

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



■ رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

■ رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

■ مساعدا ورئيس التحرير:

● أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

● أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

● أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

● أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

■ مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.م.د / إبراهيم بسيوني - الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

■ سكرتير التحرير: د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

■ التدقيق اللغوي: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

- الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

● العدد السادس والسبعون - الجزء الثالث - ربيع الثاني ١٤٤٧هـ - أكتوبر ٢٠٢٥م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي عبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة
المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم،
الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة
الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات
ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات
وفقاً للقواعد الآتية:

○ يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين
المتخصصين في تحديد صلاحية المادة
للتنشر.

○ ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة
علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.

○ لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا
يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة
الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.

○ يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي
والفرعي) عن ٢٠ كلمة.

○ يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية
وأخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠
كلمة.

○ يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث
مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD،
على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه
على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع
والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في
نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.

○ لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها
وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم
الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر
مادة نشرت فيها.

○ تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.

○ ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

محتويات العدد

- ١٦٠٧ ■ تقييم الجمهور المصري لتجربة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في منصات المشاهدة المدفوعة أ.م.د/ ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان
- ١٦٩٥ ■ المقارنات الاجتماعية للمراهقين مستخدمى تطبيق الإنستجرام وعلاقتها بالتمرد النفسي والتطلعات المادية لديهم أ.م.د/ إنجي حلمي محمود إبراهيم
- ١٧٨٩ ■ إدراك المراهقين للترزيف العميق في الإعلانات الرقمية وعلاقته بسلوكهم الشرائي: دراسة في إطار مدخل التربية الإعلانية أ.م.د/ هاني نادي عبد المقصود محمود
- ١٨٧٧ ■ انعكاسات تعرض طلبة الجامعة للبودكاست الصحفي وعلاقته بإدراكهم للقضايا المجتمعية في ضوء نظرية ثراء الوسيلة أ.م.د/ زينهم حسن علي
- ١٩٥٥ ■ اعتماد الشباب الجامعي على تطبيقات الذكاء الاصطناعي مصدرًا للمعرفة الدينية.. دراسة ميدانية د/ هيثم شعبان السيد العباسي
- ١٠٣٥ ■ الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي «الترزيف العميق» عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الاجتماعية وانعكاساتها على الأمن القومي (دراسة تحليلية ميدانية) أ.م.د/ ابتسام مرسى محمد د/ محمد مهني البحراوي

- التماس الجمهور المصري للمعلومات عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية
 ٢١١٣ حول الحرب الإسرائيلية الإيرانية يونيو ٢٠٢٥م واتجاهاتهم نحوها
 (دراسة ميدانية) د/ فوزية جمال عبد التواب إمام
-
- اتجاهات خطاب الصحف العربية والأجنبية نحو الحرب الإسرائيلية
 ٢٢١٩ على قطاع غزة في الفترة من ٧ أكتوبر ٢٠٢٣ حتى مايو ٢٠٢٤ - دراسة
 تحليلية مقارنة د/ هالة أحمد الحسيني متولي
-
- توظيف فن الخداع البصري في الإعلانات الرقمية عبر وسائل التواصل
 ٢٣٠٩ الاجتماعي: دراسة تحليلية د/ روان محمد محمود علي
-
- الجوانب العملية لتطبيق الذكاء الاصطناعي في عمل المتخصصين في
 ٢٤٢٧ الإعلام والاتصال بدولة فلسطين: دراسة تطبيقية
 قصي إبراهيم محمد حسين، د/ إيهاب أحمد رؤوف عوايص
-

تقييم «مجلة البحوث الإعلامية» لآخر ست سنوات

						
م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	نقاط المجلة السنة
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2025 7
2	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2024 7
3	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023 7
4	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2022 7
5	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2021 7
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2020 7

«مجلة البحوث الإعلامية» الأولى عربياً وفقاً لمعامل «أرسيف»



معامل التأثير والاستشهادات المرجعية العربي
Arab Online Database

معامل التأثير والاستشهادات المرجعية العربية
قاعدة البيانات العربية الرقمية



التاريخ: 2025/10/19

الرقم: L25/0003 ARCIF

سعادة أ. د. رئيس تحرير مجلة البحوث الإعلامية المحترم
جامعة الأزهر، كلية الإعلام، القاهرة، مصر
تحية طيبة وبعد،،،

يسر معامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية (أرسيف - ARCIF)، أحد مبادرات قاعدة بيانات "معرفة" للإنتاج والمحتوى العلمي، إعلامكم بأنه قد أطلق التقرير السنوي العاشر للمجلات للعام 2025.

يخضع معامل التأثير "Arcif" لإشراف "مجلس الإشراف والتنسيق" الذي يتكون من ممثلين لعدة جهات عربية ودولية: (مكتب اليونيسكو الإقليمي للتربية في الدول العربية ببيروت، لجنة الأمم المتحدة لغرب آسيا (الإسكوا)، مكتبة الاسكندرية، قاعدة بيانات معرفة). بالإضافة للجنة علمية من خبراء وأكاديميين ذوي سمعة علمية رائدة من عدة دول عربية وبريطانيا.

ومن الجدير بالذكر بأن معامل "أرسيف Arcif" قام بالعمل على فحص ودراسة بيانات ما يقارب (5500) عنوان مجلة عربية علمية أو بحثية في مختلف التخصصات، والصادرة عن أكثر من (1500) هيئة علمية أو بحثية في العالم العربي. ونج منها (1272) مجلة علمية فقط لتكون معتمدة ضمن المعايير العالمية لمعامل "أرسيف Arcif" في تقرير عام 2025.

ويسرنا تهنئكم وإعلامكم بأن مجلة البحوث الإعلامية الصادرة عن جامعة الأزهر، كلية الإعلام، القاهرة، مصر، قد نجحت في تحقيق معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية، والتي يبلغ عددها (32) معياراً، وللاطلاع على هذه المعايير يمكنكم الدخول إلى الرابط التالي:

<http://e-marefa.net/arcif/criteria>

وكان معامل التأثير "أرسيف" العام لمجلات لسنة 2025 (2.723). ونهنتكم بحصول المجلة على:

- **المرتبة الثالثة** عربياً من مجموع إجمالي المجلات في معامل "أرسيف Arcif" العام، و البالغ عددها (1272).
- **المرتبة الأولى** في تخصص الإعلام و الاتصال من إجمالي عدد المجلات (33) على المستوى العربي، مع العلم أن متوسط معامل "أرسيف" لهذا التخصص كان (0.76). كما صُنفت مجلتكم في هذا التخصص ضمن الفئة (Q1) وهي الفئة الأعلى .

راجين العلم أن حصول أي مجلة على مرتبة ضمن الأعلى (10) مجلات في تقرير معامل "أرسيف" لعام 2025 في أي تخصص، لا يعني حصول المجلة بشكل تلقائي على تصنيف مرتفع كتصنيف فئة Q1 أو Q2، حيث يرتبط ذلك بإجمالي قيمة النقاط التي حصلت عليها من **المعايير الخمسة المعتمدة لتصنيف مجلات تقرير "أرسيف" (للعام 2025) إلى فئات في مختلف التخصصات**، ويمكن الاطلاع على هذه المعايير الخمسة من خلال الدخول إلى الرابط: <http://e-marefa.net/arcif>

وبإمكانكم الإعلان عن هذه النتيجة سواء على موقعكم الإلكتروني، أو على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك الإشارة في النسخة الورقية لمجلتكم إلى معامل "أرسيف Arcif" الخاص بمجلتكم.

ختاماً، نرجو في حال رغبتكم الحصول على شهادة رسمية إلكترونية خاصة بنجاحكم في معامل "أرسيف"، التواصل معنا مشكورين.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

أ.د. سامي الخزندار

رئيس مبادرة معامل التأثير

"أرسيف Arcif"



**الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي «التزييف العميق»
عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الاجتماعية وانعكاساتها
على الأمن القومي (دراسة تحليلية ميدانية)**

- **AI-Generated Videos (Deepfake) on Social Media:
Their Social Impacts and Implications for National
Security (An Analytical Field Study)**

● أ.م.د / ابتسام مرسى محمد- أستاذ علم الاجتماع المساعد بكلية الدراسات
الإنسانية بجامعة الأزهر.
Email: ebtsamgdo@gmail.com

● د / محمد مهني البحراوي- مدرس الصحافة والنشر، بكلية الإعلام بنين،
جامعة الأزهر.
Email: bhrawy99@gmail.com

ملخص الدراسة

شهدت السنوات الأخيرة تصاعداً ملحوظاً في إنتاج الفديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، خاصة تقنيات «التزييف العميق»، بما قد يثير مخاطر اجتماعية وأمنية تهدد استقرار المجتمعات وثقة الأفراد في المعلومات، انطلقت هذه الدراسة من مشكلة أساسية مفادها تزايد انتشار هذه الفديوهات بين الشباب المصري عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وما ينجم عنها من انعكاسات سلبية على الأمن القومي والوعي الاجتماعي، وقد هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة إدراك الشباب لمخاطر هذه الظاهرة، وتحليل علاقتها بالمتغيرات الديموجرافية، وقياس ارتباط التعرض بكثافته مع إدراك المخاطر، إضافة إلى رصد دور وسائل الإعلام في الحد منها. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي مستخدمة الاستبانة الميدانية على عينة قوامها (384) مفردة من الشباب المصري، وتحليل كيمي لـ 8 فديوهات منتجة باستخدام تقنيات التزييف العميق، وقد أظهرت النتائج أن غالبية المبحوثين يدركون خطورة هذه الفديوهات بدرجة عالية، خصوصاً في بُعدها الأمني، بينما لم تسجل فروق دالة بين النوع، أو السن، أو المستوى التعليمي في مستوى الإدراك، كما تبين أن المجال الفني والإعلامي هو الأكثر بروزاً في توظيف هذه التقنية، يليه المجال الاجتماعي والسياسي، كما أكدت النتائج أن وسائل الإعلام مطالبة بأداء دور محوري في التوعية والضبط، إلى جانب الحاجة لرقابة تقنية وتشريعات قانونية رادعة. وقد أوصت الدراسة بضرورة تعزيز التربية الإعلامية الرقمية، وإنشاء وحدات رصد وطنية، وتشجيع البحث العلمي المتخصص لمواجهة هذه التحديات.

الكلمات المفتاحية: التزييف العميق، الذكاء الاصطناعي، المخاطر الاجتماعية، الأمن القومي، التربية الإعلامية الرقمية.

Abstract

In recent years, the production of manipulated videos using artificial intelligence, particularly deep-fake technology, has increased significantly, raising serious social and security concerns that threaten community stability and public trust in information. This study addresses the problem of the growing spread of such videos among Egyptian youth through social media platforms, along with their negative repercussions on national security and social awareness. The main objectives were to examine young people's perceptions of the risks of deepfake videos, analyze the relationship with demographic variables, measure the correlation between exposure intensity and risk awareness, and explore the role of media in mitigating these threats. The research adopted a descriptive-analytical methodology, employing a field survey on a sample of 384 Egyptian youth, with a qualitative analysis of 8 videos produced using deepfake techniques. Findings revealed that the majority of respondents perceived these videos as highly risky, particularly in the security dimension, while no statistically significant differences were found by gender, age, or educational level. The artistic and media domain was identified as the most prominent field of use, followed by social and political contexts. Results highlighted the pivotal role of media in awareness and regulation, in addition to the need for technical monitoring and strict legal frameworks. The study recommends strengthening digital media literacy, establishing national monitoring units, and fostering specialized scientific research to counter these challenges.

Keywords: Deepfake, Artificial Intelligence, Social Risks, National Security, Digital Media Literacy.

شهد العالم في السنوات الأخيرة تطوراً متسارعاً في تطبيقات الذكاء الاصطناعي وانتشاراً واسعاً لاستخداماته في مختلف مجالات الحياة، وخاصة فيما يتعلق بتطبيقات ووسائل التواصل الاجتماعي والتي تتزايد نسب استخدامها بين فئات المجتمع وطوائفه كافة بحسب العديد من الدراسات والبحث المتخصصة في علوم الإعلام، وهو ما لم يكن موجوداً قبل فترة زمنية قصيرة، حيث كانت قدرة الأفراد على إنتاج وتوزيع المحتوى الرقمي محدودة للغاية، وغالباً ما كانت مقصورة على قلة قليلة من التقنيين المؤهلين والدارسين، أو حتى بعض الحكومات والمؤسسات ذات الطبيعة الخاصة والتي تمتلك الإمكانيات والمهارات التي تتيح لها ذلك، بينما اقتصر دور الأفراد على مشاهدة المحتوى فقط، دون إحداث رد فعل، أو أي قدرة على التلاعب فيه أو تغييره.

لكن مؤخراً ومع ظهور العديد من البرامج التي يسهل على الأفراد تحميلها بسهولة من خلال المتاجر الرقمية على الهواتف وكافة الأجهزة الإلكترونية؛ أصبح بإمكانهم إنتاج العديد من المحتويات الإعلامية؛ بل والتلاعب بمحتويات موجودة بالفعل (تغريدات، أو صفحات منسوبة لشخصيات مؤثرة، أو فيديوهات لأفراد عاديين أو مشهورين... إلخ) بحيث يتم تغيير وتزييف محتواها إما بشكل جزئي أو كلي، مما يفقد تلك المحتويات الرقمية الحديثة - سواء المرئية أو الصوتية أو المكتوبة - الثقة والمصداقية.

ومع التزييف العميق أو ما يسمى بالـ (Deepfake) الذي يشير إلى مقاطع الفيديو أو الصور أو الأصوات التي يتم إنتاجها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، بحيث تبدو وكأنها حقيقية تماماً، لكنها في الواقع مزيفة؛ تبقى الإشكالية الكبرى متمثلة في استمرار تصديق عدد كبير من المستخدمين للمحتويات الإعلامية، وبخاصة الفيديوهات؛ إذ يعتقد كثيرون أن رؤية صاحب المحتوى وهو يتحدث بصوته وصورته تمثل دليلاً قاطعاً

على صحة المحتوى ونسبته إليه، غير أن هذه الثقة المفرطة أصبحت تمثل تحدياً حقيقياً داخل المجتمعات؛ خاصة مع انتشارها بسرعة وكثرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومن قبل لجان أو حسابات يتابعها الآلاف، بل الملايين.

وللباحث تجربة خاصة مع فيديوهات التزييف العميق؛ لعمله في المركز الإعلامي بمشيخة الأزهر؛ إذ فوجئ أعضاء المركز الإعلامي بفيديو منتج باستخدام الذكاء الاصطناعي لفضيحة الإمام الأكبر أ. د/ أحمد الطيب، شيخ الأزهر، من قبل لجان إلكترونية، وفيه ظهر فضيحة الإمام الأكبر يدعو فيه جموع المصريين للتظاهر من أجل غزة بعد صلاة ظهر الجمعة في الجامع الأزهر؛ ولتحريك قافلة لفك الحصار عن غزة، وللأسف على الرغم أن الفيديو منتج بالذكاء الاصطناعي؛ إلا أنه انتشر بسرعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما دعا المركز الإعلامي لإصدار بيان يؤكد فيه عدم صحة الفيديو، والتواصل مع الجهات المعنية لملاحقة المتسببين في ذلك، مع اتخاذ كل ما يلزم تجاههم قانونياً.

وبرغم ما توفره هذه التقنية من إمكانات إيجابية في مجالات الإبداع، والترفيه، والتعليم، والإعلام... إلخ؛ فإن جوانبها السلبية باتت تمثل تهديداً واضحاً لأمن المجتمع واستقراره، ويرجع ذلك إلى سهولة حصول الأفراد - بمن فيهم المراهقون وصغار السن - على برامج مجانية تتيح لهم إنتاج محتويات وفيديوهات مزيفة، قد تُستخدم للإضرار بسمعة الأشخاص واستغلالهم أو ابتزازهم، أو إثارة اضطرابات اجتماعية، أو التسبب في أزمات سياسية أو اقتصادية؛ فضلاً عن مخاطرها البالغة على الأمن القومي، ومن هنا تكمن المشكلة البحثية لهذه الدراسة في الكشف عن التأثيرات الاجتماعية للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على الأمن القومي، مع تحليل كيفية لعينة من الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ للوقوف على هذه الظاهرة، والتعرف على الأساليب المستخدمة في إنتاجها شكلاً ومضموناً.

الدراسات السابقة:

اطلع الباحثان على العديد من الدراسات السابقة والتي تُعد ركيزة أساسية لفهم أبعاد موضوع البحث، ومن خلالها يمكن الوقوف على أهدافها، والمنهج العلمية، والنتائج

التي توصل إليها الباحثون، بما يسهم في بناء إطار علمي متكامل لهذه الدراسة. هدفت دراسة علا عامر (2025)⁽¹⁾ إلى الكشف عن العلاقة بين الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو قضاياهم، مع التركيز على قضيتي العنف بين طلاب الجامعة والدعم النفسي ضد التمر، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدل التعرض للفيديوهات وتشكيل الاتجاهات والمعارف، حيث أكد 55.9% من المبحوثين أن هذه الفيديوهات تمثل المصدر الرئيس لمعرفتهم بالقضيتين، كما بينت النتائج أن هذه المواد ساعدت في تكوين مفاهيم ورأي عام إيجابي نحو القضايا الطلابية.

فيما سعت دراسة راجية عوض (2025)⁽²⁾ إلى معرفة إدراك الشباب لتهديدات التزييف العميق على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتأثيرات الثقافية والسلوكية، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية من 400 طالب جامعي، وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاستخدام والتأثيرات الثقافية والسلوكية، عدا التأثيرات السلبية، كما تبين وجود علاقة ارتباطية بين إدراك المخاطر والتأثيرات السلوكية، وعدم وجود علاقة مع التأثيرات الثقافية، وظهرت علاقة عكسية بين ثقة المستخدمين في كشف التزييف العميق وبعض التأثيرات الثقافية والسلوكية، فيما عدا التأثيرات السلوكية الإيجابية؛ مما يعكس دور الثقة الذاتية في التفاعل مع المحتوى الرقمي الزائف.

أما دراسة محمد الصاوي (2025)⁽³⁾ فقد هدفت إلى الكشف عن المخاطر الكامنة لتقنية التزييف العميق كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي المثيرة للجدل، مع التركيز على انعكاساتها السلبية في البيئات الرقمية والافتراضية، واعتمدت على المنهج التحليلي الوصفي، وتوصلت إلى أن التقنية لا تقتصر مخاطرها على التلاعب بالصور والفيديوهات، بل تهدد الثقة في الإعلام الرقمي، وزعزعة الأمن المجتمعي، والإضرار بالسمعة الشخصية والمؤسسية، كما يزيد التطور السريع من صعوبة كشفها واستغلالها في التضليل الإعلامي والجريمة الإلكترونية.

فيما هدفت دراسة إسراء البهنساوي وآخرين (2025)⁽⁴⁾ إلى معرفة كيفية توظيف تقنية التزييف العميق لصور وفيديوهات الدعاية السياسية على مواقع القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية واتجاهات النخبة نحوها خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2024، وتوصلت إلى أن التزييف العميق يعد من أساليب الدعاية السيئة، وأن السخرية والاستهزاء هما أكثر الأهداف شيوعاً، وأن التطابق الصوتي أهم المعايير التقنية، كما أن أكثر من 40٪ من المحتوى يستخدم أسلوباً مباشراً، وأوصت الدراسة بتجريم التقنية دولياً، وإنشاء مؤسسات لتتبع المحتوى المزيف، وتثقيف المجتمع حول طرق اكتشافه.

أما دراسة مروة عبد العليم وآخرين (2025)⁽⁵⁾ فقد سعت إلى التعرف على تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى الجريمة بمواقع التواصل وانعكاساتها على انتهاك خصوصية المجتمع المصري، واعتمدت على منهج المسح التحليلي والميداني، وشملت الصفحات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى الجريمة على فيسبوك، وعينة ميدانية من 400 متابع، وتوصلت الدراسة إلى أن سرد وقائع الجريمة يهيمن على المحتوى المقدم، وأن الخصائص الدرامية والتركيز على الجوانب الإنسانية تزيد تأثيره على الرأي العام؛ مما يضغط على الأجهزة الأمنية ويبرز مخاطر انتهاك الخصوصية.

فيما هدفت دراسة Bernal, et al (2025)⁽⁶⁾ إلى تقديم مراجعة للأدبيات حول تقنية Deepfake باعتبارها نتاجاً لمعالجة معقدة للمحتوى السمعي البصري بالاعتماد على الشبكات التوليدية (GANs) وأساليب التعلم العميق، وأظهرت أن التقنية تمكّن من تركيب الأصوات أو الوجوه بصورة واقعية لدرجة كبيرة؛ مما يثير قضايا أخلاقية وقانونية إذا أسيء استخدامها، وأكدت الدراسة على المخاطر المحتملة للتقنية، وأشارت إلى أهمية الإفادة من جوانبها الإيجابية، لا سيما في تطوير أدوات الكشف عن المحتوى المزيف.

كما سعت دراسة مصطفى أحمد (2025)⁽⁷⁾ إلى الكشف عن دور التربية الإعلامية الرقمية في تحصين وعي طلاب الإعلام التربوي بمخاطر تطبيقات التزييف العميق وكيفية التعامل معها، واعتمدت على نظرية دافع الحماية وثلاثة نماذج نظرية

أخرى، وطُبقت على عينة عشوائية من 400 طالب من أقسام الإعلام التربوي، وتوصلت إلى أن هناك توافقاً عالياً بين المبحوثين حول أهمية تحصين الوعي مع مخاطر التزييف العميق، ووجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التربية الإعلامية الرقمية ومستوى تحصين الوعي.

أما دراسة سامح إبراهيم (2025)⁽⁸⁾ فقد هدفت إلى الكشف عن المخاطر الناجمة عن تقنية التزييف العميق، وما تشكله من تهديدات للأمن وزعزعة الثقة المجتمعية، وتفتش المعلومات المضللة، واعتمدت على المنهج التحليلي الوصفي عبر دراسة النصوص القانونية والأدبيات المتعلقة بالتزييف العميق، وأكدت الدراسة أن استخدام هذه التقنية يؤدي لانتهاك الخصوصية، وتشويه السمعة، ونشر الفوضى والإشاعات، مع محدودية آليات المواجهة الحالية، وأوصت بتطوير إطار قانوني وتشريعي متكامل، وتعزيز التعاون بين المؤسسات الأمنية والتقنية لمواجهة المخاطر بكفاءة.

فيما هدفت دراسة أميرة إبراهيم (2024)⁽⁹⁾ إلى معرفة العلاقة بين القلق الشخصي لطلاب الجامعات الناتج عن تهديدات التزييف العميق وخصوصية إدارة بياناتهم على مواقع التواصل، معتمدة على منهج المسح على عينة عشوائية من 400 طالب، وشملت مقاييس إدراك التهديدات ومستوى القلق وإجراءات إدارة البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى معرفة المبحوثين بتهديدات التزييف العميق منخفض، وأن إدراك التهديدات يرتبط طردياً بالقلق الشخصي، وتزداد هذه العلاقة لدى الإناث وطلاب الجامعات الخاصة، كما يرتبط القلق بزيادة إجراءات إدارة البيانات الشخصية.

كما تناولت دراسة علاء الدين مغايرة (2024)⁽¹⁰⁾ إلى الكشف عن طبيعة الجرائم المستحدثة باستخدام تقنية التزييف العميق وفعالية الأطر القانونية الحالية في مواجهتها، واعتمدت على المنهج الاستقرائي التحليلي، والمنهج الوصفي لجمع المعلومات، إلى جانب المنهج المقارن لدراسة تجارب التشريعات، وتوصلت إلى أن التزييف العميق سلاح ذو حدين، حيث يمكن توظيفه لأغراض إيجابية في الفنون والتعليم، لكنه يستغل في ارتكاب جرائم مثل الابتزاز، والتشهير، وتزييف الأدلة، كما أظهرت النتائج قصور التشريعات الحالية، وأوصت بإصدار قانون خاص ينظم جرائم التزييف العميق بوضوح.

