



WWW.RAQMANA.SITE

رقمنة

نافذتكم على الإعلام الرقمي



العدد الأول - مايو 2026

محمد بن سلمان المري

الثقة تحت الاختبار

والإعلام الرقمي في مواجهة
الخوارجيات والأخبار الكاذبة

7

مستقبل اللغة العربية فيمحركات
البحث الذكية

12

من يحرس الحارس؟
الحقيقة في قفص الاتهام

16

صدقت الخبر.....
واكتشف الحقيقة متأخراً

46

كيف تنتشر الأخبار الكاذبة في
ثوانٍ؟

50

رقمنة ... نافذتكم للإعلام الرقمي

في زمن باتت فيه الشاشة نافذتنا الأولى على العالم، وصار فيه كل شخص ناشراً وكل منصة وسيلة إعلامية، نجد أنفسنا أمام سؤال يطرق أذهاننا في كل لحظة نتصفح فيها أخباراً أو نشارك مقطعاً أو نعيد نشر خبر: هل ما نراه حقيقي؟

من هذا السؤال، وُلدت رقمنة؛ مجلة إعلامية رقمية تنبثق من رحم التجربة الجامعية، وتحمل في طياتها روح البحث والتساؤل والمسؤولية.

«الثقة ليست معطى جاهزاً، بل هي مكتسب يُبنى يوماً بيوم، بالدقة والشفافية والنزاهة في نقل الحقيقة.»

لم يغير الإعلام الرقمي طريقة استهلاكنا للأخبار فحسب، بل أعاد تشكيل علاقتنا بالحقيقة ذاتها. أدوات الذكاء الاصطناعي، والمحتوى المفبرك، وغرف الصدى الرقمية التي تعزز قناعاتنا دون أن نختبرها — كل ذلك صنع أزمة مصداقية عميقة لم يسبق للإعلام أن واجهها بهذا الحجم وهذه السرعة.

تراجعت الثقة الجماهيرية بالمؤسسات الإعلامية التقليدية، بينما ارتفع اعتماد الجمهور للمحتوى الرقمي غير المتحقق. وهنا في مفارقة الثقة: نثق أحياناً بمنشأ نستهلكه أكثر، نشك في كل شيء، لكننا نشارك قبل أن نتحقق.

رقمنة لا تدعي امتلاك إجابات نهائية، لكنها تؤمن بأن الإعلام الصادق يبدأ بطرح السؤال الصحيح. لهذا جاء ملف عددنا الأول: هل نثق بكل ما نراه؟ — استضافة في جذور أزمة المصداقية، وكيف تصنع الأكاذيب، وكيف تنتشر، وكيف يمكن للقارئ الواعي أن يعيد السيطرة على مشهده المعلوماتي.

ستجد بين صفحات هذا العدد تحقيقات تغوص في ظاهرة التضليل الإعلامي الرقمي، وحوارات مع متخصصين يطرحون تحولات الثقة في العصر الرقمي، ومقالات رأي تشرح دور الخوارزميات في تشكيل ما نرى — وما لا نرى.

ونحن فريق من طالبات الإعلام، أخذنا نطمح إلى ما هو أبعد من أن تكون مجلتنا جهداً يُضاف إلى مسيرة التعليم المسؤول. لأن الكلمة ما زالت تصنع الفرق، ولأن السؤال — مهما كان محرراً — يظل أمانة لا يحق لنا التنازل عنها.

بإشراف الأستاذ الدكتور

الصادق راجح

فريق تحرير رقمنة
الغالية الزيارة
عائشة المري
أمل الرويلي

في ختام هذه الرحلة الجامعية، نقف اليوم على عتبة لحظة طالما انتظرناها، لحظة نرى فيها ثمرة سنوات من الجهد والتعلم والسعي، وقد تحولت إلى مشروع تخرج نفخر به ونعتز بكل تفصيلة فيه.

كانت رحلة إعداد هذا المشروع أكثر من مجرد متطلب أكاديمي؛ كانت تجربة مليئة بالتحديات، والعمل الجماعي، والبحث، والتفكير، والإصرار. تعلمنا خلالها أن النجاح لا يتحقق دفعة واحدة، بل يُبنى بالصبر، وبالإيمان بالفكرة، وبالوقوف معاً خطوة بعد خطوة.

كما نود أن نعبر عن بالغ سعادتنا وفخرنا بوصولنا إلى هذه المرحلة المهمة من مسيرتنا الأكاديمية، ونحمد الله على ما منحنا من توفيق وقدرة على إتمام هذا العمل.

ولا يسعنا في هذه اللحظة إلا أن نتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى أساتذتنا الكرام، الذين كانوا لنا سنداً علمياً ومعرفياً طوال سنوات الدراسة، وإلى أهلنا الأعمام الذين منحونا الحب والدعم والتشجيع، وكانوا دائماً مصدر قوتنا وإصرارنا.

ونخص بالشكر والامتنان الأستاذ الدكتور الصادق راجح، على ما قدمه لنا من توجيه ومعاونة ودعم صادق خلال مراحل هذا المشروع، فقد كان لحضوره وملاحظاته وإرشاداته أثر كبير في تطوير عملنا والوصول به إلى صورته النهائية.

ختاماً، نهدي هذا المشروع لكل من آمن بنا، وساندنا، وشجعنا، وشاركنا هذه الرحلة. وما هذا العمل إلا بداية لطريق أوسع، نحمل فيه شغفنا بالإعلام الرقمي، وإيماننا بقيمة الكلمة، ومسؤوليتنا تجاه الحقيقة والمجتمع.

الغالية الزيارة
عائشة المري
أمل الرويلي

في هذا العدد

رقمنة

نافذتك على الإعلام الرقمي

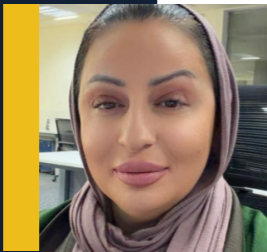


26



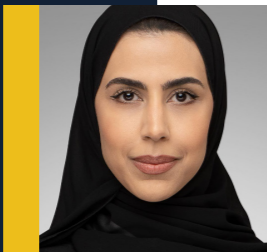
رئيس قسم المحليات بجريدة العرب
أمير محمود
الأخبار الكاذبة تهدد ثقة المجتمع
بالإعلام

30



الصحفية بحريدة الشرق
غادة العلي
.. الذكاء الاصطناعي لا يصنع صحفياً
الحس المهني هو الأساس

34



الكاتبة شيخة الزيارة
.. لا نمنع الطفل من الإعلام الرقمي
بل نعلّمه كيف يفهمه

38



استطلاع طلابي يكشف كيف تتحول
ضغطة "مشاركة" إلى جزء من أزمة
التضليل الرقمي

42



استطلاع يكشف كيف تؤثر الخوارزميات
في اختيار اتنا اليومية وما نصدقها

48



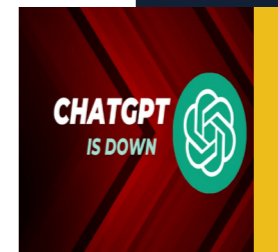
بين الحقيقة والتزييف
أخبار العرب على فيسبوك تصنعها
روبوتات

ميتا تعيد رسم قوتها البشرية
ثعانية آلاف موظف على أعتاب التسريح
بسبب الذكاء الاصطناعي



06

OpenAI
تواجه عطلاً عالمياً يكشف هشاشة
الاعتماد على الذكاء الاصطناعي



07

"مؤتمر" الذكاء الاصطناعي في الإعلام
بين التزييف العميق والتحقق الآلي
وأخلاقيات غرف الأخبار



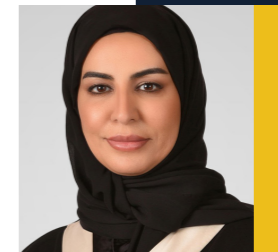
10

مستقبل اللغة العربية في محركات
البحث الذكية



12

ريم المنصوري
امراة قطرية على خط التحول الرقمي



18

ميتا تعيد رسم قوتها البشرية

8 آلاف موظف على أعتاب التسريح بسبب الذكاء الاصطناعي

الغالية الزيارة - الدوحة



مارك زوكربيرج مالك شركة ميتا أثناء الاعلان عن تسريح ٧ الالف موظف - المصدر الموقع الرسمي لميتا

الذكية.

وكشفت دراسة نشرها معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا أن الذكاء الاصطناعي قد يستبدل نحو ١١,٧٪ من الوظائف خلال عام ٢٠٢٦، وهو رقم يعكس حجم التغيير المتسارع في طبيعة العمل داخل الشركات التقنية الكبرى.

وأعدت ميتا، وفقاً للتقرير، تعريف بعض المسميات الوظيفية داخل فرقها، حيث حصل عدد من الموظفين على مسمى «مطور ذكاء اصطناعي»، في إشارة واضحة إلى انتقال الشركة نحو دمج الأنظمة الذكية مباشرة في عمليات التطوير والإنتاج.

وتعد هذه الجولة من التسريحات الأكبر منذ الحملة التي نفذتها ميتا بين أواخر ٢٠٢٢ وبداية ٢٠٢٣، والتي عُرفت باسم «عام الكفاءة»، وشهدت إلغاء نحو ٢١ ألف وظيفة ضمن خطة لخفض التكاليف وإعادة ترتيب الأولويات.

وبينما تواصل ميتا ضخ استثمارات ضخمة في الذكاء الاصطناعي، يطرح المشهد سؤالاً جوهرياً حول مستقبل العمل في قطاع التكنولوجيا: هل يقلص الذكاء الاصطناعي الحاجة إلى العقول البشرية، أم يعيد توزيعها في أدوار جديدة أكثر تخصصاً؟

كشفت مصادر مطلعة نقلت عنها وكالة رويترز أن شركة ميتا، المالكة لمنصتي فيسبوك وإنستغرام، تعزم تنفيذ موجة واسعة من عمليات التسريح تبدأ في ٢٠ مايو المقبل، ضمن خطة لإعادة هيكلة قوتها البشرية في ظل التوسع المتسارع في استخدام الذكاء الاصطناعي. وأوضحت المصادر أن المرحلة الأولى من الخطة تستهدف تسريح نحو ١٠٪ من القوة العاملة العالمية للشركة، أي ما يقرب من ٨,٠٠٠ موظف، مع وجود خطط لموجات إضافية لاحقة ضمن إعادة تنظيم أوسع للفرق والمهام داخل الشركة. ولا تبدو ميتا وحدها في هذا الاتجاه، إذ أعلنت شركة سناب بدورها تسريح نحو ١,٠٠٠ موظف، بما يعادل ١٦٪ من قوتها العاملة بدوام كامل، مبررة القرار بارتفاع كفاءة العمل المدفوع بأدوات الذكاء الاصطناعي. وأصدرت أكثر من ١٠٠ شركة تقنية، من بينها أمازون وفيريزون، إشارات قانونية تمهد لخفض الوظائف خلال العام الجاري، في مؤشر على تحوّل واسع يشهده سوق العمل التقني بفعل الأتمتة والأنظمة

OpenAI تواجه عطلاً عالمياً يكشف هشاشة الاعتماد

على الذكاء الاصطناعي

امك الرويلي - الدوحة



صورة تعبيرية عن العطل الذي اصاب تطبيق Chat GPT - مجلة رقمنة

Codex المخصصة للمبرمجين، حيث واجه المستخدمون رسائل خطأ منعهم من تسجيل الدخول أو استرجاع سجلات محادثاتهم السابقة.

وجاء توقيت الأزمة لافتاً، إذ تزامن العطل مع إعلان OpenAI عن جولة تمويل تاريخية بلغت ١٢٢ مليار دولار بتقييم وصل إلى ٨٥٢ مليار دولار، بمشاركة شركات كبرى من بينها أمازون و Nvidia و SoftBank.

وفي رد رسمي، أقرت الشركة بوجود أداء متدنٍ في أنظمتها عبر صفحة حالة الخدمة، مؤكدة أنها تجري تحقيقاً فنياً شاملاً لتحديد أسباب العطل والعمل على استعادة الخدمة بأسرع وقت ممكن.

وكشف هذا الانقطاع عن مفارقة بارزة في مشهد التكنولوجيا عام ٢٠٢٦: فكلما ازداد اندماج الذكاء الاصطناعي في التعليم والعمل والبرمجة والحياة اليومية، أصبحت كل ساعة توقف أكثر تكلفة وتأثيراً.

ويعيد العطل طرح سؤال جوهري حول مستقبل الاعتماد على هذه الأدوات: هل تملك البنية التحتية للذكاء الاصطناعي ما يكفي من المرونة لتحمل هذا الاعتماد الشامل، أم أن العالم الرقمي يضع ثقته في أنظمة لا تزال قابلة للتعطيل في لحظة واحدة؟

بتوقيت شرق الولايات المتحدة، في مؤشر على اتساع نطاق الأزمة خلال وقت قصير وامتد تأثير العطل إلى قارات متعددة، حيث أبلغ مستخدمون في مناطق واسعة، من بينها الولايات المتحدة والسعودية ومصر والإمارات، عن توقف الخدمة أو بطء شديد في استخدامها، مما تسبب في حالة ارتباك داخل قطاعات باتت تعتمد بشكل يومي على أدوات الذكاء الاصطناعي.

ولم يقتصر الانقطاع على واجهة الدردشة في ChatGPT، بل شمل أيضاً خدمة

شهدت شركة OpenAI، يوم الاثنين ٢٠ أبريل ٢٠٢٦، انقطاعاً عالمياً واسع النطاق في خدماتها، أدى إلى تعطل منصتي ChatGPT و Codex، وسط صعوبات واجهها ملايين المستخدمين من طلاب ومطورين وموظفين في الوصول إلى الخدمة أو التفاعل معها.

وكشف موقع Downdetector، المتخصص في رصد انقطاعات الخدمات الرقمية، عن ارتفاع حاد في شكاوى المستخدمين منذ الساعة ١٠:٠٥ صباحاً

قطر تطلق «فانار»

أول نموذج ذكاء اصطناعي عربي لحماية اللغة والهوية



تطبيق فانار على الهواتف الذكية للحفاظ على اللغة والهوية - المصدر مكتب الاتصال الحكومي القطري

عاشية المري - الدوحة

إنتاج محتوى أكثر دقة وتمثيلاً للواقع المحلي، ويقلل من الاعتماد الكامل على نماذج خارجية قد لا تدرك الفروق الدقيقة في المعنى أو اللهجة أو السياق. ومن هنا، يصبح الاستثمار في الذكاء الاصطناعي العربي خطوة ضرورية لضمان حضور أكثر عدلاً للغة العربية في المستقبل الرقمي.

واستعرضت وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات مسيرة التحول الرقمي في قطر، والجهود المبذولة لبناء اقتصاد رقمي تنافسي، مع إبراز البرامج الوطنية الداعمة لريادة الأعمال والابتكار.

ويؤكد المسؤولون أن هذه المشاريع لا تمثل مجرد استثمار تقني، بل رهاناً استراتيجياً على بناء سيادة رقمية حقيقية تحمي البيانات الوطنية وتصور الهوية الثقافية، في عصر تتسارع فيه تطبيقات الذكاء الاصطناعي بوتيرة غير مسبوقة.

وزارة التجارة والصناعة القطرية، بالتعاون مع شركة مايكروسوفت، إطلاق منظومة «مصنع وكلاء الذكاء الاصطناعي»، التي تتيح للوزارات والمؤسسات تصميم وكلاء ذكاء اصطناعي مخصصين لتلقي الطلبات، وتقديم الإجابات، ومعالجة البيانات، بما يعزز سرعة الإنجاز ودقة الأداء.

وتأتي هذه المبادرات ضمن توجه وطني شامل لترسيخ منظومة ذكاء اصطناعي قائمة على الشفافية والأمن والمسؤولية الأخلاقية، مع الالتزام بحماية الخصوصية، وتعزيز الشمول، وضمان استفادة مختلف فئات المجتمع من التحول الرقمي.

كما يعكس «فانار» وعياً متقدماً بأن اللغة ليست مجرد وسيلة للتواصل، بل هي حاملة للمعرفة والذاكرة والهوية. فوجود نموذج ذكاء اصطناعي يفهم العربية في سياقاتها الثقافية والاجتماعية المختلفة يمنح المؤسسات والأفراد قدرة أكبر على

أطلقت دولة قطر مشروع «فانار»، بوصفه أول نموذج ذكاء اصطناعي سيادي قطري مصمم خصيصاً لخدمة اللغة العربية وحماية الهوية الثقافية من هيمنة الخوارزميات الأجنبية، وذلك ضمن إطار الأجنحة الرقمية الوطنية ٢٠٣٠.

ويعمل فانار كدرع رقمي في مواجهة الانحيازات الثقافية التي قد تنتج عن النماذج الأجنبية، خصوصاً في ظل هيمنة أدوات الذكاء الاصطناعي الغربية على معالجة المحتوى العربي وتفسيره. فعندما تُبنى الخوارزميات وفق منطق ثقافي مختلف، يصبح ما يراه المستخدم العربي انعكاساً لتلك المنطلقات، لا بالضرورة تعبيراً دقيقاً عن واقعه ولغته وهويته.

ويطرح المشروع سؤالاً مهماً يتقاطع مع أزمة المصادقية الرقمية التي يرصدها ملف هذا العدد: هل نرى الحقيقة كما هي، أم نرى ما تريد الخوارزمية أن نراه؟ ولم تكتفِ قطر بإطلاق «فانار»، إذ أعلنت

الدوحة تستضيف قمة الويب 2026

بمشاركة 30 ألف شخص من أكثر من 100 دولة



صاحبة السمو الشيخة المياسة آل ثاني من افتتاح قمة الويب في قطر ٢٠٢٦ - المصدر من الانترنت

الغالية الزيارة - الدوحة

الإعلام الرقمي، ودور الخوارزميات في تشكيل الرأي العام، وهي ملفات تتقاطع مباشرة مع موضوع العدد الأول من مجلة رقمنة حول الثقة والمصادقية في الفضاء الرقمي.

وأكدت القمة، من خلال حجم المشاركة الدولية واتساع موضوعاتها، أن الدوحة باتت حاضرة بقوة على خارطة الابتكار العالمي، وأن استضافة هذا الحدث تأتي متسقة مع رؤية قطر الوطنية ٢٠٣٠ الرامية إلى تعزيز مكانة البلاد كمركز للتكنولوجيا والاستثمار والمعرفة.

