

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

قسم: الصحافة



واقع إستخدام الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات  
في ظل التحولات المهنية للممارسة الإعلامية.  
دراسة وصفية تحليلية على عينة من الصحفيين  
الجزائريين في الفترة الممتدة من 1 مارس 2024 إلى 15  
ماي 2024.

مذكرة ضمن متطلبات شهادة ماستر في علوم الإعلام والإتصال

تخصص: صحافة سمعية بصرية ورقمية

دفعة 2019

تحت إشراف:

تيماجر نريمان

من إعداد الطالبة :

أونيس لانا

أعضاء لجنة المناقشة:

الرئيسة : د/ نسرين سعدون

المشرفة : أ/ نريمان تيماجر

المناقشة: أ/ إيلعيدن حسيبة

الموسم الجامعي: 2024/2023



Ecole nationale supérieure de journalisme et des sciences de l'information.

Mémoire de fin d'étude pour obtenir un master en sciences de l'information et de la communication intitulé :

**La réalité de l'utilisation des techniques de la vérification de l'information par les journalistes à la lumière de la transformation des pratiques médiatiques.**

**Etude descriptive analytique sur un échantillon des journalistes algériens du 1<sup>er</sup> mars au 15 mai 2024**

**Spécialité : Journalisme Audiovisuel et Numérique.**

**Promotion : 2019**

**Réalisé par l'étudiante :**

**OUNIS LANA**

**sous la direction de :**

**Mme/ TIMADJER NARIMANE**

**Jury :**

**Président : Dr/ Saadoun Nesrine**

**Encadrant : Mme/ Timadjer Narimane**

**Discutant : Mme / Ibelaiden Hassiba**

**Année universitaire : 2023/2024**

## إهداء:

الحمد لله الذي ماتم جهد ولاختم سعي إلا بفضلله وماتخطى العبد من عقبات إلا بتوفيقه ومعونته.....  
وها أنا بعد إنكسارات واطفءات متتالية أرفع راية النصر .... وانا التي كنت أظنني لن افعلها  
...فالحمد لله الذي يسر البدايات وأكمل النهايات وبلغنا الغايات ... الحمد لله الذي أوجد لذة الوصول  
والوصول لكي ترمم الإنكسارات...  
لمن عساي أن أهدي هذه الثمرة ...السواكي يا ماما ... وأنتي من علمتني ولقنتني الصمود والنهوض  
والتفاني في العمل وحسن التوكل ..أردت لي التميز في كل شيء ...بدءا بإسمي..... لكي امي  
ثم لنفسي الشغوفة الطموحة التواقفة..... التي لا تعرف معنى للمستحيل وللإستسلام ...  
لمن زرع في داخلي الشجاعة وحب التفوق أين ما سرت .....أبي حبيبي  
إلى سندي وضلعي الثابت أختي ماريا ومدللتني يارا  
إلى إخوتي عبد الودود وبهاء الدين  
إلى صديقاتي اللواتي تقاسمت معهن الآلام والآمال والأحلام  
أهدي لكم هذا العمل المتواضع حصاد سنين من العلم والتعلم والتفاني...

لانا

## شكر و عرفان

الحمد والشكر لله الذي هداني لهذا، الحمد لله الذي وفقني وماتوفيقني إلا به

ثم أنا مدينة بالشكر لأستاذتي الحبيبة نريمان تيماجر التي صبرت على تقصيري ولم تبخل علي بحرف بل كانت منذ أول يوم لي في المدرسة أول داعمة لي ولكل زملائي .....التي لقنتنا العلم والإعلام...  
صاحبة القلب الطيب الحنون الذي يسعنا جميعا ... متمنية لها دوام السداد والتوفيق في مسيرتها  
الأكاديمية والمهنية....

ثم إلى كل من جمعني بهم المدرسة الوطنية العليا للصحافة ... فائق الشكر والإحترام للبروفيسور عبد  
السلام بن زاوي المدير السابق لها والذي جعل منها مأمنا لنا طيلة الخمس سنوات....

الشكر موصول لأستاذتي ولكل عمال المدرسة ...لكل من علمني حرفا ... جزاكم الله عنا كل خير...

أونيس لانا

## ملخص الدراسة:

تتناول دراستنا موضوع "واقع استخدام الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات في ظل التحولات المهنية للممارسة الإعلامية"، جاء إختيارنا لهذه الدراسة في ظل التغييرات التي تعرفها الممارسة الإعلامية متأثرة بالتقنيات الحديثة بما فيها التعامل مع المعلومة كونها الأساس الذي يقوم عليه الإعلام والذي تأثرت هي الأخرى بهذه التقنيات في وقت التدفق المعلوماتي. أصبح من السهل التلاعب بالمعلومات وتزييف الحقائق خاصة الصور والفيديوهات مما يوجب على الصحفي التعامل مع المعلومة بصورة حديثة ويعتمد على التقنيات المواكبة لهذا التطور والذي تمكنه من التعرف وفرز المحتوى الذي تعرض للتزييف والتضليل في ظل المحطة التي توصل إليها الإعلام والمتمثلة في صحافة الذكاء الإصطناعي والتي شكلت منحى جديد للإعلام ماشكل تحديا جديدا والمتمثل في التحقق من المعلومات ، من خلال دراستنا أسقطنا الموضوع على عينة تقدر ب 80 مفردة من الصحفيين الجزائريين العاملين بمختلف المؤسسات الإعلامية: صحافة مكتوبة مواقع إلكترونية وقنوات تلفزيونية للتعرف على مدى استخدامهم لهذه التقنيات ولتحقيق هذه الأهداف اعتمدنا على خطة ممنهجة من خلال الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وذلك عن طريق الإستعانة بأداتين رئيسيتين هما المقابلة والإستبيان حيث قسم الاستبيان إلى 3 محاور أساسية: البيانات الشخصية ،تحول الممارسة المهنية الإعلامية في ظل التطورات

---

التقنية، التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات في ظل انتشار الأخبار الكاذبة وتجلياتها في  
النكاء الإصطناعي.

الكلمات المفتاحية:

التحقق من المعلومات - تقنيات التحقق - صحفيين.

---

**Abstract:**

Our study addresses the topic of “The reality of journalists’ use of information verification techniques in light of the professional transformations of media practice.” Our choice for this study came in light of the changes that media practice is experiencing, influenced by modern technologies, including dealing with information, as it is the basis on which the media is based, which has also been affected by these technologies. Through our study, we dropped the subject on a sample of 80 Algerian journalists working in various media institutions to identify the extent of their use of these techniques.

To achieve these goals, we relied on a systematic plan by relying on the descriptive analytical survey method, using two main tools: the interview and the questionnaire, where the questionnaire was divided into sections. To 3 basic axes: personal data, the transformation of professional media practice in light of technical developments, modern techniques for verifying information in light of the spread of fake news and its manifestations in artificial intelligence.

**Key words:**

Verification, techniques, journalism, media content.

---

## خطة الدراسة:

### مقدمة

### الإطار المنهجي

تحديد مشكلة الدراسة:

إشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية

فرضيات الدراسة

أهمية الدراسة

أسباب إختيار الدراسة

أهداف الدراسة

صعوبات الدراسة

أهم المصطلحات

نظرية الدراسة

الدراسات السابقة

الإجراءات المنهجية للدراسة

منهج الدراسة

مجتمع البحث وعينة الدراسة

أدوات الدراسة

---

مجالات الدراسة

## الإطار النظري

الفصل الأول: الممارسة الإعلامية في ظل التطورات التقنية وتجليات الذكاء الاصطناعي

المبحث الأول: الممارسة الإعلامية والتكنولوجيات الحديثة.

المبحث الثاني: الإعلام الجديد والذكاء الاصطناعي

الفصل الثاني: الأخبار الكاذبة وتطور تقنيات التحقق من المعلومات

المبحث الأول: لمحة عن الأخبار الكاذبة

المبحث الثاني: تحقق من المعلومات في البيئة الإعلامي

## الإطار التطبيقي

المبحث الأول: تحليل نتائج الدراسة وفق المعطيات العامة والمتغيرات المتبناة .

المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة

# مقدمة

في ظل التغييرات الحالية التي تشهدها شتى المجالات بما فيها الإعلام، الذي تأثر بالتطورات التكنولوجية الحديثة التي تبعثها تغييرات في البيئة المهنية والتقنية من ناحية الحصول على الأخبار، إنتاجها وتوزيعها مما أدى إلى تدفق المعلومات بشكل كبير فأصبحت تمثل مصدرا للصحفي لما تتوفر عليه من آنية وسرعة في التعامل مع الأخبار والمستجدات تساعده في الإثراء والتنويع من مادته الإعلامية وكذا إمكانية التواصل مع جمهوره أكثر.

أتاحت هذه الشبكات كذلك للصحفيين إمكانية إنشاء حسابات خاصة بهم أو حسابات مهنية لنشر الأخبار والاتصال بمصادر المعلومات وتمثيل مؤسساتهم الإعلامية عبر فضاء الويب. وبالرغم من السهولة التي وفرت على الصحفي عناء التوجه إلى المصادر وأتاحت مجالاً للتعبير بحرية أكبر إلا أنها في الحقيقة تشكل تهديداً أكثر لمصداقية الصحفي بأن ينقل أخبار مغلوبة خصوصاً مع ماتحتويه التقنيات الجديدة للذكاء الاصطناعي من تزيف عميق وتغيير كلي للحقيقة فأصبح الصحفي في صراع بين تحقيق القيم الخبرية من آنية وسرعة وفورية وبين التحقق من صحة ما ينشره والتي إن لم يراعيها توقعه في تجاوزات تهدد مهنيته و المؤسسة التي يعمل بها، كما أن هذه السيورة تلزم المؤسسات الصحفية بضرورة تدريب صحفييها حول المستجدات التي تشهدها الساحة التقنية والتي من شأنها تزيف الأخبار.

هذه السيورة أدت إلى تغيير الممارسة الإعلامية حيث أصبح من اللازم على الصحفي الاعتماد على التقنيات الحديثة لإنتاج المحتويات ، كما يتوجب عليه التمكن من التقنيات التي تمكنه من التحقق من صحة المواد الإعلامية قبل نشرها بما فيها الصور والفيديوهات التي تعرف تزيفاً وتغييراً للحقائق لاتكاد تلاحظ من الوهلة الأولى ،فيتوجب إستحضار الفطنة الصحفية وكذا التكون والتمكن من التقنيات الحديثة كبرامج وتطبيقات التحقق التي يقع على كاهل المؤسسات الإعلامية تكوين صحفييها حول هذه التقنيات هذا مايقودنا إلى

إجراء دراسة حول مدى معرفة الصحفيين الجزائريين بهذه التقنيات وكيف يتحققون من صحة المعلومات وخاصة الصور التي من شأنها المساس بمصداقية الصحفي والمؤسسة التي يعمل بها وهذا لكسب الرهان أماما هذه التكنولوجيات والحفاظ على خاصيات العمل الصحفي وخاصة المعلومة والتي يعتبر التحقق منها واجب مهني واخلاقي على كل صحفي الإلتزام به والعمل على مراعاته وفق التغيرات المهنية الذي يعرفها الإعلام بصفة متتابعة ومنتالية تلزمه التمكن منها والمعرفة بها لتمكنه من التحقق من المعلومات.

# الإطار المنهجي

## إشكالية الدراسة:

توجهت المؤسسات الإعلامية الجزائرية إلى نشر محتواها عبر مواقع التواصل الإجتماعي نظرا لتوجه جماهيرها لهذه الوسائط فأصبح من اللازم على الصحفي الإسراع في نشر الأخبار في ظل التنافسية مع القنوات الأخرى وكذا السرعة الفائقة في تداول الأخبار والمستجدات، فأصبحت المعلومة هي التي تأتي للصحفي وذلك لما يتميز به عصر التكنولوجيا من تدفق معلوماتي وتخمة معلوماتية ما جعل الصحفي غير مطالب بالبحث عن المعلومة بل يكتفي بانتقائها ومعالجتها. بالإضافة إلى ذلك التطور التقني الذي يشهده العالم والذي يؤثر في إنتاج ونقل المادة الإعلامية إلا أنها في أحيان كثيرة تشكل عائقا للصحفي نظرا لصعوبة التدقيق والتحقق من صحة الأخبار والمعلومات خاصة مايشهده العالم حاليا من تطور فائق في تقنيات الذكاء الإصطناعي أين أصبح من الممكن تشكيل صور ومحتويات لاوجود لها في الواقع، هذا ما يوضع الصحفي أمام تحديات مهنية بين ضرورة التعامل مع التقنيات الجديدة كأداة تساعده في الحصول على المعلومات وبين خطر يهدد مهنيته ومصداقيته ومن أهم العناصر التي تأثرت في الممارسة الإعلامية هي المعلومة بحد ذاتها من ناحية إخراجها، إختيارها وأيضا كيفية قولبتها ونشرها.

حيث أدت هذه التكنولوجيات إلى تغيير مسار الممارسة الإعلامية بما فيها التعامل مع المعلومات وكيفية التحقق منها كونها الركيزة الأساسية للمحتوى الصحفي مما يدفعنا إلى التعرف على الطرق التي يتبناها الصحفيون الجزائريون ممثلين في عينة الدراسة للتحقق من المعلومات والتركيز على التقنيات الحديثة القواعد المهنية الموروثة وفق ما يشهده قطاع الإعلام الجزائري من تحديات مالية، مهنية، قانونية وأخلاقية تتحكم في واقع القطاع والظروف التي تتحكم في الممارسة الإعلامية والتحقق من المعلومات خاصة في ظل انتشار

تقنيات التزييف العميق و تغيير الحقائق لدى الصحفيين الجزائريين من مختلف المؤسسات الإعلامية للوقوف على التقنيات التي يتحققون من خلالها من المعلومات.

ومن هذا المنطلق نطرح الإشكالية التالية والموجهة للدراسة الميدانية:

كيف يوظف الصحفيون الجزائريون آليات للتحقق من المعلومات في ظل تعدد مصادر الحصول على المعلومات؟

وينبثق من هذه الإشكالية، الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي التقنيات الحديثة التي يعتمدها الصحفيون الجزائريون في الممارسة المهنية؟

- هل يعتمد الصحفيين على التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات؟

- هل يتلقى الصحفيون تكوينات في مؤسساتهم الإعلامية حول تقنيات التحقق من الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة؟

أسباب إختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- الإهتمام بتداخل العمل الإعلامي وارتباطه بالتطور التقني.
- التعرف أكثر على تقنيات التحقق من المعلومات التي يعتمدها الصحفي خاصة في ظل انتشار تقنيات التزييف وتغيير الحقائق.

أسباب موضوعية:

- التحول الرقمي الذي تشهده البيئة الإعلامية في الجزائر.
- معرفة كيف استفاد الصحفيون من تقنيات الذكاء الإصطناعي في الممارسة المهنية.
- كون صحافة الذكاء الإصطناعي موضوع الساعة.
- قلة الدراسات العلمية في هذا المجال.

