

تكنولوجيا الإتصال:

ارتهان صحافة الويب لمواقع التواصل الاجتماعي، الثابت والمتحول

د. استيتو عبد الجبار
جامعة عبد المالك السعدي طنجة

revues.imist.ma/index.php/Lixus/index

■ الاستشهاد المرجعي:

- استيتو عبد الجبار، ارتهان صحافة الويب لمواقع التواصل الاجتماعي، الثابت والمتحول، مجلة ليكسوس،

العدد 41، فبراير 2022، صص: 85-95

■ الملخص:

الصحافة الرقمية أو صحافة الويب هي الوجه الجديد لمهنة الصحافة، وهي محصلة التزاوج بين الإعلام والثورة التكنولوجية الحديثة، فهي مرتبطة بالوسائط الجديدة للاتصال، وتعتمد جل نشاطات إنتاج المحتوى الإعلامي فيها على تطبيقاته المختلفة والمتعددة. ومن بين المنصات التي أضحت أحد أهم مصادر المعلومات للصحفيين على الشبكة، مواقع التواصل الاجتماعي، يكاد لا يخلو أي عمل صحفي من البحث المعمق فيها كما أضحت وسيلة لضمان أكبر قاعدة جماهيرية و بالتالي مصدرا مهما للدخل عبر بوابة الإعلانات . لكن بالمقابل تكون أحيانا هذه المنصات نافذة على أفكار ذات طبيعة خطيرة كالأيديولوجيات المتطرفة أو هويات خفية تنشر محتوى مزيف و مضر أحيانا يخلق بيئة خصبة للأخبار الكاذبة، التي لا تحترم قواعد العمل الصحفي ولا أخلاقياته.

■ **كلمات المفاتيح:** صحافة الويب – مواقع التواصل – أخلاقيات الصحافة – الارتهان الاقتصادي.

■ Abstract:

Digital journalism or web journalism is the new face of the profession of journalism, and it is the result of the marriage between media and the modern technological revolution. The concept of web journalism is related to the new media of communication, and the bulk of its media content production activities depend on its various and multiple applications. Among the platforms that have become one of the most important sources of information for journalists on the network, social media, almost no journalistic work is devoid of in-depth research on social media. It also became a way to

ensure the largest audience base and thus an important source of income through advertising. On the other hand, however, these platforms are sometimes a window to ideas of a dangerous nature such as extremist ideologies or hidden identities that create fake and harmful content that sometimes creates a fertile environment for false news, which not respects the rules of journalism and its ethics.

■ **Key words:** web journalism - social media - ethics of journalism – economic dependency

التي أضحت أحد أهم مصادر المعلومات للصحفيين على الشبكة، مواقع التواصل الاجتماعي. يكاد لا يخلو أي عمل صحفي من البحث المعمق في وسائل التواصل الاجتماعي، سواء كان تقصيا عن المزيد من المعلومات عن شخصية ما، أم تبع لخبر عاجل، فوسائل التواصل الاجتماعي تعد إحدى أفضل السبل لمعرفة الكثير عن تفاصيل الأحداث. لقد بدأ الباحثون بتسمية الصحفيين «مراقبي البوابات»، و«ملاحظي» المعلومات، وأصبحت وظيفة مدير مواقع التواصل الاجتماعي تتحول لاحقا عند الكثير من المؤسسات إلى وظيفة صحفية يقوم بها صحفيون يتوفرون على تكوين في هذا المجال.

