخاذ القرارات وقابلية على حل المشكلات والقدرة على الفهم والتخطيط وإصدار الاحكام . (الربيعي، 2023) .

خامساً : مزايا وعيوب تطبيق الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية

استطاعت اغلب المؤسسات الاعلامية ان تطبق الذكاء الاصطناعي سواء ان كانت اقليمية أو عالمية في موادها المتعددة وبمزايا متعددة ايضاً منها ، دعم الوظائف الاعلامية الروتينية من خلال مواكبة الاحداث واخبارهم بأهم الاحداث والجدولة الآلية للمضمون او المحتوى ، وتوليد القصص والمقالات الاخبارية مثل(خوارزمية توليد اللغة الطبيعية التي استعانت بها الكثير من المؤسسات الاعلامية العالمية)، وايضاً هناك توليد روايات وقصص صحفية بحيث يتم جذب انتباه واهتمام القراء من خلال مايطرحه والتي ماتسمى (انسنة القصة) وتكون أكثر من خوارزميات اللغة التقليدية التي يستخدمها الصحفي ، بالإضافة إلى ذلك، تتمتع تقنيات الذكاء الاصطناعي بالقدرة على تنفيذ إجراءات معقدة استناداً إلى كميات ضخمة من البيانات كما تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التغطية الإعلامية في المناطق التي يصعب على الصحفيين الوصول إليها، مثل مناطق الحروب والنزاعات، بالإضافة إلى البيئات المناخية الخطرة كالمناطق المتأثرة بالفيضانات والبراكين والزلازل، من خلال بذل جهود أكبر لتوسيع نطاق هذه التغطية وتوفير معلومات دقيقة وموثوقة في ظل الظروف الصعبة في ضوء تقديم المعلومات الصحية وتوظيفها في بناء الفنون الصحفية ، واذ ما عدنا قليل الى الاعوام السابقة التي شهدت العالم لمكافحة فيروس كوفيد -19 في وقد شهد العالم في تلك الفترة تقديم تغطية صحفية دقيقة ومحدثة، حيث تعتبر على مصادر موثوقة مثل موقع قناة "سي إن إن" وموقع "واشنطن بوست". هذه المواقع المنشورة بشكل كبير في نقل المعلومات الصحية في الواقع، مما ساعد الجمهور على متابعة مستجدات الجائحة والتوصل إلى الدقة المستتي ، والعديد من الشركات التقنية الكبرى مثل (غوغل) وتزويد الجمهور بالمحتوى الاخباري حسب اهتماماته وتفضيلاته استناداً الى خوارزمية البحث والتوصية وغيرها ، لا يشمل تصميم التصميم الإبداعي الصحفي على إنشاء النصوص، بل لتشمل استخدام تقنيات الصوت الصناعية على الذكاء الاصطناعي. ولهذا السبب يتم تحويل النصوص إلى محتوى صوتي منطوق ويتم

قراءته بصوت عالٍ للغاية، مما يساهم في تسهيل تجربة المستخدم ويتسع نطاق الوصول إلى المحتوى. وقد برزت هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) كأحد المشاهير المشاهير في تطبيق هذه التكنولوجيا، حيث استخدمت منها تقديم محتوى إعلامي يتسم بالابتكار ويعزز من تفاعل الجمهور مع المواد الصحفية، حيث تعاونت الهيئة الإذاعة البريطانية مع شركة مايكروسوفت لإنشاء برنامج جديد للصوت والذكاء الاصطناعي باستخدام شبكات عصبية عميقة لإنتاج صوت ونبرة طبيعية، تقوم المؤسسات الإعلامية بتوظيف إنتاج الفيديو بشكل رسمي، ومعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي. ومن أبرز الأمثلة على ذلك، التعاون الذي أطلقته وكالة "رويترز" مع إحدى الشركات المتخصصة في هذا المجال. يعتمد هذا النظام على إنشاء مقدم افتراضي قابل للبرمجة بشكل كامل، حيث يتم دمج لقطات فيديو لمقدم بشري بتقنيات الذكاء الاصطناعي. ويقوم هذا بتقديم تفاصيل واضحة من خلال التنقيب في الصور والتقارير المتاحة على موقع وكالة "رويترز"، مما يساهم في تقديم إنتاج إعلامي مبتكر وفعال . (القاضي، 2021)

سادساً : الذكاء الاصطناعي في ظل شبكات التواصل الاجتماعي :

شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك) : يُعرف بأنه شبكة اجتماعية تُدار من خلال شركة "فيسبوك" ذات المسؤولية المحدودة، وتتيح للمستخدمين الوصول إليها مجاناً، ينضم الأشخاص إلى مناطق خاصة بمجموعات العمل أو المؤسسات التعليمية أو المدن، بهدف التواصل والتفاعل مع الآخرين بطريقة تساهم في الروابط المتكاملة، يتيح الموقع للمستخدمين إمكانية إضافة أصدقاء إلى قوائمهم الشخصية بشكل أفضل، وإرسال الرسائل بشكل شخصي، وتحديث ملفاتهم الشخصية للأصدقاء بشكل فردي، يعود اسم الموقع إلى دليل الصور الذي كان يقدمه الكليات والمدارس التعليمية في الولايات المتحدة لأعضاء هيئة التدريس والطلاب الجدد، والذي يشمل أيضاً أعضاء الحرم الجامعي للتعرف إليهم، بدأ "فيس بوك" في عام 2003 كفكرة لمارك زوكربيرج، طالب في جامعة هارفارد، والذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم. تحورت فكرة العلامة حول إنشاء موقع إلكتروني بسيط يتيح لطلاب جامعة هارفارد التواصل فيما بينهم في شبكة تعارف، لتسهيل الروابط بين الطلاب والحفاظ على الاتصال بعد تخرجهم . (حربي، القانون والشائعات، 2019)

