https://doi.org/10.68724/OUM-2026-12-SU-004

# الإعلَامُ وَصِنَاعَةُ الفَوْضَى المَعرِفِيَّةِ

■ أ. د. حسن على محمد[٢]

## ملخّص

تتنــاول هذه الدراســة دور الإعلام في صناعة الفــوضى المعرفية، وأســاليبها، وتقنياتها، وأثرها على الفرد والمجتمع، ودورها في هدم الدول، مع الإشــارة إلى بعض من هذه الدول التي وقعت فريســة للفوضى المعرفية بوصفها فعلاً اســتراتيجيًّا، يقوم على توظيف الإعلام والمعلومــات أثناء الأزمات، لكسر التوازن النفــسي والاجتماعي لمجتمع ما، بهدف تدمير قدرته على المقاومة، ما يسهِّل إعادة تشكيله أو السيطرة عليه من قوى داخلية أو خارجية.

لم يعد التحدِّي- الآن- هو حجب الحقيقة، بل هو فوضى المعلومات الكاذبة التي تنشر مئة رواية كاذبة عن الحقيقة الواحدة، ليصاب العقل بـالإعياء المعرفي، فيتوقَّف عن البحث عــن الحقيقــة، ويكتفي بما يوافق خطط صناع الفوضى. ونلاحظ أنَّ مشــكلة المؤسَّســات الإعلامية لم تعد في «نقص» المعلومة، بل في «ســمِّيّة» فائض المعلومات التي نطلق عليها (Information Entropyp) حيث تؤدِّي كثرة البيانات المتضاربة إلى حالة من العشــوائية وعــدم اليقين، لهدم الجدران النفســية قبل الجدران المادية للدول؛ حيث يجري اســتغلال الخوارزميات والتعدُّد العرقي واللُّغوي لصناعة حالة من "التيه المعرفي". وتبرز الإشــكالية في عــدم تكافؤ القوى الإعلامية بين الإعــلام الغربي المتطوِّر والإعــلام المَحلّي، ما يجعل المجتمعات عرضة للاهتزاز الأمني والسياسي، لا سيّما في أوقات الحروب.

**الكلمات المفتاحية**: فوضى المعلومــات، غمر المعلومــات، التضليل الإعلامــي، التزييف العميق، خوارزميات الاستقطاب، البوتات، اقتصاد الانتباه، عدم اليقين.

١ - عميد كلية الإعلام، جامعة المدينة بالقاهرة، العميد الأسبق لكلية الإعلام، جامعة السويس - مصر.

# Media, Manufacturing of Epistemological Chaos

■ Prof. Ali Hassan Ahmad[1]

## Abstract

This study examines the role of the media in creating epistemic chaos, the methods and techniques through which it operates, and its impact on individuals, societies, and ultimately the stability of states. It also highlights examples of countries that have fallen victim to this strategic practice, which employs media and information during times of crisis to undermine psychological and social stability, weaken society's capacity for resistance, and facilitate its control or reconstruction by internal or external actors. It argues that the primary challenge today is no longer the suppression of truth, but the flooding of the public sphere with false and conflicting information that presents multiple competing versions of the same reality. This phenomenon produces "epistemic fatigue," discouraging individuals from seeking the truth and leading them to accept narratives that serve the agendas of those who manufacture disorder.

Furthermore, the study contends that the problem facing modern media institutions is not a lack of information but the toxicity of information overload. The excessive volume of conflicting data creates a state of uncertainty and information entropy, contributing to the erosion of the psychological resilience of states before their physical structures are threatened. By exploiting digital algorithms and existing ethnic and linguistic divisions, media actors can generate a state of epistemic disorientation. The study also emphasizes the significant gap between advanced Western media systems and local media institutions, making many societies more vulnerable to political and security instability, particularly during periods of war and crisis.

## Keywords:

Information Chaos, Information Overload, Disinformation, Deep fakes, Polarization Algorithms, Bots, Attention Economy, Uncertainty.

1 -Dean of the Faculty of Media, Al-Madina University in Cairo, former dean of the Faculty of Media, Suez University - Egypt.

## مقدّمة

تُعدّ الخوارزميَّات «المهندس الماكـر الخفي، القابع خلف كواليس الفوضى المعرفية؛ فهي لا تكتب المحتوى، لكنَّها تختار «المحتوى الأكثر إشعالاً للحرائق»، وتضعه أمام أعين الملايين في اللحظة الحرجة، وتخفي المحتوى الأكثر تعقُّلاً، وتشـوِّش عليه بإغراق المستخدِم بملايين المعلومـات التافهة. ولأنَّ التقنيات في تطوُّرها أسرع مـن التشريعات، نجد أنَّه ـ حتى الآن ـ لا يوجـد تشريع يواجه صُنَّاع الفوضى عبر الإعلام الرقمي، الأمر الذي صنع فجوة تشريعية مقلقة، فبينما يحتاج القانون لسـنوات مـن النقاش والتشريع والاعتماد، تتطـوَّر الخوارزميات والذكاء الاصطناعي في غضون أيام وساعات.

لـذا، فإنَّ «وعـي المُتلقِّي» لم يعد مجرَّد خيار خُلُقي، بل أصبـح «خطّ الدفاع الأوَّل والأخير عن اسـتقرار المجتمعات؛ لأنَّ صناعة الفوضى نتاج فعل استراتيجي متعمَّد، يقوم على توظيف الإعـلام والأزمات لكـسر التوازن النفـسي والاجتماعي لمجتمع ما، بهـدف تدمير قدرته على المقاومة، ما يسهل إعادة تشكيله أو السيطرة عليه من قوى داخلية أو خارجية.

وتحتاج صناعة الفوضى في العصر الرقمي إلى أيادٍ مدرَّبة على توظيف الخوارزميات التي تنشر الخبر الزائف أسرع بسـتّ مرَّات من الخبر الصادق؛ لأنَّ الزائف يحقِّق تفاعلاً (Engagement) أكثر كثافة، ولأنَّ الخبر الزائف هو الوقود المحرِّك للفوضى[1].

في عـام ٢٠٢٦، تطـوَّرت الخوارزميات لتصبح قـادرة على: صناعة "بوتـات «(Bots): أي حسابات وهمية تُدار بالذكاء الاصطناعي، تدخل في نقاشات مع البشر لبثّ الشكّ

وتكذيب الحقائق الواضحة، والتلاعب بالترند (Trend Manipulation) لإيهام الناس بأنَّ

١ - ممدوح عبد الله مكاوي: الأخبار الزائفة بين الإعلام التقليدي والرقمي (دراسة تحليلية نقدية لعينة من البحوث من ٢٠١٦ ـ ٢٠٢٠)، ص ٢٥٦.

هناك مطلبًا شـعبيًّا للفوضى عبر رفع "هاشـتاجات" وَهْمِية، ما يدفـع المتردِّدين للانضمام لما يظنُّون أنَّه "إرادة شعبية".

وفي هذا الشـأن، توفِّر غرف الصـدى (Echo Chambers) بيئة خصبـة لتدمير المرجعيات والمعلومـات المضلِّلـة؛ حيث تعمـل الخوارزميات على عزل المسـتخدِمين داخـل فقَّاعات أيديولوجية وعرقية، تمنع نفاذ الحقيقة، وتُعلي من شأن الروايات المتطرِّفة[1].

ويتعاظم أثر هذه المفاهيم عند تقاطعها مع متغيرِّ التوقيت الاستثنائي، أقصد به زمن الحروب الذي تتحـوَّل فيه المعلومات من مجرَّد ضجيج رقمي إلى سـلاح فتَّاك يمسّ ‹السـيادة الرقمية ‹للدولـة، هذا السـلاح يمسي أكثر قدرة على إشـاعة الفـوضى من خلال الثغـرات البنيوية في المجتمعات ذات التعدُّد العرقي واللغوي، كما حدث في العدوان الجاري على إيران، ما يجعل من "المناعة الإعلامية" ضرورة أَمنية لا ترفًا فكريًّا.