ويرى مراقبون أن قمة الويب قطر ٢٠٢٦ لم تكن مجرد تجمع تقني عابر، بل حدثاً استراتيجياً يؤكد صعود الدوحة كلاعب مؤثر في صياغة الأجنحة الرقمية العالمية.

التسهيلات الاستثمارية شملت إعفاءات ضريبية، وتيسير إجراءات التراخيص، وحزماً تمويلية موجهة للشركات الناشئة والمستثمرين.

وعكست هذه المبادرة رسالة واضحة للمستثمرين الدوليين مفادها أن قطر لم تعد مجرد دولة تستضيف الفعاليات التقنية الكبرى، بل باتت بيئة حاضنة للابتكار وشريكاً فاعلاً في صناعة المستقبل الرقمي.

وتصدّر الذكاء الاصطناعي أجندة القمة، من خلال جلسات موسعة ناقشت تأثيره على الإعلام والصحة والتعليم والاقتصاد، إضافة إلى قضايا الحوكمة والتنظيم وضرورة وضع أطر دولية تضمن توظيف هذه التقنيات بصورة مسؤولة وآمنة.

كما منحت القمة اهتماماً خاصاً لقضايا

احتضنت العاصمة القطرية الدوحة النسخة الثالثة من قمة الويب قطر ٢٠٢٦، في مركز الدوحة للمعارض والمؤتمرات، خلال الفترة من ٣١ يناير حتى ٣ فبراير ٢٠٢٦، لتتحول المدينة على مدى أربعة أيام إلى مركز عالمي يجتمع رواد التكنولوجيا والابتكار من مختلف أنحاء العالم.

وجمعت القمة في نسختها الأضخم حتى اليوم نحو ٣٠ ألف مشارك من أكثر من ١٠٠ دولة، إلى جانب ١٦٠٠ شركة ناشئة و٣٥٠ متحدثاً عالمياً، ناقشوا مستقبل الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي والابتكار في المنطقة والعالم.

وقدمت قطر، على هامش القمة، منصة «ابدأ من قطر» بوصفها جناحاً وطنياً متكاملًا يستهدف جذب الشركات التقنية العالمية، من خلال حزمة من

رحلة الخبر في العصر الرقمي

من المعلومة إلى الانتشار ثم التحقق والثقة



أرقام تهكم

5.7 مليار مستخدم إنترنت

80% قد يتعرضون لفقاعات خوارزمية

40% من بعض المحتوى تصنعه حسابات آلية

10x الأخبار الكاذبة تنتشر أسرع

30 ثانية تكفي للتحقق الأولي

مؤتمر «الذكاء الاصطناعي في الإعلام»

بين التزييف العميق والتحقق الآلي وأخلاقيات غرف الأخبار

الغالية الزيارة - الدوحة



الاعلان الرسمي لمؤتمر الجزيرة للذكاء الاصطناعي - المصدر موقع الجزيرة

المحتوى المفبرك، وتحليل البيانات الضخمة، وتطوير أدوات التحرير والإنتاج، بما يعكس اتجاهات متزايدة نحو دمج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الحديثة.

كما شارك في المؤتمر متحدثون من مؤسسات تقنية وإعلامية كبرى، من بينها Microsoft و Google و IBM و Cisco، إلى جانب خبراء من شبكة الجزيرة ومؤسسات أكاديمية، بهدف تبادل الخبرات حول الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي في الإعلام.

وأبرزت إحدى جلسات المؤتمر نموذج "فنار"، أول نموذج لغوي عربي واسع النطاق في قطر، بوصفه مثالا على أهمية تطوير أدوات ذكاء اصطناعي تفهم اللغة العربية وسياقاتها الثقافية، وتدعم حضور المحتوى العربي في البيئة الرقمية العالمية. وأكدت النقاشات أن مستقبل الصحافة لن يتحدد فقط بقدرة المؤسسات على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، بل بقدرتها على وضع ضوابط مهنية واضحة تضمن الشفافية، وتحمي الجمهور من التضليل، وتحافظ على دور الصحفي بوصفه مسؤولاً عن التحقق والسياق والمعنى.



أثناء عرض محتوى الندوة على هامش المؤتمر - المصدر موقع الجزيرة

نظّم معهد الجزيرة للإعلام النسخة الثانية من مؤتمر «الذكاء الاصطناعي في الإعلام» في الدوحة، يومي ١١ و١٢ يناير ٢٠٢٥، بمشاركة خبراء ومتخصصين من مجالي الإعلام والتكنولوجيا، لمناقشة التحولات الجذرية التي أحدثتها أدوات الذكاء الاصطناعي في صناعة الصحافة والإنتاج الإعلامي.

وركّز المؤتمر على مستقبل العمل الصحفي في ظل صعود تقنيات مثل التزييف العميق، والإنتاج الآلي للمحتوى، والمساعدين الرقميين، وهي تقنيات باتت تفتح فرصاً واسعة لتطوير الأداء الإعلامي، لكنها في الوقت نفسه تطرح أسئلة أخلاقية عميقة حول المصادقية، والتحقق، وحدود تدخل الآلة في صناعة الخبر.

واستعرضت جلسات المؤتمر عدداً من الأدوات الذكية المستخدمة في جمع الأخبار والتحقق منها، إلى جانب تقنيات كشف

مستقبل اللغة العربية في محركات البحث الذكية



شعار تطبيق عربي للكتابة بالذكاء الاصطناعي باللغة العربية

أمل الرويلي - الدوحة

لم تعد محركات البحث كما عرفناها في السابق. لم يعد المستخدم يكتب كلمات مفتاحية ثم ينتقل بين عشرات الروابط بحثاً عن إجابة مناسبة. اليوم، ومع صعود محركات البحث المدعومة بالذكاء الاصطناعي، أصبح المستخدم يطرح سؤالاً كاملاً، فتعود إليه الآلة بإجابة جاهزة، مختصرة، ومنظمة، وكأنها محرر رقمي يقرأ نيابة عنه ويختار ما يراه مناسباً.

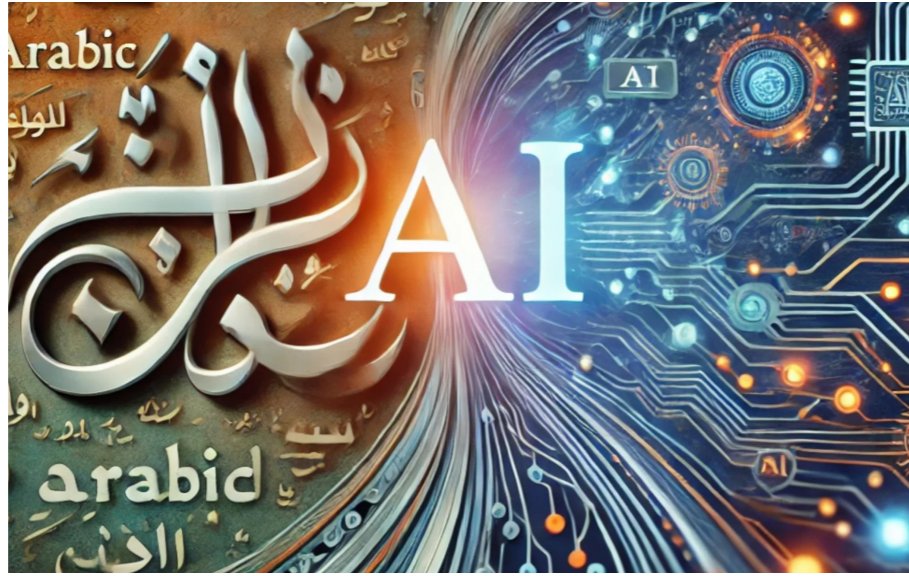
هذا التحول يفتح الباب أمام سؤال مهم بالنسبة للغة العربية: ما مستقبل المحتوى العربي في عالم لا يكتفي بعرض الروابط، بل يصوغ الإجابات؟ وهل ستحصل العربية على حضور عادل داخل هذه الأنظمة الذكية، أم ستظل في الهامش مقارنة بالإنجليزية واللغات الأكثر تمثيلاً رقمياً؟ من البحث بالكلمات إلى البحث بالمحادثة في الماضي، كان المستخدم يبحث بجملة قصيرة مثل: "أسباب الأخبار الكاذبة"، ثم

يختار بنفسه من بين النتائج. أما اليوم، فقد يسأل: "لماذا تنتشر الأخبار الكاذبة أسرع من الأخبار الصحيحة؟" فيحصل على إجابة كاملة خلال ثوانٍ، مع تلخيص للأسباب وربما اقتراحات للحل. هذا يعني أن محرك البحث لم يعد وسيطاً محايداً يعرض النتائج فقط، بل أصبح طرفاً يختار ويرتب، ويلخص، ويعيد صياغة المعلومات. وهنا تظهر أهمية اللغة: إذا كانت النماذج الذكية لا تفهم العربية بعمق، فإن الإجابة التي يحصل عليها المستخدم العربي قد تكون ناقصة أو سطحية أو متأثرة بمصادر أجنبية لا تعكس السياق المحلي.

العربية ليست لغة واحدة بسيطة تواجه العربية تحدياً خاصاً أمام محركات البحث الذكية، لأنها لغة غنية ومتعددة المستويات. هناك العربية الفصحى، واللهجات الخليجية والمصرية والشامية

والمغاربية، وهناك اختلافات في الأسلوب بين النص الإعلامي، والنص الأكاديمي، والمنشورات اليومية على وسائل التواصل. عندما يسأل مستخدم عربي باللهجة: "إيش حقيقة الخبر هذا؟" أو "هل الكلام ده صحيح؟"، يجب أن تفهم الآلة أن السؤال يتعلق بالتحقق من معلومة. وإذا لم تكن مدربة جيداً على تنوع العربية، فقد تفضل في فهم النية الحقيقية للسؤال، أو تعطي إجابة عامة لا تساعد المستخدم فعلياً.

المشكلة لا تتعلق بالكلمات فقط، بل بالسياق. فكلمة واحدة قد تحمل معنى مختلفاً بحسب البلد أو المجال أو طبيعة السؤال. لذلك، فإن مستقبل العربية في محركات البحث الذكية يعتمد على قدرة هذه الأنظمة على فهم اللغة بوصفها ثقافة وسياًقاً، لا مجرد قاموس ترجمة. من سيظهر في الإجابة؟ في محركات البحث التقليدية، كان الموقع



مشكلة ظهور شكل الحروف العربية في الذكاء الاصطناعي

الذي يظهر في الصفحة الأولى يحصل على الزيارة والاهتمام. أما في البحث الذكي، فقد يقرأ المستخدم الإجابة دون أن يضغط على أي رابط. وهذا يطرح تحدياً كبيراً أمام المؤسسات الإعلامية العربية: إذا لم تستخدم الآلة محتواها في صياغة الإجابة، فقد تختفي من المشهد حتى لو كانت تنتج محتوى جيداً.

السؤال لم يعد فقط: كيف تتصدر نتائج البحث؟ بل أصبح: كيف نكون مصدراً موثقاً تستند إليه محركات البحث الذكية عند توليد الإجابات؟

ولتحقيق ذلك، تحتاج المؤسسات العربية إلى محتوى واضح، موثق، محدث، ومنظم بطريقة تسهل على الأنظمة الذكية فهمه. فالمقال الغامض، أو الخبر بلا مصدر، أو النص المليء بالعناوين المثيرة دون معلومات دقيقة، لن يكون خياراً مفضلاً في بيئة البحث الجديدة.

خطر الترجمة الخفية من أبرز المخاطر أن تعتمد محركات البحث

الصحافة، أو تنظيم الذكاء الاصطناعي، ثم تقدمها للمستخدم العربي كأنها إجابة عامة تصلح لكل مكان. هنا لا يكون الخلل في الترجمة فقط، بل في غياب الحس الثقافي والمعرفي. ولهذا، تصبح الحاجة ملحة إلى إنتاج محتوى عربي أصيل، لا مجرد محتوى مترجم. فالمستقبل لن يكون لمن يكتب أكثر بل لمن يكتب بدقة، ويوثق، ويشرح الواقع المحلي بلغة مفهومة ومنهجية.

المحتوى العربي أمام اختبار الجودة لسنوات طويلة، عانى المحتوى العربي على الإنترنت من مشكلات متكررة: النسخ، ضعف التوثيق، العناوين المضللة، قلة التحديث، والخلط بين الرأي والمعلومة. ومع دخول محركات البحث الذكية، ستصبح هذه المشكلات أكثر تأثيراً.

فالذكاء الاصطناعي يتعلم من المتاح. وإذا كان المتاح ضعيفاً أو غير دقيق، فإن الإجابات ستكون بدورها ضعيفة أو مضللة. لذلك، فإن تحسين مستقبل العربية في البحث



مشكلة ظهور شكل الحروف العربية في الذكاء الاصطناعي

مستقبل اللغة العربية في محركات البحث الذكية

حين تتحول نتائج البحث من روابط إلى إجابات تولدها الخوارزميات

لماذا يهم؟

محركات البحث الذكية لم تعد تكتفي بعرض الروابط، بل أصبحت تفهم السؤال وتلخص الإجابة. وهنا تبرز أهمية جودة المحتوى العربي، لأن ضعف حضوره أو غياب سياقه قد يجعل المستخدم يرى إجابات ناقصة أو متحيزة.



+400 مليون
يتحدثون العربية
يومية حول العالم

الأمم المتحدة / اليونسكو

0.6%
فقط من المواقع
المعروفة المحتوى على
الويب تستخدم العربية

مايو 2026 - W3Techs

+6 مليارات
مستخدم إنترنت
حول العالم في 2026

DataReportal 2026

5.66 مليار
هوية مستخدم نشطة على
وسائل التواصل الاجتماعي

DataReportal 2026

الفجوة الرقمية

95%
حضور العربية
بين المتحدثين: كبير

0.6%
حضور العربية
في محتوى الويب: محدود

أبرز التحديات

نقص الشفافية في آليات الترتيب والتوليد
هيمنة مصادر غير عربية على الإجابات
تعدد اللهجات وصعوبة فهم السياق
ضعف المحتوى العربي الموثوق

ما الذي تحتاجه العربية؟

1
محتوى عربي أصيل
وعالي الجودة

2
بيانات منظمة
قابلة للفهم
ألياً

3
نماذج ذكاء اصطناعي تراعي اللهجات والسياق

4
مؤسسات إعلامية
تبنى الثقة بالمصدر
والشرح

كيف تعمل رحلة البحث الذكي؟



الخلاصة

” مستقبل العربية في البحث الذكي لا يتوقف على التقنية وحدها، بل على قدرتنا على إنتاج محتوى عربي موثوق، واضح، ومنظم يستحق أن تعتمد عليه الآلة والقارئ معاً.

الثقافية، والتميز بين المعلومة والرأي والدعاية.

ما المطلوب من المؤسسات الإعلامية العربية؟

على المؤسسات الإعلامية العربية أن تتعامل مع محركات البحث الذكية بوصفها بوابة جديدة للجمهور لم يعد كافياً أن تنشر الخبر بسرعة، بل يجب أن تجعله قابلاً للفهم، والتحقق، والاستخدام من قبل الإنسان والآلة معاً.

وهذا يتطلب الاهتمام بعدة أمور: وضوح العناوين، توثيق المصادر، تحديث الأخبار القديمة، استخدام لغة دقيقة، شرح السياق، وتجنب المبالغة في العناوين. كما يجب بناء أرشيفات رقمية منظمة تساعد محركات البحث الذكية على الوصول إلى المعلومات الصحيحة بدلاً من الاعتماد على مصادر أقل موثوقة.



مشكلة ظهور شكل الحروف العربية في الذكاء الاصطناعي

الذكي يبدأ من تحسين جودة المحتوى العربي نفسه. المطلوب ليس فقط زيادة عدد المقالات، بل بناء محتوى عربي موثوق: أخبار بمصادر واضحة، مقالات تحليلية عميقة، قواعد بيانات عربية، أرشيفات صحفية منظمة، ومواقع تستخدم لغة دقيقة وعناوين مسؤولة.

ويمكنها أيضاً أن تعزز حضور المحتوى العربي إذا وجدت مصادر قوية ومنظمة تستحق الاعتماد عليها. لكن هذه الفرصة لن تتحقق تلقائياً. تحتاج إلى استثمار في اللغة، والبيانات، والتعليم، والصحافة، والتقنية. كما تحتاج إلى نماذج ذكاء اصطناعي عربية قادرة على فهم السياق، المحلل، واحترام الخصوصية.

فرصة لا تهديد فقط

رغم التحديات، يحمل البحث الذكي فرصة كبيرة للغة العربية. فهذه الأدوات يمكن أن تجعل الوصول إلى المعرفة أسهل للملايين المستخدمين، خصوصاً من لا يجيدون الإنجليزية أو لا يملكون وقتاً للتنقل بين مصادر متعددة.

يمكن لمحركات البحث الذكية أن تساعد الطالب، والصحفي، والباحث، وصانع المحتوى، والمستخدم العادي على فهم القضايا المعقدة بلغة عربية واضحة.