تم إطلاق شبكة "فيسبوك" في 4 فبراير 2004 في جامعة هارفارد، ومع ذلك في تلك المرحلة كان الاشتراك في الشبكة محصوراً فقط في طلاب الجامعة ولم يكن متاحاً للجماهير العامة، في 26 سبتمبر 2006 تم فتح أبواب الشبكة أمام جميع الأشخاص الذين بلغوا عمر 13 عاماً فأكثر، بشرط أن يكون عنوان بريدهم صحيح . اما من ناحية الذكاء الاصطناعي يعتبر احد الركائز الاساسية التي تقوم عليها صناعة التكنولوجيا في العصر الحالي ، وهو كذلك قدرة الالات والحواسيب الرقمية على القيام بمهام معينة تحاكي وتشابه تلك التي تقوم بها الكائنات الذكية كالقدرة على التفكير او التعلم او الابداع من التجارب السابقة او غيرها من العمليات الاخرى التي تتطلب عمليات ذهنية ، كما يهدف الذكاء الاصطناعي الى الوصول الى انظمة تتجمع بالذكاء وتتصرف على النحو الذي يتصرف البشر من حيث التعلم والفهم بحيث تقدم تلك الانظمة لمستخدميها خدمات مختلفة من الارشاد والتفاعل وغير ذلك ، شاركت فيس بوك عبر مدونتها تفاصيل جديدة حول كيفية استخدام تطبيقها لتقنية التعلم الآلي لتوضيح المحتوى للمستخدمين ، مشددة على ان التقنية تركز ، عند تقديم التوصيات ، على إيجاد حسابات تعتقد ان الناس سيستمتعون بها بدلا من المشاركات الفردية . (حربي، القانون والشائعات ، 2019) **سابعاً : المضامين الاعلامية الرقمية :** تتمثل هذه العملية في إعداد نصوص مخصصة للموضوعات المكتوبة والمرئية والمسموعة، بهدف نشرها وتوسيعها عبر وسائل الاعلام المختلفة و الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ، يمكن أن تأخذ هذه النصوص أبواباً متنوعة مثل المدونات، مقاطع الفيديو، التأثيرات والمؤثرات التفاعلية (الإنفوغرافيك)، أو أي تنسيق آخر. يهدف هذا المحتوى إلى تحقيق التفاعل مع الجمهور المستهدف ضمن سياقات محددة ، وهذا المحتوى يعتمد بشكل جوهري على أي مشروع، حيث لا يمكن بناء أي شيء لا يعتمد على النصوص، سواء كانت ظاهرة أو مخفية .

المضامين الاعلامية الزائفة : ظهرت العديد من المؤسسات البحثية والإعلامية الكبرى التي تولت مهمة وضع تعريفات متنوعة للمضامين المزيفة ، في هذا السياق، تعرّف صحيفة "نيويورك تايمز" المحتوى الرقمي الزائف على (أنه أحد أنواع الصحافة الصفراء أو نوع من الصحافة التي تركز بشكل أساسي على أبرز الأخبار من التضليل. كما انه ينتشر الخداع في وسائل الإعلام المختلفة مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون، ووسائل التواصل الاجتماعي عبر الانترنت) . كما عرّفت " شبكة الصحافة الاخلاقية " مصطلح المحتوى الزائف على انه (وهو

عبارة عن مجموعة من الأخبار التي يتم نشرها بشكل مقصود بهدف تشجيع متابعة المعلومات الكاذبة أو إثارة التساؤلات حول صحتها) . بينما عرّفت صحيفة "العارديان" الضمون الزائف على انه (يعد هذا المحتوى وسيلة فعالة لتحقيق أقصى استفادة ممكنة من الإعلانات عبر الإنترنت، إلى جانب تعزيز زيادة الاستقطاب السياسي وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي ، ومع ذلك يُلاحظ أن هذه المنصات تُستخدم في بعض الأحيان لنشر الأخبار الزائفة والمضللة) . (نجيب، صناعة المحتوى الرقمي الزائف وطرق التحقق من صحته ، 2023) تتعدد الأبعاد والدوافع التي تتجه نحو صناعة المحتوى الرقمي إلى الأمام ، وتبرز هذه الأبعاد كعوامل محورية تسعى إلى التركيز على تطوير المحتوى الرقمي، كما وتتعدد أسس الإيمان في الوقت الحالي مما يدفعنا إلى أهمية هذا المجال، يمكن تسليط الضوء على هذه الأبعاد والدوافع من خلال العناصر التالية :ـ. (نجيب، صناعة المحتوى الرقمي الزائف وطرق التحقق من صحته ، 2023)

_ البعد الاقتصادي _ البعد التكنولوجي _ البعد التربوي _ البعد السياسي _ البعد الاجتماعي
_ البعد الثقافي _ البعد الاعلامي _ البعد اللغوي _ البعد اللغوي _ البعد الديني
_ البعد المعرفي _ البعد الفني الابداعي _ البعد الامني

ثامناً : اسباب انتشار المضامين الزائفة ، وتأثيرها السلبي على الجمهور .

1_ يتم انشاء هذه القصص لسبب من الاسباب التالية :

أ_ أن يكون له تأثير متعدد على آراء الأفراد لأهداف سياسية أو تأثير محدد، وذلك من خلال ما يكفي لتشكيل الرأي العام .

ب_ وقد يعطي هذا النشاط مصدرًا تجاريًا مربحًا وملائمًا للناشرين عبر شبكة الإنترنت، مما يسهم في تمويلهم واستثمارهم .

ج_ قد تتمكن من الحصول على المعلومات المضللة التي تخدع الجمهور من خلال إنشاء مواقع ويب تحمل أسماء وعناوين مستعارة مماثلة لمؤسسات إعلامية ذات سمعة طيبة .

