

آليات القائم بالاتصال للتحقق من دقة الأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي: دراسة ميدانية على محرري الأخبار بالمنصات الرقمية بالصحف المصرية

د. نهى إبراهيم *

ملخص الدراسة:

فرضت التطورات السريعة في مجال النشر الرقمي ممارسات مهنية جديدة على القائمين بالاتصال، وتحديات متنوعة تحتاج إلى مهارات فنية متطورة للتعامل معها. فالقائمون بالاتصال بالمؤسسات الصحفية يواجهون تحديات كبيرة في عملية الانتقال الرقمي، فضلاً عن ضرورة امتلاك القائم بالاتصال للمهارات والأدوات الرقمية اللازمة لإنتاج محتوى مميز بما يتواءم مع العصر الرقمي، فإنه يواجه أمراً آخر ملحاً لا يقل أهمية عن ذلك وهو ادراك ووعي القائم بالاتصال للتعامل بحذر ومهنية مع الكم الهائل والضخم من البيانات والمعلومات المتدفقة خاصة وأن الأمر أصبح يتعلق بمدى دقة وصحة هذا المحتوى، فلا شك أن نشر الأخبار الزائفة أو غير الدقيقة أمر يؤثر بالسلب على مصداقية المؤسسة الصحفية لدى الجمهور، خاصة في ظل انتشار مخاوف بشأن مدى مصداقية نماذج الإعلام الرقمي الجديد، وصعوبة الرقابة عليها.

في إطار ما سبق ذكره تسعى الدراسة إلى معرفة اتجاهات القائم بالاتصال من محرري أقسام الأخبار بالصحف المصرية نحو أهمية التحقق من دقة المعلومات والأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي، ورصد ومعرفة آليات القائم بالاتصال عينة الدراسة للتحقق من دقة المعلومات والأخبار قبل نشرها خاصة في ظل التدفق الهائل والمتواصل للمعلومات والبيانات عبر المنصات المختلفة والانتشار الضخم للمعلومات المضللة والزائفة، ومدى تأهيل عينة الدراسة وتمكنهم من الأدوات الرقمية المتاحة للتحقق من المعلومات، ومدى امتلاك القائم بالاتصال لأدوات ومهارات رقمية تمكنه من صناعة محتوى صحفي دقيق في عصر النشر الرقمي، كما يسعى البحث للتعرف على مدى إدراك المؤسسات الصحفية التي يعملون بها لأهمية تدقيق المحتوى خاصة في ظل عصر فوضى المعلومات الذي تعيشه، وذلك من خلال رصد استراتيجيات تلك المؤسسات لتأهيل فريقها الصحفي ليكون مستعداً لمواجهة التحدي والتعامل معه بحرفية، بالإضافة إلى التعرف على أهم المعوقات والتحديات التي تواجه القائم بالاتصال عينة الدراسة في عمليات التحقق من دقة المحتوى في عصر النشر الرقمي، كما تسعى الدراسة للتعرف على مقترحات وتوصيات القائمين بالاتصال لرفع كفاءة الصحفيين في مواجهة فوضى المعلومات وانتشار الأخبار الزائفة في عصر النشر الرقمي.

تنتهي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، استخدمت الباحثة أداة الاستبانة Questionnaire كأداة لجمع البيانات المطلوبة

* مدرس بقسم الصحافة بكلية الاعلام وتكنولوجيا الاتصال- جامعة السويس

من القائمين بالاتصال في المنصات الرقمية بالصحف المصرية، ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في عينة من محرري الأخبار العاملين بالمنصات الرقمية في الصحف المصرية. وتوصلت الدراسة إلى أنه رغم الإدراك الكافي لدي عينة الدراسة بأهمية اتباع آليات محددة للتحقق من الأخبار والمعلومات قبل النشر إلا أن هناك توجه لديهم بضرورة تخصيص فريق متخصص فنياً من قبل المؤسسة الصحفية لفحص الأخبار والمعلومات والصور ومقاطع الفيديو المتدفقة وسط زخم من البيانات والمعلومات، ولا يشترط أن يمتلك كل صحفي هذه المهارات. كما أكدت الدراسة أن مسئولية تطوير مهارات القائم بالاتصال ودعم قدراته على التحقق من دقة المحتوى قبل النشر هي مسئولية مشتركة بين المؤسسة الصحفية التي يجب بدورها تدريب طواقم العمل بها وتوفير دورات تدريبية وتوفير قسم متخصص في تدقيق البيانات والمعلومات يقوم بتأمين احتياجات غرف الأخبار، والجانب الآخر يقع على الصحفي نفسه الذي يجب عليه الحذر الشديد من إعادة نشر الأخبار دون التأكد من صحتها، ما يترتب مسؤولية على الصحفي بشكل خاص، فهو الذي يجب أن يتقصى عن مصدر الخبر وهوية صاحبه ويقدم الحقيقة لقارئه. كما أوصت الدراسة بضرورة توفير وحدات متخصصة في التحقق في أقسام الأخبار بشكل خاص - تقوم تلك الوحدات بتأمين احتياجات غرف الأخبار بتوفير الرد السريع على الصحفيين للتحقق من صحة معلومات محددة وخاصة طلبات التحقق من مقاطع الفيديو أو الصور، أو مدى ارتباط بعض المقاطع بالوصف التعريفي المرفق معها، بالإضافة إلي الحاجة الملحة لتدريب صحافيينا على امتلاك أدوات ومهارات التحقق من المعلومات، كما أكدت الدراسة أن سرعة انتشار الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي ونقص المهارات لدي الصحفيين للتحقق من دقة تلك الأخبار وتغليب عنصر السبق الصحفي أهم ثلاثة معوقات وتحديات أمام عمليات التحقق.

الكلمات المفتاحية: دقة الأخبار، فوضى المعلومات، النشر الرقمي، المنصات الرقمية، الصحف المصرية.

Mechanisms of the communicator to verify the accuracy of the news in light of the information chaos in the era of digital publishing: a field study on news editors on digital platforms in Egyptian newspapers

Abstract:

The digital age has revolutionized the way news is communicated, consumed, and shared. The growth of digital publishing platforms has provided a new dimension for news contact persons to showcase their expertise and reach out to wider audiences. However, this transition has brought new challenges and practices that require advanced technical skills to deal with. News contact persons in journalistic institutions face significant challenges in the digital transition process. Besides the necessity of the communicators possessing the necessary digital skills and tools to produce distinctive content in line with the digital age, there is another equally important challenge which is the awareness of communicators to deal carefully and professionally with the huge and massive flow of data and information, especially as it has become related to the accuracy and correctness of this content.

The dissemination of fake or inaccurate news negatively affects the credibility of the journalistic institution with the public, especially in the context of concerns about the credibility of new digital media models and the difficulty of monitoring them. Therefore, there is a need for research to identify the attitudes of contact persons from the news editors in Egyptian newspapers towards the importance of verifying the accuracy of information and news during information chaos in the digital publishing age.

This study aims to identify the attitudes of contact persons from the news editors in Egyptian newspapers towards the importance of verifying the accuracy of information and news in the midst of information chaos in the digital publishing age. The study also seeks to monitor and identify the mechanisms used by the communicators sample in verifying the accuracy of information and news before publication, especially in light of the massive and continuous flow of information and data across various platforms, the widespread dissemination of misleading and fake information, the extent of the qualification of the study sample and their ability to use the available digital tools to verify information, and the extent of possession of digital tools

and skills by communicators to enable them to create accurate journalistic content in the digital publishing age.

The research also aims to identify the extent of awareness of the journalistic institutions they work for regarding the importance of content verification, especially in the age of information chaos they live in, by monitoring the strategies of those institutions to qualify their journalistic team to be ready to face and deal with the challenge professionally. Additionally, the research aims to identify the most important obstacles and challenges faced by the news contact persons sample in the processes of verifying the accuracy of the content.

The study in hand belongs to the field of descriptive studies, and relies on the survey method with a descriptive and analytical approach. The researcher used a "Questionnaire" tool as a means of collecting the required data from news editors in digital platforms of Egyptian newspapers. The research community in this study consists of a sample of news editors working on digital platforms in Egyptian newspapers.

The study recommended the need to provide units specialized in verification in news departments in particular - these units secure the needs of newsrooms by providing a quick response to journalists to verify the validity of specific information, especially requests to verify video clips or images, or the extent to which some clips relate to the meta description attached with them. In addition to the urgent need to train our journalists to possess tools and skills to verify information, the study also confirmed that the rapid spread of news on social media and the lack of skills among journalists to verify the accuracy of that news and the predominance of the journalistic scoop are the three most important obstacles and challenges to verification processes

Regarding the obstacles and challenges that the study sample news contact persons see as hindering the procedures for verifying the accuracy of news before publication in the digital publishing era, most individuals in the sample believe that the speed of information dissemination on social media platforms and the spread of content by untrustworthy or unqualified pages and individuals, and the quick dissemination and spread of news by social media audiences without verification, are major reasons for the spread of inaccurate news. Some news editors and news organizations republish the most circulated news.

Keywords: accuracy of the news, digital publishing, the information chaos, digital platforms, Egyptian newspapers.

مقدمة:

فرضت التطورات السريعة في مجال النشر الرقمي ممارسات مهنية جديدة على القائمين بالاتصال، وتحديات متنوعة تحتاج إلى مهارات فنية متطورة للتعامل معها. فالقائمون بالاتصال بالمؤسسات الصحفية يواجهون تحديات كبيرة في عملية الانتقال الرقمي، فضلاً عن ضرورة امتلاك القائم بالاتصال للمهارات والأدوات الرقمية اللازمة لإنتاج محتوى مميز بما يتواءم مع العصر الرقمي، فإنه يواجه أمراً آخر ملحاً لا يقل أهمية عن ذلك وهو ادراك ووعي القائم بالاتصال للتعامل بحذر ومهنية مع الكم الهائل والضخم من البيانات والمعلومات المنتشرة خاصة على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة وأن الأمر أصبح يتعلق بمدى دقة وصحة هذا المحتوى، فلا شك أن نشر الأخبار الزائفة أو غير الدقيقة أمر يؤثر بالسلب على مصداقية المؤسسة الصحفية لدى الجمهور، ومن هنا فإن القائم بالاتصال يواجه تحديات كبيرة فيما يتعلق بالتأكد من دقة وصحة المعلومات قبل نشر المحتوى، خاصة في ظل انتشار مخاوف بشأن مدى مصداقية نماذج الإعلام الرقمي الجديد، وصعوبة الرقابة عليها.

لا شك أن استخدام المعلومات الزائفة من أجل تضليل العامة لأهداف مختلفة أمر ليس بجديد، لكن الفرق اليوم هو مدى سهولة القيام بأنشطة مشابهة، حيث يعتمد أي شخص إلى خلق محتوى مزيف ومضلل، إضافة إلى سرعة انتشار هذا المحتوى ونطاق تأثيره العالمي. حيث فرضت مواقع التواصل الاجتماعي واقعاً جديداً في محتوى العملية الاتصالية شكلاً ومضموناً التي تعددت وتنوعت في مختلف المستويات، خاصة في ظل التدفق المتواصل للأخبار والمعلومات المتداولة عبر مختلف وسائل الاتصال من جهة ولتأثيراتها المتزايدة على الجمهور من جهة أخرى، خاصة وأن أبرز التحديات التي تمثلها هذه الوسائل تتمثل في سرعة نقل الحدث وتصويره على حساب الدقة، والاقتصار على الموضوعات التي يمكن أن تحصد أكبر عدد من المشاركات بغض النظر عن أهميتها، بالإضافة إلى التحدي الآخر والمتمثل في أنها منحت الجمهور سلطة هائلة؛ ما يهدد مستقبل العديد من المؤسسات الصحفية غير القادرة على مواكبة التطورات التي يفرضها العصر الرقمي. وفي هذا الإطار يشكل انتشار الأخبار الزائفة تحدياً متعظماً للقائمين بالاتصال بشكل خاص. والتأثير على مصداقية وثقة وسائل الاعلام ومنصاتها المختلفة، انطلاقاً من دور ومسؤولية الصحفيين في تقديم الحقيقة دون تضليل أو تزيف.

في ظل تزايد هذه المخاوف قامت بعض المؤسسات الاعلامية الأجنبية والعربية بالتوجه نحو التحقق من كل الأخبار التي يتم نشرها وذلك بإنشاء أقسام أو وحدات خاصة داخلها مهمتها الأساسية هي التحقق من الأخبار قبل النشر، وكالة الأنباء الأمريكية أسوشييتدبرس، وواشنطن بوست، وسي إن إن، وأخرى عربية كـ"منصة أكيد"، وموقع "فالصو"، ومؤخرًا تم إطلاق موقع عربي وهو "مسبار"، كما قام موقع الجزيرة نت بإطلاق وكالة "سند" للتحقق الإخباري. والذي بدأ التجهيز لإطلاقه في عام ٢٠١٩ لتتولى مهمة استقاء الأخبار والمعلومات من المصادر المفتوحة بعد التحقق منها¹. وقبل إطلاق وكالة سند كان هناك بعض المحاولات في مجال تدقيق المعلومات والأخبار ففي العام 2015، بدأت الشبكة التفكير في تأسيس قسم للتحقق من الأخبار تحديداً أثناء حرب اليمن، وبدأت الصور تتدفق عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى شاشات التلفزيون. ونتيجة لذلك، نمت الحاجة إلى التحقق من صحة الفيديو هات والصور والأخبار التي تنتشر عبر المنصات. في بداياتها، كانت وحدة الرصد والتحقق

مخصصة فقط لمتابعة حرب اليمن، في ظل عدم تواجد المرسلين الميدانيين في بعض الأماكن هناك، وأصبح للصحفيين والمنتجين في قناة الجزيرة مصدر يعتمدون عليه لتزويدهم بالمستجدات من النشاط في الميدان. وفي تلك الفترة، بدأت القناة نشرة تفاعلية تحت اسم "نشرتكم" مخصصة لرصد الاتجاهات السائدة في مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت مهمة الوحدة تزويد النشرة بالمحتوى المتحقق منه². وبالإضافة إلى تجارب المؤسسات كان هناك بعض التجارب المستقلة المنصات الإلكترونية المستقلة العاملة في تقييم المحتوى الإعلامي مثل منصة أخبار ميتر المعنية بتقييم المواقع الإعلامية، ومنصة ده بجد؟ المعنية بتقييم المحتوى على صفحات التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى إنشاء العديد من المنصات والصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تلعب دوراً هاماً في رصد محتوى وسائل الاتصال والتحقق من محتوى وسائل الاتصال المختلفة، والتي تهدف جميعاً لكشف الأخبار الزائفة والمضللة. هذه التجارب جاءت إيماناً من تلك المؤسسات بأهمية استعادة الثقة في الإعلام ورفع درجة مصداقية مؤسساتها، لذا سعت هذه المؤسسات الي تشكيل فريق من الصحفيين الشباب ودربوا على أدق تقنيات الرصد والتحقق، وتم تزويدهم بالبرامج اللازمة لذلك. بل أن بعضها وصل لأبعد من ذلك من خلال العمل التجريبي ووضع دليل تحريري صارم لفريقها الصحفي للتعامل مع فوضى المعلومات بطريقة احترافية. وعلى الرغم من محدودية هذه المبادرات إلا أنها نشأت كمبادرة من تلك المؤسسات لمواجهة ظاهرة انتشار الأخبار الكاذبة التي تفاقمت خاصة مع إتاحة وسائل نشر المعلومات للجميع في ظل ثورة وسائل التواصل الاجتماعي والتحول الرقمي. إنَّ الدافع وراء هذه المحاولات هو الحاجة المتزايدة لإعادة ثقة المستخدمين بمنصات الإعلام والأخبار، دون التلاعب بالحقائق أو التحيز لمعسكرات إيديولوجية محددة. أيضاً الاحتياج الناتج عن كثافة ضخ الأخبار المفبركة والكاذبة، والمكافحة الجادة لها.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات اهتمت بالعوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في عصر

التحول الرقمي:

دراسة محمد عبده³ 2022، تهدف الدراسة بشكل أساسي إلى معرفة أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية لرصد وتحليل تطوير أدائهم المهني، ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي عدد من الأهداف الفرعية منها التعرف على السمات الخاصة بالقائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمية المصرية محل الدراسة و التعرف على البيئة التنظيمية التي يمارس فيها القائم بالاتصال عملهم في منصات الإعلام الرقمية المصرية، ومدى تأثيرها على أدائهم المهني، والتعرف على العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمية المصرية محل الدراسة، والتعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمية المصرية نحو التحولات الرقمية الجديدة. وكذلك معرفة الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال خاصة بعد اندماجهم في البيئة الرقمية الجديدة ومعرفة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال

وأوصي الباحثون في هذه الدراسة بضرورة تنفيذ برامج تدريبية للعاملين في الصحف لصقل مهاراتهم في مجال استخدام منصات الإعلام الرقمية، وتعزيز الخطط الدراسية في أقسام وكليات الإعلام بمساقات تعزز مهارات استخدام منصات الإعلام الرقمية، مع ضرورة تزويد العاملين في الصحف بأجهزة إلكترونية حديثة، ووضع لوائح ومدونات سلوكية تضبط التعامل

مع شبكات التواصل وتحفظ الحقوق الفكرية، بالإضافة إلى إنشاء مجموعات إلكترونية على منصات الإعلام الرقمية خاصة بالعاملين في الصحف لتبادل الخبرات والتواصل بين الزملاء، كما أشارت نتائج الدراسة حول دراية المبحوثين بأهمية برامج التدريب لصقل مهاراتهم الصحفية ومعرفة كل ما هو جديد في منصات الإعلام الرقمية تماشياً مع متطلبات البيئة الرقمية.

