



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة-
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
قسم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة

المخاطر الأخلاقية والمهنية لإستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في الممارسة الإعلامية

دراسة مسحية على آراء عينة من الإعلاميين في الوطن العربي

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص :إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ(ة):

د.جفال سامية

إعداد الطالبة :

ماعوزهور

السنة الجامعية :2025/2024

شكر وعرfan

الْحَمْدُ لِلّٰهِ حَمْدًا يَلِيْقُ بِقُدْرِهِ ، وَأَشْكُرُهُ شُكْرًا امْتِثَالًا لِأَمْرِهِ ، وَأَقَرُّ أَنَّ الْخَلْقَ عَاجِزُونَ عَنْ تَعْظِيمِهِ حَقَّ عَظَمَتِهِ
لِعَدَمِ إِحَاطَتِهِمْ بِهِ عِلْمًا ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْخَلْقِ وَإِمَامِ الْمُرْسَلِينَ ، نَبِيِّنَا مُحَمَّدٍ ، وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ
وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ، أما بعد، قال تعالى ﴿وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ

إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ﴾ [إبراهيم:7]

يشرفني أن أتقدم بالشكر والعرfan إلى الأستاذة المتميزة والقديرة د. جفال سامية، على دعمها المستمر
وعطائها الفياض في كل خطوة من خطوات الدراسة، فقد منحتني فيض علمها، ووجدت فيها الإنسانية
الرائعة، والتفاني المتناهي والعلم الزاخر والنصح السديد، والدقة والحزم والصرامة والرأي الرشيد والصبر الشديد،
مما أعانني على إنجاز هذا الجهد، فأطال الله في عمرها وبارك لها في عملها وجزاها الله عنا خير الجزاء.
كما أتقدم بجزيل الشكر والعرfan لكل من ساهم في إتمام هذا العمل ليخرج إلى الوجود بهذه الصورة فهذا
جهد بشر لا يخلو من زلات وهفوات، وحسبي أننا قد اجتهدنا وماتوفيقى إلا بالله، فإن أصبنا فبفضل من الله
تعالى وإن أخطأنا فمن أنفسنا.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

ماعوزهور

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى الكشف عن المخاطر الأخلاقية والمهنية الناتجة عن استخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في الممارسة الإعلامية، وذلك من خلال تحليل واقع استخدام هذه التقنية في البيئة الإعلامية العربية من جهة، ومدى إدراك الصحفيين للتحديات التي تفرضها من جهة أخرى، وقد تم ذلك من خلال دراسة نظرية وميدانية لفهم طبيعة تأثير التزييف العميق على النزاهة والمصداقية الإعلامية، وإستقصاء سبل مواجهته.

كما يسعى البحث إلى الوقوف على أهم الآليات والأدوات المعتمدة في إنتاج المحتوى الإعلامي، والكشف عن مدى توظيف التقنيات الحديثة، وعلى رأسها تقنية التزييف العميق (Deepfake)، سواء في المؤسسات الإعلامية أو من قبل الفاعلين غير التقليديين في المشهد الإعلامي.

إعتمدنا في هذه الدراسة على إستبيان تم توجيهه إلى عينة من الإعلاميين العاملين في الوطن العربي، قصد التعرف على تصوراتهم حول الإستخدامات المهنية لتقنية التزييف العميق (Deepfake)، ومدى إلزامهم بالآطر الأخلاقية في ظل التحولات التقنية الراهنة، فضلاً عن التعرف على طبيعة التحديات القانونية والأخلاقية المترتبة على ذلك الإستخدام.

وقد إعتمدنا في الجانب الميداني على المنهج الوصفي بأسلوب "المسح" عبر أداة "الإستبيان الإلكتروني" الموجه إلى 47 إعلامياً في مختلف ربوع الوطن، وتحليل نتائجه في ضوء الدراسات السابقة والمعطيات النظرية المعتمدة.

وفيما يتعلق بنتائج الدراسة العامة توصلت الباحثة إلى مايلي :

1. ينطوي إستخدام التزييف العميق (Deepfake) في الإعلام على تهديدات أخلاقية خطيرة، من أبرزها التضليل، فقدان المصداقية والإخلال بمبدأ الموضوعية الإعلامية.
2. يساهم التزييف العميق (Deepfake) في تعزيز الشك في المحتوى الإعلامي، مما يؤدي إلى تقويض ثقة الجمهور بالمصادر الإخبارية التقليدية.

3. هناك ضعف واضح في آليات التحقق داخل المؤسسات الإعلامية، الأمر الذي يعيق قدرتها على مواجهة المحتوى المزيف بكفاءة وفعالية.

4. أصبحت المبادئ الأخلاقية التقليدية غير كافية لمواجهة التحديات الجديدة التي يفرضها الذكاء الاصطناعي وتقنيات التزييف العميق (Deepfake) .

5. ضرورة وجود قوانين واضحة تنظم استخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) ، للحفاظ على نزاهة الإعلام وحماية المؤسسات الإعلامية من التضليل، إذ يؤدي غياب هذه القوانين إلى زيادة مخاطر إساءة الاستخدام، ما يستدعي إطاراً تشريعياً موحدًا يشمل جميع المؤسسات الإعلامية.

Absract:

The study aims to uncover the ethical and professional risks resulting from the use of deepfake technology in media practice, by analyzing the reality of the use of this technology in the Arab media environment on the one hand, and the extent to which journalists are aware of the challenges it poses on the other hand, this was done through a theoretical and field study to understand the nature of the impact of deepfake on media integrity and credibility, and explore ways to confront it.

The research also seeks to identify the most important mechanisms and tools adopted in the production of media content, and to reveal the extent of the use of modern technologies, especially the deepfake technique, both in media organizations and by non-traditional actors in the media scene.

In this study, we relied on a questionnaire addressed to a sample of media professionals working in the Arab world to identify their perceptions about the professional use of deepfake technology, the extent of their commitment to ethical frameworks in light of the current technological transformations, and the nature of the legal and ethical challenges arising from this use.

In the field, we adopted the descriptive method of "survey" through the "electronic questionnaire" tool addressed to 47 media professionals in different parts of the country, and analyzed its results in light of previous studies and the theoretical data adopted.

With regard to the results of the general study, the researcher found the following:

1. The use of deepfake in the media involves serious ethical threats, most notably misinformation, loss of credibility, and violation of the principle of media objectivity.
2. Deepfake contributes to fostering skepticism about media content, undermining the public's trust in traditional news sources.
3. There is a clear weakness in the verification mechanisms within media organizations, which hinders their ability to efficiently and effectively counter fake content.
4. Traditional ethical codes are becoming insufficient to meet the new challenges posed by artificial intelligence and deepfake technologies.
5. The need for clear laws regulating the use of Deepfake technology, to preserve the integrity of the media and protect media organizations from misinformation, as the absence of such laws increases the risk of misuse, requiring a unified legislative framework that includes all media organizations.

Résumé de l'étude :

L'étude visait à identifier les risques éthiques et professionnels résultant de l'utilisation de la technologie des deepfakes dans la pratique médiatique, en analysant l'état d'utilisation de cette technologie dans le contexte médiatique arabe d'une part, et en examinant la perception des journalistes des défis qu'elle impose d'autre part. Cela a été réalisé à travers une étude théorique et terrain pour comprendre l'impact de l'utilisation des deepfakes sur l'intégrité et la crédibilité des médias, ainsi que pour explorer les moyens de les contrer.

L'étude vise à découvrir les risques éthiques et professionnels résultant de l'utilisation de la technologie deepfake dans la pratique des médias, en analysant la réalité de l'utilisation de cette technologie dans l'environnement médiatique arabe d'une part, et la mesure dans laquelle les journalistes sont conscients des défis qu'elle pose d'autre part, et ce grâce à une étude théorique et de terrain pour comprendre la nature de l'impact de deepfake sur l'intégrité et la crédibilité des médias, et explorer les moyens d'y faire face.

La recherche vise également à identifier les mécanismes et les outils les plus importants adoptés dans la production de contenu médiatique et à révéler l'étendue de l'utilisation des technologies modernes, en particulier la technique du deepfake, à la fois dans les organisations médiatiques et par des acteurs non traditionnels de la scène médiatique.

Dans cette étude, nous nous sommes appuyés sur un questionnaire adressé à un échantillon de professionnels des médias travaillant dans le monde arabe pour identifier leurs perceptions de l'utilisation professionnelle de la technologie deepfake, le degré de leur adhésion aux cadres éthiques à la lumière des transformations technologiques actuelles, ainsi que la nature des défis juridiques et éthiques découlant d'une telle utilisation.

Sur le terrain, nous avons adopté une méthode d'enquête descriptive au moyen d'un questionnaire électronique adressé à 47 professionnels des médias dans différentes régions du pays, et nous avons analysé ses résultats à la lumière d'études antérieures et des données théoriques adoptées.

En ce qui concerne les résultats de l'étude générale, le chercheur a constaté ce qui suit :

1. L'utilisation de deepfake dans les médias implique de sérieuses menaces éthiques, notamment la désinformation, la perte de crédibilité et la violation du principe d'objectivité des médias.
2. Deepfake contribue à renforcer le scepticisme à l'égard du contenu des médias, sapant ainsi la confiance du public dans les sources d'information traditionnelles.
3. Il existe une faiblesse évidente dans les mécanismes de vérification au sein des organisations médiatiques, ce qui entrave leur capacité à contrer les faux contenus de manière efficace et effective.

4. Les codes éthiques traditionnels deviennent insuffisants pour répondre aux nouveaux défis posés par l'intelligence artificielle et les technologies de « deepfake ».

5. La nécessité de lois claires réglementant l'utilisation de la technologie Deepfake, afin de préserver l'intégrité des médias et de protéger les organisations médiatiques contre la désinformation, car l'absence de telles lois augmente le risque d'abus, ce qui nécessite un cadre législatif unifié qui inclut toutes les organisations médiatiques.

مقدمة

شهد العالم في العصر الراهن تحولات جذرية بفعل الطفرة التكنولوجية المتسارعة، لاسيما في مجال الإعلام والاتصال فقد أسهمت التطورات التقنية في تغيير وظائف وسائل الإعلام ومضامينها وطرق عرضها ونشرها، كما أعادت تشكيل العلاقة بين الوسيلة والجمهور، فتحول هذا الأخير إلى طرف فاعل منتج ومستهلك للمحتوى الإعلامي في آن واحد داخل فضاء رقمي مفتوح لا يعترف بالحدود ولا توفقه القيود.

وفي هذا الصدد، برزت تقنيات الذكاء الاصطناعي كأحد أهم معالم هذا التحول الرقمي، حيث فرضت نفسها كأداة مزدوجة التأثير؛ فهي من جهة قدمت تسهيلات وفرصاً غير مسبقة للمؤسسات الإعلامية على مستوى الإنتاج و المعالجة والتفاعل مع الجمهور، لكنها من جهة أخرى جلبت معها جملة من المخاطر والتهديدات خصوصاً ما تعلق بتزييف المعلومات وصناعة الأخبار الكاذبة، مما شكل المادة الخام لحروب الأجيال الجديدة، المعروفة بحروب الجيل الرابع والخامس، ومن بين أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي أحدثت طفرة حقيقية في مجال الإعلام نجد تقنية التزييف العميق (Deepfake)، التي أتاحت إمكانيات غير محدودة لتزييف الوسائط المتعددة من صور ومقاطع صوت وفيديو بشكل يحاكي الواقع بدقة مذهلة، وهو ما دفع إلى التشكيك في مصداقية الصورة والفيديو كدليلين قطعيين على الواقع، وزعزع الاعتقاد التقليدي بقدرة الوسائط الإعلامية على توثيق الحقيقة.

وقد أصبح من المؤكد أن الحقيقة والواقع مهددان اليوم بفعل هذه التقنية التي رغم إمتلاكها لجوانب إيجابية متعددة في مجالات الإبداع والترفيه والتعليم، إلا أن الوجه المظلم لها يتمثل في إستخدامها الإجرامي من قبل بعض الأطراف، ما أفرز ظاهرة جديدة تعرف بجرائم التزييف العميق (Deepfake Crimes) التي حذر الخبراء من الإنتشار السريع لها مستقبلاً لسهولة إستخدامها وقلة الحاجة إلى مهارات تقنية متقدمة خاصة نماذجها وتطبيقاتها مفتوحة المصدر، مقابل صعوبة أو حتى إستحالة إكتشاف التزييف مع تطور أنظمة الذكاء الاصطناعي.

وفي ظل هذا المشهد الإعلامي المضطرب، تجد المؤسسات الإعلامية نفسها أمام تحديات غير مسبقة حيث باتت تمارس نشاطها في بيئة تتعدد فيها مصادر المعلومات مجهولة الأصل وغير الموثوقة التي غالباً ما تسعى إلى تزييف الحقائق خدمة لمصالح أو أجندات معينة، من أجل التأثير في الرأي العام أو صناعة "الترندات" الزائفة.

إنطلاقاً من هذه المعطيات، ولأجل البحث في المخاطر الأخلاقية والمهنية لإستخدام تقنية التزييف العميق Deepfake في الممارسة الإعلامية، والكشف عن التحديات التي تفرضها هذه الظاهرة على القيم المهنية والأخلاقية التي يفترض أن تحكم العمل الإعلامي، وإستشراف السبل الممكنة لمواجهتها إعتدنا في ذلك على الخطة التالية:

الإطار المنهجي: خصصنا له الفصل الأول وتناولنا فيه الدراسات السابقة، إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، الإطار النظري للدراسة، أسباب إختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، مفاهيم ومصطلحات الدراسة، نوع الدراسة ومنهج الدراسة.

الإطار النظري: خصصنا له الفصل الثاني تم تقسيمه إلى ثلاث فصول

الفصل الأول: يسعى هذا الفصل إلى تقديم مقارنة متكاملة، من خلال تقديم تصور شامل للإلمام بالأسس التاريخية والتقنية للتزييف العميق Deepfake ، وفهم تحديات التعامل معه على المستوى الإعلامي والإتصالي .

ينطلق العنصر الأول من هذا المحور بتتبع الجذور التاريخية لتقنية التزييف العميق Deepfake ،مسلاً الضوء على المراحل الأولى لتطور عمليات التلاعب بالمحتوى البصري والسمعي، والإنتقال من التزييف التقليدي إلى التزييف القائم على تقنيات الذكاء الإصطناعي أما العنصر الثاني، فخصص لدراسة أدوات وتقنيات التزييف العميق Deepfake مع عرض لأبرز الخوارزميات والبرامج التقنية التي تقوم عليها عمليات إنتاج المحتوى المزيف فيما يتناول العنصر الثالث أنواع التزييف العميق، من خلال تصنيفها وفق الأهداف والإستخدامات وأخيراً، يسلط العنصر الرابع الضوء على تقنيات الكشف وأدوات التحليل الرقمي عبر إستعراض أهم الحلول التقنية المطورة لرصد ومواجهة المحتوى المزيف.

الفصل الثاني: يعالج أهمية الأخلاقيات الإعلامية في مواجهة التحديات التقنية الجديدة خاصة في ظل ظهور تقنيات الذكاء الإصطناعي مثل التزييف العميق التي تستدعي إعادة التفكير في المبادئ التي تحكم العمل الإعلامي.

تم التطرق في العنصر الأول من هذا الفصل إلى القواعد والمبادئ التي تحكم العمل الإعلامي، عبر تحديد الأسس الأخلاقية التي ينبغي أن يلتزم بها الإعلاميون في جميع مراحل العمل الإعلامي، من التحرير إلى

الإنتاج والنشر، أما العنصر الثاني، فيتناول المعايير والمهارات المطلوبة للإعلامي في عصر التكنولوجيا، حيث نركز على التحديات الجديدة التي تطرأ على مهارات الإعلاميين في ظل التكنولوجيا الحديثة، وكيفية تأهيلهم لمواكبة هذه التغيرات، أما العنصر الثالث تحدثنا فيه عن البوصلة الأخلاقية التي تعمل على تخليق المهنة و التحكم في تطور الذكاء الاصطناعي وتقنياته في مجال الإعلام، مع التركيز على كيفية صياغة إطار أخلاقي يحفظ نزاهة الممارسة الإعلامية أثناء إستخدام هذه التقنيات المتقدمة وأخيراً، تم مراجعة مصادر أخلاقيات الإعلام وتحديد معاييرها في ظل التحولات الرقمية من خلال إستكشاف كيف يمكن تحديث المبادئ الأخلاقية بما يتماشى مع التحولات الرقمية التي يشهدها القطاع الإعلامي وضمان توافقها مع المتغيرات التكنولوجية الحديثة.

الفصل الثالث: في هذا الفصل، نعرض ونحلل المخاطر التي تترتب على إستخدام هذه التقنية في الإعلام، حيث يشكل التعامل مع المحتوى المزيف تهديداً للسلامة المهنية، والأخلاقيات وحتى للأطر القانونية التي تحكم الممارسة الإعلامية.

يبدأ العنصر الأول بتحليل واقع المخاطر الأخلاقية للتزييف العميق Deepfake ، من خلال دراسة كيفية تأثير هذه التقنية على المبادئ الأخلاقية وعلى المستوى السياسي والإقتصادي والاجتماعي و التاريخي مع التطرق لأمثلة ووقائع حية، وكيف يمكن لهذه المخاطر أن تؤدي إلى نشر معلومات مضللة تشبه الحقائق، أما العنصر الثاني فيتناول التأثيرات المهنية للتزييف العميق على الممارسة الإعلامية، عبر دراسة الآثار السلبية لهذه التقنية على العمل الإعلامي من حيث تغيير أساليب الإنتاج والنشر، وكذلك تأثيرها على ثقة الجمهور في الإعلام بشكل عام أما العنصر الثالث، تم مناقشة آليات وسبل مواجهة تقنية التزييف العميق Deepfake ، حيث نستعرض الإجراءات والآليات التي يمكن تبنيها لمكافحة آثار هذه التقنية في وسائل الإعلام، سواء عبر تعزيز التحقق من المحتوى أو تطوير أدوات تقنية للكشف عن التزييف، وفي العنصر الأخير تم التطرق للتأصيل القانوني والديني لضبط إستخدام تقنية التزييف العميق Deepfake ، حيث إستعرضنا المواقف القانونية على المستوى الأوروبي والعربي والمواقف الدينية المتعلقة بهذه التقنية، وكيف يمكن سن تشريعات وتنظيمات لضبط إستخدامها بما يتوافق مع الأخلاقيات العامة والمبادئ الدينية.

الإطار التطبيقي: تم تخصيصه لدراسة تطبيقية تهدف إلى رصد وتحليل مدى تأثير تقنية التزييف العميق Deepfake على الإعلام في الوطن العربي، كما تركز الدراسة على تحليل كيفية تعرض الإعلاميين لهذه التقنيات أثناء الممارسة

الإعلامية، وتأثير خصائص وأشكال التناول الإعلامي لتقنية التزييف العميق Deepfake على مواقفهم تجاه التزييف في المحتوى الإعلامي، كما يتم البحث في العلاقة بين درجة وكثافة تعرض الإعلاميين لهذه التقنية ومدى تأثيرها على فهمهم للأبعاد الأخلاقية والمهنية المرتبطة بها، وتأثير التحديات الأخلاقية المرتبطة بهذه التقنية على سلوك الجمهور تجاه الممارسات الإعلامية، ومدى تأثير التزييف العميق Deepfake على مصداقية الإعلام ونزاهته في الساحة الإعلامية.

كما يهدف هذا الإطار إلى إستكشاف آراء الإعلاميين في الوطن العربي حول إستخدام التزييف العميق Deepfake في الإعلام ، وكيفية التعامل مع هذه الظاهرة في سياق المخاطر الأخلاقية والمهنية التي تترتب عليها.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

أولاً: موضوع الدراسة

1. الدراسات السابقة
2. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
3. مفاهيم ومصطلحات الدراسة
4. أسباب اختيار الموضوع
5. أهمية الدراسة
6. أهداف الدراسة

ثانياً: منهجية الدراسة

1. نوع الدراسة
2. منهج الدراسة
3. أدوات جمع البيانات
4. عينة الدراسة
5. مجالات الدراسة

الإطار المنهجي

أولاً: موضوع الدراسة

1- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: لخم نبييل، عطية أميرة (مداخلة) - بسكرة 2024

هي مداخلة ضمن محور "الأثار المترتبة على إستخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام و التحديات المطروحة " بعنوان "الممارسة الإعلامية في عصر التزييف العميق والتلاعب بالحقائق-قراءة في التحديات وسبل المواجهة" الملتقى الدولي حول "مستقبل الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي" جامعة زيان عاشور-الجلفة, 2024.

■ إشكالية الدراسة: فيما تتمثل تحديات الممارسة الإعلامية في عصر التزييف العميق و التلاعب بالحقائق؟

■ تساؤلات الدراسة:

1. ماذا نقصد بالأخبار الكاذبة؟
2. فيما تتمثل تقنية التزييف العميق؟
3. كيف تؤثر تقنية التزييف العميق على الممارسة الإعلامية؟ وماهي سبل مواجهة هذا التزييف؟

■ نتائج الدراسة:

- زيادة مخاطر التزييف العميق كآلية من أليات الذكاء الاصطناعي على الممارسة الإعلامية ، في ظل الحرية الرقمية و قدرة المستخدمين على صناعة الأخبار و تداولها .
- زيادة مخاطر و مخاوف المؤسسات الحكومية من الأخبار المفتركة التي أثرت على الحقيقة و جعلتها قابلة للتأويل والشك خاصة في ظل ثقافة التزند و السبق الصحفي الذي أثر على ثقة المؤسسات الإعلامية وأمن المجتمعات .
- لا بد على الصحفيين التحلي بذهنية نقدية وفق آليات التربية الرقمية.
- إستغلال الذكاء الاصطناعي للكشف عن التزييف الممارس عبر الفضاءات الرقمية.

الدراسة الثانية : الأسد صالح الأسد (مقال علمي)- تيبازة 2022

هي دراسة بعنوان "المخاوف الأخلاقية من الاستخدامات السلبية لتقنيات الذكاء الاصطناعي تقنية التزييف العميق أمودجا" مقال علمي مقدم في مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية , (مخبر الدراسات التاريخية و الأثرية) , المركز الجامعي مرسلبي عبد الله - تيبازة , جوان 2022 .

■ إشكالية الدراسة: إلى أي مدى يمكن أن يشكل الذكاء الاصطناعي بتقنياته المختلفة تهديدا للإنسان؟

■ تساؤلات الدراسة:

1. ماهي أهم المخاوف الأخلاقية من الاستخدامات السلبية لتقنيات الذكاء الاصطناعي؟

2. كيف يمكن الحد من تهديدات تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل عام؟

3. ماهي تقنية التزييف العميق Deepfake وما أهم تأثيراتها السلبية على الفرد والمجتمع؟

4. ما أهم الحلول التي يمكن من خلالها مواجهة التأثيرات السلبية لتقنية التزييف العميق؟

■ نتائج الدراسة :

- يوجد تهديد حقيقي للإستخدام السلبي لتقنيات الذكاء الاصطناعي على مستقبل البشر خاصة فيما يتعلق بالجانب العسكري للذكاء الاصطناعي وعلى وجه الخصوص منه أنظمة الأسلحة ذاتية التشغيل.

- يحذر الباحثون والمتخصصون في علم الذكاء الاصطناعي من التهديدات والمخاطر المختلفة التي قد تسببها تقنية التزييف العميق على الأفراد والمجتمعات والحكومات بشكل عام وفي عدة مجالات .

- يمكن الحد من مخاطر التزييف العميق من خلال برامج تعتمد على الذكاء الاصطناعي إلا أن المشكلة التي قد يتم مواجهتها في هذا الشأن هو أن مستخدمي تكنولوجيا التزييف العميق يطورون أساليبهم التقنية باستمرار .

- يمكن التقليل من تهديدات التزييف العميق أيضا من خلال التقليل من نشر الصور الشخصية على شبكة الأنترنت عموما وعلى وسائل التواصل الاجتماعي بشكل خاص.

الدراسة الثالثة: عائشة كريكت (دكتوراه) جيجل 2020-2021

هي دراسة بعنوان " أخلاقيات الممارسة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد دراسة حالة صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على الفيسبوك والتويتر " أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه كلية العلوم الإنسانية, قسم الإعلام والاتصال, تخصص وسائل الإعلام والمجتمع جامعة محمد الصديق بن يحي سنة 2021.

■ إشكالية الدراسة: ما مدى إلتزام صحيفة البلاد بأخلاقيات المهنة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد؟

■ تساؤلات الدراسة:

1. ما مدى إلتزام صحيفة البلاد الإلكترونية بأخلاقيات المهنة الإعلامية؟ وما هي التجاوزات الأخلاقية التي وقعت فيها؟
2. ما مدى إلتزام صفحة البلاد بأخلاقيات المهنة الإعلامية في الفيسبوك؟ وماهي التجاوزات الأخلاقية التي وقعت فيها؟
3. ما مدى إلتزام صفحة البلاد بأخلاقيات المهنة الإعلامية في التويتر؟ وما هي التجاوزات الأخلاقية التي وقعت فيها؟

■ منهجية الدراسة وأدواتها:

◀ إستخدم الباحث منهج دراسة الحالة لأنها ستركز على حالة واحدة، المتمثلة في مؤسسة إعلامية واحدة ذات أشكال عدة وهي جريدة البلاد بأشكالها الإلكترونية الثلاث: صفيحتها الإلكترونية، صفحتها على موقع فيسبوك، صفحتها على موقع تويتز .

◀ إعتمدت الدراسة على أداتي: الملاحظة التي أستخدمت كأداة أولية، وتحليل المضمون لتحليل مضمون ما ينشر من طرف صحيفة البلاد نت وصفحتي فيسبوك وتويتز، في الفترة الزمنية الممتدة من 01 جانفي 2019 إلى غاية 31 ديسمبر من نفس السنة.

◀ يشمل مجتمع الدراسة الصحيفة الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي لصحيفة البلاد متمثلة في صفحة فيسبوك وتويتز , فبالنسبة لصحيفة البلاد الإلكترونية تم إختيار عينة الأسبوع الصناعي طيلة الفترة الزمنية للدراسة والمقدرة بسنة كاملة من 01 جانفي 2019 الى 31 ديسمبر .

بالنسبة لعينة مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) فقد تم حصر العينة في فترة زمنية واحدة وليس في فترات زمنية ممتدة وتمثلت في شهر واحد وهو شهر ديسمبر.

وبعد تحديد الفترة الزمنية، تم تحديد عينة الدراسة والمتمثلة في العينة الطبقية المنتظمة. وتقرر اعتماد نسبة 10% من مجتمع الدراسة والمقدر ب 1463 مفردة وبالتالي فإن عينة الدراسة تتكون من 146 مفردة.

■ نتائج الدراسة:

- توصلت الدراسة إلى تسجيل جملة من التجاوزات سواء عبر الصحيفة الإلكترونية أو فيسبوك وتويتر أغلبها كانت متصلة :
- بعدم إحترام المعايير المهنية: الموضوعية والدقة والمصادقية.
- المبادئ المتعلقة بنبذ الإرهاب، الإمتناع عن التحريض عن الجريمة ومكافحة الفساد.
- في حين جاءت باقي التجاوزات الخاصة بالأخلاقيات تجاه المجتمع أو الدولة أو الأفراد أو تجاه المبادئ الإنسانية أو الإعلان محدودة وتفاوتت فيما بينها.
- كما توصلت الدراسة إلى أن الصحيفة الإلكترونية هي الأكثر تجاوزاً لأخلاقيات المهنة مقارنة بصفحة فيسبوك وتويتر، ذلك أن هذين الأخيرين لم يسجلا في بعض الفئات أي تجاوزات أخلاقية، على عكس الصحيفة الإلكترونية التي كانت على مستوى عدد أكبر من الفئات.

الدراسة الرابعة: أرشد موحان غضيب (دكتوراه) العراق 2020

هي دراسة بعنوان "كيف يواجه المديرون والموظفون التزييف العميق Deepfake في وسائل الإعلام مع نهج المحتوى التلفزيوني" أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في إدارة وسائل الإعلام جامعة طهران سنة 2020

■ إشكالية الدراسة: كيف نتعامل مع هذه التزييفات العميقة ؟

■ تساؤلات الدراسة:

1. ما هي الظروف السببية التي تسببت في ظاهرة التلاعب بالمحتوى بواسطة الذكاء الاصطناعي في التلفزيون؟
2. ما هي المنصة الحاكمة المؤثرة في إستراتيجيات التعامل مع ظاهرة التلاعب بمحتوى الذكاء الاصطناعي في التلفزيون؟
3. ما هي النتائج والتبعات التي ستترتب علينا بعد اعتماد وتنفيذ الحلول للتعامل مع ظاهرة التلاعب بالمحتوى بواسطة الذكاء الاصطناعي في التلفزيون؟
4. ما هي الشروط المتداخلة في إستراتيجيات التعامل مع ظاهرة التلاعب بالمحتوى بواسطة الذكاء الاصطناعي في

التلفزيون؟

5. ما هي النتائج والتداعيات التي سنحصل عليها بعد اعتماد وتنفيذ الحلول للتعامل مع ظاهرة التلاعب بالمتوى بواسطة الذكاء الاصطناعي في التلفزيون؟

■ منهجية البحث وأدواتها:

◀ استخدام منهج البحث النوعي (المنهج النظري المرتكز)، وهو بحث في العلوم يركز على الوصف الدقيق للظواهر وفهمها بشكل أعمق.

◀ وكأداة اعتماد الباحث على نموذج شتراوس وكوربين Strauss and Corbin .

◀ تمثل مجتمع الدراسة في أشخاص ذوي تجارب مشتركة عاشوا وفكروا في تلك القضية، أي مدراء وموظفي التلفزيون أو الباحثين الذين لديهم أجريت أبحاثا في هذا المجال .

◀ إختيار العينة كان "مستهدف" و "نظري"، "مستهدف" بمعنى القدرة على تحديد المجموعات المستهدفة بالمعلومات المناسبة بناءً على "الموضوع والوقت والموقف" و "نظري" أن عدد العينات يكفي للوصول إلى حد التجريد النظري أو للإكتشاف النظري أو التشبع النظري، يتم تحقيق هذه الكفاية من خلال عملية تكرارية حتى الوصول إلى مستوى كفاية المحتوى لإكتشاف النظرية ولهذا السبب، استخدمت 10 مقالات لهؤلاء الباحثين كمجموعة إحصائية.

■ نتائج الدراسة:

- التعليم والتدريب في صورة تفعيل البرامج التعليمية والتدريبية للأفراد والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية من خلال تقديم ورش عمل ومحاضرات تثقيفية والتعاون الدولي لمكافحة هذه الظاهرة و المواجهة والتعرف على أساليب إكتشاف المعلومات وحمايتها لتحديد الظروف المتطفلة في تقنية التزييف العميق.

- دعم الدراسات والأبحاث في هذا المجال بالطريقة التي يمكن من خلالها إنشاء تفاعلات في هذا المجال من خلال التفاعل مع المجالات الأكاديمية في مجال الإتصالات وعلوم الإعلام وعلم النفس والذكاء الاصطناعي وما إلى ذلك.

- ويمكن القول أيضاً أن النظرية المستخرجة من هذا البحث هي: "نظرية التربية الإعلامية". وتؤكد هذه النظرية على ضرورة التوجه نحو برنامج تعليمي على كافة مستويات المجتمع وفي كافة المدارس والجامعات للتعامل مع هذه الظاهرة, لأنه سيساعد بشكل كبير في تقليل آثار ظاهرة التزييف العميقة على عامة الناس.

الدراسة الخامسة: رضوان جدي (دكتوراه) الجزائر 2018-2019

هي دراسة بعنوان "الأخلاقيات المهنية في وسائط الإعلام الجديدة -دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحف الإلكترونية والقائمين بالإتصال في الجزائر" أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه كلية علوم الإعلام والإتصال, جامعة الجزائر 3 سنة 2019.

■ **إشكالية الدراسة:** مامدى إلتزام صحيفتا "الشروق أونلاين" و"كل شيء عن الجزائر" بالضوابط القانونية والأخلاقية أثناء المعالجة الإعلامية للأحداث؟

■ **تساؤلات الدراسة:**

1. ماهي الأخلاقيات التي تضمنتها صحيفتا "الشروق أونلاين" و"كل شيء عن الجزائر" في التغطية الإعلامية للأحداث؟
 2. ماهي إتجاهات مضامين "الشروق أونلاين" و"كل شيء عن الجزائر" في التغطية الإعلامية للأحداث؟
 3. ماهي الفنون الصحفية التي تعتمد عليها "الشروق أونلاين" و"كل شيء عن الجزائر"؟
 4. هل صحفيو الجريدتين واعون بأخلاقيات المهنة أثناء الممارسة الإعلامية؟
 5. ماهي المصادر التي إعتمدت عليها "الشروق أونلاين" و"كل شيء عن الجزائر" أثناء تغطية الأحداث؟
- **منهجية الدراسة وادواتها:**

- ◀ إستخدم الباحث المنهج الوصفي الملائم لطبيعة الدراسة وتساؤلاتها.
 - ◀ وكأداة لجمع البيانات والمعلومات إستخدم الباحث تحليل مضمون و إستعان أيضا بأداة المقابلة حيث قام بمقابلات مع الإعلاميين والخبراء في مجال التشريعات الإعلامية كما إستخدم الإستبيان المقنن.
 - ◀ إختار الباحث العينة العشوائية المنتظمة بإستخدام أسلوب الدورة " الأسبوع الصناعي"
- **نتائج الدراسة:**

توصلت الدراسة إلى نتائج مفادها أن الصحيفتين بعيدتان عن الإلتزام التام لأخلاقيات الممارسة الإعلامية الإلكترونية فضلا عن إفتقادهما لمدونة أخلاقية موحدة فيما بينها أو خاصة تكون دليلا واضحا للعاملين فيها ومرشدا لهم في

حالات قد يستعصى من خلالها إتخاذ قرار مهني ملائم في ظل عدم وضوح نصوص قانون الإعلام الجديد خاصة تلك المتعلقة بالصحافة الإلكترونية وشروط إنشاء المجلس الأعلى لأداب وأخلاقيات مهنة الصحافة.

التعقيب على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

يُعدّ التعقيب على الدراسات السابقة خطوة أساسية لفهم السياق البحثي وتمييز موضوع البحث الحالي فمن خلال إستعراض هذه الدراسات يمكن تسليط الضوء على أوجه الشبه والاختلاف بينها وبين البحث الحالي وتحديد مدى إستفادته منها كما توضح هذه المقارنة كيفية مساهمة كل دراسة في إستكشاف جوانب معينة من الموضوع مع الإشارة إلى النقاط التي لم يتم تناولها بعد والتي يهدف البحث الحالي إلى معالجتها.

تفاوتت الدراسات السابقة في تناولها لتقنيات الذكاء الاصطناعي، لاسيما تقنية التزييف العميق وتأثيراتها على الممارسة الإعلامية من حيث الأبعاد الأخلاقية والمهنية، فالدراسة الأولى (لحمر نبيل وعطية أميرة، 2024) تسلط الضوء على التحديات المرتبطة بإستخدام التزييف العميق Deepfake في الممارسة الإعلامية في ظل الحرية الرقمية، مشيرة إلى أهمية التحلي بذهنية نقدية وتبني التربية الرقمية لكشف التزييف، بينما تتناول الدراسة الثانية (الأسد صالح الأسد، 2022) المخاوف الأخلاقية المرتبطة بالإستخدامات السلبية لتقنيات الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك التزييف العميق Deepfake، وتؤكد على التهديدات التي قد تتعرض لها الأفراد والمجتمعات وتوصي بضرورة تبني برامج تدريبية وتقليل نشر الصور الشخصية على الإنترنت.

أما الدراسة الثالثة (عائشة كريكت، 2021) تقدم رؤية حول أخلاقيات الممارسة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد من خلال دراسة حالة صحيفة "البلاد" الجزائرية، حيث تبين وجود تجاوزات في الإلتزام بالمعايير المهنية كالموضوعية والمصداقية، فهي تركز على الأبعاد الأخلاقية داخل المؤسسات الإعلامية دون الربط المباشر بتقنيات التزييف العميق، بينما الدراسة الرابعة (أرشد موحان غضيب، 2020) فتعالج كيفية تعامل المديرين والموظفين مع التزييف العميق في الإعلام التلفزيوني مشددة على أهمية البرامج التعليمية والتدريبية للتصدي لهذه الظاهرة وهي بذلك تبرز أهمية تبني نظرية التربية الإعلامية كوسيلة للحد من آثار التزييف العميق Deepfake، ومن جهة أخرى نجد الدراسة الخامسة (رضوان جدي، 2019) تتناول أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحف الإلكترونية الجزائرية مشيرة إلى غياب الإلتزام التام بالأخلاقيات المهنية وعدم وجود مدونة موحدة، ما يوضح تحديات أخرى تتعلق بأخلاقيات الممارسة الإعلامية في ظل التقنيات الحديثة.

تشابه الدراسة الأولى (لحمر نبيل وعطية أميرة، 2024) مع موضوع البحث الحالي في تركيزهما على تأثير التزييف العميق Deepfake على الممارسة الإعلامية، مع تسليط الضوء على المخاطر الناجمة عنه يظهر هذا التشابه من خلال تناول كلي الباحثين للتحديات الناتجة عن هذه التقنية، مثل فقدان ثقة الجمهور وتزايد إنتشار الأخبار المفبركة وهي قضايا تشكل جوهر الإشكالية التي يعالجها البحث الحالي فيما يتعلق بالمخاطر الأخلاقية والمهنية، ورغم هذا التقاطع في المحاور فإن الدراسة الأولى تميزت بالتركيز على التحديات العامة للتزييف العميق Deepfake دون الخوض في القوانين أو التشريعات التي يمكن أن تساهم في مواجهته، في حين يتعمق البحث الحالي في تحليل الأخلاقيات المهنية وتأثير التزييف العميق عليها بشكل أكثر شمولية وتخصصاً، منهجياً اعتمدت الدراسة الأولى على المنهج التحليلي لفهم الظاهرة، بينما يقوم البحث الحالي على دراسة ميدانية بإستخدام إستمارة لجمع البيانات من الإعلاميين.

وقد كانت حدود الإستفادة من الدراسة الأولى واضحة في إستخدام تعريفاتها ومفاهيمها لتأسيس القسم النظري للبحث الحالي، كما ساعدت على بلورة إشكالية البحث بشكل دقيق ومنهجي.

تتقاطع الدراسة الثانية (الأسد صالح الأسد، 2022) مع البحث الحالي في مناقشة تأثير تقنية التزييف العميق على الفرد والمجتمع، مع تسليط الضوء على المخاوف الأخلاقية المرتبطة بالإستخدامات السلبية للذكاء الاصطناعي بما فيها التزييف العميق Deepfake، ومع ذلك تختلف الدراستان في الإطار العام؛ إذ ركزت الدراسة الثانية على التزييف العميق كجزء من قضايا الذكاء الاصطناعي بشكل شامل مع تناول تهديدات أوسع تتعلق بالذكاء الاصطناعي والإنسانية، في حين يتخصص البحث الحالي في دراسة التأثيرات الأخلاقية والمهنية المرتبطة بالتزييف العميق Deepfake ضمن الممارسة الإعلامية، وقد إستفاد البحث الحالي من الدراسة الثانية في تعزيز الإطار النظري من خلال النقاشات التي طرحتها حول التهديدات الأخلاقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي.

ركزت الدراسة الثالثة (عائشة كريكت، 2021) والدراسة الحالية على دراسة المخاطر الأخلاقية المرتبطة بالإعلام مع تسليط الضوء على التحديات التي تواجه الممارسات الإعلامية نتيجة التطور التقني وإعتماد التقنيات الحديثة، وتطوقت الدراسة الثالثة بشكل خاص إلى تأثير وسائل الإعلام الجديد مثل مواقع التواصل الاجتماعي على الإلتزام بالضوابط الأخلاقية، وهو ما ينسجم مع توجه البحث الحالي الذي يستهدف دراسة تأثير تقنية التزييف العميق Deepfake على الممارسة الإعلامية، ومن الناحية المنهجية اعتمدت الدراسة الثالثة (عائشة

كريكط، 2021) على منهج دراسة الحالة وأداة تحليل المحتوى لتقييم مدى إلزام صحيفة محددة بالأخلاقيات الإعلامية ضمن فترة زمنية محددة، في المقابل يتبنى البحث الحالي منهج التحليل الميداني بإستخدام إستمارة موجهة للإعلاميين لدراسة التأثيرات الأخلاقية والمهنية الناتجة عن تقنية التزييف العميق وتأثيرها على المشهد الإعلامي بشكل عام.

أما عن حدود الإستفادة، فقد قدمت الدراسة الثالثة (عائشة كريكط، 2021) رؤية مهمة حول طبيعة التجاوزات الأخلاقية التي تحدث في سياق وسائط الإعلام الجديد مما أتاح خلفية أساسية لفهم البيئة الرقمية التي تُمارس فيها تقنية التزييف العميق Deepfake حيث يُمكن توظيف هذه المعطيات في تحليل كيفية تأثير الديب فايك على تفاهم هذه التجاوزات، لا سيما فيما يتعلق بموضوعي المصادقية والدقة مما يساهم في إثراء الإطار النظري للبحث الحالي وتحديد ملامح الإشكالية التي يتناولها.

تتشابه الدراسة الرابعة (أرشد موحان غضيب، 2020) والدراسة الحالية في تناولهما لظاهرة التزييف العميق Deepfake وتأثيراتها على الإعلام حيث ركزت الدراسة الرابعة (أرشد موحان غضيب، 2020) على أهمية التربية الإعلامية كوسيلة للحد من آثار التزييف العميق، مع دراسة كيفية تعامل المديرين والموظفين مع هذه الظاهرة في سياق المحتوى التلفزيوني وهو ما يتقاطع مع الدراسة الحالية التي تتناول تأثير التزييف العميق Deepfake على الممارسات الإعلامية من منظور أخلاقي ومهني، حيث تستهدف كلى الدراستين تحليل التحديات الناتجة عن هذه التقنية، كما تتقارب الدراستان في إختيار العينة، حيث تم إستهداف أفراد ذوي صلة مباشرة بالظاهرة موضوع البحث.

مع ذلك، تختلف الدراسة الرابعة (أرشد موحان غضيب، 2020) عن الدراسة الحالية من حيث نطاق التناول؛ إذ ركزت على المحتوى التلفزيوني كبيئة تحليلية، بينما تغطي الدراسة الحالية الممارسات الإعلامية بمفهومها الأوسع الذي يشمل كافة الوسائط الإعلامية، إضافة إلى ذلك إعتمدت الدراسة الرابعة (أرشد موحان غضيب، 2020) على منهج البحث النوعي بإستخدام نموذج شتراوس كأداة للتحليل، في حين أن الدراسة الحالية تستخدم منهجاً ميدانياً كمياً يعتمد على الإستبيان الإلكتروني لجمع البيانات.

قدمت الدراسة الرابعة (أرشد موحان غضيب، 2020) مرجعاً فكرياً هاماً من خلال تسليطها الضوء على "نظرية التربية الإعلامية"، ما يوفر إطاراً نظرياً يمكن الإستناد إليه في تطوير برامج تدريبية تساهم في تعزيز الأخلاقيات الإعلامية في مواجهة تحديات التزييف العميق، كما أسهمت في ضبط المفاهيم والمصطلحات الأساسية المرتبطة بالموضوع مما يدعم بناء الإطار النظري للدراسة الحالية.

أما الدراسة الخامسة (رضوان جدي، 2019) تتقاطع والدراسة الحالية في إهتمامهما بأخلاقيات المهنة الإعلامية، حيث تناقش كلتاها تأثير التحديات الحديثة مثل التزييف العميق Deepfake على الممارسات الإعلامية مع التركيز على أهمية الالتزام بالمعايير الأخلاقية لضمان نزاهة العمل الإعلامي، كما تتشابه الدراستان من حيث المنهجية الميدانية، إذ اعتمدت كل منهما على أدوات جمع البيانات مثل الاستبيانات الموجهة، وهو ما يساهم في تحقيق فهم أعمق لآراء الإعلاميين بشأن القضايا المدروسة.

على الرغم من أوجه التشابه، تختلف الدراسة الخامسة (رضوان جدي، 2019) عن الدراسة الحالية من حيث النطاق والتركيز فالدراسة الخامسة تناولت الصحف الإلكترونية في الجزائر كحالة دراسية مع إستخدام تحليل المضمون والمقابلات كأدوات رئيسية لجمع البيانات، بينما تركز الدراسة الحالية على الإعلام بمفهومه العام مسلطة الضوء على التأثيرات الأخلاقية والمهنية لتقنية التزييف العميق Deepfake ، ومعمدة بشكل أساسي على الاستبيانات الإلكترونية كأداة رئيسية.

تعد نتائج الدراسة الخامسة (رضوان جدي، 2019) مرجعاً هاماً لفهم العلاقة بين غياب مدونات الأخلاقيات الواضحة في المؤسسات الإعلامية وإزدياد التحديات الأخلاقية مثل التزييف العميق وهو ما يساهم في إثراء النقاش حول ضرورة وضع مدونات أخلاقيات صريحة ومحددة لمواجهة هذه التحديات في ظل التحولات الرقمية الحديثة.

في ختام التعقيب على الدراسات السابقة، يتضح أن هذه البحوث قدمت رؤى مهمة حول أخلاقيات المهنة الإعلامية وتأثير التحديات التقنية الحديثة بما في ذلك تقنية التزييف العميق، ورغم التشابه في معالجة الموضوع، كشفت المقارنة عن فجوات بحثية تستدعي المزيد من التحليل، خصوصاً في تأثير هذه التقنية على الإعلاميين ودور التشريعات الأخلاقية في مواجهتها لذلك تأتي الدراسة الحالية لتسد هذه الثغرات من خلال

مقاربة ميدانية تسلط الضوء على تجارب الإعلاميين مما يعزز النقاش العلمي حول هذا التحدي الأخلاقي والمهني في العصر الرقمي.

2- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها :

برزت تقنية التزييف العميق كواحدة من أكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي تطوراً، ما جعلها تمثل قفزة نوعية في عالم إنتاج المحتوى الرقمي ، حيث تعتمد هذه التقنية على التكامل بين خوارزميات التعلم العميق (DL) أو ما يعرف "بالشبكات الخصومية التوليدية" (GANs) " والتعلم الآلي (ML) ، لإنتاج صور و مقاطع مرئية وسمعية تحاكي الواقع بدقة إستثنائية، أتاحت هذه التقنية الحديثة التي تمزج بين البيانات الضخمة والنماذج المتقدمة لمعالجة المعلومات إمكانيات جديدة لإعادة تشكيل الصور والمقاطع الصوتية والمرئية مما يجعل الحدود الفاصلة بين الحقيقي والمزيف أكثر غموضاً، وفي ظل هذا التطور التكنولوجي، تثير تقنية التزييف العميق تساؤلات واسعة و جوهرية حول تأثيراتها في مجالات متعددة.

و يُعدّ مجال الممارسة الإعلامية من أكثر المجالات تأثراً بالتطورات التقنية المتسارعة ؛ حيث أسهمت التقنيات الحديثة، خاصة الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل طرق إنتاج المحتوى وتداوله وبفعل ذلك، أصبح هذا المجال عرضة لتداخل متزايد بين المحتوى الموثوق المستند إلى مصادر موثوقة ومعايير مهنية، والمحتوى المصطنع الذي يتم إنشاؤه باستخدام أدوات متقدمة مثل تقنية التزييف العميق (Deepfake) مما يطرح تحديات تتعلق بالمصداقية والتحقق من صحة المعلومات، وفي هذا السياق يواجه الإعلاميون تحديات جوهرية غير مسبقة تتعلق بقدرتهم على إنتاج المحتوى الإعلامي القائم على معايير التحقق والموضوعية بإعتبارهما عنصرين أساسيين في ضمان مصداقية المحتوى الإعلامي، مما يضع القائم بالاتصال أمام اختبار حقيقي نتيجة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تمثل التطور الأبرز في العصر الحالي في ظل إتساع نطاق الإعتماد عليها في مختلف المجالات، مما قد يعيد صياغة علاقة الإعلام بالجمهور في فضاء إعلامي أصبح يُعرف بعصر "ما بعد الحقيقة"، قد تغيب فيه الحدود الواضحة بين ماهو حقيقي و غير حقيقي.

إن غياب الحدود الفاصلة بين ماهو حقيقي وماهو مزيف أفرز معضلات معقدة على الصاعدين الأخلاقي والمهني، حيث يعد الحفاظ على هذه الحدود بمثابة حجر الزاوية في بناء جسور الثقة والمصداقية مع

الجمهور في خضم بيئة مضطربة تتسم بإضمحلال للحقيقة وإرتفاع وتيرة إنتشار المعلومات المغلوطة إذ يفرض استخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) تحديات مهنية ترتبط بالمبادئ الأخلاقية، ما يطرح تساؤلات حول كيفية توجيه هذه التقنيات بما ينسجم مع أخلاقيات المهنة، خاصة في بيئة إعلامية رقمية تتسم بإتساع نطاق الأخبار الزائفة والإغراق الإعلامي، وبينما يسعى الخبراء إلى تطوير تقنيات تكشف أبعاد التلاعب البصري والتزييف العميق، يبقى الشك محور التفاعل الإعلامي عند إستهلاك الأخبار أو مشاهدة المحتوى المرئي وبناء على هذا يمكن طرح التساؤل التالي:

"فيما تتمثل المخاطر الأخلاقية والمهنية لإستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في الممارسة الإعلامية؟"

تساؤلات الدراسة:

1. ما هي أبرز أدوات تقنية التزييف العميق (Deepfake) الموظفة في إنتاج المحتوى الإعلامي ؟
2. ما هو تأثير استخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) على نزاهة ومصداقية الممارسة الإعلامية؟
3. ما هي التداعيات الأخلاقية والتحديات المهنية التي تفرضها تقنية التزييف العميق (Deepfake) على ممارسة الإعلاميين؟
4. ما هو دور التشريعات والقوانين في ضبط استخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في المؤسسات الإعلامية؟

3- مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

يتوجب على الباحث خلال دراسته لأي موضوع علمي أكاديمي، تحديد مصطلحاته ومفاهيمه، التي ستمكنه من إدراك مخرجات الدراسة بشكل يسهل عليه التعرف على موضوعه بشكل جيد، وعليه سنحاول ضمن هذا الإطار ضبط السياق العام للدراسة، عن طريق تحديد مصطلحات الدراسة المعنونة بـ: **الذكاء الاصطناعي، أخلاقيات المهنة، الأخبار الكاذبة، التضليل الإعلامي، التزييف العميق (Deepfake)**

تعريف الذكاء الاصطناعي (AI):

يتكون الذكاء الاصطناعي من كلمتين: الأولى (ذكاء Intelligence) وتعني القدرة على الفهم أو التفكير، والثانية (إصطناعي Artificial) وتشير إلى شيء غير طبيعي (مصطنع)، غير أن بعض العلماء يرون أن تعريف الذكاء قد يكون أكثر تعقيداً، حيث يمكن تعريفه بأنه القدرة المعرفية للفرد على التعلم من التجربة والعقل وتذكر المعلومات الهامة والتعامل مع متطلبات الحياة اليومية. (موسى و بلال، 2019، صفحة 18)، وفي

تعريف آخر «يطلق عليه أحياناً ذكاء الآلات machine intelligence ويستخدم إختصار (AI) للتعبير عنه، وهو فرع من فروع علم الحاسب الآلي وعليه تركز صناعة التكنولوجيا في العصر الحالي». (بلعسل، 2022، صفحة 1155)، ووفقاً لمنظمة التعاون الإقتصادي والتنمية (OECD) يعرف الذكاء الإصطناعي بأنه «مجموعة من النظم القائمة على الآلة، والتي يمكنها تقديم توصيات أو تنبؤات أو قرارات لها تأثير على البيئات الحقيقية أو الافتراضية، في ضوء مجموعة من الأهداف المحددة من قبل الإنسان». (اسماعيل هـ، 2023، صفحة 297).