أما دراسة جميلة قادم (2024) ⁽¹¹⁾ فقد هدفت إلى التعرف على التأثير السلبي لتقنية التزييف العميق على سمعة الشخصيات البارزة على منصات التواصل، واعتمدت على منهج تحليل المحتوى لعينة من الفيديوهات المفبركة، وتوصلت إلى أن الفيديوهات المزيفة تؤثر بشكل ملحوظ على السمعة الشخصية والمهنية للأفراد، وأكدت الحاجة لتعزيز الوعي الرقمي لدى المستخدمين، وتطوير آليات تقنية وأمنية للتصدي لهذه الممارسات، وأوصت الدراسة بتبني سياسات أمان رقمي قوية، وتشديد الرقابة على المحتوى المشبوه؛ لمواكبة التحديات الرقمية وحماية الأفراد من مخاطر التزييف العميق.

فيما هدفت دراسة محمد حافظ (2024) ⁽¹²⁾ إلى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو استخدام الشركات لتقنية التزييف العميق في إعادة تقديم الإعلانات القديمة، والكشف عن نية الجمهور ورد فعله تجاه المنتجات، واعتمدت على نظرية خداع الأشخاص، والمنهج المسحي، ودراسة الحالة باستخدام الاستبانة والمقابلات، وتوصلت إلى أن شركة بيبسي استخدمت التقنية بمستوى ضعيف تقنياً؛ مما أثار الشك عند الجمهور، وأن اتجاهات الجمهور كانت سلبية تجاه هذه الإعلانات خوفاً من تقديم سلعة مزيفة، وأن العزوف عن شراء المنتجات يرتفع كلما زاد استخدام الأساليب الخادعة، وأكدت المقابلات أن التزييف العميق يوفر الوقت والنفقات و يتيح إنتاج فيديوهات أسرع.

أما دراسة ⁽¹³⁾ Misirlis, & Munawar (2023) فقد هدفت إلى التعرف على أبعاد ظاهرة الفيديوهات المزيفة التي تُنتج عبر الذكاء الاصطناعي، موضحة أن انتشارها منذ 2017 ارتبط بتطبيقات سهلة الاستخدام تتيح لأي فرد إنتاج محتوى مزيف، وكشفت الدراسة عن آثار سلبية أبرزها التأثير في تشكيل الرأي العام، وانتهاك الخصوصية، واستغلال التقنية في التمرر الإلكتروني والانتقام الإباحي، بجانب التحديات القانونية لضمان حقوق الأفراد وحماية نزاهة المعلومات، كما تناولت بعض الاستخدامات الإيجابية مثل توظيفها في الفنون والسينما، مؤكدة الحاجة إلى موازنة بين استثمار إمكاناتها والحد من مخاطرها.

فيما هدفت دراسة Zhiyuan Yan . et al (2023) ⁽¹⁴⁾ إلى معالجة مشكلة غياب معيار موحد وشامل لاختبار تقنيات الكشف عن مقاطع التزييف العميق، حيث أن هذا

القصور يؤدي إلى مقارنات غير دقيقة ونتائج قد تكون مضللة، واعتمدت الدراسة على بناء منصة قياسية متكاملة أطلق عليها DeepfakeBench، لتوحيد إدخال البيانات، وتطبيق أحدث أساليب الكشف، ووضع مقاييس تقييم معيارية، وتوصلت الدراسة إلى توفير نظام موحد لإدارة البيانات، وتطوير إطار يضم 15 طريقة كشف حديثة و9 قواعد بيانات، مع بروتوكولات تقييم دقيقة، فضلاً عن تقديم تحليلات معمقة لأثر تقنيات تعزيز البيانات والبنى التحتية على أداء النماذج.

كذلك هدفت دراسة سارة محيي الدين (2023)¹⁵ إلى التعرف على آلية توظيف تقنية التزييف العميق في إعلانات يوتيوب، مع التركيز على استخدام صور المشاهير وصوتهم وحركاتهم لجذب الجمهور، واعتمدت الدراسة على تحليل دلالي للإعلانات بعينة عمدية، واستندت إلى نظرية التلاعب بالمعلومات، وتوصلت إلى أن التزييف العميق ظهر بأشكال مختلفة بين الإعلانات، حيث جاء التزييف الكلي في إعلان أديداس، والتزييف الجزئي في إعلان العطور وإعلان مكافأة الائتمان، واستخدمت العناصر المختلفة للتزييف من صور وشخصيات وأصوات وحركات وتعايير بشكل كامل في إعلان أديداس، بينما تنوع استخدام العناصر في الإعلانات الأخرى.

فيما تناولت دراسة محمود الشريف (2022)¹⁶ جريمة الانتقام الإباحي عبر تقنية التزييف العميق باعتبارها من أخطر الجرائم الرقمية المستحدثة، حيث سعت توضيح طبيعتها القانونية والتمييز بينها وبين الابتزاز الإلكتروني، واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي المقارن، وأظهرت النتائج أن سهولة الحصول على الصور والبيانات عبر وسائل التواصل تجعل الأفراد أكثر عرضة للوقوع كضحايا، مؤكدة قصور التشريعات المصرية، وداعية إلى تشديد العقوبات وتحديث الأطر القانونية لحماية المجتمع من مخاطر التزييف العميق.

أما دراسة Farid (2021)¹⁷ فقد سعت إلى الكشف عن آليات التلاعب في مقاطع الفيديو المزيفة، والتعرف على طرق اكتشافها باعتبارها تحدياً للإعلام الرقمي، واعتمدت على المنهج التجريبي والتحليلي، وأظهرت أن تقنيات التزييف العميق تهدد المصداقية الإعلامية والرأي العام، حيث تستخدم في التضليل السياسي والاجتماعي

ونشر الشائعات، وأن الجمهور يواجه صعوبة في التمييز بين الفيديو الحقيقي والمزيف دون أدوات مساعدة، وأوصت الدراسة بتطوير استراتيجيات رقمية للكشف المبكر، وتدريب الإعلاميين والجمهور، وتعزيز التشريعات القانونية لمواجهة هذه الظاهرة.

فيما هدفت دراسة (Gabriele (2021)⁽¹⁸⁾ إلى التعرف على انتشار واستخدام تقنية التزييف العميق على المنصات الرقمية الصينية، وكيفية تعامل المستخدمين والسلطات معها وتأثيرها على الإعلام والمجتمع، واعتمدت الدراسة على منهج التحليل الكيفي، ومتابعة ممارسات إنتاج ومشاركة المقاطع، وتحليل الخطاب الرقمي والمناقشات العامة، وتوصلت إلى أن التزييف العميق استخدم في السياقات الترفيهية والإبداعية، وأن السلطات الصينية اتخذت إجراءات تنظيمية للحد من إساءة الاستخدام، وأوصت الدراسة بتطوير استراتيجيات رقابية وتشريعية لمواجهة التحديات وحماية الثقة والاستقرار الاجتماعي.

كذلك هدفت دراسة (Jeffrey & Jeremy (2021)⁽¹⁹⁾ إلى استكشاف التأثيرات الاجتماعية والنفسية لمقاطع الفيديو الزائفة على الثقة في وسائل الإعلام، واعتمدت على المنهج التجريبي حيث عُرِضت مقاطع حقيقية وزائفة على عينة من المشاركين، وتمَّ قياس استجاباتهم ومستوى الثقة والقدرة على التمييز بين الفيديو الحقيقي والزائف، وأظهرت النتائج أن التعرض للفيديوهات المزيفة يقلل الثقة في المحتوى الرقمي بشكل عام ويزيد حالة الارتباك وعدم اليقين، ما يهدد مصداقية الاتصال الإعلامي.

كما تناولت دراسة (Lehren (2020)⁽²⁰⁾ أثر الفيديوهات المزيفة على الرأي العام والممارسات السياسية، وكيفية توظيف تقنيات التزييف العميق في المجال السياسي ومدى تأثيرها على ثقة المواطنين، واعتمدت الدراسة على منهج تحليلي تجريبي شمل دراسة فيديوهات مرتبطة بفاعلين سياسيين في الولايات المتحدة وأوروبا، وإجراء تجارب ميدانية على عينة من المشاركين، وأظهرت النتائج أن مقاطع التزييف العميق تضعف الثقة بالمؤسسات الديمقراطية والسياسية، وتزيد الاستقطاب، وتقلل قدرة الجمهور على التمييز بين المحتوى الصحيح والمضل.

بينما سعت دراسة إيمان بن غالم (2020) ⁽²¹⁾ إلى الكشف عن الانعكاسات والتداعيات السلبية للذكاء الاصطناعي على الصحة النفسية، مع التركيز على تأثيراته على الأفراد والمجتمع، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى أن الاستخدام المكثف لتطبيقات الذكاء الاصطناعي يزيد القلق والاكتئاب؛ نتيجة تهديد الأمان الوظيفي والخوف من فقدان السيطرة، ويعزز مشاعر العزلة الاجتماعية ويثير مشكلات الهوية الرقمية بسبب الخلط بين العالم الافتراضي والحقيقي.

كما هدفت دراسة ⁽²²⁾ Abbasi & Huang (2020) التعرف على أنماط استخدام المراهقين في باكستان لوسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للأخبار، وقياس وعيهم الرقمي وقدرتهم على التمييز بين الأخبار الصحيحة والزائفة، وتوصلت الدراسة إلى أن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي المصدر الأول للأخبار لدى المراهقين مع ضعف مهارات التحقق من المصادقية، وعدم القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقية والمزيفة، وأوصت الدراسة بإدراج برامج التثقيف الإعلامي الرقمي في المناهج التعليمية، وتعزيز التفكير النقدي والقدرة على التحقق من الأخبار لمواجهة التضليل الإعلامي بوعي ومسؤولية.

فيما سعت دراسة Ajderi وآخرون (2019) ⁽²³⁾ إلى تقديم رؤية شاملة حول ظاهرة التزييف العميق من حيث التطور والانتشار والتحديات السياسية والاجتماعية والأمنية، واعتمدت على التحليل الكمي والكيفي؛ من خلال جمع بيانات عن حجم مقاطع الفيديو المزيفة، ومصادرها، وأنماط تداولها، وتحليل نوعي لمجالات الاستخدام في الترفيه والتضليل السياسي والاستغلال الجنسي، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية المحتوى كان إباحياً يستهدف النساء، بينما الفيديوهات السياسية أقل انتشاراً، لكنها أكثر خطورة، وأشارت إلى سهولة استخدام أدوات مفتوحة المصدر.

التعليق على الدراسات السابقة:

أولاً: من حيث الهدف: فقد تنوعت بين رصد أنماط الاستخدام والتحول السلوكية الخاصة باستخدام الذكاء الاصطناعي، ورصد اتجاهات النخب والجمهور نحوه، بينما اهتمت مجموعة من الدراسات بالكشف عن تأثيرات التزييف العميق على السمعة،

والجريمة الرقمية، كما ركّزت بعضها على الأبعاد السياسية والاجتماعية والنفسية للفيديوهات المولّدة بالذكاء الاصطناعي؛ بينما اتجهت دراساتٌ أجنبية إلى تطوير معايير وأنظمة لكشف المحتوى المزيف.

ثانياً: من حيث المنهج العلمي: اعتمدت معظم الدراسات على المناهج المسحية الميدانية؛ بينما استخدمت بعضها التحليل المقارن أو الاستقرائي لدراسة التشريعات والقوانين؛ فيما برز المنهج التجريبي في الدراسات الأجنبية التي اعتمدت على التجريب وعرض عينات من الفيديوهات المولّدة بالذكاء الاصطناعي لقياس الاستجابات نحوها، فيما اعتمدت دراسات على النمذجة وبناء المنصات واختبار الخوارزميات، ومن حيث العينات؛ فقد تنوعت العينات الخاصة بالدراسات السابقة بين طلاب جامعيين، وصحفيين وإعلاميين، ونخب أكاديمية وإعلامية وجمهور العام.

ثالثاً: من حيث النظريات المستخدمة: اعتمدت الدراسات السابقة على العديد من النظريات الإعلامية والاجتماعية التي تتماشى مع أهدافها، كان أبرزها: الحتمية التكنولوجية، وانتشار المستحدثات، والواقعية الفائقة، والتلاعب بالمعلومات، وخداع الأشخاص، ودافع الحماية ونظرية المسؤولية الاجتماعية.

رابعاً: الجديد الذي ستعمل عليه الدراسة الحالية: رغم إسهامات الدراسات السابقة في تناول العديد من جوانب استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من زوايا متعددة، مثل الأبعاد القانونية أو النفسية أو أبعادها المتعلقة بالإدراك أو تأثيرها على الثقافة والمجال العام؛ إلا أنها لم تتناول بشكل متكامل انعكاسات هذه الفيديوهات على المجتمع والأمن القومي في ضوء التأثيرات الاجتماعية؛ ومن هنا تأتي أهمية الدراسة الحالية التي تسعى إلى الربط بين البعدين: الاجتماعي والأمني، كما تتميز الدراسة بكونها تُجري تحليلاً كيفياً لعدد من الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ للكشف عن الأساليب الخاصة بالتزييف العميق، بما يسهم في بناء فهمٍ أعمق لخطورة هذه الظاهرة واقتراح آليات أكثر فاعلية لمواجهتها.

خامساً: مدى الإفادة من الدراسات السابقة: تُظهر الدراسات السابقة ثراءً معرفياً مهماً في مجال التزييف العميق والفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وقد أفادت

هذه الدراسات في رسم الإطار العام لموضوع الدراسة الحالية؛ مما يساعد على تطوير منهجية مناسبة للدراسة الحالية، كما أفاد الباحثان من نتائجها وتوصياتها؛ وبالتالي استخدام بعضها في مناقشة النتائج التي توصلت إليها دراستيهما.

مشكلة الدراسة:

رغم الفوائد المتعددة لتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ لكن بروز الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي أو ما يطلق عليه (التزييف العميق Deepfake) كأحد تطبيقاته أصبح يشكل أزمة كبيرة وخطورةً متنامية؛ نظراً لقدرة هذه التطبيقات على إنتاج محتوى مرئي وصوتي يصعب كشف زيفه من قبل غير المتخصصين؛ مما يجعل من الأمر معضلة حقيقية؛ نظراً لصعوبة القدرة على التحقق من سلامة المعلومات، كما أصبحت تلك التقنيات تثير العديد من المخاطر الاجتماعية والأمنية المتنامية في ظل ضعف آليات المواجهة والوعي المجتمعي؛ ومن هنا تكمن المشكلة البحثية لهذه الدراسة في الكشف عن التأثيرات الاجتماعية للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على الأمن القومي مع تحليلٍ كيفي لعينة من الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ للوقوف على هذه الظاهرة والتعرف على الأساليب المستخدمة في إنتاجها شكلاً ومضموناً.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من جانبين، أولهما الأهمية العلمية، وثانيهما الأهمية العملية:

أ- الأهمية العلمية:

تسعى الدراسة إلى الإسهام في إثراء المكتبة العربية؛ بحيث تتناول موضوعاً حديثاً ومهماً يتمثل في الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، خصوصاً "التزييف العميق"، وما يترتب عليها من تأثيرات اجتماعية وانعكاسات على الأمن القومي، كما تتبع الأهمية العلمية من قلة الدراسات العربية التي جمعت بين البُعد الإعلامي والاجتماعي والأمني في تحليل هذه الظاهرة، بما يفتح آفاقاً جديدة للباحثين في هذا المجال.

ب- الأهمية العملية:

1. إبراز خطورة المحتوى المزيف بالذكاء الاصطناعي على الرأي العام وصناع القرار، وما قد يسببه من تهديد مباشر على المجتمع والأمن القومي.

2. لفت انتباه المؤسسات الإعلامية والأمنية إلى ضرورة تطوير أدوات وتقنيات لرصد وتحليل هذه الفيديوهات بما يساهم في تقليل آثارها السلبية.
3. الاستفادة من نتائج الدراسة في رفع الوعي المجتمعي والإعلامي بخطورة الفيديوهات المنتجة بالذكاء الاصطناعي، وتعزيز ثقافة التحقق من مصداقية المحتوى الرقمي.
4. دعم الجهود التوعوية الرامية إلى تمكين الأفراد من التمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف؛ بما يقلل من فرص تضليلهم أو استغلالهم عبر تقنيات التزييف العميق.
5. توفير قاعدة معرفية يمكن أن يستفيد منها القائمون على السياسات الإعلامية والأمنية في وضع استراتيجيات مواجهة لهذه الظاهرة.

أهداف الدراسة:

1. رصد مدى وعي الجمهور بمخاطر الفيديوهات المزيفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي، وموقفهم من مصداقيتها عند مشاهدتها عبر منصات التواصل الاجتماعي.
2. الكشف عن الآثار الاجتماعية المترتبة على انتشار الفيديوهات المنتجة بتقنيات التزييف العميق بين فئات المجتمع المختلفة.
3. رصد انعكاسات الفيديوهات المنتجة بتقنيات التزييف العميق على الأمن القومي، وما قد تسببه من تهديدات على المستويين الداخلي والخارجي.
4. الكشف عن الأساليب والآليات المستخدمة في إنتاج الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي شكلاً ومضموناً.
5. تقديم مقترحات وتوصيات تساهم في رفع الوعي المجتمعي والإعلامي بمخاطر هذه التقنيات، وطرق التعامل معها والحد من تأثيراتها السلبية على المجتمع والأمن القومي.

تساؤلات الدراسة:

1. ما التأثيرات الاجتماعية المحتملة لاستخدام الفيديوهات المنتجة بتقنيات التزييف العميق على الثقة المتبادلة بين الأفراد داخل المجتمع؟
2. إلى أي مدى يمكن أن تؤثر الفيديوهات المنتجة بتقنيات التزييف العميق على الأمن القومي؟

3. ما الدور التوعوي المنوط بالإعلام في الحد من مخاطر الفيديوهات المنتجة بالذكاء الاصطناعي في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية للملاقة عليه؟
4. ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تشاهد عليها عينة الدراسة محتوى الفيديوهات المنتجة بالذكاء الاصطناعي "التزييف العميق"؟
5. كيف يمكن مواجهة تلك الظاهرة والتصدي لها ورفع وعي مؤسسات وأفراد المجتمع بها؟

6. ما أشكالها وأساليب إنتاج الفيديوهات المنتجة بتقنيات التزييف العميق؟
7. أي المجالات التي يكثر فيها استخدام الفيديوهات المنتجة بتقنيات التزييف العميق عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
8. ما الرسائل الظاهرة والمستترة التي يريد منتج الفيديوهات باستخدام تقنيات التزييف العميق توصيلها للمشاهد؟

فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطية طردية بين كثافة التعرض للفيديوهات المنتجة بتقنيات "التزييف العميق" وشعورهم بمخاطر تلك الفيديوهات على الأمن القومي.
2. توجد علاقة ارتباطية طردية بين درجة تعرض المبحوثين للفيديوهات المنتجة بتقنيات "التزييف العميق" عبر مواقع التواصل الاجتماعي وشعورهم بالمخاطر الاجتماعية لهذه الفيديوهات.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي) للمبحوثين ومستوى وعيهم بخطورة الفيديوهات المنتجة بتقنيات "التزييف العميق" على الأمن القومي.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي) للمبحوثين ومستوى الوعي لديهم بالمخاطر الاجتماعية الفيديوهات المنتجة بتقنيات "التزييف العميق".

5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي) للمبحوثين واتجاهاتهم نحو المسؤولية الاجتماعية للإعلام ودوره التوعوي.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة: تُعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تصف الظاهرة من خلال جهد علمي منظم يتضمن جمع بيانات كافية عن الظاهرة موضع الدراسة خلال فترة زمنية معينة وإطار مكاني محدد، ومن ثم تنظيم البيانات ومعالجتها للوصول إلى إجابة عن تساؤلات الدراسة، والتحقق من فروضها، وتحقيق فهم أفضل وأدق للظاهرة المدروسة (24).

منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وذلك باتباع أسلوب المسح بالعينة، كما اعتمدت على منهج التحليل الكيفي لعينة من الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي التي تخص الشأن المصري ولأقت انتشاراً كبيراً عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة.

مجتمع الدراسة: تمثل فئة الشباب المصريين- ذكوراً وإناثاً- مجتمعاً للدراسة الميدانية (25)، في حين تمثل الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي (التزييف العميق) مجتمعاً للدراسة التحليلية الكيفية.

عينة الدراسة: بالنسبة للدراسة الميدانية تم الاعتماد على عينة عشوائية من الشباب المصري قوامها 384 مفردة، موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث بواقع 192 مفردة لكل منهما، ضمن الفئة العمرية ما بين 18 إلى 40 سنة؛ فيما تم اختيار 8 فيديوهات استخدمت تقنيات التزييف العميق، وقد اعتمد الباحثان في اختيارهما على منصة تقصي الحقيقة من رويترز (26)، وعلاقة الفيديوهات بالقضايا المصرية والعربية التي تشغل بال المجتمع المصري خلال الفترة الأخيرة.

أدوات جمع البيانات: اعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء، من خلال الاعتماد على الاستمارة الإلكترونية والمُرسلَة عبر الإيميل، أو نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

مقاييس الدراسة:

- 1- مقياس كثافة تعرض العينة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- مقياس المخاطر الاجتماعية للفيديوهات المنتجة بالذكاء الاصطناعي.
- 3- مقياس المخاطر الخاصة بالأمن القومي للفيديوهات المنتجة بالذكاء الاصطناعي.
- 4- مقياس المسؤولية الاجتماعية الملقاة على وسائل الإعلام.

إجراءات الصدق والثبات:

قام الباحثان بتصميم صحيفة الاستقصاء؛ وذلك بالرجوع إلى الإطار النظري، والإطار المعرفي، والدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات الدراسة.

أ- الصدق الظاهري للأداة: تمَّ عرض استمارة الاستقصاء على عدد من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام وقسم الاجتماع بكلية الدراسات الإنسانية؛ لإبداء الرأي في صلاحية الاستمارة؛ وذلك للتأكد من دقتها ووضوحها، ومدى تحقيقها لأهداف الدراسة، وفي ضوء آراء المحكمين أجرى الباحثان بعض التعديلات على الاستمارات، حتى أصبحت في صورتها النهائية⁽²⁷⁾.

ب- الثبات Stability: للتحقق من هذا النوع من الثبات تمَّ استخدام معامل ألفا كرونباخ، حيث تشير قيمته إلى استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، حيث إنه إذا ما أعيدت الاستبانة على نفس العينة فإن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساوٍ لقيمة المقياس، وقد تمَّ توزيع استمارة الاستقصاء على 80 مفردة بواقع 40 من الذكور و40 من الإناث، وقد أظهرت قيمة معامل ألفا كرونباخ لارتفاع معدل الثبات، حيث بلغ معامل الثبات لإجمالي الاستبانة (0.832)، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات؛ مما يجعل هناك إمكانية في الاعتماد عليها في الدراسة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، قام الباحثان بترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية؛ وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" (Statistical Package for Social Science) SPSS. وبناء عليه تمَّ عمل مقاييس وصفية تشمل الجداول والتوزيعات

التكرارية، والمقاييس التجميعية، وتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من متغيرات الدراسة وفق ما يلي: التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent. والمتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation. والأوزان النسبية: وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لمقياس ليكرت الثلاثي. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة. واختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test). واختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، أو اختبار "ف" وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.

فيما اعتمد الباحثان على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وبناء على ذلك سيتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

مفاهيم الدراسة:

1- تعريف الذكاء الاصطناعي (AI) بحسب وكالة ناسا: (NASA) فإنه يُعرف بأنه نظام اصطناعي قادر على أداء مهام معقدة، عادةً ما تحتاج إلى التفكير البشري، ويمكن أن يتعلم من التجربة، ويتحسن في أدائه عند تعرضه لمجموعات بيانات⁽²⁸⁾، أما وفقاً لموقع IBM: فإنه تقنية تمكّن الحواسيب والآلات من محاكاة قدرة الإنسان على التعلم، وفهم المعلومات، وحل المشكلات، واتخاذ القرار والعمل بشكل مستقل⁽²⁹⁾.

