

التوظيف الدرامي للمحتوى السياسي البصري المفبرك
على مواقع التواصل الاجتماعي

أيوب رمضان فتاح
أ.د. محمد صبري صالح

ملخص:

يشغل البحث على قراءة المحتوى السياسي البصري المفبرك المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي بوصفه مادة إعلامية كاذبة استعانت بالتوظيف الدرامي في إنتاج موضوعها ، فقد عالج الموضوع من خلال طرحه في بحثين ، تناول المبحث الأول منها التوظيف الدرامي للصورة السياسية المفبركة ، حيث وقف المبحث عند قراءة الصورة الممنتجة بأسلوب درامي من خلال جمع عناصر مختلفة لتحمل موضوعا أو قصة سياسية ، والتي غالبا ما تكون بهيئة كاركثير أو مقدمة بطريقة السخرية ، وفي المبحث الثاني تناول التوظيف الدرامي للفيديو السياسي المفبرك ، بوصفه مادة إعلامية كاذبة منشورة على مواقع التواصل ، وقد تعرضت للمنتجة وإضافة المؤثرات الدرامية لتكون أكثر جاذبية للمتلقي.

Dramatic use of fabricated visual political content

On social media

Fattah Ayoub Ramadan

Abstract.

The research works on reading the fabricated visual political content published on social networking sites as a false media material that used the dramatic recruitment in the production of its subject. In a dramatic manner by collecting different elements to bear a political topic or story, which is often a beautiful caricature or presented in a way of irony, and in the second topic, it dealt with the dramatic use of the fabricated political video, as a false media material published on the communication sites, and it was exposed to the producer and the addition of dramatic effects to be More attractive to the recipient.

المقدمة.

يسعى بناء المحتوى البصري المفبرك سواء أكان صورة أم فيديو إلى إيصال موضوعه أو رسالته إلى المستهلك ، لذا فإن العمل في هذا المجال يتطلب توظيف الدراما بكل آلياتها وعناصرها في بناء القصة أو الحكاية البصرية المفبركة ، حيث تكمن أهمية الدراما في هذا العمل ، كونها تمثل التعبير الأسرع والأصدق عن المشاعر والأحاسيس ، لأنها تحاكي الحياة والإنسان من خلال

عرضها للقصص أو المواقف التي تلامس وجوده وكيانه ، الأمر الذي جعل من تقنيات وآلية عملها ينطبق مع عمل المحتوى البصري المفبرك في محاولته ملامسة قبول وتصديق المتلقي .

علما أن بحث (التوظيف الدرامي للمحتوى السياسي البصري المفبرك على مواقع التواصل الاجتماعي) يسعى إلى الكشف عن الطرق الآليات التي يتم من خلالها إنتاج المحتوى باستغلال التقنيات الدرامية لزيادة التأثير على المشاهد ، من خلال التركيز على صناعة الصورة الثابتة الممنجة بواسطة البرمجيات الحديثة، تلك التي يتم جمع عناصرها والتوليف بينها من أجل تقديم قصة ذات موضوع معين .

كما أن للتقنيات الدرامية أثرها على إنتاج الفيديو لما تضيفه من حركة ، وصوت ، ومؤثرات صوتية ، لها القدرة على شد إنتباه المشاهد وجذبه نحو المتابعة ، والايقاع به في فخ التصديق .

فصناعة المحتوى البصري السياسي المفبرك على مواقع التواصل الاجتماعي ذا تأثير سلبي على الفرد والمجتمع ، لما يثيره من إرهابات سلبية على السلوك ، وكذلك على الجوانب الاقتصادية التي تخلفها البلبلات السياسية ، ولعل الغاية أو الهدف من المحتوى السياسي المفبرك هو إثارة الرأي العام ، او البلبلة بين المجتمع ، مما يؤثر بالسلب على استقرار وأمن البلاد .

ويهدف البحث إلى عرض نماذج مختلفة من المحتوى السياسي المفبرك الذي تم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي ، من أجل التعرف عليها كعينات مضررة في تلقين الوعي الاجتماعي أو الفردي .

الفصل الأول: الإطار المنهجي

مشكلة البحث:

يكثر اليوم في العالم هائل من الأخبار والمعلومات والفيديوهات والصور المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي ، فضلا عن أنها باتت تقطن داخل جيب الفرد من خلال استخدامه للهاتف المحمول ، كما بات الفرد متخطبا بين تلك المنشورات ، بين ما هو صادق وما هو مزيف ، ومن الجدير بالذكر وسائل التواصل الاجتماعي أحدث تطورا هائلا في صناعة وترويج المعلوماتية بشكل عام ، وذلك لكثرة المستخدمين في شتى الوسائل والمجالات ، علما أن ما حدث في السنوات الأخير من قفزة نوعية على تطور الإعلام الاجتماعي بشكل تفاعلي أكبر مما كان عليه في السابق .

وفي إشارة لموقع (statista) الخاص بـ (Empowering people with data – تزويد الناس بالبيانات) نشر مؤخرا دراسة بعنوان (Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users) ، الشبكات الاجتماعية الأكثر شهرة في جميع أنحاء العالم اعتبارًا من يناير ٢٠٢٢ ، مرتبة حسب عدد المستخدمين النشطين شهريا) أشارت إلى أن عدد مستخدمي فيس بوك (٢.٩١٠) مليار مستخدم ، وأن عدد مستخدمي يوتيوب (٢.٥٦٢) مليار مستخدم ، وعدد مستخدمي واتس آب (٢) مليار مستخدم ، ثم تليها باقي المواقع تباعا ، كما أشارت إلى أن فيس بوك هو الرائد في السوق بسبب امتلاكه أكبر أربعة من أكبر منصات التواصل الاجتماعي ، مع أكثر من مليار مستخدم نشط شهريا لكل منها (فيس بوك) و(واتس آب) و(فيس بوك ماسنجر) و(انسغلام) ففي الربع الثالث من عام ٢٠٢١ ، أبلغ موقع فيس بوك أكثر من (٣.٥٨) مليار مستخدم شهريًا للمنتجات العائلية الأساسية.^(١)

