

تعامل المراسلين المحليين مع نشر الأخبار الكاذبة في الشبكات الاجتماعية

دراسة ميدانية بولاية سطيف

The way local reporters deal with spreading false news in social media
a field study in the state of Sétif

أ.د، يامين بودهان

جامعة محمد لمين دباغين ، سطيف 2 (الجزائر)

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

yamineboudhane@yahoo.fr

تاريخ الوصول 2018/03/29 / القبول: 2019/03/06 / النشر على الخط 2019/03/15.

Received: /29/03/2018/ Accepted: 06/03/2019 / Published online: 15/03/2019

الملخص

ترمي الدراسة الآتية لاستعراض تجربة المراسلين المحليين في الجزائر في تعاملهم مع كومة الأخبار والمعلومات التي يجدونها متداولة في شبكات الإعلام الاجتماعي ، ويسعى لاستجلاء التحديات التي تتعلق بكيفية التحقق من صحة هذا المحتويات التي يتعاملون معها ، وهل يضعون آليات للتعامل معا بشكل محترف ودائم لتجنب نشر الأخبار الكاذبة والمفبركة ، وستعمل الدراسة على تحليل و استجلاء توجهات المراسلين المحليين بولاية سطيف نحو مسألة الأخبار الزائفة المنتشرة في شبكات الإعلام الاجتماعي ، وستسعى الدراسة من خلال إجراء الدراسة الميدانية للتعرف على الآليات و الطرق التي يتبعها هؤلاء المراسلون للتحقق من صدقية و موضوعية الأخبار التي يجدونها أمامهم أو تصلهم من مختلف صفحات مواقع الإعلام الاجتماعي .

الكلمات المفتاحية : المراسلون المحليون ، الأخبار ، الكاذبة ، الشبكات الاجتماعية .

Abstract

Our research aims to review the experience of local correspondents in Algeria and their heap of information and data that find in social networks and seek to clarify the challenges as to how to verify the credibility of content processing and if they develop mechanisms to deal continuously and professionally to avoid the publication of false and misleading information.

Keywords : correspondents , news fake, social networks

مقدمة :

الاستعانة بالأخبار التي ترد في الشبكات الاجتماعية يحدث في كل دول العالم و ليس فقط في الجزائر ، لكن تتجه حاليا كثير من الدول لفرض اجراءات صارمة للحد من ظاهرة الأخبار الكاذبة ، فألمانيا مثلا تفرض غرامات كبيرة جدا لقاء نشر الأخبار الكاذبة على الشبكات الاجتماعية ، كما تستعين كثير من وسائل الإعلام مثل BBC بتطبيقات خاصة تساعد على اكتشاف الأخبار المضللة و المخادعة كتطبيق FIB.

ولا يقع فقط الصحفيين ممن يشتغلون في مقرات الصحف ضحايا لهذه الأخبار الكاذبة، بل إن المرسلين المحليين الذين يغطون ما يجري في المناطق الداخلية للبلاد هم أكثر من يقع في فخ هذه الأخبار الكاذبة ، وهذا ما تحاول الدراسة استجلائه ، إذ ستسعى لاستعراض كيف يتعاطى هؤلاء المرسلين مع الكم الهائل من الأخبار التي تنشر في صفحات الشبكات الاجتماعية حول المناطق التي ينشطون بها ، وهل يلتزمون بإجراءات معينة لغربلتها و التحقق منها أم لا .

الإشكالية :

لطالما شكلت مسألة الأخبار الكاذبة و المغلوطة التي تنتشر مصحوبة بالإشاعات المغرضة والمضللة مشكلة حقيقية تؤثر سلبا على تداول الأخبار الصحفية الصحيحة ، إذ كثيرا ما يصعب الفصل بين الحقيقة والكذب ، و بين الشائعات و الحقائق ، إذا انتشرت بكثرة الأخبار التي تحتجب مصادرها أو تكون مصدر شك ، أو تعتمد التهويل و الإثارة في عناوينها و مضامينها ، أو تتناقلها وسائل الإعلام و صفحات الإعلام الاجتماعي و تضع لها روابط إلكترونية دون التحقق من صديقتها ، أو التحري عن صحتها ، و صحة مصادرها ، و قد يكون نشر الأخبار الكاذبة عن قصد كنوع من التضليل الإعلامي الذي يرمي إلى حشد الرأي العام أو تشكيل وعيه بطريقة مقصودة نحو قضايا بعينها ، بقصد التلاعب بوعي الجماهير¹.

في ظل تدفق كميات كبيرة من الصور و الفيديوهات و المنشورات و تداولها شبكات الإعلام الاجتماعي كالفيسبوك و تويتر ، هذا ما يعيق إمكانية التحقق من صحة ما ينشر و يتداول سواء من قبل الأفراد العاديين ، أو حتى من قبل الصحفيين أو المؤسسات الإعلامية ، في حال أرادت أن تستغل المواد الإخبارية التي تنشر في صفحات الإعلام الاجتماعي كمصادر لتحرير أخبارها ، أو كمضامين تدعم التقارير و القصص الإخبارية التي يقومون بإعدادها ، فكثيرا ما يجد الصحفيون أنفسهم و كأنهم أمام كومة كبيرة من الأخبار ، فيصعب عليهم جمع كل هذه الأخبار و التحقق منها .

سواء تعلق الأمر بالصحفيين الذين يشتغلون داخل مؤسسات الإعلام ، أو تعلق الأمر بالمرسلين المحليين الموزعين داخل المناطق الداخلية للبلاد ، فهم الأكثر تعرضا لفخ الأخبار الكاذبة ، كونهم يفتقرون للتكوين وللاإمكانيات اللازمة التي تمكنهم من تحييص الأخبار و كشف الزائفة منها ، وبعدهم من قاعات التحرير يفقدون فرصة مناقشة الموضوع مع الزملاء لإبداء الرأي حول القصص الإخبارية قبل عرضها ، خاصة مع الصحفيين الأكثر خبرة .

1 عماد عنان ، الأخبار الكاذبة و التضليل في الإعلام الجديد، كيف يمكن كشفهما ؟ موقع رصيف ، استرجعت من :

<http://raseef22.com/politics/2017/02/08> الأخبار الكاذبة و التضليل في الإعلام الجديد، كيف يمكن كشفهما ؟

يتحصل كثير من المراسلين المحليين في الجزائر على أخبارهم اليومية على مستوى المناطق التي ينشطون بها ، من صفحات بعض المجموعات الإخبارية أو الصفحات الشخصية لبعض الأفراد ، فيستخدمون مضامين الأخبار ، الصور ، والفيديوهات التي يجدها لإعداد تقاريرهم الإخبارية ، لكن كثيرا من يتعرضون للتضليل و الكذب ، فيكتشفون بعد ذلك أن ما نشره كان مصدره مفبركا و مضللا .