لكن بالمقابل تكون أحيانا هذه المنصات نافذة على أفكار ذات طبيعة خطيرة كالأيديولوجيات المتطرفة أو هويات خفية تخلق محتوى مزيف و مضر أحيانا يخلق بيئة خصبة للأخبار الكاذبة، التي تحترم قواعد العمل الصحفي ولا أخلاقياته. كما أن الكثير من المعلومات المتداولة - سواء على شكل صور، ملفات صوتية أو مرئية أو نصوص مكتوبة - متداولة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لكن مصادر هذه المعلومات هم غالبا أفراد ليس لهم تكوين مهني

مقدمة:

نعيش حاليا في عصر مثير جدا من وجهة نظر صحفية، فالأفراد يعتمدون بشكل متزايد على الإنترنت في تلقي المعلومات و التواصل فيما بينهم مما أدى إلى تغير كبير في الصحافة. لقد بدلت ثورة التكنولوجيا الطريقة التي يتلقى فيها الجمهور الأخبار والمعلومات ويتفاعل معها. حيث استطاعت التكنولوجيا الرقمية، من خلال وسائل عديدة، أن تؤثر في ممارسة الصحافة بدءا بطريقة جمع المعلومات وتقديم الأخبار، مروراً بملائمة المؤسسات الإعلامية لبنياتها، وصولا إلى سرعة تطور التقنيات الإعلامية، على نحو جعلها تخرق النسيج الاجتماعي بأشكال متنوعة .

أتاحت التكنولوجيات الجديدة فرصة لحدوث ثورة صحفية، حيث أضحى المتلقي يدلي بدلوه، ويشارك في دينامية صنع المعلومات، ونشرها، واستهلاكها. وأضحت الصحافة الرقمية أو صحافة الويب هي الوجه الجديد لمهنة الصحافة، وهي محصلة التزاوج بين الإعلام والثورة التكنولوجية . فمفهوم صحافة الويب مرتبط بالوسائط الجديدة للاتصال، وتعتمد جل نشاطات إنتاج المحتوى الإعلامي فيها على تطبيقاته المختلفة والمتعددة. ومن بين المنصات

المرتبطة بها الى ظهور مفهوم صحافة الويب، أو الصحافية الرقمية ، ومنذ بداياته الأولى و حتى في مراحلها المتطورة لازالت قضية تسمية هذا النوع الصحفي تعرف تنوعا على المستوى المصطلحي، فتعرف أحيانا بالصحافة السيبرانية (cyberjournalisme)، أو صحافة الوسائط المتعددة (Journalisme multimédia)، أو الصحافة على الخط (ligne en Journalisme)، أو صحافة الويب (Web journalisme) وغيرها من التسميات.

يعتبر (Deuze Mark 2004) من الأوائل الذين تساءلوا حول مفهوم الصحفي متعدد الوسائط، وقد توالى التساؤلات حول ملامح صحفي الويب وفق منظور سييسولوجيا مهنة الصحافة، ومن أجل الخروج من هذا الغموض والالتباس يذهب الباحثون المهتمون بهذا الموضوع إلى التفريق بين صحفي الويب والصحفي التقليدي، رغم أنه من المستبعد أن يكون هناك صحفيون يمارسون اليوم عملهم بالطرق التقليدية دون الاستفادة من وسائط الاتصال الحديثة والإنترنت بالدرجة الأولى وهذا ما سمح بظهور صحافة الويب.¹ تعرف صحافة الويب على أنها شكل من أشكال العمل الإعلامي يستخدم الإنترنت بصفة أساسية، ومن خلال الوسائل الإلكترونية التقليدية، أو الصحف على الخط. و صحافة الويب هي محصلة التزاوج بين الإعلام والاتصال والثورة

وأن معلوماتهم لم تخضع للتدقيق الصحفي و ليس لديهم أي إلتزام بتقديم معلومات جيدة.

لكن هناك عامل آخر لا يتعلق فقط بالمؤسسة الإعلامية أو بقراءها، إنها الإعلانات التي هي أحد أهم مصادر الدخل الأساسية للصحافة الرقمية، إن انتقال المعلنين من الصحافة الرقمية إلى منصات التواصل، ذلك أن الإنترنت يتيح لهم إمكانيات لترويج علاماتهم التجارية بأسعار تنافسية أقل بكثير مما تطلبه الصحافة الرقمية (إعلانات غوغل و فيسبوك و يوتيوب)، دفع مؤسسات الصحافة الرقمية إلى ضرورة نشر محتوى رقمي يستهلك بشكل كامل خارجها، أي على مواقع التواصل التابعة لها أو عبر ترويج الروابط في صفحات وحسابات تحمل اسم المؤسسات المذكورة على المواقع الاجتماعية.