### أهمية الدراسة:

تتناول الدراسة الظروف المهنية الجديدة للإعلام خاصة فيما يتعلق بالعلاقة مع المعلومة وكيفية التحقق منها وصياغتها ونقلها للجمهور في ظل التطورات التقنية الحاصلة والتي تهدد بالتغيير الكلي للحقائق وحتى تزييفها.

معرفة علاقة الصحفي بالمعلومة في ظل هذه التطورات كونه الفاعل الأول داخل المؤسسة وكون عدم التحكم في تلك التقنيات يهدد من مصداقيته ومصداقية المؤسسة العامل بها.

### أهداف الدراسة:

معرفة كيف يتحقق الصحفيون من المعلومات.

إكتشاف مدى معرفة الصحفيين لتقنيات الذكاء الإصطناعي ومدى إستخدامهم لها في تحرير الأخبار والتحقق منها.

معرفة تعامل المؤسسات الإعلامية مع هذه التطورات وفيما إذا تدرّب صحفييها حول هذه التقنيات.

### صعوبات الدراسة:

-عدم إهتمام بعض الصحفيين المبحوثين بمحتوى الإستمارة بالتالي عدم الإجابة عليها.

-عدم إمكانية إجراء مقابلات مع صحفيين عاملين بالقطاع العمومي.

### مصطلحات الدراسة:

#### التحقق من المعلومات :

لغة: التحقق من المعلومات أي التيقن منها، وتحقق يتحقق تحققاً فهو متحقق وتحقق الصحفي من الخبر أي صحح عنده وعرف حقيقته والتحقق من الأخبار يعني التأكد من صحتها

**التعريف الإصطلاح:** تباينت الأدبيات التي تناولت مفهوم التحقق من المعلومات باختلاف المجالات التي توظف فيها في هذه الدراسة نسلط الضوء على هذا المفهوم في إطار المجال الصحفي والإعلامي

## التعريف الإجرائي:

نقصد بالتحقق من المعلومات من خلال دراستنا التأكد من صحتها ودقتها بما فيها الصور والفيديوهات التي تعرف تزيفاً وتغييراً للحقائق وليس التحقق كنوع صحفي أو ما يعرف بالصحافة الإستقصائية.

## الممارسة المهنية

لغة: "مارس الشيء مراساً وممارسة ويقال: مارس الأمور والأعمال، تمارس بالشيء احتك به وتدرّب عليه."<sup>1</sup>

## الممارسة في الحقل الأدبي:

هي القوامة الفعالة ما قوامه الفعل، ما يتعلق بالأعمال وما يتناسب والفعل فالممارسة قوامها نشاط فارق، بحمل الأحكام أو القوانين التي تكون فعلياً أو علمياً<sup>2</sup>

## التعريف الإصطلاحي:

تشمل المبادئ المركزية للممارسة المهنية في كل مستوياتها وبنيتها ومكوناتها، قد شهدت في الوقت الراهن تحولات سريعة عميقة خاصة في مجال التنظيم وفي سوسيولوجية المهنة الصحفية وفي طبيعة الأنساق المعرفية المتنوعة للأنواع الصحفية والإعلامية التي فرضتها البيئة الرقمية.<sup>3</sup>

التعريف الإجرائي: من خلال هذه الدراسة يتم التركيز على الممارسة الصحفية من زاوية تعامل الصحفي مع المعلومة، كيفية تحريرها في ظل ظهور تقنيات الذكاء الإصطناعي.

<sup>1</sup> محمد ابن أحمد العلوي وآخرون، المعجم الوسيط، الجزء الأول، ص 470

<sup>2</sup> أحمد خليل، مفاتيح العلوم الإنسانية، معجم عربي فرنسي انجليزي، دار الطبعة للنشر، لبنان 2017، ص 175

<sup>3</sup> جمال شعبان شاوش وآخرون، الممارسة المهنية للصحفيين في العصر الرقمي بين التحديات الراهنة والإفراط في التواصل، ص 187، المجلة العلمية للدراسات الإنسانية والاجتماعية.

## الصحفي:

**التعريف اللغوي للصحفي:** من المعروف أن اللفظ الدقيق للصحفي هو صحافي وهي مأخوذة من صناعة الصحف والكتابة فيها أو من يأخذ العلم عن صحيفة صحفية" ويعرفه قاموس الروس " بأنه الشخص الذي تكون وظيفته الأساسية و المنتظمة موجهة لممارسة الصحافة, في مؤسسة او عدة مؤسسات للصحافة المكتوبة او السمعي البصري.<sup>1</sup>

**التعريف الإصطلاحي لمفهوم الصحفي:** الصحفي هو المصطلح الذي يطلق على العامل في جلب الأخبار و تحريرها و التعليق في الإذاعة و هو أيضا يطلق على المحرر و معد البرامج في الراديو والتلفزيون، والعامل في مؤسسة إعلامية سواء(صحيفة يومية او دورية ,تلفزيون ,مجلة, وكالة أنباء) و يتقاضى على نشاطه اجرا معينا.<sup>2</sup>

## نظرية الدراسة:

إن رجوعنا إلى نظرية لها علاقة بمشكلة بحثنا يسمح لنا بتوضيحها وتوجيهها، لأن كل فرع علمي له نظريات لفحص موضوع الدراسة حيث أن النظرية تستخدم كدليل لإعداد البحوث نظرا لما توفره من تأويلات عن الواقع.<sup>3</sup>

من أجل فهم وتفسير التغييرات الحاصلة في الممارسة الإعلامية خاصة فيما يتعلق الأمر باستخدام التقنيات الحديثة بفضل التطورات التكنولوجية، نسعى من خلال دراستنا إختبار نظرية إنتشار المبتكرات التي قدمها عالم الإجتماع "إيفرت روجرز".نظرية إنتشار المبتكرات أو "نظرية إنتشار الابتكارات (Diffusion of Innovations Theory) تم تطويرها بواسطة عالم الاجتماع إيفرت روجرز. (Everett Rogers) هذه النظرية تركز على كيفية

<sup>11</sup> Le petit la rousse éditions la rousse.la france ,2010 p564

<sup>2</sup> احمد بن دريس,حرية التعبير و الصحافة و أخلاقيات العمل الإعلامي, منكرة تخرج لنيل شهادة ماجيستر في علوم الإتصال مشروع وسائل الإعلام والمجتمع,جامعة وهران ،الجزائر , 2007 ص15.

<sup>3</sup> موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، تدريبات علمية ، ترجمة بوزيد صحراوي وأخرون، دار القصبية للنشر ، ط2، الجزائر ، 2004،ص144

تبنى ونشر الابتكارات والأفكار الجديدة في المجتمع أين قام روجرز بدراسة المجتمع الريفي الأمريكي وكيفية تبنيه للتكنولوجيات والابتكارات الزراعية، وقد طور نظريته بناءً على تلك الدراسات. ركزت النظرية على كيفية تبني المستحدثات في كل الابتكارات الجديدة سواء في مجال الإنتاج أو الإستهلاك من خلال ما يأتي:

-إدخال أساليب جديدة في عملية المكننة الزراعية.

-أفكار تنظم الأسرة

-إقتناء أجهزة فلترة المياه لتفادي الأمراض

-قام روجرز بمراجعة أكثر من 5000 دراسة متعلقة بانتشار كل ما هو مبتكر جديد في مجال علم الاجتماع الريفي.

ويعرف روجرز عملية إنتشار المبتكرات بأنها عملية إبداع متصل مهتمة بالأفكار الجديدة وفق نظام إجتماعي يستخدم الأعضاء فيها نوعا خاصا من الإتصال لتبادل أفكارهم حول القنوات الإتصالية محتاجة بعضا من الوقت لتتنقل من مخترعها إلى تبني أفكار المجتمع لها.<sup>1</sup>

وتتمثل محددات قبول المبتكرات كالاتي:<sup>2</sup>

1/الميزة النسبية: كلما زاد إدراك الفرد للمزايا النسبية للمستحدثت زادت سرعة إنتشاره بين أفراد الجمهور.

2/سهولة الفهم لدرجة التعقيد: وتعني أنه كلما كانت الفكرة الجديدة سهلة التعامل والفهم، زادت سرعة انتشارها.

<sup>1</sup>حبيب ماجد فضل صقر : التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية ، 2014،فلسطين، ص29.

<sup>2</sup> منال هلال المزاهرة : نظريات الإتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط2، عمان ، 2018 ، ص 312.

3/التوافق الملائم : كلما أدرك الأفراد أن هذه المبتكرات تتفق مع مآلديه من قيم واحتياجات وخبرات زادت سرعة إنتشارها.

4/ القابلية للتجريب: وتعني مدى قدرة الفرد على تجربة المستحدث على نطاق محدود قبل أن يتخذ القرار النهائي بشأنه.

5/وضوح النتيجة: وتعني أنه كلما كان من السهل على الفرد أن يلاحظ مع الآخرين نتائج تبني المستحدث زادت سرعة إنتشاره

**فرضية نظرية إنتشار المبتكرات:**يفترض هذا النموذج أن قنوات وسائل الإعلام تكون أكثر فاعلية في زيادة المعرفة حول المبتكرات حين تكون قنوات الإتصال الشخصي أكثر فاعلية في تشكيل المواقف حول الإبتكار الجديد.

### توظيف النظرية في الدراسة:

إعتمدنا على نظرية إنتشار المبتكرات للكشف عن واقع إستخدام الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات خاصة في ظل التطورات لاتي يعرفها العالم في التقنيات الحديثة للإعلام مع تجليات الذكاء الإصطناعي، حيث نهدف من خلال الإعتماد على هذه النظرية إلى الوقوف على مدى إطلاع الصحفيين الجزائريين من كافة المؤسسات الإعلامية على التقنيات واعتمادهم عليها في ظل التطورات المتتالية التي لازالت تلاحق الممارسة المهنية وكذا تجليات الذكاء الإصطناعي التي هي الأخرى لامست الإعلام.

من خلال نظرية إنتشار المبتكرات يتسنى لنا كذلك الوقوف على مدى جاهزية المؤسسات الإعلامية من حوزها وتمكنها من التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات وكذا تدعيم الصحفيين بتكوينات حولها خاصة بانتشار الأخبار الكاذبة وتقنيات التزييف التي تشكل خطرا وتهديدا لمصداقيتها.

## مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث في جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، ومجتمع هذه الدراسة هو الصحفيين الجزائريين من مختلف المؤسسات الإعلامية من صحافة مكتوبة، قنوات تلفزيونية ومواقع إلكترونية والذين تم توزيع إستمارة الدراسة عليهم وإجراء مقابلات حول موضوع الدراسة أين تم التوجه إلى المؤسسات الإعلامية بما فيها دار الصحافة أين تم فيها إستهداف صحفيي المواقع الإلكترونية والصحافة المكتوبة كما تم التوجه إلى القنوات التلفزيونية: قناة الحياة، الوطنية TV، قناة الشروق والمؤسسات العمومية للتلفزيون الجزائري ونظرا لعدم إستجابة عدد كبير من الصحفيين تم الإعتماد على الإستمارة الإلكترونية وإرسالها إلى الصحفيين العاملين بمختلف المؤسسات الإعلامية العمومية والخاصة.

العينة: تعتبر العينة جزء من مجتمع البحث أو المجتمع الكلي للدراسة، فهي تتضمن مجموعة من أفراد هذا المجتمع، على أن تكون ممثلة له، ومن خلال إجراء الدراسة الميدانية على هذه الجزئية من المجتمع الأصلي يتم التوصل إلى نتائج يمكن تعميمها عليه كله، وقد تشمل وحدات العينة مفردات بشرية أو إعلامية، أو مؤسسات وهيئات رسمية كالمؤسسات الصحفية والاقتصادية والخدماتية، أو مؤسسات غير رسمية كالأ أسرة.

**عينة الدراسة:** عينة قصدية والتي تم تحديدها ب 80 مفردة من الصحفيين الجزائريين العاملين بمختلف المؤسسات الإعلامية (صحافة مكتوبة / قنوات تلفزيونية / مواقع إلكترونية) من القطاعين العمومي والخاص وتحدد العينة بثمانين مفردة كون الصحفيين الذين يستخدمون التقنيات الحديثة في الممارسة المهنية وخاصة للتحقق من المعلومات لايشكل عددا كبيرا وهذا ماتم ملاحظته في الدرايات السابقة التي اعتمدنا عليها في دراستنا.

ومن خلال دراستنا تم اختيار العينة بصفة قصدية وهذا للحصول على معلومات وبيانات دقيقة تساعدنا في تحليل بيانات دراستنا من خلال المحاور الموزعة على العينة عن طريق

أسئلة الإستمارة والتي تمكنا من استخلاص وتحديد نتائج ذات صلة ودقة بموضوع بحثنا والمتمثل في التحقق من المعلومات لدى الصحفيين الجزائريين في ظل تحولات الممارسة المهنية وتقنيات التحقق من المعلومات في الفترة الممتدة من 15 مارس إلى غاية 15 ماي 2024.

### منهج الدراسة:

- يعرف بأنه " مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص ، مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجرى عليها البحث أو التقصي".<sup>1</sup>

يتعين على كل باحث تحديد المنهج الذي سيعتمد عليه في دراسته و عملية تحديد المنهج غالبا ما تعود إلى طبيعة الدراسة وأهدافها حيث يعتبر المنهج الطريقة الأسلوب الذي يعتمده الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق وفي تعريف آخر يعتبر المنهج: عدة أدوات معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة"، استقصائية تستعمل في استخراج المعلومات من مصادرها الأصلية والثانوية، البشرية والمادية، البيئية والفكرية، تنظم بشكل مترابط ومنسق لكي تفسر وتشرح وتحلل ويعلق عليها وهي التي تسمح بتنفيذ بحثه والوصول إلى أهدافه.

### منهج البحوث الوصفية التحليلية:

تعرف البحوث الوصفية بأنها أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد عبر فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية تتسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة. وهي أيضا الطريق أو مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها وصف

<sup>1</sup> أنجريس موريس(ترجمة صحراوي بوزيد) ،منهجية البحث في العلوم الإنسانية في العلوم الإنسانية والاجتماعية ،دار القصبه ،ط2، الجزائر 2005، ص298

الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى والمؤثرة والمتأثرة فيها، كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي، التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من وراء استخدام هذه البحوث.

ارتأينا استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يتماشى مع متطلبات دراساتنا، نظرا لما يحققه المنهج الوصفي من وصف وتحليل دقيق للظاهرة المدروسة ومتغيراتها، من خلال جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالظاهرة المدروسة وتنظيمها بهدف وصفها كما وكيفا.<sup>1</sup>

حيث نهدف من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على التغييرات الحالية التي تشهدها البيئة الإعلامية في الجزائر بالتركيز على الممارسة الصحفية من جانب التحقق من المعلومة والتي تعتبر الركيزة الأساسية للعمل الصحفي، ذلك من خلال الربط بين المتغيرات والتي من أهمها التقنيات الجديدة للذكاء الاصطناعي والتي إن لم يحسن الصحفي إستغلالها توقعه في أخطاء مهنية تهدد مصداقيته وكذا المؤسسة العامل بها من خلال مسح اساليب الممارسة الإعلامية وذلك عن طريق تصوير الواقع التطبيقي الفعلي لهذه التقنيات ومدى الإستفادة منها ، ومعرفة الطرق التي تعتمد عليها عينة الدراسة.