## أوَّلًا: الإطار المفهومي:

قبل المضي في هذه الدراسة، نتوقَّف قليلاً أمام خمسة مصطلحات رئيسة على النحو الآتي:

١. مفهـوم الفوضى (Chaos) بصفة عامة: نقصد به تلك الاسـتراتيجية التي تهدف إلى ضرب ‹الإرادة السياسية› للخصم عبر إقناع الشعب بأنَّ الدولة غير قادرة على حمايته أو توفير احتياجاته الأسـاس، ما يحوّل المجتمـع إلى غابة من التناقضات تنهار فيها الدولة من الداخل دون حاجة لغزو عسكري.

٢. الفوضى الإعلامية (Media Chaos): ونقصد به حالة من السـيولة المعرفية وفقدان السيطرة على دقّة المحتوى المنشـور؛ حيث تغيب المعايير المهنية، كالموضوعية، والدقّة، والتحقُّق لصالح السرعة، والإثارة، والتوجيه الأيديولوجي[2].

---

١ - دبيح يوسف: استخدام تقنية التزييف العميق وآلية غرف الصدى في التلاعب بالرأي العام الرقمي عبر الشبكات الاجتماعية، ص٢٧٩.

٢ - كزوط هشام: الإعلام الجديد من النظام إلى الفوضى الخلاقة، ص١٣.

٢ - عبير فاروق عبد القادر: الفوضى الخلَّاقة (أبعاد سياسية واستراتيجية أمريكية في الشرق الأوسط)، ص٢٣.

٣. اضطـراب المعلومـات (Information Disorder): مصطلح يصف حالة سـيولة المعلومات المتعمَّدة، والمسبِّبة للفوضى، وتنقسم إلى ثلاثة أنواع من الاضطرابات:
أ. معلومات مغلوطة (Mis-information): يقصد بها تلك المعلومات الخاطئة بسبب ضعف الاحترافية، وقد تصنف بأنها (خطأ غير مقصود).
ب. معلومات مضلِّلـة (Dis-information): يقصد بها تلك المعلومات الكاذبة المبثوثة بهدف الخداع أو الإضرار بجهة معيَّنة (مثل إشاعات في زمن الحرب).
ج. معلومات خبيثة :(Mal-information) ونقصد بها تلك المعلومات الحقيقية التي لا تشوبها أخطاء مقصودة أو غير مقصودة ممنوع بثّها، مثل (أسرار شخصية أو عسكرية) تُنشر في "سياق خبيث"، وفي "توقيت حسَّاس" للإضرار بالخصم.
٤. غرف الصدى (Echo Chambers) وفقَّاعات من المعلومات: ونقصد بها تلك البيئة الرقمية التي لا يسمع فيها المستخدم إلا أصواتًا تشبهه، فتعزِّز انحيازه ليرفض الحقيقة إذا خالفت قناعته.
٥. السيادة الرقمية (Digital Sovereignty): ونقصد به حقّ الدولة في ممارسة سلطتها على البنية التحتية، والبيانات، والمحتوى الرقمي، داخل حدودها الجغرافية، لحماية أمنها القومي من الفوضى.

مما سبق تبيَّن:

١. أنَّ الفوضى فعل استراتيجي متعمَّد، ومخطَّط. وهي من أعمال الحرب، وتختلف عن الفوضى الناتجة عن إهمال أو تقصير.
٢. أنَّ الإعلام وقت الحرب يسـتخدم بوصفه أداة لنشر الفوضى. وهنا تكمن خطورته، ولهذا تصبح السيطرة عليه في الأزمات واجبًا وطنيًّا لمنع الفوضى.
٣. أنَّ غـرف الصدى بيئة خصبـة لنشر الفـوضى، وتدمير المرجعيـات، والمعلومات المضلِّلة.
٤. أنَّ التوقيت في توظيف الإعلام المضلِّل يزيد من فاعليّته ودوره التخريبي، لا سـيّما وقت الحروب.

## ثانيًا: الفوضى أثناء الأزمات والحروب:

قدرة الإعلام على صناعة الفوضى مرهونة بالأزمات، والحروب، والكوارث، والاضطرابات؛ حيث يسهم إعلام الظلّ (The Great Panic) في صناعة الذُّعر، كما حدث أثناء "جائحة كورونا"؛ حيث قامت مجموعات غير رسمية على "واتساب" و"تليجرام" بنشر الشائعات عن فساد اللَّقاحات، أو نقص الغذاء، ما خلق فوضى في الأسواق بسبب الذعر الإعلامي[1].

خير مثال: فوضى (دونالد ترامب – Donald Trump)؛ حيث وظَّف الرئيس الأمريكي (ترامب) منصَّته "تروث سوشيال" أثناء عدوانه على إيران، باعتبارها أداة استراتيجية لما يُسمّى «الدبلوماسية الرقمية الهجومية»، كي تسهم في إثارة الفوضى في إيران والأسواق العالمية، للضغط على أوروبا من خلال عدَّة مسارات:

١. تقويض "الدبلوماسية التقليدية»؛ حيث كسر ترامب قواعد الدبلوماسية التقليدية بمنشوراته، ليسهم في خلق حالة من اللا يقين العالمي، فعندما يقرأ الحلفاء والخصوم تهديدات حربية في "تغريدة" بدلاً من بيان رسمي، يسود الارتباك في الأسواق المالية ودوائر القرار، وهو أُولى خطوات الفوضى.

٢. صناعة "الذعر اللحظي": تتميز منشورات ترامب باللغة العاطفية والمباشرة (مثل استخدام الحروف الكبيرة، والنعوت القاسية التي وصف بها الإيرانيين، لإغلاقهم مضيق هرمز). ونلحظ أنَّ هذا النوع من الخطاب يستهدف "العقل الغريزي" للجمهور، وليس العقل التحليلي. فعندما يتحدَّث عن "تدمير حضارة"، أو "سقوط وشيك لنظام"، فإنَّه يحفِّز حالات الذعر داخل المجتمع المستهدَف (إيران)، ما قد يؤدِّي إلى اضطرابات في العملة أو تهافت على التخزين.

٣. التحريض على "الانقسام الداخلي»: كثيراً ما وجَّه (ترامب) رسائله مباشرة للشعب الإيراني (مثل قوله: «نحن معكم» و«تحرَّروا»... ونلاحظ هنا أنَّ هذه الرسائل تخلط بين الدعم الإنساني والتحريض السياسي. فمن منظور صناعة الفوضى، يهدف هذا

---

١ - عديل أحمد آل شومان: دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية: وباء فيروس كورونا نموذجًا، ص١٩٤.

الخطاب إلى تعميق الشرخ بين الشـعب والسـلطة، ما يفتح البـاب أمام الصراعات الأهلية. مارس (ترامب) سياسة "حافة الهاوية" الرقمية عبر المنصَّات، لاختبار ردود الفعل (Trial by Media)، فمثلاً: نشر تهديدًا شديد اللهجة على حسابه: "غدًا سأفني حضارة" ليرى كيف سيرد الخصم، وكيف ستتفاعل الأسواق.

٤. تهميـش «الحقيقة» مقابـل «التفاعل»: يُقـاس النجاح بالنسـبة إلى (ترامب) بمدى الانتشـار، فلا يهمّ إذا كان محتوى المنشـور دقيقًا بنسـبة ١٠٠٪، بـل المُهمّ هو أن "يهزّ" الرأي العام. هذا الأسلوب لا يدمّر القانون الدَّولي فحسب، بل ينسف "القدرة على التنبُّؤ» (Predictability) التي يقوم عليها الاستقرار العالمي[١].