إن ارتهان الصحافة الرقمية ومعها وسائل الإعلام الأخرى لمواقع التواصل الاجتماعي عبر البوابة الاقتصادية أو عبر القاعدة الجماهيرية المتزايدة، يطرح تساؤلات حول مستقبل مهنة الصحافة ككل، إذ لم تكن أبدا بكل هذه التبعية لمنصات أخرى.

فهل الصحافة الرقمية قادرة على الخروج من شرك الشبكات الاجتماعية؟

1 - صحافة الويب أو الصحافة الرقمية:

أدى تنامي استخدام تكنولوجيات الاتصال والإعلام الجديدة في مجال الصحافة والنشاطات

¹ Amandine Degand, Benoît Grevisse, Journalisme en ligne, 1éd, Edition De Boek, Bruxelles, 2012, p 1 13- 14.

لوضع نصوص متعددة في اتصال تلقائي وعلى الفور، وهي كذلك بناء استطرادي متعدد الخطية (Multilinear) يقوم على ترابط كتل النص الرقمي. كما يسمح بامتداد داخل النص (intertextuality of extension) ويقدم وسائل جديدة للوصول إلى محتويات متاحة، ويعزز التفاعل؛ ويعطي القارئ مزيدا من السلطة في البناء الواقعي.

من بين الأدوات المهمة التي يستخدمها صحفيو الويب، النص التشعبي/الفائق الذي يساعد على إغناء النص الصحفي بمعلومات إضافية مفيدة، فيمكن إدماج عدة وثائق (نصوص مكتوبة، سمعية، مرئية) انطلاقا من المحتوى الأصلي، وهذه التقنية مكنت من تجاوز عائق المساحة المخصصة للكتابة بالنسبة للصحف، والفترة الزمنية بالنسبة للسمعي البصري. وكانت الثورة الحقيقية مع الويب 2.0 ابتداء من 2003-2005 وما فتحه من إمكانية توظيف الصور والفيديوهات، وإدخال محركات البحث العديدة، وسرعة الوصول إلى المعلومة، وكذلك الأرضيات التي تسمح بالولوج إلى الفيديوهات والموسيقى وغيرها. وهذا يعني تكيف المهنة الصحفية مع هذه التحولات، مما أدى إلى ميلاد الكتابة المتعددة الوسائط (écriture multimédia) وكذلك صحافة البيانات (datajournalism) وموثق الويب (webdocumentaires) وكذلك المحتوى

التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال (التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال). ويبقى مفهوم صحافة الويب مرتفن بالوسائط الجديدة للاتصال، وتعتمد جل نشاطات إنتاج المحتوى الإعلامي فيها على تطبيقاته المختلفة والمتعددة.

شهدت الممارسة الصحفية كثيرا من التحولات بداية في السنوات الأخيرة، مع ظهور الإنترنت وانتشارها بشكل واسع، وقد كانت النقلة الكبرى مع الجيل الثاني من الإنترنت (Web2.0)، الذي ساعد على ظهور الصحافة الرقمية أو صحافة الويب. وابتداء من سنة 2000 تحدث (John) (Pavlik) في دراسة موسومة ب: (The impact of technology on journalism)، عن الدور البارز الذي لعبته التكنولوجيا في إحداث تغييرات عميقة في مهنة الصحافة.¹ ومن أهم خصائص هذا النوع الإعلامي الجديد، الفورية المرتبطة بالتحسين المستمر لمضامينها، والتفاعلية التي تعني التواصل المستمر مع المستخدمين من خلال الرسائل الإلكترونية، بالإضافة إلى الاستفادة من الكثير من تطبيقات الوسائط الجديدة، ولعل أهمها التوسل بالنصوص الفائقة في التحرير الصحفي من خلال المزج بين النص السطري، المسموع، والمرئي. ومن السمات التي تطبع صحافة الويب، اعتمادها على النصوص الفائقة (Hyper text)، وهي من أبرز مميزات شبكة الأنترنت. و من وجهة نظر تقنية فهي أداة معلوماتية

communication, Revue française des sciences de l'information et de la communication, 6, 2015

