

The Islamic University of Gaza
Deanship Research & Postgraduate Studies
Faculty of Arts
Master of Journalism



الجامعة الإسلامية بغزة
عمادة البحث العلمي والدراسات العليا
كلية الآداب
ماجستير الصحافة

اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا
الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي
"دراسة ميدانية"

**Attitudes of Palestinian Journalists Towards
the Use of Modern Technology Techniques in
the Verification of Information's Through
Digital Media
"A Field Study"**

إعدادُ الباحثِ
فارس سلمان أبو شيحة

إشراف الدكتور
أحمد عرابي حسين الترك

قُدِّمَ هَذَا الْبَحْثُ إِسْتِكْمَالاً لِمُتَطَلِبَاتِ الْحُصُولِ عَلَى دَرَجَةِ الْمَاجِسْتِيرِ فِي الصَّحَافَةِ بِكُلِّيَةِ الْآدَابِ
فِي الْجَامِعَةِ الْإِسْلَامِيَّةِ بِغَزَّةَ

أكتوبر/ ٢٠٢١م - ربيع الأول/ ١٤٤٣هـ

إقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا
الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي
"دراسة ميدانية"

Attitudes of Palestinian Journalists Towards the Use of Modern Technology Techniques in the Verification of Information's Through Digital Media "A Field Study"

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه
حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل الآخرين لنيل درجة أو لقب
علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

I understand the nature of plagiarism, and I am aware of the University's policy on this.

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted by others elsewhere for any other degree or qualification.

Student's name:	فارس سلمان أبو شيحة	اسم الطالب:
Signature:	فارس سلمان أبو شيحة	التوقيع:
Date:	سبتمبر، ٢٠٢١م	التاريخ:

نتيجة الحكم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



هاتف داخلي: 1150

الجامعة الإسلامية بغزة
Islamic University of Gaza
عمادة البحث العلمي والدراسات العليا

ج س غ/35/
الرقم Ref.
التاريخ Date 13/10/2021م

نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناء على موافقة عمادة البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث/ فارس سلمان عبد المنعم ابو شيحه لنيل درجة الماجستير في كلية الآداب/ قسم الصحافة وموضوعها:

اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي
"دراسة ميدانية"

Attitudes of Palestinian Journalists Towards The Use of Modern Technology Techniques in The Verification of Information's Through Digital Media A Field Study

وبعد المناقشة العلنية التي تمت اليوم الاربعاء 6 ربيع الأول 1443هـ الموافق 2021/10/13م الساعة الواحدة مساءً، في قاعة مؤتمرات مبنى القدس اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

د. أحمد عرابي/ حسين الترك	مشرفا ورئيسا
د. أمين منصور وافي	مناقشا داخليا
د. خضر مصطفى الجمالي	مناقشا خارجيا

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في كلية الآداب/قسم الصحافة. واللجنة إذ تمنحه هذه الدرجة فإنها توصيه بتقوى الله تعالى ولزوم طاعته وأن يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق،،،

عميد البحث العلمي والدراسات العليا

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي، بالإضافة إلى الوقوف على مدى التزام الصحفيين الفلسطينيين بتلك التقنيات الحديثة في إطار التحقق من المعلومات التي يتم الحصول عليها من الإعلام الرقمي، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدم فيها منهج المسح الإعلامي، وفي إطاره تم توظيف أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، واعتمد الباحث على نظريات ثلاث وهي الاعتماد على وسائل الإعلام، والقائم بالاتصال، وترتيب الأولويات، وتم جمع بيانات الدراسة باستخدام أداتي استمارة صحيفة الاستقصاء والمقابلة المعمقة مع عينة متاحة من المتخصصين في مجال التحقق من المعلومات ومواقع التواصل الاجتماعي، وقام الباحث بتوزيع عينة صحيفة الاستقصاء على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٢٥٣) مفردة، من الصحفيين الفلسطينيين الممارسين للمهنة والمقيمين في محافظات قطاع غزة، خلال المدة الزمنية ما بين ٢٠٢١/٧/١٣ م حتى تاريخ ٢٠٢١/٨/١٠ م. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

١. جاءت درجة استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة ٣٤,٩%.
٢. احتلت الأخبار المرتبة الأولى كأكثر المجالات المستخدمة من قبل الصحفيين الفلسطينيين في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي بنسبة ٨٩,٤%.
٣. أهم الدوافع وراء استخدام الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي هو اكتساب الخبرة بنسبة ٨٩,٤% في المرتبة الأولى.

وبناء على هذه النتائج خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، أهمها:

١. التزام الصحفيين بتقنيات التحقق من المعلومات واستخدامها بالقدر الكافي في العمل الصحفي، بما يساهم في نشر المعلومات الدقيقة والسليمة عبر وسائل الإعلام المختلفة.
٢. العمل على تطوير مجال تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الفلسطيني من خلال تطوير الكفاءات من الصحفيين الفلسطينيين.
٣. عمل الدورات التدريبية من قبل الجهات المختصة والمعنية لتطوير قدرات الصحفيين في كيفية التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات واستخدامها في العمل الصحفي.

Abstract

This study aims at identifying the attitudes of Palestinian journalists towards using modern technology techniques to verify information through digital media, and, and the extent to which Palestinian journalists conform to these modern technologies to verify information obtained from digital media. This study is a descriptive research in which the media survey method was used, and in its framework the method of surveying media practices method was employed. The study depended on three theories which are: media reliance, prioritization and the mass communicator. Data were collected by a questionnaire and in-depth interview with a sample available specialists in the field of information verification. The researcher distributed the questionnaire sample to random sample of (253) individuals of the practicing Palestinian journalists residing in the governorates of the Gaza Strip, during the time period between 13/7/2021AD until 10/ 8/2021 AD.

The most important findings of the study:

1. The degree to which Palestinian journalists' use the techniques of information verification in journalistic work ranked first with a percentage of 34.9%.
2. News ranked first as the most used field by Palestinian journalists in verifying information through digital media during journalistic work, with a percentage of 89.4%.
3. The most important motives behind journalists' use of information verification techniques in journalistic work is to gain experience which had a percentage of 89.4% in the first place.

The most important recommendations of the study:

1. Journalists' should conform to information verification techniques adequately in journalistic work, which contributes to the dissemination of accurate and sound information through various media.
2. Working on developing the field of information verification techniques in the Palestinian media through developing the competencies of Palestinian journalists.
3. Conducting training courses by the competent and concerned authorities to develop the capacities of journalists on how to deal with techniques of verifying information and using it in journalistic work.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَلَمَّا بَلَغَ أَشُدَّهُ وَاسْتَوَىٰ آتَيْنَاهُ حُكْمًا وَعِلْمًا
وَكَذَٰلِكَ نَجْزِي الْمُحْسِنِينَ﴾

[القصص: ١٤]

الإهداء

إلى الذين أحبوني وأحببتهم وكانوا سبباً في وجودي في هذه الحياة أبي وأمي ألبسهم الله ثوب
الصحة والعافية

إلى إخوتي وأخواتي الذين كانوا الداعمين والمشجعين لي من أجل استكمال هذه المرحلة بنجاح
إلى جموع أهلي وأقاربي

إلى أرواح الأكرام منا جميعاً شهدائنا الأبطال الذين رووا بدمائهم الذكية تراب فلسطين الحبيبة،
وأخص بالذكر شهداء العمل الصحفي زملائنا الذين ما توانوا لحظة واحدة عن نقل الحقيقة
وفضح العدو الجبان أمام العالم أجمع

إلى أسرانا البواسل الذين ضحوا بأعمارهم وزهرة شبابهم الغالية رخيصة من أجل بلادهم، سائلاً
المولى عزوجل أن يفك أسرهم جميعاً

إلى جرحانا الميامين الذين استبسلوا في الدفاع عن قضيتهم العادلة وقدمهم المشرفة

إلى أهلنا الصامدين في حي الشيخ جراح وقرية بيتا الأبطال الذين ركعوا جيش الاحتلال
"الإسرائيلي" بمقاومتهم وصمودهم الأسطوري

ولا ننسى أهلنا المرابطين في باحات المسجد الأقصى المبارك فهم رأس الحرية وعنوان كل
المراحل

أهدي لكم ثمرة دراستي المتواضعة هذه ...

الباحث

فارس سلمان أبو شيحة

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد الصادق الوعد الأمين، اللهم لا علم لنا إلا ما علمتنا، إنك أنت العليم الحكيم، الحمد لله الذي وفقني لهذا العمل وأعانني على هذا الجهد في سبيل طريق العلم والمعرفة، أما بعد ...

يسعدني أن أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان إلى معلمي وأستاذي الفاضل الدكتور أحمد عرابي حسين الترك، لقبوله الإشراف على هذه الدراسة وكذلك ملاحظاته الدقيقة في سبيل إثراء الرسالة وإتمامها على هذا النحو.

كما وأشكر أساتذتي في قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية بغزة، على كل ما قدوموه لنا من العلم والمعرفة وإحاطتنا بكل ما هو جديد، وكذلك نصحهم وإرشادهم المستمر لنا في سبيل الارتقاء بمجال البحث العلمي.

وأشكر جميع زملائي الذين تعرفت عليهم في مرحلة الماجستير، والشكر موصول إلى أعضاء لجنة الخطة، والمحكمين من غزة ومصر والسودان والأردن والعراق الذين غمروني بملاحظاتهم الدقيقة ونصحهم في تجويد أداة الدراسة.

الباحث

فارس سلمان أبو شيحة

فهرس المحتويات

إقرار.....	أ
نتيجة الحكم.....	ب
ملخص الدراسة.....	ت
Abstract.....	ث
آية قرآنية.....	ج
الإهداء.....	ح
شكر وتقدير.....	خ
فهرس المحتويات.....	د
فهرس الجداول.....	ر
فهرس الأشكال.....	ش
المقدمة.....	1
الفصل الأول الإطار العام للدراسة.....	4
أولاً: الدراسات السابقة:.....	4
المحور الأول: دراسات تناولت اتجاهات الصحفيين:.....	4
المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الإعلام الجديد:.....	11
المحور الثالث: الدراسات المتعلقة بالتحقق من المعلومات.....	18
موقع الدراسة من الدراسات السابقة:.....	25
ثانياً: الاستدلال على المشكلة:.....	28
ثالثاً: مشكلة الدراسة:.....	30
رابعاً: أهمية الدراسة:.....	30
خامساً: أهداف الدراسة:.....	31
سادساً: تساؤلات الدراسة:.....	32
سابعاً: فروض الدراسة:.....	33
ثامناً: حدود الدراسة:.....	33
تاسعاً: الإطار النظري للدراسة:.....	34
عاشراً: نوع الدراسة ومنهجها:.....	38
الحادي عشر: مجتمع الدراسة والعينة:.....	40

44	الثاني عشر: إجراءات الصدق والثبات:
47	الثالث عشر: المعالجة الإحصائية للبيانات:
48	الرابع عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة:
49	الخامس عشر: تقسيم الدراسة:
51	الفصل الثاني التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي والعمل الصحفي
51	المبحث الأول: الإعلام الرقمي المفهوم والوسائل والخصائص
73	المبحث الثاني: تقنيات التحقق من المعلومات المفهوم والأدوات
85	المبحث الثالث: استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي
101	الفصل الثالث نتائج الدراسة الميدانية وفروضها ومناقشتها والتوصيات
102	المبحث الأول نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها
126	المبحث الثاني: اختبار فروض الدراسة
132	المبحث الثالث: نتائج وتوصيات الدراسة
137	المصادر والمراجع
137	القرآن الكريم
137	أولاً: المراجع العربية:
144	ثانياً: المراجع الأجنبية:
145	ثالثاً: المقابلات:
146	قائمة الملاحق
147	ملحق رقم (١): أسماء الأساتذة المحكمين لاستمارة صحيفة الاستقصاء
148	ملحق رقم (٢) استمارة صحيفة الاستقصاء
157	ملحق رقم (٣) استمارة المقابلة

فهرس الجداول

جدول (١,١) توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي	41
جدول (١,٢) توزيع عينة الدراسة حسب العمر	41
جدول (١,٣) توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	42
جدول (١,٤) توزيع عينة الدراسة حسب مكان السكن	42
جدول (١,٥) توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة في المهنة	43
جدول (١,٦) توزيع عينة الدراسة حسب مكان العمل	43
جدول (١,٧) توزيع عينة الدراسة حسب مجال العمل	44
جدول (١,٨): صدق الاتساق الداخلي لمحور تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الرقمي	45
جدول (١,٩): صدق الاتساق الداخلي لمحور التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات	46
جدول (١,١٠): يوضح معامل ألفا كرونباخ وسييرمان براون لقياس ثبات الاستبانة	47
جدول (٣,١) يوضح درجة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي	102
جدول (٣,٢) يوضح دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	103
جدول (٣,٣) يوضح أبرز مواقع التواصل المستخدمة في العمل الصحفي	104
جدول (٣,٤) يوضح المدة الزمنية التي تقضيها عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات أثناء العمل الصحفي	106
جدول (٣,٥) يوضح درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي	107
جدول (٣,٦) يوضح درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي	109
جدول (٣,٧) يوضح درجة الالتزام بتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي	110
جدول (٣,٨) يوضح أبرز الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات	111
جدول (٣,٩) يوضح أبرز المواقع المستخدمة للتحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي	112
جدول (٣,١٠) مدى فعالية تقنيات التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي	114
جدول (٣,١١) يوضح المجالات المستخدمة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي	115
جدول (٣,١٢) موقف الصحفيين من تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الرقمي	116

جدول (٣,١٣) يوضح اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تقنيات التحقق من المعلومات عبر	117
الاعلام الرقمي في العمل الصحفي.....	
جدول (٣,١٤) يوضح الدوافع وراء استخدام الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات في العمل	118
الصحفي.....	
جدول (٣,١٥) يوضح التأثيرات المعرفية.....	119
جدول (٣,١٦) يوضح التأثيرات الوجدانية.....	120
جدول (٣,١٧) يوضح التأثيرات السلوكية.....	121
جدول (٣,١٨) يوضح إيجابيات استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي	122
جدول (٣,١٩) يوضح أبرز المعوقات في التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات أثناء العمل	123
الصحفي.....	
جدول (٣,٢٠) يوضح أهم المقترحات لتحسين قدرات الصحفيين الفلسطينيين في التحقق من	124
المعلومات عبر الإعلام الرقمي.....	
جدول (٣,٢١): نتائج اختبار (Chi-Square Tests) لمعرفة العلاقة بين درجة استخدام تقنيات	126
التحقق من المعلومات في العمل الصحفي وسنوات الخبرة.....	
جدول (٣,٢٢): نتائج اختبار (Chi-Square Tests) لمعرفة العلاقة بين درجة استخدام تقنيات	127
التحقق من المعلومات في العمل الصحفي ومجال العمل.....	
جدول (٣,٢٣): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في متوسطات اجابات	128
المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من	
المعلومات تعزى لدرجة استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي.....	129
جدول (٣,٢٤) نتائج اختبار شيفيه لكشف الفروق في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات	130
الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لدرجة استخدام	
هذه التقنيات في العمل الصحفي.....	130
جدول (٣,٢٥): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في متوسطات اجابات	130
المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من	
المعلومات تعزى لفعالية هذه التقنيات المنشورة عبر الإعلام الرقمي.....	130
جدول (٣,٢٦) نتائج اختبار شيفيه لكشف الفروق في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات	130
الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لفعالية هذه	
التقنيات المنشورة عبر الإعلام الرقمي.....	130

جدول (٣,٢٧) نتائج تحليل العلاقة بين الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات والتأثيرات
الناجمة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات 131

فهرس الأشكال

- شكل (٢,١): نموذج لخبر زائف تمّ كشفه من قبل موقع Les décodeurs 77
- شكل (٢,٢): نموذج لتغريده زائفة منسوبة لعضوة في الكونجرس الأمريكي لورين بويبرت تمّ كشفه من قبل موقع Snopes 78
- شكل (٢,٣): الصورة توضح حقيقة أخذ الصورة من موقع "imdb" المخصص في عرض الأفلام 91
- شكل (٢,٤): توضح التضليل المستخدم في نشر المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي 93
- شكل (٢,٥): توضح نشر المعلومة المضللة عبر مواقع التواصل الاجتماعي 94
- شكل (٢,٦): توضح حقيقة المعلومة المنشورة بعد تضليلها وتداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي 94
- شكل (٢,٧): نتيجة عملية البحث باستخدام بحث موقع "Google Earth" 95
- شكل (٢,٨): نتيجة عملية البحث باستخدام موقع "Wikimapia" 96

المقدمة

المقدمة

شهد العالم مع أواخر القرن الماضي نقلة نوعية كبيرة ومذهلة في تقنيات التكنولوجيا الحديثة والتي أصبح من خلالها نقل المعلومات يتم بسرعة وبسهولة، عبر تلك التقنيات المزودة بشبكة الإنترنت العنكبوتية دون اعتبار لعامل الزمان أو المكان، وقد أطلق عليها الخبراء والمتخصصين بالعديد من المفاهيم والمسميات التي نسبت إليها نظرة لما أحدثته من تغيير جذري في حياتنا اليوم.

ويمتاز الإعلام الجديد أو الرقمي بالعديد من التقنيات المتعلقة بالكتابة للوسائل الإعلامية، وابتداع محتوى صفحة إلكترونية ملفة للنظر، وصولاً إلى التقاط وتحرير الصور والفيديو وفيديو المدونات الصوتية أو البودكاستينغ التي تسمح للمستخدم بالحصول على برامج إعلامية (صوتية، مرئية) عن طريق شبكة الإنترنت، وكذلك التقاط وتحرير السمعيات والمدونات الصوتية وكل ذلك من أجل وصول المعلومة^(١).

ومما لا شك فيه أن هذا التطور الكبير وظهور العديد من التقنيات التكنولوجية الحديثة التي انعكست على وسائل الإعلام من خلال نقل المعلومات والتفاعل بسرعة، لكن في ذات الوقت أصبحت البيئة الخصبة في نشر الأخبار المضللة أو الزائفة عبر تلك التقنيات بشكل كبير مما شكل تحدياً أمام الصحفيين الذي اتخذوا من وسائل الإعلام الرقمي بمنصاتها المختلفة مصدراً مساعداً لهم، في نشر أخبارهم عبر وسائل الإعلام الرسمية.

ويتجاوز التضليل ونشر المعلومات المغلوطة في أثره على سمعة الصحفيين وسلامتهم وكذلك سلامة مؤسساتهم الإعلامية التي ينتمون لها، وصولاً إلى حد التشكيك في غاياتهم وفعاليتهم، وتعمل على استمرار تدهور الصحافة على حساب الخطاب المدني، لأن تحسين المعايير والأهمية الاجتماعية يصب في مصلحة جميع الصحفيين ومستقبلهم والمجتمع ككل^(٢).

ومن هنا تمكن أهمية التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي كونه أصلاً مهنيًا من أصول الصحافة، وقيمة أخلاقية للعمل الإعلامي من اتخاذ قرار النشر أو الاعتماد على تقنيات التحقق من المعلومات المتوفرة لإنجاز التقارير والقصص الإخبارية، ومن خلاله يتم تفادي الوقوع في شرك الأخطاء والإشاعات والتضليل^(٣).

(١) بلخيري، الإعلام الجديد مرحلة جديدة من التنافس، (ص ٤٥).

(٢) الصحافة والأخبار الزائفة والمضللة، سلسلة اليونسكو لتدريس الصحافة، (ص ٢٠).

(٣) عبد الحق، أحمد، التحقق في الإعلام الجديد، مركز الإعلام والتطوير، جامعة بيرزيت، (ص ٦).

ولقد جاءت هذه الدراسة للتعرف على اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدامهم لتقنيات التكنولوجيا الحديثة المستخدمة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي والمجالات الأكثر استخدامًا، وكذلك معرفة أهم قضايا التحقق من المعلومات ودرجة الاهتمام والاتجاه نحو التحقق ومدى الالتزام بها ومعرفة درجة فعاليتها أثناء استخدامها في العمل الصحفي.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

أولاً: الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة من الأمور العلمية الهامة التي تركز عليها أي دراسة علمية بحثية، وقد حرص الباحث على الاطلاع على أكبر قدر ممكن من الدراسات المتنوعة والمتصلة بعنوان الدراسة، في سياق تحديد معالم المشكلة وصياغة أهدافها وتساؤلاتها من خلال القراءة المتعمقة، وإجراء المسح لتلك الدراسات التي ترتبط بمجال الدراسة من الدراسات العربية والأجنبية، وقام الباحث بتقسيم هذه الدراسات إلى ثلاثة محاور أساسية وهي: الدراسات التي تناولت اتجاهات الصحفيين، والدراسات التي تناولت الإعلام الجديد، والدراسات التي تناولت التحقق من المعلومات.

المحور الأول: دراسات تناولت اتجاهات الصحفيين:

١. دراسة يوسف (٢٠٢١) (١):

تهدف الدراسة إلى التعرف على الاتجاهات السائدة لدى الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية الإخبارية في الإعلام الرياضي الجزائري، مع التركيز على القائم بالاتصال كأحد أهم عناصر العملية الاتصالية والمتمثل في الصحفي الرياضي الجزائري وكذلك العناصر الأخرى ذات التأثير في تشكيل تكوين هذه الاتجاهات.

وتقع هذه الدراسة ضمن البحوث التي استخدمت منهج الدراسات التحليلية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وقد تم جمع بيانات الدراسة من خلال استخدام أداة الاستبيان وتحليل المضمون والمقابلة المعمقة مع عدد من الصحفيين ورؤساء التحرير المتخصصين في موضوع الدراسة.

وتم اختيار الدراسة بطريقة العينة العشوائية البسيطة من الصحفيين الرياضيين الجزائريين الذين يعملون بالمؤسسات الإعلامية العمومية والخاصة المكتوبة والمسموعة والمرئية وبلغ حجمها (١٣٠) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال.

(١) يوسف، اتجاهات الصحفيين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. أن الصحفيين الجزائريين في الإعلام الرياضي يميلون إلى استخدام الخبر الصحفي كأكثر الأنواع الصحفية الإخبارية بنسبة ٥٦,٩%.
- ب. بينت بأن الصحفيين الجزائريين في الإعلام الرياضي لا يميلون نحو استخدام الأنواع الصحفية الاستقصائية بصفة كبيرة ودائمة بنسبة ٦٠%.
- ت. إن المؤسسات الإعلامية الجزائرية سواء العمومية أو الخاصة لم تبد أهمية لتكوين الصحفي في سياستها الإعلامية، وهي مقتصرة على الملاك ومدائها ورؤساء التحرير فقط.

٢.دراسة نوفل (٢٠٢٠)^(١):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أبرز التحديات التي تواجه الصحافة الرياضية المطبوعة في ظل التطورات الأخيرة، بالإضافة إلى تقديم الصورة العامة عن وضع الصحف الرياضية الجزائرية المطبوعة أمام هذه الثورة الهائلة في عالم التكنولوجيا الحديثة.

وتقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة، وقد تم جمع بيانات الدراسة من خلال استخدام أداة الاستبيان.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة القصدية من الصحفيين الرياضيين والمحررين للمواد الإعلامية الرياضية الذين يعملون في أربع صحف وطنية تصدر بشكل يومي ولها مواقع على شبكة الانترنت، وهي: (الخبر اليومي، الشروق، الفجر، النهار الجديدة) بحجم (٥٢) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. أن اتجاهات الصحفيين الرياضيين الجزائريين ليست سلبية، نحو توسيع استخدام شبكة الانترنت في العمل الصحفي الرياضي.
- ب. بينت أن غالبية الصحفيين الرياضيين المبحوثين من ذوي اختصاص علوم الاتصال والإعلام على الرغم من التنوع الشديد في الاختصاصات حتى التقنية في مجال الإعلام.

(١) نوفل، اتجاهات الصحفيين الرياضيين نحو استخدام الصحافة الرياضية الإلكترونية.

ت. بلغت نسبة الصحفيين الرياضيين الذين يتمتعون بالخبرة في العمل الصحفي الرياضي من ١٠-٥ سنوات المرتبة الأعلى بنحو ٤٤,٢٣%، فيما جاءت فئة ٢٠ سنة فأقل في المرتبة الأدنى بنسبة ٠,٩٦%.

٣.دراسة الخصري (٢٠٢٠)^(١):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو إجراءات السلامة المهنية، بما في ذلك معرفة بالمفاهيم والإجراءات وطبيعة الأخطار التي تواجه الصحفي الفلسطيني وطرق الاستجابة لها.

وتقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العشوائية البسيطة من الصحفيين الفلسطينيين العاملين في مختلف وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية بحجم (١٥٣) مفردة من المجتمع الأصلي في محافظات الضفة الغربية وقطاع غزة، وامتدت الفترة الزمنية بين ١٠-٥-٢٠٢٠م إلى ٢٠-٥-٢٠٢٠م، واستندت الدراسة على نظرية تكوين الاتجاهات.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أ. معظم الصحفيين الفلسطينيين لديهم معرفة بالمفاهيم الأساسية للسلامة المهنية وإجراءاتها بنسبة ٨٢,٨%، ويدركون حاجاتهم الماسة للمزيد من برامج التدريب المتخصصة والمتقدمة، وذلك لمواجهة الأخطار وتنوعها.

ب. يعتبر الصحفيون الفلسطينيون الاحتلال الإسرائيلي التهديد الأكثر خطورة وجدية على حياتهم بنسبة ٨٦%، فيما تمثل السلطات المحلية الحاكمة والتنظيمات المسلحة تحدياً لا يستهان به وهاجساً أمنياً لدى الصحفيين الفلسطينيين.

ت. الصحفيون الفلسطينيون لا زالوا بعيدين عن ممارسة وإتقان المهارات المتقدمة لبرامج السلامة المهنية كالتخطيط وإعداد السيناريوهات والأمن الرقمي وتبادل المعلومات.

(١) الخصري، اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو إجراءات السلامة المهنية.

٤.دراسة الهمص (٢٠١٩)^(١):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام منصة تويتر في عملهم الصحفي ووضع مقترحات لتطوير طريقة استخدامهم للمنصة الإلكترونية.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية وأسلوب مسح الجمهور، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء والمقابلة المعمقة من عدد من المتخصصين في مواقع التواصل الاجتماعي.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العشوائية البسيطة من الصحفيين الفلسطينيين بحجم (١٥٩) مفردة من المجتمع الأصلي من محافظات قطاع غزة، واستندت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أ. بلغت نسبته ٧١,٧ % من الصحفيين الفلسطينيين الذين يستخدمون تطبيق تويتر في

العمل الصحفي، ويفضل ٩٢,١ % استخدام تويتر من خلال الهاتف الذكي.

ب. استفاد الصحفيون الفلسطينيون من استخدام موقع تويتر في العمل الصحفي بدرجة

متوسطة، فيما استخدم نسبة ٨٤,٢ % من الصحفيين الفلسطينيين موقع تويتر في العمل الصحفي لتغريد النصوص.

ت. يقترح الصحفيون الفلسطينيون لتحسين استخدامهم لتطبيق تويتر في العمل الصحفي، من

خلال تنظيم آلية النشر المشتركة للأخبار الوطنية المرخصة، والسعي للحصول على

إشارة التوثيق الخاصة بتويتر للحسابات الإخبارية.

٥.دراسة الشمري والصدیق (٢٠١٨)^(٢):

تهدف هذه الدراسة التعرف على الحديث عن الصحافة الإلكترونية وتحديد مفهومها وأنواعها

وسماتها الاتصالية والشكلية وسليباتها، إلى جانب معرفة اتجاهات الصحفيين السودانيين نحو

استخدام الصحافة الإلكترونية وانعكاسها على الصحافة الورقية.

(١) الهمص، اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تويتر في عملهم الصحفي.

(٢) الشمري، الصدیق، اتجاهات الصحفيين نحو الصحافة الإلكترونية وانعكاسها على الصحافة الورقية.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب عينة المصادفة من الصحفيين الممثلين الذين ينتمون إلى ٨ صحف عربية، حيث بلغ حجمها (١٠٤) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. أن الصحافة الإلكترونية تتيح هامشاً كبيراً من حرية التعبير بنسبة ٣٨,٤٦%.
- ب. العلاقة التكاملية بين الصحافة الإلكترونية والورقية، تسير بشكل متوازي بنسبة ٥٠,٩٦%.
- ت. أن الصحف الإلكترونية يمكن قراءتها وحملها في وسائل النقل من خلال الكمبيوتر المحمول أو طباعتها حتى تصبح بشكل ورقي.

٦.دراسة لطرش (٢٠١٨)^(١):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى الكشف عن المسؤولية المترتبة عن جريمة القذف في الصحافة في كل من دولة الجزائر ومصر، بالإضافة للتعرف إلى مدى معرفة الصحفيين بالعقوبات الناجمة عن ممارستهم لجريمة القذف في كل من البلدين، وكذلك آراء الصحفيين ومدى تأثير التشريعات على حرية الأداء الصحفي والحدود الأخلاقية أثناء الممارسة المهنية.

وتقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية المقارن التي استخدمت المنهج المسحي وفي إطاره تم استخدام أساليب الممارسة الإعلامية، والمنهج المسحي المقارن، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء، وتمتد الفترة الزمنية بين عامي ٢٠١٧-٢٠١٨.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة العشوائية البسيطة من الصحفيين الذين يعملون في المهنة بدولة الجزائر ومصر وبلغ حجمها (٥٠) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال.

(١) لطرش، اتجاهات الصحفيين الجزائريين والمصريين نحو "تناول التشريع لجريمة القذف".

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. أن ٥٦% من المبحوثين الجزائريين يرون بأن الغرامة المالية التي يفرضها المشرع الجزائري والمصري على الصحفي في حال ارتكابه جريمة القذف هي غرامة مرتفعة، ومن جانب آخر يرى ٤٠% من المبحوثين المصريين والجزائريين بأنها متوسطة.
- ب. يرى ٧٢% من المبحوثين الصحفيين الجزائريين والمصريين بأنه يجب الفصل دوماً في عقوبة جريمة القذف في حال ارتكبا أشخاص عاديون أو ارتكبا صحفيون لأن الصحفي تحكمه أخلاقيات المهنة ويجب عليه العمل بها، ولجعله أكثر حيطة وحذراً بتشديد العقوبة عليه إلا أن ٢٠% من المبحوثين يرون عكس ذلك فقد كانت تدعوا لتطبيق مبدأ المساواة.
- ت. يجهل نصف المبحوثين من العينة الجزائرية بأن العقوبة التي يتعرض لها الصحفي تختلف باختلاف الأشخاص الموجه إليهم القذف، فيما نجد العينة المصرية عكس ذلك فأغلبهم يعلمون بأن العقوبة تختلف.

٧.دراسة بوبكر (٢٠١٨)^(١):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تشخيص طبيعة فهم وإدراك اتجاهات صحفيي صحيفة الشروق اليومية الجزائرية نحو تبني تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة، بالإضافة إلى التعرف على أبرز المعوقات التي يرى الصحفيون أنها تحول دون تطبيق إدارة الجودة الشاملة على مستوى صحيفة الشروق اليومية الجزائرية.

وتقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج دراسة الحالة، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

وتم اختيار عينة الدراسة بأسلوب العينة القصدية من الصحفيين العاملين داخل صحيفة الشروق الجزائرية اليومية بحجم (٤٠) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. تبين أن الصحفيين في صحيفة الشروق اليومية الجزائرية لديهم الفهم والإدراك الكبيرين في معرفة مفهوم إدارة الجودة الشاملة بمتوسط شدة اتجاه بلغ ٢,٥٦.
- ب. تبني إدارة الجودة الشاملة في صحيفة الشروق اليومية أضفى جملة من المزايا الإيجابية بمتوسط شدة اتجاه بلغ ٢,٥٨.

(١) بوبكر، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو تبني تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة.

ت. وصول الصحيفة إلى تحقيق رضا جمهورها عن المنتج المقدم له، إلى جانب التكامل والترابط بين مهام ووظائف إدارات وأقسام الصحيفة بمتوسط شدة اتجاه ٢,٧٥.

٨.دراسة الأطرش (٢٠١٧)^(١):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو المصادر الإسرائيلية، إلى جانب التعرف على أنواع المصادر الأولية التي يفضل الصحفيون التعامل معها في الحصول على المعلومات الصحفية، بالإضافة للتعرف إلى مدى الثقة لدى الصحفيين الفلسطينيين بالمصادر الإسرائيلية والأسباب التي تدفع الثقة ودافع الاستخدامات والإشباعات المحققة.

وتقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء والمقابلة المعمقة مع عينة قصدية من المحللين السياسيين والمختصين في مجال الإعلام الإسرائيلي وعددهم أربعة، وامتدت الفترة الزمنية بين ١/ آيار إلى ٢٠/ يوليو عام ٢٠١٧.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة العشوائية البسيطة من الصحفيين الممارسين لمهنة الإعلام في فلسطين بلغ حجمها (٣٤٠) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية القائم بالاتصال ونظرية الاستخدامات والإشباعات.

وتوصلت الدراسة عدة نتائج، أهمها:

أ. يرى الصحفيون الفلسطينيون بأن (المواقع الإلكترونية) هي أهم المصادر الإسرائيلية الأكثر متابعة في الحصول على المعلومة الصحفية والتي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٨٠,٣%.

ب. جاءت الاشباعات المتحققة من استخدام المصادر الصحفية وزيادة المعرفة بأساليب وسائل الإعلام الإسرائيلية المستخدمة في التغطية الصحفية بنسبة ٥٩,٢%.

ت. جاءت المساهمة في معرفة الرأي الإسرائيلي والأسباب التي تدفع الصحفيون الفلسطينيون للثقة بالمصادر الإسرائيلية بنسبة ٦٦,٤%.

(١) الأطرش، اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو المصادر الإسرائيلية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الإعلام الجديد:

٩. دراسة العطار (٢٠٢١)^(١):

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديدة في زيادة وعي الجمهور المصري لمواجهة فيروس كورونا، بالإضافة إلى معرفة الدوافع والتأثيرات الوجدانية والسلوكية لوسائل الإعلام الجديدة على الجمهور في تتبعهم أخبار فيروس كورونا.

وتقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال استخدام أداة الاستبيان.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة المتاحة من الجمهور المصري المستخدم لوسائل الإعلام الجديدة من الجنسين ومختلف المستويات التعليمية والمراحل العمرية وأماكن الإقامة وبلغ حجمها (٢٨٥) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. توجد علاقة ارتباطية طردية دالة بين درجة اعتماد الجمهور (الريف - الحضر) على وسائل الإعلام الجديدة ودورها في زيادة نشر الوعي الصحي بينهم.
- ب. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور المصري (الذكور والإناث) في درجة اعتمادهم على وسائل الاعلام الجديدة لزيادة الوعي الصحي بفيروس كورونا بينهم.
- ت. اتضح جودة الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين العمرية المختلفة ودرجة اعتمادهم لزيادة وعيهم الصحي بفيروس كورونا.

١٠. دراسة المطري وآخرون (٢٠٢٠)^(٢):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي العماني، بالإضافة إلى التعرف على الدوافع السياسية التي تجعل من الشباب العماني يستخدم الإعلام الجديد وأسبابه ودرجة تأثير الإعلام الجديد في طرح القضايا السياسية الجارية.

(١) العطار، دور وسائل الإعلام الجديدة في زيادة وعي الجمهور المصري لمواجهة الأزمات الصحية.

(٢) المطري، العويسي، البدوي، دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي العماني.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة العشوائية البسيطة من طلبة جامعة الشرقية بالكلية العلمية والإنسانية في سلطة عمان وبلغ حجمها (٩١) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الاستخدامات والاشباع.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. جاءت أكثر المواقع التي يفضل الطلبة استخدامها (Facebook) بنسبة ٧٦,٩٢%.
- ب. تبين وجود آثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي العماني، نتيجة اعتمادهم على مواقع الإعلام الجديد في متابعة القضايا السياسية.
- ت. بينت أن الشباب الجامعي العماني لا يمتلكون أكثر من حساب في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٢,٦%.

١١. دراسة عبد الحق، أحمد (٢٠٢٠):^(١)

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين وسلبيات وإيجابيات وتأثيرات ذلك، إلى جانب تقديم اقتراح الحلول العملية لكيفية الاستفادة من إيجابيات الاعلام الجديد.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة القصدية من طلبة علوم الاتصال في جامعة الجيلالي بونعامة في الجزائر بحجم عينة بلغت (٥٢) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الاستخدامات والإشباع.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. ترى الدراسة بأن مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الإعلام الجديد تأثيراً على القيم الاجتماعية بنسبة ٣٢,٧%.

(١) عبد الحق، أحمد، دور الإعلام الجديد في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الجامعيين.

ب. بينت الدراسة أن ٥٣,٨% من المبحوثين يرون أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي تخلق قيم دخيلة على ممارساتهم اليومية.

ت. أشارت الدراسة أن ٢٦,٩% من المبحوثين يرون أنه بالإمكان حماية القيم في ظل هذا التطور الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي.

١٢. دراسة توفيق (٢٠٢٠)^(١):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى الدور الذي يقوم به الاعلام الرقمي في تشكيل الوعي بالاقتصاد الأزرق لدى الجمهور المصري المتصفح للمواقع الالكترونية المهتمة، بالإضافة للتعرف إلى معرفة الاهتمام ومدى الاعتماد للجمهور المصري على الاعلام الرقمي كمصدر للمعلومات. وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة القصدية من الصحفيين والعاملين في المواقع الإلكترونية الستة المصرية الرسمية والدولية والأفريقية والعربية ذات الاهتمام بموضوعات التنمية الاقتصادية المستدامة للموارد المائية وهي كالاتي: (وزارة الاستثمار والتعاون الدولي، الاتحاد الأفريقي والبنك الدولي، الأمم المتحدة للبيئة وموقع الشروق نيوز وموقع المصري اليوم)، وبلغ حجمها (٥٤٧٠) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ونظرية الاستخدامات والإشباع.

وقد توصلت إلى عدة نتائج، أهمها:

أ. جاء موضوع الدراسة في دعم التنمية المستدامة للموارد المائية، في أهم أولويات الاقتصاد الأزرق على المواقع الالكترونية المصرية الرسمية والصحفية بنسب مختلفة، حيث جاء في المرتبة الأولى: موقع الشرق نيوز والاستثمار والتعاون الدولي المصري (١٧,٨%-١٩,١%)، بينما جاء في المرتبة الثانية موقع الاتحاد الأفريقي وموقع البنك الدولي (١٣,٦%-١٥%)، والمرتبة الثالثة موقع الأمم المتحدة للبيئة وموقع المصري اليوم (١٣,٥%-١١,٤%).

(١) توفيق، دور الإعلام الرقمي في تعزيز الوعي بالاقتصاد الأزرق لمواكبة أجندة أفريقيا.

ب. بينت الدراسة الارتفاع الملحوظ في نسب التصفح للجمهور والمستثمرين إلى ٤١,٦% والخبراء والمحللين الاقتصاديين في المجال البيئي الإعلامي بنسبة ٣٨,٤%.
ت. رصدت الدراسة الدور الذي تقوم عليه وسائل الاعلام الرقمية في ضوء تعزيز الوعي بالاقتصاد الأزرق المستدام لمواكبة أجندة أفريقيا ٢٠٢٣ م.

١٣. دراسة حماد (٢٠١٩)^(١):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى ماهية العوامل المؤثرة في استخدام الصحفيين للإعلام الجديد والضغوط التي يتعرضون لها ومعرفة استخدامهم للإعلام الجديد، بالإضافة للتعرف إلى طبيعة النتائج المترتبة على استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد والتحديات والمقترحات لمواجهتها. وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وكذلك منهج دراسة العلاقة المتبادلة ومن خلاله تم استخدام أسلوب مسح العلاقات الارتباطية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء والمقابلة المقننة مع عينة قصدية من الخبراء المختصين في مجال الإعلام الجديد، خلال شهر (مارس) عام ٢٠١٩.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة العشوائية البسيطة من الصحفيين الفلسطينيين العاملين في المؤسسات الصحفية المحلية والدولية في قطاع غزة والضفة الغربية والقدس بلغ حجمها (١٥٠) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أ. جاء مجموع العوامل المؤثرة على استخدام الإعلام الجديد على الصحفيين الفلسطينيين بنسبة ٧١,٦%.

ب. جاءت العوامل الشخصية في المركز الأول بنسبة ٧٣,٢%، يليها العوامل المهنية بنسبة ٧٢,٣%، ثم العوامل الاقتصادية بنسبة ٦٩,٤%.

ت. أظهرت نتائج الدراسة صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام الصحفيين الفلسطينيين للإعلام الجديد ودرجة استفادتهم منه، وتبين أن العلاقة إيجابية.

(١) حماد، العوامل المؤثرة في استخدام الصحفيين الفلسطينيين للإعلام الجديد.

١٤. دراسة أحسن، رقية (٢٠١٩)^(١):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في الممارسة الإعلامية ومكانتها كمصدر للحصول على المعلومات، إلى جانب التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على النشر الإعلامي وتحرير النص الصحفي.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة القصدية من مجموعة من الصحفيين العاملين في إذاعة جيجل الجمهورية الجزائرية بحجم عينة (٢٠) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية البنائية الوظيفية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أ. أوضحت نتائج الدراسة أن كل الصحفيين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ١٠٠%.