حل مشكلة ظهور الحروف العربية في بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي

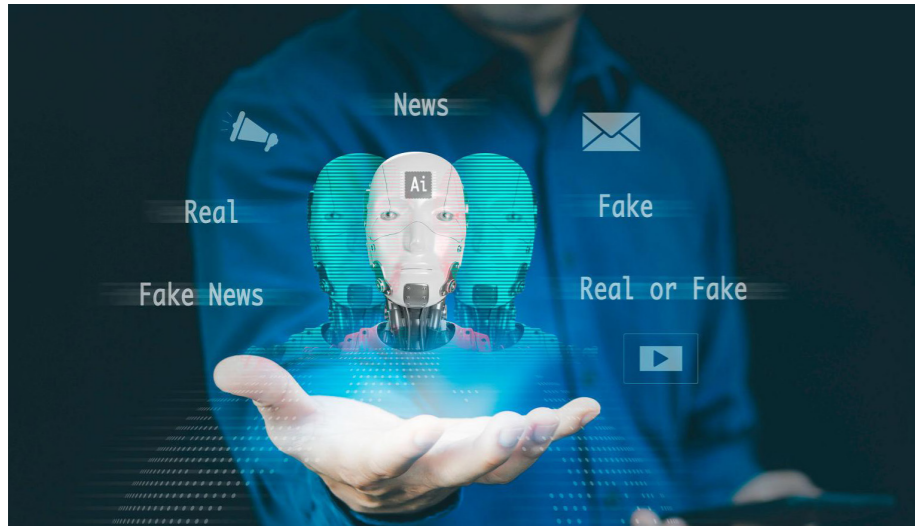
حذفها. وأعاد الحادث فتح النقاش حول ضرورة تشديد القوانين ضد استخدام التزييف العميق في إنتاج محتوى جنسي غير مرخص، كما كشف هشاشة سياسات المنصات أمام هذا النوع من الانتهاكات. غير أن الاعتماد على الأدوات التقنية وحدها لا يكفي. فكلما كان المقطع أكثر إثارة للصدمة أو الغضب، زادت الحاجة إلى التوقف قبل مشاركته. فالإثارة ليست دليلاً على الصحة، بل قد تكون في كثير من



استخدام تقنيات التزييف العميق في تحويل الصور واستنساخها

الأحيان علامة تحذير. وتؤكد هذه التحولات أن معركة الإعلام الرقمي اليوم لم تعد معركة نشر الخبر فقط، بل معركة حماية الحقيقة من التلاعب البصري والصوتي. وفي زمن يمكن فيه للآلة أن تصنع مشهداً كاملاً من العدم، يصبح السؤال الأهم: ليس فقط هل نصدق ما نرى؟ بل من يملك القدرة على إثبات أن ما نراه حقيقي؟

من جنوده إلقاء السلاح والاستسلام. ورغم اكتشاف التزوير سريعاً نسبياً، فإن المقطع كان قد وصل إلى عدد كبير من المستخدمين، ما كشف كيف يمكن للتزييف العميق أن يتحول إلى أداة في الحروب الحديثة. وفي يناير ٢٠٢٤، أثار انتشار صور جنسية مزيفة للفنانة الأمريكية تايلور سويفت على منصة X موجة واسعة من الجدل، بعدما شاهدتها ملايين المستخدمين قبل



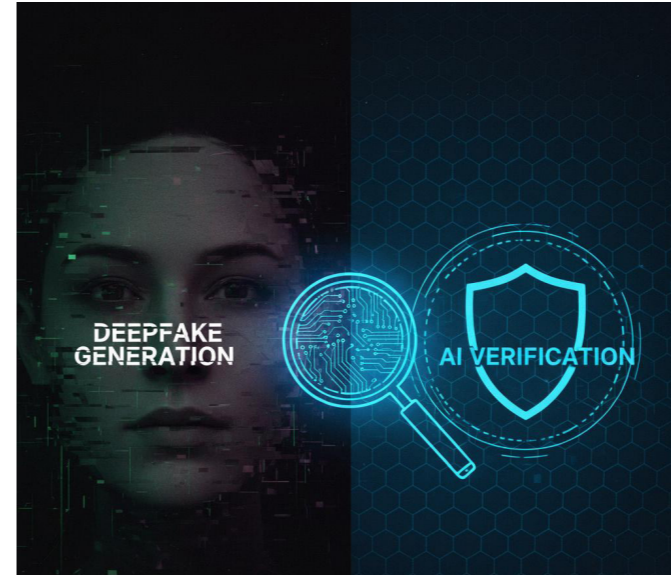
استخدام تقنيات التزييف العميق في نسخ كل أنواع البيانات من صور ونصوص واصوات

كما يشكل التزييف العميق خطراً كبيراً في قضايا الابتزاز والتحرش، من خلال استخدام الوجوه أو الأصوات في محتوى مسيء أو غير مرخص، بما يلحق أضراراً نفسية واجتماعية جسيمة بالضحايا. أما الخطر الأوسع، فيكمن في تقويض الثقة؛ فحين يعرف الجمهور أن كل شيء قابل للتزييف، يبدأ في التشكيك في كل شيء، بما في ذلك المقاطع الحقيقية.

وتلخص الباحثة في الذكاء الاصطناعي والمعلومات المضللة نينا شيك هذه الأزمة بقولها:

«الخطر الأكبر ليس في الفيديو المزيف الذي يُصدّق، بل في الفيديو الحقيقي الذي يعد أحد يصدق.»

وقد شهد العالم خلال السنوات الأخيرة أمثلة بارزة على خطورة هذه التقنية. ففي عام ٢٠٢٢، وخلال الحرب الروسية الأوكرانية، انتشر مقطع مزيف للرئيس الأوكراني فولوديمير زيلينسكي بدا فيه وكأنه يطلب



استخدام تقنيات التزييف العميق في تحويل الصور واستنساخها

من يحرس الحارس؟ التزييف العميق يضع الحقيقة في قفص الاتهام

الغالية الزيارة - الدوحة

التقنية، بعدما أصبحت أدوات مثل ElevenLabs و HeyGen وغيرها متاحة على نطاق واسع وبأسعار منخفضة أو حتى مجاناً، ما جعل إنتاج المقاطع المفبركة أقل كلفة وأكثر سهولة. وبذلك لم يعد التزييف العميق حكراً على خبراء التقنية أو الجهات المنظمة، بل أصبح في متناول أي شخص يمتلك جهاز حاسوب وقدرًا محدوداً من المعرفة التقنية.

ولا تتوقف مخاطر التزييف العميق عند حدود الإعلام، بل تمتد إلى السياسة والأمن القومي والاقتصاد والحياة الشخصية. ففي المجال السياسي، يمكن لمقاطع مزيفة لقادة دول أو مسؤولين أن تثير أزمات دبلوماسية أو تحرض على النزاع قبل أن تتمكن الجهات المختصة من نفيها. وفي المجال المالي، يمكن تقليد أصوات مسؤولين تنفيذيين لخداع الموظفين وتحويل أموال أو تسريب بيانات حساسة.

يبدو مقنعاً، بينما تحاول شبكة أخرى كشفه. ومع تكرار عملية التدريب على آلاف الصور أو المقاطع الحقيقية للشخص المستهدف، يصبح النموذج قادراً على تقليد ملامحه وصوته وحركاته بدرجة عالية من الواقعية.

وتبدأ عملية صناعة التزييف العميق عادةً من جمع البيانات، عبر تجميع صور ومقاطع فيديو وصوت للشخص المستهدف من الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، ثم تأتي مرحلة تدريب النموذج ليتعلم ملامح الوجه وطريقة الكلام وتعابير الشخص. وبعد ذلك يتم توليد المحتوى، أي إنتاج مقطع مرئي أو صوتي جديد يظهر فيه الشخص وكأنه قال أو فعل شيئاً لم يحدث، قبل أن تبدأ مرحلة النشر والانتشار عبر المنصات الرقمية، حيث قد يصل المقطع إلى ملايين المستخدمين قبل أي تحقق.

وشهد عام ٢٠٢٦ تحولاً مهماً في خطورة هذه

باتت تقنية التزييف العميق واحدة من أخطر التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في عصر الذكاء الاصطناعي، بعدما أصبح بالإمكان إنتاج مقاطع فيديو أو تسجيلات صوتية تُظهر أشخاصاً يقولون أو يفعلون ما لم يحدث أبداً، خلال ساعات قليلة وبأدوات باتت متاحة لغير المتخصصين.

وتكمن خطورة هذه التقنية في أنها لا تهدد الخبر وحده، بل تهدد أساس الثقة في الصورة والصوت. فالمستخدم الذي كان يعتمد على ما يراه دليلاً على الحقيقة، بات اليوم مضطراً إلى التشكيك حتى في أكثر المقاطع واقعية، خصوصاً مع تطور أدوات التوليد البصري والصوتي التي تجعل التمييز بين الحقيقي والمفبرك أكثر صعوبة.

ويعتمد التزييف العميق على تقنيات الذكاء الاصطناعي، وخصوصاً ما يُعرف بـ الشبكات التوليدية التعاكسية، حيث تعمل شبكة على إنتاج محتوى مزيف



السيدة ريم المنصوري خلال فعاليات مؤتمر قطر الدولي لتطوير برامج تكنولوجيا الاتصالات - المصدر من جريدة الراية

لا تبدو مسيرتها بعيدة عن روح العصر. فقد ارتبط اسمها بملفات مثل الصناعة الرقمية، التحول الرقمي، الذكاء الاصطناعي، دعم الشركات الناشئة، وتمكين المرأة. وتشير صفحة مؤتمر MWC Doha إلى أن عملها يمتد عبر التحول الرقمي، وتطوير السوق، والابتكار التكنولوجي، وتمكين المرأة، كما تذكر أنها تحمل درجة ماجستير في الذكاء الاصطناعي من جامعة بليموث، وماجستيراً تنفيذياً في إدارة الأعمال. في المشهد القطري، لا يمكن فصل اسم ريم المنصوري عن فكرة أن التقنية ليست أجهزة وشبكات فقط، بل منظومة كاملة لتغيير طريقة العمل والتفكير والإنتاج. ففي تصريحات سابقة، أكدت أن قطر لا تبدو مسيرتها بعيدة عن روح العصر. فقد ارتبط اسمها بملفات مثل الصناعة الرقمية، التحول الرقمي، الذكاء الاصطناعي، دعم الشركات الناشئة، وتمكين المرأة. وتشير صفحة مؤتمر MWC Doha إلى أن عملها يمتد عبر التحول الرقمي، وتطوير السوق، والابتكار التكنولوجي، وتمكين المرأة، كما تذكر أنها تحمل درجة ماجستير في الذكاء الاصطناعي من جامعة بليموث، وماجستيراً تنفيذياً في إدارة الأعمال. في المشهد القطري، لا يمكن فصل اسم ريم المنصوري عن فكرة أن التقنية ليست أجهزة وشبكات فقط، بل منظومة كاملة لتغيير طريقة العمل والتفكير والإنتاج. ففي تصريحات سابقة، أكدت أن قطر

تحوّلت إلى مركز إقليمي للحلول الذكية والتحول الرقمي، وذلك في سياق استضافة الدوحة لفعاليات مرتبطة بالمدن الذكية، وهي رؤية تنسجم مع صورة قطر كدولة تستثمر في البنية التحتية الرقمية والمعرفة والابتكار. لكن ما يميز حضورها ليس الحديث عن التقنية بوصفها هدفاً في ذاتها، بل بوصفها وسيلة لتحسين جودة الحياة وبناء اقتصاد أكثر تنوعاً. ففي مداخلة لها خلال مؤتمر MWC25 الدوحة، شددت على أن الازدهار الاقتصادي هو المعيار الحقيقي لنجاح التحول الرقمي، وأن كل مشروع أو استثمار تكنولوجي يجب أن ينعكس على جودة الحياة ودعم النمو الاقتصادي وتحقيق رؤية

قطر المستقبلية. وتظهر هذه الرؤية بوضوح في علاقتها بملف الذكاء الاصطناعي. ففي أسبوع الذكاء الاصطناعي ٢٠٢٤، باواحة قطر للعلوم والتكنولوجيا، قالت المنصوري إن الذكاء الاصطناعي ليس مجرد أداة، بل دعوة لإعادة التفكير في طريقة حل المشكلات، وتنمية الاقتصادات، وتحسين حياة الناس. هذا التصور يمنح التقنية بُعداً إنسانياً، ويضعها في خدمة المجتمع لا فوقه. ولا يقف دورها عند الحديث النظري عن المستقبل، بل يمتد إلى دعم بيئة الابتكار والشركات الناشئة. فقد وقّعت وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ومايكروسوفت مبادرة تعاون لدعم الابتكار

ريم المنصوري ”امراة قطرية على خط التحول الرقمي“



السيدة ريم المنصوري

الغالية الزيارة - الدوحة

لم تعد فيه التكنولوجيا قطاعاً جانبياً، بل أصبحت لغة الاقتصاد والحكومة والتعليم والحياة اليومية، تبرز سعادة السيدة ريم محمد المنصوري بوصفها واحدة من الوجوه القطرية المرتبطة بمسار التحول الرقمي وبناء الاقتصاد القائم على المعرفة. فهي ليست مجرد مسؤولة في قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، بل نموذج لشخصية قطرية تعمل في منطقة دقيقة بين السياسات الرقمية، وتمكين الابتكار، وتوجيه التقنية لخدمة الإنسان. تشغل ريم المنصوري منصب وكيل الوزارة المساعد لشؤون الصناعة الرقمية بوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وقد ورد تعيينها في هذا المنصب ضمن قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٣٢ لسنة ٢٠٢٣، كما تصفها مصادر متخصصة بأنها تلعب دوراً في دعم الأجندة الرقمية ٢٠٣٠ في قطر.

ريم المنصوري... امرأة قطرية على خط التحول الرقمي

قيادة قطرية بارزة في مسار التحول الرقمي، ارتبط اسمها بدعم الشمولية الرقمية، والمدن الذكية، والاقتصاد الرقمي في دولة قطر.



أبرز الأدوار



دعم التحول الرقمي
في دولة قطر



تعزيز الشمولية الرقمية
ضمن الأجندة الرقمية 2030



الإسهام في ملف
المدن الذكية والحلول الذكية



دعم الابتكار والاقتصاد
الرقمي وتمكين بيئة الأعمال

محطات بارزة



2022

أكدت أن قطر باتت
مركزاً إقليمياً للحلول
الذكية والتحول الرقمي.



2024

شددت على أن الشمولية
الرقمية حجر الأساس
للأجندة الرقمية. 2030.



2025

افتتحت إكسبو المدن
الذكية - الدوحة ضمن
فعاليات MWC25.



2025

أكدت أن الاقتصاد الرقمي
يمثل مستقبل النمو
في قطر.

رؤية وأثر



توسيع الوصول
للتقنيات الحديثة



بناء اقتصاد قائم
على المعرفة



ترسيخ مكانة قطر
كمركز رقمي إقليمي



دعم الابتكار المسؤول
والتنمية المستدامة

”الاقتصاد الرقمي يمثل
مستقبل النمو، وقطر تمضي
نحو اقتصاد رقمي يقوده
الإبداع والتكنولوجيا المتقدمة

— ريم محمد المنصوري



السيدة ريم المنصوري أثناء توقيع اتفاقية مع شركة ميكروسوفت - المصدر من جريدة الراية

الرقمي وتمكين الشركات الناشئة في قطر، ووقّعت المبادرة ريم المنصوري بصفتها وكيل الوزارة المساعد لشؤون الصناعة الرقمية، إلى جانب المديرية العامة لمايكروسوفت في قطر. من هنا، تبدو ريم المنصوري شخصية مناسبة جداً لملف مجلة رقمنة، لأن حضورها يتقاطع مع الأسئلة الكبرى التي يطرحها العدد: من يصنع مستقبلنا الرقمي؟ كيف يمكن أن تكون التكنولوجيا أداة بناء لا مصدر قلق؟ وكيف تستطيع دولة صغيرة بحجم قطر أن تنافس في مجالات ضخمة مثل الذكاء الاصطناعي والصناعة الرقمية؟ في سيرتها جانب آخر لا يقل أهمية: الحضور النسائي القطري في المجال العام. فقد عُينت في عام ٢٠١٧ ضمن أربع نساء في مجلس الشورى، وهو ما جعلها من أوائل النساء اللاتي دخلن هذا المسار في قطر، بحسب ما تذكره مصادر تعريفية وسير ذاتية منشورة عنها. هذا الجمع بين التجربة التقنية والحضور العام يمنح شخصيتها بعداً أوسع. فهي تمثل جيلاً من القيادات القطرية التي تتحرك بين السياسة العامة والتكنولوجيا، وبين التمكين المؤسسي والابتكار. وفي زمن أصبح فيه الذكاء الاصطناعي يثير أسئلة عن الوظائف، والخصوصية، والثقة، والهوية، تبدو الحاجة أكبر إلى أصوات قادرة على شرح التقنية بلغة المجتمع، لا بلغة المختبرات وحدها. وقد أكدت المنصوري، وفق تغطيات صحفية حديثة، أن قطر تعمل على بناء منظومة ذكاء اصطناعي تقوم على الشفافية والأمن والمسؤولية الأخلاقية، مع الالتزام بحماية الخصوصية وتعزيز الشمول الرقمي وتمكين الشركات الناشئة في قطر، ووقّعت المبادرة ريم المنصوري بصفتها وكيل الوزارة المساعد لشؤون الصناعة الرقمية، إلى جانب المديرية العامة لمايكروسوفت في قطر. من هنا، تبدو ريم المنصوري شخصية مناسبة جداً لملف مجلة رقمنة، لأن حضورها يتقاطع مع الأسئلة الكبرى التي يطرحها العدد: من يصنع مستقبلنا الرقمي؟ كيف يمكن أن تكون التكنولوجيا أداة بناء لا مصدر قلق؟ وكيف تستطيع دولة صغيرة بحجم قطر أن تنافس في مجالات ضخمة مثل الذكاء الاصطناعي والصناعة الرقمية؟ في سيرتها جانب آخر لا يقل أهمية: الحضور النسائي القطري في المجال العام. فقد عُينت في عام ٢٠١٧ ضمن أربع نساء في مجلس الشورى، وهو ما جعلها من أوائل النساء اللاتي دخلن هذا المسار في قطر، بحسب ما تذكره مصادر تعريفية وسير ذاتية منشورة عنها. هذا الجمع بين التجربة التقنية والحضور العام يمنح شخصيتها بعداً أوسع. فهي تمثل جيلاً من القيادات القطرية التي تتحرك بين السياسة العامة والتكنولوجيا، وبين التمكين المؤسسي والابتكار. وفي زمن أصبح فيه الذكاء الاصطناعي يثير أسئلة عن الوظائف، والخصوصية، والثقة، والهوية، تبدو الحاجة أكبر إلى أصوات قادرة على شرح التقنية بلغة المجتمع، لا بلغة المختبرات وحدها. وقد أكدت المنصوري، وفق تغطيات صحفية حديثة، أن قطر تعمل على بناء منظومة ذكاء اصطناعي تقوم على الشفافية والأمن والمسؤولية الأخلاقية، مع الالتزام بحماية الخصوصية وتعزيز الشمول الرقمي وتمكين الشركات الناشئة في قطر، ووقّعت المبادرة ريم المنصوري بصفتها وكيل الوزارة المساعد لشؤون الصناعة الرقمية، إلى جانب المديرية العامة لمايكروسوفت في قطر.