¹ Nicolas Pélissier et Mamadou Diouma Diallo, Le journalisme à l'épreuve des dispositifs sociométriques d'information et de

- التمتع بالاستقلالية في تعديل المواد التحريرية، إضافة عناصر جديدة، وحذف بعضها الآخر.
- القدرة على تقييم الأحداث ومدى مصداقيتها، انطلاقاً من الخلفية المعرفية و الأبحاث المختلفة التي يقوم بها.

- السرعة في الأداء، فهي من الخصائص الأساسية للإنترنت وتطبيقاتها وعليه يجب التكيف مع هذا الرهان مع الأخذ بالمواع التقنية والقانونية.
- التشاركية، وتعني الدخول في علاقات تبادل للمحتويات المرتبطة بالمادة العالمية مع مستخدمي وسائط الاتصال الجديدة.

إن الصحفي الذي ينشط عبر الخط يختلف عن الصحفي التقليدي الذي يقوم بمهام محددة تتمثل في جمع المادة الإعلامية الخام التحريرية، أما في زمن الوسائط فإن الإعلاميين تتداخل مهامهم كما تتداخل النصوص التي يوظفونها، كما أن العمل في ظل التكنولوجيا الجديدة ذو إيقاع سريع، فكل شيء يتغير بسرعة ويخضع لإكراه التحيين المستمر، مما يجعل الصحفي أمام تحدي الوقت في كل ما ينشره على الخط، أو في مختلف الوسائط الاتصالية الإلكترونية. ورغم أن صحافة الويب مازالت لم تتشكل ملامحها بصفة واضحة، فمهنيو الإعلام الذين كانوا ينشطون ضمن الإعلام التقليدي تحولوا إلى

التناسلي (user generated content) الذي يعبر عن التعليقات والتصويت وترتيب المقالات الصحفية من طرف مستخدمي الإنترنت، ووصول إلى التفاعل مع الصحفيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فيسبوك والتويتز بالدرجة الأولى.¹

كما فتحت الوسائط الجديدة للصحفي أفقا جديدا للاقتراب أكثر من الجمهور، فيما كانت سابقا علاقة عمودية تخضع للاتصال الذي يخلو من التغذية الراجعة، أما اليوم فعلاقة الصحفيين بالقراء تطورت عن طريق التفاعلية من خلال البريد الإلكتروني، المنتديات، المحادثات، المدونات، والشبكات الاجتماعية.²...

وقد أنجز عن هذا التحول ملمحا جديدا للصحفي، بفعل ما طرأ من ممارسات ارتبطت باستخدام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، وتطبيقاتها في العمل العالمي في جل مراحله من بناء الرسالة الإعلامية إلى نشرها على الخط وهذا ما أكسب الممارسة الصحفية الجديدة (صحافة الويب) خصائصا تتمثل في³:

- تعدد المهام بالنسبة لصحفي الخط، حيث يقوم بالتحرير، التصوير الفوتوغرافي والفيلمي، معالجة الصور، وتنشيط المحادثات النقاشية.

³ 11. Jean-blaise Held, Introduction au journalisme, Université de Fribourg, Automne, 2011, p9.

¹ Amandine Degand, Benoît Grevisse; Op.cit, p29.

² 10. Nicolas Pélissier et Mamadou Diouma Diallo; Op.cit.