## ثالثًا: تجارب دَولية مؤلمة قام فيها الإعلام بدور خطير في صناعة الفوضى:

١. في روانـدا، كانت إذاعة تلال هـي النموذج الأوضح في التاريـخ الحديث لصناعة الفوضى من خلال بثّ خطاب كراهية مباشر ضدّ فئة من المواطنين، ممن وصفتهم الإذاعة (بالصراصير)؛ حيث لم تكتفِ بنقل الخبر، بل كانت تعطي إحداثيَّات وأسماء لأشخاص ليجري استهدافهم، ما حوَّل الإعلام من وسيلة إخبارية إلى "غرفة عمليات" أدارت إبادة جماعية في ظرف ١٠٠ يوم فقط[٢].

٢. في ميانمار، تسبَّب الإعلام في مذابح «الروهينجا»؛ حيث لعبت خوارزميات فيسبوك دورًا دنيئًا فيها ـ وفق تقارير الأمم المتحدة ـ أقرَّت بأنَّ منصَّات التواصل الاجتماعي لعبت دورًا حاسـمًا في نشر الكراهية، من خـلال "خوارزميات التفاعل" التي تعطي الأولوية للمنشورات العنيفة؛ لأنَّها تجذب تعليقات أكثر، ما أدَّى إلى تحريض شعبي، انتهى بعمليات تهجير قسري وفوضى أَمنية شاملة.[٣]

---

1 - C. Wardle & Derakhshan: Information Disorder (Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking), p22.

٢ - حسن علي محمد: محاضرات في الإعلام الأفروآسيوي، ص٤٥.

3 - Jesudas M. Athyal (editor): Religion in Southeast Asia (An Encyclopedia of Faiths and Cultures), p194.

٣. في الحرب الروسية الأوكرانية، قد لعب التزييف العميق (Deep fakes) دورًا مؤثّرًا بنقل الحرب الإعلامية من "تزوير الخبر" إلى تزوير الواقع، عبر مقاطع فيديو مفبركة لقادة سياسيين روس، يدلون بتصريحات مستفزّة، أو قادة عسكريين أوكران يطلبون من جنودهم الاستسلام.

٤. في العراق، لعب الإعلام دورًا كريهًا في إثارة الفوضى، وهدم النظام القائم؛ حيث فضح المُفكِّر الأمريكي (هربرت شيلر – Herbert Schiller)، في كتابه "المتلاعبون بالعقول"[١]، النوايا الأمريكية الصهيونية، وكشف كثيرًا من الآليات الإعلامية التي جعلت الظنّ يقينًا زائفًا، وأدَّت إلى فوضى لم يستفق العراق منها حتى الآن.

من أمثلة ذلك:

أ. أكذوبة «أسلحة الدمار الشامل» (تزييف الحقيقة): كانت صحيفة "نيويورك تايمز"[٢]، ووكالات الأنباء الكبرى تنشر تقارير تستند إلى مصادر استخبارية مجهولة عن وجود أسلحة نووية وكيميائية، وقد تبيَّن لاحقًا أنَّ تقارير الصحفية (جوديث ميلر – Judith Miller)، الناشرة للخبر، مفبركة بالكامل.

ب. استراتيجية الصحفيين الملحقين (Embedded Reporters): ابتكرت البنتاغون فكرة إلحاق الصحفيين بالوحدات العسكرية، ليروا الحرب من منظار الدبَّابة التي تحميهم فقط[٣].

ج. وقد أدَّى هذا إلى اختفاء الموضوعية، وأصبح الخبر يُنقل برأي "الجندي المدافع" لا "الصحفي المحايد". جرى تصوير الغزو كأنَّه "رحلة تحرير"، بينما كان الواقع يؤسِّس لفوضى أَمنية واجتماعية دمَّرت بنية الدولة العراقية.

د. شيطنة الآخر (نزع الإنسانية) لصناعة الفوضى: يجب أوَّلًا إقناع الجمهور بأنَّ الطرف الآخر «خارج عن الحضارة»، كما فعل الإعلام الصهيوني في شيطنة

---

١ - هربرت شللر: المتلاعبون بالعقول، ص٢٤٩.

2 - Joe Concha: New York Times editor deletes and apologizes for past offensive tweets.

٣ - هربرت شيللر: المتلاعبون بالعقول، ص٥٥.

حماس، وكـما فعل الإعلام الأمريـكي بتوظيف مصطلحـات، مثل: «محور الشرّ»، و«الفاشـية الإسلامية»، ما ترتَّب عليه خلط الخبر السياسي برأي ديني أو خُلُقي متطرّف، يشرعن اسـتخدام أقصى درجات العنـف، ما خلَّف فراغًا سياسيًّا ملأته الجماعات المتطرِّفة لاحقًا[1].

ه. التعتيـم على «كلفة الفوضى» أثناء الغزو: فرض الإعلام الأمريكي تعتيمًا على صـور جثامين الجنود العائديـن، أو أعداد القتلى من المدنيين (الذين سُـمّوا ببرود "أضرارًا جانبية")، وعندما اسـتيقظ العالم على حقيقة الفوضى، كان قد فات الأوان.

## رابعًا: أساليب صناعة الفوضى عبر الإعلام:

١. **تلويـن الأخبار:** يقوم صُنَّاع الفـوضى الإعلامية بتلوين الأخبار (اسـتخدام الألفاظ المشحونة)، وخلط الخبر بالرأي، وتوظيف خطاب الكراهية. فمثلاً: بدلاً من القول: (خرجـت مظاهرة في المدينـة X) ، يقول المذيع: (خرجت شرذمـة من الغوغاء في المدينـة X)، الخبر هنا (مظاهرة)، أمَّا الرأي (شرذمة غوغاء)، فقد جرى دسّـه داخل الخبر ليحكم على الحدث قبل أن يراه المشـاهد، ما يخلق صدامًا فوريًّا بين مؤيِّدي الوصف ومعارضيه.

يركِّز تلوين الأخبار على "النتائج" ويتجاهل "الأسباب". هذا التلوين يشحن الجماهير عاطفيًا تجاه جهة معينة، ما يحوّل أي احتكاك بسيط في الشارع إلى شرارة لانفجار كبير.

وفي الآتي نعرض أمثلة حيّة على «تلوين الأخبار»:

أ. تغطية شـبكة «CNN» الشؤون السياسـية الأمريكية، غالبًا ما يجري استخدام أفعال تحمـل حكمًا قِيميًّا بدلاً مـن وصف الفعل، مثلاً: عنـد إنهاء الإغلاق الحكومي في عهد (ترامب)، استخدمت «CNN» في شريط الأخبار (Banner)

1 - Human Rights Watch: The government could have stopped this, p5.

عبارة «ترامب يتراجع" (Trump Caves)، كلمة "يتراجع" هنا ليست مجرّد لفظ يحمل إيحاءً بالهزيمة، بل هي "تلوين" يهدف إلى دفع المشاهد لتبنّي موقف معيّن.

ب. وقعت وكالتا «رويترز» و«أسوشـيتد برس» كثيراً في فخ الانتقائية اللغوية التي تشكِّل وعيًا مشـوَّهًا. من ذلك مثلاً: تسـتخدم هاتان الوكالتان، في النزاعات المسـلَّحة، المبني للمجهول عند الحديث عـن ضحايا طرف معين، والمبني للمعلـوم عند الحديـث عن الطرف الآخر. (طرف أ): «مقتل ٥٠ شـخصًا في غارة» (تجهيل الفاعل). (طرف ب): «الصواريخ تقتل ١٠ أشخاص» (تحديد الفاعل)، هذا خلط متعمَّد يوجِّه «التعاطف» و«الإدانة» بشكل آلي دون أن يشعر القارئ، وهو جوهر صناعة الاستقطاب المؤدِّي للفوضى.