علما أن من خصائص فيس بوك أن يتيح بكل حرية لأي مستخدم نشر أي محتوى يشاء بكل سهولة ويسر، كما أنه يتميز بسرعة الترويج والانتشار ، وكذلك فإن المواقع الأخرى فهي تحقق نفس طريقة ترويج المحتوى وسرعة إنتشاره ، كما أن أغلب المواقع لا تحدد المستخدم بنوع المحتوى ، إذا ما كان المنشور (مكتوبا أم صورة ، صوتيا كان أم فيديو) ، ويبدو أن هذا التوسع في الاستخدام والانتشار اتاح الفرصة للكثيرين من شن حروبا إلكترونية من أجل شتى أنواع الممارسات ، ومنها التسقيط السياسي وغير ذلك ، فمن الجدير بالذكر أن صحيفة العربي الجديد الإلكترونية نشرت مقالا بعنوان (المحتوى المفبرك سلاح ترامب في الانتخابات) تناولت فيه شركة (تويتر) التي نشرت مقطع فيديو مزيف نشره الرئيس الأميركي (دونالد ترامب) ، يظهر فيه المرشح الرئاسي الديمقراطي (جو بايدن) ، بأنه مادة إعلامية متلاعب بها ، وأصبح الفيديو الذي يبدو فيه بايدن وهو يشغل عبر هاتفه أغنية لفريق (أن ديليو إيه) تنتقد الشرطة يحتوي على تحذير متصل بمجموعة من التغريدات التي تعرض ما حدث بالفعل ، وفي حقيقة الأمر أن بايدن شغل أغنية (لويس فونسي – ديسباسيتو) ، بعدما قدمه فونسي للجمهور أثناء فعالية في ولاية فلوريدا للاحتفاء بتراث الأميركيين من أصل لاتيني.^(١)

ومن الملاحظ أن المحتوى البصري السياسي المفبرك من أكثر المحتويات تصنيعا وإنتشارا في مواقع التواصل الاجتماعي ، وهو موضوع يشكل ظاهرة كبيرا يمكن أن يسلط عليها الضوء بالدراسة والتحليل ، ومن المعلوم أن فبركة المحتوى البصري سواء أكان (صورة أو فيديو) فإنه يعتمد تقنيات وبرامجيات معينة من أجل إنتاجه ، فضلا عن إعداد القصة التي تشكل بناء الأحداث المراد ترويجها ، وهي بالتأكيد ستكون خاضعة للتوظيف الدرامي بكل ما يحتويه من عناصر تشويق

لإنجاح العمل ، وكسبه المصادقية اللازمة أمام الجمهور ، كما أنه لابد من الإشارة إلى أن موضوع (المحتوى السياسي المفبرك) هو نوع من أنواع الحروب الالكترونية التي باتت اليوم أكثر تأثيرا على الشعوب من الحروب الدائرة بالأسلحة ، لأن الفرد أو المجتمع هو الأكثر تضررا في هذه المواجهة لما تخلفه من إرهابات وتجاوزات على مختلف أصعدة الحياة، ولما تخلفه من تضليل وآثار نفسية على المتلقي فردا كان أم مجتمع.

ويبدو أن (التوظيف الدرامي للمحتوى السياسي البصري المفبرك على مواقع التواصل الاجتماعي) بات اليوم صناعة قائمة بذاتها لها خبرتها وعمالها وموظفيها ، حتى بات يسخر لها كل الإمكانيات المتاحة من أجل تصنيعها ، لأنها تكاد ترتبط ، أو هي ترتبط بالفعل بعمل الدولة ، أو الأحزاب السياسية التي تحكم الدولة ، والأمثلة كثيرة جدا في هذا الجانب ، لذا فإن (التوظيف الدرامي) في صناعة المحتوى البصري المفبرك قد لا يقتصر على تقنيات (الدراما المسرحية) فحسب ، بل ربما يتجاوز إلى (الدراما التلفزيونية) أو (الدراما السينمائية) في بعض الأحيان ، وربما لا يوجد مصطلح أكثر غموضا والتباسا من مصطلح السينما السياسية ، فكل فيلم سياسي يضيق ليحصر نفسه في نطاق الأعمال التي تتناول القضايا السياسية ، كما أن السينما هي وسيلة التعبير الكبرى لتقريب المشاعر بين الناس ، كما هي وسيلة التعبير عن الزمان والمكان والتوفيق بين الأحداث ، والكشف عن ثقافة المجتمع ، ووسيلة التعبير الذاتي⁽¹⁾ ، فالمحتوى البصري ليس فيديو مسجل ، بل هو مجموعة لقطات وصور يتم تجميعها ومنتجتها بهيئة قصة معينة لها أحداث متسلسلة وبداية ووسط ونهاية ، كما أنها تكون ذات موضوع يخدم جانب معين ويتناغم مع مستوى القبول أو التلقي الجماهيري.

يتناول هذا البحث (التوظيف الدرامي) لـ (المحتوى السياسي البصري المفبرك) ، بوصفه ظاهرة عام ورائجة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ، وبوصفه (محتوى كاذب) يشكل مصدر خطر يهدد أمن واستقرار المواطن بشكل عام ، فضلا عن تأثيره على خلخلة أنظمة الحكم في البلدان المختلفة ، وما يخلفه من تراكمات سلبية على جانبيين ، الأول يتعلق بالسلوك الاجتماعي كرد فعل اتجاه الموقف ، والثاني يتعلق بالتأثير الاقتصادي على البلد اتجاه رد الفعل السلوكي للمجتمع.

لذا فإن البحث يقف أمام عرض المشكلة التي تطرح نفسها في التساؤل الذي يتراوح بين (ماهية) و(كيفية) التوظيف الدرامي للمحتوى السياسي البصري المفبرك؟

والتي يمكن أن تتشكل منها تساؤلات بحثية تُبنى على هذه المشكلة تتعلق في:

- ما هو المحتوى السياسي البصري المفبرك؟
- كيف يتم إنتاج أو تصنيع المحتوى السياسي المفبرك؟

أهمية البحث والحاجة إليه:

يهتم البحث بتسليط الضوء على التوظيف الدرامي للمحتوى السياسي البصري سواء أكان صورة أم فيديو المفبرك المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ، وتكمن الحاجة إلى البحث في أنه يفيد الكشف عن المحتوى البصري المفبرك بوصفه إعلاما كاذبا ومضللا للمواطن والمجتمع ، يشكل مصدر قلق متزايد على المستخدمين مع عدم وعيهم بوجود مثل هذه المعلومات الكاذبة.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

- التعرف على آليات التوظيف الدرامي للمحتوى السياسي البصري المفبرك كوسيلة للتضليل الإعلامي.
- التعرف على مفهوم التوظيف الدرامي سواء أكان ذلك التوظيف مستفادا من التقنيات الدرامي في المسرح أو التلفزيون أو السينما ، المستخدمة للتضليل الإعلامي كآلية لصناعة المعلومات المغلوطة.
- الكشف عن أسلوب التوظيف الدرامي للمحتوى السياسي البصري المفبرك داخل مواقع التواصل الاجتماعي.