دراسة **عامر خالد**⁴ 2021 هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل الداخلية المؤثرة على الأداء المهني للصحفيين العاملين في وكالة الأنباء الأردنية. واستخدمت الدراسة منهج المسح الاعلامي. وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها 100 مفردة، وكان من أبرز نتائج الدراسة، بلوغ الاناث النسبة الأكبر من الصحفيين في الوكالة اللبنانية مقارنة بنسبة الذكور، كما بلغت نسبة الصحفيين في الوكالة الذين التحقوا بدورات تدريبية تصب في مجال العمل الصحفي (73%) مقابل (27%) لم يلتحقوا بأي دورات تأهيل مهني. وتوصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات منها: الاهتمام بتأهيل وتدريب الصحفيين من خلال عقد دورات صحفية متخصصة ومتقدمة وخاصة في مجال التكيف الرقمي والتعامل مع تطبيقات التكنولوجيا الحديثة، وإعادة النظر في أساليب إدارة الصحفيين في الوكالة اللبنانية من حيث أنظمة الترقى الوظيفي والحوافز والمكافآت والامتيازات والأجور التي يحصل عليها الصحفيين، والاستفادة من التطور التكنولوجي في فتح قنوات اتصالية مباشرة مع الجمهور، وإشراكه في العملية الاتصالية وصناعة الأخبار، تحقيقاً لمبدأ التفاعلية مما يزيد من انتشار الوكالة اللبنانية، مع ضرورة الحد من ضغوطات السياسة التحريرية التي تمارس على الصحفيين ورفع مستوى حريتهم في اختيار الموضوعات والقضايا التي ينبغي تغطيتها ومنحهم صلاحية الحكم على اتجاهات التغطية الصحفية وخاصة القضايا الحساسة والهامة.

دراسة **إسماعيل عبد الرازق ورمضان الشرنوبى**⁵ 2021، اهتمت برصد أسباب توظيف الصحفيين واستناد المواقع والبوابات الإخبارية المصرية للأخبار الرائجة في الشبكات الاجتماعية، والتعرف على العوامل المؤثرة في توظيف هذه الأخبار في البوابات والمواقع الإخبارية المصرية، والكشف عن تأثير توظيف هذه الأخبار على التزام القائم بالاتصال بأسس الممارسة المهنية والأخلاقية، وانتهت الدراسة إلى تصدر الفيسبوك مقدمة الشبكات الاجتماعية التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في العمل الصحفي، كما أظهرت النتائج تنوع أسباب توظيف الأخبار الرائجة في الشبكات الاجتماعية في العمل الصحفي ما بين أسباب متعلقة بجمهور هذه الشبكات بصفته أحد أسباب هذا التوظيف، أو أسباب تتعلق بالمضمون الرائج مثل: "أنها تمد القائم بالاتصال بأفكار جديدة لمعالجة القضايا أو الموضوعات، أو أسباب أخرى مرتبطة بتدخل الإدارة التحريرية في عملية توظيف هذه الأخبار، أو كونها وسيلة لزيادة إعلانات الموقع أو البوابة، كما أثبتت الدراسة تأثير نشر الأخبار الرائجة على الممارسة المهنية للقائم بالاتصال في المواقع والبوابات الإخبارية سواء فيما يتعلق بتحقيق السبق الصحفي على حساب عدم الدقة والموضوعية، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأخبار الرائجة تتمتع بدرجة مصداقية متوسطة لدى المبحوثين عينة الدراسة.

دراسة **عبلة عبدالنبي**⁶ 2021، اهتمت بدراسة العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحف الإقليمية المطبوعة في ضوء البيئة الرقمية، سعت الدراسة إلى معرفة السمات المهنية للقائمين بالاتصال في الصحف الإقليمية المطبوعة والإلكترونية في إقليم شمال الصعيد (بنى سويف والفيوم والمنيا)، وكذلك التعرف على العوامل الداخلية والخارجية

المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال ومدى استخدامهم للتكنولوجيا وعلاقة هذا الاستخدام بمستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال عينة الدراسة، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على مدخل المسؤولية المهنية ونظرية حارس البوابة ونظرية ثراء وسائل الإعلام، وقد تم استخدام منهج المسح الإعلامي، وأداة الاستقصاء لجمع بيانات الدراسة، بالتطبيق على عينة قوامها 150 مفردة من الصحفيين في إقليم شمال الصعيد بواقع 50 مفردة من كل محافظة، وخلصت الدراسة إلى أن الأداء المهني للقائمين بالاتصال قد أصبح أفضل بكثير بعد إدخال تكنولوجيا الحاسب الآلي مقارنة بالسابق قبل ادخال هذه التكنولوجيا، وكذلك وجود علاقة بين عدد سنوات خبرة المبحوثين في العمل الصحفي المحلي ومدى إجادة المبحوثين الاستخدام الحاسب الآلي أو الهاتف المحمول في عملهم الصحفي.

دراسة **حليمة بنت علي⁷ 2021**، اهتمت بالكشف عن العوامل المهنية المؤثرة على أداء القائم بالاتصال بالصحف السعودية بالتطبيق على صحيفتي عكاز والمدينة، ومن أهم تلك العوامل الرضا الوظيفي وتكنولوجيا الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي والسياسة التحريرية وأخلاقيات المهنة والمصادر الصحفية والعوامل الاقتصادية والسياسة الإعلامية، وكذلك العوامل غير المهنية المؤثرة على القائم بالاتصال وهي القيم المجتمعية. وتكونت عينة الدراسة من 100 مفرد من القائمين بالاتصال من المحررين وغيرهم في الصحف السعودية محل الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها وجود علاقة دالة إحصائياً بين العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال ومصادر المعلومات الصحفية، ووجود علاقة دالة إحصائياً بين العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال ونقص المعلومات حيث أن 69.4% من العينة يجدون صعوبة في الحصول على المعلومات. وأوصت الدراسة بالاهتمام بما يطرح في المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية والعمل على مواكبة التطور في أدواتها ومضامينها ووضع خطط تمكن المحررين من معالجة ما يطرح بها من مضامين مع التمسك بالموضوعية.

رصدت دراسة **Shannon C McGregor, Logan Molyneux 2020⁸**، تأثير استخدام تويتر في الحكم على الأخبار من قبل الصحفيين وتأثيره على قرارات التغطية، من خلال استطلاع عبر الإنترنت على الصحفيين الأمريكيين العاملين والبالغ عددهم 212 صحفياً، وانتهت الدراسة إلى أن الصحفيين الذين يستخدمون تويتر بدرجة أقل في عملهم يحسمون الأخبار التي يرونها على المنصة، مما قد يتسبب في رفضهم للمعلومات التي يعتبرها العديد من زملائهم ذات أهمية إخبارية، كما أظهرت النتائج أن تحويل تويتر إلى إنتاج الأخبار يؤثر على الحكم على الأخبار - بالنسبة للصحفيين الذين يدمجون تويتر في إجراءات إعداد التقارير الخاصة بهم، وأولئك الذين لديهم سنوات أقل من الخبرة، كما كشفت النتائج أن تويتر يؤدي دور في الممارسات الصحفية؛ بما في ذلك التأثير على حكم الصحفيين على الأخبار.

دراسة **صفاء عباس⁹ 2020**، اهتمت بتوظيف مهارات القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الحديثة، وكشفت نتائج هذه الدراسة عن توظيف مهارات القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الحديثة، حيث شكلت وسائل الاتصال الحديثة إعلاماً ذا محتوى مرئياً وبصرياً جذاباً ومؤثراً في المجتمع كما تلعب وسائل الاتصال الحديثة دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام سياسياً واقتصادياً واجتماعياً، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها ضرورة قيام القائم بالاتصال بإيجاد وسيلة بصرية سريعة الفهم بما يتناسب مع حاجة المجتمع، وأن توظيف مهارات القائم

بالاتصال أصبحت تمثل بصمة وهوية تميز كل وسيلة اتصال حديثة، وإن توظيف مهارات القائم بالاتصال تمكن من مراعاة الجانب المهني والحرفي في توظيف الرؤية والرسالة والأهداف لوسائل الاتصال الحديثة.

بينما رصدت دراسة جمال عبد ناموس¹⁰ 2020 انعكاسات البيئة الرقمية وتأثيراتها على الصحفيين العاملين في الصحافة العراقية، من خلال إجراء مسح على عينة قوامها 94 مفردة، وانتهت الدراسة إلى ارتفاع نسبة استفادة الصحفيين من الإنترنت في عملهم الصحفي، بالإضافة إلى ارتفاع مصداقية المحتوى الرقمي من جانب الصحفيين، كما أشارت النتائج إلى أنه كلما ازداد اهتمام المؤسسات الصحفية بالإعلام الرقمي كلما زاد حضور هذه المؤسسات، وأصبحت ذات تأثير كبير في الوسط الجماهيري.

بينما استهدفت دراسة وائل العشري¹¹ 2020 رصد استخدامات الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة وأوجه استخدامهم لها، وانعكاسات ذلك على مدركتهم بشأن أخلاقيات الممارسة المهنية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، بالإضافة إلى أداة الاستبانة على عينة قوامها 200 مفردة من الصحفيين في الصحف المصرية (قومية، حزبية، خاصة)، وانتهت الدراسة إلى أن هناك تبايناً في وجهات نظر الصحفيين في ترتيب تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على أخلاقيات الممارسة المهنية، وأن أبرز المشكلات التي سببتها وسائل التواصل الاجتماعي؛ كونها لا تراعي حقوق الملكية الفكرية ولا تتضمن حماية المبدعين والناشرين، كما أظهرت النتائج ضرورة تعديل المنظومة التشريعية والقانونية وميثاق الشرف الصحفي؛ بما يضمن إدخال أدوات التواصل الاجتماعي، ووضع تدابير للحد من نشر الشائعات.

في حين سعت دراسة عيسى عبد الباقي موسى، محمد بن سليمان الصبيحي¹² 2020 إلى التعرف على الأدوار الوظيفية والمهنية للصحفيين العرب (المصريين والسعوديين)، ومدى مواكبتهم لبيئة الإعلام الرقمي، وأهم التغيرات التي أحدثتها البيئة الاتصالية الرقمية في طبيعة عملهم الإعلامي، وانتهت الدراسة إلى أن الصحفيين يتبنون في أدوارهم الوظيفية في المرتبة الأولى الدور التنقيفي والتوعوي، وفي المرتبة الثانية الدور الداعم للحكومة والدول، كما أثبتت الدراسة أن أهم التغيرات التي أحدثتها البيئة الرقمية على طبيعة العمل الإعلامي تمثلت في دمج أكثر من وسيلة في معالجة المحتوى عبر النص والصورة ومقاطع الصوت والفيديو، والتشارك مع الجمهور في إنتاج المحتوى والتفاعل مع أفكارهم.

بينما استهدفت دراسة Shannon C McGregor 2019¹³ رصد استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي لفهم الرأي العام وتمثيله في الأخبار، وكيف تشكل هذه الممارسات الروتين الصحفي، وذلك من خلال تحليل محتوى القصص الإخبارية حول الانتخابات الأمريكية لعام 2016، وكذلك المقابلات مع الصحفيين، وقد أظهرت النتائج أنه على الرغم من أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لا يعكسون الناخبين، إلا أن الصحافة نقلت المشاعر والاتجاهات عبر الإنترنت كشكل من أشكال الرأي العام، كما أظهرت أن الصحفيين يشعرون بالقلق من الاعتماد المفرط على وسائل التواصل الاجتماعي في التغطية.

بينما كشفت دراسة صافية محمد صالح¹⁴ 2019 عن تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير غرف الأخبار بالإمارات العربية المتحدة، وأسباب انتقال المحررين إلى منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، ورصد النتائج المترتبة على ممارسات صناعة الأخبار الحديثة داخل غرف الأخبار في الإمارات، وانتهت الدراسة إلى أن الاستراتيجيات التي تتبناها عمليات غرفة الأخبار تهدف إلى المساعدة في تقديم الخدمات، كما أوضحت أن أبرز تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي أنها تحمل تحديات مهنية وأخلاقية على محرري الأخبار، بالإضافة أنها أظهرت الارتباط الوثيق بين الجوانب التكنولوجية والمهنية.

في حين سعت دراسة Amjad Omar Safori 2018¹⁵ إلى الإجابة على تساؤل رئيسي وهو: كيف غيرت وسائل التواصل الاجتماعي الحياة العملية للصحفيين في الأردن؟ وانتهت الدراسة إلى أن أبرز أسباب استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي تتمثل في معرفة ما يهم الجمهور من موضوعات، كما أنها مصدر للحصول على الأفكار والموضوعات؛ إلا أن أبرز التحديات التي تمثلها هذه الوسائل تتمثل في سرعة نقل الحدث وتصويره على حساب الدقة، والاقتصار على الموضوعات التي يمكن أن تحصد أكبر عدد من المشاركات بغض النظر عن أهميتها، بالإضافة إلى التحدي الآخر والمتمثل في أنها منحت الجمهور سلطة هائلة؛ ما يهدد مستقبل العديد من المؤسسات الصحفية غير القادرة على مواكبة التطورات التي يفرضها العصر الرقمي.

في حين تناولت دراسة McCarthy, M. and O'Reilly, S¹⁶ 2017 رؤية الصحفيين للتغيرات التي أحدثتها الشبكات الاجتماعية في العمل الصحفي من خلال الاعتماد على المقابلات المنعمقة مع عينة من الصحفيين، وانتهت الدراسة أن تويتز جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليه الصحفيين في الحصول على الأفكار والموضوعات وفقاً لاهتمامات الجمهور، كما أظهرت النتائج تحدياً تمثل في كيفية الحفاظ على هوية الصحفي ومهنيته، كما أن بيئة العمل الصحفي أصبحت أصعب بوجود الشبكات الاجتماعية؛ لما أضافته من تحديات أبرزها الصراع بين الحفاظ على قواعد العمل الصحفي ومحاولة إرضاء الجمهور.

واستهدفت دراسة Mashiro Yamamoto, Seungahn Nah , Deborah S. chung¹⁷ 2017 الكشف عن العوامل التي تؤثر في رؤية الصحفيين الأمريكيين لوسائل التواصل الاجتماعي كمصدر مهم للأخبار، وانتهت الدراسة إلى أن محرري الصحف الذين لديهم خبرة في العمل الصحفي أقل تقييماً لوسائل التواصل الاجتماعي كمصدر أخبار مهم من أولئك أصحاب الخبرة الأقل، كما أظهرت الدراسة أن المحررين الذين ترتفع لديهم درجة الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي ومصداقية ما ينشر من خلالها يعتبرونها مصدراً مهماً للأخبار من الذين تنخفض ثقتهم فيما ينشر من خلالها.

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت باليات التحقق من الأخبار والشائعات في عصر النشر الرقمي:
دراسة فاطمة فايز¹⁸ 2021، استهدفت الدراسة التعرف على أهم الأدوار التي تقوم بها المنصات الإلكترونية المستقلة العاملة في تقييم المحتوى الإعلامي بالتطبيق على منصتي؛ "أخبار ميتر" المعنية بتقييم المواقع الإعلامية، "ومنصة ده بجد؟" المعنية بتقييم المحتوى على صفحات التواصل الاجتماعي، والتعرف على آلية ومنهجية التقييم التي تستخدمها كلتا

المنصتان، وكيفية اختيارهما للمواقع التي تقيّمها، وأدوار القائمين بالاتصال داخلهما ودرجة تأهيلهم، والدور الذي تؤديه تلك المنصات نحو وسائل الإعلام وأهم المعوقات التي تواجهها. ومن ناحية أخرى تسعى الدراسة الي التعرف على آراء الأكاديميين والممارسين في تجربة المنصات المستقلة العاملة في تقييم المحتوى، وما تحتاجه المواقع الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي لمواجهة ما ينتشر من أخبار كاذبة. أظهرت النتائج أن فريق «أخبار ميتر» يُقيم محتويات خبرية منتقاة من المواقع الإعلامية العشرة الأعلى قراءة في مصر، عن طريق الإجابة على مجموعة من الأسئلة (19 سؤالاً) تمثل المعايير الواجب توافرها في أي محتوى إعلامي، التي يتم استخلاصها من ميثاق الشرف الإعلامي على المستويين المحلي والدولي. ويتم اختيار المواقع العشرة الأعلى قراءة وفقاً لموقع سيميلار ويب، ومن نتائج تحليل منصة "ده بجد؟"، ظهر أن فريق المنصة الإلكترونية يقيم المحتوى من خلال التحقق من النصوص والتحقق من الفيديو، ثم عمل تصميم يضم المنشور الخاطئ وبجواره المنشور الصحيح (باللونين الأخضر والأحمر) مع نشر تاريخ كل منهما، وذكر المصادر التي تم الوصول إلى حقيقة التدوينة من خلالها، ووضع روابط للمصدر الذي كان مصدر المعلومة الخاطئة تحت عنوان "مين نشر الإشاعة".