ج. تهتم شبكة «Fox News» دائمًا باسـتخدام لغة مشحونة ضدّ المهاجرين غير الشرعيـين في أمريكا، لتجعل منهم أزمـات أَمنية، فمثلاً: عنـد الحديث عن تدفُّق المهاجرين، تستخدم الشبكة بانتظام مصطلح «غزو» (Invasion)، كلمة «غزو» مصطلح عسـكري يوحي بوجود عدوّ مسلَّح قادم للتدمير، بينما الخبر هو «وصول أعداد من المهاجريـن». خَلْط هذا الوصف بالخبر، يحوِّل قضية إنسانية أو قانونية إلى حالة من الذعر القومي، ما يبرِّر العنف أو الفوضى لاحقًا.

د. يُستشهد بقناة "الجزيرة" (النسخة العربية مقابل الإنجليزية) كثيراً في دراسات الإعـلام بوصفهـا نموذجًا لـ«تلوين الخبر حسـب الجمهـور». فقد حدث مرَّات عدّة وصف الحدث نفسـه في النسخة العربية بـ «عملية استشهادية» أو «مقاومة»، بينما في النسخة الإنجليزية يوصف بـ «هجوم مسلَّح» أو «عنف». هذا التباين يوضِّح أنَّ الخبر ليس مقدَّسًا، بل هو مادّة «تُشكَّل» عاطفيًا لتناسب ثقافة الجمهور المستهدَف، وتدفع باتجاه أجندة معينة.

٢. **التلاعب بالصور**: قـام الذكاء الاصطناعي من خلال التزييف العميق (Deepfakes) بتدمـير اليقين البـصري، لينقلنا إلى أخطـر مراحل صناعة الفـوضى؛ حيث لم تعد

«الرؤيــة هي التصديق». فقد أمكــن للذكاء الاصطناعي إنتاج صــور ومقاطع فيديو لقادة يصنعون أفعالاً شائنة بدقّة لا تفرّقها العين المجرّدة.[١]

مثال: صورة «انفجار البنتاغون» المزيَّفة التي انتشرت في عام ٢٠٢٣، وأدَّت إلى هبوط لحظي في البورصــة الأمريكية. هذه «فوضى اقتصادية» صنعتها صورة وَهْمية. أو خلق أحداث لم تقع: توليد صور لمواجهات دامية بين عرقيتين أو طائفتين في منطقة متوتّرة. بمجرَّد انتشــار الصورة، قد تندلع الفوضى في الشارع "انتقامًا" لحدث لم يحدث أصلاً إلا في معالجات الحاسوب[٢].

ويسهم التكرار البصري (الذي أتقنته قناة الجزيرة خلال الحرب على العراق؛ حيث كانت تكرِّر عرض صور الدمار بشــكل متواصل) في خلق شعور بالانهيار الوشــيك، ما قد يدفع الجماهير لسلوكيات فوضوية ناتجة عن «الذعر الجمعي»[٣].

وخلال (الربيع العربي) قامت كثير من وسائل التواصل الاجتماعي بتزييف السياق، من خلال إعادة تدوير صور قديمة من حروب سابقة ونسبها إلى حدث جارٍ في دولة عربية، لنشر الفوضى. (مثلاً: في مصر، جرى تصوير حشود في مهرجان فنِّي، والادِّعاء أنَّها «مظاهرات مليونية» لإسقاط شرعية نظام، ما ضلَّل الرأي العام، وخلق حالة من الفوضى السياسية).

## خامسًا: توظيف التكنولوجيا في صناعة الفوضى:

لا تهتمّ الخوارزميات بالحقيقة أو الكذب، بل تهتمّ بـالاستبقاء (Retention)؛ أي بقاؤك أطول فترة ممكنة على المنصّة. ومن هنا، تبدأ صناعة الشكّ والالتباس عبر المسارات الآتية:

١. تعزيــز انحياز التأكيــد (Confirmation Bias): لا حياد في التقنيــة دون وعي، ولا عدالة رقمية دون مســاءلة. فالخوارزميات تعكس القِيم التي صُمِّمت بها، ولا يمكن الركون إلى عدالة مصطنعة تخفي تحيّزات واقعية. ولهذا يجب ضبطها، ومراقبة أثرها،

---

١ - محمد كرم كمال الدين الصاوي: تكنولوجيا التزييف العميق (دراسة حول الجوانب المظلمة للذكاء الاصطناعي)، ص١٦.

2 - Bahar Uddin Mahmud and Afsana Sharmin: Deep Insights of Deep fake Technology (A Review), pp13-23.

٣ - كوام ماكينزي: القلق ونوبات الذعر، ص٤٣.

وإعادة توجيهها نحو الخير العام والكرامة الإنسانية. تدرس الخوارزميات تفضيلاتك بدقّة، فإذا نقرت مرّة واحدة على فيديو يشكّك في مصداقية الأُمم المتّحدة، ستقوم الخوارزمية بمحاصرتك بمئات الفيديوهات المشابهة. هذا العزل الفكري يلغي "الأرضية المشتركة" بين المواطنين، ما يجعل أي حوار وطني مستحيلاً، ويحوّل الخلاف إلى صدام. لهذا، نرى أنَّ الإصرار على تصوير الخوارزميات على أنَّها كيانات محايدة هو اختزال للواقع، وتبرئة ضمنية لمصمِّميها من المسؤولية الخُلُقية. وإذا أردنا مستقبلاً رقميًّا أكثر إنصافًا، فعلينا مساءلة الأدوات والوعي بمحدوديّاتها، وعدم التسليم لها بوصفها مرجعًا نهائيًّا للحقيقة[1].

٢. إعطاء الأولوية لـ "المحتوى السام" (Amplification of Toxicity): هناك بعض الأشخاص، من غير قصد، من الممكن أن يبثّوا محتوى «سامًّا»، ولكن عندما نلفت نظرهم يتوقّفون عن ذلك؛ أي إنه قد لا يدرك الشخص «الناشر» للمحتوى السامّ أنَّ محتواه سامّ[2]. لذلك، فإنَّ الشخص الواعي الذي ينتبه لأي محتوى «سام» أن يخبر صاحبه ويوجِّه له النصيحة، أو يلفت الانتباه إلى أنَّه عندما يريد أن يشارك فكرة أو رسالة يجب أن يكون حذرًا، ولديه أمانة في نقل الرسالة. وقد أثبتت دراسات مسرَّبة من داخل شركات التقنية، مثل «فيسبوك» و«تيك توك»، أنَّ الخوارزميات تمنح انتشارًا أكبر قرابة من ٦ إلى ١٠ أضعاف للمنشورات التي تحتوي على: غضب، وسخرية، وكراهية، وأخبار صادمة.

٣. صناعة الالتباس: الخبر المتَّزن والهادئ لا ينتشر. لذا، يضطرّ الجميع، حتى العقلاء، لتلوين أخبارهم بالحدّة والشكّ، لكي لا يراهم أحد. النتيجة هي «بيئة رقمية» تبدو كأنَّها ساحة حرب دائمة، ما يوحي للناس بأنَّ الواقع منهار تمامًا، وهذا يمهِّد للفوضى الميدانية.

٤. تقنية «الغمر المعرفي»: تستخدم الخوارزميات استراتيجية "الإغراق". عندما يقع

١ - عائشة فرحان العنزي: «الحياد الخوارزمي (تفكيك وهم الموضوعية في الذكاء الاصطناعي)».
٢ -رشا كناكريه: إحباط وأذى يلقيان بظلالهما على متابعين، ص٥.