**أدوات الدراسة:** إن نجاح عملية البحث مرتبط بشكل كبير بمدى فاعلية ونجاعة الأدوات المستخدمة فهي التي تساهم في إعطاء النتائج والتي تتسم بنوع من الثقة والثبات، والشائع حول أدوات البحث العلمي أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج أو أكثر ، وذلك من أجل الوصول إلى خطة بحثية متكاملة يتم تتبعها للوصول إلى تحديد بعض الجوانب محل الدراسة بطريقة علمية موضوعية تؤدي في النهاية إلى نتائج مقبولة علميا.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>. منال هلال المزاهرة، مناهج الإتصال، مرجع سبق ذكره، ص120  
<sup>2</sup> أحمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الإعلام والإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، ص202

وفي هذه الدراسة تم الإعتماد على أداتين رئيسيتين:

**1/ الإستبيان:** عبارة عن عدد من الأسئلة المحددة تعرض على عينة من الأفراد ويطلب منهم الإجابة عنها كتابة ، فلا يتطلب الأمر شرحا شفويا مباشرا أو تفسيرا من الباحث وتكتب الأسئلة أو تطبع على ما يسمى إستمارة إسبانية. وتعد من أنسب الأدوات التي تطبق على المبحوثين خاصة المتعلمين ،بالإضافة إلى أنها تحقق إعطاء المبحوثين وقتا أطول وفرصة أكبر للإجابة بحرية واطمئنان ودقة دون تحيز.

عمدنا إعتماد الإستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات والإجابة على أسئلة البحث الرئيسية والفرعية والتي قسمت على ثلاث محاور:البيانات الشخصية ، التقنيات الحديثة المعتمدة للممارسة الإعلامية، كيفية التحقق من المعلومات والتقنيات الحديثة المعتمدة في ذلك بما فيها تجليات الذكاء الإصطناعي.

يتضمن كل منها جزء من الأسئلة وذلك بتوزيع إستمارة الأسئلة على الصحفيين العاملين في مختلف المؤسسات الإعلامية، وذلك عن طريق أسئلة مفتوحة وأخرى مغلقة بهدف الإجابة على إشكالية البحث والتساؤلات الفرعية وبذلك معرفة تقنيات التحقق من المعلومات التي يعتمد عليها الصحفيون الجزائريون.

**2/ المقابلة:** تعد المقابلة من الأدوات المهمة جدا في بحوث الإعلام ،خاصة عندما يكون عدد المبحوثين قليل ،أو من الشخصيات القيادية والمسؤولة في المؤسسات المختلفة ،وعندما يكون المجال البحثي جديدا يتميز بقلة المادة النظرية المتعلقة به ،وكذا إذا كان الموضوع البحثي متخصصا يتطلب تقديم شروحات أو أن المبحوثين لهم مستويات متدنية من التعليم فيصعب معرفة استجاباتهم من خلال الاستبيان.

تم إختيار المقابلة المقننة كأداة مساعدة للتقرب أكثر من مجتمع الدراسة والظاهرة للتعرف على أبعاد جديدة فيها وذلك بإجراء مقابلات مع أربعة من رؤساء التحرير والمسؤولين داخل

مختلف المؤسسات (صحافة مكتوبة، قنوات تلفزيونية ومواقع إلكترونية) لمعرفة تفاصيل أكثر عن واقع الإستفادة من التقنيات الحديثة للإعلام وكذلك أدوات التحقق من المعلومات وبذلك التعرف على الأبعاد الجديدة للإعلام وكذا معرفة آراءهم وأهدافهم كونهم المسؤولين داخل المؤسسة.

يتم الإستعانة بدليل المقابلة وإستخلاص الأسئلة الرئيسية الفرعية للدراسة، حيث تضمنت المقابلة قرابة العشر أسئلة مستقاة من التساؤلات الفرعية للدراسة وكذلك محاور الإستبيان وهذا للحصول على إجابات مفصلة ودقيقة حول التقنيات التي يستخدمها الصحفيون للتحقق من المعلومات وواقع الممارسة الإعلامية في ظل التطورات التقنية والتي تؤثر على النشاط الإعلامي، حيث تم الإعتماد على المقابلة والتي تم إجرائها مع مجموعة من الصحفيين والمسؤولين من مختلف المؤسسات الإعلامية وذلك للحصول على معلومات أكثر دقة ووضوح حيث تم إجرائها مع المسؤول عن قسد الديجيتال بقناة الحياة السيد هوشم محمد والسيدة موجه بوعلاق المسؤولة عن موقع الجزائر الجديدة التابع لقناة الوطنية tv كما تم إجراء مقابلات مع صحفيين وذلك لمعرفة أهم التقنيات الحديثة المستخدمة للتحقق من المعلومات وواقع استخدامها في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

### مجال الدراسة:

إن المجال يشير بصفة عامة إلى مكان إجراء الدراسة أو البحث ، الزمان أو المدة التي استمر خلالها، إضافة إلى العينة البحثية التي مسها البحث ، وعليه فالمجال يشير إلى: الناس الذين يتواجدون في بيئة محددة أو منطقة جغرافية معينة وتسود بينهم معاملات وعلاقات تشكل حياتهم الإجتماعية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>ناصر ثابت : أضواء على الدراسة ، مكتبة الفالح، ط1، الكويت ، 1984ص19

**الحيز المكاني:** مختلف المؤسسات الإعلامية من صحافة مكتوبة، قنوات تلفزيونية، المواقع الإلكترونية.

**الحيز الزمني:** خلال الفترة الممتدة من 01 مارس إلى 15 ماي.

### الدراسات السابقة:

يتعين على كل باحث الإطلاع على الدراسات التي سبقت بحثه وذلك للاستفادة منها وكذا نقادي التكرار، وتمكنه من نقادي أخطاء الباحثين الآخرين وقد يسمح له ذلك بفهم موضوع بحثه أكثر واختيار الطرق والإجراءات المنهجية الملائمة لدراسته فضلا عن أن هذه الدراسات تتضمن قوائم بالمراجع الهامة التي اعتمد عليها، فتفيد الباحث في التعرف على الكثير من مراجعه ومصادره. ذلك أن الإستمرارية في البحث العلمي، هي المبدأ الذي يجعلنا نتقادي السكون في المجالات العلمية، ونتقادي أيضا إعادة إنتاج مضامين وأفكار وحلول سبقنا إليها آخرون، وكما يقول سعيد إسماعيل " ما دمنا نعيش في القرن الواحد والعشرين، فالغالب أن أي دراسة ن فكر فيها لابد أن تكون قد سبقتها جهود أخرى".<sup>1</sup>

وبعد قراءة متأنية لأهم الدراسات التي سلطت الضوء على بعض جوانب موضوعنا القائم على استخدام تقنيات التحقق من المعلومات خاصة في ظل التطورات التي يشهدها العالم بما فيها تقنيات الذكاء الاصطناعي توقفنا عند الدراسات التالية:

**1. دراسة بعنوان:** مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلاقات العامة والإعلام /

جامعة غزة حول توظيف القائمين بالإتصال في شبكة الجزيرة الإعلامية للتقنيات الحديثة

في التحقق من المعلومات داخل غرف الأخبار، 2023.

### إشكالية الدراسة:

<sup>1</sup> يوسف تمار: مبادئ البحث العلمي: المنطلقات النظرية والتوجهات التطبيقية، دار مدني للنشر والتوزيع، الجزائر، 2021، ص8

ما مدى توظيف القائمين بالإتصال في شبكة الجزيرة الإعلامية للتقنيات الحديثة في التحقق من المعلومات داخل غرف الاخبار؟

منهج الدراسة : استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي

وهو جهد علمي منظم يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة موضع الدراسة، بعد جمع المعلومات اللازمة عنها، من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها.

### النتائج:

وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة أهمها:

- أن شبكة الجزيرة تسعى دائما إلى رفع درجة جاهزيتها إلى أقصى مستوى وتوظيف التقنيات الحديثة في شتى المجالات، خاصة في مجال التحقق من المعلومات.
- مدى تطبيق التقنيات: كون شبكة الجزيرة تهتم بشكل كبير في توظيف هذه التقنيات الحديثة، والإستفادة من تطبيقها في عملية التحقق، للوصول إلى درجة عالية من المصداقية.
- الإتجاهات نحو توظيف التقنيات ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى الدور الكبير والمؤثر الذي تؤديه التقنيات الحديثة في عملية التحقق من المعلومات ، الأمر الذي يدفع القائمين بالإتصال بشبكة الجزيرة نحو تأييد توظيفها بنسب مرتفعة، حيث بات الإعتماد عليها من لميم العمل، وباتت جزءا مهما من صناعة الخبر.

### التعقيب على الدراسة:

تمثل هذه الدراسة من أكثر الدراسات التي تخدم دراستنا كونها سلطت الضوء على التقنيات الحديثة للتحقق من الأخبار خاصة وأنها سلطت أهميتها على مؤسسة ذات ثقل "الجزيرة"

حيث تمكننا من تقييم تجربتها واسقاطها على موضوع دراستنا والمتمثل في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

2. دراسة بعنوان: تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لفرص توظيف صحافة الذكاء الإصطناعي في التحرير الصحفي، دراسة ميدانية للباحثين أحمد عبد الحكيم وعامر قاسم كريم، قدمت في إطار الحصول على درجة ماجستير في الصحافة بكلية الآداب في الجامعة الإسلامية بغزة، 2021.

تهدف الدراسة الى التعرف على تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لفرص توظيف الذكاء الإصطناعي في التحرير الصحفي، وتنتمي الدراسة الى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج الدراسات المسحية، وفي اطاره أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية، ومنهج العلاقات المتبادلة، وفي اطاره أسلوب العلاقات الإرتباطية معتمدة على صحيفة الإستقصاء والمقابلة المعمقة كأداتين للدراسة وطبقت على عينة عمدية متاحة قوامها 103 مفردة من النخبة الفلسطينية، ووظفت الدراسة نظريتي انتشار المبتكرات والقائم بالاتصال.

- وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

يعتقد %5.50 من النخبة الإعلامية الفلسطينية أن درجة تأثير استخدام تقنيات صحافة الذكاء الإصطناعي في التحرير الصحفي "كبيرة"، تليها بدرجة "كبيرة جدا" بنسبة 2.25% تليها بدرجة متوسطة بنسبة %6.13.

- يرى %2.60 من النخبة الإعلامية الفلسطينية أنه يمكن الإستفادة من صحافة الذكاء الإصطناعي في التحرير الصحفي في التعامل مع البيانات الضخمة، وفي زيادة جودة المنتج الصحفي.

**التعقيب على الدراسة:**

تتمثل حدود الإستفادة من الدراسة كونها سلطت الضوء على تقنيات الذكاء الإصطناعي وتأثيرها في التحرير الصحفي وهذا ما يتقاطع مع دراساتنا والتي تركز في جانب منها على التقنيات الحديثة المؤثرة في الممارسة الإعلامية.

# الإطار النظري

### تمهيد:

يعتبر الإعلام من المجالات التي تأثرت بالتطورات الحاصلة مثله مثل كافة المجالات والتخصصات، وهذا ما أثر على الممارسة الإعلامية وعلى كيفية التعامل مع المعلومات وفي هذا الفصل سنبرز أهم هذه التغيرات التي طالت مهنة الصحافة والتي أثرت خاصة على كيفية التعامل مع المعلومة كونها الدعامة الأساسية للإعلام. ذلك من خلال عنصرين يتفرع كل منهما إلى ثلاث أجزاء رئيسية والتي ستتمحور في مجملها على الممارسة الإعلامية، كيف تطورت، أهم المحطات التي مرت بها وكذا أهم المحطات الحديثة التي توصل إليها الإعلام. وصولاً إلى الذكاء الاصطناعي والذي أضحى اليوم مسألة في غاية الأهمية لأنه بات عنصراً مؤثراً للتطور مما يستجوب تسخير الإمكانيات لزيادة الدقة في المحتوى والسرعة في جمع البيانات وكذلك توفير الموارد المادية للإعلام بشكل عام من المجالات التي اكتسحها الذكاء الاصطناعي الأمر الذي جعل كبريات المؤسسات الإعلامية وخاصة بعد أزمة كورونا الفائتة تسارع خطاها لتفعيل فكرة إحتضان التقنيات المقدمة كالذكاء الاصطناعي من أجل الإبقاء على الصنعة الإعلامية في زمن باتت فيه التقنية تختلط وتتافس مجالات عمل بشرية كثيرة وليس الإعلام فقط.

## الفصل الأول:

# الممارسة الإعلامية في ظل التطورات

## التقنية

## المبحث الأول: تطور الممارسة الإعلامية

### أولاً: مدخل إلى الممارسة الإعلامية

**الممارسة المهنية:** الممارسة المهنية في مؤسسة ما قد تتحدد بعدد من العوامل مثل التنظيم الإداري، التأهيل العلمي والمهني، واتجاه العلاقات الوظيفية والاجتماعية بين مختلف المستويات مثل الرئيس والمرؤوس وأبين الموظفين بصفة عامة<sup>1</sup>.

**الممارسة الإعلامية:** أما الممارسة الإعلامية فتختلف باختلاف طبيعة العمل، فقد تتعلق بعملية جمع الخبر وتقصي مصدر الخبر وعرض الخبر بجملة من التحليلات الأدلة لتتوير الرأي العام في وسائل إعلامية مختلفة، فهي مهنة لا تستميلها الصداقات ولا تطلب معروفاً فهي مكرسة للصالح العام وتتعامل بروح العمل والإنصاف مع أصحاب الآراء المعارضة. الوسائل التكنولوجية الحديثة للإعلام: تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي مجموعة من التقنيات الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الإعلامي والاتصالي، والذي يراد توصيله من خلال عملية الإتصال الجماهيري أو الشخصي

<sup>1</sup>سعاد الجواهره، إسهامات الوسائل التكنولوجية الحديثة في الممارسة الإعلامية، جامعة الجزائر، مجلة الدراسات الإنسانية والاجتماعية، 2021، ص 266

أولتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة، المرسومة أو الرقمية من خلال الحاسبات الالكترونية وكذا الربط الشبكي كما يمكن تعريفها على أنها تلك الوسائل والأدوات التي ظهرت إلى الوجود وإلى حياة المجتمعات الإنسانية نتيجة التطورات الحاصلة في ميدان الإتصال والإعلام وهذا نتيجة زيادة حاجيات الإنسان ومتطلباته اليومية، فنحن نعيش كل دقيقة وكل ثانية مبتكرات جديدة في كل الميادين. إذن تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة تجمع بين ثلاثة مجالات تقنية هي الاتصالات عن بعد، السمعى البصري، الإعلام الآلي، بحيث نتج عن تقاطعها وإدماجها وسائل الاتصال المتعددة "Multimédia" ويستدعي استعمالها مكونات إلكترونية و طاقة كهربائية.<sup>1</sup>

**التكنولوجيا والإعلام الجديد:** على عصور مضت كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحف مجلات وإذاعة وتلفزيون هي محور الوسائل الاتصالية والإعلامية المجتمعية التي يتم استخدامها للوصول إلى الجمهور، وإيصال الرسائل المختلفة إليهم، أما اليوم فأصبح الإعلام مرتبط بالوسائل التكنولوجية المستخدمة لأداء العملية الإعلامية، لما تتسم به هذه الوسائل من تعدد الوسائط والاعتماد على النص الفائق في عملية إعداد والنشر والتوزيع للمادة

<sup>1</sup> سعاد الجواهرة، مرجع سبق ذكره، ص 227

إعلامية، فأصبح الإعلام اليوم يطلق عليه الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام

المعلومات، وإعلام الوسائط المتعددة أو العالم الشبكي الحي على خطوط الاتصال Media"

" Online الإعلام السيبروني Hyper Media "التشعبي والإعلام Cyber Media "

"وهناك من يعتبر إعلام الجديد؛ أنه الإندماج بين تكنولوجيات الاتصال البث الجديدة

والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكات، كما جاء تعريف الإعلام الجديد في قاموس التكنولوجيا

الرقمية على أنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط.