محمد بن سلمان المري الثقة تحت الاختبار والاعلام الرقمي في مواجهة خوارزميات الأخبار الكاذبة



محمد بن سلمان المري

عائشة المري - الدوحة

لم تعد أزمة الإعلام في العصر الرقمي مجرد سباق على الخبر العاجل، ولا مجرد خطأ مهني يقع هنا أو هناك. الأزمة أعمق من ذلك بكثير. إنها أزمة ثقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية، وأزمة علاقة بين السرعة والحقيقة، وأزمة وعي في فضاء رقمي بات مزدحماً بالأخبار والشائعات، والمحتوى الموجه، والصور الخارجة من سياقها.

في هذا المشهد المعقد، يصبح السؤال عن المصداقية سؤالاً مركزياً: هل لا يزال الجمهور يثق بالإعلام؟ وهل تستطيع المؤسسات الإعلامية أن تستعيد ما فقدته من ثقة في زمن صار فيه كل مستخدم

ناشراً، وكل منصة غرفة أخبار مفتوحة، وكل خبر قابلاً للانتشار خلال ثوانٍ؟ للإجابة عن هذه الأسئلة، التقت رقمنة المستشار الإعلامي محمد بن سلمان المري، مؤسس شركة تبيان الإعلامية المتخصصة في تحليل المشهد الإعلامي وقياس أثره، ورئيس لجنة الصحافة الثقافية في المركز القطري للصحافة. المري ليس مجرد متابع للتحويلات الإعلامية، بل أحد الأصوات القطرية التي تقرأ أزمة المصداقية في الإعلام العربي بوعي نقدي، يجمع بين الخبرة المهنية والرؤية التحليلية.

في مكتبه، حيث تمتزج شاشات الرصد بتقارير التحليل الرقمي، بدأ المشهد مناسباً

تماماً لطبيعة الحوار. لم يكن الحديث عن الإعلام من زاوية نظرية بعيدة، بل من داخل عالم تتغير فيه الأخبار لحظة بلحظة، وتُقاس فيه الرسائل، وتُحلل ردود الفعل، وتُرصَد تحولات الجمهور كما تُرصَد الأحداث نفسها.

كان السؤال الأول مباشراً: كيف يمكن للمؤسسات الإعلامية المحترفة أن تتحقق من الأخبار وسط هذا التدفق الهائل للمعلومات؟

لم يتردد المري في الإجابة. بالنسبة إليه، التحقق ليس خطوة إضافية يمكن الاستغناء عنها عند ضغط الوقت، ولا ترفاً مهنياً تمارسه المؤسسات حين تسمح

يسأل قبل أن يصدق، وأن يعرف أن السبق لا قيمة له إذا جاء على حساب الحقيقة.

ومن التحقق، ينتقل الحوار إلى سؤال أكبر: هل فقد الجمهور ثقته في الإعلام؟

يجيب المري بنعم، لكنه لا يتعامل مع هذه الإجابة كحكم نهائي على الجمهور أو الإعلام. فهو يرى أن الجمهور العربي اليوم أصبح أكثر تشككاً مما كان عليه قبل عشر سنوات، وهذا، في حد ذاته، ليس أمراً سلبياً بالضرورة. فالمتلقي الذي يسأل: "من كتب هذا؟ ولماذا الآن؟ وما مصدره؟" هو متلقي أكثر وعياً، يمارس حقه في المساءلة، ولا يكتفي بالاستهلاك السلبي للمحتوى.

لكن المشكلة تبدأ، في رأيه، عندما يتحول التشكيك الصحي إلى ما يسميه "العدمية المعلوماتية". أي أن يصل الجمهور إلى قناعة خطيرة مفادها: لا شيء موثوق، إذن كل شيء متساوٍ. عند هذه النقطة، لا يعود



متابعة الجمهور للأخبار بشكل مستمر

الفرق واضحاً بين الصحافة المهنية والشائعة، بين التحقيق الموثق والمنشور العاطفي، بين المؤسسة التي تتحقق والحساب الذي يضخم.

هذا النوع من العدمية، كما يرى المري، يفتح الباب أمام المحتوى المضلل كي يملأ الفراغ. فحين يفقد الجمهور ثقته بكل المصادر، يصبح أكثر عرضة لتصديق ما يوافق مشاعره، لا ما يستند إلى دليل. وهنا لا يعود التضليل مجرد خطأ في المعلومة، بل يصبح أزمة في بناء الوعي العام.

وعند سؤاله عن المسؤولية، يرفض المري تحميل الجمهور العبء الأكبر. يقول بوضوح إنه لا يجب تحميل الجمهور المسؤولية وحده، لأن الجمهور يتصرف غالباً وفق ما أتاحت له من معلومات وخيارات. المسؤولية الكبرى، في نظره، تقع على المؤسسات الإعلامية التي أخلت أحياناً بعقدها التاريخي مع

المتلقي.

فالإعلام، كما يشرح، خذل الجمهور حين فضّل الإثارة على السياق، والسبق على الصحة، والانحياز على الموضوعية. وحين تتكرر هذه الممارسات، لا ينبغي أن نستغرب من تراجع الثقة. فالجمهور لم يفقد ثقته من فراغ، بل نتيجة تراكم لحظات شعر فيها أن الإعلام لم يكن أميناً بما يكفي، أو شفافاً بما يكفي، أو شجاعاً بما يكفي في الاعتراف بأخطائه.

هنا يتوقف المري عند كلمة يراها مفتاح الحل: الشفافية.

بالنسبة إليه، لا يمكن استعادة ثقة الجمهور عبر الشعارات، ولا عبر تحسين الشكل البصري للمحتوى فقط، ولا حتى عبر استخدام تقنيات أكثر تطوراً. الثقة تُبنى عندما تقول المؤسسة لجمهورها كيف حصلت على الخبر، ومن أين جاءت المعلومة، وما الذي تعرفه حتى الآن، وما الذي لا تعرفه بعد. تُبنى عندما تعترف المؤسسة بخطئها إذا أخطأت، وتصحح علناً، ولا تتعامل مع التصحيح كأنه اعتراف بالضعف.

ويرى المري أن على الإعلام أن ينتقل من منطلق "نحن نعرف وأنتم تلتقون" إلى منطلق جديد يقوم على الشراكة. الجمهور لم يعد متلقياً سلبياً، بل صار قادراً على السؤال، والمراجعة، والمقارنة، وحتى كشف الأخطاء. ومن هنا تأتي أهمية ما يسميه المري "الإعلام



يسأل قبل أن يصدق، وأن يعرف أن السبق لا قيمة له إذا جاء على حساب الحقيقة. ومن التحقق، ينتقل الحوار إلى سؤال أكبر: هل فقد الجمهور ثقته في الإعلام؟

الفرق واضحاً بين الصحافة المهنية والشائعة، بين التحقيق الموثق والمنشور العاطفي، بين المؤسسة التي تتحقق والحساب الذي يضخم.

هذا النوع من العدمية، كما يرى المري، يفتح الباب أمام المحتوى المضلل كي يملأ الفراغ. فحين يفقد الجمهور ثقته بكل المصادر، يصبح أكثر عرضة لتصديق ما يوافق مشاعره، لا ما يستند إلى دليل. وهنا لا يعود التضليل مجرد خطأ في المعلومة، بل يصبح أزمة في بناء الوعي العام.

وعند سؤاله عن المسؤولية، يرفض المري تحميل الجمهور العبء الأكبر. يقول بوضوح إنه لا يجب تحميل الجمهور المسؤولية وحده، لأن الجمهور يتصرف غالباً وفق ما أتيح له من معلومات وخيارات. المسؤولية الكبرى، في نظره، تقع على المؤسسات الإعلامية التي أخلت أحياناً بعقدها التاريخي مع

المتلقي. فالإعلام، كما يشرح، خذل الجمهور حين فضّل الإثارة على السياق، والسبق على الصحة، والانحياز على الموضوعية. وحين تتكرر هذه الممارسات، لا ينبغي أن نستغرب من تراجع الثقة. فالجمهور لم يفقد ثقته من فراغ، بل نتيجة تراكم لحظات شعر فيها أن الإعلام لم يكن أميناً بما يكفي، أو شفافاً بما يكفي، أو شجاعاً بما يكفي في الاعتراف بأخطائه.

هنا يتوقف المري عند كلمة يراها مفتاح الحل: الشفافية.

بالنسبة إليه، لا يمكن استعادة ثقة الجمهور عبر الشعارات، ولا عبر تحسين الشكل البصري للمحتوى فقط، ولا حتى عبر استخدام تقنيات أكثر تطوراً. الثقة تُبنى عندما تقول المؤسسة لجمهورها كيف حصلت على الخبر، ومن أين جاءت

المعلومة، وما الذي تعرفه حتى الآن، وما الذي لا تعرفه بعد. تُبنى عندما تعترف المؤسسة بخطئها إذا أخطأت، وتصحح علناً، ولا تتعامل مع التصحيح كأنه اعتراف بالضعف.

ويرى المري أن على الإعلام أن ينتقل من منطق "نحن نعرف وأنتم تتلقون" إلى منطق جديد يقوم على الشراكة. الجمهور لم يعد متلقياً سلبياً، بل صار قادراً على السؤال، والمراجعة، والمقارنة، وحتى كشف الأخطاء. ومن هنا تأتي أهمية ما يسميه المري "الإعلام المحاسب"؛ أي الإعلام الذي يقبل أن يكون كل محتواه قابلاً للمساءلة، ومفتوحاً للنقد، وغير محصن خلف هالة الاحتراف أو السلطة.

هذا التصور يعيد تعريف العلاقة بين الإعلام والجمهور. فالمصداقية لا تُمنح تلقائياً لأنها صادرة عن مؤسسة معروفة، بل تُكتسب يوماً من خلال الممارسة. وكل خبر دقيق يعزز الثقة، وكل خطأ غير معترف به يهدم جزءاً منها.

وقبل نهاية اللقاء، سألناه عن الرسالة التي يوجهها إلى طلاب الإعلام الذين يدخلون المهنة في لحظة تاريخية شديدة الحساسية. ابتسم المري، ثم قال: "تعلموا أن تتشككوا بما تسمعون قبل أن تنشروه، وأن تحترموا الصمت حين لا تعرفون."

هذه العبارة تختصر فلسفته في العمل

الإعلامي. فالصحفي الجيد ليس من يملأ الفراغ بالكلام، بل من يعرف متى يتكلم ومتى يصمت. وليس من يصل أولاً بأي ثمن، بل من يصل إلى الحقيقة بأكبر قدر ممكن من الدقة والإنصاف.

ويرى المري أن الجيل القادم من الصحفيين سيواجه تحديات لم تكن موجودة من قبل: الذكاء الاصطناعي، والترزيف العميق، والخوارزميات، وسرعة الانتشار، وانهايار الحدود بين الصحفي وصانع المحتوى. لذلك، فإن المهارات التقنية مهمة، لكنها لا تكفي. فالصحفي يحتاج إلى ضمير مهني، وحس نقدي، وقدرة على الشك، واحترام عميق للمعلومة.

ففي عصر يستطيع فيه أي شخص أن ينشر، يصبح دور الصحفي الحقيقي ليس أن يضيف ضجيجاً جديداً، بل أن يضيف معنى. أن يفرز، ويتحقق، ويفسر، ويمنح الجمهور ما يساعده على الفهم لا مجرد الانفعال.

تكشف هذه المقابلة أن أزمة المصداقية في الإعلام الرقمي ليست مشكلة عابرة أو نتيجة مباشرة للتكنولوجيا وحدها، بل هي أزمة ثقافة مهنية وعلاقة ثقة. فالتكنولوجيا زادت السرعة، ووسعت الانتشار، وخلقت أدوات جديدة للتحقق والتضليل في الوقت نفسه، لكنها لم تلغ جوهر المهنة.

أوضحت إجابات محمد بن سلمان المري أن التحقق لم يعد مرحلة هامشية في العمل الصحفي، بل هو أساس وجود الإعلام المهني. فالصحافة التي تتخلى عن التثبت تفقد ميزتها الأساسية، وتصبح مجرد طرف آخر في سوق المحتوى.

كما أظهرت المقابلة أن الجمهور العربي أصبح أكثر وعياً وتشكيكاً، لكن هذا التشكيك يحتاج إلى أن يبقى في منطقة المساءلة الصحية، لا أن يتحول إلى فقدان كامل للثقة بكل المصادر. وهنا يأتي دور المؤسسات الإعلامية في إعادة بناء العلاقة مع الجمهور عبر الشفافية، والاعتراف بالأخطاء، وشرح آليات العمل.

وتؤكد المقابلة أن المسؤولية لا تقع على الجمهور وحده، بل تبدأ من غرف الأخبار التي يجب أن تعيد النظر في أولوياتها: هل تريد الوصول السريع فقط، أم تريد وصولاً مبنياً على الحقيقة؟ هل تريد التفاعل، أم تريد الثقة؟ وهل ترى الجمهور رقماً في نسب المشاهدة، أم شريكاً في الفهم والمساءلة؟

أما النتيجة الأهم فهي أن مستقبل الإعلام لن يصنعه من يمتلك أدوات أكثر فقط، بل من يمتلك ضميراً مهنيّاً واضح، ومن يعرف أن الصمت أحياناً موقف مهني، وأن التأييد قد يكون أكثر شجاعة من السبق.

رئيس قسم المحليات بجريدة العرب أمير محمود الأخبار الكاذبة تهدد ثقة المجتمع بالإعلام



أمير محمود - رئيس قسم المحليات بجريدة العرب

الغالية الزيارة - الدوحة

في زمن أصبحت فيه الأخبار تتحرك بسرعة تفوق قدرة الجمهور أحياناً على التحقق منها، لم تعد المنافسة بين المؤسسات الإعلامية تدور حول من ينشر أولاً فقط، بل حول من ينشر بدقة ومسؤولية. ومع تصاعد الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، باتت غرف الأخبار أمام اختبار يومي: كيف توازن بين سرعة النشر ودقة المعلومة؟

حول هذه الإشكالية، التقت رقمنة الصحفي أمير محمود، رئيس قسم المحليات في جريدة العرب، للحديث عن تحديات العمل الصحفي في مواجهة الأخبار الكاذبة، وآليات التحقق داخل غرف الأخبار

وتأثير التضليل الرقمي على المجتمع، خاصة بين الفئات الأصغر سناً.

يرى أمير محمود أن سرعة نشر الأخبار أثرت بالفعل على دقة المعلومة في كثير من الحالات، خصوصاً عندما يتحول السبق الصحفي إلى هدف بحد ذاته. ويؤكد أن المشكلة لا تكمن في السرعة وحدها، بل في غياب التحقق قبل النشر. فبرأيه، يمكن للصحفي أن يكون سريعاً ودقيقاً في الوقت نفسه إذا امتلك أدوات مهنية واضحة، لكن الخطر يبدأ عندما تنشر الوسيلة الإعلامية خبراً اعتماداً على منشور متداول أو مصدر غير رسمي لمجرد اللحاق بالترند. ويقول في هذا السياق إن "السرعة مطلوبة

في العمل الإعلامي، لكنها لا تعني التسرع. الخبر الذي يصل متأخراً لكنه صحيح أفضل من خبر عاجل ينهار بعد دقائق لأنه غير موثوق". هذه العبارة تختصر جوهر التحدي الذي تعيشه غرف الأخبار اليوم: الجمهور يريد المعلومة فوراً، لكن المعلومة الفورية لا تكون ذات قيمة إذا كانت ناقصة أو مضللة.

وعن أكثر أنواع الأخبار الكاذبة التي تواجه الصحفيين في العمل اليومي، يشير محمود إلى أن الأخبار المرتبطة بالشأن المحلي والخدمات العامة تكون من أكثر الأنواع تداولاً وتأثيراً، لأنها تمس حياة الناس مباشرة. وتشمل هذه الأخبار شائعات عن



متابعة الجمهور للأخبار بشكل مستمر

قرارات حكومية، أو تغييرات في الخدمات، أو معلومات غير دقيقة عن المدارس، أو الصحة، أو الأسعار، أو الإجراءات الرسمية. كما تنتشر أحياناً أخبار مفرقة تتعلق بالحوادث أو الطقس أو القرارات العاجلة، ويكون تأثيرها سريعاً لأنها تثير القلق لدى الجمهور.

ويضيف أن الأخبار الكاذبة لم تعد تأتي دائماً في صورة خبر واضح يمكن كشفه بسهولة، بل قد تأتي أحياناً في صورة "نصف حقيقة"، أي معلومة صحيحة جزئياً لكنها موضوعة في سياق خاطئ، أو صورة قديمة يعاد نشرها على أنها حديثة، أو تصريح مجتزأ يُستخدم لتكوين انطباع مغاير للحقيقة. وهذا النوع، في رأيه، أخطر من الكذب الصريح، لأنه يبدو مقنعاً ويصعب على الجمهور العادي كشفه بسرعة.

أما عن طريقة اكتشاف الخبر الكاذب أو

غير الموثوق، فيوضح رئيس قسم المحليات أن أول خطوة هي العودة إلى المصدر الأصلي. فإذا كان الخبر يتعلق بجهة رسمية، فلا يكفي الاعتماد على منشور متداول أو رسالة في تطبيقات المحادثة، بل يجب التواصل مع الجهة المعنية أو مراجعة حساباتها الرسمية أو بياناتها المنشورة.

ويؤكد أن الصحفي لا يتعامل مع الخبر بوصفه صحيحاً لمجرد أنه منتشر، لأن الانتشار ليس دليلاً على المصادقية. ويشير إلى أن غرفة الأخبار تعتمد على أكثر من مسار للتحقق، من بينها مقارنة المعلومات بين مصادر مختلفة، وفحص الصور والفيديوهات، والتأكد من تاريخ النشر، ومراجعة السياق، والتواصل المباشر مع المصادر. ويقول: "أحياناً تكون الصورة صحيحة، لكنها من عام سابق أو من بلد آخر. وأحياناً يكون التصريح حقيقياً، لكنه

قيل في سياق مختلف. لذلك لا بد أن نتحقق من المعلومة كاملة، لا من جزء واحد منها". ويؤكد محمود أن بعض الأخبار الكاذبة قد يكون لها تأثير كبير في المجتمع إذا انتشرت قبل تصحيحها، خصوصاً عندما تتعلق بموضوع حساس أو خدمة أساسية. فالخبر المضلل قد يسبب ارتباكاً بين الناس، أو يخلق ضغطاً على الجهات الرسمية، أو يدفع الجمهور إلى اتخاذ قرارات بناءً على معلومات غير صحيحة. وفي كثير من الأحيان، يصل التصحيح متأخراً مقارنة بسرعة انتشار الشائعة، مما يجعل أثر الخبر الكاذب مستمراً حتى بعد نفيه.