ب. يعد تطبيق الفيس بوك الشبكة الأكثر استخداماً من قبل الصحفيين بنسبة تفوق ٧٠%، لأنها شبكة تعارفية أكثر شيوعاً واستخداماً وتستقطب مختلف شرائح المجتمع.

ت. غالبية الصحفيين في مجتمع الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لغرض التواصل مع فريق العمل بنسبة ٤٠%.

١٥. دراسة Ritonga, Syahputra (٢٠١٩)^(٢):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى إيجاد مختلف العلاقات التي ترتبط بصحافة المواطن كشكل من أشكال الجمهور والمشاركة السياسية العامة في سياق وسائط الإعلام الجديد من الشارع إلى موقع تويتر في إندونيسيا.

(١) أحسن، رقية، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تحسين الممارسة الإعلامية.

(2) Ritonga, Syahputra, Citizen Journalism and Public Participation in the Era of New Media in Indonesia: From Street to Tweet.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره استخدم أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة المقابلة في شهر سبتمبر عام ٢٠١٨م والملاحظة.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة القصدية من خبراء وسائط الإعلام الجديد في دولة إندونيسيا وبلغ حجمها (٥) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية المثلث والمنظور.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أ. أتاحت المعلومات والآراء التي ينقلها المواطنون عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل

تويتر، الفرصة في الاستماع من قبل الحكومة من خلال ممارستهم صحافة المواطن.

ب. أن منظور صحافة المواطن في إندونيسيا من الشأن المحلي إلى الوطني للمحادثات عبر وسائل الاعلام الاجتماعي.

ت. الاستقطاب الشديد للجمهور عبر وسائل الإعلام الاجتماعي في تغيير المشاركة العامة في القضايا ذات الاهتمام العام في إندونيسيا.

١٦. دراسة بلاني (٢٠١٨)^(١):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات، بالإضافة للتعرف على دوافعه وإشبعاته وتأثيراته على الأداء المهني للصحفيين الجزائريين.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة القصدية من الصحفيين المقيمين والعاملين في مدينتي قسنطينة وأم البواقي بلغ حجمها (٣٢٠) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أ. أوضحت نتائج الدراسة أن أغلب الصحفيين الجزائريين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بنسبة ٨٢,٥%.

(١) بلاني، اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات.

ب. أغلب الصحفيين يعتبرون أن وكالات الأنباء، هي المصدر الأول للمعلومات، تليها المواقع الإخبارية المتخصصة ثم القنوات، واحتلت كل من المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي المراتب الأخيرة.

ت. يرى الصحفيون الجزائريون بنسبة ٤٦,٤٨% أن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات الإعلامية تعبر مكسباً لمهنة الصحافة.

١٧. دراسة علي، عبد الرحمان (٢٠١٧)^(١):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى تحديد تطبيقات الإعلام الجديد التي بإمكانها خلق الوعي البيئي، وبناء الخلفيات الثقافية لقضايا البيئة واشكالياتها أو ما يعرف بالإعلام البيئي من خلال استخدام وسائل الإعلام الجديد، إلى جانب الوقوف على كيفية الاستخدامات والاهتمامات والدور للمستخدمين في إطار خدمة أغراض الإرشاد والوعي البيئي.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة القصدية من طلبة الدراسات العليا (الماجستير) في كلية العلوم والاتصال في جامعة محمد بوضياف (المسيلة) في الجزائر، المستخدمين لموقع الفيس بوك من سن (٢٠-٣٠) فما فوق، حيث بلغ حجمها (٩٠) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أ. أظهرت النتائج أن شبكة الانترنت هي الوسيلة الأكثر استخداماً من قبل المبحوثين بنسبة ٥٧,٧٥%، يليها التلفزيون بنسبة ٣٣,٣٣%، وفي الأخير الراديو بنسبة ٨,٨٩%.

ب. يحتل موقع الفيس بوك في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام لدى المبحوثين بنسبة ٥٨,٨٩%.

ت. تعد التعليقات أكثر أنواع مساهمات المبحوثين فيما يخص البيئة، تليها الصور ثم المقالات والأخبار والفيديوهات بنسب أقل.

(١) علي، عبد الرحمان، دور وسائط الإعلام الجديد في نشر الوعي البيئي (موقع الفيس بوك أنموذجاً).

١٨. دراسة رضوان (٢٠١٦)^(١):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، بالإضافة للتعرف على دوافعه وأسبابه والتأثيرات الوجدانية والسلوكية المترتبة في هذا الجانب.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء والمقابلة المقننة مع عينة قصدية من عدد من المشرفين على الحسابات وتطبيقات الهواتف الذكية، وخبراء متخصصين في مجال برمجة التطبيقات.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة العشوائية البسيطة من جمهور فئة الشباب الفلسطيني في كافة محافظات الوطن بلغ حجمها (٣٨٣) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول بنسبة ٧٧,٨% في أوقات الأزمات، بينما يثق في الأخبار المتلقاه عبر صحافة المحمول أوقات الأزمات بنسبة ٧٢,٢%.
- ب. تصدرت تطبيقات التواصل الاجتماعي أنواع صحافة الهاتف المحمول، التي اعتمد عليها الشباب الفلسطيني في متابعة أحداث انتفاضة القدس بنسبة ٨٨,٢%، تلاها متصفحات المحمول، ومن ثم التطبيقات الإخبارية، فالتطبيقات الصوتية والمرئية.
- ت. فضل المبحوثون الأخبار السريعة، ثم التفاعل على الأوسمة (الهشتاقات) بين الأشكال الصحفية لمتابعة أحداث انتفاضة القدس عبر الهاتف المحمول.

المحور الثالث: الدراسات المتعلقة بالتحقق من المعلومات

١٩. دراسة العيسوي (٢٠٢١)^(٢)

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات الصحفيين الفلسطينيين للتقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري، والتعرف على دوافع الاستخدامات والإشباع المتحققة منها، والكشف

(١) رضوان، اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات.

(٢) العيسوي، استخدامات الصحفيين للتقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخبارية.

عن أشكال الأدوات التكنولوجية المستخدمة في صناعة المحتوى الإخباري، وكذلك أنواع المضامين التي يستخدم بها القائم بالاتصال التقنيات الرقمية.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء وأداة المقابلة المعمقة لعينة متاحة من ١٠ خبراء ومختصين في موضوع الدراسة.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة العشوائية البسيطة من الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية في قطاع غزة بلغ حجمها (٢٥٢) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات والقائم بالاتصال.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أ. جاء استخدام التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري بشكل دائم نسبة ٦٩%، بينما أحياناً ٢٨,٦%، ونادراً ما يستخدمون ذلك نسبة ٢,٤%.

ب. بلغ الوزن النسبي للإشباعات المتحققة من استخدام التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري ٨٣,٩%، واحتلت فقرة "سهولة متابعة الأخبار" في الترتيب الأول من حيث الأهمية.

ت. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($a \geq 0.05$) في متوسطات إجابات المبحوثين حول دوافع استخدام التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى تعزى لسنوات الخبرة.

٢٠. دراسة عبد الغني (٢٠٢٠)^(١):

تهدف هذه الدراسة التعرف على الكيفية التي يتم بها توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة وذلك من عبر تحليل عينة لصفحات مواقع التواصل عبر موقع الفيس بوك التي تعنى بالتحقق من الأخبار الزائفة.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج التحليل النوعي، وفي إطاره تم استخدام أسلوب البحث الانثوغرافي لوثائق الدراسة، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة استمارة تحليل المضمون والملاحظة.

(١) عبد الغني، توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة موقع الفيسبوك نموذجاً (ص ١٠).

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العشوائية المنتظمة وفي إطاره تم استخدام أسلوب الأسبوع الصناعي من صفحات التحقق الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وهي: صفحة "أكيد"، و صفحة مرصد مصداقية الإعلام الأردني، و صفحة "مصدقش"، خلال الفترة الزمنية التي امتدت من ٢٠١٩-١-١ إلى ٢٠١٩-١-٣١، بلغ حجمها (٥٤) مفردة،

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. تصدرت الأخبار الكاذبة اهتمام صفحات التحقق من الأخبار الزائفة عبر موقع الفيسبوك.
- ب. تنوع موضوعات الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها ونطاقها الجغرافي في صفحات التحقق من الأخبار الزائفة.
- ت. تتباين صفحات التحقق من الأخبار الزائفة في آليات التحقق وأنواع الروابط المستخدمة مع المنشورات ذات الصلة.

٢١. Rebecca (٢٠١٩)^(١):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى الكشف عن الأنماط المتغيرة لدى البالغين في الشرق الأوسط والولايات المتحدة الأمريكية، إلى جانب التعرف على استخدامهم لوسائل الأخبار والإجراءات التي تتخذها للتحقق من الأخبار المنشورة على شبكات مواقع التواصل الاجتماعي.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة المقابلة في عام ٢٠١٨م.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة القصدية من جمهور فئة المراهقين والشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٨-٣٠ عامًا، حيث تم تقسيمها إلى مجموعتين الأولى في الشرق الأوسط والمتمثلة بدولة قطر وتم اختيارهم خلال مؤتمر دولي للقيادة من طلاب الثانوية العامة عقد في شهر أكتوبر عام ٢٠١٧م.

والمجموعة الثانية المماثلة لها في الولايات المتحدة الأمريكية من الطلاب الجامعيين في ولاية كاليفورنيا جنوب غرب الولايات المتحدة في شهر مايو عام ٢٠١٨م، بحجم (١٧) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباكات.

(1) C. Nee, Youth quakes in a Post-Truth Era: Exploring Social Media News Use and Information Verification Actions Among Global Teens and Young Adults.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. جاء تطبيق الانستغرام والسناپ شات الأكثر استخدامًا من قبل المراهقين والشباب في المجموعين في الشرق الأوسط والولايات المتحدة الأمريكية.
- ب. أن الطلاب الأصغر سنًا يتحركون نحو المزيد من المنصات البصرية، مثل الإنستغرام والوتسأب، بينما يتجه الأكبر سنًا نحو استخدام تطبيق الفيس بوك وتويتر من أجل الحصول على الأخبار.
- ت. يثق المستخدمون في قدرتهم على كشف الأخبار المزيفة في الشرق الأوسط بدرجة أعلى عن عينة الولايات المتحدة.

٢٢. دراسة بهنسي (٢٠١٩)^(١):

- تهدف هذه الدراسة التعرف إلى تحديد الدور الذي يقوم به مستخدمو الشبكات الاجتماعية في مواجهة الأخبار الزائفة، وبحث العلاقة بين القدرة على كشف الأخبار الزائفة ووجود مهارات التربية الرقمية لدى المستخدمين بوصفها المدخل الأساسي للوعي الإعلامي لدى الجمهور.
- وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.
- وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة الحصصية من طلاب الجامعات المصرية الحكومية (القاهرة، عين شمس)، والجامعات المصرية الخاصة (الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، الكلية الكندية الدولية)، أجريت في شهر إبريل عام ٢٠١٩م، بحجم (٤٠٠) مفردة، واستندت على نموذج أدوار الجمهور في التحقق ومدخل التربية الرقمية.
- وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. عدم وجود تأثير لمهارات إنتاج المحتوى على قدرة المبحوثين في التحقق من الأخبار الزائفة.
- ب. يرتبط الاهتمام السياسي لدى الفرد طرديًا بزيادة قدرته على التحقق من الأخبار اعتمادًا على المصادر الشخصية أو وسائل الإعلام.
- ت. هناك درجة كبيرة من الوعي بموضوع الأخبار الزائفة لدى عينة الدراسة

(١) بهنسي، آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة (ص ٥٦٥-٦١٤).

٢٣. دراسة بوسعيد (٢٠١٨)^(١):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى بيان دور آليات التحقق وتأثيرها في أشكال التغطية الإخبارية، بالإضافة للتعرف إلى دورة أو حلقات التحقق من الأخبار الكاذبة في تغطية المشهد اليمني داخل قناة الجزيرة القطرية، وكذلك وضع دليل علمي ومهني عربي للتحقق من الأخبار الواردة عبر الإعلام الاجتماعي بما يحقق الاستفادة للصحفيين والطلبة داخل المؤسسات الإعلامية.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة الملاحظة والمقابلة المعمقة، وامتدت الفترة الزمنية بين ٤-٢٤ (إبريل) عام ٢٠١٨.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة القصدية من الصحفيين العاملين داخل غرفة الأخبار بقناة الجزيرة القطرية ذوي العلاقة بالمشهد اليمني بحجم (٨) أشخاص، من المحررين المختصين بالشأن اليمني واثنين منهم من المراسلين في دولة اليمن العاملين في قناة الجزيرة القطرية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أ. أن عملية التحقق في غرف أخبار الجزيرة، استندت لجهة واحدة فاصلة خاصة فيما يتعلق بمقاطع الفيديو من باب التخصص، وغالبيتهم ناشطين في الإعلام الاجتماعي.
- ب. غالبية طاقم غرف الأخبار خضعوا إلى دورات في مجال التحقق، لكنهم لم يمارسوها في وقت تتطلب المهارات المستحدثة ومتابعة كل ما هو جديد.
- ت. محدودية الدورات في مجال التحقق من الأخبار مقارنة بالتطورات السريعة في عالم الإعلام الاجتماعي في رصد والتحقق من الأخبار الوارد لهم.

٢٤. دراسة Russell, et, al (٢٠١٨)^(٢):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى زيادة الفهم والكيفية التي يقرر بها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، إلى جانب التأكد من صحة المحتوى الإخباري من أجل اختيار سلوكيات التحقق للمستخدمين من المعلومات المنشورة والثقة في الشبكة.

(١) بوسعيد، آليات التحقق من الأخبار المتدفقة عبر الإعلام الاجتماعي.

(2) Gerhart, Negahban, Combating Fake News: An Investigation of Information Verification, Russell Behaviors on Social Networking Sites.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة العشوائية البسيطة من الطلاب الجامعيين المستخدمين لشبكة SNS، بلغ حجمها (٥٤١) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أ. تنوع الروابط الاجتماعية والتجانس المعرفي المتصور عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٥٠,٠% في الوعي الإخباري للأخبار المزيفة.

ب. مصداقية وسائل الاعلام والثقة في شبكات التواصل الاجتماعي والوعي الإخباري في التأثير على سلوك التحقق الإخباري للفرد ١١,٩%.

ت. العلاقة بين مصداقية وسائل الإعلام وسلوك التحقق من الأخبار ٠,١، إلى جانب تأثير نوايا المستخدم على سلوك التحقق من الأخبار المتدفقة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

٢٥. دراسة أبو داري (٢٠١٨)^(١):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى مناقشة الإشكاليات التي تواجه الإعلاميين في غرف الأخبار التلفزيونية في التعامل مع المعلومات المتدفقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة للتعرف إلى التحديات المفروضة عليهم للتحقق مما تبثه هذه المواقع من ملايين الصور والأخبار.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة أسلوب العينة العشوائية البسيطة من الصحفيين العاملين في قناة الجزيرة القطرية بحجم (١٢٣) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال.

(١) أبو داري، تحقق غرف الأخبار التلفزيونية من المعلومات المتدفقة من مواقع التواصل الاجتماعي قبل بثها الجزيرة أنموذجاً.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أ. أن مواقع التواصل الاجتماعي فرضت نفسها بشدة على غرف الأخبار التقليدية كمصدر للمعلومات والصور، لكنها في نفس الوقت مصدر غير موثوق لدى الصحفيين والمنتجين مما سبب لهم مشاكل مهنية وقلقاً وإزعاجاً.

ب. اتخذت غرفة الأخبار في قناة الجزيرة التدابير الصحيحة لتجنب الوقوع في أخطاء جديدة بسبب مواقع التواصل الاجتماعي، بعد وقوعها في أخطاء سابقة.

ت. ضرورة وجود آلية للتحقق من الصور والأخبار المتدفقة من مواقع التواصل الاجتماعي.

٢٦. دراسة بلفار (٢٠١٦)^(١):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى محاولة معرفة اتجاهات الصحفيين المحترفين وآرائهم تجاه مصداقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي، إلى جانب الكشف عن مدى متابعة ودرجة الالتزام الصحفي بها، بالإضافة للتعرف إلى الغموض الذي تم نشره عبر شبكات التواصل الاجتماعي وكشف جوانب التضليل فيها وبيان مصدرها.

وتقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب أساليب الممارسة الإعلامية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة صحيفة الاستقصاء.

وتم اختيار عينة الدراسة بأسلوب العينة القصدية من الصحفيين المحترفين أو المهنيين في دولة الجزائر بحجم (٣٠) مفردة، واستندت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أ. بينت الدراسة أن ٥٦,٦٦% من الصحفيين يعارضون مبدأ أن مواقع التواصل الاجتماعي من وسائل الإعلامية المنهجية والمنطقية، نظراً لضعف الكتابة وعدم ضبط تلك المواقع والعمل بدون قيود.

ب. ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في غرس روح المحبة وتكريس الانحياز وعدم الانحياز لأي من الشعوب المختلفة.

ت. تتمتع الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي المنشورة من قبل العاملين في مجال الإعلام والصحفيين بالمنطقية.

(١) بلفار، اتجاهات الصحفيين نحو مصداقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر.

٢٧. دراسة Martin, Comm (٢٠١٤)^(١):

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى طرق وآليات التحقق من المعلومات في عصر الصحافة الرقمية في دولة أستراليا.

وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية التي استخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة المقابلة.

وتم اختيار عينة الدراسة بأسلوب العينة القصدية من الصحفيين الذين يعملون في سلك العمل الإذاعي في ولاية (نيوساوث ويلز) الأسترالية بحجم (٢٨) مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أ. أظهرت نتائج الدراسة أن عملية التحقق من المعلومات تقع على عاتق المراسل الصحفي.
ب. بينت الدراسة بأن المصادر الموثوقة والمصدقية والدقة تشكل الركائز الرئيسية للصحفيين الذين تم مقابلتهم.

ت. توصلت الدراسة إلى أن وسائل الاعلام الاجتماعية، تؤدي دورًا كبيرًا في كيفية تواصل البث والتفاعل مع الجمهور، كما أن الصحفيين يستخدمونها من أجل جمع الأخبار ذات المصادر الموثوقة.

موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

أ. أوجه التشابه والاختلاف:

يلاحظ الباحث من خلال استعراض الدراسات السابقة التي تمكن من الاطلاع عليها بأن هناك نقاط تشابه واختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة، ويمكن تحديدها على النحو الآتي:

١. موضوع الدراسة: تختلف هذه الدراسة من حيث الموضوع مع جميع الدراسات السابقة، حيث أنها تتناول اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي، بينما الدراسات السابقة تناولت الطرق والآليات والأنماط والتوظيف للتحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي من زوايا مختلفة.

(1) Martin, Information Verification in the Age of Digital Journalism.

٢. من حيث نوع الدراسة: تتفق الدراسة مع جميع الدراسات السابقة المذكورة في انتمائها لبحوث الدراسات الوصفية.

٣. من حيث المنهج المستخدم:

- تتفق الدراسة مع غالب الدراسات السابقة في استخدام المنهج المسحي وهي على النحو الآتي: دراسة (نوفل، ٢٠٢٠)، ودراسة (الخضري، ٢٠٢٠)، ودراسة (الهمص، ٢٠١٩)، ودراسة (الشمري والصديق، ٢٠١٨)، ودراسة (الطرش، ٢٠١٨)، ودراسة (الأطرش، ٢٠١٧)، ودراسة (بلفار، ٢٠١٦)، ودراسة (الطري وآخرون، ٢٠٢٠)، ودراسة (عبد الحق، أحمد، ٢٠٢٠)، ودراسة (توفيق، ٢٠٢٠)، ودراسة (حماد، ٢٠١٩)، ودراسة (أحسن، رقية، ٢٠١٩)، ودراسة (Ritonga, Syahputra, 2019)، ودراسة (بلاني، ٢٠١٨)، ودراسة (علي، عبد الرحمان، ٢٠١٧)، ودراسة (رضوان، ٢٠١٦)، ودراسة (Rebecca, 2019)، ودراسة (بهنسي، ٢٠١٩)، ودراسة (بوسعيد، ٢٠١٨)، ودراسة (أبو داري، ٢٠١٨)، ودراسة (Russell, et, al, 2018)، ودراسة (العيسوي، ٢٠٢١)، ودراسة (العتار، ٢٠٢١)، ودراسة (يوسف، ٢٠٢١)، ودراسة (Martin, Com, 2014).

- اختلفت الدراسة مع عدد من الدراسات في استخدام المنهج، حيث استخدمت دراسة (أبو بكر، ٢٠١٨) منهج دراسة الحالة، ودراسة (عبد الغني، ٢٠٢٠) التي استخدمت منهج التحليل النوعي، ودراسة (حماد، ٢٠١٩) التي استخدمت منهج العلاقات المتبادلة.

٤. من حيث أداة الدراسة:

- استخدمت الدراسة أدوات استمارة صحيفة الاستقصاء والمقابلة المعمقة، وقد اتفق معها غالب الدراسات السابقة في استخدام استمارة صحيفة الاستقصاء وهي على النحو الآتي: دراسة (نوفل، ٢٠٢٠)، ودراسة (الخضري، ٢٠٢٠)، ودراسة (الشمري والصديق، ٢٠١٨)، ودراسة (الطرش، ٢٠١٨)، ودراسة (أبو بكر، ٢٠١٨)، ودراسة (بلفار، ٢٠١٦)، ودراسة (العتار، ٢٠٢١)، ودراسة (يوسف، ٢٠٢١)، ودراسة (الطري وآخرون، ٢٠٢٠)، ودراسة (عبد الحق، أحمد، ٢٠٢٠)، ودراسة (توفيق، ٢٠٢٠)، ودراسة (بلاني، ٢٠١٨)، ودراسة (علي، عبد الرحمن، ٢٠١٧)، ودراسة (بهنسي، ٢٠١٩)، ودراسة (أبو داري، ٢٠١٨)، بينما اتفقت دراسات أخرى في

استخدام أداة المقابلة وهي: دراسة (Ritonga, Syahputra, 2019)، ودراسة (Rebecca, 2019)، ودراسة (بوسعيد، ٢٠١٨)، ودراسة (Martin, Com,) (2014)، ودراسة (Russell, et, al, 2018)، كما واتفقت الدراسة مع الدراسات السابقة في استخدام أداتي صحيفة الاستقصاء والمقابلة وهي: دراسة (الأطرش، ٢٠١٧)، ودراسة (الهمص، ٢٠١٩)، ودراسة (حماد، ٢٠١٩)، ودراسة (رضوان، ٢٠١٦)، ودراسة (العيسوي، ٢٠٢١).

- واختلفت دراسة سابقة مع هذه الدراسة في استخدام أداتي استمارة تحليل المضمون والملاحظة وهي دراسة (عبد الغني، ٢٠٢٠).

٥. من حيث النظرية المستخدمة:

- استخدم الباحث نظرية القائم بالاتصال (حارس البوابة) وكذلك ترتيب الأولويات والاعتماد على وسائل الإعلام في دراسته العلمية، وقد اتفق مع العديد من الدراسات السابقة في استخدام نظرية القائم بالاتصال وهي على النحو الآتي: دراسة (نوفل، ٢٠٢٠)، ودراسة (الشمري والصديق، ٢٠١٨)، ودراسة (الطرش، ٢٠١٨)، ودراسة (أبو بكر، ٢٠١٨)، ودراسة (الأطرش، ٢٠١٧)، ودراسة (بلغار، ٢٠١٦)، ودراسة (حماد، ٢٠١٩)، ودراسة (يلاني، ٢٠١٨)، ودراسة (أبو داري، ٢٠١٨)، ودراسة (العيسوي، ٢٠٢١).

- اختلفت الدراسة مع عدد من الدراسات السابقة في استخدام النظرية حيث استندت كل من دراسة (الهمص، ٢٠١٩)، ودراسة (عبد الحق، أحمد، ٢٠٢٠)، ودراسة (علي، عبد الرحمان، ٢٠١٧)، ودراسة (Rebecca, 2019)، ودراسة (Russell, et, al,) (2018)، دراسة (العتار، ٢٠٢١) إلى نظرية الاستخدامات والاشباع، أما دراسة (الخضري، ٢٠٢٠) استندت على نظرية تكوين الاتجاهات، واستندت (المطري وآخرون، ٢٠٢٠)، ودراسة (رضوان، ٢٠١٦)، ودراسة (توفيق، ٢٠٢٠) على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، واستندت دراسة (أحسن، رقية، ٢٠١٩) على نظرية البنائية الوظيفية، واستندت دراسة (بهنسي، ٢٠١٩) على نموذج أدوار الجمهور في التحقق ومدخل التربية الرقمية، واستندت دراسة (Ritonga, Syahputra, 2019) على نظرية المثلث والمنظور.

- لم تتفق الدراسة مع عدد من الدراسات السابقة التي لم تتطرق لاستخدام أي من النظريات في الدراسة وهي: دراسة (عبد الغني، ٢٠٢٠)، ودراسة (Martin, Com,) (2014).

٦. من حيث العينة المستخدمة: استخدمت الدراسة عينة من الصحفيين الفلسطينيين واتفق معها في ذلك كل من دراسة (الخصري، ٢٠٢٠)، ودراسة (الهمص، ٢٠١٩)، ودراسة (الأطرش، ٢٠١٧)، ودراسة (حماد، ٢٠١٩)، ودراسة (العيسوي، ٢٠٢١)، ودراسة (يوسف، ٢٠٢١) واختلفت مع باقي الدراسات الأخرى التي اختارت عينات مختلفة.

ب. حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

١. من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة، استفاد الباحث في العديد من الأمور منها:
 ١. ساعدت الدراسات السابقة الباحث من خلال الاطلاع في تحديد نوع الدراسة والمنهج المستخدم.
 ٢. استفاد الباحث من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة في تحديد النظريات التي تتناسب مع الدراسة.
 ٣. ساعدت الدراسات السابقة الباحث في صياغة مشكلة الدراسة بشكل دقيق.
 ٤. استفاد الباحث من الأدوات البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة.
 ٥. ساعدت الباحث في وضع تصور عام للدراسة من خلال تحديد أهم الأبعاد التي يمكن التركيز عليها في تناول المشكلة البحثية وكذلك في مناقشة نتائج الدراسة.

ثانيًا: الاستدلال على المشكلة:

استدل الباحث على المشكلة من خلال الملاحظة لدى الصحفيين في تحققهم من الأخبار قبل النشر عبر وسائل الاعلام أثناء عملهم الصحفي، وقد أجرى الباحث الدراسة الاستكشافية على عينة عشوائية بسيطة من الصحفيين المقيمين في محافظات قطاع غزة، من خلال توزيع استمارة استقصاء الكترونية، عددها (٣٠) صحفيًا وصحفية حيث بلغ نسبة الذكور ٥٨,٨%، بينما بلغت نسبة الإناث ٤١,٢%، وجاءت النتائج كما يلي:

١. تبين من النتائج أن نحو ٩٤,٤% من الصحفيين يستخدمون منصات مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي، بينما ٥,٦% لا يستخدمونها.

٢. جاء استخدام تطبيق الفيسبوك النسبة الأعلى في الاستخدام لدى الصحفيين في العمل الصحفي بنسبة ٨٣,٣%، يليه ٧٧,٨% من يستخدمون واتس آب، و ٦٦,٧% يستخدمون تطبيق التليغرام، ونسبة ٦١,١% ممن يستخدمون تطبيق تويتر، و ٥٥,٦% يستخدمون تطبيق الإنستغرام، وكذلك نسبة ٥٠% ممن يستخدمون يوتيوب، و ٣٨,٩% يستخدمون زلو، و ١٦,٧% يستخدمون جوجل بلس، في حين أن ١١,١% يستخدمون سناب شات وبنفس النسبة يستخدمون تطبيق فليكر.

٣. أوضحت الدراسة أن ٨٣,٣% من الصحفيين يتحققون من المعلومات والأخبار والصور عبر الاعلام الرقمي قبل نشرها عبر وسائل الاعلام، بينما ١٦,٧% لا يتحققون من ذلك.

٤. تشير النتائج أن ٨٣,٣% من الصحفيين يتحققون من المعلومات والأخبار والصور عبر الاعلام الرقمي قبل نشرها عبر وسائل الاعلام من خلال موقع (Images Google)، بينما ٤٤,٤% يتحققون من ذلك من خلال موقع (FB SEARCH)، و ١٦,٧% يتحققون من ذلك خلال موقع (YOUTUBE SEARCH)، و ٥,٦% منهم يتحققون من ذلك خلال (TIN EYE .COM)، في حين أن نسبة ٥,٦% يتحققون ذلك من خلال (Check desk).

٥. إن المتوسط الحسابي لتقنيات التحقق من المعلومات واستخدامها في العمل الصحفي يساوي ٣,٤٨، والانحراف المعياري يساوي ٠,٩١، والوزن النسبي يساوي ٦٩,٥%، مما يدل على أن تقنيات التحقق من المعلومات واستخدامها في العمل الصحفي كانت بدرجة مرتفعة.

٦. إن نسبة المتوسط الحسابي للتدابير المستخدمة في التحقق من المعلومات لدى الصحفيين عبر الاعلام الرقمي يساوي ٣,٥٤، والانحراف المعياري يساوي ٠,٦٩، والوزن النسبي يساوي ٧٠,٨%، ويدل ذلك على أن التدابير المستخدمة في التحقق من المعلومات لدى الصحفيين عبر الاعلام الرقمي كانت بدرجة مرتفعة.

٧. تبين أن ٥٥,٦% من الصحفيين يرون بأن الصور هي من أكثر المجالات التي يستخدمها الصحفيين في التحقق من المعلومات التي مصدرها الاعلام الرقمي، بينما ٢٧,٧% يرون الأخبار، و ١٦,٧% يرون الفيديوهات.

٨. اقترح نحو ٤٤,٤% من الصحفيين "إصدار الدوريات والكتب في مجال التحقق من المعلومات من قبل الجهات المختصة وتوزيعها على الصحفيين في إطار تحسين قدراتهم

نحو استخدام تقنيات التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي في عملهم الصحفي"، بينما ٢٧,٨% اقترحوا "الالتحاق بورش العمل التدريبية مع جهات متخصصة خارجية من أجل تحسين قدرات الصحفيين في كيفية التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات"، و ١٦,٧% اقترحوا "عقد دورات على صعيد المؤسسة الإعلامية لتطوير قدرات الصحفيين في استخدامهم لتقنيات التحقق من المعلومات عبر الاعلام الرقمي"، و ١١,١% اقترحوا " بعدم التشجيع وتدريب الصحفيين على التحقق من المعلومات في وسائل الاعلام الرقمي التي هي مصدر للأخطاء".

ثالثاً: مشكلة الدراسة:

تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التحقق من المعلومات المنشورة عبر الاعلام الرقمي في إطار عملهم الصحفي، وذلك من خلال الكشف على التقنيات والأدوات المستخدمة من قبل الصحفيين، ومعرفة أهم قضايا التحقق ودرجة الاهتمام والاتجاه نحو التحقق من قبل الصحفيين.

والتعرف على درجة أولوياتهم واهتماماتهم في تفضيل تقنيات عن أخرى داخل العمل الصحفي، ومدى ثقة الصحفيين بتلك التقنيات وحجم الاستفادة منها، إلى جانب المشاكل التي يتعرضون لها أثناء استخدامهم لها مع طرح الحلول والمقترحات من أجل علاجها والحد منها.

رابعاً: أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في الأمور الآتية:

١. معرفة اتجاهات الصحفيين نحو استخدامهم لتقنيات التحقق من المعلومات في إطار عملهم الصحفي.
٢. أهمية التحقق من المعلومات في ظل الكم الهائل المتدفق عبر الإعلام الرقمي والاعتماد عليه كمصدر دون التدقيق وفق الضوابط التي تحكم العمل الصحفي.
٣. مدى مساهمة تقنيات التحقق من المعلومات في نجاح دور العمل الصحفي في نشر الأخبار والمعلومات السليمة القائمة على الدقة، وانعكاس ذلك على الجمهور المتلقي لتلك المعلومات.

خامساً: أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على " اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي"، وذلك في إطار توضيح الأهداف الفرعية التي جاءت على النحو الآتي:

١. التعرف على اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدامهم لتقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي.

٢. التعرف على دوافع الصحفيين الفلسطينيين نحو مواقع التواصل الاجتماعي وتقنيات التحقق من المعلومات.

٣. التعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل الصحفيين الفلسطينيين في العمل الصحفي.

٤. التعرف على المجالات الأكثر استخداماً من قبل الصحفيين الفلسطينيين، وأنواع التقنيات التكنولوجية الحديثة والأدوات المستخدمة في التحقق من مصداقية المعلومات المنشورة عبر وسائل الاعلام الرقمي.

٥. الوقوف على درجة التزام الصحفيين الفلسطينيين بتلك التقنيات الحديثة، في إطار التحقق من المعلومات التي يتم الحصول عليها من الاعلام الرقمي وأبرزها.

٦. التعرف على مدى فعالية تقنيات التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي.

٧. التعرف على موقف الصحفيين الفلسطينيين من تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الرقمي في العمل الصحفي.

٨. التعرف على مدى أولويات الصحفيين الفلسطينيين وراء استخدامهم لتلك التقنيات الحديثة في التحقق من مصداقية المعلومات التي يتم الحصول عليها من الإعلام الرقمي قبل النشر عبر الوسائل الإعلامية الرسمية.

٩. التعرف على العوامل المؤثرة في استخدام الصحفيين للتقنيات الحديثة في التحقق من المعلومات والتأثيرات الناتجة عنها.

١٠. التعرف على المشكلات والصعوبات التي تواجه الصحفيين الفلسطينيين في التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات أثناء عملهم الصحفي.

١١. تقديم المقترحات للصحفيين الفلسطينيين في كيفية التعامل مع التقنيات الحديثة المستخدمة في التحقق من المعلومات ذات العلاقة بالصور والأخبار والفيديوهات المنشورة عبر الاعلام الرقمي.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

تتمحور الدراسة العلمية في سؤال رئيسي، ما اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي؟ ويتفرع عن هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

١. ما اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدامهم لتقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي وأبرزها؟

٢. ما دوافع استخدام الصحفيين الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي؟

٣. ما أبرز مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل الصحفيين الفلسطينيين في العمل الصحفي؟

٤. ما مدى درجة التزام الصحفيين الفلسطينيين بتلك التقنيات الحديثة في التحقق من المعلومات المنشورة عبر الاعلام الرقمي؟

٥. ما أنواع التقنيات والأدوات التي يستخدمها الصحفيين الفلسطينيين في التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي؟

٦. ما مدى فعالية التقنيات التكنولوجية الحديثة في التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي؟

٧. ما طبيعة المجالات الأكثر استخداماً من قبل الصحفيين الفلسطينيين، لتقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من مصداقية المعلومات التي يتم تداولها عبر الإعلام الرقمي؟

٨. ما هو موقف الصحفيين الفلسطينيين من تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الرقمي في العمل الصحفي؟

٩. ما طبيعة العوامل المؤثرة في استخدام الصحفيين للتقنيات الحديثة في التحقق من المعلومات؟

١٠. ما التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي؟

١١. ما درجة ترتيب الأولويات المتبعة لدى الصحفيين في استخدامهم للتقنيات الحديثة في التحقق من مصداقية المعلومات التي يتم الحصول عليها عبر الإعلام الرقمي؟

١٢. ما المشكلات والصعوبات التي تواجه الصحفيين الفلسطينيين في التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات أثناء عملهم الصحفي؟

١٣. ما مقترحات الصحفيين الفلسطينيين في كيفية التعامل مع التقنيات الحديثة المستخدمة في التحقق من المعلومات ذات العلاقة بالصور والأخبار والفيديوهات المنشورة عبر الاعلام الرقمي؟

سابعاً: فروض الدراسة:

وضع الباحث مجموعة من الفروض التي تحاول الدراسة اختبارها، وهي على النحو الآتي:

١. توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0,05)$ بين درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي وسنوات الخبرة.

٢. توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0,05)$ بين درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي ومجال العمل.

٣. توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0,05)$ في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لدرجة استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي.

٤. توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0,05)$ في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لفعالية هذه التقنيات المنشورة عبر الإعلام الرقمي.

٥. توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0,05)$ بين الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات والتأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات.

ثامناً: حدود الدراسة:

١. **الحد الموضوعي:** اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي.

٢. **الحد المكاني:** حدد الباحث محافظات قطاع غزة مكانًا لعينة الدراسة.

٣. **الحد الزمني:** قام الباحث بتوزيع صحيفة الاستقصاء وإجراء المسح الميداني خلال الفترة الزمنية ما بين ٢٠٢١/٧/١٣ وحتى ٢٠٢١/٨/٥.

تاسعًا: الإطار النظري للدراسة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على نظرية القائم بالاتصال ونظرية وترتيب الأولويات والاعتماد على وسائل الإعلام، في إطار بناء فروضها وتحديد المشكلات والأهداف والتساؤلات، وحاول الباحث من خلال استخدامه للنظريات الثلاث التعرف على اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدامهم لتقنيات التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي، وأهم التقنيات التي يستخدمونها في التحقق من المعلومات ومدى تفضيلهم لتقنيات على حساب أخرى في الاعتماد عليها، إلى جانب معرفة العراقيل والمشكلات التي تواجههم، في التعامل مع التقنيات أثناء استخدامهم لها في عملهم الصحفي.

١. **نظرية القائم بالاتصال (حارس البوابة):**

يمثل القائم بالاتصال وحدة التحليل الأصغر في الإجابة على الأسئلة الخاصة بمسئولية إنتاج الرسائل الإعلامية، كما أنه يعتبر أحد المفاهيم الخاصة بالعلاقات التنظيمية داخل المؤسسات الإعلامية، في إطار تشكيل الرسائل الإعلامية مهما اختلفت الأدوار أو المواقع^(١).

وتتميز هذه النظرية بتفرد بدراسة المؤسسات الإعلامية كوحدات قائمة على نظام معقد للسلطة والنفوذ والمراكز، فحينما ندرس ما يحدث داخل المؤسسة الإعلامية كالجريدة أو التلفزيون نشعر بالدهشة من مدى تعقد وتشابك أعمالها. ففي داخل تلك المؤسسات الإعلامية تتخذ يومياً بل وفي كل دقيقة، قرارات هامة وخطيرة^(٢).

العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال:

ويمكن تحديد القوى أو العلاقات التي يتأثر بها القائم بالاتصال على النحو الآتي:^(٣)

(١) عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير (ص ١٥٣).

(٢) خير الله، محاضرات في نظريات الاعلام (ص ٨٦).

(٣) عبد الحميد، مرجع سابق (ص ١٥٤).

أ. خصائص القائم بالاتصال والإحساس بالذات.

ب. الانتماءات والجماعات المرجعية.

ت. الضغوط المهنية وعلاقات العمل.

ث. العلاقات بمصادر الأنباء والمعلومات.

ج. تأثير السياسات الخارجية الداخلية.

ح. التوقعات الخاصة بجمهور المتلقين.

تطبيقات النظرية في الدراسة:

وتعد نظرية القائم بالاتصال من النظريات الأفضل التي تمكن الباحث من دراسة اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي، من خلال دراسة طبيعة العلاقة بين القائم بالاتصال وتقنيات التحقق، إلى جانب دراسة العوامل الذاتية والمهنية على القائم بالاتصال في مجال التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي، وتأثير السياسات الخارجية والداخلية عليها.

٢. نظرية ترتيب الأولويات:

وتقوم هذه النظرية على تشخيص الآراء التي تنقل عبر وسائل الاعلام المختلفة، ومقارنة ذلك بآراء الجمهور من أجل معرفة العلاقة بينهما، وكذلك وضع الأجندة بالنسبة للجمهور المتلقي. وتعود الأصول النظرية لدراسات "وضع الأجندة" (ترتيب الأولويات) إلى ما كتبه "والتر ليبمان" (Lippman) عام ١٩٢٢ عن: "دور وسائل الإعلام في إيجاد الصلة بين الأحداث التي تقع في العالم الخارجي والصور التي تنشأ في أذهاننا عن هذه الأحداث" في كتابه "الرأي العام" الذي جاء فيه أن "وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي الكثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل "بيئات زائفة" في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي لعام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع^(١).

فروض النظرية:

- العلاقة الوثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الموضوعات وبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها الجمهور.

(١) تقى الدين، محاضرات في نظريات الاعلام والاتصال (ص ١).

- التوافق الكبير بين كمية الانتباه لموضوع ما في وسائل الإعلام ومستوى الأهمية التي يوليها الناس اتجاه هذا الموضوع.

العناصر المتصلة بترتيب الأولويات ومدى تأثيرها على الرأي العام، وهي على النحو الآتي^(١):

أ. **القضايا أو الأحداث:** وهي مضمون ما تقدمه وسائل الاعلام من قضايا أو أحداث تريد إبرازها أو التركيز عليها وترتيب اهتمامات الجمهور بناء عليها.