حدث سياسي مُهمّ، تضخ الخوارزمية آلاف التفسيرات المتناقضة في ثوانٍ. الهدف: ليس إقناعك برواية واحدة، بل إرهاق عقلك حتى تصل لمرحلة تقول فيها: "الحقيقة غير موجودة، والجميع يكذب". عندما يفقد المجتمع اليقين في الحقيقة، يسهل قيادته عبر الشائعات، وتصبح الفوضى هي الحالة الطبيعية[1].

٥. التوصية نحو التطرّف (The Rabbit Hole): الخوارزميات مصمَّمة لتأخذك من المحتوى "العادي" إلى المحتوى "الأكثر حدَّة" لضمان إثارتك، وقد تبدأ بمشاهدة فيديو عن "انتقاد قرار سياسي"، فتقوم الخوارزمية بتوصية فيديو عن "مؤامرة دَولية"، ثمَّ تنتهي بك إلى فيديوهات تحرِّض على "العنف المسلح"، أو "العصيان الفوضوي". تعمل الخوارزمية هنا بطريقة تجرُّنا نحو حافة الهاوية.

٦. حسابات "الذباب الإلكتروني" واللجان: وهي جيوش من الحسابات الوهمية (Bots)، تُدار برمجيًّا لتضخيم وسم (Hashtag) مُعيَّن، أو الهجوم على فكرة معيَّنة.

٧. منصَّات التواصل الاجتماعي المفتوحة: تسمح منصَّات التواصل الاجتماعي بنشر المحتوى دون التأكُّد من هُوية المصدر أو دقَّة المعلومة.

٨. المواقع الإخبارية "الصفراء": تتقمَّص مواقع شكل الوكالات الرسمية، لكنَّها تهدف فقط لزيادة عدد الزيارات عبر العناوين المضلِّلة.

٩. تطبيقات المراسلة الفورية (WhatsApp/Telegram): التي تعتبر بيئة خصبة لتداول "النصائح الطبية"، أو "الأخبار العاجلة" مجهولة المصدر بعيدًا عن الرقابة.

١٠. تقنيَّات الغرف المظلمة (Echo Chambers): تساهم الخوارزميات في حصر المستخدمين داخل فقاعات فكرية تعزز قناعاتهم السابقة فقط. وهذا يؤدي إلى انعدام الحوار المشترك ورفض الآخر تمامًا، وهو ما يمهد الطريق للعنف اللفظي والمادي.

١١. هندسة الذباب الإلكتروني (Bot Farms): هذه الآلية هي السلاح الثقيل في معارك الوعي؛ حيث يجري استخدام آلاف الحسابات الوَهْمية، لنشر وسم (Hashtag) مُعيّن

١ - دبيح يوسف: استخدام تقنية التزييف العميق وآلية غرف الصدى في التلاعب بالرأي العام الرقمي عبر الشبكات الاجتماعية، ص٢٧٩.

لإعطاء انطباع زائف بأنَّ هناك "إجماعًا شعبيًا" على فكرة ما، وتقوم هذه الحسابات بالهجوم على شخصية مُعيّنة، أو فكرة مُعيّنة بآلاف التعليقات المسيئة في وقت واحد لإسكات الصوت العاقل[1]. هذه الحسابات الوَهْمية لا تكذب مباشرة، بل تضع الخبر في "إطار" خبيث. (مثلاً: تصوير إجراء اقتصادي ضروري على أنَّه "مؤامرة لتجويع الشعب"). تكرَّر هذا مع كلّ زيادة في أسعار الطاقة في مصر، بهدف نشر السخط العام.

١٢. صناعة الواقع البديل: جرى في مصر عند طرح الجيش بديلاً عن (حسني مبارك)، وقَبول المجلس العسكري حلاًّ مؤقّتًا؛ حيث استخدمت بعض القنوات الفضائية العربية تقنيات "المونتاج السينمائي"، لإظهار أنَّ البلاد سقطت بالفعل في أيدي المتظاهرين قبل أن يحدث ذلك على أرض الواقع. أدَّى هذا إلى انهيار الروح المعنوية لقوات الشرطة، وحدوث "فوضى" حقيقية ناتجة عن "خداع إعلامي".

١٣. التضليل الإعلامي(Disinformation) : لا يقتصر الأمر على الكذب، بل يشمل:

أ. اجتزاء النصوص: أخذ جملة صحيحة من سياقها لتعطي معنىً معاكسًا (التيار العلماني أدمن هذه الحيلة في حربه على الإسلام).

ب. خلط السمّ بالعسل: نشر ٩٠٪ من الحقائق مع ١٠٪ من الأكاذيب المؤثِّرة، ما يجعل المتلقّي يصدّق الخبر كاملاً.

ج. الإغراق المعلوماتي (Information Overload): ضخّ كم هائل من الأخبار المتلاحقة في وقت قصير، ما يصيب المتلقِّي بحالة من "الارتباك الذهني" تجعله عاجزاً عن التمييز بين الغثّ والسمين، أو القدرة على التحليل المنطقي.

د. تضخيم الصراعات: التركيز على نقاط الخلاف الصغيرة، وتصويرها بوصفها أزمات وجودية غير قابلة للحلّ.

---

١ - أحمد معط الله: أثر وسائل الإعلام على الوعي المجتمعي، ص٣٠٦-٣١٧.

ه. الاستقطاب العاطفي: الاعتماد على إثارة الغرائز أو العواطف (الغضب، والخوف، والطائفية) بدلًا من مخاطبة العقل. فالأخبار التي تثير الغضب تنتشر أسرع بـ ٦ أضعاف من الأخبار الموضوعية.

و. صناعة "اللا يقين" (Manufacturing Doubt): لا يهدف الإعلام أحيانًا لإقناعك بكذبة، بل يهدف فقط إلى جعلك تشكّ في كلّ شيء. عندما يصبح كلّ شيء موضع شكّ، يصاب المجتمع بالشلل في اتّخاذ القرار، وتنهار الثقة في المؤسَّسات الرسمية والعلمية، ما يفتح الباب للفوضى.

ز. صحافة "الترند"، والإثارة، والسعي وراء المشاهدات (Ratings) يدفع بعض الوسائل الإعلامية لتسليط الضوء على نماذج سلبية، أو حوادث فردية، وتصويرها على أنَّها ظواهر عامة، ما يشيع الإحباط واليأس بين الناس.

ح. التزييف العميق (Deepfake): استخدام الذكاء الاصطناعي لتركيب فيديوهات أو أصوات لشخصيات عامة تقول أشياء لم تقلها في الواقع، وهو أسلوب يصعب على المواطن العادي كشفه.

ط. استغلال "المؤثرين" (Influencer Laundering): تبدأ المعلومة الزائفة أحيانًا من حساب مجهول، ثمَّ يجري تمريرها لمؤثِّرين يمتلكون ملايين المتابعين، سواء بعلمهم أم بجهلهم. وبمجرَّد أن ينطق المؤثِّر بالمعلومة، تكتسب "شرعية اجتماعية" لدى أتباعه، ويصبح من المستحيل إقناعهم بزيفها لاحقًا.

ي. استراتيجية "الإلهاء المستمرّ": صناعة سلسلة متواصلة من "الأزمات الصغيرة" أو "الفضائح" التافهة. الهدف هو استنزاف الطاقة الذهنية للمجتمع، بحيث لا يجد الوقت أو القدرة على التركيز في القضايا المصيرية، أو التفكير بعمق في الحقائق.