2- التزييف العميق (Deepfake): يُقصد به استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي القائمة على خوارزميات التعلم العميق للتلاعب بالمحتوى المرئي أو الصوتي، بحيث يتم إنتاج مقاطع فيديو أو تسجيلات تبدو حقيقية، بينما هي في الأصل مزيفة، وقد ظهر هذا المصطلح لأول مرة عام 2017⁽³⁰⁾، وأطلق للتعبير عن المزج بين الواقع والتزييف، وتمكّن هذه التقنية من تركيب صور، أو أصوات، أو مقاطع متحركة لأشخاص حقيقيين، أو غير معروفين، بما يجعل من الصعب على المتلقي التمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف⁽³¹⁾.

أما التعريف الإجرائي للتزييف العميق: يقصد بالتزييف العميق في هذه الدراسة كلّ محتوى بصري أو سمعي يتم إنتاجه أو تعديله باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي، بما يؤدي إلى تبديل ملامح الأشخاص، أو أصواتهم، أو تحريف سياق الرسائل الإعلامية، بحيث يظهر المحتوى وكأنه أصلي وحقيقي رغم أنه مصطنع.

3- وسائل التواصل الاجتماعي: يمكن تعريفها بأنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميه في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور.. وغيرها من الإمكانيات التي توّطد العلاقة الاجتماعية بينهم⁽³²⁾.

أما التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي: هي المنصات التي يستخدمها الجمهور المصري ويتعرضون من خلالها للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي (التزييف العميق Deepfake).

4- التأثيرات الاجتماعية: التأثيرات الاجتماعية: "تلك التأثيرات التي تتعرض لها البنية الاجتماعية بكلّ ما تتضمنه من عناصر ومكونات تتمثل في أنساق العلاقات الاجتماعية والأسرية، وكذلك الضوابط الاجتماعية"⁽³³⁾.

ويمكن أن نعرف التأثيرات الاجتماعية إجرائياً: بأنها التأثيرات الاجتماعية الإيجابية والسلبية الناتجة عن الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي (التزييف العميق Deepfake). والتي يأتي منها بالأمن أو الخوف الاجتماعي، الخجل الاجتماعي، العزلة الاجتماعية والاعترا ب الاجتماعي ... إلخ، وغيرها من التأثيرات الاجتماعية.

5- الأمن القومي: يقصد به "قدرة الدولة على صيانة كيائها من الداخل، وحماية مصالحها الحيوية من التهديدات الداخلية والخارجية، سواء كانت سياسية، أو اقتصادية، أو عسكرية، أو ثقافية"⁽³⁴⁾، أو هو "قدرة الدولة على حماية كيائها ومصالحها وقيمها الأساسية من التهديدات والتحديات التي قد تواجهها داخلياً أو خارجياً، بما يضمن استقرارها السياسي والاجتماعي وتنميتها الاقتصادية"⁽³⁵⁾.

أما التعريف الإجرائي للأمن القومي فيقصد به "قياس إدراك عينة الدراسة للمخاطر التي قد تسببها الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات التزييف العميق عبر وسائل

التواصل الاجتماعي على الأمن القومي للدولة المصرية، والوعي بتلك الأساليب المستخدمة، وكيفية الحد من مخاطرها والتعامل الرشيد معها".

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة على ثلاث نظريات، هي:

1- نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory):

طرح هذه النظرية العالم جورج جرينر عام 1969، وأظهر من خلالها كيف يؤثر التعرض الطويل والمتكرر لوسائل الإعلام في تشكيل تصورات الناس تجاه الواقع، وتم تطوير النظرية لاحقاً لتوضح كيف تؤثر الوسائط الإعلامية الجديدة وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي على إدراك، وأفكار، وقيم أفراد المجتمع.

حيث تعمل هذه المواقع على إعادة صياغة الواقع نتيجة قضاء المستخدمين وقتاً كبيراً من خلال تصفحهم لها؛ مما يجعلها تسهم بشكل فعال في تشكيل إدراكهم للواقع المجتمعي حولهم من خلال ما ينشرونه، أو يشاركونه، أو يتابعونه، أو حتى يبديون الإعجاب به من مضامين مختلفة، وبذلك يزداد هذا التأثير على كيفية الاستخدام، كما يؤثر مدى انغماس الأفراد في هذا المحتوى الافتراضي على إدراكهم للقضايا المختلفة ونظرتهم للعالم من حولهم، وفي هذه الحالة تصبح مواقع التواصل الاجتماعي بديلاً معبراً للواقع الاجتماعي، ومن ثم تزيد قدرتها على تشكيل القيم الأخلاقية للأفراد والمعتقدات العامة عن العالم، وليس فقط تشكيل وجهة النظر حول مسألة محددة بعينها⁽³⁶⁾.

وتقوم نظرية الغرس الثقافي على فكرة أن التعرض الكثيف والمتكرر لمضامين إعلامية معينة يؤثر تدريجياً في إدراك الأفراد للعالم المحيط بهم، بحيث تُعاد صياغة الواقع الاجتماعي وفق الصور الرمزية التي تعرضها وسائل الإعلام⁽³⁷⁾.

وهذا ما يجعل النظرية مناسبة جداً لتفسير تأثير الفيديوهات المفبركة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث تؤكد النظرية أن الأفراد الذين يتعرضون بشكل مستمر لرسائل إعلامية متكررة يكونون صورة ذهنية عن الواقع قد لا تعكس الواقع الفعلي؛ لذا فإن الفيديوهات المنتجة بالذكاء الاصطناعي تسهم في إعادة صياغة إدراك الجمهور للوقائع والأحداث، على سبيل المثال قد تُنتج مقاطع تظهر شخصيات سياسية أو اجتماعية في

مواقف لم تحدث في الحقيقة؛ مما يجعل المتلقي يعيد بناء تصوراته عن هذه الشخصيات وفق تلك الرسائل الزائفة.

وتعتمد النظرية على فرضية "التعرض الكثيف" لنماذج رمزية ثابتة ومكررة، وبالمثل، فإن تكرار نشر الفيديوهات المذبذبة على مواقع التواصل يسهم في غرس اتجاهات ومعتقدات جديدة لدى الجمهور، سواء على مستوى القيم الاجتماعية أو المواقف السياسية، وهو ما قد ينعكس على تماسك المجتمع وثقته بمصادر المعلومات، وإذا تكرار عرض الفيديوهات المذبذبة حول جرائم أو تهديدات قد يعتقد الجمهور أن هذه الظواهر أكثر انتشاراً وخطورة؛ مما هي عليه فعلياً، فعند التكرار الكثيف قد يحدث الذكاء الاصطناعي تغييرات في القيم والتصورات العامة عن العالم، كإقناع الناس بأن النظام السياسي هش، أو أن المجتمع يعاني من انقسامات أعمق، أو حتى فقدان الثقة بالرموز الرسمية.

وتلك المقولات تؤكد انعكاس ما سبق على الأمن القومي؛ إذ إن إعادة تشكيل الإدراك الجمعي عبر الفيديوهات الزائفة قد يؤدي إلى: نشر الشائعات بشكل واسع وفقدان الثقة بالمؤسسات الرسمية، وتغذية الانقسامات المجتمعية عبر تزييف خطابات سياسية أو طائفية، وتوظيف هذه الفيديوهات في الحرب النفسية والدعاية المعادية؛ مما يجعلها أداة ضغط على استقرار الدول وأمنها؛ وبالتالي فإن انتشار الفيديوهات المذبذبة بشكل كبير يسهم بإعادة تشكيل تصورات الجمهور تجاه الواقع السياسي والاجتماعي نتيجة الغرس الثقافي الذي يمكن أن يعزز معتقدات زائفة أو أفكار مهيمنة مبنية على التضليل.

2- نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام: (Social Responsibility Theory)
ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة عقب الحرب العالمية الثانية كرد فعل على سلبات نظرية الحرية المطلقة في الصحافة والإعلام، حيث اتهمت وسائل الإعلام آنذاك بأنها أساءت استخدام الحرية عبر التركيز على أخبار الجنس، والعنف، والجريمة، وتجاهل القيم الأخلاقية، كما خضعت لسيطرة المعلنين والمصالح التجارية، وقدمت لجنة هاتشينز عام 1947 تقريرها الشهير بعنوان: "صحافة حرة ومسؤولة"

الذي أكد أن الحرية يجب أن تقترن بالمسؤولية، وأن حرية وسائل الاعلام يجب أن يقابلها التزامات تجاه المجتمع تتمثل في الأهداف الأخلاقية لهذا المجتمع⁽³⁸⁾.

وترتكز النظرية على أن حرية الإعلام حق وواجب في آن واحد، وأن على وسائل الإعلام أن تلتزم بالقيم الأخلاقية والمعايير المهنية عند ممارسة دورها في تزويد المجتمع بالمعلومات وتنوير الجمهور، والمحافظة على القيم المجتمعية، إضافة إلى دورها في الترفيه وخدمة الاقتصاد الوطني، وتقديم صورة صادقة عن المجتمع، وفتح المجال للنقد البناء⁽³⁹⁾.

وهكذا، فإن نظرية المسؤولية الاجتماعية تسعى إلى تحقيق التوازن بين حرية الإعلام وواجباته تجاه المجتمع، وهو ما يجعلها إطاراً مهماً لفهم العلاقة بين الإعلام والأمن المجتمعي في ظل التغيرات التكنولوجية المعاصرة، حيث تعتمد في مقولاتها الرئيسية على ضرورة أن يتحمل الإعلام مسؤولية أخلاقية نحو المجتمع، ويجب أن يخضع لضوابط ذاتية وتنظيمية تضمن عدم الترويج للمعلومات المضللة.

وعند ربط النظرية بموضوع الدراسة نجد أن الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي تستغل الفراغ التنظيمي والإعلامي، وهذا يتطلب دوراً فاعلاً من الإعلام والمنصات الرقمية لمكافحة التضليل؛ فالتشريعات والسياسات الإعلامية يجب أن تصبح جزءاً من منظومة الأمن السيبراني، من خلال محاسبة الناشرين، وفرض الضوابط التقنية، والعمل على نشر ثقافة التحقق والمصادقية.

3- نظرية الأنشطة الروتينية (Routine Activity Theory):

تعدّ نظرية الأنشطة الروتينية التي قدّمها كل من Cohen و Felson عام 1979، من أبرز الإسهامات في مجال علم الجريمة، حيث فسّرت التغيرات في معدلات الجرائم من خلال تحليل السياقات والظروف البيئية؛ بعيداً عن التركيز فقط على الدوافع الشخصية أو الخصائص الفردية للجناة، وتستند النظرية إلى نظرية الاختيار العقلاني، حيث تنصّ نظرية الاختيار العقلاني على أن الناس يختارون سلوكهم بحرية، ويتم تحفيزهم من خلال السعي وراء المتعة، كما يقوم الأفراد بتقييم اختياراتهم للأفعال وفقاً لقدرة كلّ خيارٍ على إنتاج ميزة ومتعة وسعادة لهم، وتفسر نظرية الاختيار العقلاني سبب

اتخاذ الجناة قراراً بارتكاب جرائم معينة، وسبب انخراطهم في الجريمة؛ لأنها من الممكن أن تكون مجزية وسهلة ومرضية وممتعة، وتُعدّ الفرضية الأساسية لهذه النظرية هي (أن الناس كائنات عقلانية يمكن التحكم في سلوكها أو تعديلها من خلال الخوف من العقاب) (40).

إن نظرية الأنشطة الروتينية تقدّم تفسيراً واضحاً لسبب حدوث الجرائم، وتمّ تطبيقها في الماضي على جرائم الاتصال المباشر وجرائم الملكية؛ وفي الوقت الحاضر أصبحت تُطبق على أنواع أخرى كثيرة من السلوكيات المنحرفة. حيث تمّ استخدامها في تفسير التغيرات في اتجاهات الجريمة بشكلٍ تدريجي، ثم بشكلٍ أكثر عمومية لتحديد مشكلات الجريمة وتعريفها ومنعها (41).

وتفترض النظرية أن وقوع الجريمة يتطلب توافر ثلاثة عناصر أساسية في وقت واحد (جاني محتمل، وهدف مناسب، وغياب حارس فعال)، فإذا اجتمعت هذه العناصر زادت احتمالية حدوث الفعل الإجرامي (42)، وبناء على ذلك يتم نقل التركيز من دراسة الجاني بوصفه الفاعل المركزي إلى تحليل البنية الاجتماعية والأنشطة اليومية للأفراد؛ باعتبارها بيئة مؤلّدة للفرص الإجرامية، ومع تطور استخدامات التكنولوجيا الرقمية وتحول الأنشطة البشرية من الواقع المادي إلى الفضاء الافتراضي اتسع نطاق تطبيق هذه النظرية ليشمل الجرائم الإلكترونية التي باتت تُمثّل أحد أبرز التحديات في المجتمعات الحديثة.

وعند ربط النظرية بموضوع الدراسة "الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي" يمكن النظر إلى هذه المواد الإعلامية على أنها "أهداف مناسبة"؛ لما تتسم به من قدرة عالية على التضليل والتأثير في الرأي العام وإثارة القلق المجتمعي، أما "الجناة المحتملون" فهم الأفراد، أو الجماعات، أو حتى الفاعلون من خارج الحدود الذين يمتلكون المهارة التقنية والدافعية لاستخدام هذه المواد لأغراض عدائية أو إجرامية، بينما يتمثل "الحارس الفعال" في المؤسسات الإعلامية، ومنصات التواصل الاجتماعي، والأطر التشريعية والأمنية القادرة على كشف المحتوى الزائف والتعامل معه، غير أن قصور

الرقابة التقنية أو بطء الاستجابة المؤسسية يؤدي إلى اتساع فرص استغلال هذه المواد على نحو يهدد الأمن الاجتماعي والقومي في آن واحد.

ومن ثمّ تقدّم نظرية الأنشطة الروتينية إطاراً تفسيرياً ملائماً لفهم كيفية استغلال التغيرات في الأنشطة اليومية والتحوّلات الرقمية في خلق فرص جديدة للجريمة، سواء من خلال التضليل الإعلامي، أو الابتزاز، أو إثارة الفوضى المجتمعية عبر الفيديوهات المفبركة؛ وهو ما يجعلها إطاراً نظرياً ذا قيمة في هذه الدراسة، حيث تساعد في تحليل الأبعاد الاجتماعية والأمنية للظاهرة موضوع البحث، وتوضّح الكيفية التي يسهم بها غياب "الحراسة الفعالة" في تمكين الفاعلين المجرمين من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي للإضرار بالنسيج المجتمعي والأمن القومي.

نتائج الدراسة التحليلية:

الفيديو الأول: "فيديو مزيف لشيخ الأزهر يدعو للنزول للميادين والتوجه لمعبر رفح" (43):
أولاً: البيانات الشكلية: بداية كان عنوان الفيديو المفبرك: "شيخ الأزهر يدعو جموع المواطنين للنزول للميادين والتوجه لمعبر رفح"، وقد كانت مدته دقيقتين و14 ثانية، والتاريخ الفيديو الأصلي 23 أبريل 2020- مقطع تهنئة من الإمام الأكبر الدكتور أحمد الطيب للأمة الإسلامية بمناسبة حلول شهر رمضان المبارك؛ أما تاريخ التزييف والتداول بدأ في 4 أغسطس 2025 بانتشار نسخة مفبركة بتقنية التزييف العميق، تحوّل التهنة الرمضانية إلى دعوة سياسية للتظاهر.

وفيما يخص المنصات: فقد انتشر الفيديو بصورة سريعة على منصة فيسبوك، وتيك توك، وانستجرام، ويوتيوب، وقد كان الجمهور المستهدف: الشارع المصري والعربي، المتأثر بالخطاب الديني والمشغول بالقضية الفلسطينية، وقد كانت القضية المطروحة: استغلال خطاب ديني لصناعة دعوة سياسية حاشدة.

ومن حيث الشخصية المستهدفة: كانت شخصية فضيلة الإمام الأكبر الدكتور أحمد الطيب "شيخ الأزهر الشريف، ومن حيث اللغة فقد استخدم الفيديو لغةً عربية فصحي رسمية (مُفبركة صوتياً) تُحاكي خطاب شيخ الأزهر، ومن حيث الرموز والدلالات: استغلال صورة فضيلة شيخ الأزهر- رمز أكبر سلطة دينية إسلامية- بزيه ومكتبه وأسلوبه لإضفاء المصداقية والشرعية على دعوة التظاهر.

ثانياً: البنية التقنية: فيما يخص جودة التزييف: فقد كانت عالية نسبياً، وقد اعتمد على تقنية التزييف العميق (Deepfake)، بتعديل الصوت والمونتاج على مقطع أصلي هنا فيه فضيلة الإمام الأكبر الأمة الإسلامية بشهر رمضان المبارك وتحويله إلى دعوة تظاهر سياسية، ومن حيث المؤثرات المستخدمة تم تركيب صوت جديد على مقطع فيديو أصلي محفوظ، مع معالجة دقيقة لتزامن حركة الشفاه.

وقد كانت مؤشرات الاصطناع: في عدم نشر الفيديو على القنوات الرسمية للأزهر، والاختلاف في مضمون المحتوى مع رؤية الأزهر المعلنة؛ مما حدا بالأزهر بإصدار بيان رسمي صرح أن الفيديو المنتشر مزيف.

ثالثاً: أنماط الانتشار: شهد الفيديو المزيف انتشاراً واسعاً على منصات التواصل الاجتماعي، حيث تجاوز عدد المشاهدات والمشاركات آلاف النسخ المتداولة. فقد تم سحب أكثر من 300 نسخة على منصة TikTok، إلى جانب نحو 4,500 نسخة على منصات Meta، الأمر الذي ضاعف من سرعة انتشاره، كما شاركت في ترويجه حسابات مجهولة، إضافة إلى مجموعات سياسية معارضة، عملت على استغلال المقطع من خلال نشر نسخ متعددة على قنوات مختلفة لإضفاء مصداقية زائفة.

أما من حيث سرعة الانتشار: فقد كان الانتشار فائئاً؛ نظراً لحساسية الموضوع وارتباطه بقدسية الرمز الديني المستهدف، وأهمية القضية المطروحة، وهو ما جعل التفاعل معه أكبر من المعتاد.

وعلى مستوى النطاق الجغرافي: لم يقتصر تداول الفيديو على الساحة المحلية في مصر؛ بل امتد أيضاً إلى نطاق عربي وإسلامي واسع؛ مما زاد من خطورته وتأثيره.

رابعاً: التأثيرات المحتملة: على الرأي العام: تضليل المواطنين وإيهامهم بأن شيخ الأزهر يقود الدعوة للاحتجاج، ما يعزز شرعية التظاهر، وعلى الأمن القومي: تهديد مباشر لاستقرار المجتمع المصري؛ إذ يظهر المؤسسة الدينية الأعرق وكأنها تدعو للعصيان. وتدفع بجموع المواطنين للتظاهر وأيضاً اقتحام معبر رفح، مع ما في ذلك من تداعيات كارثية على الأمن المصري والإقليمي، وكسر للمواثيق الدولية، وأيضاً على أمن وسلامة المواطنين ممن سيشاركون في التظاهرات عند تصديق الخطاب الزائف، على القيم

الاجتماعية: تقويض مكانة الأزهر كمؤسسة دينية ذات خطاب وسطي معتدل، تهتم بأمن وأمان البلاد والعباد، وتسعى للحوار العقلاني والسلمي في كافة المواقف، وتحويلها إلى طرف سياسي، وعلى الأفراد والمؤسسات: تشويه صورة شيخ الأزهر عالمياً، وضرب الثقة في المؤسسات الدينية الرسمية.

خامساً: الاستراتيجيات المستخدمة: اعتمد صانعو الفيديو المزيف على حزمة من الاستراتيجيات التي جعلته يبدو مقنعاً ومؤثراً في آن واحد، ومن أبرزها: أ/ التزييف العميق: تم استخدام تقنية حديثة تقوم على الدمج الدقيق بين الصوت والصورة، ما جعل عملية التلاعب أكثر إقناعاً وصعوبة في الاكتشاف للمتلقي العادي، ب/ الإقناع بالعاطفة: استغل صوت شيخ الأزهر وهيبته الدينية، إضافة إلى الخلفية البصرية المقتبسة من مقطع أصلي موثوق، لإحداث استجابة عاطفية قوية لدى الجمهور، تعزز من مصداقية المقطع، ج/ التضليل السياسي: جرى قلب رسالة دينية رمضانية هدفها التهئة بالخير والسلام، إلى خطاب سياسي تعبوي يحث على التظاهر، وهو ما يتعارض مع الثوابت المعلنة للأزهر، د/ المبالغة: تم الدفع برسالة صادمة تتضمن الدعوة لملايين الأشخاص للنزول إلى الميادين والتوجه إلى معبر رفح، في محاولة لإحداث أثر نفسي ضاغط يتجاوز حدود المعقول.

سادساً: الرمزية والرسالة الخفية: الرمزية: شيخ الأزهر رمز أكبر سلطة دينية في العالم الإسلامي السنّي. توظيفه في فيديو مفبرك يضيف مشروعية دينية وسياسية على دعوات التظاهر، بما يعادل فتوى جماهيرية للنزول للشارع، والهدف الرئيس من التزييف: ضرب الثقة في المؤسسة الدينية المصرية وتحويلها لأداة سياسية، وفي حال تصديقه: سيؤدي لبلبلة كبرى، وربما خروج جماهير فعلاً بدافع "شرعية دينية". أما في حال اكتشافه مزيفاً: يظل أثره خطيراً، إذ يُزرع الشك في كل خطاب رسمي للأزهر مستقبلاً ويُضعف مكانة شيخ الأزهر أمام جمهوره.

النتيجة: يعد الفيديو واحداً من أخطر أشكال التزييف العميق، حيث استهدف شخصية دينية كبرى متمثلة في فضيلة الإمام الأكبر الدكتور أحمد الطيب، شيخ الأزهر الشريف، الذي يمثل رمزاً للمؤسسة الإسلامية، وصاحب أعلى درجات الاحترام والتقدير والثقة في

مصر والعالم الإسلامي، بل وعلى مستوى العالم ككل؛ لكونه المرجعية الأساسية التي تلجأ إليها أي جهة ترغب في مخاطبة المسلمين.

وتكمن خطورة هذا التزييف في جانبين متعارضين، لكنهما متساويان في التأثير السلبي، ففي حال صدّق الناس الفيديو، فإن الشارع قد يتحرك فوراً استجابة لما ورد فيه؛ نظراً لما يتمتع به الإمام الأكبر من تأثير واسع ومصدقية راسخة في وجدان الجماهير، أما في حال انكشاف زيفه، فإن ذلك يؤدي إلى إضعاف ثقة الجمهور في الخطاب الأزهري مستقبلاً، ويزرع الشك في كلّ ما يصدر عنه من مواقف ورسائل.

الفيديو الثاني: فيديو ترويجي مولّد باستخدام الذكاء الاصطناعي لافتتاح المتحف المصري الكبير⁽⁴⁴⁾:

أولاً: البيانات الشكلية: عبارة عن مقطع ترويجي مولّد باستخدام الذكاء الاصطناعي لافتتاح المتحف المصري الكبير (GEM)، وقد حمل عنواناً يوحي بأنه فيديو رسمي يشارك فيه مشاهير عالميون مثل: اللاعب محمد صلاح وميسي ويسرا؛ في حين أنه من إنتاج شبابي غير رسمي، وقد بلغت مدة النسخة الكاملة نحو 6 دقائق و47 ثانية، إلى جانب نسخ أقصر لم تتجاوز دقيقتين و14 ثانية، وظهر لأول مرة في أغسطس 2025، وقد أثار الفيديو جدلاً واسعاً بعد حبس مصممه عبد الرحمن خالد في 15 أغسطس وإطلاق سراحه في اليوم التالي عقب سحب البلاغ، وهو ما ساعد في انتشار الفيديو عبر منصات متعددة مثل TikTok وفيسبوك وإنستجرام و X ويوتيوب، مستهدفاً الجمهور المصري والعالمي على السواء، وطرح قضية تتعلق بالترويج السياحي والثقافي باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

الناحية التقنية، اعتمد الفيديو على التوليد الكامل بالذكاء الاصطناعي مع مؤثرات بصرية عالية الجودة، ومزج لرموز الحضارة المصرية مع شخصيات عالمية، ما أضفى قوة بصرية ورسالة فخر واعتزاز بالهوية الوطنية. ورغم إبهاره البصري، كشف غياب المقطع عن المنصات الرسمية لوزارة السياحة أو المتحف الكبير، مع وجود تباين في الهوية البصرية، عن طبيعته غير الرسمية.