ب. **اختيار الخبر:** وتتمثل في اختبار القائم بالاتصال لخبر معين من بين جملة من الأخبار التي يرى أنها مهمة وتستحق النشر.

ت. **نوع الوسيلة الإعلامية:** فقد تكون صحيفة أو إذاعة أو تلفزيون أو غيرها من الوسائل، حيث أن لكل وسيلة من الوسائل لها خصائص معينة تحدد الأثر الذي تحدثه في الجمهور.

ث. **نوع الحدث أو القضية:** أي الأحداث أو القضايا المرتبطة بالظروف السياسية أو الاجتماعية التي يمر بها المجتمع والأكثر جذبًا للجمهور.

ج. **درجة تركيز الوسيلة على الحدث:** أي حجم الاهتمام الذي توليه الوسيلة للحدث والتي تتمثل في الوقت المخصص للحديث عن القضية وتناولها عبر وسائل الإعلام المختلفة.

ويسعى الباحث إلى توظيف هذه النظرية للتعرف على درجة ترتيب أولويات الصحفيين واستخداماتهم لتقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات التي يتم الحصول عليها عبر الإعلام الرقمي، والتعرف على اتجاهات الصحفيين تجاه استخدامهم لتقنيات التحقق من المعلومات.

٣. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش بداخله، على أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف.^(٢)

(١) البشر، نظريات التأثير الإعلامي (ص ٤٥)

(٢) المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (ص ٨٨).

ويعتبر هذا المنظور وهو اعتماد الفرد على وسائل الإعلام جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام والذي اهتم بها ميليفن ديفيلر وبول روكيتش.^(١)

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين وهما^(٢):

أ. الأهداف: حتى يحقق الأفراد والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، يجب عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

ب. المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى الأفراد والمنظمات إليه لبلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من المصادر وهي جمع وتنسيق ونشر المعلومات. تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام:

ويرصد ميليفن ديفيلر وبول روكيتش مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاثة فئات أساسية وهي^(٣):

أولاً: الآثار المعرفية: وتتمثل في العديد من المجالات منها، الغموض ومشكلة نقص في المعلومات، وتكوين الاتجاهات نحو قضايا معينة، وترتيب الأولويات في القضايا البارزة، واتساع المعتقدات والقيم.

ثانياً: الآثار الوجدانية: وترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات مثل: المشاعر أو العطف، وتتمثل ذلك في الفتر العاطفي أو اللامبالاة، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاغتراب.

ثالثاً: الآثار السلوكية: وتتحدد الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام وفق ميليفن ديفيلر وبول روكيتش في سلوكين أساسيين وهما التنشيط والخمول.

فروض النظرية:

(١) عبد الحميد، مرجع سابق، (ص ٢٩٨).

(٢) خيرالله، مرجع سابق، (ص ١٧٤).

(٣) صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، (ص ٣١).

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الفروض وهي على النحو الآتي^(١):

أ. تزداد إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية المعرفية والعاطفية والسلوكية عندما توفر النظم الإعلامية متميزة وأساسية، ويزداد التأثير بشكل في حالة عدم استقرار المجتمع بسبب الصراع والتغير.

ب. كلما كان عدد ودرجة مركزية خدمات تقديم المعلومات التي تقدمها وسيلة معينة كبيرة كان الاعتماد على تلك الوسيلة كبيراً، وكلما زادت هذه الوسيلة كمية المعلومات ودرجة أهميتها ازداد اعتماد الجمهور عليها.

ت. ترتبط كثافة علاقات الاعتماد للأفراد إيجابياً بإدراكات التهديدات البيئية والاجتماعية، حيث يزداد الاعتماد على مصادر وسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغير الاجتماعي، وفي المجتمعات ذات النظم الإعلامية النامية يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام عند ازدياد حالات الصراع وعدم الاستقرار.

ث. يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة الغموض والالتباس، المتسبب من نقص المعلومات أو عدم كفايتها أو وجود الصعوبة في التفسير الصحيح للأحداث.

ج. الأفراد الذين يعتمدون على وسيلة محددة هم أكثر قدرة على استخلاص المعلومات من خلال تعرضهم للوسيلة.

تطبيق النظرية في الدراسة:

واستفاد الباحث من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في التعرف على نوع وحجم التأثيرات الناتجة عن اعتماد الصحفيين الفلسطينيين على تقنيات التحقق من المعلومات المنشورة عبر وسائل الإعلام الرقمي، وتتمثل في التأثيرات المعرفية أو الوجدانية أو السلوكية، وقد تختلف حجمها تبعاً للمتغيرات الديمغرافية المختلفة للمبحوثين وهذا ما تسعى إليه الدراسة لمعرفة.

عاشراً: نوع الدراسة ومنهجها:

١. نوع الدراسة:

وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج والتعميمات وذلك من أجل

(١) خير الله، مرجع سابق، (ص ١٧٥).

تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها^(١)، كما أنها لا تقف عند حدود الوصف والتشخيص، بل تتجاوز إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها^(٢)، ويعد هذا النوع الأنسب في وصف ومعرفة اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدامهم لتقنيات التحقق من المعلومات عبر الاعلام الرقمي أثناء عملهم الصحفي، إلى جانب الكشف عن حجم اهتمامهم وتفضيلهم لتلك التقنيات المستخدمة.

٢. منهج الدراسة:

اعتمد الباحث في دراسته على منهج المسحي الإعلامي من أجل الحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها^(٣)، ومن خلاله تم استخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، للتعرف على طبيعة استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات أثناء عملهم الصحفي وأولوياتهم.

٣. أدوات الدراسة:

تستخدم الدراسة العلمية على أداتين في سياق جمع البيانات والمعلومات وهي:

أ. صحيفة الاستقصاء:

وهو أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو المباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات العينة، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم، أو الدوافع والعوامل المؤثرة التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة^(٤)، واعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء والتي طبقت على عينة من الصحفيين الفلسطينيين، لمعرفة اتجاهاتهم نحو استخدامهم لتقنيات التحقق من المعلومات عبر الاعلام الرقمي، تنقسم أداة صحيفة الاستقصاء إلى عدة محاور وهي:

١. محور السمات الشخصية: ويقصد بها السمات الشخصية لأفراد العينة من خلال التعرف (النوع، العمر، المستوى التعليمي، منطقة السكن، مكان العمل، مجال المهنة).
٢. محور استخدام منصات التواصل الاجتماعي: ويقصد به معرفة مدى استخدام الصحفيين الفلسطينيين لمواقع منصات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي.

(١) المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (ص ١٦٢).

(٢) عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (ص ١٥٣).

(٣) المشهداني، مرجع سابق، (ص ١٦٣).

(٤) حسين، بحوث الإعلام "الأسس والمبادئ"، (ص ١٧٨).

٣. محور استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي: يقصد به مدى استخدام

الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات والمجالات والتدابير في التحقق من المعلومات.

٤. محور اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التحقق من المعلومات

عبر الإعلام الرقمي: ويقصد من خلاله التعرف على أهم السلبيات والإيجابيات وكذلك

النصائح والمقترحات لتحسين الصحفيين في التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام

الرقمي.

ب. المقابلة المعمقة:

وهي قيام الباحث بتوجيه عدد من الأسئلة والحديث في إطار الخطوط والأهداف العامة

لتنظيم المقابلة، كما ويترك الحرية الكاملة للمبحوث في التعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته بحرية

كاملة تعكس شخصيته، تجعلهم لا يحسون بمناخ أو قيود المقابلة^(١).

واستخدام الباحث أداة المقابلة المعمقة لغرض البحث وجمع المعلومات حول حيثيات

المشكلة ومعرفة طبيعة اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين واستخدامهم لتقنيات التحقق من

المعلومات عبر الإعلام الرقمي في العمل الصحفي، وأجرى الباحث مقابلات مع عينة متاحة من

المتخصصين وعددهم (٥) في مجال التحقق من المعلومات ومواقع التواصل الاجتماعي، وذلك

من خلال توجيه عدد من الأسئلة قام بإعدادها بطريقة محددة قبل إجراء المقابلة.

الحادي عشر: مجتمع الدراسة والعينة:

١. مجتمع الدراسة: يقصد بمجتمع الدراسة " كامل الأفراد أو الأحداث أو المشاهدات موضوع

البحث أو الدراسة"^(٢)، ويتكون مجتمع من جميع الصحفيين المقيمين في محافظات قطاع

غزة، واعتمد الباحث الصحفيين المسجلين في نقابة الصحفيين^(٣)، والصحفيين الممارسين

والمسجلين في المكتب الإعلامي الحكومي بغزة^(٤)، وكان العدد الإجمالي لهم (٧٥٣)^(٥)

صحفيًا وصحفية.

(١) عبد الحميد، مرجع سابق، (ص ٣٩٦).

(٢) الطويس، مجتمع الدراسة والعينات، (ص ٣).

(٣) تحسين الأسطل، نائب نقيب الصحفيين الفلسطينيين في قطاع غزة. مقابلة، (اتصال هاتفي). بتاريخ:

٢٠٢١/٤/٢٠م.

(٤) محمود الفراء، المكتب الإعلامي الحكومي بغزة، مقابلة، (اتصال هاتفي)، بتاريخ: ٢٠٢١/٤/٢٥م

(*) عدد قائمة نقابة الصحفيين في محافظات قطاع غزة (٤٥٨) صحفيًا وصحيفة، وعدد الصحفيين المسجلين

في المكتب الإعلامي الحكومي في غزة (٥٠٠) صحفيًا وصحفية في مارس عام ٢٠٢١م، وكرر عدد (٢٠٥)

٢. **عينة الدراسة:** نظرًا لصعوبة الدراسة الشاملة لجميع أفراد المجتمع، لذلك تم اختيار طريقة العينة العشوائية البسيطة، وهي العينة التي يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع الإحصائي الذي أخذت منه، نفس الفرصة بأن تكون ممثلة في هذه العينة، كما تستخدم عندما يكون المجتمع الإحصائي متجانسًا^(١)، وبلغ عدد عينة الدراسة الإجمالية ٢٥٣ مفردة، وقد تم توزيع أداة الدراسة عليهم وتم استرداد ٢١٨ مفردة أي بما يعادل ٨٦,٢%.

الخصائص والسمات العامة لعينة الدراسة:

بعد قيام الباحث في اختيار عينة الدراسة وتوزيعها عليهم، وجمعها وتحليلها إحصائيًا، كان توزيع عينة الصحفيين الفلسطينيين في محافظات قطاع غزة، وفق الخصائص والسمات العامة لهم على النحو الآتي:

١. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي:

جدول (١,١) توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
60.1	131	ذكر
39.9	87	أنثى
100.0	218	المجموع

تبين من النتائج الموضحة في جدول (١,١) أن ٦٠,١% من أفراد عينة الدراسة ذكور، بينما شكل الاناث ما نسبته ٣٩,٩% من عينة الدراسة.

٢. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر:

جدول (١,٢) توزيع عينة الدراسة حسب العمر

النسبة %	التكرار	الإجابة
13.8	30	أقل من ٢٥ عامًا
28.9	63	من ٢٥ إلى أقل من ٣٠ عامًا
22.5	49	من ٣٠ إلى أقل من ٣٥ عامًا
21.1	46	من ٣٥ إلى أقل من ٤٠ عامًا
7.8	17	من ٤٠ إلى أقل من ٤٥ عامًا

صحفيًا وصحيفة في كلتا القائمتين قام الباحث بحذفها لكي يصل العدد إلى (٧٥٣) صحفيًا وصحيفة، وهي التي تم اعتمادها.

(١) أبو ظاهر، العينات الإحصائية، ٢٠١٧م.

6.0	13	من ٤٥ عامًا فأكثر
100.0	218	المجموع

تبين من النتائج الموضحة في جدول (١,٢) أن ١٣,٨% من أفراد عينة الدراسة أعمارهم (أقل من ٢٥ عامًا)، بينما ٢٨,٩% تتراوح أعمارهم بين (٢٥ إلى أقل من ٣٠ عامًا)، و ٢٢,٥% تتراوح أعمارهم بين (٣٠ إلى أقل من ٣٥ عامًا)، و ٢١,١% تتراوح أعمارهم بين (٣٥ إلى أقل من ٤٠ عامًا)، و ٧,٨% تتراوح أعمارهم بين (٤٠ إلى أقل من ٤٥ عامًا)، في حين أن ٦% أعمارهم (٤٥ عامًا فأكثر).

٣. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي:

جدول (١,٣) توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	الإجابة
14.7	32	دبلوم
56.4	123	بكالوريوس
28.9	63	دراسات عليا
100.0	218	المجموع

تبين من النتائج الموضحة في جدول (١,٣) أن ١٤,٧% من أفراد عينة الدراسة مستواهم التعليمي دبلوم، بينما ٥٦,٤% مستواهم التعليمي بكالوريوس، في حين أن ٢٨,٩% مستواهم التعليمي دراسات عليا.

٤. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مكان السكن:

جدول (١,٤) توزيع عينة الدراسة حسب مكان السكن

النسبة %	التكرار	الإجابة
17.4	38	شمال غزة
31.2	68	غزة
22.0	48	الوسطى
18.8	41	خانيونس
10.6	23	رفح
100.0	218	المجموع

تبين من النتائج الموضحة في جدول (١,٤) أن ١٧,٤% من أفراد عينة الدراسة يقيمون في محافظة شمال غزة، بينما ٣١,٢% يقيمون في محافظة غزة، و ٢٢% يقيمون في محافظة

الوسيط، و ١٨,٨% يقيمون في محافظة خانيونس، في حين أن ١٠,٦% يقيمون في محافظة رفح.

٥. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة في المهنة:

جدول (١,٥) توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة في المهنة

النسبة%	التكرار	الإجابة
22.5	49	أقل من ٥ أعوام
27.5	60	من ٥ إلى أقل من ١٠ عامًا
29.4	64	من ١٠ إلى أقل من ١٥ عامًا
17.9	39	من ١٥ إلى أقل من ٢٠ عامًا
2.8	6	من ٢٠ عامًا فأكثر
100.0	218	المجموع

تبين من النتائج الموضحة في جدول (١,٥) أن ٢٢,٥% من أفراد عينة الدراسة خبرتهم العملية (أقل من ٥ أعوام)، بينما ٢٧,٥% تتراوح خبرتهم العملية بين (٥ إلى أقل من ١٠ عامًا)، و ٢٩,٤% تتراوح خبرتهم العملية بين (١٠ إلى أقل من ١٥ عامًا)، و ١٧,٩% تتراوح خبرتهم العملية بين (١٥ إلى أقل من ٢٠ عامًا)، في حين أن ٢,٨% خبرتهم العملية (٢٠ عامًا فأكثر).

٦. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مكان العمل:

جدول (١,٦) توزيع عينة الدراسة حسب مكان العمل

النسبة%	التكرار	الإجابة
33.9	74	مواقع إلكترونية
18.3	40	قنوات تلفزيونية
17.9	39	وكالات أنباء
17.0	37	إذاعات
12.8	28	صحف ومجلات
100.0	218	المجموع

تبين من النتائج الموضحة في جدول (١,٦) أن ٣٣,٩% من أفراد عينة الدراسة يعملون في مواقع الكترونية، بينما ١٨,٣% يعملون في قنوات تلفزيونية، و ١٧,٩% يعملون في وكالات أنباء، و ١٧% يعملون في إذاعات، في حين أن ١٢,٨% يعملون في صحف ومجلات.

٧. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مجال العمل:

جدول (١,٧) توزيع عينة الدراسة حسب مجال العمل

النسبة %	التكرار	الإجابة
32.6	71	محرر صحفي
15.6	34	سويشال ميديا
12.8	28	مراسل صحفي
10.1	22	مدير تحرير
8.7	19	مصور فوتوغرافي
6.4	14	سكرتير تحرير
6.4	14	مخرج صحفي
4.6	10	كاتب محتوى
1.8	4	مترجم
0.9	2	رئيس تحرير
100.0	218	المجموع

تبين من النتائج الموضحة في جدول (١,٧) أن ٣٢,٦% من أفراد عينة الدراسة يعملون محررين صحفيين، بينما ١٥,٦% يعملون في السويشال ميديا، و ١٢,٨% يعملون مراسلين، و ١٠,١% يعملون مديري تحرير، و ٨,٧% مصورين فوتوغرافي، و ٦,٤% سكرتير تحرير، و ٦,٤% مخرج صحفي، و ٤,٦% كاتب محتوى، و ١,٨% مترجم، و ٠,٩% رئيس تحرير.

الثاني عشر: إجراءات الصدق والثبات:

وتهدف إجراءات الصدق والثبات إلى التحقق من صدق أداة الاستقصاء ودقتها، وهي على النحو الآتي:

أولاً: صدق الاستبانة:

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس أسئلة الاستبانة ما أعدت لقياسه، وقد تم التحقق من صدق الاستبانة من خلال التالي:

١. صدق المحكمين "الصدق الظاهري":

قام الباحث بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين تألفت من المتخصصين في مجال الصحافة والاعلام والاحصاء بلغ عددهم (١٣) محكمًا^(*)، وقد طلب

(*) انظر الملحق رقم (١).

الباحث من المحكمين إبداء آرائهم في مدى ملائمة العبارات لقياس ما وضعت لأجله، ومدى وضوح صياغة العبارات ومدى مناسبة كل عبارة للمحور الذي ينتمي إليه، ومدى كفاية العبارات لتغطية كل محور من محاور الدراسة، بالإضافة إلى اقتراح ما يروونه ضرورياً من تعديل صياغة العبارات أو حذفها، واستناداً إلى الملاحظات والتوجيهات التي أبداهها المحكمون قام الباحث بإجراء التعديلات التي اتفق عليها المحكمون لأداة الدراسة، واعتمدت بعد موافقة المشرف عليها، وبذلك خرجت صحيفة الاستقصاء بصورتها النهائية (انظر الملحق رقم ٢).

وتركزت توجيهات المحكمين وآرائهم، في انتقاد طول فقرات صحيفة الاستقصاء حيث كانت تحتوي على بعض الفقرات الطويلة، والنصح بإزالة بعض العبارات من بعض المحاور واستبدالها بعبارات أخرى وإضافة بعض العبارات في محاور أخرى.

٢. صدق الاتساق الداخلي:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة، مع المحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد تم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور التابعة له على النحو الآتي:

جدول (١،٨): صدق الاتساق الداخلي لمحور تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الرقمي

م	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	المؤسسة التي أعمل بها تقوم بتدريبي على تقنيات التحقق من المعلومات	0.54	*0.000
2	تدريب الصحفيين على التحقق من المعلومات سيساهم في التقليل من الوقوع بالأخطاء	0.73	*0.000
3	لا يوجد كادر لديه الخبرة في تقنيات التحقق من المعلومات	0.53	*0.000
4	أحرص دائماً على اتخاذ كافة التدابير اللازمة في التحقق من المعلومات قبل نشرها	0.72	*0.000
5	لديّ القدرة في استخدام تقنيات التحقق من المعلومات	0.69	*0.000
٦	إنشاء قسم متخصص في التحقق من المعلومات داخل المؤسسة التي أعمل بها	0.68	*0.000
7	المواقع التي استخدمها في التحقق من المعلومات فعالة ودقيقة	0.65	*0.000
8	استخدم مواقع متخصصة في التحقق من المعلومات التي مصدرها الإعلام الرقمي	0.76	*0.000

(*) الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$.

يبين الجدول السابق معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، حيث إن القيمة الاحتمالية لكل فقرة أقل من ٠,٠٥ وبذلك تعتبر فقرات المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (١,٩): صدق الاتساق الداخلي لمحور التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات

م	الفقرات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	زيادة المعرفة والإلمام بتقنيات التحقق من المعلومات	0.69	*0.000
2	التعرف على التقنيات والمواقع الجديدة والمخصصة في التحقق من المعلومات	0.77	*0.000
3	زيادة التعرف إلى ما تقدمه تقنيات التحقق من المعلومات في الكشف عن الأخبار المضللة	0.71	*0.000
4	زيادة مصداقية المعلومة والموضوعية في التعامل مع الحدث	0.79	*0.000
5	إلقاء الضوء على السياسة التي تقوم عليها تقنيات التحقق من المعلومات	0.72	*0.000
6	استخدام تقنيات التحقق من المعلومات ساهم في تحسين جودة العمل الصحفي	0.76	0.000*
7	استخدام تقنيات التحقق ساهم في التقليل من الأخطاء والأخبار المزيفة	0.69	*0.000
8	زيادة الثقة في تقنيات التحقق من المعلومات بعد استخدامها في العمل الصحفي	0.82	*0.000
9	قناعتك بضرورة التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات لما تتمتع من مصداقية كبيرة	0.72	*0.000
10	زيادة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات	0.82	*0.000
11	الطلب من المؤسسة زيادة التدريب وشراء البرامج لتحقيق من المعلومات	0.73	*0.000
12	التجنب من الوقوع في الأخطاء	0.75	*0.000
13	الارتقاء بمستوى العمل الصحفي	0.77	*0.000
14	تشجيع الصحفيين على استخدام تقنيات التحقق من المعلومات	0.75	*0.000

يبين الجدول السابق معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور والدرجة الكلية للمحور، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، حيث إن القيمة الاحتمالية لكل فقرة أقل من ٠,٠٥ وبذلك تعتبر فقرات المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

(*) الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$.

ثانياً: ثبات الاستبانة:

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي نفس النتيجة في حال تم إعادة تطبيقها أكثر من مرة تحت نفس الظروف، أو بعبارة أخرى إن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في نتائج الاستبانة وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، وقد تم حساب ثبات الاستبانة بطريقة معامل ألفا كرونباخ وطريقة التجزئة النصفية:

جدول (١٠، ١): يوضح معامل ألفا كرونباخ وسبيرمان براون لقياس ثبات الاستبانة

المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	سبيرمان براون
تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الرقمي	8	0.82	0.84
التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات	14	0.94	0.92

يبين الجدول السابق أن معاملات ألفا كرونباخ وسبيرمان براون دالة احصائياً، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بمعامل ثبات.

الثالث عشر: المعالجة الإحصائية للبيانات:

قام الباحث بتفريغ وتحليل الاستبانة، من خلال برنامج التحليل (SPSS)، وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- إحصاءات وصفية منها: النسبة المئوية، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، والوزن النسبي.
- معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient): لقياس صدق فقرات الاستبانة ولمعرفة العلاقة بين المتغيرات.
- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
- معامل ارتباط سبيرمان براون للتجزئة النصفية المتساوية لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
- اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T test)، لمعرفة ما إذا كان المتوسط الحسابي لدرجة الاستجابة لكل فقرة من فقرات محاور الاستبانة تساوي درجة الحياد وهي 3 أم تختلف عنها.

- اختبار (تحليل التباين الأحادي - one- Way ANOVA) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات الترتيبية.

- اختبار شيفيه للمقارنات البعدية.

الرابع عشر: مفاهيم الأساسية للدراسة:

١. **الاتجاهات:** هي مجموعة المعتقدات والمشاعر والميول السلوكية التي يحملها الفرد تجاه موضوع معين^(١).

٢. **الصحفيون الفلسطينيون:** هم الذين يمارسون العمل الصحفي في الأراضي الفلسطينية بالضفة الغربية وقطاع غزة والقدس المحتلة. في مختلف الوسائل الإعلامية سواء المقروءة أو المسموعة أو المرئية أو الإلكترونية، ويمتلكون العضوية في نقابة الصحفيين الفلسطينيين أو المسجلين في الدوائر الحكومية الإعلامية في قطاع غزة.

٣. **التقنية:** وهي التطبيقات العلمية للعلم والمعرفة في جميع المجالات التي يعيشها المجتمع الحديث، أو الطرق التي يستخدمها الناس في اختراعاتهم واكتشافاتهم لتلبية حاجاتهم وإشباع رغباتهم^(٢).

٤. **التحقق من المعلومات:** التأكد من صحتها، أو التيقن منها^(٣).

٥. **المعلومات:** هي عبارة عن الحقائق والرسائل والتي يتم استخدامها للوصول إلى حقيقة ما أو مفهوم ما، أي أنها عملية تتم من خلالها توصيل الحقائق من أجل زيادة الوعي والمعرفة^(٤).

٦. **الأخبار المضللة (الزائفة):** نوع من الصحافة الصفراء أو الدعاية التي تتكوّن من التضليل المتعمد، أو الخدع المنتشرة عبر وسائل الإعلام المطبوعة والإذاعية التقليدية، أو وسائل الاعلام الاجتماعية على الانترنت^(٥).

(١) السلمي، السلوك الإنساني في الإدارة، (ص ٤٩).

(٢) حيدر، مفهوم التقنية دلالة المصطلح ومعانيه وطرق استخدامه.

(٣) مرصد مصداقية الإعلام الأردني، مفاهيم ومصطلحات التحقق، موقع إلكتروني، رابط:

<https://bit.ly/3tuMaZ1>

(٤) تعريف المعلومات لغاً واصطلاحاً، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3aklkdz>

(٥) ماهي الأخبار الزائفة، مقال علمي منشور، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/2U3jj11>

٧. **التكنولوجيا:** هي الاستخدام الأمثل للمعرفة العلمية وتطبيقاتها، وتطويعها لخدمة الإنسان ورفاهيته. كما أنها عملية شاملة تقوم بتطبيق العلوم والمعارف بشكل منظم في كافة الميادين، لتحقيق أغراض ذات قيمة عملية للمجتمع^(١).

٨. **الإعلام الرقمي:** هي مجموعة الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت^(٢).

الخامس عشر: تقسيم الدراسة:

تم تقسيم الدراسة العلمية إلى ثلاثة فصول وهي:

- **الفصل الأول:** خصص فيه الإطار العام للدراسة ويتضمن: أهم الدراسات السابقة، مشكلة الدراسة، وأهمية الدراسة، وأهدافها وتساؤلاتها، وفروض الدراسة، الإطار النظري للدراسة، بالإضافة إلى نوع ومنهج وأدوات الدراسة والعينة ومجتمع الدراسة، ومفاهيم ومصطلحات وتقسيم الدراسة.
- **أما الفصل الثاني:** التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي والعمل الصحفي، ويتضمن ثلاثة مباحث، يتناول **المبحث الأول:** الإعلام الرقمي المفهوم والوسائل والخصائص، فيما يتطرق **المبحث الثاني:** أهم تقنيات التحقق من المعلومات المفهوم والخصائص، أما **المبحث الثالث:** المجالات وأثر الاستخدام لتقنيات التحقق من المعلومات على الصحفيين في محافظات قطاع غزة.
- **أما الفصل الثالث:** مناقشة نتائج الدراسة وفروضها والتوصيات، حيث تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث، يتناول **المبحث الأول:** نتائج الدراسة ومناقشتها، أمام **المبحث الثاني:** نتائج اختبار فروض الدراسة ومناقشتها، و**المبحث الثالث:** توصيات الدراسة يليها قائمة المراجع وملاحق الدراسة.

(١) لعزيزي، تعريف ومفهوم التكنولوجيا، موسوعة المبتكر، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3x1aR1m>

(٢) الشمالية وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، ص ١٨.

الفصل الثاني:

التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي
والعمل الصحفي

الفصل الثاني

التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي والعمل الصحفي

يهدف هذا الفصل إلى تسليط الضوء على الإعلام الرقمي وتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي، حيث تم تقسيم الفصل إلى ثلاثة مباحث رئيسية، حيث يشمل المبحث الأول الإعلام الرقمي ومفهومه ووسائله وخصائصه، أما المبحث الثاني يتحدث عن تقنيات التحقق من المعلومات المفهوم والأدوات، في حين يتناول المبحث الثالث والأخير من هذا الفصل مجالات استخدام تقنيات التحقق من المعلومات ومدى تأثيرها في العمل الصحفي.

المبحث الأول:

الإعلام الرقمي المفهوم والوسائل والخصائص

يعرض هذا المبحث عدة محاور، تتمثل في البداية الحديث عن مفهوم الإعلام في اللغة والاصطلاح، ثم يتناول أبرز تعريفات الإعلام الرقمي، ومن بعدها الحديث عن أهم وسائله المستخدمة، وأخيرًا الحديث عن أهم الخصائص التي يتميز بها في عالم ثورة التكنولوجيا الحديثة.

أولاً: الإعلام في اللغة:

هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: (بلغت القوم بلاغًا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث الشريف: "بلغوا عني ولو آية" أي أوصلوها غيركم واعلموا الآخرين، وأيضًا: " فليبلغ الشاهد الغائب" أي فليعلم الشاهد الغائب، ويقال: أمر الله بلغ أي بالغ وذلك من قوله تعالى: " إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ" أي نافذ يبلغ أين أريد به^(١).

ويُعرف في الاصطلاح: بأنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعتبر هذا الرأي تعبيرًا موضوعيًا عن عقلية الجمهور واتجاهاته وميوله، ومعنى ذلك أن الغاية الوحيدة من الإعلام هي التنوير عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات ونحو ذلك^(٢).

(١) الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، (ص ١٨).

(٢) كافي، الإعلام التفاعلي، (ص ١٥).

ثانيًا: مفهوم الإعلام الرقمي:

وأطلق على مصطلح الإعلام الرقمي العديد من المسميات منها الإعلام الجديد، والإعلام الاجتماعي، والإعلام البديل، والإعلام الشبكي، والإعلام الخدماتي وغيرها، وتعددت المفاهيم لهذا الإعلام من قبل الباحثين والمختصين الذين قاموا بتعريفه وفق رؤيتهم وتصورهم لكنها تلتقي في نقطة واحدة، ومن بين هذه المفاهيم كما يأتي:

عرفت كلية شيردان (Sheridan) التكنولوجيا الإعلام الرقمي بأنه: (كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، الذي يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلًا عن استخدام الكمبيوتر كآلة رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض)^(١).

ويعرفه ليستر الإعلام الرقمي بأنه: مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من تزواج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو^(٢).

ويعرفه قاموس الكمبيوتر "Computing Dictionary" عبر مدخلين وهما^(٣):

١. إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي "Digital Convergence" إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو، في الوقت الذي يمكن فيه أيضًا معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر.

٢. المفهوم يشير إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.

في حين عرفه موسوعة ويكيبيديا "wikipedia" الإعلام الرقمي بأنه: مصطلح عام يشير إلى أشكال الاتصالات الإلكترونية المختلفة والتي أصبحت ممكنة عبر استخدام تكنولوجيا الكمبيوتر، ويرتبط الإعلام الجديد بالأشكال القديمة من وسائل الإعلام كالصحف والمجلات

(١) راضي، والتيمي، الإعلام الجديد تحولات ورؤى معاصرة، (ص ٧٤).

(٢) شقرة، الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، (ص ٥٢).

(٣) صادق، الإعلام الجديد "دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه"، (ص ٥).

والتي تمتاز بسكون نصوصها وصورها مقارنة مع الإعلام الجديد الذي يتصف بحالة التغيير المستمر^(١).

وبحسب الكاتب المصري فتحي أبو حطب بأنه: "مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله ونشره واستهلاكه بواسطة الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت أو غير متصلة"^(٢).

كما ويعرفه الدكتور فاضل البدراني بأنه: " جميع الوسائل والأدوات المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي من صحافة وأخبار وغيرها من الأدوات ومصادر المعلومات بشكل رقمي ومخزنة في وسط خزن إلكتروني وظهور مرحلة التفاعل"^(٣).

ويعرف الباحث الإعلام الرقمي بأنه: مجموعة الوسائل والتقنيات التكنولوجية الحديثة التي تجمع بين النص والصورة والفيديو في آن واحد والمتصلة بشبكة الإنترنت، مع إمكانية للمستخدم التفاعل معها وتوصيل الرسائل إلى أي شخص في أرجاء العالم بأسره.

وهنا نقول بأن مفهوم الإعلام الرقمي قد تشابه وتوافق بشكل كبير بين المختصين والباحثين في مجال الإعلام الذي حمل الخصائص والتنوع والمميزات والتقنيات والأشكال مع تعدد المسميات لهذا المصطلح.

وتتعدد أشكال مفهوم الإعلام الرقمي إلى أربعة أمور، وهي على النحو الآتي^(٤):

١. الإعلام الرقمي القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها: وهو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبوقة، وتتوالد عنه مجموعة من التطبيقات التي لا يمكن حصرها.
٢. الإعلام الرقمي القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الصحف والكتب: وهو إعلام جديد ينمو بسرعة ونشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة، ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.

(١) راضي، التميمي، مرجع سابق، (ص ٧٣).

(٢) الدعي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، (ص ٥٧).

(٣) البدراني، الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري، (ص ١١).

(٤) السنوسي، الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي، (ص ٤٧).

٣. الإعلام الرقمي القائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب أو بدأت تنشئ مواقع الكترونية مكملتها لعملها وتستخدم الشبكات الاجتماعية لتتفاعل مع الجمهور.

٤. الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر (أوف لاين): ويتم تداول هذا النوع إما شبكيًا مثل الأسطوانات الضوئية، وما إليها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.

ثالثاً: وسائل وأدوات الإعلام الرقمي:

تعددت وسائل الإعلام الرقمي وأدواته التي تتطور وتزداد مع مرور الوقت في ظل عصر التكنولوجيا الحديثة، ومن بين هذه الوسائل التي نقوم بذكر أهمها على النحو الآتي:

١. مواقع الشبكات الاجتماعية "Social Networking Sites":

وهي عبارة عن مجموعة مواقع ويب، تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين، مثل المحادثات الفورية والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات^(١).

وانتشرت الشبكات الاجتماعية مع نهاية عام ٢٠٠٧ في الوطن العربي وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك وتميزت بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة، وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة ونقلها من مكان حدوثها، وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية وجعلتهم أكثر تفاعل ومشاركة في مختلف القضايا، وقد أصبحت الشبكات الاجتماعية هي البديل المائل لأنشطة الماضي التقليدية، وحالة التفاعل بين مجتمعات اليوم مع البيئة والمجتمع المحيط هي التي تسيطر على النظام الاتصالية بدرجة لافتة للنظر، وقد نشطت شبكات التبادل في نقل الأفلام القصيرة التي ينتجها أناس عاديون من حول العالم، أو هواة إخراج سينمائي، بالحد الأدنى من الموارد وهو ما يؤكد حدوث تحول جذري في أدوات التخاطب والتعبير^(٢).

(١) الشمالية وآخرون، مرجع سابق، (ص ٣٧).

(٢) حسونة، الإعلام الجديد "المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف"، (ص ٤).

وتحظى الشبكات الاجتماعية بأهمية بالغة من حيث الفكرة التي تقوم عليها، حيث تتمثل وظيفتها بتفعيل المجتمعات الافتراضية وإحيائها، إذ توظف البرمجيات في خدمة الأفراد للتشارك فيما بينهم بالاهتمامات والأنشطة أيضاً، وتمتاز بسهولة استخدامها، واختصار الوقت والمسافة في جمع المستخدمين من مختلف أنحاء العالم في وقت قصير^(١).

ومن أهم الشبكات الاجتماعية كما يلي:

- الفيسبوك (Facebook):

هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الذي يساعد على تكوين عائلات بين المستخدمين حيث يساعد على التبادل سواء تبادل المعلومات أو نقاشات أو حوار بين الأفراد وقد يتجاوز التبادل ذلك إلى مقاطع فيديو والصور، كما يمنح المستخدمين إمكانية التعليق، ورغم أن هذا كله يتم في عالم افتراضي، فهو إذا موقع يستخدمه الأفراد مجاناً ويمكن من خلاله إضافة أصدقاء والتعرف عليهم بعد الموافقة على طلب الصداقة وحينها يمكن إرسال إليهم، وهو من أكثر الشبكات الاجتماعية زيارة على شبكة الانترنت^(٢).

وفي بداية شهر فبراير من العام ٢٠٠٤ كان الانطلاق الأول لموقع فيس بوك وإخراجه إلى عامة الناس بعد أن عكف "مارك زوكربيرج" على تأسيسه لعدة سنوات متتالية، وأصبح هذا الموقع بعد سنوات قليلة منصة عملاقة وذات طابع عالمي تتيح لكافة مستخدميها من كل بقاع الأرض أن يتواصلوا مع بعضهم البعض بدون وجود أية حواجز زمانية أو مكانية، وكذلك إمكانية أن يشاركوا مختلف المنشورات والصور والتطبيقات على صفحاتهم الخاصة ليتفاعل معها جموع الأشخاص من مختلف دول العالم^(٣)، وبحلول عام ٢٠٢١م نشرت إحدى الإحصائيات الدولية أن عدد مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك ٢,٨ مليار مستخدم ونشط أي أن حسابه جاري ويعمل، وأصبح بالإمكان تصفح هذا التطبيق من خلال مواقع التصفح المتنوعة أو تحميله كتطبيق على الهواتف الذكية بإصداراتها وأنظمة تشغيلها المختلفة^(٤).

(١) تعريف الشبكات الاجتماعية ومفهومها ونشأتها وأنواعها، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3dtHNNH>

(٢) الأشهب، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" أنموذجاً وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية، (ص ٣٥).

(٣) عالم المعرفة، تاريخ نشأة الفيسبوك، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3qxNV70>

(٤) الغد، موقع إلكتروني، رابط الموقع: <https://bit.ly/3INpv92>

ويعتبر الشباب من أكثر الفئات استخداماً للفييس بوك، حيث إن هؤلاء هم الأكثر ممن يمتلكون المهارات الحاسوبية، ولديهم اطلاع واسع على الكمبيوتر واستخداماته وشبكات الانترنت، مما يمكنهم من تصميم صفحة الفييس بوك بسهولة، فهي لا تتطلب سوى^(١):

أ. **مهارة استخدام الحاسوب:** بحيث يستطيع الشخص استعمال الحاسوب الشخصي أو في مجال العمل أو الدراسة، وهي مهارات أصبح امتلاكها سهلاً في ظل الثورة التكنولوجية والانفجار المعرفي، وهو ما عم كافة المجتمعات، حيث أصبح امتلاك هذه المهارات ضرورة من ضرورات الحياة.

ب. **الاشتراك في خدمة الإنترنت:** وهي خدمة أصبحت متوفرة ومنتشرة وفي متناول معظم الناس سواء عن طريق الاشتراك الشهري أو السنوي، بالإضافة إلى انتشار مقاهي الانترنت والتي توفر هذه الخدمة بأسعار مقبولة.

ت. **الاشتراك في خدمة البريد الإلكتروني:** والذي أصبح منتشرًا وضروريًا لكافة المراسلات وعمليات التواصل.

ث. **تعبئة الطلب الشخصي:** والذي يتطلب معلومات تشمل الاسم الحقيقي والبريد الإلكتروني وكلمة السر التي يجب أن يحتفظ بها طالب الاشتراك ليضمن عدم تمكن أشخاص آخرين من الدخول إلى موقعه على الفيسبوك.

- تويتر (Twitter):

وهي إحدى خدمات شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية والتدوين المصغر والذي يمكن للمستخدمين المسجلين إرسال ومراجعة الرسائل النصية المعروفة باسم "رسائل تويتر"، ولا تزيد عن ٢٨٠ حرفاً وهي متاحة لعامة المستخدمين في الوضع الافتراضي، كما ويمكن مشاركة أنواع أخرى من المحتوى مثل الصور ومقاطع الفيديو بالإضافة إلى الروابط بمواقع الويب الأخرى، فضلاً عن تطبيقات الجوال والرسائل النصية القصيرة^(٢).

وتم تأسيس موقع تويتر في شهر مارس عام ٢٠٠٦ من قبل جاك دورسي، ونوح غلاس، وبيز ستون وإيفان ويليامز وقد أُطلق فعلياً في تموز/يوليو من نفس العام، ولاقى الموقع شعبيةً

(١) شقرة، مرجع سابق، (ص ٦٥-٦٧).

(٢) هيئة تنظيم الاتصالات، تويتر، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3do7jhl>

كبيرة في جميع أنحاء العالم^(١)، وفي حلول عام ٢٠٢١ فقد بلغ عدد مستخدمي موقع تويتر ٣٧٩ مليون مستخدم نشط شهرياً.^(٢)

- اليوتيوب (YouTube):

وهي شبكة مخصصة للتواصل من خلال ملفات الفيديو والمدونات المكتوبة للتعليق عليها، مع إتاحة خدمة قنوات اليوتيوب لعرض مجموعة الملفات المتجددة لكل مشترك، مع إتاحة الفرصة للمشاركين لمشاهدة كل ما هو جديد من تلك القنوات^(٣).

وتم انطلاق موقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت عام (٢٠٠٥)، وأخذت اليوتيوب في تقديم خدماتها للجمهور حتى اشتراها موقع جوجل عام (٢٠٠٦) وطور في أدائها، بالإضافة إلى المشاركة مع معظم القنوات التلفازية، ونشر الملفات الفيلمية والمدونات وخدمات المحمول، والمشاركة مع الفيسبوك أو التويتر^(٤)، ويبلغ عدد المستخدمين موقع اليوتيوب ٢,٢٩ مليار مستخدم نشط شهرياً في عام ٢٠٢١.^(٥)

- الواتساب (Whats App):

هو تطبيق تراسل فوري محتكر ومتعدد المناصب للهواتف الذكية، ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الصور، الرسائل الصوتية، الفيديو، والوسائط. وتأسس الواتساب في عام ٢٠٠٩ م، من قبل الأمريكي بريان أكتون والأوكراني جان كوم، وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو، ويقع مقرها في سانتا كلارا في كاليفورنيا، يتنافس الواتساب مع عدد خدمات الرسائل الأسبوعية مثل KakaoTalk، Line وغيرها^(٦).