وعند الحديث عن الأدوات التي تساعد الصحفي في التحقق، لا يحدده محمود الأمر في البرامج الرقمية وحدها، رغم أهميتها. فهناك أدوات مثل البحث العكسي عن الصور، ومراجعة الأرشيف، وتتبع مصدر الفيديو، ومقارنة البيانات المنشورة، لكنها لا تغني عن الحس الصحفي والخبرة المهنية. فالتقنية تساعد، لكنها لا تفكر بدلاً من الصحفي. لذلك يرى أن أهم أداة في التحقق هي عقل الصحفي نفسه: قدرته على الشك، والسؤال، والربط بين التفاصيل، وعدم الانجرار وراء الإثارة. ويحذر أمير محمود من التأثيرات الاجتماعية للأخبار الكاذبة، مؤكداً أنها لا تضر الإعلام فقط، بل تضر المجتمع كله. فحين يتعرض الجمهور باستمرار لمعلومات متضاربة أو

مصدقية الإعلام القطري

حضور مهني راسخ... وانتشار عالمي... ومنظومة رقمية متقدمة

يعكس الإعلام القطري نموذجاً يجمع بين العمل المؤسسي، والتغطية المتواصلة، والتنوع اللغوي، والانتشار العالمي، مدعوماً ببنية رقمية متقدمة عززت حضوره وثقة الجمهور به.

أرقام تعزز الثقة

50
عاماً من العمل المؤسسي
وكالة الأنباء القطرية تأسست عام 1975

24/7
بث إخباري متواصل
وكالة الأنباء القطرية

5
لغات دولية
التشرة الرئيسية لوكالة
الأنباء القطرية

29
لغة
تتوفر بها الأخبار على موقع
وكالة الأنباء القطرية

+70
مكتباً
للجزيرة حول العالم

+3000
موظف
في شبكة الجزيرة الإعلامية

+95
جنسية
ضمن فريق شبكة
الجزيرة الإعلامية

+150
دولة وإقليمياً
يتوفر فيها محتوى الجزيرة

+450
مليون منزل
نطاق وصول شبكة الجزيرة
حول العالم

99%
نسبة استخدام الإنترنت
في قطر عام 2025

84%
نسبة استخدام وسائل
التواصل الاجتماعي في قطر
عام 2025

+100
شركة
تقدمت للتسجيل في
Media City Qatatar
خلال Web Summit Qatar 2025
أيام من 4

لماذا يحظى الإعلام القطري بالثقة؟

مؤسسات إعلامية راسخة
تغطية إخبارية مستمرة
تعدد لغوي يعزز الوصول
حضور عالمي وتأثير واسع
بيئة رقمية تدعم الشفافية والانتشار

خلاصة

تؤكد هذه المؤشرات أن الإعلام القطري يواصل ترسيخ حضوره كمنظومة مهنية موثوقة، تجمع بين الخبرة المؤسسية، والانتشار العالمي، والجاهزية الرقمية، بما يعزز صورته الإيجابية وثقة الجمهور به.



لكنها لا تبرر التنازل عن التحقق. كما أظهرت المقابلة أن الأخبار المحلية والخدمية من أكثر الأخبار عرضة للشائعات، لأنها تمس حياة الناس مباشرة وتنتشر بسرعة عند ارتباطها بمصالحهم اليومية.

وتؤكد المقابلة أيضاً أن التحقق لم يعد يعتمد على مصدر واحد أو أداة واحدة، بل على منظومة كاملة تشمل التواصل مع الجهات الرسمية، وفحص الصور والفيديوهات، ومراجعة السياق، واستخدام الأدوات الرقمية، إلى جانب الخبرة الصحفية.

كما تبرز أهمية التربية الإعلامية، خاصة للأطفال والمراهقين، باعتبارها خط دفاع أساسياً ضد التضليل، لا يقل أهمية عن دور المنصات والمؤسسات الإعلامية.

ولا تبدو مواجهة الأخبار الكاذبة مسؤولية الصحفي وحده، ولا الجمهور وحده، ولا المنصات وحدها. إنها مسؤولية مشتركة تبدأ من غرفة الأخبار، وتمر عبر المنصات الرقمية، وتنتهي عند المستخدم الذي يقرر أن يشارك أو يتوقف.

معروف، فيجب التوقف. كما ينصح الجمهور بقراءة الخبر كاملاً، لا الاكتفاء بالعنوان، والتأكد من التاريخ، ومراجعة الحسابات الرسمية عند الأخبار المرتبطة بالجهات الحكومية أو القرارات العامة.

وفي كلمته الأخيرة، يؤكد أمير محمود أن الإعلام الرقمي منح الناس فرصة غير مسبوقة للوصول إلى المعلومات والتعبير والمشاركة، لكنه في الوقت نفسه حمل الجميع مسؤولية أكبر فالمستخدم لم يعد متلقياً فقط، بل أصبح جزءاً من دورة النشر. وكل مشاركة غير متحقة قد تتحول إلى مساهمة في نشر التضليل.

ويختتم حديثه قائلاً إن مستقبل الإعلام لن يكون لمن ينشر أسرع فقط، بل لمن يحافظ على ثقة الجمهور. فالثقة، كما يرى، هي رأس مال الصحافة الحقيقي، وإذا فقدتها المؤسسة الإعلامية فلن يعوضها عدد المشاهدات ولا سرعة الوصول.

وكشفت إجابات أمير محمود أن أزمة الأخبار الكاذبة لم تعد مشكلة هامشية، بل أصبحت تحدياً يومياً داخل غرف الأخبار. فالسرعة زادت الضغط على الصحفيين،

مضلة، تبدأ الثقة في المؤسسات الإعلامية والرسمية بالتراجع، ويصبح الناس أكثر استعداداً لتصديق الشائعات. ومع الوقت، قد تتحول حالة الشك إلى نمط دائم في التعامل مع الأخبار بحيث لا يعرف المتلقي أين يجد الحقيقة.

ويرى أن الأطفال والمراهقين من أكثر الفئات عرضة للتأثر بالأخبار الكاذبة، لأنهم يقضون وقتاً طويلاً على المنصات الرقمية، ويتعاملون مع المحتوى بسرعة وبشكل بصري أكثر من اعتماده على القراءة والتحقق. كما أن هذه الفئة قد تتأثر بالمؤثرين أو المقاطع القصيرة أو العناوين المثيرة أكثر من المصادر الرسمية. لذلك يشدد على أهمية التربية الإعلامية داخل المدارس والبيوت، حتى يتعلم الجيل الجديد كيف يسأل قبل أن يصدق، وكيف يتحقق قبل أن يشارك.

ويقدم محمود نصيحة مباشرة للجمهور: لا تشارك خبراً قبل أن تسأل عن مصدره. فإذا كان الخبر مهماً وحقيقياً، فعالباً ستجده منشوراً في أكثر من مصدر موثوق. أما إذا وصل عبر رسالة مجهولة أو حساب غير

العرب
الحقيقة عن كذب

نشر المحتوى ووصوله إلى الجمهور وتشير إلى أن جريدة الشرق تمتلك موقعاً إلكترونياً وحضوراً واسعاً عبر المنصات الرقمية، مثل تويتر وفيسبوك وإنستغرام، ما جعل المواد الصحفية تصل إلى جمهور أوسع وبسرعة أكبر.

وتقول إن الموضوع الصحفي الذي يُعد للنشر في الجريدة يمكن أن يُنشر عبر بوابة الشرق الإلكترونية في وقت قصير، ليحقق مشاهدات وتفاعلاً واسعاً قبل صدور النسخة الورقية. وهذا، في رأيها، يعكس الدور الكبير الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعي في تسريع انتشار المادة الصحفية، حتى أصبحت الصحافة الرقمية اليوم تستقطب عدداً كبيراً من القراء والمتابعين، ربما يفوق جمهور الصحافة الورقية في بعض الأحيان.

وتشرح العلواني الفرق بين الصحافة الرقمية والورقية من زاوية السرعة. فالحدث العالمي أو المحلي الطارئ يمكن نشره إلكترونياً خلال دقائق، بينما ينتظر ظهوره في الصحيفة الورقية إلى اليوم التالي. وهذا الفارق الزمني، كما ترى، هو السبب الرئيسي في توجه الجمهور إلى الإعلام الرقمي، لأنه يمنحه المعلومة فور حدوثها، دون انتظار.

لكن هذا التحول الرقمي لا يعني، بالنسبة لها، نهاية الصحافة الورقية. فهي ترفض القول إن الصحف المطبوعة فقدت أهميتها، وتؤكد أن للصحافة الورقية قراءها



غنوة العلي أثناء التحضير للخبر الصحفي

العمل الصحفي، توضح العلواني أنه لم يحدث تغييراً مباشراً في طريقة عملها أو في جوهر المهنة. فهو، بحسب رأيها، قد يُستخدم أحياناً كأداة مساعدة للوصول إلى معلومة أو تسهيل البحث، لكنه لا يعتمد عليه في كتابة المقالات أو صياغة الأفكار الصحفية. فالفكر المهني والخبرة والأسلوب الشخصي تظل، كما تقول، أساس العمل الصحفي الحقيقي. وفي مقابل ذلك، تعترف العلواني بأن التكنولوجيا الحديثة أحدثت تحولاً كبيراً في

وقدرة على فهم الحدث وسياقه. وتؤكد العلواني أن الصحفي المتمرس يمتلك بصمته الخاصة، وأسلوبه الذي يميزه عن غيره، حتى إن القارئ قد يعرف كاتب المقال من طريقته في الصياغة قبل أن يقرأ اسمه. وترى أن هذه الخصوصية الإنسانية في الكتابة والتحليل لا يمكن للذكاء الاصطناعي أن يعوضها، لأنه لا يعيش التجربة، ولا يملك الحدس، ولا يفهم تفاصيل الميدان كما يفهمها الصحفي. وبشأن تأثير الذكاء الاصطناعي على طبيعة



غنوة العلي

العالم وكأس آسيا والقمم العربية والدولية والعالمية. كما شاركت في تغطية مؤتمرات صحفية في مقر الأمم المتحدة في نيويورك، ومثّلت قطر إعلامياً في دول عدة، من بينها ألمانيا وفنلندا وتركيا، إلى جانب عدد من الدول الأوروبية والآسيوية والعربية. ومن هذا الرصيد المهني، تنظر العلواني إلى الذكاء الاصطناعي بحذر مهني واضح. فهي لا ترى أنه سبب مباشر للاستغناء عن الوظائف الإعلامية، ولا تعتقد أنه قادر على أن يكون بديلاً حقيقياً عن الصحفي. فالصحفي، في رأيها، لا يُقاس فقط بقدرته على كتابة نص أو ترتيب معلومات، بل بما يمتلكه من حس صحفي وخبرة ميدانية

تبدأ العلواني حديثها من مسيرة طويلة في الميدان الصحفي، تمتد إلى نحو ١٩ عاماً. فقد بدأت عملها في جريدة الوطن القطرية خلال السنوات الخمس الأولى من مشوارها، قبل أن تنتقل إلى جريدة الشرق، التي تصفها بأنها كانت نقطة التحول الحقيقية في تجربتها المهنية. تقول إن مسيرتها الفعلية انطلقت من الشرق، حيث تعمل منذ نحو ١٧ عاماً في القسم المحلي كصحفية ميدانية. وخلال هذه السنوات، لم تكن تجربتها محصورة في الأخبار اليومية فقط، بل امتدت إلى تغطية فعاليات ومؤتمرات كبرى استضافتها دولة قطر، من بينها كأس

الصحفية بجريدة الشرق غنوة العلي الذكاء الاصطناعي لا يصنع صحفياً.. الحس المهني هو الأساس

أمك الرويلي - الدوحة

في زمن تتداخل فيه الصحافة مع التكنولوجيا، وتتحول فيه المنصات الرقمية إلى مصدر رئيسي للأخبار، أصبح السؤال مطروحاً بقوة داخل غرف الأخبار: هل غير الذكاء الاصطناعي مهنة الصحافة؟ وهل يمكن أن يحل محل الصحفي؟ أم أنه مجرد أداة مساعدة لا تُغني عن الخبرة والحس المهني؟ للإجابة عن هذه الأسئلة، التقت رقمنة الصحفية غنوة العلواني من جريدة الشرق القطرية، في حوار تناول تجربتها المهنية، ورؤيتها لمستقبل الصحافة في ظل الإعلام الرقمي، وموقفها من الذكاء الاصطناعي، وأهمية المصادقية في العمل الصحفي.

خطوات كتابة الخبر الصحفي في ظل التكنولوجيا الحديثة

من رصد الحدث إلى النشر الرقمي الذكي

رصد الحدث

متابعة المنصات الرقمية، التنبيهات،
والمؤتمرات الصحفية لاختبار الخبر المهم.

جمع المعلومات

الاعتماد على المصادر الرسمية،
الشهود، والبيانات الموثوقة.

التحقق الرقمي

فحص الصور والفيديوهات، التحقق
من التاريخ، ومراجعة المصدر الأصلي.

إجراء المقابلات

الحصول على تصريحات مباشرة
تضيف الدقة والعمق للخبر.

كتابة الخبر

صياغة عنوان واضح، مقدمة قوية،
ومتن خبري مختصر ودقيق.

التحرير متعدد الوسائط

إضافة صورة مناسبة، اقتباس بصري،
وروابط أو عناصر رقمية داعمة.

النشر والمتابعة

نشر الخبر عبر الموقع والمنصات
الاجتماعية ثم متابعة التفاعل والتحديثات.

مبادئ أساسية



الدقة



السرعة



المصداقية



الوضوح



التحقق

و تؤكد المقابلة أيضاً أن المؤسسات الإعلامية
الناجحة هي التي استطاعت الجمع بين
الورقي والرقمي، بحيث تستفيد من سرعة
النشر الإلكتروني وتحافظ في الوقت نفسه
على حضورها التقليدي. كما تبرز أهمية
تدريب الجيل الجديد من الصحفيين، مع
التأكيد على أن المهنة تحتاج إلى موهبة وصبر
وقدرة على تحمل المسؤولية.

أما النتيجة الأهم، فهي أن المصداقية تظل
أساس العمل الصحفي، مهما تغيرت
الأدوات والمنصات. فالسرعة والتقنية لا
قيمة لهما إذا لم تستندا إلى التحقق
والصدق والأمانة المهنية.

في نهاية الحوار، تبدو رؤية غنوة العلواني
واضحة: التكنولوجيا قد تغير شكل
الصحافة، لكنها لا تلغي جوهرها. والذكاء
الاصطناعي قد يساعد الصحفي، لكنه لا
يصنع حسه، ولا يمنحه خبرته، ولا يكتب
عنه ضميره المهني.

فالصحفي الحقيقي، كما تؤكد، هو من
يلتزم بالمصداقية، ويتعامل مع المعلومة
كأمانة، ويدرك أن كل كلمة ينشرها قد تؤثر
في المجتمع. وبين سرعة الإعلام الرقمي
وعمق الصحافة الورقية، تبقى الحقيقة
هي المعيار الأهم، ويبقى الصحفي المسؤول
هو خط الدفاع الأول في مواجهة التضليل.

وجمهورها ومتعتها الخاصة. تقول إن
هناك من لا يزال يفضل قراءة الجريدة
الورقية، ويتعامل معها كعادة يومية لها
طابع مختلف عن التصفح السريع عبر
الهاتف. لذلك ترى أن الصحافة الورقية لن
تندثر، بل ستظل قائمة إلى جانب الإعلام
الرقمي.

وتفتح العلواني زاوية أخرى تتعلق بمفهوم
المواطن الصحفي. فهي تؤكد أن جريدة
الشرق اهتمت بتدريب عدد من الشباب
والشابات القطريين، وأنها أشرفت شخصياً
على تدريب دفعات من المتدربين. لكنها
تشدد في الوقت نفسه على أن العمل
الصحفي ليس سهلاً، ولا يمكن اختزاله في
الرغبة في الكتابة أو النشر. فالصحافة،
وخاصة الميدانية، تحتاج إلى صبر وموهبة
وجهد وتحمل لضغوط مستمرة.

وترى أن التدريب مهم، لكنه لا يكفي وحده.
فالاستمرار في الصحافة يتطلب قدرة على
النزول إلى مواقع الأحداث، ومتابعة
التفاصيل، والتعامل مع ضغط الوقت،
والالتزام بالدقة. لذلك، لا يستطيع كل من
يدخل هذا المجال أن يواصل فيه، إلا إذا
امتلك الإصرار والقدرة على تحمل مسؤولية
المهنة.

أما في ما يتعلق بالتحقق من المعلومات التي
يشاركها الجمهور، فتؤكد العلواني أن

الكاتبة شيخة الزيارة لا نمنع الطفل من الإعلام الرقمي.. بل نعلمه كيف يفهمه



الكاتبة شيخة الزيارة

عائشة المري - الدوحة

لم يعد الطفل ينتظر الكتاب أو الحصة الدراسية ليحصل على المعلومة، أصبح الإعلام الرقمي حاضراً في تفاصيل يومه: فيديو قصير على يوتيوب، مقطع على تيك توك، لعبة تفاعلية، أو معلومة تظهر فجأة على شاشة الهاتف. هذا الحضور السريع والمكثف فتح أمام الأطفال أبواباً واسعة للتعلم والترفيه، لكنه في الوقت نفسه جعلهم أكثر عرضة للمعلومات الخاطئة، والأخبار الكاذبة، والمحتوى الذي قد لا يناسب أعمارهم أو قدراتهم على التمييز. حول علاقة الأطفال بالإعلام الرقمي، وتأثير الأخبار الكاذبة على وعيهم وسلوكهم، التقت رقمنة الكاتبة عائشة المري،

للحديث عن دور الأسرة، وأهمية القصص في تنمية التفكير النقدي، وكيف يمكن للطفل أن يتعلم الفرق بين الخبر الصحيح والخبر المضلل بطريقة غير مباشرة وجذابة. ترى الزيارة أن الإعلام الرقمي أصبح ظاهرة طاغية لا يمكن تجاهلها، وأن تأثيره لم يعد مقتصرًا على الأطفال فقط، بل شمل مختلف الفئات العمرية. فالكبار والصغار يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي يومياً، ويتعاملون معها بوصفها مصدراً سريعاً للمعلومات. لكن خطورة الأمر، كما توضح، تظهر حين يصبح الإعلام الرقمي عند الطفل مصدراً رئيسياً للمعرفة، بل منافساً أحياناً لدور المعلم والمربي.