د_ يمثل ذلك شكلاً من أشكال الخداع المتعمد للجمهور، ويحق له جهات غير إعلامية من خلال تقديم محتوى اتصالي يُظهر درجة المصادقية الظاهرية، لكنه في الواقع مصمم للتلاعب بالمعلومات . (شحاتي، 2023)

2_ الناس مغلقون : يميل الأشخاص بشكل متزايد إلى تفضيل المحتوى الذي يبدأ برؤية نظرهم وآراءهم الشخصية، بدلاً من الانفتاح على المحتوى المختلف أو المعارض ، ويعرف هذا السلوك بمفهوم "التعرض الانتقائي"، وهو ما يشمل هيئات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، في اشتراكه من خلال تشكيلات مغلقة حول مناطق محددة، مما ينتج الانعزال الفكري والارتباط بمصادر محدودة .

3_ تنتشر الاخبار الكاذبة لان قدراتهم المعرفية منخفضة : والعديد من الطرق التي يتم تقييم المعلومات بها هي عامل مهم في تحديد مدى تأثر الأشخاص بالأخبار الزائفة. دراسة حديثة أجراها باحثون بلجيكيون، حيث أدرك أن إدراكهم لها جزء مهم في مدى قدرتهم على تصميم موافقه .

4_ تنشر بسبب التقدم في السن : ترتبط قدرة الانسان بذاكرته العاملة، والتي تستمر بشكل طبيعي بتقدم العمر ومع ذلك، بدأت المبادرة بالتغيير في الذاكرة مع التقدم في السن، وهذا يطرأ احتمال سقوط كبار السن في ضحية المضامين الزائفة .

5_ تنتشر بسبب عواطفنا : أجرت عالمة نفسية جوان كاكين من جامعة توركو اطلعت على ردود أفعالنا على الأخبار الزائفة من مسرحية الفسيولوجيا. وفقا للأبحاث التي ركزت على تحليل حركات العين، وهي ذات صلة بنا يزداد انتباهنا .

6_ تنتشر بسبب عدم وضوح الحقيقة : تتوفر لدينا الكثير من المعلومات، كما هو الحال دائماً للمنشورات أمامنا، إلى حد كبير لإدراكنا، أو ميلنا إلى مشاركة المعلومات التي تدعم معتقداتنا الراسخة، خاصة على شبكات التواصل الاجتماعي. يزيد من صعوبة التعامل مع الأخبار الجديدة ما يتم تداوله على نطاق واسع على هذه الشبكات، والتي تعتبر مصدرها رئيسياً للأخبار بالنسبة لكثير من المستخدمين، بل تشارك أيضاً في صفحات هذه المنشورات ما يسمى (بتأثير الحقيقة الوهمية) .

تاسعاً : الذكاء الاصطناعي ودوره في الحد من الاخبار او المضامين الزائفة : (صباح، آليات مواجهة الصفحات المتخصصة عبر فيس بوك للأخبار الزائفة ، 2022)

يشير الذكاء العام الاصطناعي إلى الاشخاص غير القادرين على أداء المهام و يضاهي القدرات البشرية، بما في ذلك الإبداع والتفكير والفهم والإدراك، يتميز هذا النوع من الذكاء بقدرته على فهم العالم مثل أي انسان ، إضافة إلى امتلاكه القدرة على التعامل مع مجموعة

متنوعة من التطبيقات في العالم الواقعي، كما يمثل الذكاء العام الاصطناعي ومن الناحية المستقبلية، يمكن تصوره لطموحات خيالية ، يجب أن يبرز الذكاء الاصطناعي بقدر كبير بين الذكاء البشري والتفكير، إلى جانب تحقيق المزايا الحاسوبية التي بدأت تتصل بالمعلومات بسرعة شبه فورية للعمليات الحاسوبية في أجزاء من الثانية، في هذا السياق يتم توظيف الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته المختلفة، بما في ذلك الأدوات المتقدمة، كأجهزة الرادار او نظم إنذار مبكر تعمل على الانترنت ، او في صورة أو فيديو أو نص يتم تزييفه أو التلاعب بهم بهدف خدمة الجهات المستفيدة التي انشأت هذه المضامين الزائفة والمواقع التي انتشرت عبرها ، اتجه مستخدمو هذه المواقع بشكل متزايد نحو تحسين المعلومات الزائفة، مما يدفع بالحوارزيمات الصناعية الذكية إلى تطوير مصادر موثوقة للمعلومات على مستوى العالم. ويهدف هذا إلى إنشاء مرجعية شفافة تتميز بدقة المصادر المحتملة التي قد تنشر معلومات زائفة، مما يؤدي إلى إنتاج مصداقية المحتوى باستثناء المستخدمين على التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة ، القدرة تحديد المجالات غير المتخصصة والمرغوب فيها بشكل تلقائياً يتم تعزيز هذه الطريقة من خلال إتاحة الوصول المباشر للمعلنين الذين يسعون إلى الحصول على تحديث لقوائم المواقع غير الموثوق بها ، وفضلاً عن التفاصيل الدقيقة عن مصدر المضامين باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، تُوظف خطة الروبوتات الآلية لتتبع وتعليق المشبوهة بهم، على سبيل المثال، يحظر موقع X استخدام حسابات متعددة في وقت واحد ، وقيام موقع فيس بوك بإعلان الكشف عن النشر المتسلسل للرسائل والتعليقات المماثلة ، وتستخدم التقنيات فيه بشكل روتيني بواسطة التلاعب والتزييف .

عاشراً : طرق استخدام الذكاء الاصطناعي للتحقق من الاخبار او المضامين الزائفة :

اصبح الذكاء الاصطناعي أداة أساسية في مكافحة المحتوى المتنوع الزائف ، حيث يوفر حلاً مبتكرة لتمكنك من الحصول على معلومات مستقلة وحقيقية . وسوف تستمر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحليل كميات كبيرة من البيانات المكتشفة، مما يخفي اكتشافات والتناقضات التي يمكن رصدها بوجود معلومات متعددة ، فيما يلي بعض الطرق التي يتم فيها استخدام الذكاء الاصطناعي :

_الكشف عن الاخبار الزائفة : يمكن تدريب خوارزميات الذكاء الاصطناعي التمييز على خصائص الأخبار المختلفة من خلال تحليل مجموعة من العوامل المختلفة، مثل تقييم مصداقية الكتابة الجوهرية، ودراسة الأسلوب، وفحص اتجاهات توزيع المقالات الصحفية.