دراسة مي عبد الغني¹⁹ 2020، حول توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك فرضت مواقع التواصل الاجتماعي واقعاً جديداً في محتوى العملية الاتصالية شكلاً ومضموناً التي تعددت وتنوعت في مختلف المستويات، وتمثل مصداقية المحتوى الاتصالي في تلك المنصات من أهم القضايا التي تشغل الباحثين والجمهور على حد سواء في ظل التدفق المتواصل للأخبار والمعلومات المتداولة عبر مختلف وسائل الاتصال من جهة ولتأثيراتها المترابطة على الجمهور من جهة أخرى. وفي هذا الإطار يشكل انتشار الأخبار الزائفة تحدياً متعظماً للمجتمعات وذلك لتداعياتها الخطيرة التي تشمل كافة مناحي الحياة، في المقابل أتاحت تكنولوجيا الاتصال إنشاء العديد من المنصات والصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تلعب دوراً هاماً في رصد محتوى وسائل الاتصال والتحقق منه. ومن هنا فإن هذه الدراسة تستهدف التعرف على الكيفية التي يتم بها توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة وذلك عبر تحليل عينة لصفحات مواقع التواصل عبر موقع فيس بوك التي تعنى بالتحقق من الأخبار الزائفة. وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: تصدر الأخبار الكاذبة اهتمام صفحات التحقق من الأخبار الزائفة، تنوع موضوعات الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها ونطاقها الجغرافي والتباين في آليات التحقق وأشكال واتجاه التفاعل من قبل مستخدمي تلك الصفحات.

كما رصدت دراسة Tian Yang, and Yilang Peng²⁰ 2020 الموضوعات الشائعة على وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال التطبيق على منصة Weibo الصينية لتحليل تفاعل ومشاركة المستخدمين لهذه الأخبار خلال ثلاثة أسابيع متتالية، وانتهت الدراسة إلى أن الموضوعات الشائعة تزيد من التفاعل مع أهم العناصر الإخبارية أثناء ممارسة تأثيرات غير ملحوظة على المنشورات الأخرى، كما أظهرت النتائج أن الموضوعات الشائعة لا تزال تشكل تأثيراً إضافياً على سلوكيات الجمهور، بالإضافة إلى أنها تمارس تأثيرات معقدة على مشاركة الأخبار تتجاوز مجرد تضخيم شعبية أهم الأخبار.

بينما سعت دراسة **Eylem Yanardagolu, 2020**²¹ إلى رصد العوامل التي تؤثر على سلوك استهلاك الأخبار لدى طلاب الجامعات في المملكة المتحدة وتركيا، من خلال الاعتماد على مقابلات نوعية متعمقة مع حوالي 50 طالباً يدرسون في جامعات كبرى في لندن وإسطنبول، وانتهت النتائج إلى أن هناك مجموعة من الاتجاهات المشتركة الشاملة بين المبحوثين، مثل زيادة الوصول إلى الأخبار عبر الهاتف المحمول، بالإضافة إلى التعرض العرضي للأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي، كما أظهرت النتائج أن استخدام الوسائط التقليدية للأخبار قد تم استبداله تقريباً بوسائل الإعلام عبر الإنترنت، وأن طريقة الإعلام التقليدي لا تتناسب بسهولة مع الروتين اليومي للشباب من الدراسة والعمل والتنقل، كما كشفت النتائج إحباط الشباب تجاه وسائل الإعلام القديمة؛ لفشلها في تغطية القضايا التي تهم الشباب، أو الأخبار التي تعالج مخاوفهم بشأن الإرهاب، أو الهجرة، أو البطالة.

بينما سعت دراسة **Manuel Goyanes, Marton Demeter**²² 2020 إلى رصد التعرض للأخبار الشائعة على وسائل التواصل الاجتماعي، وآثار استهلاك تلك الأخبار، من خلال إجراء 50 مقابلة شبه منظمة مع مستهلكين إسبانيين للأخبار العرضية، وانتهت الدراسة إلى أن تقييمات المواطنين لمحتوى الأخبار العرضية تختلف باختلاف المنتجين المعنيين، والموضوعات التي تم تناولها والاهتمام المُثار، كما أن الموضوعات الرئيسية التي من المرجح أن يواجهها الأفراد في عدد لا يحصى من منصات وسائل التواصل الاجتماعي المتاحة؛ هي مزيج من الأخبار العاجلة والمحادثات الحالية حول الشؤون العامة والسياسة والمحتويات الإخبارية التي ترعاها، أو تروج لها والتي لها قيمة إعلامية محدودة في أحسن الأحوال، كم أن المحتوى الذي يتم الترويج له أو اقتراحه بواسطة Facebook أو Twitter يؤدي أيضاً دوراً ذا صلة كمصدر لعرض تلك الأخبار.

سعت دراسة **Issa Annamoradnejad, Jafar Habibi**²³ 2019 إلى فحص شامل للموضوعات الشائعة على Twitter لعام 2018، وذلك بفحص أفضل موضوعاً شائعاً وفقاً لمعايير: التحليل المعجمي، ووقت الوصول، وتكرار الاتجاه، وعدد التغريدات، وتحليل اللغة، وانتهت الدراسة إلى أن 77.6% من الموضوعات التي وصلت إلى قائمة العشرة الأوائل كانت رائج بأقل من 100 ألف تغريدة، بينما أكثر من 50% من الموضوعات لم تستطع شغل المنصب لأكثر من ساعة، كما شكلت اللغتان الإنجليزية والعربية ما يقرب من 04%، 20% من الموضوعات التي تحتل المرتبة الأولى على التوالي.

دراسة **أحمد منصور**²⁴ 2018 والتي ركزت على دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية في مواجهة الشائعات في ظل الضغوط التي تؤثر في أدائه الإعلامي سواء كانت ضغوطاً سياسية واقتصادية أو اجتماعية أو مهنية، وأصبحت تحول بينه وبين قيامه بمهام مسؤوليته الاجتماعية لدى القارئ، أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية عكسية قوية ذات دلالة إحصائية بين حجم المسؤولية الاجتماعية لدى الصحفيين المصريين ومدى تناولهم للشائعات، أي أنه كلما زاد حجم المسؤولية الاجتماعية لدى الصحفيين المصريين كلما قل تناولهم للشائعات، وأكدت الدراسة أن المؤسسات الصحفية التابع لها الصحفيون عينة الدراسة توافق أحياناً على تناولها للأخبار غير الصحيحة بنسبة 48.2%. في حين كانت نسبة

غير الموافقين 37.6%، كما أوضحت الدراسة ارتفاع نسبة الصحفيين عينة الدراسة الذين يتحققون من صحة المعلومات قبل نشرها وبلغت 43.5%، وأشارت الدراسة عدم اهتمام نقابة الصحفيين بمعاينة الصحفيين المخالفين والناشرين للشائعات حيث بلغت نسبة من أجابوا بعدم تدخل النقابة 47.1%، ونسبة من أجابوا بتدخل النقابة 15.3%، كما أكدت الدراسة أن نشر الحقائق والتحقق من صدق الخبر وصحته وعدم نشر معلومات زائفة ومراعاة الصدق والموضوعية يأتي في مقدمة دور القائم بالاتصال في الصحف المصرية في الحد من ترويح الشائعات.

دراسة **ايناس بوسعيدى** 25 **2018** والتي اهتمت بالبحث في آليات التحقق من الأخبار المتدفقة على منصات التواصل الاجتماعي بالتطبيق على تغطية قناة الجزيرة للمشهد اليمني، والبحث في آليات التحقق من دقة هذه الأخبار عبر سلاسل إنتاج الخبر بدءاً من البحث عنه وصولاً إلى اعتماده وبثه. وتهدف الدراسة أيضاً إلى رصد التحديات التي تفرضها تغطية الأخبار اليمنية والمصادر المعتمدة في ذلك ومسار التحقق منها وبناء الثقة فيها، كما تسلط الضوء على قدرة غرفة أخبار الجزيرة بشأن التطوير المستمر لمهارات صحافييها في مجال التحقق في ظل تطور أساليب التضليل. وتوصلت الدراسة إلى أن تأثير سلطة الإعلام الاجتماعي بدأ واضحاً في غرفة أخبار الجزيرة، ما دفعها لإنشاء قسم خاص بذلك وقسم آخر للتحقق من الأخبار المتفكة عبر الاعلام الاجتماعي، كما بدأ واضحاً أن التخصص في مجال التحقق أمر متفق عليه بغرفة أخبار الجزيرة، مع وجود قناعة لدى من قابلتهم الباحثة بضرورة اكتساب جميع الصحفيين لهذه المهارات وإن لم يكن التحقق من مهامهم. وأشار غالبية من النقتهم الباحثة إلى بلوغ أساليب التضليل مراحل متقدمة جداً في مجال بث ونقل الأخبار عبر وسائل الاعلام الاجتماعي، خاصة وأن هذه المنصات باتت تعتمد كوسيلة رئيسة للتأثير على الناس وتوجيههم لأغراض فردية وجماعية وتمس مجالات مختلفة.

دراسة **رضا عبد الواحد أمين** 26 **2016** حول مواقع التواصل الاجتماعي والشائعات، النار والهشيم، المعالجات والحلول. استهدفت الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، وأسباب انتشارها بشكل غير مسبوق عبر صفحات وحسابات شبكات التواصل الاجتماعي والتعرف على آليات محاصرتها، وسبل الحد من انتشار آثارها السلبية، وقد أجريت الدراسة على عينة من النخبة الإعلامية بمملكة البحرين في الفترة الزمنية من يونيو إلى يوليو 2014، وتوصلت إلى عدة نتائج من أهمها: أن النخبة الإعلامية ترى أن أكثر وسائل الإعلام نقلاً للشائعات وخلقاً لها وترديداً لمحتواها كانت مواقع التواصل الاجتماعي تلتها المنتديات ومواقع الإنترنت الأخرى، وأن مصادر انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في الحسابات الوهمية أو المستعارة التي تخصص في الهجوم على شخصية أو كيان ما. كما توصلت الدراسة إلى أن عدم ترديد الأخبار مجهولة المصدر إلا بعد التثبت منها يعد من أهم آليات محاصرة الشائعات غير مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث: الدراسات التي اهتمت بتحديات التحول الرقمي بالمؤسسات الصحفية:

واهتمت دراسة **إسراء صابر** 27 **2021**، برصد واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية، بكشف أساليب واتجاهات التطوير التي استحدثتها المؤسسات الصحفية المصرية، من أجل مواكبة التطورات والمستجدات في صناعة الصحافة الرقمية وأثر ذلك على بنية وأساليب ووظائف العمل الصحفي، والإشكاليات الناتجة عنه. وقد استندت الدراسة إلى نظرية

الاندماج الاعلامي، وتضمنت إجراء دراسة كيفية اعتمدت على أداتي الملاحظة والمقابلة المتعمقة، بالتطبيق على أربع مؤسسات صحفية تشمل "الأهرام"، و"اليوم السابع"، و"المصري اليوم"، و"الوطن"، وهي المقابلات التي بلغ قوامها 32 مفردة، تم سحبها بأسلوب العينة المتاحة، وتوصلت الدراسة إلى أن التحولات التكنولوجية أحدثت تأثيراً واضحاً في مختلف جوانب صناعة الصحافة المصرية، فقد أدت إلى تطوير أساليب الإدارة وأساليب صناعة واتخاذ القرارات، وأساليب تنظيمها، ولم تتوقف عند ذلك الحد، بل تبنت الصحافة المصرية طرقاً جديدة في الإنتاج والتوزيع والتحرير حتى تحافظ على مكانتها، واستحداث وظائف جديدة مثل صحافة الفيديو، والانفوجراف، والبيانات، وصحافة الموبايل، وصحافة الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى إطلاق منصات رقمية جديدة، وتطوير بنيتها الإلكترونية، وتأسيس أرشيف رقمي متكامل، وفي مقابل اتجاهات التطوير كشف البحث الميداني والمقابلات المكتملة عن عدة إشكاليات تؤثر على أداء الصحف وعمليات إنتاج وتقديم المحتوى بشكل رقمي والتي تمثلت أهمها في ضعف الكفاءة البشرية، وغياب التأهيل والتدريب، وضعف البنية الاتصالية.

دراسة محمود رمضان عبد اللطيف²⁸ 2020، وتسمى هذه الدراسة إلى تحديد مدى توظيف الصحف المصرية المنصات المتعددة في نشر محتواها الصحفي من وجهة نظر القائمين بالاتصال في هذه المؤسسات، والتعرف على ما إذا كانت هناك استراتيجية تسويقية لهذه الصحف في إطار توظيفها لهذه المنصات. والكشف عن أبرز المنصات المستخدمة في نشر المحتوى الصحفي، ومستوى التكامل المتحقق بناءً على توظيف الصحف للمنصات المتعددة، في إطار سعي الصحف إلى تحقيق أهدافها الاقتصادية والمهنية. وذلك في ضوء مفهوم (الصحافة التكاملية) Journalism Convergence التي يتم فيها الجمع بين أشكال مختلفة ومتعددة من الرسائل الاتصالية، ونشرها عبر وسيلتين أو أكثر من وسائل الاتصال، وهو ما اصطلح على تسميته الإعلام عبر الوسائل المتشابكة Media Cross، خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة يمكن الإشارة إلى أهمها وهي أن تكاملية الوسائل الاتصالية قد عبرت بشكل عام عن التقارب والتشابه بين قنوات الإعلام والاتصال المختلفة التقليدية والإلكترونية، وهو ما سعى الباحثون إلى دراسته من حيث كيفية تحقيقه في المؤسسات الصحفية والإعلامية، وأنماط ذلك، وأسبابه ونتائجه، وهو الاهتمام الذي برز نتيجة التحولات التي حدثت في بيئة العمل داخل المؤسسات الصحفية والإعلامية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر أفراد العينة كانت وظائفهم تتعلق بالعمل الصحفي الإلكتروني وخاصة الإعلام الجديد، سواء كانت هذه هي وظائفهم الحالية أو شغلوها في وقت سابق، ومنهم من يجمع بين أكثر من عمل في نفس الوقت، وهو ما أظهرته إحصاءات جملة الإجابات، حيث وضح زيادة نوعية ومسميات الوظائف المتعلقة بالمحتوى الصحفي الإلكتروني، مثل: (محرر إلكتروني، محرر إعلام اجتماعي، مدير موقع إلكتروني، مسؤول خدمات تقنية، مدير محتوى إلكتروني، صحفي فيديو؛ وهكذا)، بينما تقلصت أدوار المحرر الصحفي التقليدي أو المحرر الصحفي الورقي، كما أوضحت الدراسة أن نمو وازدياد مستخدمي الأخبار عبر الانترنت يأتي في مقدمة الأسباب التي تدفع المؤسسات الصحفية بقوة نحو استخدام المنصات المتعددة في نشر المحتوى، ثم انخفاض مبيعات الصحف وتراجع نسبة جمهور الصحف الورقية، ثم المنافسة الشديدة بين الوسائل الإعلامية والاتصالية على موارد الإعلانات، وأخيراً جاءت الحاجة إلى تخفيض ميزانية المؤسسة دون التأثير على تعدد المنصات الإعلامية للمؤسسة الواحدة. لذا فقد أظهرت

النتائج أن أكثر الطرق التي من خلالها يصل الجمهور إلى المحتوى الصحفي جاء في مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، ومحركات البحث في جوجل، واستخدام الإحالة أو الروابط، ثم عبر البريد الإلكتروني. وبالتالي فهي نتيجة تؤكد ما أثبتته نتائج الدراسة من اعتماد الصحف عينة البحث على الوسائل الإلكترونية في توصيل المحتوى؛ حيث برز أن القنوات الاتصالية التي تستخدمها الصحف لتوصيل المحتوى منها إلى الجمهور هي استخدام الصحف للنسخة الإلكترونية أو موقعها الإلكتروني، ثم استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي دراسة **علي جمال** 29 2020، السياسة التحريرية ذات المنصات المتعددة، استهدفت الدراسة في البحث دراسة السياسة التحريرية في المؤسسات الإعلامية المصرية ذات المنصات المتعددة بالتطبيق على مؤسسات "الوطن، البوابة، اليوم السابع"، بما تملكه تلك المؤسسات من منصات إعلامية متعددة موقع صحيفة، تليفزيون انترنت، راديو انترنت، صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي. وسعت الدراسة إلى رصد أهم سمات بيئة العمل داخل كل مؤسسة والعلاقة بين القائمين بالاتصال والسياسة التحريرية في كل مؤسسة واعتمدت على عينة قوامها 186 بالإضافة إلى رصد المهارات المتوافرة في القائمين بالاتصال العاملين بالمنصات المختلفة، وحرصت الدراسة لبحث طريقة إدارة المنصات المختلفة داخل هذه المؤسسات ومدى التواصل والتكامل بينها، وحجم استفادة المؤسسات في الطفرة التكنولوجية والرقمية في تحسين إدارة المحتوى والمنصات المختلفة، وخلصت الدراسة على أن هناك تقصير في استخدام منصات الراديو والتلفزيون التفاعلي، ولا يزال تطبيق نهج المنصات المتعددة لم يتم تطبيقه بشكل كامل، وهناك قصور في تعميم العمل الجماعي مع نقص الكوادر المادية والفنية

دراسة **وداد هارون أحمد محمد** 30 2022، اهتمت بدراسة واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي في صناعة المحتوى بالمؤسسات الصحفية السودانية والتحديات التي تواجهها، والتعرف على أبرز أدوات ووسائل تقنيات التحول الرقمي التي استخدمتها المؤسسات الصحفية السودانية في صناعة محتواها الصحفي، والتعرف على أهم الخطط التطويرية والاستراتيجيات التي انتهجتها المؤسسات الصحفية السودانية لمواكبة تقنيات التحول الرقمي المتسارعة، التعرف على طبيعة وأشكال ومجالات المحتوى الصحفي المنتج عبر المؤسسات الصحفية السودانية في ظل توظيف تقنيات التحول الرقمي، الوقوف على مدى استفادة المؤسسات الصحفية من تقنيات التحول الرقمي في بيئة العمل الصحفي، وأوضحت نتائج الدراسة أن السرعة في إنتاج ونشر المحتوى الصحفي، وتوفير الوقت والجهد والحفاظ على الموارد المالية للمؤسسة، واستمرارية عمل المؤسسة لفترة أطول، من أبرز أوجه استفادة المؤسسات الصحفية السودانية من تقنيات التحول الرقمي وأدواته المستخدمة في صناعة المحتوى الصحفي، كما أظهرت نتائج الدراسة أن وظائف أفراد العينة المبحوثين في المؤسسات الصحفية السودانية مازالت مرتبطة بالنشر الورقي مقارنة بالنشر الإلكتروني، وبينت الدراسة أن فئة المحرر الورقي هي الفئة الغالبة من بين الوظائف المطروحة، فيما جاءت الوظائف المتعلقة بالنشر الرقمي (مصمم جرافيك، محرر فيديو، محرر إلكتروني، مدون صحفي، مسؤول موقع... الخ) بنسبة قليلة جداً، وهذا يؤكد أن المؤسسات الصحفية السودانية مازالت تخطو خطوات بطيئة نحو تحقيق التحول الرقمي في بيئة العمل الصحفي، كما أوضحت النتائج أن أبرز الاستراتيجيات والخطط التطويرية التي انتهجتها المؤسسات الصحفية السودانية لمواكبة تقنيات التحول الرقمي المتسارعة تتمثل في تطوير البنية الرقمية والذكاء للمؤسسات الصحفية، والتوجه نحو صحافة

الشبكات الاجتماعية لنشر المحتوى (الفيس بوك، تويتر، يوتيوب... الخ)، تقديم دورات تدريبية مكثفة في تقنيات العمل الصحفي المختلفة، والاهتمام بتطوير ودعم الأقسام التقنية والفنية بالمؤسسات الصحفية السودانية.