الشبكة الاجتماعية هي مجموعة من العلاقات بين وحدات اجتماعية، بينما يحيل مصطلح الشبكات الاجتماعية إلى مجموعة من المواقع مثل الفيسبوك والتويتر وعليه فإن التسمية الأصح هي مواقع التواصل الاجتماعي ميزتها الرئيسية هي التفاعلية. وظهر هذا النوع من المواقع أول مرة بالولايات المتحدة الأمريكية سنة 1995 بموقع لزملاء الدراسة (classmates.com) ثم سنة 1997 ظهر موقع (sixdegrees.com) وظهرت هذه المواقع مع الجيل الأول للويب. ومع ظهور الجيل الثاني للويب (web2) اكتمل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي مع موقع (friendser.com) ثم بفرنسا موقع (skyrock.com)، ومع بداية 2005 ظهر موقع (mayspace.com) من أكبر المواقع على مستوى العالم والمنافس لموقع (facebook) الذي ظهر في نفس التاريخ و تطور لاحقا، ثم ظهرت عدة مواقع أخرى كتويتر و اليوتوب وهناك أكثر من 200 موقع يصنف ضمن مواقع التواصل الاجتماعي وتأخذ عدة أشكال يكمن حصرها في ستة أنواع : شبكات تواصل اجتماعية كبيرة مثل الفيسبوك وماي سبيس - المدونات - موسوعات wikis - البودكاست - المنتديات - المدونات الصغيرة.

وسائل التواصل الاجتماعي، عموما، هي منصات على الإنترنت أو الهاتف المحمول تتيح التفاعل

الممارسات اللصيقة بتكنولوجيا الاتصال، رغم أنهم غير متخصصين ولم يتلقوا تكويننا في ذلك. وتأسيسا لما سبق، فيما يخص بعض التحولات التي طالت الممارسة الإعلامية في ظل التكنولوجيات الجديدة للأعلام والاتصال، والتي أسست لميلاد صحافة الويب، فقد ظهر جليا الاختلاف بين الممارسة الكلاسيكية للصحافة التي تعتمد على التعمق والمتابعة الطويلة للأحداث والقضايا، وبين صحافة الويب التي تعتمد على القصير و المحين باستمرار والتفاعلية والمزج بين النص المكتوب والصوت والصورة.¹

2- مواقع التواصل الاجتماعي :

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء و التجمع على الأنترنيت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسماع صوتهم و صوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع .

هناك من يسمي هذه المواقع بالشبكات الاجتماعية أو مواقع التشبيك الاجتماعي، غير أن مصطلح الشبكات الاجتماعية يرتبط بمفهومين مختلفين الأول مفهوم سوسيولوجي والثاني تكنولوجي متعلق بظهور الأنترنيت و تطبيقاته، فمن نظرة سوسيولوجية يرى الباحثين واسرمان و فوست² أن

²Wasserman, S. &. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.

¹.Amandine Degand, Benoît Grevisse; Op.cit, p30,

مثل Meltwater Buzz و Tweetdeck بهدف نقل ردود الفعل إلى المستخدم صاحب المحتوى.

3 - العلاقة بين صحافة الويب و مواقع التواصل:

أصبح الخط الفاصل بين وسائل الإعلام وجمهورها التقليدي غير واضح، وأفسحت العلاقة الهرمية القديمة الطريق أمام رابطة أكثر مساواة حيث يتواصل الطرفان ويتفاعلان أكثر. وأضحت وسائل التواصل الاجتماعي مفيدة جدا للصحافة الرقمية خاصة في التعامل مع الأخبار اللحظية الأخيرة (الأخبار العاجلة) حيث تسمح بمواكبة أحدث المعلومات، خاصة عندما ينشر الأشخاص في المواقع الأحداث الجارية في الوقت الفعلي.

الكثير من الأخبار التي يقرؤها أو يشاهدها المتلقي على الإنترنت يصادفها في مواقع التواصل الاجتماعي، ففي استطلاع لمركز "بيو" للأبحاث عام 2018، تبين أن 68% من الأميركيين ما فوق 18 عاما، يحصلون على الأخبار عن طريق مواقع التواصل، شكل فيسبوك النسبة الأكبر منها بـ43%، وبعده يوتيوب بنسبة 21%، ثم تويتر بنسبة 12%¹.