في هذا الإطار يأتي طرح إشكالية الدراسة على النحو التالي :

- كيف يتعامل المراسلين المحليين في الجزائر مع ظاهرة الأخبار الكاذبة على مستوى شبكات الإعلام الاجتماعي ؟
 يتفكك هذا التساؤل الرئيسي إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية ستعمل الدراسة الميدانية على تفسيرها و الإجابة عليها :
- 1 سماهي مصادر أخبار المراسلين المحليين بولاية سطيف ؟ و هل يعتمدون على ما يرد من أخبار في الشبكات الاجتماعية عند تحرير قصصهم الإخبارية ؟
 - 2 هل يتحرى هؤلاء المراسلين عن صحة و موثوقية هذه الأخبار ؟ و هل يتحققون من موضوعية و صدقية من ينقلها ؟
 - 3 سماهي آليات التحقق من الأخبار الكاذبة التي يعتمد عليها هؤلاء المراسلون لكشف زيف هذا النوع من الأخبار ؟

-منهج الدراسة:

انطلاقا من الهدف العام للدراسة ، و المتمثل في دراسة و تحليل طرق تعامل المراسلين المحليين في الجزائر مع مسألة التحقق من المواد الإخبارية التي يجدها في مواقع الإعلام الاجتماعي ، تفاديا لوقوعهم في مغبة نشر الأخبار الكاذبة و المضللة لجأ الباحث لاستخدام المنهج الوصفي ، لأنه المنهج الأكثر تعبيرا عما يهدف إليه البحث في الكشف عن الكيفية التي يتعامل معها المراسلون الصحفيون مع مشكلة الأخبار المفبركة ، يضاف الى ذلك أن هذا المنهج يعتمد تنفيذه على مختلف طرق جمع البيانات كالمقابلات الشخصية و الملاحظة المباشرة الآلية منها و البشرية و استمارات و تحليل الوثائق و المستندات و غيرها.²

-أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المقابلة لجمع البيانات مع عينة المراسلين المحليين ، و ذلك على إجراء مقابلات فردية مع المراسلين المعنيين ، والذين يشتغلون كمراسلين دائمين ، متعاونين ، أو يشتغلون بالقطعة³ ، والذين يشتغلون سواء في الصحافة المكتوبة ، المسموعة ، أو المرئية ، أو الإلكترونية ، و قد صمم الباحث استمارة مقابلة من 21 سؤال ، و قد منحت كل الحرية للمبحوثين في سرد الوقائع المرتبطة بتعاملهم مع الأخبار التي تردهم من شبكات الإعلام الاجتماعي ، ووصف آليات تحققهم من الأخبار و غرابتها ، كما مكنتهم المقابلات مع عرض حالات سابقة وقعوا فيها في فخ الأخبار المغلوطة .

-عينة البحث

²عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية و كتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1995، ص21.

³ Jean Philippe Elie : Pigiste un statut a réformer, mémoire pour l'obtention du DESS. Fonction humaine et droit social. Université Paris II. p09.

نظرا لغياب معطيات رسمية عن نشاط المراسلين المحليين في الجزائر ، وفي الولايات الداخلية تحديدا ، فمن غير الممكن تقديم بيانات تحددهم سيوسيوديموغرافيا ، على اعتبار أن الوضع الاجتماعي المهني للمراسل المحلي يتسم بالغموض ، من حيث عدم وجود استقرار مهني ، لا يحضون بتدريب مستمر ، عدم وجود تأمين اجتماعي لأغلبهم ، أجورهم تتفاوت و لا تعرف الثبات، أغلبهم لا يستفيد من ترقية، أغلبهم لا ينتمي لتقانات صحفية، يتعرضون لمضايقات محليا... إلخ) ، كل هذه العوائق المهنية تجعل نشاط المراسلين المحليين غير ثابت ، فكل يوم ينضم مراسلون جدد ، وينسحب مراسلون آخرون ، القليل منهم فقط يشتغل في مناصب دائمة .

رغم هذه العوائق المنهجية التي اعترضت الباحث لتحديد عينة المراسلين ، إلا أن اختيار عينة من 20 مراسلا على مستوى ولاية تعد الثانية على مستوى الكثافة السكانية بعد العاصمة "الجزائر" و هي ولاية سطيف من أصل 50 مراسلا ممارسا سيجعل منها عينة ممثلة و مقبولة منهجيا ، كما يعتقد الباحث أن الظروف المهنية والاجتماعية التي يعيشها المراسل المحلي في سطيف تنطبق على زملائه الذين يتواجدون في باقي ولايات الوطن ، كما يتسق السياق السياسي والاقتصادي و الثقافي الذي يحيط به مع الذي يحيط بباقي زملائه في كل جهات الوطن .

و قد حاول الباحث في البداية حصر كامل مجتمع البحث من المراسلين على مستوى ولاية سطيف ، اذ تم التواصل مع كل المراسلين المعتمدين رسميا حسب القائمة الإسمية التي تحصلنا عليها من مصالح خلية الاتصال بالولاية ، و قد تم بالفعل إرسال أسئلة مقابلة للمعنيين إلا أن الباحث تحصل فقط على ردود إيجابية من طرف 20 مراسلا ، وعليه تم الاعتماد -في النهاية - على تحليل إجابات هذه العينة لإنجاز الإطار الميداني للدراسة.

و قد جرت الدراسة ميدانيا خلال فترة زمنية امتدت من شهر فيفري إلى شهر ماي من سنة 2018، أين تم إجراء المقابلات الشخصية مع المراسلين ، وبعدها تم تحليل و تفسير ما تم تحصيله من معلومات على ضوء الأدبيات النظرية التي اعتمد عليها الباحث .

الإطار النظري للدراسة :

1-التحقق من محتوى الأخبار الكاذبة:

لم يعد ممكنا الآن الاعتماد على الصحفيين ووسائل الإعلام ووكالات الأنباء الرسمية فقط كمصادر حصريّة للحصول على الأخبار ، فمئات أو آلاف الأخبار و المحتويات ينتجها الأشخاص العاديون عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، فعندما تمر دقيقة واحدة من الآن سيتم تحميل أكثر من 400 ساعة فيديو على يوتيوب، ومع نهاية اليوم سيكون قد نشر أكثر من 9 ملايين صورة ومقطع فيديو عبر إنستغرام، وربما أكثر من ذلك على واتساب وفيسبوك⁴ ، وبالفعل فقد قامت الكثير من وسائل الإعلام بالرجوع للمضامين التي ينشرها الأشخاص العاديون للاستعانة بها في إعداد تقاريرها الإخبارية ، وقد عملت بدورها على توزيع

⁴ منتصر مرعي و آخرون ، البحث عن الحقيقة في كومة الأخبار الكاذبة ، الدوحة ، معهد الجزيرة للإعلام ، 2017 ، ص 12.

عشرات الكاميرات المحمولة على نشطاء في مناطق عدة من العالم لتمكينهم من نقل صورة عن واقعهم وقت حدوثها⁵، كما حدث ذلك مع عدد من القنوات الفضائية العربية كقناة الجزيرة مثلا، التي فسحت المجال أمام الناس للمشاركة في نقل الأخبار والصور، على أساس أن المواطنين العاديين يمكنهم القيام بدور الصحفي خاصة في الأماكن التي لا يستطيع مراسل الجزيرة بلوغها⁶.