## سادسًا: دور وسائل التواصل الاجتماعي في مضاعفة الفوضى[1]:

إذا كان الإعلام التقليدي يلوِّن الأخبار «يدويًّا»، فإنَّ وسائل التواصل الاجتماعي تقوم بذلك عبر الذكاء الاصطناعي والسرعة الفائقة:

اختفاء "حارس البوابة" (Gatekeeper): في السابق، كان هناك محرِّر يدقِّق في الخبر. اليوم، أي شخص يملك هاتفًا يمكنه كتابة خبر ملوَّن برأيه الشخصي، ونشره ليصل إلى الملايين في ثوانٍ. في هذه البيئة، الرأي الصاخب يغلب الخبر الصادق.

اقتصاد الانتباه (Attention Economy): تربح المنصّات من "البقاء لفترة أطول". لا يجذب الخبر المجرّد الهادئ أحدًا، بينما الخبر الملوَّن بالشتائم، والإثارة، والفتنة، يحقِّق ملايين المشاهدات. لذا، فإنَّ النظام التقني نفسه "يشجِّع" على صناعة الفوضى لأنَّها "مربحة".

أصبح المؤثِّرون الرقميّون يؤدّون دورًا بديلاً عن المؤسّسات الإعلامية التقليدية؛ حيث تحوّل "المؤثّر" لدى شريحة واسعة من الجمهور إلى مصدر للأخبار والمعلومات. لكنّ كثيراً من هؤلاء لا يلتزمون بالمعايير المهنية المتعارف عليها، ما يؤدّي إلى تداخل المحتوى الشخصي والآراء السياسية مع الأخبار غير المكتملة أو غير المتحقَّق منها، وهو ما يسهم في تشكيل وعيٍ مضطرب أو مشوَّه لدى أعداد كبيرة من المتابعين، ولا سيِّما فئة الشباب.

## سابعًا: دور مستخدم الإنترنت والتوقيت في صناعة الفوضى:

تحدد نِيَّة المستخدِم وتوجُّهاته نوع الفوضى ومداها، في هذا الشأن لدينا ثلاثة أنواع:

١. المستخدم «المؤدلَج»: هدفه ليس الحقيقة بل «الانتصار» لفكرته. يستخدم فوضى المعلومات باعتبارها غطاء لضرب خصومه، ويعتبر في داخله أنَّ التضليل «ذكاء سياسي» أو «جهاد إلكتروني».

٢. المستخدم «النفعي» (الباحث عن الترند): هدفه الربح المادي فقط، ويصنع الفوضى؛ لأنَّه يعلم أنَّ «الفضيحة» و«الخوف» يجلبان المشاهدات، والمشاهدات

1 - P. W. Singer, & Emerson T. Brooking: Likewar (The Weaponization of Social Media), p90.

تعني دولارات. هذا المستخدِم هو محرّك الفوضى اليومي.

٣. الدول وأجهزة المخابرات: أهدافها استراتيجية، مثل: زعزعة استقرار المجتمعات المعادية من الداخل، وتفتيت الجبهة الداخلية عبر نشر التشكيك والإحباط.

أمَّا التوقيت، فيختلف في زمن السلم أو زمن الحرب:

التوقيت هو "المضاعف" لقوّة الفوضى الإعلامية. الخبر الذي قد يمرّ مرور الكرام في وقت السلم، قد يشعل ثورة أو يتسبَّب في هزيمة عسكرية في وقت الحرب.

١. زمن السلم: "فوضى الإلهاء والتحلّل": الهدف منها هو تغيير الهُوية، وضرب القِيم، وإشغال الرأي العام بتفاهات وصراعات هامشية. يعتمد الأسلوب على النفس الطويل، وصناعة نجوم من ورق، وتزييف الوعي تدريجيًّا. وتسعى الفوضى أيضًا لخلق مجتمع فاقد للتركيز.

٢. زمن الحرب: "فوضى الرعب والانهيار"

في أوقات الحروب والنزاعات، تتحوّل الفوضى الإعلامية إلى أداة بالغة الخطورة تُستخدم ضمن استراتيجيات الحرب النفسية؛ إذ يجري تداول الأخبار الكاذبة أو المضلِّلة حول تقدّم العدو، أو انهيار خطوط الدفاع، أو نفاد الموارد والإمدادات، بهدف إثارة الذعر وزعزعة الاستقرار النفسي لدى السكَّان. كما تُستثمر هذه الممارسات في إضعاف الروح المعنوية عبر التركيز على الخسائر والإخفاقات، وتجاهل مظاهر الصمود أو الإنجاز، بما يفضي إلى التشكيك في القيادة والمؤسّسات. وتزداد خطورة هذه الرسائل عندما تُبثّ في لحظات حاسمة أو ما يُعرف بـ«ساعة الصفر»؛ حيث يمكن أن تؤثِّر في عملية اتخاذ القرار وتربك الاستجابة للأحداث. ومن ثَمّ، تغدو المعلومة المضلِّلة في سياق الحرب أداةً لا تقلّ أثرًا عن الأسلحة المستخدمة في الميدان.

الآثار المترتّبة على هذه الفوضى:

في زمن الحروب أو الأزمات الكبرى، يزداد ما يسمّيه علماء النفس «الاحتياج المعرفي» (Need for Closure) الإنسان بطبعه يكره الغموض، وفي الحرب يقلّ تدفق المعلومات الرسمية، فيبحث الناس عن أي معلومة تطفئ نار قلقهم، وهنا يقعون فريسة سهلة للفوضى الإعلامية، تؤدِّي إلى:

أ. تآكل الثقة المؤسّسية: عندما يغرق المواطن في سيل من التناقضات، يفقد الثقة في كلّ شيء، بما في ذلك المؤسّسات الصحية (مثلما حدث في التشكيك في لقاحات كورونا)، والمؤسّسات الأمنية والاقتصادية. هذا الفراغ في الثقة تملؤه "الشائعات".

ب. الاستقطاب المجتمعي الحادّ: تعمل الفوضى على تقسيم المجتمع إلى معسكرات متناحرة. كلّ معسكر يعيش في غرفة صدى (Echo Chamber) ، لا يسمع فيها إلا ما يؤيّد رأيه، ما يلغي لغة الحوار، ويزيد من احتمالات العنف اللفظي والجسدي.

ج. التأثير على القرار السياسي والاقتصادي: من الناحية السياسية يمكن للفوضى الإعلامية توجيه الانتخابات، أو إثارة القلاقل عبر بثّ أخبار كاذبة عن مسؤولين أو قرارات سيادية. أمَّا من الناحية الاقتصادية، فيمكن لإشاعة واحدة عن انهيار عملة، أو إفلاس بنك أن تدفع الناس إلى السحب الجماعي للأموال، ما يؤدّي فعليًّا إلى انهيار اقتصادي حقيقي ناتج عن "وَهْم".

د. تزييف الوعي التاريخي واللحظي: مع مرور الوقت، تصبح الأكاذيب المتكرِّرة كأنَّها "حقائق" في ذاكرة الشعوب، ما يجعل من الصعب تصحيح المسار الفكري للأجيال القادمة.

الآثار العامة على المجتمع والدولة:

تنتج الفوضى المعرفية فراغًا مخيفًا، يعبرِّ عن زوال سلطة الدولة، كما حدث بعد مقتل (القذافي) في ليبيا، وهروب (بشار الأسد) من سوريا و(بن علي) من تونس، وإعدام (صدَّام حسين) في العراق؛ حيث أدت الفوضى إلى تحلل الدولة من الداخل. في ليبيا مثلاً، بعد سقوط المؤسسات، تم تمرير سياسات السيطرة على النفط الليبي، وقبول التدخل الأجنبي وسط غياب تام لوعي الشعب الذي كان مشغولاً بـ "الفوضى المسلحة" على الأرض.

كيف نواجه الفوضى الإعلامية؟

هنا تبرز أهمية "التربية الإعلامية التي تنمّي قدرة الفرد على تحليل الرسائل الإعلامية ونقدها قبل تصديقها

أو إعادة نشرها، وتعد مهارة التحقق من الأخبار هي "المصل الواقي" ضد عدوى الفوضى الإعلامية.