_تحليل الصور والفيديو : يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل الصور ومقاطع الفيديو العميقة من علامات التلاعب ، مثل التزييف العميق أو السياق المتغير ، مما يضمن التحقق من مصداقيتها.

_التحقق من الحقائق : يمكن للذكاء الاصطناعي إحالة المعلومات المطلوبة إلى قواعد بيانات موثوقة، مما يتيح التحقق منها والابلاغ عن اي مشكلة او تناقض .

_مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي : أدوات الذكاء الاصطناعي المراقبة المتطورة تستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي لتتبع انتشار المعلومات المضللة

_دعم مدققي الحقائق البشريين : اسعانة الذكاء الاصطناعي لمساعدة مدققي المعلومات من خلال الفحص البدائي للمحتوى وتحديد اولويات العناصر التي تتطلب اهتماما عاجلا بناءً على احتمالية كونها كاذبة .

احدى عشر : أدوات مفتوحة متاحة للكشف عن التزييف العميق :

_Lab Deep face : يعد هذا البرنامج أحد الأدوات الشائعة المستخدمة في إنشاء واكتشاف التزييف الكبير، حيث أنه مخصص للتدريب على نماذج تعليمية كبيرة لإنتاج الفيديو تم التلاعب به .

_Git Hub : تعد هذه الاداة إلى الكشف عن التزييف العميق والعالي، حيث يعتمد على تقنيات التعلم العميق، بالإضافة إلى تطبيق نقل التعلم بشكل احترافي كما تتضمن مجموعة متنوعة من البيانات، والأوراق البحثية، قوية لمواجهة التحديات المختلفة بتحدي آخر .

_facetorch : يركز على اكتشاف التلاعب بالوجه بالفيديو من خلال مجموعة من الشبكات العصبية والتلافيفية ، انه جزء من الجهود المبذولة لمكافحة محتوى التزييف العميق .

(إدريس، 2024)

اثنا عشر : أساليب كشف الزيف الاخبار او المضامين المنشورة عبر شبكة الانترنت :
تعد الاخبار او المضامين الزائفة ذات الانتشار الكبير مقارنةً بالمضامين الصحيحة ، إذ تعتمد
عدد المستخدمين والمتأثرين وكثافة الانتشار ، فكان لابد من الاعتماد على مجموعة من
الاساليب :

1_الاساليب القائمة على المستخدم : تعتمد هذه الاساليب على تحليلات المستخدمين وتفاعلهم
مع الأخبار المستخدمة واستخدامهم باستنتاج مدى صحة المعلومات ويقدمون المشاركة على
منصات التواصل الاجتماعي مع تلميحات نصية مهمة للكشف عن الأخبار والمضامين
الزائفة، دون تركيز على هوية مستخدم. (صباح، آليات مواجهة الصفحات المتخصصة عبر
فيسبوك للأخبار الزائفة ، 2022)

2_الاساليب القائمة على الشبكة : يتمحور هذا الاسلوب اخراج وتحليل التفاعلات بين
المستخدمين واعتماد بدقة وتتبع الأحداث الإخبارية. ويتم ذلك من خلال تقييم مصداقية
المصدر الموثوق.

3_الاساليب القائمة على المحتوى : تعتمد هذه الاساليب بشكل عام على المعلومات الوصفية
التي تهتم مباشرة بجوانب محددة من الأخبار. وتشمل هذه المعلومات محتوى الأخبار، (مثل
العنوان، النصوص، الصور، الروابط الشعبية، ومقاطع الفيديو)، إضافة إلى ذلك يتم فحص
العناصر اللغوية والبصرية للأخبار والمضامين ، حيث تشمل الوحدة اللغوية عدد الكلمات
وتكرارها، وفي الوقت نفسه العناصر البصرية على درجة الوضوح لدراسة العمل على
اساليب كتابة هذه الاخبار .

4_اساليب استخدام التقارير والإبلاغات الإخبارية : يستخدم هذا الأمر عن الأخبار
والمحتويات السرية من خلال تطوير الخوارزميات عبر الإنترنت وتسهم في تحديد القصص
التي يتم التحقق من صحة مصداقيتها

5_أسلوب مصداقية المصدر : تعد احتمالية نشر المضامين الزائفة من قبل مصادر موثوقة
لقضية مهمة حيث يسهم فحص مصداقية هذه المعلومات بشكل كبير في تعزيز الاكتشاف
للاخبار والمضامين الزائفة وتتميز بخصائص معرفة الموقع الالكتروني له ، والصورة
الخاصة به ، والعنوان الوظيفي .

ثلاث عشر : الاعتبارات الاخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي : _ (لطيف، 2024)