فرضية البحث:

يفترض البحث وجود صور وفيديوهات تم تصنيعها من خلال استخدام وتوظيف التقنيات الدرامية على مختلف مجالاتها في المسرح والتلفزيون والسينما ، وهي ذات محتوى سياسي مفبرك منشورة على صفحات وهمية أو حقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي تعمل لنشر محتوى ملفق ومعلومات مضللة ومغلوبة.

حدود البحث:

- **الحدود الزمانية:** يعتمد البحث الحدود الزمانية لتاريخ إنشاء موقع فيسبوك سنة (٢٠٠٤) وما بعدها، لأنه الموقع الأكثر إنتشارا في العالم.
- **الحدود المكانية:** (مُطلقة)
- **حدود الموضوع :** المحتوى السياسي البصري المفبرك على مواقع التواصل الاجتماعي

تحديد المصطلحات:

التوظيف الدرامي:

اختلفت المعاجم التوظيف اللغوية في تحديد مفهوم (التوظيف) فمنها من ذكر أن مصدرها من (وظيفة) من الجذر وظف ، وهي على وزن تفعيل⁽¹⁾.

ومنهم من ألحقها بـ(الوظيفة) ، وجعل فيها صفة الإلزام ، كما في (وظف شخص) أو (وظف شيء) منها المال والعمل⁽²⁾ ، وهو ما يتطابق مع اللفظ (Recruit) الذي ورد في معجم (Webster Dictionary) الذي يعطي نفس معنى الإلزام في الوظيفة⁽³⁾.

وهو ما يخدم مفهوم المصطلح الوارد في البحث (التوظيف الدرامي) بأن يأتي بمعنى إخضاع الدراما للوظيفة، وهذا ما يراه الباحث في تحديده الإجرائي للمصطلح بأن:

التوظيف الدرامي: هو إخضاع الآليات والتقنيات الدرامية في وظيفة معينة ، أو لخدمة مجال ما.

المحتوى السياسي البصري:

المحتوى البصري هو ما يتم إدراكه بحاسة البصر ، لذا فإن كل ما تراه العين هو محتوى بصري⁽⁴⁾ ، أما المحتوى البصري في مجال صناعة التلفزيون والسينما ، ومواقع التواصل الاجتماعي ، فهو فن نقل المعلومات إلى الناس عن طريق استخدام الإيماءات والصور واللافتات والملصقات وإعلانات الأفلام القصيرة وغيرها ، وهو المحتوى لأكثر فعالية لتمرير المعلومات لأن العقل البشري يعالج الأشياء في الاستجابة للصور المرئية بسرعة بدلا من النصوص⁽¹⁾.

وهذا ما يمكن أن يعتمد عليه الباحث في تحديد المصطلح ، بأن المحتوى البصري في مواقع التواصل الاجتماعي هو كل صورة مرئية ثابتة أو متحركة بصغة (GIF)^(*) ، أو فيديو مدمج يجمع الصورة مع الصوت والحركة، إلا أن (المحتوى السياسي البصري) هو المحتوى البصري الذي يعتمد عرض موضوع سياسي يعتمد على بناء موقف ما من خلاله.

الفبركة:

فالفبركة هي مصطلح ملازم للإعلام يتناول صناعة أخبار لا وجود لها يقال عنها (أخبار مفبركة) ، وأغلب الظن أن المفردة مستمدة في استخدامها من مفردة (Fabrika)⁽²⁾ المستخدمة في اللغة التركية التي تعني (المصنع) ، أي نتاج شيء جديد من مصادر أولية ، وهذا ما ينطبق على صناعة (الخبر المفبرك) الذي يعني تحريف المعلومة ، كما وردت مفردة (fabrication) وتعني التلفيق ، أي (تلفيق ، فعل أو عملية تصنيع أو اختراع شيء ما ، كما تعني تجميع وتصنيع المنتجات الإلكترونية)⁽³⁾ ، علما أن مواقع التواصل الاجتماعي وبعض المصادر الإخبارية ترد فيها مصطلح الفبركة (في عصر فوضى المعلومات ، وهو واقع يخلق العديد من التحديات الجديدة للصحفيين والباحثين والمختصين في مجال المعلومات والمحتوى ، هل أتناول كصحي محتوى رائجا ما؟ ومتى أفعل ذلك؟ كيف أصوغ العنوان المتعلق بهذا المحتوى؟ وكيف أكشف الفبركة في مقاطع الفيديو أو الصور بشكل فعال؟ ومتى أقوم بهذا الدور؟ كيف يمكن قياس النقطة الحرجة؟ كل هذه الأسئلة هي تحديات يواجهها من يعمل في بيئة مليئة بالمعلومات ، إنه أمر معقد)⁽¹⁾.

فالفبركة هي مفهوم لصناعة تتم باحتراف من لدن مؤسسة تابعة للمؤسسة الإعلامية بحيث تتبناها بدافع المصلحة ، أو تحقيق أهداف ربحية أو تأجيج للرأي العام أو إثارة البلبلة أو أي أهداف أخرى.

الفصل الثاني: الإطار النظري.

المبحث الأول: التوظيف الدرامي للصورة السياسية المفبركة

يطرح هذا المبحث سؤالاً جدلياً مركباً يضوي على علاقة الصورة بالدراما ، فهل الصورة تنتج دراماً؟ أم العكس ، ويبدو من خلال تفكيك عنوان المبحث ، أنه يحمل موضوعاً مركباً يجمع بين الدراما ، والصورة والسياسة معاً ، ولعل الأخيرة تمثل التحديد الموضوعي للمحتوى ، إلا أن العلاقة التي تجمع بين الدراما والصورة هي علاقة تبادلية ذات الاكتمال الموضوعي لكليهما ، فالأول ينتج الثاني ، والعكس صحيح أيضاً.

إلا أن الصورة في حد ذاتها هي تمثيل بصري لأي مجسم يمكن رؤيته بالعين ، أي أنها تمثل اللقطة التي يتم اتخاذها بواسطة آلة التصوير ، وهذا يعني أن فعل التصوير قد لا يكون صادقاً في تمثيله للواقع ، فقد يتم التلاعب في بعض من مكوناتها بهدف التزييف ولكنها توحى بالصدق ، أي أن الصورة هي القوة التي حاول (دوبري) التركيز عليها بوصفها سلطة ، أو هي على حد تعبيره السلطة الرمزية بامتياز⁽¹⁾.

ويرى الباحث أن تعبير (دوبري) لا يخلو من المحتوى الدرامي ، لأنها بحسب فهمه تمثل موضوعاً رمزياً ، وهو بالتأكيد يخدم المعنى الذي تحمله ، أو الرسالة التي تريد إيصالها ، إلا أن إعادة النظر في التوظيف الدرامي للصورة السياسية المفبركة على وسائل التواصل الاجتماعي ، يفرض الوقوف عند محتوى (الصورة) التي تم التلاعب بها من خلال تعرضها للمنتجة ، فهي لا تحصل على موضوعها السياسي إلا من خلال الطرح ، أي كيفية جمع ترتيب العناصر التي تتركب على اعتبار أنها ذات أهمية في التوضيح وإيصال المعنى ، وترجمة النص ، أو يمكن القول أنها تنتج النص⁽²⁾.