وتجدر الإشارة في هذا الجانب إلى دليل كشف الأخبار الزائفة الذي وضعناه في (خمسة أسئلة) على كل مستخدِم للإنترنت أن يفعلها قبل الضغط على زر "مشاركة":

### ١ - من هو المصدر؟

ابحث عن اسم الموقع أو الوكالة. هل هي جهة معروفة أم مدونة مجهولة؟ افحص رابط الموقع (URL)؛ فغالبًا ما تزوّر الحسابات الزائفة.

### ٢ - هل العنوان "صادم" أكثر من اللازم؟!

للأخبار الزائفة تستخدم "عناوين النقر» (Clickbaits) التي تثير الفضول أو الرعب. إذا كان العنوان يبدو كفيلم سينمائي، فغالبًا هو ليس خبراً حقيقيًّا.

### ٣ - ما هو تاريخ النشر؟

من الأساليب الشائعة في التضليل الإعلامي إعادة تدوير أحداث أو مواد إعلامية قديمة، عبر نشرها مجددًا خارج سياقها الزمني الحقيقي والإيحاء بأنها وقائع جارية. ويُستثمر هذا الأسلوب في توجيه الرأي العام أو إثارة الانفعالات الجماهيرية، كما حدث في بعض الحالات التي أُعيد فيها تداول مشاهد وأحداث تاريخية، مثل مظاهرات رومانيا أو سقوط جدار برلين، وربطها بأحداث سياسية لاحقة، بما يوهم المتلقي بوجود تشابه أو امتداد مباشر بين الوقائع المختلفة ويؤثّر في قراءته للواقع الراهن.

### ٤ - تحقّق من الصور والفيديوهات:

استخدم البحث العكسي عن الصور (Google Reverse Image Search) لمعرفة أصل الصورة وأوَّل مرة ظهرت فيها. ابحث عن التناقضات في صور الذكاء الاصطناعي (أطراف مشوّهة، إضاءة غير منطقية، خلفية ضبابية بشكل غريب).

### ٥ - ابحث عن "الإجماع":

الخبر الكبير لا تنفرِد به منصّة مغمورة. إذا كان الخبر صحيحًا، ستجده في أكثر من وسيلة إعلامية رصينة ومختلفة التوجهات.

وهناك دليل عملي لتدقيق المعلومات (Fact-Checking Checklist) أراه ضروريًا لحماية الوعي من الفوضى الرقمية، يحتوي الدليل على ست خطوات يجب اتباعها عند التعرّض لأي خبر مستفز أو مفاجئ، أوجزها في الآتي[1]:

### ١ - فحص الأثر العاطفي (The Emotional Test):

القاعدة: إذا كان الخبر يجعلك تشعر بغضب شديد أو ذعر أو شماتة فورية، فتوقَّف.

لماذا؟ لأنَّ صُنَّاع الفوضى يعتمدون على "تعطيل الفص الجبهي" للدماغ المسؤول عن المنطق وتنشيط "اللوزة الدماغية" المسؤولة عن الانفعال. الخبر المضلِّل دائمًا ما يكون عاطفيًّا بامتياز.

### ٢ - قاعدة "البحث العكسي" (Reverse Image/Video Search) للصور:

استخدم (Google Images) أو (Tin Eye) وارفع الصورة لتعرف تاريخها الأصلي.

غالبًا ما تُستخدم صور قديمة من حروب سابقة وتُنسب إلى أحداث حالية لصناعة الفوضى.

للفيديو: استخدم أداة (InVID) التي تسمح بتقطيع الفيديو إلى صور والبحث عن أصلها.

### ٣ - فحص "تشريح الحساب" (Account Anatomy):

إذا وجدت خبرًا ينتشر عبر حسابات معينة، اسأل عن:

أ. تاريخ الإنشاء: هل الحساب جديد (أُنشئ في أيام الأزمة) أم لا؟

ب. كثافة النشر: هل ينشر الحساب بمعدّل غير بشري (مثلاً ٥٠ تغريدة في الساعة)؟ الرقم مؤشِّر على أنَّه "بوت».

1 - Simon Fraser University: How to spot fake news: Identifying propaganda, satire, and false information, p24.

ج. المحتوى السابق: هل الحساب متخصِّص فقط في مهاجمة جهة معيّنة أو نشر أخبار سلبية حصرًا؟

**٤ - تتبع "المصدر الأوَّل" :(Trace the Source)**

أ. لا تعتمد على معلومات بدأت بجملة «نقلاً عن ناشطين» أو «مصادر مجهولة».

ب. ابحث عن الخبر في وكالات الأنباء العالمية الكبرى أو المواقع الرسمية للدولة.

ج. إذا كان الخبر "زلزاليًا" ولم تنشره وكالة واحدة موثوقة، فهو "قنبلة دخانية" لصناعة الفوضى.

**٥ - كشف التزييف العميق (Deepfake Detection):**

عند مشاهدة فيديو لمسؤول يدلي بتصريح غريب، ركِّز في:

أ. العينين: هل يرمش الشخص بشكل طبيعي؟ (الخوارزميات القديمة تفشل في محاكاة الرمش).

ب. الفم والصوت: هل حركة الشفاه متطابقة تمامًا مع مخارج الحروف؟ وهل هناك "روبوتية" في نبرة الصوت؟

ج. الحواف: انظر إلى حدود الوجه مع الرقبة، هل تظهر غبشًا (Blur)، أو اهتزازًا عند الحركة السريعة؟

**٦ - مراجعة منصّات التدقيق العالمية والعربية:**

قبل مشاركة الخبر، ألقِ نظرة على المواقع المتخصصة في كشف الكذب، مثل: (مسبار)، و(فالدو)، أو (تأكد)، وعالميًا: (FactCheck.org)، (Snopes)، و(Reuters Fact Check). أن تكون بطيئًا في تصديق الخبر خير من أن تكون سريعًا في نشر الفوضى».

علاج صناعة الفوضى: الوعي:

١. اعتماد "الشك المنهجي" (Critical Skepticism): في الماضي كان الأصل في

الخبر هو التصديق حتى يثبت العكس، واليوم القاعدة الذهبية هي: «الشكّ في كل مـا يثير عاطفتك». إذا كان المحتوى (صورة، أو فيديو، أو تغريدة) يجعلك تشـعر بغضب عـارم أو رغبة فوريـة في الانتقام، فهو عـلى الأرجح "محتوى مصمَّـم" للتلاعب بك. الوعي هنا يعني التوقف لمدة ٣٠ ثانية قبل التفاعل أو النشر[١].

٢. فهـم آليـات "الاختطاف الذهنـي": الوعـي يتطلـب إدراك أن الخوارزميـة تحاول "اختطاف" انتباهك. المتلقِّي الواعي يعلم أنَّ ما يراه على شاشته ليس "كل الحقيقة"، بل هو "ما تريد المنصَّة أن يراه". هذا الإدراك يكسر حدة الاسـتقطاب ويجعل الفرد يبحث عن الرأي الآخر طواعية لكسر «فقاعة الترشيح» (Filter Bubble).

٣. "المناعة الرقمية": بما أنَّ الصور والفيديوهات أصبحت تُصنع بالذكاء الاصطناعي، يجب أن يدرك المتلقي أن «الرؤية ليسـت تصديقًا". إذا رأيـت فيديو صادمًا لرئيس أو مسـؤول، فابحث عنه في وكالات الأنباء الرسـمية والمنافسة. إذا انفرد به حساب مجهول، فهو "فوضى رقمية" حتى يثبت العكس.