ويعرفه مركز البحوث والدراسات «هو محاكاة لذكاء الإنسان وفهم طبيعته عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك الإنساني المتسم بالذكاء، ويوجد الذكاء الإصطناعي حالياً في كل مكان حولنا، بداية من السيارات ذاتية القيادة والطائرات المسيّرة بدون طيار وبرمجيات الترجمة أو الإستثمار وغيرها الكثير من التطبيقات المنتشرة في الحياة». (مركز البحوث والدراسات، 2021، صفحة 5)

أما التعريف الإجرائي: هو مصطلح يشير إلى الأنظمة أو البرمجيات التي تُصمم لمحاكاة القدرات البشرية في التحليل وإتخاذ القرارات وحل المشكلات من خلال إستخدام تقنيات خوارزمية وتعلم الآلة و يُقاس نجاحه من خلال قدرته على أداء مهام معينة بكفاءة وفعالية تعادل أو تفوق الأداء البشري مع مراعاة السياق والهدف المحدد للعمل.

تعريف أخلاقيات المهنة:

لا شك أن لكل مهنة واجباتها الأدبية التي تنشأ معها وتترعرع في أحضانها، بحيث يجد من يمارس المهنة نفسه ملزماً بالإلتزام لهذه الواجبات بوازع من ضميره وبدافع من خلقه بغض النظر عما إذا كان المشرع قد قام بتقنين تلك الواجبات أم لا، وقبل التطرق لتعريف أخلاقيات المهنة لابد أن نرجع إلى تعريف مصطلح "الأخلاقيات" حيث يعد هذا الأخير ترجمة للكلمة الإنجليزية (ETHICS) المأخوذة من الكلمة اللاتينية (Ethos) ومعناها "آداب". كما و يعرف قاموس "المفضل" كلمة الأخلاقيات في كونها ما يتفق مع قواعد الأخلاق والسلوك المقررة في المجتمع، ويُفرّق القاموس بين الأخلاقيات بإعتبارها مجموعة من القواعد السلوكية العملية، وبين "الأخلاق" التي تُعد علمًا يُعرّفنا بأحكام الخير والشر، ويُوّجه الإنسان إلى إتباع الخير وتجنب الشر، ويُعنى بالصفات الثابتة في الإنسان وما يصدر عنها من سلوك، سواء كان خيراً أو شراً، دون حاجة إلى تفكير أو تحليل منطقي. (صولي، 2023، صفحة 406)

ويعرفها **الخوري طارق موسى** هي «ما يتعلق بسلوك الشخص وتصرفه أثناء ممارسته لعمله المهني، وقد قامت العديد من المؤسسات المهنية بمأسسة وتنظيم دساتير السلوك المهني من أجل إلزام أعضائها بها، حيث يُعتبر كل ميثاق أو دستور مهني بمثابة خلاصة خبرات متراكمة، يتم تنظيمها في شكل قواعد رسمية، ويتبناه أفراد المؤسسة لأنهم يقبلون بمحتواه ويلتزمون به، بما في ذلك ما يتضمنه من قيود وضوابط سلوكية تُطبَّق في الممارسة المهنية. (الخوري، 2004، صفحة 41)، وهناك من يعرف أخلاقيات المهنة على أنها: «سلوك صاحب المهنة وتصرفاته أثناء ممارسته سواء كانت تلك المهنة تحريراً أو تدريساً أو إستشارة أو غيرها من المهن». (حسناوي، 2016، صفحة 17)، وورد تعريفها في **قاموس الصحافة والإعلام** على أنها «مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على إحترامها وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معوضة للتشريع». (حسان و البدوي، 1991، صفحة 17) من خلال التعاريف السابقة نلاحظ أنها تؤكد على أن أخلاقيات المهنة بإعتبارها تتعلق بسلوك الفرد أثناء أداء عمله، أي أن البُعد السلوكي والأدائي هو جوهرها.

و يرى بعض الباحثين أن أخلاقيات المهنة، في معناها الدقيق، وبالمعنى الفعلي للكلمة «هي عبارة عن تعليمات وممارسات تتجمع في تشريعات أو قواعد تضعها المهنة نفسها، وهي ملزمة أخلاقياً ولكن ليس لها جهاز إداري أو قانوني، ونادراً ما تكون مصحوبة بعقوبات». (العض، 2022، صفحة 12)، ويعرفها **مثنى جواد كاظم** مستنداً (لبروخوف) من المدرسة الإشتراكية «هي تلك المبادئ والمعايير الأخلاقية التي لم تثبت قانونياً بعد، لكنها مقبولة في الوسائل الصحافية ومدعومة من قبل الرأي العام والمنظمات الشعبية والحزبية». (علي الطائي، 2021، صفحة 227)، ونجد أن بعض الباحثين يتفقون على أن أخلاقيات المهنة ملزمة أخلاقياً، حتى وإن لم تُقنن أو تُفرض من خلال قوانين رسمية.

وبما أن هذه الدراسة تتناول تأثير تقنية التزييف العميق Deepfake في الممارسة الإعلامية، فقد بات من الضروري تخصيص الحديث عن "أخلاقيات مهنة الصحافة" بإعتبارها المرجعية الأخلاقية التي تُنظّم سلوكيات الإعلاميين وتُحدّد معايير الممارسة المهنية الرشيدة، لاسيما في ظل التحديات التقنية المتنامية التي تمس جوهر القيم الصحفية، وعلى رأسها مصداقية المعلومة، ومن بين أبرز التعاريف التي تنسجم مع توجه هذه الدراسة، يبرز تعريف **الدكتورة مي العبد الله** والذي نرى أنه من أكثر التعاريف شمولاً وملاءمة، إذ تُعرّف أخلاقيات المهنة الصحفية على أنها: «مجموعة القيم والمعايير التي يعتمد عليها الإعلاميون للتمييز بين ما هو جيد وما هو سيء وبين

ما هو صائب أو خاطئ، وبين ما هو مقبول أو غير مقبول، فهي تمثل مفهوم الصواب والخطأ في سلوكهم المهني ولتحقيق ذلك يتم وضع ميثاق يحدد هذه القيم والمعايير والمبادئ وقواعد السلوك والممارسة». (العبد الله، 2014، صفحة 29)

التعريف الإجرائي لأخلاقيات المهنة هي: مجموعة من المبادئ والمعايير السلوكية التي تنظم أداء الأفراد أثناء ممارسة مهامهم المهنية بما يضمن إلتزامهم بالقيم الإنسانية والحقوقية والمعايير الأخلاقية المتعارف عليها داخل المجتمع، مع مراعاة خصوصيات كل مهنة، وفي سياق هذه الدراسة تنصرف أخلاقيات المهنة إلى تلك المرتبطة بالمجال الإعلامي، أي "أخلاقيات المهنة الصحفية" باعتبارها المرجعية التي تضبط سلوكيات الإعلاميين وتضمن التوازن بين حرية التعبير والمسؤولية الأخلاقية لاسيما في ظل التحديات التكنولوجية الجديدة كظاهرة التزييف العميق.

الأخبار الكاذبة (Fake News):

نظرًا لتعدد المقاربات النظرية والمفاهيمية حول مصطلح "الأخبار الكاذبة"، وسياقه المتغير تبعًا للتطورات الرقمية، أرتأينا عرض جملة من التعاريف التي توضح مختلف الأبعاد المرتبطة بهذا المفهوم من أجل الإحاطة به من زواياه المختلفة.

إختار معجم "كولينز" الأخبار الكاذبة ككلمة العام في 2017م، حيث عرفها: "الكوت وجينتزكوف" «بأنها كمقالات إخبارية تتعمد الإختلاق والكذب بهدف تضليل القراء». في المقابل "فريشلس وآخرين"، يرى بأن هذا التعريف يضل قاصر، باعتباره لا يشمل الأخطاء التي يرتكبها الصحفيون والسياسيون أو الإشاعات، ويقدم تفرقة ما بين نوعين من الأخبار الخاطئة (Misinformation) وتعني وجود أخطاء لكنها غير متعمدة و (Disinformation) التي تشير إلى أخطاء متعمدة بنية الكذب. (مقروس و عبدش، 2021، صفحة 439)، ويقدم البعض الآخر تعريفًا أشمل «هي كل معلومة غير صحيحة ومغلوبة ومنافية للحقيقة، وهي معروفة منذ القدم ولكن في أشكال ومفاهيم مغايرة، ولعل أقرب المفاهيم المعبرة للأخبار الكاذبة هي الإشاعة والتضليل، ولكن في ظل البيئة الرقمية التي تمتاز بالسرعة والمرونة والذكاء، أصبحنا نطلق على مثل هذه الأشكال بالأخبار الكاذبة، الأخبار المغلوطة، التزييف الإعلامي». (لحمر، عطية، 2024).

تعرف الأخبار الكاذبة بأنها «مجموعة الأخبار الزائفة التي تنتشر بشكل سريع، وعادة ما تفتقر لذكر مصدر موثوق، وقد تكون ذات طابع سياسي أو إجتماعي أو إقتصادي أو عسكري، وقد تأخذ هذه الأخبار:

شكل خبر مختلف لا أساس له من الصحة، أو إضافة معلومة كاذبة في خبر له جانب من الصحة، أو تشويه الخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح بشكل خاطئ، والتعليق عليه بأسلوب مغاير للحقيقة؛ وذلك بهدف التأثير النفسي السلبي في الرأي العام». (عبد العليم، 2021، صفحة 768)، وفي ذات السياق لخصت دراسة جامعة بورنماتر تعريف الأخبار الكاذبة بأنها «الانتشار المتعمد للتضليل، سواء كان ذلك عبر وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال وسائل التواصل الاجتماعي». (لحمر، نبيل، 2020، صفحة 582)، كما تولت الكثير من المؤسسات البحثية والإعلامية الكبيرة مهمة وضع العديد من التعاريف للأخبار الكاذبة (الزائفة) أبرزها تعريف شبكة الصحافة الأخلاقية (ethical journalism): «هي عبارة عن مجموعة من الأخبار المختلفة على سبيل العمد، حيث يتم نشرها بهدف خداع فئة معينة، أو من أجل الحث على تصديق الأخبار الكاذبة، أو التشكيك في الأخبار الصادقة». (الوليد و نجيب، 2023)

ومن جانبنا، نُعرّف الأخبار الكاذبة إجرائيًا بأنها: المحتوى الإخباري المزيف الذي يُنشأ أو يُروّج له عمدًا و أحيانًا بشكل غير متعمد عبر الوسائط التقليدية أو الرقمية، ويتميّز بعدم الدقة أو التضليل، ويُقدّم في صيغة تبدو حقيقية بهدف التأثير على الأفراد و التلاعب بالرأي العام أو الإضرار بجهة معينة.

تعريف التضليل الإعلامي:

التضليل في اللغة يأتي من الجذر العربي "ضَلَّ" والذي يعني "غاب" أو "ضلَّ" أي «إبتعد عن الطريق الصحيح أو الإتجاه السليم» وعليه، فإن التضليل بمفهوم عام يعني «إبعاد الشخص عن الحقيقة أو إيهامه بشيء غير صحيح بهدف تغيير مسار تفكيره أو توجيه سلوكه بشكل خاطئ». (ابن منظور م.، 1990، صفحة 199)

حسب (الربيعي و نوشي، 2022، صفحة 613) فإنّ مصطلح التضليل الإعلامي يعدّه البعض حديثاً نسبياً إلا أنه من حيث الممارسة الإعلامية فهو قديم قدم الإعلام، ويشار إليه إصطلاحاً هو «الإيقاع بالخطأ من خلال إستعمال معلومات كاذبة وهناك من يشير إلى أنه تسريب مقصود للمعلومات المضللة والغرض منه تغليب الرأي العام وعدم تنويره بالقدر الكافي».

وفي سياق مشابه يشير الأمين العام للأمم المتحدة أنطونيو غوتيريش إلى أنه "ليس ثمة تعريف محدد ومقبول عالمياً لمصطلح التضليل الإعلامي"، معتبراً أن السياقات المختلفة التي ينشأ فيها هذا المفهوم تجعل من الصعب حصره ضمن تعريف موحد وقد وصفه بـ"التغليب الإعلامي" وقدم تعريفاً يقول فيه «إذا كان الانتشار

العرضي للمعلومات المغلوطة أو غير الدقيقة أمرًا واردًا، فإن "التضليل الإعلامي" هو السعي المتعمد إلى نشر معلومات مغلوطة بقصد الخديعة وإلحاق ضرر وخيم» (غوتيريش، 2022، صفحة 02)، ويعرف الدكتور بعزير إبراهيم التضليل الإعلامي إستنادًا إلى "جون مارك" هو «إستعمال لتقنيات الإعلام لإستقراء خطأ، أو إخفاء وقائع أو إبرازها بشكل خاطئ» ويوضح أن وسائل الإعلام قد تعتمد إلى تقديم معلومات ووقائع صحيحة، لكن طريقة عرضها وتوقيت نشرها وكيفية معالجتها إعلاميًا، تجعل المتلقي يستقرا الخطأ أو يستنتج معلومات خاطئة أو يبنى موقفًا خاطئًا بناء على هذه المعطيات، كما يستند بعزير في تعريف آخر إلى "فيليب بال" حيث يُعرف التضليل الإعلامي بأنه «نموذج جديد لإنتاج المعاني وانتقال من حقل الواقع إلى حقل الممكن» موضحًا أن التضليل لا يهدف فقط إلى مجرد نشر هذه المعلومات وإيصالها للجمهور، وإنما هدفه النهائي هو تحديد مواقف الناس وتوجيه أفكارهم وتنميط طريقة تفكيرهم، وبالتالي إنتاج تصورات وصور ذهنية وبناء الحقائق والمعاني. (بعزير ١، 2016، صفحة 56)، ويعرفه حاتم الشحف في كتابه "الدعاية والتضليل الإعلامي" «هو معلومات كاذبة مقصودة، تقدم فائدة من أجل شرنّ عمليات عسكرية فاعلة، والكشف عن تسريب معلومات وإعادة توجيه تسريبها، وتوجيه عملية التلاعب بالوعي والتحكم به، وتنويه أحد ما عن طريق تقديم معلومات ناقصة، أو كاملة لكن غير مفيدة، وتحريف جزء منها في الوقت نفسه». (الشفح، 2015، صفحة 11)، يُبرز هذا التعريف الأبعاد المعقدة للتضليل الإعلامي بوصفه أداة إستراتيجية تتجاوز مجرد نشر معلومات خاطئة، لتُصبح وسيلة للتحكم في الوعي الجمعي وتوجيه التفكير والسلوك ويُظهر الكاتب كيف يمكن أن يُمارس التضليل حتى من خلال معلومات صحيحة أو كاملة ولكن تُقدّم بطريقة تُضلل المتلقي، سواء من حيث التوقيت أو السياق أو التأويل.

وفي تعريف آخر يعني «التضليل في التعامل مع خبر معين لأغراض محددة في السياق السياسي أو الاجتماعي أو الديني... وإستغلال قلة وعي البعض للسيطرة على عقولهم (التأثير على الإدراك بسبب نقص الثقافة الإعلامية)». (غضيب، 2020، صفحة 583)

وبناء على التعاريف السابقة يمكن تعريف التضليل الإعلامي إجرائيًا هو: كل شكل من أشكال المعالجة الإعلامية التي تتضمن نشر معلومات مغلوطة أو مشوهة بطريقة متعمدة أو غير متعمدة، ويتم تقديمها في صورة أخبار أو مضامين إعلامية بهدف التأثير على الجمهور أو توجيه الرأي العام أو بناء تصورات ذهنية غير دقيقة، سواء من خلال تحريف الحقائق، أو إخفاء أجزاء منها أو توظيفها بطريقة تؤدي إلى إستنتاجات مضللة، مع

الأخذ بعين الاعتبار أن التضليل قد يُمارس أيضاً عبر عرض معلومات صحيحة بطريقة إنتقائية أو مؤطرة بشكل خادع.

تعريف التزييف العميق (Deepfake):

الوصول إلى تعريف جامع مانع لظاهرة التزييف العميق (Deepfake) لن يوقف تطورها وإنتشارها؛ حيث يشير معظم الباحثين إلى شيوع إستخدامها بشكل سيئ وعلى نطاق واسع في المستقبل القريب، وبالتالي الوصول إلى تعريف واضح وشامل بقدر الإمكان، سوف يساعد على فهم هذه الظاهرة والوصول إلى حلول قانونية قد تمنع هذا الإنتشار. (مغايرة ، 2024، صفحة 133)

يستعمل مصطلح (الزيف) في اللغة للتعبير عن الشيء المغشوش الرديء، يقال: « زافَتْ عَلَيْهِ دَرَاهِمُهُ : أي صَارَتْ رَدِيئَةً مَرْدُودَةً لِعِشٍّ فِيهَا، وَقَدْ زُيِّفَتْ : إِذَا رُدَّتْ ». والتزييف بمفهوم عام هو «إعادة إنتاج أو إعادة تقديم لعمل ما بطريقة غير مشروعة». (ابن منظور، 1993، صفحة 143)

أما من الناحية الإصطلاحية يتكون مصطلح الـ deepfake مكون من جزئين: (Deep) والتي تعني العمق نسبة إلى خوارزميات التعلم العميق DL و (Fake) تعني مزيف لأن مقاطع الفيديو التي تنتجها هي مقاطع مُزيفة وغير حقيقية، وتعود تسمية الـ Deepfake إلى مصطلح الـ AI-DLA و هو ما يعني بالعربية خوارزميات التعلم العميق للذكاء الإصطناعي، هذه الخوارزميات تتميز بأنها قادرة على حل أي مشكلة عندما نزودها بقدر مهول من البيانات. (بن صغير، زكرياء، 2023، صفحة 88).

ولقد أشار مجلس جودة الحياة الرقمية إلى التزييف العميق (Deepfake) من الناحية القانونية «على أنه مقطع فيديو تم إنشاؤه بقصد الخداع، ويبدو أنه يصور شخصاً حقيقياً يقوم بفعل لم يحدث في الواقع». (آل نيهان، 2021، صفحة 8)، وفي تعريف آخر «هو شكل من الأشكال الجديدة للتلاعب الصوتي البصري تتيح إمكانية توليد محاكاة واقعية لوجه شخص ما أو صوته أو حركاته، بحيث يبدو كأن هذا الشخص قد قال أو فعل أمراً وهو لم يقم به في الحقيقة وتعد ظاهرة التزييف العميق (Deepfake) واحدة من بين العديد من التطورات التي شهدتها مجال الذكاء الإصطناعي في توليد المحتوى الإعلامي المركب، فهذه المجموعة من الأدوات والأساليب تتيح الفرصة لخلق تمظهرات واقعية غير حقيقية لأشخاص يقولون أو يفعلون أشياء لم يفعلوها، إضافة إلى خلق صور لأشخاص أو أشياء وهمية، أو حتى لأحداث لم تقع حقيقة». (حمایسة و مرعي، 2020، صفحة 180)، وهناك العديد من التعريفات التي قيلت بشأن التزييف العميق (Deepfake) كمفهوم عام منها

«أنه نوع من تطبيقات الذكاء الاصطناعي، يتيح إنتاج مقاطع فيديو وصور مزيفة تظهر لأول وهلة وكأنها حقيقية بشكل كبير». (الببومى، صفحة 828) وبحسب البرلمان الأوروبي فالتزيف العميق له مدلول أوسع من الوسائط الحوسبية المركبة التي تقف عند حد تعديل أو تنميط البيانات الأصلية، إذ يستهدف توليد وتقليد صوت أو فيديو بواسطة الذكاء الاصطناعي لا علاقة له بحقيقة الواقع من خلال إستنساخ الصوت أو تحريف الصورة أو تركيب النص. (عبد المنعم الشريف، 2022، صفحة 369)

ومن أفضل ما قيل في تعريف التزيف العميق إجرائيا، هو أنه «أحد أشكال توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملية تركيب ونقل ولصق لمحتوى فيديو هات بشكل دقيق مع إعادة صياغة المحتوى من الكلام والحركات من أجل محاكاة فيديو أصلي يوازيه في الشكل العام ويختلف عنه من حيث محتوى الموضوع والفكرة». (محمد محرم، 2022، صفحة 2528)

ومن جانب الدراسة نرى أن مصطلح التزيف العميق أو ما يعرف بالديب فايك يقصد به تقنية تستخدم الذكاء الاصطناعي لإنشاء أو تعديل محتوى رقمي (مثل الفيديوهات والصوتيات) بطريقة تجعل هذا المحتوى يبدو حقيقياً رغم كونه معدلاً أو مزيفاً وهذا من خلال مدى تطابق المحتوى المزيف مع الواقع ومدى صعوبة إكتشافه بإستخدام أدوات أو تقنيات التحقق الحديثة.

4- الإطار النظري للدراسة: المقاربة النظرية

تُعد المقاربات النظرية حجر الأساس لفهم الظواهر الإعلامية وتحليلها، إذ توفر إطاراً علمياً يوجه الباحث في تفسير العلاقات والآثار المرتبطة بالممارسة الإعلامية وفي هذا السياق، سيتم تبني نظرية المسؤولية الاجتماعية لتسليط الضوء على الجوانب المرتبطة بموضوع الدراسة.

علاقة الدراسة الحالية بنظرية المسؤولية الاجتماعية

تُعد نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام إحدى النظريات الأساسية التي تربط بين حرية الإعلام وواجبه في خدمة الصالح العام وتُبرز أهمية التوازن بين حقوق الإعلاميين في التعبير عن الآراء ونقل المعلومات، وبين إلزامهم بمعايير أخلاقية ومهنية تحفظ حقوق الأفراد والمجتمعات.

يعرف بعض الباحثين نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام بأنها «نظرية أخلاقية تعتبر أنه ليس هناك حرية مطلقة للصحافة وإنما حرية مسؤولة تقوم أو يجب أن تقوم على مبادئ وأخلاق إنسانية نبيلة، وعلى الصحافة أن تتقيد بها وتحترمها حتى لا تزيع عن رسالتها الأساسية وهي خدمة الصالح العام» (شيقر و شيقر،

(2022)، ويعرفها كل من الدكتور (الشريف و الزبير، 2021، صفحة 23) «هي كل الأنشطة والبرامج التي تقدمها المؤسسات الإعلامية سواء كانت هذه البرامج سياسية أم إقتصادية أم ثقافية أم إجتماعية والتي يجب أن تلتزم مضامينها وأنشطتها معالجتها للقضايا بالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، مما يجعلها مسؤولة في ظل المجتمع الذي تعمل به، على أن لا يمس هذا بحرية الإعلام وممارسيه». وفي سياق إرتباط نظرية المسؤولية الإجتماعية بتحديات الإعلام المعاصر، خصوصاً مع ظهور تقنيات مثل التزييف العميق، تبرز أهمية العودة إلى المبادئ الأساسية التي وضعتها هذه النظرية لضمان ممارسة إعلامية أخلاقية ومسؤولة، وفيما يلي عرض لأبرز هذه المبادئ:

* **مبدأ الدقة والمصادقية والموضوعية:** حيث تشدد النظرية على أهمية تحلي الصحافة بالدقة في نقل المعلومات، والإلتزام بالموضوعية والمصادقية، إلى جانب رعاية المصالح الخاصة وحمايتها، بما يحفظ حقوق الأفراد ويعزز ثقة الجمهور بالمؤسسات الإعلامية.

* **مبدأ المسؤولية الإجتماعية تجاه الإستقرار المجتمعي:** إذ تلزم وسائل الإعلام بتجنب نشر المحتويات التي قد تؤدي إلى الجريمة أو العنف أو الفوضى الإجتماعية، أو التي قد تتضمن إهانات موجهة إلى الأقليات، مما يعزز دور الإعلام كأداة للحفاظ على السلم الإجتماعي (بحري، 2018، صفحة 236)

* **مبدأ الحياد والصدق في التغطية الإخبارية:** بحيث تلتزم المؤسسات الإعلامية بتقديم الأحداث بصدق وتجرد تام، مع تجنب التزييف أو التلاعب بالمضامين، وذلك في إطار مهني وأخلاقي يحترم ذكاء الجمهور ويصون حريته في التلقي. (الشريف و الزبير، 2021، صفحة 30)

إلا أن هذه المبادئ، التي تمثل حجر الأساس في الممارسة الإعلامية المسؤولة، أصبحت اليوم تواجه تهديداً حقيقياً نتيجة الطفرة التكنولوجية، خاصة مع ظهور تقنية التزييف العميق، التي تمتلك القدرة على تشويه الحقائق والتلاعب بالمعلومات بأساليب متطورة، أمام هذا الواقع تتعاضد أهمية تبني نظرية المسؤولية الإجتماعية باعتبارها الإطار الأخلاقي الذي يوازن بين حرية الإعلام وواجبه تجاه المجتمع.

هذه النظرية تؤكد أن حرية الإعلام ليست مطلقة، بل هي مشروطة بمسؤولية أخلاقية ومهنية تلزم الإعلاميين بتبني معايير صارمة تمنع إساءة استخدام التقنيات الحديثة مثل التزييف العميق (Deepfake)، وتضمن حماية الجمهور من التضليل، ومع إنتقال الممارسة الإعلامية من الشكل التقليدي إلى المنصات الرقمية، أضافت

النظرية بُعداً جديداً يتعلق بأخلاقيات العمل الإعلامي في بيئة رقمية تهيمن عليها أدوات الذكاء الاصطناعي وتقنيات التلاعب بالمحتوى.

من هذا المنطلق، يُصبح الإعلامي في عصر الرقمنة أمام مسؤولية مضاعفة لضمان النزاهة والشفافية مما يجعل نظرية المسؤولية الاجتماعية إطاراً عملياً لتحليل مدى التزام الإعلاميين بدورهم كحراس للحقيقة، في ظل التحديات التي يفرضها انتشار تقنية التزييف العميق (Deepfake) على الممارسة الإعلامية.

وبناءً على ما سبق، يتضح أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تقدم إطاراً تحليلياً متيناً لفهم المخاطر الأخلاقية والمهنية المرتبطة باستخدام تقنية التزييف العميق في الممارسة الإعلامية، فهي لا تكتفي بالتأكيد على حرية الإعلام، بل تشدد في الوقت نفسه على ضرورة الالتزام بالقيم الأخلاقية والمهنية لضمان حماية المجتمع من التضليل المعلوماتي وعليه، فإن الإستناد إلى هذه النظرية في دراسة تأثيرات التزييف العميق في الممارسة الإعلامية يتيح مقارنة نقدية وشاملة تساعد على إستشراف سبل تعزيز النزاهة والشفافية في هذا المجال.

5- أسباب اختيار الموضوع:

قد تكون الأسباب ذاتية متعلقة بشخص، أو تكون موضوعية متصلة بموضوع البحث، ومن الأسباب التي دفعني إلى إختيار هذا الموضوع:

■ أسباب ذاتية :

◀ الإهتمام الشخصي بالمواضيع المتعلقة بالبيئة الرقمية كحقل بحثي خصب، يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالجانب التكنولوجي وخاصة مجال الذكاء الاصطناعي وتقنياته التي أصبحت محورياً للإهتمام نظراً للأثر الكبير الذي تتركه على الأفراد والمستخدمين .

◀ الفضول العلمي تجاه ظاهرة التزييف العميق (Deepfake) كظاهرة إعلامية جديدة غزت شبكات التواصل الاجتماعي.

◀ الرغبة الشديدة في التعمق في هذا الموضوع الجديد.

◀ الخوض في موضوع تقنية التزييف العميق (Deepfake) ومحاولة التعرف على أدواتها وكذا المخاطر الأخلاقية والمهنية التي تنجم عند إستخدامها خاصة في الجانب الإعلامي .

■ أسباب موضوعية:

- ◀ قلة الدراسات العلمية التي عالجت المواضيع المتعلقة بتقنية التزييف العميق (Deepfake) وعلاقتها بالفبكة الإعلامية وتزييف الحقائق والتي تعنى أيضا بالتشخيص العميق للعمل الإعلامي في البيئة الرقمية في جانبها الأخلاقي والمهني.
- ◀ إنتشار تقنية التزييف العميق (Deepfake) بشكل ملحوظ في الآونة الأخيرة، مع تنوع مخرجاتها مما يستدعي بيان التكيف الأخلاقي والمهني عند إستخدامها .
- ◀ الزيادة المستمرة في التوافد على المنصات الرقمية وإستهلاك المحتوى المنشور دون تحييص أو وعي، تسهم في تفشي المعلومات المضللة، مما يبرز أهمية دراسة المخاطر الأخلاقية والمهنية لتقنية التزييف العميق (Deepfake) في الممارسة الإعلامية.
- ◀ جدة الموضوع لكونه يبحث تطورا مهما في الساحة العلمية.

6- أهمية الدراسة:

- إن التقدم التكنولوجي المتسارع يحمل في طياته العديد من التحديات والفرص، ما يجعل من الضروري تسليط الضوء على موضوعات تتقاطع مع حياة الأفراد والمجتمعات بشكل مباشر وفي هذا السياق، تبرز أهمية الدراسة الحالية كإحدى القضايا التي تستحق البحث والتعمق، لما لها من إنعكاسات متعددة الأبعاد حيث تكمن أهميتها في:
- توعية المرسل والمستقبل بالمشروع وغير المشروع من إستخدامات الذكاء الاصطناعي وخاصة تقنية التزييف العميق (Deepfake).
- الدعوة إلى الإستفادة من الثورة التقنية في مجالات التكنولوجيا و الإتصالات لاسيما مجالات الذكاء الاصطناعي وخاصة تقنية التزييف العميق (Deepfake) دون الوقوع فيما يخالف أحكام الشريعة الإسلامية وأبجديات وقواعد العمل الإعلامي.
- تتجلى الأهمية كذلك في إعتبار الممارسة الإعلامية واحدة من الركائز الأساسية في تأهيل الإعلاميين وإعدادهم، بالإضافة إلى تمكين الأفراد الفاعلين في المجتمع من إكتساب المعرفة والمهارات اللازمة للتفاعل بفاعلية مع المحتوى الرقمي.

• في ظل غياب موثيق الشرف الخاصة بالإعلام في البيئة الرقمية ، التي تحدد ما يتميز به الصحفي من واجبات، فإن المجال للتجاوزات غير الأخلاقية المتعلقة بتقنية التزييف العميق (Deepfake) قد يكون متاحا أمام الإعلاميين ، وهذا يتطلب دراسته لمعرفة المخاطر المترتبة عن هذه التجاوزات وتأكيد أو نفي إلتزام المؤسسات الإعلامية بأخلاقيات المهنة في العصر الرقمي .

• تسهم هذه الدراسة في لفت أنظار الباحثين لإجراء البحوث والدراسات حول ظاهرة التزييف العميق (Deepfake) وعلاقتها بالبعد الأخلاقي والمهني للمؤسسات الإعلامية على مستوى البيئة الرقمية.

7- أهداف الدراسة:

تعد أهداف الدراسة محورًا جوهريًا في البناء المنهجي للبحث العلمي، إذ تجسد طموحات الباحث ضمن إطار أكاديمي منظم، ويمكن تفصيلها على النحو التالي:

1. التعرف على أبرز أدوات تقنية التزييف العميق Deepfake الموظفة في إنتاج المحتوى الإعلامي
2. رصد تأثير استخدام تقنية التزييف العميق Deepfake على نزاهة ومصداقية الممارسة الإعلامية.
3. الكشف عن التداعيات الأخلاقية والتحديات المهنية التي تفرضها تقنية التزييف العميق Deepfake على ممارسة الإعلاميين.
4. إبراز دور التشريعات والقوانين في ضبط استخدام التزييف العميق Deepfake في المؤسسات الاعلامية.

ثانيا: منهجية الدراسة وأدواتها:

1- نوع الدراسة: تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وتعني " البحوث التي تهدف إلى وصف ظواهر أو أحداث معينة وجمع الحقائق والمعلومات عنها ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع ". (المشهداني، 2019، صفحة 31).

وقد جاءت دراستنا ضمن البحوث الوصفية كونها تسعى إلى تقديم وصف دقيق وشامل لظاهرة المخاطر الأخلاقية والمهنية المرتبطة باستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في المجال الإعلامي، وإستعراض وجهات نظر الإعلاميين كجهة معنية مباشرة بتداعيات هذه التقنية بهدف رسم صورة واضحة للواقع الإعلامي المتأثر بهذه الظاهرة وتبسيط الضوء على أبعادها المختلفة والوقوف على طبيعة الظاهرة قيد البحث وتقديم وصف شامل لها.

2- منهج الدراسة: تعد خطوة إختيار المنهج خطوة مركزية وأساسية في بناء أي دراسة و يعرف الدكتور محمد سرحان المنهج "هو الأسلوب الذي يستخدمه الباحث في دراسة ظاهرة معينة والذي من خلاله يتم تنظيم الأفكار المتنوعة بطريقة تمكنه من علاج مشكلة البحث" (سرحان علي المحمودي، 2019، صفحة 46)، فالمنهج إذن هو القوام الذي يحدد العلاقة بين الباحث وموضوع دراسته، ويوجهه نحو تقديم عمل علمي منظم يفضي إلى تحقيق غاياته البحثية.

وقد إعتمدت الدراسة الحالية المنهج المسحي الذي يعرفه عامر إبراهيم قندلجي " بأنه عبارة عن منهج وصفي (Descriptive) ، يعتمد عليه الباحثون في الحصول على بيانات ومعلومات وافية ودقيقة، تصور الواقع الاجتماعي والحياتي، والذي يؤثر في كافة الأنشطة الإدارية والإقتصادية والتربوية والثقافية والسياسية والعلمية، وتسهم مثل تلك البيانات والمعلومات في تحليل الظواهر ". (قندلجي ، 2020، صفحة 85) وعليه فإن مبررات إختيار هذا المنهج هو تحقيق فهم معمق لظاهرة التزييف العميق (Deepfake) من خلال جمع البيانات بشكل منهجي ومنظم، وتحليل تأثيراتها على المعايير الأخلاقية والمهنية في الممارسة الإعلامية، كما يتيح لنا فرصة لتنظيم البيانات وتحليلها بهدف الوصول إلى مؤشرات ونتائج تعكس طبيعة الظاهرة كما هي في الواقع، مع تبسيط الضوء على أبعادها المختلفة وتحديد ملامحها بشكل دقيق.

3- أدوات الدراسة: تُعرف أدوات البحث على "أنها الوسائل والأساليب التي تُستخدم للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لإنجاز البحث العلمي وتختلف هذه الأدوات وتتنوع باختلاف طبيعة الموضوع أو المشكلة قيد الدراسة، حيث يُحدّد نوع الأدوات بناءً على متطلبات البحث وخصائصه علاوةً على ذلك تُسهم مهارة الباحث في تحديد كيفية توظيف هذه الأدوات بالشكل الأمثل لتحقيق أهداف الدراسة وإتمامها (جدير، 1991، صفحة 28) ". بما أن موضوع الدراسة الحالية يتمحور حول إستكشاف آراء عينة من الإعلاميين بشأن ظاهرة التزييف العميق (Deepfake) وإنعكاساتها الأخلاقية والمهنية على الممارسة الإعلامية، فقد تمّ اعتماد أداتين رئيسيتين في جمع البيانات :

❖ **الإستبيان الإلكتروني:** إعتمدت الدراسة على الإستبيان الإلكتروني عبر تطبيق نماذج جوجل (Google Form) كأداة أساسية لجمع البيانات من عينة واسعة من الإعلاميين في الوطن العربي، ويُعرّف الإستبيان الإلكتروني أنه "هو الإستبيان على الإنترنت يخص جميع أنواع الإستبيانات المعبأة ذاتياً والتي يرسل المبحوث من خلالها المعلومات عبر الإنترنت بواسطة جهاز إلكتروني يفني بهذا الغرض". (دليو، 2019، صفحة 82)، وقد تم إرسال الإستبيان مباشرة إلى المشاركين عبر (البريد الإلكتروني، ماسنجر، إنستغرام، وواتساب) ، حيث تم شرح الهدف من هذه الدراسة ، ثم تم تزويدهم برابط الإستبيان عبر هذه المنصات، لتيسير عملية الإجابة وجمع الردود وتحليلها فوراً، والغرض من إستخدامنا لهذه الأداة هو ما تقدمه من مزايا مثل السرعة، والتكلفة المنخفضة والوصول إلى الإعلاميين على نطاق واسع جغرافياً في وقت قصير، كما تتيح جمع البيانات وتحليلها بشكل فوري، كما تتميز بسهولة التصميم عبر أدوات متخصصة، وقد تم تصميمها لتتضمن مجموعة من المحاور التي تخدم أهداف الدراسة على النحو التالي:

■ **محور متعلق بالبيانات الشخصية:** يتضمن هذا المحور كل من الجنس ومجال العمل والخبرة وطبيعة جهة العمل ومستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق.

■ **المحور الأول:** يتعلق بأبرز أدوات التزييف العميق الموظفة في إنتاج المحتوى الإعلامي.

■ **المحور الثاني:** يرتبط بتأثير إستخدام تقنية التزييف العميق Deepfake على نزاهة ومصادقية الممارسة الإعلامية.

■ **المحور الثالث:** يحيط بالتداعيات الأخلاقية والتحديات المهنية التي تفرضها تقنية التزييف العميق Deepfake على ممارسة الإعلاميين.

■ **المحور الرابع:** يدرس بدور التشريعات والقوانين في ضبط إستخدام تقنية التزييف العميق Deepfake في المؤسسات الإعلامية.

وخلال عملية إعداد هذه الإستمارة، تم مراعاة تطابق الأسئلة الموجهة للمبحوثين مع الإشكالية المطروحة وتساؤلات الدراسة، مع الحرص على تسلسلها بشكل منطقي يسهم في الوصول إلى النتائج المرجوة، كما تم الإعتماد على مقياس ليكرت الخماسي في طرح الأسئلة لقياس درجة الإتفاق أو الإختلاف لدى أفراد العينة، لما يوفره هذا المقياس من مرونة في التعبير عن المواقف والإتجاهات بدقة كمية قابلة للتحليل الإحصائي.

«**المقابلة:** "هي مجموعة من الأسئلة توجه خلال تفاعل لفظي بين شخصين للحصول على إجابات ضرورية للإجابة على أسئلة البحث". (ابو زائدة، 2020، صفحة 195)، تم اللجوء إلى أداة المقابلة من أجل تعميق الفهم حول بعض المحاور النوعية التي قد لا يغطيها الإستبيان بشكل كافٍ، وخاصة فيما يتعلق بتجارب بعض الإعلاميين مع التزييف العميق، أو ملاحظاتهم المهنية حول الظاهرة، وكذا وجهات نظرهم في الأطر التنظيمية والتقنية لمواجهتها.

إختبار الصدق والثبات:

أولاً: ***إجراءات الصدق (Validity):** "وهو عرض الأداة على مجموعة من المحكمين الخبراء". (ابو زائدة، 2020، صفحة 195)، حيث تم عرض الإستمارة على مجموعة من الأساتذة المختصين في ميدان الإعلام والإتصال بهدف التأكد من وضوح صياغة الأسئلة، ومدى إتساقها مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وقد تم الأخذ بملاحظاتهم وإقتراحاتهم بعين الإعتبار عند تنقيح الأداة، ما ساهم في تحسين صياغة بعض الأسئلة لتكون أكثر دقة وملاءمة لمحاور البحث (أنظر الملحق رقم (1) الخاص بجدول المحكمين لإستمارة الإستبيان)

ثانياً: ***إجراءات الثبات (Reliability):** " تعني أن تعطي الأداة نتائج متقاربة إذا أعيد تطبيقها بعد فترة زمنية". (ابو زائدة، 2020، صفحة 196)، تم حساب ثبات الإستمارة لكل محور على حدى بإستخدام معامل الثبات (ألفا كرونباخ)، وقد كانت النتيجة كما هو موضح في الجدول أدناه حيث بلغ معامل الثبات α حسب كل محور (من 0.764 إلى 0.920)، أي أن نبسه الثبات والتباين تتراوح بين 76% إلى 92% وهي نسبة مرتفعة جداً ودالة إحصائياً، مما يدل على أن المقياس يتمتع بدرجة عالية من الثبات والموثوقية أي أن هذا الإستبيان مقبول حتى يعرض ميدانيا على عينة الدراسة.

عدد فقرات المحور	معامل ألفا كرونباخ	
10	0.764	المحور الثاني
13	0.920	المحور الثالث
11	0.872	المحور الرابع
14	0.882	المحور الخامس

من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS v26

*تحليل الإتساق الداخلي لمحاور الإستبيان: تم فحص الإتساق الداخلي لكل محور من محاور الإستبيان باستخدام معاملات الارتباط بين العبارات، وقد أظهرت النتائج ما يلي: الجدول في الملحق رقم 2

المحور الثاني: سجلت عبارات هذا المحور معاملات ارتباط طردية معنوية عند مستوى دلالة 5%، تراوحت نسبها بين 28% إلى 81% مما يشير إلى وجود إتساق داخلي من ضعيف إلى قوي جداً بين العبارات هذا يدل على أن العبارات تقيس نفس البعد المفاهيمي المتعلق بأدوات التزييف العميق Deepfake .

المحور الثالث: سُجلت معاملات ارتباط عالية تتراوح بين 52% إلى 84.5% ما يُعد دليلاً قوياً على وجود علاقة ارتباطية طردية عالية جداً بين العبارات، ويؤكد على تجانس البنود وإتساقها الداخلي الممتاز في قياس تداعيات التزييف العميق Deepfake على الممارسة الإعلامية.

المحور الرابع: أظهرت النتائج وجود ارتباط طردي قوي بين عباراته، وإرتباط معنوي قوي أيضاً مع المحور الرابع مما يُعزز من دلالة الإتساق الداخلي، ويُشير إلى أن هذا المحور مرتبط من حيث البناء بالمحور السابق من جهة ومتسق داخلياً من جهة أخرى.

المحور الخامس: أظهرت النتائج وجود ارتباطات طردية موجبة تراوحت بين 50% إلى 79% ما يُشير إلى إتساق داخلي متوسط إلى قوي بإستثناء العبارة رقم 3، التي لم تُظهر ارتباطاً معنوياً مع باقي العبارات وهو ما يستدعي المراجعة أو التفسير السياقي لها. من خلال تحليل الارتباطات بين العبارات داخل كل محور، يمكن القول

إن عبارات المحاور تتسم بإتساق داخلي من جيد إلى ممتاز، حيث تساهم كل عبارة في بناء المحور دون تناقض أو إنحراف عن موضوعه الأساسي مما يُعزز من موثوقية المقياس وصدق نتائجه.

4- مجتمع وعينة الدراسة: يُعدُّ تحديد مجتمع البحث من الخطوات الأساسية في بناء أي تصورٍ منهجي ذي طابعٍ ميداني أو تحليلي، إذ يتطلب البحث التطبيقي توضيح إطار الدراسة عبر أبعادٍ مكانية وبشرية ومادية محددة، مع بيان نوع ومستوى الوحدات المكونة لمجتمع الدراسة، ويُقصد بمجتمع البحث "جميع أفراد الظاهرة التي تعاني من مشكلة الدراسة وستعمم نتائجها عليهم ومنها تشتق العينة" (ابو زائدة، 2020، صفحة 158).

يتكون مجتمع الدراسة من الإعلاميين العاملين في مختلف المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، ويشمل ذلك الصحفيين في الصحافة المكتوبة، والمذيعين والمعدّين في الإعلام السمعي-البصري، والمحررين والمراسلين في الصحافة الإلكترونية، بالإضافة إلى خبراء التقنيات الإعلامية، وقد جاء إختيار هذه العينة لإرتباطها المباشر بموضوع الدراسة المتمثل في تأثير تقنية التزييف العميق (Deepfake) على الممارسة الإعلامية، وإستهداف فهم التحديات الأخلاقية والمهنية التي يواجهونها في ظل إنتشار هذه التقنية.

تم إختيار العينة بطريقة قصدية أو ما تسمى بالعينة العمدية "وهي نوع من العينات الغير إحتماالية التي تعتمد على نوع من الإختيار المقصود حيث يعتمد الباحث أن تتكون العينة من وحدات يعتقد أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا". (القحطاني و الضحيان، 2020، صفحة 446) وهي أكثر العينات إستخداما نظرا لسهولة الوصول للمفردات حيث ركزت هذه الدراسة على الإعلاميين الذين يمتلكون خبرة عملية في الميدان الإعلامي، ويعملون في مجالات تحرير الأخبار، إنتاج المحتوى أو الإدارة الإعلامية ويهدف هذا الإختيار إلى ضمان توفر خبرات وتجارب مباشرة حول الموضوع محل الدراسة، مما يساهم في تقديم رؤى أكثر عمقًا ودقة حول التأثيرات الأخلاقية والمهنية للتزييف العميق (Deepfake) في سياق العمل الإعلامي.

5- حدود الدراسة:

تُعدّ حدود الدراسة من العناصر المنهجية الأساسية، حيث يقوم الباحث بتحديد أبعاد الدراسة عبر ثلاث إمتدادات رئيسية: الحدود الموضوعية، والحدود الزمانية، والحدود المكانية. ويساهم هذا التحديد في تمكين

الباحث من الإحاطة الشاملة بالظاهرة الاتصالية قيد الدراسة، مما يساعده على ضبط سياقها وتحليلها بدقة، وفقاً لكل إمتداد من هذه الإمتدادات.

■ **الحدود البشرية :** تضم الحدود البشرية جميع الأفراد العاملين في مجال الإعلام، ممن يمارسون المهنة في مؤسسات إعلامية عربية، وشمل ذلك صحفيين، مراسلين، محررين، معدّي برامج، بالإضافة إلى خبراء تقنيين في المجال الإعلامي، وقد توزعت عينة الدراسة على قطاعات متعددة تشمل الصحافة المكتوبة، الإعلام السمعي البصري، والصحافة الإلكترونية.

■ **الحدود المكانية :** تقتصر الدراسة على الفضاء الإعلامي في الوطن العربي، مع التركيز على طبيعة الممارسات الإعلامية في بيئات مختلفة (محلية، إقليمية، وعابرة للحدود) ، وذلك إستناداً إلى معطيات تم جمعها من عينة إعلاميين يمثلون مناطق متعددة داخل هذا الفضاء.

■ **الحدود الزمانية :** تم إجراء الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني من السنة الجامعية 2025/2024، وهو الإطار الزمني الذي تم فيه جمع البيانات وتحليلها.

■ **الحدود الموضوعية :** تتناول الدراسة موضوع "المخاطر الأخلاقية والمهنية لإستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) على الممارسة الإعلامية"، مع التركيز على تحليل أبعاد هذه المخاطر وإنعكاساتها على مصداقية العمل الإعلامي، وأخلاقيات المهنة، وجودة المضامين الإعلامية.

الإطار النظري

الفصل الثاني

التزييف العميق (Deepfake) بين الإمتداد التاريخي والتطور التقني: الأدوات والأنواع

أولاً: جذور التزييف العميق (Deepfake): "التقنية التي غيّرت ملامح الحقيقة"

ثانياً: أدوات وتقنيات التزييف العميق (Deepfake)

ثالثاً: أنواع التزييف العميق (Deepfake)

رابعاً: التزييف العميق (Deepfake) تحت المجهر: "تقنيات الكشف و أدوات التحليل الرقمي"

تمهيد:

شهدت العقود الأخيرة تطورًا متسارعًا في تقنيات الذكاء الاصطناعي مما أسفر عن بروز أدوات جديدة قلبت موازين صناعة المحتوى الرقمي وعلى رأسها تقنية التزييف العميق (Deepfake) ، التي أصبحت تمثل أحد أبرز التحديات في البيئة الرقمية إذ تستند هذه التقنية إلى إستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي وتحديداً شبكات التعلّم العميق التي تعتمد على إنشاء محتويات صوتية ومرئية يصعب تمييزها عن المحتويات الأصلية، وهو ما يفتح الباب أمام ظهور إمكانيات تقنية هائلة من جهة والتصدي لمخاطر غير مسبوقه من جهة أخرى، ولفهم هذه التقنية بعمق لا بد من العودة إلى جذورها التاريخية وإكتشاف الأدوات والخوارزميات التي تقف وراء تشغيلها، كما تقتضي الضرورة العلمية التطرق إلى خصائصها التقنية وأنواعها المتعددة التي تختلف باختلاف أهداف الإستخدام والسياقات، كما سيتم التوقف عند آليات الكشف عنها وما توفره من مؤشرات تكنولوجية يمكن من خلالها التصدي لمضامينها التضليلية.