لكن وسائل التواصل الاجتماعي لا تتعلق فقط بتمكين هذا النوع الصحفي الجديد من التفاعل، بل يمكن للصحفيين أيضا التواصل والتحقيق بشكل مختلف. تسمح وسائل التواصل الاجتماعي للصحفي بالتقصي حول الموضوع الذي يختاره من مجموعة

الثنائي الاتجاه عبر محتويات ينتجها المستخدمون أنفسهم، فضلا عن التواصل بين المستخدمين. ومن ثم، فوسائل التواصل الاجتماعي ليست كوسائل الإعلام التي لا تخرج إلا من مصدر واحد أو من موقع واحد، وإنما هي وسائل للتواصل عبر منصات صممت خصيصا لتتيح للمستخدمين إنتاج المحتويات بأنفسهم والتفاعل مع المعلومات ومع مصدرها.

من بين منصات التواصل الاجتماعي الشائعة الاستخدام في الوقت الراهن، نذكر على سبيل المثال لا الحصر: facebook, Blogs, Vimeo, Bambuser, twitter, youtube, Instagram, Flickr, LinkedIn, +Google Gloop استخدامهما في بلدان أو مناطق بعينها هناك في إيران و Orkut في البرازيل و الهند، Cyworld في كوريا الجنوبية، Friendster في شرق آسيا، Grono.net في بولندا، hi5 في بعض مناطق آسيا و إفريقيا و أمريكا اللاتينية، mixi في اليابان، Spaces في روسيا، و Sina Weibo في الصين.

وبالإضافة إلى تلك المنصات، فهناك العديد من "لوحات التحكم" المصممة لتجميع جميع الرسائل والمشاركات المنقولة عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي مثل، HootSuite و Threadsy و Buffer، و البرامجيات التي تساعد على متابعة المناقشات التي تجري عبر وسائل التواصل الاجتماعي

Center <https://www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/>

¹ News Use Across Social Media Platforms 2018, Elisa Shearer, Katerina Eva Matsa, Pew Research

- أصبح استخدام الشبكات الاجتماعية واسع الانتشار داخل الصحافة بمعدل 96٪.
- الترويج للمقالات والمراقبة والتفاعل مع القراء هي الاستخدامات الرئيسية الثلاثة التي يتقاسمها الصحفيون في المقام الأول.
- السرعة على حساب التحليل هي دائماً الحجة النقدية التي يستشهد بها الصحفيون.
- في الغالب (متوسط 51٪)، تعتبر الشبكات الاجتماعية كمقياس لأدائها.
- بالنسبة لنصف الذين شملهم الاستطلاع، تعتبر الأخبار المزيفة مشكلة خطيرة للأخبار السياسية والعامية.
- الصحفيون أقل اعتماداً على المسؤولين الصحفيين بسبب استخدامهم على الشبكات الاجتماعية.¹
- تبنى جل المؤسسات الإعلامية الرقمية نموذجها الاقتصادي على الإعلانات كأحد مصادر الدخل الأساسية، وكذلك الشراكات وأحياناً تمويلات منظمات غير حكومية أو اشتراكات القراء، أو حتى التمويل الحكومي. هذه الإعلانات كانت تتلاءم مع مواقع الصحافة الرقمية، لكن مع انتقال المحتوى إلى صفحات مواقع الشبكات الاجتماعية، أضحت التحدي هو كيفية نقل الإعلانات إلى هذه المنصات.

متنوعة من المصادر التي يعتبرها جديرة بالثقة، وبالتالي يمكنه متابعة آخر الأخبار حول موضوعه والتحقق بانتظام مما إذا كان هناك أي شيء جديد. تعمل وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً على جعل عملية جمع المعلومات والآراء من مجموعة من الأصدقاء أو المعارف أو المتابعين المتصلين أمراً سريعاً وسهلاً. هذه الممارسة تسمى التعهيد الجماعي (crowdsourcing). كما تساعد وسائل التواصل الاجتماعي الصحفيين على نشر أعمالهم خارج وسائل الإعلام التقليدية، أو للعثور على أفكار للقصص الرقمي.