٤. المسـؤولية الفردية عن "النشر": في عصر الفـوضى، كل مواطن هو "رئيس تحرير" لنفسـه؛ إذ إنَّ نشر خبر كاذب أو صورة ملوَّنة ليس مجرّد "مشاركة"، بل هو مساهمة فعلية في صناعة الفوضى.

نحن نواجه عقولاً إلكترونية جبارة صمَّمتها شركات عملاقة بمليارات الدولارات للتلاعب بنا. لذلك، يجب أن ينتقل الوعي من «الفرد» إلى «الثقافة المجتمعية العامة»، بحيث يصبح "كشف الزيف" مهارة أساس تُدرس في المدارس تمامًا كالقراءة والكتابة.

الإجراءات الاستثنائية لمواجهة الفوضى الإعلامية:

١. مبرِّرات التقييد في وقت الحرب: في زمن الحرب، تصبح المعلومة «سلاحًا»، والتقييد يهدف إلى منع العدوّ من استغلال الفوضى لتحقيق مكاسب ميدانية:

---

١ - نصر الدين بوزيان: الأخبار الكاذبة، الذباب الالكتروني وتزييف الوعي: سبل الوقاية ومساعي المواجهة، ص٤٧.

أ. منع "البروباغندا" السـوداء: العدوّ يسـتخدم منصّات التواصل لبثّ الرعب (مثل فيديوهات مفبركة للهزائم)؛ فالتقييد هنا يقطع الطريق على وصول هذه السموم للمواطن.

ب. حماية التحركات العسكرية: الفوضى الإعلامية قد تؤدي لتسريب غير مقصود لمواقع القوات أو خطط التحرك عبر صور ينشرها مدنيون بدافع الحماس.

ج. السـيطرة على "الذعر الجماعي": الشـائعات الاقتصادية (نقص الخبز، انهيار العملة) في وقت الحرب قد تدمّر الدولة من الداخل دون إطلاق رصاصة واحدة.

٢. آليَّات التقييد الاسـتثنائي: عندما تقـرِّر الدولة التدخل لضبط الفـوضى، تلجأ لعدة مستويات:

أ. المرصـد الوطنـي للحقائق: تحويل الإعلام الرسـمي إلى المصـدر الوحيد والنهائي للمعلومات، مع سرعة الرد على الشائعات.

ب. التقييد التقني المؤقّت: خفض سرعات الإنترنت في مناطق معيّنة، أو حجب منصّات محدّدة تُستخدم بصفتها غرف عمليات لإدارة الشائعات.

ج. تفعيـل قوانين الطوارئ الإعلاميـة: تجريم نشر أي معلومات عسـكرية غير صادرة عن المتحدّث الرسـمي، مع عقوبات رادعة؛ لأنَّ الجرم هنا يمس أمن الدولة القومي.

## خاتمة

لكي تنجح هذه الإجراءات دون أن تتحول إلى «قمع دائم»، يجب أن تلتزم الدولة بإنهاء التقييد فور زوال الخطر المباشر، وأن تلتزم بالشفافية البديلة. وإذا قيّدت الدولة منصات التواصل، يجب أن توفِّر بدائل إعلامية موثوقة وسريعة لملء الفراغ المعرفي، وإلا سـيبحث الناس عن المعلومة في إذاعات العدو، كما ينبغي أن تحدّد نطاق تقييد المحتوى التحريضي والمعلومات العسكرية، لا أن يصادر حق الناس في الحياة الطبيعية والتواصل الاجتماعي البسيط.

## لائحة المصادر والمراجع:

**أوَّلًا: المراجع العربية:**

- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط٣، ٢٠٢١م.
- محمد بن سعود البشر: دعاية الحرب (الأسس النظرية والتطبيقات المعاصرة)، مكتبة العبيكان، الرياض، ٢٠٢٠م.
- مي عبد الله: الاتصال في عصر العولمة (التحديات الثقافية والسياسية والتقنية)، دار النهضة العربية، بيروت، ٢٠١٨م.
- السيد بخيت: الأخبار الزائفة في عصر الشبكات الاجتماعية (الآليات والمواجهة)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٢٢م.
- كزوط هشام: الإعلام الجديد من النظام إلى الفوضى الخلاقة، مجلة دراسات وأبحاث، العدد٢٥، السنة الثامنة، ديسمبر ٢٠١٦.
- تقرير معهد رويترز لدراسة الصحافة (Reuters Institute Digital News Report - ٢٠٢٥/٢٠٢٦)، جامعة أكسفورد.
- ممدوح عبد الله مكاوي: الأخبار الزائفة بين الإعلام التقليدي والرقمي: دراسة تحليلية نقدية لعينة من البحوث من ٢٠١٦ - ٢٠٢٠، مجلة الرأي العام، العدد ٢، ج ١٩.
- دبيح يوسف: استخدام تقنية التزييف العميق وآلية غرف الصدى في التلاعب بالرأي العام الرقمي عبر الشبكات الاجتماعية.
- عبير فاروق عبد القادر: الفوضى الخلاقة: أبعاد سياسية واستراتيجية أمريكية في الشرق الأوسط، متوافر على: https://www.siyassa.org.eg/News/٢١٩٤٤.aspx
- عديل أحمد ال شومان: دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية: وباء فيروس كورونا نموذجًا.

- محمد كرم كمال الدين الصاوي: تكنولوجيا التزييف العميق (دراسة بحثية حول الجوانب المظلمة للذكاء الاصطناعي)، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، ج ١٠، العدد ٥١، ٢٠٢٥م.
- أحمد معط الله: أثر وسائل الإعلام على الوعي المجتمعي، مجلة الرسالة للدراسات العالمية، ج٦، العدد ٣، سبتمبر ٢٠٢٢.
- نصرالدين بوزيان: الأخبار الكاذبة، الذباب الالكتروني وتزييف الوعي: سبل الوقاية ومساعي المواجهة، مجلة أكاديميا للدراسات السياسية، ج٦، العدد ٥، ٢٠٢١.
- حسن علي محمد: محاضرات في الإعلام الأفروآسيوي، ألقيت على طلاب الدكتوراه بمعهد الدراسات العليا الأفرو- آسيوي بجامعة قناة السويس للعام الجامعي ٢٠٢٤/٢٠٢٥.

**ثانيًا: المراجع الأجنبية:**

- C. Wardle & H. Derakhshan: Information Disorder (Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking). Council of Europe, 2017.
- P. W. Singer & Emerson T. Brooking: LikeWar (The Weaponization of Social Media), Eamon Dolan/Houghton Mifflin Harcourt, 2015.
- S. C., Woolley & P. N. Howard: Computational Propaganda (Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media), Oxford University Press, 2019.
- P. Pomerantsev: This Is Not Propaganda (Adventures in the War Against Reality), Faber & Faber, 2019.
- Jesudas M. Athyal (editor): Religion in Southeast Asia (An Encyclopedia of Faiths and Cultures, ABC-CLIO. 2015.
- Joe Concha: New York Times editor deletes and apologizes for past offensive

tweets, 0819/22/, available at:

- https://thehill.com/homenews/media/458466-new-york-times-editor-deletes-and-apologizes-for-past-offensive-tweets/
- Human Rights Watch: The government could have stopped this (Sectarian Violence and Ensuing Abuses in Burma's Arakan State), United States of America, 2012.
- Bahar Uddin Mahmud and Afsana Sharmin: Deep Insights of Deep fake Technology, DUJASE Vol. 5(1 & 2), January & July 2020, https://doi.org/10.48550/arXiv.2105.00192
- Simon Fraser University: How to spot fake news: Identifying propaganda, satire, and false information, at : https://www.lib.sfu.ca/help/research-assistance/fake-news#how-to-spot-fake-news-in-eight-simple-steps,2016.