أولاً: جذور التزييف العميق (Deepfake): "التقنية التي غيرت ملامح الحقيقة"

لطالما كانت حملات المعلومات المضللة القيل والقال والتشهير جزءاً من التاريخ البشري، حيث شهدت الأشكال التقليدية لهذه الظواهر تطوراً مع التقدم التكنولوجي وحتى تقنيات التلاعب بالصور مثل تبديل الوجه لم تكن جديدة، إذ وُجدت منذ أكثر من 20 عامًا ومع ذلك فقد أحدثت التطورات الأخيرة في الذكاء الاصطناعي (AI) وخوارزميات التعلم العميق (Deep Learning) نقلة نوعية في هذا المجال مما أدى إلى ظهور تقنية التزييف العميق (Deepfake) التي مكّنت المستخدمين من إنشاء محتوى رقمي وتعديله بطرق متقدمة مما أتاح إنتاج مواد تبدو أكثر واقعية ودقة من أي وقت مضى. (الناغي و الناغي، 2022، صفحة 396)

تعود الأفكار الأولى لتقنية التزييف العميق إلى أواخر التسعينيات، حيث بدأت أولى المحاولات إنشاء صور مزيفة باستخدام تقنيات رقمية بدائية ومع ذلك، لم تأخذ هذه التقنية طابعها الحديث إلا بحلول نهاية العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين عندما شهدت تطوراً سريعاً مع تقدم الذكاء الاصطناعي، فقد ظهرت هذه التقنية بشكل أكثر وضوحاً بحلول عام 2010، حين قام **Hunter Moore** بتطوير موقع إلكتروني يحمل إسم **Is Anyone Up** والذي كان يُستخدم لنشر صور خاصة لأغراض انتقامية، لاحقاً تطورت هذه الفكرة إلى مستوى أكثر تقدماً عبر استخدام برمجيات التزييف العميق التي أتاح إنشاء صور مزيفة من خلال خوارزميات التعلم العميق والتعلم الآلي. (الوليد و نجيب، 2023، صفحة 50)

و مع تحسن خوارزميات التعلم العميق أصبحت هذه التقنية أكثر قدرة على توليد صور لأشخاص غير حقيقيين، وإنتاج أصوات مزيفة والتلاعب بمقاطع الفيديو بطريقة تحاكي الواقع بشكل مذهل، هذه التطورات ساعدت في استخدام التزييف العميق لأغراض متعددة بدءاً من تحسين المؤثرات البصرية في الأفلام وصولاً إلى استخدامه في الدعاية السياسية والتضليل الإعلامي. (ابو العلا، 2022، صفحة 497)

ظهر مصطلح التزييف العميق (Deepfake) لأول مرة عام 2017 عندما نشر أحد مستخدمي منصة **Reddit** مقاطع فيديو معدلة، حيث استخدم خوارزميات التعلم العميق لدمج وجوه المشاهير في مقاطع فيديو غير حقيقية، كانت هذه المرة الأولى التي يتم فيها استخدام الذكاء الاصطناعي بهذا الشكل لإنشاء محتوى مزيف بجودة عالية. (الوليد و نجيب، 2023، صفحة 50)، وقد اشتُق إسم **"Deepfake"** من الدمج بين كلمتي

Deep(عميق) و Fake(مزيف) مما يعكس الطبيعة الزائفة لهذه التقنية. (الشمري ع.، 2021، صفحة 731)

وقد تزايدت شهرة تقنية التزييف العميق بعد أن نشر موقع **BuzzFeed** في 17 أبريل 2018 مقطع فيديو يوضح مدى سهولة استخدام هذه التقنية لإنشاء محتوى مزيف، سرعان ما إنتشرت هذه التقنية بفضل ظهور أدوات وخدمات جديدة مكّنت المستخدمين العاديين من تعديل الصور والفيديوهات دون الحاجة إلى خبرة تقنية متقدمة، مما أثار جدلاً واسعاً حول تأثيرها الأخلاقي والمهني. (ابو العلا، 2022، صفحة 497)

ففي البداية أستخدمت هذه التقنية لأغراض ترفيهية مثل إنشاء مقاطع فيديو ساخرة أو معدلة لنجوم ومشاهير، وكانت في مراحلها الأولى سهلة الإكتشاف بسبب ضعف جودة التزييف لكن مع مرور الوقت أصبحت التقنية أكثر تطوراً وإنتشرت بشكل أوسع، مما أثار تساؤلات عميقة حول مدى الحاجة إليها، وما إذا كان من الضروري فرض قيود على استخدامها. (جابر ا.، 2023، صفحة 325)

لكن كيف أصبح التزييف العميق بهذه الدقة والواقعية؟ الإجابة تكمن في التطورات التقنية التي جعلت من هذه الظاهرة أكثر إنتشاراً وتأثيراً، مستندةً إلى خوارزميات متقدمة وتقنيات الذكاء الاصطناعي المتطورة، ورغم أن بدايات التزييف العميق كانت بسيطة وتعتمد على تقنيات رقمية محدودة، إلا أن تطورها لم يكن ليحدث دون الأسس التقنية التي حولتها إلى ثورة رقمية حقيقية، ومكّنتها من إنتاج صور ومقاطع فيديو تحاكي الواقع بشكل مذهل لذلك يجب فهم الأسس التقنية لتقنية التزييف العميق (Deepfake) و التي تكمن في :

أ. **الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة** : تعتبر تقنية التزييف العميق Deepfake جزءاً من ثورة الذكاء الاصطناعي حيث تعتمد بشكل رئيسي على تعلم الآلة (ML) والتعلم العميق (DL) و تطلب هذه التقنية كميات كبيرة من البيانات المرئية والصوتية الأصلية للتدريب، حيث تحلل هذه البيانات بواسطة خوارزميات معقدة تنشئ نماذج دقيقة للأشخاص المراد تزييفهم، يتعلم نموذج التزييف العميق من هذه البيانات إنشاء محاكاة رقمية للشخص المستهدف بما في ذلك ملامح لوجه تعابير و حركاته الصوتية تعمل الشبكات العصبية العميقة (Deep Neural Networks) على ربط هذه المعلومات لإنشاء محتوى جديد يبدو مطابقاً للواقع ولكنه في الحقيقة زائف بالكامل.

ب. **الشبكات التوليدية التنافسية (GANs)** : تلعب هذه الشبكات دوراً محورياً في عملية التزييف العميق حيث تتكون من نموذجين يعملان معاً:

* **المولد (Generator):** ينشئ المحتوى المزيف مثل الصور والفيديو بناء على البيانات التي تم تدريبه عليها. (فرجاني ، 2024 ، صفحة 91)

* **المميز (Discriminator):** يقيّم ما إذا كان المحتوى الذي أنشاه المولد حقيقياً أو مزيفاً بمرور الوقت لتحسن المولد في خداع المميز مما يؤدي إلى إنتاج محتويات مزيفة أكثر دقة .

تقوم الشبكات التوليدية بتكرار عملية التدريب هذه آلاف المرات مما يؤدي في النهاية إلى تحسين جودة التزييف حتى يصل إلى درجة يصعب معها إكتشاف التلاعب، بالإضافة إلى (GANs) هناك عدة تقنيات للذكاء الاصطناعي تستخدم في توليد التزييف العميق:

* **التعلم المتعمق (Deep Learning):** يتم إستخدام شبكات عصبية معقدة متعددة الطبقات لتحليل الأنماط البيانية مثل تحليل الصور والصوت .

* **التعلم المعزز (Reinforcement Learning):** يستخدم هذا النوع من التعلم لتحسين أداء النموذج من خلال مكافأة الشبكة العصبية عند إنتاج محتوى ناجح .

* **تحليل البيانات الكبيرة (Big Data Analytics):** يعتمد التزييف العميق على تحليل كميات ضخمة من البيانات بما في ذلك صور ومقاطع فيديو وسجلات صوتية لإستخراج الأنماط الضرورية للتزييف. (فرجاني ، 2024 ، صفحة 92)

ومع تطور هذه الأسس التقنية برزت مجموعة من **الخصائص المميزة لتقنية التزييف العميق** والتي ساهمت بشكل مباشر في سرعة إنتشارها وتعقيد تأثيرها على المشهد الإعلامي، إذ لم تعد التقنية تقتصر على مجرد التلاعب السطحي بالمحتوى، بل أصبحت أداة قادرة على خلق واقع بديل يصعب تمييزه عن الحقيقي ومن أبرز هذه الخصائص:

■ **الواقعية العالية:** تعتمد تقنية التزييف العميق على شبكات الخصومة التوليدية (GANs) ، التي تقوم على تنافس بين خوارزميتين: إحداهما تنتج محتوى مزيفاً، والأخرى تحاول كشفه ،هذا التفاعل المتواصل يُحسن من جودة الفيديوهات المنتجة لتبدو واقعية للغاية إلى درجة يصعب معها التمييز بين الحقيقي والمزيف سواء بالعين المجردة أو عبر أنظمة الكشف التقنية.

- **التحسين المستمر:** يتم تطوير تقنية الديب فيك بشكل مستمر مما يزيد من دقتها وواقعيتها، حيث يستخدم الذكاء الاصطناعي الخوارزميات والبيانات التي تمت برمجتها فيه والتي يقوم بإستخدامها في إتخاذ القرارات والتنبؤات المستقبلية ومن هذه الخوارزميات يتعلم الذكاء الاصطناعي إيجاد حلول للمشكلات والقرارات التي يتعامل معها. (ابو العلا، 2022، صفحة 489)
- **التعلم والتطور الذاتي:** إذ تستند النماذج المعتمدة على خوارزميات التعلم العميق إلى قدرات التعلم الذاتي، مما يؤدي إلى تحسين وتطوير النتائج بمرور الوقت. (الشمري ح.، 2021، صفحة 732)
- **سهولة الإستخدام وتوفر الأدوات:** فقد ساهم توفر تطبيقات مفتوحة المصدر في إتاحة التقنية لغير المتخصصين مما ضاعف من إستخدامها وإنتشارها. (ابو العلا، 2022، صفحة 497)
- **الإنتشار الفيروسي وصعوبة الكشف اليدوي:** فالطبيعة الجذابة والمثيرة للمحتوى المزيف تجعله سريع الإنتشار، في حين تزداد صعوبة تمييزه من دون أدوات كشف متخصصة. (جابر ا.، 2023، صفحة 325)

ثانيا: أدوات وتقنيات التزييف العميق (Deepfake):

تعتمد تقنية التزييف العميق Deepfake على الذكاء الاصطناعي AI لخلق أو تعديل المحتوى المرئي والصوتي بشكل يثير الإعجاب والدهشة، حيث إنتشرت بشكل واسع في عدة مجالات خصوصًا في الإعلام وأصبحت التطبيقات المستخدمة فيها أداة قوية لتحسين الإنتاج الإعلامي ومع ذلك، تثير هذه التطبيقات تحديات أخلاقية ومهنية تتعلق بالمصداقية والأمان نذكر منها:

❖ **FakeApp** : "تطبيق التزييف" من أوائل تطبيقات التزييف العميق التي إنتشرت على الإنترنت متخصص في إنشاء مقاطع فيديو مزيفة باستخدام تقنية Deepfake حيث يعتمد على الذكاء الاصطناعي لتبديل وجوه الأشخاص في الفيديوهات بطريقة واقعية جدًا.

❖ **Face App** : "تطبيق الوجه" هو تطبيق شهير يسمح للمستخدمين بتحرير الصور (تغيير ملامح الوجه إضافة تأثيرات عمرية تغيير تسريحات الشعر، تحسين جودة الصور) باستخدام AI و يوفر مجموعة متنوعة من التأثيرات و الخلفيات التي يمكنك إستخدامها لتغيير المظهر.

❖ **Zao**: هو تطبيق حديث صيني شهير يستخدم تقنيات التزييف العميق (Deepfake) العميق لتبديل الوجوه في الفيديوهات بسهولة.

❖ **Reface**: "إعادة تهيئة الوجه" هو أحد أشهر تطبيقات DeepFake في العالم، يستخدم لتبديل الوجوه في الصور Gif باستخدام AI ومقاطع الفيديو بطريقة واقعية ومبتكرة، مما يسمح للمستخدمين بدمج وجوههم مع شخصيات مشهورة أو مشاهد سينمائية.

❖ **Speak pic** : "تحدث الصورة" يتيح للمستخدمين جعل صورههم تتحدث باستخدام الذكاء الاصطناعي عن طريق تسجيل أو كتابة أي نص و سيقوم البرنامج بترديد ما تقول.

❖ **FaceSwap** : "تبديل الوجه" تطبيق يسمح بتغيير وجوه الأشخاص في الصور أو مقاطع الفيديو مع شخصيات أخرى بطريقة واقعية (جودة الدمج والتحكم في تفاصيل الوجه). (قادم و لصوان، 2024، صفحة 516)

ثالثاً: أنواع التزييف العميق (Deepfake): من التلاعب البصري إلى التحريف الصوتي والنصي:

مع تطور تقنيات التزييف العميق، لم يعد التلاعب بالمحتوى يقتصر على تغيير الصور فقط بل إمتد ليشمل الصوت والفيديو، مما أتاح إمكانيات غير مسبوقة في إعادة تشكيل الواقع، هذه التقنية لا تعمل بأسلوب واحد بل تتفرع إلى أنواع متعددة، لكل منها تأثيره الخاص على الإدراك العام سواء من خلال محاكاة الوجوه أو التلاعب بالصوت، أو إنشاء مشاهد مرئية مزيفة تبدو وكأنها حقيقية تماماً تتمثل في :

أولاً- المحتوى المرئي: يشير إلى توظيف تقنية التزييف العميق في إنتاج الصور ومقاطع الفيديو المزيفة وذلك عبر:

أ. **تبديل الوجه باستخدام خوارزميات التشفير وفك التشفير (E/D Algorithms)** لتكوين الخريطة الرقمية (**Digital Map**) لوجه شخص معين على وجه شخص آخر يتم ذلك باستخدام خوارزميات لدراسة آلاف الصور لملامح وجهين مختلفين لتحديد أوجه التشابه والاختلاف وإختصارها إلى ميزات مشتركة وضغطها، يتم تدريب خوارزمية ذكاء إصطناعي تُسمى بخوارزمية فك التشفير (**Decoder**) على كيفية إستعادة الوجه من الصور المضغوطة. (بوسجرة، 2023، صفحة 31)، عند التعامل مع وجهين مختلفين تتم برمجية خوارزمية التشفير (**Encoder**) وجه الشخص الثاني ولتبدل الوجهين يتم تزويد تعليمات فك التشفير (**Decoder**) ببيانات الصور المشفرة الخاصة بالوجه الآخر. (آل نيهان، 2021، صفحة 10)

ب. **التلاعب بالوجه** مثل تعديل تعابير كمزمنة الشفاه باستخدام الشبكات التوليدية التنافسية تستخدم هذه الطريقة خوارزميتين للذكاء الإصطناعي حيث تعمل خوارزميات التزييف العميق عبر مرحلتين أساسيتين: الأولى تُعرف بـ خوارزمية التوليد (**Generator**) ، حيث يتم إنشاء صورة جديدة بناءً على بيانات تدريبية بعدها تأتي خوارزمية التمييز (**Discriminator**) ، التي تقارن الصورة المصطنعة بالصور الحقيقية وتحدد مدى واقعيته، مع كل دورة تدريبية يتحسن النموذج ليصبح التزييف أكثر إتقاناً. (بوسجرة، 2023، صفحة 31)

ثانياً- **المحتوى الصوتي** : ويقصد به وبشكل رئيسي تركيب الصوت وتعديله إما عن طريق إنشاء ملف صوتي يتضمن حديثاً مزيفاً بنفس صوت الشخص لكنه لم يقله في الحقيقة أو عن طريق التحكم بنبرة صوت الشخص لإظهار شعور أو سلوك غير حقيقي. (بوسجرة، 2023، صفحة 31) ، كما تسمح بعض مواقع تركيب

الصوت (الكلام) مثل موقع **Modulate.ai** للمستخدمين بإختيار صوت شخص من أي عمر وجنس بدلا من محاكاة هدف معين. (غديري، 2021، صفحة 126)

ثالثا- المحتوى النصي: يتضمن التزييف العميق النصي إستخدام الذكاء الاصطناعي لإنشاء نصوص مزيفة مقنعة من خلال إنشاء مقالات وأخبار واقعية أو حتى تقليد أسلوب الكتابة في رسائل البريد الإلكتروني والرسائل. حيث يقوم الذكاء الاصطناعي بتحليل مجموعة بيانات كبيرة من النصوص ليتعلم ويقلد طريقة كتابة الشخص أو حديثه وعلى الرغم من أن هذا يمكن أن يكون مفيداً في أتمتة إنشاء المحتوى، إلا أنه يحمل مخاطر كبيرة، حيث من الممكن استخدام التزييف العميق النصي لنشر معلومات كاذبة أو خداع الأفراد ليعتقدوا أنهم يتواصلون مع شخص يثقون به مما قد يسبب أضراراً كبيرة. (AI.دليل، 2025)

رابعاً: التزييف العميق (Deepfake) تحت المجهر: "تقنيات الكشف و أدوات التحليل الرقمي"

تعتمد أدوات كشف التزييف العميق على خوارزميات تصنيف متقدمة يتم تدريبها على مجموعات ضخمة من البيانات الصوتية والبصرية، تشمل عينات حقيقية وأخرى مزيفة وتستند هذه الخوارزميات إلى تحليل "الآثار الرقمية"، حيث تعرف هذه الأخيرة بأنها "البصمات الفريدة في المحتوى الرقمي التي تساعد في التمييز بين المحتوى الأصلي والمزيف بدقة عالية". (مجمع التحقق العربي، 2025) ومن أبرز الأدوات التي يمكن إستخدامها للكشف عن التزييف العميق بإستخدام الذكاء الاصطناعي نجد :

- **Esemble AI- Deepfake detector (كاشف التزييف العميق):** تعتمد هذه الأداة على نموذج متطور مصمم لإكتشاف التزييف في الصوت والصورة والفيديو في الوقت الفعلي، حيث يعمل عبر مختلف أنواع الوسائط من خلال تحليل الفيديو أو التسجيل الصوتي إطاراً بإطار، ما يتيح الكشف عن أي محتوى تم إنشاؤه أو تعديله بإستخدام تقنيات التزييف العميق وإبلاغ الباحث أو المستخدم بذلك.
- **Attestiv Video (التحقق من مصداقية الصور ومقاطع الفيديو):** يستخدم هذا التطبيق تقنية الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة؛ للكشف عن التلاعب أو العناصر الاصطناعية داخل الوسائط البصرية.
- **BioID (تقنيات التحقق من الهوية):** تعتمد هذه الأداة على خوارزميات الذكاء الاصطناعي؛ لتحليل المحتوى البصري وتحديد ما إذا كانت الصورة أو الفيديو تحتوي على وجه تم إنشاؤه أو تعديله بواسطة الذكاء الاصطناعي أو إذا كانت صورة أصلية.
- **Deepware (البرمجيات العميقة):** يقوم هذا التطبيق على كشف الفيديوهات المنتجة بإستخدام التزييف العميق عبر تحليل مقاطع الفيديوهات المشتبه بها والكشف عما قد يتخللها من عناصر تلاعب.

ومع ذلك لا تزال التكنولوجيا المستخدمة في الكشف عن المحتوى المزيف غير قادرة على توفير تأكيد كافٍ، مما يخلق الحاجة إلى خلق منهج تحقق هجين يتنوع بين طرق وأدوات التحقق اليدوي بإستخدام الملاحظة والتحقق اليدوي وتحليل السياق ومراقبة الأنماط، وبين إستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التي تكشف عن تقنيات وآثار التزييف العميق في المحتوى للوصول إلى نتائج يعول عليها. (مجمع التحقق العربي، 2025)

خلاصة:

تأسيساً لما سبق نجد أن تقنية التزييف العميق تعد امتداداً تاريخياً لتطور أدوات وتقنيات التلاعب بالمحتوى البصري والصوتي وحتى النصي ، إذ انطلق من ممارسات تقليدية بسيطة كالمونتاج والتعديل الرقمي ، ليلج ذروته مع ظهور تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي، وبالأخص "الشبكات الخصومية التوليدية (GANs)" التي أحدثت تحولاً جذرياً في قدرة الأفراد والأنظمة على إنشاء محتوى مزيف يصعب تمييزه عن الحقيقي .

هذا التطور السريع قد ساهم في تنوع أدوات التزييف، التي باتت متاحة على نطاق واسع من خلال المصادر المفتوحة لتزييف الوجوه وتقليد الأصوات، كما تنوعت أشكال التزييف العميق لتشمل تزييف الصور والفيديوهات وإنشاء تصريحات صوتية مزيفة، وخلق مشاهد وهمية لأحداث لم تقع وأفعال لم تفتعل أصلاً، وفي المقابل نجد أن المؤسسات البحثية والشركات التقنية تسعى دائماً لتطوير أدوات وتقنيات مضادة لكشف هذا النوع من التلاعب، بالإعتماد على الخوارزميات الذكية وأدوات الكشف المتخصصة، إلا أن هذا المسعى يظل في سباق دائم مع تطور قدرات تقنية التزييف العميق ، مما يعزز الحاجة إلى وعي تقني وأخلاقي متجدد لمواكبة التطورات و لمواجهة المخاطر المحتملة.

الفصل الثالث:

الأخلاقيات و المهنيّة الإعلامية

أولاً: القواعد والمبادئ التي تحكم العمل الإعلامي

ثانياً: المعايير والمهارات المطلوبة للإعلامي في عصر التكنولوجيا

ثالثاً: بوصلة أخلاقية للتحكم في تطور الذكاء الاصطناعي وتقنياته في الإعلام

رابعاً: مراجعة مصادر أخلاقيات الإعلام وتجديد معاييرها في ظل التحولات الرقمية

تمهيد :

في ظل التطورات المتسارعة التي يشهدها مجال الإعلام والاتصال، أصبح الالتزام بالأخلاقيات والمهنية الإعلامية ضرورة ملحة لضمان مصداقية المحتوى الإعلامي وثقة الجمهور، إذ تقوم الممارسة الإعلامية على مجموعة من المبادئ والقواعد التي تحدد أسس النزاهة، الموضوعية والاستقلالية، وتشكل إطاراً يحكم سلوك الإعلاميين ويضمن احترام القيم الأخلاقية ومع بروز التكنولوجيا الرقمية تغيرت طبيعة العمل الإعلامي، مما فرض على الإعلاميين تطوير مهارات جديدة تتناسب مع البيئة الإعلامية الحديثة مثل التحقق من المعلومات و التعامل مع المحتوى الرقمي، والتكيف مع التقنيات الحديثة، وفي هذا السياق يتناول هذا المحور المبادئ والقواعد التي تحكم العمل الإعلامي، إلى جانب المعايير والمهارات التي ينبغي أن يتحلى بها الإعلاميون في عصر التكنولوجيا، حيث باتت الحاجة ملحة إلى بوصلة أخلاقية تواكب تطور تقنية التزييف العميق، من خلال مراجعة مصادر أخلاقيات الإعلام وتحديد معاييرها بما يتماشى مع التحولات الرقمية المتسارعة.

أولاً: المبادئ والقواعد التي تحكم العمل الإعلامي:

تتطلب الممارسة الإعلامية إلزاماً صارماً بالمبادئ المهنية والأخلاقية، إذ تعد الدقة والمصداقية والموضوعية ركائز أساسية لضمان جودة المحتوى الإعلامي وتعزيز ثقة الجمهور ومن هذا المنطلق تقوم الممارسة الصحفية على مجموعة من المبادئ التي تحكم سير العمل الإعلامي والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

– **الدقة و المصداقية والموضوعية :** تتطلب كل الكتابات تحري الدقة والتأكد من صحة المحتوى المقدم لضمان كسب ثقة القارئ وتعزيز مصداقية الطرح لأن ثقة الجمهور سواء كان قارئاً أو مستخدماً للإعلام الرقمي، كما تعد الركيزة الأساسية للصحافة الإلكترونية الجديرة بمكانتها.

إن الإلتزام بالموضوعية في صياغة الأخبار يُمثل سمةً مميزةً للصحفي المحترف، (صولي، 2023، صفحة 403)، حيث حدد الباحث الأمريكي المتخصص في الإتصال الجماهيري **Leon Sigal** بعض النقاط التي يرى أن الإلتزام بها يحقق معنى الموضوعية وهي:



الشكل (1): يوضح كيفية تحقيق معنى الموضوعية

المصدر: إعداد الطالبة إستنادا الى (الدبيسي، 2011، صفحة 11)

إن الالتزام بالدقة والموثوقية ليس مجرد مطلب مهني، بل هو مبدأ جوهري لا يقبل التهاون، لأن الصحة والمصداقية تمثلان أساس الثقة بين الصحفي وجمهوره ولا مجال لتبرير أي إنحراف عنهما.

- **عدم الإنحياز:** تتطلب الممارسة المهنية الكتابة بموضوعية تامة مع تجنب التأثر بالعواطف والذاتية وذلك حفاظاً على نزاهة المهنة وضمان حرية الممارسة في إطار النصوص القانونية المنظمة للقطاع.

- **المحافظة على حقوق الآخرين:** يجب الحفاظ على حقوق الآخرين وعدم التعدي أو تجاوز حرياتهم في كشف أسرارهم ما لم تكن قضية تعني المجتمع كالجرائم ، وأيضاً تحري كتابة القصة الخبرية بإنصاف في نقل شهادات وأقوال الأطراف المستجوبة ناهيك عن معالجتها بكل حيادية تامة من أجل الحفاظ على مصداقية الكيان الذي يشتغل فيه الصحفي. (صولي، 2023، صفحة 409)

- **المسؤولية :** وتعني إلتزام المصداقية والموضوعية والحياد فيما تكتب لتكسب ثقة الرأي العام.

- **حرية الإعلام والصحافة:** وذلك بالدفاع عنها (فلا تقلل من شأن مهنتك ولا تصفها بالسوء عطفاً على تعامل وسلوكيات بعض الأفراد ممن يعملون بها).

- **الإستقلالية:** يعدّ الحفاظ على الكرامة وتأدية الأمانة بموضوعية والتجرد ضرورة لا غنى عنها، إذ أن الصحفي والإعلامي في البيئة الرقمية يحمل رسالة جوهرية تقوم على تنوير الرأي العام وتثقيف المجتمع، كما أن الإعلام ليس أداة لتلميع صورة البعض أو للنيل من الآخرين، بل هو مساحة لنقل الحقيقة بموضوعية ومسؤولية. (علي الطائي، 2021، صفحة 225)

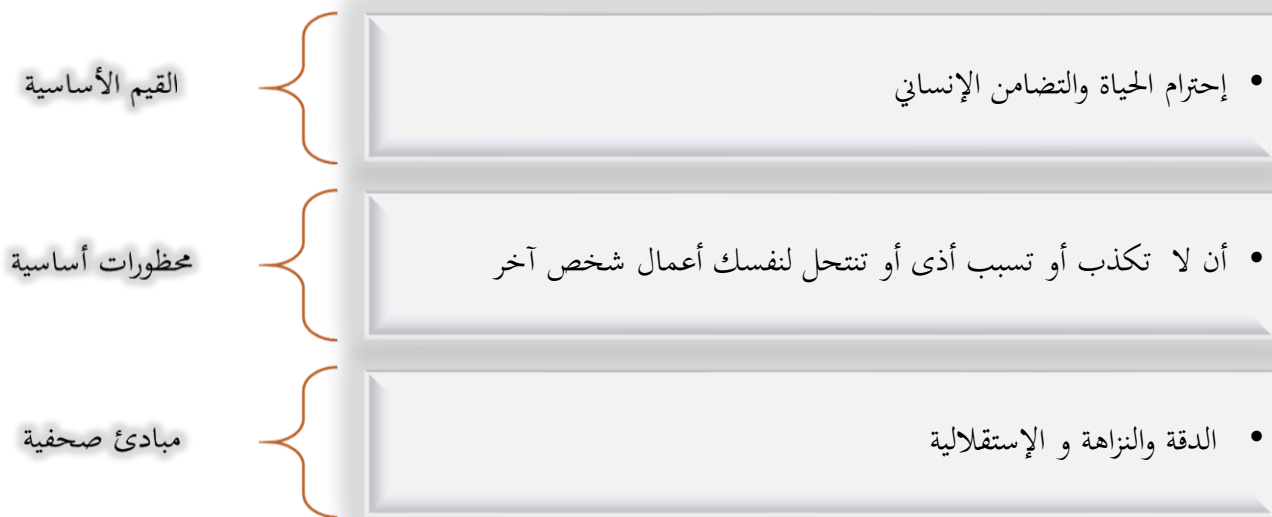
- **الوضوح وعدم الغش:** عدم غش الرأي العام بإستخدام الإمكانيات التكنولوجية والتقنية من أجل وضع صور لوقائع ما مع أخبار وقائع أخرى او ممارسة الخدع البصرية أو إبتداع مكالمات هاتفية على الهواء مباشرة من لإيهام المشاهدين أنها من المتابعين (اسماعيل ا.، 2014، صفحة 247)

- **النزاهة:** عدم قبول الإعلامي رشاي من أي نوع سواء كانت في شكل هدايا عينية أو شيكات بنكية أو عضوية لجان بمكافآت مالية أو قبول رحلات مجانية من أجل ضمان العدالة والشفافية وعدم التحيز والتلاعب أثناء التغطية الإعلامية.

- **إحترام الحقوق الفكرية:** للتأليف والتحرير والإنتاج والتقديم للأعمال والبرامج والفعاليات الإعلامية المرئية والمسموعة والإلكترونية التي تعود للغير فلا يجوز إنتحال أو إستنساخ هذه الأعمال جزئياً أو كلياً دون ترخيص أو إذن رسمي أو إشارة واضحة لمصادرها الأصلية. (اسماعيل ا.، 2014، الصفحات 249-250)

- **التوازن:** و يعني إفساح المجال لأصحاب الآراء ووجهات النظر المختلفة ليكونوا في دائرة الضوء، وليس فقط اثنين من المتخاصمين أو وجهتي نظر، وهو ما يصور الأمر على أن هناك إختيارين فقط، بينما هناك الكثير من الإحتمالات والآراء والحلول، ويشير آخرون إلى الدور المنوط بالمؤسسة الإعلامية في قدرتها على التعبير عن وظيفتها الرقابية والتعبير عن الرأي العام والتوازن بين صياغة الرأي العام والتعبير عنه لكن مبدأ التوازن هذا كثيراً ما يجري تطبيقه بصورة زائفة وشكلية. (الهويدي، 2022، صفحة 19)

و في سياق تعزيز هذه المبادئ في الممارسة الإعلامية الرقمية، نشرت **الجمعية الأمريكية** لناشري الأخبار في ماي 2011 دليلاً خاصاً بأفضل الممارسات للصحفيين على الشبكات الإجتماعية الرقمية ومختلف الفضاءات الإعلامية الإلكترونية حيث يوصي هذا الدليل الصحفيين العاملين في البيئة الإعلامية الرقمية بالتقيد بالقواعد المهنية ذاتها المتبعة في الصحافة التقليدية، إنطلاقاً من القاعدة الأساسية التالية: "لا ينبغي أن يكتب الصحفي شيئاً لا يمكن نشره في الصفحة الأولى من صحيفته، أو قد يسبب له إحراجاً شخصياً أو مهنيّاً، أو يسيء إلى سمعة مؤسسته الإعلامية". (صولي، 2023، صفحة 407) وفي نفس السياق يقول **Claude- Jean Bertrand** أستاذ القواعد الأخلاقية في معهد الصحافة الفرنسي في جامعة باريس إن القواعد الأخلاقية تشمل على ثلاثة عناصر أساسية:



الشكل(2): يوضح عناصر القواعد الاخلاقية

المصدر: إعداد الطالبة إستنادا إلى (الدبيسي، 2011، صفحة 10)

ويركز الدليل على مجموعة من القواعد التي يجب أن يلتزم بها الصحفي الإلكتروني المحترف والتي تتجلى في:

- كل ما يتم كتابته ونشره يعد بمثابة الشأن العمومي الذي يتعين على صاحبه تحمل كامل مسؤولياته.
- تصحيح الأخطاء بسرعة وحتمية العمل بكل شفافية في وسائط الإعلام الرقمي.
- التعريف بهوية الصحفيين الإلكترونيين يزيد من المصداقية لدى الجمهور.
- يجب الإحتراز من تضارب المصالح.
- القواعد التقليدية لأخلاقيات وأدبيات المهنة تطبق أيضا على شبكات التواصل الإجتماعي ومختلف وسائط الإعلام الرقمي (صولي، 2023، صفحة 407).

إضافة إلى الإلتزام بالمبادئ المهنية وأخلاقيات المهنة، يتحتم على الصحفي الإلكتروني التحلي بشعور عميق بالمسؤولية الإجتماعية، والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية: (بوجفجوف، 2023، صفحة 115)

- أن يدرك الصحفي أن أي إلتزام عدا خدمة الجمهور من شأنه إضعاف الثقة والمصداقية.

- أن يسعى وبإصرار للحصول على الحقيقة وتقديم الأخبار بدقة وفي سياقها وعلى أكمل وجه دون تشويه مع إجتناّب تضارب المصالح.
 - عدم التلاعب بالصور والأصوات وإعلام الجمهور إن سبق عرضها.
 - إعداد تقارير تحليلية مبنية على فهم مهني وليس على إنحياز شخصي.
 - التعريف بمصادر المعلومات كلما أمكن ذلك ويمكن إستخدام المصادر السرية فقط عندما يكون جمع أو نقل المعلومات المهمة في المصلحة العامة أو عندما يؤدي جمع أو نقل المعلومات المهمة إلى إلحاق الأذى بمصدرها وفي هذه الحالة يجب عليه الإلتزام بحماية المصدر السري.
 - أن يستخدم الأدوات التقنية بمهارة وتفكير متجنباً التقنيات التي تشوه الحقائق وتزوير الواقع مع الإشارة إلى الرأي والتعليق.
 - مقاومة أية مصلحة شخصية أو ضغط من الزملاء يمكن أن يؤثر على الواجب الصحفي وخدمة الجمهور حتى لو كان مالك المؤسسة لأن هذا من حقوق حرية الصحافة. (بوجفجوف، 2023، صفحة 116)
- كما أن التحلي بالمسؤولية الإجتماعية لا يقتصر فقط على تقديم محتوى مهني وأخلاقي، بل يمتد أيضاً إلى الإلتزام بالضوابط القانونية والتنظيمية التي تحكم الصحافة الإلكترونية في البلاد، وفي هذا السياق كرس المرسوم التنفيذي الجزائري 20-332 هذه المسؤولية من خلال التأكيد على ضرورة نشر المحتوى الإعلامي بإحدى اللغتين الوطنيتين بإعتباره حقاً دستورياً، إلى جانب إشراك الجمهور في العملية الإعلامية عبر التفاعل والمساهمة في المحتوى والردود مما يعكس طبيعة الإعلام الرقمي القائم على التشاركية وسهولة الولوج إلى المنصات الإلكترونية" وهذا تبعا لخصائصه التقنية ومن بين المسؤوليات نجد :
1. **مسؤولية حماية المعطيات الحساسة:** لم يغفل المشرع الجزائري جانب الحماية الشخصية للجمهور من أي كشف أو إبراز للمعطيات حيث أكدت المادة 15 على ضرورة حماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، خصوصا إذا علمنا أن الوسيط الإلكتروني عرضة لعمليات القرصنة التي قد
- تضر الجمهور والمؤسسة الإعلامية معا. (بركاتي، 2023، صفحة 168)، إضافة إلى إقرار قانون 09-04 المتعلق بمكافحة الجرائم المتعلقة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال والمعلوماتية التي تسمح بعمليات يوظفها القضاء بتفتيش المعطيات الخاصة وعمليات الرقابة البعيدة والقبلية للأشخاص الطبيعيين، كما أكدت المادة 13 على

ضرورة أن يسهر صاحب الإعلام الإلكتروني على "محاربة أي محتوى مضلل ونبذ خطابات الكراهية والعنف مع ضرورة إخطار الجهات المعنية بأي تجاوز كجزء من المسؤولية والحفاظ على الجمهور من أي خداع أو تضليل

2. حق الجمهور في المساءلة الإعلامية : كفلت المادة 36 منه " الحق في الرد والتصحيح لأي شخص طبيعي أو معنوي "وفق ما أقره القانون العضوي للإعلام في مادتيه 100 و 101 مع إلزام مسؤول الإعلام الإلكتروني وفق المادة 39 بنشره وفي المكان نفسه.

ويتشكل حول مبدأ المسؤولية الاجتماعية عدة مفاصل في ظل الممارسة المهنية سواء تعلق بالجمهور أو صاحب الإعلام الإلكتروني، وبروز جنح القذف والسب والشتم التي تتيحها خاصية المشاركة وإبداء الرأي في المواقع الإلكترونية، ما يؤسس للجزاء والعقاب، ويؤسس قانون الإجراءات وقانون العقوبات وفق المادة 303 مكرر و 303 مكرر 1 والتي تقضي بالغرامة والحبس في الحالتين كما يؤسس هذا المبدأ على إشكالية الجرائم المتصلة بقلّة الوسائل التي يمكن على إثرها تتبع الجريمة العابرة للنت من خلال سهولة مسحها أو محو آثارها، ما يعني غياب ركن هام من أركان الجريمة وهو الدعامة الإلكترونية. (بركاتي، 2023، صفحة 169).

ثانيا: متطلبات الإعلامي في عصر التكنولوجيا الرقمية: "المهارات والمعايير المهنية "

في عصر التكنولوجيا لم يعد دور الإعلامي يقتصر على نقل الأخبار، بل أصبح يتطلب مهارات متقدمة لمواكبة التطورات الرقمية بما يتلاءم مع المتطلبات الجديدة لهذا العصر وعلى وجه الخصوص هناك مهارات أساسية يجب على كل إعلامي التمكن منها لينجح في مجاله نوجزها في النقاط التالية:

- **السرعة في الأداء:** أي رفع الكفاءة المهنية في التجاوب السريع مع الحدث ويعني قدرة الإعلامي الرقمي على جمع المعلومات ونشرها بسرعة مع الحفاظ على الدقة، وإدارة الأدوات الرقمية بكفاءة والتفاعل الفوري مع الجمهور، إلى جانب التكيف المستمر مع المستجدات لضمان تنافسية المحتوى.

- القدرة على تنقيح المعلومات وتحليلها وإختبارها وتحديد غير الموثوق به منها .

- **تعدد المهام التي يقوم بها:** أي قدرته على أداء عدة وظائف في آن واحد بكفاءة (جمع المعلومات، التحرير الفوري، إدارة منصات النشر، إنتاج المحتوى في الوسائط المختلفة) (جدي، 2019، صفحة 160)

- **مهارات التحرير الإلكتروني:** يعرف التحرير الإلكتروني (الكتابة الرقمية) بأنه التحرير الذي يتم على إحدى شاشات الكمبيوتر حيث يجلس المحرر أمامه ليقوم بالتصويب وتعديل المادة الإعلامية المعروضة والمخزنة داخل الجهاز حيث تشمل هذه المهارات (الكتابة، التصحيح، التدقيق النحوي والإملائي، رسم الجداول التزود بالرسومات) وبفيد التحرير الإلكتروني في سرعة الإنجاز المطلوبة في السبق وسرعة النشر.

- في العصر الرقمي لم يعد دور الصحفي يقتصر على الكتابة، بل يتطلب إتقان التحرير الرقمي وتوظيف النص الفائق، وإختيار الوسائط المناسبة، كما يجب أن يجيد استخدام أنظمة إدارة المحتوى (CMS) لمتابعة النشر والتفاعل مع الجمهور (جدي، 2019، صفحة 161)

- القدرة على إبتكار أساليب جديدة لمعالجة القضايا والموضوعات المختلفة.

- التعامل بإحترافية مع الحاسب والإنترنت والبريد الإلكتروني ومختلف الوسائط الرقمية.

- القدرة على استخدام البرامج الإحصائية في معالجة بيانات البحوث والدراسات المتحصل عليها .

- القدرة على تحليل المتغيرات الخاصة ببيئة العمل الإعلامي الرقمي. (اسماعيل .، 2014، صفحة 255)

- **مهارات البحث الرقمي:** لم تعد المكتبات والأرشيفات الورقية المصدر الوحيد للمعلومات أصبحت الإنترنت مستودعاً عظيماً للمعطيات التي يمكن للصحفيين إستغلالها لذا يتوجب على المحررين تطوير مهارات البحث الإلكتروني ليس فقط عبر محركات البحث الشهيرة كجوجل، ولكن أيضاً في قواعد البيانات المتخصصة، المنتديات الإلكترونية، والمكتبات الرقمية و القدرة على إستخدام علامات التنصيص والكلمات المفتاحية بشكل فعال ستمكن المحرر من الوصول للمعلومة الصحيحة في وقت قياسي.

- **معرفة أساسيات SEO "تحسين محركات البحث"** : يجب أن يكون المحررون الصحفيون على دراية بهذه الأساسيات ، وذلك يشمل إستخدام الكلمات المفتاحية بكفاءة و العمل على جودة المحتوى وتقديم قيمة حقيقية للقراء، بالإضافة إلى إستيعاب كيفية عمل خوارزميات محركات البحث، هذه المهارة ضرورية لضمان وصول مقالاتهم إلى أكبر عدد ممكن من القراء.

- **العمل مع البيانات الكبيرة وتحليلها:** في عالم اليوم يمكن للبيانات أن تروي قصصاً هامة يجب على القائم بالإتصال تعلم كيفية العثور على البيانات الكبيرة تحليلها، وتحويلها إلى قصص تستطيع جذب القارئ العادي سواء كان ذلك من خلال إستخدام برامج تحليل البيانات، تعلم لغات البرمجة المناسبة أو فهم الإحصاءات، فإن التعامل مع البيانات أصبح مهارة لا غنى عنها للمحرر العصري. (شبكة محوري الشرق الأوسط وشمال افريقيا، 2024)

- **تكوين شبكة كبيرة وواسعة من المصادر:** يقول خبير في تدريب الكوادر الإعلامية أن "التواضع" هو سر كسب المزيد من العلاقات، أن تكون إجتماعياً وتنخرط وسط التكتلات والتجمعات الصحفية أمر مهم كذلك حضور المؤتمرات والندوات التي ستأتي بثمارها على مدار مسيرتك المهنية متابعة هذه العلاقات عبر حساباتهم على شبكات التواصل الإجتماعي ورصد ما يدور من حولهم يوسّع من أفق الصحفي لمعرفة بيئات صحفية أخرى، كما أنه من المهم أن يكون لديه الخبرة في التعامل مع الأشخاص بإختلاف إيدولوجياتهم وأرائهم.

- **التدريبات والدورات:** يخطئ بعض الصحفيين حينما يظنون أنهم ليسو بحاجة إلى التدريب لتحسين آدائهم فعالم التكنولوجيا والصحافة كل يوم بجديد، من التطبيقات والأدوات والبرامج، أيضاً معرفة كيفية تقديم محتوى صحفي جديد يفيد القراء.

- مهارة الإطلاع والتصفح: من المهم جدًا أن يكون الصحفي مطلع دائمًا على الصحف والمواقع المنافسة والصحافة الغربية الأجنبية، وأن يكون قارئ جيد لمعرفة الطرق والأدوات الجديدة التي يستخدمونها، فالتطور بالوقت الراهن يأتي من المدارس الأجنبية أمثال بي بي سي، رويترز، الجارديان، وغيرها. (قنديل، 2018)

لكن إمتلاك هذه المهارات وحده لا يكفي لضمان ممارسة إعلامية مسؤولة، فالتكنولوجيا تتيح إمكانيات هائلة لكنها تفرض في الوقت ذاته تحديات أخلاقية ومهنية تتطلب إلتزام الإعلامي بمعايير تضمن النزاهة وعدم الوقوع في فخ التلاعب الرقمي أو التضليل الإعلامي، ومن هنا يصبح الإلتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية أمرًا جوهريًا لتحقيق التوازن بين الكفاءة التقنية والمسؤولية الإعلامية .

وفي هذا السياق، نُشير إلى مجموعة من المعايير المهنية و التي يعرفها بعض الباحثين بأنها: " مجموعة القيم المرتبطة بمهنة الصحافة التي يلتزم بها الصحفيون في إستقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لآرائهم، وهذه المعايير تقوي إحساس الصحفي بمسؤوليته الإجتماعية وترتبط مصداقية الصحافة بمستوى إلتزامها بالحقيقة ويمدى إلتزامها بتحقيق الدقة والنزاهة الموضوعية والتميز الواضح بين الأخبار والدعاية، وإحترام القيم الأخلاقية والمهنية مسؤولية ملقاة على عاتق الصحفيين ووسائل الإتصال" (الهويدي، 2022، صفحة 14)، وهي معايير ينبغي على الإعلامي الإلتزام بها لضمان ممارسة مهنية مسؤولة في عصر الإعلام الرقمي والتي نوجزها في :

- عدم الإخلال بقيمة الصدق والأمانة في رواية الواقع كما هو، فالصحفي ليس ناشطًا ولا مناضلاً في سبيل قضية، وإنما راوٍ يجب أن يتوفر فيه وفي روايته من الصفات ما يضمن تحقق الصفة الأخلاقية في شخصه وفي روايته معًا.

- التيقظ في إستعمال اللغة الصحفية (خاصة المصطلحات والمفاهيم) بحيث يتجنب إستعمال مصطلحات تنطوي على موقف قبلي، كما يتجنب الصمت والتعتيم على جوانب محددة من الواقع من شأنها أن تؤثر في سلامة السرد ودقة الرواية الصحفية، وأن يتجنب الصياغة المختزلة للواقع التي لا تعطي الصورة الكاملة (الخطيب، 2022)

- تفسير الإعلامي للقرارات الأخلاقية التي يتخذها خلال عمله على القصة الصحفية لإشراك الجمهور والمساهمة في تثقيفه بالمعايير المهنية الإعلامية إضافة إلى فتح نقاش عام حول الممارسات المهنية الصحفية مما يساعد الجمهور على الحكم بشكل أفضل على المحتوى الذي يتابعونه.

- يجب على القائم بالإتصال التعامل مع المحتويات التي ينتجها المستخدمون وفق ضوابط أخلاقية واضحة بما يضمن تجنب الوقوع في إنتهاكات مهنية جسيمة، مثل الترويج للأخبار الزائفة أو المضللة ويتطلب ذلك امتلاك القدرة على التحقق من صحة هذه المحتويات قبل إستخدامها، مع الإلتزام بالمبادئ الأساسية للصحافة المهنية، وأبرزها نقل الحقيقة بدقة وعدم الإضرار بالأفراد أو المجتمع، وتحقيق التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة. (خاميسية، 2021)

- محاولة تجنب الإنعكسات السلبية المحتملة للنشر الإلكتروني على دقة الأخبار وتجنب مخاطر إستغلال قواعد البيانات وتحقيق التوازن بين النزاهة المهنية والضغط التجارية.

- يجب على الإعلامي التعامل بحذر ومسؤولية مع التقنيات الحديثة، مثل الطباعة ثلاثية الأبعاد والواقع المعزز، بحيث لا يقع في فخ تقديم واقع غير دقيق، فالتحقق من مدى مطابقة هذه التقنيات للواقع العلمي والتجريبي أمر ضروري لضمان عدم نشر معلومات غير موثوقة، كما يتوجب على الصحفيين تقييم تأثير هذه التقنيات على دقة المحتوى الإعلامي. (مسكين ، 2021)

- يجب على الصحفي في عصر التكنولوجيا الإلتزام بأعلى معايير النزاهة الرقمية، وتجنب التلاعب بالصور والفيديوهات والتعامل بحذر مع الذكاء الإصناعي والصحافة الآلية لضمان تقديم معلومات دقيقة. (علي، 2021، صفحة 12).

ثالثاً: بوصلة أخلاقية للتحكم في تطور تقنية التزييف العميق (Deepfake):

في ظل الاستخدام المتزايد للذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار أصبح من الضروري وجود بوصلة أخلاقية توجه الإعلاميين نحو استخدام هذه التقنيات بمسؤولية، إذ توفر أنظمة الذكاء الاصطناعي بما في ذلك تقنية الديب فايك إمكانيات هائلة في إنتاج الأخبار وتحليل البيانات، لكنه في ذات الوقت يطرح تحديات أخلاقية جديدة، مثل التلاعب بالمحتوى أو إخفاء الحقيقة وهذا يستدعي وضع معايير أخلاقية حاسمة لضمان النزاهة والشفافية في كل مرحلة من مراحل إنتاج الخبر، ولفهم طبيعة هذه التحديات من المهم أولاً التطرق إلى الأسباب والعوامل التي تعمق الأزمة الأخلاقية في البيئة الإعلامية التي باتت تعتمد بشكل متزايد على المحتوى الرقمي المدعوم بتقنية الديب فايك:

- تولد تقنية التزييف العميق في كثير من الأحيان معلومات غير صحيحة أو تحيزات، مما يشكل تحدياً جوهرياً فيما يتعلق بالحقيقة والتضليل.
- يمكن أن تكون نماذج اللغة الإنتاجية مضللة بسبب قدرتها على إنشاء نصوص تبدو موثوقة لكنها قد تكون زائفة أو خادعة.
- تبرز الحاجة إلى التمييز المستمر والواضح بين الإنتاجات البشرية وتلك التي تولدها تقنيات الذكاء الاصطناعي، خاصة تقنية التزييف العميق لتفادي الشكوك وسوء الفهم بشأن مصدر المعلومات.
- كما أن إسناد الصفات البشرية لهذه الأنظمة قد يؤدي إلى إضفاء نوايا أو مسؤوليات أخلاقية خاطئة على الذكاء الاصطناعي (الرغاي، 2025، صفحة 65).

وبناءً على هذه الإشكاليات، بدأت العديد من وسائل الإعلام العالمية في اعتماد موثائق شرف مهنية تُعنى بضبط استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، لا سيما تقنية التزييف العميق، ومن بين المبادئ التي تنص عليها هذه الموثائق نذكر: (الرغاي، 2025، صفحة 67)

- وضع الإنسان في صلب الأولويات.
- تدريب الموظفين على استخدام أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي المختلفة.

- ضمان تخصيص المحتوى بشكل مسؤول عند الإستعانة بهذه التقنيات.
- الإمتناع عن نشر المضامين المنتجة بواسطة التزييف العميق قبل التحقق من صحتها.
- الإلتزام بالمبادئ الأخلاقية المنصوص عليها في القوانين والمدونات المهنية.
- توضيح إستخدام تقنيات التزييف العميق عند توظيفها في إنتاج معين لضمان الشفافية.
- تعزيز الرقابة التحريرية داخل غرف الأخبار.
- التحقق الدقيق من جميع المصادر قبل النشر.
- الإمتناع عن تزويد تقنيات التزييف العميق بمضامين حساسة أو حسرية.

وفي سياق تعزيز هذا الوعي الأخلاقي، يُصبح من الضروري تقوية البنية التكوينية والأخلاقية للعاملين في الحقل الإعلامي ويمكن تلخيص آليات تخليق مهنة الإعلام في عصر كثر فيه التزييف في النقاط التالية:

أ. **تثقيف طلاب الصحافة والإعلام:** وذلك من خلال إدماج مادة الأخلاق الإعلامية (التربية الإعلامية) في المناهج الدراسية، وتنظيم دورات تدريبية تحليلية، وتقديم دراسات حالة واقعية. (صدقة، 2009، صفحة 22)

ب. **تكوين الأطر الصحفية وتدريبها:** يجب أن يتلقى الصحفيون المتدربون تكوينًا أخلاقيًا يُعزز قيم المصلحة العامة على حساب المصالح الشخصية

ج. **ترسيخ ميثاق الشرف الصحفي:** بإعتباره إطار تنظيمي للمهنة بما يتيح من إمكانيات ضبط ذاتي للمهنة وبما يعكسه من إحساس بواجب التحصين أمام تنامي النقائص الأخلاقية التي تؤثر سلباً، ليس فقط على الرسالة الإعلامية وإنما بشكل بارز على الصحفي والمهنة.

د. **تحسين الظروف المهنية:** ومنها رفع مستوى الأجور وتقديم الحوافز المادية، مما يقلل من فرص الانحراف المهني الناتج عن الضغوط الإقتصادية. (كريكط، 2021، صفحة 133)

هـ. **رفع وعي الصحفيين ومسؤولي التحرير:** وتشجيعهم على مقاومة الضغوط والإنزلاقات، سواء من منطلق ذاتي أو إستجابة للنقد الاجتماعي الذي تمارسه مؤسسات المجتمع المدني.

و. تفعيل دور المجتمع المدني: وذلك عبر إنشاء مرصد إعلامية، وتشجيع مشاركة الأكاديميين في تحليل الأداء الإعلامي ورقابة المحتوى من قبل جمعيات كأمهات التلاميذ وغيرهم من الفاعلين المدنيين. (صدقة، 2009، الصفحات 23-24).

ورغم أهمية هذه المواثيق الأخلاقية والإجراءات التكوينية في تأطير العمل الإعلامي إلا أنني، أعتقد أن هذه التدابير تظل غير كافية خاصة في الوطن العربي عند الدول النامية لمواجهة عمق التحديات التي تطرحها تقنيات الذكاء الاصطناعي، وعلى رأسها تقنية التزييف العميق التي إفتحت المشهد الإعلامي بشكل متسارع ومربك إذ لم يعد ممكناً التعاطي مع هذه الظاهرة بمنطق المرافقة الأخلاقية فقط بل بات من الضروري تبني إستراتيجيات متكاملة تشمل الأبعاد التقنية التنظيمية والتعاونية، كخاصية التحديث والتكيف التشريعي أي لابد من سن قوانين حديثة خاصة بالإعلام الإلكتروني يتم تحديثها بشكل مستمر بما يضمن مواكبتها للتطورات المتسارعة في مجال الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته من جهة و الإنخراط في برامج تكوينية دولية متخصصة حول "الذكاء الاصطناعي المسؤول في الإعلام" التي تضمن تحديث المعارف وتعزيز المعايير العالمية في الممارسة من جهة أخرى.