في النظر الى العلاقة بين الإعلام الرقمي او صحافة الروبوت والمعايير الاخلاقية ، لا يمكن إغفال التحول الجوهري الحديث الذي أوجدته البيئة الاتصالية ، ومن الضروري أن تشمل العالم استخدامات جديدة، وبالأخص تلك التكنولوجيا على الذكاء الاصطناعي، لصالح مجتمعاتنا وتمييزها المستدامة وهنا يجب ان تنظم تطورات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي بحيث تتوافق مع الحقوق الاساسية التي تشكل افقاً ديمقراطي . تدعو العديد من الممثلين عن المؤسسات ، مثل الشركات، ومراكز البحث، والأكاديميات العلمية، والخدمات الأعضاء في الأمم المتحدة، والمنظمات الدولية، وتمثل المجتمع المدني، وتمثل إطاراً مهماً لتطوير الذكاء الاصطناعي. واستمر في التقدم في فهم الأمور ذات الصلة، والحركة لا تزال تسعى جاهدة إلى التحرك. ولهذا السبب عالمية بطبيعتها، مما يستدعي فقط ضمن إطار الاتفاقية العالمية للشركة التكنولوجيا "الانتقاء والاختيار" في تطبيق أسبابهم. ستلعب اليونسكو جزءاً محورياً وفعالاً في هذه المناقشات العالمية، وسنستفيد من خبراتها في مجالات العلوم والتكنولوجيا. وقد أصدرت هيئاتها العديد من التقارير والإعلانات بما في ذلك حول الروبوتات ، ومن أبرز هذه اللجنة التقرير العالمي لأخلاقيات المعرفة العلمية التكنولوجيا حول اخلاقيات الروبوتات في عام 2017 ، بدأت اليونسكو وهو بمثابة المركز الرئيسي في معالجة الفجوات القائمة التي قد تتوصل إلى اتفاق يعمقها الذكاء الاصطناعي . ولهذا السبب يتم القضاء على هذا التشرذم الأساسي، وهو عبارة عن عدد أكبر من الأفراد نحو اختيار ممثلي وسائل الإعلام الرقمية ، ستنظم اليونسكو مناقشات حول الذكاء الاصطناعي في العديد من مناطق العالم ابتداءً من وقت متأخر هذا العام ، تضم خبراء من مجموعة واسعة من الخلفيات والخبرات ، ركز النقاش الاول الذي دار في مراكش بالمغرب في 12 كانون اديسمبر من عام 2018 على الذكاء الاصطناعي وافريقيا ، أما المؤتمر الدولي الثاني الذي انعقد في باريس خلال النصف الاول من عام 2019 ، يمكن ان يؤدي هذا الحوار في النهاية ، بموافقة الدول الاعضاء ، الى تحديد المبادئ الاخلاقية الرئيسية لمراقبة التطورات في مجال الذكاء الاصطناعي ومنها

هذه المبادئ : _

_ تجنب إلحاق الضرر بالآخرين _ الاستفادة العامة وليست الشخصية

_المصادقية _التحيز والتمييز _الوعي بقيود التقنية _تحقق من مصدر البيانات والمعلومات

ونرى انه تمثل الاعتبارات الاخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي والتي تركز على اخلاقيات التعامل بعدالة وشفافية وتسعى لتحقيق المساواة وسهولة الايضاح توجيهاً تفصيلياً بشأن القضايا الحساسة : العدالة والمساواة والشفافية والقابلية للتفسير ، المتعلقة بالخوارزميات التي تشكل جوهر انظمة الذكاء الاصطناعي

المبحث الثالث

الاطار العملي للدراسة

الدراسة التحليلية

صفحة "الفاحص" لمكافحة المضامين الكاذبة والزائفة هي منصة مخصصة للتحقق من صحة المعلومات التي تُنشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي في العراق وخارجه. تقوم هذه الصفحة، التي تُدار بواسطة مجموعة من الخبراء العراقيين، بإخضاع جميع الموضوعات للتحليل والتدقيق بشكل شامل، بهدف تقديم الحقائق بدقة ووضوح. تسعى الصفحة إلى مكافحة انتشار المضامين المغلوطة من خلال توفير مصادر موثوقة تساهم في تعزيز الوعي العام بالحقائق والأخبار الصحيحة ، وقد تم حصر هذه المضامين لمدة ثلاثة اشهر لمعرفة أهم المضامين الاخبار الزائفة التي تكشفها في مواقع التواصل الاجتماعي او بالمؤسسات الاعلامية ولفترة 1 \ 1 \ 2023 الى 29 \ 12 \ 2024 إذ تم اختيار وحدة الموضوع (الفكرة) كوحدة تحليلية وقسم الباحث فئات التحليل الى فئات رئيسية وفئات فرعية وتعنى بمضمون الموضوعات (ماذا قيل؟)

والشكل (كيف قيل؟)

جدول رقم (1) يوضح الفئات الرئيسية في موقع الفاحص

ت	الموضوعات	التكرار	النسبة المئوية
1-	مضامين الزائفة التي ركز عليها	20	13.24%
2-	شكل المضمون المزيف	20	13.24%
3-	النطاق الجغرافي للمضامين الزائفة	20	13.24%
4-	تصنيف المضامين الزائفة التي ركز عليها	20	13.24%

5-	حجم التزييف بالمضامين الزائفة	11	7.28%
6-	الجهة التي قامت بالتحقق من المضامين الزائفة	20	13.24%
7-	الاساليب الموظفة في المضامين الزائفة	20	13.24%
8-	مصادر انتشار المضامين الزائفة	20	13.24%

هذه الفئات تمثل الهيكل الاساسي الذي يمكن استخدامه لتحليل المضامين الزائفة وكشف أساليب التلاعب الاعلامي ، خاصةً فيما يتعلق باستخدام الذكاء الاصطناعي في تحرير الاخبار وصياغتها والصورة والفيديو الذي يتم تزييف المعلومات التي تعرض على الجمهور

جدول رقم (2) يوضح فئات لمضامين الزائفة التي ركز عليها

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	فئات مضامين الزائفة
الاولى	50%	10	السياسية
الثانية	15%	3	الاجتماعية
الثالثة	10%	2	الدينية
الرابعة	5%	1	الرياضية
الرابعة	5%	1	البيئية
الرابعة	5%	1	الاقتصادية
الرابعة	5%	1	الانسانية
الرابعة	5%	1	الامنية
	100%	20	المجموع

تبين النتائج في جدول رقم (2) بأن هناك اهتمام كبير من قبل منصة الفاحص للتحقق من مضامين متنوعة التي تولدت بالذكاء الاصطناعي حيث حصلت في المرتبة الاولى المضامين السياسية بواقع (10) تكرار وبلغت النسبة المئوية (50%)، اما المضامين الاجتماعية جاءت بالمرتبة الثانية بواقع (3) تكرار وبلغت النسبة المئوية (15%)، اما المضامين الدينية جاءت بالمرتبة الثالثة بواقع (2) تكرار وبلغت النسبة المئوية (10%)، اما المضامين الرياضية والبيئية والاقتصادية والانسانية والامنية (جاءت بالمرتبة الرابعة بواقع (1) تكرار وبلغت النسبة المئوية لكل منهما (5%) ، لذلك يوضح لنا انتشار المضامين الزائفة المولدة بالذكاء الاصطناعي وخاصة السياسية منها التي جاءت بالمرتبة الاولى كون مدة البحث تزامن مع

أحداث القضية الفلسطينية (طوفان الأقصى) والأحداث السياسية التي شهدتها المنطقة العربية منها لبنان وسوريا .