وقد أعلنت شركة فيسبوك شرائها تطبيق الواتساب في عام ٢٠١٤م بـ ١٩ مليار دولار أمريكي في أكبر عملية استحواذ حتى الآن، وفي عام ٢٠١٥ أعلنت شركة واتساب عن إتاحة هذه الميزة التي كان ينتظرها الكثيرون وهي ربط نسخة الهاتف من واتساب مع نسخة الويب، ويتم هذا الأمر من خلال ذهاب المستخدم إلى الموقع من خلال متصفح كروم، وإجراء مسح لرمز

(١) موسوعة ويكيبيديا، <https://ar.wikipedia.org/wiki>

(٢) الجزيرة نت، موقع إلكتروني، رابط الموقع: <https://bit.ly/3ANeicS>.

(٣) خلف الله، مفهوم اليوتيوب ونشأتها وخصائصها، شبكة الإنترنت، <https://bit.ly/3y7N5QY>

(٤) المرجع السابق نفسه.

(٥) الجزيرة نت، موقع إلكتروني، رابط الموقع: <https://bit.ly/3ANeicS>.

(٦) السيد، الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف بين الحضارات، (ص ١٢٤).

الباركود QR Code، وعندها يتم تسجيل الدخول ونقل الرسائل من تطبيق الهاتف إلى تطبيق الويب، وعملية الربط بين النسختين^(١).

– الانستغرام (Instagram):

وهو موقع أمريكي مجاني لتبادل الصور والفيديوهات، أطلق في أكتوبر عام ٢٠١٠، حيث قام بتأسيسه كيفن سيستروم ومايك كريجر، وأتاح للمستخدمين التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر، وقد استحوذت الفيسبوك على انستغرام في عام ٢٠١٢ مقابل مليار دولار، عندما تم الاستحواذ على انستغرام من قبل الفيسبوك كان عدد موظفي انستغرام ١٣ موظفا فقط^(٢)، ومن مميزات الانستغرام^(٣):

أ. يعد تطبيق الانستغرام التطبيق المثالي لمشاركة الصور والفيديو مع الآخرين، لأنه يعمل بكفاءة وفعالية على كافة أنظمة تشغيل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، فضلاً عن الحواسيب المكتبية.

ب. يعتبر الانستغرام من أفضل الوسائل التي تمنح المستخدمين إمكانية التفاعل مع الأصدقاء من خلال نشر التعليقات ومقاطع الفيديو أو تسجيل الإعجاب فيها.

ت. يمنح البرنامج للمستخدمين إمكانية رفع لانهائي من الصور.

ث. يعتمد الانستغرام على فكرة التتبع، حيث يقوم المستخدم بمتابعة الأشخاص الذين يعجب بصورهم، وعندما تصله تلقائياً كافة الصور التي يقومون برفعها عبر التطبيق للاطلاع عليها.

ج. يمنح التطبيق للمستخدمين إمكانية التبليغ عن التبليغ عن التطبيقات المسيئة.

ح. يتيح الانستغرام خاصية التعديل للصور حيث يحتوي على العديد من الفلاتر والأدوات التي تسمح بتعديل الصور وإضافة التأثيرات عليها ويحتوي كذلك على أدوات لتعديل الفيديو.

(١) موسوعة ويكيبيديا، رابط: <https://ar.wikipedia.org/wiki>

(٢) أبحاث نت، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3AkE5tE>

(٣) السنوسي، مرجع سابق، (ص ١٢١-١٢٢).

سلبيات الانستغرام^(١):

- أ. غياب الرقابة وعدم شعور بعض المستخدمين بالمسؤولية.
- ب. إمكانية اختراق البرنامج من قبل قراصنة، وما يترتب عليه من تحريف المعلومات.
- ت. كثرة الاشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.
- ث. إضافة الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة.
- ج. كثرة التصفح يؤدي إلى عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
- ح. ظهور لغة جديدة بين الشباب بين العربية والإنجليزية التي من شأنها أن تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها.

- التليغرام (Telegram):

هو أحد تطبيقات التواصل الاجتماعي المنتشرة بقوة في الفترة الأخيرة، بسبب امتلاكه للعديد من الميزات الرائعة والجذابة التي تفوقت على واتساب وغيره من التطبيقات الأخرى، وذلك بإتاحة إمكانية إرسال الفيديوهات والصور ذات الأحجام الكبيرة^(٢).

وأسس الأخوان نيكولاي وبافل دروف تليغرام في سنة ٢٠١٣م، وهما مؤسسا موقع فكونتاكتي، وهو أكبر شبكة اجتماعية روسية، وتعتبر شركة تليغرام منظمة مستقلة، ومقرها الأساسي في مدينة برلين، حيث صمّم نيكولاي بروتوكولاً خاصاً للتطبيق يُعرف باسم MTProto، أما بالنسبة لبافل دروف فقدّم الدعم المالي والهيكلية الأساسية للمشروع^(٣).

مميزات تطبيق التليغرام^(٤):

- أ. إمكانية الوصول إلى الرسائل من الأجهزة المختلفة سواء من خلال الويب أو هاتف المحمول والتابلت والآيفون.
- ب. إرسال الملفات كبيرة الحجم دون قيود وتصل حجمها إلى ٢ جيجا بايت.

(١) السنوسي، مرجع سابق، (ص ١٢١-١٢٢).

(٢) موقع أراجيك، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3dDzrNU>

(٣) موضوع، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/2UkhQ6R>

(٤) صدى التقنية، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/2UR3M4O>

ت. يقوم تطبيق التليغرام في الحفاظ على سرية المحادثات مع الأصدقاء، حيث يتم تشفير جميع الرسائل من طرف إلى طرف آخر، أي لا يستطيع أي جهة ثالثة قراءة الرسائل غير الراسل والمرسل إليه فقط.

ث. تتيح ميزة القنوات في التليغرام إمكانية البث الرسائل أو المحتوى لجمهور كبير، ويمكن لأي مستخدم من مستخدمي التطبيق إنشاء قناة خاصة لبث المحتوى برابط خاص وصور خاصة ومن ثم يمكن للآخرين الاشتراك بها وعند نشر أي رسالة أو محتوى جديد سيحصلون على تنبه بذلك.

ج. يتيح للمستخدمين من خلال التطبيق الخاص بأجهزة الكمبيوتر إمكانية تسجيل الدخول بثلاثة حسابات من أرقام هواتف مختلفة والتبديل بينهم بسهولة.

ح. إمكانية إنشاء مجلدات لتصنيف المحادثات والمجموعات لتسهيل الوصول إليها من قبل المستخدمين.

سلبات تطبيق التليغرام^(١):

أ. يستهلك تطبيق التليغرام بيانات هاتف المحمول بشكل كبير، كما يستهلك طاقة في البطارية بشكل أكبر مقارنة ببرامج مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

ب. لا يدعم إرسال الملفات المتعددة، أي لا يتيح لك خيار تحديد عدد الملفات وإرسالها في نفي الوقت، بل يجب تحديد كل ملف وإرساله بشكل فردي.

ت. إضافة مئات الآلاف من المتابعين في مجموعات عبر تطبيق التليغرام، وهذه ميزة جيدة مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، لكنك لا تتمكن من متابعة العدد الضخم من المحادثات، حيث لا تتمكن من قراءة الرسائل إلا إذا قمت بإنشاء مجموعة صغيرة تحتوي على عدد محدود من الأشخاص.

ث. لا يمكن استخدامه كبرنامج رئيسي في الهاتف المحمول.

ج. ظهور تحديث الحالة للعلن وما لا يرغب به الكثير من المستخدمين عند تحديث بياناتهم.

(١) تواصل، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/2URdOmw>

- سكايب (Skype):

وهي وسيلة للاتصال بالأشخاص المهمين في حياتهم وعملهم في أي وقت وأي مكان عبر الأجهزة المحمولة أو جهاز الكمبيوتر الشخصي أو Alexa، حيث تم تصميمه لكل من المحادثات الثنائية والجماعية ويعمل أينما كان عبر الأجهزة المحمولة وأجهزة الكمبيوتر الشخصية و Xbox و Alexa ومزود برسائل Skype مكالمات الصوت والفيديو عالية الدقة على مشاركة الخبرات وإنجاز المهام مع الآخرين، كما ويمكن استخدامه لإرسال الرسائل وإجراء المكالمات الصوتية ومكالمات الفيديو مع مجموعات تصل إلى ٥٠ شخصاً، وتأسس الموقع في عام ٢٠٠٣ ويقع مقرها الرئيسي في لكسمبورغ، وتعدّ سكايب فرعاً لشركة Microsoft Corp^(١).

- ماي سبيس (MySpace):

هو عبارة خدمة تشبيك اجتماعي على الويب تقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو والمجموعات البريدية وملفات الموصفات الشخصية للأعضاء المسجلين، يقع مقر الشركة في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية بينما يقع مقر الشركة الأم "نيوز كوربوريشن" في مدينة نيويورك الأمريكية^(٢).

وهو محرك بحث خاص بعرض ونظام بريد إلكتروني داخلي، يستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات الكترونية علن حياتهم، والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد لالتقاء، والتشابك المهني، والترويج للأعمال، ومشاركة الاهتمامات، والعثور على أصدقاء الدارسة القدامى والأصحاب، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والاندماج الثقافي ويتحاور ملايين الشباب مع الإعلام من خاله، ويعبرون علن قيمهم الشخصية والثقافية من خلال شبكة ماي سبيس الاجتماعية^(٣).

- لينكد إن (LinkedIn):

هو موقع على شبكة الإنترنت يصنف ضمن الشبكات الاجتماعية، تأسس في ديسمبر كانون الأول عام ٢٠٠٢، يستخدم الموقع أساساً كشبكة تواصل مهنية، ويبلغ عدد المسجلين في الموقع أكثر من ٧٢٧ مليون عضو من جميع أرجاء العالم في إحصائية ٢٠٢٠م، والموقع متوفر

(١) نبذة عن سكايب، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3wck9G1>

(٢) موقع معرفة، شبكة الإنترنت، <https://bit.ly/3hpg3W2>

(٣) حسونة، مرجع سابق، (ص ٥).

ب ٢٤ لغة عالمية، منها العربية والإنجليزية والفرنسية والألمانية والإسبانية والبرتغالية والروسية والتركية واليابانية^(١).

ويقدم الموقع العديد من المزايا للشركات وقطاع الأعمال، حيث يقوم في تسهيل عملية الحصول على الموظفين المرشحين للعمل، ويتيح موقع لينكد إن للأشخاص عرض سيرتهم الذاتية المفضلة وتستطيع الشركات البحث عن هؤلاء عبر كلمات مفتاحية، ولكن في المقابل فإن لهذا الموقع بعض السلبيات حيث يعاني كباقي المواقع الأخرى من إمكانية اختراق حسابات مستخدميه، فقد تمكن هاجر روسي من اختراق موقع لينكد إن وسرقة أكثر من ستة ملايين ونصف رقم سري، مما أثار ذلك العديد من التساؤلات عن مدى توفير الحماية والأمن التي يقع بها رجال الأعمال والشركات التي تستخدم هذا الموقع^(٢).

- شبكات اجتماعية أخرى:

يوجد العديد من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي رغم شهرتها لكنها أقل استخداماً في مهنة الإعلام ومنها: (تيك توك TikTok، السناب شات Snap chat، لاكي Likee، فليكر Flickr، تمبلر Tumblr، ساوند كلاود Sound Cloud)، وكذلك المواقع العربية الأقل شهرة منها: (عرب فيس، موقع باز، صراحة، الوصلة، سباتيوم).

٢. المدونات (Blogs):

المدونة أو weblog تعني في الاصطلاح (سجلات الشبكة) وتعريفها دفتر يومي إلكتروني، وقد تم الاتفاق عليها عربياً على (المدونة) كتعريب لـ weblog أو Blog وكلمة تدوين هي تعريب لـ Blogging، فالمدونات (weblogs)، وقد بدأت في تسعينات القرن الماضي كهواية أصبحت تتحول إلى وسيلة جديدة تغير طريقة تواصل الأفراد وعمل الصحفيين، وسلطة إعلامية تؤثر على صناع القرار^(٣).

ويعرفها هيرزوج (Herzog, 2005) بأنها "صفحة ويب تحتوي على تدوينات وتسجيلات مختصرة مرتبة ترتيباً زمنياً معيناً، وتعد بمثابة سجل يومي لعرض الوقائع وسردها، خاصة فيما يتعلق بالجديد من الأخبار، أو للربط ببعض مواقع الويب الأخرى"^(٤).

(١) الغد، موقع إلكتروني، رابط الموقع: <https://bit.ly/2XjQHcJ>.

(٢) شقرة، مرجع سابق، (ص ٨٤).

(٣) الزرن، المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، (ص ١٦٣-١٦٤).

(٤) العجومي، المدونات الإلكترونية التعليمية، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/365uCzi>

وانطلقت المدونات في منتصف القرن الماضي في أمريكا، وخصوصًا مع موقع (دراج ريبورت) الذي يعتبر الأب الروحي للمدونات وهو وراء نشر فضيحة مونيكا لفسكي السكرتيرة الخاصة للرئيس الأمريكي السابق بيل كلنتون، ويعتقد بعض الأخصائيين أن التدوين قد انطلق مع تأسيس (Justin Hall) سنة ١٩٩٤ لأول موقع يمكن تصنيفه كمدونة على الرغم من أن ظهور مصطلح المدونات كمصطلح (weblog) ظهرت في عام ١٩٩٧^(١).

وفي أغسطس عام ١٩٩٩، أطلقت شركات مختبرات بيرلا (pyre last) في سان فرانسيسكو موقع وبرنامج التدوين الأشهر استخدامًا (Blogger) الذي ساهم في انتشار التدوين بين المستخدمين من خلال أدوات سهلة، حيث بلغ عدد المستخدمين عام ٢٠٠٢ نحو ١,١ مليون مستخدم، وبلغ عدد المدونات النشطة على الموقع ٢٠٠ ألف مدونة، مما دفع شركة جوجل إلى شراء الموقع عام ٢٠٠٣ والتي أصبحت بعدها بالملايين وهو ما شجع الصحف والإذاعات الدولية والمنظمات إلى إنشاء مدونات على مواقعها على شبكة الإنترنت^(٢).

وتعد مدونات الإنترنت تعتبر واحدًا من أهم التطبيقات الإعلام الجديد هو البلوغ (Blog) أو ويب بلوج (weblog) ما أطلق عليه عربيًا المدونة وهي عبارة عن موقع على الإنترنت يستخدم Weblog لوج كصحيفة يومية إلكترونية فردية تعبر عن صاحبها وتركز على موضوع معين، مثل السياسية أو الأخبار المحلية ويمكن أن تكون عبارة عن مذكرات يومية، وهي تنشر بالنصوص والصور والفيديو والصوتيات وتحمل وصلات لمدونات أخرى كمواقع إنترنت أو وسائط متعلقة بالمقالة^(٣).

وتمتلك المدونات الإلكترونية العديد من المزايا التي تتميز لها، من أبرزها كما يلي^(٤):

أ. كل تدوين جديد يحمل طابعًا شخصيًا لمؤلفها، لذا من الصعب أن نجدها تتكرر عند شخص آخر.

ب. الحرية في المدونات واسعة والتعبير جريء، ويمكن التحكم بردود الفعل من قبل المدون.

ت. سهولة المتابعة ومعرفة أي جديد فيها.

(١) العجومي، المدونات الإلكترونية التعليمية، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/365uCZi>، (ص ١٦٤).

(٢) كافي، مرجع سابق، (ص ١٠١).

(٣) حسونة، مرجع سابق، (ص ٥).

(٤) بسمه، استخدام الطلبة الجامعيين للمدونات الإلكترونية وانعكاسها على تحصيلهم العلمي: دراسة ميدانية، (ص ٣٥).

ث. برنامج المدونة تلقائي يخبر المتصفح بمجرد الاتصال بالانترنت.

ج. المدونة لها طعم ومعنى خاص لأنها تحول الحوادث الاعتيادية إلى أشياء شيقة وأفكار جديدة للزائر.

ح. المدونة هي رؤية العالم من وجهة نظر واحدة، بمعنى عالم المدون الأشخاص.

٣. البودكاست (Podcast):

يُعرفها محمد إبراهيم، بأنها ملفات صوت وفيديو يمكن رفعها على الإنترنت، ويمكن للمستخدمين تحميلها، ولها بعض الخصائص المفيدة التي يمكن أن تفيد المتعلم في تعلم اللغة، وغالباً ما تكون هذه الملفات الصوتية أو المرئية شخصية، وبالتالي يمكن من خلالها عمل اتصال من واحد إلى واحد، أو من واحد إلى مجموعة، ويمكن استخدامها من خلال أجهزة المحمول النقالة مثل iPod، والأجهزة السمعية المحمولة؛ ومن ثم التعلم خارج نطاق الفصول التقليدية في أي وقت وفي أي مكان^(١).

وبدأت تقنية البودكاست في أواخر عام ٢٠٠٤ من الجيل الثاني من الويب "ويب ٢.٠"؛ ولكن المقدرة على نشر وتوزيع الملفات الصوتية والمرئية كانت موجودة قبل الإنترنت، وللبودكاست شعبية كبيرة في الدول الغربية، وتجد لها جماهير ومتابعين كثر، إما لانشغال الناس عن التلفاز أو لوجود محتوى أكبر قيمة وأكثر حرية على الإنترنت يقدمها متخصصون أو هواة، ينسب الفضل إلى ديف واينر لابتكار فكرة أتمتة عملية توصيل ومزامنة المحتوى إلى أجهزة تشغيل الموسيقى الرقمية في عام ٢٠٠٤ عن طريق تقنية ملخص الموقع الغني، وأول تطبيق أستعمل هذه التقنية لبث الملفات الصوتية كان iPodderX من تطوير August Trometer و Ray Slakinski كبديل لطرق البث التقليدية كالراديو والتلفاز^(٢).

وتمتاز تقنية البودكاست (podcast) بعدد من الخصائص منها^(٣):

أ. المرونة والإتاحة: حيث يتيح للمتعلم الاستماع والمشاهدة للمحتوي الدراسي في أي وقت وفي أي مكان.

(١) تقنية بودكاست المفهوم والخصائص التعليمية، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3y6uAfV>

(٢) موسوعة ويكيبيديا، رابط: <https://ar.wikipedia.org/wiki>

(٣) حجازي، فاعلية استخدام البودكاست لدعم التعلم التعاوني من خلال المدونات التتمية بعض كفايات إنتاج الصور الضوئية لدى طلاب تكنولوجيا التعليم، (ص ١٩).

ب. **التواصل:** من خلال تقنية "podcast" يمكن زيادة التواصل المستمر بين المعلمين والمتعلمين، والحد من عامل الخجل والقلق لدى بعض المتعلمين في التواصل مع الأشخاص.

ت. **التحكم:** وتعني التحكم في إمكانية عرض المحتوى التعليمي عدة مرات لزيادة القدرة على الاستيعاب والفهم.

ث. **الفردية:** فيستمع المتعلم بمفرده للمحتوي تبعاً لقدراته ولخطوه الذاتي في عملية التعلم.

ج. **التنوع في عرض المحتوى:** فلا يقتصر على نوع واحد من التعلم الصوتي أو المرئي فقط، ولكن يحدد النوع على حسب متطلبات المحتوى وما يلائمه.

ح. **انخفاض التكاليف:** فمع انتشار التكنولوجيا أصبح بإمكان كل شخص التعامل مع الإنترنت سواء باستخدام أجهزة الحاسب أو الهواتف النقالة. بالإضافة إلى أن كل ما يتم الاحتياج إليه يتمثل في برنامج صوتي أو برنامج فيديو لإنتاج الحلقات الصوتية أو المرئية ومساحة على الشبكة لاستضافة حلقات "podcast".

ومن مزايا تقنية البودكاست^(١):

أ. سهولة البدء وإنشاء قناة بودكاست.

ب. البودكاست هو الأمثل للبحث الصوتي، وكما نعرف فإنّ البحث الصوتي له مستقبل واعد والكثير من شركات التكنولوجيا تتجه نحوه.

ت. إعادة استخدام الملفات الصوتية بتنسيقات أخرى (فيديو، مقالات...الخ)

ث. يُعتبر البودكاست ممتاز لتحسين محركات البحث الـ SEO للمواقع الإلكترونية.

ج. يُساعدك البودكاست في زيادة عدد زيارات الموقع الإلكتروني.

٤. الصحف الإلكترونية:

تتشابه مع المدونات في طبيعة تكوينها، وآلية التفاعل فيها، وشكل، ومضمون المحتوى المعروض عليها، إلّا أنّ التركيز فيها يكون على الأخبار بأنواعها، وقد ساهم المستخدمون لشبكات التواصل الاجتماعيّ في تفوّقها على الصحف التقليدية في انتشارها، ومدى الإقبال عليها، وكذلك في توجيه المُعلنين إلى مُضاعفة تركيزهم على الميدان الإلكترونيّ؛ بهدف الترويج لمنتجاتهم،

(١) البودكاست التعريف والفوائد، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/365EQZY>

الأمر الذي ساهم في انخفاض إيرادات الإعلانات في الصحف الورقية، وضاعفها في الصحف الإلكترونية، وهذا مؤشر على تحول اهتمامات الجمهور^(١).

ولهذه الصحف الإلكترونية مميزات وخصائص ميزتها كوسيلة تواصل اجتماعي تختلف عن الصحف والدوريات الورقية^(٢).

أ. **التفاعلية:** وتعني أن مستخدم هذه الوسيلة الإعلامية يستطيع الحصول على المعلومات الفورية من الموقع، كما يمكن التفاعل مع مصدر هذه المعلومات ومع المستخدمين الآخرين لها، والذين يزورون هذا الموقع.

ويمكن التفاعل بطريقتين وهما^(٣):

١. **الاتصال التفاعلي المباشر:** وهو الاتصال الذي يتم بطريقة مباشرة بعدة أساليب، كأن يكون غير غرف الحوار "Chat Room"، التي تنشئها الصحف لهذه الغاية، حيث يتم تبادل الحوار والآراء بين القراء والمحررين في الصحيفة الإلكترونية حول ما ينشر من مواضيع وأخبار ومختلفة.

٢. **الاتصال التفاعلي غير المباشر:** يستطيع المتصل أن يبدي آراءه وتعليقاته بعدة أساليب، كاستخدام البريد الإلكتروني الإيميل في إرسال هذه والتعليقات إلى الصحيفة، حيث يقوم المختصون في هذه الصحف بقراءة هذه الرسائل والرد عليها، أو الأخذ بما جاء فيها أو ببعضه.

ب. **العمق المعرفي:** وتعني هذه الميزة للصحافة الإلكترونية بأنها قادرة على تقديم مواضيعها من أخبار ومقالات ودراسات بعمق وسعة وشمول، تتمثل في اتساع المادة المتاحة للمادة المقدمة، والقدرة على تقديم الخدمات المعرفية.

ت. **السرعة الفورية:** وتعني قدرة الصحافة الإلكترونية على تزويد القارئ لها بأخر الأخبار وجعله يقف على أحداث الأنباء المتعلقة بحدث معين أو الاطلاع على المعلومات المتعلقة بهذا الحدث عن طريق المقالات والروابط ذات الصلة.

(١) موقع موضوع، رابط: <https://bit.ly/369sgbU>

(٢) شقرة، مرجع سابق، (١٤٧ - ١٥٦).

(٣) المرجع السابق نفسه.

ث. **سعة الانتشار:** تستطيع الصحافة الإلكترونية تخطي الحدود الجغرافية وعبر القارات والوصول إلى أي مكان في العالم دون اعتبار لعوامل المنع والرسوم وغيرها، وهي ميزة أتاحت للجمهور القراءة إمكانية قراءة الصحف الإلكترونية أيا كان مكان صدورها والتواصل مع كتابها ومحرريها.

ج. **قلة تكاليف الصحف الإلكترونية:** لا يتطلب إنشاء صحيفة إلكترونية على شبكة الإنترنت ما يتطلبه إنشاء صحيفة ورقية من مبان وآلات ضخمة، خاصة في ظل ارتفاع أسعار الاستثمارات، بالإضافة إلى ارتفاع أسعار الورق والأحبار ومحدودية مصادر الورق ورواتب العاملين ورؤساء التحرير، مما انعكس ذلك على توفرها للقارئ واستخدامها بالمجان.

٥. موقع ويكي (wiki):

هو نوع من المواقع الإلكترونية يسمح للزوار بإضافة المحتويات وتعديلها دون أية قيود في الغالب، وقد تشير كلمة ويكي أيضاً إلى برامج الويكي المستخدمة في تشغيل هذا النوع من المواقع. تعني كلمة ويكي (wiki) بلغة هاواي "بالغ السرعة"، وقد استخدمت هذه الكلمة لهذا النوع من أنظمة إدارة المحتوى للدلالة على السرعة والسهولة في تعديل محتويات المواقع،^(١) ومن أشهرها موقع (Wikipedia) وهي الموسوعة التي تضم الملايين من المقالات بمعظم لغات العالم.

وقد تم إنشاء موقع ويكي في عام ١٩٩٥م، على يد كل من وارد كينغهام وبوليوف الذين قاموا بإنشاء أول موقع ويكي وهو يشكل مجتمعاً متعاوناً ومفتوحاً للجميع، حيث يمكن لأي شخص أن يشارك في تطوير وزيادة محتويات الموقع، ومنذ ذلك الوقت وحتى اليوم ظهرت برامج ويكي كثيرة واعتمدت الكثير من المواقع على هذه البرامج والهدف هو تبسيط علمية المشاركة والتعاون في تطوير المحتويات إلى أقصى حد ممكن.^(٢)

مميزات موقع ويكي (wiki)^(٣):

أ. تبسّط ويكي عملية تحرير المحتويات، فكل صفحة تحوي رابطاً لتغيير محتوياتها، فإذا أراد شخص ما تغيير محتويات الصفحة فعليه أن يضغط على الرابط وسيظهر له نموذج

(١) موسوعة ويكيبيديا، رابط: <https://ar.wikipedia.org/wiki>

(٢) حسونة، مرجع سابق، (ص ٦).

(٣) تمام، موقع إلكتروني، رابط الموضوع: <https://bit.ly/2TI8s2K>

لتحرير المحتويات، وعندما ينتهي من إضافة وتعديل ما يريد عليه أن يضغط الزر لإرسال التعديلات وستظهر الصفحة كما قام بتحريرها.

ب. تستخدم ويكي أوامر بسيطة لتنسيق محتوياتها، فلا حاجة لتعلم لغة HTML للمشاركة في إضافة وتعديل محتويات مواقع ويكي، وأمر ويكي البسيطة تتناسب أغلب المستخدمين ممن لا يملكون خبرة كبيرة في استخدام الحاسوب أو في تطوير المواقع.

ت. تحتفظ مواقع ويكي بسجل لتاريخ الصفحات، فإذا أخطأ شخص ما في تحرير إحدى الصفحات يمكن الرجوع إلى الصفحات السابقة المحفوظة، ويمكن المقارنة بين الصفحات لإظهار الفروق بينها، فلا خوف هنا من ارتكاب الأخطاء، يمكن دائماً الرجوع إلى نسخ سابقة من الصفحة.

ث. تشجع مواقع ويكي على العمل الجماعي والتشاركي، فأغلب مواقع ويكي تسمح لأي زائر بتعديل وإضافة المحتويات دون الحاجة إلى التسجيل في الموقع.

ج. موقع ويكي يبسط عملية إنشاء روابط لصفحات أخرى، فمواقع ويكي تحتفظ بكل محتويات الموقع في قاعدة بيانات متشعبة.

رابعاً: خصائص الإعلام الرقمي:

يتميز الإعلام الرقمي بالعديد من الخصائص المميزة والتي فرضت واقعاً إعلامياً جديداً من حيث سعة الانتشار والتغطية الجغرافية وإمكانية الوصول إلى أي شخص في أنحاء العالم دون اعتبار في ذلك للحدود والحوجز الزمنية والمكانية بكل سهولة، ويمكن ذكرها على النحو الآتي^(١):

١. **التفاعلية (Interactivity):** وهي السمة المميزة التي تتسم بالاتصال الوجيه، وهي تعمي انتهاء فكرة الاتصال الخطي، في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، بحيث يصبح الاتصال باتجاهين يتبادل أطراف العملية الأدوار، ويكون لكل طرف القدرة والحرية والتحكم في عملية الاتصال في الوقت والمكان والزمان الذي يناسبه وهذا يترتب عليه:

أ. المستقبل والمتلقي أصبح مشاركاً في عملية الاتصال ومؤثراً في بناء عناصرها باختياراته المتنوعة وليس متلقياً سلبياً.

ب. لا تتوقف المشاركة على اختيار المحتوى أو المضمون النهائي في عملية الاتصال بل امتد إلى التأثير في هذا المحتوى عبر الصدى سواء أكان تزامناً، أي في وقت لاحق

(١) كافي، مرجع سابق، (ص ٢٢١-٢٢٣).

وذلك ما كان مفقوداً في الاتصال التقليدي وأمكن تلافيه باستخدام الهاتف وإيميل أو الشريط المكتوب أسفل الشاشة.

ت. تعدد المشاركين في عملية الاتصال في إطار متزامن من تبادل أدوار الاتصال كما يحصل في مؤتمرات الفيديو، وبذلك لم يعد المشاهد يوصف ومتفاعلاً في العملية الاتصالية.

٢. **التنوع:** أدى تطور المستحدثات الرقمية إلى ارتفاع القدرة على التخزين والإتاحة وتوظيف أفضل عملية اتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه ويتمثل التنوع في الأمور الآتية^(١):

أ. تنوع أشكال الاتصال عبر الحاسب (اتصال صوتي، البريد الإلكتروني، جماعات النقاش، المؤتمرات عن بعد، الاتصال بمواقع الإلكترونية ومواقع محطات التلفزة).

ب. التنوع في المحتوى سواء في وظائف هذا المحتوى أو مجالاته (التنوع في محتوى الاتصال عبر وسائل، التنوع في امتدادات هذا المحتوى وروابطه وتفسيراته من خلال النصوص).

٣. **التكامل:** تتيح عملية الاتصال الرقمي عبر شبكات الاتصال ومختلف نظم الاتصال وأشكاله، مما يوفر ذلك للمستخدم ما يراه مطلوباً من تخزين وطباعة أو تسجيل أو إرسال، لأن هذا النظام يوفر مختلف أساليب التعرف والإتاحة والتخزين بأسلوب متكامل.

٤. **الفردية والتجزئة:** يحقق الإعلام الرقمي للمستخدم حرية كبيرة في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة في عملية الاتصال وهو بذلك يعطي من شأن الفردية، كما يؤكد الاتصال الرقمي على سرية الاتصال وخصوصيته، وعلى تحكم أطراف الاتصال في عملية الاتصال والتحكم الذاتي مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية، وبذلك يتوفر للمستخدم أرفع درجات الفردية والمحافظة على الخصوصية في الاتصال.

كما أدى تنوع مجالات المعلومات المتاحة على شبكات الانترنت إلى الوصول إلى فئات جماهيرية فرعية من المتلقين (المهتمين بالرسم، بالرياضة، بالخياطة)، وهذا الاتصال يتيح لهذه الفئات معلومات دقيقة لا تستطيع وسائل الاعلام الجماهيرية إيصالها، ويؤدي في نفس الوقت إلى تفتيت جمهور المستخدمين وإلى تجزئته، وهو أيضاً يقوم بنفس الوقت بتجميعه حسب الاهتمامات والعوامل الأخرى، كما يحصل في المنتديات أو المدونات.

(١) كافي، مرجع سابق، (ص ٢٢١-٢٢٣).

٥. تجاوز الحدود الثقافية: شبكة الانترنت هي مجموعة شبكات دولية وإقليمية تزداد يوماً بعد يوم ويزاد معها عدد المستخدمين لهذه الشبكة نتيجة إمكانية الاتصال ورخص تكلفته، مما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية والوصول إلى العالمية والكونية، وما حرص الكثير في الدول والمجتمعات على إنشاء طرق المعلومات السريعة، إلا تعبيراً عن إدراكها لأهمية الاتصال الثقافي العالمي وتدعيماً للوظائف العديدة التي تؤديها هذه الشبكات على المستوى العالمي كالتجارة الالكترونية العالمية.

كما ويضاف إلى تلك الخصائص التي يتميز بها الإعلام الرقمي في عصر الثورة التكنولوجية الجديدة^(١):

١. اللاتزامنية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد مرسلاً كان أو مستقبلاً.

٢. المشاركة والانتشار: يتيح الإعلام الرقمي لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن ناشراً يرسل رسالته إلى الآخر بكل سهولة دون عناء والجهد الطويل.

٣. الحركة والمرونة: يمكن نقل الوسائل الإعلام الجديدة بحيث تصاحب المتلقي، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الانترنت، والهاتف الجوال والأجهزة الكفية وذلك من خلال الاستفادة من الشبكات اللاسلكية.

٤. العالمية: أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

٥. تعدد الوسائط: تقوم وسائل الاعلام الجديدة باستخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص والصوت والصورة الثابتة والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد وغير ذلك.

٦. تعدد مصادر المعلومات فلم تعد المعلومة حكراً على مصدر معين بل أصبح للمعلومة الواحدة أو الخبر الواحد يوجد له أكثر من مصدر في آن واحد وهذا خلق مزيداً من الالتباس حول أصل المعلومة الحقيقي أو المصدر الأولي^(٢).

(١) السنوسي، مرجع سابق، (ص ٤٧ - ٤٨).

(٢) موقع المركز العربي للبحوث، الإعلام الجديد الإشكاليات وأنماط التغير، رابط الموقع:

<https://bit.ly/3AkYcrE>

٧. **الانتباه والتركيز:** نظراً لأن المتلقي في وسائل الاعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادة سلبياً وسطحياً.

٨. **الأرشفة والتخزين والحفظ:** يسهل على المتلقي أرشفة وتخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة ذاتها.

٩. **الحرية الواسعة:** فبعد أن كان لوسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون وكتب عرضة للتدخل من قبل السلطات الرسمية في الدول بالسماح أو المنع لما ينشر فيها، مما جعل من السلطة أداة وصاية على عقل وتفكير المواطن والقضاء على قدرة الإبداع والتفكير، وكذلك قدرة التحكم في وسائل الإعلام من قبل السلطات في كثير من الدول التي جعلت السلطة الرابعة التي يتمتع بها الإعلام أداة في يد هذه السلطات للمديح والتجميد والتضليل، فجاء الإعلام الجديد بعدها بكل وسائله المتعددة وقدرته على اختراق الحواجز المكانية والزمانية ليعطي حرية أوسع بكثير في تناول كافة القضايا الداخلية والخارجية التي تهم الوطن والمواطن، وتفتح عيون المواطنين على الكثير من الأمور التي كانت مبهمة وغامضة ومحرم عليهم معرفتها^(١).

١٠. **التواصل الشبكي المتداخل (inter connect edness):** يسمح بالتواصل من عدة نقاط إلى نقاط أخرى، وليس من نقطة واحدة إلى عدة نقاط، وهو ما يشبه الاتصال الجماهيري التقليدي^(٢).

١١. **سهولة الوصول والدخول (Access):** يقوم الأفراد المستخدمين لوسائل الاعلام الرقمي، بنشاطاتهم كمراسلين ومستقبلين ومنتجين^(٣).

١٢. **الكونية (Globalization):** البيئة الأساسية الجديدة التي تقوم عليها وسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونياً عبر الحدود الدولية جيئة وذهاباً من أقصى مكان في

(١) شقرة، مرجع سابق، (ص ٥٦).

(٢) منصر، دور الإعلام في تعزيز قيم المواطنة، (ص ١١).

(٣) المرجع السابق نفسه، (ص ١١).

الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم^(١).

١٣. قابلية التحويل (Convertibility): وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس^(٢).

ويرى الباحث أن الإعلام الرقمي يشكل ركيزة مهمة في نجاح توصيل المعلومات ونشرها في ، في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، حيث أصبح من الضروري على الصحفي استخدامها لتوصيل رسالته الإعلامية وتحقيق الصدى الواسع، وكذلك الحصول على المعلومات عبر تلك الوسائل المساعدة في عمله الصحفي.

(١) شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، (ص ١٣).

(٢) المرجع السابق نفسه، (ص ١٤).

المبحث الثاني:

تقنيات التحقق من المعلومات المفهوم والأدوات

يتناول هذا المبحث في البداية مفهوم التحقق من المعلومات ثم التطرق بعدها إلى القواعد التي يقوم عليها قبل البدء بعملية التحقق، وأخيرًا الحديث عن أبرز الأدوات والمواقع المتخصصة في التحقق من صحة المعلومات عبر شبكة الانترنت.

أولاً: مفهوم التحقق من المعلومات:

يُعرف التحقق من المعلومات في اللغة: التقيُّنُ منها ^(١)، وتحقّق يتحقّق وتحقيّقاً فهو متحقّق، تحقق الصحفي من الخبر أي صحّ عنده وعرف حقيقته والتحقّق من الأخبار يعني التأكّد من صحتها ^(٢).

ويعرفه معهد الصحافة الأمريكي التحقق بأنه مؤسسة فكرية تستند على ثلاثة أركان ومفاهيم أساسية وهي الشفافية والتواضع والأصالة ^(٣).

أما في الاصطلاح يعرفها مؤسس موقع "بولي فاكت" بيل أدير، بأن التحقق من المعلومات هو نوع جديد نسبياً من الصحافة حيث يبحث الصحفيون عن صحة تصريحات السياسيين في الماضي، كان التحقق من المعلومات يطال وبشكل أساسي، الإعلانات السياسية إلا أنه تطور ليطل أي نوع من التصريحات، الخطابات، المقابلات، البيانات الصحفية وحتى التغريدات ^(٤).

كما ويُعرف التحقق من المعلومات، بأنه التأكّد والتثبت من المعلومات من قبل الصحفي والمؤسسات عبر الآليات المناسبة قبل نشرها واعتمادها، ويشمل الأخبار والصور ومقاطع الفيديو التسجيلات الصوتية وأيضاً الزوايا والسياقات التي استخدمت فيها ^(٥).

(١) معجم المعاني الجامع، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/2T1KVDN>.

(٢) بوسعيد، آليات التحقق من المعلومات المتدفقة عبر الاعلام الاجتماعي، (ص٧).

(٣) موقع أريج، التحقق والتثبت في زمن التخوف من الأخبار الكاذبة، رابط: <https://bit.ly/2TUBVRd>.

(٤) موقع نوى ميديا، التحقق من المعلومات، رابط: <https://bit.ly/3sUCOq5>.

(٥) بوسعيد، مرجع سابق.

وكذلك يُعرفها معهد الجزيرة للإعلام، بأن التحقق من الأخبار هو التحقق من المواد والتثبت من صحتها باستخدام المهارات التحريرية والأدوات التقنية معاً، قبل إعادة نشرها أو استخدامها في القصص الإخبارية ويمكن أن نطلق عليها المحتوى الذي ينتجه المستخدم^(١).

ونقول الصحفية ماغي هابرمان (Maggie Haberman) المراسلة في صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية، بأن التحقق في البيئة الرقمية، يعني عدم التعاطي مع أي شيء بحسب ما يظهر لنا، كما يعني أن ندرك أن بعض العناصر التي قد تظهر لنا قابلة للإحصاء ومرتبطة بالبيانات، مثل عدد الإعجابات والمشاركات وإعادةات التغريد والزيارات (الترافيك) ومراجعات المنتجات والنقرات على الإعلانات، هي أيضاً عناصر يمكن التلاعب فيها بسهولة، بل هو في الواقع ما يحصل في كثير من الحالات، وإن التحقق يعني إدراك أن الصحفيين هدف أساسي لحملات التلاعب الإعلامية والترويج المعلوماتي، بمعنى أن هذه الحملات موجهة لهم أو ضدهم، كما أنهم القناة الأساسية التي يتم عبرها نشر المعلومات الخاطئة أو المضللة، إنه يعني أن تتسلح أنت وزملاؤك بالتوجه أو بالعقل الواعي، والأساليب والأدوات الضرورية لضمان أداء دورك في تقديم المعلومات الموثوقة والدقيقة، وعدم تضخيم الأكاذيب والمحتوى المضلل أو حملات التصيد^(٢).

وهنا يرى الباحث بأن التحقق من المعلومات يمكن نعرفه بأنه التأكد من سلامة وصحة المعلومات المتمثلة بالأخبار والصور والفيديوهات وغيرها، قبل علمية النشر عبر وسائل الإعلام المختلفة، من خلال الاستعانة بالتقنيات والمواقع المخصصة في الكشف عن مدى دقتها وسلامتها.

ثانياً: قواعد التحقق من المعلومات:

وقد أطلقت شبكة الجزيرة القطرية مجموعة من القواعد قبل البدء بعملية التحقق من المعلومات والتأكد من سلامتها ودقتها من قبل الصحفيين، وهي على النحو الآتي^(٣):

أ. على الصحفي البحث في الأدلة الحقيقية للصورة، وأن يبتعد عن الميل إلى أن الصورة حقيقية أو إقناع نفسه بذلك، وأن يتجرد من تحيزاته لها.