### ثانيا: تطورات الممارسة الإعلامية<sup>1</sup>

تطرق الباحث Bernard Poulet في كتابه "نهاية الصحف ومستقبل المعلومات" عن أهم

التحولات التي شهدتها المهنة الإعلامية بصفة عامة والصحفية بصفة خاصة، حيث أبرز أن

التقنية الحديثة لوسائل الإتصال هي التي أحدثت الكثير من التحولات المعرفية والفكرية

والمهنية وغيرت صورة الكثير عن مجال التواصل وكذا طبيعة وسياق بناء الأخبار

<sup>1</sup> سعاد الجواهره، مرجع سبق ذكره، ص229.

والمعلومات والمعارف في الوسائل الإعلامية. وهي تنفصل بنائياً ووظيفياً عن الممارسة المهنية والإعلامية التقليدية .

ارتبطت هذه الظاهرة بالانترنت والتطور التقني والتي لامست كذلك إقتصاد الصحافة ومن مجال المنطق المالي ،بذلك يعتبر الرهان الأساسي في هذا المجال الذي برز منذ ظهور مجرة قوتنبرغ Gutenberg، يكمن في التحولات التي يتداولها الكثير والعديد من الباحثين والمختصين في المجال الإعلامي والصحفي والتي ترتبط بالتغيرات والانزياحات المتعلقة بالممارسة المهنية سواء في الزمن أو في الهوية أو في خصوصية ومبادئ المهنة وهذا نتيجة حسب ما أشار إليه الصحفي نيكالا بيكي Nicals Becquet عامل مجانية الولوج إلى الخبر بفضل التكنولوجيا الحديثة التي زعزعت النموذج الإقتصادي للمؤسسة الإعلامية وتراجع المبيعات وانتقال المصادر والميزانيات الإخبارية إلى الأنترنت والإستغناء عن الصحافة الورقية. ففي الولايات المتحدة التي تأثرت كثيراً بهذا التطور الحتمي تقلصت عائدات الإشهار للصحافة فيها من 60 مليار دولار في 1990 إلى 20 مليار دولار سنة 2011 وكذلك وفرة العرض الذي حول وغير من عادات الإستهلاك للأخبار والمعارف وفق

مافرضته الثورة الرقمية والتي تعتبر القارئ الصانع الأساسي للخبر ومشاركا في نشره عبر قنوات الإتصال الإعلامية كمتفاعل ووسيط مع الرأي العام متجاوزا بذلك الوسائل والمصادر التقليدية في جمع المعلومات.

### ثالثا: مركزية التقنية وتحول الممارسة المهنية

من الواضح أنه لايمكن نفي سرعة التحولات التي شاهدها الممارسة الصحفية والإعلامية في السنوات الأخيرة، حيث أن تطور التكنولوجيا الرقمية ودخول عدد كبير من تقنيات ووسائل المييديا في مجال الصحافة قد أثرت بشكل كبير وبصورة مباشرة على الروتين الإنتاجي للمضمون الإعلامي وعلى التنظيم الوقتي للمؤسسات الإعلامية. على سبيل المثال فإن الحضور الفيزيائي للصحفي المهني والمحترف في غرفة التحرير لم يصبح أمرا ضروريا، بل أصبح كنوع من الحضور الذي يقوم على خاصية الصحفي المتجول أو المتنقل وهذا ما أضفى على مهنة الصحافة الراهن بعدا مهنيا يترجم في إطار البعد الديناميكي والمباشر لمجال التحرير الذي يتألف من صحفيين لهم تحديد طبيعة الوقائع والأحداث وجمع البيانات

والمعلومات والإحصائيات والصور والقيام بفعل الإنتاج والنشر والتوزيع وهذا بغض النظر على الفضاء المكاني الذي يتواجدون فيه.

إن ما يميز هذه الممارسة المهنية ذات الطابع المعقد، أنها توسع عدد المشاركين في الفضاء العام الرقمي وبرز ممارسة الهواة في البناء الإعلامي، خاصة وأنها سهلت أدوات النشر الذاتي للصحفيين والوصول إلى الأشخاص العاديين وإلى الجمهور المتنوع وتضاعف عدد ناشري ومروجي الأخبار.<sup>1</sup>

### رابعا: مظاهر التكنولوجيات الحديثة للإعلام

هذا ما يفترض بتطوير الأعمال والممارسات التي تأخذ بعين الاعتبار استغلال الدعائم والوظائف الجديدة للبناء الإعلامي والسرد الصحفي التي تستعين بالتقنيات الرقمية التي توفرها الأنترنت بالمجان ولكن في كثير من الأحيان دون تأطير قانوني واضح مثل روبرتاج الواب web reportage ، الواب الوثائقي web documentaire ، صحافة البيانات data journalisme.

<sup>1</sup>جمال شعبان شاوش، مقال بعنوان "الممارسة الصحفية في المشهد الإعلامي الرقمي بين هيمنة التقنية وتحول الهويات المهنية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2020، ص194.

**صحافة البيانات:** تزايدت في الآونة الأخيرة أهمية صحافة البيانات وهي صحافة متخصصة في إبراز الدور المتزايد للبيانات الرقمية في صناعة الأخبار، حيث تقدم قصصاً خبرية تُظهر البيانات بشكل بصري مبسط، مما يسهل فهمها واستيعابها لدى الجمهور. طورت صناعة الاتصالات بشكل هائل في الفترة الأخيرة، ومع زيادة وفرة البيانات عبر الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، والثورة التكنولوجية التي نعيشها حالياً، أصبح من الصعب عرض ونشر البيانات بالطرق التقليدية في الصحافة. وهنا تكمن أهمية صحافة البيانات، حيث تعمل على توضيح البيانات الكبيرة والمعقدة بشكل مبسط وسهل للفهم للجمهور.<sup>1</sup>

ومع التدفق الكبير للبيانات، أصبح من الصعب التأكد من مصداقية البيانات لذا يعتبر استخدام الإحصاءات الرسمية كمصادر موثوقة أمراً حيوياً في صحافة البيانات حيث تتجاوز الحكومات بشكل متزايد على هذا التطور من خلال نشر البيانات والإحصاءات وجعلها متاحة للجمهور. وبالتالي، يقع على عاتق الصحفيين الاستفادة من هذه البيانات وصياغة تقارير صحفية توعوية للجمهور.<sup>2</sup>

**صحافة الموبايل:** هي نوع حديث يتيح لنا إنتاج محتوى متعدد الوسائط، مكتوب أو مرئي أو مسموع، بالإعتماد على جهاز واحد فقط هو الموبايل أو الهاتف المحمول. يشمل مفهوم صحافة الهاتف المحمول، العملية الإنتاجية التي يسلكها الصحفي لإنتاج مادته، من مرحلة

<sup>1</sup> جمال شاوش شعبان، مرجع سبق ذكره، ص195.

<sup>2</sup> فضيل دليو، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، 2014، ص115

التخطيط، مروراً بالتصوير والتحرير، وانتهاءً بالنشر. كل هذا بالإعتماد على مجموعة من التطبيقات والمعدات التي توفرها تقنيات الهواتف المحمولة. يتفق الكثير من المختصين على أن صحافة الموبايل أسست لحقبة جديدة في أساليب جمع الأخبار وعرضها لذا يتجاوز تعريفها الجانب التقني ليشمل مرحلة جديدة من أسلوب السرد القصصي. كما أن الموبايل وسيلة مهمة لاستهلاك المحتوى، وقد تفوق على الوسائل التقليدية في بلدان كثيرة في السنوات الأخيرة، بحسب الدراسات، بذلك فرض على الصحفي إنتاج محتوى يالئم الشاشات الكبيرة.<sup>1</sup>

وتعتبر قناة الجزيرة من بين أكبر القنوات التي تهتم بهذا النوع من الصحافة عربياً، وفي موقع معهد الجزيرة الإلكتروني كم هائل من المجالات والمقالات التي تبرز دور صحافة الهاتف المحمول في إنتاج المهام الصحفية بشكل متقن وبجودة عالية لتصبح بذلك وسيلة العصر التي توفر الكثير من الجهد، الوقت والوظائف.

يسميه حدوش وآخرون، الممارسة المهنية للصحفيين في العصر الرقمي بين التحديات الراهنة والإفراط في التواصل، مقال في مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر، ص19

وقد قدم مذيع الجزيرة" زين العابدين توفيق" نشرة إخبارية كاملة من منزله بعد تماثله للشفاء من فيروس كورونا، لتكون المرة الأولى التي تبث فيها قناة الجزيرة نشرة إخبارية بالموبايل. فضلا عن الكثير من الأعمال الناجحة من قصص إخبارية ، وثائقيات وتقارير وغيرها. كما أنها أطلقت في أواخر 2019 من خلال قسمها الرقمي خدمة "إيجاز" وهي نشرة قصيرة تصور باستخدام الهاتف وتختصر أبرز أخبار اليوم في أقل من دقيقتين.<sup>1</sup>

يقول غلين مولكاهي "مدرّب رائد في مجال صحافة الموبايل": إذا كنت تريد حقا أن تكون صحفيا، وكان هدفك الوصول الى الجمهور وسرد القصص، فلم يعد الموبايل خيارا فقط بل أصبح مع تطبيقاته ومعداته ضرورة لعمالك.

### المبحث الثاني: إعلام الجديد والذكاء الإصطناعي

#### أولا: مدخل إلى الذكاء الإصطناعي

تتمحور جميع تعريفات الذكاء الإصطناعي حول دراسة كيفية تدريب الأجهزة والآلات لتقوم بأشياء بشكل أفضل مما يفعلها الإنسان في الوقت الراهن، لذلك فهو ذكاء يراد له

<sup>1</sup> يمرجع سبق ذكره ، ص120

أن يتمتع بكل القدرات التي يتميز بها الإنسان عن الآلة، وعليه فمن الممكن وضع تعريف الذكاء الاصطناعي على أنه طريقة لصنع حاسوب أو روبوت يتم التحكم فيه بواسطة الكمبيوتر، أو برنامج يفكر بذكاء، بنفس الطريقة التي يفكر بها البشر الأذكياء. أو أن الذكاء الاصطناعي هو علم صنع الآلات التي تقوم بأشياء تتطلب ذكاء إذا قام بها الإنسان وهو قدرة الآلة على محاكاة العقل البشري وطريقة عمله مثل قدرته على الإكتشاف والإفادة من التجارب السابقة.<sup>1</sup>

علم يهتم بصناعة آلات وروبوتات مرتبطة بأنظمة حواسيب، تقوم بتصرفات يعتبرها الإنسان تصرفات ذكية أو تمتلك الخصائص المرتبطة بالذكاء، واتخاذ القرار وأداء بعض المهام التي تتطلب التفكير والفهم والسمع والتكلم والحركة بدلاً من الإنسان.<sup>2</sup>

يعتبر المختصون في علم الآليات والمعلومات أن هذا التعريف كافي ووافي لوصف وتفسير مصطلح الذكاء الإصطناعي ونجد في المقابل أن هناك تيارا من المختصين في هذا المجال

<sup>1</sup> BJ.Copeland (27-03-2018, Artificial intelligence, www.britannica.com.Retrieved 25-4-2018 .Edited.seen 21/3/2024 at 13am

<sup>2</sup> مقال عبر موقع الجزيرة [www.eljazeera.net](http://www.eljazeera.net) تم الإطلاع عليه يوم 27 أبريل 2024 على الساعة 15:15

يرون أن هذا التعريف مبهما وغير واضح كتعريف كامل نظرا لطبيعته المرتبطة بالتطور التقني المتجدد الذي يختلف باختلاف الزمن والوقت.

### ثانيا: صحافة الذكاء الإصطناعي<sup>1</sup>

هو مصطلح أشمل من صحافة الروبوت، فما نراه من اعتماد بعض وسائل الإعلام على "روبوت" في صالات التحرير أو المؤسسات الإعلامية، لايمثل إلا قليلا من صحافة الذكاء الإصطناعي. حيث تعتمد صحافة الذكاء الإصطناعي على تقنيات عديدة توفرها الثورة الصناعية الرابعة مثل منصات أنترنت الأشياء، أجهزة هاتف محمولة عالية الدقة تكنولوجيا كشف المواقع التفاعل المتقدم بين الإنسان والآلة، طباعة ثلاثية الأبعاد، تحليل البيانات الكبرى والخوارزميات المتقدمة، الواقع المعزز، الأجهزة القابلة للإرتداء، تقنية البلوك تشين. ولكل تقنية من هذه التقنيات الدور في دفع صحافة الذكاء الإصطناعي، فمنها:

أ/ أجهزة الهاتف المحمولة عالية الدقة في التصوير والنقل والتواصل بالشبكات " 5G ، 6G

7G، أو شبكات جديدة تتزايد سرعتها ألف مرة عن السرعات الحالية، علاوة على اتصالها

<sup>1</sup> محمد عبد الظاهر، صحافة الذكاء الإصطناعي: الثورة الصناعية الرابعة وإعادة هيكلة الإعلام، دار بدائل للطبع والنشر والتوزيع، ط1، ص37

المباشر بعدة أقمار صناعية دوارة ،ومتصلة بقنوات إعلامية أو شبكات تواصل مباشرة. والتي تتيح للصحفي أو الإعلامي أو حتى الروبوت الناقل للأخبار والمزود بمثل تلك التقنيات بأن يكون مؤسسة إعلامية متنقلة، في (الكتابة، التصوير، التحرير، البث)،وهذا مايقود صحافة الذكاء الإصطناعي إلى مستويات عالية، ويحقق طفرة كبيرة في صناعة العالم.<sup>1</sup>

ب/ التصوير عبر تقنيات **Augmented journalism**: حيث كشفت تقارير لوكالة اسوشيتد براس أنهم في إطار مشروعهم الذي أطلق عليه اسم "الصحافة المعززة" ،حيث استعانوا بفريق من 11 روبوتا لتغطية وتصوير أولمبياد 2016 ،من الزوايا التي يصعب على الإنسان الوصول اليها، ويعد استخدام أجهزة الطائرات بدون طيار Drone ، أحد أوجه هذا التطور التقني، حيث كشفت أسوشيتد برس عنه بحيث أنها استعانت أيضا بالروبوت درون لتغطية مأساة وحالت النازحين بالموصل جنوب العراق، وفي هذه الحالة لعبت طائرات Drones دورا اخر الى جانب التصوير اذ امتدت فاعليتها الى أبعد من ذلك بتوفيرها لمعلومات دقيقة حول حالة الطقس في تلك المنطقة ومعلومات أخرى حسب ما صرح به سام ماكنيل "المختص في صحافة الفيديو" ، وهو ما قد يمكن من تقليص أعداد

<sup>1</sup>مقال عبر موقع الجزيرة [www.eljazeera.net](http://www.eljazeera.net) تم الإطلاع عليه يوم 27 أبريل 2024 على الساعة 15:15.