لذا نرى أن (دولوز) يربط مفهومه عن الصورة بالحركة ، لأنها تمثل صورة الفكر التي تلهم الفلسفة إبداعها للمفاهيم ، الأمر الذي جعله يتوقف عند مفهوم الصورة بأنها كتل من الحركات الدائمة والمتلازمة داخل تشكيل الأمكنة والأزمنة ، لتصبح أكثر قابلية للفهم ، لأنها عبارة عن تجلي المرئي لتجربة معيشة من طرف كل واحد ، لكنه يعتبر قيمتها تتمثل في الأفكار المتولدة عنها⁽³⁾.

وبعبارة أخرى فإنه من خلال الربط بين الصورة والحركة يتم توليد المفهوم الذي تحمله الرسالة المحملة داخل الصورة ، ولعل النظر في المحتوى السياسي المنتج بأسلوب المفركة والجمع بين العناصر المختلفة داخلها مع جمع العناصر الدرامية التي تشكل القصة أو الحدث ، يتيح المجال إلى القارئ أن يشكل تصورات جديدة غير التصور الحقيقي أو الأصل لكل عنصر ، فعلى سبيل المثال ما تم نشره على صحيفة (وجهات إخبارية) حول (صورة مفركة لزوجة الرئيس السوري تثير البلبلة) التي تم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي وهي عبارة عن صورة مفركة للسيدة أسماء الأسد زوجة الرئيس السوري بشار الأسد، تعود بالأصل الى النجمة العالمية أنجيلينا جولي وهي تزور مخيما للاجئين السوريين ، بحسب ما أفاد موقع (الخبر برس) ، وقد أثارت هذه الصورة البلبلة على مواقع التواصل⁽¹⁾.

لذا فإن قراءة مثل هذه الصورة تعتمد على مدى صلاحية المتلقي على الفهم والتحليل السياسي ، لأن المضمون الظاهر الذي تحمله الصورة لا يمكن تحديد الجهة التي فبركت هذا المحتوى ، هل هي من جهة النظام السوري ، من أجل اظهار الوجه الحسن للسلطة ، أم أنها تمت فبركتها من قبل المعارضة للنظام من أجل التقليد والاستهزاء.

فالتصور السياسية المفركة باتت ظاهرة ملموسة ومتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي ، ويبدو أنها تشكل مصدرا للسخرية أو التداول الكايركتيري ، فقد نشر في ١٩ أغسطس ٢٠٢١ ٣:٢١ مساءً صورة تجمع بين الرئيس الأمريكي ترامب والروسي بوتين والتركي أردوغان في قمة العشرين بألمانيا ، يظهر الرئيس الروسي في مركز القوة والأهمية ، وقد علفت عليها صحيفة (The New States Man) في مقال بعنوان (How a badly faked photo of Vladimir Putin took over Twitter

فلاديمير بوتين على موقع تويتر) طرحت فيه العديد من الأسئلة حول الدافع من نشر تلك الصور المفركة بشكل عام ومدى تأثيرها على مستخدمي الإنترنت ، وقد أشارت في موضوعها أن عيون العالم كانت على فلاديمير بوتين ، بينما جلس الرئيس الروسي في اجتماعه الذي طال انتظاره مع دونالد ترامب خلال قمة مجموعة العشرين ، حبس العالم أنفاسه ، لا أحد يستطيع أن ينظر بعيدا ، ولم يتضح جاذبية بوتين في أي مكان بشكل أفضل من هذه الصورة للزعيم، التي كانت مثبتة بالبهجة ، شبه العشق ، نظرات ترامب ، والرئيس التركي رجب طيب أردوغان، ووزير الخارجية التركي مولود جاويش أوغلو ، فإذا كان متوسط صورتك تتحدث بألف كلمة، فإن هذه الصورة تنطق بمليون كلمة⁽¹⁾.

ويرى الباحث أن هذه الصورة تعرضت إلى توظيف العناصر الدرامية التي تخلق منها قصة ذات حدث، حيث قام صاحبها بوضع الرئيس الروسي في موقع الوسط أو البؤرة التي تجعل منه مركزا للقصة ينبثق عنه باقي الأنساق الإعلامية المتواجدة في الصورة ، والمتمثلة بباقي رؤساء الدول المحيطين به ، وهو في حقيقة الأمر ، شكل من هذه البؤرة البصرية ، نواة لحركة الصراع داخل حدث القصة ، حينما أعطى الرئيس الروسي موقع الوسط ليكون في مركز القوة والهيمنة والتسلط.

ويلحق (صافي الياصري) على أن للفبركة تاريخ طويل ، استخدم على مر العصور منذ القدم من أشهرها عام ١٩٦٣ ، حينما تم محو أعوان الرئيس السوفيتي جوزيف ستالين من صورة له أمام الجمهور، ليظهر كأنه القائد الأوحده ، وفي إشارة له عن كيفية إعداد تقرير اليونامي

المفعم بالتزوير والتضليل والدجل والكيد السياسي ، وهو تقرير اليونامي الذي يغطي الفترة الواقعة بين الأول من كانون الثاني و ٣٠ من حزيران يونيو ٢٠١٢ يتستر من خلال الأخبار الكاذبة والتحريف على واقع عملية النقل القسري ونقض الحقوق الأساسية للسكان والحصار المفروض منذ ٤ سنوات عليهم وتحويل ليبرتي إلى سجن ، وتبويض جرائم الحكومة العراقية والنظام الإيراني ، حيث يقول: (أن كل من تابع أداء السيد كويلر على مدى الأشهر الـ ١٥ الماضية ، فهو يعرف جيدا ، تقاريره المليئة بالتزوير والأغراض السياسية ، سبق وأن كشفت المقاومة الإيرانية في محاولات عديدة عن بعض من هذه التقارير المفبركة، والصور المفبركة والانتقائية عن ليبرتي لتضليل سكان أشرف تشكل واحدا من هذه النماذج الماضية ، فهو يعرف جيدا تقاريره المليئة بالتزوير والأغراض السياسية)⁽²⁾.