(١) مركز الجزيرة للإعلام والتدريب، دليل التحقق من الأخبار على المنصات الرقمية، (ص ٢).

(٢) دليل التحقق من عمليات التضليل والتلاعب الإعلامي، (ص ١٨).

(٣) عبد الحق، التحقق في الإعلام الجديد، (ص ٢٠).

ب. لن يستطيع الصحفي التحقق دائماً ونسبة ١٠٠% من صحة المحتوى، فالأمر متعلق بمدى رضا عن النتيجة وترجيحه لكفة الصواب مقابل الخطأ.

ت. على الصحفي أن يثبت منهجيته، ويحدد سلفاً سياساته التحريرية التي سيتبعها في التعامل مع المحتوى، حتى لا يضطر إلى الارتجال لحظة اتخاذ قرار عاجل.

ث. على الصحفي أن يطلع المشاهد على الخطوات التي يقوم بها للتحقق من الخبر، ويرفع درجة التفاعل ووعيه بالإجراءات المتبعة، ويشرح له كيف قام بالعمل، لأن ذلك يعكس الشفافية والمصداقية.

وتجمع عملية التحقق من المعلومات بين ثلاثة عوامل تتمثل في سعة حيلة الشخص ومثابرته وتشكيكه ومهاراته، وإطلاعه على المصادر وموثوقيتها وصدقها، وكذلك الأمر بمجموع المصادر التي يمتلكها والتي من التحدث إليها، والتوثيق^(١).

وهناك العديد من الخطوات للتحقق من المعلومات حسب نوعية الإنتاج الصحفي سواء كان نصاً أو صورة أو فيديو تضمن نشر المعلومة الموثوق بها وهي^(٢):

١. قواعد التحقق من الخبر:

- أ. يجب التأكد من مصدر الخبر.
- ب. يمكن النظر في المقالات الأخرى التي نشرت بالموقع والتثبت من مدى جديتها.
- ت. يجب البحث عن هوية كاتب المقال والنظر إلى تاريخ نشر المقال.
- ث. يمكن البحث عن صحة الخبر بالتأكد من وجوده في وسائل إعلام أخرى.
- ج. النظر في المصادر التي اعتمد عليها الكاتب للخبر.
- ح. قراءة المقال بأكمله، لأن أغلب القراء اليوم لا يطالون كامل المقال.
- خ. يتعين على الصحفي أن يجد نصّ المقابلة إذا كانت المعلومة تشير إلى أقوال شخص ما، ويحاول أن يتأكد من مدى مطابقة الخبر لمحتوى المقابلة، وكذلك الاتصال بالشخص المعني بالأمر للتأكد منه.

(١) عبد الحق، التحقق في الإعلام الجديد، (ص ٢٠).

(٢) بلعيد، دليل التحقق من المعلومات، (ص ٣٢).

٢. قواعد التحقق من الصورة:

- أ. يجب تحديد صاحب مصدر الصورة.
- ب. يتعين التحقق من مكان التقاط الصورة وتاريخها.
- ت. التأكد من أن الصورة هي بالفعل ما يُزعم أنها تظهر أم أنها مفبركة.
- ث. يجب الحصول على تصريح من صاحب الصورة لاستخدامها، أو اعتماد صورة من مواقع متحصلة على رخصة المشع الإبداعي مثل فليكر.

٣. قواعد التحقق من الفيديو:

- أ. يتعين تحديد صاحب الحساب الذي نشر هذا الفيديو.
- ب. تحديد تاريخ إنشاء هذا الحساب الذي نشر هذا الفيديو.
- ت. التأكد من طريقة وصف الفيديوهات متشابهة، بحيث تدل على مصدر واحد.
- ث. يتعين التأكد ما إذا كانت جميع المقاطع تحتوي على نفس الشعار.
- ج. التأكد ما إذا كان صاحب الحساب الذي نشر به الفيديو، قد نقل الفيديو من وسيلة إعلامية، أو حسابات أخرى باليوتيوب أو غيره، أم أنّ ما حمّله هو محتوى أعدّه بنفسه.
- ح. يتعين التأكد ما إذا كانت عناوين الفيديوهات تحتوي على عبارات دالة على امتدادات الملفات من قبيل (AVI) أو (MP4).
- خ. يجب التأكد ما إذا قد ورد في وصف الفيديو باليوتيوب عبارة تدل على جهاز تصوير (Uploaded via YouTube Capture) التي تفيد بتصويره من خلال استخدام هاتف ذكي.

ثالثاً: أدوات التحقق من المعلومات:

مع بروز وسائل الإعلام الرقمية وانتشارها في عالم ثورة التكنولوجيا الحديثة، التي أتاحت سهولة انتشار المعلومات المضللة والكاذبة والتسبب في وقوع العديد من الوسائل الإعلامية في الخطأ، مما شكل ذلك العامل المهم في ظهور العديد من أدوات التحقق للتأكد من مصداقية تلك المعلومات التي مصدرها الإعلام الرقمي، ومن أبرزها:

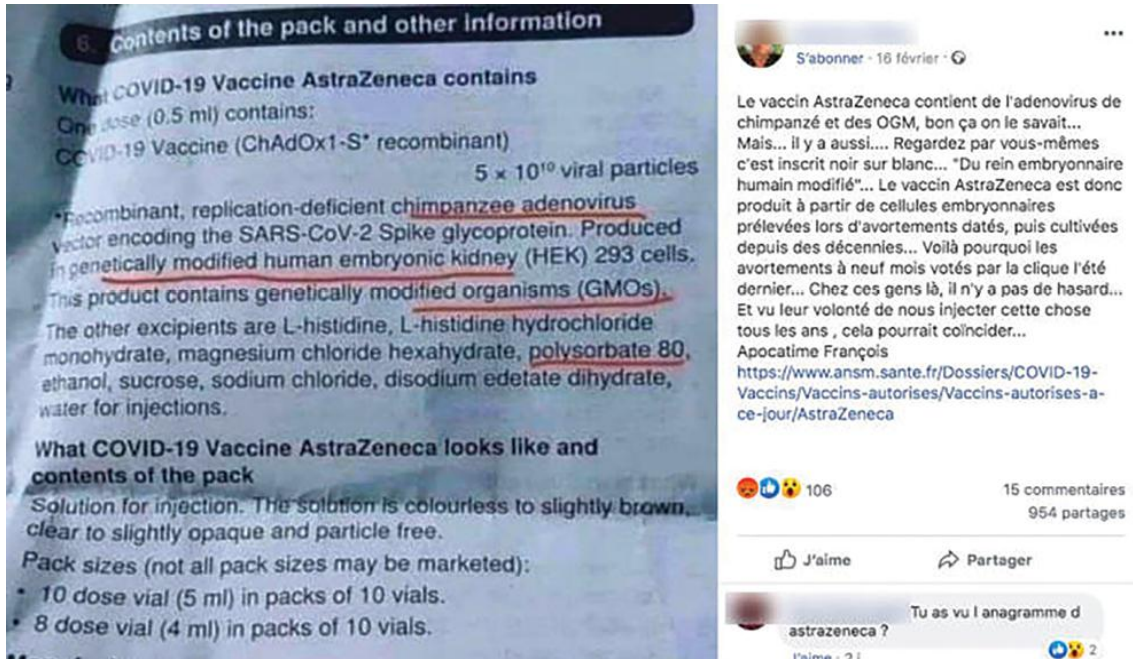
١. التحقق من الأخبار:

يتطلب الحصول على المعلومات نظرة لتدفقها الكبيرة وكثرة الأخبار المضللة والشائعات التي مصدرها الإعلام الرقمي إلى الحاجة إلى أدوات للتأكد من صحة تلك الأخبار قبل نشر عبر وسائل الإعلام الرسمية، وهي على النحو الآتي:

أ. موقع (Les décodeurs):

يعتبر هذا الموقع الفرنسي من أول مواقع التحقق من المعلومات في العالم، أسسته جريدة اللوموند الفرنسية عام ٢٠١٤ كقسم بأكمله، وذلك على إثر اعتلاء موجة انتشار الأخبار الزائفة بفرنسا، بعد أن كان في بداية نشأته في شكل مدونة، ويشرف عليه منذ سنة ٢٠١٤، الصحفي سامويل لوران، الذي يعمل أيضا بقسم التحقيقات لهذه الجريدة، وقد كشف هذا الموقع منذ نشأته عن الكثير من الأخبار الزائفة التي اهتز لها الرأي العام^(١).

وهذا نموذج لخبر زائف تم كشفه من قبل هذا الموقع، حيث نشر على أحد منصات مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) أن لقاح وباء فيروس كورونا قد تم تطويره من خلال الأجنة البشرية التي يتم إجهاضها، نشر في شهر فبراير عام ٢٠٢٠م^(٢).



شكل (٢،١): نموذج لخبر زائف تم كشفه من قبل موقع Les décodeurs

(١) بلعيد، مرجع سابق، (ص ٢٨).

(٢) المرجع السابق نفسه.

ب. موقع (Spot The Troll):

تعتبر الحسابات الوهمية أو "الروبوتات الرقمية" Bots من أبرز المشاكل التي يعاني منها المستخدمون في تويتر ومنصات التواصل الاجتماعي المختلفة، حيث تعمل على توسيع نطاق وصول المحتوى بشكل مزيف من خلال زيادة إعادة التغريد، والإعجاب، وتستخدم للتأثير على الرأي العام حول مواضيع محددة، أو من أجل زيادة المتابعين للحسابات الفردية، وأداة "Spot The Troll" تعلمك كيف تحدد الحسابات الوهمية بنفسك على منصات التواصل الاجتماعي، حيث تقدم لك اختبارًا يتضمن ثمانية حسابات، يتضمن كل منها معلومات شخصية عن صاحب الحساب، ومجموعة من المنشورات، والمطلوب منك فحص المحتوى وتحديد هل هو من حساب حقيقي أم وهمي، وبعد تحديد كل حساب سيظهر لك خيار "Continue to signs" لمراجعة العلامات التي تساعد على تحديدها، حيث تسلط هذه الأداة الضوء على جميع المؤشرات التي تجعل الحساب مزيفًا أو حقيقيًا، حتى تتمكن من التحقق من الحسابات بنفسك.^(١)

ت. موقع (Snopes):

هو موقع ناطق باللغة الإنجليزية، تم إيداعه سنة ١٩٩٥م، من قبل باربرا ميكلسون وديفيد ميكلسون بهدف الحد من انتشار خدع الحاسوب والشائعات التي لا أساس لها من الصحة عبر الإنترنت.^(٢)، وهذا نموذج لتغريده زائفة منسوبة لعضوة في الكونجرس الأمريكي لورين بويرت.



شكل (٢،٢): نموذج لتغريده زائفة منسوبة لعضوة في الكونجرس الأمريكي لورين بويرت تم كشفه من قبل

موقع Snopes

(١) اليوم السابع، أدوات للتحقق من صحة المعلومات على الانترنت، موقع إلكتروني، رابط:

<https://bit.ly/3xKHkJvVHF>

(٢) بلعيد، مرجع سابق، (ص ٣٠).

ث. موقع (News Guard):

هي شركة صحافة وتكنولوجيا تعمل على تقييم مصداقية مواقع الأخبار والمعلومات وتتبع المعلومات المضللة عبر الإنترنت، وتعمل على تمديد المتصفح وتطبيقات الجوال للمستهلكين وكذلك الخدمات للشركات، بما في ذلك سلامة العلامة التجارية، والخدمات لمحركات البحث، وتطبيقات وسائل الاعلام الاجتماعية، وشركات الأمن السيبراني، والوكالات الحكومية.^(١)

وتأسست أداة (News Guard) في عام ٢٠١٨م، من قبل الأمريكيين ستيفن بريل ولى جوردون كروفيتز ومن خلال تسجيل المواقع الإخبارية بناءً على موثوقيتها بشكل عام وتم بذلك تحليل التصميم ليكون شفافاً، ويحذر المستخدمين في حال محتوى مما يعتبرونه مواقع إخبارية مزيفة ومضل، ويكون تحليل تلك المواقع بناءً على النقاط، حيث أن المواقع التي تحصل على ٦٠ نقطة على الأقل من أصل ١٠٠ نقطة يكون الأكثر التزاماً بالمعايير وتعرض أيقونة باللون الأخضر بجوار أسماء تلك المواقع، والأقل من ٦٠ نقطة يكون بجوارها أيقونة باللون الأحمر.^(٢)

معايير تقييم المواقع الإخبارية من خلال أداة (News Guard):

تقوم عملية التصنيف لضمان تطبيق المعايير الصحفية بشكل دقيق على جميع المواقع الإخبارية، بغض النظر عن محتوى الموقع أو لهجته أو ميوله السياسية على النحو الآتي:^(٣)

١. لا تنشر بشكل متكرر محتوى كاذب.
٢. يجمع وينشر المعلومات بمسؤولية.
٣. انتظام التصحيح وتصحيح الأخطاء.
٤. يتعامل مع الاختلاف بين الخبر والرأي بمسؤولية.
٥. يتجنب العناوين المضللة والخادعة.
٦. يكشف الموقع عن الملكية والتمويل.
٧. تسميات الإعلانات بوضوح.
٨. يكشف عن المسؤول، بما في ذلك تضارب المصالح المحتمل.
٩. يوفر الموقع أسماء منشئي المحتوى، جنباً إلى جنب مع معلومات الاتصال أو السيرة الذاتية.

(١) موسوعة ويكيبيديا، رابط: <https://en.wikipedia.org/wiki/NewsGuard>

(٢) المرجع سابق نفسه.

(3) News Guard,(website), <https://bit.ly/3rhR0bQ>.

ج. موقع (Chequeado):

وهي وسيلة رقمية تتبع لمؤسسة Chequeado حزبية وغير ربحية مكرسة للتحقق من الخطاب العام، ومكافحة المعلومات المضللة، وتعزيز الوصول إلى المعلومات وفتح البيانات، وتقوم الوسيلة على التحقق من التصريحات للسياسيين والاقتصاديين ورجال الأعمال والأشخاص ووسائل الإعلام ومحتوى وسائل التواصل الاجتماعي وتصنيفها من الخطأ إلى الصحيح حسب توافقها مع الحقائق والبيانات، والمساعدة في تحسين مستوى المعرفة والفهم للأحداث العامة من قبل المواطنين وزيادة الشفافية وعمق النقاش وتحقيق مبدأ تعزيز حق الجميع في الحصول على المعلومات الموثوقة والواضحة في كافة القضايا المختلفة^(١).

٢. التحقق من الصورة:

تنتقل الصور بسرعة كبيرة عبر شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، كما أنها سيتم نشر الصور المضللة والمزيفة التي تقوم في خداع المستخدمين وتضليلهم ويزاد النشر في أوقات الأزمات والصراع، مما ساهم ذلك في ظهور العديد الأدوات التي تستخدم في التحقق من الصور المنشورة بكل سهولة، ومن أهمها:

أ. موقع (Tin Eye):

وهي شركة للبحث عن الصور والتعرف عليها وجعل الصورة قابلة للبحث ومقرها في مدينة تورنتو الكندية^(٢)، وتشبه الأداة في عملها آلية البحث العكسي عن الصور في محرك البحث (جوجل)، من خلال رفع الصورة التي تريد التحقق منها أو وضع رابط URL الخاص بها، وستقوم الأداة بفحص الصور عبر قاعدة بيانات للصور الخاصة بها والتي تضم أكثر من ٤١ مليا صورة مع الزيادة دوماً، كما أنها تتيح لك إضافات البحث عن أي صورة ويب ببساطة عن طريق النقر بزر الماوس الأيمن على الصور في متصفح الويب الذي تستخدمه، كما أن لديها خيارات لفرز نتائج البحث وتصنيفها^(٣).

(1) Chequeado,(website), <https://bit.ly/2US6KGv> .

(2) Tin Eye,(website), <https://bit.ly/3kbuwHV>.

(٣) موقع اليوم السابع، مرجع سابق.

ب. محرك البحث (Google Images):

تقوم تلك الأداة في البحث عن الصور المرجعية من خلال تحديد خصائصها وسماتها المرئية وهو ميزة قامت بإتاحتها شركة جوجل العالمية من خلال البحث العكسي للصور (Google Reverse image search)، حيث أنه عند القيام في البحث عن صورة معينة فسيتم الحصول من خلالها على الصورة المماثلة لموضوع البحث، ومواقع الويب التي استخدمت هذه الصورة وكذلك الصورة موضوع البحث بأحجامها المختلفة، وتظهر لك نتائج البحث عن الصورة الموقع الذي قام بنشر بالصورة وسياقها وتاريخ النشر لها^(١).

ت. موقع (Pim Eyes):

وهي أداة متعدد الأغراض في التحقق وهي ذاتية تسمح للأشخاص بالبحث عن المعلومات المتاحة للجمهور عن أنفسهم وغير مخصصة لمراقبة الآخرين، كما أنها تبحث في مواقع الويب المفتوحة التي تسمح بالوصول إلى المعلومات، وهذا يعني أنها لا تبحث في شبكات مواقع التواصل الاجتماعي أو الحسابات الخاصة للأشخاص، وتساعد في العثور على الجرائم الموجه ضدهم والتعرف عليها كالمواد المخلة بالآداب أو سرقة الهوية الشخصية، كما أنها تستخدم في استعادة حقوق الصورة^(٢).

ث. موقع (Forensically):

وهي أداة تضم العديد من الأدوات الرقمية المجانية للكشف عن الصورة المعدلة عن طريق تحليل مستوى الخطأ على الصور (ELA) واستخراج البيانات الوصفية^(٣)، وكان بداية استخدامها في عام ٢٠١٢م، وعثرت بشكل عشوائي على ورقة اكتشاف تزوير نفل النسخ الصور الرقمية بقلم جيسিকা فريدريش وديفيد سوكال وجان لوكاش، وتم بعد ذلك تطويرها وإضافة العديد من الأدوات الجديدة وهو ما يسمى بالطب الشرعي^(٤).

ج. موقع (Auto Stitch):

وهي أداة برمجية تسمح بالتعرف تلقائياً عن الصور المطابقة، كما أنه أداة تستخدم لربط الصور مملوكة لإنشاء صور بانورامية، وقد تم تطويره من قبل ماثيو بروان وديفيد جي لوي من

(١) الحيويني، دليل الصحفي التونسي في التثبت من صدقية أخبار الواب والشبكات الاجتماعية، (ص ٧٩-٨٠).

(2) Pim Eyes,(website), <https://bit.ly/3epYV1E>.

(٣) شبكة الصحفيين الدوليين، منهجيات وأدوات التحقق من المعلومات، (موقع إلكتروني).

(4) Forensically,(website), <https://bit.ly/3ia52Im>

جامعة كولومبيا البريطانية، ويقوم تلقائيًا وبسلسلة بدمج الصور غير المحاذاة أو المكبرة بدون إدخال المستخدم بشكل صحيح حيث يلتقط جميع الصور من نقطة واحدة^(١).

٣. التحقق من الفيديو:

يعتبر التحقق من محتوى الفيديوهات التي ينشرها المستخدمون عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي، إحدى المشاكل التي يواجهها الصحفيون في عملهم اليومي، حيث لا يوجد حل سريع للتحقق من مقاطع فيديو معينة قبل الحصول على الملف الأصلي من المصدر^(٢)، وهناك العديد من الأدوات للتحقق من الفيديوهات من أبرزها:

أ. موقع (InVid):

تقوم أداة INVid في التحقق من صحة الفيديوهات المنشورة، من خلال الحصول على عنوان URL الخاص بالفيديو أو الصورة خلال اختيار Video Urls/ Image Urls، كما أنها تعطي البيانات الوصفية والمفصلة لمقاطع الفيديو سواء كانت على اليوتيوب أو الفيسبوك أو تويتر، وستظهر لك المعلومات الوصفية الخاصة بالفيديو، والموقع الذي التقط فيه إذا تم اكتشافه وكذلك معظم التعليقات المثيرة للاهتمام عليه، وتعطي الأداة إمكانية تجزئة الفيديو وأخذ صورة ثابتة منه تساعد في البحث عن أصله على Google أو Bing أو Tin eye أو Yandex Images، وذلك من خلال خيار "Key Frames"، وتستطيع من خلال خيار "Magnifier lens" عرض صورة من خلال عنوان URL الخاص بها، وتكبيرها وتحسين جودتها، لمساعدة على اكتشاف محتوياتها الضمنية مثل الكلمات المكتوبة والإشارات واللافتات، التي تسهل عليك معرفة مكان التقاطها، في حال لم تكن البيانات الوصفية توضحه^(٣).

ب. (YouTube SEARCH):

وهي أداة للتحقق من حقوق الطبع والنشر لمحتوى مطابق والتعرف تلقائيًا على الفيديوهات التي تتطابق مع فيديوهات أخرى على اليوتيوب، أو التي يحتمل أن تكون مطابقة لها، وتتيح الأداة للمستخدم على اليوتيوب بعد إرساله طلب بإزالة المحتوى بسبب انتهاك حقوق الطبع والنشر، حيث تقوم الأداء بفحص علميات التحميل التي تم إجراؤها على اليوتيوب في إطار البحث عن

(١) موسوعة ويكيبيديا، رابط: <https://bit.ly/3kjUr0d>

(٢) دليل الصحفي التونسي، مرجع سابق، (ص ٩٤).

(٣) أخبار ميتر، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3yWTOO0>

الفيديوهات والتحقق من الأمر والمطابقة لتلك الواردة لطلب الإزالة في إطار اتخاذ الإجراءات المطلوبة وهو حذف المحتوى^(١).

ففي مجالات مثل الموسيقى أو الترفيه، غالباً ما تستخدم الملاءمة أو الحداثة أو الشعبية لمساعدة أنظمتها على الوصول إلى محتوى عالي الجودة يستمتع المستخدم به، وكذلك في مجالات الأخرى حيث تكون الصدق والمصادقية أمراً أساسياً، بما في ذلك الأخبار والسياسة والمعلومات الطبية أو العلمية، فإنها تعمل بجد للتأكد من أن أنظمة البحث لديها تعطي الأولوية لعرض المحتوى الموثوق من مصادر موثوقة^(٢).

ت. (Google Earth):

وهو برنامج خرائطي وجغرافي معلوماتي كان يطلق عليه في الأصل Earth Viewer 3D أنشأته شركة كي هول Keyhole وهي شركة امتلكتها جوجل سنة ٢٠٠٤، ويرسم البرنامج خريطة للأرض عن طريق تركيب الصور التي تم الحصول عليها من صور الأقمار الصناعية، والتصوير الجوي ونظم المعلومات الجغرافية الثلاثية الأبعاد الخاصة بالكرة الأرضية^(٣).

وتتيح تلك الأداة تاريخاً لصور الأقمار الصناعية، وتظهر فائدة ذلك في التحقق من الفيديوهات القديمة التي صورت في مواقع يحتمل أن معالمها قد تغيرت بفعل الحروب أو الكوارث الطبيعية، وكذلك تضاريس المواقع والأبعاد النسبية للمباني^(٤).

ث. موقع (YouTube data viewer):

وهي أداة طورته منظمة العفو الدولية وتسمى "معائن بيانات اليوتيوب، حيث أنها تسمح بالتحقق من صحة الفيديو المنشور على موقع يوتيوب، من خلال كتابة رابط اليوتيوب للفيديو في خانة البحث للعثور على نتائج مشابهة، لكن هذه الأداة تعاني من قصور، فهي تقيد في حال تم نشر الفيديو الذي تود التحقق منه في تاريخ غير التاريخ المعلن عنه بوسائل الإعلام، لكن إذا قام شخص ما بتعديل الفيديو ولو بشكل طفيف، كحذف بضع ثوان منه، فإن الأداة ستعجز في العثور عليه^(٥).

(1) YouTube,(website), <https://bit.ly/3wPLIpd>.

(٢) المرجع السابق نفسه.

(٣) موسوعة ويكيبيديا، رابط: <https://ar.wikipedia.org/wiki>

(٤) عبد الحق، مرجع سابق، (ص ٣٠).

(٥) الجزيرة نت، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3rijnXi>

ج. (Analysis):

تمكن هذه الخدمة من عرض البيانات الوصفية لمقاطع الفيديو المتاحة على موقع YouTube و Twitter و Facebook، أي عنوان الفيديو ومدته والموقع الذي نره وعدد الزيارات ووقت النشر وتاريخه وكل روابط المواقع الأخرى التي قامت بنشره، وتقوم هذه الخدمة أيضا بعرض اسم القناة على شبكة اليوتيوب وتاريخ إنشاءها وعدد الزيارات الاجمالي لها والبلد الذي تنتمي إليه وعرض تعليقات الزوار وتحديد الموقع الجغرافي للقناة، وإذا كان مقطع الفيديو منشورًا على شبكة الفيسبوك، سوف يطلب منك Invade تسجيل دخولك حتى تتمكن من معالجته والتحقق من صديقته، وتعرض لك هذه الخدمة أيضا جميع الصور المكونة لمقطع الفيديو مع إمكانية البحث عنها بشكل عكسي من خلال محركات البحث العكسي، مثل: (Yandex Image و Google Image و Tin eye Image)^(١).

وأيضًا هناك العديد من الأدوات المستخدمة في التحقق من صحة المعلومات ودقتها والمتمثلة بالأخبار والفيديوهات والصور لكنها أقل أهمية واستخدامًا، ومنها: (FB SEARCH، STORY FULL، Belling cat، Fact check، Check desk، IZITRU، Fotoforensics.. إلخ).

ويرى الباحث أن تقنيات التحقق من المعلومات تساهم بشكل كبير في الحد والتقليل من نشر الأخبار الكاذبة والمفبركة عبر الإعلام الرقمي، كما أن استخدامها في العمل الصحفي يساعد في تحسين جودة العمل في ظل اعتماد الصحفيين على وسائل الإعلام الرقمي للحصول على المعلومات أثناء عملهم الصحفي.

(١) دليل الصحفي التونسي، مرجع سابق، (ص ٩٩).

المبحث الثالث:

استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي

يتناول هذا المبحث أهم مجالات استخدام تقنيات التحقق من المعلومات من قبل الصحفيين، وكذلك معرفة مدى تأثير تقنيات التحقق من المعلومات والايجابيات والسلبيات التي توفرها في العمل الصحفي.

أولاً: مجالات استخدام تقنيات التحقق من المعلومات:

تعدد المجالات المستخدمة من قبل الصحفيين العاملين في العمل الصحفي في التحقق من المعلومات والتأكد من سلامتها ودقتها، في ظل التدفق الكبير من المعلومات المزيفة والمضللة عبر شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، ومن أبرزها:

١. التحقق من الأخبار:

ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي بكافة أشكالها المختلفة في فتح المجال أمام المستخدمين سواء كانوا أفراد أو جماعات في إعطاء الفرصة لهم في صناعة المحتوى ونشر المعلومات عبر حساباتهم الشخصية، والتي أدت إلى زيادة التدفق الكبير من المعلومات وإبراز ظاهرة الأخبار الكاذبة والمضللة ذات المصدر المجهول، وهو ما يسعى إليه المختصون إلى محاربته بكافة الأشكال والطرق الممكنة.

وتتيح تلك المنصات لمجموعات صغيرة مسلحة بالمعرفة الفنية أو الاجتماعية أو السياسية توزيع كميات من الأخبار المضللة والمزيفة^(١).

وهناك العديد من الأساليب التي وضعها الباحثين في هذا المجال من أجل معرفة الأخبار الكاذبة أو المضللة عن غيرها، وهي على النحو الآتي^(٢):

أ. **المحتوى الساخر:** وهو المحتوى الذي لا يحتمل أي نية للإيذاء ولكن لديه القدرة على الخداع.

ب. **المحتوى المضلل:** ويتم من خلاله استغلال المعلومة المنشورة لوضع موضوع أو فرد في إطار معين.

(١) بوسعيد، مرجع سابق، (ص ٨).

(٢) المرجع السابق نفسه، (ص ٩)

ت. المحتوى مفبرك أو ملفق: وهو المحتوى الخاطئ بنسبة مائة في المائة بهدف الخداع أو الإيذاء.

ث. المحتوى ذو صلة خاطئة: وهو أن يكون عنوان المحتوى لا يتماشى معه.

ج. السياق الخاطئ: نشر المحتوى الحقيقي ضمن سياق خاطئ للمعلومات.

ح. التلاعب بالمحتوى: ويقع التلاعب في المحتوى الأصلي سواء كانت معلومة أو صورة بهدف الخداع.

ويسعى ناشرو تلك الأخبار المزيفة والمضللة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الرقمية بكافة أشكالها ووسائلها المتنوعة إلى تحقيق العديد من الأهداف الخطير على صعيد الفرد والمجتمع من وراء ذلك، ومن أهمها^(١):

أ. كشف المال والربح من شبكة الانترنت بطرق غير مشروعة: أصبح العمل على الانترنت مهنة واسعة الانتشار في العالم، وكما هو الحال في العالم الواقعي هناك أعمال ومشاريع صادقة تدر الربح الحلال، وأخرى تركز على الكذب والنصب وبالتالي تدر الربح الحرام، كذلك الأمر في العالم الافتراضي عبر الانترنت فهناك كيانات وشركات وأشخاص يمتهنون الكذب كوسيلة لربح وكسب الأموال سواء من خلال الترويج التجاري لمنتجات سيئة الصنع أو بيع الخدمات والتطبيقات والألعاب أو زيادة أعداد المتابعين والمشاركين في قنوات اليوتيوب وصفحات الانستغرام وغيرها من المنصات بطرق غير شرعية.

ب. أهداف سياسية: يعتمد السياسيين على صفحات التواصل الاجتماعي كثيراً هذه الأيام، سواء لتحسين صورهم أمام مناصريهم، أو لتشويه صور خصومهم ومعارضهم، وكانت الانتخابات الرئاسية الأمريكية بين الرئيس السابق دونالد ترامب أمام نظيره جون بايدين البيئة الخصبة في نشر الأخبار المزيفة والمضللة.

ت. تشويه الأديان والمعتقدات: تلجأ بعض المؤسسات الفكرية إلى التهجم على الأديان، باختلاق الأكاذيب والتشكيك بتعاليمها ومصادرها وتشويه سمعة ومصادقية رجالها، ويستندون بذلك على معلومات مختلفة ويخلطون الصحيح بغير الصحيح لإثارة الدهشة

(١) أوراق مجتمع، أدوات وأهداف الأخبار الكاذبة عبر الانترنت وصفحات التواصل الاجتماعي، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3fcnr6F>.

والغربة، والدين الإسلامي الحنيف هو المستهدف الأول بمثل هذه الهجمات الخبيثة التي تهدف إلى تشويه أفكاره وقيمه وتعاليمه.

ث. كسب الشهرة: يسعى الأشخاص الذين يقومون بنشر الأخبار المزيفة أو المضللة إلى كسب الشهرة بين الناس من خلال صفحات التواصل الاجتماعي، فيلجأون للأسف إلى ترويج للأخبار الكاذبة مثل الرياضية، والصحية، والمناخية، وإشاعات صدور القوانين ومواعيد تنفيذها، التنبؤات بالمستقبل وغيرها.

ج. التسلية والسخرية والاستهزاء: وهي أسوأ أشكال أهداف نشر الأخبار الكاذبة عبر الانترنت، حيث يلجأ إليه بعض المراهقين والشباب للسخرية والنيل من الآخرين، وإثارة الضحك دون أي مراعاة لخصوصيات ومشاعر الآخرين. وهذه الظاهرة أصبحت مألوفة في أيامنا هذه، وللأسف المؤشرات تدل على أن أجيال اليوم بدأت تتطبع بنمط السخرية الاستهزاء والذي يستند بمعظمه على أخبار وأحداث كاذبة قد يصدقها الكثير من المتابعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي^(١).

ويطرح مشروع (fact check.org) وهو أحد أدوات التحقق من المعلومات، مجموعة من الخطوات التي تساعد القراء من تجنب الوقوع في مصيدة الأخبار المزيفة والمضللة^(٢):

أ. وضع المصدر في الاعتبار: تصنف الكثير من المواقع نفسها على أنها متخصصة في الأخبار الخيالية الساخرة، مثل نموذجي "المنشأ" و"شبكة الحدود" العربيين. بينما هناك مواقع متخصصة في نشر الأخبار الكاذبة عن قصد، بغرض ترويج نظريات المؤامرة مثلاً، وعلى المستوى العالمي يحتفظ موقع Snopes.com بقائمة من المواقع الإخبارية المزيفة المعروفة. بينما في العالم العربي يجب أن يتجول القارئ في الموقع الذي قرأ منه الخبر من أجل معرفة نمط الكتابة فيه، ويتم تصنيف بعض المقالات والمواضيع على أنها تنتمي إلى المواد الساخرة، لذا، من الأفضل الانتباه إلى سياق المقال ونمطه.

ب. عدم الاكتفاء بالعنوان: إذا لفت عنوان مقال انتباهكم أو استفزكم فلا تسارعوا بإعادة نشره فوراً، بل اقرأوا تفاصيله أولاً، حتى في المواقع الموثوقة يكون العنوان جزءاً من الحقيقة

(١) أوراق مجتمع، أدوات وأهداف الأخبار الكاذبة عبر الانترنت وصفحات التواصل الاجتماعي، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3fcnr6F>.

(٢) العربي الجديد، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3rHnGLX>.

فقط، لغرض جذب الجمهور وإغرائه بالقراءة، وأحياناً قد يُفهم من العنوان عكس المضمون تماماً.

ت. **التحقق من الكتاب والمتحدثين:** يعتمد عدد من المواقع على كتاب خياليين، أو قد يجرى تقديم المتحدثين على أنهم نخبة متخصصة، على العكس من الحقيقة. لذا، من الأفضل إجراء بحث عن اسم الكتاب والمتحدثين أيضاً.

ث. **التحقق من تاريخ النشر:** بعض القصص الكاذبة ليست مزيفة تماماً، لكنّها عرضة للتلاعب. أحياناً يكون الحدث قد وقع قبل سنوات ويُقدم على أنه جديد، أو تروّج صورة على أنّها من حدث معين، بينما هي من حدث آخر، ومن الأفضل أخذ مقتطف من نصّ المقال ونسخه في محرك البحث، وكذلك البحث في عناوين المقاطع لأنّها في الغالب تكون منشورة في تواريخ مختلفة أقدم، أو تدور حول موضوع مختلف.

ج. **استخدام المواقع المتخصصة في الكشف عن الأخبار المزيفة:** يستطيع القارئ معرفة مدى دقة المعلومات المنشورة وسلامتها من خلال استخدام العديد من المواقع المتخصصة الكشف عن الأخبار المزيفة والمضللة، ومن أبرز تلك المواقع (FactCheck.org,) (nopes.com, Washington Post Fact Checker) وغيرها من المواقع.

ويقدّم الدكتور شريف درويش اللبان أستاذ تكنولوجيا الاتصال ووكيل كلية الإعلام بجامعة القاهرة، أبرز الطرق للتحقق من الأخبار والصور والفيديوهات عبر شبكة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، وهي^(١):

أ. يجب أن يقوم الصحفي بوضع عنوان الخبر على محركات البحث ليتأكد من أنه موجود على المواقع الأخرى، وأن يضاهي المواقع ببعضها للتأكد من أنها ضمن المواقع الأكثر استخداماً للحصول على الأخبار على موقع إيكسا وذلك حتى لا تقع في فخ الأكاذيب والشائعات.

ب. يوفر محرك البحث جوجل مزايا عديدة للصحفيين للتعرف على المعلومات الأساسية عن الأشخاص أو الأماكن أو الأحداث، وذلك من خلال كتابة define في محرك البحث ويكتب بعدها الصحفي الكلمة التي يريد البحث عنها، وسيحصل على أفضل النتائج.

(١) شبكة الصحفيين الدوليين، طرق وأدوات مهمة للتحقق من الصور والأخبار والفيديوهات على الشبكات والمواقع، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3zUjRWE>.

ت. أن يتأكد الصحفيون من توافر أكثر من مصدر في المواد الخبرية، وألا يرتدون النظارة الأيديولوجية العمياء، أو يتعاطفون مع جماعات معينة.

ث. كن متشككاً في العناوين الرئيسية التي نراها في timeline لصفحاتنا على موقع الفيسبوك، لأنه قد تكون القصص الإخبارية الكاذبة ذات عناوين جذابة.

يتعين على الصحفي أن يفكر جيداً في الأخبار التي يتناولها المستخدمون على الشبكات الاجتماعية ويتأكد من مصداقيتها أولاً، وذلك قبل مشاركتها على صفحته أو نشرها في المواقع الإخبارية التي يعمل بها

٢. التحقق من الصور:

تعد الصورة من العناصر المهمة التي تشد انتباه القراء إلى قراءة المقال، إلا أن بعض المستخدمين يقومون باستخدام الصور من أجل خدعهم وتضليلهم، فهم يسعون من خلال نشرهم إلى استقطاب أكبر عدد من القراء لتحقيق العائد المادي لهم.

وهناك العديد من الخطوات والمراحل للتحقق من نشر الصور^(١):

أولاً: تحديد صاحب أو مصدر الصور:

وتتمثل تلك الخطوة البديهية والأولية في التواصل مع الشخص الذي حمل الصورة عبر حسابه على مواقع التواصل الاجتماعي أو البريد الإلكتروني من أجل التأكد من أنه التقط الصورة أو إذا كان يعرف مصدرها، إلا أن هذه المهمة قد تكون سهلة من خلال العديد من الأدوات المستخدمة في التحقق من الصور من أبرزها "Google images"، من خلال النقر المطول على الصورة ومعرفة مصدر نشرها على شبكة الانترنت.

ثانياً: التأكد من مكان وتاريخ التقاط الصورة:

ويكون ذلك من خلال التواصل مع صاحب الصورة في حال كان الوصول إليه ممكناً، وهي الطريقة الأولى لطرح العديد من الأسئلة عليه: من هو/ هي؟، أين هم؟، متى وصلوا هناك؟، وما الذي تظهر فيه تلك الصور في إطار التأكد من صحتها وسلامتها، وكذلك من خلال الأدوات والمواقع المخصصة في التحقق من الصور.

(١) نوى ميديا، مرجع سابق، (ص ٦).

ثالثاً: التحقق من أصل الصورة:

قد تكون الصورة المتوفرة أصلية، إلا أن تسميتها تكون غير دقيقة، حيث أن العديد من الصور تنشر حول حدث ما في مكان ما إلا أن تاريخها أو مكانها يكون غير صحيح، كما يحدث في أوقات الصراعات والحروب.

رابعاً: الحصول على إذن النشر من صاحب الصورة:

ويتمثل ذلك في الحصول على تصريح في استعمال تلك الصور لأن حقوق الملكية للصورة، وهو ما يوفره موقع فليكر من خلال إشعار المستخدمة، قد حصل على إذن النشر من صاحبها، كما أنه يساعد المستخدم في الحصول على إذن النشر من صاحب الصورة من خلال توضيح الصورة التي تريد استخدامها وشرح تفاصيل استخدامها عند النشر.

وهذا نموذج يوضح مراحل التحقق التي بها الصورة من خلال استخدام أداة " Google images"، وفي الصورة المرفقة أدناه امرأة تهدد ضابط شرطة يصوب مسدساً نحو رجل ملقى على الأرض، ويقول التعليق إنها أم تدافع عن ابنها في جمهورية الدومينيكان في قارة أمريكا الشمالية أمام الشرطي، وهو ما أثار الشك في تلك الصورة المنشورة^(١).



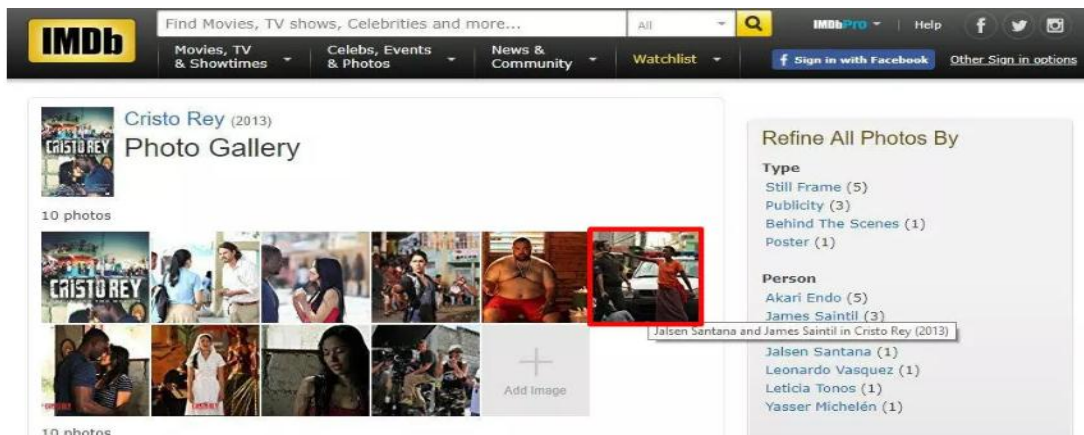
(١) فرانس ٢٤، كيف نتحقق من صحة الصور؟، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3BWGcER>.



Pages contenant des images identiques

Cristo Rey. The Film Behind This Viral Image. | SUPERSELECTED ...
superselected.com/cristo-rey-the-film-behind-this-viral-i... ▼ Traduire cette page
 600 x 450 - 2 juin 2014 - I kept running into this photo last week on Twitter, Tumblr and even Reddit. Most of the time, the captions were something along the lines of "Haitian woman defends her son from Dominican police", implying this image is a recent one, in light of the current news regarding the status of Haitian immigrants in ...