ولا يحتاج المواطن العادي على حد تعبير إلا إلى هاتف جوال ذكي ليتوجه إلى موقع الحدث ويقتنص الأخبار ويقوم بالتصوير ويجري اللقاءات ويرسل لقطات الفيديو إلى الانترنت ويتحول إلى صحفي محترف⁷، ويحظى محتوى الصحفي المواطن بنفس الاهتمام والتفاعل الذي يحظى به محتوى الصحفي العادي من حيث تعليق الجمهور على المحتوى، تقاسمه وإعادة نشره في المنتديات والشبكات الاجتماعية والمجموعات البريدية، وكثيرا ما تجد الأخبار والمعلومات التي ينشرها المواطنون العاديون الانتشار والمتابعة أكثر حتى من تلك الأخبار التي تنشرها المواقع الرسمية لمؤسسات الإعلام، وقد تحول بعضهم بالفعل لصناع رأي و مصدر أخبار للكثير من الناس العاديين .

لقد استهوت فكرة ممارسة نشر الأخبار و تقاسمها والتعليق عليها فئة الشباب خاصة، الذين وجدوا فضاءات مفتوحة و متاحة للتعبير عن الأوضاع التي يعيشونها وانتقادها بأساليبهم الخاصة، عبر تقاسم المناشير والصور و الفيديوهات التي تنتقد في الغالب الأوضاع السياسية والاجتماعية والثقافية والرياضية و حتى الدينية التي يعيشون فيها، محدثين حراكا اجتماعيا وسياسيا لا مثيل له، وقد تابعنا كيف كانت وسائل الإعلام الجديدة أداة هامة من أدوات التغيير السياسي في دول ما اصطلاح عليه بالربيع العربي خلال السنوات الخمس الأخيرة، فالثورات التي حدثت في بعض الدول تأثرت كثيرا بأدوات الإعلام الجديد، من خلال تغطية المواطنين للأحداث عبر رفع الصور والفيديوهات عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومنها موقع "اليوتيوب"⁸، فلولا تلك المواقع وما تم مشاركته من صور وفيديوهات وأخبار من خلالها لما كان لهذه الثورات أن تعبا كل تلك الجماهير و تقنعها بالتغيير، فقد مكنت هذه المنصات الجديدة النشطاء من الشباب خاصة من الانفلات من قبضة الأنظمة السياسية التي لم تعد تستطيع احتكار الأخبار والمعلومات أو التحكم فيها .

بالموازاة من ذلك بادرت أغلب مؤسسات الإعلام من صحف وقنوات ووكالات أنباء للاستفادة بدورها من منصات الإعلام الاجتماعي، لاستقطاب الجماهير العريضة التي تستخدم مختلف الشبكات الاجتماعية وتعتبرها المصدر الأساسي لحصولها على الأخبار، فأنشأت وحدات أو أقسام خاصة بإدارة الإعلام الاجتماعي مهمتها إنتاج المحتويات الرقمية من أخبار وصور وفيديوهات، وأيضا التحقق من المضامين التي تجدها متاحة في الشبكات في حال أرادت استغلالها، "و كذا في مجالات حشد المصادر (Crowdsourcing) والتجميع الإخباري (News Aggregation and Curation) والبحث عن المعلومات

⁵ منتصر مرعي و آخرون، المرجع نفسه، ص17.

⁶ المرجع نفسه، ص ص16-17.

⁷ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد وعصر 'صحافة المواطن'، صحيفة العرب، لندن، 19 اغسطس/اب 2017، العدد: 10727.

⁸ Anthony Downey (editor), Uncommon Grounds: New Media and Critical Practices in North Africa and the Middle East, London, I.B.Tauris, 2014, p 256.

والمصادر، وتوسيع رقعة انتشار الأخبار، وإشراك الجمهور في العمل الإعلامي، ورصد وتقييم تأثير الأخبار في جماهير المستخدمين⁹.

فشبكة الجزيرة مثلاً قررت في عام 2014 تأسيس وحدة الإعلام الاجتماعي داخل غرفة الأخبار، و كان من أبرز مهام هذه الوحدة، التحقق من المحتوى الذي ينتجه المستخدم (User Generated Contet) على اعتبار أن هذا المحتوى قد بات مصدرًا مهمًا من مصادر الأخبار يوازي بأهميته مصادر الأخبار التقليدية داخل غرفة الأخبار (المراسلون ووكالات الأنباء.¹⁰) و قد أسست قناة الي بي سي بدورها قسماً لإدارة شبكات التواصل الاجتماعي وفق استراتيجية محكمة تستهدف الوصول إلى جماهير جديدة وجذبا، و أيضا إنتاج المحتويات الصحفية بالتعاون مع الجمهور حول القصص الإخبارية، أي من خلال " استقصاء وجمع المعلومات من الجمهور" (بدلاً من استلام الآراء فقط)¹¹، ومن ثم الحصول على ردود وتعليقات فورية، وكذا وتأمين وجود مساهمين وضيوف لإجراء مقابلات معهم.

وكذلك هناك مؤسسات إعلامية كبيرة أخرى حققت نجاحاً في مجال توظيف الإعلام الاجتماعي، مثل "CNN و Sky news"، "Le monde", "New-York Times"، أما الصحيفة الأفضل عالمياً على شبكات التواصل حسب تقييم شبكة الصحفيين الدوليين (IJNET) فهي صحيفة "هافنغتون بوست"، على اعتبار أنها مدرسة في مجال استخدام الشبكات الاجتماعية في العمل الصحفي¹².

كل هذه القنوات الإعلامية وغيرها، لجأت لمنصات الإعلام الاجتماعي لتتساير مع الواقع الافتراضي الجديد، وحتى لا ينصرف عنها جمهورها تماماً، فتندثر كما حدث مع بعض الصحف العريقة، فإلى جانب الأزمات الاقتصادية العسيرة التي واجهتها لم تستطع المحافظة على قرائها الذي فضل ربما مطالعة الأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي.

لكن التحديات التي تبرز أكثر أمام حشد الأخبار والمعلومات التي تنتجها وسائل الإعلام أو الأفراد العاديون على الشبكات الاجتماعية ليست مرتبطة بكم الأخبار و أهميتها، أو سرعة نشرها، بل مرتبطة أكثر بصدقيتها و صحتها،

⁹محمد عايش، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الإعلامي، بتاريخ: 04/01/2016

استرجعت من : <http://www.alkhaleej.ae/tariamimran/page/1c538aa8-e449-42ea-afe0-adbcbf90f95d#sthash.M97KwFRz.dpuf>

¹⁰منتصر مرعي، "في غرف الأخبار.. الأخطاء ستقع دائماً"، مرعي وآخرون، البحث عن الحقيقة في كومة الأخبار الكاذبة، مرجع سابق، ص 23.

¹¹بي بي سي عربي، استراتيجية مواقع التواصل الاجتماعي، لندن، أكاديمية بي بي سي، استرجعت من

: <http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/standards/social-media/article/art20130702112134051>

¹²بسمة العوفي، "كيف تسوّق وسائل الإعلام لنفسها عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟" شبكة الصحفيين الدوليين استرجعت بتاريخ

: 25/07/2014، استرجعت من : <https://ijnet.org/ar/blog/283155>

فالتثبت من صحة الآلاف أو الملايين من الأخبار التي تنشر هنا و هناك قبل إعادة نشرها أو استخدامها من قبل الصحفيين هو الرهان الأساسي الذي يواجهونه في الفترة الحالية .