ويرى الباحث أن ما نقله الياسري ليس صورة واحدة ، بل مجموعة صور مزيفة تم إعدادها في تقرير اليونامي. أما اليوم فإن مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي يجد نفسه أمام بحر من المعلومات الإخبارية ، والتي تكون أغلبها مدعومة بصورة تحمل قصة ما ، أو قد صورة تختزل عشرات المقالات والتحليلات ، ولكن المستخدم متخبط بين مصداقيتها وفبركتها ، ففي العادة يرى صورة تفترض أنه أمام حقيقة مطلقة ، كصورة لجندي يطلق النار على مدنيين أبرياء في منطقة حرب ، أو مسؤول حكومي يتلقى رشوة أو يدخل في مساومة ما مع طرف آخر ، وفي الغالب فإن مستخدم مواقع التواصل يميل إلى تصديق ما يشاهده ، ونادرا من يطرح الاسئلة المتعلقة بمصداقية المشاهدة⁽¹⁾ ، ففي إشارة في صحيفة (درج) اللبنانية الإلكترونية ، نشرت ميريام سويدان - صحافية لبنانية مقالا بعنوان: (مع اقتراب موعد الاستحقاق الانتخابي المقرر في ١٥ أيار ٢٠٢٢ ، انتشرت صور على مواقع التواصل الاجتماعي جزء كبير منها مزيف ، هنا أبرز الأخبار المضللة) في مايو ١٣ ، ٢٠٢٢ ، تناولت فيه صورة انتشرت على مواقع التواصل مع اقتراب موعد الاستحقاق الانتخابي المقرر في ١٥ أيار ٢٠٢٢ تظهر شاحنة لنقل المازوت وعليها شعار حزب (مواطنون ومواطنات في دولة) ، يدعي ناشرو الصورة أن الحزب يُقدم المازوت كنوع من الرشاوى الانتخابية قبل الاستحقاق الانتخابي ، الأمر الذي تم رصده مع أكثر من فريق سياسي ، وبعد البحث عن الصورة عبر محرك (Google Image) تبين أن الشعار مركب على صورة الشاحنة الأساسية ، وهي شاحنة بيضاء اللون من دون أي شعارات عليها⁽²⁾.

ويرى الباحث أن هذا الأسلوب من المونتاج في التصوير يستغل المؤثرات الدرامية في بناء القصة ، حيث قام الممنتج باستغلال الأيقون أو الشعار الخاص بالحزب من أجل فبركة القصة بشكلها المرئي ، فهو لم يفعل سوى إضافة هذا الشعار إلى صورة شاحنة بيضاء ، في الوقت الذي تعاني فيها لبنان من نقص في الوقود ، ومن الواضح أن الغاية من هذه الفبركة هو التسقيط بين الأحزاب المتصارعة على الانتخابات النيابية ، فدراسة صور المفبركة بواسطة البرامج أو الذكاء الاصطناعي تبدو أكثر جدارة بالثقة والتصديق من تلك الصور الحقيقية ، وفي أغلب الظن أن المستخدمين يميلون في التصديق لما هو أكثر تأثيرا بصريا على تلقينهم ، علما أن البرامج الحديث تقوم بإعدادات كثيرة على التزييف والتحريف والفبركة، من ضمنها إظهار الإضاءة بشكل أوضح أو إمكانية التلاعب في الملامح ، فضلا عن إضافة أجزاء جديدة إلى الصورة وحذف أجزاء أخرى منها ، وهو الأمر الذي قد يتسبب بمخاطر مرعبة بسبب النتائج التي تخلفها هذه الصور على المجتمع بشكل تراكمي.

المبحث الثاني: التوظيف الدرامي للفيديو السياسي المفبرك.

قد يكون الحديث عن الفيديو السياسي المفبرك أكثر خطورة من الصورة المفبركة ، لما يحتويه من إمكانيات الحركة ، والصوت ، والمؤثرات الصوتية ، وما يتعرض له من حيل المونتاج من القص أو اللصق ، والحذف أو الإضافة ، كما أن خطورته أشد وأكثر حينما يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي التي تتميز بسرعة انتشارها ، ودعمها للمحتوى الرائج على المشاهدات.

وقد نشر (معهد بروكينغز لدراسة وحل المشكلات التي تواجه المجتمع على المستوى المحلي والوطني والعالمي) في واشنطن دراسة بعنوان (Is seeing still believing? The deepfake challenge to truth in politics ، هل ترى ما زلت تصدق؟ تحدي التزييف العميق للحقيقة في السياسة) أشارت إلى نقطة التزييف العميق يزيد الأمر صعوبة فهذه التكنولوجيا ، هي واحدة من أكثر الثمار التي إثارة للقلق للتقدم السريع في الذكاء الاصطناعي ، لأنها تتيح لمن يستخدمها إنشاء تمثيلات صوتية ومرئية لأشخاص حقيقيين يقولون ويفعلون أشياء مصطنعة ، ومع تطور هذه التقنية ، أصبح من الصعب بشكل متزايد التمييز بين تسجيلات الصوت والفيديو الحقيقية من التحريفات الاحتيالية التي تم إنشاؤها عن طريق التلاعب بالأصوات والصور الحقيقية.(1)

ومن الجدير بالذكر أن المتلقي على مواقع التواصل الاجتماعي يقع في فخ الثقة العمياء بالمقاطع الصوتية والمصورة في ظل تطور وتكاثر التطبيقات وتطور تكنولوجيات الذكاء الاصطناعي التي وصلت إلى مستويات لم تكن متوقعة في الماضي القريب ، وأن أغلبها ذا قدرة على التعديل والتزييف والمحاكاة والتشويه، وفي الواقع فإن الفرد يعيش أمام سيل جارف من تدفق الصور ومقاطع الفيديو التي أصبحت جزءا أساسيا من العملية الإعلامية ، وتشير الإحصائيات إلى أن موقع يوتيوب الشهير يشهد كل دقيقة تحميل (٤٠٠) ساعة فيديو، أما فيس بوك فالإحصائيات فيه أكبر من ذلك بكثير(2).

تتمحور فبركة أغلب الفيديوهات المنتشرة على المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي على المضامين السياسية والاجتماعية لتثير انتباه الناس وتجذب مشاهدات عالية ، الأمر الذي يلفت الانتباه إلى خطورة هذه الفيديوهات المزيفة ، لأنها باتت تمثل الجزء الأكثر تأثيرا في صناعة الرأي العام وتغيير العقلية وبث الأفكار والأخبار والشائعات ، فلا يتوقف فبركة بعض مقاطع الفيديو عند الأشخاص أو بعض الشركات التقنية ، بل كشفت معلومات عن ضلوع أجهزة رسمية ومؤسسات حكومية في تزوير مشاهد فيديو تثير الرأي العام أو لتوجه المتلقي في اتجاه معين(1).