وقد تبين بأن صورة هذا المقال مأخوذة من فيلم، والتحقق الذي قام به مراقبون في موقع فرانس ٢٤، تبين تأكيد ذلك في الصورة المرفقة أدناه، وكذلك العديد من أدوات التحقق من الصور يستطيع المستخدم الوصول إلى المصدر بكل سهولة دون العناء أو الجهد الطويل.



شكل (٢,٣): الصورة توضح حقيقة أخذ الصورة من موقع "imdb" المخصص في عرض الأفلام

٣. التحقق من الفيديوهات:

يعد التحقق من صحة الفيديوهات المضللة أو المفبركة من أصعب الأمور، بالمقارنة مع التحقق من الأخبار والصور، إلا أن هناك العديد من الطرق والخطوات التي يمكن للمستخدمين

إمكانية تميز الفيديوهات المفبركة عن الحقيقية الأصلية التي تنتشر عبر الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن ذكرها على النحو الآتي^(١):

- أ. التفكير بطريقة نقدية واطرح تساؤلات من قبيل: هل تمّ نشر الفيديو عبر وسائل الإعلام؟ هل ثمة شيء يوحي بوجود تلاعب؟ هل ما يرد في الفيديو منطقي؟
- ب. التأكد حول ما إذا كانت هنالك إجابة عن التساؤلات الخمسة التي تتولّى الصحافة المهنية الإجابة عنها وهي: من، وماذا، ومتى، وأين، ولماذا؟ إن كانت هنالك إجابة عنها، وبشكل واضح ومنطقي، فلعلّ الفيديو حقيقي.
- ت. ملاحظة ما إذا كان هنالك اختلاف في الشروحات المرفقة بالفيديو، بحسب من ينشره. في العادة، تكون هذه الشروحات متباينة حين يكون الفيديو مفبركاً؛ إذ ستجد في الغالب من يطرح مكاناً مختلفاً عن الآخر فيما يتعلّق بالحدث، أو زمانه أو هوية الأشخاص الذين يظهرون فيه.
- ث. استخدم برامج من قبيل Amnesty International's YouTube Dataviewer أو InVid؛ لتحديد بعض المعلومات حول الفيديو الموجود على "يوتيوب" أو "فيسبوك" أو "تويتر"، كما تقدّم لك بعض هذه المواقع خاصيّة التحقق من المكان إن كان معروفاً لديها، أو إن كان الفيديو منشوراً في مكان آخر.
- ج. إن كان بوسعك استخدام خاصيّة "سكرين شوت" للفيديو، فافعل هذا، وقم بتحميل الصورة عبر محرّك البحث، وسيساعدك بدوره في حال توقّر معلومات حول الأمر.
- ح. قم بتشغيل الفيديو بإيقاع بطيء؛ ذلك أنّ المشاهدة عبر هذا الإيقاع تساعدك على كشف الخلل والتلاعب الذي جرى خلال تجميع المشاهد والاستعانة ببرامج مثل VLC وFFmpeg.
- خ. القيام بتحميل الفيديو على حاسوبك الشخصي، إن كان بوسعك هذا؛ ذلك أنّ تحميله قد يوفر لك بعض المعلومات التي تظهر عبر متصفّحك الشخصي أو من خلال Exiftool.
- د. ثمة برامج تعينك على تحديد المكان الوارد في الفيديو، مثل Google Earth وWikimapia.

(١) منصة أكيد، طرق التحقق من الفيديوهات المشكوك في مصداقيتها، موقع إلكتروني،

رابط: <https://bit.ly/3C5svDU>

ذ. محاولة معرفة الوقت الذي جرى فيه التصوير، وطابق هذا مع ما يزعمه ناشر الفيديو من وقت. تتبّع الظلّ وموقع الشمس الظاهر في الفيديو، واستعن ببعض الأدوات مثل Suncalc.

ر. البحث عبر "يوتيوب" من خلال بعض الكلمات المفتاحيّة الواردة في متن الفيديو، أو المتحدّث فيه، أو المكان المزعوم للفيديو وما شابه.

كما أن هناك العديد من الأدوات والمواقع المخصصة في التحقق من صحة الفيديوهات المنشورة، من أشهرها "YouTube Data Viewer"، وهو من أكثر المواقع استعمالاً للتحقق من الفيديوهات المنشورة عبر موقع اليوتيوب من خلال وضع رابط الفيديو للتأكد من صحة مصداقيته، ويعرض لك الموقع الحسابات التي تقوم بعرضه ونشره^(١).

وهذا نموذج يكشف مدى صحة الفيديو الذي نشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي لنهر من الرمال في العراق قرب الحدود مع دولة المملكة العربية السعودية، إلا أن فريق منصة مسبار المتخصص في الكشف عن الأخبار الزائفة والمفبركة بين أن هذا الفيديو مضلل ولا يوجد نهر من الرمال في العراق، وأن هذا الفيديو تم نشره في عام ٢٠١٥م في وادي عرعر داخل المملكة العربية السعودية وهو نهر من البرد بفعل الأمطار الغزيرة^(٢).



شكل (٤، ٢): توضيح التضليل المستخدم في نشر المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

(١) بلعيد، مرجع سابق، (ص ٦٤).

(٢) منصة مسبار، موقع إلكتروني، رابط: <https://bit.ly/3lib4dk>



شكل (٢,٥): توضح نشر المعلومة المضللة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



شكل (٢,٦): توضح حقيقة المعلومة المنشورة بعد تضليلها وتداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

٤. التحقق من المصدر أو المستخدم:

تعد عملية التحقق من المصدر جوهر عملية التحقق، لذلك يجب أن تبقى الأسئلة حاضرة لدى الصحفي عند التعامل مع محتوى المستخدمين، من خلال معرفة من الذي حمل المحتوى؟ هل يبدو أنه شخص معروف أو جهة رسمية؟، هل يمكنك الوصول إليه والتحدث معه؟ هل يمتلك صاحب المادة أو من حملها أي من الحسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ هل يعد صورته على حسابه؟ هل يعد مصدرًا موثوقًا؟، كما أن بعض الحسابات على مواقع التواصل توثق بالعلامة الزرقاء وهذا يدل على أنها تعود لشخصية معروفة إلا أن بعض المستخدمين يمكنهم من تزوير هذه العلامة^(١).

(١) عبد الحق، التزام الصحفيين التحقق من المحتوى الذي يستخدمون على الاعلام الاجتماعي في الأردن وفلسطين، (ص ٧٠).

ويتمثل الهدف النهائي من وراء التحقق من محتوى النشر الذي ينتجه المستخدمون هو تحديد هوية المحمل الأصلي من أجل التواصل معه، ويتم ذلك من خلال الوصول إلى المحمل الأصلي للإجابة عن الأسئلة المحورية التي تتضمن معرفة أين يقف الشخص عندما التقط الصور أول الفيديوهات التي قام بنشرها، وما الذي كان بإمكانه رؤيته عند التقاطها ونوع الكاميرا التي استخدمها للتسجيل تلك المشاهد^(١)، في إطار التأكد من صحة المحتوى المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودقته.

٥. التحقق من الأماكن:

يعتمد مستعملو الإنترنت وشبكات مواقع الاجتماعي على موقع "Google Earth" أثناء عملية البحث عن مكان ما، باعتبار أنه يعرض الأماكن الحقيقية اعتماداً على صور الأقمار الصناعية والتصوير الجوي ونظم المعلومات الجغرافية ثلاثية الأبعاد الخاصة بالكرة الأرضية، وإذا ما أردت التحقق من الصور ومقاطع الفيديو التي يدّعي أصحابها التقاطها في مكانٍ مُحدد أو شارع بعينه، ويمكن استخدام "Google Earth Pro" للبحث عنها في البرنامج ومطابقة المباني والمحلات التجارية وشكل الشوارع وغيرها من المعالم بالعين.^(٢)

وعلى سبيل المثال قام الباحث باستخدام موقع "Google Earth" في البحث عن مكان ملعب فلسطين لرياضة كرة القدم الكائن في منطقة شمال غرب مدينة غزة، فقد أظهر للباحث معلومات عن المكان، إلى جانب تفاصيل أخرى لأبرز المعالم المجاور به.

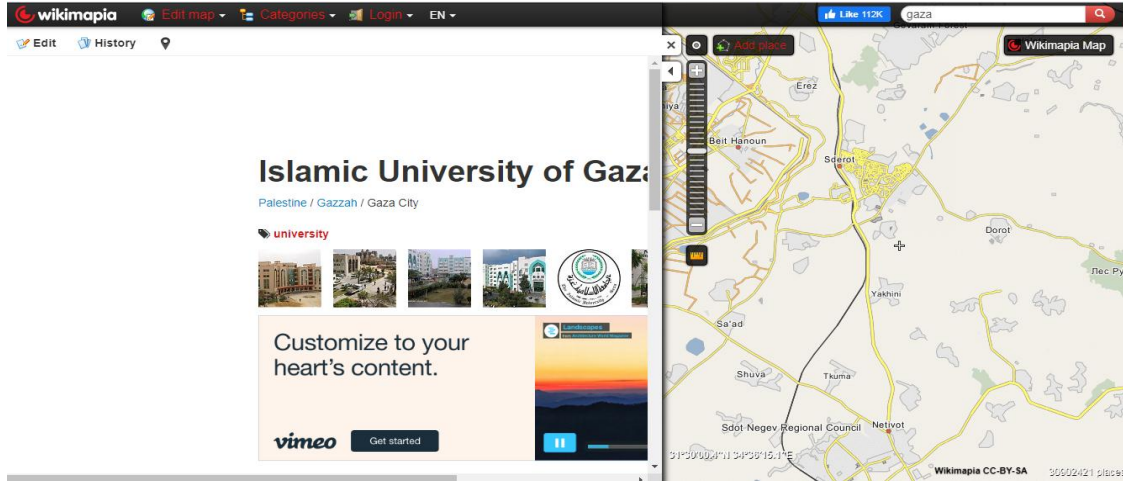


شكل (٢،٧): نتيجة عملية البحث باستخدام بحث موقع "Google Earth"

(١) عبد الحق، التزام الصحفيين التحقق من المحتوى الذي يستخدمون على الاعلام الاجتماعي في الأردن وفلسطين، (ص ٧١).

(٢) بلعيد، مرجع سابق، (ص ٦٥).

ويمكن للمستخدم أحيانًا البحث عبر موقع "Wikimapia"، والذي يتم اللجوء إليه في حال تعذر الوصول إلى المكان من خلال موقع "Google Earth" وهي عبارة عن خريطة يقوم المستخدمون بصناعتها بأنفسهم من خلال وضع الصور الحقيقية للأماكن الموجودة في الخريطة، على اختلاف تصنيف الدول والمدن والشوارع والبيانات وغيرها^(١).



شكل (٢,٨): نتيجة عملية البحث باستخدام موقع "Wikimapia"

ويتضح مما سبق أن عملية التحقق من المعلومات ليست مجرد عملية عابرة، بل تتيح للصحافي التأكد من سلامة ودقة المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بكل سهولة قبل عملية نشرها عبر وسائل الإعلام الرسمية.

ثانيًا: تأثير استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي:

يعتمد الكثير من الصحفيين على وسائل الاعلام الرقمي كأحد المصادر المهمة في استقصاء الأخبار لوسائل الاعلام المختلفة، مما يتطلب ذلك توفر مهارات الاستخدام لتقنيات وأدوات التحقق في العمل الصحفي في إطار الحفاظ على المصداقية في إطار نشر المعلومات بكافة أشكالها المختلفة.

وإنّ صحفي عصر الحديث بقدر تملكه للتكنولوجيا وضلوعه في المجتمع الشبكي الذي أتاحته الإنترنت، فإنه مطالب أكثر من أيّ وقت مضى بالالتزام بأخلاقيات العمل الصحفي والتمسك بالروح الصناعية لمهنة الصحافة، من أجل الحقيقة والدفاع عن القيم الإنسانية المشتركة^(٢).

(١) بلعيد، مرجع سابق، (ص ٦٥).

(٢) بلعيد، دليل التحقق من المعلومات، (ص ٥٦).

ويرى الدكتور بكر عبد الحق المختص في مجال التحقق من المعلومات، بأن أدوات التحقق من المعلومات بشقيها الرقمي الذي يعتمد على تقنيات الاتصال الحديثة أو التقليدية التي تعتمد على الخبرة الشخصية، والتواصل مع المصادر الحية، تتقاطع تمامًا مع أخلاقيات المهنة، وهي تحمي فعليًا الصحفيين والقائمين بالنشر من الوقوع في فخ المعلومات المضللة، ويكون التكيف معها من خلال التعرف على هذه الأدوات، وخوض غمار الممارسة لها، ومواكبة الجديد منها، بالإضافة إلى الالتحاق بالورش التدريبية التي تعدها مرصد تدقيق الحقائق، والتي تضيء على جانب كبير من هذه الأدوات^(١).

وتشكل عملية التدقيق من المعلومات والأرقام والمواقف والمضامين، أداة جديدة لممارسة مهنة الصحافة، والسيطرة على تعدد المصادر وتقوية الاتصال بين الزملاء داخل المهنة واتصالهم بالمصادر، والتعاون الخلاق لجعل مهنة الاعلام أنقى وأكثر شفافية وهي من أبرز قيم التحقق^(٢).

ويشير أشرف مشتهى الخبير في مجال التقنية ومواقع التواصل الاجتماعي، إن عملية الاعتماد على أدوات وتقنيات التحقق والتقصي جاء استخدامها من خلال التجربة ومع مرور الوقت والفترة الزمنية وموثوقية نشر المعلومات إلى الجمهور المتلقي لها من خلال استخدام الصحفي لتلك الأدوات المخصصة في التحقق من المعلومات، وهي بذلك من أهم المميزات التي توفرها تلك التقنيات في العمل الصحفي^(٣).

تشكل هذه الأدوات مفاتيح فعلية لعملية التحقق، سواء من خلال البحث العكسي عن المحتوى، ومعرفة مواقع وأوقات نشره السابقة، وفي جانب آخر التعرف عليه إذا ما كان قد خضع للتلاعب، أو أعيد توظيفه في سياق خاطئ وكاذب، ومميزات هذه الأدوات، أنها تسهل عملية الوصول إلى المعلومات عبر محركات البحث المختلفة، وفي جانب آخر منها يسهل عملية البحث في منصات التواصل، مثل تويتر وفيسبوك، لكن هذه الأدوات هي مجرد البداية، ولا تغني عن عملية التواصل مع المصادر الحية، خصوصا تلك المرتبطة ارتباط وثيق بالمحتوى. من مآخذ هذه الأدوات ان جانباً كبيراً منها تطبيقات أجنبية، غير فاعلة في المنطقة العربية،

(١) بكر عبد الحق، المختص في مجال التحقق من المعلومات، فارس أبو شيحة (اتصال شخصي: ٣٠ يوليو ٢٠٢١).

(٢) عبد الحق، دليل التحقق عبر الاعلام الجديد، (ص١٦).

(٣) أشرف مشتهى، قابله: فارس أبو شيحة (١ أغسطس ٢٠٢١).

خصوصا التطبيقات والمواقع التي تساعد في البحث عن هوية المستخدمين، وكذلك عدم مجانية بعض هذه التطبيقات^(١).

وتعد الممارسة من قبل الصحفيين واستخدامهم لها في العمل الصحفي هي مفتاح التعامل مع هذه الأدوات واتقانها، ومواكبة كل جديد متعلق بها، إلى جانب ذلك القائمون على هذه التطبيقات، يوفرون مقالات ونشرات تفصيلية بهذه الأدوات وطرق استخدامها، ووظيفة كل أداة منها^(٢).

ويشير الدكتور بكر عبد الحق المختص في مجال التحقق من المعلومات بأن أبرز الإيجابيات لاستخدام الاعلام الفلسطيني لتقنيات التحقق من المعلومات التي مصدرها وسائل الاعلام الرقمي، تتمثل في توفر التحقق السريع للمحتوى الذي يصل المؤسسة الإعلامية أو الصحفي إلى جانب العاملين في ديسك التحرير، وبالتالي معرفة المعلومات الأولية عن خلفية المحتوى وصحته، وكذلك نستطيع أن نحمي المؤسسات الإعلامية والصحفيين من الوقوع في فخ التضليل، وإعادة نشر المعلومات المضللة التي تؤثر على مصداقية المؤسسة والصحفيين أنفسهم^(٣).

ويرى أشرف مشتهى الخبير في التقنية ومواقع التواصل الاجتماعي، بأن الإيجابيات التي تضيفها تقنيات التحقق من المعلومات للإعلام الفلسطيني، هو إعطاء القوة في نشر المعلومات أو الأخبار والمصادقية عند نشر المعلومات، وعلى وجه الخصوص في وقت الأزمات، بالإضافة إلى نشر الصور والأخبار السليمة عبر وسائل الاعلام الفلسطيني، دون اضعاف الرواية الفلسطينية أمام العدو الصهيوني في تسويق الرواية المضللة والكاذبة^(٤).

كما أن الاعلام الفلسطيني لديه الضعف في هذا الجانب على صعيد تسويق الرواية الفلسطينية في المحافل الدولية والدبلوماسية على الرغم من وجود الإمكانيات والخبرات التي من الممكن العمل عليها وتشغيلها وإعطاء الأهمية الكبيرة جدًا لها في إطار دعم القضية الفلسطينية وإبراز معاناتها، إلى جانب سرعة نشر المعلومات التي مع الأسف تكون على حساب صدق

(١) بكر عبد الحق، المختص في مجال التحقق من المعلومات، فارس أبو شيحة (اتصال شخصي: ٣٠ يوليو ٢٠٢١).

(٢) المرجع السابق نفسه.

(٣) بكر عبد الحق، المختص في مجال التحقق من المعلومات، فارس أبو شيحة (اتصال شخصي: ٣٠ يوليو ٢٠٢١).

(٤) أشرف مشتهى، قابله: فارس أبو شيحة (١ أغسطس ٢٠٢١).

الرواية، فإذا خرجت العديد من الروايات غير الصحيحة ستساهم ذلك في إضعاف قيمة المعلومة للمتلقي لها، وبالتالي لن نكون مقنعين على النحو الذي نطمح إليه في تعزيز الرواية الفلسطينية^(١). ويتفق الباحث مع المختصين في مجال التحقق من المعلومات، بأن استخدام تقنيات وأدوات التحقق ينعكس بشكل كبير على واقع العمل الصحفي من خلال نشر المعلومات السليمة والدقيقة عبر وسائل الاعلام المختلفة، والتقليل والحد من نشر المعلومات المضللة والمفبركة التي مصدرها بالتأكيد مواقع التواصل الاجتماعي وشبكة الانترنت.

ويرى الباحث بأن مجالات استخدام تقنيات التحقق من المعلومات متعددة ومتنوعة منها التحقق من الأخبار والصور والفيديو والمصدر أو المستخدم وكذلك التحقق من الأماكن وغيرها عبر شبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الرقمي من خلال خطوات يتبعها المستخدم في إطار التحقق من المعلومات، كما أن تأثير تقنيات وأدوات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي يكون من خلال التجربة والممارسة والتعلم على الدوام بما يساهم ذلك في تحسين جودة العمل الصحفي وعلى وجه الخصوص في وقت الأزمات.

(١) أشرف مشتهى، قابله: فارس أبو شيحة (١ أغسطس ٢٠٢١).

الفصل الثالث

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها وفروضها والتوصيات

الفصل الثالث

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها وفروضها والتوصيات

يقوم الباحث في هذا الفصل بمناقشة النتائج العامة للدراسة الميدانية للتعرف على اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي، والتي أجراها الباحث على عينة عشوائية من الصحفيين الفلسطينيين في قطاع غزة، كما وقام الباحث بعرض خلاصة النتائج التوصيات للدراسة، حيث تم تقسم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث وهي على النحو الآتي:

- **المبحث الأول:** نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها.
- **المبحث الثاني:** نتائج فروض الدراسة ومناقشتها.
- **المبحث الثالث:** خلاصة النتائج والتوصيات للدراسة.

المبحث الأول

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

يستعرض هذا المبحث نتائج الدراسة التحليلية الخاصة باتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي، حيث تم تقسيم هذا المبحث إلى ثلاثة محاور رئيسية، يتناول المحور الأول: استخدام الصحفيين الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي، ويتناول المحور الثاني: استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي، ويتناول المحور الثالث: اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدامات تقنيات التحقق من المعلومات عبر الاعلام الرقمي.

المحور الأول: استخدام الصحفيين الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي:

١. درجة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي:

يبين الجدول الآتي تكرارات ونسب درجة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي من قبل الصحفيين الفلسطينيين، وكانت على النحو الآتي:

جدول (٣،١) يوضح درجة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي

الإجابة	التكرار	النسبة%
عالية جداً	50	22.9
عالية	92	42.3
متوسطة	58	26.6
منخفضة	14	6.4
منخفضة جداً	4	1.8
المجموع	218	100.0

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣،١) أن ٢٢,٩% من أفراد عينة الدراسة يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي بدرجة عالية جداً، بينما ٤٢,٢% يتابعونها بدرجة عالية، و ٢٦,٦% يتابعونها بدرجة متوسطة، و ٦,٤% يتابعونها بدرجة منخفضة، في حين أن ١,٨% يتابعونها بدرجة منخفضة جداً.

وتشير هذه النتائج إلى درجة المتابعة العالية من قبل الصحفيين الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي ومدى الاهتمام بها، وتتفق هذه الدراسة مع دراسة أحسن ورقية (٢٠١٩م)^(١)، ودراسة بلاني (٢٠١٨م)^(٢)، واللتي خلصتا بأن الصحفيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في العمل بدرجة عالية.

٢. دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

يبين الجدول الآتي تكرارات ونسب دوافع استخدام الصحفيين الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي، وكانت على النحو الآتي:

جدول (٣، ٢) يوضح دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الإجابة
97.2	212	تلقي الأخبار
81.7	178	إبداء الرأي في بعض القضايا
69.7	152	إرسال الأخبار
67.9	148	تحسين ظروف العمل
67.9	148	اكتساب المعارف والخبرات
66.1	144	الترفيه
65.1	142	تعزيز مهاراتي في العمل
60.6	132	الدرشة مع الأصدقاء

(ن = 218) *اختلاف التكرار لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣، ٢) أن ٩٧,٢% من أفراد عينة الدراسة يرون بأن تلقي الأخبار من دوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، بينما ٨١,٧% يرون ابداء الرأي في بعض القضايا، و ٦٩,٧% يرون ارسال الأخبار، و ٦٧,٩% يرون تحسين ظروف العمل، و ٦٧,٩% يرون اكتساب المعارف والخبرات، و ٦٦,١% يرون الترفيه، و ٦٥,١% يرون تعزيز مهارات العمل، في حين أن ٦٠,٦% يرون الدردشة مع الأصدقاء.

(١) أحسن، رقية، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تحسين الممارسة الإعلامية: دراسة ميدانية (ص ٩١).

(٢) بلاني، اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات: دراسة ميدانية (ص ٨٦).

وتتسجم هذه النتائج مع دراسة زقوت (٢٠١٦)^(١)، التي خلصت إلى أن الصحفيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تلقي الأخبار حيث أنها جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٩٤,٣%.

وقد ظهر بشكل واضح أن النسبة للتكرارات المجدولة قريبة جداً من بعضها عدا تلقي الأخبار وإبداء الرأي للصحفيين، رغم أن الصحفي هو صانع الخبر الأمر الذي يعطي انطبعا أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت إعلاماً بديلاً عن الإعلام التقليدي، وتظهر نتائج اكتساب المعرفة والبحث عن فرص عمل جديد وتعزيز المهارات انطبعا عن حالة من عدم الرضى للعمل الوظيفي الذي يقوم به الصحفي إن كان بالقطعة من خلال البحث عن فرصة مناسبة أو عمل وظيفي منتظم من خلال البحث عن تعزيز مهارات العمل، ونجد أن المستخدمين لأجل الترفيه والردشة بنسبة متقاربة وهي أكثر من النصف بقليل، يعطي انطبعا عن أهمية هذه المواقع في زيادة فرص التواصل وسرعة تناقل المعلومات كدافع أساسي لاستخدام التواصل الاجتماعي^(٢).

٣. أبرز مواقع التواصل المستخدمة في العمل الصحفي:

يبين الجدول الآتي تكرارات ونسب أبرز المواقع المستخدمة من قبل الصحفيين في العمل الصحفي، وجاءت على النحو الآتي:

جدول (٣,٣) يوضح أبرز مواقع التواصل المستخدمة في العمل الصحفي

الإجابة	التكرار	النسبة%
الفيس بوك	208	95.4
الواتس آب	189	86.7
تويتر	174	79.8
اليوتيوب	156	71.6
التيلغرام	147	67.4
الانستغرام	127	58.3
تيك توك	122	56.0
لينكد إن	110	50.5
ساوند كلاود	111	50.9
زلو	102	46.8

(١) زقوت، استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية: دراسة ميدانية (ص ٨٧).

(٢) سائد حسونة، مختص في الإعلام الجديد، قابله فارس أبو شيحة، (اتصال شخصي: ٣ سبتمبر ٢٠٢١).

42.2	92	السناشات
42.2	92	سكاي بي
34.9	76	الفليكر

(ن = 218) *اختلاف التكرار لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣،٣) أن ٩٥،٤% من أفراد عينة الدراسة يرون بأن موقع الفيس بوك من أبرز مواقع التواصل المستخدمة في العمل الصحفي، بينما ٨٦،٧% يرون موقع واتس آب، و ٧٩،٨% يرون موقع تويتر، و ٧١،٦% يرون موقع يوتيوب، و ٦٧،٤% يرون التليغرام، و ٥٨،٣% يرون الانستغرام، و ٥٦% يرون تيك توك، و ٥٠،٥% يرون لينكد إن، و ٥٠،٩% يرون ساوند كلاود، و ٤٦،٨% يرون زلو، و ٤٢،٢% يرون السناشات، و ٤٢،٢% يرون سكاي بي، و ٣٤،٩% يرون الفليكر.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة أحسن ورقية (٢٠١٩م)^(١)، ودراسة رضوان (٢٠١٦م)^(٢) ودراسة حماد (٢٠١٩م)^(٣)، وقد خلصت بأن موقع الفيس بوك من أكثر المواقع استخدامًا من قبل الصحفيين في العمل الصحفي بنسبة تتجاوز ٧٠%، بينما تختلف عن دراسة الهمص (٢٠١٩م)، والتي خلصت في اعتبار الوتس أب التطبيق الأكثر استخدامًا بنسبة ٩٥% يليه الفيس بوك بنسبة ٨٩،٩%.

ويرى الباحث بأن الصحفيين الفلسطينيين يهتمون بمواقع التواصل الاجتماعي في عملهم الصحفي، حيث أنهم يعتمدون عليها من أجل الحصول على المعلومات وكذلك تبادلها ونشرها بشكل فوري من خلال قيام الصحفي بنقل الحدث من المنطقة المتواجد فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وجاء في تقرير صادر عن شركة آيبوك (ipoke) المتخصصة في مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين لعام ٢٠٢٠، بأن الفيس بوك يعد من أكثر المواقع استخدامًا في فلسطين بنسبة ٩٠% يليه الوتس آب ثم الانستغرام واليوتيوب من قبل مستخدمي شبكة الإنترنت.^(٤)

(١) أحسن، رقية، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في الممارسة الإعلامية: دراسة ميدانية (ص ٧٤).

(٢) رضوان، اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات: دراسة ميدانية (ص ١١٨).

(٣) حماد، العوامل المؤثرة في استخدام الصحفيين الفلسطينيين للإعلام الجديد: دراسة ميدانية (ص ١٠٦).

(٤) تقرير شركة آيبوك، الواقع الرقمي الفلسطيني ٢٠٢٠، <https://bit.ly/2XH6lTh>.

٤. المدة الزمنية التي تقضيها عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات أثناء العمل الصحفي:

جدول (٣،٤) يوضح المدة الزمنية التي تقضيها عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات أثناء العمل الصحفي

الإجابة	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة	4	1.8
من ساعة إلى أقل من ساعتين	13	6.0
من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات	52	23.9
٣ ساعات فأكثر	149	68.3
المجموع	218	100.0

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣،٤) أن ١,٨% من أفراد عينة الدراسة يقضون على مواقع التواصل الاجتماعي (أقل من ساعة) يومياً للحصول على المعلومات أثناء العمل الصحفي، بينما ٦% يقضون (من ساعة إلى أقل من ساعتين)، و ٢٣,٩% يقضون (من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات)، في حين أن ٦٨,٣% يقضون (٣ ساعات فأكثر). وتشير هذه النتائج بأن المدة الزمنية التي يقضيها الصحفيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت مرتفعة، وهو ما يتفق ذلك مع دراسة زقوت (٢٠١٦م)^(١)، والتي خلصت بأن ٦٣,٣% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمونها يومياً لمدة تزيد عن ثلاثة ساعات.

ويرى الباحث أن قضاء الصحفيين لفترة طويلة من الوقت عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء العمل الصحفي من أجل الحصول على المعلومات، وهو الحاجة التي تتطلب ذلك وكذلك حسب طبيعة وظروف العمل الذي يحتاجونها في عملهم.

٥. درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي:

يبين الجدول الآتي، درجة استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي وقيمة "T" والقيمة الاحتمالية والترتيب، وجاءت على النحو الآتي:

(١) زقوت، استخدام الصحفيين لتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي عبر الهواتف الذكية: دراسة ميدانية (ص ٩٠).

جدول (٣,٥) يوضح درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	قيمة اختبار "T"	القيمة الاحتمالية
١	Facebook (الفيس بوك)	4.26	0.71	85.2	26.149	0.000
٢	Whats App (الواتس أب)	4.23	0.79	84.6	23.053	0.000
٣	YouTube (اليوتيوب)	3.74	1.01	74.8	10.827	0.000
٤	Twitter (تويتر)	3.73	1.00	74.6	10.768	0.000
٥	Telegram (التيلغرام)	3.70	1.06	73.9	9.669	0.000
٦	Instagram (الانستغرام)	3.46	1.20	69.3	5.703	0.000
٧	TikTok (تيك توك)	3.16	1.26	63.1	1.827	0.069
٨	Zello (زلو)	3.09	1.24	61.8	1.092	0.276
٩	Skyp (سكايب)	3.02	1.19	60.5	0.284	0.777
١٠	Sound Cloud (ساوند كلاود)	2.99	1.20	59.8	-0.113	0.910
١١	LinkedIn (لينكد إن)	2.97	1.22	59.4	-0.390	0.697
١٢	Snap chat (السناب شات)	2.96	1.27	59.2	-0.481	0.631
١٣	Flicker (الفليكر)	2.95	1.28	59.1	-0.531	0.596
	الدرجة الكلية	3.40	0.80	68.1	7.497	0.000

من خلال النتائج الموضحة في جدول (٣,٥) تبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي ٣,٤٠، والانحراف المعياري يساوي ٠,٨٠، والوزن النسبي يساوي ٦٨,١ %، وقيمة اختبار (T) تساوي ٧,٤٩٧، والقيمة الاحتمالية تساوي ٠,٠٠٠، وهي أقل من مستوى الدلالة ٠,٠٥، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة للمحور قد زاد عن الدرجة المتوسطة وهي ٣، وهذا يدل على أن درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي عالية. واحتل موقع الفيس بوك الترتيب الأول من حيث درجة الاستخدام بوزن نسبي (٨٥,٢ %)، يليه موقع واتس أب بوزن نسبي (٨٤,٦ %)، ثم موقع يوتيوب بوزن نسبي (٧٤,٨ %)، في حين جاء موقع الفليكر في الترتيب الأخير من حيث درجة الاستخدام بوزن نسبي (٥٩,١ %).

وتأتي هذه النتائج متوافقة مع نتائج جدول رقم (٣,٣)، حيث إن استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي من أجل الحصول على المعلومات، جاء نظراً لسهولة الاستخدام في نقل وتبادل المعلومات بشكل فوري، والسرعة في نشر المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ويرى الباحث أن استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي بكافة وسائلها المختلفة، يأتي لكونها سهلة الاستخدام في التعامل معها في العمل الصحفي، كما أن انتشارها الواسع بين المستخدمين أضفى عليها الاهتمام الكبير كمصدر مهم في الحصول على المعلومات.

هذه النتيجة تؤكد شفافية النسبة الواردة في الجدول السابق حول (درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي)، حيث من المعروف أن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي شعبية هو موقع فيسبوك، ويأتي بعده تويتر من ناحية تركيز النشر السياسي والإخباري، وأقل المواقع معرفة واستخدام فليكر لأن الأخير له جمهور محدد واستخدام واحد.^(١)

وهذا يأتي على خلاف المنصات الأخرى كواتساب وانستقرام، الأمر الذي قسم مواقع التواصل الاجتماعي إلى أقسام منها للنشر وتداول المحتوى فقط، ومنها للدردشة فقط، ومنها للنشر والدردشة، وهذا ما ظهر النتائج خصوصاً الوزن النسبي ليووتيوب الذي اقترب كثيراً لنتيجة استخدام مواقع النشر وتداول المحتوى والذي يهتم بنوع واحد من المحتوى وهو الفيديو، وبنفس التفسير يأتي سياق "ساوند كلاود"، أما أن تحصل منصات البث المباشر ونقل رسائل الصوت والفيديو مثل "سكايب" يأتي في السياق الطبيعي لأنه يستخدم في نطاق صحفي محدود مثل اللقاءات الصحفية المهمة وعليه أصبح الاستخدام محدود وربما وقت الضرورة، في حين أنه يمكن إجراء مكالمات صوتية ودرشات فيديو عبر منصات الدردشة الأخرى مثل تليجرام وواتساب، وفيما بالنتيجة المتدنية لاستخدام "سناب شات" يأتي في سياق الاهتمامات حيث يهتم هذا التطبيق في التسويق الإلكتروني عبر المؤثرين وخصوصاً في الدول التي تعتمد على التجارة الإلكترونية كمصدر أساسي للترويج، وعليه فهنا يفتقد ميزات نقل وتداول المحتوى الصحفي، وفي ذات السياق يأتي "تيك توك" مع فارق بسيط تحت هامش الترفيه وإن تخلله نقل مواد صحفية.^(٢)

المحور الثاني: استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي:

١. درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي:

يبين الجدول الآتي التكرارات ونسب درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي، وكانت على النحو الآتي:

(١) سائد حسونة، مختص في الإعلام الجديد، قابله فارس أبو شيحة، (اتصال شخصي: ٣ سبتمبر ٢٠٢١).

(٢) سائد حسونة، مختص في الإعلام الجديد، قابله فارس أبو شيحة، (اتصال شخصي: ٣ سبتمبر ٢٠٢١).

جدول (٣,٦) يوضح درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي

الإجابة	التكرار	النسبة%
عالية جداً	28	12.8
عالية	78	35.8
متوسطة	76	34.9
منخفضة	26	11.9
منخفضة جداً	10	4.6
المجموع	218	100.0

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣,٦) أن ١٢,٨% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي بدرجة عالية جداً، بينما ٣٥,٨% يستخدمونها بدرجة عالية، و ٣٤,٩% يستخدمونها بدرجة متوسطة، و ١١,٩% يستخدمونها بدرجة منخفضة، في حين أن ٤,٦% يستخدمونها بدرجة منخفضة جداً. وتختلف هذه النتائج مع دراسة العيسوي (٢٠٢١م)^(١)، أن ٦٩% من القائمين بالاتصال يستخدمون التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري بدرجة عالية.

وتشير هذه النتائج بأن درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات جاءت عالية في العمل الصحفي، وهو ما يعكس مدى اهتمام الصحفيين الفلسطينيين بتلك التقنيات في التأكد من صحة المعلومات ومدى دقتها وسلامتها قبل عملية النشر عبر وسائل الإعلام الرسمية. وهذا التفاوت في درجة استخدام الصحفيين لتقنيات التحقق، يعكس التفاوت في التزام التحقق من المعلومات، وكذلك معرفة أفراد العينة لهذه التقنيات، وهذا يعكس أيضاً قصوراً في نشر ثقافة التحقق والتربية الإعلامية في أوساط المستخدمين، والتي من شأنها أن تعزز هذه المهارات لديهم، وهو ما يسهم في مواجهة التضليل الإعلامي عبر الفضاء الرقمي، انطلاقاً من ممارسة التحقق من هذا المحتوى، عبر التقنيات الرقمية، مثل البحث العكسي عن المعلومات والصور والفيديوهات، أو عبر الآليات والمعايير المختلفة^(٢).

(١) العيسوي، استخدامات الصحفيين الفلسطينيين للتقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري: دراسة مسحية على القائم بالاتصال.

(٢) بكر عبد الحق، مختص في مجال التقنيات، فارس أبو شيحة (اتصال عبر الوتساب، ١ سبتمبر ٢٠٢١).

٢. درجة الالتزام بتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي:

يبين الجدول الآتي التكرارات ونسب درجة الالتزام بتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي، وجاءت على النحو الآتي:

جدول (٣,٧) يوضح درجة الالتزام بتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي

الإجابة	التكرار	النسبة %
عالية جداً	20	9.2
عالية	62	28.4
متوسطة	98	45.0
منخفضة	26	11.9
منخفضة جداً	12	5.5
المجموع	218	100.0

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣,٧) أن ٩,٢% من أفراد عينة الدراسة يلتزمون بتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي بدرجة عالية جداً، بينما ٢٨,٤% يلتزمون بها بدرجة عالية، و ٤٥% يلتزمون بها بدرجة متوسطة، و ١١,٩% يلتزمون بها بدرجة منخفضة، في حين أن ٥,٥% يلتزمون بها بدرجة منخفضة جداً.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة عبد الحق (٢٠١٦م)^(١)، والتي أظهرت إلى أن ٦٧% من الصحفيين يلتزمون بتقنيات التحقق من المحتوى الذي ينتجه المستخدمون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف مع دراسة بوسعيد (٢٠١٨م)^(٢)، والتي خلصت إلى أن درجة التزام الصحفيين محدود في مجال تقنيات التحقق من المعلومات في عملهم الصحفي.

ويعزو الباحث إلى أن التزام الصحفيين الفلسطينيين بتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي، يعكس مدى حرصهم والمسؤولية الاجتماعية التي تقع على عاتقهم في تزويد الجمهور بالمعلومات السليمة لما يساهم في تعزيز الثقة لديهم بما ينشر عبر وسائل الاعلام المختلفة.

وواضح أن هناك عدم التزام بشكل كبير من قبل الصحفيين الفلسطينيين نحو التحقق من صحة المعلومات ومصادرها، الأمر الذي سينعكس على المصداقية إن كان مصدر المعلومات (الأخبار) غير حقيقي أو وهمي، وقد تكون تلك المعلومات قد تعرضت إلى التغيير

(١) عبد الحق، التزام الصحفيين التحقق من المحتوى الذي ينتجه المستخدمون عبر الإعلام الاجتماعي في الأردن وفلسطين: دراسة مقارنة.

(٢) بوسعيد، آليات التحقق من الأخبار المتدفقة عبر الإعلام الاجتماعي: دراسة حالة (ص ٢٣).

والتشويه، فالملتزمين بدرجة عالية فأكثر تُمثل نسبتهم ٣٧,٦% من عينة مجتمع الدراسة، بينما الغالبية العظمى من عينة المجتمع ونسبتهم ٤٥% يلتزمون بنسبة متوسطة في عملية التحقق من المعلومات، وهذا يعزى إلى سببين، أولهما عدم توفر المعرفة الكافية بكامل التقنيات المستخدمة في عمليات التحقق، إضافة إلى ضعف المهارة التي تمتلكها هذه العينة في كيفية الاستخدام الأمثل لتلك الأدوات، أما السبب الثاني فهو التوجه نحو نشر المعلومات دون التحقق من مصدرها وصحتها حتى يتم نشرها في أسرع وقت ممكن، وهذا سيساعد على نشر الأخبار المكذوبة والمخادعة ونشر الإشاعات بشكل كبير، أما فيما يتعلق بعينة المجتمع التي تمثل الدرجة المنخفضة وما دونها ونسبتها ١٧,٤% فهم لا يملكون المعرفة بتلك الأدوات أساساً، وبالتالي لن يعملوا على استخدامها في مجال التحقق من المعلومات^(١).

٣. أبرز الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات:

وبين الجدول الآتي، التكرارات ونسب أبرز الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات، وجاءت على النحو الآتي:

جدول (٣,٨) يوضح أبرز الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات

النسبة %	التكرار	الإجابة
74.3	162	التحقق من الحسابات الوهمية
62.8	137	التحقق من الأخبار
48.6	106	التحقق من الصور
43.6	95	الكشف عن الصور المطابقة
40.8	89	استعادة حقوق الصورة
39.4	86	الكشف عن الصور المعدلة
36.7	80	التحقق من الفيديو

(ن = 218) *اختلاف التكرار لاختيار الباحثين أكثر من إجابة

يتبين من النتائج الموضحة في جدول (٣,٨) أن ٧٤,٣% من أفراد عينة الدراسة يرون بأن التحقق من الحسابات الوهمية من أبرز الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات، بينما ٦٢,٨% يرون التحقق من الأخبار، و ٤٨,٦% يرون التحقق من الصور، و ٤٣,٦% يرون الكشف عن الصور المطابقة، و ٤٠,٨% يرون استعادة حقوق الصورة، و ٣٩,٤% يرون الكشف عن الصور المعدلة، في حين أن ٣٦,٧% يرون التحقق من الفيديو.