وقد نشرت جامعة ستانفورد الأميركية تقريراً يتحدث عن الدور الذي لعبته الأخبار المفبركة والكاذبة في التأثير على نتائج الانتخابات الأميركية التي فاز فيها دونالد ترامب، و اعتمد هذا البحث على استبيان مع مجموعة من الناخبين الأميركيين حول بعض الأخبار الحقيقية والمفبركة التي نشرت¹³ ، واتضح فعلاً أن الأخبار الزائفة التي تم تعميمها على فيسبوك و تويتر هي السبب في أن العديد من مؤيدي ترامب أيدوا تأييداً أعمى المزاعم الكاذبة التي اطلقها مرشحهم¹⁴ .

و يقصد بالأخبار الكاذبة " تلك الأخبار المتعلقة عمداً يتم نشرها بقصد خداع طرف آخر حثه على تصديق الأكاذيب أو التشكيك في الحقائق التي يمكن إثباتها " ، وحسب آدن وايت (Aden White) مدير شبكة الصحافة الأخلاقية فخطر هذه الأخبار الزائفة يمكن أساساً في أنها تضاعف علامات التدخل غير المشروع في المسارات الديمقراطية¹⁵ من خلال تشويه الحقائق و ممارسة التضليل .

لقد واجهت مؤسستي فيسبوك وتويتر ، بعد الانتخابات الرئاسية الأميركية ، رد فعل عنيقاً على الدور الذي لعبته في الانتخابات من خلال السماح بانتشار معلومات كاذبة، وغالباً خبيثة نتج عنها حمل الناخبين الأميركيين على تغيير رأيهم تجاه المرشح الجمهوري ترمب ، فقد تأكد حسب بعض "التقارير" أن فوز ترامب جاء مدعوماً بتقارير إخبارية كاذبة، انطلقت كالنار في الهشيم بسرعة مُدوية على منصات التواصل الاجتماعي¹⁶ .

اتضح بعد ذلك أن لدى الناس استعداداً لتقبل الأخبار وتصديقها إن كانت تتسق مع توجهاتهم السياسية أو الإيديولوجية أو الدينية ، فيتم إغراقهم في الأخبار التي تتوافق و اتجاهاتهم الأولية ، وهو المعطى النفسي الذي تلعب عليه الجهات التي تنشر الأخبار المفبركة حتى يسهل عليها ممارسة التضليل ، و هذا ما أكدته دراسة حديثة نشرت في شهر جانفي 2017 في مجلة " طبيعة السلوك البشري"¹⁷ (Nature Human Behavior)، فقد أكدت هذه الدراسة أن الجماهير تميل إلى "تأكيد التحيز" وإبداء الاهتمام ونشر المعلومات التي تتفق فقط مع معتقداتهم ، و أنهم يميلون إلى نشر هذه المعلومات التي تتفق مع معتقداتهم حتى لو كانت كاذبة.

¹³ محمد زيدان ، التحقق من الأخبار المفبركة في المؤسسات الإعلامية ، مجلة الصحافة ، الدوحة ، شبكة الجزيرة ، مارس 2017.

¹⁴ Dado Ruvic , *People are silhouetted as they pose with mobile devices in front of a screen projected with a Facebook logo, in this picture illustration* , REUTERS ,October 29, 2014.

¹⁵ آدن وايت ، "الأخبار الزائفة : ما رأي الصحفيين " ، تطهير وسائل الإعلام من التلوث ، رسالة اليونسكو ، سبتمبر 2017 ، ص 10.

¹⁶ رنا أسامة ، دليلك لاكتشاف الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي، موقع مصراوي، 06:02 م 20 نوفمبر 2016 .

¹⁷ Michael Bruter, Sarah Harrison ,*Building a human behaviour community*, Nature Human Behaviour, Macmillan Publishers Limited, 2017/01/10.

لقد أدى تسارع الأحداث في السنوات الأخيرة خاصة مع أحداث الربيع العربي و الحرب على الإرهاب في مناطق كثيرة من العالم إلى تزايد هاجس السبق و المسارعة في متابعة ما يجري من أحداث ، والبحث عن متابعات أكبر للأخبار المنشورة ، ولو كان ذلك على حساب مصداقية الأخبار و صحتها ، لقد أصبحت بالفعل ظاهرة انتشار الأخبار المفبركة تفرق العالم أجمع لما لها من عواقب وخيمة كثيرة ، سواء على مصداقية واحترافية " النشاط الصحفي ككل " ، إذ فقدت الكثير من وسائل الإعلام مصداقيتها وتراجعت ثقة جماهيرها فيها كونها وقعت في فخ نشر أخبار اتضح أنها غير صحيحة وتم التلاعب بها ، كما أن للأخبار الكاذبة عواقب خطيرة على مستوى إعاقة الكشف عن الحقائق والاتجاه بمسار الأحداث نحو التضليل و الانحراف . إن تصديق الأخبار الكاذبة لا ينطلي على عامة الناس وحسب، بل يصدقها أيضا المسؤولون والسياسيون ، و المثقفون ، وكل من يحصل على أخباره من الشبكات الاجتماعية ، فهذه الأخبار كثيرا ما تحدث الإقناع المطلوب لاتسامها بالإثارة ، وعناوينها غالبا ما تكون مضللة من أجل الحصول على أكبر عدد من المتابعة أو التقاسم ، وتعد "خدعة" الروابط المضللة أيضا جزءاً من معضلة الأخبار الكاذبة ، والمشكلة مع هذه الروابط ذات العناوين المثيرة و الغريبة أنها تغري المستخدمين ، فتدفعهم للإعجاب، أو المشاركة، أو التعليق ، لكنها في الغالب تقودهم إلى قصص مُزيّفة.

لقد أصبحت مسألة التحقق من مقاطع الفيديو والصّور و الأخبار التي ترد من المواطنين العاديين و تنتشر بسرعة في الشبكات الاجتماعية أمراً ملحاً و لا مناص منه لتفادي الوقوع في فخ الأخبار والفيديوهات الكاذبة والمفبركة ، وقد سارعت فعلا كثير من مؤسسات الإعلام ومن الصحفيين المحترفين إلى وضع آليات و أدوات منهجية للثبوت من صحة هذه المحتويات ، و سعت بعضها لتعزيز قدرات الصحفيين أنفسهم من أجل توجيههم للاعتماد السليم على المحتويات التي ينتجها المستخدمون العاديون وينشرونها في الشبكات الاجتماعية¹⁸ ، عن طريق الفرص التدريبية التي تتاح لهم ، كتعلم التقنيات المتعلقة بالتلاعب بالصّور ، أو ما يطلق عليه بالتزييف الرقمي للصورة و الفيديو ، كما اعتمدت الشبكات الاجتماعية ذاتها خاصة الفيسبوك و تويتر على استراتيجية جديدة لمكافحة الأخبار الكاذبة وتحسين جودة الأخبار، وذلك بتقييم الروابط باستمرار¹⁹ ، و الإشارة إلى الأخبار أو التغريدات ذات المعلومات المغلوطة لمنع انتشارها وتنبه المستخدمين حول الشكوك المطروحة حولها.