وقد شهد الفيديو انتشاراً واسعاً للغاية؛ إذ وصلت المشاركات إلى آلاف النسخ على المنصات المختلفة، وحذفت Meta أكثر من 4500 نسخة، بينما أزيل 300 مقطع من

TikTok. وقد كان عبد الرحمن خالد هو الناشر الأول للفيديو، ثم أثار العمل انتقاداً حاداً من رجل الأعمال نجيب ساويرس، ودفع وزارة السياحة إلى اتخاذ خطوات قانونية ضده، في حين لقي تأييداً واسعاً من الشباب وبعض البرلمانيين، وفتح نقاشاً مجتمعياً وإعلامياً وبرلمانياً حول حدود الإبداع ودور القانون، وساعدت جاذبية المشهد البصري، وسرعة التفاعل على المنصات، في تعجيل انتشاره على المستويين المحلي والدولي. أما عن التأثيرات، فقد أحدث الفيديو حالة من اللبس بين ما هو رسمي وما هو غير رسمي، ورفع سقف التوقعات تجاه افتتاح المتحف، كما أثار نقاشاً جاداً حول تنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج مواد ثقافية ورمزية، وأبرز قدرة المواهب الشابة على منافسة المؤسسات بأساليب إبداعية جديدة، وهو ما أكسب مصممه موجةً من التضامن.

الاستراتيجيات المستخدمة: فقد استند العمل إلى عدة استراتيجيات، أبرزها استدعاء قوة المشاهير العالميين لإضفاء جاذبية فورية، والإبهار البصري من خلال إنتاج سينمائي مشوّق، والتسويق العاطفي عبر تحريك مشاعر الفخر الوطني، وعلى المستوى الرمزي، قدّم المتحف الكبير كأيقونة حضارية عالمية، وجعل الذكاء الاصطناعي رمزاً يربط بين عراقية الماضي وحداثة الابتكار.

النتيجة: يمثّل الفيديو نموذجاً للإبداع الشبابي الذي يوظف الذكاء الاصطناعي للترويج الثقافي؛ لكنه في الوقت نفسه اصطدم بعقبات قانونية ومؤسسية؛ وبرغم كونه غير رسمي، ومع وجود تنويه من صانعه بأنه مؤلّد بالذكاء الاصطناعي، فقد حقق تأثيراً ضخماً محلياً وعالمياً، وهو ما يؤكد الحاجة إلى وضع إطار قانوني وتنظيمي يوازن بين دعم مثل هذه المواهب، وحماية حقوق الملكية الفكرية، وضمان الاستخدام المسؤول للتقنيات الحديثة.

الفيديو الثالث: أبو عبيدة يحذر إسرائيل من خطط السيطرة على غزة⁽⁴⁵⁾:

أولاً: البيانات الشكلية العنوان المضلل للفيديو: "أبو عبيدة يحذر إسرائيل من خطط السيطرة على غزة"، وهي الصياغة التي جرى تداولها بعد تصريحات رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتنياهو في أغسطس 2025، غير أن الفيديو في حقيقته يعود إلى

مايو 2021، ولا علاقة له بالأحداث المستجدة، وهو ما أكدته تقارير وكالة رويترز، ويتسم الفيديو بأنه قصير جداً؛ إذ لا يتجاوز بضع ثوانٍ مقتطعة (من الدقيقة 10:24 إلى 10:50) من مقطع أطول لكتائب القسام، ويعود تاريخ نشره الأصلي إلى 13 مايو 2021، في ذروة مواجهات "معركة سيف القدس"، التي شهدت صدامات مسلحة بين حركة حماس والاحتلال الإسرائيلي في غزة والقدس الشرقية آنذاك.

أما تاريخ إعادة التزييف والتداول المغلوط، فقد كان في أغسطس 2025؛ حيث أُعيد نشر المقطع ليُقدّم على أنه بيان جديد رداً على إعلان إسرائيل نيتها السيطرة على غزة، وقد انتشر الفيديو عبر منصات التواصل الاجتماعي، ولا سيما فيسبوك وتيليجرام، قبل أن يُروَّج له مجدداً على نطاق واسع؛ باعتباره مادة حديثة، وكان الجمهور المستهدف هو الجمهور العربي والعالمي، وبخاصة المتابعين لتطورات الصراع الفلسطيني الإسرائيلي والمهتمين بخطابات المقاومة.

ثانياً: البنية التقنية: جاءت جودة التزييف: متوسطة، الفيديو أصله حقيقي، لكن تم إعادة نشره بسياق خاطئ، أما المؤثرات المستخدمة: لا توجد مؤثرات تقنية، بل تلاعب زمني وسياقي، أما ما يخص مؤثرات الاصطناع: الفيديو قديم، وتم تحريف توقيته وصلة الحدث بصياغة مضللة.

ثالثاً: التأثيرات المحتملة: على الرأي العام فهو تضليل المشاهدين، إيهامهم بأن المقاومة تتخذ موقفاً حاداً كاستجابة فورية لخطط إسرائيل الحديثة (2025)، أما على الأمن القومي والإقليمي فتصعيد التوتر؛ وإفشاء الرغبة في المواجهة بدلاً من التفاوض؛ تضخيم خطابات العنف، أما على القيم الاجتماعية فزعزعة الثقة في الأخبار، وتحويل خطاب قديم إلى مصدر قلق جديد، وفيما يخص الأفراد والمؤسسات فإن إرباك الجمهور حول موقف حماس الرسمي، وإضعاف مصداقية الوسائط الإعلامية.

رابعاً: الرسالة الخفية والرمزية: يحمل الفيديو رمزية مباشرة؛ إذ أُعيد تقديم الناطق العسكري باسم كتائب القسام وكأنه يرد بشكل فوري على ما وُصف بأنه "مخطط جديد" للسيطرة على غزة في عام 2025، ويكشف ذلك عن محاولة إلباس الماضي ثوب الحاضر لتضليل الجمهور وربط الحدث القديم بتطورات سياسية وأمنية حديثة.

أما الهدف الرئيس من التزييف، فهو خلق انطباع بوجود صراعٍ آني بين المقاومة والخطط الإسرائيلية الأخيرة، بما يسهم في تعبئة الجمهور أثناء حالة تصعيد حقيقي. وبهذا يصبح الفيديو أداة دعائية تسعى لإثارة التأييد الشعبي وإضفاء شعور بالجاهزية الميدانية.

وفي حال تصديق الفيديو، يشعر المتلقي أن المقاومة تتحرك على نحو فوري وفعلي؛ مما يمنح خطابها قوة وقتية ويزيد من استجابته العاطفية. أما في حال اكتشاف زيفه، فإن الأثر الرمزي يظل قائماً، من خلال تكريس الشك في صدقية التصريحات المستقبلية، وفتح المجال أمام السخرية من استغلال المواد القديمة لتحقيق أهداف سياسية آنية.

النتيجة: الفيديو الأصلي حقيقي، لكن تحركه الزمني مغلوطن؛ بهدف إثارة الجدل السياسي ويؤدي للتصعيد العسكري وعرقلة المفاوضات، وتأثيره يختلف باختلاف تصديق أو كشف المشاهد للتزييف؛ لكن الرسالة الخفية تظل فعالة، وهي بث الفكرة بأن المقاومة لا زالت مهيئة ومتأهبة في مواجهة تصعيد إسرائيلي جديد.

الفيديو الرابع: المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي يؤكد: مساعدات المغرب لغزة تخدم التطبيع⁽⁴⁶⁾؛

أولاً: البيانات الشكلية: يحمل الفيديو عنواناً مضللاً يوحي بأن المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي صرح بأن "مساعدات المغرب لغزة تخدم التطبيع"، بينما هو مقطع قصير لا يتجاوز 21 ثانية، مأخوذ من فيديو أطول جرى التلاعب بصوته، الفيديو الأصلي نُشر يوم 26 يوليو 2025 على الحساب الرسمي لأفيخاي أدرعي، وكان يتحدث فيه عن انتقاد قيادة حماس ومعاناة سكان غزة، أما النسخة المفبركة فقد ظهرت في 5 أغسطس 2025 عبر حساب مجهول على منصة TikTok، قبل أن تنتشر لاحقاً عبر منصات أخرى مثل (X).

استهدف الفيديو الجمهور العربي، ولا سيما المتابعين لمسار العلاقات المغربية-الإسرائيلية وتداعياتها الإنسانية، من خلال قضية سياسية-اجتماعية وظّفت المساعدات المغربية كأداة لترويج خطاب زائف، أما الشخصيات المستهدفة كانت أفيخاي أدرعي، والعاقل المغربي وحكومته، وحركة حماس، حيث استُخدم تسجيل صوتي مفبرك يحاكي لهجة أدرعي الرسمية، مع إدخال عبارات مثيرة مثل "امتداد للمشروع الصهيوني" و"تخدم التطبيع"، وقد حمل الفيديو رمزية تهدف إلى ربط الملك محمد السادس بوصفه

صاحب مبادرة إنسانية- بمشروع سياسي إسرائيلي، وتحويل العمل الإنساني إلى أداة لخدمة خطاب مزيف.

ثانياً: البنية التقنية: يظهر التزييف في هذا الفيديو بجودة متوسطة إلى عالية، حيث تمّ الاكتفاء باستبدال صوت أفيخاي أدرعي بعبارات جديدة، مع الإبقاء على المظهر البصري للفيديو الأصلي كما هو؛ مما منح المشهد ثقة بصرية مضللة، اعتمدت عملية التزييف على استغلال حركة الشفاه الطبيعية والخلفية الرسمية للفيديو دون أي تعديل مرئي، بحيث بدا التحريف صوتياً.

ورغم ذلك، فقد كشفت مؤشرات الاصطناع عن حقيقة التلاعب؛ إذ أظهر تقرير رويترز صعوبة في التوافق بين حركة الشفاه والصوت الجديد، إضافة إلى أن المقطع لم يُنشر عبر الحساب الرسمي لأدرعي، كما أكد بيان الجيش الإسرائيلي نفيه إصدار أي نسخة أخرى من الفيديو.

ثالثاً: أنماط الانتشار: شهد الفيديو المزيف انتشاراً واسعاً على منصات التواصل الاجتماعي؛ إذ تحول إلى مادة ساخرة جاذبة لآلاف المشاركات بفضل مصداقية الصورة الأصلية التي منحت التزييف غطاءً مقنعاً، وقد بدأ انتشاره من خلال حساب مجهول على TikTok، قبل أن تتلقفه حسابات سياسية وساخرة على منصة X، ليتحول بسرعة إلى موضوع للتفاعل والنقاش.

رابعاً: التأثيرات المحتملة: أدى التزييف إلى انعكاسات سلبية متعددة المستويات، فقد أسهم في تضليل الرأي العام عبر تحويل الموقف الإنساني للمغرب إلى موقف سياسي مثير للجدل؛ الأمر الذي غير من نظرة الجمهور وأضعف الثقة في طبيعة المساعدات المقدمة، كما حمل مخاطر على مستوى الأمن القومي والعلاقات الخارجية؛ إذ زعزع مصداقية الدور المغربي الإنساني وزرع التباساً حول موقف المملكة من القضية الفلسطينية.

أما على الصعيد الاجتماعي، فقد أفرغ الفعل التضامني من معناه الأخلاقي والإنساني، ليُقدّم كرمز للخيانة والانخراط في جدل سياسي لا أساس له، وعلى مستوى الأفراد

والمؤسسات، مسّ التزييف بصورة العاهل المغربي وأثر سلباً على مكانة المملكة الدولية ودورها الإنساني في المنطقة.

خامساً: الاستراتيجيات المستخدمة: اعتمد التزييف على التضليل الصوتي من خلال إدخال نسخة مزيفة لصوت أدري تحمل عبارات ذات وقع سلبي؛ مما منح المحتوى مضموناً ضاراً، كما لجأ إلى الإيحاء العقلاني عبر الحفاظ على الصورة الأصلية للفيديو، وهو ما جعل الصوت المركّب يبدو منسجماً مع السياق البصري ويكسبه مصداقية زائفة؛ وإلى جانب ذلك، برزت المبالغة السياسية في وصف المغرب بأنه "امتداد للمشروع الصهيوني"، وهو خطاب صادم يهدف إلى استغلال الفعل الإنساني وإدراجه ضمن إطار سياسي استفزازي يزيد من حدة التوتر.

سادساً: الرمزية والرسالة الخفية: يحمل الفيديو رمزية خطيرة؛ إذ يسعى إلى تبديل صورة المغرب من دولة داعمة للقطاع المحاصر إلى طرف مشارك في مشروع التطبيع، وهو ما يمثل أقصى درجات التضليل السياسي، ويكمن الهدف الأساسي للتزييف في زعزعة الثقة بالخطاب المغربي الرسمي عبر ربط المساعدات الإنسانية بمصالح سياسية معدومة، وإذا ما جرى تصديقه، فإن النتيجة ستكون تقويض صورة المملكة كفاعل إنساني، وإثارة موجة من الاعتراضات الشعبية والسياسية على موقف الدولة، أما إذا كُشف زيفه، فإن التحريف يظل قائماً كأداة للسخرية والاستهجان، فضلاً عن زرع الشك في أي بيانات أو صور مستقبلية تصدر عن المغرب.

النتيجة: يعتمد الفيديو على تضليل صوتي متقن حول خطاباً رسمياً إلى خطاب مسيء؛ مما يجعله مؤثراً سواء عبر تقبله أو عبر صدمة إدراك زيفه، ويتمثل هدفه الجوهري في ضرب مصداقية الدور الإنساني المغربي، وزعزعة الثقة في الخطاب الرسمي العربي.

الفيديو الخامس: فيديو معدل للشيخ السديس، يقول: إن "الجوع حمية غذائية" لأهل غزة⁽⁴⁷⁾؛

أولاً: البيانات الشكلية: جاء العنوان مضللاً، حيث أوحى بأن الشيخ عبد الرحمن السديس صرح بأن الجوع "حمية غذائية" لسكان غزة، أما مدة الفيديو فهي قصيرة لا تتجاوز بضع ثوانٍ، جرى دمجها ضمن مقطع أطول من خطبة الجمعة، ويعود تاريخ الخطبة الأصلي إلى 4 يوليو 2025 بمناسبة دخول العام الهجري 1447، ونُشرت

حينها رسمياً عبر قنوات الأئمة والحرم؛ بينما بدأ التزييف والتداول في 24 يوليو 2025 عبر منصات مثل Instagram وX.

استهدف الفيديو الجمهور العربي، وبخاصة المهتمين بالشأن الديني والقضية الفلسطينية، محاولاً تحويل قضية إنسانية وسياسية إلى مادة ساخرة عبر استغلال خطاب ديني، وكانت الشخصية المستهدفة مباشرة هي الشيخ عبد الرحمن السديس، الرئيس العام لشؤون الحرمين الشريفين، وقد اعتمد الفيديو على لغة مفبركة ومبالغ فيها؛ إذ صيغت العبارة المزيفة على أنها وصف للجوع كـ"فرصة ذهبية وحمية غذائية"، وحملت هذه الصياغة رموزاً ودلالات حساسة، أبرزها تحويل الجوع - وهو رمز للمعاناة والحرم - إلى عنصر ساخر؛ ما يجعله خطيراً بشكل خاص عند ربطه بسكان غزة المحاصرين.

ثانياً: البنية التقنية: جاءت جودة التزييف في مستوى متوسط؛ إذ لم يتضمن الفيديو أي تعديل مرئي مباشر، بل تم اختلاق العبارة بإضافة نصوص صوتية أو مكتوبة لم تكن موجودة في الخطبة الأصلية، وقد استُخدمت مؤثرات تركييبية بسيطة تعتمد على إدماج صوت أو كتابة داخل مقطع حقيقي لخطبة الجمعة، ما منح المشهد مصداقية ظاهرية.

أما مؤشرات الاصطناع فتتضح من خلال تجاهل المضمون الأصلي للخطبة، التي ركزت على قضايا دينية بحتة مثل الحث على التقوى، وذكر فضل يوم عاشوراء، والدعاء لأهل غزة، ولم تتضمن الخطبة مطلقاً أي إشارة إلى "الجوع" أو توصيفه كـ"حمية غذائية"؛ ما يؤكد أن ما أُضيف لاحقاً هو محتوى مفبرك ومضلل.

ثالثاً: أنماط الانتشار: حظي الفيديو بانتشار واسع نسبياً، خاصةً لكونه استُخدم في توقيت حساس وبسياق مرتبط بمعاناة سكان غزة، واتسمت سرعة انتشاره بالارتفاع، مدفوعة بالطابع الساخر والمثير الذي جعله مادة سهلة التشارك عبر المنصات، أما النطاق الجغرافي فقد تجاوز الحدود المحلية في السعودية، ليصل إلى دوائر أوسع في العالم العربي والإسلامي.

رابعاً: التأثيرات المحتملة: على الرأي العام، يمثل الفيديو تضليلاً خطيراً من خلال تشويه خطاب ديني وتحويل الدعاء إلى مضمون ساخر، وعلى مستوى الأمن القومي والقيم

الاجتماعية، فإنه يضعف ثقة الجمهور في الرموز الدينية ومؤسسات الحرمين، أما على الأفراد والمؤسسات، فقد أضرَّ بصورة الشيخ السديس وأساء إلى مصداقيته ومكانته في العالم العربي والإسلامي.

خامساً: الاستراتيجيات المستخدمة: اعتمد الفيديو على التضليل الصوتي/ الكتابي بإضافة عبارات غير موجودة أصلاً لإضفاء مضمونٍ ساخر، كما استند إلى السخرية الدرامية باستغلال حساسية الجوع في غزة وتقديمه في إطار استفزازي.

سادساً: الرمزية والرسالة الخفية: تكمن الرمزية في توظيف خطبة دينية رسمية لإرسال رسالة هزلية عن الجوع، ما يحول معاناة غزة إلى مادة تهكمية، ويتمثل الهدف الرئيس من التزييف في إثارة الغضب ضد الشيخ السديس، أو إظهار الخطاب الديني بمظهر التفاهة في مواجهة الأحداث الجارية، وفي حال تصديقه، يزعزع الثقة في الخطاب الديني ويثير سخرية الجمهور من الرموز، بينما في حال اكتشافه مزيفاً، تبقى الرسالة الرمزية قائمة عبر التشكيك في أي تصريحات دينية لاحقة والسخرية منها.

النتيجة: الفيديو معدّل بطريقة ساخرة شوّه خطبة دينية رسمية تتسم بالوقار، وبغضّ النظر عن تصديق الجمهور له أو إدراك زيفه، فإن رسالته الرمزية- إقلاق الثقة وإسقاط المصداقية- تظل قائمة وفاعلة.

الفيديو السادس: "هجوم جوي إيراني ليس حوثياً" (48):

أولاً: البيانات الشكلية: يحمل الفيديو عنواناً مضللاً هو: "هجوم جوي حوثي على إسرائيل"، بما يوحي بأن الحوثيين شنّوا هجوماً في أغسطس 2025؛ بينما في الحقيقة يوثّق الفيديو هجوماً صاروخياً إيرانياً وقع في حي رامات جان الإسرائيلي يوم 19 يونيو 2025، وقد كانت مدة الفيديو قصيرة لا تتعدى بضع ثوانٍ لمشهد انفجار زمن القصف، وقد أُعيد نشره في أغسطس 2025 مع الوصف الخاطئ، وقد انتشر على منصات مثل X وTelegram مستهدفاً الجمهور العربي المهتم بالصراع الإقليمي والعلاقات اليمنية الإسرائيلية، وقد كانت القضية المطروحة ذات طابع سياسي وعسكري تهدف لإيهام المتلقي بقدرة الحوثيين على مواجهة إسرائيل.

ثانياً: البنية التقنية: الفيديو في الأصل صحيح ولم يتعرض لتزييف بصري، لكن التزليل جاء عبر الوصف النصي المرافق، استخدم مروجو الفيديو التلاعب اللفظي دون تعديل على المقطع ذاته، وتؤكد مصادر عبرية رسمية أن الهجوم نفذته إيران وليس الحوثيين؛ مما يفضح الاصطناع.

ثالثاً: أنماط الانتشار: حظي الفيديو بانتشار واسع على منصات التواصل الاجتماعي، خصوصاً X وTelegram، قبل أن يتم تفنيده، وقد شارك في نشره مؤثرون وحسابات تهتم بالصراع العربي الإسرائيلي، وقد أسهمت صيغة "حرب جديدة من اليمن" في سرعة انتشاره إقليمياً، مع احتمال وصوله لاحقاً إلى الإعلام الدولي.

رابعاً: التأثيرات المحتملة: يؤدي تداول الفيديو إلى تضليل الرأي العام وإشاعة فكرة أن الحوثيين أطلقوا هجوماً على إسرائيل، كما قد يتسبب في تصعيد سياسي إقليمي بين اليمن وإيران وإسرائيل، وعلى المستوى الاجتماعي، يثير التكهنات حول القدرات الصاروخية للحوثيين، أما على صعيد الأفراد والمؤسسات، فيخلق حالة اضطراب ناتجة عن بث رسائل استراتيجية زائفة باسم الجماعات المسلحة.

خامساً: الاستراتيجيات المستخدمة: اعتمد التزييف على التضليل النصي بتحويل عمل إيراني إلى عمل حوثي، كما لجأ إلى المبالغة السياسية عبر تضخيم دور الحوثيين وإظهارهم كفاعل مباشر ضد إسرائيل، واستغل المخاوف الإقليمية لإضفاء مصداقية ظاهرية على الخطاب المضلل.

سادساً: الرمزية والرسالة الخفية: يحاول الفيديو منح الحوثيين دوراً يتجاوز واقعهم العسكري، عبر تصويرهم كتهديد مباشر لإسرائيل، الهدف الأساسي للتزييف هو زرع شعور بالتهديد في أذهان الإسرائيليين والعرب على السواء؛ فإذا صدّق المتلقي هذا التضليل، ينشأ قلق دولي وربما تبرير لتصعيد عسكري؛ أما في حال انكشافه، فإن رسالة التخويف تبقى قائمة وتزرع الشك في أي محتوى مشابه لاحقاً.

النتيجة: الفيديو أصلي لكن الوصف المضلل يحول مساره السياسي والإعلامي؛ إذ أعيد تقديم هجوم إيراني باعتباره هجوماً حوثياً، بما يعيد رسم المعادلة العسكرية في ذهن

المتلقي، خطورة هذا التضليل تكمن في إمكانية استغلاله سياسياً أو عسكرياً لتبرير خطوات عدائية ضد اليمن، أو لإشغال أزمات إقليمية أوسع.

الفيديو السابع: ولي العهد السعودي يعلن "النفير العام ضد إسرائيل" (49)؛

أولاً: البيانات الشكلية: يظهر الفيديو نموذجاً آخر من المحتوى المضلل، حيث جاء العنوان بصيغة توشي بالتضليل؛ إذ بدا وكأن ولي العهد السعودي قد أعلن بالفعل "النفير العام ضد إسرائيل".