التعليق على الدراسات السابقة:

معظم الدراسات التي اهتمت بدراسة القائم بالاتصال ركزت على استخدام القائم بالاتصال لمنصات الاعلام الرقمية، ودوافع استخدامهم للمنصات الجديدة، والضغوط المؤثرة عليهم والتحديات التي يواجهونها في ظل التحول الرقمي، وأشارت تلك الدراسات إلي أنه بدأ الاهتمام بتأهيل وتدريب الصحفيين من خلال عقد دورات صحفية متخصصة ومنقمة وخاصة في مجال التكيف الرقمي، اهتم البعض الآخر من الدراسات بتسليط الضوء على مهارات القائم بالاتصال في وسائل الاعلام الحديثة ثم توظيف إمكانياتهم ، وركزت بعض الدراسات علي اتجاهات التطوير والتي كشفت عن عدة إشكاليات تؤثر على أداء الصحف وعمليات إنتاج وتقديم المحتوى بشكل رقمي والتي تمثلت أهمها في ضعف الكفاءة البشرية، وغياب التأهيل والتدريب، وضعف البنية الاتصالية.

وأشارت بعض الدراسات في نتائجها الي زيادة نوعية ومسميات الوظائف المتعلقة بالمحتوى الصحفي الإلكتروني، مثل: (محرر إلكتروني، محرر إعلام اجتماعي، مدير موقع إلكتروني، مسؤول خدمات تقنية، مدير محتوى إلكتروني، صحفي فيديو؛ وهكذا)، بينما تقلصت أدوار المحرر الصحفي التقليدي أو المحرر الصحفي الورقي.

كما أشارت الدراسات السابقة التي تناولت التحول الرقمي بالمؤسسات الإعلامية الي تزايد إدراك هذه المؤسسات لقيمة وأهمية دعم وتنفيذ الإستراتيجيات والخطط التطويرية لمواكبة تقنيات التحول الرقمي المتسارعة تتمثل في "تطوير البنية الرقمية والذكية للمؤسسات الصحفية، التوجه نحو صحافة الشبكات الاجتماعية لنشر المحتوى، وضرورة تقديم دورات تدريبية مكثفة في تقنيات العمل الصحفي المختلفة، والاهتمام بتطوير ودعم الأقسام التقنية والفنية بالمؤسسات الصحفية. كما أشار بعض الدراسات أن بعض المؤسسات الإعلامية لا تزال تخطو خطوات بطيئة نحو تحقيق التحول الرقمي في بيئة العمل الصحفي.

أهتم عدد من الدراسات السابقة برصد أسباب توظيف الصحفيين واستناد المواقع والبوابات الإخبارية المصرية للأخبار الراجحة في الشبكات الاجتماعية، والتعرف على العوامل المؤثرة في توظيف هذه الأخبار في البوابات والمواقع الإخبارية المصرية، دون الالتفات لرصد آليات تدقيق هذا المحتوى الراجح لما يتضمنه من خطورة متعلقة بنشر معلومات مضللة وغير دقيقة. واهتمت بعض الدراسات بضرورة الاهتمام بما يطرح في المواقع الالكترونية والشبكات الاجتماعية والعمل على مواكبة التطور في أدواتها ومضامينها ووضع خطط تمكن المحررين من معالجة ما يطرح بها من مضامين مع التمسك بالموضوعية.

انتمت أغلب الدراسات السابقة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على أداة الاستبانة وبعضها على المقابلات الشخصية مع القائم بالاتصال.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد عينة الدراسة وهم محررو الأخبار في المنصات الرقمية بالصحف المصرية باعتبارهم خط الدفاع الأول لتمرير الأخبار الزائفة والمضللة وتقع على عاتقهم المسؤولية الرئيسية في عمل فترة وتصفية للأخبار للوصول إلي المحتوى الدقيق ونشره على المنصات، كما ساعدت الدراسات السابقة في معرفة أهم المراجع العربية التي يمكن الاستعانة بها في البحث، وتحديد موقع البحث من البحوث السابقة، وكيف سيضيف البحث الحالي للمعرفة القائمة، كما ساعدت الدراسات السابقة في تحديد الجوانب التي أغفلتها الدراسات السابقة من أجل البحث فيها، كما ساعدت في مقارنة النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة بنتائج الدراسة الحالية، ومعرفة مدى الاتفاق أو الاختلاف بينها.

مشكلة الدراسة:

في إطار ما سبق ذكره تسعى الدراسة إلى معرفة اتجاهات القائم بالاتصال من محرري أقسام الأخبار بالصحف المصرية نحو أهمية التحقق من دقة المعلومات والأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي، ورصد ومعرفة آليات القائم بالاتصال عينة الدراسة للتحقق من دقة المعلومات والأخبار قبل نشرها خاصة في ظل التدفق الهائل والمتواصل للمعلومات والبيانات عبر المنصات المختلفة والانتشار الضخم للمعلومات المضللة والزائفة، ومدى تأهيل عينة الدراسة وتمكنهم من الأدوات الرقمية المتاحة للتحقق من المعلومات، ومدى امتلاك القائم بالاتصال لأدوات ومهارات رقمية تمكنه من صناعة محتوى صحفي دقيق في عصر النشر الرقمي، كما يسعى البحث للتعرف على مدى إدراك المؤسسات الصحفية التي يعملون بها لأهمية تدقيق المحتوى خاصة في ظل عصر فوضى المعلومات الذي تعيشه، وذلك من خلال رصد استراتيجيات تلك المؤسسات لتأهيل فريقها الصحفي ليكون مستعداً لمواجهة التحدي والتعامل معه بحرفية، بالإضافة إلى التعرف على أهم المعوقات والتحديات التي تواجه القائم بالاتصال عينة الدراسة في عمليات التحقق من دقة المحتوى في عصر النشر الرقمي، كما تسعى الدراسة للتعرف على مقترحات وتوصيات القائمين بالاتصال لرفع كفاءة الصحفيين في مواجهة فوضى المعلومات وانتشار الأخبار الزائفة في عصر النشر الرقمي.

أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال عينة الدراسة نحو أهمية التحقق من دقة المعلومات والأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي.
- 2- التعرف على آليات القائم بالاتصال عينة الدراسة لتدقيق المحتوى والتأكد من صحة المعلومات والأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي.
- 3- التعرف على آليات المؤسسات الصحفية التي يعمل بها القائم بالاتصال عينة الدراسة لتدقيق المحتوى والتأكد من صحة المعلومات والأخبار ودعم وتأهيل فريقها الصحفي للتعامل مع تحدي التحقق من دقة المعلومات والأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي.
- 4- تحديد أهم المعوقات والتحديات التي تواجه القائم بالاتصال عينة الدراسة للتحقق من المعلومات والأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي.
- 5- التعرف على مقترحات وتوصيات القائم بالاتصال عينة الدراسة لمواجهة تحديات التحقق من المعلومات والأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي.

تساؤلات الدراسة:

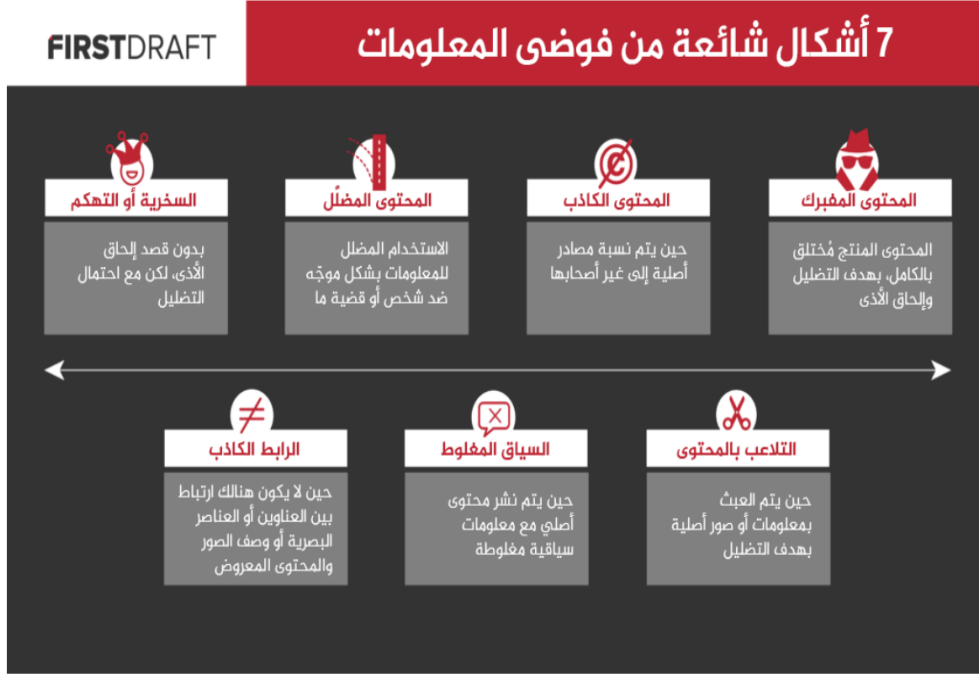
- 1- ما هي اتجاهات القائم بالاتصال عينة الدراسة نحو أهمية التحقق من دقة المعلومات والأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي؟
- 2- ما هي آليات القائم بالاتصال عينة الدراسة لتدقيق المحتوى والتأكد من صحة المعلومات والأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي؟
- 3- ما هي آليات المؤسسات الصحفية التي يعمل بها القائم بالاتصال عينة الدراسة لتدقيق المحتوى والتأكد من صحة المعلومات والأخبار؟
- 4- كيف تقوم المؤسسات الصحفية بدعم وتأهيل فريقها الصحفي للتعامل مع تحدي التحقق من دقة المعلومات والأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي؟
- 5- ما هي المعوقات والتحديات التي تواجه القائم بالاتصال عينة الدراسة للتحقق من المعلومات والأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي؟
- 6- ما هي مقترحات وتوصيات القائم بالاتصال عينة الدراسة لمواجهة تحديات التحقق من المعلومات والأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي؟

التعريفات الإجرائية:

فوضى المعلومات:

وضعت كلير واردل* في عام 2017 تصنيفاً لعملية فوضى المعلومات تضع فيه حدوداً واضحة لعملية فوضى المعلومات ويقدم توصيفاً للأخبار غير الدقيقة والزائفة ويضع حدوداً واضحة بين المعلومات الزائفة كلياً وتلك التي تأخذ خيطاً من الحقيقة وتسيء استخدامه ووصفه، أو تعيد نشره للإيهام بأنه جديد رغم أنه انقضى عليه عدة سنوات. صنف فيه فوضى المعلومات إلى سبعة أشكال وهي³¹:

محتوى مضلل: سواء كان ما يحصل اقتطاع اقتباس مجزوء ووضع خارج سياقه، أم اختلاق إحصاءات تدعم ادعاء ما؛ دون الأخذ بالاعتبار الطريقة التي جمعت بها البيانات، أم قص صورة لتأطير القصة وفق طريقة معينة مخالفة لما تدل عليه الصورة الأصلية.



الشكل رقم (1) الشكل مأخوذ من دليل التحقق من التضليل والتلاعب الإعلامي- الصادر عن مركز الصحافة الأوروبي.

* هي مديرة التوجيه الإستراتيجي والأبحاث في مؤسسة فيرست درافت وهي مؤسسة عالمية غير ربحية لدعم الصحفيين والأكاديميين والتقنيين الذين يسعون إلى التعامل مع التحديات المتعلقة بمسائل الموثوقية والحقيقة في العصر الرقمي. حازت كليير واردل على زمالة مركز شورنستين للإعلام والسياسة والسياسات العامة في كلية كينيدي بجامعة هارفرد، وشغلت منصب مديرة الأبحاث في مركز تاو للصحافة الرقمية في كلية الصحافة بجامعة كولمبيا، إضافة إلى مديرة شؤون وسائل التواصل الاجتماعي في المفوضية العليا للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين.

السياق المغلوط: وهو ما يحدث كثيرا عند إعادة استخدام صور حقيقية لكنها قديمة، ونشرها على أنها جديدة. يحصل ذلك عادة مع الأخبار العاجلة، قطفو على السطح صور قديمة ويعاد نشرها بشكل كبير. كما يحدث ذلك عند إعادة نشر مقالات أخبار قديمة وكأنها جديدة، خاصة حين يكون العنوان متقاطعا مع أحداث راهنة.

المحتوى الكاذب: يحصل ذلك مثلاً عند استخدام شعار مؤسسة معروفة أو اسم شخص معين مع محتوى ليس من إنتاجه، مثل استغلال شعار مؤسسة إخبارية موثوقة وإضافتها إلى صورة أو مقطع فيديو، سيزيد من فرصة ثقة الناس بهذا المحتوى دون التحقق منه.

محتوى متلاعب به: يحصل ذلك حين يتم التلاعب والعبث بمحتوى أصلي بطريقة معينة لأغراض التضليل.

محتوى مفبرك: وهذه الفئة تعني المحتوى المزيف بشكل كامل، مثل قيام شخص بإنشاء حسابات باسم وهمي على وسائل التواصل الاجتماعي ويبدأ بنشر محتوى جديد غيرها. وتشمل هذه الفئة أيضاً عمليات التزييف العميقة Deep fakes التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي في تصنيع مقاطع فيديو أو صوت ليظهر فيها شخص ما ويحاك على لسانه حرفياً كلام أو تصريحات لم تصدر عنه إطلاقاً.

الربط الكاذب: وهو عرض ادعاءات بخصوص المحتوى؛ عبر استخدام عنوان مثير؛ لدفعك إلى النقر وتصفح ذلك الخبر، لتكتشف أن ذاك العنوان لا علاقة له بتاتاً بالمقال أو بالمحتوى المنشور.