ومع اقتراب انتخابات عام ٢٠٢٠ ، طرحت الكثير من الاسئلة حول أي من المرشحين سيجبر الشعب الأمريكي على مواجهة هذه مشكلة الاختيار ، إذا وصل الذكاء الاصطناعي إلى النقطة التي سيكون من المستحيل فيها تقريبا اكتشاف التمثيلات الصوتية والمرئية لأشخاص يقولون أشياء لم يقلوها أبدا ، أو حتى يفعلون أشياء لم يفعلوها أبدا ، فإن الرؤية لن تصدق بعد الآن ، وسيتعين

على الشعب أن يقرر بدون دليل موثوق ، من سيصدق ، بل والأسوأ من ذلك أن المرشحين سيكونون قادرين على رفض العمل الحقيقي بحجة إنه مزيف⁽²⁾.

لذا نجد أن مثل هذه الفيديوهات تنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر ، خاصة عند اقتراب موعد الانتخابات لأي بلد ما ، لبدأ التسقيط السياسي بين الأحزاب ، كما يبدأ معها إثارة الرأي العام ضد كل حزب منهم ، أما فيما يخص الأحداث الدولية ، فإن ما حدث في الحرب بين أوكرانيا وروسيا ، لم تكن حربا على مستوى الهجوم العسكري بالأسلحة ، بقدر ما لعب فيها الإعلام قدرا كبيرا من الأهمية في تأجيج الرأي الدولي ضد الأطراف المتنازعة ، علما أن كلا الطرفين سعى لإنتاج محتويات فيديوية مفبركة ضد الآخر ، فما نشرته قناة (فرانس ٢٤ / FRANCE 24 Arabic) على اليوتيوب في ١٤/٠٣/٢٠٢٢ ، فيديو بعنوان (!الحرب في أوكرانيا: باريس تحت القصف الروسي... فيديو مفبرك يثير جدلا واسعا) ، تناول فيه مشهدا لطائرات حربية روسية وهي تقصف باريس حيث تظهر مناظر متفرقة منها ، كما يظهر (برج إيفل) قريبا من موقع القصف ، وفي وصف الفيديو ، أشارت قناة (FRANCE 24 Arabic) إلى أنه فيديو مفبرك تم نشره على الحساب الرسمي الناطق للبرلمان الأوكراني على تويتر مساء الجمعة لينتشر سريعا على شبكات التواصل الاجتماعي ، حيث حاصد ملايين المشاهدات وأثار جدلا واسعا ، بين معارض لفكرة الفيديو التي يعتبرها دعائية ، وتأتي بنتيجة عكسية ومن يعتبر أن الغرب يتقاعس فعلا عن حماية أوكرانيا ، بينما يلقي البعض باللوم على السياسيين الأوكرانيين بسبب تداول الفيديو⁽¹⁾.

لذا نجد أن مثل هكذا محتوى يتم عمله بإحترافية ، مستعينة بالتوظيف الدرامية التي تعمل عناصرها على بناء الحدث بشكل منطقي ومقبول للمتلقي ، حيث نجد في الفيديو بداية ظهور سائحة تقوم بالتصوير لقطات فوتوغرافية بالقرب من (برج إيفل) ، وإذا بطائرات حربية روسية تبدأ بقصف المدينة ، ومدة الفيديو (١:٥٦) دقيقة ، إلى أنه ممنتج باتقان من حيث التأثيرات الصوتية لإنفجارات القصف ، وصوت الطائرات ، وصوت الذعر والصراخ بين الناس.

علما أن الحرب بين أوكرانيا وروسيا خلف أو أنتجت الكثير من المحتوى البصري المفبرك الذي يسعى إلى إطاحة كل جهة بالجهة الأخرى ، فعلى فيس بوك مثلا تم نشر فيديو للرئيس الأوكراني ، وهو يلقي خطابا يدعو فيه الأوكرانيين للأستسلام ، والغريب أن هذا الفيديو تم نشره على صفحة باسم (د. رياض بغدادي) فيها ١١٦ ألف المتابعون ، و ١٩ المتابعات ، والصفحة مهتمة بالمنشورات المتنوعة ، وخاصة على المنشورات التي تركز على التكنولوجيا ، إلا أنه في إشارته على فيس بوك لهذا الفيديو قدم وصفا أشار فيه (لمن فاته الفيديو، فيديو مفبرك لرئيس أوكرانيا يطلب فيه من

الأكرانيين الاستسلام. الفيديو ظهر في مارس وتم انتاجه عن طريق الذكاء الاصطناعي و بالذات تقنية التزييف العميق⁽²⁾.

ويرى الباحث أن مواقع التواصل تعتمد هذا النوع من التسهيل في النشر والترويج للمحتوى البصري السياسي، لأنه يسعى إلى خلق الأزمة التي تثير الجدل والتواصل بين المستخدمين ومواقع التواصل ، بالتالي فإنها تزيد من الأرباح التي يتم تحقيقها ، لذا نجد المستخدم يعيش في عمق التزييف والفبركة ، وهو ما يخلق لديه الصراع بين القبول أو التصديق ، وبين الرفض والابتعاد.

النتائج:

- تكمن علاقة الدراما بالمحتوى البصري من خلال التوظيف لآلياتها داخله ، وما تقدمه من مؤثرات تساعد في بناء الموضوع والقصة المقدمة في الصورة أو الفيديو.
- تعد الصورة منتج بصري رمزي يمكن التلاعب في مكوناتها بهدف التزييف ، إلا أنها تكون حاملة لموضوع جديد ينطبق مع المادة المراد إيصال رسالتها.
- ترتبط مفهوم الصورة بالحركة ، لتصبح أكثر قابلية للفهم.
- باتت الصور السياسية المفبركة ظاهرة ملموسة ومتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي ، وهي تحمل أكثر من غاية وهدف مثل الاستهزاء أو الكاركتير ، كمل تحمل غاية التقسيط ضد أفراد أو جهات معينة.
- يعد المونتاج هو الأسلوب الفني في صناعة الفبركة والتزييف في الصور والفيديوهات ، فضلا عن إضافة المؤثرات التي تضيف إلى إنتاج الصورة الاقتراب من الحقيقة ، أو القبول.
- يحتوي الفيديو السياسي المفبرك على خطورة أكبر من الصورة المفبركة ، لأنه يكون ذا تأثير أعلى على المتلقي لما يحتويه من مؤثرات صوتية أو تعليق صوتي ، فضلا عن الحركة ، التي يمكن التلاعب بها من خلال حيل المونتاج في القص أو اللصق ، والحذف أو الإضافة.
- وقع المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي ضحية لفخ الثقة العمياء ، لما يتم بثه من مقاطع سياسية صوتية ومصورة.
- تتمحورت فبركة الفيديوهات على المضامين السياسية والاجتماعية التي تثير انتباه الناس وتجذب مشاهدات عالية.