من حيث مدة الفيديو، فهو قصير جداً لا يتجاوز 40 ثانية، وقد جرى فيه دمج مقطعين حقيقيين تمّ اجتزأؤهما من سياق مختلف تماماً. أما من حيث تاريخ النشر، فقد تم تداوله في 21 أغسطس 2025 وفق تقرير وكالة رويترز، بينما استند في مكوناته إلى مقطع إخباري لقناة العربية بتاريخ 8 ديسمبر 2024، وخطاب رسمي لولي العهد في القمة العربية الإسلامية بتاريخ 11 نوفمبر 2023.

انتشر الفيديو بداية عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل X، فيسبوك، وتيك توك، قبل أن تلتقطه بعض وسائل الإعلام العالمية وتعيد تداوله؛ مما زاد من انتشاره وتأثيره. وقد استهدف هذا الفيديو بالأساس الرأي العام العربي والخليجي، ولا سيما المتابعين للتوترات الإقليمية ولطبيعة العلاقات مع إسرائيل، وهو ما يمنح الرسالة بعداً سياسياً حساساً.

أما القضية المطروحة فهي ذات طابع سياسي/عسكري، حيث يسعى الفيديو إلى إيهام الجمهور بوجود موقف تعبوي صادر عن القيادة السعودية. وتتمثل الشخصية المستهدفة في ولي العهد السعودي الأمير محمد بن سلمان، بما يحمله من رمزية سياسية وقوة تأثير في الرأي العام الإقليمي والدولي.

من الناحية اللغوية، استخدم الفيديو لغة رسمية رُكبت عليها عبارات تدعو للحشد والتعبئة، في محاولة لإضفاء طابع جاد ورسمي على الرسالة. كما لجأ صانعو الفيديو إلى توظيف رموز ودلالات بصرية وإعلامية، أبرزها استخدام شعار قناة العربية لإضفاء المصداقية، وربط خطاب رسمي بكلمة "النفير العام"، بما يعزز من وهم وجود إعلان عسكري فعلي.

ثانياً: البنية التقنية: اتسم الفيديو بكونه ذا جودة تزييف مرتفعة، حيث لم يعتمد على إنشاء محتوى جديد من العدم، بل استند إلى مونتاج مقاطع أصلية قديمة جرى توظيفها بمهارة لإنتاج معنى جديد يختلف كلياً عن سياقها الأصلي، وعلى مستوى المؤثرات المستخدمة، تمّ اللجوء إلى أسلوب الدمج البصري والصوتي بما يوحي للمشاهد بأن ما يراه هو بثّ إخباري رسمي صادر عن إحدى القنوات الفضائية؛ مما يعزز من احتمالية تصديقه، إلا أن هناك عدداً من مؤشرات الاصطناع التي تفصح زيف الفيديو، أبرزها:

- عدم تطابق حركة الشفاه مع النص المركب، وهو خلل شائع في مثل هذه الفيديوهات.
- غياب الفيديو عن المنصات الرسمية المعتمدة؛ الأمر الذي يثير الشك حول مصدره.

ثالثاً: أنماط الانتشار: حظي الفيديو بانتشار واسع على منصات التواصل الاجتماعي، حيث حقق آلاف المشاهدات والمشاركات، وهو ما انعكس في تناوله من قبل تقارير إعلامية دولية مثل وكالة رويترز؛ بما يدل على قوة تداوله وتأثيره، كما شارك في نشر الفيديو عدد من الحسابات المجهولة على المنصات الاجتماعية، والتي أعادت بثّه بشكل متكرر، قبل أن تتدخل بعض المنصات الإخبارية ومؤسسات تدقيق الحقائق لتفنيده وكشف زيفه.

أما من حيث سرعة الانتشار، فقد كان انتشار الفيديو سريعاً جداً، مستفيداً من حساسية المضمون السياسي والعسكري الذي يطرحه؛ مما جعل الجمهور أكثر قابلية للتفاعل معه، وبالنسبة إلى النطاق الجغرافي، فقد تجاوز التداول الحدود المحلية ليشمل السعودية والخليج بالدرجة الأولى، ثم امتدّ إلى الإقليم العربي الأوسع، ليأخذ طابعاً إقليمياً في التداول والتأثير.

رابعاً: التأثيرات المحتملة: يسهم الفيديو في تضليل الرأي العام بإيهام السعوديين والعرب بموقف عسكري غير حقيقي، ويهدد الأمن القومي عبر توتير العلاقات الدبلوماسية، كما يعزز نشر الشائعات وتقويض الثقة بالإعلام، ويؤدي إلى تشويه صورة ولي العهد وإعلام المملكة.

خامساً: الاستراتيجيات المستخدمة: اعتمد الفيديو على عدّة استراتيجيات مؤثرة، أبرزها: التضليل البصري؛ عبر توظيف شعار قناة العربية بما يمنح المقطع مصداقية

زائفة، والمبالغة: من خلال تصوير خطاب رسمي وكأنه إعلان حرب مباشر، والإقناع بالعاطفة: باستثارة مشاعر الذُّعر والخوف الجماعي لدى الجمهور.

سادساً: الرمزية والرسالة الخفية للفيديو: يحمل الفيديو رمزية واضحة من خلال تصوير ولي العهد السعودي في هيئة القائد الذي يعلن الحرب، وإضفاء طابع رسمي عليه عبر ربطه بشعار قناة العربية؛ بما يمنح المقطع قوة إيهام عالية. أما الهدف الرئيس من التزييف، فهو زرع فكرة أن السعودية على وشك إعلان مواجهة عسكرية مع إسرائيل؛ الأمر الذي قد يسهم في تغيير مواقف الرأي العام داخلياً وإقليمياً.

وفي حال تصديق الفيديو، سيفهم أن هناك قراراً رسمياً بالحشد والتعبئة، وهو ما قد يثير الذُّعر الشعبي ويؤثر سلباً على الأسواق والسياسة الإقليمي، أما في حال اكتشاف زيفه، فإن الرسالة الرمزية لا تختفي؛ إذ يبقى أثرها قائماً في صورة التشكيك في الإعلام الرسمي، والسخرية من القيادة السعودية، فضلاً عن زرع الشك في أي خطاب رسمي لاحق.

النتيجة: يمثل الفيديو محاولة تضليل خطيرة اعتمد على التعديل على مقاطع أصلية لإنتاج موقف سياسي زائف، مع توظيف مؤثرات بصرية تمنحه طابعاً أشبه بإعلان عسكري، ويؤدي هذا الأسلوب إلى الإضرار بالمصداقية الإعلامية وإحداث آثار سلبية على العلاقات السياسية الإقليمية والدولية، ولا يقتصر خطر هذه الممارسات على إثارة الرأي العام فحسب؛ بل يمتد إلى زعزعة الثقة في الخطاب الرسمي للمملكة، كما أن تأثير الفيديو يظل قائماً سواء لدى من صدّق مضمونه أو من اكتشف زيفه؛ إذ يبقى الهدف الأساس هو تقويض الموثوقية في الرسائل الرسمية السعودية، وتعميق حدة التوتر الإقليمي.

الفيديو الثامن: كريم عبد العزيز مكبل اليدين والقدمين يعلن دعمه للرئيس المصري⁽⁵⁰⁾
أولاً: البيانات الشكلية: جاء الفيديو بعنوان مثير يوحي بالتضليل وهو: "كريم عبد العزيز مكبل اليدين والقدمين يعلن دعمه للرئيس عبد الفتاح السيسي"، وقد بلغت مدة الفيديو ثماني عشرة ثانية فقط، وهي مدة قصيرة جداً، تتناسب مع طبيعة فيديوهات التزييف العميق التي تعتمد الإيجاز لتفادي الانكشاف، أما تاريخ النشر فقد كان في الخامس من

أكتوبر 2023، وهو توقيت سياسي حساس ارتبط بالتعديلات الدستورية بعد استفتاء أبريل 2023؛ مما يربط الفيديو مباشرة بالسياق الانتخابي.

وقد نُشر المقطع عبر منصة إكس، وهي منصة معروفة بسرعة انتشار المحتويات المفبركة والجدلية، واستهدف الفيديو جمهوراً عاماً وسياسياً، وبالأخص المصريين والعرب المهتمين بالشأن السياسي من مؤيدين ومعارضين للرئيس؛ إذ طُرحت من خلاله قضية سياسية محورية تمس شرعية الدعم الشعبي للرئيس، وقد استهدفت عملية التزييف الفنان كريم عبد العزيز، والرئيس المصري، مستخدمة مزيجاً من اللغة الرسمية على لسان "كريم"، والعامية على لسان "جو" ناشر الفيديو، فيما حملت الرموز المستخدمة مثل تقييد اليدين والقدمين والظهور حفاة دلالة على القهر والإجبار؛ ما جعل الصورة مناقضة تماماً للمضمون المنسوب للفنان.

ثانياً: جودة التزييف: جاء التزييف بجودة متوسطة، حيث استخدمت مدة قصيرة عمداً لإخفاء العيوب التقنية، غير أن العديد من المعلقين شككوا في صحته، واعتمد الفيديو على دمج الصوت والصورة عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي لإعطاء طابع واقعي، لكنه لم يخلُ من علامات تدعو إلى الشك.

ثالثاً: الرمزية والدلالات: إن اختيار كريم عبد العزيز لم يكن اختياراً عشوائياً، بل جاء مقصوداً؛ نظراً لمكانته كفنان جماهيري ارتبط في أذهان الجمهور بمسلسل الاختيار، الذي تناول أحداث رابعة والاتحادية من وجهة نظر الدولة المصرية، وهو عمل يثير عداً شديداً لدى أنصار جماعة الإخوان، ومن ثم فإن استخدام صورته في فيديو كهذا يحمل دلالات رمزية قوية، حيث يتم توظيفه باعتباره رمزاً وطنياً سبق أن ارتبط بأعمال داعمة للدولة.

رابعاً: الهدف الرئيس من التزييف: الغاية الأساسية من الفيديو هي إحداث بلبلة وتشويش في توقيت انتخابي حساس؛ وذلك عبر الإيحاء بأن رموزاً فنية كبرى تؤيد الرئيس السيسي تحت الإكراه، بما يضعف الثقة الشعبية ويشوش على الخطاب السياسي الرسمي.

خامساً: السيناريوهات المتوقعة: في حال صدّق الجمهور الفيديو، فإن ذلك يؤدي إلى تشويه موقف الفنان كريم عبد العزيز، وفقدان الثقة في خطابه الوطني، فضلاً عن تعزيز الشكوك بشأن شرعية الدعم الشعبي للرئيس؛ أما في حال اكتشاف التزييف، فإن الانطباع السلبي سيظل حاضراً؛ إذ يثير الفيديو السخرية من الفنان، والاستهزاء بالخطاب الرسمي، ويمهد لهدم الثقة في مقاطع مشابهة مستقبلاً.

سادساً: التأثيرات المحتملة: يمكن رصد عدّة تأثيرات محتملة لهذا الفيديو؛ فعلى مستوى الرأي العام، يسهم في تضليل الجمهور وإثارة الجدل والتشكيك في مواقف الفنانين، أما على مستوى الأمن القومي، فهو يوظف الرموز الفنية المؤثرة لتشويه صورة الدولة وزعزعة الثقة بها، وعلى المستوى القيمي، ينشر خطاب السخرية والاستخفاف بالرموز؛ مما ينعكس سلباً على القيم الاجتماعية، بينما على المستوى الفردي، يُعد تشويه سمعة الفنان كريم عبد العزيز أبرز التأثيرات، وقد يمتد أثره إلى مسيرته المهنية.

النتيجة: يمكن القول إن الفيديو، رغم قصر مدته، شديد التأثير؛ إذ يوظف رموز التقيد والإجبار للتلاعب بصورة فنان شعبي؛ مما يجعله أداة خطيرة لتشويه المواقف وإرباك الرأي العام في توقيت سياسي حساس، ويضاعف من خطورته ما يحمله من رمزية قوية مرتبطة بالرموز الفنية والوطنية.

تعقيب على نتائج تحليل الفيديوهات الثمانية:

يتضح من تحليل الفيديوهات السابقة وجود عدد من العناصر والنتائج المهمة، يمكن إيجازها في النقاط التالية:

1- **التعدد في مجالات الاستهداف:** الفيديوهات المفبركة لم تقتصر على مجال بعينه، بل تنوعت بين سياسي (ولي العهد، أبو عبيدة، الحوثيين)، وديني (شيخ الأزهر، السديس)، وفني (كريم عبد العزيز)، وثقافي/ سياحي (المتحف الكبير)، وهو ما يعكس أن التزييف العميق أصبح أداة متعددة الاستخدامات تستهدف الرموز الأكثر تأثيراً في المجتمع.

2- **تنوع تقنيات التزييف:** تفاوتت درجة التلاعب بين فيديوهات بتزييف بصري وصوتي كامل (شيخ الأزهر، وكريم عبد العزيز، والسديس)، وبين تلاعب سياقي وزمني (أبو عبيدة، والحوثيون/ إيران)، وبين استخدام الذكاء الاصطناعي في توليد محتوى تسويقي

مثل فيديو (المتحف الكبير)، وهذا التنوع يثبت أن التزييف لم يعد مقتصرًا على التقنية، بل يشمل إعادة التوظيف السياقي.

3- الرمزية في اختيار الشخصيات: جميع الفيديوهات التي تم تحليلها استهدفت شخصيات رمزية (قيادات سياسية، ورموز دينية، ونجوم فنية ورياضية، ومؤسسات ثقافية)؛ ما يؤكد أن قيمة التأثير الجماهيري للشخصية هي العامل الحاسم في اختيارها لبنى عليها التزييف.

4- خطورة التوقيت: أغلب الفيديوهات ظهرت في مراحل حساسة مثل: (انتخابات، واستفتاءات، وصراعات إقليمية، وأزمات إنسانية وقضايا ساخنة تهم الدول العربية والإسلامية)؛ مما يوضح أن الهدف لم يكن فقط التضليل الإعلامي، بل التأثير المباشر في الرأي العام وصناعة توجهات سياسية واجتماعية.

5- الآثار الاجتماعية والأمنية: التحليل كشف أن هذه الفيديوهات لا تقف عند حدود السخرية أو الجدل؛ بل تمتد إلى: زعزعة الثقة بالمؤسسات الرسمية (الأزهر، الجيش السعودي) وتشويه السمعة الشخصية والمهنية (كريم عبد العزيز، السديس)، وإثارة القلق الإقليمي (الهجوم الإيراني/ الحوثي)، واللبس المجتمعي حول الحقيقة والخيال (المتحف الكبير).

6- أنماط الانتشار: أغلب الفيديوهات انتشرت عبر منصات أكس وتيك توك ويوتيوب، حيث تؤدي هذه المنصات دوراً محورياً في تسريع انتشار المحتوى المضلل، خاصة مع اعتمادها على الإيجاز والانتشار الفيروسي.

7- الاستراتيجيات المستخدمة: تركزت الاستراتيجيات المستخدمة على أ/ الإقناع بالعاطفة (الخوف، الغضب، السخرية)، ب/ الإقناع بالعقل (دمج شعارات وقنوات إخبارية موثوقة مثل "العربية")، ج/ المبالغة والتهويل (إعلان النفير العام، دعوات للنزول الجماهيري)، د/ التضليل السياقي (إعادة تدوير فيديو قديم على أنه حديث).

8- الخلاصة: نستطيع القول إن التزييف العميق بات تهديداً متشعباً يتجاوز الأبعاد التقنية إلى تأثيرات سياسية، اجتماعية، دينية، ثقافية، وتكمن خطورته تكمن في مزج الحقيقة بالزيف بطريقة تجعل الجمهور في حالة ارتباك دائم، بين مصدق ومشكك، كما

أن التعامل مع الظاهرة يتطلب إطاراً مؤسسياً يجمع بين التشريع (القوانين) والتقنية (أدوات الكشف) والتوعية المجتمعية، بحيث يتم الحد من آثارها على الأمن القومي والقيم الاجتماعية.

نتائج الدراسة الميدانية:

جدول (1)

يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغير		ك	%	ن	%
النوع	ذكر	192	50	384	100
	أنثى	192	50		
العمر	من 18 إلى أقل من 25 سنة	167	43.5	384	100
	من 25 إلى أقل من 30 سنة	88	22.9		
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	129	33.6		
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	38	9.9	384	100
	مؤهل جامعي	286	74.5		
	مؤهل فوق الجامعي	60	15.6		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن توزيع المبحوثين جاء متساوياً بين الذكور والإناث، حيث بلغت نسبة كلٍّ منهما (50%) من إجمالي العينة البالغ عددها (384) مفردة، وهو ما يضمن تمثيلاً متكافئاً للجنسين داخل الدراسة.

كما توضح البيانات أن الفئة العمرية من (18 إلى أقل من 25 سنة) كانت الأكثر تمثيلاً بنسبة (43.5%)، تليها الفئة من (30 إلى أقل من 40 سنة) بنسبة (33.6%)، بينما جاءت الفئة العمرية من (25 إلى أقل من 30 سنة) في المرتبة الأخيرة بنسبة (22.9%).

أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي، فتظهر النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين يحملون مؤهلاً جامعياً بنسبة (74.5%)، يليهم الحاصلون على مؤهل فوق الجامعي بنسبة (15.6%)، في حين بلغت نسبة الحاصلين على مؤهل متوسط (9.9%). وهو ما يدل على ارتفاع المستوى التعليمي لعينة الدراسة؛ الأمر الذي يتيح إمكانية الاعتماد على آرائهم وتحليلاتهم بدرجة من الوعي والمعرفة.

جدول (2)

يوضح إلى أي مدى تستخدم عينة الدراسة وسائل التواصل الاجتماعي

الترتيب	%	ك	الاختيار	مدى الاستخدام
1	82.3	316	دائماً	ما مدى استخدام عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام؟
2	16.7	64	أحياناً	
3	1.0	4	نادراً	
1	71.1	273	من 5: إلى 7 أيام	كم يوماً في الأسبوع؟
2	25.0	96	من يومين إلى 4 أيام	
3	3.9	15	يوم واحد في الأسبوع	
1	58.6	225	من ساعتين إلى أقل 5 ساعات	كم ساعة في اليوم؟
2	35.9	138	5 ساعات فأكثر	
3	5.5	21	ساعة يومياً	
1	56.8	218	7 سنوات فأكثر	من كم سنة تستخدم عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي؟
2	33.6	129	من 3 سنوات إلى 7 سنوات	
3	9.6	37	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	

تُظهر بيانات الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل دائم في المقام الأول من حيث الاستخدام بشكل عام، بينما جاء الاستخدام أحياناً في المرتبة الثانية، ثم الاستخدام نادراً في المرتبة الثالثة. وعلى مستوى الاستخدام خلال الأسبوع، فقد احتل الاستخدام بمعدل من (5 إلى 7 أيام) المرتبة الأولى، يليه الاستخدام من (يومين إلى 4 أيام) في المرتبة الثانية، ثم الاستخدام ليوم واحد فقط في الأسبوع بالمرتبة الثالثة. أما من حيث عدد المكوث بالساعات على تلك المواقع، فقد جاء الاستخدام بمعدل من (ساعتين إلى أقل من 5 ساعات) في المرتبة الأولى، يليه الاستخدام لأكثر من (5 ساعات يومياً) في المرتبة الثانية، بينما الاستخدام لساعة واحدة يومياً جاء في المرتبة الأخيرة. وفيما يتعلق بسنوات الاستخدام، فقد احتل الاستخدام لفترة تزيد عن (7 سنوات) المرتبة الأولى، يليه الاستخدام من (3 إلى 7 سنوات) في المرتبة الثانية، ثم الاستخدام من

(سنة إلى أقل من 3 سنوات) في المرتبة الثالثة.

وتتفق نتائج الجدول مع ما أشارت إليه دراسة Abbasi & Huang (2020) من أن الاستخدام اليومي المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي يجعلها المصدر الرئيس للأخبار والمعلومات، كما تتوافق مع Misirlis & Munawar (2023) التي أوضحت أن هذا الانغماس المستمر يسهم في زيادة احتمالية التعرض للفيديوهات الزائفة وانتشارها على نطاق واسع.

وهذا يدل على أن طول سنوات الاستخدام وكثافة التواجد اليومي على المنصات يكشفان عن تحول هذه الوسائل إلى جزء أساسي من نمط الحياة للشباب، بحيث لم تعد مجرد أداة ترفيهية، بل أصبحت فضاءً موازياً للواقع الاجتماعي ينعكس على تفاعلاتهم، وقيمهم، وثقتهم بالمعلومات.

جدول (3)

مقياس كثافة تعرض العينة لمواقع التواصل الاجتماعي⁽⁵¹⁾

الترتيب	%	ك	مدى الموافقة
1	88.3	339	كثيف التعرض
2	11.2	43	متوسط التعرض
3	5.	2	قليل التعرض
	100	384	الإجمالي

تشير بيانات الجدول الخامس إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة جاءوا ضمن فئة كثيفي التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (88.3%)، تليها فئة متوسطي التعرض بنسبة (11.2%)، بينما جاءت فئة قليلي التعرض في المرتبة الأخيرة بنسبة ضئيلة جداً بلغت (0.5%).

وهذه النتائج تعكس بوضوح أن عينة الدراسة تتسم بدرجة عالية من الانغماس في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، بما يعزز مكانة هذه الوسائل كأحد أهم مصادر التفاعل والاتصال بالنسبة للشباب، وتعكس هذه النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً أصيلاً من حياة الشباب اليومية؛ إذ تشكل لهم وسيلة أساسية للتواصل، والتعبير عن الذات، والحصول على المعلومات، ومتابعة مختلف القضايا المجتمعية؛ وهو

ما يفسر الدور المتزايد لها في تشكيل الوعي والاتجاهات والسلوكيات لديهم. وهذا يشير إلى أن الانغماس الكبير للشباب المصري في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يجعلهم أكثر عرضة للتأثر بالمضامين الرقمية، سواء الإيجابية أو المزيفة، بما يضاعف من مسؤولية التوعية والرقابة الاجتماعية والإعلامية.

جدول (4)

يوضح أكثر وسائل التواصل الاجتماعي الذي تشاهد عليه عينة الدراسة المحتوى المصنع باستخدام الذكاء الاصطناعي (التزييف العميق)

الترتيب	%	ك	الوسيلة
1	85.7	329	فيسبوك
2	35.1	204	تيك توك
3	31.8	122	يوتيوب
4	27.6	106	إنستجرام
5	11.5	44	واتساب
6	8.3	32	سناپ شات
7	4.7	18	تويتر
8	1.6	6	لينكد إن

تُظهر بيانات الجدول السابق أن فيسبوك جاء في المرتبة الأولى من حيث المنصة التي يتعرض من خلالها المبحوثون للمحتوى المصنَّع باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (التزييف العميق)، يليه موقع تيك توك في المرتبة الثانية، ثم اليوتيوب في المرتبة الثالثة، وجاء إنستجرام في المرتبة الرابعة، بينما حلَّ واتساب في المرتبة الخامسة، يليه تويتر في المرتبة السادسة، ثم سناپ شات في المرتبة السابعة، وأخيراً لينكد إن في المرتبة الثامنة، وتشير هذه النتائج إلى أن المنصات الأكثر شيوعاً بين الشباب مثل فيسبوك وتيك توك ويوتيوب هي البيئة الأوسع لانتشار هذا النوع من المحتوى، بينما تراجعت المنصات الأخرى؛ نظراً لضعف استخدامها أو اختلاف طبيعة جمهورها.

وتختلف هذه النتيجة مع ما أظهرته دراسة Gabriele (2021) التي ركزت على التجربة الصينية، وأوضحت أن منصات مثل "تيك توك" و"سناپ شات" تهيمن على

انتشار محتوى التزييف العميق، بينما جاء حضور "فيسبوك" ضعيفاً هناك نتيجة اختلاف البيئة الرقمية.

ونستج من هذه النتيجة أن السياق المحلي المصري يجعل من "فيسبوك" المنصة الأكثر خطورة لنشر المحتوى المزيف؛ نظراً لهيمنتها على الاستخدام بين الشباب، في حين أن اختلاف ترتيب المنصات بين المجتمعات يعكس دور البنية الرقمية والثقافية في تشكيل مسارات انتشار الظاهرة.