وتأكيداً على أهمية الأخلاق في مجال الذكاء الاصطناعي، تقول غابرييلا راموس نائبة مدير عام اليونسكو للعلوم الاجتماعية والإنسانية: "تلعب البوصلة الأخلاقية دوراً إستثنائياً وجوهرياً في الذكاء الاصطناعي، حيث يعتبر أكثر المجالات حاجة لها كما تُعيد هذه التقنيات متعددة الاستخدامات صياغة حياتنا وتفاعلاتنا وأنماط عملنا، ولا شك في أن العالم يواجه تغيرات جذرية بشكل غير مسبوق منذ إختراع الطباعة قبل ستة قرون، ورغم ما قدمته تقنيات الذكاء الاصطناعي من ميزات ملحوظة، إلا أنها وبدون تأطير أخلاقي صارم قد تعيد خلق التحيزات والتمييزات المتواجدة في عالمنا، وثُفاقم من الإنقسامات وتهدد حقوق الإنسان والحريات الأساسية". (الرغاي، 2025، صفحة 67)

رابعاً: مراجعة مصادر أخلاقيات الإعلام وتجديد معاييرها في ظل التحولات الرقمية:

في ظل الطفرات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها المشهد الإعلامي، لم تعد المواثيق الأخلاقية التقليدية قادرة على مواكبة التحديات الجديدة التي فرضتها تقنيات الذكاء الاصطناعي، خاصة تقنية التزييف العميق، من هنا تبرز الحاجة إلى مراجعة شاملة لمصادر أخلاقيات الإعلام وتجديد معاييرها بما يتلاءم مع متغيرات العصر الرقمي ويضمن ممارسة إعلامية مسؤولة في بيئة مملوءة بالتحويلات التقنية المعقدة.

أ. مصادر الأخلاقيات المهنية في ظل الإعلام الجديد:

تفرض أخلاقيات مهنة الصحافة مجموعة من الشروط والآداب والضوابط التي تستند إلى مصادر متعددة ومتنوعة لتشكل مصفوفة من الأخلاقيات يتم الرجوع إليها في حال ظهور أي مشكل أخلاقي أثناء الممارسات الإعلامية، ومن المصادر المكتوبة لأخلاقيات الصحافة نجد "مواثيق الشرف الإعلامية" والقوانين الإعلامية"

■ **مواثيق الشرف الإعلامية :** تعرف مواثيق الشرف الصحفية على أنها " عبارة عن وثائق تتضمن آداب و أخلاقيات مهنة الصحافة أو قواعد السلوك المهني التي يتعين على الصحفي الالتزام بها و عدم الخروج عليها؛ فقد تأتي هذه القواعد متضمنة ضمن قانون الصحافة نفسه، أو في شكل وثيقة مستقلة يطلق عليها ميثاق الشرف الصحفي". (جعيد، 2018، صفحة 302)، وقد ظهرت أول مرة المواثيق الأخلاقية المتمثل في "الميثاق الأخلاقي" الذي أصدرته رابطة المحررين في ولايات المتحدة الأمريكية عام 1910 ونجد أن معظم الدول ونقابات وإتحادات الصحفيين والمؤسسات الإعلامية والصحفية في العالم قد وضعت دساتير أخلاقية أو مواثيق شرف خاصة بها أو مجموعة إقليمية من الدول تشرح مفهوم الصحافة وأهدافها في المجتمع وتحدد مسؤوليات وواجبات الصحفيين وتنظم عملهم وتوجههم إلى الوسائل الصحيحة في كتابة الأخبار والطرق الشرعية في الحصول عليها. (الخوري، 2004، صفحة 39)

حاول بعض الباحثين المعنيين بشؤون البيئة الإعلامية الرقمية أن يؤسسوا معايير جديدة تواكب التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال و من بين الجهود المبذولة في هذا المجال جهود معهد بوينتر (POYNTER) والتي بدأت منذ عام 1997م تمثلت في عقد مؤتمر عن القيم الأخلاقية في وسائل الإعلام

الجديدة لمساعدة الصحف الإلكترونية في صياغة مبادئ أخلاقية وتكمن أهمية مبادئ الشرف الإعلامية في قدرتها على تنظيم وإنجاح العمل الإعلامي وتوضيح كل من الحقوق والواجبات. (بخيت، 2010، صفحة 494)

■ **القوانين الإعلامية:** يعتبر قانون الإعلام مصدر من المصادر المكتوبة لأخلاقيات الصحافة ويستند إلى مجموعة قواعد قانونية منظمة ليست موجهة جميعها إلى المحكومين بل إن قسما منها موجه للحكام أيضا لأن الإعلام أصبح اليوم سلطة إجتماعية فعالة لا تضاف إلى سلطات الدولة، وإنما هي سلطة ضمن الدولة تؤدي وظائف ذات مصلحة عامة وعلى رأسها المساعدة على التنمية الاقتصادية والاجتماعية. (الخير، 2011، صفحة 16)

ومع ظهور ما يعرف بالصحافة الرقمية ظهرت عدة تحديات أخلاقية تواجه هذا النوع من الصحافة منها إستغلال الإمكانيات التقنية للبيئة الرقمية لتضليل الرأي العام عن طريق إنتاج أخبار زائفة يصعب التحقق منها في هذا السياق أكد الباحث على كرمي على ضرورة وضع مدونة إقليمية عربية تخص الإعلام الرقمي تهدد بها الدول عند وضعها لقوانين إعلامها الإلكتروني الداخلي، ما يفرض فصل الإعلام الإلكتروني عن الإعلام الورقي. (كرمي، 2016)، ولفهم قواعد قانون الإعلام الإلكتروني في عمقها يجب البحث عن حقيقة هذه القواعد وأهدافها ومعانيها ومقاصدها، ليس في متن النص القانوني المنظم لها، بل في المحيط السياسي والإقتصادي والإجتماعي الذي في رحمه نشأت هذه القواعد، ومن ثم الرجوع إلى الشرط السياسي الذي رحمه وضعت هذه القاعدة أو القواعد من أجل إدراك معناها ومقاصدها. (كرمي، علي؛ وآخرون، 2020، صفحة 82)

يسهم ضبط أسس أخلاقيات الصحافة في العصر الرقمي في زيادة مصداقية الصحف الرقمية ويظهر مدى إلزامها بمعايير مهنة الصحافة وأخلاقياتها، كما يسهم في التصدي إلى الأخبار المضللة التي تهدد أمن وإستقرار البلدان ورغم هذا هناك من يعتبرون أن القانون ماهو إلا عبارة عن أداة تمس بحرية التعبير وأنه نوع من أنواع القمع لا غير.

ب. **تجديد معايير و أخلاقيات مهنة الصحافة في ظل البيئة الرقمية:** تثير قضية أخلاقيات العمل الإعلامي في ظل المتغيرات التي أفرزتها البيئة الإعلامية الإلكترونية الجديدة، عدة رؤى متعارضة حول مدى الحاجة لمنظومة أخلاقية جديدة للعمل الإعلامي، ويمكن وضع هذه الرؤى مع تباينها في إطار تصور لفريقين:

الموقف الأول : الصحافة الرقمية بحاجة إلى تجديد معايير وأخلاقيات المهنة يرى الفريق الأول أن البيئة الإعلامية الإلكترونية بحاجة لصياغة منظومة جديدة من الحقوق والواجبات الأخلاقية لمساعدة الإعلاميين أثناء أدائهم لمهنتهم، على أن تتناسب هذه المنظومة مع التحديات التي فرضتها ثورة الإتصال والمعلومات، فالمشكلة من وجهة نظرهم لا تكمن في صلاحية المعايير والأخلاقيات المهنية للتطبيق على وسائل الإتصال الجديدة، بقدر ما تكمن في أن ثورة الإتصال قد جعلت معظم المعايير والأخلاقيات الإعلامية التي تطورت خلال القرن العشرين غير صالحة، إذ تشكل تلك الثورة مناخاً إعلامياً وإتصالياً جديداً يحتاج إلى معايير وأخلاقيات جديدة. (بخيت، 2010، الصفحات 496-497)

في هذا السياق يقول الباحث محمود خضر أن هناك دراسات أجراها كل من آرانت وأندرسون تؤيد الموقف القائل بأن أخلاقيات الإعلام لا تنطبق على الصحف الإلكترونية، فمن خلال نتائج هذه الدراسة أكد 47% من محرري الصحف الإلكترونية أن سرعة الأنترنت قد قللت من إمكانية تطبيق المعايير و الأحكام المهنية الأخلاقية مثل الدقة على الصحف الإلكترونية، حيث يصبح من الصعب التأكد من دقة الحقائق والمعلومات قبل بثها. (خضر، 2015، الصفحات 115-116)

وفي هذا الصدد يشير سيد بخيت، إلى أن من أبرز مبررات هذا الطرح هو أن التأمل في الطبيعة الكونية أو الشمولية للوسائط الجديدة، العاملة ضمن البيئة الإعلامية الإلكترونية، يثير الحاجة إلى التفكير في صياغة ضوابط ومعايير أخلاقية ذات سمات عامة من ناحية الأفكار والصياغة والمتطلبات، نظراً لتغير طبيعة هذه البيئة من فترة لأخرى، وإمكانية تطبيقها على جميع الإعلاميين العاملين في هذه البيئة الجديدة، ولطبيعة الوسيلة نفسها كما أن اندماج الوسائط الإعلامية معاً، يخلق حافزاً جديداً للتفكير في أخلاقيات عمل ناجمة عن طبيعة هذا الاندماج وإمعان النظر في تأثيراته المهنية والأخلاقية سواء على البيئة الإعلامية التقليدية ذاتها، أو على البيئة الإلكترونية (بخيت، 2010، صفحة 498)

الموقف الثاني : الصحافة الرقمية ليست بحاجة إلى تجديد معايير و أخلاقيات المهنة يرى أصحاب هذا الموقف أن أخلاقيات الإعلام الإلكتروني لا تتنافى مع أخلاقيات الإعلام عامة لأن كليهما يحمل الرسالة نفسها، وتتلخص هذه الأخلاقيات عامة في المقاييس والمعايير المهنية كتعزيز فهم الجمهور وثقتهم، وتقوية مبادئ الحرية الصحفية في جمع وتوزيع المعلومات. (بن معزوز، 2024، صفحة 84) ويتبنى هذا الموقف الكثير من محرري

الصحف الرقمية حيث طلب آرانت و أندرسون من محرري الصحف المقارنة بين معايير الممارسة في الصحافة المطبوعة والصحافة الرقمية وأكد معظم المحررين ان أخلاقيات الصحافة واحدة في الصحف المطبوعة والإلكترونية وأن المعايير لا تختلف. (خضر، 2015، صفحة 116)

وفي ذات السياق يرى سمير الحياي رئيس تحرير صحيفة عمون الأردنية الرقمية أن إعداد المجلس الأعلى للإعلام ميثاق شرف خاصا بالصحافة الرقمية لا فائدة ترجى منه ولا يزيد على كونه دعوة مبطنة لفرض نوع من الرقابة والتضييق على الحريات التي يتمتع بها أصحاب المواقع الإلكترونية. (غازي، 2016، صفحة 511)

ومن بين المبررات التي تؤيد هذا الموقف الذي يعتبر ثراء البيئة الرقمية يضاهي قيمة المعايير التي يتم تطبيقها في البيئة التقليدية وهي صعوبة وضع ضوابط محددة وشبه ثابتة لضبط العمل الإعلامي في بيئة متقلبة ومتجددة ومتغيرة بسرعة كبيرة، تجعل وضع أي معيار أو ضابط أخلاقي مهمة صعبة بفعل أن ماهو قابل للتطبيق في هذه اللحظة قد لا يكون مقبولا بعد فترة قصيرة من الزمن، وذلك بسبب التطورات المتسارعة في البيئة الإعلامية الرقمية. (بحيث، 2010، صفحة 499)

وفي السياق ذاته ، يعبر بعض الباحثين عن تأييدهم للموقف الثاني مستندين في ذلك إلى أن أخلاقيات الإعلام هي عامة ولا تختلف من وسيلة إلى أخرى ، كما أن القيم والضوابط الأخلاقية هي واحدة وأنه بغض النظر عن طبيعة البيئة الإعلامية التي يتم تطبيق هذه الضوابط فيها ،وبغض النظر عن جدة أو قدم الوسيلة الإعلامية فما ينبغي أن يلتزم به الإعلامي في البيئة التقليدية يجب أن يلتزم به أيضا في البيئة الإلكترونية . (بن معزوز، 2024، صفحة 85)، ومع تباين الآراء حول مسألة تحديد معايير وأخلاقيات مهنة الصحافة في ظل البيئة الرقمية، يذهب المعز بن مسعود أستاذ الإعلام والاتصال بجامعة قطر والجامعة التونسية إلى تأييد الموقف الأول، حيث يرى أن الضوابط القانونية و الأخلاقية التي توفرها الصحافة التقليدية وتستمد منها الصحافة الرقمية أسس تقنيها وتنظيمها ،تبقى غير كافية في ظل وجود عديد الفراغات التشريعية مما يطرح حاجة ملحة إلى إصدار تشريعات جديدة خاصة بالإعلام الجديد. (مجموعة من الباحثين، 2020، صفحة 199)

في ضوء ما تم عرضه من مواقف ورؤى متباعدة بشأن تحديد معايير وأخلاقيات مهنة الصحافة في ظل البيئة الرقمية، أميل إلى تبني موقف وسطي يرى أن البيئة الرقمية لا تستدعي إلغاء المنظومة الأخلاقية التقليدية، بقدر ما تفرض ضرورة تحديثها وإعادة تكييفها بما يواكب طبيعة الوسائط الجديدة التي يختلط فيها الحابل بالنابل

ذلك أن التطورات التكنولوجية قد أفرزت تحولات عميقة في أساليب الممارسة الإعلامية، أبرزها الإنفتاح غير المسبوق على التفاعل والتشاركية في إنتاج المحتوى والتخلي عن المركزية، ما يستدعي إعادة النظر في كيفية تطبيق المبادئ الأخلاقية كالصدق والدقة والموضوعية باعتبارها أهم المبادئ التي لا يجب إهمالها أو الانحراف عنها داخل هذا السياق الجديد، وأيضاً فإن الحفاظ على وحدة القيم الأخلاقية عبر الوسائط المختلفة يظل أمراً ضرورياً لصيانة الرسالة الإعلامية وتعزيز الثقة مع الجمهور وتجنب الإنزلاق نحو فوضى رقمية تُهدد المعايير المهنية، لذا فإن الحل لا يكمن في إلغاء الأخلاقيات السابقة أو نسخها كما هي، بل في صياغة منظومة أخلاقية مرنة تدمج بين الثوابت المهنية ومتطلبات الواقع الرقمي المتحول وتستند إلى مبادئ الحوكمة الإعلامية المسؤولة.

ولعل من أبرز من يدعم هذا الرأي الباحث ستيفن وارد أحد أبرز المتخصصين في مجال أخلاقيات الإعلام حيث طرح في كتابه أن البيئة الإعلامية الرقمية لا تلغي المعايير الأخلاقية التقليدية بل تفرض إعادة تفسير وتطوير لهذه المعايير بما يتناسب مع تحديات العصر الرقمي، ويرى ستيفن أن التحدي الأخلاقي لا يكمن في التخلي عن المبادئ الأساسية كالنزاهة والصدق، بل في كيفية تطبيقها ضمن بيئة سريعة التغير تفرض ضغوطاً زمنية وتقنية متزايدة على الصحفيين ويؤكد ذلك بقوله: "لا يجب أن نتخلى عن المبادئ الأساسية في أخلاقيات الصحافة بل علينا أن نُعيد صياغتها بمرونة تتلاءم مع الوسائط الجديدة والسياقات الرقمية المعقدة". (Ward، 2010، صفحة 142)

وفي مقال نشره معهد الجزيرة للإعلام تحت عنوان: "أخلاقيات الصحافة الرقمية - تحولات دائمة" للصحفي (مسكين، 2021) أكد أن البيئة الرقمية لم تُلغ المنظومة الأخلاقية السابقة بل أضافت إليها حزمة جديدة من الضوابط خاصة تلك المرتبطة بحقول الخصوصية، والحقوق الفكرية، وضبط المحتوى الإباحي ويشير يونس مسكين في نفس المقال إلى أن "الدول والمجتمعات باختلاف أوضاعها السياسية والاقتصادية والثقافية ما زالت تؤكد حاجتها إلى مؤسسات إعلامية تقليدية حمايةً للسيادة الإعلامية والمصلحة العليا للأوطان، ويضيف أن الإكراهات التي تفرضها الثورة الرقمية لا يمكن أن تكون مبرراً للتخلي عن المهنية بل يجب أن تتم ملائمة المواثيق الأخلاقية مع التحديات الراهنة حتى تستصدر الصحافة التقليدية شهادة المصادقية والموثوقية من قلب العاصفة الهوجاء. (مسكين، 2021)

خلاصة:

نستخلص مما سبق أن الأخلاقيات والمهنة الإعلامية تقوم على جملة من القواعد والمبادئ التي تشكل الإطار التنظيمي للعمل الإعلامي كالصدق والدقة والموضوعية وإحترام الخصوصية، وهي قيم تُعد حجر الأساس في بناء ثقة الجمهور بالمؤسسات الإعلامية، ومع التحول الرقمي المتسارع أصبح الإعلامي ملزماً أن يمتلك معايير ومهارات جديدة تواكب هذا العصر، كالتفكير النقدي والتحقق من المعلومات والتعامل مع الخوارزميات والمنصات الرقمية بكفاءة ووعي، وفي ظل بروز الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته المتقدمة، تزداد الحاجة إلى بوصلة أخلاقية تضبط هذا التقدم التقني بما يضمن عدم إنحراف الممارسة الإعلامية نحو التضليل أو فقدان البعد الإنساني أثناء ممارسة مهامهم، ومن هنا تبرز الحاجة إلى ضرورة مراجعة مصادر أخلاقيات الإعلام وتحديد معاييرها بما يتلاءم مع تحديات التحولات الرقمية، وذلك عبر إعادة صياغة المواثيق الأخلاقية، ودمج البعد التكنولوجي ضمن منظومة القيم المهنية لضمان ممارسة إعلامية مسؤولة في بيئة تتسم بالتغير السريع والتأثير العميق.

الفصل الثالث:

المخاطر الأخلاقية و المهنية لإستخدام التزييف العميق (Deepfake) في الإعلام

أولاً: تحليل المخاطر الأخلاقية للتزييف العميق Deepfake

ثانياً: التأثيرات المهنية للتزييف العميق Deepfake على الممارسة الإعلامية

ثالثاً: آليات وسبل مواجهة تقنية التزييف العميق Deepfake

رابعاً: التأصيل القانوني والديني لضبط إستخدام تقنية التزييف العميق Deepfake

تمهيد:

مع التطور السريع للذكاء الاصطناعي ظهرت تقنية التزييف العميق كأحد أخطر الابتكارات التي تهدد مصداقية المحتوى الإعلامي ورغم إستخدامها في مجالات إبداعية، فإن إستغلالها في تضليل الجمهور ونشر أخبار مزيفة يطرح إشكالات أخلاقية ومهنية كبيرة، فقد تؤدي هذه التقنية إلى تشويه سمعة الأفراد والتلاعب بالرأي العام، وزعزعة الثقة في وسائل الإعلام، مما يفرض تحديات جديدة على الإعلاميين تتعلق بالتحقق من المحتوى وحماية النزاهة المهنية ، يعالج هذا المحور واقع المخاطر الأخلاقية والمهنية الناجمة عن استخدام تقنية التزييف العميق في الإعلام، كما يستعرض سبل المواجهة من خلال أدوات الكشف الرقمي وتعزيز الوعي المهني، إلى جانب التأكيد على ضرورة تأطير استخدام هذه التقنية ضمن أطر قانونية ودينية تحفظ القيم الأخلاقية وتضمن مسؤولية الإستخدام.

أولاً: تحليل المخاطر الأخلاقية للتزييف العميق (Deepfake):

أحدثت تقنية التزييف العميق تحولات جذرية في البيئة الرقمية، لكنها في الوقت ذاته أفرزت مخاطر متعددة تتجاوز الجانب الإعلامي لتشمل الأبعاد الأخلاقية القانونية والإجتماعية فمع قدرتها على محاكاة الواقع بشكل متقن، تبرز تحديات تتعلق بالتضليل وإنتهاك الخصوصية وزعزعة الثقة في المحتوى الرقمي، مما يستدعي تحليلاً معمقاً لهذه المخاطر وتداعياتها على مختلف الأصعدة ومن هذه المخاطر نجد:

أ. التسبب بأزمات سياسية وتهديدات أمنية : تشكل تقنيات التزييف العميق تهديداً متزايداً على المستويين السياسي والأمني، حيث تؤدي إلى عواقب سلبية مثل التضليل السياسي والإحتيال المالي وتزييف مواد إباحية، مما يلحق الضرر بالأفراد والمجتمع ككل إلا أن أخطر الآثار المترتبة على هذه التقنية تتمثل في التهديدات السياسية والأمنية، إذ يمكن فبركة مقاطع فيديو مزيفة لزعماء وسياسيين عالميين تبدو وكأنها تصريحات حقيقية، مثل إعلان حرب أو إتخاذ قرارات حساسة ووضع مشاهير في مشاهد إباحية أو التحريض على النزاعات، أو زعزعة إستقرار الدول ما قد يؤدي إلى أزمات سياسية غير متوقعة وتصعيدات دبلوماسية خطيرة. (البيومي، صفحة 137) إضافة إلى ذلك، تؤدي هذه التكنولوجيا إلى فقدان الثقة في المعلومات والمحتوى الرقمي وهو ما يزيد من التهديدات الأمنية، وفقاً لتقرير صادر عن معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا، يُنظر إلى التزييف العميق كسلاح جديد قادر على التأثير في مختلف المجالات من أسواق البورصة إلى نتائج الإنتخابات ومن المخاطر الأمنية والأزمات السياسية التي تطرحها تقنية التزييف العميق مايلي:

- فبركة تصريحات مسيئة لسياسيين، قد تؤدي إلى إندلاع أعمال عنف أو تظاهرات أو حتى توتر العلاقات مع دول أخرى (البيومي، صفحة 838) والجدير بالذكر بتاريخ 2018/04/18 نشرت BuzzFeed مقطع فيديو يتحدث به الرئيس الأمريكي باراك أوباما مباشرة إلى الكاميرا ، و في أول 23 ثانية يظهر أوباما فقط و بعد بضع تصريحات معتدلة ألقى أوباما قنبلة حيث وصف الرئيس ترامب بالمغفل ، و بعدها تظهر الشاشة منقسمة بها أوباما على اليسار و يظهر الممثل الكوميدي و المخرج جودان بيل على اليمين مع تتطابق تعابير وجه أوباما و بيل و حركة شفاههما تماماً بإستخدام الذكاء الاصطناعي من خلاله تقنية التزييف العميق (قادم و لصوان، 2024، صفحة 518). رابط الفيديو في الملحق رقم 04

و بتاريخ 2022/03/16 نشرت منصة إكس مقطعاً مفبركاً للرئيس الأوكراني فولوديمير زيلينسكي يظهر وجهه خلال الفيديو متحركاً مع إعلانه تصريحات بشأن "تراجع واستسلام" أوكرانيا خلال مواجهتها الغزو الروسي، ونشرت الحكومة الأوكرانية بياناً رسمياً، أوصت خلاله الجنود والمواطنين بتوخي الحذر عند التعرض لأي مقاطع للرئيس الأوكراني على الإنترنت مشددةً على إمكانية فبركة مقاطع الفيديو للرئيس زيلينسكي بتقنية "التزييف العميق، DeepFake بغرض نشر الشائعات وتثبيط همة الأوكرانيين في مواجهة الغزو. رابط الفيديو في

الملحق رقم 04

- خلق مشاهد كاذبة لأحداث عنف أو إعتداء، كمشاهد إعتداء الشرطة على المواطنين وهو ما قد يستفز مشاعر الجماهير ويجعلها تخرج في تظاهرات حقيقية ضد أجهزة الدولة (البيومي، صفحة 838)

في ماي 2024، إنتشر مقطع فيديو يُظهر مظاهرة مؤيدة للفلسطينيين بالقرب من السفارة الإسرائيلية في بروكسل تم تداول الفيديو مع إدعاءات مضللة بأنه يصور مظاهرة في بريطانيا حيث تعرض السفير الإسرائيلي للإهانة وبعد التحقق تبين أن الفيديو يعود لمظاهرة في بروكسل وليس بريطانيا للمزيد من التفاصيل يرجى الدخول للرابط <https://www.reuters.com/>

- التأثير على الانتخابات والعملية الديمقراطية من خلال فبركة تصريحات سياسية لمرشحي أحد الأحزاب أو قادة الحزب لا تتلاءم مع توجهات الناخبين مما قد يدفعه لخسارة هذه الانتخابات (البيومي، صفحة 837)

في سنة 2020 خلال الإنتخابات الأمريكية الأخيرة ؛ إتهمت الولايات المتحدة الأمريكية روسيا بإستخدام تقنية التزييف العميق للإضرار بالنظام الديمقراطي والإنتخابات في الولايات المتحدة ،إلى جانب التوقعات بشيوع إستخدامها للتأثير على نتائج الإنتخابات القادمة. (مغايرة ، 2024، صفحة 141)، كذلك إنتشار مقاطع مصورة مزيفة بتقنية التزييف العميق لبعض المرشحين للرئاسة الأمريكية مما يؤثر على مصداقية الإنتخابات ونزاهتها كما يؤثر على الحياة السياسية ،وقد أشار تقرير لمجموعة من الباحثين في جامعة أكسفورد البريطانية إلى أن ما يقارب من 25% من محتوى ما تم تداوله بشأن الإنتخابات الفرنسية كان مزيفاً (الخولي، 2021، صفحة 258) باقي التفاصيل داخل الرابط <https://demtech.oii.ox.ac.uk>

- فبركة مشاهد كاذبة بهدف الإساءة أو الغبتزاز كوضع صور الشخصيات السياسية البارزة في وضع مخل بالقواعد المتعارف عليها، أو وضعه في مكان لا يجب التواجد فيه بهدف تشويه السمعة أو التشهير بصورهم . (البيومي، صفحة 837)

في عام 2019 نشر صورة مزيفة لنانسي بيلوسي رئيسة مجلس النواب الأمريكي على تويتر وهي تتحدث بطريقة غير لائقة، كما تم تغيير ملامح وجهها بشكل مثير للسخرية كان الفيديو مزيفاً بإستخدام تقنية التزييف العميق ، مما أثار جدلاً واسعاً وتساؤلات حول صحة المعلومات على منصة تويتر وهذا ما أثر سلباً على سمعتها. (ابو العلا، 2022، صفحة 325) رابط الفيديو في الملحق رقم 04

وفي 26 ديسمبر 2020 نشر على القناة البريطانية الرابعة فيديو مفبرك للملكة إليزابيث عن طريق إستخدام تقنية التزييف العميق وهي ترقص بحركات غير لائقة وأعيد تداوله على مواقع التواصل الإجتماعي وهو ما أدى إلى تشويه صورتها وتقويض هيبتها أمام الجمهور فإنتشار مثل هذه المقاطع يعكس خطورة إستخدام تقنية التزييف العميق في إعادة تشكيل الواقع بطرق قد تؤدي إلى خداع الجماهير والتلاعب بالرأي العام (رضا، 2020) رابط الفيديو في الملحق رقم 1

ب. **تهديدات الخصوصية الفردية:** مع التطور التكنولوجي المتسارع أصبح من الممكن اليوم إستخدام تقنيات جديدة للتضليل والتزييف من خلال تكنولوجيا الديب فيك التي تظهر لنا يوماً بعد يوم الإستخدامات السيئة الناتجة عنها كإلحاق الأذى والضرر بكثير من الناس وإنتهاك الخصوصية والتجسس الإلكتروني. (محمد محرم، 2022، صفحة 2498) ، لإيذاء الأفراد بقصد الإستغلال أو إفساد حياتهم و التسبب لهم بالفضائح الجنسية دون أي حق وتعدد مخاطر تهديد خصوصية الأفراد كما يلي:

- **الإنتقام الإباحي:** وهو جريمة تقتضي مشاركة محتوى إباحي صريح بشكل عام على الإنترنت دون موافقة الشخص الظاهر بالمحتوى بهدف الإنتقام.

- **الإبتزاز الجنسي:** وهو التهديد بفضح صورة أو فيديوهات عارية أو جنسية فاضحة من أجل حمل الشخص على القيام بشيء مثل إرسال المزيد من الصور العارية أو الجنسية الصريحة , أو القيام بأعمال جنسية.

- **الإبتزاز المالي:** عملية تهديد و ترهيب للضحية بنشر صور أو مواد فيلمية أو تسريب معلومات سرية تخص الضحية،مقابل دفع مبالغ مالية لصالح المبتزين. (قادم و لصوان، 2024، صفحة 517)

في عام 2018 إكتشفت طالبة في مدرسة ثانوية أسترالية أن شخصا ما أدخل وجهها في مقاطع فيديو وصور إباحية مزيفة بعد أن بحثت على نفسها من خلال محرك البحث google الأمر الذي ولد لديها أضرارا نفسية جسيمة. (عبد المنعم الشريف، 2022، صفحة 374) للمزيد من التفاصيل حول الواقعة عبر الرابط

[/ https://www.news.com](https://www.news.com).

وفي واقعة أخرى بتاريخ 25 ديسمبر 2021 أقدمت الفتاة المصرية التي تدعى بسنت خالد التي لم تتجاوز 17 عاما التي كانت هي الأخرى ضحية التزييف العميق و الإبتزاز الإلكتروني على الإنتحار بعد نشر محتوى إباحي مزيف لها عبر مواقع التواصل الإجتماعي إنتشر بقريتها و بين زملائها حيث عاشت لحظات قاسية و تعنيف و شك و إتهام و فضيحة لها و لأسرتها. (الناغي و الناغي، 2022، صفحة 398).

تفاصيل الواقعة عبر الرابط [/https://gate.ahram.org.eg](https://gate.ahram.org.eg)

ج. **مخاطر تزييف وإستغلال هوية الشخصيات الشهيرة:** تم إنشاء مقاطع فيديو Deepfake تظهر مشاهير هوليوود وشخصيات تلفزيونية بارزة وهم يقومون بأفعال غريبة أو يدلون بتصريحات مثيرة للجدل هذه الفيديوهات يمكن أن تتسبب في إثارة ضجة كبيرة على توتير أو باقي المنصات الإجتماعية كما تؤثر على سمعة المشاهير من أجل خدمة أجندات خاصة أو إستخدام هذه المقاطع والصور المزيفة لإنشاء حسابات مزيفة للتلاعب بالمتابعين أو للغش والإحتيال على الناس. (قادم و لصوان، 2024، صفحة 519)

وهناك مثال للتزييف العميق يظهر فيه مارك زوكربيرغ -المؤسس والمدير التنفيذي لموقع التواصل الإجتماعي فيسبوك (وشركته الأم "ميتا Meta) وهو يعترف بتآمره في مشاركة بيانات المستخدمين. رابط الفيديو

في الملحق رقم 04

وهناك أيضا حساب بارز على تيك توك تحت " @deeptomcruise" قد نشر بالفعل العشرات من مقاطع الفيديو المزيفة التي تنتحل شخصية الممثل الهوليودي توم كروز، وقد حازت هذه المقاطع إعجاب 2.3 مليون متابع . (شعبان، 2022). رابط الفيديو في الملحق رقم 04

د. التشكيك في المصدقية وإثارة الفوضى : برزت المصدقية كقضية أساسية مع إزدياد إقبال الجماهير على الإنترنت لأنه لو قل معدل الثقة والمصدقية لدى الأفراد في المضمون الإتصالي، سواء بالنسبة للإنترنت أو غيره فلن يستدعي إنتباههم بعد ذلك ،فنقص المصدقية يعوق تطور الإنترنت. (الخولي، 2021، صفحة 275)

في منتصف العام الماضي 2018 نشر أحد الأحزاب السياسية الإشتراكية مقطعاً مصوراً للرئيس الأمريكي دونالد ترامب يسخر فيه من بعض قرارات بلجيكا السياسية، وعلى الرغم من أن تقنية هذا المقطع لم تكن عالية الجودة، وأنه ذكر في نهاية المقطع على لسان ترامب "ومن الواضح أن التغير المناخي مزيف، تمامًا مثل هذا المقطع"، إلا أن إنتشاره على مواقع التواصل الإجتماعي "فيسبوك" و"تويتر" قد أثار الجدل للكثير من الوقت، وفي هذا السياق صرح أحد أعضاء مجلس الشيوخ عام 2018 خلال "منتدى تكساس القومي للأمن" قال: "إننا نعيش عصر يلعب فيه الـ Deepfake دورًا كبيرًا في إثارة الفوضى" مضيفًا أن تلك التقنية قادرة على "تدمير حياة البشر"، وليس المحريات السياسية فقط. (العكيلي، 2019)

بالإضافة إلى ذلك فإن مواقع التواصل الإجتماعي قد وفرت بيئة خصبة لإنتشار الشائعات الكاذبة بسرعة فائقة وما يرتبط بذلك من التشكيك في القدرة على التأكد من صحة المعلومات التي تنتشر عبر الإنترنت وهو ما يهدد الانسجام الإجتماعي والثقافي ، حيث يمكن عبر الوسائط الرقمية نشر ثقافات وتوجهات وأفكار لا تنسجم مع قيم المجتمع . (د.صقر، 2014)

هـ. إعادة صياغة وتشويه حقائق التاريخ وتحريفها: (History Rewriting) يتم بناء الوقائع من جديد بما يخدم مصالح أصحاب الدعاية والتضليل، ومن أمثلة ذلك الحقائق التاريخية التي يزيّفها الإحتلال الصهيوني عبر وسائل الإعلام المختلفة، فيتم تغيير أسماء المناطق والبلدان والشوارع في فلسطين المحتلة وإستبدال تسميات يهودية مكانها، كما يتم تحريف حقائق تاريخية بإستخدام تقنيات متطورة مثل التزييف العميق (Deepfake) ، حيث يتم إنتاج مقاطع فيديو وصوتيات مزيفة لشخصيات تاريخية أو سياسية لتبرير السردية الإسرائيلية أو تزوير صور وخرائط قديمة لإعادة تشكيل الوعي العام، فلو سألت مثلاً أي مواطن أوروبي أو أمريكي عن قضايا الشرق الأوسط عمومًا وفلسطين خصوصًا لما تمكن من الإجابة بدقة، فهناك من يعتقد منهم أن اليهود هم السكان الأصليون والفلسطينيون هم الغزاة وذلك نتيجة حملات إعلامية مكثفة تستغل التزييف العميق في إنتاج محتوى مضلل هناك العديد من الأشخاص، خاصة ذوي الثقافة المتواضعة هضموا هذه الأكاذيب والأباطيل دون أن يشعروا، مما يعزز من خطورة هذه التقنيات في إعادة كتابة التاريخ وفقًا لأجندات معينة. (بعزيز إ.، 2016،

صفحة 64)، والجدير بالذكر وبتاريخ 03 سبتمبر 2020 نشرت منصة يوتيوب فيديو للرئيس العراقي السابق صدام حسين بعنوان "صدام حسين عايش" يظهر الفيديو شخصية دونالد ترامب جالس في مكتبه بالبيت الأبيض بالولايات المتحدة الأمريكية و يجري مكالمة مع الرئيس العراقي السابق صدام حسين و الذي برز صوته فقط عبر مكالمة هاتفية. رابط الفيديو في الملحق رقم 04 :

و. مخاطر الإحتيال والإبتزاز المالي للشركات: تم رصد حالات خداع الشركات لتحويل ملايين الدولارات إلى حسابات مصرفية خاطئة عن طريق الإحتيال بتقليد الأصوات فقد تسببت تسجيلات صوتية مفبركة لبعض المديرين التنفيذيين في ذبوع مثل هذه العمليات لاسيما في الأعمال التجارية من خلال التصيد الإحتيالي. (قام و لصوان، 2024، صفحة 517)، في ماي 2023 وقع الممثل القانوني لشركة تكنولوجيا في الصين في عملية إحتيال تم فيها إستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake)، حيث قام بتحويل مبلغ مالي كبير إلى أحد أصدقائه بعد أن أجرى معه إتصالا مرئيا ليتضح فيما بعد أنه كان مجرد ضحية للتزييف العميق (مغايرة ، 2024، صفحة 138) ،

وفي 2019 ورد أن الرئيس التنفيذي لشركة بريطانية لتوفير الطاقة قام بتحويل 220 ألف يورو (238 الف دولار) إلى محتال قام بتقليد صوت رئيس شركته الأم بإستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) وطلب تحويلا مصرفيا إلى مورد مفترض عبر مكالمة هاتفية و لم يشك الرئيس التنفيذي في الأمر إلا بعد أن طلب منه رئيسه الحقيقي إجراء تحويل مالي آخر فكشف الأمر ، و من الممكن إستخدام التزييف العميق في إبتزاز رؤساء الشركات عن طريق تهديدهم بنشر مقاطع فيديو قد تضر بسمعتهم ما لم يدفعوا أموالا مقابل عدم النشر. (العربية نت، 2024) للمزيد من التفاصيل يرجى الإطلاع على الرابط <https://www.alarabiya.net>

ز. التلاعب بالأدلة الجنائية: يمكن تزوير أدلة إلكترونية متعلقة بتحقيقات قضائية والتلاعب بها كإظهار شخص انه يقتل أو يسرق أو يزني أو يرتكب جريمة لم يقع بها، لذا حذرت وكالة الشرطة الأوروبية "يوروبول" في أبريل 2022 من توسع إستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في عالم الجريمة مشيرة إلى خطورة هذا الأمر وجعل مكافحته (محمد محرم، 2022، صفحة 2535) ، وقالت «يوروبول» إن القدرة على جعل أشخاص يظهرون على شبكة الإنترنت، وهم يقولون أو يفعلون أشياء لم يسبق لهم أن قالوها أو فعلوها أو حتى خلق شخصيات جديدة تماماً، يمكن أن يكون له تأثير مدمر في حال وقعت هذه التقنية في الأيدي الخطأ، وأضافت الوكالة التي تتخذ من لاهاي مقراً لها أن إنتشار «التضليل الإعلامي والتزييف العميق سيكون له تأثير عميق على

الطريقة التي ينظر فيها الناس إلى السلطة ووسائل الإعلام». باقي التفاصيل عبر الرابط التالي [/https://aawsat.com](https://aawsat.com)

وفي تقرير ذو صلة بتحليل المخاطر الأخلاقية لهذه التقنية صدر في شهر جويلية 2021 أعدته خدمة البحث في البرلمان الأوروبي مستندا على دراسة تناولت الجوانب التقنية والاجتماعية والتنظيمية لتقنية التزييف العميق (Deepfake) حددت هذه الدراسة عددا من الأضرار التي يمكن أن يحدثها التزييف العميق حيث تم تصنيفها في ثلاثة أقسام وهي: (صالح الاسد، 2022، صفحة 379)

الأضرار النفسية	الأضرار المالية	الأضرار الاجتماعية
- الابتزاز (الشخصي)	- الابتزاز (المالي)	- التلاعب بالمحتوى الإعلامي
- التتمر	- الإحتيال (التأمين/الدفع)	- تدمير لنظام العدالة
- تقويض الثقة	- التلاعب بأسعار الأسهم	- تدمير للنظام العلمي
- التخويف	- تدمير العلامة التجارية	- زعزعة الإستقرار الإقتصادي
- القذف	- الإضرار بالسمعة	- إنخفاض مستوى الثقة
		- التلاعب بالانتخابات
		- تدمير للأمن الوطني
		- زعزعة العلاقات الدولية
		- تدمير للديمقراطية

ويعزي المخاطر السالفة الذكر ثلاثة عوامل رئيسية الأول هو عولة البيانات الشخصية التي أصبحت متوفرة بغزارة على شبكة الإنترنت على وجه الخصوص في وسائل التواصل الاجتماعي فغدى من السهل الحصول على صور وفيديوهات واصوات لشخص ما يمكن إستعمالها في تزييف مقاطع فيديو له أما الثاني هو مرتبط بفكرة الإتاحة أي إتاحة التطبيقات الخاصة بالتزييف العميق (Deepfake) حتى أصبحت في متناول الجميع دون ان تكون حكرا على الشركات التقنية الكبرى أو الجهات السيادية أو وسائل الإعلام أو شركات الترفيه وصناعة السينما وغيرها مما يعطي الفرصة لأي شخص في إستخدامها بمجرد تثبيت تلك التطبيقات على هاتفه أو جهاز الكمبيوتر الخاص به أما الثالث هو عدم الإحترافية أو ضحالة التخصص فتلك التطبيقات أصبحت تخاطب

عوام الناس ولا تحتاج لمبرمجين أو مطوري برامج لتشغيلها وتوليد فيديو مفبرك أو مصطنع وإنما يتم ذلك من خلال تتابع خطوات بسيطة من خلال التطبيقات الخاصة بها (عبد المنعم الشريف، 2022، صفحة 372)

ثانيا: التأثيرات المهنية للتزييف العميق (Deepfake) على الممارسة الإعلامية:

أصبح التزييف العميق تحديًا مهنيًا للإعلاميين، حيث يؤثر على دقة الأخبار ويهدد مصداقية المحتوى ويضعف ثقة الجمهور بالإعلام وفي هذا السياق، تبرز الحاجة إلى معرفة تداعياته على الممارسة الإعلامية ومن بين التأثيرات نجد:

أ. التزييف العميق (Deepfake) وتضليل الجمهور: أصبح الإعلام في مواجهة مباشرة مع التزييف العميق (Deepfake) الذي يسمح بتزوير الفيديوها والمقاطع الصوتية لشخصيات عامة أو أحداث معينة مما يخلق تصورا زائفا لدى الجمهور يمكن لتقنية التزييف العميق ان تُستخدَم لتصوير شخصيات سياسية أو إجتماعية وهي تقول أو تفعل أشياء لم تحدث بالفعل مما يضلّل الرأي العام ويدفع الجماهير إلى إتخاذ قرارات أو تبني مواقف بناء على معلومات مزيفة .

ب. فقدان الثقة في وسائل الاعلام : مع إزدياد إنتشار تقنيات التزييف العميق (Deepfake) تواجه وسائل الإعلام التقليدية تحديا جوهريا في الحفاظ على ثقة الجمهور رحيث يُنظر إلى الإعلام كجهة يفترض بها التحقق من المعلومات وتقديم الحقائق لكن عندما تصبح المعلومات المزيفة تنتشر بسرعة وتبدو واقعية تزداد احتمالية أن يقع الإعلاميون أنفسهم في فخ نشر الأخبار الكاذبة دون قصد هذا يؤدي إلى زعزعة الثقة في الإعلام التقليدي ويزيد من التحديات التي يواجهها في زمن المعلومات المزيفة . (فرجاني ، 2024، صفحة 94) .

وفي السياق نفسه يصرح أحمد عصمت إستشاري تكنولوجيا الإعلام والتحول الرقمي، أن التزييف العميق (Deepfake) يؤثر بشكل سلبي على مصداقية الإعلام لأن هذه التقنية تستخدم تقنية الذكاء الاصطناعي إلى جانب برمجيات تحرير فيديو عالية الجودة تُنتج محتوى يبدو حقيقيا بشكل يصعب كشفه ، وهذا ما يرفع من جودة المحتوى المنشور وعدم التشكيك بتزييفه لافتا إلى أن التقنيات التي تستخدم لتزييف الحقيقة هي نفسها التي يُمكن من خلالها كشف هذا التزييف، ويتابع أن الصحفي يحتاج لبناء صورة ذهنية نقدية تساعد في كيفية التعامل مع هذا التحدي المستمر من قبل التزييف العميق، وذلك من خلال دورات التدريب ليكون لديه خبرة ووعي لمواجهة الشائعات وتزييف الحقيقة.

ويضيف الإعلامي يوسف الهوتي، إن التزييف العميق يؤثر سلباً على مصداقية الصحفي والإعلامي في ظل تشابك المعلومات، ودخول غير المتخصصين للعمل في المجال الإعلامي مؤكداً أنه على الإعلاميين توخي الحذر وعدم الإنسياق خلف ما يتم ترويجه عبر منصات التواصل الإجتماعي أو إعادة نشره حتى لا تفقد مصداقيتهم لدى المتابعين. (السعدي، 2023)

ج. **التزييف العميق وسرعة النشر:** تلعب السرعة دوراً كبيراً في عالم الإعلام الجديد حيث تحاول المؤسسات الإعلامية نشر الأخبار فوراً لتلبية حاجات الجمهور ومع إنتشار التزييف العميق (Deepfake) يمكن أن تُستغل هذه السرعة لنشر معلومات مزيفة قبل أن تتمكن المؤسسات من التحقق من صحتها قد يؤدي هذا إلى نشر أخبار كاذبة على نطاق واسع قبل إكتشاف أنها مزيفة مما يضر بمصداقية الوسيلة الإعلامية (فرجاني ، 2024 ، صفحة 95)

د. **تشويه سمعة المؤسسات الإعلامية :** تسعى آليات التزييف العميق (Deepfake) إلى تشويه سمعة و مصداقية الصحفيين والناشطين الحقوقيين وذلك بناء على ما هو قائم من أشكال التحرش، العنف الرقمي "التي تستهدف النساء الأقليات" وثمة العديد من الأمثلة في هذا السياق ذكرت سابقاً إلا أن الجدير بالذكر أن نسلط الضوء على الهجمات ذات البعد الجندي التي تمس الصحفيات من خلال نشر فيديوهات معدلة وهو ما حدث للصحفية الهندية رنا أيوب . (غريغوري، 2020 ، صفحة 184) ، الصحفية الهندية رنا أيوب كانت ضحية لإستخدام تقنية التزييف العميق في إطار حملة لتشويه سمعتها والتأثير على مصداقيتها الصحفية، حيث تعرضت لحملة تضليل وتشويه عبر الإنترنت بسبب تقاريرها الإستقصائية الناقدة للحكومة الهندية، وخاصة فيما يتعلق بانتهاكات حقوق الإنسان، فقد تم تعديل مقاطع فيديو مفبركة بإستخدام تقنيات التزييف العميق، حيث تم التلاعب بصور ومقاطع لها وإصافها بمحتوى غير أخلاقي في محاولة لتشويه سمعتها كصحفية مستقلة. تفاصيل الواقعة عبر الرابط التالي: [/https://pak-voice.com](https://pak-voice.com)

هـ. **إختراق المصادر المعلوماتية:** وذلك من خلال محاولة ضخ محتوى ينتجه مستخدمون (UGC) غير حقيقيون في دورة الأخبار بالإضافة إلى أساليب أخرى مثل إختراق المصدر أو مشاركة محتوى متلاعب به مع الصحفيين في سياق الأخبار العاجلة وذلك بهدف توريث الصحفيين في إشاعة هذا النوع من المحتوى.

و. **السبق الصحفي** : إستغلال بعض نقاط الضعف في جمع الأخبار أو إعداد التقارير مثل عمليات البث التي تعتمد على كاميرا واحدة وعمليات جمع المعلومات في ظروف إستثنائية مثل مناطق الحروب أو الكوارث وأبرز مثال هو الحرب الروسية الأوكرانية وتراجع ثقة المستخدمين في طبيعة الفيديوهات التي يتم بثها من مناطق الحروب.

ز. **تشتت جهود الصحفيين**: في ظل إستمرار تفشي التزييفات العميقة وزيادة السهولة في إنشاءها بكميات كبيرة فإنها قد تعني إضطرار تعامل المؤسسات والجهات المختصة بالتحقق والتثبت مع قدر هائل من المحتوى قد يتجاوز إمكاناتها ويؤدي إلى تشتت جهودها، وتضاعف الضغط عليها في مجال جمع الأخبار والتحقق منها لإثبات حقيقة أمر ما، بالإضافة إلى إثبات أن محتوى ما ليس مزيفاً وقد تستغل السلطات أسلوب الإنكار المقبول لإثارة الشك بشأن أي محتوى. (غريغوري، 2020، صفحة 185)

ح. **التحديات الأمنية والاجتماعية**: إن التطورات التي إرتبطت ببروز الذكاء الاصطناعي الذي أدى إلى شيوع العديد من المفاهيم كمؤثري الذكاء الاصطناعي والصحفي الذكي والإستديوهات الذكية والتزييف العميق (Deepfake) كلها مفاهيم أدت إلى إشكالات في مجال الصحافة ومستقبلها وكيف يمكن ان تسيطر الآلة على الفكر البشري وتؤثر على أمنه وعلى النسيج المجتمعي وإستقراره خاصة في الدول النامية التي لازالت تسعى إلى تحقيق الإكتفاء الذاتي مما يؤدي هذا التطور إلى خلق فجوة رقمية بين الدول وتؤثر على المجال الإعلامي سواء من حيث الثقة مع الجمهور وتحقيق رغباته أو من حيث كيفية تكوين الصحفيين في ظل هذه التطورات إذ أن هناك العديد من الدول لا زالت تسعى إلى تحليل ودراسة أثر الأخبار الكاذبة على المجتمع في ظل ظهور وسطوة التزييف العميق (Deepfake) مما يزيد هذا من التحديات على النظام المجتمعي ونسيجه وأمنه المجتمعي .

وعليه فإن محاولة تسليط الضوء حول التغيرات التقنية والآثار المترتبة على الممارسة الإعلامية من حيث تحقيق المصادقية وكسب ثقة الجمهور في ظل السبق الصحفي وثقافة الترنادات تتعدد الإشكالات حول كيف أصبح التزييف الإعلامي وإرتباطه بآليات الذكاء الاصطناعي (التزييف العميق) يمثل تهديد وخطر لأمن المجتمعات وهويتها. (الحمر و عطية، 2024)

ومن زاوية تحليلية أخرى، يوضح الدكتور **بن الصغير زكرياء** أن تقنية التزييف العميق (Deepfake) تستهدف غرف الأخبار وتسهم في نشر المؤامرات والمعلومات المضللة، حتى من خلال مقاطع حقيقية تم التلاعب

بها، ويرى أن البرمجيات المتقدمة تتيح تحرير فيديوهات عالية الجودة يصعب كشف زيفها، مما يؤدي إلى تقويض مصداقية المؤسسات الإعلامية وزرع الشك في المصادر الرسمية، كما يُمكن إستخدام التقنية لأغراض سياسية مثل تشويه أطراف معينة خلال الثورات أو النزاعات، وهو ما يُصعّب التحقق من الحقائق ويهدد المهنة الصحفية، ورغم هذه التحديات يشير إلى أن لهذه التقنية إستخدامات إيجابية في الإعلام، مثل تقديم النشرات الإخبارية بصرياً عند غياب المذيع أو دبلجة الأفلام بدقة عالية، مما يخدم الصناعة الإعلامية والسينمائية على حدّ سواء كما يرى أن مخاطر التزييف العميق يمكن الحد منها جزئياً، نظراً لإرتفاع تكلفة إنتاجه وصعوبة توفر المهارات والمعلومات اللازمة لإنشائه. (بن صغير, زكرياء، 2023، الصفحات 95-96)

ثالثاً: آليات و سبل مواجهة التزييف العميق (Deepfake) في المجال الإعلامي

مع التقدم المتسارع في تقنيات الذكاء الإصطناعي، أصبح التزييف العميق (Deepfake) من أبرز التحديات التي تهدد الممارسة الإعلامية من حيث المصادقية والمهنية، إذ لم يعد التلاعب بالمحتوى المرئي والمسموع أمراً معقداً أو حكراً على جهات متخصصة، بل أصبح متاحاً لأي فرد يمتلك أدوات رقمية بسيطة، هذا التحول التقني فرض على المؤسسات الإعلامية والمجتمعات المهنية أن تبحث عن آليات وإستراتيجيات فعالة لمواجهة هذه الظاهرة ليس فقط من منظور تقني، بل أيضاً من منظور إتصالي توعوي ومن هنا، يُعدّ التفكير في سبل التصدي للتزييف العميق أمراً ملحاً لا يقتصر على رصد المحتوى المفبرك، بل يتعداه إلى بناء بيئة إعلامية مقاومة للخداع الرقمي من جهة ، و تعزيز حس الوعي الجماعي لدى الجمهور في ظل تزايد إستخدام الذكاء الإصطناعي في إنتاج الأخبار والمضامين البصرية من جهة أخرى.