الاستنتاجات:

تعمل الوظيفة الدرامية داخل المحتوى البصري السياسي (صورة / فيديو) على إضفاء الواقعية التي تمنح قبول المحتوى لدى المتلقي ، كما تعمل على صناعة القصة التي يمكن أن تنتجها الصورة ، أو ترتيب الأحداث في حبكة منطقية في إنتاج الفيديو.

التوصيات:

يوصي الباحث بدراسة: عناصر البناء الدرامي في التزييف الإعلامي

ملاحق البحث:

- صورة مفبركة لزوجة الرئيس السوري تثير البلبلة.



الصورة الأصلية نشرت على موقع (marie claire) لـ (أنجيلىنا جولي) ، في مخيم اللاجئين السوريين.

- الصورة المنشورة على صحيفة (The New States Man, How a badly faked photo of Vladimir Putin took over Twitter).



صورة الرئيس الروسي منشورة على تويتر تحت عنوان:

Photo on the left is making the rounds on social media. Photo on the right is the original Getty Image.



left



right

- الصورة الموضحة لمقال ميريام سويدان ، مع اقتراب موعد الاستحقاق الانتخابي المقرر في ١٥ أيار ٢٠٢٢، انتشرت صور على مواقع التواصل الاجتماعي جزء كبير منها مزيف، هنا أبرز الأخبار المضللة.



المصادر والمراجع

الكتب:

- جيل دولوز ، الصورة والحركة ، ترجمة: حسن عودة ، منشورات وزارة الثقافة ، دمشق - سوريا، ١٩٩٧.
- دعاء أحمد البنا ، دراما المخابرات وقضايا الهوية الوطنية ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط ١ ، ٢٠١٩.
- ربيع محمد وطارق عبد الرؤوف ، الادراك البصري وصعوبات التعلم ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن ، ٢٠٠٨.
- زهير قوتال ، المفهوم الفلسفي عند جيل دولوز ، معهد الأبحاث ، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ، قطر، ٢٠١٨.
- سعاد عالمي ، مفهوم الصورة عند ريجيس دوبري ، أفريقيا الشرق ، المغرب ، ٢٠٠٤.
- صافي الياسري ، أباطيل الباطل ، تم توزيع الكتاب بشكل ورقي خلال مؤتمر باريس للمقاومة الإيرانية الذي عقد في التاسع من شهر تموز ٢٠١٦ ، محمل على (Web) بصيغة (PDF).
- طارق عبد الرؤوف عامر وإيهاب عيسى المصري ، التفكير البصري - مفهومه - مهاراته - ستراتيجه ، المجموعة العربية للتدريب والنشر ، القاهرة - مصر ، ٢٠١٦ .
- كريغ سيلفرمان ، دليل التحقيق من عمليات التضليل والتلاعب الإعلامي - آليات التحقيق على المنصات الرقمية والتحري عن حسابات التواصل الاجتماعي للكشف عن الأنشطة الموجهة وعمليات التلاعب بالمحتوى ، ترجمة: محمد زيدان ، التدقيق اللغوي: سليمان العميرات ، ط ١ ، معهد الجزيرة للإعلام ، ٢٠٢٠.

- محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي ، مختار الصحاح ، بغداد : مكتبة النهضة ، ١٩٨٣ م.
- نشوان بن سعيد الحميري ، شمس العلوم ودواء كلام العرب من الكلوم ، تحقيق: حسين بن عبد الله العمري ، دار الفكر ، المطبعة العلمية ، دمشق ، ط١ ، مج ١٠ ، ١٩٩٩ .
- ياسر بكر ، أخلاقيات الصورة الصحفية ، دار الكتب المصرية ، ط١ ، ٢٠١٢ .

المصادر الأجنبية:

- Resimli okul Sözlüğü, Türk dil kurumu yayınları, Şükrü Halük Akalın, Ankara, 2011.
- Nina Schick, Deep Fakes and the Infocalypse: What You Urgently Need to Know, Octopus Publishing Group, 2020.
- Nobert Young, Deep Fake Technology: Complete Guide to Deepfakes, Politics and Social Media, Amazon Digital Services LLC – KDP Print US, 2019.
- Oxford Dictionary of Literary Terms, Oxford University Press, 2008.
- Webster Dictionary, New Trade Paperback, 2019 Copyright Newest Edition.

الرقميات:

- صحيفة وجهات إخبارية ، صورة مفبركة لزوجة الرئيس السوري تثير البلبلة) ، http://news-the-views.blogspot.com/2014/03/blog-post_2535.html

- فيديو مفبرك بالتزييف العميق يدعو الأوكرانيين للاستسلام ، منشور على فيس بوك على الرابط:

https://www.facebook.com/watch/?ref=search&v=678567473364528&external_log_id=1ccd53da-6b64-4657-ab7f-49487eb0d72e&q=%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88%20%D9%85%D9%81%D8%A8%D8%B1%D9%83

- فيديو بعنوان: !الحرب في أوكرانيا: باريس تحت القصف الروسي... فيديو مفبرك يثير جدلاً واسعاً، قناة فرانس ٢٤ / FRANCE 24 Arabic على يوتيوب على الرابط:
<https://www.youtube.com/watch?v=FfjoqpUr7G4>
- المحتوى المفبرك سلاح ترامب في الانتخابات ، صحيفة العربي الجديد الإلكترونية ، ١٨ سبتمبر ٢٠٢٠ ، [/https://www.alaraby.co.uk](https://www.alaraby.co.uk)
- ميريام سويدان ، مع اقتراب موعد الاستحقاق الانتخابي المقرر في ١٥ أيار ٢٠٢٢، انتشرت صور على مواقع التواصل الاجتماعي جزء كبير منها مزيف، هنا أبرز الأخبار المضللة ، صحيفة الدرج اللبنانية الإلكترونية ، مايو ١٢, ٢٠٢٢ ، [/https://daraj.com/90627](https://daraj.com/90627)
- ويكيبيديا ، نسق الرسومات المتبادلة ، <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- William A. Galston , Is seeing still believing? The deepfake challenge to truth in politics, Brookings, Wednesday, January 8, 2020, <https://www.brookings.edu/research/is-seeing-still-believing-the-deepfake-challenge-to-truth-in-politics/>
- The New States Man, How a badly faked photo of Vladimir Putin took over Twitter, <https://www.newstatesman.com/science-tech/2017/07/how-badly-faked-photo-vladimir-putin-took-over-twitter>
- statista, Empowering people with data, Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users, <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

statista, Empowering people with data, Most popular social networks ⁽¹⁾ worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users,

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users>

(1) لمحتوى المفبرك سلاح ترامب في الانتخابات ، صحيفة العربي الجديد الإلكترونية ، ١٨ سبتمبر ٢٠٢٠ ،

[/https://www.alaraby.co.uk](https://www.alaraby.co.uk)

(1) دعاء أحمد البنا ، دراما المخابرات وقضايا الهوية الوطنية ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط١ ، ٢٠١٩ ، ص٨.