جدول (5)

يوضح أكثر المجالات التي يستخدم فيها المحتوى المصنع باستخدام الذكاء الاصطناعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مدى قوة التأثير						البدائل
			غير موافق		إلى حدّ ما		موافق بشدة		
1	.5757	2.552	4.2	16	36.5	140	59.4	228	المجال الفني والإعلامي (تقليد المشاهير- صناعة المحتوى- الترفيه)
2	6341	2.505	7.6	29	34.4	132	58.1	223	المجال الاجتماعي (الإساءة للأشخاص- الابتزاز- الشائعات)
3	.6570	2.458	9.1	35	35.9	138	54.9	211	المجال السياسي (تشويه السمعة- الدعاية- التأثير على الرأي العام)
4	.6870	2.360	12.0	46	39.8	153	47.9	184	المجال الثقافي (الإساءة للرموز الثقافية- التلاعب بالقيم والأخلاق)
5	.7259	2.354	14.8	57	34.9	134	50.3	193	المجال الأمني والعسكري (بث رسائل مضللة- التحريض- الحروب النفسية)
6	.7286	2.292	16.1	62	38.5	148	45.3	174	المجال الديني (الإساءة للرموز- التلاعب بثواب الدين)
7	.6755	2.276	12.8	49	46.9	180	40.4	155	المجال الاقتصادي (التأثير على سمعة الشركات- التلاعب بالإعلانات)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المجال الفني والإعلامي- وذلك من خلال (تقليد المشاهير- وصناعة المحتوى- ومجالات الترفيه)- قد جاء في المرتبة الأولى نتيجة الاستخدام الواسع لهذه التقنيات في تقليد المشاهير وصناعة المحتوى الترفيهي والإعلامي وبخاصة الإعلانات التي يستعينون بها بالمشاهير من عالم الفن والرياضة؛ الأمر الذي يفسر انتشاره الكبير عبر منصات التواصل الاجتماعي وتأثيره المباشر على المتلقين وجعله في الترتيب الأول من بين المجالات.

فيما جاء المجال الاجتماعي في المرتبة الثانية، حيث يرتبط باستخدام التزييف العميق في الإساءة للأشخاص والابتزاز ونشر الشائعات، وهو ما يجعله تهديداً واضحاً للعلاقات الاجتماعية واستقرار المجتمع.

أما المجال السياسي فقد جاء في الترتيب الثالث التي يكثر فيها استخدام المحتوى المصنع باستخدام الذكاء الاصطناعي (التزييف العميق)، حيث يعد المجال الأكثر خطورة في استخدام هذه التقنيات؛ من خلال توظيفها في تشويه السمعة والتأثير على الرأي العام والدعاية السياسية، وهو ما يعكس قدرة هذه التقنيات على زعزعة الاستقرار السياسي، وإحداث تأثير واسع على اتجاهات الأفراد.

وفي المرتبة الرابعة ظهر المجال الثقافي، حيث يُستخدم التزييف العميق للإساءة إلى الرموز الثقافية والتلاعب بالقيم والأخلاق، وهو ما يشكل خطورة على الهوية الثقافية للمجتمعات، بينما جاء المجال الأمني والعسكري في المرتبة الخامسة؛ إذ يتم استغلال هذه التقنيات في بث رسائل مضللة والتحريض وإدارة الحروب النفسية، بما يجعله مجاًلاً شديد الحساسية على الأمن القومي.

كما جاء المجال الديني في المرتبة السادسة، حيث يُستخدم التزييف العميق في الإساءة إلى الرموز الدينية والتلاعب بالثوابت، وهو ما يمثل تهديداً مباشراً للوعي الديني والقيم الروحية، وأخيراً، احتل المجال الاقتصادي المرتبة السابعة والأخيرة؛ إذ يُستخدم في التأثير على سمعة الشركات والتلاعب بالإعلانات، وعلى الرغم من كونه أقل المجالات ترتيباً؛ إلا أن انعكاساته تمس الثقة بالأسواق والأنشطة الاقتصادية.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة مروة عبد العليم (2025) التي بينت أن توظيف الذكاء الاصطناعي في محتوى الجريمة على مواقع التواصل الاجتماعي يعزز التأثير الدرامي والإنساني ويؤثر في الرأي العام، وهو ما يتقاطع مع بروز المجال الاجتماعي هنا في المرتبة الثانية بعد المجال الفني والإعلامي.

وهذا يدل على أن الاستخدامات المتنوعة لتقنيات التزييف العميق من الترفيه إلى التشويه والابتزاز، تعكس اتساع نطاق الظاهرة وتغلغلها في أنساق متعددة من المجتمع، بما يجعلها تهديداً مركباً يمس القيم، والهوية، والاستقرار الاجتماعي، والسياسي، والاقتصادي.

جدول (6)

المخاطر الاجتماعية لاستخدام المحتوى المصنع باستخدام الذكاء الاصطناعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مدى قوة التأثير						العبارات
			غير موافق		إلى حدٍّ ما		موافق بشدة		
1	.4768	2.784	2.9	11	15.9	61	81.3	312	انتشار الفيديوهات المزيفة يسهم في الإساءة والتشهير بالأفراد أو الشخصيات العامة أو المؤسسات.
2	.5223	2.714	3.4	13	21.9	84	74.7	287	الفيديوهات تُستخدم في تضليل الرأي العام اجتماعياً وثقافياً.
3	.5082	2.711	2.6	10	23.7	91	73.7	283	الفيديوهات وسيلة محتملة للتلاعب بالمعلومات والوقائع والأحداث التي تخص المجتمع.
4	.5371	2.688	3.6	14	24.0	92	724	278	رفع مستوى الوعي المجتمعي يقلل من آثارها الاجتماعية السلبية.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مدى قوة التأثير						العبارات
			غير موافق		إلى حدٍ ما		موافق بشدة		
5	.5438	2.682	3.9	15	24.0	92	72.1	277	قد تؤدي إلى نشر الشائعات وزعزعة الثقة في الأخبار المتداولة عبر الإنترنت.
6	.5672	2.633	4.4	17	27.9	107	67.7	260	تُسهم في تعزيز ظواهر سلبية مثل التمر والابتزاز الإلكتروني.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن انتشار الفيديوهات المزيفة يسهم في الإساءة والتشهير بالأفراد أو الشخصيات العامة أو المؤسسات قد جاء في المرتبة الأولى، وهو ما يعكس إدراك الباحثين لخطورة هذه التقنية على السمعة الشخصية والمؤسسية.

وفي المرتبة الثانية جاءت العبارة الخاصة باستخدام هذه الفيديوهات في تضليل الرأي العام اجتماعياً وثقافياً، الأمر الذي يوضح وعي الباحثين بقدرتها على التلاعب بالاتجاهات العامة للمجتمع.

أما العبارة الخاصة باعتبارها وسيلة للتلاعب بالمعلومات والوقائع والأحداث التي تخص المجتمع فقد جاءت في المرتبة الثالثة، وهو ما يشير إلى خطورة استخدامها في تحريف الحقائق وتزييفها، بينما جاءت في المرتبة الرابعة العبارة التي تؤكد أن رفع مستوى الوعي المجتمعي يقلل من آثارها السلبية؛ بما يعكس ثقة الباحثين في قدرة الوعي العام على مواجهة هذه المخاطر.

وفي المرتبة الخامسة ظهرت العبارة الخاصة بدورها في نشر الشائعات وزعزعة الثقة في الأخبار المتداولة عبر الإنترنت، وهو ما يدل على إدراك الباحثين لتأثيرها المباشر على مصداقية المعلومات، أما المرتبة السادسة والأخيرة فكانت للعبارة المرتبطة بتعزيز الظواهر السلبية مثل: التمر والابتزاز الإلكتروني؛ وهو ما يشير إلى أن الباحثين ينظرون إليها كأحد الجوانب المترتبة على انتشار هذا النوع من المحتوى، وإن كان بدرجة أقل من بقية الجوانب.

وتتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة جميلة قادم (2024) التي أكدت أن الفيدويوهات المزيفة تؤثر بشكل مباشر على السمعة الرقمية للشخصيات البارزة، وتطرح تهديدات حقيقية لاعتبارها الاجتماعي والمهني.

ونستج من هذه النتيجة أن إدراك الشباب لخطورة هذه الفيدويوهات على السمعة، وعلى الثقة المتبادلة داخل المجتمع، يعكس وعياً اجتماعياً متنامياً بخطورة الظاهرة، ويبرز أن آثارها لا تقتصر على المجال الفردي، بل تمتد إلى النسيج الاجتماعي وتماسكه؛ مما يزيد من الحاجة إلى استراتيجيات وقائية وتوعوية شاملة.

وبوجه عام؛ نستطيع القول إن هذه النتائج تؤكد أن عينة الدراسة تدرك بوضوح حجم المخاطر الاجتماعية لاستخدام المحتوى المصنَّع بتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث يرون أنه يهدد السمعة، ويضلل الرأي العام، ويفقد الثقة بالمعلومات، مع الإقرار بأن رفع الوعي المجتمعي يمثل وسيلة أساسية للحد من آثاره السلبية، وهو ما يعكس وعياً كبيراً لدى الشباب عينة الدراسة تجاه خطورة هذه الظاهرة.

جدول (7)

مقياس درجة المخاطر الاجتماعية للفيدويوهات المنتجة
باستخدام الذكاء الاصطناعي «التزييف العميق»⁽⁵²⁾

الترتيب	%	ك	درجة المخاطر
1	91.9	353	عالية الخطورة
2	6.5	25	متوسطة الخطورة
3	1.6	6	قليلة الخطورة
	100	384	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن فئة عالية الخطورة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (91.9%)، وهو ما يعكس إدراك الباحثين لخطورة الفيدويوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي على المستوى الاجتماعي.

وجاءت فئة متوسطة الخطورة في المرتبة الثانية بنسبة (6.5%)؛ مما يشير إلى أن نسبة محدودة جداً من الباحثين ترى أن تأثير هذه الفيدويوهات أقل حدة، أما فئة قليلة الخطورة فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (1.6%)، وهو ما يدل على أن الغالبية

العظمى من المبحوثين لا ينظرون إلى هذه الفيديوهات باعتبارها مسألة هامشية أو بسيطة، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Jeffrey & Jeremy (2021) التي أوضحت أن التعرض للفيديوهات الزائفة يقلل الثقة في المحتوى الرقمي ويزيد حالة الارتباك وعدم اليقين لدى الجمهور.

وبوجه عام؛ تكشف هذه النتائج أن معظم العينة تعتبر الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات التزييف العميق مخاطر اجتماعياً بنسبة تفوق الـ 90٪، وهو ما يبرز حجم التحدي الذي تفرضه هذه الظاهرة وضرورة مواجهتها بوعي مجتمعي وإجراءات تنظيمية على جميع المستويات الخاصة بالأفراد أو المؤسسات، كما يدل أيضاً على أن إدراك غالبية الشباب لخطورة التزييف العميق بدرجة عالية يعكس وعياً جماعياً بتهديد هذه الظاهرة للبنية الاجتماعية، حيث تصبح عاملاً مُقلِّقاً يضعف الثقة المتبادلة ويعزز مناخ الشك داخل المجتمع.

جدول (8)

يوضح رأي عينة الدراسة في مخاطر استخدام التزييف العميق على الأمن القومي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قوة التأثير						العبارات
			غير موافق		إلى حد ما		موافق بشدة		
1	.5353	2.706	3.9	15	21.6	83	74.5	286	أشعر بالقلق من إمكانية استغلالها في تهديد الأمن القومي.
2	.6149	2.591	6.8	26	27.3	105	65.9	253	قد تُستخدم في التحريض أو بث رسائل مضللة تهدد استقرار الدولة.
3	.6336	2.474	7.6	29	37.5	144	54.9	211	تمثل أداة محتملة للتأثير على الثقة بالمؤسسات الرسمية والأمنية.
4	.6501	2.482	8.6	33	34.6	133	56.8	218	قد تُستغل للتأثير على نزاهة الانتخابات أو الحياة السياسية.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قوة التأثير						العبارات
			غير موافق		إلى حد ما		موافق بشدة		
5	.5844	2.591	4.9	19	31.0	119	64.1	246	غياب الرقابة التقنية يعزز مخاطرها الأمنية على المجتمع والدولة.
6	.5421	2.701	4.2	16	21.6	83	74.2	285	وجوب عمل تشريعات وعقوبات قانونية مغلظة لمن ينتج أو يروج لتلك الفيديوهات.

تظهر بيانات الجدول السابق إلى أن القلق من إمكانية استغلال التزييف العميق في تهديد الأمن القومي جاء في المرتبة الأولى بنسبة (74.5٪)، وهو ما يعكس وعي الباحثين بخطورته المباشرة على استقرار الدولة.

أما المرتبة الثانية فقد جاءت عبارة استخدام هذه التقنية في التحريض أو بثّ رسائل مضللة تهدد استقرار الدولة بنسبة (65.9٪)؛ بما يؤكد إدراكهم لتأثيرها في نشر الفوضى وزعزعة الثقة.

أما العبارة التي ترى أنها تمثل أداةً للتأثير على الثقة بالمؤسسات الرسمية والأمنية فقد جاءت في المرتبة الثالثة، وهو ما يوضح القلق من استهداف الثقة في الأجهزة الوطنية.

وجاءت في المرتبة الرابعة العبارة المتعلقة بإمكانية استغلالها للتأثير على نزاهة الانتخابات أو الحياة السياسية، وهو ما يعكس إدراكاً لمخاطرها على المسار الديمقراطي. بينما احتلت المرتبة الخامسة العبارة الخاصة بغياب الرقابة التقنية وما يترتب عليه من تعزيز المخاطر الأمنية، وهو ما يوضح إيمان الباحثين بأهمية وجود أدوات رقابية فعالة.

وأخيراً جاءت في المرتبة السادسة العبارة التي تؤكد وجوب عمل تشريعات وعقوبات قانونية مغلظة لمن ينتج أو يروج لمثل هذه الفيديوهات، بما يعكس الوعي القانوني للمبشرين، واعتبار الردع التشريعي أحد أهم سبل المواجهة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة سامح إبراهيم (2025) التي أكدت أن التزييف العميق يشكل تهديداً مباشراً للأمن الوطني عبر نشر الفوضى والإشاعات وزعزعة الثقة في المؤسسات، وأوصت بضرورة تطوير إطار قانوني وتشريعي متكامل لمواجهة.

وبوجه عام؛ تكشف نتائج الجدول أن المبحوثين ينظرون إلى استخدام تقنيات التزييف العميق باعتباره تهديداً للأمن القومي، حيث يرتبط بمخاطر متعددة تبدأ من تهديد استقرار الدولة وفقد الثقة بالمؤسسات، مع تأكيدهم على ضرورة التدخل التشريعي والتقني للحد من هذه المخاطر؛ مما يعكس إدراكاً جماعياً بأن هذه التقنية لا تمثل فقط خطراً على الأفراد، بل تُعد تهديداً استراتيجياً يمس استقرار الدولة وبنيتها السياسية.

جدول (9)

مقياس مدى انعكاس الفيديوهات المنتجة باستخدام الذكاء الاصطناعي على الأمن القومي (53)

الترتيب	%	ك	درجة الخطورة
1	97.7	375	عالية الخطورة
2	2.3	9	متوسطة الخطورة
3	0	0	قليلة الخطورة
	100	384	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أغلبية المبحوثين يرون أن الفيديوهات المنتجة باستخدام الذكاء الاصطناعي تمثل انعكاساً عالي الخطورة على الأمن القومي، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (97.7%)، وهو ما يعكس إدراكاً قوياً لخطورة هذه التقنية وما قد تسببه من تهديد مباشر لاستقرار الدولة ومؤسساتها.

وفي المرتبة الثانية جاءت فئة متوسط الخطورة بنسبة (2.3%)؛ مما يدل على أن هناك نسبة ضئيلة ترى أن تأثيرها قد يكون محدوداً أو يمكن السيطرة عليه.

أما فئة قليلة الخطورة فلم يسجلها أي من المبحوثين (0%)، وهو ما يبرز اتفاقاً عاماً بين العينة على أن استخدام تقنيات التزييف العميق عبر مواقع التواصل الاجتماعي له انعكاسه الخطير على تهديد الأمن القومي، وقد تُستخدم في التحريض أو بث رسائل

مضلة تهدد استقرار الدولة، كذلك قد تمثل أداة محتملة للتأثير على الثقة بالمؤسسات الرسمية والأمنية للدولة.

وهذه النتيجة تدل على أن وعي الشباب المصري بخطورة التزييف العميق على الأمن القومي بلغ مستوى استثنائياً من الإدراك الجمعي، بما يجعله إضافة علمية جديدة لم تُشر لها معظم الدراسات السابقة، ويعكس أن الظاهرة تجاوزت كونها تهديداً محتملاً لتصبح خطراً راسخاً في الوعي المجتمعي.

جدول (10)

يوضح رأي العينة في المسؤولية الاجتماعية للإعلام ودوره التوعوي تجاه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (التزييف العميق)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مدى قوة التأثير						العبارات
			غير موافق		إلى حدٍّ ما		موافق بشدة		
1	.4837	2.781	3.1	12	15.6	60	81.3	312	ينبغي أن تتحمل منصات التواصل الاجتماعي مسؤولية منع نشر الفيديوهات المضللة
2	.4774	2.773	2.6	10	17.4	67	79.9	307	أعتقد أن وسائل الإعلام يجب أن تنشر محتوى توعوي لحماية الجمهور من التضليل
3	4667	2.763	1.8	7	20.1	77	78.1	300	أرى أن المسؤولية الأخلاقية للإعلام تقتضي كشف مخاطر هذه التقنيات للجمهور
4	.5084	2.755	3.6	14	17.2	66	79.2	304	أرى أن المراكز الإعلامية للمؤسسات الحكومية عليها دور كبير في تبصير الجمهور بخطورتها
5	.4993	2.742	2.9	11	20.1	77	77.1	296	أرى أن غياب الضوابط الإعلامية يسهم في انتشار هذه الفيديوهات

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مدى قوة التأثير						العبارات
			غير موافق		إلى حدٍ ما		موافق بشدة		
6	.5728	2.664	5.2	20	23.2	89	71.6	275	أعتقد أن تواطؤ بعض الجهات الإعلامية المعادية للدولة يزيد من خطورة الفيديوهات
7	.4990	2.732	2.6	10	21.6	83	75.8	291	أعتقد أن الحسابات الوهمية والذباب الإلكتروني لهما دور فاعل في زيادة نشر الفيديوهات، وبالتالي يصعب السيطرة عليها ومنع نشرها

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن مسؤولية منصات التواصل الاجتماعي في منع نشر الفيديوهات المضللة قد جاءت في المرتبة الأولى من بين العبارات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية للإعلام ودوره التوعوي تجاه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (التزييف العميق)، وهو ما يعكس إدراكاً واضحاً من قبل عينة الدراسة بأن هذه المنصات هي المصدر الأساسي لانتشار تلك الفيديوهات.

وفي المرتبة الثانية جاء التأكيد على أن وسائل الإعلام يجب أن تنشر محتوى توعوياً يحمي الجمهور من التضليل، بينما احتلت المرتبة الثالثة عبارة المسؤولية الأخلاقية للإعلام في كشف مخاطر هذه التقنيات للجمهور، وهو ما يوضح ثقة المبحوثين في الدور الإعلامي والتوعوي.

كما جاءت عبارة أن المراكز الإعلامية للمؤسسات الحكومية عليها دور كبير في تبصير الجمهور بخطورتها في المرتبة الرابعة من حيث أهميتها في مواجهة المخاطر، تليها في المرتبة الخامسة عبارة غياب الضوابط الإعلامية يسهم في انتشار هذه الفيديوهات، أما المرتبة السادسة فقد جاءت عبارة تواطؤ بعض الجهات الإعلامية المعادية للدولة يزيد من خطورة الفيديوهات، في حين جاءت أخيراً في المرتبة السابعة عبارة دور الحسابات الوهمية والذباب الإلكتروني في زيادة نشر الفيديوهات.

تتفق هذه النتائج مع دراسة Chesney & Citron (2019) والتي شددت على ضرورة اضطلاع وسائل الإعلام والمنصات الرقمية بدور محوري في مواجهة التزييف العميق عبر التوعية وكشف المخاطر وتبني معايير مهنية صارمة. وتكشف النتائج أن العينة منحت الأولوية القصوى لمسؤولية المنصات الرقمية ووسائل الإعلام في الحد والتصدي لتلك الفيديوهات، مع اعتبار الأبعاد الأخلاقية والمؤسسية عناصر مكملية لا تقل أهمية في مواجهة ظاهرة التزييف العميق. وهذا يدل على أن وعي الشباب المصري يتناغم مع الاتجاهات العالمية في تحميل الإعلام مسؤولية اجتماعية وأخلاقية لمجابهة هذه الظاهرة، ويكشف عن ثقة واضحة في الإعلام كأداة للتوعية المجتمعية وحماية الأمن المعلوماتي.

جدول (11)

مقياس درجة المسؤولية الاجتماعية الملائقة على وسائل الإعلام في التصدي لمخاطر الفيديوهات المنتجة بتقنيات التزييف العميق

الترتيب	%	ك	درجة المسؤولية
1	91.4	351	عليها مسؤولية كبيرة
2	7.6	29	مسؤولية متوسطة
3	1.0	4	مسؤولية قليلة
	100	384	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول السابق أن عينة الدراسة ترى أن المسؤولية الملائقة على وسائل الإعلام، ومن بينها منصات التواصل الاجتماعي مسؤولية كبيرة، حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة 91.4% في منع نشر الفيديوهات المضللة، فيما جاءت أن عليها مسؤولية متوسطة، في الترتيب الثاني، ولكن بنسبة ضئيلة 7.6%، فيما جاءت أن عليها مسؤولية قليلة في الترتيب الثالث والأخير بنسبة 1.0%.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه Wardle & Derakhshan (2017) في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام، حيث أوضحوا أن على وسائل الإعلام التزاماً جوهرياً بحماية المجتمع من التضليل المعلوماتي مع الموازنة بين حرية التعبير والواجب الأخلاقي في كشف الحقائق.

ولا شك أن هذه النتيجة تعكس ارتفاع مستوى الوعي لدى أفراد العينة بأهمية الدور الذي يجب أن تضطلع به وسائل الإعلام في التصدي للفيديوهات المزيفة المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، كما تكشف عن إدراك المبحوثين لمبدأ المسؤولية الاجتماعية للإعلام، الذي يربط بين حرية النشر وضرورة حماية المجتمع من التضليل والتهديدات المعلوماتية الخاصة بالتزييف العميق للفيديوهات.

حيث إن إدراك الشباب لمسؤولية الإعلام يعكس بدرجة كبيرة تنامي الوعي الجماعي بأن المعركة ضد التزييف العميق ليست تقنية فقط، بل هي أخلاقية ومجتمعية بالدرجة الأولى، ما يجعل الإعلام شريكاً رئيساً في حماية الأمن المعلوماتي والاجتماعي.

النتائج الخاصة بفروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية طردية بين كثافة التعرض للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وشعورهم بمخاطرها.

جدول (12)

اختبار صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة التعرض للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وشعورهم بمخاطرها.

المتغيرات	Correlation Coefficient	Sig. (2-tailed)	نوع العلاقة	العدد
العلاقة بين كثافة التعرض للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي ومخاطرها على الأمن القومي	.118	.021	دالة	384

أظهرت نتائج اختبار الارتباط باستخدام معامل Spearman وجود علاقة ارتباطية موجبة بين درجة تعرض المبحوثين للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي (التزييف العميق) وبين إدراكهم للمخاطر الأمنية لهذه الفيديوهات، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.118$) عند مستوى دلالة إحصائية ($\text{Sig} = 0.021$) وهو أقل من 0.05، بما يشير إلى أن العلاقة دالة إحصائياً. وتوضح هذه النتيجة أن زيادة تعرض الأفراد لهذه الفيديوهات يقترن بارتفاع إدراكهم لخطورتها الأمنية، وإن كانت العلاقة ضعيفة في قوتها.