أ. التحقق من التزييفات العميقة في الممارسة الإعلامية : بالنظر إلى طبيعة التحريات الإعلامية والتقنيات الناشئة في مجال الزيف العميق، فإن علينا أن نتفق على أن غياب الدليل الذي يفيد بأن ثمة محتوى قد تم التلاعب به لن يصلح لأن يكون دليلاً حاسماً للقطع اليقيني بأن ذلك المحتوى لم يخضع فعلاً للتلاعب به، فعلى الصحفيين والعاملين في مجال التحقق أن يطوروا ذهنية من الشك المعقول بشأن ما يتعاملون معه من صور ومقاطع فيديو أو مقاطع صوتية ومن الضروري أن يكون لدينا إفتراض بأن هذه الأشكال من المحتوى الإعلامي ستخضع للمزيد من الشكّ وعمليات التحري، وذلك بسبب تزايد المعرفة بشأن تفشي الزيف العميق والتخوف منه، ومن المطلوب أيضاً تطوير القدرة على التعامل بشكل عالي الكفاءة مع أدوات التحقق من المحتوى، وبالبناء على هذه الذهنية والإمكانات الأساسية في التحقق من المحتوى، لا بد أن تراعي أي منهجية لتحليل التزييفات العميقة والتلاعب بالمحتوى الإعلامي العمليات الآتية:

*مراجعة المحتوى لتحديد ما إذا كان يشتمل على أية آثار لتعديلات أو تشويهات تدل على عمليات تركيب اصطناعية.

*تطبيق المنهجيات المتوفرة الخاصة بالتحقق والتحري من مقاطع الفيديو.

*الإستفادة من الأساليب الخاصة بالتحقق والتحري والتي تعتمد على تقنيات الذكاء الإصطناعي.

الشكل (3): يوضح منهجية تحليل التزييفات العميقة والتلاعب وبالمحتوى

المصدر: إعداد الطالبة إستنادا على (غريغوري، 2020، صفحة 186)

وبحسب ما أورده بن الصغير أنه للتحقق من تقنية التزييف العميق (Deepfake) يجب الإجابة على الأسئلة الثمانية للمساعدة في توجيه الأشخاص الذين يبحثون عن الفيديوهات المزيفة DeepFakes إذ أنها ليس من السهل تمييزها، ولكن مع الممارسة الدائمة يمكن للناس بناء حدس لتحديد ما هو مزيف وما هو حقيقي وذلك بالإجابة على الأسئلة التالية:

1. إنتبه للوجه غالبا ما تكون عمليات التلاعب ب DeepFakes المتطورة عبارة عن تحولات في الوجه.
2. إنتبه للخدين والجبهة هل يبدو الجلد ناعما جدا أو متجعدا جدا ؟ هل شيخوخة الجلد مشابهة لشيخوخة الشعر والعينين؟ غالبا ما تكون تقنية غير متوافقة في بعض الأبعاد. (بن صغير, زكرياء، 2023، صفحة 98)
3. إنتبه للعيون والحواجب هل تظهر الظلال في الأماكن التي تتوقعها؟ غالبا ما تفشل تقنية DeepFake في تمثيل الفيزياء الطبيعية للمشهد بشكل كامل.

4. إنتبه للنظارات هل هناك أي وهج؟ هل هناك الكثير من الوهج؟ هل تتغير زاوية الوهج عندما يتحرك الشخص؟ مرة أخرى، غالبا ما تفشل DeepFake في تمثيل الفيزياء الطبيعية للإضاءة بشكل كامل.
 5. إنتبه لشعر الوجه أو قلة الشعر هل يبدو شعر الوجه هذا حقيقيا؟ DeepFakes قد تضيف أو تزيل الشارب أو السوالمف أو اللحية ولكن غالبا ما تفشل DeepFakes في جعل تحولات شعر الوجه طبيعية تماما.
 6. إنتبه لشامات الوجه هل تبدو حقيقية؟
 7. إنتبه إلى الوميض هل يرمش الشخص بشكل كاف أم كثيرا؟
 8. إنتبه إلى حجم الشفاه ولونها هل يتناسب الحجم واللون مع باقي وجه الشخص؟ (بن صغير, زكرياء, 2023، صفحة 99).
- وتأكيدًا على ما سبق، يشير مجلس جودة الحياة الرقمية في دليل خاص إلى مجموعة من المؤشرات البصرية التي يمكن ملاحظتها على محتوى الفيديو المزيف وتشمل: (آل نيهان، 2021، صفحة 12)



الشكل (4): يوضح المؤشرات البصرية لملاحظة المحتوى المزيف

المصدر: إعداد الطالبة استنادا على (آل نيهان، 2021)

ويُشير الدليل إلى أن هذه المؤشرات وإن كانت مفيدة، إلا أن التحقق اليدوي غالبًا ما يكون غير دقيق ويستهلك وقتًا طويلاً، لذا فإن الاعتماد على أدوات ذكية قائمة على الذكاء الاصطناعي يظل الحل الأمثل، مع ضرورة تحديثها باستمرار لمواكبة تطور تقنية التزييف العميق.

وتوضح الباحثة لامية طالة خطورة تقنية "الديب فايك" بوصفها بـ "مسمار آخر يدق في نعش صدق الصورة"، حيث أشارت إلى مجموعة من النصائح قدمها خبراء الأمن الإعلامي لمواجهة التزييف العميق كالتركيز والتدقق في عناصر الصورة والمشهد و وضعية الأشخاص والمكان والزمان المفترض لالتقاط الصورة لمعرفة مدى

التناسق بين عناصر المشهد، والتدقيق في إسم الناشر والموقع والتعليقات والتدقيق في أشخاص الخبر والصورة ومناصبهم وفرص وجودهم في وقت واحد ضمن الزمان والمكان المفترض للصورة أو الخبر و الحفاظ على حالة من الشك اليقظ أي "أن لا تصدق كل ما تراه أو تسمعه قبل التثبت" و في الأخير تنبه أنه على جمهور أيضا أن يتحمل مسؤولية ممارسة مهاراته في التفكير النقدي، و ألا يتعامل مع المعلومات الموجودة على الإنترنت باعتبارها حقيقة خاصة عندما تأتي من مصادر غير مألوفة أو غير موثوقة . (طالة، 2022، صفحة 206)

ومن باب التدعيم النظري كشفت دراسة أجراها الباحث الترويجي الرائد في مجال الإعلام الرقمي Peter Bay Brantzaeg (بيتر باي برانتزاغ) وزملاؤه أن الصحفيين غالبًا ما يلجؤون إلى مجموعة من الإستراتيجيات للتحقق و فحص المعلومات لتفادي الوقوع في فخ التزييف العميق ، ومن أبرز هذه الإستراتيجيات:

- **الإعتماد على مصادر معروفة بالمصداقية:** إذ تُمنح الثقة غالبًا للمؤسسات الإعلامية التي تتمتع بتاريخ من الدقة والموضوعية مثل وكالات الأنباء العالمية والشخصيات العامة خاصة عبر "تويتر" الذي يُعد مرجعًا سريعًا للمعلومة المباشرة.

- **الوصول إلى الشهود والمصادر الأصلية:** يلجأ الصحفيون أحيانا إلى التواصل مع الشهود والمصادر الأصلية للأحداث وذلك بإستخدام سرعة شبكات التواصل الإجتماعي في الإتصال بالأشخاص.

- **توظيف الطرق التقليدية في التحقق:** مثل المكالمات الهاتفية والمراسلات الإلكترونية رغم أنها تُعد أقل كفاءة وسرعة مقارنة بالأساليب الرقمية الحديثة.

- **نموذج الفحص متعدد:** في هذه الإستراتيجية يتم إستخدام أدوات الذكاء الإصطناعي كأداة للفحص لأن الأمر يتعلق بأكثر المواد عرضة للتزييف، (الصور -الفيديوهات -الأصوات). (هميسي، 2024، صفحة 552)

- **منهجيات الإقتراب:** يجد الصحفيون أنفسهم أحيانا عاجزين عن التحقق من مدى مصداقية المعلومات والمواد السمعية البصرية المتاحة أمامهم ولهذا يقومون بالاعتماد على منهجيات الاقتراب من المعلومة دون تبنيها، أي بالتخلي عن الوظيفة الاستقصائية والاكتفاء بنقل المعلومات بإستخدام الطرق الكلاسيكية.

تبرز هذه الإستراتيجيات حجم التعقيدات التي يواجهها الصحفيون فعليا أمام موجة التزييفات التي إنتشرت في السنوات الأخيرة عبر شبكات التواصل الإجتماعي، وقد كان من نتائج هذا التعقيد أن نشأت وظيفة

جديدة ضمن مهن الصحافة والإعلام في الزمن الرقمي، وهي مهنة "فاحص الحقائق" فمنذ 15 سنة تقريبا، أصبحت الكثير من المؤسسات الإعلامية توظف ضمن طاقمها صحفيين لا تتعدى مهامهم التحقق باستمرار من المعلومات المتوفرة. (هميسي، 2024، صفحة 553)

ب. أدوات الكشف عن التزييف العميق في المجال الإعلامي: في ظل تنامي استخدام تقنية التزييف العميق ثمة أدوات جديدة تعكف على تطويرها بعض الهيئات الحكومية والمؤسسات الأكاديمية والصحفية والمنصات والمختبرات المختصة، للمساعدة على كشف المحتوى المزيف وزيادة القدرة على الوصول إلى أدوات التحري عن المحتوى والتحقق منه، لكن يجدر بالصحفي أن يتعامل مع هذه الأدوات كوسيلة للإستئناس بنتائجها ومقارنتها بالملاحظات التي جمعها عبر أفضل منهجيات التحقق المعروفة ومن الأدوات المجانية التي يمكن الإستفادة منها في هذا المجال والتي تركز على الصور الثابتة هي : (غريغوري، 2020، صفحة 188)

◀ **FotoForensics** : و هي أداة للتحقيق في الصور، تساعد على تحليل مستوى الخطأ Error Level Analysis وذلك للكشف عن أي عناصر تمت إضافتها إلى الصورة. ◀ **Forensically** : وهي حزمة من الأدوات التي تساعد في الكشف عن عمليات الإستنساخ وتحليل مستوى الخطأ والبيانات الوصفية للصورة (Metadata) وعدد من العمليات الأخرى للتحقق من الصور . ◀ **InVID** : إضافة على متصفح الإنترنت (Extension) يساعد على تقطيع الفيديو إلى إطارات، وإجراء عملية بحث عكسي للتقريب في عدة محركات بحث، وتحسين جودة الإطارات والصور عبر عدسات التكبير، وتطبيق فلاتر التحري على الصور الثابتة. (Still Images) (لحمر و عطية، 2024)

◀ **Reveal Image Vérification Assistant** : أداة تعتمد على نطاق واسع من الخوارزميات الخاصة بالكشف عن التلاعب بالصور والتعديل عليها، إضافة إلى خاصية تحليل البيانات الوصفية للصور، وتحديد الموقع واستخلاص "ثمنيل" (Thumbnail) بصيغة الملف الصوري المتبادل (EXIF) وتمكين البحث العكسي عن الصور عبر جوجل. ◀ **Ghiro** : أداة تحليل رقمية عبر الإنترنت تعتمد على المصادر المفتوحة.

ومع أن هذه الأدوات مفيدة في كشف التلاعب البصري، إلا أن الناشط التقني والخبير الدولي في حقوق الإنسان سام غريغوري ينبه أن جميع هذه الأدوات في القائمة السابقة مخصصة للتحقق من الصور لا من مقاطع الفيديو، وهذه نقطة ضعف ما يزال العمل جاريًا على تجاوزها، لذلك لا يزال من الضروري عند التحقق من مقاطع الفيديو إستخلاص بعض الصور والعمل على تحليلها بشكل منفصل، وهذا ما يمكن أن تساعد فيه أداة InVID. (غريغوري، 2020، صفحة 189).

ومع تزايد الحاجة إلى أدوات قادرة على رصد المحتوى المزيف في الفيديوهات، برزت جهود أكاديمية أخرى تركز على هذا الجانب تحديداً، من بينها ما عرضه الأستاذ زكرياء بن صغير، الذي تناول آليات أكثر تقدماً للكشف عن التزييف العميق في الوسائط المرئية المتحركة حيث أشار أن آليات الكشف على التزييف العميق (Deepfake) تشكل تحدياً تقنياً كبيراً لإكتشاف هذا المحتوى وتصفيته، لذلك فإن تطوير أدوات فعالة يمكن من اكتشاف مقاطع الفيديو تلقائياً أمر في غاية الأهمية، لذلك طور علماء الكمبيوتر أداة تكتشف مقاطع الفيديو المزيفة بواسطة تقنيات التزييف العميق "Deepfake" بدقة شبه مثالية وهي.

- **تقنية إنعكاس الضوء على العينين:** طُورت أداة جديدة تعتمد على تحليل إنعكاسات الضوء في العين لإكتشاف مقاطع الفيديو المزيفة بتقنية التزييف العميق، وحققت دقة تصل إلى 94% في الصور الحقيقية تكون إنعكاسات الضوء في كلتا العينين متماثلة لأنهما تنظران إلى نفس الشيء، بينما في الفيديوهات المزيفة يصعب محاكاة هذه التفاصيل الدقيقة بسبب تركيب الصور من مصادر متعددة.

يوضح البروفيسور Siwei Lyu أستاذ بارز في علوم الحاسوب والهندسة بجامعة بوفالو التابعة لجامعة ولاية نيويورك أن القرنية تعكس الضوء بشكل منتظم، لذا يجب أن تكون أنماط الإنعكاس في العينين متطابقة، تعمل الأداة عبر رسم خريطة للوجه وتحليل إختلافات الإنعكاس في شكل وكثافة الضوء بين العينين. (بن صغير، زكرياء، 2023، صفحة 97)

- **تقنية الهندسة العكسية لـ Korshunov and Marcel:** إقترح الباحثان كورشونوف ومارسيل تقنية للكشف عن التزييف العميق (Deepfake) تُصنّف الفيديوهات إلى أصلية أو مزيفة، وتعتمد على تدريب نماذج تصنيف

بإستخدام قاعدة بيانات كبيرة لمواجهة نقص الفيديوهات المزيفة، قاما بإنتاج مجموعة بيانات مكونة من 620 فيديو بإستخدام نموذج Faceswap-GAN تركز طريقتهم على "الهندسة العكسية"، وهي تقنية تفكك طريقة إنشاء الفيديو المزيف لاكتشاف الثغرات في عملية التوليف الرقمي، عبر تتبع البصمة الرقمية التي تكشف النظام أو الأداة المستخدمة في التزييف، سواء في الصور أو مقاطع الفيديو.

- برنامج مايكروسوفت لكشف تقنية Deepfake أداة Video Authenticator : طوّرت "مايكروسوفت" أداة تُدعى Video Authenticator لرصد التزييف العميق في الصور والفيديوهات، ضمن جهود مكافحة التضليل الإعلامي، خاصة قبيل الإنتخابات الأمريكية، وفي عام 2019 أُنشأت "غوغل" آلاف الفيديوهات المزيفة التي أُنتجت داخليًا بهدف دعم الباحثين في تطوير تقنيات الكشف عن التلاعب حيث تعمل هذه الأدوات على تحليل الفيديوهات والصور الثابتة لتحديد درجة التزييف عبر الكشف عن تفاصيل دقيقة كحدود المزج بين العناصر الأصلية والمزيفة والتي قد يصعب ملاحظتها بالعين المجردة. (بن صغير , زكرياء، 2023، صفحة 98)

وفي الوقت الذي تتقدّم فيه الأبحاث الأكاديمية نحو تطوير أدوات دقيقة لكشف التزييف العميق تتجه الأنظار أيضًا إلى الدور المتنامي الذي تلعبه الشركات التكنولوجية الكبرى والمؤسسات الإعلامية العالمية في التصدي لهذه الظاهرة، فبفضل إمكانياتها التقنية ساهمت في بلورة مبادرات إستراتيجية وتنظيمية تهدف إلى الحد من إنتشار المحتوى المزيف، وتوفير بيئة رقمية أكثر موثوقية من خلال تبني سياسات تقنية وتشغيلية تهدف إلى مكافحة التضليل الإعلامي، فعلى سبيل المثال فرضت النسخة الصينية من "تيك توك" إجراءات للتحقق من هوية المستخدمين وتمييز المحتوى المزيف، بينما وفرت كل من "جوجل" و"ميتا" قواعد بيانات خاصة لدعم أبحاث الكشف عن التزييف كما أطلقت "ميتا" بالشراكة مع "أمازون" و"مايكروسوفت" مبادرات تمويلية لتعزيز الأبحاث في هذا المجال. (مغايرة ، 2024، صفحة 153)

أما إعلامياً، فقد أطلقت نيويورك تايمز بالشراكة مع أدوبي ومنصة (X تويتر سابقاً) مبادرة "مصادقية المحتوى"، والتي تهدف إلى سنّ معايير صناعية موحدة للتحقق من مصداقية الوسائط الرقمية.

وتؤكد مؤسسة WITNESS على أهمية إلزام الصحفيين بمنهجية SIFT للتحقق من المعلومات وهي سلسلة من الخطوات تهدف إلى تعزيز دقة المعلومة قبل نشرها: (توقّف - تحقّق - ابحث - اعثر على المصدر)، وفي

السياق نفسه، تبنت منصة (X تويتر سابقاً) خطة من أربع مراحل تشمل: (إشعار المستخدم بوجود محتوى مزيف - تحذيره - تقديم تفسير حول التزييف، - حذف المحتوى). (مغايرة ، 2024، صفحة 154)

رغم التطور الملحوظ في أدوات الكشف، فإن تقنيات التزييف العميق تتطور بسرعة وتُعدّ تحدياً مستمراً ومن ثم، يتطلب الأمر من الصحفيين المحترفين إمتلاك وعي تقني وأدوات تحقق متعددة الأبعاد تجمع بين التحليل البشري والتحليل التكنولوجي، لضمان ممارسات إعلامية مسؤولة ومهنية في ظل بيئة رقمية مشبعة بالمعلومات الزائفة.

هذه التحديات التقنية تتقاطع مع نتائج ميدانية مقلقة، حيث أظهرت هذه النتائج لإستطلاع أجراه المركز الدولي للصحفيين عام 2017 وشمل أكثر من 2700 صحفي من 130 دولة، أن 11% فقط يستخدمون أدوات التحقق من المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، في حين اعتبرت العديد من غرف الأخبار أن عملية التحقق تمثل تحدياً كبيراً في بيئة الإعلام الرقمي المتسارعة وتشير دراسات لاحقة إلى أن 46% فقط من غرف الأخبار توفر تدريباً على التحقق من المحتوى الرقمي، في حين رأى 22% فقط من الصحفيين أن هذا التدريب مفيد فعلاً. (طالة، 2022، صفحة 205)

رابعاً: التأصيل القانوني والديني لضبط إستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake):

نتيجة ما تفرضه تقنيات الديب فيك من تهديدات ومخاطر على الحياة الخاصة والعامة، انقسمت التشريعات في هذا الخصوص، فهناك من التشريعات التي عاجلت تقنية التزييف العميق (Deepfake) في قوانين مستقلة، في حين عاجلت تشريعات أخرى هذه الظاهرة الإلحاحية في قانون العقوبات بيد أن التشريعات العربية وكذلك الأوروبية قد خلت معظمها من مصطلح التزييف العميق (Deepfake) في نصوص القانون الجنائي لديها على خلاف ذلك سنّت ثلاث ولايات أمريكية فقط تشريعات مختلفة لمكافحة هذه الظاهرة من خلال هذه التقنية الحديثة فعلى الصعيد الأوروبي نجد: (ابو العلا، 2022، صفحة 500)

سارعت ولاية فرجينيا بفرض عقوبات جنائية على المواد الإباحية المزيفة من خلال التقنيات المعدة لذلك والتي من بينها تقنية التزييف العميق (Deepfake) بدون موافقة ذوي الشأن وبقصد الإكراه أو المضايقة أو التخويف ذلك القانون الذي دخل حيز التنفيذ في 1 يوليو، 2019 جعل لإصطناع أو بيع أو توزيع الصور ومقاطع الفيديو الإباحية المفبركة جنحة من الدرجة الأولى، يُعاقب عليها بالسجن لمدة تصل إلى عام وغرامة قدرها 2500 دولار. (عبد المنعم الشريف، 2022، صفحة 375)

وفي الأول من سبتمبر، 2019 جرمّت ولاية "تكساس" هي الأخرى، إنشاء أو توزيع مقاطع فيديو مزيفة من خلال إدخال تعديل على قانون الانتخابات لديها بإضافة نص جديد يُجرّم هذا الفعل إذا قصد منه إيداء مرشح معين أو التأثير على نتيجة الانتخابات، وإعتبرت هذا الفعل كذلك جنحة من الدرجة الأولى يُعاقب مرتكبها بالسجن لمدة عام في أحد سجون الولاية وغرامة تصل إلى 4000 دولار. (ابو العلا، 2022، صفحة 502)

وفي أكتوبر 2019 أضافت كاليفورنيا نصوصاً تحظر على أي شخص أو كيان إنتاج أو توزيع أو نشر أو بث بسوء نية دعائية إنتخابية مزيفة تحتوي على صورة أو صوت لشخص أو أشخاص المرشحين من خلال تقنية التزييف العميق خلال 60 يوماً من الانتخابات، ورغم أنها لم تجرم الفعل إلا أنها أعطت الحق للمضروور برفع دعوى قضائية يستحق بموجبها تعويضاً مقابل ما لحقه من ضرر ومافاته من كسب. (عبد المنعم الشريف، 2022، صفحة 397)،

وفي السياق نفسه ، كانت الصين من أوائل الدول التي بادرت إلى تقنين إستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) عبر إصدار لائحة تنفيذية بعنوان "لوائح إدارة خدمات معلومات الصوت والفيديو على الإنترنت" سنة 2022، و دخلت حيز التنفيذ في 2023 وقد هدفت هذه اللائحة إلى ضبط إستخدام تقنيات التعلم العميق والواقع الافتراضي ومنعت أي إستخدام يُهدد الأمن القومي أو ينتهك الحقوق الفردية وقد أُلقيت مسؤولية التنفيذ بشكل كبير على مزوّدي خدمات الإنترنت والمنصات الرقمية، حيث طُلب منهم التحقق من هوية المستخدمين، والإبلاغ عن المحتوى المزيف، وحذفه فوراً ورغم أن هذه اللائحة لم تصدر من السلطة التشريعية، إلا أنها تمثل خطوة رائدة في التشريع التنفيذي، وتعكس النموذج الصيني في التعامل الصارم مع أخطار التقنية الرقمية". (العبود، 2024، صفحة 487)

سلك المشرّع الأمريكي مساراً تشريعياً مستقلاً في مواجهة تقنية التزييف العمي (Deepfake) فسن قانون جرم فيها للمرة الأولى إستخدام تقنيات الديب فيك كجرمة مستقلة بذاتها إذا ما كان الهدف من إستغلالها هو عمل أفلام إباحية بقصد الإكراه والمضايقة والتخويف لأصحابها، وجعلها من جرائم الدرجة الأولى، وقرر لها عقوبة الحبس مدة لا تزيد عن عام، وغرامة لا تقل عن 2500 دولار. (ابو العلا، 2022، صفحة 500)

وعلى مستوى العالم العربي، لا تزال أغلب التشريعات تُعاني من فراغ قانوني فيما يخص تقنية التزييف العميق (Deepfake) سواء من حيث المفهوم أو التنظيم أو التجريم ومع ذلك، بدأت بعض الدول في التطرق إلى الموضوع بشكل غير مباشر ضمن نصوص قوانين العقوبات أو الجرائم الإلكترونية.

في إطار جهود المشرّع المصري لمكافحة الجرائم الإلكترونية، جاء القانون رقم (175) لسنة 2018 يجرّم التزييف العميق كجرمة يعاقب عليها القانون ، الخاص بمكافحة جرائم تقنية المعلومات فقد جُرم نشر المعلومات المضلّلة واستخدام التقنيات الحديثة في فبركة الصور ومنها التزييف العميق وكان المشرع المصري قد عالج أيضا في المادة 2/178 صناعة وترويج الرسوم أو الصور المنافية للآداب، وعاقب عليها بالحبس مدة لا تزيد عن عامين، وغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تزيد عن عشرة آلاف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين، وحسب الباحث فهو يشير إلى أن هناك تناقض واضح في عقوبة الحبس والغرامة في قانون العقوبات وفي قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات، بل أن هذا التناقض في الحد الأدنى للعقوبات المقررة، إلا أن هذا التناقض يمكن إزالته من خلال إعمال قاعدة مفادها أن الخاص يقيد العام. (ابو العلا، 2022، صفحة 500).

كما تنص المادة 21 من قانون مكافحة الجرائم الإلكترونية الليبي على المعاقبة بالحبس مدة لا تقل عن سنة كل من مزج أو ركب بغير تصريح مكتوب أو إلكتروني من صاحب الشأن صوتاً أو صورة لأحد الأشخاص بإستخدام شبكة المعلومات الدولية أو بأي وسيلة إلكترونية أخرى بقصد الإضرار بالآخرين ما لم يكن ذلك مسموح به في القوانين المنظمة لعمل الصحافة والحقوق والحريات العامة فإذا كان المزج أو التركيب مع صور أو أصوات إباحية ونشرها عبر شبكة المعلومات الدولية أو بأي وسيلة إلكترونية أخرى تكون العقوبة السجن مدة لا تقل عن خمس سنوات. (البيومي، صفحة 860)

و نصّ التشريع السوري المواكب للتطورات التكنولوجية من خلال المادة 26 من قانون مكافحة الجريمة المعلوماتية، على تجريم التلاعب الرقمي بالمحتوى الشخصي، مثل الصور أو التسجيلات أو المحادثات، بقصد الإساءة أو المساس بالحياة، وذلك وفقاً لما يلي:

- يُعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى سنة وغرامة من مليون إلى مليوني ليرة سورية كل من عدّل أو عاجل محتوى شخصي بوسائل إلكترونية وجّهه لصاحبه أو للغير.
- تشدد العقوبة لتصل إلى حبس من سنة إلى سنتين وغرامة من مليوني إلى 3 ملايين ليرة سورية إذا تم نشر المحتوى على الشبكة.
- إذا تضمن الفعل تهديداً بالنشر، فتكون العقوبة حبساً من سنتين إلى ثلاث سنوات وغرامة من 3 إلى 4 ملايين ليرة.
- أما إذا كان الضحية قاصراً، فالعقوبة تصل إلى السجن المؤقت من 5 إلى 7 سنوات وغرامة من 4 إلى 5 ملايين ليرة سورية. (بني مرجح، 2022)

أصدر المشرّع الأردني هو الآخر أول قانون للجرائم الإلكترونية عام 2010، لكنه لم يكن كافياً لمواكبة تطور هذه الجرائم، فتوالت التعديلات بإصدار قانون جديد في 2015، ثم إصدار قانون آخر في 2023 لسد الثغرات السابقة وقد تضمن قانون 2023 لأول مرة إشارة غير مباشرة إلى إحدى صور التزييف

العميق (Deepfake)، حيث نصت الفقرة الثانية من المادة 20 على تجريم إستخدام تقنيات المعلومات لتركيب أو تعديل محتوى مرئي أو صوتي خاص بشخص ما بهدف التشهير أو الإساءة أو تحقيق منفعة، مما يتيح تجريم

بعض أشكال التزييف العميق (Deepfake) كـ"الانتقام الإباحي العميق" وجرائم الابتزاز الرقمي. (مغايرة ، 2024، صفحة 147)، ويؤيدي الباحث رأيه في هذا السياق، مُشيرًا إلى أنه وعلى الرغم من إمكانية تجريم بعض صور التزييف العميق (Deepfake) إستنادًا إلى نصوص قانونية عامة، فإن هذه النصوص تظل محدودة وقاصرة عن الإحاطة الشاملة بالجوانب المتعددة لهذه التقنية، كما أنها تُغفل تمامًا الإشارة إلى الأطراف الأخرى ذات الصلة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.

أولى المشرع الجزائري أيضا إهتمامًا واضحًا لحماية الأفراد من الأخبار الكاذبة أو المضللة لاسيما تلك التي تمس شرفهم أو سمعتهم فقد نصّ القانون رقم 14/23، في مادته 37، على أن: "حق كل هيئة أو شخص طبيعي أو معنوي تعرض لإدعاءات كاذبة من شأنها المساس بشرفهم أو سمعتهم، ممارسة حقهم في الرد". وهذا يدل على أن المشرع يعترف بخطورة الإدعاءات الكاذبة وما قد تسببه من ضرر نفسي أو مادي، لا للشخص المتضرر فقط، بل أيضًا للمقربين منه. (رقابي، 2024، صفحة 36) ومن جهة أخرى، أقرّ المشرع أيضًا بحق التصحيح، بإعتباره أداة قانونية تمكن الأشخاص من تكذيب تصريحات تُسبب إليهم زورًا، أو تصويب ما إعتراها من تشويه أو نقص أو معلومات مغلوطة ويشمل ذلك كل ما يُنشر ويؤثر في الصورة الذهنية أو الحقوق المعنوية للفرد، سواء تعلق الأمر بإحصائيات محرّفة أو وقائع حقيقية جرى إخفاء بعض أجزائها أو تشويهها. (رقابي، 2024، صفحة 37)

بعد إستعراض مواقف عدد من التشريعات الوضعية كالتشريع المصري، السوري، الليبي الأردني و الأمريكي والصيني والتي بدأت تُدرك خطورة تقنية التزييف العميق (Deepfake) وتسعى لإحاطتها بقيود قانونية تحد من آثارها السلبية، تجدر الإشارة إلى أن الشريعة الإسلامية، بمنظومتها الأخلاقية والفقهية الشاملة لم تغفل عن مخاطره، بل هناك أطرًا عامة يمكن إسقاطها على هذه التقنية الحديثة.

لا شك أن الإسلام بقواعده وأصوله لا يمنع من الإبداع والابتكار والتطور، بل إنه حثّ على ذلك ودعا إليه، ويكفي في الإستدلال أن أول ما نزل من القرآن الكريم كان دعوةً للعلم والتأمل، وإن الإسلام أحاط الابتكارات بسياج أخلاقي يقوم على أساس التقويم والإصلاح، وعدم الإضرار بالنفس أو بالغير.

وفي السياق ذاته يتفق الباحث عبد الحميد مصطفى صلاح مع ما صرحت به دار الإفتاء المصرية بشأن إستخدام تقنية التزييف العميق (DeepFake) من أنها ممنوعة و لا يجوز إستخدامها، وأدلة المنع والتحریم ما يلي: قال الله تعالى: ﴿وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾ [البقرة: 42]، فالقرآن الكريم تحدث عن التزييف وتلبس الحقائق، وإظهار الأمور على غير حقيقتها وهو ما تقوم عليه تقنية التزييف العميق (Deepfake). (عبد الحميد، 2022، صفحة 853)

وحتى دليل هذا من السنة نجد الحديث النبوي الشريف في قوله ﷺ: "ومن غشنا فليس منا"، وهو نص قاطع صريح في تحریم الغش بكل صوره وأشكاله، وتقنية التزييف العميق (Deepfake) قائمة على الكذب والغش والإخبار بما يخالف الواقع فتكون محرمة ولأن فيها ترويعاً للناس وتهديداً لحياتهم جعلت الشريعة الإسلامية حفظ الحياة من مقاصدها العظيمة وضرورتها المهمة حتى أنها أكدت على النهي عن ترويع الغير ولو بما صورته المزاح والترفيه. (عبد الحميد، 2022، صفحة 854)

وفي دراسة تحليلية مقارنة بعنوان "الحماية القانونية من مخاطر تطبيقات التزييف العميق في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي" أشارت هي الأخرى إلى تقنية التزييف العميق (Deepfake)، بإعتبارها تقنية ضارة جداً، ولا يجوز شرعاً إستخدامها لتلّفيق مقاطع مرئية أو مسموعة للأشخاص بإستخدام الذكاء الإصطناعي لإظهارهم يفعلون أو يقولون أشياء لم يفعلوها، ولم يقولوها في الحقيقة؛ لأن في ذلك كذباً وغشاً بخلاف الواقع. (اليومي، صفحة 849)

إن إستعراض التجارب التشريعية المختلفة سواء في الدول العربية أو الغربية، وكذلك في ضوء الشريعة الإسلامية يُظهر إدراكاً متزايداً للتهديدات التي تفرضها تقنية التزييف العميق على المجال الإعلامي تحديداً، لما لها من قدرة فائقة على إنتاج مضامين مزيفة تُحاكي الواقع، يصعب على المتلقي العادي التمييز بينها وبين الحقيقة.

ورغم أن بعض التشريعات، كالتشريع الأمريكي والصيني، قد إستبقت الممارسات الإعلامية الفعلية ووضعت قوانين صريحة للحد من إستخدام التقنية في تزييف الأخبار أو إنتهاك الخصوصية، إلا أن كثيراً من التشريعات العربية لا تزال تعاني من غياب النصوص الصريحة التي تُنظم إستخدام هذه التقنية في الإعلام أو تُعاقب على إساءة توظيفها داخل المحتوى الصحفي أو البصري لكن من خلال التشريعات السالفة الذكر يتّضح أن غياب تقنين واضح وصريح لإستعمال التزييف العميق (Deepfake) في المجال الإعلامي، من شأنه أن يُفقد وسائل الإعلام مصداقيتها خاصة في التشريعات العربية ، ويُعرض الجمهور للتضليل، ويُسهّم في تعميق فجوة الثقة بين المرسل والمتلقي، وهو ما يفرض الحاجة الملحة إلى إدماج هذه التقنية ضمن منظومات أخلاقية وتشريعية حديثة تواكب التحولات الرقمية في البيئة الإعلامية المعاصرة.

خلاصة:

وفي الخاتم يمكن القول أن إستخدام التزييف العميق (Deepfake) في الإعلام أصبح يشكل تهديداً مزدوجاً للممارسة الإعلامية من حيث أخلاقياتها ومهنتها، إذ يعمق المخاوف من تراجع الصدق والمصداقية، ويُحدث خللاً في علاقة الثقة بين الإعلام والجمهور ، ويبرز هذا الخطر من خلال قدرة التقنية على إنتاج محتوى زائف بإتقان، مما يجعل من الصعب التحقق من صحته ويؤثر سلباً على أداء الإعلاميين ومكانة المؤسسات الإعلامية. وفي ظل هذا الواقع، تظهر الحاجة الملحة إلى تطوير آليات رصد ومواجهة تشمل أدوات تقنية متقدمة وتكويناً مهنيًا واعيًا كما أن التصدي لهذه الظاهرة لا يكتمل دون تأصيل قانوني يحدد المسؤوليات والضوابط، وإطار ديني وأخلاقي يوجه الإستخدام نحو ما يخدم الحقيقة ويحترم كرامة الإنسان والمهنة.

الإطار التطبيقي

أولاً: البيانات الأولية

ثانياً: قياس اتجاهات وآراء الإعلاميين حول:

- المخاطر الأخلاقية لتقنية التزييف العميق (Deepfake)

- التأثيرات المهنية لهذه التقنية على عمل الإعلاميين

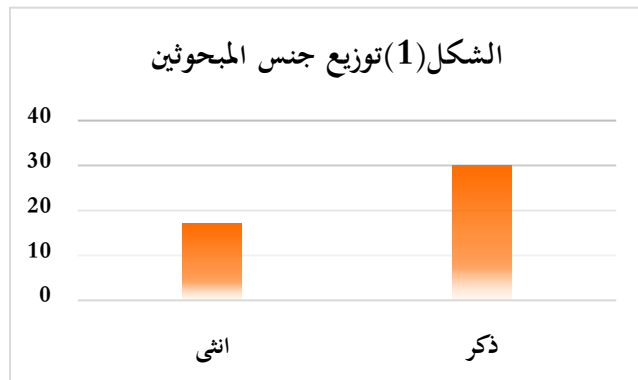
ثالثاً: تحليل البيانات وعرض النتائج الكمية والكيفية

تمهيد:

في إطار السعي لتحقيق أهداف الدراسة وفهم أبعاد الظاهرة المدروسة بشكل أعمق، تم الإعتماد على مقارنة تطبيقية جمعت بين المنهج الكمي والكيفي وقد أستخدمت إستبانة مبنية وفق مقياس ليكرت الخماسي لقياس إتجاهات وآراء الإعلاميين حول المخاطر الأخلاقية والتأثيرات المهنية المرتبطة بإستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake)، إلى جانب إجراء مقابلات إلكترونية مع عينة مختارة من الإعلاميين عبر وسائط إجتماعية متعددة بهدف إستكشاف آرائهم وإقتراحاتهم بشكل أكثر تفصيلاً وقد تم تحليل المعطيات الناتجة عن هاتين الأداتين بهدف تفسير النتائج وربطها بالسياق النظري للدراسة.

أولاً: البيانات الأولية

1. الخصائص الديمغرافية:



1. الجدول (1) يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس

الجنس	ذكر	أنثى
التكرارات	30	17
النسبة المئوية	63.8%	36.2%

من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS V26

يشير الجدول إلى توزيع أفراد العينة حسب الجنس، حيث تُظهر النتائج أن الذكور يمثلون النسبة الأكبر ضمن المشاركين في الدراسة، إذ بلغ عددهم 30 مشاركاً بنسبة 63.8%، مقابل 17 مشاركة من الإناث بنسبة 36.2%.

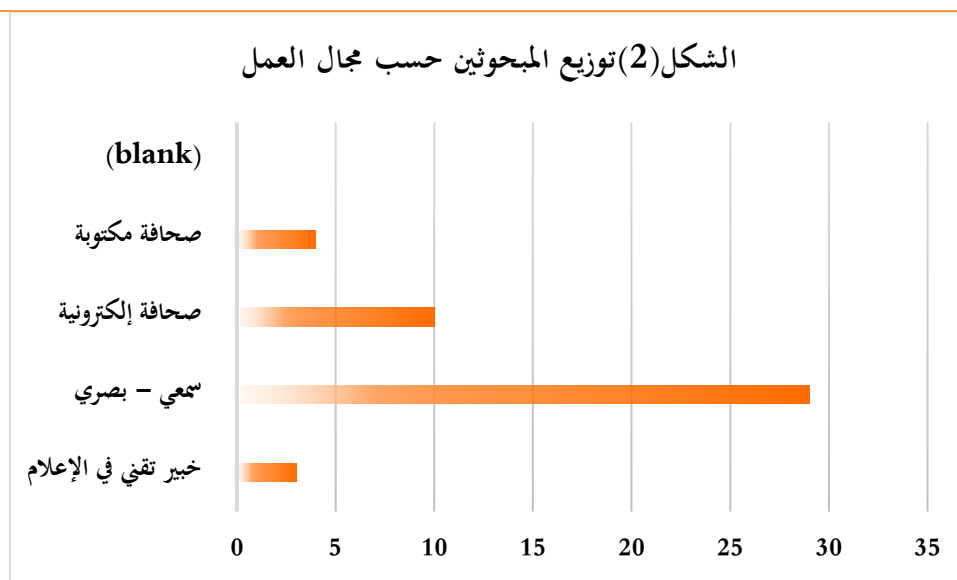
يعكس هذا التفاوت في التمثيل بين الجنسين حضوراً أكبر للذكور في مجتمع الدراسة، وهو ما قد يرتبط بطبيعة التخصص الإعلامي أو المجال المهني الذي تنتمي إليه العينة، حيث تُعرف بعض المؤسسات الإعلامية أو الأوساط التخصصية بتمثيل أعلى للذكور مقارنة بالإناث، ويُعزى ذلك طبيعة العمل الإعلامي ومتطلباته، إذ أن بعض التخصصات كالمراسلة الميدانية، التصوير الصحفي أو العمل الليلي، تُعد أكثر صرامة من حيث الوقت والظروف ما يجعل حضور الذكور أكثر بروزاً.

وقد أشار تقرير صادر عن اليونسكو أعدته الباحثة جولي بوسيتي بالتعاون مع نايبلا شابير ، إلى أن الصحفيات حول العالم يواجهن تحديات متزايدة تتعلق بالعنف القائم على النوع الاجتماعي، لا سيما في البيئات الميدانية بالإضافة إلى التمييز والتحرش، ما يجعل بعضهن يتجنبن التغطيات الميدانية أو الأدوار ذات الطابع الصارم، مما قد يؤثر على تمثيل النساء في بعض التخصصات الإعلامية مقارنة بالرجال. (Posetti & Shabbir, 2022) ، إلى جانب ذلك، يمكن أن يرتبط هذا التفاوت أيضاً بمستوى التفاعل مع أدوات جمع البيانات الرقمية

خاصة أن الإستهبان وُزّع عبر منصات مهنية وشبكات إجتماعية قد يكون حضور الذكور فيها أكثر بروزاً، مما ساهم في رفع نسبة تجاوبهم مقارنة بالإناث.

2. الجدول (2) يبين توزيع المبحوثين حسب مجال العمل

مجال العمل	سمعي - بصري	صحافة مكتوبة	صحافة إلكترونية	خبير تقني
التكرارات	29	4	10	3
النسبة المئوية	61.7%	8.5%	21.3%	6.4%



من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS V26

تشير النتائج إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة ينتمون إلى مجال السمعي-البصري، حيث بلغ عددهم (29 مشاركاً) أي ما يعادل 61.7% من إجمالي العينة، يليهم العاملون في مجال الصحافة الإلكترونية بنسبة 21.3% (10 مشاركين)، ثم العاملون في الصحافة المكتوبة بنسبة 8.5% (4 مشاركين)، وأخيراً الخبراء التقنيون بنسبة 6.4% (3 مشاركين).

تعكس هذه النتائج هيمنة قطاع السمعي-البصري في العينة المستجوبة، وهو ما يمكن تفسيره بإحدى الفرضيتين: الأولى، أن التوزيع يعكس الواقع الفعلي لتكثيف قطاع الإعلام في البيئة المحلية أو الجغرافية التي تنتمي إليها العينة سواء في الدول العربية أو الأوروبية حيث يُلاحظ إتساع نطاق الوسائط السمعية-البصرية مقارنة

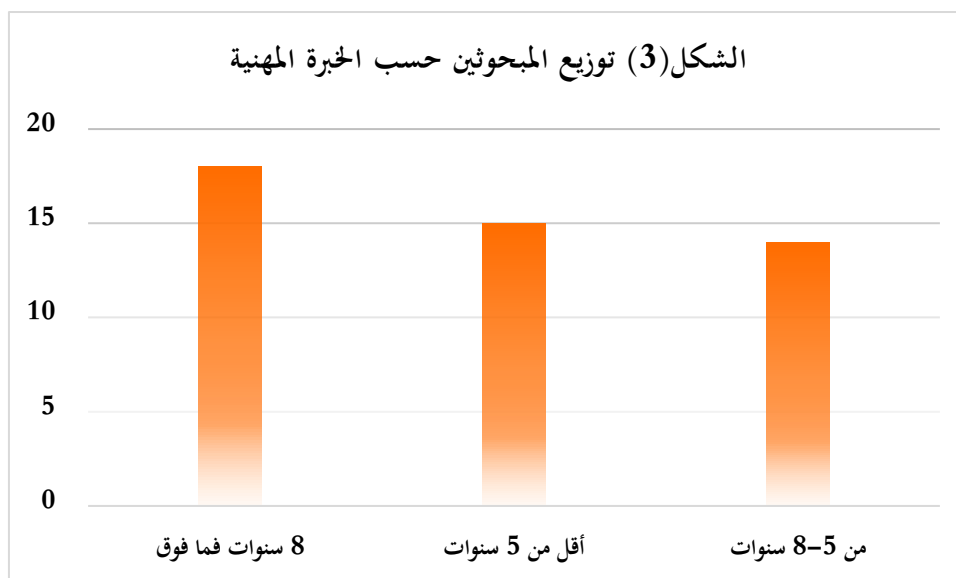
بالوسائط الأخرى أما الفرضية الثانية، فتتمثل في أن هذه النتائج قد تعكس إستجابة أكبر من قبل العاملين في هذا المجال لأداة البحث، بسبب إرتباط هذه الوسائط بتقنيات متطورة تتطلب متابعة مستمرة للتطورات التقنية، ويكتسب هذا التوزيع المهني للعينة دلالة خاصة عند ربطه بموضوع الدراسة المتعلق بتقنية التزييف العميق (Deepfake) في الممارسة الإعلامية، حيث إن تغلب العاملين في مجال السمعى-البصري توفر زاوية تحليلية مهمة ذلك أن هذا القطاع يُعدّ من أكثر المجالات تأثراً بتقنيات التزييف العميق (Deepfake)، خاصة تلك التي تعتمد على الصوت والصورة وهو ما أشار إليه تقرير اليونسكو أن مجال السمعى-البصري هو الأكثر تعرضاً لتقنيات مثل التزييف العميق (Deepfake)، وذلك بسبب قابليته لتغيير المحتوى البصري والسمعى على نطاق واسع (UNESCO, 2021).

أما العاملون في الصحافة الإلكترونية والذين يشكلون نسبة معتبرة من العينة (21.3%)، فإنهم يمثلون فئة مهمة ينبغي التوقف عندها ذلك أن البيئة الرقمية تُعدّ الحاضنة الرئيسية لانتشار التزييف العميق سواء عبر مواقع الأخبار الإلكترونية أو منصات التواصل الإجتماعي وبالتالي، فإن آراء هذه الفئة قد تسهم في فهم مدى وعي الإعلاميين بالمخاطر التقنية والأخلاقية المرتبطة بنشر أو إعادة تداول المحتوى المزيف، إضافة إلى إدراكهم لأدوات التحقق والضبط في الفضاء الرقمي وهو ما أشار إليه تقرير مؤسسة الإعلام الدولي أن الصحفيين في البيئة الرقمية يواجهون تحديات متزايدة في التعامل مع المحتوى المزيف، مما يشير إلى أهمية هذا المجال في دراسة تأثير التزييف العميق (Deepfake). (IMWF, 2020)

في المقابل، فإن ضعف تمثيل الخبراء التقنيين في العينة قد يُشكل تحدياً، خاصة وأن هذه الفئة تمتلك القدرة على تقديم رؤى معمّقة حول الجوانب التقنية لإنتاج وإكتشاف المحتوى المزيف، كما أن الحضور المحدود لممثلي الصحافة المكتوبة قد يقلّل من تنوع الزوايا النظرية المتعلقة بالتأثيرات التحريرية والأخلاقية لتقنيات التزييف النصي.

3. الجدول (3) يبين توزيع متغير الخبرة المهنية

الخبرة	أقل من 5 سنوات	من 5 إلى 8 سنوات	8 سنوات فما فوق
التكرارات	15	14	18
النسبة المئوية	31.9%	29.8%	38.3%



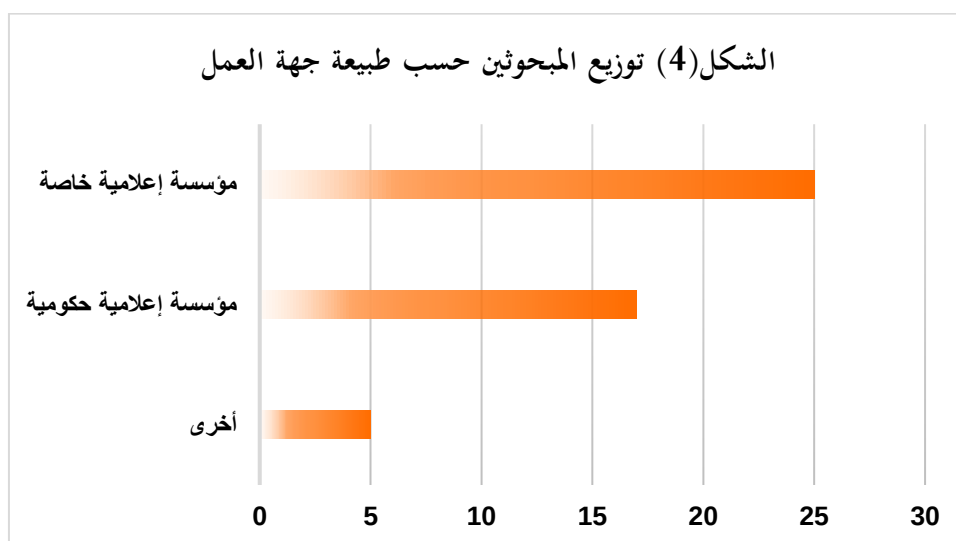
من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS V26

تشير المعطيات إلى أن أغلب أفراد العينة يمتلكون خبرة مهنية تتجاوز 8 سنوات، بنسبة 38.3% (18 مشاركاً)، يليهم المشاركون الذين تقل خبرتهم عن 5 سنوات بنسبة 31.9% (15 مشاركاً)، ثم فئة ذوي الخبرة المتوسطة (من 5 إلى 8 سنوات) بنسبة 29.8% (14 مشاركاً).

هذا التوزيع المتوازن نسبياً بين الفئات الثلاث يُعدّ نقطة قوة في الدراسة، لأنه يتيح مقارنة وجهات النظر بين مختلف المستويات المهنية، سواء من حيث التعامل مع التحديات التقنية الجديدة أو من حيث الحس الأخلاقي والمهني المتراكم مع التجربة، ففي سياق موضوع التزييف العميق، يُنتظر أن يُظهر ذوو الخبرة الطويلة وعياً أكبر بتطورات الممارسة الإعلامية، وربما أكثر حذراً تجاه المحتويات المفبركة، مستندين إلى تجربتهم ومهاراتهم المهنية المتراكمة في المقابل، قد تُظهر فئة الشباب (أقل من 5 سنوات خبرة) وعياً مختلفاً ربما نابغاً من إحتماك أكبر بالتقنيات الرقمية الحديثة، لكن بخبرة مهنية أقل في التعامل مع الأزمات الأخلاقية والمهنية الناتجة عن هذا النوع من التزييف.