جدول رقم (3) يوضح فئات لشكل المضمون الزائف

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	فئات شكل المضمون الزائف
الأولى	65%	13	نص مع صورة
الثانية	35%	7	نص مع فيديو
المجموع	100%	20	

توضح النتائج في دول رقم (3) قامت منصة الفاحص بالتحقق من وسائل إعلامية مختلفة ومتنوعة من المضامين الزائفة التي تولدت بالذكاء الاصطناعي حيث حصلت في المرتبة الأولى نص مع صورة بواقع (13) تكرار وبلغت النسبة المئوية (65%) ، أما نص مع فيديو جاء في المرتبة الثانية بواقع (7) تكرار وبلغت النسبة المئوية (35%) ، نلاحظ خلال اطلاعنا في الجدول اعلاه يتبين أكثر استخداما في المضامين الزائفة (نص مع صورة) ، إذ إن تداول وانتشار الصور والنصوص سهل جدا لا يحتاج الاستعانة ببرامج معينة أو لا يتطلب التكلفة المادية من أجل تحميلها ولا يحتاج ذو خبرة وكفاءة عالية بالاحتراف .

يوضح جدول رقم (4) فئات النطاق الجغرافي للمضامين الزائفة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	فئات النطاق الجغرافي للمضامين
الأولى	70%	14	الأخبار الدولية
الثانية	20%	4	الأخبار الإقليمية
الثالثة	10%	2	الأخبار المحلية
المجموع	100%	20	

لوحظ نتائج جدول رقم (4) بأن هناك تنوع كبير في التوزيع الجغرافي للمضامين الزائفة المولدة بالذكاء الاصطناعي حيث حصلت المرتبة الأولى الأخبار الدولية بواقع (14) تكرار وبلغت النسبة المئوية (70%) أما الأخبار الإقليمية حيث حصلت المرتبة الثانية بواقع (4) تكرار وبلغت النسبة المئوية (20%) ، أما الأخبار المحلية حصلت المرتبة الثالثة بواقع (2) تكرار وبلغت النسبة المئوية (10%) ، ويتوضح لنا بأن منصة الفاحص تركز اهتمامها الكبير

على الاخبار الدولية نتيجية الاحداث العالمية التي حصلت خلال الاشهر الماضية ثم تليها الاخبار الاقليمية والمحلية .

يوضح جدول رقم (5) فئات تصنيف المضامين الزائفة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	فئات تصنيف المضامين الزائفة
الاولى	80%	16	زائف كلي
الثانية	10%	2	زائف مع العنوان
الثالثة	5%	1	زائف جزئي
الثالثة	5%	1	اخرى
	100%	20	المجموع

بينت نتائج جدول رقم (5) بأن هناك مضامين زائفة وفقا لتصنيفاتها المبينة اعلاه التي تم توليدها بالذكاء الاصطناعي حيث حصلت المرتبة الاولى زائف كلي بواقع (16) تكرار وبلغت النسبة المئوية (80%)، اما زائف مع العنوان حيث حصلت المرتبة الثانية بواقع (2) تكرار وبلغت النسبة المئوية (10%) ، اما التصنيفات المتبقية في الجدول (زائف جزئي ، والاخرى) جاءت بالمرتبة الثالثة بواقع (1) تكرار وبلغت النسبة المئوية لكل منهما (5%) ، ومن الملاحظ وجدنا ان اعلى نسبة هي زائف كلي في المضامين الزائفة المولدة بالذكاء الاصطناعي والتي تم متابعتها وكشفها من قبل منصة الفاحص ولذا يكون التصنيف (زائف كلي) اكثر تداولاً في المواقع كونه اكثر اقناعاً للجمهور المستهدف من بقية الانواع .

يوضح جدول رقم (6) فئات حجم التزييف بالمضامين الزائفة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	فئات حجم التزييف
الاولى	54.54%	6	التزييف العميق
الثانية	27.27%	3	التزييف الجزئي
الثالثة	18.18%	2	تزييف شبه تام
	100%	11	المجموع

اشارت نتائج جدول رقم (6) مدى حجم التزييف بالمضامين الزائفة المنشورة في منصة الفاحص للتحقق منها حيث حصلت المرتبة الاولى التزييف العميق بواقع (6) تكرار وبلغت النسبة المئوية (54.54%) ، اما التزييف الجزئي حصلت المرتبة الثانية بواقع (3) تكرار وبلغت النسبة المئوية (27.27%) ، اما تزييف شبه تام حصلت المرتبة الثالثة بواقع (2)

تكرار وبلغت النسبة المئوية (18.18%) ، ونجد ان التزييف العميق في المضامين الزائفة هو الاكثر تداولاً ؛ وذلك لكونه اكثر افناعاتا للجمهور المستهدف من الانواع الاخرى ولذا نجد استخدام تقنية (ديب فيك) هذه التقنية التي تعنى بالتزييف العميق ، بالاضافة الى ذلك العديد من الادوات التي تم استخدامها ولكنها لم تذكر المنصة هذه الادوات بشكلها الصريح .