الصحفيين الذين يتعرضون لإصابات وفي بعض الحالات إلى القتل أثناء تغطيتهم لمناطق

الحروب.<sup>1</sup>

الطباعة ثلاثية الأبعاد: والتي تفتح أبوابا جديدة في رسم وتصوير الأشخاص والأحداث

بصورة أقرب للواقع، فقد تغير تماما من برامج المونتاج وتحرير الفيديوهات، علاوة على

صناعة مجسمات حيوية وتخيلية - ثلاثية الأبعاد - لبعض الأحداث التي يصعب على

العالم الحصول على مواد مصورة خاصة في المناطق الخطرة.<sup>2</sup>

ثالثا: أهم أدوات الذكاء الاصطناعي<sup>3</sup>

1/ صحافة الروبوت: أو الصحافة الخوارزمية، من أهم أدوات تقنيات الذكاء الاصطناعي

وهو جمع المعلومات حول الأحداث والقضايا وتصنيفها وكتابتها في شكل أخبار وتقارير

ونشرها بطريقة آلية دون تدخل من العنصر البشري. ومن بينها برنامج المراسل الروبوت

<sup>2</sup>سفيان سعودي: هكذا تساهم الروبوتات في مساعدة الصحفيين على إنجاز أعمالهم، شبكة الصحفيين الدوليين، 30 أكتوبر 2018 أطلع عليه يوم

28 أبريل 2024 على الساعة 12:45

<sup>3</sup> أحمد عبد الحكيم: تقييم النخبة الفلسطينية لفرص توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، مذكرة ماستر في الصحافة، كلية الآداب في الجامعة الإسلامية، فلسطين، 2021، ص 118-119.

المعروف بـ "Héliographe" وهو يعتمد على الذكاء الاصطناعي، وهو الروبوت المراسل

لجريدة واشنطن بوست، فقد استطاع أن ينجز 850 موضوعا صحفيا وغيرها.

**2/ منصات البيانات المفتوحة:** هي إحدى أسس صحافة الذكاء الاصطناعي، حيث توفر

كما هائلا من البيانات المفتوحة حول العالم، وسوف تتيح لكل وسائل الإعلام والصحفيين،

وحتى "الروبوت" الحصول على المعلومات يوميا دون البحث عنها. بمجرد تحديد اهتمامات

الفرد من المعلومات، سوف تتدفق إليك ملايين المواقع والروابط وكم هائل من البيانات

الضخمة.

**3/ التعلم العميق:** هذه التقنية لا تحتاج الى أي بيانات محددة ولديها القدرة على فهم سياق

الصورة، وكذلك تحديد محتوياتها باستخدام التعريف والنص **deep text** ، تستخدم هذه

التقنية الشبكات العصبية لتحليل الكلمات.

**4/ تقنية "بوت سالير slayer boot"** : وهي إحدى أدوات مساعدة القائمين في مجال

الصحافة من أجل تحديد الأخبار الزائفة.

5/ تقنيات توليد وإنشاء المحتوى الصحفي: وتعد أداة Smith Word، أحد فروع الذكاء

الإصطناعي لكتابة مقالات وتقارير واجراء تحليلات وغيرها.

6/ تقنيات اقتراح الأفكار والعناوين: هي أدوات تقوم على مساعدة القائمين بالإتصال في

المؤسسات الإعلامية على اقتراح مقالات وصور ومواضيع حيث توفر تقنية Bertie

موضوعات للتغطية الإعلامية.

7/ تقنيات التتبع Reuters news trace : وهي أدوات قادرة على تتبع الأحداث

بسرعة وعلى نطاق واسع، والتحقق تلقائيا من الأخبار العاجلة، وقد استخدمت وكالة رويترز

هذه التقنية من أجل أتمتة مقاطع الفيديو التفاعلية من خلال تزويد المشتركين بالنفاز لقاعدة

ضخمة من البيانات.<sup>1</sup>

رابعا: وظائف الذكاء الإصطناعي: إن التطور الهائل الذي شهده الذكاء الاصطناعي خلال

السنوات الأخيرة جعله أداة رئيسية في العديد من المجالات، بما في ذلك قطاع الإعلام.

فبفضل قدرته على محاكاة القدرات الذهنية البشرية، يستخدم الذكاء الاصطناعي في تحرير

<sup>1</sup> أحمد عبد الحكيم، مرجع سبق ذكره، ص -119.

المحتوى عبر صياغة المحتوى بشكل آلي من خلال خوارزميات تعمل دون تدخل بشري مباشراً مما يتيح مجموعة من الخصائص التي تزيد من فاعلية المؤسسات الإعلامية للوصول إلى جمهورها المستهدف، سواء كان ذلك في مجال الصحافة أو البث التلفزيوني الرقمي. يعتمد تصميم تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتطوير البرمجيات والأنظمة الذكية على دراسة الذكاء البشري وكيفية تعلم الإنسان واتخاذ القرارات في مختلف السياقات، سواء في الأحداث اليومية أو في مواجهة المشكلات<sup>1</sup>.

هذا التطور يساعد أيضاً على تحسين جودة المحتوى الإعلامي وتوفيره بشكل أسرع وأكثر فعالية، مما يساهم في تعزيز التواصل وتبادل المعرفة بين الأفراد والمجتمعات على الصعيدين المحلي والعالمي. حيث شهد توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال جمع وإنتاج الأخبار تطوراً ملحوظاً منذ عام 2014، حيث بدأت وكالات الأنباء مثل "أسوسيايتد برس" في استخدامها بشكل متزايد. هذه التقنيات أتاحت أدوات قوية لتطوير العمل الإخباري والمحتوى الصحفي، سواء من حيث الشكل أو المضمون. وكانت وكالات دولية مثل رويترز قد تبنت هذه التقنيات، مما أدى إلى تحولات كبيرة في مفاهيم وآليات وبنية عمل المؤسسات الإخبارية. تلك التحولات تشمل تغييرات في عمليات الإنتاج والتوزيع

<sup>1</sup>محمد عمرو محمود عبد الحميد، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث العالمية، جامعة الأزهر ، 2022 ، العدد5.

وكذلك في طرق تقديم الأخبار للجمهور، مما يتطلب تكييفاً مستمراً وابتكاراً لمواكبة هذه التطورات التكنولوجية والتغيرات في سلوك المستهلكين للمعلومات.

ومن أهم وظائفها:

- متابعة القصة الخبرية في الوقت الحقيقي و تتبع كيفية تطورها وما يستجد بشأنها و توفير توصيات بمقالات مرتبطة بالموضوع الجاري انتاجه.

-أتمتة automate التنبيهات وتسهيل اخطار الصحفيين من خلال التنبيه عند ورود معلومات جديدة حول موضوع يتابعه الصحفي.

-مهام أرشيفية: حيث تقوم تقنيات الذكاء الاصطناعي للمؤسسات العالمية بالبحث في الأرشيف الصحفي للمؤسسة.

- رصد الإتجاهات السائدة أو trends في مواقع التواصل الإجتماعي وتعليقات الجمهور بما يساهم في تحديد الموضوعات الجديرة بالنشر والأولى بالمتابعة<sup>1</sup>.

- التصميم<sup>2</sup>: عبر تطوير معالجة المحتوى من حيث شكل التصميم وطريقة العرض.

- الصياغة والمراجعة اللغوية: حيث تساعد تقنيات الذكاء الإصطناعي غرف الأخبار في التعامل مع المحتوى من حيث المراجعة اللغوية والصياغة والترجمة.

أحمد حسن السمان: اتجاهات الصحفيين في وكالت الأنباء نحو واقع ومستقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ، وكالة أنباء الشرق الأوسط دراسة حالة) في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا التفاعلية ، جامعة العلوم والتكنولوجيا، مجلة بحوث العالقات العامة للشرق الأوسط، ع 40 ( 1،مصر، ص263.

- معالجة البيانات الكبيرة: تمثل أهم مجالات تفوق الذكاء الاصطناعي في التعامل مع البيانات الكبيرة big data التي تحدث تدفقا خبيريا معلوماتيا من الصعب على البشر التعامل معه وتقييمه وتوظيف هذا التدفق الضخم بسرعة وفعالية، لما يستلزمه من وقت وجهد كبيرين، مما يجعل تقنيات الذكاء الاصطناعي جزء أساسيا من عملية جمع الأخبار، واختيار المحتوى وفلترته automatedfiltering وتصنيف المعلومات وتوجيهها لأغراض مختلفة.

- توثيق صحة الأخبار: حيث تتيح أدوات الذكاء الاصطناعي فحص صحة المعلومات وكشف الأخبار الزائفة وتحديد المحتوى المشكوك فيه، تتابع كما تسمح منصات التواصل الاجتماعي مثل فايسبوك وتويترو غيرها للكشف عن أنماط استخدام كلمات بعينها بما يمكن أن يكشف عن المعلومات الزائفة أو المضللة والوصول الى مصدر نشرها ، وتزداد أهمية هذه الخاصية مع التطور التكنولوجي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> أحمد حسن السمان، مرجع سبق ذكره، ص264

## الفصل الثاني:

الأخبار الكاذبة وتطور تقنيات التحقق

من المعلومات

تمهيد:

أصبحت الأخبار الكاذبة ظاهرة متنامية تؤثر على المجتمعات بشكل واسع، حيث تنتشر بقصد خداع الجمهور ، ولم تعد تتمركز فقط على الأخبار الملفقة والمعلومات المغلوطة، بل أصبح من الممكن إنشاء صور وفيديوهات لأماكن وأفراد لاوجود لهم ، ففي ظل هذه التطورات الحديثة التي تهدف إلى تغيير الحقائق وتزييفها أصبح من اللازم على الصحفي التعرف والتمكن من تقنيات التحقق والتدقيق من صحة المعلومات والتي تختلف بحسب المحتوى المراد التأكد من صحته سواء صور، نصوص أو فيديوهات حيث تشمل استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل النصوص و الصور والفيديوهات . يعرض الفصل الثاني من دراستنا أهم تقنيات التحقق من المعلومات التي تساعد الصحفي في التحقق من المحتويات وذلك في خضم تطور الأخبار الكاذبة وتقنيات التضليل والتزييف.

## المبحث الأول: لمحة عن الأخبار الكاذبة

### أولاً: مفهوم الأخبار الكاذبة

يمكن تعريف الأخبار الكاذبة على أنها التي لا توجد أدلة كافية لإثباتها أو تأتي من مصادر مشكوك فيها ولا يمكن التحقق منها فالأخبار بصفة عامة تعني معلومات يمكن التحقق منها خدمة للمصلحة العامة وبالتالي فإن المعلومات التي لا تستوفي هذه المعايير لا تصنف كأخبار ومن هذا المنطلق فإن الاخبار الكاذبة تقوم اساسا على هدم وتخريب لمصداقية المعلومات<sup>1</sup>.

الاخبار الكاذبة هي معلومات خاطئة تنشر على وسائل الاعلام (تلفزيون راديو، جرائد) او مواقع التواصل الاجتماعي ليتم مشاركتها على نطاق واسع بغرض الايذاء وتضليل الجمهور او بهدف الترويج وجذب الانتباه او الاضرار بالسمعة<sup>2</sup>.

تتكون الاخبار الكاذبة من التداول الطوعي في الفضاء العام من قبل فاعلين اجتماعيين وهي تختلق عمدا بقصد خداع طرف اخر، وحثه على تصديق الأكاذيب او التشكيك في الحقائق بهدف تداعيات سياسية، اقتصادية واجتماعية كما تهدف الى تطويق الراي العام<sup>3</sup>.

وفي السنوات القليلة الماضية أصبحت الاخبار الكاذبة هي الكلمة الأكثر انتشارا، حتى تم اختيارها من قبل قاموس "كولينز" كونها الأكثر تأثيرا وحضورا.

<sup>1</sup> C'est quoi les fake news ; édition milan, 2019 p1

<sup>2</sup> سناء يساري وآخرون: إعلام الأزمة الخليجية للأخبار المزيفة، تقرير لمركز الدوحة لحرية الاعلام، قطر، ديسمبر 2017، ص6.

<sup>3</sup> عبد الرزاق ديلمي، اشكالية الاخبار المفبركة وأثرها على الراي العام، دراسات اعلاميه مركز الجزيرة للدراسات 24 يوليو 2018 ص.9

يمكن ان تخدم المعلومات الكاذبة الأشخاص من خلال تبني أسماء وعناوين ويب لمؤسسات معروفة او الظهور على أساس مواقع ويب موثوقة. وحسب مارتين تشابمان (خبيرة الثقافة الإعلامية) فان الاخبار الكاذبة تتكون من ثلاث عناصر هي: عدم الثقة، المعلومات المضللة والتلاعب.<sup>1</sup>

وفيما يلي بعض المصطلحات المرتبطة بالأخبار الكاذبة:

**التضليل:** وهو محتوى ملفق ممزوج بالحقائق يعتمد على معلومات كاذبة تنتشر عن قصد او عن عمد بهدف الخداع وتشنيت العقل عن الحقائق<sup>2</sup> وإنتاج معلومات مضللة، مع وجود نية مسبقة لدى القائمين به للتلاعب بوعي الجمهور وتوجيهات الرأي العام كما يعتمدون استهداف أشخاص معينين لتشويه سمعتهم.<sup>3</sup>

**الإشاعة:** الإشاعة هي اقوال وروايات يتناقلها الناس دون أن تركز على مصدر موثوق به يؤكد صحتها أو ترويخ لخبر مختلق او تحريف وتشويه لخبر يحتوي على جانب ضئيل من الحقيقة أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع بهدف التأثير على الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> [webwise.ie/teachers/what-is-fake-news](http://webwise.ie/teachers/what-is-fake-news) vu le 14/4/2024 à 01:22.