رغم أن عملية التحقق و الثبوت من مضامين الأخبار والصّور و الفيديوهات تبدو صعبة للغاية إلا أنها ضرورية تجنباً لإعادة نشرها و هي مغلوطة ، لكن هناك مجموعة من الآليات التي يمكن تتبعها للثبوت من صحة ما ينشر ، وقد اعتمدت عليها كثير من مؤسسات الإعلام المعروفة كقنوات الجزيرة ، البي بي سي ، العربية ، نذكر بعضها فيما يلي :

1- توفير شبكة مصادر متنوعة (نشطاء مستقلون)

2- طلب الإذن من المصدر لإعادة نشر مواد و صور منشورة في مواقع الإعلام الاجتماعي

¹⁸ روز يونس وإليزا ماكينيتوش، "اكتساب الثقة فيما تشاهده على الإنترنت: الأدوات وحدّها لا تكفي"، مرعي وآخرون ، البحث عن الحقيقة في كومة الأخبار الكاذبة ، مرجع سابق ، ص46.

¹⁹ https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2017/06/29/twitter-is-looking-for-ways-to-let-users-flag-fake-news/?utm_term=.be84e157b457

- 3- تعزيز تغطيات المراسلين بالفيديوهات و صور تصل من نشطاء مستقلين .
- 4- التواصل مع شهود عيان لتعزيز القصص الخبرية قبل نشرها.
- 5- وضع الثقة أكثر في الأخبار التي تتواتر من مصادر متعددة و بصيغ مختلفة.
- 6-التدقيق في الروابط التي تحيل لمزيد من الاقتراحات بقراءة قصص خبرية ذات العلاقة.
- 7-التحقق أكثر من العناوين المثيرة للأخبار والصور و الفيديوهات لمضاعفة الثبوت من صدقيتها.
- 8-للتأكد من صحة و تحقق الأخبار و الصور والفيديوهات إخضاعها للآليات التالية: تمييز الأماكن - التواصل مع المراسلين لتحري الموضوع ، -مناقشة الموضوع مع الزملاء لإبداء الرأي، - مراجعة الحسابات الشخصية لمرسلي الأخبار والفيديوهات و التحقق من صدقيتهم : من حيث صحة بياناتهم ، تواجدهم الجغرافي في مكان الحدث ، البحث في نشاطاتهم السابقة ، التي قد تشير إلى وجود تحيز أو أجندة ما.
- 9-استخدام عملية البحث العكسي عن الصور للتأكد من أصالة الصور .
- 10-استخدام أدوات مراقبة المحتوى المنشور على شبكات التواصل الاجتماعي وفق الموقع الجغرافي كموقع²⁰ Geofedia، خرائط قوقل ، موقع ، <https://geoguessr.com>.
- 11-تحديد مدى تطابق توصيف الأماكن (الشوارع مثلا) مع الصور المحددة جغرافياً على برنامج معينة كبرنامج (جوجل لعرض الشوارع) . (Google Streetview)
- 12-التحقق من العبارات والألفاظ لتمييز اللهجات عند سماعها في مقاطع الفيديو .
- 13-التحقق من تطابق أرقام لوحات السيارات مع مكان تواجد مصدر الخبر .
- 14-التحقق من تطابق حالة الأرصاد الجوية مع التقارير الأخرى الواردة ذلك اليوم .
- 15- التحقق من تطابق الظلال مع التوقيت الذي ورد فيه التسجيل .
- 16-التحقق من الخلفية و السياق الذي يرد فيه الفيديو (الأبنية ، الأرضيات ، الألوان ، الضجيج ...).
- 17-الاستعانة بمواقع متخصصة لفحص محتويات الصور و الفيديوهات ، مثل (PEGSnoop)
(Google Reverse Image Search, TinEye, Jeffrey's Exif Viewer)
- 18- استخدام برنامج فيب (FiB)، يُمكن إضافته على متصفح الإنترنت، يقوم بشكل أوتوماتيكي بتقييم القصص المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي، وتسلط الضوء على المخادع منها .
- 19- وضع لوائح سلوك على مستوى المؤسسة الإعلامية تتضمن القواعد والأخلاقيات التي يجب أن يلتزم بها الصحفي و المصور أثناء التعامل مع مضامين الإعلام الاجتماعي .

²⁰ رنا أسامة ، مرجع سابق.

استنتاجات الدراسة :

بعد إجراء الباحث للمقابلات المباشرة مع المراسلين الصحفيين الذين يشتغلون بولاية سطيف ، والذين وافقوا على الإجابة على التساؤلات التي وجهها لهم بالباحث بخصوص تعاطيهم مع مسألة الأخبار الكاذبة على مستوى شبكات الإعلام الاجتماعي اتضح أولاً أن الفضاء الصحفي الذي يشتغل ضمنه المراسلين الصحفيين متنوع وفسيفسائي ، يشمل مجال الصحافة المكتوبة ، مجال العمل الإذاعي ، مجال الصحافة المرئية ، مجال الصحف الإلكترونية المحلية ، مجال التدريب الصحفي ، و قد أحصى الباحث حوالي 50 مراسلاً محلياً يشتغل في ولاية سطيف دون إحصاء أولئك المراسلين غير المصرح بهم ، وينشطون بصحة شخصية مع وسائل إعلام وطنية أو دولية ، أو حتى مع مواقع إلكترونية أجنبية بصيغة مراسل حر. (Freelance journalism)

الرقم	العنوان الصحفي الذي يشتغل به المراسل	طبيعة الصدور	لغة الصدور	طبيعة الملكية
1	derby	جريدة رياضية	الفرنسية	خاصة
2	El Watan	يومية إخبارية	الفرنسية	خاصة
3	la Nouvelle République	يومية إخبارية	الفرنسية	خاصة
4	le Jeune Indépendant	يومية إخبارية	الفرنسية	خاصة
5	le reporter	يومية إخبارية	الفرنسية	خاصة
6	Liberté	يومية إخبارية	الفرنسية	خاصة
7	آخر ساعة	يومية إخبارية	العربية	خاصة
8	Sétif Infos	موقع إخباري الكتروني	الفرنسية/العربية	خاصة
9	TV كواليس	قناة تلفزيونية	العربية	خاصة
10	TV الأجواء	قناة تلفزيونية	العربية	خاصة
11	البلاد	يومية إخبارية	العربية	خاصة
12	الصوت الآخر	يومية إخبارية	العربية	خاصة
13	كواليس	يومية إخبارية	العربية	خاصة
14	التحرير	يومية إخبارية	العربية	خاصة
15	النهار الجديد	يومية إخبارية	العربية	خاصة
16	الموعد اليومي	يومية إخبارية	العربية	خاصة
17	Dzair TV	قناة تلفزيونية	العربية	خاصة