يوضح جدول رقم (7) فئات الجهة التي قامت بالتحقق من المضامين الزائفة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الجهة التي قامت بالتحقق
الاولى	90%	18	فريق الفاحص
الثانية	5%	1	الوكالة الفرنسية
الثانية	5%	1	الشبكة العربية لمدققي المعلومات من اريج
	100%	20	المجموع

اوضحت نتائج جدول رقم (7) ان منصة الفاحص والجهات المعنية التي تقوم بالتحقق من المحتوى المزيف في سائل الاعلام او مواقع التواصل الاجتماعي وتبين في حصول فريق الفاحص المرتبة الاولى بواقع (18) تكرار وبلغت النسبة المئوية (90%)، اما الجهات الاخرى التي قامت بالتحقق (الوكالة الفرنسية ، والشبكة العربية لمدققي المعلومات من اريج) جاءت في المرتبة الثانية بواقع (5%) تكرار وبلغت النسبة المئوية لكل منهما (5%) ، نلاحظ ان منصة الفاحص كانت تعتمد على ذاتها في اغلب الاحيان للتحقق من المضامين الزائفة في حين ان منصة الفاحص تذكر في كل مضمون او خبر تم التحقق منه (مصدر التحقق) وتبين لنا عن طريق التحليل انها تعتمد على فريقها بشكل كبير في مسألة التحقق مباشرة من المضامين المزيفة .

يوضح جدول رقم (8) فئات الاساليب الموظفة في المضامين الزائفة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	فئات الاساليب الموظفة في المضامين الزائفة
الاولى	35%	7	التحريف
الثانية	25%	5	التحويل
الثالثة	20%	4	التخويف
الثالثة	20%	4	المبالغة
	100%	20	المجموع

تفسر نتائج جدول رقم (8) من حيث الاساليب الموظفة في المضامين الزائفة التي تم كشفها ونشرها وتصحيح المعلومة من قبل منصة الفاحص جاء في المرتبة الاولى التحريف بواقع (7) تكرار وبلغت النسبة المئوية (35%) ، اما في المرتبة الثانية جاء التهويل بواقع (5) تكرار وبلغت النسبة المئوية (25%) ، اما (التخويف والمبالغة) حصل على كل منهما على المرتبة الثالثة بواقع (4) تكرار وبلغت النسبة المئوية (20%)، وقد يفسر الباحث ان مجمل المضامين الزائفة الخاصة بالاحداث السياسية ومهاجمة الخصوم السياسية ويتم فبركة وتحريف القضايا والمضامين التي تنتهك الخصم الاخر ، هذه المضامين التي واجهتها منصة الفاحص وقد وظفت فريقها لمواجهة التضليل الذي يعرض على الجماهير هذا من حيث التحريف ، والتهويل الذي يحمل الصفات التضخيم وتكبير الشيء الزائد عن حده ، والمبالغة في نشر المعلومات التي تقلل من مصداقيتها ، والتخويف لحشد الجماهير عن طريق إثارة الفزع أو الذعر في المضامين الزائفة

يوضح جدول رقم (9) فئات مصادر انتشار المضامين الزائفة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	مصادر انتشار المضامين الزائفة
الاولى	95%	19	مواقع التواصل الاجتماعي
الثانية	5%	1	مواقع اعلامية
	100%	20	المجموع

اوضحت نتائج جدول رقم (9) من مصادر انتشار المضامين الزائفة فقد جاءت بالمرتبة الاولى مواقع التواصل الاجتماعي بواقع (19) تكرار وبلغت النسبة المئوية (95%)، اما في المرتبة الثانية بواقع (1) تكرار وبلغت النسبة المئوية (5%)، نجد ان النسبة عالية من المضامين الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي تعود الى اسباب عديدة حسب ما يراها الباحث اهمها والتي تتمثل ان مواقع التواصل الاجتماعي هي في متناول يد الجميع الضغير والكبير بغض النظر بمستوياتهم العلمية والفكرية وكذلك انعدام محاسبتهم القانونية عكس ما هو موجود في المواقع الاعلامية تكون مسجلة لدى جهات متخصصة منها (هيئة الاعلام والاتصالات، ونقابة الصحفيين العراقيين) والتي تقع هذه المواقع تحت طائلة القانون عندما تنشر او تزيف اخبار غير حقيقية .

اهم النتائج :

- 1- يتبين لنا عن طريق تحليل المضامين ان صفحة الفاحص تركز على جميع المضامين الزائفة المولدة بالذكاء الاصطناعي .
- 2- ان صفحة الفاحص على فيس بوك لها الدور كبير في التحقق من الوسائط الاعلامية المختلفة نص مع صورة ، ونص مع فيديو من المضامين الزائفة التي تولدت بالذكاء الاصطناعي .
- 3- تهتم صفحة الفاحص بالتحقق من الاخبار المزيفة والتضليل والشائعات التي تخص العراق بشكل خاص والعالم بشكل عام .
- 4- انتشار العديد من الاخبار الزائفة مع الصور ومقاطع الفيديو المولدة بالذكاء الاصطناعي يكونا اكثر اقناعا باستخدام ادوات وتطبيقات التي تساعد على ذلك .
- 5- وجود الكثير التقنيات والادوات التي يتم فبركة وتزييف المعلومات ومنها تقنية التزييف العميق .
- 6- تكشف صفحة الفاحص عن المحتوى المفبرك والمعلومات الزائفة التي تولدت بالذكاء الاصطناعي وتتحقق من صحة المعلومات الواردة .
- 7- المواقع التي تنشر المضامين الزائفة وتساهم في انتشارها بين الجمهور، واغلبها مواقع التواصل الاجتماعي يديرها شخص او مجموعات ، كلها ساهمت في نشر الاخبار والصور والفيديوهات الزائفة او المزيفة ، كما ساهمت المواقع الالكترونية كذلك في نشر الاخبار الزائفة وانتشارها بين الجمهور، وهذا يعود الى نقطة رئيسية الا وهي الامور التي يعاني منها الاعلام الالكتروني من ضعف في المصادقية وعدم رقابة حقيقية وسهولة التشويه والتزييف .
- 8- صفحة الفاحص عندما تتحقق من المحتوى الزائف ترفق اكبر عدد من الادلة الحقيقية او التواصل مع المصدر المعني الذي تم نشر التزييف عليه ومما تعطي دلالة بأن المحتوى زائف احظر من مشاركته.