وتؤكد أن تأثير الإعلام الرقمي على الطفل يختلف حسب عدة عوامل، من بينها عمر الطفل، ومدة استخدامه، ونوع المحتوى الذي يتعرض له، والضوابط التي تضعها الأسرة. فالمشكلة ليست في وجود الإعلام الرقمي بحد ذاته، بل في طريقة استخدامه، وفي غياب التوجيه الذي يجعل الطفل قادراً على الانتفاع به دون أن يقع تحت تأثيره السلبي. وفي حديثها عن اعتماد الأطفال على المحتوى الرقمي مقارنة بالكتب، تشير الزيارة إلى أن سهولة الوصول إلى المعلومة جعلت الطفل يميل غالباً إلى الشاشة أكثر من الكتاب. فالمعلومة التي كان الحصول



الكاتبة شيخة الزيارة

عليها يتطلب بحثاً في كتاب أو سؤالاً لمعلم، أصبحت اليوم متاحة خلال ثوانٍ. ومع ذلك، لا ترى أن الحل يكون بمنع الطفل من الإعلام الرقمي، بل بتنظيم استخدامه وتوجيهه نحو المصادر الموثوقة. وتقول إن حرمان الطفل من الوسائل الرقمية لم يعد خياراً واقعياً في هذا العصر، لأن هذه الوسائل أصبحت جزءاً من التعليم والتواصل والحياة اليومية. لكن المطلوب هو أن يتعلم الطفل كيف يسأل عن مصدر

المعلومة، وكيف يفرق بين المحتوى الموثوق والمحتوى العشوائي، وألا يتعامل مع كل ما يظهر أمامه كحقيقة نهائية. وتوضح الزيارة أن الأطفال يمكن أن يتأثروا بالأخبار الكاذبة المنتشرة في الإعلام الرقمي، خاصة أنهم يميلون إلى تصديق ما يشاهدونه بسرعة. ورغم أن بعض الأطفال لديهم قدرة على التمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف، فإن التطور السريع في تقنيات الذكاء الاصطناعي والفيديوهات

المفبركة يجعل التمييز أكثر صعوبة حتى على الكبار، فكيف بالأطفال؟ وتشير إلى أن الخطر الأكبر لا يكمن فقط في تصديق الطفل للخبر الكاذب، بل في الأثر النفسي والسلوكي الذي قد يتركه هذا الخبر فقد يشعر الطفل بالخوف أو القلق بسبب معلومة مضللة عن مرض، أو حرب، أو أزمة، أو خطر غير حقيقي. وفي بعض الحالات، قد يلجأ الطفل إلى والديه ليسأل ويتحقق، وهذا سلوك إيجابي. أما الخطر، كما تقول، فهو أن يحتفظ الطفل بالمعلومة الخاطئة ويصدقها دون أن يناقشها مع شخص بالغ أو يعود إلى مصدر موثوق.

وتضرب الزيارة مثالاً بالمحتوى الصحي على الإنترنت، حيث قد يبحث الطفل عن عرض بسيط يشعر به، فيجد معلومات مبالغاً فيها أو غير دقيقة، فيتأثر بها نفسياً. كما أن الأخبار المتعلقة بالحروب والكوارث والأزمات قد تترك أثراً عميقاً على الطفل، خصوصاً إذا شاهدها دون شرح أو احتواء من الأسرة. وتؤكد أن درجة التأثير تختلف من طفل إلى آخر بحسب شخصيته ووعيه والبيئة المحيطة به.

وعند سؤالها عن مواقف لاحظت فيها تأثر الأطفال بالمحتوى الرقمي، تشير الزيارة إلى أن التأثير لا يظهر دائماً في صورة تصديق خبر كاذب فقط، بل قد يظهر في محاكاة الأطفال لصنع المحتوى واليوتيوبيز. وتذكر مثالاً لطفلة في الرابعة من عمرها تأثرت كثيراً

بأسلوب اليوتيوبرز، وأصبحت تحاول تقليدهم في الكلام والحركة وطريقة الظهور.

وتوضح أن هذا المشهد كان نادراً قبل عشر سنوات في هذا العمر الصغير، لأن الأجهزة الإلكترونية لم تكن متاحة للأطفال بهذه السهولة. أما اليوم، فقد أصبحت الهواتف والأجهزة اللوحية في أيدي أطفال دون السادسة، مما جعل التأثير بالمحتوى الرقمي يبدأ في سن مبكرة جداً. وقد يصل الأمر، كما تقول، إلى أن يرغب طفل في السابعة في

صناعة محتوى رقمي بهدف الشهرة أو الريح، تقليداً لمن يشاهدهم على المنصات. وترى الزيارة أن هذا التأثير لا يمكن فصله عن البيئة المحيطة بالطفل. فالطفل لا يتأثر فقط بالمحتوى الذي يشاهده، بل بما تسمح له أسرته بمشاهدته، وبالقيم التي يتلقاها، ويمدى وجود حوار معه حول ما يراه. لذلك، فإن مسؤولية التوجيه لا تقع على الطفل وحده، بل على الأسرة والمربين وصناع المحتوى أيضاً.

ومن موقعها ككاتبة، تؤمن الزيارة بأن قصص الأطفال يمكن أن تكون وسيلة فعالة لتوعية الطفل بمفهوم الخبر الصحيح والخبر الكاذب. لكنها تشدد على أن الكتابة للأطفال لا يجب أن تكون مباشرة أو وعظية، لأن الطفل ينفر عادة من الأسلوب التوجيهي الواضح. فالكاتب، في رأيها، ليس معلناً يقدم رسالة جاهزة، بل صاحب قلم وفكر يقدم المعنى داخل حكاية

تجذب الطفل وتدفعه للتفكير.

وتوضح أن القصص قادرة على تبسيط الثنائيات المهمة في حياة الطفل، مثل الصحيح والخطأ، والحقيقة والكذب، والخبر الموثوق والخبر المضلل. لكن نجاح القصة يعتمد على الطريقة، لا على الفكرة وحدها. فبدلاً من أن تقول القصة للطفل مباشرة "هذا صحيح وهذا خاطئ"، يمكن أن تضعه أمام موقف، وشخصيات، وتناج، ليكتشف بنفسه الفرق ويتعلم من التجربة القصصية.

وترى الزيارة أن الأدب الموجه للأطفال يستطيع أن ينمي التفكير النقدي، لأنه يمنح الطفل فرصة للتخيل والمقارنة وطرح الأسئلة. ومن خلال الشخصيات والأحداث، يمكن للطفل أن يرى تناج تصديق معلومة خاطئة أو مشاركة خبر غير موثوق، دون أن يشعر بأنه يتلقى درساً مباشراً. وهنا يتحول الأدب إلى أداة توعية ناعمة، تساعد الطفل على الفهم دون إجبار.

أما عن مستقبل علاقة الأطفال بالإعلام الرقمي، فتتوقع الزيارة أن تزداد هذه العلاقة قوة في السنوات المقبلة، وأن يصبح الإعلام الرقمي جزءاً أساسياً من حياة الطفل، ليس فقط للترفيه، بل للتعلم والتواصل واكتساب المهارات. لكنها تؤكد أن هذا المستقبل يحتاج إلى توجيه وإع، حتى لا يتحول الانفتاح الرقمي إلى مصدر فوضى أو قلق أو تضليل.

وترى أن من الأساليب الفعالة في ذلك استخدام السرد القصصي والشخصيات التفاعلية، بحيث يعيش الطفل مواقف قريبة من واقعه، ويتعلم من خلالها كيفية التعامل مع الأخبار والمعلومات. فالطفل يتأثر بالشخصية التي تشبهه، ويفهم الرسالة بشكل أعمق عندما يراها داخل موقف حقيقي أو قصة قريبة من عالمه.

وتؤكد الزيارة أن الكتب الموجهة للأطفال حول الإعلام والأخبار الكاذبة ليست ممكنة فقط، بل ضرورية. فالأطفال يحتاجون إلى محتوى يساعدهم على فهم العالم الرقمي بلغة تناسب أعمارهم، بعيداً عن التعقيد والخوف. ويمكن



لهذه الكتب أن تطرح مواقف عن طفل يصدق خبراً غير صحيح، أو يشارك معلومة دون تحقق، أو يتعلم كيف يسأل والديه أو معلمه قبل أن يصدق ما يراه.

وتشير إلى أن بعض الكتب أو المبادرات قد تتناول هذه القضايا بشكل غير مباشر، حتى لو لم تحمل عنواناً صريحاً عن الأخبار الكاذبة. فالقصة قد تتحدث عن الصدق، أو التثبت، أو عدم تصديق كل ما يقال، وكلها موضوعات مرتبطة بالإعلام الرقمي والتضليل. لكن الحاجة اليوم أكبر إلى محتوى أكثر وضوحاً وانتشاراً، يربط بين عالم الطفل اليومي وشاشة الهاتف التي يستخدمها.

تكشف إجابات عائشة الزيارة أن الإعلام الرقمي أصبح جزءاً أساسياً من حياة الأطفال، وأن تأثيره يتوقف على طريقة الاستخدام والرقابة والتوجيه. فهو ليس خطراً مطلقاً، ولا فائدة مطلقة، بل أداة

يمكن أن تبني وعي الطفل أو تتركه حسب البيئة التي تحيط به.

كما أظهرت المقابلة أن الأطفال أكثر عرضة لتصديق المعلومات الرقمية بسبب سهولة الوصول إليها وسرعة انتشارها، وأن الأخبار الكاذبة قد تؤثر في وعيهم وسلوكهم ونفسياتهم، خاصة في الموضوعات الصحية أو المرتبطة بالحروب والأزمات.

وتؤكد المقابلة أن المنع ليس حلاً عملياً، وأن البديل هو التنظيم والتوجيه والحوار. فالأطفال يحتاجون إلى من يشرح لهم، لا من يصادر أدواتهم فقط. كما تبرز أهمية قصص الأطفال بوصفها وسيلة تربوية قادرة على تعليم الطفل الفرق بين الصحيح والكاذب بطريقة غير مباشرة، تعتمد على الخيال والموقف والشخصية لا على الوعظ المباشر.

وتوضح الزيارة أن مستقبل الأطفال مع الإعلام الرقمي سيكون أكثر ارتباطاً

بالشاشات والمنصات، مما يجعل التربية الإعلامية ضرورة منذ المراحل المبكرة، داخل البيت والمدرسة والكتب والمحتوى الرقمي نفسه.

الخاتمة في نهاية الحوار، تبدو رسالة عائشة الزيارة واضحة: الطفل لن يعيش خارج العالم الرقمي، لذلك يجب أن نعلمه كيف يعيش داخله بوعي. فالمشكلة ليست في أن يحمل الطفل جهازاً، بل في أن يواجه محتوى ضخماً دون أدوات تمييز أو حوار أو توجيه.

الإعلام الرقمي قد يكون نافذة للتعلم والمعرفة، وقد يكون مصدراً للقلق والتضليل. والفارق بين الحالتين تصنعه الأسرة، والمدرسة، والكاتب، وصانع المحتوى، وكل من يشارك في بناء وعي الطفل.

المثير للجدل، لأنها تكافئ التفاعل بغض النظر عن دقة المعلومات. ويرى أن المستخدم قد يشارك الخبر، لكن المنصة هي التي تدفعه إلى دوائر أوسع، وتمنحه قابلية أكبر للانتشار.

هذا الطرح يوضح أن المسؤولية في بيئة الإعلام الرقمي ليست فردية بالكامل، بل موزعة بين المستخدم والمنصة وصانع المحتوى والمؤسسات الإعلامية. فالمنصات التي تقدم المحتوى الأكثر إثارة في مقدمة الخلاصات الإخبارية تخلق بيئة يصبح فيها الخبر الصادم أكثر حضوراً من الخبر الدقيق، ويصبح التصحيح أبطأ من الشائعة.

وفي المقابل، ترى الطالبة ريم الكواري أن الحل يبدأ من التعليم والوعي الإعلامي. فبرأيها، لا يكفي أن نطالب الجمهور بالتحقق إذا لم نعلمه كيف يتحقق. وتؤكد أن مهارات مثل فحص المصدر، والتأكد من تاريخ الخبر، واستخدام البحث العكسي عن الصور، يجب أن تكون جزءاً من الثقافة اليومية للطلاب، لا مجرد مهارات يتعلمها المتخصصون في الإعلام.

وتكشف هذه الآراء أن وعي الشباب بمشكلة الأخبار الكاذبة يتزايد، لكن الممارسة اليومية لا تزال بحاجة إلى تدريب وانضباط. فكثير من المستخدمين يعرفون نظرياً أن التحقق مهم، لكنهم يتخلون عنه عند مواجهة خبر عاجل أو مثير أو متوافق



طالبات يتابعن الاخبار عبر الهاتف

تتوقف للتأكد من صحته. وهذا ما يجعل المحتوى المضلل أكثر قدرة على الانتشار، لأنه لا ينتظر من المستخدم أن يفكر طويلاً، بل يدفعه إلى التصرف بسرعة. ويظهر هنا ما يُعرف بـ التحيز التأكيدي، أي ميل الإنسان إلى تصديق الأخبار التي توافق أفكاره السابقة. فعندما يصل إلى المستخدم خبر يؤكد ما يعتقد بالفعل، تقل رغبته في التحقق، ويزداد استعداده لنشره. وبهذا لا تنتشر الأخبار الكاذبة لأنها مقنعة دائماً، بل لأنها تأتي أحياناً في الوقت المناسب، وبالصيغة التي يرغب الجمهور في تصديقها. لكن تحميل الجمهور جزءاً من المسؤولية لا يعني إعفاء المنصات الرقمية من دورها. فالطالب عبدالله النعيمي يشير إلى أن الخوارزميات تساهم في تضخيم المحتوى

لأن المحتوى يوافق قناعاتهم، دون قراءة التفاصيل أو الرجوع إلى المصدر الأصلي. هذا الرأي يعكس جانباً مهماً من أزمة التضليل؛ فالمستخدم لا يرى نفسه غالباً ناشراً للمعلومة، بل مجرد ناقل لها. لكنه في الواقع يضيف إلى الخبر قوة جديدة كلما أعاد نشره، ويمنحه فرصة أوسع للوصول إلى جمهور جديد. وهنا تتحول المشاركة من فعل بسيط إلى مساهمة في تشكيل الرأي العام.

وتلعب المشاعر دوراً كبيراً في هذه العملية. فالطالبة سارة المالكي ترى أن الأخبار الكاذبة تنجح لأنها تخاطب الغضب والخوف والدهشة قبل أن تخاطب العقل. وتقول إن الخبر الذي يثير انفعالها يدفعها أحياناً إلى الرغبة في مشاركته فوراً، قبل أن

هك الجمهور شريك في انتشار الأخبار الكاذبة؟

استطلاع طلابي يكشف كيف تتحول ضغطة "مشاركة" إلى جزء من أزمة التضليل الرقمي



طلاب وطالبات يستخدمون الهاتف في متابعة ونشر الأخبار

الغالية الزيارة - الدوحة

يرى عدد من المشاركين أن الجمهور يتحمل جزءاً واضحاً من المسؤولية، لأن الخبر الكاذب لا يكتسب قوته من لحظة صناعته فقط، بل من لحظة تداوله. فالطالب محمد العتيبي يؤكد أن "الخبر الكاذب لا يصبح خطيراً إلا بعد أن يشاركه آلاف الأشخاص"، موضحاً أن كثيرين يعيدون نشر الأخبار لأن العنوان صادم أو

الخبر بأي بوابة تحرير أو تحقق. من هنا يطرح السؤال نفسه: هل الجمهور شريك في انتشار الأخبار الكاذبة؟ للإجابة عن هذا السؤال، أجرت رقمنة استطلاعاً مصغراً بين عدد من الطلاب، لرصد آرائهم حول مسؤولية المستخدم العادي في نشر الأخبار المضللة، ومدى وعيهم بأهمية التحقق قبل المشاركة.