4. الجدول (4) يبين توزيع المبحوثين حسب طبيعة جهة العمل

طبيعة جهة العمل	مؤسسة إعلامية حكومية	مؤسسة إعلامية خاصة	أخرى
التكرارات	17	25	5
النسبة المئوية	36.2%	53.2%	10.6%



من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS V26

تُظهر النتائج أن غالبية المبحوثين ينتمون إلى مؤسسات إعلامية خاصة، بنسبة 53.2% (25 مشاركًا)، بينما يعمل 36.2% منهم (17 مشاركًا) في مؤسسات إعلامية حكومية، و 10.6% (5 مشاركين) في جهات أخرى قد تشمل منصات مستقلة أو منظمات غير ربحية.

تعكس هذه النتائج واقع المشهد الإعلامي المعاصر، حيث أصبح للقطاع الخاص حضور متنامٍ في الفضاء الإعلامي، لاسيما مع بروز وسائل الإعلام الخاصة كفاعل رئيسي في نقل الأخبار وصناعة الرأي العام، ويمثل هذا التوزيع فرصة مهمة لتحليل إختلاف ممارسات التعامل مع التقنيات الحديثة مثل التزييف العميق بين المؤسسات ذات الطابع الحكومي والمؤسسات ذات الطابع الخاص.

في سياق موضوع الدراسة، يُلاحظ أن العاملين في المؤسسات الإعلامية الخاصة قد يُظهرون وعيًا أكبر بمخاطر التزييف العميق (Deepfake)، وذلك في ظل التنافس الشديد على السبق الصحفي وما يرافقه من ضغوط

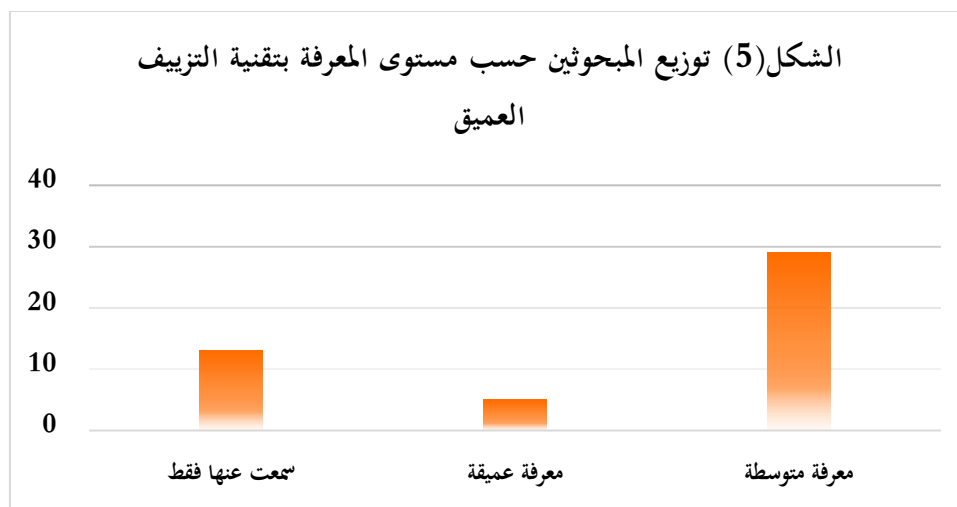
مرتبطة بسرعة النشر مقابل التحقق من صحة المحتوى، وقد أكد هذا التفسير عدد من الإعلاميين ممن تم إجراء مقابلات معهم فعلى سبيل المثال، عند سؤال رئيس التحرير قناة "الجزائرية 1" نبيل سليمان: هل سبق لكم أن تعاملتم أو صادفتم محتوى إعلاميًا تم إنجازه باستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake)؟ وما رأيكم في هذه التقنية بشكل عام؟ أجاب قائلاً "نعم، حدث وأن صادفنا محتويات إعلامية مستخدمة بتقنية التزييف العميق (Deepfake)، والملاحظ أن التقنية تعتمد على الخداع البصري رغم ذلك، هي من التقنيات الحديثة التي لا يمكن تجاهلها أو اعتبارها ثانوية خاصة في مجال الإعلام والاتصال". (سليمان. ن. مقابلة شخصية، 7 ماي 2027)

ومن جهة أخرى، عبّر الإعلامي محمد رضا زكار، مراسل قناة "البلاد الجزائرية" (وهي أيضاً مؤسسة خاصة) عن موقف مختلف نوعاً ما، حيث قال: "نحن لا نستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير المادة الإعلامية أو إنتاجها وذلك راجع لعدم التحكم الكافي في هذه التقنيات من جهة، ولسياسة المؤسسة الإعلامية التي أعمل بها من جهة أخرى". (زكار. م. مقابلة شخصية، 5 ماي 2025) هذا الاختلاف لا يُعد تناقضاً بالمعنى الدقيق، وإنما يعكس تبايناً في السياسات التحريرية والتكوين المهني داخل المؤسسات الخاصة، مما يؤدي إلى تفاوت في تصور المخاطر أو التعامل مع أدوات التزييف العميق (Deepfake).

كما لاحظنا أن العاملين في المؤسسات الإعلامية الحكومية يظهرون غالباً نزعة أكثر تحفظاً وحذراً في التعامل مع التقنيات الحديثة، بما في ذلك أدوات الذكاء الاصطناعي وتقنيات التزييف العميق (Deepfake)، قد يرجع ذلك إلى الجمود الإداري والبنية البيروقراطية التي تميز هذا النوع من المؤسسات، ما يحد من قدرتها على التكيف السريع مع التحولات التكنولوجية أو ضعف التكوين الرقمي للكوادر الإعلامية داخل هذه المؤسسات أو ربما القيود المالية التي قد تُعيق تخصيص موارد لتجريب أو تبني تلك الأدوات، أما الفئة التي تعمل في جهات أخرى وإن كانت محدودة العدد، فقد تقدم رؤى مختلفة تعكس خبرات العمل الإعلامي في بيئات مستقلة أو رقمية، حيث يكون التحدي أكبر في ضبط المحتوى وضمان مصداقيته أمام جمهور متنوع وسريع التفاعل.

5. الجدول (5) يبين توزيع المبحوثين حسب مستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق

مستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق	معرفة عميقة	معرفة متوسطة	سمعت عنها فقط
التكرارات	5	29	13
النسبة المئوية	10.6%	61.7%	27.7%



من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS V26

تشير نتائج الجدول إلى أن أغلب الإعلاميين يمتلكون معرفة متوسطة بتقنية التزييف العميق (Deepfake)، بنسبة 61.7% (29 مشاركاً)، بينما أشار 27.7% (13 مشاركاً) إلى أنهم سمعوا فقط عن هذه التقنية دون إمتلاك معرفة معمقة بها، وفي المقابل لا تتجاوز نسبة من أفادوا بإمتلاك معرفة عميقة بهذه التقنية 10.6% فقط (5 مشاركين).

نلاحظ أن هذه النتائج تعكس وجود وعي عام بوجود تقنية التزييف العميق (Deepfake) بين الإعلاميين، إلا أن هذا الوعي لا يبدو كافياً من حيث العمق خصوصاً أن النسبة الأكبر لم تتجاوز مستوى "المعرفة المتوسطة"، مع نسبة معتبرة تقتصر معرفتهم على مجرد "السماع عنها فقط" وهذا يؤثر إشكالاً مهنيًا وأخلاقياً بالنظر إلى الخطورة المتزايدة لهذه التقنية على مصداقية الممارسة الإعلامية لا سيما في البيئات الرقمية، كما أن النسبة المحدودة من الإعلاميين في الوطن العربي الذين يمتلكون معرفة عميقة، قد تُشير إلى ضعف التكوين

المتخصص في هذا المجال داخل المؤسسات الإعلامية أو غياب برامج التوعية والتدريب المهني المواكب للتطورات التقنية مقارنة بالإعلام الغربي وهو ما أكده بعض الإعلاميين ممن أُجريت معهم مقابلة فعند سؤالهم "ما هو مستوى استخدام الإعلام الغربي لهذه التقنية مقارنة بالإعلام العربي؟" إتفق معظمهم على أنه "لا يمكن المقارنة، فجل إن لم نقل كل التقنيات الحديثة ومنها تقنية التزييف العميق (Deepfake) أكتشفت أو أُخترعت أو إنطلقت في الغرب عموماً، وبالتالي من الطبيعي جداً أن يكون الإعلام الغربي أكثر استخداماً لها ولتقنيات أخرى كثيرة أكثر من الوطن العربي"؛ إذن يُحتمل أن يؤدي هذا النقص المعرفي والإستخدام المحدود لهذه التقنية إلى صعوبة كشف المحتوى المزيف والتعامل معه بمهنية، وهو ما قد يُفاقم من المخاطر الأخلاقية والمهنية.

ولتحديد إتجاه العينة = (أعلى درجة - أدنى درجة) / (عدد البدائل) = $5 / (1 - 5) = 0.8$ أي أننا نضيف القيمة 0.8 في كل مرة والجدول (6) يوضح ذلك

إتجاه العينة	غير موافق	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة
الفئات	1.8 – 1	2.6 – 1.8	3.4 – 2.6	4.2 – 3.4	5 – 4.2

الجدول (7) يبين آراء الإعلاميين حول أبرز أدوات التزييف العميق (Deepfake) الموظفة في إنتاج المحتوى الإعلامي

العبارة	غير موافق	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
تستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي مثل الشبكات العصبية التوليدية في إنشاء مقاطع الفيديو المزيفة بشكل فعال	4	8	4	21	10	3.53	1.25	موافق
تعتمد برامج التزييف العميق على تقنيات التعلم العميق لتعديل الصور والفيديوهات بدقة.	2	3	4	25	13	3.94	1.01	موافق
تُستخدم تقنية التزييف العميق في إعداد تقارير صحفية أو وثائقية بهدف تحسين جودة المحتوى دون المساس بالمصداقية	1	13	13	16	4	3.19	1.01	محايد

موافق	1.23	3.91	18 38.3%	19 40.4%	1 2.1%	6 12.8%	3 6.4%	تتيح أدوات التزييف العميق للمستخدمين إمكانية التلاعب بالصوت والصورة بشكل متقدم.
موافق	0.95	4.30	24 51.1%	18 38.3%	1 2.1%	3 6.4%	1 2.1%	الممارسات الإعلامية الحديثة تتطلب فهماً أعمق للأدوات الرقمية التي يمكن أن تُستخدم في التزييف العميق
موافق	1.06	3.66	10 21.3%	20 42.6%	10 21.3%	5 10.6%	2 4.3%	تعزز التقنيات الحديثة مثل (الشبكات التوليدية التنافسية) من قدرة أدوات التزييف العميق على إنتاج محتوى مقنع.
موافق	1.07	3.83	12 25.5%	23 48.9%	7 14.9%	2 4.3%	3 6.4%	تتوفر أدوات التزييف العميق للمستخدمين العاديين وتتيح لهم إنشاء محتوى مزيف بسهولة.
موافق	1.17	3.79	13 27.7%	22 46.8%	5 10.6%	3 6.4%	4 8.5%	يمكن إستغلال التزييف العميق في الحملات الإعلامية (سياسة- تجارية....)
موافق	0.88	3.91	11 23.4%	25 53.2%	8 17%	2 4.3%	1 2.1%	التزييف العميق يُستخدم في بعض المؤسسات الإعلامية لأغراض إبداعية مثل إعادة إحياء شخصيات تاريخية أو دبلجة المشاهير.
موافق	0.93	3.51	7 14.9%	17 36.2%	16 34%	7 14.9%	0 0%	بعض المؤسسات الإعلامية تعتمد على التزييف العميق لإنتاج محتوى ترفيهي أو تفاعلي دون المساس بالمصداقية
موافق	0.60	3.75	المحور الثاني ككل					

من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS V26

تشير البيانات الإحصائية إلى أن أفراد العينة يتمتعون بدرجة وعي مرتفعة نسبياً بتقنية التزييف العميق (Deepfake)، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور 3.75 مع إنحراف المعياري قدره 0.60، وهي قيمة تصنّف ضمن درجة "مرتفعة نسبياً" على مقياس ليكرت، ما يعكس إدراكاً إيجابياً لدى الإعلاميين تجاه

خصائص هذه التقنية، وأدواتها وإستخداماتها المختلفة التي ساهمت بشكل مباشر في سرعة إنتشارها وتعميد تأثيرها على المشهد الإعلامي فضلاً عن وعيهم بمخاطرها الكامنة، غير أن هذا الوعي المعلن في البيانات الكمية لا يمنع من طرح تساؤلات حول مدى ترجمته إلى ممارسات واقعية فعّالة، وهو ما أشار إليه "مات غرو" – أستاذ مساعد في جامعة نورث وسترن وخبير في تقنيات التزييف العميق (Deepfake) في تقرير صادر عن BBC بقوله: "لا أشك في الإحصائيات التي أدرجوها في تقييمهم الأولي... ولكن ما أشك فيه هو ما إذا كانت تلك الإحصائيات ذات صلة بسياقات العالم الحقيقي"، في إشارة إلى أن الإدراك النظري للظاهرة لا يكفي وحده دون وعي سياقي ومهني أعمق يترجم إلى إجراءات عملية فعالة في التصدي للتزييف العميق (Deepfake) .

(كلايتون، 2023)

عند الحديث عن الصور والفيديوهات سجلت عبارة «إعتماد برامج التزييف العميق على تقنيات التعلم العميق لتعديل الصور والفيديوهات بدقة» أعلى متوسط حسابي بلغ 3.94، مع إنحراف معياري قُدّر بـ 1.01 حيث أبدى 53.2% من المشاركين موافقتهم، و 27.7% موافقتهم الشديدة، وهو ما يدل على وعي عميق لدى العينة بأن تقنيات التعلم العميق تُعد الركيزة الأساسية التي تستند إليها أدوات التزييف العميق في توليد المحتوى المزيف بدقة متقدمة، وهو ما أكدته Goodfellow وبعض الباحثين في دراستهم التأسيسية حول الشبكات التوليدية التنافسية التي تُعد الآلية المركزية لإنتاج مقاطع مزيفة يصعب تمييزها عن الحقيقية، من خلال تنافس خوارزميات التوليد والتمييز التي تتطور تدريجياً خلال التدريب ويشير قائلها «يعتمد إطار الشبكات التوليدية التنافسية على تدريب نموذج توليدي يحاكي البيانات الحقيقية، في مقابل نموذج تمييزي يحاول إكتشاف التزييف، مما يُحفز كليهما على التحسن إلى درجة تصبح فيها المحتويات المزيفة غير قابلة للتمييز من المحتويات الأصلية» (Goodfellow و Pouget، 2014، صفحة 1)، كما ناقش أيضاً (صالح الاسد، 2022) في دراسته المعنونة "المخاوف الأخلاقية من الإستخدامات السلبية للذكاء الاصطناعي وتقنية التزييف العميق" الأبعاد التقنية للتزييف العميق (Deepfake)، مسلطاً الضوء على الدور المركزي الذي تؤديه تقنيات التعلم العميق في إنتاج المحتوى المزيف، سواء في صيغته المرئية أو السمعية، وقد أكد الباحث أن الشبكات العصبية، لا سيما الشبكات التوليدية العميقة، تُعد البنية التحتية الأساسية التي تستند إليها معظم أدوات التزييف العميق.

من جهة أخرى، أظهرت عبارة «الممارسات الإعلامية الحديثة تتطلب فهماً أعمق للأدوات الرقمية التي يمكن أن تُستخدم في التزييف العميق» توافقاً واسعاً، حيث بلغ متوسطها 4.30 وإنحرافها المعياري 0.95 وهي

من أعلى المتوسطات في هذا المحور، حيث أبدى 51.1% من الإعلاميين موافقتهم الشديدة، و38.3% موافقتهم، وهو ما يعكس إدراكًا واضحًا لأهمية التكوين المعرفي والتقني لمواجهة تحديات التزييف العميق (Deepfake) في الممارسة الإعلامية، وهو ما أشار له (لحمر، عطية، 2024) من خلال مداخلة لهما في المنتدى الدولي "مستقبل الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي"، على ضرورة تحلي الإعلاميين بـ"ذهنية نقدية وفق آليات التربية الرقمية" من أجل التعامل بكفاءة مع أدوات التزييف العميق (Deepfake)، كما شدد أيضا (غضيب، 2020، صفحة 581) على ضرورة تفعيل برامج تعليمية متخصصة، قائلا إن "رفع كفاءة الإعلاميين في التعامل مع التقنيات الحديثة يتطلب تدريبًا مستمرًا" لذا، يصبح من الضروري أن يرافق هذا التكوين التطور التقني المستمر في المجال الإعلامي، لضمان ممارسة إعلامية مهنية تتواءم مع تحديات العصر.

كما كشفت النتائج عن تباين واضح في مواقف المبحوثين تجاه الاستخدامات "الإبداعية" للتزييف العميق في تقارير إعلامية حيث حصلت العبارة «إستخدام تقنية التزييف العميق في إعداد تقارير صحفية أو وثائقية بهدف تحسين جودة المحتوى دون المساس بالمصداقية» على متوسط حسابي بلغ 3.19 وانحراف معياري 1.01 وهو ما يشير إلى موقف أكثر حيادية، وقد عبّر 34% من الإعلاميين عن موافقتهم، في حين جاءت نسبتا "محايد" و"غير موافق" متساويتين عند 27.7%، ما يعكس وجود تباين في الرؤى وربما نوعًا من التحفظ المهني تجاه الإستخدام الأخلاقي للتقنية لدى الإعلاميين في إعداد المحتوى الإعلامي، يبدو أن هذه التقنية، رغم إمكانياتها الكبيرة في تحسين جودة المحتوى وجذب الإنتباه تثير قلقًا بشأن التأثير على مصداقية الإعلام، خاصة في السياقات التي تتطلب توثيقًا دقيقًا وموضوعيًا وهذا التحفظ المهني يتماشى مع ما أشار إليه Chesney و Citron من أن إستخدام التزييف العميق (Deepfake) في الإعلام يجب أن يكون محاطًا بحدود واضحة لضمان عدم المساس بالمصداقية، كما أنهم أشاروا إلى أن هذه التقنية يمكن أن تُستخدم بشكل إيجابي في تحسين تجربة المشاهد ولكن يجب أن تُستخدم بشفافية تامة وتوضيح أنها مفبركة. (Chesney و Citron، 2019)

من جهة أخرى، ذكر في تقريرهم أن الإستخدام الإبداعي للتزييف العميق (Deepfake) قد يصبح أداة فعالة في صناعة الإعلام الترفيهي، حيث يمكن إستخدامها لإعادة إحياء الشخصيات التاريخية أو في صناعة الأفلام الوثائقية ومع ذلك، لا يزال هناك تساؤلات كبيرة بشأن التطبيق في التقارير الصحفية التي تتطلب نزاهة ومصداقية عالية، وإستخدام هذه التقنية في الأخبار قد يفتح المجال لفرص كبيرة من جهة، ولكنها قد تتسبب أيضًا في نشر الأخبار المضللة أو زعزعة ثقة الجمهور في الوسائل الإعلامية التقليدية من جهة أخرى. (Ajder)

و Patrini، 2019)، يُضاف إلى ذلك دراسة (Anderson و Lomas، 2020) حول استخدام التزييف العميق (Deepfake) في الإعلام، حيث أشارا إلى أنه في غياب المعايير الأخلاقية الحاكمة، قد تصبح هذه التقنية سيقًا ذو حدين، بحيث يمكن أن تُستخدم لخلق محتوى أكثر إقناعًا ولكن في الوقت نفسه يشكك في صحة المعلومات المعروضة.

وفي الإطار ذاته، حصلت العبارة «التزييف العميق يُستخدم في بعض المؤسسات الإعلامية لأغراض إبداعية مثل إعادة إحياء شخصيات تاريخية أو دبلجة المشاهير» على متوسط حسابي بلغ 3.91 وانحراف معياري بقيمة 0.88 حيث وافق 53.2% من المبحوثين، و 23.4% وافقوا بشدة، أي ما يفوق 70 % ما يعكس تقبلاً لاستخدام تقنية الديب فايك في سياقات إبداعية دون أن يُنظر إليها كمصدر تهديد مباشر للمصداقية وهو ما توافقه قناة SBS الكورية الجنوبية التي عرضت برنامجًا بعنوان "مباراة القرن: الذكاء الاصطناعي ضد الإنسان"، حيث تم استخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) لإعادة إحياء صوت المغني الشعبي الراحل كيم كوانغ-سوك، الذي توفي عام 1996، مما مكن النظام من تقليد صوته وأسلوبه بدقة عالية في إطار فني لم يكن له طابع تضييلي، وقد حظي بموافقة عائلة الفنان مما يعكس نموذجًا على الاستخدام الإبداعي للتقنية في الإعلام دون المساس بالقيم الأخلاقية أو المهنية. (Kim و Park، 2021)

أما العبارة الأخيرة «بعض المؤسسات الإعلامية تعتمد على التزييف العميق لإنتاج محتوى ترفيهي أو تفاعلي دون المساس بالمصداقية» فقد سجلت متوسطاً قدره 3.51 وانحراف معياري 0.93، ما يدل على ميل عام نحو الموافقة حيث صرّح 36.2% بموافقتهم، وهي النسبة الأكبر بين فئات الإجابة، وهو ما يدل على وجود توجه معتبر نحو تقبل هذا النوع من الاستخدام عند توفّر نية ترفيهية أو تفاعلية غير مضلّة في حين تساوت نسبتا "غير موافق" و "موافق بشدة" عند 14.9% لكل منهما وهو ما يعكس حالة من الاستقطاب النسبي، حيث يتضح أن هناك قناعة قوية بجدوى هذا الاستخدام في السياقات الترفيهية عند بعض المبحوثين، مقابل فئة أخرى عبّرت عن رفض حاد لأي شكل من أشكال التلاعب بالمحتوى، حتى وإن لم يمس مباشرة بالمصداقية، ويلاحظ في السياق ذاته غياب تام لفئة "غير موافق" بنسبة 0%، ما يعني أن المشاركين لم يعبروا عن الرفض، وهو ما يُفسّر إما بضعف القناعة بهذا الخيار، أو بوجود إنقسام واضح بين مواقف قوية وأخرى محايدة، وهو ما أكدته نسبة "محايد" التي بلغت 34%، ما يشير إلى وجود درجة من التردد أو التحفظ في الحكم على مدى مشروعية هذه الاستخدامات من المنظور المهني أو الأخلاقي ويؤكد الباحثان Chesney و Citron أن

إستخدام التزييف العميق (Deepfake) في سياقات ترفيهية أو تفاعلية يثير قضايا أخلاقية حول مصداقية المعلومات في الإعلام، وهي قضايا يعبر عنها التحليل من خلال تردد المبحوثين في الحكم على مدى مشروعية هذه الإستخدامات من المنظور المهني أو الأخلاقي في قولهما «يمكن إستخدام التزييف العميق (Deepfake) في إنتاج محتوى ترفيهي أن يكون مغرّبًا من الناحية الإعلامية، إلا أنه يثير قضايا أخلاقية تتعلق بمصداقية المعلومات وموثوقية الوسائط الإعلامية» كما يشير (Ajder و Patrini، 2019) في نفس الدراسة إلى أن المؤسسات الإعلامية قد تستخدم هذه الأدوات دون التأثير على المصداقية، ولكن مع ضرورة مراقبة التأثيرات الأخلاقية لهذه التقنيات ووفقًا للأبحاث الحديثة هناك أبحاث تقول أنه يمكن للمؤسسات الإعلامية إستخدام التزييف العميق (Deepfake) لإنتاج محتوى ترفيهي بشرط الإلتزام بالمعايير الأخلاقية التي تضمن عدم الإضرار بالمصداقية العامة للمؤسسة الإعلامية". (Lomas و Anderson، 2020)

الجدول (8) يبين آراء الإعلاميين حول تأثير إستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) على نزاهة ومصداقية الممارسة الإعلامية

العبارة	غير موافق	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
قد تؤدي تقنية التزييف العميق إلى زعزعة ثقة الجمهور في مصداقية الإعلاميين.	2	4.3%	1	25	17	4.13	0.97	موافق
يمكن أن تستخدم تقنية التزييف العميق في نشر معلومات مضللة تؤثر سلبًا على نزاهة الإعلام.	2	4.3%	3	17	24	4.28	0.99	موافق بشدة
تساهم تقنية التزييف العميق في زيادة صعوبة التمييز بين المحتوى الحقيقي والمحتوى المزيف بالنسبة للصحفي.	1	2.1%	7	21	13	3.85	1.02	موافق
قد يؤدي إستخدام الإعلاميين لتقنية التزييف	1	2.1%	4	13	28	4.40	0.90	موافق بشدة

								العميق إلى تشويه سمعتهم المهنية.
موافق بشدة	0.90	4.28	22 46.8%	20 42.6%	2 4.3%	2 4.3%	1 2.1%	تؤدي تقنية التزييف العميق إلى انتهاك خصوصية الأفراد من خلال التلاعب بصورهم وأصواتهم دون إذنتهم.
موافق	1.11	3.94	18 38.3%	16 34%	6 12.8%	6 12.8%	1 2.1%	يمكن أن تستخدم تقنية التزييف العميق لاستهداف شخصيات عامة وتشويه صورتهم دون إمكانية التحقق من صحة المحتوى
موافق	1.11	3.89	16 34%	18 38.3%	7 14.9%	4 8.5%	2 4.3%	يمكن لتقنية التزييف العميق استغلال البيانات الشخصية للأفراد دون علمهم، مما يشكل خطرًا على خصوصيتهم.
موافق	1.15	3.87	16 34%	18 38.3%	7 14.9%	3 6.4%	3 6.4%	يعد استخدام تقنية التزييف العميق دون موافقة مسبقة وسيلة للإحتيال المالي على الأفراد.
موافق	0.01	3.89	13 27.7%	23 48.9%	5 10.6%	5 10.6%	1 2.1%	يؤدي نشر فيديوهات وصور مزيفة عن شخصيات تاريخية إلى إحداث لبس في فهم السياقات الحقيقية للأحداث
موافق	0.91	3.79	9 19.1%	24 51.1%	10 21.3%	3 6.4%	1 2.1%	يمكن استخدام التزييف العميق لإعادة صياغة الأحداث التاريخية بطرق تخدم أجندات معينة
موافق	1.093	3.74	14 29.8%	15 31.9%	11 23.4%	6 12.8	1 2.1%	تشكل تقنية التزييف العميق تهديدًا للإرث الثقافي والتاريخي من خلال تزوير

								الحقائق وإنتاج مقاطع مزيفة لأحداث وشخصيات تاريخية مما يساهم في نشر روايات مضللة
موافق	1.00	4.00	15	24	2	5	1	يؤثر انتشار المحتوى التاريخي المزيف على وعي الأفراد بالماضي وتشويه إدراكهم للوقائع
موافق بشدة	0.74	4.38	24	18	4	1	0	تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى دعم تقني أكبر لمواكبة انتشار المحتوى المزيف الناتج عن التزييف العميق.
موافق	0.71	4.03	المحور الثالث ككل					

من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS V26

إحصائياً يُظهر المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري العام لهذا المحور على التوالي (4.03) (0.71) أن اتجاه العينة كان يميل بدرجة كبيرة إلى "الموافقة"، ما يدل على وجود إدراك مرتفع لدى الإعلاميين بخطورة هذه التقنية على القيم الجوهرية للممارسة الإعلامية فعند تصنيف النتائج الإحصائية نجد:

أعلى متوسط حسابي بلغ (4.40) كانت "موافق بشدة" بالنسبة لتأثير تقنية التزييف العميق (Deepfake) على تشويه السمعة المهنية، وانحراف معياري بقيمة (0.90) ما يشير إلى أن السمعة المهنية للصحفيين تُعد أكثر القضايا حساسية لدى العينة، وهذا ما أكدته الناشط الحقوقي سام غريغوري حول تشويه سمعة المؤسسات الإعلامية في قوله "تسعى آليات التزييف العميق إلى تشويه سمعة و مصداقية الصحفيين والناشطين الحقوقيين وذلك بناء على ما هو قائم من أشكال التحرش و العنف الرقمي". (غريغوري، 2020)، وأدنى متوسط حسابي بلغ (3.74) مع انحراف معياري بقيمة (1.09) كان حول تهديدا الإرث الثقافي والتاريخي...، ومع ذلك يبقى ضمن مجال "موافق"، ما يعني أن حتى أقل العبارات حصلت على توافق نسبي، هذا يعني أن الإنحياز الإيجابي الكبير باتجاه "موافق" و "موافق بشدة" في معظم العبارات كان بنسب تراوحت بين (70-80 %) وهو ما يعكس إجماعاً شبه تام بين المبحوثين على التأثير السلبي للتزييف العميق (Deepfake) على الممارسة الإعلامية، في حين أن وجود نسب قليلة جداً من "غير موافق" و "غير موافق بشدة" يدل على

تراجع الآراء المعارضة أو المشككة، وهو ما يعزز مصداقية الاتجاه العام للبيانات، أما نسبة "محايد" فقد كانت قليلة جداً تُظهر أن المبحوثين لم يتخذوا مواقف مترددة بل عبّروا بوضوح عن تصوراتهم المهنية والأخلاقية حول هذه التقنية.

ومن خلال تحليل النتائج، تبين وجود توافق قوي بين أفراد العينة على أن تقنية التزييف العميق (Deepfake) تشكل تهديداً مباشراً لمصداقية الإعلام ونزاهته، حيث حصلت عبارة: «قد تؤدي تقنية التزييف العميق (Deepfake) إلى زعزعة ثقة الجمهور في مصداقية الإعلاميين» وعبارة «يمكن أن تستخدم تقنية التزييف العميق (Deepfake) في نشر معلومات مضللة تؤثر سلباً على نزاهة الإعلام» على متوسطين حسابيين مرتفعين (4.13 و 4.28) وانحراف معياري مقدّر للعبارتين على التوالي (0.97-0.99) مما يدل على إتفاق أكثر من 80% من المبحوثين على الطابع الخطير للتقنية، ويعكس هذا التوجه قلقاً مهنيّاً عميقاً لدى الإعلاميين من احتمال تآكل الثقة الجماهيرية بالمؤسسات الإعلامية نتيجة الاستخدام غير الأخلاقي لهذه التقنية في إنتاج محتوى زائف أو مضلل، هذا القلق يتماشى مع ما أكدته تقارير ودراسات حديثة، على غرار تقرير موقع Pindrop (Hendrickson)، الذي أشار إلى أن التزييف العميق (Deepfake) يُسهم في تعميق الاستقطاب المجتمعي وزعزعة الثقة في وسائل الإعلام، حيث تراجعت الثقة إلى أدنى مستوياتها، ولم يُعد سوى 8% من الجمهور الأمريكي يثق بقدرة الإعلام على نقل الأخبار بدقة وإنصاف .

كما أظهرت دراسة لمنصة Unite.AI أن هذه التقنية تجعل الجمهور أكثر تشكيكاً في كل محتوى رقمي، بما في ذلك ما تنتجه المؤسسات الإخبارية الشرعية (أسعد، 2024)، وهو ما أكدته أيضاً موقع (عرب48) من خلال وصف التزييف العميق بأنه "سلاح موجه ضد الصحافة حيث يهدف إلى زرع عدم الثقة في وسائل الإعلام والاستفادة من ثقة الناس فيها لنشر معلومات مضللة". (عرب48، 2024)، وتُظهر هذه النتائج توافقاً مع ما تطرحه نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام، فحسب الأستاذة شيقر سليمة ترى أن حرية الإعلام يجب أن تُمارس في إطار من الإلتزام الأخلاقي والمهني، لضمان خدمة الصالح العام ومنع أي استخدام ضار أو غير

نزبه للتقنيات الحديثة ووفقاً لهذه النظرية، فإن المؤسسات الإعلامية مسؤولة عن تقديم محتوى دقيق، صادق ومتوازن وبالتالي، فإن تزايد استخدام هذه التقنية يضع الإعلاميين أمام مسؤوليات مضاعفة لضمان نزاهة المعالجة الإعلامية، ويؤكد كل من الأستاذة بحري والأستاذ الشريف على أهمية استحضار مبادئ المسؤولية الاجتماعية كإطار أخلاقي ضروري لمواجهة هذا التحدي المهني المتنامي. (بحري، 2018)

وفي ذات السياق نجد عبارة «تساهم تقنية التزييف العميق (Deepfake) في زيادة صعوبة التمييز بين المحتوى الحقيقي والمحتوى المزيف بالنسبة للصحفي» سجلت متوسط حسابي 3.85 و إنحراف معياري 1.02 ما يعني توافقاً ملحوظاً ولكن بنسب أقل من العبارات السابقة ما يقارب 72.4 % بموافق وموافق بشدة هذه النتائج تشير أن الإعلاميين يؤكدون على التحدي المهني الذي يواجهونه في التمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف فالتقدم التكنولوجي الذي أتاح التزييف العميق (Deepfake) يجعل من الصعب على الصحفيين القيام بعملهم بالطرق التقليدية، وتتوافق هذه النتائج مع ما تراه الباحثة **Lauren Hendrickson** التي تقول "أن تقنية التزييف العميق (Deepfake) تشكل خطراً جدياً على مصداقية الإعلام ما يجعل التحقق من صحة المحتوى المرئي والمسموع أكثر صعوبة، وهذا يقوّض الثقة في الإعلام الرقمي، ويصعب على الجمهور التمييز بين المعلومات الحقيقية والمفبركة." وتوضح قائلة "إن المجتمعات تعتمد على الثقة لإتخاذ قرارات مستنيرة وتكوين آراء والمشاركة في المناقشات المجتمعية، ومع ذلك مع ظهور تقنية التزييف العميق، أصبح من الصعب بشكل متزايد التمييز بين المحتوى الحقيقي والمحتوى المتلاعب به". (Hendrickson، 2025)

وفي سياق الحديث عن الخصوصية نجد عبارتي «تؤدي تقنية التزييف العميق (Deepfake) إلى إنتهاك خصوصية الأفراد من خلال التلاعب بصورهم وأصواتهم دون إذنهم» سجلت متوسط حسابي مرتفع 4.28 "موافق بشدة" يقابله إنحراف معياري بقيمة 0.90 ، و «يمكن لتقنية التزييف العميق (Deepfake) إستغلال البيانات الشخصية للأفراد دون علمهم، مما يشكل خطراً على خصوصيتهم» حصلت هي الأخرى على متوسط حسابي مقارب للعبارة السابقة 3.89 "موافق" وإنحراف معياري 1.11 ما يعكس توافقاً قوياً على أن التزييف العميق (Deepfake) يمكن أن يؤدي إلى إنتهاك خصوصية الأفراد وإستغلال البيانات الشخصية وهو ما يثير قلقاً عميقاً من الآثار السلبية على حقوق الأفراد وتعرض حياتهم للخطر إذ يمكن أن تُستخدم هذه التقنية للتلاعب غير القانوني بالصور والأصوات، مما يفتح الباب أمام التجاوزات غير الأخلاقية، وهو ما يعتبر تهديداً مباشراً للأفراد ويتطلب من الإعلاميين أن يكونوا أكثر حذراً في استخدام هذه التقنيات، مع ضرورة إحترام

حقوق الأفراد في عدم نشر محتوى مزيف دون إذنهم، ويعزز هذا التوجه ما ورد في تقرير (Discriminating Systems: Gender, Race, and Power in AI) "أنظمة التمييز: الجنس والعرق والسلطة في الذكاء الاصطناعي" الصادر عن معهد **AI Now** مدى خطورة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومنها التزييف العميق (Deepfake) في التلاعب بهويات الأفراد دون إذنهم و يحذر من أن هذه الأنظمة تُعيد إنتاج أنماط تمييزية قائمة، وتستند إلى تصنيفات ظاهرية تُستخدم كبداية للحكم على السمات الداخلية، وهو ما يشكل إعتداءً مباشراً على خصوصية الأفراد، كما يشير إلى خطورة تطوير أدوات تدّعي القدرة على إستنتاج الميول الجنسية أو الصفات الإجرامية من الصور الشخصية، ما يعكس توجهاً مقلقاً نحو إستغلال البيانات الشخصية في أغراض تنبؤية غير أخلاقية. (Whittaker، West، و Crawford، 2019، صفحة 3).

كما ورد أيضاً في التقرير أن أنظمة الذكاء الاصطناعي تعمل كنظم تصنيف تمييزية تفرّق وترتّب وتُصنّف الأفراد بطريقة تؤدي إلى إساءة تمثيلهم، لا سيما عندما يُصبح التلاعب بصورهم وأصواتهم أداة للتأثير الاجتماعي أو السياسي. (Whittaker، West، و Crawford، 2019، صفحة 6) وفي هذا الإطار، يُنبئ التقرير إلى أن الأضرار الناتجة عن هذه التقنيات لا تقتصر على الخسائر الاقتصادية، بل تشمل أيضاً الطريقة التي يُمثّل بها الأفراد، مما يعمّق من إنتهاك خصوصيتهم ويسبب إلى كرامتهم الإنسانية. (West، Whittaker، & Crawford، 2019، p. 15)

أما إستهداف الشخصيات البارزة فقد حصلت عبارة «يمكن أن تستخدم تقنية التزييف العميق لاستهداف شخصيات عامة وتشويه صورتهم دون إمكانية التحقق من صحة المحتوى» على متوسط حسابي 3.94 مع إنحراف معياري 1.11 ما يدل على تأييد نسبي لهذه الفكرة، هذا يعني أن الإعلاميين واعون بحجم التهديدات التي قد تواجه الشخصيات العامة في سياق الإعلام الحديث إذ يمكن لتقنية التزييف العميق (Deepfake) أن تُستخدم بسهولة لتشويه سمعة أي شخصية عامة، وهي مشكلة أخلاقية تستدعي الحاجة الماسة إلى تقنيات تحقق أكثر تطوراً في المؤسسات الإعلامية، لتجنب التضليل، و أفاد تقرير نُشر في صحيفة "نيويورك بوست" في مارس 2024 بأن الحكومة الروسية تخطط لإستخدام مقاطع إباحية مزيفة تستهدف القيادات النسائية في الديمقراطيات الغربية، بهدف تقويض مصداقيتهن السياسية وقد تم إستخدام هذه الأساليب بالفعل ضد سياسيات في أوكرانيا، مما أدى إلى أضرار جسيمة في سمتهن المهنية والشخصية. (Reyes، 2024) وتشير نينا يانكوفيتش، الرئيسة التنفيذية لجمعية البرلمانيات الأمريكية قائلة "تتعرض المشرّعات لإستهدافٍ مُقلقٍ

بمحتوى إباحيٍّ مُزوَّرٍ بتقنية التزييف العميق (Deepfake) هذه ليست مُجرد مُشكلةٍ تقنية، بل هي إعتداءٌ مُباشر على النساء في مواقع القيادة والديمقراطية نفسها"، وفي المملكة المتحدة كانت نائبة رئيس الوزراء أنجيلا راينر من بين أكثر 30 سياسية بريطانية تبين أنهن مستهدفات من قبل موقع ويب للمواد الإباحية المزيفة، وفقاً لتحقيق أجرته القناة الرابعة ونشر العام الماضي. (D.Cook، 2025)

و بالنسبة للإحتيال المالي فعبرة « استخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) دون موافقة مسبقة وسيلة للإحتيال المالي على الأفراد» تشير إلى القلق من الإحتيال الناتج عن استخدام التزييف العميق حيث حصلت على متوسط حسابي بلغ (3.87) وانحراف معياري (1.15) وهو ما يعكس موافقة كبيرة ولكن ليست شاملة، هذا يعني أن المبحوثين يُدركون أن الإحتيال الإلكتروني أصبح أحد التحديات المتزايدة في هذا العصر، ما يزيد الحاجة إلى إشراف قانوني صارم خصوصاً إذا تم إستغلاله للتلاعب بالأفراد في سياقات مالية، ففي تقرير صادر عن معهد رويترز لدراسة الصحافة بعنوان "Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation"، أشار الباحثون إلى أن التزييف العميق (Deepfake) بدأ يُستخدم في حملات خبيثة مستغلين الظروف الصحية حيث أن بعضها إستهدف جمع بيانات مالية أو دفع الأفراد لتحويل أموال إستجابة لمقاطع مزيفة بصوت وصورة أشخاص يعرفونهم، مما يفتح باباً واسعاً أمام الإحتيال الرقمي، حيث جاء في التقرير " من اللافت للنظر أيضاً قلة المعلومات المضللة في العينة التي بدت وكأنها تهدف إلى تحقيق الربح بنسبة 6% حيث كان 3% من المحتوى مرتبط بوضوح بعلاجات أو لقاحات أو معدات وقائية مزعومة معروضة للبيع" وفي نفس التقرير "من المؤكد تقريباً أن هناك قدرًا كبيرًا من المعلومات المضللة منخفضة الجودة حول فيروس كورونا والتي يتم نشرها من قبل أولئك الذين يحاولون توليد عائدات مالية وإعلانية". (Simon و Brennen، 2020، صفحة 5)

وفي السياق التاريخي تشير النتائج إلى خطر التلاعب بالحقائق التاريخية عبر تقنيات التزييف العميق (Deepfake) أو كتابة التاريخ لخدمة أغراضاً سياسية أو إعلامية حيث نجد عبارة «نشر فيديوهات وصور مزيفة عن شخصيات تاريخية يؤدي إلى إحداث لبس في فهم السياقات الحقيقية للأحداث» سجلت متوسط حسابي 3.89 وانحراف معياري 1.01 أي ما يقارب نسبة 76% من الإعلاميين يدركون أنه قد يُستخدم هذا التلاعب لتغيير فهم الناس للسياقات التاريخية، مما يؤثر على الذاكرة الجماعية، ونفس المتوسط الحسابي تقريبا لعبارة «يمكن استخدام التزييف العميق (Deepfake) لإعادة صياغة الأحداث التاريخية بطرق تخدم أجندات معينة» حيث

بلغ 3.79 مع إنحراف معياري 0.91 أي نسبة 70% وهي موافقة معتدلة، هذا يعني أن الإعلاميين يتوقعون أن يستخدم البعض هذه التقنية كوسيلة لتشكيل الرأي العام وتوجيهه بما يخدم مصالحهم، ما يشير إلى ضرورة الحذر في استخدام هذا النوع من التقنيات في الموضوعات الحساسة مثل التاريخ ما يستدعي الإشارة إلى الأبعاد الأخلاقية الكبيرة التي يجب أن تأخذها المؤسسات الإعلامية بعين الاعتبار عند التعامل مع أي محتوى تاريخي.

وما يدعم هذه النتائج هو ما أشار إليه الباحث بعزیز إبراهيم في دراسته "تقنيات وأساليب التضليل الإعلامي المعاصر بين تغييب الوعي وتوجيه إهتمامات الفرد" حول بناء الوقائع من جديد بما يخدم مصالح أصحاب الدعاية والتضليل وأجندات معينة مدعما كلامه بمثال حول الحقائق التاريخية التي يزيّفها الإحتلال الصهيوني عبر وسائل الإعلام المختلفة، يقول "فيتم تغيير أسماء المناطق والبلدان والشوارع في فلسطين المحتلة وإستبدال تسميات يهودية مكانها، كما يتم تحريف حقائق تاريخية بإستخدام تقنيات متطورة مثل التزييف العميق (Deepfake)، حيث يتم إنتاج مقاطع فيديو وصوتيات مزيفة لشخصيات تاريخية أو سياسية لتبرير السردية الإسرائيلية أو تزوير صور وخرائط قديمة لإعادة تشكيل الوعي العام" (بعزیز ا.، 2016، صفحة 64) ومن هنا، تتأكد أهمية الحذر عند توظيف هذه التقنية في الموضوعات الحساسة مثل التاريخ، حيث تبرز الأبعاد الأخلاقية الكبرى التي يجب أن تأخذها المؤسسات الإعلامية بعين الاعتبار.

كما كشفت نتائج الإستبيان حول العبارة «تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى دعم تقني أكبر لمواكبة إنتشار المحتوى المزيف الناتج عن التزييف العميق (Deepfake)» عن إتفاق واسع بين أفراد العينة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.38) و الإنحراف المعياري 0.74، وهو من أعلى المتوسطات ضمن هذا المحور، مما يدل على توافق قوي ما يفوق 89% من الإعلاميين في الوطن العربي حول أهمية تعزيز البنية التقنية للمؤسسات الإعلامية ويُفهم من هذا التوافق أن الصحفيين يدركون بأن التعامل مع تحديات التزييف العميق (Deepfake) لا يقتصر فقط على الجوانب المهنية أو الأخلاقية، بل يتطلب تجهيزًا تكنولوجيًا عاليًا لمواجهة هذا النوع من التلاعب الرقمي، هذا الوعي يشير إلى شعور عام بضعف الإمكانيات الحالية في غرف الأخبار في مواجهة المحتوى المزيف، وهو ما يستدعي من المؤسسات الإعلامية السعي نحو إقتناء أدوات كشف متطورة، وتكوين فرق متخصصة لمواجهة هذا التزييف، وهو ما تؤكد دراسة الباحث أرشد موحان غضيب التي شددت على ضرورة تزويد المؤسسات الإعلامية بوسائل كشف رقمية متقدمة لمواجهة أخطار التزييف العميق على المحتوى الإخباري، ويقول "ويتطلب البحث في مجال التزييف العميق (Deepfake) تطوير تقنيات وأدوات للكشف الفعال وتكوين فرق متخصصة

للتحقق من المعلومات وتحليل المحتوى الذي يساعد في مكافحة الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة وحماية الجمهور من التلاعب" (غضيب، 2020، صفحة 597).

كما خلصت دراسة الأسد صالح الأسد إلى أن عدم جاهزية المؤسسات من الناحية التقنية يجعلها فريسة سهلة أمام حملات التضليل المصنوعة باستخدام الذكاء الاصطناعي وتقنياته ومن الحلول التي إقترحها تدريب شباب متخصصين في مجال الذكاء الاصطناعي بشكل عام والتزييف العميق (Deepfake) بشكل خاص كما يمكن جلب برامج خاصة وأدوات متطورة لكشف المحتوى الإعلامي المزيف من الدول الصديقة في هذا المجال.

«قراءة تركيبية في العلاقة بين المحورين: التداخل بين الأدوات التقنية والقيم المهنية

وتتسق هذه الخلاصات مع ما أظهرته نتائج الدراسة الحالية في وجود ارتباط وثيق بين استخدام الأدوات التقنية المتقدمة كتقنية الديب فايك والإدراك العميق للإعلاميين حول تأثيرها على القيم المهنية ومن خلال قراءة تركيبية متأنية، يمكننا إستكشاف هذه العلاقة الديناميكية بين المحورين الأول والثاني، حيث يُبرز هذا الارتباط مدى أهمية فهم التداخل بين التطور التقني ووعي الإعلاميين بالمخاطر المهنية والأخلاقية المصاحبة، مما يؤسس لإنطلاق تحليل معمق يتناول تداعيات هذه التقنيات على الممارسة الإعلامية.

تكشف نتائج المحورين عن وجود توافق ملحوظ في اتجاهات وآراء الإعلاميين بشأن العلاقة بين استخدام الأدوات التقنية المتقدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي، وبين إدراكهم لتأثير هذه الأدوات على نزاهة ومصداقية الممارسة الإعلامية مما يعكس هذا التوافق وعيًا مهنيًا متزايدًا بالتداعيات الأخلاقية والمهنية المرتبطة بتقنيات مثل الذكاء الاصطناعي وخوارزميات التعلم العميق.

وتشير المعطيات إلى أنه كلما زاد توظيف هذه الأدوات في البيئة الإعلامية، كلما إرتفع مستوى الإدراك بأن هذا الاستخدام قد يمسّ معايير الصدقية والمهنية، وهو ما يدّل على تداخل واضح بين البعد التقني والبعد القيمي في العمل الإعلامي، كما أن التحول الرقمي ليس مجرد أداة تعمل على تحسين الإنتاجية و تحقيق عامل السرعة، بل يُنظر إليه أيضًا كقضية تحمل أبعادًا أخلاقية تستدعي المراجعة والمساءلة من قبل المؤسسات الإعلامية والمهنيين على حد سواء.