18	A 3 القناة	قناة تلفزيونية	العربية	عمومية
19	KBC TV الخبر	قناة تلفزيونية	العربية	خاصة
20	Nahar Tv	قناة تلفزيونية	العربية	خاصة
21	mitidja.radio	إذاعة	العربية	عمومية
22	Setif News	موقع إخباري الكتروني	الفرنسية/العربية	خاصة
23	صوت سطيف	موقع إخباري الكتروني	العربية	خاصة
24	المساء	يومية إخبارية	العربية	عمومية
25	الأمة	يومية إخبارية	العربية	خاصة
26	الأيام الجزائرية	يومية إخبارية	العربية	خاصة
27	الجزائرية TV	قناة تلفزيونية	العربية	خاصة
28	المنار العربي	أسبوعية إخبارية	العربية	خاصة
29	صوت الأحرار	يومية إخبارية	العربية	خاصة
30	الأوراس نيوز	يومية إخبارية	العربية	خاصة
31	سيرتا نيوز	يومية إخبارية	العربية	خاصة
32	الشعب	يومية إخبارية	العربية	عمومية
33	النصر	يومية إخبارية	العربية	عمومية
34	وكالة الأنباء الجزائرية	وكالة أنباء	الفرنسية/العربية	عمومية
35	الشروق اليومي	يومية إخبارية	العربية	خاصة
36	الفجر	يومية إخبارية	العربية	خاصة
37	البلاد	يومية إخبارية	العربية	خاصة
38	Elbilad.tv	قناة تلفزيونية	العربية	خاصة
39	التحرير	يومية إخبارية	العربية	خاصة
40	الخبر اليومي	يومية إخبارية	العربية	خاصة
40	الأجواء	يومية إخبارية	العربية	خاصة
42	المحور	يومية إخبارية	العربية	خاصة
43	الراية	يومية إخبارية	العربية	خاصة
44	الجديد	يومية إخبارية	العربية	خاصة
45	المستقبل المغربي	يومية إخبارية	العربية	خاصة

46	الأيام الجزائرية	يومية إخبارية	العربية	خاصة
47	le Soir	يومية إخبارية	الفرنسية	خاصة
48	El Acil	يومية إخبارية	الفرنسية	خاصة
49	TV الشروق	قناة تلفزيونية	العربية	خاصة
50	الوطنية	قناة تلفزيونية و مركز تدريب	العربية	خاصة

*جدول يوضح طبيعة الوسائل الإعلامية التي يشتغل بها المراسلون الصحفيون بولاية سطيف

بلا شك تعد فئة المراسلين الصحفيين المحليين أهم مورد إخباري للصحف ووسائل الإعلام عامة ، نظرا لقرينهم الزماني والمكاني من الأحداث التي تحدث في أعماق و أقاصي البلاد، فالمراسل هو الوسيط الأول بين الحدث والمؤسسة الصحفية التي تسعى إلى تحقيق التميز والسبق الصحفي ، و هو يكلف بتغطية الأخبار في نفس المدينة التي تصدر فيها الصحيفة، بينما يعمل المراسل خارج أرض الوطن أو في مدينة أو منطقة أخرى غير التي توجد بها الصحيفة أو المحطة ويوافي الصحيفة أو المحطة بالرسائل الصحفية أو الإذاعية، ويشترط في هذا المراسل قدرته على إجادة لغة البلاد التي يعمل بها ومعرفة عادات وسلوك أهلها إلى جانب الخبرات الصحفية التي ينبغي توفرها في المراسل²¹.

تعود أهمية مبدأ حرية الصحافي بشكل عام والمراسل المحلي بشكل خاص في تأديته لمهنته الصحفية إلى حجم المسؤولية الموضوعية على عاتقه، والدور الذي يقوم به في سبيل تنوير الرأي العام المحلي بكل ما يهمه من قريب أو من بعيد حول أمور وقضايا اجتماعية، اقتصادية، سياسية، أمنية وثقافية.²²

يتركز دور المراسل المحلي أساسا في توصيل اهتمامات وانشغالات الفئات الاجتماعية الواسعة التي لا تصلها كاميرات و أقلام الصحفيين الذين يشتغلون في المقرات المركزية لوسائل الإعلام ، وقد لعب المراسل المحلي في الجزائر دورا كبيرا لرفع العزلة عن المناطق المهمشة والمعزولة ، وكثيرا ما أوصل أصوات الفئات المحرومة خاصة مع انفتاح المجال الإعلامي في البلاد بداية مع التعددية الإعلامية في بداية تسعينيات القرن الماضي و ثانية مع انتشار الفضائيات الإعلامية و استقطاب الإعلام الاجتماعي لاهتمامات الناس .

لقد ارتكزت الدراسة الحالية على "المراسل المحلي" كمحور أساسي للدراسة سعيا لتحليل وتوضيح كيفية تعاطيه مع ظاهرة خطيرة آخذة في الانتشار في الفضاء العام الجزائري و هي ظاهرة الأخبار الكاذبة والمزيفة ، وقد حاول الباحث إجراء مقابلات مع أكبر عدد ممكن من المراسلين على مستوى ولاية سطيف - كنموذج- إلا أن بعضهم رفض الرد على أسئلة المقابلة

²¹بوشاقور، جمال، واقع مهنة المراسل الصحفي المحلي بالصحافة المكتوبة الجزائرية، ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 3. كلية العلوم السياسية و

الإعلام ، 2005، ص 4.

²²المرجع نفسه ، ص 213.

، واكتفى الباحث بإجابات عينة تتكون من 20 مراسلا محليا ، و فيما يلي نستعرض النتائج التي توصلنا إليها من خلال الدراسة الميدانية :

1-درجة اعتماد المراسل على الأخبار المتداولة في الشبكات الاجتماعية لإعداد قصصه الإخبارية :

تعد الشبكات الاجتماعية مصدر مهم للمعلومة بالنسبة للمراسلين المستجوبين، و يعتمدون عليها بشكل كبير في إعداد فكرة القصة الإخبارية التي ينوون تحريرها ، إذ يعتمدون على هذه الوسائط الحديثة في التواصل مع المسؤولين، والمحللين ، والخبراء لإثراء قصصهم الإخبارية، و يستفيدون مما تنشره الحسابات التي يكون أصحابها معروفين لديهم ، و في غالب الاحيان هناك اشخاص محل ثقة يتصلون بهم بانتظام عبر هذه الشبكات عندما تكون هناك أحداث بمنطقتهم يودون نشرها ، كما أن قراءة التعليقات التي يدلي بها مستخدموا الفيسبوك كثيرا ما توجههم لأحداث مهمة لم يكونوا على علم بها ، أيضا يعتمد عليها بعض المراسلين في حالات محددة كما أشاروا ، مثل اعداد القصص الإنسانية وبعض المبادرات الاجتماعية، وبالتالي فشبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لعينة المراسلين المستجوبين أكثر من مهمة في عملهم الإعلامي كمراسلين للأخبار.

2-تحقق المراسلين من صحة هذه الأخبار قبل إعادة تحريرها ونشرها :

ليس كل ما ينشر عبر هذه الشبكات صحيح تماما، فهناك معلومات مغلوبة، وأحيانا زيادة وتضخيم، وإشاعة، وبالتالي فالتحقق من صحة المعلومة يتم بالاتصال بحسابات المؤسسات الرسمية ، كالمؤسسات الإدارية و الأمنية مثلا ، وهذه المصادر منها من يتم التواصل معها بالوسائط الحديثة من خلال صفحات رسمية، كما هو الشأن بامن ولاية سطيف، وبلدية سطيف، ومنها التي تجربك بالاتصال بها هاتفيا أو التنقل شخصيا، وفي كل الحالات ليس كل ما ينشر حقيقة، بل معلومات لا بد من التحقق في صحتها وإثرائها من مصادر رسمية، و قد أكد أغلب المراسلين أنهم يتحرون شخصيا دائما من صدق ما ينشر.