<sup>2</sup> فريد حاتم الشحف، الدعاية والتضليل الإعلامي الأساليب والطرق، دار علاء الدين للنشر، سوريا 2015، ص 11  
<sup>3</sup> شيريلن أيرتون و جولي بوستي، ترجمة محمود العابد، الصحافة والاعبار الزائفة و التضليل ، الأردن، منظمة الأمم المتحدة للتربية والتعليم والثقافة (اليونيسكو) ، 2020 ، ص 40  
<sup>4</sup> هاني الكايد، الإشاعة المفاهيم و الأهداف و الآثار، دار الراية للنشر و التوزيع ، 2009 ، ص9

**المعلومات الخاطئة:** هي عملية نشر معلومات كاذبة اما مع معرفة انها خاطئة بالفعل او غير معروفة لدى الناشر أنها كذلك <sup>1</sup> وهي لا تهدف إلى الإيذاء كالتسرع في النشر، ومجارة السبق الصحفي.

**أخبار مزيفة:** معلومات مضللة تكون خاطئة وتسبب الأذى، تحمل مضمونا مخادعا أو متلاعب به أو مفبرك بشكل مقصود.

**أخبار مخادعة:** معلومات غير حقيقية متلاعب بها القصد منها إحداث الأذى مثل التسريبات والتحرش والكرهية هدفها خداع الجمهور والتأثير في مواقفه.<sup>2</sup>

**التزييف العميق (Deepfake):** يعتبر التزييف العميق نتيجة لأنظمة التعلم الآلي التي تقوم بتلاعب المحتوى من وسيلة إلى أخرى حيث يقوم الذكاء الاصطناعي بفهم مقاطع الفيديو أو الصور أو الصوت لشخص أو شيء معين، ثم يتعلم تقليد سلوكهم وإعادة إنتاج النتائج على شخص آخر أو كائن، مما يؤدي إلى إنتاج تزييف دقيق بشكل مثير للدهشة. يمكن تعريف التزييف العميق على أنه مقاطع فيديو واقعية للغاية يتم التلاعب بها رقميًا لتصوير أشخاص وهم يقومون بأفعال وتصرفات لم تحدث في الواقع. تعتمد تقنية التزييف العميق على الشبكات العصبية التي تحلل مجموعات كبيرة من البيانات لتعلم تقليد تعابير الوجه

<sup>1</sup> Cheryl Ireton and Julie Posetti, journalism, "fake news"&disinformation, Handbook for Journalism Education and Training, Scientific and Cultural Organization,) United Nations Educational, 2018, p46.

<sup>2</sup> عيد الجبار بوظمين وعادل جربوعه، "الأخبار الزائفة والحراك الشعبي في الجزائر"، مجلة المعيار، المجلد رقم 25، ص 99.

وسلوكيات الأشخاص وأصواتهم. تتضمن العملية تغذية لقطات لشخصين في خوارزمية التعلم العميق لتدريبها على تبديل الوجوه. ظهر المفهوم لأول مرة في عام 2017.<sup>1</sup>

### ثانياً: أنواع الاخبار الكاذبة

حدد مجلس التربية الإعلامية الأخبار الكاذبة بستة أنواع وهي:

1-**المحتوى المضلل:** ويتم استخدام بعض الحقائق ولكنها تفسر بشكل مختلف عن الواقع بما يتفق مع وجهة نظر كاتبها وأهدافه.

2-**السياق الخاطئ:** هو تحوير المحتوى الحقيقي عن سياقه الأصلي للاحتيال على الجمهور على سبيل المثال تم مشاركته صورته من فيتنام تم التقاطها في عام 2007 واعد تداولها بعد سبع سنوات على انها صورته منك على انها صورته من نيبال في اعقاب الزلزال في عام 2015.<sup>2</sup>

3- **الاخبار المفبركة (News Fabrication):** تقوم على تزييف الحقيقة حيث يكون المضمون غير صحيح تماما ويتم فبركته وهدفها التضليل والتشويه، ومقاصدها غالباً ما تكون سياسية، كما يصعب تمييز فبركتها. وتمتاز بسرعة الانتشار.

<sup>1</sup> Milka westerlund , The Emergence of DeepFake Technologie , Technologie Innovation Management review, november 2019, volume 9, Issue 11, p40

<sup>2</sup> عيد الجبار بوطمين وعادل جريوة، "الأخبار الزائفة والحراك الشعبي في الجزائر" مرجع سبق ذكره، ص100.

4-**الاخبار الساخرة:** هي الأخبار التي تأخذ طابع الفكاهة والمبالغة في توصيف الأحداث الجارية بطريقة ساخرة وهذا النوع من الأخبار يعطي الأولوية لإضحاك الجمهور لا للمعلومة بحد ذاتها رغم أن البعض لا يأخذ مثل تلك الأخبار بمحمل من الجد.<sup>1</sup>

5-**التلاعب بالصور (Photo Manipulation):** يعتبر التلاعب بمضمون وأجزاء الصور أحد أنواع الأخبار الكاذبة لأنه يشكّل رسالة غير حقيقية ومضللة. وقد أصبح التلاعب بالصور أمراً سهلاً وسريعاً، بفعل ما أتاحتها الوسائل الاتصالية والتقنية الحديثة من إمكانية تعديل الصور باستخدام برامج سهلة.

6-**أخبار الدعاية (Propaganda News):** تعود الأخبار الدعائية خلال العقود الأخيرة إلى القصص الإخبارية التي تعدها الجهات السياسية للتأثير على الرأي العام، وغالباً ما تكون الدعاية مبنية على حقائق، إلا أنها منحازة إلى جانب معين من الحقيقة، بما يتفق مع توجه الجهات السياسية. كما تسعى جاهدة من أجل الظهور بمظهر الحقيقة ليصدقها الجمهور فإظهار الحقائق الإيجابية يساعد على بناء صورة إيجابية كذلك، كأن يذكر تقرير إخباري إنجازات رئيس دولة أو حزب سياسي، دون التطرق إلى إخفاقاته وسلبياته.

وهناك تصنيف آخر للأخبار الكاذبة حسب ما ذكرته بعض الدراسات الأجنبية منها اخبار السخرية، الأخبار المتحيزة، نظرية المؤامرة، طواحن الشائعات، العلم الزائف، أخبار الكراهية، الأخبار المضللة، الأخبار السياسية، المحتوى الملفق.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الداود اباد، الاخبار الكاذبة... تغريد داخل السرب، مجلة الصحافة، العدد 13، السنة الرابعة، ربيع 2019، ص 21

<sup>2</sup>الداود اباد، مرجع سابق، ص22

### ثالثاً: تطور مفهوم الاخبار الكاذبة

صناعة الأخبار الزائفة ليست وليدة اليوم، بل يقترن تاريخها بتاريخ الأخبار نفسها، حيث على سبيل المثال انتشر مصطلح "الصحافة الصفراء" وهو تجسيد لمفهوم الأخبار الزائفة وتقوم الصحافة الصفراء على مبدأ تضخيم الحقائق والمبالغة فيها أو محاولة تشويهها وفقاً لمصالح معينة.<sup>1</sup>

يمكن ان نعتبر ان أول خبر كاذب كان مع أبينا آدم عليه السلام وأما حواء حينما جاء إبليس ووسوس لهما لقوله تعالى في سورة طه، الآية 120 "فوسوس إليه الشيطان قال: يا آدم هل أدلك على شجرة الخلد وملك لا يبلى"، فأغره بذلك وأكلا من الشجرة فاتضحت معصيتهما. وكان عقابهما أن أنزلهما الله من الجنة الى الأرض. كما ذكر لنا القران الكريم 0كيف عانى الانبياء والرسل من الاخبار الكاذبة والتأويلات الفاسدة والباطلة وكيف كذب قومهم نبوتهم.<sup>2</sup>

### المبحث الثاني: التحقق من المعلومات في البيئة الإعلامية

#### أولاً: مفهوم التحقق من المعلومات

لغة: التحقق من المعلومات أي التيقن منها<sup>3</sup>

<sup>1</sup> موقع aljazeera.net شوهذ يوم 19 أبريل 2024 على الساعة 00:06  
<sup>2</sup> عبد الجبار بوطمين وعادل جربوعه، الأخبار الزائفة والحراك الشعبي في الجزائر، مجلة المعيار المجلد رقم 25، عدد 54، مقال منشور في المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام الجزائر، (2021)، ص 211.

<sup>3</sup> [www.almaany.com](http://www.almaany.com) visité le 14avril 2024 à 00:08

وتحقق يتحقق تحققاً فهو متحقق وتحقق الصحفي من الخبر أي صحح عنده وعرف حقيقته

والتحقق من الأخبار يعني التأكد من صحتها<sup>1</sup>

التحقق من المعلومات إصطلاحاً: تباينت تعريفات التحقق من المعلومات وذلك بحسب

المجالات التي تتناولها وتوظف فيها وفي هذه الدراسة نسلط الضوء على هذا المفهوم في

الإطار الإعلامي والصحفي. ويعد التحقق من المعلومات ممارسة صحفية قديمة إلا أنها

إكتسبت المزيد من الإهتمام في السنوات الأخيرة بسبب ضخامة المعلومات والإمكانات

المختلفة التي أتاحتها شبكة الأنترنت.<sup>2</sup>

يعرف أيضاً بأنه التأكد من سلامة وصحة المعلومات المتمثلة بالأخبار والصور والفيديوهات

وغيرها قبل عملية النشر عبر وسائل الإعلام المختلفة من خلال الإستعانة بالتقنيات الحديثة

والمواقع المخصصة في الكشف عن مدى دقتها وسلامتها<sup>3</sup>

موقع الأريج<sup>1</sup>

<sup>2</sup> نهى بلعيد، دليل التحقق من المعلومات، الجمعية التونسية للحكومة الإلكترونية، تونس 2021، ص123

<sup>3</sup> فارس أبوشيجة، اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي، الجامعة الإسلامية، 2021، ص156

ويرى معهد الجزيرة بأنه التحقق من المواد والتثبت من صحتها باستخدام المهارات التحريرية والأدوات التقنية معا قبل إعادة نشرها واستخدامها في القصص الإخبارية.

يعرف لوكاس غريفز أستاذ الصحافة في جامعة ويسكونسن الأمريكية عملية التحقق من المعلومات بأنها مجموعة معينة من ممارسات التغطية الصحفية تستهدف القصص الإخبارية ويضيف أن هذا النوع من الممارسات يشبه إلى حد كبير التحليل الإخباري.<sup>1</sup>

التعريف الإجرائي: التحقق من المعلومات هو عبارة عن إجراءات يتبعها الصحفي المختص بواسطة أدوات خاصة يتم من خلالها التأكد من سلامة المعلومات الواردة والمتمثلة في المواد الإعلامية المختلفة مثل النص والصورة والفيديو والصوت وذلك قبل نشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة بهدف تجنب الأخبار المضللة والحفاظ على مصداقية المؤسسة الإعلامية تبرز أهمية عملية التحقق من المعلومات نظرا لكثرة المعلومات والأخبار الخاطئة وكذا حرص وسائل الإعلام على أن تكون سباقة في نشر الأخبار خاصة مع ظهور صحافة المواطن وتعدد مصادر المعلومة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ماهر عطية أبو قوطة، توظيف القائمين بالاتصال في شبكة الجزيرة الإعلامية للتقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات داخل غرف الاخبار، مذكرة ماجستير في العلاقات العامة والإعلام، جامعة غزة، 2023، ص70

ثانياً: قواعد التحقق من المعلومات

يوجد العديد من القواعد والضوابط الخاصة بالتحقق من المعلومات سواء كان نصاً أو صورة أو فيديو، وذلك لضمان نشر المعلومات الموثوق بها ومن أهم هذه القواعد:

1/ قواعد التحقق من الخبر: وذلك بالتأكد من مصدر الخبر والنظر في الأخبار الأخرى التي نشرت بالموقع، مدى جديتها مع البحث عن هوية كاتب الخبر أو التقرير، والنظر إلى تاريخ نشره، بالتأكد من وجوده في وسائل إعلام أخرى والنظر في المصادر التي اعتمد عليها الكاتب، إضافة إلى قراءة الخبر أو التقرير أو المقال بأكمله.

كما يتعين على الصحفي أن يجد نص المقابلة إذا كانت المعلومة تشير إلى أقوال شخص ما ويحاول أن يتأكد من مدى مطابقة الخبر لمحتوى المقابلة وكذلك الإتصال بالشخص المعني بالأمر للتأكد منه.

2/ قواعد التحقق من الصورة: تحديد صاحب الصورة ومكان التقاطها وتاريخها وكذلك من كونها بالفعل ما يزعم أنها تظهر، أم أنها مفبركة كما يجب الحصول على

<sup>1</sup>ماهر أبو عطية ، مرجع سبق ذكره، ص77

تصريح من صاحب الصورة لإستخدامها، أو اعتماد صورة من مواقع متحصلة على رخصة  
المشارع الإبداعي.

3/ قواعد التحقق من الفيديو: من خلال تحديد صاحب الحساب الذي نشر الفيديو وتاريخ  
إنشاء الحساب الذي نشر فيه ومن طريقة وصف الفيديوهات المتشابهة، بحيث تدل على  
مصدر واحد، التأكد ما إذا كانت جميع المقاطع تحتوي على نفس الشعار وكذا التأكد ما إذا  
كان صاحب الحساب الذي نشر به الفيديو، قد نقل من وسيلة إعلامية، أو حسابات أخرى  
في يوتيوب أو غيره، أم أن ما قام بنشره هو محتوى أعده بنفسه.

-يتعين التأكد ما إذا كانت عناوين الفيديوهات تحتوي على عبارات دالة على امتدادات

الملفات مثل ((AV أو MP4)) التأكد ما إذ قد ورد في وصف الفيديو في يوتيوب عبارة تدل  
على جهاز تصوير (Capture YouTube via Uploaded)، التي تفيد بتصويره من  
خلال استخدام هاتف ذكي.

إذن تختلف قواعد التحقق من المعلومات باختلاف المجال المراد التحقق منه وتبعاً لطبيعة المادة الإعلامية .

ثالثاً: مجالات وأدوات التحقق من المعلومات

### 1/ المجالات:

تعددت ممارسات الصحفيين الممارسين لعمليات التحقق من البيانات والمعلومات وتدقيقها والتأكد من سلامتها، في ظل كمية المعلومات المضللة والمزيفة التي تتدفق بصورة كبيرة في شبكة الأنترنت ومنصات الإعلام الرقمي، وتتمثل هذه المجالات في:

أ/ التحقق من الأخبار: ساهمت منصات الإعلام الرقمي بكافة أشكالها المختلفة في إعطاء الفرصة لمستخدميها بغض النظر جماعات أو أفراد، في صناعة المحتوى، ونشره وتداوله عبر منصاتهم المختلفة؛ ما أدى إلى تدفق معلوماتي كبير، وظهور الأخبار والمعلومات المضللة والكاذبة ذات المصادر المجهولة، وهو ما يسعى المختصون إلى محاربه بكافة

الأشكال والطرق الممكنة، وهناك العديد من الأساليب التي وضعها الباحثون في هذا المجال،

من أجل معرفة المعلومات والأخبار المضللة والكاذبة، وهي على النحو الآتي: <sup>1</sup>

- المحتوى ذو صلة خاطئة: هو أن يكون عنوان المحتوى لا يتماشى معه.