الجدول (9) يبين آراء الإعلاميين حول التداعيات الأخلاقية والتحديات المهنية التي تفرضها تقنية التزييف العميق (Deepfake) على ممارسة الإعلاميين

إتجاه العينة	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق	العبارة
موافق	1.08	3.87	15 31.9 %	19 40.4 %	6 12.8 %	6 12.8%	1 2.1%	تؤدي تقنية التزييف العميق إلى زيادة الضغوط الأخلاقية على الإعلاميين للحفاظ على مصداقية المحتوى.
موافق	0.89	4.17	19 40.4 %	21 44.7 %	3 6.4%	4 8.5%	0 0%	تفرض تقنية التزييف العميق تحديات مهنية تتعلق بضرورة التحقق من مصداقية المحتوى بشكل أكبر.
موافق	1.00	3.85	13 27.7 %	21 44.7 %	6 12.8 %	7 14.9%	0 0%	يجد الصحفيون صعوبة متزايدة في التحقق من المحتوى المزيف بسبب تطور تقنية التزييف العميق.
موافق	0.86	4.04	15 31.9 %	22 46.8 %	7 14.9 %	3 6.4%	0 0%	قد تشكل تقنية التزييف العميق تحدياً لأسس الممارسة الإعلامية المستندة إلى الحقيقة الموضوعية.
موافق بشدة	0.96	4.17	21 44.7 %	18 38.3 %	3 6.4%	5 10.6%	0 0%	يحتاج الإعلاميون إلى معرفة كيفية التعامل مع الأدوات الرقمية مثل التزييف العميق لضمان الجودة والمصداقية.
موافق	0.65	4.19	14 29.8 %	29 61.7 %	3 6.4%	1 2.1%	0 0%	عدم وجود برامج تدريبية متخصصة في المؤسسات الإعلامية حول التزييف العميق يمثل تحدياً في الحفاظ على مصداقية العمل الإعلامي.
موافق	0.72	4.21	17 36.2 %	24 51.1 %	5 10.6 %	1 2.1%	0 0%	تحتاج غرف الأخبار إلى تطوير سياسات تحريرية أكثر صرامة لمواجهة التزييف العميق
موافق بشدة	0.97	4.13	21	15	7	4 8.5%	0 0%	يعد استخدام تقنية التزييف العميق في الإعلام انتهاكاً

			44.7 %	31.9 %	14.9 %			لأخلاقيات المهنة الصحفية. (مبدأ الصدق و النزاهة)
موافق	0.71	4.19	17 36.2 %	22 46.8 %	8 17%	0 0%	0	يحتاج الإعلاميون إلى تدريب خاص لفهم كيفية استخدام التزييف العميق بشكل مسؤول.
موافق بشدة	0.87	4.34	23 48.9 %	21 44.7 %	0 0%	2 4.3%	1 2.1%	يجب على المؤسسات الإعلامية الاستثمار في الذكاء الاصطناعي وأدوات كشف التزييف العميق لحماية مصداقيتها.
موافق	1.086	4.68	11 23.4 %	18 38.3 %	13 27.7 %	2 4.3%	3 6.4%	تسبب تقنية التزييف العميق في استنزاف الموارد المالية للمؤسسات الإعلامية بسبب الحاجة إلى التحقق المستمر من المحتوى
موافق	0.59	4.07	المحور الرابع ككل					

من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS V26

تشير المعطيات الإحصائية المتعلقة بهذا المحور إلى وجود إتفاق ملحوظ بين أفراد العينة حول حجم التحديات والتداعيات التي تفرضها تقنية التزييف العميق (Deepfake) على الممارسة الإعلامية، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية لعبارات هذا المحور بين (3.85-4.68)، والانحرافات المعيارية (1.00-1.08) مما يضع جميع العبارات ضمن فئة "موافق" و "موافق بشدة"، وهو ما يعكس وعياً جماعياً بوجود تهديدات حقيقية تمس أخلاقيات المهنة، أدواتها وفاعلية أدائها في ظل التطورات التكنولوجية، وهو ما تؤكدته دراسة (الحمر و عطية، 2024) التي بيّنت أن التزييف العميق (Deepfake) يمثل تهديداً حقيقياً للمصداقية الإعلامية، ويستدعي مواجهة مهنية وأخلاقية متقدمة في قوله " إن تقنية التزييف العميق (Deepfake) أصبحت تهدد مصداقية المؤسسات الإعلامية من خلال قدرتها على إنتاج محتويات يصعب التمييز بينها وبين المحتويات الأصلية، وهو ما يضع الصحفيين أمام تحديات أخلاقية ومهنية غير مسبقة"، وأضافت الباحثة الزهرة بوجفجوف أن الالتزام بالمبادئ المهنية وأخلاقيات المهنة وحدها لا تكفي، بل يتحتم على الصحفي الإلكتروني التحلي بشعور عميق بالمسؤولية الاجتماعية، ولا بد للصحفي أن يدرك أي إلتزام خارج خدمة الجمهور من شأنه إضعاف الثقة

والمصادقية كما يجب تجنب التقنيات التي من شأنها تشويه الحقائق وتزوير الواقع. (بوجفجوف، 2023، صفحة 115)

وقد بلغ متوسط المحور ككل 4.07 والانحراف المعياري 0.59، وهو رقم يوضح أن مستوى الموافقة مرتفع على أغلب التحديات المهنية والأخلاقية التي تُحدثها هذه التقنية، حيث حظيت عدة عبارات نحو "موافق بشدة" و"موافق" بنسب فاقت 80% ما يؤكد أن الإعلاميين في الوطن العربي يُدركون تعقيدات التعامل مع المحتوى المزيف، وحجم الضغط الذي تفرضه هذه التقنية على غرف الأخبار والصحفيين على حد سواء، وتدعم هذه النتائج ما توصلت إليه دراسة Vaccari & Chadwick التي أشارت إلى أن "التزييف العميق يشكل تحدياً مميزاً وذلك لسببين إثنين أولاً: أن العديد من مدققي الحقائق يعملون إنطلاقاً من افتراض أن كل ما يُقال في العلن قد قاله شخص حقيقي، حتى وإن كان التصريح خاطئاً أما في حالة التزييف العميق (Deepfake)، فلن يكون الأمر كذلك، وثانياً: أن التحقق من صحة مقاطع الفيديو في سياق تنتشر فيه تقنية التزييف العميق (Deepfake) يتطلب إثبات أن الفيديو حقيقي، وهو أمر يُعدّ صعباً نسبياً نظراً للكفاءة التقنية لهذه المقاطع، ولأنها تُنتج جزئياً إنطلاقاً من فيديوهات متاحة أصلاً للعموم". (Vaccari و Chadwick، 2020)،

عند سؤال أحد الصحفيين خلال إجراء المقابلات عن "أبرز التحديات الأخلاقية التي تفرضها تقنية التزييف العميق (Deepfake) أثناء ممارسة المهنة"، أجاب بشكل مباشر قائلاً: "مصادقية المادة الإعلامية" نلاحظ أن هذه الإجابة المقتضبة تكشف عن عمق الوعي المهني بخطورة التزييف العميق (Deepfake)، إذ تمسّ هذه التقنية جوهر القيم الأخلاقية في العمل الصحفي، وعلى رأسها الصدق والدقة فالتلاعب بالمحتوى المرئي أو الصوتي يُقوّض معيار المصادقية، ويضع الصحفي أمام تحدي مزدوج: التحقق من صحة المحتوى قبل نشره، والدفاع عن صدقية إنتاجه الإعلامي في بيئة مشبعة بالشك والريبة.

رُصد أيضاً تواجد نسب محايدة تراوحت بين (6.4% - 27.7%) في عدد من العبارات، وهو ما قد يُفسّر بعدم وضوح الأدوار المؤسسية المنوطة بالتكوين المستمر والتأطير المهني للإعلاميين في مواجهة التحديات التقنية الجديدة، أو ربما يعكس ذلك إفتقار بعض الباحثين إلى إحتكاك مباشر مع حالات واقعية للتزييف العميق، ما يجعلهم في موقع الحذر والترث في إصدار أحكام قطعية، وهذا التردد النسبي يعكس بُعداً مهماً في فهم الإستجابة الإعلامية لمخاطر التزييف العميق (Deepfake) والتي لا تقتصر فقط على الجوانب التقنية، بل

تمتد إلى نقص الوعي المؤسسي والبنى التكوينية الداعمة، وهو ما أشارت إليه دراسة أرشد موحان غضيب أن "المؤسسات الإعلامية تعاني من ضعف في الإمكانيات التقنية وقصور في تكوين الصحفيين على مهارات التحقق من الفيديوهات المزيفة، الأمر الذي يُضعف قدرتها على التعاطي مع ظاهرة التزييف العميق (Deepfake)". (غضيب، 2020، صفحة 581)

كما تجدر الإشارة إلى أن نسب الرفض "غير موافق" و "غير موافق بشدة" بقيت إجمالاً ضعيفة أو منعدمة في أغلب العبارات، باستثناء عبارات قليلة أظهرت نسباً تُستحق التحليل النوعي، خصوصاً في ما يتعلق بـ "الضغط المالية" و "صعوبة التحقق"، ما يُمكن إعتباره مؤشراً على تباين وجهات النظر بخصوص بعض التداعيات التقنية والمهنية وفي هذا السياق أشار (Chadwick و Vaccari، 2020) بأن "تبعات التزييف العميق (Deepfake) تختلف بدرجة كبيرة حسب مستويات الوعي الإعلامي والتعرض السابق للمعلومات المضللة"، مما يُفسّر التباين في إدراك التهديد بين الصحفيين ويعزز الحاجة لفهم السياقات المهنية والخلفيات المعرفية المؤثرة في تشكيل مواقفهم.

من خلال التحليل الإحصائي السابق تُظهر العينة إجماعاً شبه كامل على أن تقنية التزييف العميق (Deepfake) تفرض على الإعلاميين تحديات مهنية وأخلاقية جسيمة ترتبط بضرورة التحقق من المحتوى وصونه، فقد شهدت عبارات مثل: «تفرض تقنية التزييف العميق (Deepfake) تحديات مهنية تتعلق بضرورة التحقق من مصداقية المحتوى بشكل أكبر» و عبارة «قد تشكل تقنية التزييف العميق (Deepfake) تحدياً لأسس الممارسة الإعلامية المستندة إلى الحقيقة الموضوعية» وعبارة «يحتاج الإعلاميون إلى معرفة كيفية التعامل مع الأدوات الرقمية مثل التزييف العميق (Deepfake) لضمان الجودة والمصداقية» وأيضاً «يعد استخدام تقنية التزييف العميق في الإعلام إنتهاكاً لأخلاقيات المهنة الصحفية» نسباً مرتفعة في إتجاهي "موافق" + "موافق بشدة" إذ تجاوزت 80 % في بعض الحالات ، يقابلها نسب منعدمة 0 % في إتجاه "غير موافق"، ما يعكس قناعة راسخة بكون هذه التقنية تهدد فعلاً الركائز المهنية والأخلاقية للممارسة الإعلامية.

من الجانب الميداني، نجد عبارة «يجد الصحفيون صعوبة متزايدة في التحقق من المحتوى المزيف بسبب تطور تقنية التزييف العميق (Deepfake)» سجلت أدنى متوسط حسابي (3.85) وإنحراف معياري بقيمة (1.00) كما نلاحظ أن نسبة الرفض المعبرة عن إتجاه "غير موافق بشدة" بلغت 14.9%، ما يشير إلى تباين

في الخبرات الميدانية حيث يمكن أن يكون بعض الإعلاميين يملكون بالفعل أدوات تحقق متقدمة، في حين يفتقر البعض الآخر إلى المعرفة أو الإمكانيات التقنية اللازمة، أما المفارقة الأبرز في هذا المحور تمثلت في عبارة «تتسبب تقنية التزييف العميق (Deepfake) في إستنزاف الموارد المالية للمؤسسات الإعلامية بسبب الحاجة إلى التحقق المستمر من المحتوى» إذ حققت أعلى متوسط حسابي بلغت قيمته (4.68) إنحراف معياري (1.08) في المقابل نجد نسبة الحياد بلغت 27.7 % و 10.7 % كانت إجمالاً من نسب الرفض (4.3% غير موافق بشدة + 6.4% غير موافق) وهو ما يدل على التشتت الذي يعكس إدراكاً لدى الغالبية بأن التدقيق المتكرر باهظ الثمن، بينما يظل قسم من العينة متردداً حول مدى تأثيره المالي الفعلي أو يرى أن الأثر الإقتصادي يتوقف على حجم المؤسسة ومواردها التقنية.

«قراءة تركييبية في العلاقة بين المحورين: التداخل بين أدوات التزييف العميق والمنظومة الأخلاقية

بعد إستعراضنا لأهم النتائج المتعلقة بتداعيات إستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في البيئة الإعلامية، يتضح أن هذه التقنية لا تُطرح فقط كإشكال تقني أو إنتاجي، بل تتجاوز ذلك لتلامس جوانب جوهرية تتعلق بأخلاقيات المهنة الصحفية وممارساتها اليومية وفي هذا السياق، يصبح من الضروري التوقف عند العلاقة التي تربط بين الأدوات التقنية المتقدمة، وعلى رأسها تقنية التزييف العميق (Deepfake) وبين منظومة القيم التي تؤطر العمل الإعلامي، من صدقية وشفافية ومسؤولية مهنية، هذا ما يدفعنا إلى إجراء قراءة تحليلية مركبة تسعى إلى فهم طبيعة هذا التداخل، وإستكشاف مدى إدراك الإعلاميين لمخاطره، خاصة في ظل تنامي التحديات المرتبطة بالتحقق من المعلومات بسرعة فائقة.

تكشف نتائج التحليل عن وجود علاقة بين التطورات التقنية في المجال الإعلامي وفي مقدّمها تقنية التزييف العميق (Deepfake) وبين التحديات الأخلاقية والمهنية التي أصبح الإعلاميون يواجهونها بشكل متزايد، ورغم أن مستوى العلاقة لا يعكس تقارباً كبيراً، إلا أن وجود إرتباط بين إستخدام الأدوات الرقمية الحديثة كتقنية التزييف العميق (Deepfake) وبين التحديات الأخلاقية والمهنية يُعد مؤشراً مهماً يُبرز أن هذه الممارسات التقنية لا تمر دون التأثير على قيم النزاهة والمصداقية في العمل الإعلامي.

هذا التداخل بين البُعد التقني والبُعد الأخلاقي يُظهر وعياً مهنيّاً متنامياً لدى الإعلاميين إزاء ما تفرضه هذه الأدوات من ضغوط على الأداء الإعلامي المسؤول، فمن خلال تحليل الآراء، يتّضح أن إستخدام تقنيات

التزييف العميق (Deepfake) في صناعة المحتوى الإعلامي قد يُسهم في تأزيم الوضع الأخلاقي داخل الحقل الإعلامي خصوصًا فيما يتعلّق بممارسات التضليل وتحريف المعلومات وإنتهاك مبدأ المسؤولية المهنية في نقل الأخبار والتقارير، وفي هذا السياق يجد الإعلاميون أنفسهم في مواجهة تحدٍّ مزدوج من خلال الموازنة بين الإلتزام بالمعايير المهنية من جهة، والتعامل مع أدوات تقنية تتيح إمكانيات كبيرة للتلاعب دون رقابة صارمة من جهة أخرى، وقد عبّر الإعلامي حمو، العامل في التلفزيون العمومي، عن هذا الإدراك عند سؤاله "في نظركم، هل تمثل هذه التقنية تهديدًا حقيقيًا للمصداقية الإعلامية؟ وكيف يمكن أن تؤثر على ثقة الجمهور بالمحتوى؟" حيث عبّر عن هذه الإشكالية قائلاً: "نعم، حسب رأيي... وإستخدامها في حد ذاته يدخل الشك لدى الجمهور". (أوجانة. ح مقابلة شخصية، 7 ماي 2025) وهو ما يدل على أنّ تداول هذه التقنية يُحدث تشكيكًا مسبقًا في المحتوى الإعلامي حتى وإن كان حقيقيًا، مما يؤدي إلى زعزعة ثقة الجمهور بوسائل الإعلام.

إنطلاقًا من ذلك، يمكن إعتبار العلاقة بين هذين البُعدين مؤشّرًا على الحاجة الملحة لإعادة النظر في أساليب إنتاج المحتوى، وتعزيز آليات الشفافية وبناء قواعد أخلاقية حديثة تتلاءم مع واقع التكنولوجيا الجديدة.

الجدول (10) يبين آراء الاعلاميين حول دور التشريعات والقوانين في ضبط إستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في المؤسسات الإعلامية

العبارة	غير موافق	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
تسهم التشريعات والقوانين في تقليل المخاطر الأخلاقية المرتبطة بإستخدام تقنية التزييف العميق في الإعلام.	1	2	10	23	11	3.87	0.90	موافق
توفر التشريعات إطارًا قانونيًا يحدد كيفية إستخدام تقنية التزييف العميق بشكل مسؤول في المؤسسات الإعلامية.	0	5	8	23	11	3.85	0.91	موافق
يمكن للتشريعات أن تساهم في حماية النزاهة الإعلامية من التأثيرات السلبية لتقنية التزييف العميق.	0	2	6	24	15	4.11	0.79	موافق

موافق	0.89	4.02	15 31.9%	21 44.7%	9 19.1%	1 2.1%	1 2.1%	تفتقر العديد من البلدان إلى تشريعات فعالة لضبط استخدام تقنية التزييف العميق في المجال الإعلامي.
موافق	0.80	3.91	10 21.3%	26 55.3%	8 17%	3 6.4%	0 0%	تساهم القوانين في تعزيز الشفافية والمساءلة عند استخدام تقنية التزييف العميق في وسائل الإعلام.
موافق	0.93	3.96	15 31.9%	19 40.4%	9 19.1%	4 8.5%	0 0%	تعتبر التشريعات الحالية (موثيق شرف الصحفي- الضوابط الاخلاقية المعتمدة من هيئات الإعلام..) غير كافية لمواكبة التطورات السريعة في تقنيات التزييف العميق.
موافق	0.81	4.15	17 36.2%	23 48.9%	4 8.5%	3 6.4%	0 0%	تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى أطر قانونية واضحة بشأن استخدام تقنية التزييف العميق لتجنب المخاطر القانونية والأخلاقية.
موافق	0.83	4.06	16 34%	20 42.6%	9 19.1%	2 4.3%	0 0%	يعد غياب تشريعات واضحة بشأن التزييف العميق عائقاً أمام تحقيق العدالة في القضايا المرتبطة بالمحتوى المزيف
موافق	0.85	4.28	20 42.6%	21 44.7%	5 10.6%	1 2.1%	0 0%	تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى دعم قانوني أقوى لمواجهة التحديات التي يفرضها انتشار المحتوى المزيف
موافق بشدة	0.74	4.34	26 55.3%	14 29.8%	5 10.6%	1 2.1%	1 2.1%	يجب فرض عقوبات صارمة على الأفراد والمؤسسات التي تنتج أو تنشر محتوى مزيف بإستخدام التزييف العميق
موافق	0.92	3.34	13 27.7%	15 31.9%	13 27.7%	6 12.8%	0 0%	تعاي السلطات القانونية من صعوبة تتبع المسؤولين عن إنتاج المحتوى المزيف بتقنية التزييف العميق.

موافق	1.01	4.00	17 36.2%	19 40.4%	6 12.8%	4 8.5%	1 2.1%	يجب أن تخضع أي مادة إعلامية تم تعديلها بإستخدام التزييف العميق لأنظمة المراقبة قبل نشرها
موافق	1.02	4.04	14 29.8%	23 48.9%	8 17%	2 4.3%	0 0%	تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى مدونات سلوك مهنية لضبط استخدام تقنية التزييف العميق في إنتاج المحتوى
موافق بشدة	0.84	4.34	23 48.9%	20 42.6%	2 4.3%	1 2.1%	1 2.1%	تحتاج القوانين المنظمة للإعلام إلى تحديث مستمر لمواكبة التطورات المتسارعة في تقنية التزييف العميق
موافق	0.55	4.04	المحور الخامس ككل					

من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS V26

كشف التحليل الإحصائي لبيانات هذا المحور عن وجود إتجاه إيجابي واضح لدى المبحوثين تجاه أهمية التشريعات والقوانين في ضبط إستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في المجال الإعلامي، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية لعبارات هذا المحور بين (3.34-4.34) والانحرافات المعيارية كانت (من 1.01 إلى 0.84)، وهي كلها تقع ضمن مجال "موافق" إلى "موافق بشدة"، مما يعكس مستوى عالٍ من التأييد لأهمية الإطار القانوني، وقد بلغ متوسط المحور ككل (4.04) وانحراف معياري (0.55) وهو معدل يُصنف ضمن درجة "موافق" المرتفعة، حيث يُظهر وجود إتفاق عام من قبل الإعلاميين في الوطن العربي على أن التشريعات تشكل ركيزة أساسية لمواجهة المخاطر الأخلاقية والمهنية الناتجة عن إستخدام التزييف العميق (Deepfake) في الإعلام.

سجل إتجاه "موافق بشدة" و "موافق" نسبة مرتفعة في جميع العبارات، بقيمة تراوحت (من 70 إلى 90 %)، بينما ظلت نسب "غير موافق" و "غير موافق بشدة" في حدود دنيا جداً أو شبه منعدمة، حيث ظهرت بعض القيم الصفرية في عدة عبارات، ما يُشير إلى غياب شبه تام للرفض أو المعارضة وسط المبحوثين، أما حالات الحياد، فقد ظهرت في بعض العبارات بنسب متباينة (أحياناً تتجاوزت 15%)، وهو ما يمكن أن يُفسّر إما بوجود تحفظ أو نقص في المعرفة الدقيقة ببعض الجوانب القانونية أو بعدم وضوح تطبيق هذه القوانين فعلياً في البيئة الإعلامية وهو ما أثبتته العديد من الدراسات، من بينها دراسة الباحث الأسد صالح الأسد كما أشرنا إليه سابقاً، كما تم التطرق لهذا الجانب في الفصل الرابع ضمن عنصر التأصيل القانوني لضبط إستخدام

تقنية التزييف العميق (Deepfake)، حيث أشرنا إلى أن أغلب التشريعات في العالم العربي لا تزال تُعاني من فراغ قانوني فيما يخص تقنية التزييف العميق (Deepfake)، سواء من حيث المفهوم أو التنظيم أو التجريم ومع ذلك، بدأت بعض الدول في التطرق إلى الموضوع بشكل غير مباشر ضمن نصوص العقوبات أو الجرائم الإلكترونية، وبناءً عليه، فإن هذه النتائج الإحصائية تعزز الإستنتاج القائل بأن هناك قناعة شبه جماعية بأهمية الأطر القانونية في تنظيم استخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake)، مع وجود دعم قوي لإتخاذ إجراءات ردعية ودعوة ضمنية لتحديث المنظومة التشريعية الحالية لتواكب التحديات التقنية المتسارعة، غير أن ما يلفت الإنتباه فعلياً هو بعض النسب الإستثنائية التي تستحق التوقف عندها:

على سبيل المثال جاءت العبارة «تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى دعم قانوني أقوى لمواجهة التحديات التي يفرضها إنتشار المحتوى المزيف» بنسبة بلغت 42.6 % "موافق بشدة" و 44.7 % "موافق"، دون تسجيل أي حالة رفض أو إعتراض، ما يعبر عن إجماع شبه تام لدى المبحوثين على ضعف الإطار القانوني الحالي وضرورة تعزيزه لمواجهة الظاهرة المنتشرة، وهو ما تؤكد النسب الصفرية في خانتي "غير موافق" و "غير موافق بشدة" التي تعتبر مؤشراً مهماً على قناعة جماعية راسخة.

وتكرر نفس النمط في عبارة أخرى «يمكن للتشريعات أن تساهم في حماية النزاهة الإعلامية من التأثيرات السلبية لتقنية التزييف العميق (Deepfake)» التي لم تسجل بدورها أي نسبة رفض، بل بلغت نسبة الموافقة بجميع مستوياتها حوالي 83%، ما يدل على إدراك الإعلاميين للأثر الوقائي للتشريعات في صون المبادئ الأخلاقية داخل الممارسة الإعلامية، إذ تؤكد منظمة اليونسكو في تقريرها "Threats that Silence": Trends in the Safety of Journalists، على أن التحديات التي يفرضها التزييف العميق (Deepfake) وغيره من أدوات التضليل تستدعي ضرورة إعتداد تشريعات واضحة ومحدثة لحماية الممارسة الصحفية من التلاعب الرقمي والمحتوى الإصطناعي، وذلك في ظل تسارع التقنيات وغياب الضوابط القانونية في عدد كبير من الدول. (UNESCO، 2021، صفحة 24) من جهة أخرى، تميزت عبارة «يجب فرض عقوبات صارمة على الأفراد والمؤسسات التي تنتج أو تنشر محتوى مزيف بإستخدام التزييف العميق (Deepfake)» بأعلى متوسط حسابي في هذا المحور حيث بلغ (4.34) وانحراف معياري بلغ (0.84) و نلاحظ أن نسبة إجتاه "موافق بشدة" بلغت 55.3 %، ما يعكس درجة عالية من التأييد لفكرة الردع القانوني كأداة أساسية لمواجهة الإنتهاكات الأخلاقية، ويظهر وعياً متزايداً بخطورة التلاعب بالمحتوى الإعلامي.

وعلى النقيض، جاءت العبارة «تعاي السلطات القانونية من صعوبة تتبع المسؤولين عن إنتاج المحتوى المزيف بتقنية التزييف العميق» بأدنى متوسط حسابي بلغت قيمته (3.34) وإنحراف المعياري بقيمة (1.01) إضافة إلى إرتفاع نسبي في إتجاه الحياد والرفض الجزئي، وهو ما يمكن تفسيره بتباين تصورات الإعلاميين في الوطن العربي حول مدى قدرة الجهات القانونية على مواكبة التطور التقني، أو ربما بسبب الغموض الذي يكتنف آليات التحقيق الجنائي الرقمي، إضافة إلى الفراغ التشريعي الذي يعاني منه المشرع العربي فيما يخص الجرائم الإلكترونية ذات الصلة المباشرة بتقنية التزييف العميق (Deepfake)، كما يمكن أن يعود ذلك إلى قصور داخل المؤسسات الإعلامية نفسها، لا سيما الحكومية منها، سواء على مستوى الوعي القانوني أو تبني سياسات وقائية واضحة، وهو ما سبق أن أشرنا إليه في الفصل المتعلق بالتأصيل القانوني للظاهرة وفي العموم، يمكن القول إن العينة تُجمع على الحاجة إلى تشريعات واضحة، محدّثة وفعالة، مع وجود توجه واضح نحو تعزيز الجانب العقابي والردعي، مقابل تشكيك جزئي في فعالية المؤسسات القانونية في تتبع الفاعلين.

وفي هذا الإطار، تشير الإعلامية هند محمود علاق من خلال تجربتها العملية في الإنتاج والمراسلة والتلفزيون في المؤسسة القطرية للإعلام إلى أن جانباً مهماً من التنظيم القانوني للممارسة الإعلامية لا يقتصر فقط على التشريعات الوطنية، بل يشمل أيضاً النظم والضوابط التحريرية الداخلية المعتمدة في كل مؤسسة إعلامية حيث تقول "كل صحفي، عند إنضمامه لأي مؤسسة، يُلزم بالعمل ضمن خط تحريري محدد تحكمه قوانين داخلية صارمة، ويُعدّ أي إنحراف عنها بمثابة إخلال يستوجب المساءلة"، كما أوضحت أن المواد الإخبارية، لا سيما تلك الموجهة للبث المباشر، تخضع عادةً لمراجعة دقيقة رغم ضغط السرعة، في محاولة لضمان جودة ودقة المعلومات، هذا النوع من الانضباط الداخلي يمكن إعتباره مكماً هاماً للمنظومة القانونية الرسمية، خاصة في ظل التحديات المتزايدة التي تفرضها تقنية التزييف العميق (Deepfake).

ولكن هذا الرأي يطرح إشكالية أخلاقية حساسة وهي "ماذا لو كانت الضوابط الداخلية للمؤسسة الإعلامية (الخط التحريري) تُبرّر أو حتى تُشجّع استخدام التزييف العميق"؟ في هذه الحالة، فإننا أمام صدام مباشر بين الإلتزام المهني الأخلاقي من جهة، والولاء للمؤسسة الإعلامية من جهة أخرى وهذا الصدام يكشف حدود النجاعة الفعلية للضوابط الداخلية إذا لم تكن مؤسسة على معايير أخلاقية ومهنية صلبة.

إذن رغم ما توفره الأنظمة الداخلية للمؤسسات الإعلامية من آليات ضبط ومراقبة، إلا أن فعاليتها تبقى مشروطة بمدى التزامها بالقيم الأخلاقية للممارسة الصحفية وفي هذا السياق، تبرز إشكالية مهمة أثارها الإعلامية هند محمود علاق، مفادها أن بعض الخطوط التحريرية الصارمة قد توجه العمل الإعلامي نحو ممارسات غير مهنية، كإستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) لخدمة أجندات معينة، وهو ما يضع الصحفي أمام معضلة أخلاقية حقيقية بين الإنصياع لتوجيهات المؤسسة أو الإلتزام بميثاق الشرف الصحفي، في هذه الحالة تتحول الضوابط التحريرية من أداة ضبط إلى وسيلة تضليل، ما يعزز الحاجة إلى إطار قانوني خارجي واضح ومستقل يشكل مرجعية عليا تعلو على التعليمات التحريرية وتضمن حماية المبادئ المهنية مثل الصدق والشفافية والمساءلة.

«قراءة تركيبية في العلاقة بين المحورين: أدوات التزييف العميق والإطار التشريعي الضابط

بعد إستعراض الإطار القانوني المنظم لإستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في المجال الإعلامي وما أظهرته نتائج الدراسة من غياب أو ضعف في التشريعات الكفيلة بضبط هذه الممارسات، تبرز الحاجة إلى قراءة تركيبية تُمكن من فهم العلاقة بين البُعدين التقني والتشريعي، لا سيما في ظل تسارع وتيرة التطور التكنولوجي مقابل بطء في الإستجابة القانونية، وي طرح هذا الواقع تساؤلات جدية حول مدى قدرة الإطار القانوني الراهن على مواكبة إستخدام أدوات رقمية معقدة ك"الديب فيك"، ومدى تأثير غياب التأطير التشريعي على إنتشار الممارسات الإعلامية المضللة.

ومن هنا تُظهر النتائج وجود إرتباط واضح بين إزدیاد إستخدام أدوات التزييف العميق (Deepfake) في المجال الإعلامي وإرتفاع الوعي بضرورة وجود أطر تشريعية واضحة تنظم هذا الإستخدام، ويعكس هذا الإرتباط إدراكًا متزايدًا لدى الإعلاميين بأن التوسع في توظيف هذه التقنيات يجب أن يُواكبه ضبط قانوني فعال يضمن حماية المهنة من الإنزلاق نحو المساس بقيمي النزاهة والمصدقية الإعلامية، فكلما إزدادت إمكانيات التلاعب بالمحتوى عبر تقنيات متطورة، برزت الحاجة الملحة لتعزيز التشريعات التي تحدّ من الإستخدام غير المسؤول لهذه الأدوات.

ومن هذا المنطلق، تُبرز العلاقة بين التطور التكنولوجي والإطار القانوني طبيعة تكاملية، تفرض ضرورة مواكبة التشريعات للتحويلات الرقمية المتسارعة، بما يحقق توازناً بين الابتكار التقني والحفاظ على أخلاقيات الممارسة الإعلامية.

وبينما تناولنا سابقاً العلاقة بين تطور أدوات الإنتاج التقني في المجال الإعلامي والإطار التشريعي الواجب تنظيمه، يبرز جانب آخر حيوي وهو التداعيات الأخلاقية والمهنية المترتبة عن استخدام هذه الأدوات التقنية الحديثة، وبالأخص تقنية التزييف العميق (Deepfake) إذ لا يقتصر الدور التشريعي على ضبط استخدام الأدوات فحسب، بل يمتد ليشمل حماية القيم الأخلاقية والمهنية التي تشكل الأساس في ممارسة الإعلام المسؤول لذلك، من الضروري تحليل العلاقة المتداخلة بين التحديات الأخلاقية والمهنية، والأطر التشريعية والقانونية، وذلك لفهم كيف يمكن للتشريعات أن تلعب دوراً فعالاً في مواجهة المخاطر الأخلاقية وحماية معايير المهنة الإعلامية في ظل هذه التقنية المتطورة.

توضح النتائج وجود ارتباط واضح بين التداعيات الأخلاقية والمهنية الناجمة عن استخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في المجال الإعلامي والحاجة الملحة إلى وجود تشريعات وقوانين صارمة تضبط استخدامها فالتحديات التي تثيرها هذه التقنية، مثل التضليل الإعلامي والتلاعب بالحقائق، تمثل تهديداً مباشراً لمصداقية الممارسة الإعلامية ونزاهتها، مما يستوجب وضع أطر قانونية واضحة وملزمة تهدف إلى حماية الجمهور وضمان احترام القيم المهنية.

إنّ الآثار الأخلاقية المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وخاصة التزييف العميق (Deepfake) تؤكد ضرورة إعادة النظر في البنى القانونية والتنظيمية القائمة لتكون قادرة على مواكبة التطورات التكنولوجية والتحديات التي تفرضها هذه الأدوات الجديدة، هذه التداعيات تفرض تطوير تشريعات أكثر صرامة تحمي الجمهور من مخاطر التضليل وتضمن إلزام المؤسسات الإعلامية بمعايير المصداقية. (صالح الاسد، 2022)

تدعم هذه الرؤية تقارير دولية مثل تقرير اليونسكو حيث تم التأكيد على أن تقنية التزييف العميق (Deepfake) تشكل تهديداً للمجتمعات الديمقراطية، وتسهم في نشر المعلومات المضللة، مما يستدعي وضع أطر قانونية وتنظيمية للتعامل مع هذه الظاهرة يقول التقرير "تُبرز التقنيات الاصطناعية، مثل التزييف العميق (Deepfake)، تحديات كبيرة تتعلق بالمعلومات المضللة والثقة العامة، مما يتطلب إستجابات سياسية

وتنظيمية فعّالة". (Mariagrazia & author, 2024) بالإضافة إلى ذلك، تؤكد المفوضية الأوروبية في تقريرها المعنون "Tackling deepfakes in European policy" إلى أن التزييف العميق (Deepfake) يُمثل تحديًا متناميًا يتطلب تدخلاً تشريعيًا، وأوصت بضرورة تصنيف هذه التقنية ضمن فئات المخاطر العالية، مما يستدعي تطبيق متطلبات تنظيمية صارمة، حيث ورد في التقرير "يُعدّ التزييف العميق (Deepfake) تحديًا متزايدًا يتطلب إستجابات سياسية وتنظيمية فعّالة، بما في ذلك تصنيفه ضمن فئات المخاطر العالية وتطبيق متطلبات تنظيمية صارمة". (van Boheemen و van Huijstee، 2021)

بناءً على ذلك، يصبح من الواضح أن تفاقم التداعيات الأخلاقية والمهنية الناتجة عن استخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) يبرز أهمية التدخل التشريعي بشكل عاجل لضبط هذه الممارسة، وحماية المعايير المهنية والأخلاقية التي تحكم الممارسة الإعلامية، وهو أمر ضروري للحفاظ على ثقة الجمهور وصدق المحتوى الإعلامي.

في هذا الجزء من الدراسة، تم الاعتماد على الجداول المركبة (Cross-tabulation tables) لتحليل العلاقات بين مجموعة من المتغيرات النوعية المرتبطة بموضوع البحث ومحاور الدراسة بهدف تحديد كيفية تفاعل المتغيرات والمحاور فيما بينهم.

الجدول (11): يوضح العلاقة بين مستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق (Deepfake) ومتغير الجنس

مستوى المعرفة بالتقنية	الجنس	
	ذكر	أنثى
معرفة عميقة	3	2
	%60	% 40.0
معرفة متوسطة	22	7
	% 75.9	% 24.1
أسمع عنها فقط	5	8
	% 38.5	% 61.5
المجموع	30	17
	%63.8	%36.2

من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS V26

على مستوى التوزيع العام، يُلاحظ أن الذكور يشكلون 63.8% من العينة، مقابل 36.2% من الإناث، ما قد يفسر بعض الفروقات المسجلة في مستويات المعرفة، ويؤكد في الآن ذاته أهمية النظر في أبعاد النوع الاجتماعي عند تحليل مستوى الوعي بالتقنيات الحديثة داخل الحقل الإعلامي؛ إذ لا يمكن إغفال أن الانتماء الجندري قد يؤثر في فرص التكوين، وطبيعة التفاعل مع التطورات الرقمية، وحتى في نوعية المهام المسندة داخل المؤسسات الإعلامية ما ينعكس على مستوى وعيهم وفهمهم لتقنيات مثل التزييف العميق (Deepfake) في المجال الإعلامي.

بالنسبة لفئة "المعرفة العميقة"، والمعرفة المتوسطة" فقد سجل الذكور النسبة الأعلى (60-75.9%) مقابل (24-40%) للإناث، وهي نسبة متقاربة نوعاً ما، إلا أنها تعكس استمرار هيمنة الذكور في الإمتلاك العميق للمعرفة التقنية، ما يشير إلى أن شريحة كبيرة من الذكور لديهم إطلاع أو تفاعل مع المفاهيم التقنية المرتبطة

بالتزييف العميق (Deepfake)، وربما يعود ذلك إلى طبيعة تخصصاتهم المهنية أو مصادر معلوماتهم وهو ما يتقاطع مع نتائج دراسات سابقة تُبرز ميل الذكور أكثر نحو التفاعل مع المستجدات الرقمية المتقدمة حيث جاء في تقرير الباروميتر العربي (Arab Barometer) الذي أكد أن استخدام الإنترنت في المنطقة العربية يُظهر تفاوتاً واضحاً بين الجنسين، حيث يسجل الرجال معدلات استخدام أعلى من النساء.

ويعود هذا التفاوت إلى عوامل مثل مستوى التعليم، والدخل، والقيود الاجتماعية والثقافية وتشير الباحثة رازا في هذا السياق إلى أن هذه الفجوة الرقمية تمثل مصدر قلق حقيقي، إذ تبين أن النساء في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا أقل استخداماً للإنترنت بنسبة تصل إلى 56% مقارنة بالرجال، حتى عند ضبط تأثير العوامل الأخرى، ما يعكس استمرار وجود معوقات بنيوية تحول دون مشاركة النساء الكاملة في المجال الرقمي، وبالتالي في الولوج المتكافئ إلى المعرفة التقنية (Raza، 2020) وتنسجم هذه المعطيات مع نتائج الدراسة الحالية، حيث جاءت فئة "سمعت عنها فقط" في إشارة إلى المعرفة المحدودة بتقنية التزييف العميق (Deepfake) كأعلى نسبة مسجلة لدى الإناث (61.5%) مقارنة بالذكور ما يثبت فعلاً وجود فجوة معرفية للتقنية بين الجنسين داخل الحقل الإعلامي.

الجدول (12): يوضح العلاقة بين مستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق (Deepfake) ومجال العمل

مجال العمل					مستوى المعرفة بالتقنية
المجموع	خبير تقني في الإعلام	صحافة مكتوبة	صحافة الكترونية	سمعي-بصري	
5	0	0	2	3	معرفة عميقة
% 100.0	% 0.0	% 0.0	% 40.0	% 60	
29	2	4	4	19	معرفة متوسطة
% 100.0	% 6.9	% 13.8	% 13.8	% 65.5	
13	2	0	4	7	أسمع عنها فقط
% 100.0	% 8.3	% 0.0	% 33.3	% 58.3	
47	4	4	10	29	المجموع
% 100.0	% 6.5	% 8.7	% 21.7	% 63.0	

من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS V26

كشفت نتائج الجدول المتعلق بمستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق (Deepfake) حسب مجال العمل عن تفاوت ملحوظ في درجة الوعي بهذه التقنية بين الفئات الإعلامية المختلفة، حيث تبين أن العاملين في قطاع السمعي - البصري يمثلون الشريحة الأكثر إلمامًا بالتقنية، إذ شكّلوا 60% من فئة ذوي المعرفة العميقة و 65.5% من ذوي المعرفة المتوسطة، و 58.3% من الذين سمعوا فقط عن هذه التقنية، وهو ما يعكس إنخراطهم المكثف في المحتوى المرئي والمسموع الذي يُعد أكثر عرضة للتزييف العميق في المقابل، لم تسجل فئة الصحافة المكتوبة والخبراء التقنيين في الإعلام أي نسبة ضمن خانة المعرفة العميقة ربما لأن الصحافة المكتوبة لا تتفاعل ميدانيًا مع التزييف العميق (Deepfake) بالمعنى البصري أو الصوتي، إلا أن التزييف النصي يمثل إمتدادًا خفيًا لهذه التقنية، ما يستدعي تعزيز التكوين المهني لفهم هذا الشكل الأقل وضوحًا من التلاعب بالمحتوى.

كما أظهرت نتائج الصحافة الإلكترونية تباينًا في مستويات المعرفة، حيث سجلت نسبة 40% في فئة المعرفة العميقة و 33.3% في خانة المعرفة السطحية، مما يعكس تباينًا في الخلفيات التقنية للعاملين في هذا القطاع، حيث يكمن هذا التباين في أن البعض ينتمي إلى جيل رقمي أكثر إنخراطًا في التقنيات الحديثة، في حين لا يزال البعض الآخر يتعامل مع هذه التطورات من منظور تقليدي أو محدود الفهم وهي نتيجة تتقاطع مع ما أشار إليه الأستاذ لحر في دراسته حول تفاوت الكفاءات التقنية داخل غرف التحرير، وتأثير الانتماء الجيلي على مستوى التفاعل مع أدوات الذكاء الاصطناعي. (لحر و عطية، 2024)

وتبرز هذه النتائج مجتمعةً محدودية التكوين التخصصي في موضوع التزييف العميق (Deepfake)، لا سيما لدى الفئات التي يُفترض فيها إمتلاك خبرة تقنية، وهو ما يستدعي تعزيز المبادرات التكوينية والتوعوية داخل مختلف المؤسسات الإعلامية لمواكبة التطورات المتسارعة في الذكاء الاصطناعي وما يرافقها من تحديات مهنية وأخلاقية تمس جوهر الممارسة الإعلامية وهو ما تم التطرق إليه في فصل الأخلاقيات والمهنية الإعلامية، بخصوص متطلبات الإعلامي في عصر التكنولوجيا حيث أُشير إلى أن التطورات التكنولوجية قد أعادت تشكيل أدوار الإعلامي، بحيث لم يعد دوره يقتصر على نقل الخبر فقط، بل بات من الضروري إمتلاك مهارات رقمية متقدمة تُمكنه من التكيف مع متطلبات العصر الرقمي والنجاح في أداء مهامه المهنية بكفاءة.

الجدول (13): يوضح العلاقة بين مستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق (Deepfake) وطبيعة جهة العمل

طبيعة جهة العمل				مستوى المعرفة بالتقنية
المجموع	أخرى	مؤسسات خاصة	مؤسسات حكومية	
5	0	5	0	معرفة عميقة
% 100.0	% 0.0	% 100.0	% 0.0	
29	2	14	13	معرفة متوسطة
%100.0	%6.9	%48.3	% 44.8	
13	3	6	4	أسمع عنها فقط
%100.0	%23.1	% 46.2	% 30.8	
47	5	25	17	المجموع
% 100.0	%10.6	%53.2	%36.2	

من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS V26

على مستوى التوزيع العام، فقد شكّل العاملون في المؤسسات الخاصة النسبة الأعلى بـ 53.2%، يليهم العاملون في القطاع الحكومي بـ 36.2%، بينما لم تتجاوز فئة "أخرى" نسبة 10.6%، ما يعني أن نتائج الجدول تتأثر إلى حد ما بغلبة العاملين في القطاع الخاص .

يظهر الجدول أعلاه تفاوتاً واضحاً في درجات الوعي وفقاً لنوع المؤسسة التي ينتمي إليها المبحوثين، حيث سجلت البيانات أن فئة "المعرفة العميقة" إقتصرت بالكامل على العاملين في المؤسسات الخاصة بنسبة 100%، في حين لم تسجل أي حالة معرفة عميقة في كل من المؤسسات الحكومية أو الفئات الأخرى، وتُعد هذه النسبة الأعلى والأكثر دلالة في الجدول، إذ تشير إلى أن القطاع الخاص يُوفر على ما يبدو بيئة أكثر إنفتاحاً على التقنيات الجديدة أو يُشجع على الإطلاع والإبتكار، خصوصاً في المجالات الإعلامية والتقنية.

في فئة "المعرفة المتوسطة"، توزعت النسب بشكل متقارب بين العاملين في القطاع الخاص بنسبة 48.3% والحكومي بنسبة 44.8%، مع نسبة محدودة في فئة "أخرى" بنسبة 6.9%، ما يُظهر أن هذا المستوى من المعرفة منتشر نسبياً في كل القطاعات، لكن يظل القطاع الخاص متصدراً، ويعكس هذا النمط وجود قدر من الوعي العام بالتقنية داخل المؤسسات، ولو بدرجات متفاوتة، إذن فإنّ هذا التفاوت يعكس في جوهره ضعف التكوين التكنولوجي داخل المؤسسات الإعلامية، أو غياب برامج التوعية والتدريب الممنهج وهو ما أكّده العديد من الباحثين على ضرورة تخليق الممارسة الإعلامية في ظل تصاعد مظاهر التزييف، من خلال التركيز على تكوين الأطر الصحفية، وتدريبها، وتنقيف طلاب الإعلام بشأن المستجدات التكنولوجية، لا سيما تلك المتعلقة بالذكاء الاصطناعي وهي الإشكالات ذاتها التي تم التطرق إليها في الفصل الثالث من هذه الدراسة.

ويجدر الإشارة أنه عند إختبار العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (مثل الجنس، مجال العمل و سنوات الخبرة، طبيعة جهة العمل ومستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق (Deepfake)) وبين محاور الإستبيان التي تقيس إدراكهم للمخاطر الأخلاقية والمهنية المرتبطة بالتزييف العميق (Deepfake)، أظهرت النتائج المستخرجة من برنامج SPSS غياب علاقة ذات دلالة بين هذه المتغيرات.

وتشير هذه النتيجة إلى أن مواقف أفراد العينة تجاه تأثيرات التزييف العميق (Deepfake) على الممارسة الإعلامية لا تتأثر بشكل ملحوظ باختلاف خصائصهم المهنية أو المعرفية، وهو ما يعكس نوعاً من الإجماع أو الوعي المشترك بخصوص خطورة الظاهرة، بغض النظر عن مستوى الخبرة أو طبيعة العمل الإعلامي، ربما يعود ذلك إلى تجانس العينة (مثلاً، أغلبهم من نفس المجال، أو بنفس الخلفية)، أو أن الظاهرة المدروسة تفرض نفسها بقوة على الجميع بغض النظر عن خصائصهم، هذا يعني أن التزييف العميق يمثل ظاهرة طارئة ومقلقة بشكل عام في الوسط الإعلامي، ما يؤدي إلى تقارب وجهات النظر حولها، سواء لدى الخبراء أو غيرهم.

وهو ما يتماشى مع مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تؤكد على الدور الأخلاقي للمؤسسات الإعلامية والأفراد في حماية الجمهور من التضليل والحفاظ على المعايير المهنية، خصوصاً في ظل التطورات التكنولوجية التي تهدد بتقويض الثقة في الإعلام.

النتائج العامة للدراسة

أولاً: النتائج النظرية

1. يشكل التزييف العميق (Deepfake) تهديداً مباشراً للمصداقية الإعلامية، ما يبرز الحاجة إلى تنظيم قانوني صارم للحد من مخاطره على مستوى الممارسة الصحفية.
2. تبرز أهمية التدخل التشريعي من خلال سن معايير تنظيمية تحافظ على النزاهة، وتقي المؤسسات الإعلامية من الوقوع في التضليل المعلوماتي.
3. يساهم التزييف العميق (Deepfake) في تعزيز الشك في المحتوى الإعلامي، مما يؤدي إلى تقويض ثقة الجمهور بالمصادر الإخبارية التقليدية.
4. هناك ضعف واضح في آليات التحقق داخل المؤسسات الإعلامية، الأمر الذي يعيق قدرتها على مواجهة المحتوى المزيف بكفاءة وفعالية.
5. أصبحت المواثيق الأخلاقية التقليدية غير كافية لمواجهة التحديات الجديدة التي يفرضها الذكاء الاصطناعي وتقنيات التزييف العميق (Deepfake).
6. ينطوي استخدام التزييف العميق (Deepfake) في الإعلام على تهديدات أخلاقية خطيرة، من أبرزها التضليل، فقدان المصداقية، والإخلال بمبدأ الموضوعية الإعلامية.
7. يساهم غياب قوانين واضحة وصريحة في تفاقم مخاطر إساءة استخدام التزييف العميق (Deepfake)، ما يتطلب إطاراً تشريعياً موحدًا يشمل كل المؤسسات الإعلامية.

ثانياً: النتائج الميدانية

1. أظهرت نتائج الدراسة أنّ الغلبة العددية للعاملين في مجالي السمع-البصري والصحافة الإلكترونية داخل العينة المدروسة تعكس وعياً مهنيًا مباشرًا بالمخاطر الأخلاقية والتقنية الناجمة عن تقنية التزييف العميق (Deepfake)، في حين أن محدودية حضور الخبراء التقنيين تكشف عن فجوة محتملة في الفهم العميق للأبعاد التقنية المتخصصة لهذه الظاهرة.

2. أظهرت البيانات الميدانية أن مستوى الوعي بتقنية التزييف العميق (Deepfake) لدى الإعلاميين يظل محدودًا، حيث يتركز لدى الأغلبية في مستوى متوسط، مما يعكس ضعفًا في التكوين المتخصص وندرة المبادرات التوعوية ضمن الوسط الإعلامي.

3. تفيد نتائج الدراسة بأن الإعلاميين يتمتعون بوعي متقدم بتقنيات التزييف العميق (Deepfake)، غير أنهم يُظهرون تحفظًا واضحًا في توظيف هذه التقنية ضمن التقارير الصحفية والمواد الوثائقية، وهو ما يعكس حرصًا في الحفاظ على المصداقية في الممارسة الإعلامية.

4. كشفت نتائج الدراسة عن وجود فجوة معرفية بين الذكور والإناث في ما يتعلق بالوعي بتقنية التزييف العميق (Deepfake)، حيث سجل الذكور نسبة أعلى في مستويات المعرفة المتوسطة والعميقة مقارنة بالإناث، وهو ما يُبرز تأثيرًا محتملاً للعوامل الثقافية والاجتماعية في الحد من وصول الإعلاميات إلى المعرفة التقنية المتخصصة.

5. أظهرت نتائج الدراسة وجود تفاوت ملحوظ في مستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق (Deepfake) بين الفئات والقطاعات الإعلامية، حيث جاء العاملون في قطاع السمعى-البصري في صدارة الفئات الأكثر إلمامًا بهذه التقنية، يليهم العاملون في الصحافة الإلكترونية، في حين سجلت مستويات الوعي لدى الصحافة المكتوبة والخبراء التقنيين نسبة أقل.

6. أظهرت النتائج أن الإعلاميين العاملين في القطاع الخاص يتمتعون بأعلى مستوى من المعرفة بتقنية التزييف العميق (Deepfake)، حيث سجلوا نسبة مرتفعة ضمن فئة 'المعرفة العميقة'، في حين لم تُسجل أي من المؤسسات الحكومية أو المؤسسات الأخرى حضورًا ضمن هذه الفئة المعرفية.

7. تُظهر النتائج أن تقنية التزييف العميق (Deepfake) تمثل تهديدًا ملموسًا لمصداقية الإعلام، حيث تساهم في إضعاف ثقة الجمهور وتزيد من المخاطر المرتبطة بالخصوصية وسمعة الإعلاميين.

8. أظهرت النتائج وجود إجماع بين الإعلاميين على أن تقنية التزييف العميق (Deepfake) تشكل تهديدًا للمصداقية والأخلاقيات الإعلامية، رغم وجود بعض التباين في الآراء حول تأثيراتها المالية، حيث تُعتبر التقنية تحديًا مستمرًا في المجال الإعلامي.

9. تكشف البيانات أن العاملين في المؤسسات الإعلامية الخاصة يمتلكون وعيًا أعلى بمخاطر تقنية التزييف العميق (Deepfake)، ويرجع ذلك إلى حدة التنافس في هذه المؤسسات، في حين يظهر العاملون في المؤسسات الحكومية تحفظًا أكبر نتيجة للقيود الإدارية والمالية، مما يعكس تفاوتًا في مواقف وتعاملات الفئات الإعلامية مع التقنيات الحديثة.

10. تشير المعطيات إلى وجود تأييد قوي من الإعلاميين في الوطن العربي لأهمية وجود تشريعات قانونية تنظم استخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake)، مع دعم واضح لفرض عقوبات صارمة على ناشري المحتوى المزيف، رغم أن بعضهم أعرب عن تحفظات بشأن قدرة السلطات القانونية على متابعة المسؤولين بسبب الفراغ التشريعي.

11. تبيّن من خلال آراء الإعلاميين وجود وعي بالحاجة إلى تحديث التشريعات لمواكبة التطورات التقنية، مع التأكيد على أهمية تعزيز الأطر القانونية لمواجهة التحديات التي تفرضها تقنية التزييف العميق (Deepfake) في المجال الإعلامي.

12. يكشف التداخل بين الأدوات التقنية والقيم المهنية عن وعي متنامٍ لدى الإعلاميين بأن التحول الرقمي لا يقتصر على كونه أداة إنتاج فحسب، بل يمثل قضية أخلاقية تتطلب ممارسات مسؤولة توازن بين الكفاءة التقنية والالتزام المهني.

13. يُظهر التحليل وجود علاقة بين استخدام تقنيات متقدمة كالتزييف العميق (Deepfake) وتعاقد التحديات الأخلاقية في الممارسة الإعلامية، خاصةً فيما يتعلق بقيم النزاهة والمصداقية.

14. كشفت آراء الإعلاميين وعيًا متزايدًا بمخاطر هذه الأدوات، مما يعكس حاجة ملحة إلى تطوير قواعد مهنية حديثة تعزز الشفافية وتحد من تأثير التضليل على ثقة الجمهور.

15. تظهر الدراسة أن تطور إستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) يستدعي تحديث التشريعات بشكل عاجل لضبطها وحماية القيم المهنية والإعلامية في ظل التحديات التكنولوجية المتسارعة.

16. تُبرز الدراسة أن التداعيات الأخلاقية والمهنية الناتجة عن إستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) تستوجب وضع تشريعات صارمة وعاجلة لضبط هذه الممارسة حماية القيم المهنية والإعلامية وضمان مصداقية المحتوى الإعلامي وثقة الجمهور في ظل التحديات التقنية المتسارعة.