في عصر تتساوى فيه سرعة الشائعة وسرعة الخبر الصحيح، لم يعد الجمهور مجرد متلقٍ سلبي للمعلومة، بل أصبح طرفاً فاعلاً في إنتاجها وتداولها وتضخيمها. فكل مستخدم يملك هاتفاً وحساباً على منصة تواصل اجتماعي بات قادراً على نقل خبر إلى عشرات أو مئات وربما آلاف الأشخاص خلال ثوانٍ، دون أن يمر هذا

هل الجمهور شريك في انتشار الأخبار الكاذبة؟

استطلاع طلابي يكشف كيف تتحول ضغطة مشاركة إلى جزء من أزمة التضليل الرقمي

أرقام لافتة

56%

من المحتوى المضلل ينشره أفراد عاديون



الأخبار الكاذبة تنتشر أسرع من الصحيحة وفق دراسة MIT



كل مشاركة غير متحققة قد تضخم الشائعة



الوعي الإعلامي هو خط الدفاع الأول

لماذا يشارك الجمهور الأخبار الكاذبة؟



العاطفة:

الغضب والخوف يدفعان للمشاركة السريعة



التحيز التأكيدي:

تصدق ما يوافق قناعاتنا



العناوين الصادمة:

كثيرون يشاركون قبل قراءة التفاصيل



سرعة المنصات:

الخوارزميات تكافئ التفاعل أكثر من الدقة

ماذا قال الطلاب؟



محمد العتيبي:
الخبر الكاذب لا يبصح خطيراً إلا بعد أن يشاركه آلاف الأشخاص



سارة المالكي:
الأخبار الكاذبة تنجح لأنها تخاطب المشاعر قبل العقل

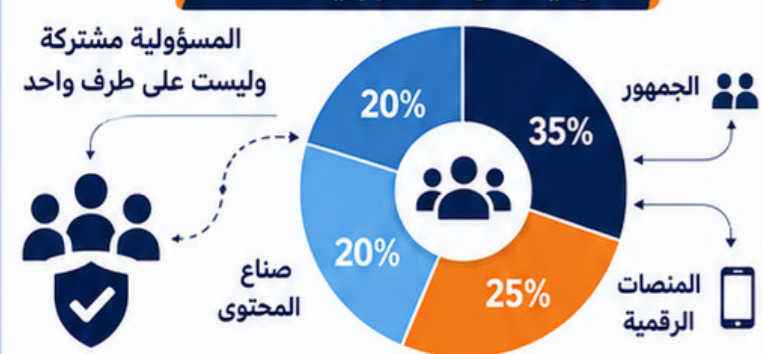


عبدالله النعيمي:
المنصات تضخم المحتوى المثير للجدل عبر الخوارزميات



ريم الكواري:
التربية الإعلامية ضرورة يومية وليست مهارة للنخبة فقط

من يتحمل المسؤولية؟



كيف نحد من التضليل؟

- 1 توقف قبل المشاركة
- 2 تحقق من المصدر والتاريخ
- 3 استخدم منصات التحقق من الأخبار



طالبات يتابعن الاخبار عبر الهاتف

على السؤال والتحقق قبل النشر. ولم يعد السؤال اليوم: من صنع الخبر الكاذب فقط؟ بل: من ساعده على الوصول؟

فالمعلومة المضللة لا تنتشر وحدها، بل تحتاج إلى جمهور يصدق، ومنصة تضخم، ومستخدم يشارك قبل أن يسأل.

وفي زمن أصبحت فيه ضغطة واحدة قادرة على إيصال المحتوى إلى جمهور واسع، تصبح المسؤولية الأخلاقية للمستخدم أكبر من أي وقت مضى. فكل مشاركة هي

موقف، وكل إعادة نشر قد تكون مساهمة في بناء وعي صحيح، أو في ترسيخ رواية خاطئة.

لذلك، فإن الجمهور ليس مجرد ضحية للأخبار الكاذبة، بل قد يكون أحياناً شريكاً في انتشارها. والفرق بين الدورين يبدأ من لحظة صغيرة قبل المشاركة، حين يسأل

المستخدم نفسه: هل أعرف أن هذا الخبر صحيح؟

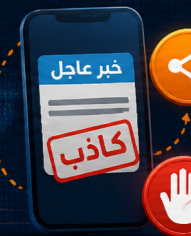
مع مشاعرهم وقناعاتهم. أظهرت آراء المشاركين أن الجمهور يتحمل جانباً من المسؤولية في انتشار الأخبار الكاذبة، خاصة عندما يشارك المحتوى دون قراءة كاملة أو تحقق من المصدر. كما بينت

الإجابات أن العاطفة، خصوصاً الغضب والخوف، تعد من أبرز دوافع المشاركة السريعة. وكشفت الآراء كذلك أن المنصات الرقمية

تمثل خط دفاع ضرورياً لمساعدة الجمهور على التعامل الواعي مع الأخبار. كما أشار الاستطلاع إلى أن الحل لا يكمن في منع المشاركة أو تخويف الجمهور بل في تحويل المشاركة إلى فعل واع ومسؤول، يقوم

لا تشارك الأخبار الكاذبة

تحقق قبل المشاركة



الجمهور ليس ضحية فقط، بل قد يكون شريكاً في انتشار الأخبار الكاذبة. والفرق يبدأ من سؤال بسيط قبل الضغط على زر المشاركة: هل هذا الخبر صحيح؟

الخلاصة

تأثير الخوارزميات يصبح أخطر عندما يتعلق الأمر بالأخبار والقضايا العامة. وتقول: "إذا كانت المنصة تعرض لي الأخبار التي تشبه رأيي فقط، فقد أبدأ في الاعتقاد أن الجميع يفكرون بالطريقة نفسها. هذا يجعلني أقل استعداداً لسماع الرأي الآخر". هنا تتحول الخوارزمية من أداة تقنية إلى عامل يؤثر في النقاش العام، لأنها قد تضيق مساحة الاختلاف وتزيد الاستقطاب بين المستخدمين.

وفي المقابل، لا يرى جميع الطلاب أن الخوارزميات سلبية بالكامل. فالطالب علي الشمري يعتقد أنها قد تساعد على إيصال محتوى مفيد إلى جمهور واسع، قائلاً: "اكتشفت حسابات تعليمية وثقافية كثيرة بفضل الاقتراحات. أحياناً الخوارزمية تساعدك على الوصول إلى محتوى لم تكن ستبحث عنه بنفسك". ويشير هذا الرأي إلى أن الخوارزميات ليست شراً مطلقاً، بل يمكن أن تمنح فرصاً حقيقية لصناع محتوى جادين، وتفتح المجال أمام أصوات لم تكن قادرة على الوصول عبر الإعلام التقليدي.

لكن الإشكالية الكبرى، كما يظهر من آراء المشاركين، تكمن في غياب الشفافية. فالمستخدم لا يعرف بدقة لماذا ظهر له منشور معين، ولماذا اختفى غيره، ولا كيف تقيس المنصة اهتمامه. هذا الغموض يجعل الخوارزميات أشبه بـ "صندوق أسود"



مشاهدة منصات التواصل الاجتماعي والفيديوهات المؤثر تؤثر في أغلب الأحيان على القرار

أن ينتبه. ويقول: "أحياناً أدخل التطبيق لدقائق، ثم أجد نفسي قضيت ساعة كاملة. المحتوى لا ينتهي، وكل مقطع يبدو قريباً من اهتماماتي أكثر من السابق". ويضيف أن الخوارزميات لا تهدف دائماً إلى تقديم المحتوى الأهم، بل إلى إبقاء المستخدم متابعاً لأطول وقت ممكن. ويكشف هذا الرأي عن الجانب الاقتصادي في عمل الخوارزميات. فمعظم المنصات تعتمد على الإعلانات، والإعلانات ترتبط مباشرة بمدى بقاء المستخدم داخل التطبيق. لذلك يصبح المحتوى الأكثر إثارة، أو الأكثر قدرة على دفع المستخدم للتفاعل، أكثر حظاً في الانتشار، حتى لو لم يكن دائماً الأكثر دقة أو فائدة.

من جانبها، ترى الطالبة مريم الكواري أن

يجعلني أشعر أنني محاصرة داخل نفس النوع من المحتوى". هذا الشعور يعكس ما يعرف باسم فقاعة الفلتر، حيث تُغذي الخوارزميات المستخدم بمحتوى يشبه اهتماماته السابقة، فتقل فرص تعرضه لوجهات نظر مختلفة. وتعمل الخوارزميات عادة من خلال تحليل إشارات دقيقة: مدة مشاهدة الفيديو، التوقف عند منشور معين، الإعجاب، التعليق، المشاركة، حفظ المحتوى، وحتى الحسابات التي يتفاعل معها المستخدم أكثر من غيرها. وبناءً على هذه الإشارات، تقرر المنصة ما الذي يستحق الظهور، وما الذي يمكن تجاهله.

يرى الطالب سالم المنصوري أن هذه الآلية تجعل المستخدم أكثر ارتباطاً بالمنصة دون

خوارزميات المنصات: من يتحكم بما نراه؟ استطلاع يكشف كيف تؤثر الخوارزميات في اختياراتنا اليومية وما نصدقه



مشاهدة منصات التواصل الاجتماعي والفيديوهات المؤثر تؤثر في أغلب الأحيان على القرار

امه الرويلي - الدوحة

لم يعد ما يظهر على شاشات هواتفنا مجرد محتوى عشوائي، ولا ترتيباً زمنياً بسيطاً كما كان في بدايات منصات التواصل الاجتماعي. اليوم، تقرر الخوارزميات ما نراه أولاً، وما يبقى ظاهراً أمامنا، وما يختفي في زحام المحتوى. وبينما يظن كثيرون أنهم يختارون ما يشاهدونه بحرية كاملة، تكشف التجربة اليومية أن ما يصل إلى المستخدمين غالباً ما يكون نتيجة حسابات رقمية معقدة تراقب السلوك، وتقيس التفاعل، وتعيد ترتيب العالم داخل شاشة صغيرة. في هذا الاستطلاع، حاولت رقمنة رصد آراء مجموعة من الطلاب حول تأثير خوارزميات المنصات في ما يشاهدونه يومياً، وكيف يمكن لهذه الأنظمة غير المرئية أن تشكل الوعي، وتدفع بعض الأخبار إلى الانتشار، وتجنب أخرى دون أن يشعر المستخدم بذلك. تقول الطالبة نورة الهاجري إن أكثر ما يلتفت انتباهها هو أن المنصات تبدو أحياناً وكأنها "تقرأ تفكيرها". وتوضح: "بمجرد أن أشاهد مقطعاً عن موضوع معين، تبدأ المنصة بعرض عشرات المقاطع المشابهة. في البداية يبدو الأمر مفيداً، لكنه بعد فترة

خوارزميات المنصات: من يتحكم بما نراه؟

كيف تحدد الخوارزميات ما يصل إلى الجمهور وما يبقى خارج دائرة الانتباه؟

لم تعد الخوارزميات مجرد أداة لترتيب المحتوى، بل أصبحت البوابة الخفية التي تقرر ما نراه، وما نتجاهله، وما نشاركه.

أرقام سريعة



كيف تعمل الخوارزمية؟



أبرز عوامل التصنيف



المنطق الاقتصادي



فقاعة الفلتر



الصورة ليست قائمة بالكامل



من يراقب الخوارزمية؟



مشاهدة منصات التواصل الاجتماعي والفيديوهات المؤثر تؤثر في أغلب الأحيان على القرار

استُخدمت في إبراز المحتوى التعليمي والثقافي والإنساني، أو في مساعدة المستخدمين على اكتشاف مصادر جديدة. وهذا يعني أن المشكلة ليست في التقنية وحدها، بل في الأهداف التي تُصمم من أجلها، وفي درجة وعي المستخدم بها.

كما أوضح الاستطلاع أن الطلاب لا يرفضون الخوارزميات بشكل كامل، لكنهم يطالبون بمزيد من الشفافية، وبقدرة أكبر على التحكم فيما يظهر لهم، وبمناهج تعليمية تساعدهم على فهم البيئة الرقمية التي يتعاملون معها يومياً.

لم تعد الخوارزميات مجرد خلفية تقنية تعمل بصمت، بل أصبحت لاعباً أساسياً في تشكيل ما نعرفه عن العالم. فهي لا تختار لنا المحتوى فقط، بل قد تؤثر في مزاجنا، واهتماماتنا، ونقاشاتنا، وحتى في الأخبار التي نصدقها أو نتجاهلها.

وبينما تقدم المنصات هذه الأنظمة باعتبارها وسيلة لتحسين تجربة المستخدم، فإنها في الوقت نفسه تعكس أولويات اقتصادية وتجارية تقوم على جذب الانتباه وإطالة مدة البقاء. لذلك، يصبح الوعي الرقمي ضرورة لا رفاهية.

يملك سلطة كبيرة على المجال العام، من دون مساءلة واضحة. أظهرت آراء الطلاب أن الخوارزميات أصبحت جزءاً مؤثراً من التجربة اليومية وتؤكد الطالبة هند المري أن الوعي بطريقة عمل الخوارزميات يجب أن يكون جزءاً من التربية الإعلامية. وتقول: "لا يكفي أن نعرف كيف نتحقق من الخبر، بل يجب أن نفهم أيضاً لماذا ظهر لنا هذا الخبر أصلاً. بثلاث قضايا رئيسية: أولاً، حصر عمل الخوارزميات يجب أن يكون جزءاً من التربية الإعلامية. وتقول: "لا يكفي أن نعرف كيف نتحقق من الخبر، بل يجب أن نفهم أيضاً لماذا ظهر لنا هذا الخبر أصلاً. وبينما تقدم المنصات هذه الأنظمة للمستخدم داخل محتوى يشبه اهتماماته السابقة؛ ثانياً، دفع المحتوى المثير على حساب المحتوى الدقيق؛ وثالثاً، غموض آليات الترتيب والاقتراح داخل المنصات. وفي المقابل، أشار بعض المشاركين إلى أن الخوارزميات يمكن أن تؤدي دوراً إيجابياً إذا

والخوارزمية تكافئ ما يثير التفاعل.

صدقت الخبر... واكتشفت الحقيقة متأخراً



صورة أرشيفية من الانترنت تعبر عن تلقي الاخبار من المصادر المختلفة

اهل الرويلي - الدوحة

كان المنشور واضحاً، مقنعاً، ومرعباً في الوقت نفسه. فيديو قصير لا يتجاوز أربعين ثانية، تُرفقه ترجمة تدعي نقل تصريحات صادمة لمسؤول رفيع، وأسفله مئات التعليقات التي تؤكد وتشارك وتتعامل مع المقطع بوصفه حقيقة لا تقبل الشك. أعدت نشر الفيديو قبل أن أنتهي من قراءة السطر الأول. لم أتوقف. لم أبحث عن المصدر. لم أسأل إن كانت الترجمة دقيقة. فقط ضغطت زر المشاركة. وبعد ست ساعات، اكتشفت أن الترجمة كانت مزيفة بالكامل، وأني ساهمت، دون قصد، في نشر ما لم يُقل أصلاً.

لم أكن استثناءً، بل كنت جزءاً من الإحصاء. تشير دراسات متعددة إلى أن نسبة كبيرة من مستخدمي الإنترنت يصدقون خبراً كاذباً في مرحلة ما من حياتهم الرقمية. وفي مساء أحد أيام مارس ٢٠٢٤، كنت واحداً من هؤلاء، حين وجدت نفسي أشارك مقطعاً مضللاً على تيك توك، ظننت للحظة أنه حقيقة عاجلة.

خلال ٦ ساعات فقط، وصل الفيديو الكاذب إلى نحو ٣ ملايين مشاهدة. أما

التصحيح، فقد احتاج ٣ أيام ليصل إلى ٤,٠٠٠ مشاهدة فقط. وبين الرقمين تتضح الفجوة المؤلمة بين سرعة الكذب وبطء الحقيقة.

اللحظة التي وقعت فيها في الفخ
كل شيء في الفيديو بدا حقيقياً: الصوت الجاد، الإطار المهني، الترجمة الواثقة، والتعليقات التي بدت كأنها صادرة عن أشخاص حقيقيين يعرفون ما يحدث. لم تكن المشكلة في أنني لم أملك أدوات التحقق، بل في أنني لم أستخدمها. في اليوم التالي، نشرت وكالة أنباء موثوقة تفصيلاً مفصلاً، أوضحت فيه أن الترجمة مزيفة بالكامل، وأن المقطع أنتزع من سياق مختلف تماماً. المسؤول لم يقل شيئاً مما نُسب إليه. لكن التصحيح جاء متأخراً، وبعد أن كان الفيديو قد انتشر بالفعل. عندها شعرت أنني لم أشارك خبراً فقط، بل شاركت في إضعاف الثقة.

لماذا صدقت دون أن تتحقق؟
حين راجعت نفسي، وجدت إجابات لم تكن مريحة. أولاً، ظهر الفيديو على صفحتي لأن الخوارزمية اختارته لي بناءً على اهتماماتي

السابقة؛ لم يكن ظهوره صدفة. ثانياً، التعليقات التي قرأتها كانت كلها تقريباً تؤكد الرواية نفسها، في ما يشبه الغرفة الصدى التي تعرض علينا ما يشبهنا فقط. وثالثاً، وهو الأهم، أن الفيديو أثار في غضباً حقيقياً، والغضب يقلل قدرتنا على التفكير النقدي ويدفعنا إلى المشاركة السريعة.

ما يؤلني حقاً ليس أنني وقعت في الفخ، فكثيرون يعمرون بتجربة مشابهة. ما يؤلني هو الفارق الهائل بين انتشار المعلومة المضللة وانتشار التصحيح. فالخوارزمية لا تكافئ الدقة، بل تكافئ التفاعل. والخبر المثير حتى لو كان كاذباً، يحصد اهتماماً أكبر من الحقيقة الهادئة.

وتشير دراسة معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا إلى أن الأخبار الكاذبة تنتشر أسرع من الأخبار الصحيحة بنحو ١٠ مرات، لأنها غالباً أكثر إثارة وجدة وغرابة، وهي المعايير التي تحبها الخوارزميات وتدفعها إلى الواجهة.

قبل أن تضغط "مشاركة"، توقف. و تتحقق من أي خبر خلال 30 ثانية



صورة من الانترنت تمثل ثلاثين ثانية التي يحتاجها الاشخاص لكشف الاخبار الكاذبة

الغالية الزيارة - الدوحة

ثلاثون ثانية فقط قد تفصل بين أن تكون جزءاً من المشكلة، أو جزءاً من الحل. في زمن تنتشر فيه الأخبار المضللة بسرعة هائلة، لا يحتاج الخبر الكاذب إلى جمهور شرير كي ينتشر؛ يحتاج فقط إلى أشخاص متعجلين لم يتوقفوا ليسألوا: هل هذا صحيح؟

لم تعد المشكلة في نقص المعلومات، بل في كثرتها. كل يوم نواجه سيلاً من الأخبار العاجلة، والصور الصادمة، والمقاطع القصيرة، والعناوين المثيرة. بعضها صحيح، وبعضها ناقص، وبعضها مضربك بالكامل. وبين هذا كله، يصبح التحقق مهارة يومية لا تقل أهمية عن القراءة نفسها.

والخبر الجيد أن التحقق لا يحتاج إلى خبرة صحفية معقدة. لا تحتاج إلى مكتب أخبار، ولا إلى أدوات مدفوعة، ولا إلى فريق متخصص. تحتاج فقط إلى ٣٠ ثانية، وثلاثة أسئلة أساسية: من نشر؟ متى؟ وهل توجد مصادر أخرى تؤكد؟

توقف قبل المشاركة

الرغبة الشديدة في مشاركة خبر ما هي أول علامة تحذيرية. إذا شعرت أن الخبر أغضبك، أحافك، أدهشك، أو جعلك متحمساً جداً، فتوقف. الأخبار المضللة غالباً لا تستهدف عقلك أولاً، بل تستهدف مشاعرك.