(1) نشوان بن سعيد الحميري ، شمس العلوم ودواء كلام العرب من الكلوم ، تحقيق: حسين بن عبد الله العمري ، دار الفكر ، المطبعة العلمية ، دمشق ، ط١ ، مج ١٠ ، ١٩٩٩ ، (و.ظ.ف) ، ص٣١٩.

(2) محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي ، مختار الصحاح ، بغداد : مكتبة النهضة ، ١٩٨٣م ، ص٤٠٢.

(3) Webster Dictionary, New Trade Paperback, 2019 Copyright Newest Edition, pp441.

(4) ربيع محمد وطارق عبد الرؤوف ، الإدراك البصري وصعوبات التعلم ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن ، ٢٠٠٨ ، ص٣١.

(1) طارق عبد الرؤوف عامر وإيهاب عيسى المصري ، التفكير البصري - مفهومه - مهاراته - إستراتيجيته ، المجموعة العربية للتدريب والنشر ، القاهرة - مصر ، ٢٠١٦ ، ص١٢٤.

(*) (GIF) هو نسق الرسومات المتبادلة Graphics Interchange Format وهو الامتداد الأكثر شهرة على (الإنترنت) في صناعة وترويج الصور ، إذ يعتمد على التنسيق الجدولي لحفظ الصور ، ويعطي ضغطا مناسباً للصور ، ويعتمد خوارزمي الضغط على المساحات الأفقية التي تتميز بلون واحد ، ويضغط الصور بمقدار ٤٠٪ من حجمها الأصلي ، كما يمكن ضغط الصور أكثر بجعل جدول الألوان المخصص أقل عدد من الألوان ، وعادة يكون مناسباً للصور ذات التفاصيل الدقيقة والتي تحتوي على ألوان متشابهة ، فقد تكون أحد الألوان شفافة يظهر ما تحت الصورة من لون آخر ، ويمكن للامتداد إنتاج صور متحركة لوضعها على الإنترنت.

ينظر ويكيبيديا ، نسق الرسومات المتبادلة ، <https://ar.wikipedia.org/wiki>

(2) Resimli okul Sözlüğü, Türk dil kurumu yayınları, Şükrü Halük Akalın, Ankara, 2011, S489.

(3) Oxford Dictionary of Literary Terms, Oxford University Press, 2008, pp253.

(1) كريغ سيلفرمان ، دليل التحقيق من عمليات التضييل والتلاعب الإعلامي - آليات التحقيق على المنصات الرقمية والتحري عن حسابات التواصل الاجتماعي للكشف عن الأنشطة الموجهة وعمليات التلاعب بالمحتوى ، ترجمة: محمد زيدان ، التدقيق اللغوي: سليمان العميرات ، ط١ ، معهد الجزيرة للإعلام ، ٢٠٢٠ ، ص٣٢-٣٣.

(1) سعاد عالمي ، مفهوم الصورة عند ريجيس دوبري ، أفريقيا الشرق ، المغرب ، ٢٠٠٤ ، ص١٦.

(2) جيل دولوز ، الصورة والحركة ، ترجمة: حسن عودة ، منشورات وزارة الثقافة ، دمشق - سوريا ، ١٩٩٧ ، ص٢٢.

(3) زهير قوتال ، المفهوم الفلسفي عند جيل دولوز ، معهد الأبحاث ، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ، قطر ، ٢٠١٨ ، ص٣٤.

(1) صحيفة وجهات إخبارية ، صورة مفبركة لزوجة الرئيس السوري تثير البلبلة) ، http://news-the-views.blogspot.com/2014/03/blog-post_2535.html

(1) The New States Man, How a badly faked photo of Vladimir Putin took over Twitter, <https://www.newstatesman.com/science-tech/2017/07/how-badly-faked-photo-vladimir-putin-took-over-twitter>

(2) صافي الياسري ، أباطيل الباطل ، تم توزيع الكتاب بشكل نسخة ورقية خلال مؤتمر باريس للمقاومة الإيرانية الذي عقد في التاسع من شهر تموز ٢٠١٦ ، محمل على (Web) بصيغة (PDF) ، ص ٣٤٢ .
(1) ياسر بكر ، أخلاقيات الصورة الصحفية ، دار الكتب المصرية ، ط ١ ، ٢٠١٢ ، ص ١٥٩ .
(2) ميريام سويدان ، مع اقتراب موعد الاستحقاق الانتخابي المقرر في ١٥ أيار ٢٠٢٢ ، انتشرت صور على مواقع التواصل الاجتماعي جزء كبير منها مزيف ، هنا أبرز الأخبار المضللة ، صحيفة الدرج اللبنانية الإلكترونية ، مايو ١٣ ، ٢٠٢٢ ، <https://daraj.com/90627>

(1) William A. Galston , Is seeing still believing? The deepfake challenge to truth in politics, Brookings, Wednesday, January 8, 2020, <https://www.brookings.edu/research/is-seeing-still-believing-the-deepfake-challenge-to-truth-in-politics>

(2) Nobert Young, Deep Fake Technology: Complete Guide to Deepfakes, Politics and Social Media, Amazon Digital Services LLC – KDP Print US, 2019, pp51

(1) Nina Schick, Deep Fakes and the Infocalypse: What You Urgently Need to Know, Octopus Publishing Group, 2020, pp55

(2) William A. Galston , Is seeing still believing? The deepfake challenge to truth in politics, Brookings, Wednesday, January 8, 2020, <https://www.brookings.edu/research/is-seeing-still-believing-the-deepfake-challenge-to-truth-in-politics/>

(1) فيديو بعنوان: !الحرب في أوكرانيا: باريس تحت القصف الروسي... فيديو مفبرك يثير جدلا واسعا ، قناة فرانس ٢٤ / Arabic 24 FRANCE على يوتيوب على الرابط: <https://www.youtube.com/watch?v=FfjoqpUr7G4>

(2) فيديو مفبرك بالتزييف العميق يدعو الأوكرانيين للاستسلام ، منشور على فيس بوك على الرابط: https://www.facebook.com/watch/?ref=search&v=678567473364528&external_log_id=1ccd53da-6b64-4657-ab7f-49487eb0d72e&q=%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88%20%D9%85%D9%81%D8%A8%D8%B1%D9%83