وتعكس القيمة الموجبة لمعامل الارتباط (0.118) وجود علاقة طردية، لكنها ضعيفة، أي أن ارتفاع معدلات التعرض يرافقه ارتفاع نسبي في مستوى إدراك المخاطر الأمنية؛ إلا أن هذه الزيادة ليست كبيرة، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الأفراد كلما تعرضوا أكثر للفيديوهات المفبركة بالذكاء الاصطناعي، زادت قدرتهم على إدراك التهديدات الأمنية المحتملة الناتجة عنها مثل استخدامها في التحريض، أو زعزعة الثقة بالمؤسسات، أو تهديد الأمن القومي. ورغم ذلك، تظل العلاقة ضعيفة؛ لأن وعي الأفراد بالمخاطر الأمنية لا يعتمد فقط على التعرض المباشر للفيديوهات، وإنما يتأثر أيضاً بعوامل أخرى، مثل: مستوى التعليم، الخبرة الإعلامية، التشييف الأمني، والقدرة النقدية في التعامل مع المعلومات الرقمية.

ومما سبق يتأكد لدينا أنه توجد علاقة ارتباطية طردية بين كثافة التعرض للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وشعورهم بمخاطر تلك الفيديوهات على الأمن القومي.

وتتسق هذه النتيجة مع مقولة نظرية الغرس الثقافى التي ترى أن كثافة التعرض للمضامين الإعلامية تعزز من إدراك الأفراد للمخاطر، فقد ظهر ارتباط طردى دال إحصائياً بين كثافة التعرض للفيديوهات المفبركة وإدراك المبحوثين لمخاطرها على الأمن القومي، حتى وإن كانت العلاقة ضعيفة.

وهذا يدل على أن تكرار التعرض للفيديوهات المصنّعة بالذكاء الاصطناعي يسهم، ولو بقدر محدود، في رفع وعي الشباب بالمخاطر الأمنية، بما يعكس أن الرسائل الإعلامية تؤثر فعلياً في إدراكهم للتهديدات المرتبطة باستقرار الدولة ومؤسساتها.

الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية طردية بين تعرض المبحوثين للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر مواقع التواصل وشعورهم بالمخاطر الاجتماعية لهذه الفيديوهات.

جدول (13)

اختبار صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية طردية بين تعرض المبحوثين للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر مواقع التواصل وشعورهم بالمخاطر الاجتماعية لهذه الفيديوهات.

المتغيرات	Correlation Coefficient	Sig. (2-tailed)	نوع العلاقة	العدد
العلاقة بين درجة التعرض للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وشعورهم بالمخاطر الاجتماعية لها	.041	.418	غير دالة	384

أظهرت نتائج اختبار الارتباط وجود علاقة ضعيفة جداً بين درجة تعرض المبحوثين للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي (التزييف العميق) وبين شعورهم بالمخاطر الاجتماعية لهذه الفيديوهات، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.041$) عند مستوى دلالة إحصائية ($Sig = 0.418$)، وهي قيمة أكبر من 0.05؛ ما يدل على أن العلاقة غير دالة إحصائياً.

وتعني هذه النتيجة أن درجة التعرض للفيديوهات المفبركة بالذكاء الاصطناعي لا تؤثر بشكل واضح على إدراك الأفراد للمخاطر الاجتماعية المترتبة عليها، مثل التشهير، التتمر، أو نشر الشائعات، أي أن التعرض لا يمكن اعتباره مؤشراً مباشراً أو قوياً لقياس الوعي بالمخاطر الاجتماعية.

ومما سبق يتأكد لدينا أنه لا توجد علاقة ارتباطية طردية بين درجة تعرض المبحوثين للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وشعورهم بالمخاطر الاجتماعية لهذه الفيديوهات.

وتختلف هذه النتيجة مع مقولة نظرية الغرس الثقافي؛ إذ لم تظهر علاقة دالة إحصائية بين درجة التعرض للفيديوهات المفبركة وإدراك المخاطر الاجتماعية الناتجة عنها.

ونستج من ذلك أن مجرد التعرض للمحتوى لا يكفي لزيادة وعي الأفراد بالمخاطر الاجتماعية مثل التشهير أو نشر الشائعات، بل إن إدراك هذه المخاطر يرتبط بعوامل أخرى كالمستوى التعليمي، والوعي النقدي، والتثقيف الإعلامي؛ وبذلك يتضح أن تأثير الغرس الإعلامي ليس مطلقاً، وإنما يتفاوت باختلاف نوع الخطر (أمني مقابل

اجتماعي)، وهذا يبرز أن النظرية صالحة جزئياً في الجانب الأمني، لكنها لم تجد الدعم الكافي في الجانب الاجتماعي.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي) للمبحوثين ومستوى وعيهم بتأثيراتها الاجتماعية.

جدول (14)

اختبار صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي) للمبحوثين ومستوى وعيهم بتأثيراتها الاجتماعية.

المتغير	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T أو f	درجات الحرية	مستوى المعنوية
مستوى وعي عينة الدراسة بتأثيرات الفيديوهات الاجتماعية	النوع						
	ذكر	192	2.906	.3850	.148	382	882.
	أنثى	192	2.901	.2994			
	السن						
	من 18 إلى أقل من 25	167	2.892	.3110	.751	2 381	.472
	من 25 إلى أقل من 30	88	2.943	.2328			
	من 30 إلى أقل من 40	129	2.891	.4373			
	المستوى التعليمي						
	مؤهل متوسط	38	2.789	.5280	2.690	2 381	.069
	مؤهل جامعي	286	2.909	.3332			
	مؤهل فوق الجامعي	60	2.950	.2198			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن متغير النوع (ذكور/ إناث) لم يظهر فروقاً ذات دلالة إحصائية في مستوى وعي المبحوثين بالتأثيرات الاجتماعية للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث جاءت قيمة الدلالة ($\text{Sig.} = .882$) أي أنها أكبر من (0.05)، وهو ما يعني أن الوعي متقارب بين الجنسين.

أما بالنسبة إلى متغير السن، فقد أظهرت النتائج أيضاً عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية الثلاث حيث جاءت الدلالة بمعنوية ($\text{Sig.} = .472$)؛ مما يدل على أن الوعي بالمخاطر الاجتماعية لهذه الفيديوهات لا يختلف اختلافاً جوهرياً باختلاف العمر.

وبالنسبة إلى المستوى التعليمي، ورغم أن المتوسطات الحسابية تشير إلى ارتفاع نسبي في وعي ذوي المؤهل فوق الجامعي مقارنة بغيرهم، فإن الفروق لم تصل إلى مستوى الدلالة الإحصائية ($\text{Sig.} = .069 > 0.05$)، أي أن التعليم لم يحدث فروقاً ذات معنى إحصائي في وعي المبحوثين.

ومما سبق يتأكد لدينا أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، والسن، والمستوى التعليمي) للمبحوثين ومستوى وعيهم بتأثيراتها الاجتماعية.

وتختلف هذه النتيجة مع مقولة نظرية الأنشطة الروتينية التي تفترض أن الخصائص الديموجرافية (مثل النوع والعمر والتعليم) قد تفسر تباين مستويات التعرض والوعي بالمخاطر؛ إذ لم تظهر الدراسة الحالية فروقاً ذات دلالة إحصائية بين هذه المتغيرات في وعي المبحوثين بالتأثيرات الاجتماعية للفيديوهات المفبركة، وهذا يشير إلى أن وعي الشباب بالمخاطر الاجتماعية للتزييف العميق قد تجاوز الفوارق الديموجرافية التقليدية؛ ما يعكس إدراكاً جماعياً مشتركاً للظاهرة باعتبارها تهديداً عاماً لا يقتصر على فئة بعينها.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي) للمبحوثين ومستوى الوعي لديهم بالمخاطر الأمنية الفيدويوات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

جدول (15)

اختبار صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي) للمبحوثين ومستوى الوعي لديهم بالمخاطر الأمنية الفيدويوات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	قيمة T أو f	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد N	النوع	
النوع							مستوى وعي عينة الدراسة لديهم بالمخاطر الأمنية الفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي
313	382	1.011-	.17445	2.9688	192	ذكر	
			.12434	2.9844	192	أنثى	
السن							
.074	2 381	2.627	.07738	2.9940	167	من 18 إلى أقل من 25	
			.14989	2.9773	88	من 25 إلى أقل من 30	
			.21141	2.9535	129	من 30 إلى أقل من 40	
المستوى التعليمي							
.449	2 381	.802	.22629	2.9474	38	مؤهل متوسط	
			.14357	2.9790	286	مؤهل جامعي	
			.12910	2.9833	60	مؤهل فوق الجامعي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن متغير النوع (ذكور/ إناث) لم يظهر فروقاً ذات دلالة إحصائية في مستوى وعي المبحوثين بالمخاطر الأمنية للفيدويوات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث بلغت قيمة الدلالة ($\text{Sig.} = .313$) وهي أكبر من (0.05)؛ مما يعكس تقارب وعي الجنسين.

أما بالنسبة إلى متغير السن، فقد بينت النتائج وجود تباين طفيف بين الفئات العمرية؛ إذ سجلت الفئة من (18 إلى أقل من 25 سنة) متوسطاً أعلى نسبياً مقارنة بالفئات الأخرى، إلا أن قيمة الدلالة ($\text{Sig.} = .074$) تظل أكبر من (0.05)، أي أن الفروق غير دالة إحصائياً.

وفيما يخص المستوى التعليمي، أظهرت النتائج أن المتوسطات متقاربة بين مختلف المستويات، حيث لم تصل الفروق إلى مستوى الدلالة الإحصائية ($\text{Sig.} = .449$) ومما سبق يتأكد لدينا أنه لم يتحقق الفرض الرابع؛ إذ لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، والسن، والمستوى التعليمي) ومستوى وعي المبحوثين بالمخاطر الأمنية للفيديوهات المنتجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي. وهذا يدل على أن إدراك المخاطر الأمنية للتزييف العميق أصبح وعياً مشتركاً عابراً للفوارق الديموجرافية؛ ما يعكس أن التهديدات المرتبطة بالأمن القومي تُدرك كقضية جماعية يتساوى في إدراكها الشباب باختلاف أعمارهم، أو مستوياتهم التعليمية، أو نوعهم.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي) للمبحوثين واتجاهاتهم نحو المسؤولية الاجتماعية للإعلام ودوره التوعوي.

جدول (16)

اختبار صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي) للمبحوثين واتجاهاتهم نحو المسؤولية الاجتماعية للإعلام ودوره التوعوي.

المتغير	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T أو f	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
اتجاهات عينة الدراسة نحو المسؤولية الاجتماعية للإعلام ودوره التوعوي	النوع						
	ذكر	192	2.8802	.38455	-	382	163
	أنثى	192	2.9271	.26068	1.398-		
	السن						
	من 18 إلى أقل من 25	167	2.9222	.26873	.922	2 381	.399
	من 25 إلى أقل من 30	88	2.8636	.34514			
	من 30 إلى أقل من 40	129	2.9070	.38410			
	المستوى التعليمي						
	مؤهل متوسط	38	2.8947	.31101	.064	2 381	.938
	مؤهل جامعي	286	2.9021	.34161			
مؤهل فوق الجامعي	60	2.9167	.27872				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن متغير النوع (ذكور/ إناث) لم يظهر فروقاً ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو المسؤولية الاجتماعية للإعلام ودوره التوعوي، حيث بلغت قيمة الدلالة (Sig. = .163) وهي أكبر من (0.05)؛ مما يعني تقارب الاتجاهات بين الجنسين.

أما بالنسبة إلى متغير السن، فقد أوضحت النتائج أن المتوسطات متقاربة بين الفئات الثلاث، حيث لم تصل الفروق إلى مستوى الدلالة الإحصائية ($\text{Sig.} = .399$)، وهو ما يشير إلى عدم وجود اختلاف جوهري في الاتجاهات تبعاً للعمر.

وفيما يخص المستوى التعليمي، فقد أظهرت النتائج أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\text{Sig.} = .938$)، حيث جاءت المتوسطات متقاربة بين مختلف المستويات التعليمية، ويؤكد ذلك أن الاتجاهات الإيجابية نحو الدور التوعوي للإعلام تُعد سمةً عامة لدى الشباب، بغض النظر عن خصائصهم الديموجرافية.

ومما سبق يتأكد لدينا أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي) للمبحوثين واتجاهاتهم نحو المسؤولية الاجتماعية للإعلام ودوره التوعوي.

وتتسق هذه النتيجة مع مقولة نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام التي تفترض أن التزام وسائل الإعلام بمسؤوليتها التوعوية يحظى بقبول جماعي؛ بوصفه حاجة مجتمعية عامة، وليس توجهاً خاصاً بفئة معينة، فغياب الفروق الدالة إحصائياً بين النوع، أو العمر، أو المستوى التعليمي يعكس إدراكاً مشتركاً بين الشباب لأهمية الدور التوعوي للإعلام في مواجهة التزييف العميق، وهذا يشير إلى أن المسؤولية الاجتماعية للإعلام تمثل قيمة جمعية عابرة للفوارق الديموجرافية؛ ما يجعلها عنصراً جامعاً في الوعي المجتمعي تجاه الظاهرة.

النتائج العامة للدراسة:

كشفت هذه الدراسة عن أبعاد متشابكة لظاهرة الفيديوهات المفبركة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث أظهرت النتائج أن هذه التقنية لم تُعد مجرد ابتكار تكنولوجي عابر؛ بل تحولت إلى مصدر تهديد مباشر يمس البناء الاجتماعي والأمن القومي معاً، وقد برز من خلال إجابات المبحوثين إدراك جماعي مرتفع لخطورة الظاهرة، بما يعكس تنامي الوعي الاجتماعي بآثارها السلبية، مع ملاحظة غياب فروق ديموجرافية جوهرية بين الفئات المختلفة في هذا الإدراك.

كما أظهرت النتائج أن تأثير التعرض الإعلامي لا يظهر بذات القوة في جميع الأبعاد؛ فبينما تدعم نتائج الدراسة مقولة الغرس الثقافى في البعد الأمنى، فإنها لم تجد الدعم ذاته في البعد الاجتماعى، وهو ما يبرز أن تشكيل الوعي يتجاوز مجرد التعرض ليعتمد على عوامل أخرى كالتثقيف والوعي النقدي، وإلى جانب ذلك، أكدت الدراسة على الدور المحوري لوسائل الإعلام في التوعية والضبط، وأبرزت الحاجة إلى منظومة تشريعية ورقابية متكاملة قادرة على مواجهة التحديات التي تفرضها هذه الظاهرة.

وفي ضوء ما سبق تم تلخيص النتائج العامة للدراسة فيما يلي:

- أظهرت النتائج أن الشباب المصري يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل يومي وكثيف ولسنوات طويلة؛ مما جعلها فضاء موازياً للحياة الاجتماعية وبيئة خصبة لانتشار الفيديوهات المفبركة.
- جاءت منصة فيسبوك في المرتبة الأولى كمصدر رئيس للتعرض للفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات التزييف العميق، ثم تيك توك في المرتبة الثانية، ثم يوتيوب في الترتيب الثالث.
- أظهرت نتائج الدراسة التحليلية تعددت مجالات الاستهداف ما بين المجال السياسي في فيديوهات (ولي العهد، أبو عبيدة، الحوثيين)، والمجال الديني (شيخ الأزهر، السديس)، والفني (كريم عبد العزيز)، والثقافى/ السياحي (المتحف الكبير)، فيما أظهرت الدراسة الميدانية أن المجال الفني والإعلامي تصدر قائمة الاستخدامات للتزييف العميق، يليه المجال الاجتماعى، ثم المجال السياسى، مع بروز تهديدات بدرجات متفاوتة في المجالات الثقافية، والأمنية، والدينية، والاقتصادية.
- كشف الدراسة التحليلية عن تنوع تقنيات التزييف المستخدمة في إنتاج الفيديوهات، وقد تفاوتت درجة التلاعب بين فيديوهات بتزييف بصريّ وصوتيّ كامل (شيخ الأزهر، وكريم عبد العزيز، والسديس)، وبين تلاعب سياقي وزمني (أبو عبيدة، والحوثيون/ إيران)، وبين استخدام الذكاء الاصطناعي في توليد محتوى تسويقي مثل فيديو (المتحف الكبير)، وهذا التنوع يثبت أن التزييف لم يعد مقتصرًا على التقنية، بل يشمل إعادة التوظيف السياقي.

- أدركت غالبية العينة أن الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات التزييف العميق تسهم في الإساءة والتشهير ونشر الشائعات والتلاعب بالمعلومات، وأجمعوا بنسبة تفوق 90% على أنها عالية الخطورة اجتماعياً، بما يعكس وعياً متنامياً بتهديدها للنسيج الاجتماعي والثقة المتبادلة.
- أظهرت الدراسة التحليلية أن جميع الفيديوهات التي تم تحليلها استهدفت شخصيات رمزية (قيادات سياسية، ورموز دينية، ونجوم فنية ورياضية، ومؤسسات ثقافية)؛ ما يؤكد أن قيمة التأثير الجماهيري للشخصية هي العامل الحاسم في اختيارها ليبنى عليها التزييف.
- أظهرت النتائج أن أبرز المخاطر الأمنية تتمثل في تهديد الأمن القومي، وزعزعة الثقة بالمؤسسات الرسمية، والتأثير على نزاهة الانتخابات، مع تأكيد الحاجة إلى تشريعات رادعة ورقابة تقنية فعالة، وهو ما أكدته الدراسة التحليلية التي كشفت أن هذه الفيديوهات لا تقف عند حدود السخرية أو الجدل؛ بل تمتد إلى: زعزعة الثقة بالمؤسسات الرسمية مثل: (الأزهر، الجيش السعودي) وتشويه السمعة الشخصية والمهنية مثل: (كريم عبد العزيز، السديس)، وإثارة القلق الإقليمي مثل: (الهجوم الإيراني/ الحوثي)، واللُّبس المجتمعي حول الحقيقة والخيال (المتحف الكبير).
- اتفق معظم الباحثين على أن المسؤولية الملقاة على الإعلام كبيرة جداً، وأكدوا على ضرورة قيام وسائل الإعلام والمؤسسات الحكومية والمجتمع الرقمي بدورٍ فاعل في التوعية والحد من انتشار الفيديوهات المضللة، وهو ما ينسجم مع مقولات نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام.
- أظهرت الدراسة التحليلية أن الاستراتيجيات المستخدمة في الإقناع تركزت في الإقناع بالعاطفة (الخوف، الغضب، السخرية)، ثم الإقناع بالعقل (دمج شعارات وقنوات إخبارية موثوقة مثل "العربية")، ثم المبالغة والتهويل (إعلان النفير العام، دعوات للنزول الجماهيري)، وأخيراً التضليل السياقي (إعادة تدوير فيديو قديم على أنه حديث).

- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية (لكن ضعيفة) بين كثافة التعرض للفيديوهات المفبركة وإدراك مخاطرها الأمنية؛ بينما لم تظهر علاقة دالة بين التعرض وإدراك المخاطر الاجتماعية، ما يشير إلى أن وعي الأفراد بالمخاطر الاجتماعية يعتمد على عوامل أخرى غير التعرض فقط.
- كشفت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي بالمخاطر الاجتماعية أو الأمنية ولا في الاتجاهات نحو المسؤولية الاجتماعية للإعلام تبعاً للجنس، أو العمر، أو المستوى التعليمي؛ مما يعكس إدراكاً جماعياً مشتركاً للظاهرة كتهديد عام يتجاوز الخصائص الفردية.

توصيات الدراسة:

1. بناء على النتائج التي توصلت لها الدراسة فقد خلصت إلى مجموعة من التوصيات، هي:
تعزيز الإطار التشريعي والرقابي من خلال سن تشريعات واضحة تُجرّم إنتاج أو تداول الفيديوهات المزيفة وتفرض عقوبات رادعة على الأفراد والجهات المتورطة، كذلك استحداث وحدات متخصصة داخل وزارات الداخلية والعدل والاتصالات لرصد المحتوى الزائف وتتبع مصادره، مع إنشاء آلية قضائية سريعة للفصل في قضايا التزييف العميق؛ نظراً لتأثيرها الفوري على الأمن القومي والرأي العام.
2. دعم البنية التقنية والأمن السيبراني من خلال الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي المضادة (Deepfake Detection Tools) لرصد وكشف الفيديوهات الزائفة بشكلٍ آني، مع ضرورة التعاون مع شركات التكنولوجيا العالمية لتطبيق أنظمة تحقق متعددة (Multi-factor verification) على المحتوى المرئي المتداول، وإنشاء مراكز وطنية متخصصة لرصد وتحليل الاتجاهات الرقمية المزيفة وربطها بغرف عمليات أمنية وإعلامية.
3. تعزيز دور الإعلام والمسؤولية الاجتماعية من خلال إلزام وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي بمواثيق مهنية للحد من انتشار الفيديوهات المضللة، مع مراقبة التزامها من خلال هيئة وطنية مستقلة، وتخصيص مساحات إعلامية ثابتة للتوعية بخطورة التزييف العميق، وربطها بأمثلة واقعية لزيادة الوعي العام، مع إدراج محتوى تدريبي في المؤسسات الإعلامية حول آليات التحقق الرقمي وأساليب كشف التزييف.

4. التثقيف الإعلامي والمجتمعي من خلال إدخال برامج "التربية الإعلامية" في المدارس والجامعات لتعليم الأجيال آليات التحقق من صحة الأخبار والفيديوهات، وإطلاق حملات توعية رقمية على المنصات الأكثر استخداماً (فيسبوك- تيك توك- يوتيوب) تستهدف فئات الشباب خصوصاً، مع ضرورة تدريب قادة الرأي (شخصيات عامة- مؤثرين- رجال دين- معلمين) على مخاطبة الجمهور بخطورة الظاهرة.
5. توجيه البحث العلمي والتعاون الأكاديمي للإسهام في الوقاية؛ من خلال تمويل مشروعات بحثية جامعية ومراكز دراسات متخصصة لرصد تأثير التزييف العميق على المجتمع والأمن القومي، وتشجيع التعاون بين الجامعات ومؤسسات الدولة في تطوير أدوات كشف المحتوى الزائف، مع عقد مؤتمرات علمية دورية تجمع خبراء الإعلام، والتقنية، والاجتماع، والأمن؛ لمناقشة مستجدات الظاهرة وسبل مواجهتها.
6. زيادة الشراكات بين مصر والمنظمات الإقليمية والدولية المتخصصة في الذكاء الاصطناعي لتبادل الخبرات والبيانات حول التزييف العميق، وتأسيس شبكة تعاون عربية لمواجهة مخاطر التزييف العميق ترتبط بالمنظمات الدولية مثل اليونسكو والاتحاد الدولي للاتصالات، مع تعزيز التعاون مع شركات التقنية الكبرى (Meta- Google- TikTok) لتسهيل عملية إزالة المحتوى الزائف بسرعة وشفافية.