وكلما كان الخبر مصمماً لإثارة الغضب أو الخوف أو الصدمة، زادت احتمالية أن يكون مضللاً أو ناقص السياق. لذلك، الخطوة الأولى ليست البحث في الإنترنت، بل التوقف لثوان. خذ نفساً، واسأل نفسك: هل أشارك لأنني متأكد، أم لأنني منزعج؟

اسأل: من نشر هذا أولاً؟

لا تكتفِ بمن أرسل لك الخبر أو أعاد نشره. ابحث عن المصدر الأصلي. هل صدر الخبر عن مؤسسة إعلامية معروفة؟ هل نشرته جهة رسمية؟ هل الحساب موثق وله تاريخ واضح؟ أم أنه حساب مجهول بلا اسم حقيقي ولا سجل مهني؟

فالخبر بلا مصدر واضح هو خبر مشبوه بطبيعته. أحياناً تكون المعلومة صحيحة، لكن طريقة تداولها غير موثوقة. وأحياناً يكون الناقل مشهوراً، لكنه ليس المصدر الأصلي. لذلك، لا تسأل فقط: من أرسل لي؟ بل أسأل: من قال ذلك أول مرة؟

ابحث عنه في محرك البحث

اكتب عنوان الخبر أو جملة أساسية منه في Google أو أي محرك بحث. إذا كان الخبر حقيقياً ومهماً، فمن المرجح أن تجد أكثر من مصدر مستقل يتناوله. أما إذا لم يظهر إلا في موقع واحد أو حسابات متشابهة، فهذه إشارة تستحق التوقف.

الخبر الحقيقي الكبير لا يعيش وحيداً. غالباً ما تغطيه وكالات ومؤسسات مختلفة، وقد تختلف في التفاصيل، لكنها تتفق على أصل الواقعة. أما الخبر الذي لا تجده إلا في منشور مجهول أو صفحة مثيرة، فقد يكون مجرد فقاعة تنتظر من يضخمها.

افحص الصور والفيديوهات

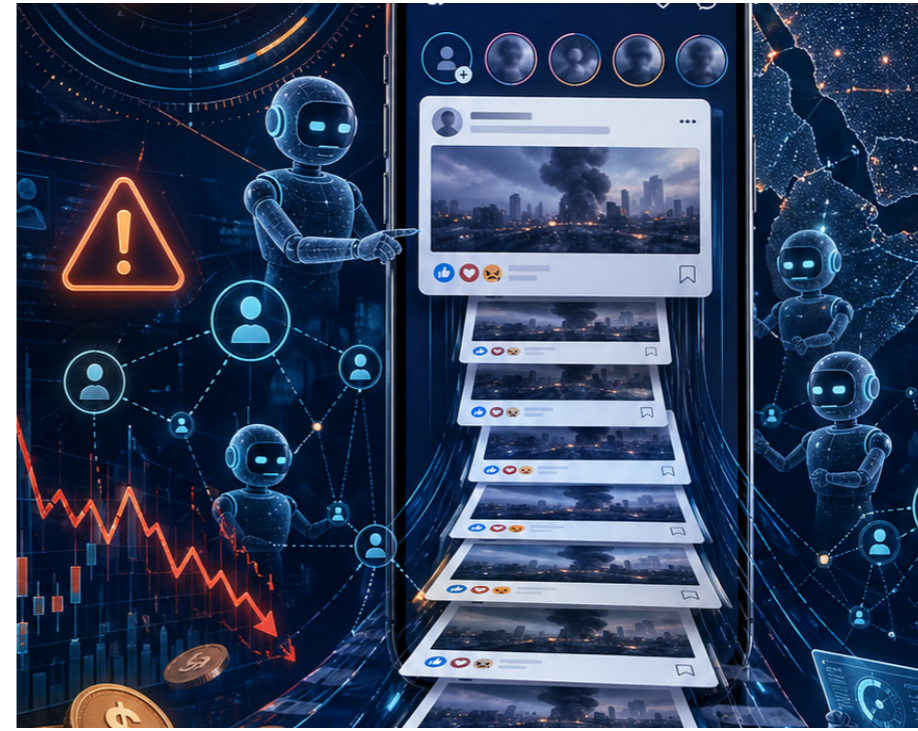
الصورة لم تعد دليلاً كافياً. قد تكون قديمة، أو مأخوذة من بلد آخر، أو معدلة، أو مولدة بالذكاء الاصطناعي. لذلك، عند رؤية صورة صادمة، لا تتعامل معها كحقيقة فورية. راجع منصات التحقق المتخصصة هذه المنصات لا تمنحك الحقيقة النهائية دائماً، لكنها تساعدك على معرفة ما إذا كان الخبر قد تم فحصه سابقاً، وتوضح لك الأدلة والسياق والمصادر.

في كل مرة تتوقف فيها قبل المشاركة، فأنت لا تحمي نفسك فقط، بل تحمي الآخرين من القلق، والتضليل، واتخاذ قرارات مبنية على معلومات خاطئة. قد تبدو المشاركة نقرة صغيرة، لكنها في الفضاء الرقمي قد تصبح جزءاً من موجة واسعة. لذلك، قبل أن تضغط "مشاركة"، امنح نفسك ثلاثين ثانية. فالحقيقة لا تحتاج فقط إلى من يكتبها، بل إلى من يحميها من التسرع.

بين الحقيقة والتزييف

أخبار العرب على فيسبوك تصنعها روبوتات

عائشة المري - الدوحة



صورة أرشيفية تعبر عن إدارة الروبوتات للأخبار عبر الإنترنت - مصممة بالذكاء الاصطناعي

كشف مرصد الإعلام العربي، في تقرير إحصائي وتقني موسع صدر في أبريل ٢٠٢٦، عن معطيات صادمة تتعلق بخريطة النشر الرقمي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، مؤكداً أن ٤٠٪ من المحتوى الإخباري المتداول عبر منصة فيسبوك يتم إنتاجه أو إدارته بواسطة حسابات آلية تعمل بالذكاء الاصطناعي.

ورصد المرصد، خلال ستة أشهر من التتبع الرقمي، أن هذه الحسابات الآلية كانت المحرك الأول لنحو ٦٠٪ من الشائعات التي استهدفت قطاعات اقتصادية حساسة، من بينها تقلبات أسعار الصرف والأزمات الترمينية خلال الربع الأول من عام ٢٠٢٦.

وأوضح التقرير أن هذه الحسابات، التي وصفها بـ «الجيش الرقمي»، لا تكتفي بإعادة نشر الأخبار، بل تعتمد على تقنيات صياغة عاطفية تستثير القلق أو الغضب لدى المستخدمين، ما يجعل الخبر الكاذب ينتشر أسرع من الخبر الموثوق بنحو ستة أضعاف.

وأشار المرصد إلى أن هذه الشبكات تعمل ضمن منظومات منسقة تُعرف باسم «حملات التأثير المبرمج»، حيث تنشر مئات الحسابات المعلومة المضللة ذاتها في توقيت واحد، بهدف خلق انطباع زائف لدى الجمهور بأن ما يراه يمثل رأياً عاماً سائداً، لا حملة تضليل موجهة.

ولفت التقرير إلى أن خوارزميات المنصات الرقمية ساهمت بشكل غير مباشر في تضخيم الأزمة، لأنها تمنح الأولوية للمحتوى الأكثر إثارة للتفاعل والجدل، مما وفّر لهذه الحسابات بيئة مناسبة للوصول إلى ملايين المستخدمين دون رقابة كافية. وحذر المرصد من أن استمرار هذا النمط من النشر الآلي يهدد بتآكل المصداقية في الفضاء العام الرقمي، ويجعل المواطن العربي عرضة لضغط معلوماتي مستمر، وسط صعوبة متزايدة في التمييز بين المصادر ودعا المرصد شركات المنصات الاجتماعية

إلى تحمل مسؤولياتها القانونية والأخلاقية، عبر تفعيل بروتوكولات التحقق اللحظي من الهوية الرقمية، وإطلاق أنظمة إنذار مبكر ترصد التحركات الجماعية المشبوهة قبل تحولها إلى موجات تضليل واسعة. كما شدد التقرير على أهمية الاستثمار في برامج التربية الإعلامية، لتمكين الجمهور من التعرف إلى الحسابات الوهمية من خلال أنماط النشر واللغة والتكرار، مؤكداً أن الوعي المجتمعي يظل خط الدفاع الأول في مواجهة حروب المعلومات التي تقودها الآلات.

الفضاء الرقمي يتمدد عالمياً

تزايد مستخدمو الإنترنت والإعلام يخسر معركة الثقة

امك الرويلي - الدوحة



Digital Global Overview Report لسنة ٢٠٢٦ - المصدر من الإنترنت

كشف تقرير Digital Global Overview Report لسنة ٢٠٢٦ الصادر عن مؤسسة داتا ريبورتال الدولية عن وصول عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم إلى رقم قياسي بلغ ٥,٧ مليار شخص، غير أن هذا الاتساع الكبير في الاتصال الرقمي جاء مصحوباً بارتفاع لافت في وقوع المستخدمين داخل ما يُعرف بالفقاعات الخوارزمية.

وأفاد التقرير بأن أكثر من ٨٠٪ من مستهلكي الأخبار عبر المنصات الرقمية باتوا يتلقون محتوى يتوافق غالباً مع انحيازاتهم السياسية والفكرية السابقة، نتيجة تطور خوارزميات التوصية التي تهدف إلى إبقاء المستخدم أطول فترة ممكنة داخل المنصة.

وأوضح الخبراء المشاركون في التقرير أن هذا الانحباس المعلوماتي عمق أزمة الثقة في الإعلام التقليدي، إذ أصبح بعض المستخدمين يرفضون الحقائق الموثقة عندما تتعارض مع القنوات التي تعززها لهم المنصات يومياً، مما خلق مجتمعات رقمية تعيش في جزر منفصلة من الحقائق المتضاربة.

ورصد التحليل التقني أن الخوارزميات باتت تؤدي دور الحارس الرقمي الذي يفلتر المعلومات قبل وصولها إلى الجمهور، وهو ما أدى إلى تآكل مفهوم المجال العام المشترك، وتحويل الفضاء الرقمي من مساحة لتبادل المعرفة إلى ساحة للصراعات الأيديولوجية والمعلوماتية.

وأشار التقرير إلى أن منصات الفيديو

القصير، مثل تيك توك وريلز، تصدرت قائمة مصادر الأخبار لدى الأجيال الشابة في عام ٢٠٢٦، رغم أن ٤٥٪ من هؤلاء المستخدمين أعربوا في الوقت نفسه عن شكوكهم في مصداقية ما يشاهدونه، في مشهد يعكس فجوة واضحة بين كثافة الاستهلاك وضعف الثقة.

ولفت الباحثون إلى أن هذه العزلة الرقمية تحدّ من تعرض المستخدمين لوجهات نظر مختلفة، وتضعف قدرتهم على النقد والتحليل، وتجعلهم أكثر عرضة لحملات التضليل التي تستهدف العاطفة والانحيازات الشخصية بدلاً من مخاطبة العقل والمنطق.

وأكدت مؤسسة داتا ريبورتال في ختام التقرير أن تحدي عام ٢٠٢٦ لا يتمثل في توفير المعلومات، بل في كسر الفقاعات الرقمية وإعادة ربط المستخدمين بمصادر متنوعة، داعية شركات التكنولوجيا إلى تعديل خوارزمياتها بما يسمح بظهور محتوى مخالف لميول المستخدمين، حفاظاً على توازن الوعي العام.

كما شدد التقرير على ضرورة أن تستثمر المؤسسات الإعلامية في بناء منصات مستقلة خارج سطوة خوارزميات التواصل الاجتماعي، حتى تستعيد علاقتها المباشرة مع الجمهور، وتقدم محتوى يعزز التعددية والمصداقية ويكسر العزلة المعلوماتية.

كيف تنتشر الأخبار الكاذبة في ثوانٍ؟



انتشار الأخبار الكاذبة في أقل من ثوانٍ خلال مواقع التواصل الاجتماعي

عائشة المري . الدوحة

في الثالث عشر من أبريل ٢٠١٣، انفجرت قنبلتان قرب خط النهاية في سباق ماراتون بوسطن. في غضون دقائق، كانت الأخبار تتدفق على تويتر، لكن كثيراً منها كان مختلطاً بالتخمين والأكاذيب المجردة. أُشيرَ إلى أشخاص أبرياء على أنهم منفذو التفجير، وانتشرت الاتهامات كالنار في الهشيم قبل أن تتمكن الشرطة من التحقق من أي شيء. كان ذلك درساً مبكراً على ما سيصبح عليه عالمنا الإعلامي اليوم: عالم تسبق فيه الرواية الزائفة الحقيقة بمسافة شاسعة.

هذا التقرير يبحث في الآليات التي تجعل الخبر الكاذب أسرع وأقوى وأكثر انتشاراً من الحقيقة — ولماذا نحن، كبشر ومستخدمين رقميين، نُساهم في ذلك دون أن ندري.

دور السوشيال ميديا

لم تكن وسائل التواصل الاجتماعي قد

صُممت لتكون منصات إخبارية — لكنها أصبحت كذلك. فيسبوك وتويتر وإنستغرام وتيك توك باتت المصدر الأول للأخبار لدى شريحة واسعة من الناس، خاصة في الفئات العمرية الشابة. وهذا التحول حمل معه مشكلة جوهرية: هذه المنصات لا تُميز بين خبر موثوق وآخر مُلْفَق. كلاهما يظهر في شريط التغذية بنفس الشكل، بنفس الخط، وبنفس زر المشاركة. والأخطر من ذلك أن الخوارزميات لا تُكافئ الدقة — بل تُكافئ التفاعل. المنشور الذي يُثير الغضب أو الخوف أو الدهشة يحصل على مزيد من الانتشار، بصرف النظر عن صحته. وهكذا يتحول كل مستخدم إلى ناقل غير مُتعمد لرسائل قد تكون كاذبة تماماً، فقط لأنها كانت مثيرة بما يكفي لدفعه على الضغط على زر «إعادة النشر».

سرعة النشر في مواجهة دقة المعلومة

كان الصحفي في الزمن الورقي يكتب تقريره،

يُراجع المحرر، يدخل طاولة التحكيم، ثم يصل إلى القارئ. هذه العملية كانت بطيئة — لكنها كانت حاجزاً. اليوم، لا حاجز. يكفي أن يكتب أي شخص جملة ويضغط على «نشر» لتصل إلى آلاف الأشخاص في ثوانٍ.

المشكلة ليست في السرعة وحدها — المشكلة في أن الدماغ البشري مُعدٌ للاستجابة للمعلومة الأولى التي يلقاها. علم النفس يُسمي هذا «تأثير التثبيت»: حين تصل إلينا رواية ما أولاً، نميل إلى الاحتفاظ بها حتى حين تظهر أدلة تدحضها. الخبر الكاذب يستفيد من هذه الهشاشة البشرية — فيصل أولاً، ويتحصن في أذهاننا قبل أن تتمكن الحقيقة من الوصول إلينا.

الخبر الكاذب

يصاغ بعناية لاستهداف المشاعر وينتشر خلال ثوانٍ ويُشكل الرأي قبل التحقق منه.



متابعة الشائعات عبر الهاتف صار أسهل طريق لانتشار الأكاذيب

التصحيح الإعلامي

يتطلب تحقّقاً وتوثيقاً. يصل بعد ساعات أو أيام. يحظى بتفاعل أقل بكثير من الأصل.

جانحة كوفيد-١٩

مع انتشار فيروس كورونا، انتشرت معه موجة من المعلومات المضللة بلغت حدّاً جعل منظمة الصحة العالمية تُطلق عليها مصطلح «الوباء المعلوماتي» أو Infodemic. من ادعاءات بأن شرب الكحول أو أكل الثوم يقتل الفيروس، إلى مزاعم بأن شبكات الجيل الخامس هي السبب وراء الجائحة — وصلت هذه الأكاذيب إلى مئات الملايين، وتسببت في وفاة أشخاص جراء تناول مواد سامة اعتقدوا أنها علاج. الخطر لم يكن معلوماتياً فقط — كان حرفياً مميتاً.

حرائق أستراليا ٢٠٢٠

حين اشتعلت حرائق الغابات في أستراليا، انتشرت على تويتر وفيسبوك ادعاءات بأن ناشطين بينيين هم من أشعلوها عمداً. الخبر كان كاذباً تماماً، لكنه أُعيد تعريده مئات الآلاف من المرات، وأحدث استقطاباً حاداً في النقاش العام حول تغير المناخ. لم يصل التصحيح الرسمي إلى جزء يسير من هذا الانتشار.

الصور المُعدّلة بالذكاء الاصطناعي ٢٠٢٣

في مارس ٢٠٢٣، انتشرت صور مُولّدة بالذكاء الاصطناعي تُظهر اعتقال شخصيات سياسية بارزة. لم تكن الصور حقيقية، لكنها أُخذت على محمل الجد من قِبَل كثيرين، وأُعيد نشرها من حسابات موثوقة. كشف ذلك عن فجوة خطيرة: الأدوات التي تُميز الصور المُولّدة لا تزال أبطأ بكثير من سرعة انتشارها.

من يتحمل المسؤولية؟

ليس ثمة جهة واحدة يمكن إدانته. المسؤولية مُوزّعة على طبقات متشابكة: المنصات الرقمية التي تُفضّل التفاعل على الدقة، والمستخدمون الذين يُشاركون قبل أن يتحققوا، والمؤسسات الإعلامية التي تتسابق علىسبق على حساب التثبّت، والأنظمة التعليمية التي لم تُعلّمنا بعدُ كيف نقرأ رقمياً بوعي نقدي.

غير أن هذا التوزيع للمسؤولية لا يعني أن لا أحد مسؤول، بل يعني أن الحل لن يأتي من اتجاه واحد. مكافحة الأخبار الكاذبة تحتاج إلى إجراءات من المنصات، وتشريعات من الحكومات، وثقافة تحقق لدى الأفراد، وصحافة تُعيد الثقة إلى نفسها بنفسها.

U



واحة قطر للعلوم والتكنولوجيا تستضيف فعاليات مؤتمر SYNC ربيع 2026

QSTP Hosts SYNC Spring 2026 Event

qbusiness_qa



qbusiness.qa