17. تشير التقارير الدولية والدراسات إلى تصاعد تهديد تقنية التزييف العميق (Deepfake) للمجتمعات والديمقراطيات، مع توصيفها ضمن فئات المخاطر العالية، ما يعكس الحاجة إلى إستجابات قانونية وسياسية تنظم إستخدام هذه التقنية لمواجهة التضليل الإعلامي وحماية الجمهور.

التوصيات

خلصت الدراسة في شقها الميداني إلى جملة من التوصيات نذكر منها :

- يوصى بأن يتبنى المشرع العربي سياسات وإجراءات واضحة ومباشرة تُلزم مطوري ومستخدمي تطبيقات التزييف العميق في المجال الإعلامي بإدراج معلومات تُوضّح سبل الاستخدام الإيجابي للتقنية، والتنبيه إلى المخاطر المرتبطة بالاستخدام السلبي، بما يساهم في تعزيز الوعي المهني والأخلاقي لدى الفاعلين الإعلاميين.
- تُعدّ التربية الإعلامية ضرورة ملحة لتعزيز المناعة المهنية والأخلاقية لدى الإعلاميين في مواجهة مخاطر التزييف العميق (Deepfake)، وذلك من خلال رفع مستوى الوعي النقدي وتمكينهم من أدوات التحقق والتحليل.
- ضرورة الإستثمار في تطوير تقنيات وأدوات حديثة تساعد الإعلاميين على التحقق من صحة المحتوى، لا سيما تلك الموجهة لإكتشاف التزييف العميق، بما يعزز من قدرة المؤسسات الإعلامية على مواجهة التضليل وضمان جودة المعلومات.
- أهمية تأهيل وتدريب الإعلاميين على إستخدام أدوات التحقق الرقمية بفعالية، بهدف تعزيز مهاراتهم في كشف المحتوى المزيف وضمان مصداقية المعلومات المنشورة.
- ضرورة وضع قوانين وتشريعات خاصة بتنظيم إستخدام تقنيات التزييف العميق (Deepfake) في الإعلام لضمان عدم إستخدامها في نشر معلومات مضللة و تشديد العقوبات على من يسيء إستخدام هذه التقنيات في صناعة المحتوى الإعلامي.
- إجراء ورشات عمل وبرامج تدريبية لتثقيف الإعلاميين وحتى طلاب الجامعات حول التحديات الأخلاقية والتقنية المرتبطة بالتزييف العميق (Deepfake) .

■ تعزيز دور الهيئات الرقابية الحكومية والخاصة في متابعة وتحليل المحتوى الإعلامي للتأكد من عدم إستخدام التقنيات المضللة.

■ إنشاء منصات لتقديم التقارير حول المخالفات المرتبطة بإستخدام التزييف العميق (Deepfake) وتوفير آليات للتصحيح والتوعية.

■ ضرورة التعاون بين الإعلاميين والمؤسسات الأكاديمية والبحثية لتطوير حلول جديدة لكشف التزييف العميق . (Deepfake)

■ دعم الدراسات والأبحاث التي تركز على الأبعاد الأخلاقية والتقنية لظاهرة التزييف العميق (Deepfake).

■ من المهم تعزيز التعاون بين الدول العربية والدول الغربية لمواكبة التطورات في تقنيات التزييف العميق (Deepfake)، بما في ذلك تبادل الخبرات وتطوير أطر قانونية وتنظيمية مشتركة لمكافحة التأثيرات السلبية لهذه التقنيات في الإعلام.

■ ضرورة سن تشريعات موحدة وشاملة تنظم استخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake)، على أن تشمل جميع المؤسسات الإعلامية سواء كانت حكومية أو خاصة أو غيرها، بما يضمن توحيد المعايير وضبط الممارسة الإعلامية في مواجهة هذه التقنية.

خاتمة

أظهرت هذه الدراسة أن التزييف العميق (Deepfake) لم يعد مجرد ظاهرة تقنية، بل أصبح إشكالية أخلاقية ومهنية تمس جوهر العمل الإعلامي في العصر الرقمي، وقد تبين من خلال الجمع بين التحليل النظري والميداني، أن المخاطر التي تفرضها هذه التقنية لا تقتصر فقط على مصداقية المحتوى، بل تمتد لتؤثر على وعي الجمهور، وسلوكياته، وثقته بالمصادر الإخبارية.

تتجلى أهمية هذا البحث في كشفه عن الأثر المتصاعد لتقنية التزييف العميق (Deepfake) في البيئات الإعلامية العربية، خاصة في ظل غياب البنية التحتية التقنية المناسبة لرصد المحتوى المزيف، وضعف التكوين المتخصص، وغياب تشريعات فعالة تواكب هذه الطفرة الرقمية المتسارعة، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن مواجهة هذه الظاهرة لا يمكن أن تتم من خلال مقارنة أحادية، بل تتطلب رؤية شاملة متعددة الأبعاد، تبدأ من تعزيز التربية الإعلامية لبناء وعي نقدي لدى كل من الإعلاميين والجمهور، وتصل إلى تطوير أدوات رقمية فعالة داخل غرف الأخبار بحيث تعمل بتكامل مع فرق مختصة للتحقق من المعلومات، ومن هذا المنطلق، يسعى هذا البحث إلى تقديم حلول فعالة لهذه التحديات، والعمل على رفع مناعة المؤسسات الإعلامية والأفراد في وجه هذا الخطر المتنامي.

وختامًا، فإن مواجهة تحديات التزييف العميق (Deepfake) لا تقتصر على الجانب التقني فحسب، بل تستدعي إعادة التفكير في منظومة القيم المهنية، وآليات التكوين الإعلامي ودور الإعلام في حماية الحقيقة وسط بيئة إتصالية أصبحت أكثر تعقيدًا وإنكشافًا.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية

1. ابراهيم اسماعيل. (2014). الاعلام المعاصر: وسائله-مهاراته- تأثيراته-اخلاقياته. لدوحة-قطر: وزارة الثقافة والفنون والتراث.
2. ابراهيم بعزیز. (2016). تقنيات وأساليب التضليل الاعلامي المعاصرة بين تغييب الوعي وتوجيه اهتمامات الافراد. استراتيجية مجلة دراسات الدفاع والاستقبالية، العدد السادس.
3. احمد جابر. (2023). تأثير التقنيات الحديثة على الإعلام الرقمي في العالم العربي. مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 15، الصفحات 320-330.
4. احمد محمد فتحي الخولي. (اكتوبر، 2021). المسؤولية المدنية الناتجة عن الاستخدام غير المشروع لتطبيقات الذكاء الاصطناعي - الديب فايك نموذجاً-. مجلة البحوث الفقهية والقانونية، العدد السادس والثلاثون.
5. احمد مصطفى محمد محرم. (اكتوبر، 2022). استخدامات الذكاء الاصطناعي (AI) استخدام تقنية التزييف العميق (DEEPFAKE) في قذف الغير نموذجاً -دراسة فقهية مقارنة معاصرة-. مجلة البحوث الفقهية والقانونية، العدد 39.
6. ارشد موحدان غضيب. (2020). كيف يواجه المديرون و الموظفون التزييف العميق "Deepfake" في وسائل الإعلام مع نهج المحتوى التلفزيوني. دكتوراه، العدد 65 الجزء 3. كلية الإدارة تخصص إدارة وسائل الإعلام، جامعة طهران: مجلة الجامعة العراقية.
7. اسامة عبد الرحيم علي. (2021). الاتجاهات الحديثة في بحوث تطبيق الضوابط الاخلاقية في الصحافة الرقمية «رؤية تحليلية نقدية». مجلة البحوث الاعلامية، العدد 56.
8. اسراء حسني جابر. (2023). أثر توظيف تقنية التزييف العميق Deepfake في الفيديوهات المفبركة

- على ادراك الشباب للقضايا السياسية. المجلة العلمية لبحوث الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد 14.
9. الاسد صالح الاسد. (2022). المخاوف الاخلاقية من الاستخدامات السلبية لتقنيات الذكاء الاصطناعي تقنية التزييف العميق نموذجاً. مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، المجلد 6 العدد 2، الصفحات 371-383
10. اشرف سيد ابو العلا. (2022). المواجهة الجنائية لتقنية الديب فيك (Deepfakes). التحديات والآفاق القانونية والاقتصادية للذكاء الاصطناعي.
11. أيوب رقاني. (2024). قانون الاعلام العضوي الجزائري 2023 -قراءة نقدية للتعديلات ومدى تكيفها مع المتطلبات الحديثة للاعلام والحريات الصحفية. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 11 العدد الثاني، الصفحات 25-41.
12. جمعة بريق حسين الربيعي، و سعد نوشي. (2022). أساليب التضليل الاعلامي وانعكاسها على تشكيل الراي العام دراسة ميدانية على جمهور مدينة بغداد. كلية التربية للبنات مجلة علمية محكمة.
13. جميلة قادم، و محمد الطيب لصوان. (2024). التأثير السلبي لتقنية التزييف العميق على سمعة الشخصيات البارزة على منصات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية على عينة من الفيديوهات المفبركة. مجلة العلوم وافاق المعارف، المجلد الرابع - العدد الاول، الصفحات 510-532.
14. جورج صدقة. (2009). الاخلاق الاعلامية بين المبادئ والواقع. بيروت: جمعية مهارات.
15. حاتم ابو زائدة. (2020). منهجية البحث العلمي. لبنان: مركز مستقبل البحث.
16. حاتم الشحف. (2015). الدعاية والتضليل الاعلامي (الاساليب والطرق). سوريا-دمشق: دار علاء الدين للنشر والتوزيع.

17. حكيمة جعيد. (2018). مسؤولية الصحفيين المخليين بمواثيق الشرف. مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 19.
18. حمد الشمري. (2021). الذكاء الاصطناعي وتحدياته الأخلاقية والقانونية في الإعلام الرقمي. مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، العدد 10، الصفحات 721-740.
19. حميدة بن معروز. (2024). الأخلاقيات المهنية في عصر الصحافة الرقمية: بين السبق والمصادقية. مجلة التشريع الإعلامي، المجلد 2 العدد 2، الصفحات 76-96.
20. خالد محمد غازي. (2016). الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح. جمهورية مصر العربية- الجيزة: وكالة الصحافة العربية (ناشرون).
21. خولة بحري. (2018). الصحافة المكتوبة الجزائرية في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية رسالة احترام أم توجه نحو الإثارة. مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 7 العدد 29.
22. راوية القحطاني، و سعود الضحيان. (2020). النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية دراسة مطبقة على عينة من رسائل الدكتوراه بجامعة الملك سعود والامام محمد بن سعود الإسلامية. مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد العشرون.
23. رضا ابراهيم عبدالله البيومي. (بلا تاريخ). الحماية القانونية من مخاطر تطبيقات التزييف العميق في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي دراسة تحليلية مقارنة. مجلة روح القوانين، عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن، الصفحات 815-898.
24. رضوان جدي. (2019). الأخلاقيات المهنية في وسائط الإعلام الجديدة. دكتوراه. كلية علوم الاعلام والاتصال قسم الاعلام، الجزائر: جامعة الجزائر 3.

25. رفاص الوليد، و كامل نجيب. (2023). صناعة المحتوى الرقمي الزائف وطرق التحقق من صحته. مجلة التشريع الاعلامي، المجلد الثاني، الصفحات 42-62.
26. الزهرة بوجفجوف. (2023). أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الانترنت. المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 6 العدد 3، الصفحات 107-124.
27. سام غريغوري. (2020). التعامل مع الزيف العميق و تقنيات التضليل الجديدة- دليل التحقق من عمليات التضليل و التلاعب الإعلامي آليات التحقق على المنصات الرقمية و التحري عن حسابات التواصل الاجتماعي للكشف عن الأنشطة الموجهة وعمليات التلاعب بالمحتوى. معهد الجزيرة للاعلام .
28. سعد سلمان المشهداني. (2019). منهجية البحث العلمي. الاردن -عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
29. سليمان رايح الشريف، و نزار محمد ابراهيم الزبير. (2021). دور الاعلام الجديد في تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب. مجلة اكااديمية للدراسات العليا للبحوث والدراسات العلمية، العدد الثالث.
30. سليمة شيقر، و نادية شيقر. (2022). المسؤولية الاجتماعية من منظور إعلامي -دراسة في تأصيل المفهوم. مكانة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الانسانية والاجتماعية. الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة.
31. السيد بخيت. (2010). الانترنت : كوسيلة اتصال جديدة.. الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والاخلاقية. دولة الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
32. سيف آل نيهان. (2021). البرنامج الوطني للذكاء الاصطناعي - دليل التزيف العميق. الامارات العربية المتحدة: مجلس جودة الحياة الرقمية.
33. سيف الدين حسن العوض. (2022). واقع أخلاقيات العمل الإعلامي في الوطن العربي. مجلة علوم

الاتصال، المجلد 07 العدد 2.

34. بن صغير, زكرياء. (2023). تأثير تقنية "ديب فايكس - DeepFakes" على المضامين الإعلامية السمعية البصرية. مخبر الدراسات النفسية والإجتماعية، الصفحات 84-104.
35. طارق موسى الخوري. (2004). أخلاقيات الصحافة النظرية والواقع الدساتير ومواثيق الشرف في خمسين دولة. عمان: مكتبة عبد الحميد شومان .
36. عائشة كريكت. (2021). أخلاقيات الممارسة الاعلامية في وسائط الاعلام الجديد دراسة حالة صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على الفيسبوك والتويتر. دكتوراه. قسم الاعلام والاتصال تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، الجزائر: جامعة محمد الصديق - جيجل.
37. عامر ابراهيم قندلجي . (2020). منهجية البحث العلمي. الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
38. عبد الجليل حسناوي. (2016). أخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الإعلام الجزائرية -دراسة وصفية وتحليلية لعينة من قوانين الإعلام-. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 27.
39. عبد العزيز بن صالح العبود. (2024). تقنين تقنية التزييف العميق. مجلة الحقوق، العدد 3.
40. عبد الكريم الديبسي. (2011). المعايير المهنية في الصحافة الالكترونية الاردنية -دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الالكترونية الاردنية. المجلة العراقية للمعلومات، المجلد 12 العددان 1-2.
41. عبد الله موسى، و احمد حبيب بلال. (2019). الذكاء الاصطناعي ثورة في تقنيات العصر. القاهرة: دار الكتب المصرية.
42. عبد النور بركاتي. (2023). المعايير الاخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية الجزائرية دراسة وصفية تحليلية للمرسوم التنفيذي 20 -332 للصحافة الالكترونية. المجلد 8، الصفحات 161-172.

43. عزوق الخير . (2011). مكانة قانون الاعلام وعلاقته بفروع القانون الاخرى. مجلة العلوم الانسانية، العدد 23.

44. عقيلة مقروس، و صونية عبدش. (2021). دور الأخبار الكاذبة في تزيف الوعي السياسي على

صفحات الفايسبوك دراسة تحليلية لصفحة DZ News Fake. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية،

المجلد 09، الصفحات 435-458.

45. علاء الدين منصور مغيرة . (2024). جرائم الذكاء الاصطناعي وسبل مواجهتها: جرائم التزيف العميق

نموذجاً. المجلة الدولية للقانون، المجلد الثالث عشر، العدد المنتظم الثاني.

46. علاء الشمري. (2021). الاعلام المرئي في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي - دراسة استطلاعية-. مجلة

الآداب، العدد 137، الصفحات 717-742.

47. علي فرجاني . (2024). التزيف العميق وتقنيات الخداع الرقمي -دراسة متعمقة في التحديات المهنية

والتقنية-. مجلة اتجاهات سياسية، المجلد الثامن العدد 19.

48. فادي احمد الهويدي. (2022). المعايير المهنية في الصحافة الرقمية الأردنية -دراسة تحليلية لمضمون

الأخبار في صحف عمون وسرايا وجفرا. ماجستار. كلية الاعلام قسم الصحافة والاعلام، الأردن: جامعة الشرق

الأوسط.

49. فضيل دليو. (2019). دراسات في الإعلام الالكتروني -الاستبيان عبر الانترنت. عمان: مركز الكتاب

الاكاديمي.

50. كرمي , علي ; وآخرون. (2020). التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية وموجبات الشرط السياسي

والتكنولوجي. تأليف بيئة الصحافة الالكترونية والعربية سياقات التطور وتحدياته. قطر-الدوحة: مركز الجزيرة

للدراستات.

51. كريمة غديري. (2021). التزييف العميق نشأة التقنية وتأثيراتها. مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، المجلد 5 العدد 4، الصفحات 122-133.
52. لامية طالة. (2022). الصورة الاعلامية واشكالية المصدقية في عصر Deepfake -قراءة في بعض الامثلة العربية. المجلة الجزائرية للأمن الانساني، المجلد 07، الصفحات 212-192.
53. ليليا بوسجرة. (2023). التزييف العميق والدعاية الرقمية في عصر التمكين الرقمي:قراءة في النماذج والرهانات. مجلة مصداقية، المجلد الخامس.
54. مانيو جدير. (1991). منهجية البحث،. (مليكة الابيض، المترجمون) د.ن.
55. مثنى جواد علي الطائي. (2021). أخلاقيات الممارسة الاعلامية في البيئة الرقمية. المجلة الدولية لبحوث ودراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد الأول العدد الثالث
56. مجموعة من الباحثين. (2020). بيئة الصحافة الإلكترونية العربية سياقات التطور وتحدياته. تأليف المعز بن مسعود، أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية -رؤية جديدة للممارسة المهنية. الدوحة-قطر: مركز الجزيرة للدراسات.
57. محمد حمایسة، و منتصر مرعي. (2020). دليل التحقق من عمليات التضييل والتلاعب الاعلامي آليات التحقق على المنصات الرقمية والتحري عن حسابات التواصل الاجتماعي للكشف عن الانشطة الموجهة وعمليات التلاعب بالمحتوى. (سيلفرمان كريغ، المحرر، و محمد زيدان، المترجمون) معهد الجزيرة للإعلام ومركز الصحافة الأوروبي.
58. مركز البحوث والدراسات. (2021). الذكاء الاصطناعي. المملكة العربية السعودية: دار رؤية للنشر.
59. محمد سرحان علي المحمودي. (2019). مناهج البحث العمي. صنعاء: الجمهورية اليمنية

60. محمد مصطفى صلاح عبد الحميد. (2022). التزييف الرقمي واثره على حجية الادلة الرقمية في الدعاوى الجنائية-دراسة فقهية مقارنة. مجلة الشريعة والقانون، العدد 40.
61. محمد بن مكرم ابن منظور . (1990). لسان العرب- مادة :ضَلّ. القاهرة: دار صادر
62. محمود خضر. (2015). الإعلام والمعلومات والانترنت. عمان: دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع.
63. محمود سلامة عبد المنعم الشريف. (2022). جريمة الانتقام الإباحي عبر تقنية التزييف العميق (Deepfakes) والمسؤولية الجنائية عنها. مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 2 العدد 1، الصفحات 366-485.
64. مصطفى حسان، و عبد المجيد البدوي. (1991). قاموس الصحافة والاعلام. لبنان: المجلس الدولي للغة الفرنسية.
65. مصطفى عبد الحي عبد العليم. (2021). دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الاخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين دراسة ميدانية. مجلة البحوث الاعلامية، العدد 58 الجزء الثاني.
66. ابن منظور. (1993). لسان العرب-فصل الزاي (المجلد الطبعة 3). بيروت: دار صادر.
67. مي العبد الله. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للاعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات. بيروت-لبنان: دار النهضة العربية.
68. ميلود صولي. (2023). إشكالية اخلاقيات المهنة الصحفية لدى ممارسي الاعلام الالكتروني بالجزائر. مجلة هيروودوت للعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 7 العدد 25، الصفحات 404-415.
69. نبيل لحر. (2020). الاخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي واثارها على اتجاهات الراي العام دراسة في المفهوم -العلاقة والاهداف. مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، المجلد 07 العدد 02 ،

70. نبيل لحر، و اميرة عطية. (2024). الممارسة الإعلامية في عصر التزييف العميق والتلاعب بالحقائق: قراءة في التحديات و سبل المواجهة. مستقبل الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي. الجلفة: جامعة زيان عاشور.
71. نرجس الرغاي. (2025). الذكاء الاصطناعي والانتاج السمعي البصري والرقمي بالمغرب-آثار ثورة تكنولوجيا. (اميمة الخطابي، و ريم بنعموش، المترجمون) المغرب: الهيئة العليا للاتصال السمعي و البصري.
72. نور الدين هميسي. (2024). مستقبل مهنة الصحافة في زمن انتشار التزييف: وظيفة فحص الحقائق وتحديات الذكاء الاصطناعي. مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 8.
73. هبة صبحي اسماعيل. (2023). الذكاء الاصطناعي: تطبيقاته ومخاطره التربوية (دراسة تحليلية). دكتوراه. كلية التكنولوجيا والتنمية قسم مهارات تطوير الذات، المملكة العربية السعودية: جامعة الزقازيق.
74. ولاء محمد محروس عبده الناغي، و ياسر محمد الناغي. (2022). إدراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لتهديدات التزييف العميق و علاقته باستخدامهم الآمن لتلك المواقع. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ، 04 الجزء الثالث.
75. ياسمين بلعسل. (2022). الذكاء الاصطناعي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد الخامس، الصفحات 1153-1177.

المراجع باللغة الأجنبية

76. Cristian Vaccari و Andrew Chadwick. (2020). Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News. Sage journals.
77. Goodfellow و Abadie, Pouget. (2014). Generative adversarial nets. Advances in Neural

Information Processing Systems.27.

78. J. S. Brennen و F. M. Simon .(2020) .*Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation* . United Kingdom: Reuters Institute for the Study of Journalism.

79. Ajder, H., & Patrini, G. (2019). *The state of deepfakes: Landscape, threats, and impact*. Netherlands: Deeptrace.

80. Chesney, R., & Citron, D. (2019). Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security. *California Law Review*, 107(6), 1753–1820.

81. S. Lomas و R. Anderson .(2020) .Ethical considerations in the use of deepfakes in media production .*Journal of Media Ethics*.

82. UNESCO .(2021) .*World Media and Information Literacy Week* .FRANCE: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

83. Stephen J. A. Ward .(2010) .*Ethics and the Media: An Introduction* .United Kingdom: Cambridge University Press.

المواقع العربية

84. العربية .نت. (28 ماي, 2024). تاريخ الاسترداد 03 مارس, 2025, من عمليات احتيال بالملايين

على الشركات.. وخبراء يحذرون من تفاقم المشكلة: <https://www.alarabiya.net/aswaq/special-stories/2024/05/28>

85. أمل د. صقر. (8 جوان, 2014). مخاطر واقعية: كيف يهدد "التواصل الاجتماعي" الأمن الوطني؟

تاريخ الاسترداد 08 مارس, 2025, من مركز المستقبل للابحاث والدراسات المتقدمة: <https://futureuae.com/ar/Mainpage/Item/858/>

86. أنطونيو غوتيريش. (2022). مكافحة التضليل الإعلامي من أجل تعزيز وحماية حقوق الإنسان والحريات

الأساسية“. الولايات المتحدة الأمريكية: الجمعية العامة 76/227. تم الاسترداد من <https://www.un.org/ar/countering-disinformation>

87. جيمس كلايتون. (2023). بي بي سي تضع برنامجا للتدقيق في التزييف العميق قيد الاختبار. تاريخ

- الاسترداد 2025، من BBC NEWS عربي: <https://www.bbc.com/arabic/articles/c0xv408l6lgo>
88. د. معتر الخطيب. (31 03, 2022). الموضوعية ومعايير العمل الصحفي في العصر الرقمي. تاريخ الاسترداد 03 10, 2025، من الجزيرة. نت: <https://www.aljazeera.net/opinions/2022/3/31/>
89. دلال العكيلي. (22 جويلية, 2019). Deepfake تقنية الرعب العالمية. تاريخ الاسترداد 08 مارس, 2025، من شبكة النبأ المعلوماتية: <https://annabaa.org/arabic/informatics/20006?utm>
90. رضا بني مرجح. (2022). النص الكامل لقانون الجرائم المعلوماتية رقم 20 للعام 2022. تم الاسترداد من وزارة الاتصالات وتقانة المعلومات: <https://moct.gov.sy/news-0015>
91. شبكة محرري الشرق الأوسط وشمال افريقيا. (22 أغسطس, 2024). تاريخ الاسترداد 02 27, 2025 من MENA Editors: <https://menaeditors.com>
92. عباس أسعد. (2024). الذكاء الاصطناعي التزييف العميق الواقعي المفرط: تحديد متزايد للحقيقة والواقع. تاريخ الاسترداد 5 3, 2025، من Unite.AI: <https://www.unite.ai/ar/>
93. عرب 48. (11 11, 2024). التزييف العميق: السلاح الحاد في وجه الحقيقة. تاريخ الاسترداد 5 3, 2025 من عرب 48: <https://www.arab48.com/>
94. علي كريمي. (2016). التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية سياقاته وأهدافه. مركز الجزيرة للدراسات. تم الاسترداد من <https://studies.aljazeera.net>
95. عمرو قنديل. (30 أكتوبر, 2018). تعرف على أهم المهارات والأدوات التي يجب أن يتحلى بها الصحفي الرقمي. تاريخ الاسترداد 03 10, 2025، من شبكة الصحفيين الدوليين: <https://ijnnet.org/ar/story/>
96. فيصل السعدي. (2023). التزييف العميق "خطر يدهم المصداقية وينصب الفخ لوسائل الإعلام.

- تاريخ الاسترداد 2025، من الرؤية: <https://alroya.om/p/314877>
97. مجتمع التحقق العربي. (5 مارس, 2025). استخدام الذكاء الاصطناعي في الكشف عن التزييف العميق في التحقيقات الاستقصائية . تاريخ الاسترداد 30 مارس, 2025، من ijnet شبكة الصحفيين الدوليين: <https://ijnet.org/ar/story>
98. محمد خماسية. (06, 07, 2021). الاخلاقيات الجديدة للصحافة في العصر الرقمي. تاريخ الاسترداد 10, 03, 2025، من مجلة الصحافة: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1504>
99. محمد رضا. (26 ديسمبر, 2020). هل أدت الملكة إليزابيث رقصة "تيك توك" احتفالاً بالكرسماس اعراف الحكاية "فيديو". تاريخ الاسترداد 08 مارس, 2025، من قناة اليوم السابع: <https://www.youm7.com/story/2020/12/26/>
100. يونس مسكين . (22, 03, 2021). أخلاقيات الصحافة الرقمية .. تحولات دائمة . تاريخ الاسترداد 10, 03, 2025، من معهد الجزيرة للإعلام: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1410>
101. AI دليل. (جانفي, 2025). التزييف العميق: التقنية التي تعيد تشكيل الواقع وتهدد الثقة- كيف تؤثر تقنية التزييف العميق على المجتمع وما هي مخاطرها المستقبلية؟ تاريخ الاسترداد 30 مارس, 2025، من AI دليل: <https://aidalil.com/?p=1436>
102. محمد شعبان. (28, 07, 2022). التزييف العميق يغزو منصات التواصل. هكذا يمكنك اكتشافه بسهولة تاريخ الاسترداد 07, 03, 2025، من الجزيرة. نت: <https://www.aljazeera.net/tech/2022/7/28>

المواقع الأجنبية

103. Baraniuk, C. (2021). *Deepfakes: The rising threat of made-up media*. Retrieved in 2025 from BBC Future: <https://www.bbc.com/>
104. Raza, D. (2020). *The Arab world's digital divide*. Arab Barometer. Retrieved May 6, 2025, from <https://www.arabbarometer.org/2020/09/the-mena-digital-divide>

105. International Women's Media Foundation (IWMF). (2020). *The impact of digital media on journalism*. USA. Retrieved from <https://www.iwmf.org>
106. Posetti, J., & Shabbir, N. (2022). *The chilling: Global trends in online violence against women journalists*. USA: UNESCO. Retrieved from <https://www.unesco.org/>
107. Hendrickson, L. (2025, April 8). *How do deepfakes affect media authenticity?* Retrieved May 2, 2025, from Identity: <https://www.identity.com/>
108. Park, M. W., & Kim, D. W. (2021). *South Korean AI technology brings back folk singer's voice* (Raisa Kasolowsky, Ed.). Retrieved in 2025 from Reuters: <https://www.reuters.com/>
109. van Huijstee, M., & van Boheemen, P. (2021). *Tackling deepfakes in European policy*. Brussels, Belgium: European Parliamentary Research Service. Retrieved from [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/690039/EPRS_STU\(2021\)690039_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/690039/EPRS_STU(2021)690039_EN.pdf)
110. Reyes, R. (2024). *Putin plans to weaponize deepfake porn against Western democracies' female leaders*. USA: New York Post. Retrieved from <https://nypost.com/2024/03/03/>
111. West, S. M., Whittaker, M., & Crawford, K. (2019). *Discriminating systems: Gender, race, and power in AI*. New York, USA: AI Now Institute. Retrieved from <https://ainowinstitute.org/wp-content/uploads/2023/04/discriminatingystems.pdf>
112. Squicciarini, M., & Author. (2024). *Synthetic content and its implications for AI policy: A primer*. France: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000392181>
113. Cook, T. N. T. D. (2025). *'Form of violence': Across globe, deepfake porn targets women politicians*. Sydney: The National Times. Retrieved from <https://www.thenationaltimes.au/Politics/430443>
114. UNESCO. (2021). *Threats that silence: Trends in the safety of journalists*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Retrieved from https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379589_ara

الملاحق

* الملحق رقم 01: جدول الأساتذة المحكمين لإستمارة الإستبيان

* الجدول رقم 02: جدول نتائج الإتساق الداخلي

* الملحق رقم 03: قائمة الرموز والمصطلحات الأجنبية المستخدمة في الدراسة

* الملحق رقم 04: نماذج مختارة لفيدويوهات مزيفة بإستخدام تقنية التزييف العميق

* الملحق رقم 05: إستمارة الإستبيان (القائم بالإتصال)

* الملحق رقم 06: أسئلة المقابلة

*جدول الأساتذة المحكمين لإستمارة الإستبيان

الرقم	لقب وإسم الأستاذ(ة) المحكم(ة)	الدرجة العلمية	جامعة الإنتماء
01	د. علمي نجاة	أستاذ محاضر أ	جامعة بسكرة
02	د. زكرياء بن صغير	بروفيسور	المدرسة العليا العسكرية سيدي فرج
03	د. لحر نبيل	أستاذ محاضر أ	جامعة بسكرة
04	د. عباسي يزيد	برفيسور	جامعة بسكرة
05	د. محمود عياد	أستاذ محاضر أ	جامعة المدية

*جدول نتائج الإتساق الداخلي

المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع	
العبارة 1	0.750 Sig=0.000	0.813 Sig=0.000	0.777 Sig=0.000	0.669 Sig=0.000
العبارة 2	0.697 Sig=0.000	0.845 Sig=0.000	0.806 Sig=0.000	0.665 Sig=0.000
العبارة 3	0.099 Sig=0.508	0.583 Sig=0.000	0.686 Sig=0.000	0.263 Sig=0.074
العبارة 4	0.810 Sig=0.000	0.691 Sig=0.000	0.676 Sig=0.000	0.588 Sig=0.000
العبارة 5	0.469 Sig=0.001	0.816 Sig=0.000	0.569 Sig=0.000	0.500 Sig=0.000
العبارة 6	0.615 Sig=0.000	0.757 Sig=0.000	0.539 Sig=0.000	0.660 Sig=0.000
العبارة 7	0.690 Sig=0.000	0.734 Sig=0.000	0.743 Sig=0.000	0.740 Sig=0.000
العبارة 8	0.697 Sig=0.000	0.643 Sig=0.000	0.564 Sig=0.000	0.663 Sig=0.000
العبارة 9	0.403 Sig=0.005	0.742 Sig=0.000	0.635 Sig=0.000	0.671 Sig=0.000
العبارة 10	0.288 Sig=0.050	0.732 Sig=0.000	0.716 Sig=0.000	0.640 Sig=0.000
العبارة 11	/	0.702 Sig=0.000	0.634 Sig=0.000	0.555 Sig=0.000
العبارة 12	/	0.743 Sig=0.000	/	0.760 Sig=0.000
العبارة 13	/	0.520 Sig=0.000	/	0.787 Sig=0.000
العبارة 14	/	/	/	0.639 Sig=0.000

* قائمة الرموز والمصطلحات الأجنبية المستخدمة في الدراسة

الرمز	التسمية	الترجمة
AI	Artificial Intelligence	الذكاء الاصطناعي
AI-DLA	AI - Deep Learning Algorithm	خوارزميات التعلم العميق للذكاء الاصطناعي
GANs	Générative Adversarial Networks	الشبكات الخصومية التوليدية
ML	Machine Learning	التعلم الآلي
DL	Deep Learning	التعلم العميق
Pic	Picture	الصورة
App	Application	تطبيق
GIF	Graphics Interchange Format	تنسيق تبادل الرسوم
E/D	Encoder/Decoder	التشفير/ فك التشفير
SEO	Search Engine Optimization	تحسين محركات البحث
CMS	Content Management Système	أنظمة إدارة المحتوى
UGC	User-Generated Content	المحتوى الذي ينشئه المستخدمون
EXIF	Exchangeable Image File Format	تنسيق ملف الصورة القابل للتبادل
BioID	Biometric Identification	تقنيات التحقق من الهوية

* نماذج مختارة لفيدوهات مزيفة باستخدام تقنية التزييف العميق

رقم الفيديو	عنوان الفيديو	تاريخ النشر	مدة الفيديو	منصة النشر الأصلية	رابط النشر
01	صدام حسين عايش مكالمة هاتفية صدام مع ترامب	15 سبتمبر 2019	1:30 د	- منصة اليوتيوب	https://www.youtube.com/shorts/9kvSYl5yA5U
02	فيديو رقص الملكة إليزابيث	26 ديسمبر 2020	13 ثانية	- قناة البريطانية الرابعة - منصات التواصل الاجتماعي	https://www.youtube.com/watch?v=0k7gJYb2WIU
03	لن تصدق ما يقوله أوباما في هذا الفيديو	أفريل 2018	1:12 د	- BuzzFeed	http://www.culturepub.fr/videos/buzzfeed-monkeypaw-productions-you-wont-believe-what-obama-says-in-this-video/
04	الفيديو بعنوان إعلان زيلنيسكي الإستسلام	16 مارس 2022	1:07 د	- منصة إكس - تويتر	https://www.youtube.com/watch?v=1YnZ4MtUj2o
05	فيديو مزيف لمارك زوكربيرج يتحدث عن البيانات المسروقة للمليارات الأشخاص	12 جوان 2019	19 ثانية	- منصة إنستغرام - منصة يوتيوب	https://www.youtube.com/watch?v=k4v2u4U2ohE
06	فيديو لبيلاوسي التي تم التلاعب بها لجعلها تبدو في حالة سكر على وسائل التواصل الاجتماعي	23 ماي 2019	3:03 د	- Facebook - Politics - Watch Dog - يوتيوب	https://www.youtube.com/watch?v=sDOo5nDJwgA
07	مظاهرة مؤيدة للفلسطينيين قرب السفارة الإسرائيلية في بروكسل وليس بريطانيا	ماي 2024	1:14 د	- إنستغرام - فايسبوك	https://www.facebook.com/reel/545075244609345
08	فيديو مزيف للممثل توم كروز حاز العديد من المتابعات	28 فيفري 2021	1:37 د	- منصة تيك توك - منصة يوتيوب	https://www.youtube.com/watch?v=iyiOVUbsPcM

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - قطب شتمة
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال

إستمارة إستمبيان

المخاطر الأخلاقية والمهنية لإستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في الممارسة
الإعلامية

دراسة مسحية على آراء عينة من الإعلاميين في الوطن العربي

سيدي، سيديتي
نرجو منكم مساعدتنا في الإجابة على هذا الإستمبيان بكل دقة وموضوعية، وتأكدوا بأن هذه المعلومات
التي تدلون بها ستحظى بسرية تامة ولن نستخدم إلا لأغراض علمية.

ضع علامة X () في الخانة المناسبة

إشراف الدكتورة:

جفال سامية

إعداد الطالبة:

ماعو زهور

السنة الجامعية: 2025/2024

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐
2. مجال العمل: سمعي - بصري ☐ صحافة مكتوبة ☐ صحافة إلكترونية ☐
- خبير تقني في الإعلام ☐
3. الخبرة : أقل من 5 سنوات ☐ من 5 - 8 سنوات ☐ 8 سنوات فما فوق ☐
4. طبيعة جهة العمل: مؤسسة إعلامية حكومية ☐ مؤسسة إعلامية خاصة ☐ أخرى ☐
5. مستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق: معرفة عميقة ☐ معرفة متوسطة ☐
- سمعت عنها فقط ☐

المحور الثاني: أبرز أدوات التزييف العميق الموظفة في إنتاج المحتوى الإعلامي

(ضع علامة X) هذه مجموعة من العبارات، الرجاء تحديد درجة موافقتك أو معارضتك عليها :

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
تستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي مثل الشبكات العصبية التوليدية في إنشاء مقاطع الفيديو المزيفة بشكل فعال					
تعتمد برامج التزييف العميق على تقنيات التعلم العميق لتعديل الصور والفيديوهات بدقة.					
تُستخدم تقنية التزييف العميق في إعداد تقارير صحفية أو وثائقية بهدف تحسين جودة المحتوى دون المساس بالمصداقية					
تتيح أدوات التزييف العميق للمستخدمين إمكانية التلاعب بالصوت والصورة بشكل متقدم.					
الممارسات الإعلامية الحديثة تتطلب فهماً أعمق للأدوات الرقمية التي يمكن أن تُستخدم في التزييف العميق					
تعزز التقنيات الحديثة مثل (الشبكات التوليدية التنافسية) من قدرة أدوات التزييف العميق على إنتاج محتوى مقنع.					
تتوفر أدوات التزييف العميق للمستخدمين العاديين وتتيح لهم إنشاء محتوى مزيف بسهولة.					
يمكن إستغلال التزييف العميق في الحملات الإعلامية (سياسة-تجارية....)					
التزييف العميق يُستخدم في بعض المؤسسات الإعلامية لأغراض إبداعية مثل إعادة إحياء شخصيات تاريخية أو دبلجة المشاهير.					
بعض المؤسسات الإعلامية تعتمد على التزييف العميق لإنتاج محتوى ترفيهي أو تفاعلي دون المساس بالمصداقية					

المحور الثالث: تأثير استخدام تقنية التزييف العميق على نزاهة ومصداقية الممارسة الإعلامية

(ضع علامة X) هذه مجموعة من العبارات، الرجاء تحديد درجة موافقتك أو معارضتك عليها :

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
قد تؤدي تقنية التزييف العميق إلى زعزعة ثقة الجمهور في مصداقية الإعلاميين.					
يمكن أن تستخدم تقنية التزييف العميق في نشر معلومات مضللة تؤثر سلبًا على نزاهة الإعلام.					
تساهم تقنية التزييف العميق في زيادة صعوبة التمييز بين المحتوى الحقيقي والمحتوى المزيف بالنسبة للصحفي.					
قد يؤدي استخدام الإعلاميين لتقنية التزييف العميق إلى تشويه سمعتهم المهنية.					
تؤدي تقنية التزييف العميق إلى انتهاك خصوصية الأفراد من خلال التلاعب بصورهم وأصواتهم دون إذنتهم.					
يمكن أن تستخدم تقنية التزييف العميق لاستهداف شخصيات عامة وتشويه صورتهم دون إمكانية التحقق من صحة المحتوى					
يمكن لتقنية التزييف العميق استغلال البيانات الشخصية للأفراد دون علمهم، مما يشكل خطرًا على خصوصيتهم.					
يعد استخدام تقنية التزييف العميق دون موافقة مسبقة وسيلة للإحتيال المالي على الأفراد.					
يؤدي نشر فيديوهات وصور مزيفة عن شخصيات تاريخية إلى إحداث لبس في فهم السياقات الحقيقية للأحداث					
يمكن استخدام التزييف العميق لإعادة صياغة الأحداث التاريخية بطرق تخدم أجندات معينة					

					تشكل تقنية التزييف العميق تهديدا للإرث الثقافي والتاريخي من خلال تزوير الحقائق وإنتاج مقاطع مزيفة لأحداث وشخصيات تاريخية مما يساهم في نشر روايات مضللة
					يؤثر انتشار المحتوى التاريخي المزيف على وعي الأفراد بالماضي وتشويه إدراكهم للوقائع
					تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى دعم تقني أكبر لمواكبة انتشار المحتوى المزيف الناتج عن التزييف العميق.

المحور الرابع: التداعيات الأخلاقية والتحديات المهنية التي تفرضها تقنية التزييف العميق (Deepfake) على ممارسة

الإعلاميين

(ضع علامة X) هذه مجموعة من العبارات، الرجاء تحديد درجة موافقتك أو معارضتك عليها :

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
تؤدي تقنية التزييف العميق إلى زيادة الضغوط الأخلاقية على الإعلاميين للحفاظ على مصداقية المحتوى.					
تفرض تقنية التزييف العميق تحديات مهنية تتعلق بضرورة التحقق من مصداقية المحتوى بشكل أكبر.					
يجد الصحفيون صعوبة متزايدة في التحقق من المحتوى المزيف بسبب تطور تقنية التزييف العميق.					
قد تشكل تقنية التزييف العميق تحديا لأسس الممارسة الإعلامية المستندة إلى الحقيقة والموضوعية.					
يحتاج الإعلاميون إلى معرفة كيفية التعامل مع الأدوات الرقمية مثل التزييف العميق لضمان الجودة والمصداقية.					

				عدم وجود برامج تدريبية متخصصة في المؤسسات الاعلامية حول التزييف العميق يمثل تحدياً في الحفاظ على مصداقية العمل الإعلامي.
				تحتاج غرف الأخبار إلى تطوير سياسات تحريرية أكثر صرامة لمواجهة التزييف العميق
				يعد استخدام تقنية التزييف العميق في الإعلام انتهاكاً لأخلاقيات المهنة الصحفية.(مبدأ الصدق و النزاهة)
				يحتاج الإعلاميون إلى تدريب خاص لفهم كيفية إستخدام التزييف العميق بشكل مسؤول.
				يجب على المؤسسات الإعلامية الاستثمار في الذكاء الاصطناعي وأدوات كشف التزييف العميق لحماية مصداقيتها.
				تتسبب تقنية التزييف العميق في استنزاف الموارد المالية للمؤسسات الإعلامية بسبب الحاجة إلى التحقق المستمر من المحتوى

المحور الخامس: دور التشريعات والقوانين في ضبط إستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في المؤسسات الإعلامية

(ضع علامة X) هذه مجموعة من العبارات، الرجاء تحديد درجة موافقتك أو معارضتك عليها :

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
تسهم التشريعات والقوانين في تقليل المخاطر الأخلاقية المرتبطة بإستخدام تقنية التزييف العميق في الإعلام.					
توفر التشريعات إطاراً قانونياً يحدد كيفية إستخدام تقنية التزييف العميق بشكل مسؤول في المؤسسات الإعلامية.					
يمكن للتشريعات أن تساهم في حماية النزاهة الإعلامية من التأثيرات السلبية لتقنية التزييف العميق.					

				تفتقر العديد من البلدان إلى تشريعات فعالة لضبط استخدام تقنية التزييف العميق في المجال الإعلامي.
				تساهم القوانين في تعزيز الشفافية والمساءلة عند استخدام تقنية التزييف العميق في وسائل الإعلام.
				تعتبر التشريعات الحالية (مواثيق شرف الصحفي - الضوابط الأخلاقية المعتمدة من هيئات الإعلام...) غير كافية لمواكبة التطورات السريعة في تقنيات التزييف العميق.
				تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى أطر قانونية واضحة بشأن استخدام تقنية التزييف العميق لتجنب المخاطر القانونية والأخلاقية.
				يعد غياب تشريعات واضحة بشأن التزييف العميق عائقاً أمام تحقيق العدالة في القضايا المرتبطة بالمحتوى المزيف
				تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى دعم قانوني أقوى لمواجهة التحديات التي يفرضها انتشار المحتوى المزيف
				يجب فرض عقوبات صارمة على الأفراد والمؤسسات التي تنتج أو تنشر محتوى مزيف باستخدام التزييف العميق
				تعاين السلطات القانونية من صعوبة تتبع المسؤولين عن إنتاج المحتوى المزيف بتقنية التزييف العميق.
				يجب أن تخضع أي مادة إعلامية تم تعديلها باستخدام التزييف العميق لأنظمة المراقبة قبل نشرها
				تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى مدونات سلوك مهنية لضبط استخدام تقنية التزييف العميق في إنتاج المحتوى
				تحتاج القوانين المنظمة للإعلام إلى تحديث مستمر لمواكبة التطورات المتسارعة في تقنية التزييف العميق

1. بدايةً، هل سبق لكم أن تعاملتم أو صادفتم محتوى إعلاميًا تم إنجازه باستخدام تقنية التزييف العميق؟ وما رأيكم فيها بشكل عام؟
2. في نظركم، هل تمثل هذه التقنية تهديدًا حقيقيًا للمصداقية الإعلامية؟ وكيف يمكن أن تؤثر على ثقة الجمهور بالمحتوى؟
3. برأيكم، هل المؤسسات الإعلامية الحالية تملك الوسائل اللازمة لاكتشاف المحتوى المزيف؟
4. ماهو مستوى استخدام الإعلام الغربي لهذه التقنية مقارنة بالإعلام العربي
5. ما أبرز التحديات الأخلاقية التي يمكن أن تطرحها هذه التقنية على الصحفي أثناء ممارسته لعمله؟
6. هل توجد في رأيكم تشريعات أو آليات تنظيمية كافية لمواجهة استخدام التزييف العميق في المجال الإعلامي؟
7. ما هي الإجراءات أو الحلول التي تقترحونها للحد من تأثير هذه التقنية على نزاهة المهنة؟
8. وأخيرًا، هل ترون أنه من الضروري إدراج محتوى تعليمي أو تدريبي حول التزييف العميق في برامج تكوين الصحفيين؟

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس الجداول	رقم الجدول
101	يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس	01
102	يبين توزيع المبحوثين حسب مجال العمل	02
103	يبين توزيع متغير الخبرة المهنية	03
105	يبين توزيع المبحوثين حسب طبيعة جهة العمل	04
107	يبين توزيع المبحوثين حسب مستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق	05
108	يبين كيفية تحديد إتجاه العينة	06
109-108	يبين آراء الإعلاميين حول أبرز أدوات التزييف العميق الموظفة في إنتاج المحتوى الإعلامي	07
115-113	يبين آراء الإعلاميين حول تأثير إستخدام تقنية التزييف العميق على نزاهة ومصادقية الممارسة الإعلامية	08
123-122	يبين آراء الإعلاميين حول التداعيات الأخلاقية والتحديات المهنية التي تفرضها تقنية التزييف العميق على ممارسة	09
129-127	يبين آراء الاعلاميين حول دور التشريعات والقوانين في ضبط إستخدام تقنية التزييف العميق في المؤسسات الإعلامية	10
135	يوضح العلاقة بين مستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق ومتغير الجنس	11
136	يوضح العلاقة بين مستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق ومجال العمل	12
138	يوضح العلاقة بين مستوى المعرفة بتقنية التزييف العميق وطبيعة جهة العمل	13

الصفحة	فهرس الأشكال	رقم الشكل
50	يوضح كيفية تحقيق معنى الموضوعية	01
53	يوضح عناصر القواعد الاخلاقية	02
84	يوضح منهجية تحليل التزييفات العميقة والتلاعب وبالمحتوى	03
86	يوضح المؤشرات البصرية لملاحظة المحتوى المزيف	04

الصفحة	فهرس الأشكال	رقم الشكل
101	يبين توزيع جنس المبحوثين	01
102	يبين توزيع المبحوثين حسب مجال العمل	02
104	يبين توزيع المبحوثين حسب الخبرة المهنية	03
105	يبين توزيع المبحوثين حسب طبيعة جهة العمل	04
107	يبين توزيع المبحوثين حسب مستوى المعرفة بتفنية التزييف العميق	05

الصفحة	فهرس المحتويات
	شكر وعرفان
	ملخص
أ - د	مقدمة
35-06	الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة
06	موضوع الدراسة ومنهجيتها
07	أولاً: موضوع الدراسة
16-07	1. الدراسات السابقة
18-17	2. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
25-18	3. مفاهيم ومصطلحات الدراسة
27-25	4. المقاربة النظرية
28-27	5. أسباب إختيار موضوع
29-28	6. أهمية الدراسة
29	7. أهداف الدراسة
34-29	ثانياً: منهجية الدراسة
29	1. نوع الدراسة
30	2. منهج الدراسة
33-30	3. أدوات جمع البيانات
34-33	4. مجتمع و عينة الدراسة
35-34	5. مجالات الدراسة
33-32	6. إجراءات الصدق والثبات
47-38	الفصل الثاني: تزييف العميق بين الإمتداد التاريخي والتطور التقني: الأدوات والأنواع
42-39	أولاً: جذور التزييف العميق: "التقنية التي غيّرت ملامح الحقيقة"
43	ثانياً: أدوات وتقنيات التزييف العميق
45-44	ثالثاً: أنواع التزييف العميق
46	رابعاً: التزييف العميق تحت المجهر: " تقنيات الكشف و أدوات التحليل الرقمي"

67-48	الفصل الثاني: الأخلاقيات و المهنيّة الإعلامية
55-50	أولاً: القواعد والمبادئ التي تحكم العمل الإعلامي
59-56	ثانياً: المعايير والمهارات المطلوبة للإعلامي في عصر التكنولوجيا
62-60	ثالثاً: بوصلة أخلاقية للتحكم في تطور الذكاء الاصطناعي وتقنياته في الإعلام
67-63	رابعاً: مراجعة مصادر أخلاقيات الإعلام وتحديد معاييرها في ظل التحولات الرقمية
97-69	الفصل الثالث: المخاطر الاخلاقية والمهنية لاستخدام التزييف العميق(Deepfake) في الإعلام
78-71	أولاً: تحليل المخاطر الأخلاقية للتزييف العميق(Deepfake)
82-79	ثانياً: التأثيرات المهنية للتزييف العميق على الممارسة الإعلامية
91-83	ثالثاً: آليات وسبل مواجهة تقنية التزييف العميق(Deepfake)
97-92	رابعاً: التأصيل القانوني والديني لضبط استخدام تقنية التزييف العميق(Deepfake)
140-100	الإطار التطبيقي
100	الفصل الأول: آراء الإعلاميين حول المخاطر الاخلاقية والمهنية لتقنية التزييف العميق(Deepfake)
108-101	البيانات الأولية
113-108	آراء الإعلاميين حول أبرز أدوات التزييف العميق (Deepfake) الموظفة في إنتاج المحتوى الإعلامي
122-113	آراء الإعلاميين حول تأثير إستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) على نزاهة ومصداقية الممارسة الإعلامية
127-122	آراء الإعلاميين حول التداعيات الأخلاقية والتحديات المهنية التي تفرضها تقنية التزييف العميق(Deepfake) على ممارسة الإعلاميين
134-127	آراء الاعلاميين حول دور التشريعات والقوانين في ضبط إستخدام تقنية التزييف العميق (Deepfake) في المؤسسات الإعلامية

139-135	الجدول المركبة
145-142	نتائج الدراسة الميدانية
142	نتائج العامة للدراسة التطبيقية
148-147	توصيات الدراسة
151	خاتمة
165-153	قائمة المراجع
189-183	فهرس المحتويات