- المحتوى الساخر: هو المحتوى الذي لا يحتمل أي نية لإيذاء، ولكن لديه القدرة على

الخداع.

-المحتوى المضلل: يتم من خلاله استغلال المعلومة المنشورة، لوضع موضوع أوفرد في

إطار معين.

-التلاعب بالمحتوى: يقع التلاعب في المحتوى الأصلي، سواء كانت معلومة أوصورة بهدف

الخداع.

-المحتوى مفبرك أو ملفق: هو المحتوى الخاطيء بنسبة مائة في المائة، بهدف الخداع

أوالإيذاء

- السياق الخاطيء: نشر المحتوى الحقيقي، ضمن سياق خاطيء للمعلومات.

<sup>1</sup> ايناس بوسعيدى، آليات التحقق من الاعلام عبر الاعلام الاجتماعي، معهد الجزيرة للاعلام، 2018، ص168

ب/ التحقق من الصور: تمثل الصورة عنصرا مهما في جذب وشد انتباه القراء، للإطلاع

على المادة الصحفية المنشورة، لكن هناك من يستغل الصورة في عمليات التضليل والخداع؛

بههدف استقطاب أكبر عدد من الجمهور لتحقيق عوائد مادية، وهناك العديد من الخطوات

والمراحل للتحقق من نشر الصور، منها ما يأتي:<sup>1</sup>

- تحديد صاحب أو مصدر الصور: تتمثل تلك الخطوة البديهية والأولية في التواصل

مع الشخص الذي حمل الصورة عبر حسابه على مواقع التواصل الإجتماعي أو البريد

الإلكتروني، من أجل التأكد من أنه النقط الصورة، أو إذا كان يعرف مصدرها.

- التأكد من مكان وتاريخ التقاط الصورة: ويكون ذلك من خلال التواصل من صاحب

الصورة في حال كان الوصول إليه ممكنا، 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.

<sup>1</sup> [www.newmedia.com](http://www.newmedia.com) visité le 4/3/2024 a 16 :15

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

-الحصول على إذن النشر من صاحب الصورة: يتمثل لك في الحصول على تصريح في استعمال الصور، فالصور لها حقوق ملكية، وهو ما يوفره موقع فليكر من خلال إشعارالمستخدم بأنه قد حصل على إذن النشر، كما أنه يساعد المستخدم في الحصول على إذن النشر من صاحب الصورة، من خلال توضيح الصورة التي يريد استخدامها، وشرح تفاصيل استخدامها عند النشر.

**ج/ التحقق من الفيديو:** يعد مجال التحقق من صحة الفيديوهات المفبركة والمضللة من أصعب الأمور، بالمقارنة مع التحقق من الأخبار والصور، إلا أن هناك العديد من الطرق والخطوات التي توفر للمستخدمين إمكانية تمييز الفيديوهات المفبركة عن الحقيقية الأصلية، التي تنشر عبر الأنترنت ومنصات الإعلام الرقمي، ويمكن ذكرها على النحو الآتي:<sup>1</sup>

<sup>1</sup>منصة أكيد، موقع إلكتروني [www.akeid.com](http://www.akeid.com) تم الإطلاع عليه يوم 2024/4/21 على الساعة 14:00.

التفكير بطريقة نقدية وطرح تساؤلات من قبيل: هل تم نشر الفيديو عبر وسائل الإعلام؟ هل

ثمة شيء يوحي بوجود تلاعب؟ هل ما يرد في الفيديو منطقي؟

-التأكد حول ما إذا كانت هنالك إجابة عن التساؤلات الخمسة التي تتولى الصحافة المهنية

الإجابة عنها، وهي: من، وماذا، ومتى، وأين، ولماذا؟ إن كانت هنالك إجابة عنها، وبشكل

واضح ومنطقي، فعمل الفيديو حقيقي.

-ملاحظة ما إذا كان هنالك اختلاف في الشروحات المرفقة بالفيديو، بحسب من ينشره، في

العادة تكون هذه الشروحات متباينة حين يكون الفيديو مغيرا.

استخدام برامج مثل Amnesty s'International YouTube Dataviewer أو (InVid)

لتحديد بعض المعلومات حول الفيديو الموجود على يوتيوب أو فيسبوك أو تويتر، كما تقدم

بعض هذه المواقع خاصية التحقق من المكان، إن كان معروفا لديها، وإن كان الفيديو

منشورا في مكان آخر كما قد تتوفر خاصية سكرين شوت للفيديو، حيث يمكن تحميل

الصورة عبر محرك البحث والذي يساعد بدوره في حال توفر معلومات حول الأمر.

-تشغيل الفيديو بإيقاع بطيء؛ ذلك أن المشاهدة عبر هذا الإيقاع تساعد على كشف الخلل

والتلاعب الذي جرى خلال تجميع المشاهد، والإستعانة ببرامج مثل VLC وFFmpeg.

-القيام بتحميل الفيديو على الحاسوب الشخصي، إن أمكن ذلك أن تحميله قد يوفر بعض

المعلومات التي تظهر عبر المتصفح الشخصي أو من خلال Exiftool .

-ثمة برامج تعين على تحديد المكان الوارد في الفيديو، مثل Earth Google.s

Wikimapi.

-محاولة معرفة الوقت الذي جرى فيه التصوير، ومطابقته مع ما يزعمه ناشر الفيديو من

وقت، مثل تتبع الظل وموقع الشمس الظاهر في الفيديو، و الإستعانة ببعض الأدوات ،

مثل أداة sunclac

-البحث عبر يوتيوب من خلال بعض الكلمات المفتاحية الواردة في متن الفيديو،

أوالمحدث فيه، أو المكان المزعم للفيديو وما شابه.

د/ التحقق من المصدر أو المستخدم: يمثل التحقق من المصدر أساس عملية التحقق،

لذلك يجب أن تبقى الأسئلة حاضرة عند الصحفي عند التعامل مع محتوى المستخدمين من

خالل معرفة من الذي حمل المحتوى؟ هل يبدو أنه شخص معروف أو جهة رسمية؟ وهل

يمكن الوصول إليه والتحدث معه؟ وهل يمتلك صاحب المادة أو من حملها أي من

الحسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ وهل يضع صورته على حسابه؟ وهل يعد

مصدرا موثوقا؟ كما أن بعض الحسابات على مواقع التواصل توثق بالعلامة الزرقاء، وهذا

يدل على أنها تعود لشخصية معروفة، إلا أن بعض المستخدمين يمكنهم تزوير هذه العلامة.

<sup>1</sup> يعد إذن الهدف الرئيسي لهذه العملية في تحديد هوية المحمل الأصلي والتواصل معه ويتم

ذلك من خلال الحصول على إجابات عن الأسئلة المحورية التي تتضمن معرفة مكان وجود

الشخص عندما التقط الصور والفيديوهات التي قام بنشرها وما الذي كان بإمكانه رؤيته عند

التقاطها ونوع الكاميرا التي استخدمها لتسجيل تلك المشاهد.

ه/ التحقق من الأماكن: يعتمد مستخدمو الأنترنت ومنصات الإعلام الرقمي على موقع

google earth أثناء عملية البحث عن مكان ما باعتبار أنه يعرض الأماكن الحقيقية،

<sup>1</sup>عبد الحق بكر، التحقق في الاعلام الجديدين مركز تطوير الاعلام، جامعة بيرزيت 2020، ص70-71.

اعتمادا على صور الأقمار الصناعية والتصوير الجوي، ونظم المعلومات الجغرافية ثلاثية الأبعاد الخاصة بالكرة الأرضية، وللتحقق من الصور ومقاطع الفيديو التي يدعي أصحابها النقاطها في مكان محدد أو شارع بعينه، يمكن استخدام Pro Earth Google للبحث عنها في البرنامج، ومطابقة المباني والمحلات التجارية، وشكل الشوارع، وغيرها من المعالم بالعين.<sup>1</sup>

### 2/ أدوات التحقق من المعلومات

التحقق من المعلومات مهمة قديمة لها مجموعة من القواعد تطورت مع التطور التكنولوجي في مجال الإتصالات والتواصل الذي اتاح سهولة إنتشار المعلومات المضللة والكاذبة وتسبب في الوقوع في العديد من الأخطاء المهنية، ما أدى إلى ضرورة استحداث أدوات وتقنيات ذات قدرة عالية على التحقق في عصر الرقمنة وسرعة نقل المعلومة. وللوقوف على أهم هذه الأدوات الحديثة لابد من الإشارة إلى أهم الأدوات القديمة التي كانت تستخدم في عملية التحقق من المعلومات ومنها:

<sup>1</sup> نهى بلعيد، دليل التحقق من المعلومات، الجمعية التونسية للحكمة الالكترونية، تونس، 2021، ص65.

- الإتصال بالأشخاص المذكورين في المادة الصحفية والتأكد من أقوالهم وأماكنهم.
- البحث في الكتب المرجعية والمجلات والصحف للتأكد من صحة المعلومات المنشورة.
- الإستعانة بالمعاجم والموسوعات التي كانت بمثابة مرجع رئيسي للتحقق من المعلومات.
- استخدام فيلم مصغر Microfilm، الذي اشتهرت به شركة لكسي نكسيس لتطوير آليات البحث في أرشيف الدوريات.

الأدوات الحديثة للتحقق من المعلومات: غيرت الأنترنت والتكنولوجيات الحديثة طرق التحقق من المعلومات حيث لم يعد مقتصرًا على الأدوات التقليدية كما أن عملية التحقق لم تبق حكرًا على وسائل الإعلام فقط بل أصبح بإمكان أي شخص التحقق من المعلومة التي تصله ويتأكد من مدى مصداقيتها بفضل التقنيات الحديثة الخاصة بالتحقق بكل سهولة، وتقسم الأدوات كالتالي:

1/ أدوات التحقق من الأخبار: هناك العديد من الأدوات والمواقع المختصة في عملية التحقق من الأخبار الزائفة والمضللة والتأكد من مصداقيتها، من بين هذه الأدوات:

أ/ موقع (les dècodeurs) :



شكل يمثل واجهة موقع les dècodeurs

يعد من أول مواقع التحقق من المعلومات في العالم، أسسته جريدة لوموند الفرنسية عام 2014 كقسم بأكمله وذلك بعد تصاعد إنتشار الأخبار المزيفة وفي بداية نشأته كان على شكل مدونة يشرف عليها الصحفي سامويل لورن، الذي يعمل بقسم التحقيقات التابع للجريدة.<sup>1</sup>

ب/ موقع (spot the troll) :



شكل يمثل واجهة موقع spot the troll

تعد الحسابات الوهمية من أكثر المشاكل التي يعاني منها المستخدمون في منصات التواصل الإجتماعي المختلفة كونها تعمل على توسيع نطاق وصول المحتوى المزيف عبر زيادة

<sup>1</sup>نهي بلعيد، مرجع سبق ذكره، ص28.

إعادة التغريد والإعجاب كما تستخدم للتأثير على الرأي العام حول قضايا معينة، أو بهدر زيادة المتابعين للحسابات الفردية، وأداة موقع Troll The Spot "تعلمك كيف

تحدد الحسابات الوهمية بنفسك على منصات التواصل الاجتماعي، حيث تقدم لك اختباراً 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.<sup>1</sup>

ت/ موقع News Guard :



### شكل يمثل واجهة موقع News Guard

تأسست أداة (News Guard) في عام 2018، من الأمريكيين ستيفن بريل ولى جوردون كروفيتز، ومن خلال تسجيل المواقع الإخبارية بناء على موثوقيتها بشكل عام، وتم بذلك

<sup>1</sup> فارس أبو شيحة، مرجع سبق ذكره، ص28.

تحليل التصميم ليكون شفاف حول أي محتوى يعتبرونه مزيفاً ومضلالاً، ويكون تحليل تلك المواقع بناءً على النقاط، حيث إن المواقع التي تحصل على 60 نقطة على الأقل من أصل 100 نقطة تكون الأكثر إلتزاماً بالمعايير، وتعرض أيقونة باللون الأخضر بجوار أسماء تلك المواقع، والأقل من 60 نقطة يكون بجوارها أيقونة باللون الأحمر.<sup>1</sup>

### 2/ أدوات التحقق من الصور:

ساهم التطور الكبير في مجال الإتصالات و بروز منصات الإعلام الرقمي ،في التناقل الكبير والسريع للصور خاصة في أوقات الأزمات والصراعات ،ما أوجد بيئة خصبة لإنتشار الصور المضللة والمزيفة، التي تهدف إلى خداع الجمهور، ما تطلب و جود أدوات للتحقق من الصور المنشورة، والتأكد من مدى مصداقيتها ومطابقتها لأحداث، ومن أهمها:

أ/ موقع (Tin Eye):

<sup>1</sup>نيوز جارد، دن، موقع الكتروني [www.newsguard.com](http://www.newsguard.com) ، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2024/04/13، على الساعة 21.21.



### شكل يمثل واجهة موقع Tin Eye

يتبع لشركة كندية مختصة في التعرف على الصور والبحث عنها وعن مصدرها الرئيسي 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، وتقوم الأداة بفحص الصور عبر قاعدة بيانات للصور الخاصة بها، تضم أكثر من 41 مليار صورة، مع تحديث مستمر، كما تتيح إضافات البحث عن أي صورة ويب ببساطة، عن طريق النقر بزر الماوس الأيمن على الصور في متصفح الويب الذي تستخدمه، ولديها خيارات لفرز نتائج البحث وتصنيفها.<sup>1</sup>

**ب/ محرك البحث (Google Images):** تعمل هذه الأداة في البحث عن الصور المرجعية عبر تحديد خصائصها، وسماتها المرئية، وهي أداة أتاحتها شركة جوجل العالمية من خلال البحث العكسي للصور (Google Reverse image search)، فعند القيام بالبحث عن صورة معينة سيتم الحصول من خلالها على الصورة المماثلة لموضوع البحث، ومواقع

<sup>1</sup> فارس أبو شيحة، مرجع سبق ذكره، ص80.

الويب التي استخدمت هذه الصورة، وكذلك الصورة موضوع البحث بأحجامها المختلفة، وتظهر نتائج البحث صورة الموقع الذي قام بنشر الصورة، وسياقها وتاريخ نشرها.<sup>1</sup>

ت/ موقع (Pim Eyes):



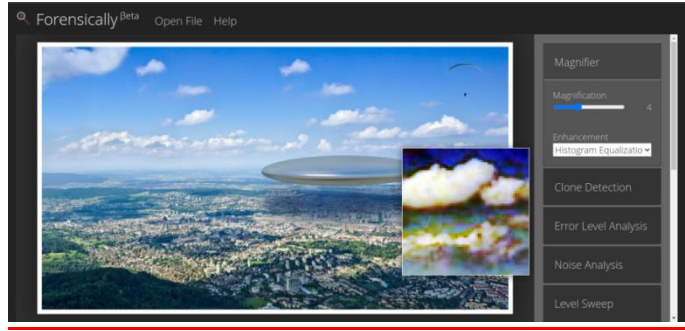
### شكل واجهة موقع Pim Eyes

أداة متعددة الأغراض في التحقق، تسمح لأشخاص بالبحث عن المعلومات المتاحة للجمهور، وهي غير مخصصة لمراقبة الآخرين، كما أنها تبحث في مواقع الويب المفتوحة التي تسمح بالوصول إلى المعلومات، والتبحث في شبكات مواقع التواصل الاجتماعي أو الحسابات الخاصة لأشخاص، وتساعد في العثور على الجرائم الموجهة ضدهم

<sup>1</sup> وليد الحيوني، مرجع سبق ذكره، ص 73\_80.