3-يتابع المراسلون المحليون الأخبار التي تنشر في صفحات المجموعات الإخبارية أكثر أم الصفحات الشخصية للأفراد.

أكد كل المراسلين أنهم يتابعون شخصا الصفحتين كليهما ، فقد يجدون في صفحة الفرد الشخصية، ما لا يجدونه حتى في الصفحات الرسمية للمؤسسات الإعلامية والمجموعات الإخبارية، وبالتالي كل خبر ينشر في مجال اهتمامهم يتابعونه، غير أن بعضهم - تحديدا مراسلي المؤسسات الصحفية الرسمية العمومية كمراسلي الإذاعة و التلفزيون - فقد أكدوا أن أخبار الصفحات الشخصية يقومون بالتحقق منها عبر صفحات المجموعات الإخبارية التي تؤكد الخبر من عدمه.

4-الأخبار التي تحظى أكثر باهتمام المراسلين على مستوى هذه الشبكات . " السياسية ، الرياضية ، الثقافية ، الاجتماعية إلخ

أكد مراسلي المجالات والصحف ذات الاجتماعي أنهم يميلون أكثر إلى القصص الاجتماعية والإنسانية، كصناع التحدي والتميز، ومبادرات الخير والتضامن، والمبدعين، وكذا قصص المعاناة، ويأتي في الصف الثاني الشق السياسي من خلال متابعة تحركات السياسة والأحزاب وتصريحاتهم عبر صفحاتهم الخاصة، ومعرفة الجديد بشأن المشهد الحكومي في البلاد ، وبعدها تأتي الاهتمامات الثقافية مما ينشر عن الملتقيات، والندوات والمقاهي الأدبية، ومعرفة جديد الإصدارات والمهرجانات، فيما أكد مراسلوا الصحف الإخبارية لميلهم أكثر لتغطية مواضيع التنمية المحلية ، نشاطات الولاية و المسؤولين المنتخبين ، وبعدها القضايا الاجتماعية ، كقضايا الجرائم ، الحوادث إلخ

- 5- ذكر بعض الصفحات الإخبارية التي يعتبرها المراسلون المحليون كمصادر موثوقة لأخبارهم :
- ذكر المراسلون بعض الصفحات الاجتماعية التي يعتمدون عليها غالبا كمصادر لإعداد تقاريرهم الإخبارية ، وهي كالاتي :
- سطيف أون لاين ، عين الكبيرة اشراقة فجر جديد ، عموشة نيوز و صالح باي اخبار و صوت العلمة أصوات مغربية ، كل شيء عن الجزائر، أخبار الجزائر 24/24 ، سبق برس، الجزائر 24، tsa ، الشروق نيوز، النهار، وكالة الأنباء الجزائرية .
- 6-مدى ثقة المراسلين في مصادر أخبارهم :
- أكد أغلب المراسلين أنهم في الغالب تكون ثقتهم كبيرة في المصادر التي يعتمدون عليها، لأنها في الأساس محل متابعة وتدقيق، رغم أن هناك بعض الأخبار التي لا يجوز التسرع في نقلها أو نشرها حتى التيقن من صحتها من مصادرها الرسمية، فمهما كانت الصفحة موثوقة فهي في كل الأحوال عرضة للقرصنة و دس الأخبار فيها، و قد أشار بعضهم الآخر أنهم لا يثقون دائما في مصادرهم ، بل في بعض الحالات يتحققون عن أخبارهم من أكثر من مصدر واحد.
- 7-شبكة المصادر (النشطاء المستقلون) الآخرون الذين يعززون من صحة الأخبار :
- أشار كل المستجوبين إلى أنهم فعلا يعتمدون على نشطاء مستقلين يعززون من صحة أخبارهم، كما يعتمد بعضهم على زملائهم في الصحافة ، أو حتى بعض النشطاء الفايبريكيين العاديين الذين يساعدونهم في التحري لمعرفة صحة المعلومات.
- 8-مدى شعور المراسلين بالشك في مصداقية الأخبار التي تصلهم:
- أكد بعض المراسلين أنهم أحيانا يشكون في الأخبار التي يجدونها متداولة في الشبكات الاجتماعية ، لذلك فهم يحاولون التحقق من مصادر أخرى ، كما أوضح البعض الآخر أنهم يعتمدون فقط على الصفحات الرسمية تفاديا للوقوع في فخ الأخبار الزائفة ، و تحديدا مراسلي المؤسسات الرسمية كالإذاعة الوطنية ، مراسل وكالة الأنباء الجزائرية .
- 9-ماذا يفعلون تحديدا في حالة ساورهم الشك في الأخبار التي تردهم؟
- أشار بعض المراسلين إلى أنهم يملكون في الغالب شبكة مصادر مستقلة كل حسب تخصصه وميوله، يتصلون بهم بانتظام لمعرفة الحقيقة، وأنهم لا يقومون بنشر أي معلومة عن الخبر المشكوك في صحته، وأنهم ينتظرون ردودا من المؤسسات المعنية عما قيل.
- 10-هل يطلبون الإذن من مصادرهم لإعادة نشر مواد و صور منشورة في الإعلام الاجتماعي؟
- أكد كل المراسلين باختلاف توجهاتهم أنهم طبعاً يستأذنون من الأفراد أو المؤسسات قبل إعادة نشر مواد إعلامية خاصة بهم ، ما عدا تلك المصادر أو الصفحات التي تسمح بالنقل مع ذكر المصدر طبعاً.
- 11-مدى تواصل المراسلين مع شهود عيان لدعم أخبارهم :
- أشار بعض المراسلين أنهم يتواصلون شخصيا مع الشهود - إن أمكن - لما يتعلق الأمر بمعلومة نشرها شخص معين في صفحته وتأكدوا من صحتها، يتواصلون معه لسرد تفاصيل الخبر، لا سيما لما يتعلق الأمر بحادث أو جريمة أو حتى اعتصام ومسيرة وغيرها.
- 13-هل يثق المراسلون أكثر في الأخبار التي تتواتر من مصادر متعددة و بصيغ مختلفة؟

أشار بعض المرسلين إلى أنهم في هذه الحالة يجب أن يعتمدوا على مصادرهم الخاصة للتأكد من حدوث الخبر ، لكن محتواه يجب أن يكون من مصادرهم وبطريقتهم المتميزة ، فيما أشار البعض الآخر بأن تواتر الخبر بصيغ مختلفة يزيد من شكوك المرسلين و يجب ان يتأكد قبل نشره .

14-مدى ثقة المرسلين في الروابط التي تحيلهم لمزيد من الاقتراحات بقراءة قصص خبرية ذات علاقة؟

أكد البعض أنهم يتحرون عن الخبر عبر الولوج لمواقع أخرى ، إلا أن البعض الآخر أكد أن هذه الروابط فيها تضليل و يشوبها الكثير من الشك لذلك يجب تفاديها .