(١) أشرف مشتهى، خبير في التقنية ومواقع التواصل الاجتماعي، فارس أبو شيحة (اتصال عبر الواتساب: ٢٨ أغسطس ٢٠٢١).

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة عبد الحق (٢٠١٦م)^(١)، التي خلصت بأن ٦٨% من الصحفيين الفلسطينيين يتحققون من الأخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ويعزو الباحث إلى أن اهتمام الصحفيين الفلسطينيين في استخدام أداة التحقق من الحسابات الوهمية كأبرز الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات، نظرا لما تقوم به تلك الحسابات المجهولة بنشر الأخبار المضللة والمفبركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها الكبير على الجمهور المتلقي لها، وكذلك التحقق من الأخبار من أجل التأكد من دقتها وسلامتها بما يساهم ذلك في تعزيز استقرار المجتمع.

٤. أبرز الأدوات المستخدمة للتحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي:

يبين الجدول الآتي، التكرارات ونسب أبرز الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي، وكانت على النحو الآتي:

جدول (٣،٩) يوضح أبرز الأدوات المستخدمة للتحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي

الإجابة	التكرار	النسبة%
البحث عن الصور	188	86.2
التحقق من صحة الصورة	187	85.8
البحث عن المعلومات	152	69.7
البحث عن مقاطع الفيديو	127	58.3
التحقق من صحة الأحداث	102	46.8
التحقق من المراسلات عبر الإيميل	92	42.2
التحقق من الأخبار	87	39.9
التحقق من الفيديو	84	38.5
التحقق من البيانات	78	35.8
التحقق من المراسلات البريدية	76	34.9

(ن = 218) *اختلاف التكرار لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

يتبين من النتائج الموضحة في جدول (٣،٩) أن ٨٦,٢% من أفراد عينة الدراسة يرون بأن البحث عن الصور من أبرز الأدوات المستخدمة للتحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي، بينما ٨٥,٨% يرون التحقق من صحة الصورة، و ٦٩,٧%

(١) عبد الحق، التزام الصحفيين التحقق من المحتوى الذي ينتجه المستخدمون عبر الإعلام الاجتماعي في الأردن وفلسطين: دراسة مقارنة.

يرون البحث عن المعلومات، و ٥٨,٣% يرون البحث عن مقاطع الفيديو، و ٤٦,٨% يرون التحقق من صحة الأحداث، و ٤٢,٢% يرون التحقق من المراسلات عبر الإيميل، و ٣٩,٩% يرون التحقق من الأخبار، و ٣٨,٥% يرون التحقق من الفيديو، و ٣٥,٨% يرون التحقق من البيانات، في حين أن ٣٤,٩% يرون التحقق من المراسلات البريدية.

ويعزو الباحث بأن اختيار الصحفيين الفلسطينيين لتتحقق من الصور كأبرز الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي بنسبة ٨٦,٢%، يرجع إلى انتشارها الواسع وكذلك إلى اعتماد الصحفيين عليها كأحد مصادر المعلومات المهمة في عملهم الصحفي.

وتدل النتائج على الفهم الكبير لدى عينة المبحوثين فيما يتعلق بالأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات، إذا أن النتائج تأتي في السياق الصحيح والترتيب السليم للأدوات التي يجب على الصحفيين استخدامها عند التحقق من المعلومات، فالتأكد من صحة الحسابات الإلكترونية يأتي في المرتبة الأولى، وهذا يعني ضرورة التأكد من مصدر المعلومة، هل هو حقيقي يُمكن الاستناد عليه، أم أنه مُخادع، يلي تلك الأداة التحقق من الأخبار نفسها، أي التحقق من صحة المعلومة، والمعلومة هنا يُقصد بها النص المكتوب أو الصورة أو الفيديو المرئي، فإذا تم التأكد من مصدر المعلومة وصحة المعلومة بهذا نكون قد وصلنا إلى مرحلة يُمكننا من خلالها نشر المعلومة أو الخبر إلى أي مكان، وكذلك يتضح من النتائج أن (التحقق من الصور، والكشف عن الصور المطابقة، واستعادة حقوق الصورة، والكشف عن الصور المعدلة، والتحقق من الفيديو) كلها تأتي في المرتبة التالية بعد التحقق من الأخبار، ونجد أن عدد التكرار فيها تقارب كبير، وهي عملياً في مجملها تُمثل المعلومة المراد التحقق منها ومن إعادة نشرها، وكلها تأتي ضمن التسلسل المنطقي في الأدوات المستخدمة^(١).

(١) أشرف مشتهى، خبير في مجال التقنية ومواقع التواصل، فارس أبو شيحة (اتصال عبر الواتساب: ٢٨ أغسطس ٢٠٢١).

٥. مدى فعالية تقنيات التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي:

يبين الجدول الآتي، التكرارات ونسب مدى فعالية تقنيات التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي، وكانت على النحو الآتي:

جدول (٣,١٠) يوضح مدى فعالية تقنيات التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي

الإجابة	التكرار	النسبة %
عالية جداً	10	4.6
عالية	60	27.5
متوسطة	128	58.7
منخفضة	16	7.3
منخفضة جداً	4	1.8
المجموع	218	100.0

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣,١٠) أن ٤,٦% من أفراد عينة الدراسة يرون بأن فعالية تقنيات التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي بدرجة عالية جداً، بينما ٢٧,٥% يرونها بدرجة عالية، و٥٨,٧% يرونها بدرجة متوسطة، و٧,٣% يرونها بدرجة منخفضة، في حين أن ١,٨% يرونها بدرجة منخفضة جداً.

ويرى الباحث بأن هذه النتائج تبين أن مدى فعالية تقنيات التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي جاءت متوسطة، ويعود ذلك إلى حاجة تلك التقنيات إلى المهارات اللازمة من قبل الصحفيين في كيفية التعامل معها بما يحقق الدرجة العالية من فعاليتها في الاستخدام من خلال الدورات وورش العمل مع جهات الاختصاص بما يحقق الفائدة الكبيرة لديهم.

إن القصور في ممارسة التحقق واستخدام الأدوات والتقنيات المختلفة المتاحة في هذا الصدد، انعكس على اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين المستجيبين للعينة هنا تجاه فعالية هذه التقنيات، لأنه واقع التجربة العملية من خلال عملي في تدقيق الحقائق، هذه الأدوات تلعب دوراً فعالاً وكبيراً في الكشف الأولي على المعلومات المضللة، وهي في أغلب الأوقات تكون المفتاح في عملية التحقق، لذلك الاتجاه هنا يخالف الواقع فيما يتعلق بفعالية هذه الأدوات، وهذا يقودنا للاستنتاج بأنه ما زال أمامنا طريق طويل لتعميم ونشر ثقافة التحقق، واكساب المستخدمين المهارات اللازمة في استخدام تقنيات وأدوات التحقق وآليات ومعايير التحقق المعتمدة من مرصد تدقيق الحقائق العالمية، وهذا لا يكون إلا بتوسيع نطاق الورش التدريبية

التي نعقدها لتشمل شرائح أوسع، من شريحة الصحفيين وطلبة الإعلام، وهذا يندرج في إطار نشر ثقافة التربية الإعلامية والرقمية^(١).

٦. المجالات المستخدمة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي:

يبين الجدول الآتي، التكرارات ونسب المجالات المستخدمة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي، وجاءت على النحو الآتي:

جدول (٣،١١) يوضح المجالات المستخدمة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي

الإجابة	التكرار	النسبة %
الأخبار	195	89.4
الصور	150	68.8
الفيديوهات	107	49.1
التسجيل الصوتي	58	26.6

(ن = 218) *اختلاف التكرار لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣،١١) أن ٨٩،٤% من أفراد عينة الدراسة يرون بأن الأخبار من المجالات المستخدمة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي، بينما ٦٨،٨% يرون الصور، و ٤٩،١% يرون الفيديوهات، في حين أن ٢٦،٦% يرون التسجيل الصوتي.

وتشير هذه النتائج إلى درجة الاستخدام والاهتمام الكبيرة من قبل الصحفيين الفلسطينيين بمجالات التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل عملهم الصحفي، كما جاء التحقق من الأخبار في سلم الاهتمامات بنسبة ٨٩،٩%، وتتفق هذه النتائج مع دراسة عبد الغني (٢٠٢٠م)، والتي أظهرت تصدر الأخبار الكاذبة والمضللة اهتمامات صفحات التحقق من الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ويرى الباحث بأن الصحفيين يرون أن مجال التحقق من الأخبار وكذلك الصور عبر الإعلام الرقمي من أكثر المجالات المستخدمة أثناء عملهم الصحفي، وذلك لسرعة انتشار الأخبار والصور وعلى وجه الخصوص في وقت الأزمات والصراعات التي تزداد انتشاراً وتداولاً بين المستخدمين عبر وسائل الإعلام الرقمية.

(١) بكر عبد الحق، مختص في مجال التقنيات، فارس أبو شيحة (اتصال عبر الوتساب، ١ سبتمبر ٢٠٢١).

٧. موقف الصحفيين من تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الرقمي:

يبين الجدول الآتي، موقف الصحفيين من تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الرقمي من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي وقيمة "T" والقيمة الاحتمالية والترتيب، وجاءت على النحو الآتي:

جدول (٣،١٢) يوضح موقف الصحفيين من تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الرقمي

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	قيمة اختبار "T"	القيمة الاحتمالية
١	تدريب الصحفيين على التحقق من المعلومات سيساهم في التقليل من الوقوع بالأخطاء	3.61	0.90	72.3	10.088	0.000
٢	استخدم مواقع متخصصة في التحقق من المعلومات التي مصدرها الإعلام الرقمي	3.55	0.80	71.0	10.194	0.000
٣	لا يوجد كادر لديه الخبرة في تقنيات التحقق من المعلومات	3.52	0.78	70.5	9.961	0.000
٤	أحرص دائماً على اتخاذ كافة التدابير اللازمة في التحقق من المعلومات قبل نشرها	3.47	0.84	69.4	8.193	0.000
٥	المؤسسة التي أعمل بها تقوم بتدربي على تقنيات التحقق من المعلومات	3.47	0.91	69.4	7.622	0.000
٦	لدي القدرة في استخدام تقنيات التحقق من المعلومات	3.45	0.81	69.0	8.207	0.000
٧	إنشاء قسم متخصص في التحقق من المعلومات داخل المؤسسة التي أعمل بها	3.45	0.91	69.0	7.330	0.000
٨	المواقع التي استخدمها في التحقق من المعلومات فعالة ودقيقة	3.45	0.82	69.0	8.093	0.000
الدرجة الكلية		3.50	0.56	69.9	13.029	0.000

من خلال النتائج الموضحة في جدول (٣،١٢) تبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي ٣،٥٠، والانحراف المعياري يساوي ٠،٥٦، والوزن النسبي يساوي ٦٩،٩ %، وقيمة اختبار (T) تساوي ١٣،٠٢٩، والقيمة الاحتمالية تساوي ٠،٠٠٠، وهي أقل من مستوى

الدلالة ٠,٠٥، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة للمحور قد زاد عن الدرجة المتوسطة وهي ٣، وهذا يدل على أن درجة موافقة الصحفيين على عبارات تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الرقمي بدرجة عالية.

واحتلت الفقرة رقم (٢) الترتيب الأول بوزن نسبي (٧٢,٣%)، بينما جاءت الفقرات رقم (٥، ٦، ٧) في الترتيب الأخير بوزن نسبي (٦٩%).

وتشير هذه النتائج بأن الصحفيين يعتقدون بأن تدريب الصحفيين على تقنيات التحقق من المعلومات يساهم في التقليل من الوقوع في أخطاء نشر الأخبار الكاذبة والمضللة عبر وسائل الإعلام الرقمي بدرجة عالية، ويعتقدون كذلك بأن استخدام المواقع المتخصصة في التحقق من المعلومات التي مصدرها بدرجة عالية، كما أنهم يرون أنه لا يوجد كادر لديه الخبرة الكافية في تقنيات التحقق من المعلومات.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة أبو داري (٢٠١٨م)^(١)، والتي خلصت إلى إنشاء قسم متخصص في التحقق من المعلومات داخل المؤسسة الإعلامية في إطار التحقق من صحة الصور والأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٧٣%.

المحور الثالث: اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تقنيات التحقق من المعلومات عبر الاعلام الرقمي:

١. اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تقنيات التحقق من المعلومات عبر الاعلام الرقمي في العمل الصحفي:

جدول (٣، ١٣) يوضح اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تقنيات التحقق من المعلومات عبر الاعلام الرقمي في العمل الصحفي

الإجابة	التكرار	النسبة%
مؤيد بشدة	46	21.1
مؤيد	136	62.4
محايد	17	7.8
معارض	15	6.9
معارض بشدة	4	1.8
المجموع	218	100.0

(١) أبو داري، تحقق غرف الأخبار التلفزيونية من المعلومات المتدفقة من مواقع التواصل الاجتماعي قبل بثها الجزيرة انموذجاً: دراسة ميدانية (ص ٧٩).

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣،١٣) أن ٢١,١% من أفراد عينة الدراسة مؤيدين بشدة لاستخدام تقنيات التحقق من المعلومات عبر الاعلام الرقمي في العمل الصحفي، بينما ٦٢,٤% يؤيدون لذلك، و ٧,٨% محايدون على ذلك، و ٦,٩% معارضون لذلك، في حين أن ١,٨% معارضون بشدة لذلك.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة أبو داري (٢٠١٨م)^(١)، والتي أظهرت بأن الصحفيين يرون من الضروري وجود الآليات والتقنيات للتحقق من الأخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ويعزو الباحث بأن اتجاهات الصحفيين نحو استخدامهم لتقنيات التحقق من المعلومات عبر الاعلام الرقمي في عملهم الصحفي جاءت مؤيدة بدرجة عالية، نظراً لدور تقنيات التحقق في تحسين جودة العمل الصحفي والحد من الوقوع في خطأ نشر الأخبار الكاذبة والمفبركة وكذلك اعتمادهم على وسائل الاعلام الرقمية كمصدر للمعلومات.

٢. الدوافع وراء استخدام الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي:

وبين الجدول الآتي، التكرارات ونسب الدوافع وراء استخدام الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي، وكانت على النحو الآتي:

جدول (٣،١٤) يوضح الدوافع وراء استخدام الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي

النسبة %	التكرار	الإجابة
89.4	195	اكتساب الخبرة
71.6	156	تحسين ظروف العمل
62.8	137	كثرة الأخبار المزيفة والمضللة
57.3	125	اكتساب المعرفة
56.9	124	تعزيز المهارات
50.5	110	التميز عن الزملاء

(ن = 218) *اختلاف التكرار لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣،١٤) أن ٨٩,٤% من أفراد عينة الدراسة يرون بأن اكتساب الخبرة من الدوافع وراء استخدامهم لتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي، بينما ٧١,٦% يرون تحسين ظروف العمل، و ٦٢,٨% يرون كثرة الأخبار

(١) أبو داري، تحقق غرف الأخبار التلفزيونية من المعلومات المتدفقة من مواقع التواصل الاجتماعي قبل بثها الجزيرة انموذجاً: دراسة ميدانية (ص ٧٨).

المزيفة والمضللة، و٥٧,٣% يرون اكتساب المعرفة، و٥٦,٩% يرون تعزيز المهارات، في حين أن ٥٠,٥% يرون التميز عن الزملاء.

ويرى الباحث أن الدوافع وراء استخدام الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي واختيارهم اكتساب الخبرة بنسبة مرتفعة، مما يدل على أن تعلم واستخدام تقنيات التحقق من المعلومات تضيف الخبرة في سهولة التعامل معها من خلال الممارسة والتجربة، بما يعكس ذلك على تحسين جودة وظروف العمل الصحفي.

٣. التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات: أولاً: التأثيرات المعرفية:

يبين الجدول الآتي، التأثيرات المعرفية عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي وقيمة "T" والقيمة الاحتمالية والترتيب، وجاءت على النحو الآتي:

جدول (٣,١٥) يوضح التأثيرات المعرفية

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	قيمة اختبار "T"	القيمة الاحتمالية
١	زيادة المعرفة والإلمام بتقنيات التحقق من المعلومات	3.95	0.74	79.1	19.141	0.000
٢	زيادة التعرف إلى ما تقدمه تقنيات التحقق من المعلومات في الكشف عن الأخبار المضللة	3.83	0.69	76.5	17.663	0.000
٣	إلقاء الضوء على السياسة التي تقوم عليها تقنيات التحقق من المعلومات	3.66	0.79	73.2	12.280	0.000
٤	التعرف على التقنيات والمواقع الجديدة والمخصصة في التحقق من المعلومات	3.65	0.82	73.0	11.745	0.000
٥	زيادة مصداقية المعلومة والموضوعية في التعامل مع الحدث	3.55	0.86	71.0	9.408	0.000
	الدرجة الكلية	3.73	0.63	74.6	16.990	0.000

من خلال النتائج الموضحة في جدول (٣,١٥) تبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي ٣,٧٣، والانحراف المعياري يساوي ٠,٦٣، والوزن النسبي يساوي ٧٤,٦%،

وقيمة اختبار (T) تساوي ١٦,٩٩٠، والقيمة الاحتمالية تساوي ٠,٠٠٠، وهي أقل من مستوى الدلالة ٠,٠٥، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة للمحور قد زاد عن الدرجة المتوسطة وهي ٣، وهذا يدل على أن موافقة الصحفيين على التأثيرات المعرفية بدرجة عالية.

وقد احتلت الفقرة رقم (١) الترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية بوزن نسبي (٧١%)، بينما احتلت الفقرة (٤) الترتيب الأخير بوزن نسبي (٧١%).

ويعزو الباحث هذه النتيجة بأن هناك تأثيراً معرفياً إيجابياً على الصحفيين الفلسطينيين والنتائج عن استخدامهم لتقنيات التحقق من المعلومات، وجاء ذلك من خلال الاطلاع والمتابعة الحثيثة في سياق التأكد من صحة المعلومات ودقتها قبل عملية النشر عبر وسائل الاعلام الرسمية، وهو ما يجعل الصحفيين قادرين على التحقق من المعلومات، والكشف عن الأخبار المزيفة والمضللة، وهو ما يساعد الصحفي في القدرة على استخدام تلك التقنيات وسهولة التعامل معها.

ثانياً: التأثيرات الوجدانية:

يبين الجدول الآتي، التأثيرات الوجدانية عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي وقيمة "T" والقيمة الاحتمالية والترتيب، وكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول (٣,١٦) يوضح التأثيرات الوجدانية

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	قيمة اختبار "T"	القيمة الاحتمالية
١	استخدام تقنيات التحقق ساهم في التقليل من الأخطاء والأخبار المزيفة	3.68	0.91	73.6	11.021	0.000
٢	قناعتك بضرورة التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات لما تتمتع من مصداقية كبيرة	3.65	0.85	73.0	11.289	0.000
٣	زيادة الثقة في تقنيات التحقق من المعلومات بعد استخدامها في العمل الصحفي	3.58	0.84	71.6	10.157	0.000
٤	استخدام تقنيات التحقق من المعلومات ساهم في تحسين جودة العمل الصحفي	3.56	0.84	71.2	9.817	0.000
	الدرجة الكلية	3.62	0.69	72.3	13.229	0.000

من خلال النتائج الموضحة في جدول (٣,١٦) تبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي ٣,٦٢، والانحراف المعياري يساوي ٠,٦٩، والوزن النسبي يساوي ٧٢,٣%، وقيمة اختبار (T) تساوي ١٣,٢٢٩، والقيمة الاحتمالية تساوي ٠,٠٠٠، وهي أقل من مستوى الدلالة ٠,٠٥، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة للمحور قد زاد عن الدرجة المتوسطة وهي ٣، وهذا يدل على أن موافقة الصحفيين على التأثيرات الوجدانية بدرجة عالية.

وقد احتلت الفقرة رقم (٢) الترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية بوزن نسبي (٧٣,٦%)، بينما احتلت الفقرة (١) الترتيب الأخير بوزن نسبي (٧١,٢%).

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن استخدام تقنيات التحقق من المعلومات ساهم في التقليل من الأخطاء والأخبار المزيفة، يرجع إلى مدى فعالية والاستفادة من تلك التقنيات المستخدمة من قبل الصحفيين في التأكد من صحة المعلومات المنشورة عبر وسائل الإعلام الرقمي، الأمر الذي زاد من نسبة الثقة في تقنيات التحقق لديهم.

ثالثاً: التأثيرات السلوكية:

يبين الجدول الآتي، التأثيرات السلوكية عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي وقيمة "T" والقيمة الاحتمالية والترتيب، وكانت على النحو الآتي:

جدول (٣,١٧) يوضح التأثيرات السلوكية

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	قيمة اختبار "T"	القيمة الاحتمالية
١	الارتقاء بمستوى العمل الصحفي	3.71	0.82	74.1	12.750	0.000
	الطلب من المؤسسة زيادة التدريب وشراء البرامج لتحقيق من المعلومات	3.63	0.82	72.7	11.370	0.000
٢	تشجيع الصحفيين على استخدام تقنيات التحقق من المعلومات	3.56	0.86	71.2	9.571	0.000
٣	التجنب من الوقوع في الأخطاء	3.54	0.82	70.8	9.739	0.000
٤	زيادة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات	3.51	0.90	70.3	8.460	0.000
	الدرجة الكلية	3.59	0.69	71.8	12.695	0.000

من خلال النتائج الموضحة في جدول (٣,١٧) تبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات يساوي ٣,٥٩، والانحراف المعياري يساوي ٠,٦٩، والوزن النسبي يساوي ٧١,٨%، وقيمة اختبار (T) تساوي ١٢,٩٦٥، والقيمة الاحتمالية تساوي ٠,٠٠٠، وهي أقل من مستوى

الدلالة ٠,٠٥، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة للمحور قد زاد عن الدرجة المتوسطة وهي ٣، وهذا يدل على أن موافقة الصحفيين على التأثيرات السلوكية بدرجة عالية.

وقد احتلت الفقرة رقم (٤) الترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية بوزن نسبي (٧٤,١%)، بينما احتلت الفقرة (١) الترتيب الأخير بوزن نسبي (٧٠,٣%).

ويرى الباحث أن هذه النتائج تؤكد بأن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات يساهم في الارتقاء بمستوى العمل، من خلال التأكد من صحة المعلومات التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام وتغليها على السبق الصحفي لمنع الوقوع في أخطاء نشر المعلومات المزيفة والمضللة للجمهور المتلقي، وتلقي الدورات والورش التي تساعد في سهولة التعامل مع تقنيات التحقق في العمل الصحفي.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة بوسعيد (٢٠١٨م)^(١)، والتي أظهرت محدودية تلقي الدورات والتدريب في مجال تقنيات التحقق من المعلومات في إطار رصد والتحقق من الأخبار الكاذبة والمفبرك الوارد لهم داخل المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها.

٤. إيجابيات استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي:

جدول (٣,١٨) يوضح إيجابيات استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي

الإجابة	التكرار	النسبة %
سهولة التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات	194	89.0
سرعة الوصول إلى مصدر المعلومات	149	68.3
ساهمت في تحسين جودة العمل الصحفي	146	67.0
الكشف عن الأخبار المضللة والمزيفة قبل النشر	133	60.1
توفير الوقت والجهد الطويل	122	56.0

(ن = 218) *اختلاف التكرار لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣,١٨) أن ٨٩% من أفراد عينة الدراسة يرون بأن سهولة التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات من إيجابيات استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي، بينما ٦٨,٣% يرون سرعة الوصول إلى مصدر المعلومات، و ٦٧% يرون المساهمة في تحسين جودة العمل الصحفي، و ٦٠,١% يرون الكشف عن الأخبار المضللة والمزيفة قبل النشر، و ٥٦% يرون توفير الوقت والجهد الطويل.

(١) بوسعيد، آليات التحقق من الأخبار المتدفقة عبر الإعلام الاجتماعي: دراسة حالة (ص ٢٣).

ويعزو الباحث هذه النتائج بأن سهولة التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات من قبل الصحفيين الفلسطينيين، يأتي من خلال الممارسة والمتابعة والاطلاع المستمر بما يسهل ذلك سهولة التعامل معها في إطار الوصول إلى مصدر المعلومات الكاذبة والمفبركة، بالإضافة إلى مساهمة ذلك في تحسين جودة العمل الصحفي.

٥. أبرز معوقات في التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات أثناء العمل الصحفي:

يبين الجدول الآتي، التكرارات ونسب أبرز معوقات في التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات أثناء العمل الصحفي، وكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول (٣،١٩) يوضح أبرز معوقات في التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات أثناء العمل الصحفي

النسبة %	التكرار	الإجابة
88.5	193	عدم الإلمام الكافي في استخدام تقنيات التحقق من المعلومات
73.4	160	ضعف تقنيات التحقق من المعلومات في الكشف عن الأخبار المزيفة والمضللة
65.1	142	بطيء سرعة الانترنت عند استخدام تقنيات التحقق من المعلومات
56.4	123	صعوبة استخدام بعض تقنيات التحقق من المعلومات لحاجتها إلى الاشتراك المدفوع
52.3	114	صعوبة التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات بسبب اللغة

(ن = 218) *اختلاف التكرار لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣،١٩) أن ٨٨,٥% من أفراد عينة الدراسة يرون بأن عدم الإلمام الكافي في استخدام تقنيات التحقق من المعلومات من أبرز المعوقات في التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات أثناء العمل الصحفي، بينما ٧٣,٤% يرون ضعف تقنيات التحقق من المعلومات في الكشف عن الأخبار المزيفة والمضللة، و ٦٥,١% يرون بطيء سرعة الانترنت عند استخدام تقنيات التحقق من المعلومات، و ٥٦,٤% يرون صعوبة استخدام بعض تقنيات التحقق من المعلومات لحاجتها إلى الاشتراك المدفوع، في حين أن ٥٢,٣% يرون صعوبة التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات بسبب اللغة.

يرى الباحث أن عدم الإلمام الكافي بتقنيات التحقق من المعلومات يرجع إلى عدم وجود ذوي الاختصاص في فلسطين وكذلك عدم اهتمام المؤسسات الإعلامية بهذا الأمر، نظراً لاعتمادهم على الطرق التقليدية في التحقق من المعلومات من خلال التواصل مع المصدر نفسه.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة بهنسي (٢٠١٩م)^(١)، والتي أظهرت الدرجة الكبيرة من الوعي والإلمام في التحقق من الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٦. أهم المقترحات لتحسين قدرات الصحفيين الفلسطينيين في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي:

جدول (٣،٢٠) يوضح أهم المقترحات لتحسين قدرات الصحفيين الفلسطينيين في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي

النسبة %	التكرار	الإجابة
92.7	202	عقد الدورات التدريبية لتطوير قدرات الصحفيين في كيفية استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي
76.1	166	المسؤولية الاجتماعية ومراعاة الصالح العام
73.9	161	إدخال التحقق من المعلومات في المناهج التعليمية في الجامعات
70.6	154	إنشاء قسم متخصص داخل المؤسسات الإعلامية يقوم بمهمة التحقق من المعلومات والأخبار قبل النشر عبر الوسيلة الإعلامية الرسمية
60.1	131	عقد الندوات وورش العمل للصحفيين للتعلم على وسائل تقنيات التحقق من المعلومات
56.9	124	إصدار دليل أو كتيب شرح كيفية تعامل الصحفيين مع تقنيات التحقق من المعلومات من قبل الجهات المتخصصة

(ن = ٢١٨) *اختلاف التكرار لاختيار المبحوثين أكثر من إجابة

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣،٢٠) أن ٩٢,٧% من أفراد عينة الدراسة يرون بأن عقد الدورات التدريبية لتطوير قدرات الصحفيين في كيفية استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي من أهم المقترحات لتحسين قدرات الصحفيين الفلسطينيين في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي، بينما ٧٦,١% يرون المسؤولية الاجتماعية ومراعاة الصالح العام، و ٧٣,٩% يرون إدخال التحقق من المعلومات في المناهج التعليمية في الجامعات، و ٧٠,٦% يرون إنشاء قسم متخصص داخل المؤسسات الإعلامية يقوم بمهمة التحقق من المعلومات والأخبار قبل النشر عبر الوسيلة الإعلامية الرسمية، و ٦٠,١% يرون عقد الندوات وورش العمل للصحفيين للتعلم على وسائل تقنيات التحقق من المعلومات، في

(١) بهنسي، أليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة: دراسة ميدانية (ص ٥٦٥ - ٦١٤).

حين أن ٥٦,٩% يرون إصدار دليل أو كتيب شرح كيفية تعامل الصحفيين مع تقنيات التحقق من المعلومات من قبل الجهات المتخصصة.

ويعزو الباحث هذه النتائج إلى ضرورة عقد الدورات وورش العمل التدريبية لتطوير قدرات الصحفيين في كيفية التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات، بما يؤكد على حرصهم على المسؤولية الاجتماعية والصالح العام الذي يحتم عليهم معرفة تلك التقنيات في إطار التحقق من صحة المعلومات الوارد لهم في عملهم الصحفي.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة بوسعيد (٢٠١٨م)^(١)، والتي أظهرت أن الصحفيين خضعوا لدورات تدريبية في مجال التحقق من المعلومات، لكنهم لم يمارسوها في ظل الحاجة إلى المهارات المستحدثة ومواكبة كل ما هو جديد.

(١) بوسعيد، آليات التحقق من الأخبار المتدفقة عبر الإعلام الاجتماعي: دراسة حالة (ص ٢٢).

المبحث الثاني: اختبار فروض الدراسة

يستعرض هذا المبحث نتائج اختبار فروض الدراسة والتي تكونت من خمسة فرضيات والتي تمثلت في الآتي:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي وسنوات الخبرة:

للتحقق من هذا الفرض فقد تم استخدام اختبار (Chi-Square Tests) لمعرفة العلاقة بين درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي وسنوات الخبرة، والنتائج موضحة من خلال الجدول التالي:

جدول (٣,٢١): نتائج اختبار (Chi-Square Tests) لمعرفة العلاقة بين درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي وسنوات الخبرة

سنوات الخبرة		درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي
القيمة الاحتمالية	قيمة الاختبار	
0.000 (*)	68,988	

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣,٢١) أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لاختبار (Chi-Square Tests) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$)، وبذلك يمكن استنتاج أنه: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي وسنوات الخبرة.

وتتفق مع دراسة الأطرش (٢٠١٨م)^(١)، التي خلصت إلى أن الصحفيين الذين لديهم السنوات الطويلة من الخبرة لديهم الحنكة المهنية في التعامل مع المعلومات الواردة من المصادرة الإسرائيلية، وبذلك فإن سنوات الخبرة تلعب دوراً مهماً في القدرة في التعامل مع المعلومات والتحقق منها عبر الإعلام الرقمي والعكس صحيح.

ويرى الباحث بأن الصحفيين الذين لديهم السنوات من الخبرة في العمل الصحفي، يمتلكون المهارات والقدرة في التعامل واستخدام تقنيات التحقق من المعلومات، ويكون ذلك من خلال تراكم التجارب والمعارف وتلقيهم الدورات في إطار التطور المعرفي والمهني،

(*) الارتباط دال إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

(١) الأطرش، اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو المصادر الإسرائيلية: دراسة ميدانية (ص ١٤٨).

بالإضافة إلى الاحتكاك مع صحفيين من دول أخرى للمشاركة في دورات تتناول آليات وتقنيات التحقق من الأخبار المفبركة والمضللة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0,05)$ بين درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي ومجال العمل:

للتحقق من هذا الفرض فقد تم استخدام اختبار (Chi-Square Tests) لمعرفة العلاقة بين درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي ومجال العمل، والنتائج موضحة من خلال الجدول الآتي:

جدول (٣,٢٢): نتائج اختبار (Chi-Square Tests) لمعرفة العلاقة بين درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي ومجال العمل

مجال العمل		درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي
قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية	
69,951	0.000(*)	

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣,٢٢) أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لاختبار (Chi-Square Tests) أقل من مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0,05)$ ، وبذلك يمكن استنتاج أنه: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي ومجال العمل.

ويرجع هذه النتيجة إلى أن استخدام الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي وفقاً لطبيعة ومجال عمله، ويكون ذلك من خلال اعتمادهم على وسائل الإعلام الرقمي كمصدر لهم في نشر المعلومات فهم ذوي العلاقة باستخدام تلك التقنيات.

وتتفق مع دراسة بوسعيد (٢٠١٨م)^(١)، والتي أظهرت بأن استخدام التحقق من الأخبار ومقاطع الفيديو غالبيتهم ناشطين في مجال الإعلام الاجتماعي.

(*) القيمة الاحتمالية دالة إحصائية عند $\alpha \leq 0.05$.

(١) بوسعيد، آليات التحقق من الأخبار المتدفقة عبر الإعلام الاجتماعي: دراسة حالة (ص ٢٣).

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لدرجة استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي:

للتحقق من هذا الفرض فقد تم استخدام اختبار (تحليل التباين الأحادي One Anova Way) لكشف الفروق في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لدرجة استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي، والنتائج موضحة من خلال الجدول الآتي:

جدول (٣,٢٣): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لدرجة استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة الاحتمالية
بين المجموعات	15.003	4	3.751	11.551	0.000 (*)
داخل المجموعات	69.165	213	0.325		
المجموع	84.169	217			

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣,٢٣) أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$)، وبذلك يمكن استنتاج أنه: توجد فروق ذات دلالة احصائية في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لدرجة استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي.

ولكشف هذه الفروق تم إيجاد اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في (جدول، ٣,٢٤)، فقد تبين وجود فروق بين الصحفيين الذين يستخدمون تقنيات التحقق من المعلومات بدرجة عالية جداً، والذين يستخدمونها بدرجة متوسطة ومنخفضة. ومنخفضة جداً، والفروق كانت لصالح الصحفيين الذين يستخدمونها بدرجة عالية جداً. وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم يلاحظ أي فروق بين المجموعات الأخرى.

(*) القيمة الاحتمالية دالة إحصائية عند $\alpha \leq 0.05$.

ونتشابه النتائج مع دراسة العيسوي (٢٠٢١) التي بينت وجود علاقة طردية بين استخدام الصحفيين للتقنيات الرقمية ودرجة استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي.^(١)

جدول (٣,٢٤) نتائج اختبار شيفيه لكشف الفروق في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لدرجة استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي

درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات	المتوسط الحسابي	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً
عالية جداً	4.09	١	//	*	*	*
عالية	3.82		١	//	//	//
متوسطة	3.42			١	//	//
منخفضة	3.52				//	//
منخفضة جداً	3.13				//	//

* القيمة الاحتمالية دالة إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

// القيمة الاحتمالية غير دالة إحصائياً

ويرى الباحث بأن الصحفيين الذين يستخدمون تقنيات التحقق من المعلومات بدرجة عالية تكون ذات تأثير كبير على تحسين جودة العمل الصحفي وما يترتب عليها التقليل والحد من نشر الأخبار المضللة والمفبركة، بينما تدني درجة الاستخدام لتلك التقنيات ينعكس ذلك على جودة العمل الصحفي واحتمالية الوقوع خطأ نشر الأخبار المفبركة عبر وسائل الاعلام الرسمية.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لفعالية هذه التقنيات المنشورة عبر الإعلام الرقمي:

للتحقق من هذا الفرض فقد تم استخدام اختبار (تحليل التباين الأحادي One Anova Way) لكشف الفروق في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لفعالية هذه التقنيات المنشورة عبر الإعلام الرقمي، والنتائج موضحة من خلال الجدول التالي:

(١) العيسوي، استخدامات الصحفيين الفلسطينيين للتقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري: دراسة مسحية على القائم بالاتصال.

جدول (٣,٢٥): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لكشف الفروق في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لفعالية هذه التقنيات المنشورة عبر الإعلام الرقمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة الاحتمالية
بين المجموعات	23.630	4	5.908	20.785	0.000 (*)
داخل المجموعات	60.539	213	0.284		
المجموع	84.169	217			

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣,٢٥) أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وبذلك يمكن استنتاج أنه: توجد فروق ذات دلالة احصائية في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لفعالية هذه التقنيات المنشورة عبر الإعلام الرقمي.

ولكشف هذه الفروق تم إيجاد اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في (جدول، ٣,٢٦)، فقد تبين وجود فروق بين الصحفيين الذين يرون فعالية تقنيات التحقق من المعلومات بدرجة عالية جداً، والذين يرونها بدرجة متوسطة ومنخفضة. ومنخفضة جداً، والفروق كانت لصالح الصحفيين الذين يرونها بدرجة عالية جداً. وهذه الفروق ذات دلالة إحصائية، في حين لم يلاحظ أي فروق بين المجموعات الأخرى.

جدول (٣,٢٦) نتائج اختبار شيفيه لكشف الفروق في متوسطات اجابات المبحوثين حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات تعزى لفعالية هذه التقنيات المنشورة عبر الإعلام الرقمي

فعالية تقنيات التحقق من المعلومات	المتوسط الحسابي	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً
عالية جداً	4.37	١	//	*	*	*
عالية	3.96		١	//	//	//
متوسطة	3.50			١	//	//
منخفضة	3.57				//	//
منخفضة جداً	2.11				//	//

* القيمة الاحتمالية دالة إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$

// القيمة الاحتمالية غير دالة إحصائياً

(*) القيمة الاحتمالية دالة إحصائياً عند $\alpha \leq 0.05$.

ويرى الباحث بأن الصحفيين يستخدمون تقنيات التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي ذات التأثير والفعالية الكبيرة في القدرة على الكشف عن الأخبار والصور والفيديوهات الكاذبة والمضللة، بينما التقنيات الأقل تأثير تكون قليلة الاستخدام والتوجه إليها، ويكون ذلك من خلال التجربة والممارسة الحثيثة لتلك التقنيات أثناء العمل الصحفي.

الفرض الخامس: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات والتأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات.

للتحقق من هذا الفرض تم إيجاد معامل ارتباط بيرسون لدراسة العلاقة بين الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات والتأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات، والنتائج المتعلقة بهذه الفرضية موضحة في الجدول التالي:

جدول (٣,٢٧) نتائج تحليل العلاقة بين الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات والتأثيرات

الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات

التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات		الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات
معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية	
0.30	0.000(*)	

تبين من النتائج الموضحة في جدول (٣,٢٧) أن القيمة الاحتمالية (Sig) المقابلة لمعامل الارتباط بيرسون أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$)، وهذا يدل على أنه: توجد علاقة ارتباطية بين الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات والتأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات.

ويرى الباحث هذه النتيجة بأن وجود العلاقة بين الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات والتأثيرات الناتجة، يرجع إلى طبيعة استخدام الصحفيين لتلك التقنيات في عملهم ومدى تأثيرها في القدرة على الكشف عن المعلومات الكاذبة والمفبركة من خلال الممارسة والتجربة.

(*) الارتباط دال احصائياً عند $\alpha \leq 0.05$.

المبحث الثالث:

نتائج وتوصيات الدراسة

يتناول الباحث في هذا المبحث خلاصة النتائج التي توصلت إليها الدراسة والتوصيات، وذلك من خلال ثلاثة عناوين رئيسية وهي النتائج العامة للدراسة، ونتائج اختبار فروض الدراسة، وتوصيات الدراسة.