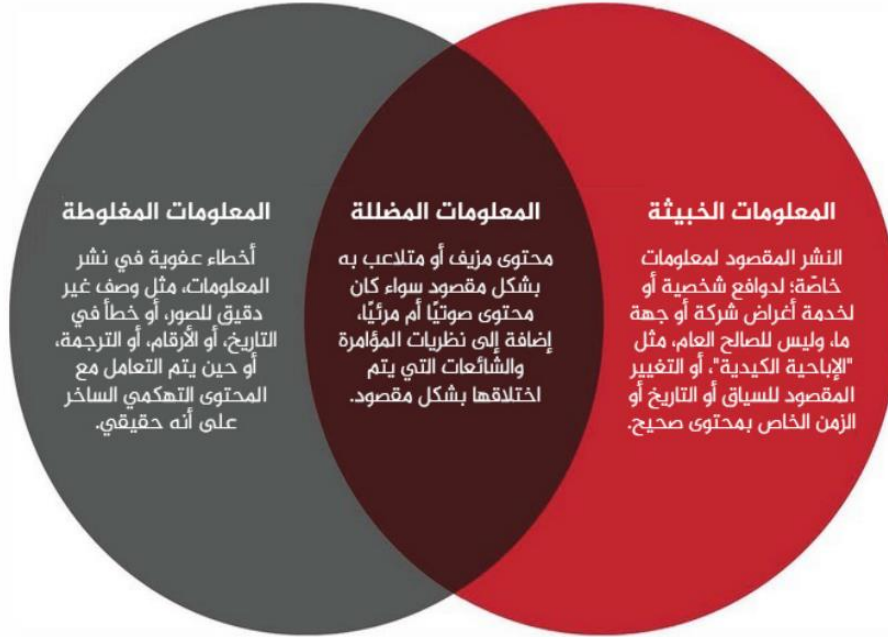
السخرية أو التهكم: أحياناً يعتمد من يقومون بنشر محتوى مضلل عن قصد بإضفاء سمة التهكم أو السخرية من أجل ضمان ألا يخضع محتوهم لضوابط "التحقق من المحتوى"، وكوسيلة استباقية للتوصل من أي ضرر قد ينجم عن نشر هذا المحتوى.

والتصنيف السابق يساعد في فهم مدي التعقيد في بيئة معلومات ملوثة في عصر النشر الرقمي، لكنه لا يتناول جانب "القصد"، وهو عنصر بالغ الأهمية في فهم هذه الظاهرة، لذا وضع وار دل مخططاً آخر يوضع تصنيف فوضي المعلومات على أساس القصد، من أجل توضيح الفرق بين المعلومات المضللة Disinformation تكون من صنعة وترويج جهات تهدف إلى خلق الضرر سوا مادياً أو سياسياً أم يتعلق بسمعة شخص أو جماعة ما، والمعلومات المغلوطة Misinformation، فهي معلومات ليست صحيحة، ولكن الناس الذين ينشرونها لا يدركون ذلك. وهذا ما يحدث عادة في لحظات الأخبار العاجلة، حين يبدأ الناس بمشاركة شائعات أو صور قديمة دون أن يدركوا أنها ليست مرتبطة بالأحداث الجارية، أما المعلومات الخبيثة Malinformation فهي معلومات صحيحة، لكن الجهات التي تبدأ بنشرها تهدف إلى التسبب بالضرر في وقت معين، ويدخل في ذلك أيضاً مشاركة صور أو مقاطع فيديو إباحية على سبيل الانتقام.

أشكال فوضى المعلومات

عدم الصحة

قصد الضرر



الشكل رقم (2) الشكل مأخوذ من دليل التحقق من التضليل والتلاعب الإعلامي- الصادر عن مركز الصحافة الأوروبي.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة الى حقل الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص معنية أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو الأحداث. وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، وتنتج هذه النوعية من البحوث وجود بيانات قابلة للقياس الكمي وتسمح بخضوع البيانات للتحليل، ومن ثم إمكان رصد "آليات القائم بالاتصال بالمنصات الرقمية بالصحف المصرية للتحقق من دقة وصحة المعلومات في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي، وذلك للوصول الى بيانات قابلة للقياس الكمي.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح بشقية الوصفي والتحليلي وذلك للحصول على وصف دقيق للمشكلة والتأكد من جمع كل البيانات الضرورية وتحليلها بأكثر درجة ممكنة من الدقة، بهدف تصنيفها ومحاولة تحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج منها، وبناء على ما تم سرده استخدم

المنهج في الدراسة الميدانية لجمع الحقائق الخاصة بآليات القائم بالاتصال في المنصات الرقمية للتحقق من دقة المعلومات في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي.

أدوات جمع البيانات :

تعتمد الدراسة على أداة "الاستبانة Questionnaire " كأداة لجمع البيانات المطلوبة من القائمين بالاتصال في المنصات الرقمية بالصحف المصرية، وتعرف صحيفة الاستقصاء بأنها أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة المبحوثين بشكل منهجي، ومقنن لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، وقد استخدمتها الباحثة كأداة بحثية للوصول إلى ما يحقق أهداف الدراسة.

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في عينة من محرري الأخبار العاملين بالمنصات الرقمية في الصحف المصرية، حيث يناسب هذا المجتمع موضوع البحث ويساعد في تحقيق الهدف الرئيسي للبحث.

المجتمع الزمني استغرق العمل الميداني الذي قامت فيه الباحثة بتوزيع الاستبانة على القائمين بالاتصال بالصحف المصرية شهراً في الفترة من 1-1-2023 إلى 31-1-2023.

عينة الدراسة:

تم تحديد حجم العينة ليشمل على من محرري الأخبار العاملين بالمنصات الرقمية في الصحف المصرية قوامها (95) مفردة.

إجراءات الصدق والثبات لاستبانة الاستبيان:

(أ) اختبار الصدق:

هناك وسائل عدة لقياس صدق الاستبانة، وقد استخدم الباحث الصدق الظاهري الذي يقوم على أساس الفحص المبدئي لفقرات الاستبيان ومدى الاتساق الداخلي لها، وهذا ما تم عمله من خلال عرض الاستبانة المقترحة على عدد من الأساتذة في مجالات الإعلام والاتصال. وبعد مراجعة الخبراء لصحيفة الاستبيان أدخلت بعض التعديلات عليها على وفق ملاحظات المحكمين للخروج بالشكل النهائي لاستبانة الاستبيان.

(ب) اختبار الثبات:

اعتمدت الباحثة في إيجاد الثبات للأداة البحثية على طريقة إعادة الاختبار (TEST-RETEST)، وقد تم ذلك من خلال اختيار عينة عشوائية بلغ تعدادها (9) مبحوثاً بنسبة 10% من حجم العينة (95)، اختبروا بطريقة عشوائية من مجتمع البحث، وكانت المدة بين الاختبار الأول والثاني أسبوعين، وقد أظهرت النتائج أن درجة الاتفاق بالنسبة لجميع الأسئلة التي قيس ثباتها حوالي درجة 0.85، وهي درجة ثبات مرتفعة ومقبولة.

الإطار المعرفي للدراسة:

نظرية المسؤولية الاجتماعية: Social Responsibility

يتم تطبيق مدخل المسؤولية الاجتماعية في هذا البحث من خلال دراسة المسؤولية الاجتماعية للقائم بالاتصال في الصحف المصرية من خلال الكشف عن الآليات التي يقومون بتوظيفها للتحقق من صحة ودقة المحتوى في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي وتحديد مسؤولية محررو الأخبار في تقديم الرسالة الصحفية بأعلى درجة من الدقة والأمانة والموضوعية بهدف تقديم محتوى دقيق وحقيقي غير زائف وغير مضلل، ويتم تطبيق مدخل

المسئولية الاجتماعية من خلال رصد آليات محررو الأخبار في التحقق من المعلومات قبل نشرها، ذلك لأن القائم بالاتصال - الصحفي - هو المسئول الأول والرئيسي عن دقة المحتوى التي يقدمه للجمهور، وأيضاً يتم تطبيق مدخل المسئولية الاجتماعية من خلال تحديد استراتيجيات المؤسسات الصحفية التي يعمل بها المحررون عينة الدراسة في دعم مؤهلات فريقها لمواجهة تحدي الأخبار الزائفة والمضللة خاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

إن للإعلام التزامات معينة تجاه المجتمع، وهو ما تجسده نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تلك النظرية التي ظهرت في أواخر أربعينيات القرن الماضي. كما قدمت لجنة هتشينز المعنية بحرية الصحافة، التي تشكلت خلال الحرب العالمية الثانية، نموذجاً يتعين على وسائل الإعلام فيه أداء بعض الالتزامات المحددة تجاه المجتمع مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن. وتعتبر مصادر المعلومات الموثوقة مكوناً مهماً لأي مجتمع، خاصة في عصر التحول الرقمي ووسائل الإعلام الجديدة المعتمدة على الإنترنت، التي أتاحت نشر المعلومات والأفكار وقت حدوثها حول العالم، وهذا التطور كان مصدرًا للقلق حول مدى وفاء وسائل الإعلام الجديد بالمسئولية الاجتماعية.

قد لخص دينيس ماكويل، أحد أبرز علماء الاتصال، المبادئ الأساسية لنظرية المسئولية الاجتماعية على النحو التالي³²:

- يجب أن تقبل وسائل الإعلام ببعض الالتزامات تجاه المجتمع.
 - ضرورة الوفاء بهذه الالتزامات بشكل أساسي من خلال وضع معايير مهنية لجمع المعلومات ومراعاة الدقة والموضوعية والتوازن.
 - عند قبول وتطبيق هذه الالتزامات، يجب أن تكون وسائل الإعلام ذاتية التنظيم في إطار القانون والمؤسسات القائمة.
 - تجنب المحتوى المسيء الذي يؤدي إلى الجريمة أو العنف أو الاضطراب أو الإضرار بالأقليات.
 - أن تكون وسائل الإعلام ككل تعددية وأن تعكس تنوع مجتمعاتها، ممّا يتيح الوصول إلى مختلف وجهات النظر مع كفاية حق الرد.
 - للمجتمع الحق في توقع مستويات عالية من الأداء، ويمكن تبرير التدخل لتأمين هذا الحق.
 - خضوع الصحفيين والإعلاميين للمساءلة أمام المجتمع وكذلك أمام مؤسساتهم.
- تعمل نظرية المسئولية الاجتماعية في الإعلام على تعزيز مفهوم الحرية في وسائل الإعلام، حيث حملت معها فكرة الحرية المسئولية وليس الحرية المطلقة، ولذلك فإن مبادئ نظرية المسئولية الاجتماعية في الإعلام حاولت أن تحرر الصحافة بدايةً ثم تقوم بتحرير وسائل الإعلام بشكل كامل، وأن تعمل على الموضوعية في الرسالة الإعلامية، وأيضاً أن تحافظ على القيم في المجتمع وتعمل على نقل هذه القيم من جيل لآخر وبهذا يمكن تقسيم المسئوليات الاجتماعية للإعلاميين إلى³³:

- 1- مسئوليات وجوبية: يقصد بها تلك المسئوليات التي تحددها الحكومة والأنظمة السياسية للصحافة عبر تحديد جملة الأفعال التي يحظر القيام بها كالقذف والقذف
- 2- مسئوليات تعاقدية: يقصد بها المسئوليات التي تربط وسائل الإعلام بالمجتمع فالمجتمع يمنح الصحافة الحق في العمل على فرض أنها ستسد حاجة أفراده للمعلومات والحقائق والآراء
- 3- مسئوليات ذاتية: وهي التي يلزم القائم بالاتصال نفسه بها بمحض إرادته في إطار إيمانه بمبادئ محددة وقناعته بأن عمله كصحفي هو رسالة نبيلة أكثر من كونه مجرد عمل.

ويمكن تقسيم المسؤولية الاجتماعية للإعلاميين كالتالي :
أ-مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع العام: تتحقق عبر إتاحة المعلومات والعمل على عدم إلحاق الضرر بالآخرين.

ب-مسؤولية الإعلامي تجاه مجتمعه المحلي: تتحقق عبر نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع وما يتوقعه المجتمع من الأفراد من مثل وقيم وأداء الرسالة الصحفية بطريقة لا تقلل من ثقة الجمهور بوسائل الإعلام التقليدية الممثلة في كل من الإذاعة المسموعة (الراديو) المرئية (التلفزيون) المكتوبة (الصحف والمجلات).

ج-مسؤولية الإعلامي تجاه نفسه: تتحقق عبر أداء الرسالة بأقصى قدر من الأمانة والصدق والمسؤولية وبما يتوافق ومصصلحة المجتمع.

نتائج الدراسة:

توصيف عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على 95 مفردة عشوائية من الصحفيين العاملين جاءت بواقع 67 من الذكور و28 من الإناث، حيث كان تمثيل الذكور (70%) أكثر من الإناث (30%) في العينة التي تم التطبيق عليها، وعن الفئات العمرية فتراوحت أعمارهم ما بين 20 إلى 30 عام بواقع 24 مفردة، ومن 31 إلى 40 عام بواقع 41 مفردة، ومن 41 إلى 50 عام بواقع 19 مفردة، وأكثر من 50 سنة 12 مفردة، وهذا يعني أن معظم العينة كان يمثلها الفئة العمرية من 31 إلى 40 عام بنسبة 43% ثم الفئة العمرية من 20-30 بنسبة 25%، في حين جاءت الفئة الأكبر عمراً ما فوق 50 عام بأقل تمثيل في العينة بنسبة 12%.

أما عدد سنوات الخبرة والعمل بالمجال الصحفي فتراوحت العينة بين من 2-5 سنة بواقع 12 مفردة بنسبة 12.5%، ومن 7-10 سنوات بواقع 21 مفردة بنسبة 22%، ومن 11-12 سنة بواقع 44 مفردة بنسبة 46%، ومن 21 سنة فأكثر بواقع 18 مفردة بنسبة 19%. وبالنسبة للمؤسسة التي يعمل بها القائمين بالاتصال عينة الدراسة، فأفاد 29 مفردة أنهم يعملون في مؤسسة حكومية بنسبة 30.5% من العينة بينما أفاد 66 مفردة أنهم يعملون بمؤسسات خاصة بنسبة 69.5%.

جدول رقم 1 توصيف عينة الدراسة

ليبيانات الشخصية:	ك	%
النوع	ذكر	67
	أنثى	28
السن	20-30	24
	31-40	41
	41-50	19
	50 فأكثر	11
	من 2 – 5 سنوات	12
عدد سنوات الخبرة في العمل الصحفي	7-10 سنوات	21
	11-20 سنة	44
	21 – فأكثر	18
	المؤسسة التي تعمل بها حكومية – خاصة	29
	66	30.5%
		69.5%

المحور الأول: اتجاهات القائم بالاتصال عينة الدراسة نحو مواجهته تحدي متعلق بدقة المعلومات في عصر النشر الرقمي:

جدول رقم 2 اتجاهات القائم بالاتصال عينة الدراسة نحو مواجهته تحدي متعلق بدقة المعلومات في عصر النشر الرقمي

الاتجاه	ك	%
نعم	67	70.5%
لا	8	8.5%
أحياناً	20	21%
الإجمالي	95	100%

وحول ما إذا كان أفراد العينة من القائمين بالاتصال يواجهون تحدي متعلق بصحة ودقة الأخبار في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي، أشار الغالبية العظمى من أفراد العينة بنسبة 70.5% أنهم بالفعل يواجهون تحدي متعلق بدقة الأخبار والمعلومات في عصر النشر الرقمي، بينما أشار 21% أنهم أحياناً ما يواجهون هذا الأمر، و8% أشاروا أنهم لا يواجهون أي تحدي يتعلق بالتحقق من المعلومات والأخبار في عصر النشر الرقمي. ويسؤال أفراد العينة عما إن سبق وقاموا بنشر أخبار ومعلومات غير صحيحة دون التحقق منها، أشار 43% من أفراد العينة أنهم سبق ووقعوا ضحية نشر أخبار غير دقيقة دون التحقق من صحتها قبل النشر في ظل فوضى المعلومات، بينما أشار 57% بأنهم لم يسبق لهم نشر أية أخبار غير دقيقة أو غير صحيحة.

جدول رقم 3 أسباب قيام القائم بالاتصال بنشر الأخبار دون التحقق منها

الاستجابة		الأسباب
%	ك	
22%	9	تحقيق السبق الصحفي للجريدة والرغبة في التميز لدى الإدارة
19.5%	8	عدم توافر الخبرة الصحفية اللازمة للتحقق من الأخبار
34%	14	الانتشار السريع للأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي
24.5%	10	عدم امتلاك مهارات التحقق من صحة الأخبار
100%	41	الإجمالي

وبسؤالهم عن الأسباب التي دفعتهم للنشر دون التحقق من دقة الأخبار أولاً، أشار 34% أن التدفق السريع للمعلومات والانتشار السريع للأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي وقيام صفحات مختلفة ومجموعات وأفراد مشاهير بنشر الخبر جعل الخبر يبدو وكأنه حقيقي مما دفعهم بالنشر دون التحقق من الأمر، بينما أشار 24.5% أن عدم امتلاكهم المهارات الكافية للتحقق من صحة الأخبار في عصر النشر الرقمي كان السبب وراء قيامهم بالنشر دون التأكد من صحة الخبر، وأشار 22% أن الرغبة في تحقيق السبق الصحفي والتميز لدى الإدارة في المؤسسة الصحفية التي يعمل بها كان السبب وراء التسرع في نشر الأخبار دون التحقق الكافي من صحتها، وأكد 19.5% أن نقص الخبرة الصحفية اللازمة للتحقق من الأخبار كان السبب في نشر أخبار دون التحقق من صحتها.

وتشير النتائج السابقة أن التدفق المتواصل للأخبار والمعلومات المتداولة على وسائل التواصل الاجتماعي أحد الأسباب في حالة فوضى المعلومات التي نعيشها، بل وتهدد مصداقية المحتوى الاتصالي في تلك المنصات بسبب انتشارها الكبير من جهة ولتأثيراتها المتزايدة على الجمهور من جهة أخرى.