15-العناوين المثيرة للأخبار والصور و الفيديوهات هل تدعو المرسلين لمضاعفة التحقق من صدقيتها؟

أشار أغلب المرسلين إلى أنهم غالبا ما يجدون أن العناوين المثيرة لا تعبر عن محتوى الخبر خاصة في الصحافة الجزائرية وفي صفحات التواصل الاجتماعي.

16-هل يستخدمون أدوات مراقبة المحتوى المنشور على شبكات التواصل الاجتماعي ، وفق الموقع الجغرافي مثلا بالاعتماد على موقع : Geofeedia أو قوقل ماب ؟.

أكد كل المرسلين دون استثناء أنهم لا يستخدمون هذه الأدوات لمراقبة المحتويات المنشورة في الشبكات الاجتماعية ، ولا يتحكمون فيها من الناحية التقنية ، لأنهم لم يتلقوا أي تدريب على استخدام هذه الأدوات .

17-هل يبحث المرسلون عن المزيد من الأدلة التأكيدية للتحقق من مقاطع الفيديو و الصور التي تظهر على صفحات التواصل الاجتماعي؟

أشار بعض المرسلين إلى أنهم بالتأكيد يتحققون من مقاطع الفيديو مثل البحث عن تواريخ نشر المقاطع وأماكنها.

18-هل يتحققون من الخلفية و السياق الذي يرد فيه الفيديو (الأبنية ، الأرضيات ، الألوان ، الضجيج ...)؟

أكد أغلبهم أنهم بطبيعة الحال يتحرون عن الفيديوهات والصور والأخبار و خلفيتها قبل استخدامها .

19-هل يتناقش المرسلون مع مسؤولي التحرير حول القصص الإخبارية التي يطلعون عليها في الشبكات الاجتماعية لإبداء الرأي قبل نشرها ؟

أشار بعض المرسلين ، أنهم بحكم بعدهم عن مقر المؤسسات الإعلامية التي يشتغلون بها فهم لا يتناقشون مع مسؤوليهم ، في بعض الحالات يحدث ذلك فقط مع مدراء المكاتب ، أو مسؤولي المكاتب الجهوية خاصة بالنسبة للصحف ، فيما أكد المرسلون الذين يشتغلون مع الصحف الإلكترونية الأجنبية أن النقاش أمر ضروري قبل قبول فكرة القصة الإخبارية، التي لا بد أن تعالج بطريقة تختلف مما هو متداول.

20-هل يحظون بتدريب خاص على آليات التحقق مما ينشر في الإعلام الاجتماعي؟

أكد أغلب المرسلين إلى أنهم لا يحظون بأي تدريب عملي في هذا المجال ، و لم تتح لهم المؤسسات الإعلامية التي يشتغلون بها أية دورات تكوين على استخدام هذه التقنيات ، و منهم من يتقن نوعا ما استخدام بعض التقنيات لكن الأمر لا يعدو أن يكون تكويننا شخصيا أو نصائح بعض الزملاء .

21-ما رأي المرسلين عموما في ظاهرة تزايد انتشار نشر الأخبار الكاذبة لدى المرسلين المحليين في الجزائر ، دون التحقق منها ؟

أشار كل المستجوبين إلا أنه ظاهرة انتشار الأخبار الكاذبة في الصحافة الجزائرية آخذة في الانتشار و التزايد ، و تتعدد مسيبتها ، بداية بالبحث عن السبق، والشهرة وروح الاتكالية لدى الكثيرين الذين يعملون بأسلوب "النسخ واللصق" دون تأكد ولا ذكر مصدر ،ولعل ما نقرئه من ردود، وتكذيبات ومتابعات قضائية حول أخبار مغلوطة يتم نشرها، لخير دليل من وجود هذه الظاهرة التي ازدادت توسعا مع التطور التكنولوجي وتعدد المصادر وسرعة المعلومة المنشورة من خلال المواقع الرسمية لليوميات الإخبارية وشريط الأخبار بالنسبة للقنوات، وبالتالي بات هم بعض الصحفيين نشر المعلومة السريعة والجاهزة، بعيدا عن التحقق والتأكد، وهو أسلوب خاطئ لدى الإعلامي الذي يفقد مع الأيام سمعته، وسمعة المؤسسة التي ينتمي إليها، ويساهم في نشر الإشاعة وأحيانا الفتنة والفوضى.

-قائمة المراجع :

- 1-عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1995، ص21.
- 2- Jean Philippe Elie : *Pigiste un statut a réformer*, mémoire pour l'obtention du DESS. Fonction humaine et droit social. Université Paris II. ,p09.
- 3-منتصر مرعي و آخرون ، البحث عن الحقيقة في كومة الأخبار الكاذبة ، الدوحة ، معهد الجزيرة للإعلام ، 2017 ، ص 12.
- 4-ياس خضير البياتي ، الإعلام الجديد وعصر 'صحافة المواطن'، صحيفة العرب ، لندن ، 19 اغسطس/اب 2017، العدد : 10727.
- 5-Anthony Downey (editor), *Uncommon Grounds: New Media and Critical Practices in North Africa and the Middle East* ,London, I.B.Tauris, 2014, p 256.
- 6-محمد عايش ، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الإعلامي ، بتاريخ : 04/01/2016
استرجعت من : <http://www.alkhaleej.ac/tariamimran/page/1c538aa8-e449-42ea-afe0-adbcbf90f95d#sthash.M97KwFRz.dpuf>
- 7- بي بي سي عربي ، استراتيجية مواقع التواصل الاجتماعي، لندن ، أكاديمية بي بي سي ، استرجعت من <http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/standards/social-media/article/art20130702112134051> :
- 8-بسمة العوفي ، "كيف تسوّق وسائل الإعلام لنفسها عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟" شبكة الصحفيين الدوليين استرجعت بتاريخ : 25/07/ 2014 ، استرجعت من : <https://ijnet.org/ar/blog/283155>
- 9-محمد زيدان ، التحقق من الأخبار المفبركة في المؤسسات الإعلامية ، مجلة الصحافة ، الدوحة ، شبكة الجزيرة ، مارس 2017.
- 10- Dado Ruvic , *People are silhouetted as they pose with mobile devices in front of a screen projected with a Facebook logo, in this picture illustration* , REUTERS ,October 29, 2014.
- 11- آدن وايت ، "الأخبار الزائفة : ما رأي الصحفيين " ، تطهير وسائل الإعلام من التلوث " ، رسالة اليونسكو ، سبتمبر 2017 ، ص 10.

12- رنا أسامة ، دليلك لاكتشاف الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي، موقع مصراوي، 06:02 م 20 نوفمبر 2016 .

13- Michael Bruter, Sarah Harrison ,*Building a human behaviour community*, Nature Human Behaviour, Macmillan Publishers Limited, 2017/01/10.

14- بوشاقور، جمال، واقع مهنة المراسل الصحفي المحلي بالصحافة المكتوبة الجزائرية، ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 3. كلية العلوم السياسية و الإعلام ، 2005، ص 4.