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

يعرض الباحث خلاصة لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية، وهي على النحو الآتي:

١. جاءت درجة متابعة الصحفيين الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي جاءت بدرجة عالية في المرتبة الأولى بنسبة ٤٢,٢%.
٢. تهدف أهم دوافع استخدام الصحفيين الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي هو تلقي الأخبار حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٩٧,٢%، يليه في المرتبة الثانية إبداء الرأي في بعض القضايا بنسبة ٨١,٧%، يليه إرسال الأخبار بنسبة ٦٩,٧% في المرتبة الثالثة، ثم في المرتبة الرابعة تحسين ظروف العمل واكتساب المعارف والخبرات بنسبة ٦٧,٩%، يليها الترفيه بنسبة ٦٦,١% في المرتبة الخامسة، يليها تعزيز مهاراتي في العمل بنسبة ٦٥,١% في المرتبة الخامسة، ثم في المرتبة السادسة والأخيرة جاءت الدردشة مع الأصدقاء بنسبة ٦٠,٦%.
٣. جاءت أبرز مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في العمل الصحفي، موقع الفيس بوك بنسبة ٩٥,٤% الذي جاء في المرتبة الأولى، ثم الوتساب بنسبة ٨٦,٧% في المرتبة الثانية، يليه تويتر بنسبة ٧٩,٨% في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة جاء موقع اليوتيوب بنسبة ٧١,٦%، ثم جاء الثالثة عشر والأخير موقع فليكر بنسبة ٣٤,٩%.
٤. جاءت درجة استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة ٣٤,٩%.
٥. جاءت درجة التزام الصحفيين الفلسطينيين بتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة ٤٥%.
٦. إن أبرز الأدوات المستخدمة من قبل الصحفيين الفلسطينيين في التحقق من المعلومات هو التحقق من الحسابات الوهمية التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة

- ٧٤,٣%، يليها التحقق من الأخبار في المرتبة الثانية بنسبة ٦٢,٨%، ثم التحقق من الصور في المرتبة الثالثة بنسبة ٤٨,٦%، يليه في المرتبة الرابعة الكشف عن الصور المطابقة بنسبة ٤٠,٨%، ثم الكشف عن الصور المعدلة في المرتبة الخامسة بنسبة ٣٩,٤%، أما المرتبة السادسة والأخيرة جاء التحقق من الفيديو بنسبة ٣٦,٧%.
٧. أظهرت أبرز المواقع المستخدمة من الصحفيين الفلسطينيين في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي هي البحث عن الصور بنسبة ٨٦,٢% في المرتبة الأولى، يليه في المرتبة الثانية التحقق من صحة الصورة بنسبة ٨٥,٨%، والبحث عن المعلومات في المرتبة الثالثة بنسبة ٦٩,٧%، ويليهما البحث عن مقاطع الفيديو في المرتبة الرابعة بنسبة ٥٨,٣%، ثم التحقق من صحة الأحداث بنسبة ٤٦,٨% في المرتبة الخامسة، أما في المرتبة العاشرة والأخيرة جاء التحقق من الرسائل البريدية بنسبة ٣٤,٩%.
٨. جاءت مدى فعالية تقنيات التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة ٥٨,٧%.
٩. احتلت الأخبار في المرتبة الأولى كأكثر المجالات المستخدمة من قبل الصحفيين الفلسطينيين في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء العمل الصحفي بنسبة ٨٩,٤%.
١٠. تمثل موقف الصحفيين الأبرز من تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الرقمي هو تدريب الصحفيين على التحقق من المعلومات سيساهم في التقليل من الوقوع بالأخطاء بنسبة ٧٢,٣% في المرتبة الأولى.
١١. جاءت اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تقنيات التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي في العمل الصحفي مؤيدة بنسبة ٦٢,٤% في المرتبة الأولى.
١٢. كشفت أهم الدوافع وراء استخدام الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي هو اكتساب الخبرة بنسبة ٨٩,٤% في المرتبة الأولى.
١٣. جاءت التأثيرات المعرفية لاستخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات في زيادة المعرفة والإلمام بتقنيات التحقق من المعلومات بنسبة ٧٩,١% في المرتبة الأولى.
١٤. تمثلت التأثيرات الوجدانية لاستخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات في مساهمة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في التقليل من الأخطاء والأخبار المزيفة بنسبة ٧٣,٦% في المرتبة الأولى.

١٥. جاءت التأثيرات السلوكية لاستخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات في الارتقاء بمستوى العمل الصحفي بنسبة ٧٤,١% في المرتبة الأولى.
١٦. إن أبرز إيجابيات استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي هو سهولة التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات وبلغت نسبة ٨٩% وجاءت في المرتبة الأولى.
١٧. جاءت أهم المعوقات في التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات أثناء العمل الصحفي هو عدم الإلمام الكافي في استخدام تقنيات التحقق من المعلومات ٨٨,٥% في المرتبة الأولى.
١٨. جاءت أهم المقترحات لتحسين قدرات الصحفيين الفلسطينيين في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي هو عقد الدورات التدريبية لتطوير قدرات الصحفيين في كيفية استخدام تقنيات من المعلومات في العمل الصحفي بنسبة ٩٢,٧% في المرتبة الأولى.

ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة:

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي وسنوات الخبرة، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05.
٢. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي ومجال العمل، وهي أقل من 0.05.
٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات ودرجة استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي.
٤. توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات وفعالية هذه التقنيات في العمل الصحفي وهي أقل من 0.05.
٥. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات والتأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات وهي أقل من الدلالة الإحصائية من 0.05.

ثالثاً: توصيات الدراسة:

في ضوء استعراض أهم نتائج الدراسة الميدانية التي قام بها الباحث، يمكن الخروج بعدد من التوصيات التي نأمل أن يستفيد منها الصحفيين الفلسطينيين في استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي، وهي على النحو الآتي:

١. ضرورة التزام الصحفيين بتقنيات التحقق من المعلومات واستخدامها بالقدر الكافي في العمل الصحفي، بما يساهم ذلك في نشر المعلومات الدقيقة والسليمة عبر وسائل الإعلام المختلفة.

٢. عقد الدورات التدريبية وورش العمل وندوات دورية متخصصة في مجال التحقق من المعلومات من أجل تعزيز الصحفيين بضرورة استخدام تقنيات التحقق وكيفية التعامل معها.

٣. العمل على تطوير مجال تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الفلسطيني من خلال تطوير الكفاءات من الصحفيين الفلسطينيين.

٤. ضرورة عمل دليل إجرائي للصحفيين من قبل الهيئات النقابية والجهات المعنية في تقنيات التحقق من المعلومات.

٥. إطلاق موقع فلسطيني متخصص في مجال تقنيات التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي من قبل المؤسسات الإعلامية المهمة.

٦. ضرورة أن يتحلى الصحفيين الفلسطينيين بالمسؤولية الاجتماعية وتحقيق الصالح العام عند حصولهم على المعلومات التي مصدرها وسائل الإعلام الرقمي.

٧. الاطلاع على تجارب المؤسسات الإعلامية المستخدمة لتقنيات التحقق من المعلومات على الصعيد العربي والدولي، في إطار الاستفادة من خبراتهم وتعزيز التبادل المشترك معها.

٨. إنشاء قسم متخصص داخل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، يقوم بدور التحقق من المعلومات المضللة والمفبركة قبل عملية النشر عبر وسائل الإعلام المختلفة.

٩. تدريب طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية وخريجي الإعلام في كيفية التعامل واستخدام تقنيات التحقق من المعلومات عبر وسائل الإعلام الرقمي.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

- القرآن الكريم.

أولاً: المراجع العربية:

أبو داري، معتصم (٢٠١٨م). تحقق غرف الأخبار التلفزيونية من المعلومات المتدفقة من مواقع التواصل الاجتماعي قبل بثها الجزيرة أنموذجاً: دراسة حالة (رسالة ماجستير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

أبو زايد، عائدة (٢٠١٦م). استخدامات طلبة الثانوية العامة لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في المحافظة على القيم الثقافية: دراسة ميدانية في محافظات غزة (رسالة ماجستير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

أحسن، كرد، رقية، عياش (٢٠١٩م). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تحسين الممارسة الإعلامية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير منشورة). جامعة الصديق بين يحيى، الجزائر.

الأشهب، عبد السلام. (٢٠١٧م). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" أنموذجاً وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية: دراسة ميدانية. (دراسة ماجستير منشور). جامعة الوادي، الجزائر.

الأطرش، نسرين (٢٠١٧م). اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو المصادر الإسرائيلية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

البدراني، فاضل. (٢٠١٧م). الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري. ط١. بيروت: منتدى المعارف.

بسمة، فراح. (٢٠١٨م). استخدام الطلبة الجامعيين للدونات الإلكترونية وانعكاسها على تحصيلهم العلمي. دراسة ميدانية. (رسالة ماجستير منشورة). جامعة أم البواقي. الجزائر.

البشر، محمد بن سعود. (٢٠١٤م). نظريات التأثير الإعلامي. ط١. الرياض: العبيكان للنشر والتوزيع.

بلاني، خديجة، رحموني، لبنى (٢٠١٨م). اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير منشورة). جامعة أم البواقي، الجزائر.

- بلخيري، رضوان (٢٠١٤م). الإعلام الجديد مرحلة جديدة من التنافس. مجلة علوم الإنسان والمجتمع. ورقة علمية منشورة، (١٢)، ص ٤٥.
- بلعيد، نهى. (٢٠٢١). دليل التحقق من المعلومات. ط١. الجمعية التونسية للحوكة الإلكترونية. تونس.
- بلغار، مصعب (٢٠١٦م). اتجاهات الصحفيين نحو مصداقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير منشورة). جامعة محمد بوضياف، الجزائر.
- بهنسي، مها السيد (٢٠١٩م). آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة، ورقة علمية منشورة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (٦٨)، ص (٥٦٥-٦١٤).
- بويكر، بوعزيز (٢٠١٨م). اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو تبني تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة: دراسة ميدانية. ورقة علمية منشورة. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية.
- بوسعيد، إيناس (٢٠١٨م). آليات التحقق من الأخبار المتدفقة عبر الإعلام الاجتماعي: دراسة حالة. ورقة علمية منشورة، معهد الجزيرة للإعلام.
- توفيق، كمال (٢٠٢٠م). دور الإعلام الرقمي في تعزيز الوعي بالاقتصاد الأزرق لمواكبة أجندة أفريقيا: دراسة تطبيقية. ورقة علمية منشورة. المجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، (٣٠)، ص ٤٢٠.
- حجازي، أسماء. (٢٠١٤). فاعلية استخدام البودكاست لدعم التعلم التعاوني من خلال المدونات التنموية بعض كفايات إنتاج الصور الضوئية لدى طلاب تكنولوجيا التعليم. دراسة ميدانية (رسالة ماجستير منشورة). جامعة المنوفية. مصر.
- حسونة، نسرين. (٢٠١٤م). الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف. شبكة الألوكة. موقع إلكتروني، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/٢٥)، رابط: <https://bit.ly/3jqL3Hd>
- حسين، سمير (٢٠٠٦م). بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. ط٣. القاهرة: عالم الكتاب للتوزيع والنشر.
- حماد، حازم (٢٠١٩م). العوامل المؤثرة في استخدام الصحفيين الفلسطينيين للإعلام الجديد: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
- حيدر، خضر (٢٠١٩). مفهوم التقنية: دلالة المصطلح، ومعاينة وطرق استخدامه. ورقة بحثية منشورة. المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية، (٤)، ص ٢٨٥-٣٠٠.

الحيوني، وليد. (٢٠٢١). دليل الصحفي التونسي في التثبت من صدقية أخبار الواب والشبكات الاجتماعية. الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري. تونس.

الخضري، هياء (٢٠٢٠م). اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو إجراءات السلامة المهنية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

خلف الله، محمد، ٢٠١٤، مفهوم اليوتيوب ونشأتها وخصائصها، مدونة إلكترونية، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/٢٠)، رابط الموضوع: <https://bit.ly/3y7N5QY>.

خير الله، هشام (٢٠٢٠م). محاضرات في نظريات الإعلام. جامعة المنوفية، مصر.

الدعمي، غالب. (٢٠١٧م). الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة. ط ١. الأردن: دار أمجد.

دليل التدريس في مجال الصحافة اليونسكو (٢٠٢٠م). الصحافة والأخبار الزائفة والتضليل، ص ٢٠.

راضي، وسام. والتيمي، مهند. (٢٠١٧م). الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة. ط ١. دولة الإمارات العربية المتحدة - لبنان: دار الكتاب الجامعي.

رضوان، سائد (٢٠١٦م). اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

الزرن، جمال. (٢٠٠٧). المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين. ورقة بحثية منشورة. مجلة شؤون عربية، عدد ١٣٠، ص ١٦٣-١٦٤.

السلمي، علي. (٢٠٠٨). السلوك الإنساني في الإدارة. ط ١. القاهرة: دار غريب للنشر والتوزيع.

السنوسي، ثريا. (٢٠١٩م). الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي. ط ١. دولة الإمارات العربية المتحدة: الآفاق المشرقة ناشرون.

السيد، معزة. (٢٠١٧م). الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف بين الحضارات. دراسة وصفية تحليلية. (رسالة دكتوراه منشورة). جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. السودان.

شقرة، علي. (٢٠١٤م). الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي. ط ١. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

الشمالية، ماهر، اللحام، محمود، كافي، مصطفى (٢٠١٥). الإعلام الرقمي الجديد. ط ١. عمان: دار الإعصار للنشر والتوزيع.

الشمري، إسماعيل، الصديق، مختار (٢٠١٨م). اتجاهات الصحفيين نحو الصحافة الإلكترونية وانعكاسها على الصحافة الورقية. ورقة علمية منشورة. مجلة العلوم الإنسانية، (١٩)، ص ٣١.

شيخاني، سميرة. (٢٠١٠م). الإعلام الجديد في عصر المعلومات. ورقة علمية منشورة. مجلة جامعة دمشق. المجلد ٢٦، عدد ١ و ٢، ص ٤٣٥-٤٨٠.

صادق، عباس. (٢٠٠٨م). الإعلام الجديد دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه العامة. مدونة إلكترونية. تاريخ الاطلاع (٢٩/٨/٢٠٢١)، رابط: <https://bit.ly/3t0DFW7>.

صلوي، عبد الحافظ، نظريات التأثيرات الإعلامية، محاضرات في مناهج البحث الإعلامي، موقع إلكتروني، تاريخ الاطلاع (٢٧/٨/٢٠٢١)، رابط : <https://bit.ly/3zuh8Dw>.

الطويسى، زياد. (٢٠٠١م). مجتمع الدراسة والعينات. مديرية تربية لواء البتراء. العراق. شبكة الانترنت.

عبد الحق، بكر. (٢٠١٦م). التزام الصحفيين التحقق من المحتوى الذي يستخدمون على الاعلام الاجتماعي في الأردن وفلسطين. دراسة ميدانية. (رسالة ماجستير غير منشورة). معهد الاعلام الأردني. الأردن.

عبد الحق، بكر. (٢٠١٧م). التحقق في الاعلام الجديد. مركز تطوير الاعلام. جامعة بيرزيت. عبد الحق، بن عيسى، أحمد، حموم (٢٠٢٠م). دور الاعلام الجديد في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الجامعيين: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير منشورة). جامعة الجبيلي بونعامة، الجزائر.

عبد الحميد، محمد. (٢٠٠٤م). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. ط٢. القاهرة: عالم الكتب للتوزيع والنشر.

عبد الغني، مي. (٢٠٢٠م). توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع الفيسبوك نموذجا. دراسة تحليلية مقارنة. ورقة علمية منشورة. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، (١٢)، ص ١٠.

العجومي، سامح، المدونات الإلكترونية التعليمية، مدونة إلكترونية، تاريخ الاطلاع (١٥/٧/٢٠٢١)، رابط الموقع: <https://bit.ly/365uCZi>.

العتار، هبة. (٢٠٢١م). دور الاعلام الجديدة في زيادة وعي الجمهور المصري لمواجهة الأزمات الصحية. ورقة علمية منشورة. المجلة المصرية لبحوث، (٢٠)، ص ٢٧٣.

علي، بدة، عبد الرحمان، طالب (٢٠١٧م). دور وسائط الإعلام الجديد في نشر الوعي البيئي موقع الفيس بوك أنموذجاً: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير منشورة). جامعة محمد بوضياف. الجزائر.

العيسوي، إبراهيم (٢٠٢١م). استخدامات الصحفيين الفلسطينيين للتقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الإخباري: دراسة مسحية على القائم بالاتصال (رسالة ماجستير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

كافي، مصطفى (٢٠١٦م). الإعلام التفاعلي. ط١، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ص ١٩٥.

لطرش، هناء (٢٠١٨م). اتجاهات الصحفيين الجزائريين والمصريين نحو "تناول التشريع لجريمة القذف": دراسة مقارنة التشريع المصري والتشريع الجزائري. (رسالة ماجستير منشورة). جامعة محمد بوضياف، الجزائر.

مدونة أوراق مجتمع. (٢٠٢٠، ١٤ ديسمبر). أدوات وأهداف الأخبار الكاذبة عبر الانترنت وصفحات التواصل الاجتماعي، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/١٢). رابط الموقع: <https://bit.ly/3fcnr6F>

المشهداني، سعد (٢٠١٧م). مناهج البحث الإعلامي. ط١. العين: دار الكتاب الجامعي. المطري، علي، العويسي، جمعة، البدوي، عبد الله (٢٠٢٠م). دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي العماني. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، (٨)، ص ٢٧.

منصة تأكيد. (٢٠١٩، ١٦ سبتمبر). طرق التحقق من الفيديوهات المشكوك في مصداقيتها، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/٢٠)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3C5svDU>

منصة مسبار، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/٢٠)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3lib4dk>. منصر، خالد. (٢٠١٥). دور الإعلام الجديد في تعزيز قيم المواطنة. ورقة بحثية منشورة. مجلة كلية الفنون والإعلام. عدد ١، ص ١٢٩ - ١٥٠.

موسوعة المبتكر. (٢٠٢١، ١ مايو). تعريف ومفهوم التكنولوجيا. تاريخ الاطلاع: ٢٠٢١/٥/١، الموقع: <https://bit.ly/3x1aR1m>.

موقع أبحاث نت، الانستغرام المميزات والعيوب، موقع إلكتروني، رابط الموقع: <https://bit.ly/3AkE5tE>

موقع أخبار ميتر. (٢٠١٨، ٢٧ ديسمبر). تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/٩)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3yWTOOO>

موقع أراجيك، ما هو التليغرام، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٦/٢٩)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3dDzrNU>

موقع أريج. (٢٠٢١، ٢ إبريل). التحقق والتثبت في زمن التخوف من الأخبار الكاذبة، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/١٠)، رابط الموقع: <https://bit.ly/2TUBVRd>

موقع الباحث العربي. (٢٠١٩، ١٩ نوفمبر). مفهوم البودكاست المفهوم والخصائص، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٦/١٧). رابط الموقع: <https://bit.ly/3y6uAfV>

موقع الجزيرة نت. (٢٠١٥، ١٥ نوفمبر). كيف تحقق من صور وفيديو مواقع التواصل الاجتماعي، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/١٠)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3rijnXi>

موقع العربي الجديد. (٢٠٢١، ٢٦ مارس). كيف تكتشفون الأخبار الكاذبة؟، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/١٢)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3rHnGLX>

موقع المرسال. (٢٠٢١، ٢٩ يناير). تعريف المعلومات لغًا واصطلاحًا. تاريخ الاطلاع: ٢٥/٤/٢٠٢١م، الموقع: <https://bit.ly/3aklkdz>

موقع المركز العربي للبحوث. (٢٠٢١، ٣٠ مارس). الإعلام الجديد الإشكاليات وأنماط التغير، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٦/١٥)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3AkYcrE>

موقع اليوم السابع، أدوات للتحقق من صحة المعلومات على الانترنت، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/١٣). رابط الموقع: <https://bit.ly/3jIcKvp>

موقع تمام، ما هو الويكي؟، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٧/٢٣)، رابط الموقع: <https://bit.ly/2Tl8s2K>

موقع تواصل، مشاكل وعيوب برنامج التليغرام، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٦/٢٠)، رابط الموقع: <https://bit.ly/2URdOmw>

موقع شبكة الصحفيين الدوليين. (٢٠١٨، ٢٣ إبريل). طرق وأدوات مهمة للتحقق من الصور والأخبار والفيديوهات على الشبكات والمواقع، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/١٩)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3zUjRWE>

موقع شبكة الصحفيين الدوليين، ٢٠٢٠، منهجيات وأدوات التحقق من المعلومات، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/١٦)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3Bk2X4w>

موقع صحيفة النهار.(٢٠١٨، ٥ فبراير). مقال علمي منشور. شبكة الانترنت.
<https://bit.ly/2U3jj11>

موقع صدى التقنية. (٢٠٢١، ٢٦ فبراير). مميزات التليغرام، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٦/١٥)،
 رابط الموقع: <https://bit.ly/2UR3M4O>

موقع عالم المعرفة. (٢٠٢١، ٢٦ يناير). تاريخ نشأة الفيسبوك، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٧/٢٢)،
 رابط الموضوع: <https://bit.ly/3qxNV70>

موقع فرانس ٢٤. (٢٠١٨، ١٤ إبريل). كيف تحقق من صحة الصورة؟، تاريخ الاطلاع
 (٢٠٢١/٨/٢٠)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3BWGcER>

موقع مدونة مجنة، ما هو البودكاست وماهي فوائد ومميزات البودكاست؟، تاريخ الاطلاع
 (٢٠٢١/٦/٢٢)، رابط الموقع: <https://bit.ly/365EQZY>

موقع مرصد مصداقية الإعلام الأردني. (٢٠٢١، ٢٠ إبريل). مفاهيم ومصطلحات التحقق. تاريخ
 الاطلاع: ٢٠/٤/٢٠٢١م، الموقع: <https://bit.ly/3tuMaZ1>

موقع معجم المعاني الجامع، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٧/٢٦)، رابط الموقع:
<https://bit.ly/2T1KVDN>

موقع معرفة، ماي سبيس، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٧/٢٥)، رابط الموقع:
<https://bit.ly/3hpg3W2>

موقع معهد الجزيرة للإعلام (٢٠٢٠)، دليل التحقق من عمليات التضليل والتلاعب الإعلامي،
 تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/٥)، رابط الموقع: <https://bit.ly/38nq69R>

موقع معهد الجزيرة للإعلام، دليل التحقق من الأخبار على المنصات الرقمية، تاريخ الاطلاع
 (٢٠٢١/٨/٢)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3DwjTqg>

موقع مفهوم، تعريف الشبكات الاجتماعية ومفهومها ونشأتها وأنواعها، موقع إلكتروني، تاريخ
 الاطلاع (٢٠٢١/٨/١٥)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3dtHNHF>

موقع موضوع. (٢٠١٧، ٢٣ إبريل). معلومات عن التليغرام، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٦/٢١)،
 رابط الموقع: <https://bit.ly/2UkhQ6R>

موقع موضوع. (٢٠٢٠، ٢١ يناير). وسائل الاعلام والتواصل الحديثة، تاريخ الاطلاع
 (٢٠٢١/٦/١١)، رابط الموقع: <https://bit.ly/369sgbU>

موقع ميكروسوفت، نبذة عن السكايب، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١ ٨/٢٣)، رابط الموقع:
<https://bit.ly/3wck9G1>

موقع نوى ميديا، التحقق من المعلومات، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/١٤)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3sUCOq5>.

الناصرى، سلام (٢٠١٥م). وسائل الإعلام الجديد والوعي السياسي لدى الشباب. ورقة علمية منشورة. الباحث الإعلامي، (٣٠)، ص ١٤٧.

نوفل، بن خليفة. (٢٠٢٠م). اتجاهات الصحفيين الرياضيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الرياضية الإلكترونية: دراسة ميدانية (ورقة علمية منشورة). مجلة الدراسات الإعلامية، (١٠)، ص ١٢٩.

الهمص، راجي (٢٠١٩م). اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تويتر في عملهم الصحفي: دراسة ميدانية في محافظات قطاع غزة (رسالة ماجستير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

هيئة تنظيم الاتصالات، ٢٠١٣، تويتر، موقع إلكتروني، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٧/٢٦)، رابط الموضوع: <https://bit.ly/3do7jhl>.

ويكيبيديا، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٧/١١)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3yIvUp2>.

ويكيبيديا، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/١٤)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3rijnXi>.

ويكيبيديا، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/٢١)، الموقع: <https://bit.ly/3zXtwfP>.

ويكيبيديا، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/٢٣)، الموقع: <https://bit.ly/3tfotVI>.

ويكيبيديا، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٧/٢٧)، رابط الموقع: <https://bit.ly/38ErfdF>.

ويكيبيديا، تاريخ الاطلاع (٢٠٢١/٨/٧)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3kjUr0d>.

يحيى، تقى الدين. (٢٠٢٠م). محاضرات في نظريات الاعلام والاتصال. جامعة محمد بوضياف، الجزائر.

يوسف، حميش. (٢٠٢١م). اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو الأنواع الصحفية في الإعلام الرياضي الجزائري. (رسالة دكتوراه منشورة). جامعة محمد بوضياف، الجزائر.

ثانيًا: المراجع الأجنبية:

C. Nee, Rebecca (2019). Youth quakes in a Post-Truth Era: Exploring Social Media News Use and Information Verification Actions among Global Teens and Young Adults. Volume 74, Issue 2.

Martin, Nora (2014). Information Verification in the Age of Digital Journalism. The International Journal of Research into New Media Technologies 26:1, 78-192.

- Russell, Gerhart, Natalie, Negahban, Arash (2018). Combating, Torres Fake News: An Investigation of Information Verification Behaviors on Social Networking Sites. Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences, Pages 3976- 3985.
- Ritonga, Rajab, Syahputra, Iswandi (2019). Citizen Journalism and Public Participation in the Era of New Media in Indonesia: From Street to Tweet. Media and Communication. Volume 7, Issue 3, Pages 79–90.
- Thorson, Kjerstin, Shin, Jieun (2017). Partisan Selective Sharing: The Biased Diffusion of Fact-Checking Messages on Social media. Journal of Communication. Volume, 67, Pages 233–255.
- Tin Eye, website, date of viewing (21,6,2021), <https://bit.ly/3kbuwHV>.
- News Guard, website, date of viewing (22,7,2021 <https://bit.ly/3rhR0bQ>.
- Chequeado,website, date of viewing (30,7,2021), <https://bit.ly/2US6KGv>.
- Forensically, website, date of viewing (5/8/2021), <https://bit.ly/3ia52Im>.
- Pim Eyes, website, date of viewing (5/8/2021), <https://bit.ly/3epYV1E>.
- YouTube, website, date of viewing (7/8/2021), <https://bit.ly/3wPLIpd>.

ثالثاً: المقابلات:

- أشرف مشتهى، الخبير في مجال التقنية ومواقع التواصل الاجتماعي، قابله فارس أبو شيحة (٢٠٢١/٨/١م).
- تحسين الأسطل، نائب نقيب الصحفيين الفلسطينيين في قطاع غزة، فارس أبو شيحة (اتصال هاتفي: ٢٠/إبريل/٢٠٢١م).
- حسنونة، سائد، المختص في مواقع التواصل الاجتماعي، قابله فارس أبو شيحة (اتصال شخصي، ٢٠٢١/٨/٣١).
- عبد الحق، بكر المختص في مجال التحقق من المعلومات، قابله فارس أبو شيحة (اتصال عبر الوتساب، ٢٠٢١/٦/٣٠م).
- محمود الفراء، المكتب الإعلامي الحكومي بغزة، فارس أبو شيحة (اتصال هاتفي: ٢٥/إبريل/٢٠٢١م).

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

ملحق رقم (١): أسماء الأساتذة المحكمين لاستمارة صحيفة الاستقصاء وفقاً للترتيب الأبجدي

م	الاسم	الدرجة العلمية	مكان العمل
١	أ.د أمية عمران	أستاذ دكتور	قسم الصحافة والإعلام - جامعة أسيوط
٢	د. أسماء عرام	أستاذ مشارك	رئيس قسم الصحافة - جامعة جنوب الوادي
٣	د. بشرى الحمداني	أستاذ مشارك	كلية الإعلام - الجامعة العراقية
٤	د. خالد الحمداني	دكتور	كلية الإعلام - جامعة إم درمان
٥	د. علي مولود فاضل	دكتور	كلية الإسراء - بغداد
٦	د. عبد الله عمران	دكتور	المعهد الإعلامي في الإسكندرية
٧	أ. سائد حسونة	---	صحفي متخصص في مواقع التواصل الاجتماعي
٨	أ.م سيف الدين العوض	أستاذ مشارك	كلية الإعلام - جامعة إم درمان
٩	أ.د طلعت عيسى	أستاذ دكتور	قسم الصحافة - الجامعة الإسلامية
١٠	د. موسى طالب	أستاذ مشارك	قسم الصحافة - جامعة الأزهر
١١	د. وسام عامر	دكتور	عميد كلية الاتصال واللغات - جامعة غزة
١٢	د. وائل المناعمة	دكتور	قسم الصحافة - الجامعة الإسلامية
١٣	يحيى عياش	دكتور	رئيس قسم الاستطلاعات - وزارة الإعلام بغزة

The Islamic University of Gaza
Deanship Research & Postgraduate Studies
Faculty of Arts
Master of Journalism



الجامعة الإسلامية بغزة
عمادة البحث العلمي والدراسات العليا
كلية الآداب
ماجستير الصحافة

صحيفة استقصاء

بغنوان:

اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في
التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي
(دراسة ميدانية)

أخي المبحوث/ أختي المبحوثة:

تأتي هذه الاستمارة في إطار دراسة للحصول على درجة الماجستير في الصحافة والإعلام من الجامعة الإسلامية بغزة، لذا أرجو منكم التكرم بالإجابة على جميع أسئلة صحيفة الاستقصاء بما يتوافق مع رؤيتكم بصدق، علماً أن نتائج هذه الدراسة ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

ولكم جزيل الشكر والتقدير

الباحث:

فارس سلمان أبو شيحة

إشراف:

د. أحمد عرابي حسين الترك

أستاذ الصحافة والإعلام المشارك في الجامعة الإسلامية بغزة

١٤٤٢ هـ - ٢٠٢١ م

المحور الأول: السمات العامة للصحفيين الفلسطينيين:

١-النوع الاجتماعي:

☐ ذكر ☐ أنثى

٢-العمر:

☐ أقل من ٢٥ عامًا ☐ من ٢٥ إلى أقل من ٣٠ عامًا

☐ من ٣٠ إلى أقل من ٣٥ عامًا ☐ من ٣٥ إلى أقل من ٤٠ عامًا

☐ من ٤٠ إلى أقل من ٤٥ عامًا ☐ من ٤٥ عامًا فأكثر

٣-المستوى التعليمي:

☐ ثانوية عامة ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ دراسات عليا

٤-مكان السكن:

☐ رفح ☐ خان يونس ☐ الوسطى ☐ غزة ☐ شمال غزة

٥- سنوات الخبرة في المهنة:

☐ أقل من ٥ أعوام ☐ من ٥ إلى أقل من ١٠ عامًا

☐ من ١٠ إلى أقل من ١٥ عامًا ☐ من ١٥ إلى أقل من ٢٠ عامًا

☐ من ٢٠ عامًا فأكثر

٦-مكان العمل:

☐ صحف ومجلات ☐ وكالات أنباء ☐ إذاعات ☐ قنوات تلفزيونية

☐ مواقع إلكترونية ☐ أخرى: أذكرها

٧-مجال العمل:

☐ رئيس تحرير ☐ مدير تحرير ☐ سكرتير تحرير ☐ مصور فوتوغرافي

☐ محرر صحفي ☐ مراسل صحفي ☐ مخرج صحفي ☐ كاتب محتوى

☐ مترجم ☐ السوشال ميديا ☐ أخرى: أذكرها

المحور الثاني: استخدام الصحفيين الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي:

٨- ما درجة متابعتك/ك بمواقع التواصل الاجتماعي في عملك الصحفي؟

☐ عالية جداً ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐ منخفضة جداً

٩- ما دوافعك/ك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ تلقي الأخبار ☐ إبداء الرأي في بعض القضايا ☐ تحسين ظروف العمل
☐ الدردشة مع الأصدقاء ☐ تعزيز مهاراتي في العمل ☐ إرسال الأخبار
☐ الترفيه ☐ اكتساب المعارف والخبرة ☐ أخرى، أذكرها

١٠- ما أبرز مواقع التواصل التي تستخدمها في عملك الصحفي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ Facebook (الفيس بوك) ☐ Twitter (تويتر)
☐ Whats App (الواتس أب) ☐ YouTube (اليوتيوب)
☐ Telegram (التيلغرام) ☐ Instagram (الانستغرام)
☐ Flickr (الفليكر) ☐ Zello (زلو)
☐ Snap chat (السناب شات) ☐ TikTok (تيك توك)
☐ LinkedIn (لينكد إن) ☐ Sound Cloud (ساوند كلاود)
☐ Skype (سكاي بي) ☐ أخرى: أذكرها.....

١١- ما المدة الزمنية التي تقضيها على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات

أثناء عملك الصحفي؟

☐ أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى أقل من ساعتين
☐ من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات ☐ ٣ ساعات فأكثر

١٢- ما درجة استخدامك/ك لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي:

العدد	التطبيقات	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً
١.	Facebook (الفيس بوك)					
٢.	Twitter (تويتر)					
٣.	Whats App (الواتس أب)					
٤.	YouTube (اليوتيوب)					
٥.	Telegram (التيلغرام)					
٦.	Instagram (الانستغرام)					
٧.	Flickr (الفليكر)					
٨.	Zello (زلو)					

٩.	Snap chat	(السناب شات)					
١٠.	TikTok	(تيك توك)					
١١.	LinkedIn	(لينكد إن)					
١٢.	Sound Cloud	(ساوند كلاود)					
١٣.	Skyp	(سكايب)					
١٤.	أخرى: أذكرها						

المحور الثالث: استخدام تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي:

١٣- ما درجة استخدامك/ك لتقنيات التحقق من المعلومات في عملك الصحفي؟

☐ عالية جدًا ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐ منخفضة جدًا

١٤- ما درجة التزامك/ك بتقنيات التحقق من المعلومات في عملك الصحفي؟

☐ عالية جدًا ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐ منخفضة جدًا

١٥- ما أبرز الأدوات التي تستخدمها في التحقق من المعلومات؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ Spot The Troll (التحقق من الحسابات الوهمية)

☐ News Guard (التحقق من الأخبار)

☐ Tin Eye (التحقق من الصور)

☐ Forensically (الكشف عن الصور المعدلة)

☐ InVid (التحق من الفيديو)

☐ Auto Stitch (الكشف عن الصور المطابقة)

☐ PimEyes (استعادة حقوق الصورة)

☐ أخرى: أذكرها

١٦- ما أبرز المواقع التي تستخدمها للتحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء عملك الصحفي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ Images Google (البحث عن الصور) ☐ FB SEARC (البحث عن المعلومات)
- ☐ STORY FULL (التحقق من الفيديو) ☐ Belling cat (التحقق من البيانات)
- ☐ IZITRU (التحقق من صحة الصورة) ☐ Chequeado (التحقق من الأخبار)
- ☐ Check desk (التحقق من البريد) ☐ Factcheck (التحقق من المرسلات)
- ☐ YOUTUBE SEARCH (الفيديو) ☐ Fotoforensics (التحقق من الصور)
- ☐ Belling cat (التحقق من الأحداث) ☐ أخرى: أذكرها.....

١٧- ما مدى فعالية تقنيات التحقق من المعلومات المنشورة عبر الإعلام الرقمي؟

- ☐ عالية جدًا ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة ☐ منخفضة جدًا

١٨- ما المجالات المستخدمة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي أثناء عملك الصحفي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ الأخبار ☐ الصور ☐ الفيديوهات ☐ التسجيل الصوتي ☐ أخرى: أذكرها..

١٩- وضح رأيك في العبارات الآتية الخاصة بموقفك من تقنيات التحقق من المعلومات في الإعلام الرقمي؟

العدد	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
١.	المؤسسة التي أعمل بها تقوم بتدربي على تقنيات التحقق من المعلومات					
٢.	تدريب الصحفيين على التحقق من المعلومات سيساهم في التقليل من الوقوع بالأخطاء					
٣.	لا يوجد كادر لديه الخبرة في تقنيات التحقق من المعلومات					

العدد	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
٤.	أحرص دائمًا على اتخاذ كافة التدابير اللازمة في التحقق من المعلومات قبل نشرها					
٥.	لديّ القدرة في استخدام تقنيات التحقق من المعلومات					
٦.	إنشاء قسم متخصص في التحقق من المعلومات داخل المؤسسة التي أعمل بها					
٧.	المواقع التي استخدمها في التحقق من المعلومات فعالة ودقيقة					
٨.	استخدم مواقع متخصصة في التحقق من المعلومات التي مصدرها الإعلام الرقمي					

المحور الرابع: اتجاهات الصحفيين نحو استخدامات تقنيات التحقق من المعلومات عبر الاعلام الرقمي

٢٠- ما اتجاهاتك نحو استخدام تقنيات التحقق من المعلومات عبر الاعلام الرقمي في العمل الصحفي؟

☐ مؤيد بشدة ☐ مؤيد ☐ محايد ☐ معارض ☐ معارض بشدة

٢١- ما الدوافع وراء استخدامك/ك تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي؟
(يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ اكتساب الخبرة ☐ تحسين ظروف العمل ☐ كثرة الأخبار المزيفة والمضللة

☐ تعزيز المهارات ☐ التميز عن الزملاء ☐ أخرى: أذكرها:

٢٢- ما التأثيرات الناتجة عن استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات؟

العدد	فقرات التأثيرات المعرفية	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً
١.	زيادة المعرفة والإلمام بتقنيات التحقق من المعلومات					
٢.	التعرف على التقنيات والمواقع الجديدة والمخصصة في التحقق من المعلومات					
٣.	زيادة التعرف إلى ما تقدمه تقنيات التحقق من المعلومات في الكشف عن الأخبار المضللة					
٤.	زيادة مصداقية المعلومة والموضوعية في التعامل مع الحدث					
٥.	إلقاء الضوء على السياسة التي تقوم عليها تقنيات التحقق من المعلومات					

العدد	فقرات التأثيرات الوجدانية	عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً
١.	استخدام تقنيات التحقق من المعلومات ساهم في تحسين جودة العمل الصحفي					
٢.	استخدام تقنيات التحقق ساهم في التقليل من الأخطاء والأخبار المزيفة					
٣.	زيادة الثقة في تقنيات التحقق من المعلومات بعد استخدامها في العمل الصحفي					
٤.	قناعتك بضرورة التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات لما تتمتع من مصداقية كبيرة					

العدد	فقرات التأثيرات السلوكية	عالية جدًا	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جدًا
١.	زيادة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات					
٢.	الطلب من المؤسسة زيادة التدريب وشراء البرامج لتحقيق من المعلومات					
٣.	التجنب من الوقوع في الأخطاء					
٤.	الارتقاء بمستوى العمل الصحفي					
٥.	تشجيع الصحفيين على استخدام تقنيات التحقق من المعلومات					

٢٣- ما إيجابيات استخدامك/ك تقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ سهولة التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات

☐ ساهمت في تحسين جودة العمل الصحفي.

☐ سرعة الوصول إلى مصدر المعلومات.

☐ الكشف عن الأخبار المضللة والمزيفة قبل النشر

☐ توفير الوقت والجهد الطويل ☐ أخرى أذكرها

٢٤- ما أبرز المعوقات التي تواجهها في التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات أثناء العمل الصحفي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ عدم الإلمام الكافي في استخدام تقنيات التحقق من المعلومات.

☐ صعوبة التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات بسبب اللغة.

☐ ضعف تقنيات التحقق من المعلومات في الكشف عن الأخبار المزيفة والمضللة.

☐ صعوبة استخدام تقنيات التحقق من المعلومات لحاجتها إلى الاشتراك المدفوع الأجر.

☐ بطيء سرعة الانترنت عند استخدام تقنيات التحقق من المعلومات.

☐ أخرى: أذكرها

٢٥ - ما أهم مقترحاتك/ك لتحسين قدرات الصحفيين الفلسطينيين في التحقق من المعلومات

عبر الإعلام الرقمي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ عقد الدورات التدريبية لتطوير قدرات الصحفيين في كيفية استخدام تقنيات التحقق من

المعلومات في العمل الصحفي.

☐ عقد الندوات وورش العمل للصحفيين للتعلم على وسائل تقنيات التحقق من المعلومات.

☐ إنشاء قسم متخصص داخل المؤسسات الإعلامية يقوم بمهمة التحقق من المعلومات

والأخبار قبل النشر عبر الوسيلة الإعلامية الرسمية.

☐ إصدار دليل أو كتيب شرح كيفية تعامل الصحفيين مع تقنيات التحقق من المعلومات من

قبل الجهات المتخصصة.

☐ المسؤولية الاجتماعية ومراعاة الصالح العام.

☐ إدخال التحقق من المعلومات في المناهج التعليمية في الجامعات.

☐ أخرى: أذكرها

شكرًا لحسن تعاونكم معنا،،،

ملحق رقم (٣) استمارة المقابلة

The Islamic University of Gaza
Deanship Research & Postgraduate Studies
Faculty of Arts
Master of Journalism



الجامعة الإسلامية بغزة
عمادة البحث العلمي والدراسات العليا
كلية الآداب
ماجستير الصحافة

استمارة أسئلة المقابلة للدراسة العلمية بعنوان:

اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التحقق من المعلومات عبر الاعلام
الرقمي

(دراسة ميدانية)

الباحث:

فارس سلمان عبد المنعم أبو شيحة

إشراف:

د. أحمد عرابي حسين الترك

أستاذ الصحافة المشارك في الجامعة الإسلامية

١. كيف يمكن للصحفيين التكيف مع أدوات التحقق من المعلومات من دون التنازل عن أخلاق المهنة أو السقوط ضحية نشر المعلومات الخاطئة؟
٢. ما هي المميزات التي توفرها تلك التقنيات في العمل الصحفي في إطار التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي؟
٣. كيف يمكن للصحفيين التعامل مع تقنيات التحقق في ظل الكم الهائل من المعلومات المتدفقة عبر الإعلام الرقمي قبل عملية النشر؟
٤. ما إيجابيات استخدام الإعلام الفلسطيني لتقنيات التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي قبل النشر عبر وسائل الإعلام؟
٥. ما سلبيات استخدام الإعلام الفلسطيني لتقنيات التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي قبل النشر عبر وسائل الإعلام؟