جدول رقم 4 الأسباب التي يرى القائم بالاتصال أنها تقف وراء تزييف الحقائق وفبركة الأخبار وانتشارها في عصر النشر الرقمي

أحياناً		لا		نعم		الأسباب
%	ك	%	ك	%	ك	
49.5%	47	11.5%	11	39%	37	الانتخابات والصراعات السياسية التي تفوقها جهة في الغالب ضد أخرى.
32%	30	28%	27	40%	38	أسباب مالية تتعلق بالربح من الإنترنت عبر الروابط المفبركة والأخبار التي تجلب التفاعل.
23%	22	20%	19	57%	54	أسباب تتعلق بالبروباغندا الإعلامية، فقد يتم فبركة الأخبار لخدمة أجندة سياسية معينة أو تشويه صورة أشخاص أو جماعات.
32%	30	24%	23	44%	42	أسباب تنتج عن الجهل والرغبة بكسب التفاعل وتحقيق المشاركة للخير.
29.5%	28	27.5%	26	43%	41	وجود صحفيين غير مدربين على تقصي الحقائق واستغلال الأدوات المتاحة للتحقق من المعلومات/ نقص خبرة الصحفيين في مجال التحقق من دقة المعلومات في ظل الانتشار الواسع للمعلومات في عصر النشر الرقمي
37%	35	25%	24	38%	36	أسباب تتعلق باهتمام المؤسسة الصحفية / الصحفي بعامل السبق الصحفي على حساب التحقق قبل النشر
42%	40	18%	17	40%	38	أوقات الازمات والشعور بالخطر مثل أزمة كورونا
36%	34	0	0	64%	61	انتشار الأخبار بسرعة كبيرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بين الافراد والمجموعات دون التحقق

وعن الأسباب التي يري أفراد عينة الدراسة أنها تقف وراء تزييف الحقائق وفبركة الأخبار وانتشارها في عصر النشر الرقمي، جاء في المرتبة الأولى انتشار الأخبار بسرعة كبيرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بين الأفراد والمجموعات دون التحقق يعد سبب كبير لفوضى المعلومات التي نعاني منها في عصر النشر الرقمي حيث افاد غالبية العينة بنسبة 64% بنعم و34% بأحياناً وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت اليه دراسة على جمال والتي توصلت إلي أن أكثر وسائل الإعلام نقلاً للشائعات وخلقاً لها وترديداً لمحتواها كانت مواقع التواصل الاجتماعي تلتها المنتديات ومواقع الإنترنت الأخرى، وأن مصادر انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في الحسابات الوهمية أو المستعارة التي تخصص في الهجوم على شخصية أو كيان ما، وجاء في المرتبة الثانية بنسبة 57% البروباغندا الإعلامية وفبركة الأخبار لخدمة أجندات سياسية معينة أو تشويه صورة أشخاص أو جماعات تغلب دوراً كبيراً في انتشار الأخبار غير الدقيقة و23% أفادوا بأحياناً يكون هذا سبباً في التضليل والتزييف و20% لم يروا أن هذا سبباً على الاطلاق، وفي المرتبة الثالثة رأى 44% أن أسباب تتعلق بالجهل والرغبة بكسب التفاعل وتحقيق المشاركة للخير، وجاء في المرتبة الرابعة بنسبة 43% وجود صحفيين غير مدربين على تقصي الحقائق واستغلال الأدوات المتاحة للتحقق من

المعلومات أو نقص خبرة الصحفيين في مجال التحقق من دقة المعلومات في ظل الانتشار الواسع للمعلومات في عصر النشر الرقمي، واتفق 40% أن أسباب مالية تتعلق بالربح من الإنترنت عبر الروابط المفبركة والأخبار التي تجلب التفاعل، أو فوضي الأخبار والمعلومات أوقات الازمات والكوارث والشعور بالخطر مثل ما حدث أثناء أزمة كورونا من الأسباب التي تؤدي لانتشار المعلومات غير الدقيقة في عصر النشر الرقمي، ورأي 39% أن الانتخابات والصراعات السياسية التي تقودها جهة في الغالب ضد أخرى سبباً هاماً، بينما رأي 38% ان هناك أسباب تتعلق باهتمام المؤسسة الصحفية / الصحفي نفسه بعامل السبق الصحفي - في ظل المنافسة الكبيرة وانتشار الأخبار فور حدوثها خاصة على وسائل التواصل الاجتماعي - علي حساب التحقق قبل النشر.

المحور الثاني: اتجاهات عينة الدراسة نحو أهمية التحقق من دقة الأخبار والمعلومات قبل النشر:

جدول رقم 5 أهمية التحقق من دقة وصحة المعلومات في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي

الاستجابة		درجة الأهمية
ك	%	
47	49.5%	ضروري
37	39%	ضروري جداً
11	11.5%	غير ضروري
95	100%	الاجمالي

يشير الجدول رقم 5 إلى اتجاهات القائم بالاتصال نحو أهمية التحقق من دقة وصحة المعلومات قبل النشر في عصر النشر الرقمي، رأي 39% أنه أمر ضروري جداً وملحاً لا يمكن الاستغناء عنه خاصة في ظل فوضى المعلومات، بينما رأي 49.5% من أفراد العينة أن التحقق من دقة الأخبار والمعلومات أنه أمراً ضرورياً في عصر النشر الرقمي، وأشار 11.5% أن التحقق قبل النشر أمراً غير ضروري.

جدول رقم 6 اتجاهات أفراد العينة نحو تحديات التحقق من دقة الأخبار والمعلومات في عصر النشر الرقمي.

حدد رأيك في الجمل التالية						
أحياناً		لا		نعم		
ك	%	ك	%	ك	%	
27	28%	0	0%	68	72%	عصر النشر الرقمي وتداول الكم الهائل من المعلومات والأخبار أدى إلي زيادة التحديات التي تواجه القائم بالاتصال وخاصة محررو الأخبار لإنتاج محتوى دقيق
21	22%	65	68.5%	9	9.5%	يكفي عنصر الخبرة الصحفية للتحقق من صحة الأخبار في عصر النشر الرقمي
24	25%	19	20%	52	55%	التحقق من دقة الأخبار والمعلومات المتداولة يتطلب فريق صحفي مدرب على التحقق من الأخبار وكيفية استيفاء الأخبار الدقيقة

48	51%	23	24%	24	25%	الأفضلية في العالم الرقمي للصحفي الذي يتقن الأدوات والبرمجيات الرقمية الحديثة لإنتاج محتوى اعلامي متميز ودقيق
62	65%	0	0	33	35%	يحتاج الصحفي الي تطوير مهاراته بشكل مستمر حتى يتمكن من مواكبة تحديات عصر النشر الرقمي

يشير الجدول رقم 6 إلي اتجاهات أفراد العينة نحو تحديات التحقق من دقة الأخبار والمعلومات في عصر النشر الرقمي، اتفق أفراد العينة بنسبة 72% أن عصر النشر الرقمي وتداول الكم الهائل من المعلومات والأخبار أدي إلي زيادة التحديات التي تواجه القائم بالاتصال بشكل عام ومحرري الأخبار بشكل خاص لإنتاج محتوى دقيق، و اتفق 65% من أفراد العينة أن الصحفيون في حاجة إلى تطوير مهاراتهم بشكل مستمر حتى يتمكنوا من مواكبة هذه التحديات، ورأى 51% من أفراد العينة أن الأفضلية في العالم الرقمي للصحفي الذي يتقن الأدوات والبرمجيات الرقمية الحديثة لإنتاج محتوى اعلامي متميز ودقيق. كما اتفق معظم أفراد العينة بنسبة 68.5% أن عنصر الخبرة الصحفية لا يكفي للتحقق من صحة الأخبار في عصر النشر الرقمي موضحين أن التزييف في بعض الأحيان يكون عميق ومحترف لدرجة لا يكفي معها الخبرة الصحفية، بل يحتاج لمزيد من البحث للتأكد من صحة المعلومات من عدمها، في حين رأى 22% من أفراد العينة أن الخبرة الصحفية أحياناً ما تكون عامل فارق في التمييز بين الزائف والدقيق من المعلومات. واتفق 55% أن التحقق من دقة الأخبار والمعلومات المتداولة يتطلب فريق صحفي مدرب على التحقق من الأخبار وكيفية فلتره المعلومات والأخبار والتأكد منها قبل نشرها.

جدول رقم 7 إدارك عينة الدراسة نحو اتباع آليات للتحقق من الأخبار والمعلومات قبل النشر.

نعم		لا		أحياناً		اتباع آليات للتحقق من الأخبار قبل النشر يؤدي الي
ك	%	ك	%	ك	%	
25	26%	36	38%	34	36%	التأخر في النشر وفقد عناصر المنافسة مع المؤسسات الإعلامية الأخرى.
68	72%	0	0	27	28%	الحفاظ على سمعة المؤسسة الإعلامية التي تعمل لديها وزيادة نسبة المصداقية لديها.
59	62%	12	13%	24	25%	يتطلب جهد ووقت إضافيين على القائم بالاتصال

يشير الجدول رقم 7 إلي إدارك عينة الدراسة نحو اتباع آليات للتحقق من الأخبار والمعلومات قبل النشر، فبسؤال أفراد العينة أن كان التحقق من المعلومات قبل النشر يؤدي إلي الحفاظ على سمعة المؤسسة الإعلامية التي تعمل لديها وزيادة نسبة المصداقية لديها، أفاد 72% من أفراد العينة بنعم و28% بأحياناً، وعن ما ان كان اتباع آليات محددة للتحقق يتطلب جهد ووقت إضافيين على القائم بالاتصال أجاب 62% من أفراد العينة بنعم و25% بأحياناً و13% بلا ، لا شك أن التحقق يحتاج لوقت وجهد إضافي من القائم بالاتصال ذلك لأنه يجب على الصحفي التحقق من مدى صحة المعلومات والأخبار بمراجعة المصادر الأصلية والتأكد من أصالة الصور ومقاطع الفيديو والتحقق من الأخبار الرائجة واسعة الانتشار مما يتطلب مزيد من الوقت والجهد قبل التسرع باتخاذ قرار النشر، وبسؤالهم عن ما ان كان اتباع آليات التحقق يؤدي إلي التأخر في النشر وفقد عناصر المنافسة مع المؤسسات الإعلامية الأخرى أفاد 26%

بنعم و36% بأحياناً و38% بلا ، يمكننا أن نستنتج من النتائج السابقة أن هناك إدراك عينة الدراسة من محرري الأخبار لأهمية اتباع آليات محددة وواضحة للتحقق من دقة الأخبار والمعلومات قبل النشر وذلك للحفاظ على سمعة المؤسسة الصحفية ومصداقيتها حتى وان كان الأمر يتطلب مجهود ووقت إضافيين.

جدول رقم 8 المهارات التي يجب أن يمتلكها القائم بالاتصال لإنتاج محتوى صحفي دقيق في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي

غير ضروري		أحياناً		ضروري جداً		حدد درجة أهمية امتلاك القائم بالاتصال للمهارات التالية لإنتاج محتوى صحفي دقيق في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي
ك	%	ك	%	ك	%	
34	36%	19	20%	42	44%	القدرة على التعامل مع الأدوات الرقمية لإنتاج محتوى رقمي دقيق وللتحقق من دقة وصحة الأخبار قبل النشر
35	37%	28	29%	32	34%	امتلاك مهارات تقنية للتعامل مع الكم الهائل من البيانات الضخمة في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي
0	0%	26	27%	69	73%	مهارات البحث عن المعلومات والأخبار الموثوقة من مصادرها الاصلية ووسط الكم الهائل من فوضى المعلومات
22	23%	21	22%	52	55%	مهارات التصوير والمونتاج وإنتاج قصة صحفية مصورة
22	23%	37	39%	36	38%	عنصر الخبرة الصحفية في المجال الصحفي للتحقق من المعلومات والقدرة على فرز الدقيق منها

وبسؤالهم عن ضرورة توفر القدرة على التعامل مع الأدوات الرقمية لإنتاج محتوى رقمي دقيق وللتحقق من دقة وصحة الأخبار قبل النشر أفاد 44% بأنه ضروري جداً و20% أحياناً و36% رأوا أن الأمر غير ضروري، وعن امتلاك مهارات تقنية للتعامل مع الكم الهائل من البيانات الضخمة في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي أفاد 34% أن الأمر ضرورياً و29% بأحياناً بينما اعتبر 37% أنه أمراً غير ضرورياً معتبرين أن امتلاك المهارات التقنية ليس ضرورياً باعتبار أنه من مسؤولية المؤسسة الصحفية توفير فريق من التقنيين المتخصصين للتحقق من المعلومات والتعامل مع التدفق الضخم للبيانات، واعتبر 73% من أفراد العينة أن مهارات البحث عن المعلومات والأخبار الموثوقة من مصادرها الاصلية هي المهارة الأهم التي يجب على محرري الأخبار امتلاكها في ظل فوضى المعلومات، و55% اعتبروا أن مهارات التصوير والمونتاج وإنتاج قصة صحفية مصورة أمراً ضرورياً لا غني عنه في عصر النشر الرقمي، بينما اعتبر 38% أن امتلاك عنصر الخبرة الصحفية في المجال الصحفي مهارة ضرورية للتحقق من المعلومات والقدرة على فرز الدقيق منها.

نستنتج من الإجابات السابقة أنه رغم الإدراك الكافي لدي عينة الدراسة بأهمية اتباع آليات محددة للتحقق من الأخبار والمعلومات قبل النشر إلا أن هناك توجه لديهم بضرورة تخصيص فريق متخصص فنياً من قبل المؤسسة الصحفية لفحص الأخبار والمعلومات والصور ومقاطع الفيديو المتدفقة ووسط زخم من البيانات والمعلومات، ولا يشترط أن يمتلك كل صحفي هذه المهارات.

المحور الثالث: إجراءات وآليات عينة الدراسة للتحقق من دقة الأخبار والمعلومات قبل النشر ودوافعه:
جدول رقم 9 تحقق عينة الدراسة من دقة الأخبار والمعلومات قبل النشر.

الاستجابة		مدي تحقق القائم بالاتصال عينة الدراسة من صحة المعلومات قبل النشر
%	ك	
41%	39	أحياناً
36%	34	دائماً
23%	22	لا أتتحقق
100%	95	الاجمالي

وبسؤال المبحوثين عما إذا كانوا يتبعون آلية محددة للتحقق من صحة ودقة الأخبار والمعلومات في ظل فوضى المعلومات، أشار 36% من أفراد العينة أنهم دائماً ما يتبعون آلية واضحة للتحقق من صحة الأخبار قبل نشرها، بينما أشار 41% أنهم أحياناً ما يتبعون إجراءات للتحقق من الأخبار ودقتها وصحة المعلومات قبل النشر، وأفاد 23% من أفراد العينة أنهم لا يتبعون آليات أو إجراءات معينة للتحقق من الأخبار قبل النشر.

جدول رقم 10 أسباب ودوافع التحقق من صحة المعلومات والأخبار قبل النشر لدي عينة الدراسة.

الاستجابة		الدوافع
%	ك	
15.5%	12	الخوف من العقاب والمخالفات سواء من المؤسسة تعمل بها أو النقابة
26%	20	الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية
23%	18	الحفاظ على سمعة المؤسسة الصحفية التي أعمل بها
24.5%	19	الحفاظ على سمعتي كصحفي داخل الوسط الاعلامي
10%	8	فرض المؤسسة أو الرئيس في العمل التي تعمل بها إجراءات معينة يجب اتباعها قبل الموافقة على نشر الخبر
100%	77	الاجمالي

وعن الأسباب التي تدفعهم لاتباع آليات واضحة للتحقق من صحة ودقة الأخبار قبل النشر، أفاد 26% من أفراد العينة ان السبب الذي يدفعهم لاتباع إجراءات واضحة للتحقق قبل النشر هو الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية للصحفي ودوره في التصدي للشائعات والأخبار غير الدقيقة والزائفة وتوفير المعلومة الصحيحة للجمهور، بينما أشار 24.5% أنهم يقومون باتباع إجراءات للتحقق من أجل الحفاظ على سمعتهم كصحفيين داخل الوسط الإعلامي إيماناً منهم أن الصحفي الذي يكرر نشر الأخبار غير الصحيحة يفقد مصداقيته داخل الوسط الصحفي والإعلامي مما يؤثر على عمله، ولا شك أن السببان السابقان يصبان في السياق نفسه حيث تقع المسؤولية على الصحفي بشكل خاص، فهو الذي يجب أن يتقصى عن مصدر الخبر، وهوية الناشر، وحسابه إن كان يعود لشخص حقيقي وموثوق أم أنه وهمي، فالصحفي هو المسئول عن تقديم الحقيقة وكشفها للجمهور، و23% من أفراد العينة أكدوا أنهم يتبعون إجراءات معينة للتحقق قبل النشر حفاظاً على سمعة المؤسسة الصحفية التي يعملون بها ذلك أن المؤسسة الصحفية التي تفقد مصداقيتها تفقد ثقة القراء بها وبما تنشر مع تكرار الأخطاء ونشر الأخبار غير الصحيحة، وأشار 15.5% من أفراد العينة أنهم يتبعون إجراءات أو آليات

محددة للتحقق من الأخبار قبل النشر خوفاً من العقاب أو المخالفات التي قد تفرضها الصحيفة أو النقابة عليه، بما أشار 10% فقط أنهم يقومون بالتحقق بسبب فرض المؤسسة الصحفية التي يعملون بها أو رئيسهم المباشر في العمل إجراءات يجب اتباعها للتحقق من دقة الخبر قبل الموافقة على النشر.