قائمة مراجع وهوامش الدراسة:

- ⁽¹⁾ محمد، علا عبد القوي عامر. (2025). علاقة الفيديوهات المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بتشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو قضاياهم. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 2025(90)، 67-108. doi: 10.21608/ejsc.2025.405906
- ⁽²⁾ عوض، راجية إبراهيم. (2025). إدراك الشباب للتأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق (deep fake) عبر مواقع التواصل الاجتماعي "دراسة ميدانية". *مجلة البحوث الإعلامية*، 75(4)، 3300-3251. doi: 10.21608/jsb.2025.393387.1945
- ⁽³⁾ الصاوي، محمد كرم كمال الدين. (2025). تكنولوجيا التزييف العميق: دراسة بحثية حول الجوانب المظلمة للذكاء الاصطناعي. *مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية*، ع51، 674-694. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1567147>
- ⁽⁴⁾ البهنساوي، إسراء علي، & عرفة، مروة عبد العزيز. (2025). توظيف تقنية التزييف العميق لحملات الدعاية المضادة في الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2024 وتقييم النخبة نحوها: دراسة تطبيقية للصور والفيديوهات المعروضة على مواقع القنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 2025(90)، 341-401. doi: 10.21608/ejsc.2025.418089
- ⁽⁵⁾ السيد، مروة عبد العليم محمود؛ الفخراي، آية غريب محمد؛ الشافعي، فاطمة محمد إبراهيم. (2025). تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى الجريمة بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على انتهاك خصوصية المجتمع المصري. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 2025(90)، 403-477. doi: 10.21608/ejsc.2025.418198
- ⁽⁶⁾ Bernal, M. D. C., Bunhayag, G. A., Loyola, D. S. D., Tisado, J. C., & Genelza, G. G. (2025). Addressing the Elephant in The Room: The Impact of Using Artificial Intelligence in Education. *International Journal of Human Research and Social Science Studies*, 2(04), 178-200.
- ⁽⁷⁾ محمود أحمد، مصطفى. (2025). التربية الإعلامية الرقمية وعلاقتها بمستوى تحصيل وعي طلاب الإعلام التربوي بمخاطر تطبيقات التزييف العميق في إطار نظرية دافع الحماية. *مجلة البحوث الإعلامية*، 73(1)، 581-672. doi: 10.21608/jsb.2024.322806.1819
- ⁽⁸⁾ إبراهيم، سامح محمد السيد. (2025). المخاطر الأمنية والمجتمعية للتزييف العميق وآليات المواجهة. *المجلة القانونية*، مج23، ع7، 3957 - 4010. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1573741>
- ⁽⁹⁾ النمر، أميرة إبراهيم. (2024). العلاقة بين القلق الشخصي لطلاب الجامعات الناتج عن تهديدات التزييف العميق وخصوصية إدارة بيانات مواقع التواصل الاجتماعي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 2024(88)، 127-189. doi: 10.21608/ejsc.2024.371872
- ⁽¹⁰⁾ مغايرة، علاء الدين منصور. (2024). جرائم الذكاء الاصطناعي وسبل مواجهتها: جرائم التزييف العميق نموذجًا. *المجلة الدولية للقانون*، مج13، ع2، 127 - 162. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1519523>
- ⁽¹¹⁾ قادم، جميلة، ولصوان، كافية محمد الطيب. (2024). التأثير السلبي لتقنية التزييف العميق على سمعة الشخصيات البارزة على منصات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية على عينة من الفيديوهات المفبركة.

- مجلة العلوم وآفاق المعارف، مج 4، ع 1، 510-532. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1480756>
- ¹² عبد الحليم حافظ، محمد. (2024). اتجاهات الجمهور نحو استخدام الشركات لتقنية التزييف العميق (Deep fake) في إعادة تقديم الإعلانات القديمة بصورة حديثة "بالتطبيق على إعلان شركة بيبسي ٢٠٢٤" خليك عطشان. مجلة البحوث الإعلامية، 72(4)، 2798-2749. doi: 10.21608/jsb.2024.315194.1800
- ¹³ Misirlis, N., & Munawar, H. B. (2023). From deepfake to deep useful: risks and opportunities through a systematic literature review. arXiv preprint arXiv:2311.15809
- ¹⁴ Yan, Z., Zhang, Y., Yuan, X., Lyu, S., & Wu, B. (2023). Deepfakebench: A comprehensive benchmark of deepfake detection. arXiv preprint arXiv:2307.01426.
- ¹⁵ عبد السلام، سارة محي الدين محمد. (2023). "توظيف صور المشاهير باستخدام تقنية التزييف العميق في إعلانات اليوتيوب ودلالة هذه الصور". المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2023(85)، 594-559. doi: 10.21608/ejsc.2023.343327
- ¹⁶ الشريف، محمود سلامة عبد المنعم. (2022). جريمة الانتقام الإباحي عبر تقنية التزييف العميق Deepfakes والمسؤولية الجنائية عنها. مجلة كلية الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، ع2، 485-366. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1334026>
- ¹⁷ Hany Farid, Tarek El-Gaaly and Ser-Nam Lim 2020, Detecting Deep-Fake Videos from Appearance and Behavior, Published in: IEEE International Workshop on Information Forensics and Security (WIFS).
- ¹⁸ Seta, Gabriele de Huanlian, or changing faces: Deepfakes on Chinese digital media platforms. Convergence The International Journal of Research into New Media Technologies Vol. 27 (4), 2021
- ¹⁹ Jeffrey T. Hancock, and Jeremy N. Bailenson 2021, The Social Impact of Deepfakes, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking Volume 24, Number 3, Downloaded by EKB-Public-Access from www.liebertpub.com at 12/28/22. For personal use only.
- ²⁰ Lehren, A. W., et al. (2020). Deepfakes and the threat to democracy: An empirical analysis. Journal of Political Communication, 37(3), 299-316
- ²¹ بن غالم، إيمان (2020). الانعكاسات والتداعيات السلبية للذكاء الاصطناعي على الصحة النفسية، تقنية التزييف العميق مثالا (الأردن، اتحاد الأطباء النفسيين العرب، المجلة العربية للطب النفسي، مج 34، ع2، 2023)، ص ص 84-86.
- ²² Abbasi, N. A., & Huang, D. (2020). Digital Media Literacy: Social Media Use for News Consumption among Teenagers in Pakistan. Global Media Journal, 18(1)
- ²³ Ajder, H., Patrini, G., Cavalli, F., & Cullen, L. (2019). The state of deepfakes: Landscape, threats, and impact. Amsterdam: Deeptrace. Retrieved from http://regmedia.co.uk/2019/10/08/deepfake_report.pdf

24) بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي.. الأصول النظرية ومهارات التطبيق (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٢).

25) التعريف الإجرائي لفئة الشباب المصري في هذه الدراسة يتمثل في: الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 و40 سنة، ويحملون الجنسية المصرية ويعيشون على أرضها.

26) منصة تقصي الحقيقة من رويترز، <https://www.reuters.com/fact-check/arabic>

1- أ. د / سحر منصور، أستاذ علم الاجتماع بكلية الدراسات الإنسانية- جامعة الأزهر.

2- أ. م. د/ أسماء مصطفى، أستاذ علم الاجتماع المساعد. كلية الدراسات الإنسانية- جامعة الأزهر.

2- أ. د/ أحمد زارع، أستاذ الصحافة والنشر المساعد والوكيل السابق لكلية الإعلام بنين- جامعة الأزهر.

3- أ. د/ حسن نيازي أستاذ العلاقات العامة والإعلان بجامعة الأزهر والملك فيصل.

4- أ. د/ أسامة عبد الرحيم، أستاذ الصحافة بكلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.

5- أ. م. د/ علاء خليفة، أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام بنين- جامعة الأزهر.

28) NASA. (2023). What is artificial intelligence (AI)? National Aeronautics and Space Administration. Retrieved August 21, 2025, from <https://www.nasa.gov/artificial-intelligence>

29) IBM. (2024). What is artificial intelligence (AI)? International Business Machines Corporation. Retrieved August 21, 2025, from <https://www.ibm.com/topics/artificial-intelligence>.

30) الشامري، علاء (2021)، الإعلام المرئي في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي: دراسة تحليلية، مجلة الآداب، ع 137، ص- ص 717-742.

31) موسى، منة الله، (2022)، سلوك حماية الخصوصية البيومترية لدى مستخدمي تطبيقات التزييف العميق من طلبة الجامعات المصرية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 37، ص- ص 184-239.

32) عبد الرازق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية (الأردن: دار وائل للنشر، 2011)، ص 183.

33) عبد الله، ولاء محمد سالم، التأثيرات النفسية والاجتماعية للتتمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المراهقات، دراسة في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، ع 30، ج 1، أبريل 2022)، ص 206.

34) سليم، محمد السيد. (1997). الأمن القومي العربي: قضايا وإشكاليات. القاهرة: دار المستقبل العربي، ص 25.

35) نوير، عبد السلام. (2003)، الأمن القومي العربي في عالم متغير. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ص 17.

36) مطاوع، نسمة عبد الله محمد (2022). اندماج الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على الخوف المجتمعي لديهم: دراسة ميدانية في إطار نظرية الغرس الثقافي. مجلة البحوث الإعلامية، ع 62(1)، 327-394. جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة ص 341.

<https://search.mandumah.com/Record/1296287>

<https://doi.org/10.21608/jsb.2022.247049>

37) -Santosa, I. P., & al. (2005). User satisfaction and user involvement in information seeking activity. European Journal of Information Systems, 14(4), 361-370.

https://www.researchgate.net/publication/32042359_activity_seeking-information_with_a

³⁸ حسين خليفة، محمد شكري أحمد. (2020) المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 54، الجزء السادس، يوليو، ص- ص 4035-4090.

³⁹ إبراهيم، صفاء عباس عبد العزيز، والطبيب، أم هانئ أبو صباح الشيخ. (2020)، توظيف مهارات القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الحديثة: دراسة وصفية استقرائية مجلة العربي للدراسات الإعلامية، ع9. 51 – 38، ص 41، <https://search.mandumah.com/Record/7>

⁴⁰ - Siegal, L., & McCormick, C. (2006). Criminology in Canada: Theories, Patterns, and Typologies. P10.

⁴¹ علي، مروة سليمان. (2022). إسهام نظرية الأنشطة الروتينية في فهم الجرائم السيبرانية: دراسة استطلاعية. *المجلة المصرية للعلوم الاجتماعية والسلوكية*، 6(4)، 114-130. ص120. مسترجع من: <http://search.mandumah.com/Record/1486637>

⁴²) Argun, Uğur & Dağlar, Murat (2016), Examination of Routine Activities Theory by the property crime. Op.cit, pp.1188-1189.

⁴³) https://www.youtube.com/watch?v=CR8epE-V_oQ

<https://www.reuters.com/fact-check/arabic/KJNNUGUASVP6PAYI67DCSL56YY-2025-08-19/>

⁴⁴ (<https://www.youtube.com/watch?v=zdl-xwIGAAE>

⁴⁵ (<https://www.reuters.com/fact-check/arabic/I6I5EFRDE5NALB5F6HHCQBZHWQ-2025-08-14/> /

⁴⁶ (<https://www.reuters.com/fact-check/arabic/WRYLI5SRBRNRZC736OTRXHKWMU-2025-08-13/>

⁴⁷ (<https://www.reuters.com/fact-check/arabic/JSEQ3NCU4JNTZCJOWCVEYDAEWQ-2025-07-31/>

⁴⁸ (<https://www.reuters.com/fact-check/arabic/4EEWK2Y2YNIUDEEC6GWYOVY57M-2025-08-15/>

⁴⁹ (<https://www.reuters.com/fact-check/arabic/T5B42VBHLNMOTIENQWPJ2RMLEE-2025-08-21/>

⁵⁰ (<https://x.com/SyrAlqsb/status/1709719946563891337>

⁵¹ هذا المقياس يركز على أربعة أبعاد رئيسية (مدى الاستخدام، المعدل اليومي، المعدل الأسبوعي، بداية الاستخدام بالسنوات)؛ لتحديد مدى كثافة استخدام العينة لمواقع التواصل، ويتكون المقياس من 12 درجة، تم تقسيم المقياس إلى ثلاث فئات بناءً على الدرجات: قليل التعرض: الدرجات (1: 4)، متوسط التعرض: الدرجات (5: 8)، 3- كثيف التعرض: الدرجات (9: 12).

- ⁵² ويتكون المقياس من 6 بدائل في حاصل ضرب مقياس شدة الاتجاه (ليكرت الثلاثي) ليصبح المقياس $6 \times 3 = 18$ درجة، تأثير منخفض: إذا كان مجموع الدرجات من (1 إلى 6)، تأثير متوسط: إذا كان مجموع الدرجات من (7 إلى 12)، تأثير مرتفع: إذا كان مجموع الدرجات من (13 إلى 18).
- ⁵³ ويتكون المقياس من 6 بدائل في حاصل ضرب مقياس شدة الاتجاه (ليكرت الثلاثي) ليصبح المقياس $6 \times 3 = 18$ درجة، تأثير منخفض: إذا كان مجموع الدرجات من (1 إلى 6)، تأثير متوسط: إذا كان مجموع الدرجات من (7 إلى 12)، تأثير مرتفع: إذا كان مجموع الدرجات من (13 إلى 18).

References

- Mohamed, Olaa. (2025). ealaqat alfidyuhāt almunṭijāt biāistikḥdam tiqniāt aldhaka' alāistinaeii bitashkil maerif waitijahāt alshabab aljamieii nahw qadayahum. almajalat almisriat libuhuth al'ielami, 90(3), 67-108. doi: 10.21608/ejsc.2025.405906
- Awad, Ragia. (2025). 'idrak alshbab lltathyrāt althqafyāt walslwkyāt lltzyyf alemyq (deep fake) eabr mwaqe altwasl alajtmaey "drast mydanyatun". majalat albuḥuth al'ielamiati, 75(4), 3251-3300. doi: 10.21608/jsb.2025.393387.1945
- Al-Sawy, Mohamed. (2025). tiknuluḡyā altazyif aleamiq: dirasat baḥthiāt hawl aljawānib almuḡlimāt lildhaka' aliastinaeii. majalat aleimārāt walfunūn waleulūm al'iinsaniati, 51(2). 674- 694. <http://search.mandumah.com/Record/1567147>
- Al-Bahnsawy, Israa. (2025). tawzif tiqniāt altazyif aleamiq lihamalat aldieayāt almuḡdatat fī aliāintikḥabāt alriyāsiāt al'amrikiāt 2024 wataqyim alnukḥbat nahwaha: dirasat tatbiqiat lilsuwar walfidyuhāt almaerudāt ealāa mawaqie alqanawāt al'iikḥbariāt alnaatiqāt biālughāt alarabiati. almajalat Almisriat libuhuth al'ielama, 90(1), 341-401. doi: 10.21608/ejsc.2025.418089
- Sayed, Marwa., El-Fakharany, Aya (2025). tathir aistikḥdam tiqniāt aldhaka' alāistinaeii fī sinaeat muḥtawāa aljarimat bimawaqie altawasul aliajtimaeii waneikasatiha ealāa antiḥak ḡhususiat almuḡtamae almisrii. almajalat almisriat libuhuth al'ielami, 90(3) 403-477.
- Bernal, M. D. C., Bunhayag, G. A., Loyola, D. S. D., Tisado, J. C., & Genelza, G. G. (2025). Addressing the Elephant in The Room: The Impact of Using Artificial Intelligence in Education. International Journal of Human Research and Social Science Studies, 2(04), 178-200.
- Mahmoud, Mustafa. (2025). altarbiāt al'ielamiāt alraqamiāt waealaqātuha bimustawāa taḥsin waey tulaab al'ielam altarbawii bimakhātir tatbiqāt altazyif aleamiq fī 'iitar nazariāt dafie alḥimayati. majalat albuḥuth al'ielamiati, 73(1), 581-672. doi: 10.21608/jsb.2024.322806.1819
- Ibrahim, Sameh. (2025). almakḥatir al'amniāt walmuḡtamaeiat liltazyif aleamiq waliāt almuajahata. almajalat alqanuniata, 7(2). 3957 - 4010.
- Al-Nimr, Amira. (2024). alealaqāt bayn alqalaq alshakhsii litulaab aljamieāt alnaatiḡ ean taḥdidat altazyif aleamiq wakḡususiat 'iidarāt bayānāt mawaqie altawasul aliajtimaeii. almajalat almisriat libuhuth al'ielama, 88(2), 127-189. doi: 10.21608/ejsc.2024.371872
- Mughara, Alaa. (2024). jarayim aldhaka' aliastinaeii wasubul muajahataha: jarayim altazyif aleamiq nmwdhjan. almajalat aldawliāt lilqanuni, 2(3). 127 - 162. mustarḡje min <http://search.mandumah.com/Record/1519523>

- Qadima, Jamila. (2024). altaathir alsalbiu litiqniat altazyif aleamiq ealaa sumeat alshakhsiaat albarizat ealaa minasaat altawasul aliajtimaeii: dirasatan tahliliatan ealaa eayinat min alfidyuhah almufabrakati. majalat aleulum wafaq almaearifi, 1(2), 510- 532. mustarjae min <http://search.mandumah.com/Record/1480756>
- Abdel Halim, Muhammad. (2024). atijahat aljumphur nahw astikhdam alsharikat litiqniat altazyif aleamiq (Deep fake) fi 'iieadat taqdim al'iieanat alqadimat bisurat haditha "bialtatbiq ealaa 'iieanat sharikat bibsi 2024" khaliyk eatshan. majalat albuahuth al'iiealamiati, 72(4), 2749-2798. doi: 10.21608/jsb.2024.315194.1800
- Misirlis, N., & Munawar, H. B. (2023). From deepfake to deep useful: risks and opportunities through a systematic literature review. arXiv preprint arXiv:2311.15809
-) Yan, Z., Zhang, Y., Yuan, X., Lyu, S., & Wu, B. (2023). Deepfakebench: A comprehensive benchmark of deepfake detection. arXiv preprint arXiv:2307.01426.
- Abdel Salam, Sara. (2023). "tawzif suar almashahir biastikhdam tiqniat altazyif aleamiq fi 'iieanat alyutyub wadalalat hadhih alsuwari". almajalat almisriat libuhuth al'iiealami, 85(1), 559-594. doi: 10.21608/ejsc.2023.343327
- Alsharif, Mahmud. (2022). jarimat aliantiqam al'iibahii eabr tiqniat altazyif aleamiq Deepfakes walmaswuwliat aljinaiyyat eanha. majalat kuliyat alhuquq libuhuth alqanuniat waliaqtisadiati, 2(1), 366- 485. <http://search.mandumah.com/Record/1334026>
- Hany Farid, Tarek El-Gaaly and Ser-Nam Lim 2020, Detecting Deep-Fake Videos from Appearance and Behavior, Published in: IEEE International Workshop on Information Forensics and Security (WIFS).
- Seta, Gabriele de Huanlian, or changing faces: Deepfakes on Chinese digital media platforms. Convergence The International Journal of Research into New Media Technologies Vol. 27 (4), 2021
- Jeffrey T. Hancock, and Jeremy N. Bailenson 2021, The Social Impact of Deepfakes, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking Volume 24, Number 3, Downloaded by EKB-Public-Access from www.liebertpub.com at 12/28/22. For personal use only.
- Lehren, A. W., et al. (2020). Deepfakes and the threat to democracy: An empirical analysis. Journal of Political Communication, 37(3), 299–316
- Ben Ghalem, Iman. (2020). alianeikasat waltadaeiat alsalbiat lildhaka' aliastinaeii ealaa alsihat alnafsiati, tiqniat altazyif aleamiq mthalan (Al'urdun, atihad al'atibaa' alnafsiyyin allearabi, almajalat allearabiati lilatibi alnafsi, 2(3).
- Abbasi, N. A., & Huang, D. (2020). Digital Media Literacy: Social Media Use for News Consumption among Teenagers in Pakistan. Global Media Journal, 18(1)

- Ajder, H., Patrini, G., Cavalli, F., & Cullen, L. (2019). The state of deepfakes: Landscape, threats, and impact. Amsterdam: Deeptrace. Retrieved from http://regmedia.co.uk/2019/10/08/deepfake_report.pdf
- Abdel Aziz, Barakat. (2012), manahij albahth al'ielamii.. al'usul alnazariat wamaharat altatbiq (Alqahira: dar alkitab alhadithi).
- NASA. (2023). What is artificial intelligence (AI)? National Aeronautics and Space Administration. Retrieved August 21, 2025, from <https://www.nasa.gov/artificial-intelligence>
- IBM. (2024). What is artificial intelligence (AI)? International Business Machines Corporation. Retrieved August 21, 2025, from <https://www.ibm.com/topics/artificial-intelligence>.
- Al-Shammari, Alaa. (2021), al'ielam almaryiyu fi zili tahadiyat aldhaka' aliastinacii: dirasat tahliliata, majalat aladab, 137(1). 717- 742.
- Musa, Menna Allah. (2022), suluk himayat alkhususiat alraqimat albuyumitriat ladaa mustakhdimi tatbiqat altazyif aleamiq min talabat aljamieat almisriati, almajalat alarabiat libuhuth al'ielam walaitisali, 37(1). 184- 239.
- Al-Dulaimi, Abdul Razzaq. (2011). al'ielam aljadid walsahafat al'iilikturni (Al'urdun: dar wayil lilnashari).
- Abdullah, Walaa. (2022). altaathirat alnafsiat walaijtimaciat liltanamur al'iilikturnii eabr mawaqie altawasul alaijtimacii ealaa almurahaqati, dirasatan fi daw' nazariat tathir alshakhs althaalithi, almajalat aleilmiat likuliyat altarbiat alnaweiat, (jamieat Almanufia: kuliyat altarbiat alnaweiat, 30(2).
- Saleem, Muhammad. (1997). al'amn alqawmiu alarabiu: qadaya wa'iishkaliaati. Alqahira: dar Almustaqbal alarabii.
- Noir, Abdel Salam. (2003), al'amn alqawmiu alarabiu fi ealam mutaghayiri. Alqahira: alhayyat almisriat aleamat lilkitabi.
- Motawa, Nismah. (2022). andimaj aljumhur fi mawaqie altawasul alaijtimacii watathirih ealaa alkhawf almujtamaei ladayhim: dirasat maydaniat fi 'iitar nazariat alghars althaqafii. majalat albuht al'ielamiati, jamieat al'azhar- kuliyat al'ielam. 62(2).
- Santosa, I. P., & al. (2005). User satisfaction and user involvement in information seeking activity. European Journal of Information Systems, 14(4), 361–370. https://www.researchgate.net/publication/32042359_activity_seeking-information_with_a
- Khalifa, Hussein. (2020) almaswuwliat alaijtimaciat lilbaramij alhawariat fi altilfiyun albahraynii fi tanawul 'ada' alsultat altashrieiat, majalat aldirasat al'ielamiati, 54(2).

- Ibrahim, Safaa. (2020), tawzif maharat alqayim bialiaitisaal fi wasayil al'ielam alhadithati: dirasat wasfiatan astiqrayiyat majalat alarabii lildirasat al'ielamiati, 9(2).
- Siegal, L., & McCormick, C. (2006). Criminology in Canada: Theories, Patterns, and Typologies. P10.
- Ali, Marwa. (2022). 'iisham nazariat al'anshitat alruwtiniat fi fahm aljarayim alsybiraniati: dirasat astitlaeiat. almajalat almisriat lileulum aliajtimaeiat walsulukiati, 6(4), 114-130. sa 120
-) Argun, Uğur & Dağlar, Murat (2016), Examination of Routine Activities Theory by the property crime. Op.cit, pp.1188-1189.
-) https://www.youtube.com/watch?v=CR8epE-V_oQ
- <https://www.reuters.com/fact-check/arabic/KJNNUGUASVP6PAYI67DCSL56YY-2025-08-19/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=zdl-xwIGAaE>
- ([https://www.reuters.com/fact-check/arabic/I6I5EFRDE5NALB5F6HHCQBZHWQ-2025-08-14 /](https://www.reuters.com/fact-check/arabic/I6I5EFRDE5NALB5F6HHCQBZHWQ-2025-08-14/)
- <https://www.reuters.com/fact-check/arabic/WRYLI5SRBRNRZC736OTRXHKWMU-2025-08-13/>
- <https://www.reuters.com/fact-check/arabic/JSEQ3NCU4JNTZCJOWCVEYDAEWQ-2025-07-31/>
- <https://www.reuters.com/fact-check/arabic/4EEWK2Y2YNIUDEEC6GWYOVCY57M-2025-08-15/>
- <https://www.reuters.com/fact-check/arabic/T5B42VBHLNMOTIENQWPJ2RMLEE-2025-08-21/>
- <https://x.com/SyrAlqsb/status/1709719946563891337>

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication



Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Assistant professor at Faculty of Mass Communication,
Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

- Issue 76 October 2025 - part 3
- Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555
- International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X
- International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.