اعتماد الصحافة على مواقع التواصل الاجتماعي، انتقل من مجرد الاستفادة منها لجلب الزوار، إلى ضرورة نشر محتوى رقمي يستهلك بشكل كامل خارجها، أي على مواقع التواصل. وذلك عبر ترويج الروابط في صفحات وحسابات تحمل اسم المؤسسات الصحفية المذكورة على المواقع الاجتماعية. فقد أصبحت وسيلة فعالة لجلب العديد من المتابعين. في دراسة لمعهد (Cision) وجامعة (Canterbury Christ Church) عام 2017 شارك فيها 1857 صحفياً من 6 دول مختلفة و عرضت الاتجاهات الرئيسية التالية في علاقة الصحافة بوسائل التواصل الاجتماعي.

[blancs/etude-monde-journalistes-et-reseaux-sociaux-les-grandes-tendances-2018-gate](https://www.cision.fr/ressources/livres-blancs/etude-monde-journalistes-et-reseaux-sociaux-les-grandes-tendances-2018-gate)

¹ Groupe CISION . ETUDE MONDE - JOURNALISTES ET RESEAUX SOCIAUX : LES GRANDES TENDANCES. 2017 . in : <https://www.cision.fr/ressources/livres->

أهمها تزايد عدد المستخدمين ذوي الدوافع الخبيثة الذين ينشرون المعلومات المغلوطة والمضللة أو ما يعرف بالمحتوى المزيف . و توضح في هذا الصدد (كلير واردل 2020) الفرق بين المعلومات المغلوطة (Misinformation) والمعلومات المضللة (Disinformation) والمعلومات

الخبيثة (Malinformation) . لكن الفرق هو أن: المعلومات المضللة تكون من صنعة وترويج جهات تهدف إلى خلق الضرر، سواء كان ماليًا أم سياسيًا أم ماديًا أم يتعلق بسمعة شخص أو جماعة ما. أما المعلومات المغلوطة، 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 فهي معلومات صحيحة، لكن الجهات التي تبدأ بنشرها تهدف إلى التسبب بالضرر . فتسريب رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بهيلاري كلينتون خلال الحملة الانتخابية الأمريكية عام 2016 هو مثال على ذلك، ويدخل في ذلك أيضًا مشاركة صور أو مقاطع فيديو إباحية على سبيل الانتقام.¹

والخطر الأكبر الذي يتهدد صحافة الويب هو فقدان ثقة الجمهور، فحسب "تقرير رويترز للأخبار الرقمية 2019"، فقد انحدر مؤشر الثقة إلى 42%،

انتقال المعلنين من الصحافة الرقمية الى مواقع التواصل راجع للقاعدة الجماهيرية المتزايدة لهذه الأخيرة والتي تفوق بكثير نسبة متابعي الصحافة الرقمية، والأهم أن هذه المنصات تتيح لهم إمكانيات ترويج علاماتهم التجارية بأسعار تنافسية أقل بكثير مما تطلبه الصحافة الرقمية.

والبداية كانت بإعلانات غوغل التي أتاحت للمعلنين ترويج روابطهم بأسعار تنافسية، لدرجة أن الكثير من الصحف الرقمية لم تجد بدا من السماح لإعلانات شركات محلية بالظهور عندها، لكن على شكل إعلانات غوغل، مما قلل كثيرا من الأرباح التي كان يمكن لهذه الصحف أن تحققها إن هي تعاملت مع المعلنين مباشرة دون المرور عبر غوغل. ثم جاء فيسبوك الذي لم يتح للشركات ترويج علاماتها التجارية في الإعلانات الجانبية فحسب، بل مكنها من خلق صفحات، ودفع مقابل مادي بسيط للغاية (مقارنة بما كانت تدفعه في الإعلانات التقليدية) لترويج منتجاتها، وغالبا ما تكون المنشورات على شكل فيديوهات أو صور، بما يرفع حجم التفاعل إلى أبعد مدى. كما أن يوتيوب قد قطع أشواطاً كبيرة فيما يعرف باسم (Monetisation) ، أي تمكين صانع المحتوى من تحقيق عائد مالي عبر الإعلانات.