جدول رقم 11 مسؤولية تطوير مهارات الصحفي في التحقق من المعلومات وإنتاج محتوى اعلامي دقيق في عصر النشر الرقمي.

الاستجابة		تطوير مهارات الصحفي في التحقق من المعلومات وإنتاج محتوى اعلامي دقيق في العصر الرقمي، مسؤولية
ك	%	
23	24%	الصحفي نفسه
24	25.5%	المؤسسة الإعلامية أو الصحيفة التي يعمل بها
39	41%	مسئولية مشتركة بين الصحفي والمؤسسة التي يعمل بها
9	9.5%	الشركات العالمية الكبرى مثل جوجل وميتا.. وغيرها
95	100%	الاجمالي

وبسؤال أفراد العينة على من تقع مسؤولية تطوير مهارات القائم بالاتصال بالمؤسسات الصحفية للتحقق من الأخبار والمعلومات وإنتاج محتوى اعلامي دقيق في ظل فوضى المعلومات في العصر الرقمي، رأي 41% من العينة أن الأمر هو مسؤولية مشتركة بين الصحفي والمؤسسة التي يعمل بها، بينما رأي 25.5% أن المسؤولية تقع على المؤسسة الإعلامية أو الصحيفة التي يعمل بها، وأفاد 24% أنها مسؤولية تطوير الذات تقع على الصحفي نفسه، و9.5% رأوا أن هناك مسؤولية واقعة على الشركات العالمية الكبرى مثل جوجل وميتا.. وغيرها، بتوفير مزيد من الأدوات المجانية لتدقيق المحتوى والتأكد من دقته، ويجب هنا أن نشير أن تلك الشركات سعت بالفعل لتوفير أدوات مجانية يمكن أن تساعد الصحفي في التحقق من الأخبار الأكثر تداولاً قبل نشرها منها على سبيل المثال تويت ديك tweetdeck بموقع تويتر الذي أصبح أداة لا غني عنها للصحفيين العاملين بغرف الأخبار فهذه المنصة تتيح للصحفيين متابعة عدد من القوائم المختلفة في تويتر في وقت واحد كما يساعد هذا الموقع على إنشاء ومراقبة عمليات بحث محددة في تويتر وأن تبحث عن تغريدات على خريطة أو في أطر زمنية مختلفة. وأيضاً موقع يوتيوب الذي أتاح أداة youtube data viewer والتي تزود المحقق من صحة مقاطع الفيديو من وقت تحميل المقطع بدقة تامة، فضلاً عن إتاحة أربعة إطارات رئيسية تلقائياً من الفيديو لتكون جاهزة لعملية البحث العكسي عن الصور، كما يعد جوجل تريند أحد أهم أدوات شركة جوجل Google، حيث تختص أداة جوجل تريندز Google trends في البحث عن الكلمات المفتاحية الرائجة على الإنترنت، بالإضافة إلى أداة crowd tangle التي تتيح مراقبة المحتوى على فيسبوك، والبحث عن رابط ماء، وأين تم نشره على المنصة وغيرها من المنصات، يمكن للصحفي الاستفادة منه بشكل مجاني في غرف الأخبار. تتيح هذه الأداة إنشاء لوحات تحكم Dashboards لمراقبة المحتوى عبر فيسبوك وإنستغرام وريديت. يمكنك أيضاً البحث عبر الكلمة المفتاحية وفلترة النتائج عبر عدة عناصر، مثل وقت النشر، واللغة، ومستوى التفاعل³⁴، كما أعلنت شركة جوجل في 2020 أنها ستضيف ميزة التحقق من المصادقية إلى خدمة البحث عن الصور التابعة لها وذلك في مسعى لمساعدة المستخدمين على التحقق من صحة الصور التي تُنشر

عبر الإنترنت، وصرحت جوجل في تدويته "تعد الصور ومقاطع الفيديو طريقة رائعة لمساعدة الأشخاص على فهم ما يجري في العالم. لكن قوة وسائل الإعلام المرئية لها مآزقها - خاصة عندما تكون هناك أسئلة عن أصل الصورة أو صحتها أو سياقها³⁵". وأضافت "غوغل": "بدءً من اليوم، نعرض معلومات التحقق من الصحة في صور غوغل على مستوى العالم لمساعدة المستخدمين في اجتياز هذه المشكلات وإصدار أحكام مستنيرة عما يشاهدونه على الويب. ويعتمد هذا على ميزات التحقق من الصحة في البحث والأخبار، والتي يصادفها الناس مليارات المرات سنوياً".

وتفسر الباحثة النتائج السابقة بأن مسؤولية تطوير مهارات القائم بالاتصال ودعم قدراته على التحقق من دقة المحتوى قبل النشر هي مسؤولية مشتركة بين المؤسسة الصحفية التي يجب بدورها تدريب طواقم العمل بها وتوفير دورات تدريبية وتوفير قسم متخصص في تدقيق البيانات والمعلومات يقوم بتأمين احتياجات غرف الأخبار والصحفيين بتوفير الرد السريع للتحقق من صحة معلومات محددة ويعمل الفريق المتخصص بالتحقق من الأخبار بمراقبة المصادر المفتوحة بهدف انتقاء الأخبار والمعلومات منها ثم التحقق من صحتها باستخدام أدوات خاصة للقيام بذلك وأيضاً العمل على رصد أبرز الأخبار الكاذبة المتداولة التي تهدف تنبيه غرف الأخبار لعدم تناول أخبار أو صور أو مقاطع فيديو متداولة، والجانب الآخر يقع على الصحفي نفسه الذي يجب عليه الحذر الشديد من إعادة نشر الأخبار دون التأكد من صحتها، ما يرتب مسؤولية على الصحفي بشكل خاص، فهو الذي يجب أن يتقصى عن مصدر الخبر وهوية صاحبه ويقدم الحقيقة لقرائه.

جدول رقم 12 كيف يطور القائم بالاتصال عينة الدراسة مهارات التحقق من المعلومات في عصر النشر الرقمي

أحياناً		لا		نعم		العبارات
ك	%	ك	%	ك	%	
18	19%	51	54%	26	27%	تحرص على حضور تدريبات وورش عمل بهدف التعرف على الأدوات الرقمية التي قد تفيدك في إنتاج محتوى رقمي دقيق ومتميز.
51	54%	0	0%	44	46%	تكثيف البحث والتقدم لاكتساب وامتلاك أدوات جديدة وتعلم مهارات تقنية جديدة لرفع مؤهلاتك المهنية والعلمية
29	31%	27	28%	39	41%	الحرص على التعلم من الزملاء أصحاب الخبرات في هذا المجال
40	42%	22	23%	33	35%	الحرص على المتابعة والقراءة عن كل ما هو جديد عن أدوات وآليات التحقق من صحة الأخبار

وعن كيفية قيام القائم بالاتصال عينة الدراسة بتطوير مهاراته للتحقق من دقة الأخبار أفاد 46% أنه يكون بتكثيف البحث والتقدم لاكتساب وامتلاك أدوات جديدة وتعلم مهارات تقنية جديدة لرفع المؤهلات المهنية والعلمية للتحقق من دقة المحتوى قبل النشر، بينما أشار 41% أنهم يحرصون على التعلم من الزملاء أصحاب الخبرات في هذا المجال وتبادل الخبرات معهم واللجوء لهم في بعض الأحيان للمساعدة، بينما أفاد 35% الحرص على المتابعة والقراءة عن كل ما هو جديد عن أدوات وآليات التحقق من صحة الأخبار، و27% من أفراد العينة يحرصون

على حضور تدريبات وورش عمل بهدف التعرف على الأدوات الرقمية التي قد تفيد في إنتاج محتوى رقمي دقيق ومتميز. أفاد 27% من أفراد العينة أنهم حضروا بالفعل دورات تدريبية أو ورش عمل متعلقة بكيفية التحقق من المعلومات في عصر النشر الرقمي، منهم 42% أكدوا أنهم استفادوا من تلك الدورات بشكل كبير، و35% استفادوا بشكل بسيط، بينما أفاد 23% أو استفادتهم من تلك الدورات كانت متوسطة. ذكر أفراد العينة عدد من الإجراءات والآليات التي يحرصون على اتباعها في التحقق من الأخبار والمعلومات في ظل الزخم والتدفق الكبير للبيانات وتزايد نشر الأخبار الزائفة والمضللة، يمكن رصدها في الشكل رقم 3.



شكل رقم 3 دليل آليات التحقق من دقة الأخبار والمعلومات في ظل فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي

وتتفق النتائج السابقة مع ما توصلت اليه دراسة محمد بعده 2022³⁶ والتي أوصت بضرورة تنفيذ برامج تدريبية للعاملين في الصحف لصقل مهاراتهم في مجال استخدام منصات الإعلام الرقمية، كما أشارت نتائج الدراسة حول دراية المبحوثين بأهمية برامج التدريب لصقل مهاراتهم الصحفية ومعرفة كل ما هو جديد في منصات الإعلام الرقمية تماشياً مع متطلبات البيئة الرقمية.

المحور الرابع: إجراءات المؤسسة الصحفية التي يعمل بها القائم بالاتصال عينة الدراسة للتحقق من الأخبار والمعلومات في ظل فوضى المعلومات:

جدول رقم 13 إجراءات المؤسسة الصحفية التي يعمل بها القائم بالاتصال عينة الدراسة للتحقق من الأخبار قبل النشر

أحياناً		لا		نعم		الاجراءات
%	ك	%	ك	%	ك	
30.5%	29	60%	57	9.5%	9	توفر المؤسسة التي تعمل بها وحدة متخصصة – فريق متخصص من صحفيين مدربين على آليات التحقق من الأخبار – داخل المؤسسة للتحقق من صحة الأخبار قبل النشر.
31.5%	30	57%	54	11.5%	11	توفر المؤسسة التي تعمل بها دورات تدريبية مستمرة لرفع كفاءة الصحفيين للتعامل مع الأخبار في عصر النشر الرقمي
19%	18	64%	61	17%	16	توفر المؤسسة التي تعمل بها بعض تطبيقات وآليات التحقق من لأخبار المتاحة على الانترنت، واستخدام أدوات البحث المتنوعة على الانترنت للتحقق من أصل الصور ومقاطع الفيديو المشكوك في صحتها.
30.5%	29	24.5%	23	45%	43	توفر المؤسسة التي تعمل بها لوائح وسياسات محددة ومعلنة للصحفيين العاملين بها توضح الحد الأدنى من الأدلة والمعلومات الداعمة للخبر قبل قرار النشر.
33%	31	26%	25	41%	39	وضع دليل تحريري صارم لتوضيح مهمة استقاء الأخبار والمعلومات من المصادر المفتوحة بعد التحقق منها
23%	22	25%	24	52%	49	فرض عقوبات على الصحفيين المسؤولين عن نشر اخبار غير دقيقة دون التحقق الكافي من صحتها

يوضح الجدول رقم 13 إجراءات المؤسسة الصحفية التي يعمل بها القائم بالاتصال عينة الدراسة للتحقق من الأخبار قبل النشر، أفاد 60% أن المؤسسة التي يعمل بها لا توفر وحدة متخصصة – فريق متخصص من صحفيين مدربين على آليات التحقق من الأخبار – داخل المؤسسة للتحقق من صحة الأخبار قبل النشر، بينما أفاد 30.5% أنه أحياناً ما توفر المؤسسة فريق متخصص للتحقق من صحة المعلومات قبل نشرها، و9.5% أكدوا أن المؤسسات التي يعملون بها تحرص على توفير فريق عمل متخصص من صحفيين مدربين على استخدام أدوات التحقق من المعلومات والأخبار قبل النشر. وعلى الرغم من وجود بعض المبادرات والمحاولات من بعض المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي إلى إنشاء غرف أخبار مكونة من صحفيين وخبراء في أمن المعلومات تتكفل بمهمة التحري عن مصداقية الأخبار، إلا أنه

بتحليل الاستجابات السابقة فإن الأمر يشير إلي أن الوعي لدى المؤسسات الصحفية المصرية بضرورة توفير وحدات متخصصة في التحقق في أقسام الأخبار بشكل خاص - تقوم تلك الوحدات بتأمين احتياجات غرف الأخبار بتوفير الرد السريع على الصحفيين للتحقق من صحة معلومات محددة وخاصة طلبات التحقق من مقاطع الفيديو أو الصور، أو مدى ارتباط بعض المقاطع بالوصف التعريفي المرفق معها - مازال ضعيفاً ويحتاج لمزيد من الإدراك والإجراءات الفعلية لمواجهة فوضى المعلومات، فمازلنا في حاجة لتدريب صحافيينا على امتلاك أدوات ومهارات التحقق من المعلومات، وتفعيل آلية عمل فريق العمل سويماً لتصفح وتتبع الصفحات الأكثر شعبية والمواقع الإخبارية، بعدها تأتي مرحلة التأكد من الأخبار الأكثر تداولاً، وذلك يكون من خلال التحقق من المصدر ودرجة مصداقيته، ومعرفة ما اذا كان الخبر قد تم تفنيده من جهة ما، إلى جانب فحص الصور المرفقة للخبر باستعمال برامج وأدوات مجانية متاحة عبر شبكة الانترنت مثل Google image، Fotoforensics.Com، Tineye أو بالبحث في Youtube عندما يتعلق الأمر بمقاطع الفيديو.

ومن واقع النتائج السابقة يمكن أن نقول إن انشاء وحدات متخصصة تعمل بأقسام الأخبار أصبح ضرورة لا غني عنها في ظل التدفق الهائل للمعلومات والبيانات غير الدقيقة، ويمكن في نضع ملامح لآلية العمل ومهام وحدات التحقق والرصد تتكفل بمهمة التحري عن مصداقية الأخبار كما يلي:



شكل رقم 4 رسم يوضح مقترح لآلية العمل داخل وحدة الرصد والتحقق لدعم محرري قسم الأخبار والخدمات التي تقدمها.

■ آلية التحقق بهذه الوحدات:

- **التحقق من المصدر الأولي للمعلومة:** وذلك عن طريق التحقق من هوية الشخص الذي نسب إليه التصريح، والتأكد من أهليته العلمية وخبرته العملية فيما يتحدث عنه، لمنع الوقوع في فخ الاعتماد على مصادر مزيفة أو حسابات غير حقيقية.
 - **التثبت من صحة الأدلة والوثائق والأرقام والنسب:** ودقتها وحداتها وتدقيق المعلومات ومقارنتها وإعادة تأكيدها مع مصادر أخرى.
 - **الروابط الإلكترونية:** يتتبع الصحفي مسار القصة للوصول إلى المصادر الأصلية للقصة عبر الإنترنت.
 - **التحقق من الكاتب أو الناشر:** يثبت الصحفي من بيانات الكاتب أو الناشر، وعلاقته بما ادعى معرفته، إضافة إلى علاقة المعلومات التي قدمها بمجال اشتغاله وتخصصه العلمي، والتأكد من أصالة الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، والتأكد من المعلومات المنسوبة للهيئات الرسمية، وتصريحات ومواقف الشخصيات العامة من صفحاتها وحساباتها الرسمية، التساؤل عن هوية كاتب المنشور على شبكات التواصل الاجتماعي، وعن المستفيد من نشر هذا المحتوى بالتحديد، وما إذا كان أغفل أي معلومات هامة متعلقة بالموضوع
 - **التدقيق في أصل الصور ومقاطع الفيديو:** المشكوك في صحتها باستخدام تقنيات التحقق من صحة الصور ومقاطع الفيديو وعدم فبركتها مثل مثل Google image، Fotoforensics.Com، Tineye أو youtube data viewer.
 - **تعدد المصادر:** تعد فرص مصداقية الخبر المعتمد على مصدر واحد ضئيلة، حتى لو كان مصدراً موثقاً بالنسبة للصحفي، بالمقارنة مع حالة الاعتماد على مصدرين أو أكثر، لذا يبحث الصحفي عن مصادر متعددة موثوقة للخبر.
- #### ■ خدمات وحدة التحقق بأقسام الأخبار:
- طلبات التحقق: وتكون للتحقق من الأخبار المشكوك في صحتها، أو صورة، أو فيديو مفبركين، أو خبر رائج على وسائل التواصل الاجتماعي أو تصريح كاذب، أو مشكوك فيه، أو حتى لتدقيق حقائق غير معلومة المصدر.
 - طلبات الرصد: وتكون لرصد طبيعة تفاعلات جمهور منصات التواصل حول موضوع رائج.
 - طلبات التحليل: وترتبط بتحليل وسم رائج من حيث معرفة حقيقته وتفصيل عن نسب المتفاعلين معه.
 - ارسال تنبيهات بأبرز الأخبار الكاذبة المتداولة: التي تهدف لتنبيه أقسام الأخبار لعدم تناول أخبار أو صور أو مقاطع فيديو متداولة.

• المعوقات والتحديات:

جدول رقم 14 المعوقات والتحديات التي يرى القائم بالاتصال أنها تحد من إجراءات التحقق من دقة الأخبار قبل النشر في عصر النشر الرقمي

أحيانا		لا		نعم		المعوقات والتحديات
%	ك	%	ك	%	ك	
44%	42	27.5%	26	28.5%	27	نقص الإمكانيات بالمؤسسات الصحفية الإعلامية
27%	26	33%	31	40%	38	نقص الوعي بأهمية التحقق الدقيق من الأخبار والمعلومات في عصر النشر الرقمي
21%	20	22%	21	57%	54	نقص المهارات لدى الصحفيين للتعامل مع فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي، الذي يتطلب تطور مهني ومهارات عالية للتعامل مع الأخبار بما يتوافق مع الثورة الرقمية.
12%	11	24%	23	64%	61	سرعة انتشار المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ونشر المحتوى من قبل صفحات وأشخاص غير موثوقين أو غير متخصصين، وقيام جمهور السوشيال ميديا بسرعة تداول ونشر الأخبار دون تدقيقها.
31%	29	27%	26	42%	40	تغليب مبدأ سرعة النشر في ظل المنافسة بين المؤسسات الإعلامية.