التوصيات :

- تدريب الصحفيين والاعلاميين على التحقق من الاخبار المضللة والمزيفة .
- الإلمام بأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي وتزييف الاخبار والكشف عنها .
- توعية الجمهور بالشائعات والاطباء المضللة .
- إقامة ورش (الذكاء الاصطناعي) للصحفيين
- عدم تداول المضامين المزيفة ونشرها قبل التأكد من صحتها.

المصادر والمراجع

- ام.د. خلف كريم التميمي م.م. علاء زوير. (2023\7\1). *توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى ممارسي صحافة الموبايل عند تغطية الاحداث اليومية دراسة ميدانية على صحفي محافظة واسط* . تأليف ام.د. خلف كريم التميمي م.م. علاء زوير، *توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى ممارسي صحافة الموبايل عند تغطية الاحداث اليومية دراسة ميدانية على صحفي محافظة واسط (صفحة 544)*. واسط العراق : جامعة واسط مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية .
1. أم.د. زينة قدرة لطيف. (30 8، 2024). *الاعلام الرقمي و الاعتبارات المهنية والاخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي* . مجلة كلية التراث الجامعة ، الصفحات 181-182-183.
 2. اكرم فرج عبد الحسين الربيعي. (15 6، 2023). *الاختراق الاعلامي عبر استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي واثره في تغيير نمط صورة الشخصية المستهدفة من الزعماء والمشاهير* . مجلة دراسات وبحوث إعلامية، صفحة 101.
 3. ايمن عبد الله لبيب صقر. (7 1، 2024). *استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الالكترونية المصرية وانعكاساتها على القائم بالاتصال*. *المجلة العلمية لدراسات الاعلام الرقمي والرأي العام*، صفحة 49.
 4. بسنت مراد. (23 12، 2018). *ترويج الشائعات والاطباء الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعوامل انتشارها* . *المجلة المصرية لبحوث الراي العام* ، صفحة 111.
 5. بيان القاضي. (15 7، 2021). *منظمة المجتمع العلمي العربي*. تاريخ الاسترداد 19 1، 2025 من <file:///D:/14049ef9-2322-478c-8683-f074a076cafd.pdf> <file:///D:/14049ef9-2322-478c-8683-f074a076cafd.pdf>
 6. الدكتور أسامة بن غازي المدني. (23 7، 2021). *دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية* . *جامعة ام القرى* ، صفحة 14.
 7. الدكتورة مي محمد محمود العناتي. (2024). *الذكاء الاصطناعي*. تأليف لدكتورة مي محمد محمود العناتي، *توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة الاستقصائية (صفحة 215)*. تونس: مجلة الشرق الاوسط للعلوم الانسانية والثقافية.

8. رفاص الوليد ، كامل نجيب. (2023، 10، 23). صناعة المحتوى الرقمي الزائف وطرق التحقق من صحته . مجلة التشريع الاعلامي، الصفحات 4-5-6-7
9. رماح الدلقموني. (16، 5، 2022).
<https://www.aljazeera.net/tech/2016/5/4/%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D9%88%D9%85%D8%A7-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D9%85%D8%B8%D8%A7%D9%87%D8%B1%D9%87>
 تاريخ الاسترداد 11
- 1، 2025، من الجزيرة نت :
<https://www.aljazeera.net/tech/2016/5/4/%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D9%88%D9%85%D8%A7-%D8%A3%D8%A8%D8%B1%D8%B2-%D9%85%D8%B8%D8%A7%D9%87%D8%B1%D9%87>
- 10.سالي أسامة شحاتي. (2023، 6، 27). الذكاء الاصطناعي والتقنيات والادوات الرقمية المخصصة في الكشف عن الاخبار الزائفة . رقمنا مجلة الدراسات الاعلامية والاتصالية ، الصفحات 177-178.
- 11.مايكل آرون دينيس. (24 ديسمبر، 2024).
<https://www.britannica.com/biography/Marvin-Lee-Minsky>
 تاريخ الاسترداد 11، 1، 2025، من الموسوعة البريطانية :
<https://www.britannica.com/biography/Marvin-Lee-Minsky>
- 12.نصر رمضان سعد الله حربي. (2019). الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي . القانون والشائعات (صفحة 14-18). مصر : كلية الحقوق جامعة طنطا احداث المؤتمر العلمي السادس تحت عنوان الثانون والشائعات .
- 13.هاشم عبد الله الخاتم على،محمد سعيد عمر حاج الطيب، اسراء عمر ابراهيم إدريس. (30، 12، 2024). توظيف الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الاخباري . مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة ، الصفحات 41-42.
- 14.هيا عمار صباح. (2022، 7، 23). آليات مواجهة الصفحات المتخصصة عبر فيس بوك للأخبار الزائفة . مجلة أريد الدولية للدراسات الاعلامية وعلوم الاتصال ، الصفحات 135-134.
- 15.وفاق حافظ بركع. (1، 11، 2021). مصامين الاخبار الكاذبة في مواقع الاعلام الاجتماعي: سبل المواجهة وآليات التحقق -دراسة تحليلية ميدانية. مجلة آداب الفراهيدي ، الصفحات 274-275.

16. يوسف أسكندر. (4، 11، 2024).

<https://www.aljazeera.net/blogs/2024/11/4/%D9%86%D8%B4%D8%A3%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D9%88%D8%AA%D8%B7%D9%88%D8%B1%D9%87> تاريخ

الاسترداد 16، 1، 2025، من الجزيرة نت :

<https://www.aljazeera.net/blogs/2024/11/4/%D9%86%D8%B4%D8%A3%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D9%88%D8%AA%D8%B7%D9%88%D8%B1%D9%87>