إن هجرة المعلنين و معهم صحافة الويب نحو مواقع التواصل الاجتماعي، أفرز عدة ظواهر سلبية

¹ كلير واردل. دليل التحقق من عمليات التضليل والتلاعب الإعلامي. عصر فوضى المعلومات. معهد الجزيرة للإعلام 2020

يضاف إلى ذلك التزايد المستمر للمعلومات الكاذبة و المغلوطة والخبثية على الشبكة.

إن بناء علاقة جديدة بين الشبكات الاجتماعية والصحافة الرقمية، أساسها التوازن، بدل الارتحان أو التبعية. كل طرف يحتاج إلى الآخر، لتبقى المعادلة متوازنة. بدون صحافة مهنية ستسقط المواقع الاجتماعية أكثر في فخ الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة، وفي الجانب الآخر، ستفقد الصحافة منصات جماهيرية مهمة للغاية.

ووعيا منها بالتهديدات التي تمس جوهر العمل الصحفي عموما، فقد دعت الأمم المتحدة بمناسبة اليوم العالمي للصحافة، باتخاذ الخطوات الكفيلة لضمان استمرارية وسائل الإعلام من الناحية الاقتصادية، عبر وضع الآليات الكفيلة لضمان شفافية شركات الإنترنت، وكذا تعزيز قدرات الدراية الإعلامية والمعلوماتية التي تمكن الناس من الإقرار بالصحافة وتأمينها والدفاع عنها والمطالبة بها كجزء حيوي من المعلومات كمنفعة عامة.

بناقص درجتين عن مؤشر 2018، ولا تبلغ الثقة في الأخبار المنتشرة عبر مواقع التواصل سوى 23%، بـ10 درجات أقل عن الأخبار التي يجدها المتلقي عبر البحث¹.

خاتمة:

الإعلام هو خدمة عمومية ضرورية في البناء الديمقراطي وفي استمراره، فرغم التحولات التكنولوجية السريعة التي أثرت بشكل كبير على الممارسة الصحفية، وجعلتها رهينة لتحولات اقتصادية و سلوكية، إلا أن الثابت هو أن مهنية الممارسة الإعلامية ومصداقيتها والتزامها بأخلاقيات المهنة. هي الخصائص التي تعطي لمهنة الصحافة هويتها التي لن تتغير مع مرور الزمن. حولت فوضى الممارسات الإعلامية، وخاصة على منصات التواصل، الصحافة الرقمية إلى حقل للاستنساخ غير المشروع. كما أن الابتزاز والتشهير من أجل الكسب والتربح أفقد هذا الصنف من الإعلام مصداقيته واستقلالته ونزاهته.

البيبيوغرافيا:

-كلير واردل ، دليل التحقق من عمليات التضليل والتلاعب الإعلامي. عصر فوضى المعلومات. معهد الجزيرة للإعلام 2020

- Degand Amandine, Grevisse Benoît, Journalisme en ligne, 1éd, Edition De Boek, Bruxelles, 2012, p 1 13- 14.

- Groupe CISION , ETUDE MONDE – Journalistes et réseaux sociaux : les grandes tendances . 2017 . in : <https://www.cision.fr/ressources/livres-blancs/etude-monde-journalistes-et-reseaux-sociaux-les-grandes-tendances-2018-gate>
- Held Jean-blaise, Introduction au journalisme, Université de Fribourg, Automne, 2011, p 9.
- Pélissier Nicolas et Diouma Diallo Mamadou, Le journalisme à l'épreuve des dispositifs socio - numériques d'information et de communication, Revue française des sciences de l'information et de la communication ,6, 2015
- Shearer Elisa, Katerina Eva , News Use Across Social Media Platforms 2018, Matsa, Pew Research Center in : <https://www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/>
- Wasserman, S. &. (1994). Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge: Cambridge University Press.