وعن المعوقات والتحديات التي يرى القائم بالاتصال عينة الدراسة أنها تحد من إجراءات التحقق من دقة الأخبار قبل النشر في عصر النشر الرقمي، رأي 64% أن سرعة انتشار المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ونشر المحتوى من قبل صفحات وأشخاص غير موثوقين أو غير متخصصين، وقيام جمهور وسائل التواصل الاجتماعي بسرعة تداول ونشر الأخبار دون تدقيقها يعتبر سبباً أساسياً في انتشار الأخبار دون التحقق من دقتها حيث بعض الصحفيين وبعض المؤسسات الصحفية تقوم بإعادة نشر الأخبار الأكثر تداولاً على وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها مصدرًا ومن دون التأكد من صحتها، معتبراً الخبر صحيحاً بمجرد انتشاره على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي، حيث فرضت مواقع التواصل الاجتماعي واقعاً جديداً في محتوى العملية الاتصالية شكلاً ومضموناً التي تعددت وتنوعت في مختلف المستويات، خاصة في ظل التدفق المتواصل للأخبار والمعلومات المتداولة عبر مختلف وسائل الاتصال من جهة ولتأثيراتها المتزايدة على الجمهور من جهة أخرى. وفي هذا الإطار يشكل انتشار الأخبار الزائفة تحدياً متعظماً للقائمين بالاتصال بشكل خاص. والتأثير على مصداقية وثقة وسائل الاعلام ومنصاتها المختلفة، بينما اعتبر 24% أن وسائل التواصل الاجتماعي ليست سبباً في انتشار الأخبار غير الدقيقة، و 57% رأوا أن نقص المهارات لدى الصحفيين للتعامل مع فوضى المعلومات في عصر النشر الرقمي، الذي يتطلب تطور مهني ومهارات عالية للتعامل مع الأخبار بما يتوافق مع الثورة الرقمية يعتبر تحدياً كبيراً أمام عملية التحقق من دقة وصحة الأخبار والمعلومات في عصر النشر الرقمي، وأفاد 42% أن تغليب مبدأ سرعة النشر في ظل المنافسة بين المؤسسات الإعلامية والرغبة في تحقيق سبق

الصحفي هو أحد التحديات التي لاتزال تعد تحدياً أمام تقليص انتشار الأخبار غير الدقيقة والتحقق منها في العصر الرقمي، ورأي 40% من أفراد العينة أن نقص الوعي لدي القائم بالاتصال أو المؤسسة التي يعمل بها بأهمية التحقق من دقة وصحة الأخبار والمعلومات في عصر النشر الرقمي هو أهم التحديات التي تتسبب في فوضى المعلومات وانتشار الأخبار غير الدقيقة دون التحقق منها، و28.5% رأوا أن نقص الإمكانيات بالمؤسسات الإعلامية والصحفية من أهم المعوقات والتحديات التي تحد من دقة الأخبار.

وفي ضوء النتائج السابقة ترى الباحثة أن سرعة انتشار الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي ونقص المهارات لدي الصحفيين للتحقق من دقة تلك الأخبار وتغليب عنصر السبق الصحفي أهم ثلاثة تحديات أمام عمليات التحقق، فالواقع يشير الي أن عدداً من المؤسسات الإعلامية تقع بشكل يومي في فخ الأخبار الكاذبة، وذلك لأسباب مرتبطة أولاً بالتطور السريع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وسرعة تدفق المعلومات خاصة عبر وسائل الإعلام الجديدة، وكذلك التنافس بين المؤسسات الإعلامية على السبق الصحفي ما يوقع الكثير منها ومن الصحفيين في خطأ فادح وهو النشر دون التحقق من دقة تلك المعلومات والأخبار، إلى جانب غياب مبادرات جادة كالمنصات أو المواقع متخصصة للتحري من مصداقية المعلومات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي، ويتفق ما سبق مع ما توصلت اليه دراسة صافية محمد صالح³⁷ 2019 والتي أكدت على تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على محرري الأخبار وكونها تحمل تحديات مهنية وأخلاقية كبيرة لهم.

• الحلول والمقترحات:

جدول رقم 15 مقترحات القائم بالاتصال لمواجهة تحديات التحقق من الأخبار والمعلومات قبل النشر في العصر الرقمي

المقترحات		ضروري		ضروري جدا		غير ضروري	
		ك	%	ك	%	ك	%
تنفيذ برامج تدريبية لرفع كفاءة الصحفيين في مجال التحقق من الأخبار في عصر النشر الرقمي.		52	55%	43	45%	0	0%
وضع لوائح وسياسات واضحة من قبل المؤسسات الإعلامية للتحقق من المعلومات قبل النشر		39	41%	56	59%	0	0%
تعزيز الخطط الدراسية في أقسام وكليات الاعلام بمهارات تعزيز التعامل مع الأخبار في عصر النشر الرقمي لرفع كفاءة الخريج		37	39%	34	36%	24	25%
انشاء مجموعات اليكترونية بين القائمين بالاتصال لتبادل الخبرات والتواصل بين الزملاء في المؤسسة الواحدة للتحقق من الأخبار قبل النشر		46	48.5%	28	29.5%	21	22%
انشاء وحدات متخصصة داخل المؤسسات الإعلامية مكونة من مجموعة متخصصة من الصحفيين المدربين ذوي مهارات التحقق من الأخبار قبل النشر		56	59%	39	41%	0	0%

وعن مقترحات القائم بالاتصال لمواجهة تحديات التحقق من الأخبار والمعلومات قبل النشر في العصر الرقمي، اتفق القائم بالاتصال عينة الدراسة على ثلاث مقترحات أساسية

وضرورية، الأول: اتفقت العينة - ما بين 55% أكدوا أن هذا الأمر ضروري و45% اعتبره ضروري جداً لا غني عنه- على ضرورة تنفيذ برامج تدريبية لرفع كفاءة الصحفيين في مجال التحقق من الأخبار في عصر النشر الرقمي، فالخضوع إلى دورات مستمرة في المجال أصبح أمراً ملحاً، في ظل تطور الآليات بالتوازي مع تطور أساليب التضليل والكذب، مع التأكيد على أهمية المحافظة على ميزة التخصص لدى القائم بالاتصال كونه يحقق دقة عالية، في المقابل يجب أن يخضع كل منتج محتوى وكل صحفي داخل المؤسسة لدورة متكاملة زمنياً وعملياً لاكتساب مهارات التحقق والمحافظة عليها.

الأمر الثاني: اتفق أفراد العينة - بواقع 41% أكدوا أن هذا الأمر ضروري و59% اعتبره ضروري جداً لا غني عنه - على ضرورة وضع لوائح وسياسات واضحة من قبل المؤسسات الإعلامية للتحقق من المعلومات قبل النشر، الأمر الثالث: اتفقت العينة - بواقع 59% أكدوا أن هذا الأمر ضروري و41% اعتبره ضروري جداً لا غني عنه - على ضرورة انشاء وحدات متخصصة داخل المؤسسات الإعلامية مكونة من مجموعة متخصصة من الصحفيين المدربين ذوي مهارات فنية للتحقق من الأخبار قبل النشر لتقوم تلك المجموعات بتأمين احتياجات غرف الأخبار والصحفيين بتوفير الرد السريع على الصحفيين للتحقق من صحة معلومات محددة وتضمن المتابعة معهم، وخاصة طلبات التحقق من مقاطع الفيديو أو الصور، أو مدى ارتباط بعض المقاطع بالوصف التعريفي المرفق معها، بينما رأى أفراد العينة - بواقع 39% أكدوا أن هذا الأمر ضروري و36% اعتبره ضروري جداً لا غني عنه - ضرورة تعزيز الخطط الدراسية في أقسام وكليات الاعلام بمهارات تعزيز التعامل مع الأخبار في عصر النشر الرقمي لرفع كفاءة الخريج، وأفادت عينة الدراسة - بواقع 48.5% أكدوا أن هذا الأمر ضروري و29.5% اعتبره ضروري جداً لا غني عنه - ان انشاء مجموعات اليكترونية بين القائمين بالاتصال لتبادل الخبرات والتواصل بين الزملاء في المؤسسة الواحدة للتحقق من الأخبار قبل النشر أمراً يدعم علميات التحقق من الأخبار والمعلومات قبل النشر، وفي ضوء النتائج السابقة يشير الواقع إلي ازدهار مشكلة التضليل وانتشار الأخبار غير الدقيقة واستمراريتها خاصة مع التدفق الكبير للمعلومات وانتشارها على مجال واسع بسبب منصات التواصل الاجتماعي، وللد من انعكاسات هذا الأمر يجب على كل الأطراف المتداخلة في العمل الصحفي والاعلامي من كليات الاعلام والمؤسسات الصحفية والصحفيين والنقابات المهنية والهيئات المنظمة لقطاع الإعلام أن تقدم حلولاً ملموسة بهدف تقديم أخبار دقيقة تحترم المعايير المهنية.

المراجع:

1 الجزيرة نت تحتفل بعام على إطلاق وكالة "سند" وتستعد لتقديمها للمجتمع الصحفي، 30 ديسمبر 2020
Available at:
الجزيرة نت تحتفل بعام على إطلاق وكالة "سند" وتستعد لتقديمها للمجتمع الصحفي | شبكة الجزيرة الإعلامية (aljazeera.net)

2 ملاك خليل، التقنية في مواجهة تفشي الأخبار الكاذبة.. وكالة "سند" نموذجًا، 21 يوليو 2021،
Available at:
التقنية في مواجهة تفشي الأخبار الكاذبة.. وكالة "سند" نموذجًا | معهد الجزيرة للإعلام (aljazeera.net)

3 محمد عبده محمد يوسف، أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الاعلام الرقمية في تطوير أدائهم المهني، دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، ع33، يوليو 2022، ص3-29.

4 دراسة عامر خالد، العوامل الداخلية المؤثرة على الأداء المهني للصحفيين العاملين في وكالة أنباء الأردنية" _ مجلة اتحاد الجامعات العربية _ عمان – الأردن، 2021، ص 253-283.
5 دراسة إسماعيل عبد الرزاق ورمضان الشرنوبلي، توظيف القائم بالاتصال للأخبار الرائجة في الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الممارسة المهنية والأخلاقية - دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الاعلام جامعة الأزهر، ع 58 ج2 يوليو-2021
6 دراسة عبلة عبد النبي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحف الإقليمية المطبوعة في ضوء البيئة الرقمية، دراسة ميدانية، مجلة بحوث الشرق الأوسط، سبتمبر 2021.

Available at:
العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحف الإقليمية المطبوعة في ضوء البيئة الرقمية (Semantic Scholar | دراسة ميدانية)

7 حليلة بنت علي، العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في منصات الصحف السعودية: دراسة تطبيقية على صحيفتي عكاظ والمدينة، دار المعرفة للنشر، 2021، ص 487-545، ع33
8 Shannon C McGregor, Logan Molyneux, (2020), Twitter's influence on news judgment: An experiment among journalists, Journalism, 2020, Vol. 21(5), pp. 597– 613
9 دراسة صفاء عباس، توظيف مهارات القائم بالاتصال في وسائل الاعلام الحديثة: دراسة وصفية استقرائية، مجلة العربي للدراسات الإعلامية، ع9، نوفمبر 2020، ص38-51.
10 جمال عبد ناموس، انعكاسات البيئة الرقمية وتأثيراتها على الصحفيين العاملين في الصحافة العراقية، دراسة ميدانية على العاملين في صحف الزمان والمدى والصبح والمشرق والزوراء والصبح الجديد، المجلة الدولية للعلوم الاتصالية والاجتماعية، ع 13، ص 204-225، 2020.
11 وائل العشري، رؤية الصحفيين المصريين للضوابط المهنية والأخلاقية المنظمة لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وعلاقتها بأساليب الممارسة السائدة، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، مارس 2020، ع28، ص86-205.
12 عيسى عبد الباقي موسى، محمد بن سليمان الصبيحي، التحولات في بيئة الاتصال الرقمي وعلاقتها بإدراك القائمين بالاتصال في الصحافة العربية لأدوارهم الوظيفية والمهنية، دراسة على عينة من الصحفيين المصريين والسعوديين، حولية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، 2020، العدد 42، ص 9-146.

Available at:
الوصف: التحولات في بيئة الاتصال الرقمي وعلاقتها بإدراك القائمين بالاتصال في الصحافة العربية لأدوارهم الوظيفية والمهنية (mandumah.com):

13 Shannon C McGregor, 2019, social media as public opinion: How journalists use social media to represent public opinion, *Journalism*, Vol. 20(8), pp. 1070–1086

14 صفية محمد صالح، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير غرفة الأخبار بالإمارات العربية المتحدة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع 23، ص 17-39، 2019

15 Amjad Omar Safori, (2018), Social Media's Impact on a Journalist's role, *Journal of Science Education*, 19 (1), pp. 148- 162.

16 McCarthy, M. and O'Reilly, S., *Living and Working with social media: A media organization perspective*, 2017

available at: https://www.safefood.net/getattachment/ca584c04-33c7-45d2-b2f0-16efb8068bc0/social-media-paper_final-draft.pdf?lang=en-IE

17 Mashiro Yamamoto, Seungahn Nah, Deborah S. Chung, (2017), U.S. Newspaper Editors' Ratings of social media as Influential News Sources, *International Journal of Communication*, 11(2017), pp.684–700.

18 فاطمة فايز، القائم بالاتصال في منصات تقييم مصداقية الإعلام الرقمي، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، المجلد، أكتوبر 2021، ع77، ج3، الصفحة 1209-1265.

19 مي عبد الغني، توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ابريل 2020، ع12، ص 41 – 9.

20 Tian Yang and Yilang Peng , The Importance of Trending Topics in the Gatekeeping of Social Media News Engagement: A Natural Experiment on Weibo , *Sage Journals* , Volume 49, Issue 7, First published online June 19, 2020

21 Eylem Yanardagoglu, (2020), Just the way my generation reads the news': News consumption habits of youth in Turkey and the UK, *Global Media, and Communication*, **available at:** <https://doi.org/10.1177/1742766520979729>

22 Manuel Goyanes, Marton Demeter, (2020), Beyond positive or negative: Understanding the phenomenology, typologies, and impact of incidental news exposure on citizens' daily lives, *new media & society*,

available at: <https://doi.org/10.1177/1461444820967679>

23 Issa Annamoradnejad, Jafar Habibi (2019), "A Comprehensive Analysis of Twitter Trending Topics," *International Conference on Web Research (ICWR)*, Tehran, Iran, pp. 22-27

24 أحمد منصور، دور المسؤولية الاجتماعية لدي القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات، المجلة العلمية لبحوث الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي، يوليو 2018، المجلد 4، ع4، الصفحة 1-33.

available at:

[.pdf \(aljazeera.net\)](https://www.aljazeera.net/alfan/2018/07/20/1461444820967679)

25 ايناس بوسعيدى، آليات التحقق من الأخبار المتدفقة عبر الإعلام الاجتماعي؛ دراسة حالة: تغطية قناة الجزيرة للمشهد اليمني، معهد الجزيرة للإعلام، يوليو 2018.

26 رضا عبد الواحد أمين، مواقع التواصل الاجتماعي والشائعات (النار والهشيم)، المعالجات والحلول، مؤتمر: ضوابط الشبكات الاجتماعية في الإسلام، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، نوفمبر 2016.

- 27 إسراء صابر، واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية: دراسة الاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول" الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 2021، ع3، ص251، 275.
- 28 محمود رمضان أحمد عبد اللطيف، تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية: دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي، مجلة البحوث الإعلامية، أكتوبر 2020، ع55، ج1، ص102-180.
- 29 على جمال، السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية ذات المنصات المتعددة: دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة - كلية الاعلام - قسم الصحافة، يونيو 2020، ع19، ص 507 – 489.
- 30 وداد هارون أحمد، واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي في صناعة المحتوى بالمؤسسات الصحفية السودانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ابريل 2022، ع2، ص269-328.
- 31 كلير واردل، عصر فوضى المعلومات، دليل التحقق من عمليات التضليل والتلاعب الإعلامي، مركز الصحافة الأوروبي، تحرير كريغ سيفرمان، الطبعة الأولى معهد الجزيرة للإعلام، 2020، ص24-28.
- 32 غادة محمود عبد الحميد، المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية في المجتمع، الحوار المتمدن، ع 7135، 13-1-2022
- 33 المرجع السابق
- 34 كلير واردل، عصر فوضى المعلومات، مرجع سابق.
- 35 هكذا نتحقق من صحة الصور عند البحث على غوغل، 23 يونيو 2020،

available at:

هكذا نتحقق من صحة الصور عند البحث على غوغل(alarabiya.net)

36 مرجع سابق.

37 مرجع سابق.