والتعرف عليها، كالمواد المخلة بالأداب أو سرقة الهوية الشخصية، كما أنها تستخدم في استعادة حقوق الصورة.<sup>1</sup>

ث/ موقع (Forensically) :



### شكل يمثل واجهة موقع Forensically

أداة تضم عددا من الأدوات المجانية الرقمية؛ للكشف عن الصورة المعدلة عن طريق تحليل مستوى الخطأ على الصور (ELA) واستخراج البيانات الوصفية، انطلقت في عام 2012م، وعثرت بشكل عشوائي على ورقة انتشار تزوير نقل النسخ و الصور الرقمية بقلم جيسكا فريديش وديفيد سوكال وجان لوكاش، وتم بعد ذلك تطويرها وإضافة العديد من الأدوات الجديدة، وهو ما يسمى بالطب الشرعي<sup>2</sup>.

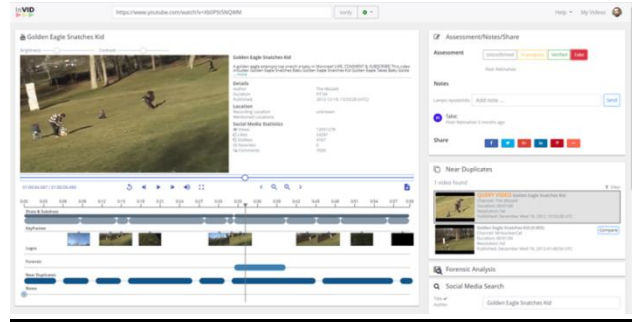
**3/ التحقق من الفيديو:** تعد الفيديوهات من أهم أنواع المحتوى الإعلاني التي ينبغي الوقوف عندها، والتحقق من مدى صدق المعلومات التي تتضمنها، خاصة مع انتشار منصات الإعلام الرقمي، وظهور صحافة المواطن، الأمر الذي أدى للتدفق الكبير

<sup>1</sup> Pim Eyes website [www.pimeyes.com](http://www.pimeyes.com) seen 12/04/2024. At 21 pm

<sup>2</sup> Forensically, website [www.forensically.com](http://www.forensically.com). Seen 13/04/2024. At 21pm.

للفيديوهات، ما أدى لإمكانية انتشار الفيديوهات المضللة والكاذبة والمعدلة، فشكل ذلك مشكلة كبيرة أمام المؤسسات الإعلامية، حيث لا يوجد حل سريع للتحقق من مقاطع فيديو معينة، قبل الحصول على الملف الأصلي من المصدر.<sup>1</sup> بأدوات التحقق من الفيديوهات، ومن ضمن تلك الأدوات:

أ/ موقع ( In Vid ) :



### شكل يمثل واجهة موقع In Vid

تقوم هذه الأداة على التحقق من صحة الفيديوهات المنشورة، من خلال الحصول على عنوان URL الخاص بالفيديو أو الصورة خلال اختيار (Video Urls Image Urls) وتقديم البيانات الوصفية المفصلة لمقاطع الفيديو، سواء كانت على يوتيوب أو فيسبوك أو تويتر، ثم تظهر المعلومات الوصفية الخاصة بالفيديو، والموقع الذي التقى فيه، إذا تم اكتشافه، كما تظهر معظم التعليقات المثيرة للاهتمام عليه، وتقدم الأداة أيضا إمكانية تجزئة الفيديو، وأخذ صورة ثابتة منه، تساعد في البحث عن أصله، (على Tin Eye -Bing

<sup>1</sup>اوليد الحيوني، مرجع سبق ذكره، ص94.

وذلك من خلال خيار Key Frames، كما تستطيع من خلال خيار "lens Magnifier" عرض صورة من خلال عنوان URL الخاص بها، وتكبيرها وتحسين جودتها، للمساعدة في انتشار محتوياتها الضمنية، كالكلمات المكتوبة والإشارات والافتات، التي تسهل معرفة مكان التقاطها.<sup>1</sup>

**ب/ أداة Youtube search:** هي أداة للتحقق من حقوق النشر والطبع للمحتويات المطابقة، والتعرف التلقائي على الفيديوهات التي تتطابق مع فيديوهات أخرى على اليوتيوب، أو المحتمل أن تكون مطابقة لها، وتمكن الأداة المستخدم من إرسال طلب بإزالة المحتوى بسبب انتهاك حقوق الطبع والنشر، حيث تعمل الأداة على فحص عمليات التحميل التي أجريت على يوتيوب في إطار البحث عن الفيديوهات، والتحقق من الأمر، والمطابقة لتلك الواردة في طلب الإزالة، في إطار اتخاذ الإجراءات المطلوبة وهو حذف المحتوى.

(website, YouTube)

**ج/ أداة Googleearth**



شكل يمثل موقع google earth

<sup>1</sup> أخبار ميتر، موقع الكتروني [www.akhbarmeter.com](http://www.akhbarmeter.com)، تم الاطلاع عليه 2024/04/24، على الساعة 22:22.

عبارة عن برنامج خرائطي وجغرافي معلوماتي، كان يطلق عليه في الاصل ( 3D Viewer Earth )، أنشأته شركة كيهول Keyhole، وهي شركة امتلكتها جوجل عام 2004 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.<sup>1</sup>

### د/ موقع viewer data YouTube:



يوجد العديد من الأدوات المتاحة للتحقق من صحة المعلومات، وتختلف هذه الأدوات في خصائصها، وتتطور بالتزامن مع التقدم التقني. تساهم هذه الأدوات بشكل كبير في تعزيز المصدقية لدى وسائل الإعلام، وفي الحد من انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة عبر الإعلام الرقمي كما تختلف هذه الأدوات وفقاً لطبيعة المعلومات التي يجب التحقق من صحتها، مما يستدعي تحديثات مستمرة من المؤسسات لمواكبة التطورات في هذا المجال.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>فارس أو شبيحة، مرجع سبق ذكره، ص83.  
كيف تتحقق من صور وفيديو مواقع التواصل، موقع قناة الجزيرة ، تم الاطلاع عليه 2024/04/17، على الساعة 15:02  
<sup>2</sup>، [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net)

### خلاصة:

يوجد العديد من الأدوات المتاحة للتحقق من صحة المعلومات، وتختلف هذه الأدوات في خصائصها، وتتطور بالتزامن مع التقدم التقني. تساهم هذه الأدوات بشكل كبير في تعزيز المصدقية لدى وسائل الإعلام، وفي الحد من انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة عبر الإعلام الرقمي كما تختلف هذه الأدوات وفقاً لطبيعة المعلومات التي يجب التحقق من صحتها، مما يستدعي تحديثات مستمرة من المؤسسات لمواكبة التطورات في هذا المجال.

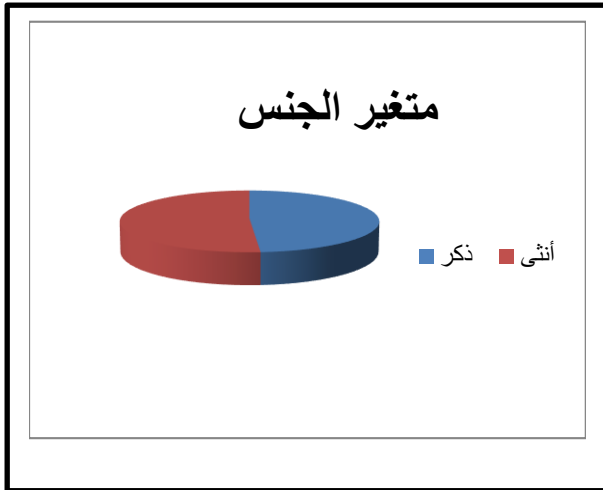
# الإطار التطبيقي

المبحث الأول: تحليل نتائج الدراسة وفق المعطيات العامة ولمتغيرات المتبناة:

أولاً: عرض وتحليل الجداول البسيطة

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول 1: توزيع العينة حسب متغير الجنس



المتغير      التكرار      النسبة %

ذكر	39	48,7%
أنثى	41	51,3%
المجموع	80	100%

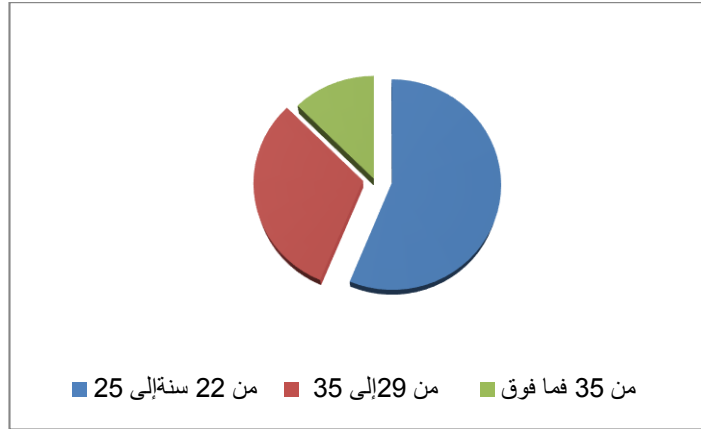
الشكل 1: توزيع العينة حسب متغير الجنس

يبين لنا الجدول رقم (1) إستجابة المبحوثين على حسب متغير الجنس حيث بلغ عدد الذكور 39 أي بنسبة 51,3% أما عدد الإناث بلغ عددهم 41 بنسبة 51,3% بمجموع 80 مفردة وزعت عليها إستمارة الدراسة.

مايفسر التوازن بين الجنسين وربما إهتمام الطرفين بمواضيع التحقق من المعلومات خاصة فيما يخص التطورات التقنية للممارسة الإعلامية، كما يتبين أيضا تواجد كلا الجنسين في مهنة الإعلام.

الجدول رقم 2: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

المتغير	التكرار	النسبة
من 22 سنة إلى 29	45	56,2%
من 29 إلى 35	25	31,2%
من 35 فما فوق	10	12,2%
المجموع	80	100%



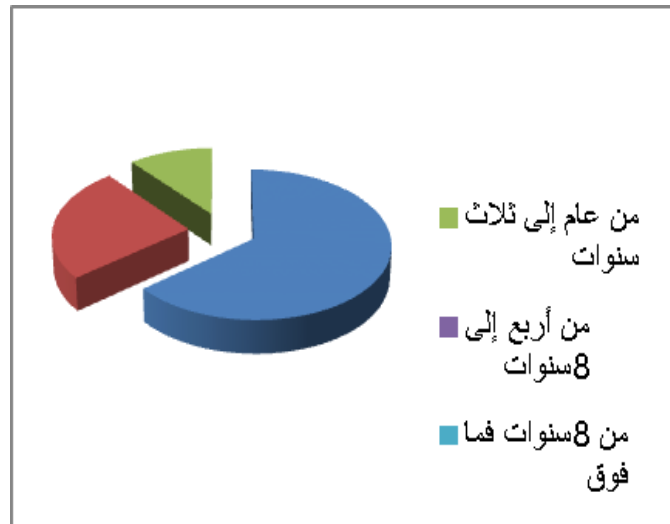
الشكل 2: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

من خلال الجدول الثاني نلاحظ أن أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 22 سنة إلى 29 سنة قد بلغ عددهم 45 مفردة أي 56,2% فيما بلغ عدد المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 29 إلى 35 سنة 25 شخصا بنسبة 31,2% وبلغ عدد الأفراد البالغة أعمارهم من 3 سنة فما فوق 10 أشخاص ما يمثل نسبة 12,2%.

هنا يمكن أن نلاحظ أن أغلبية المبحوثين من فئة الشباب حديثي التخرج ، كما يمكن تفسيرها على أن المؤسسات الإعلامية تحاول إستغلال الطاقات الشبانية لتتوسع وإنعاش مضامينها وهذا ما لاحظناه خلال توزيع الإستمارة على المبحوثين.

## الجدول 3: يمثل تمثيل أفراد العينة لمتغير الخبرة المهنية

المتغير	التكرار	النسبة
من عام إلى 3 سنوات	40	50%
من 4 إلى 8 سنوات	22	27,5%
من 8 سنوات فما فوق	18	22,5%
المجموع	80	100%



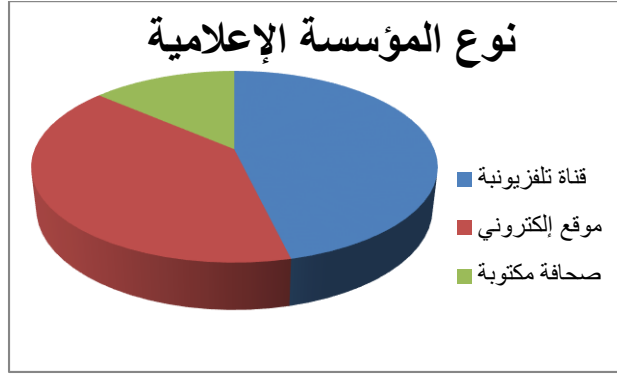
## الشكل 3 : توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية

من خلال الجدول (3) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية، بلغ عدد الصحفيين ذوي الخبرة (من عام إلى ثلاث سنوات) 40 فرد أي بنسبة 50% أي نصف العينة، والعاملين أصحاب الخبرة (من 4 سنوات إلى 8 سنوات) قد بلغ عددهم 22 مفردة بنسبة 27,5% أما من لهم خبرة من 8 سنوات فما فوق فقد بلغ عددهم 18 صحفياً بنسبة 22,5% من مجموع 100%.

إن متغير الخبرة المهنية في هذه الدراسة والذي لم يعنى بمؤسسة إعلامية على وجه الخصوص يبين لنا الخبرة الإعلامية لأفراد العينة في مسيرتهم المهنية. أظهرت النتائج أن المؤسسات الإعلامية تتيح الفرصة لفئة الشباب وتمنحهم الفرص لبداية مسيرتهم المهنية حيث مثلت نسبة الصحفيين الذين تتراوح خبرتهم من عام إلى ثلاث سنوات 40% وهو نصف العينة. كما نفسر من خلال النتائج إهتمام هذه الفئة بدراستنا سعيهم للتعرف على التقنيات الحديثة للممارسة المهنية والتحقق من المعلومات.

#### الجدول 4: نوع المؤسسة الإعلامية

النسبة	التكرار	نوع المؤسسة الإعلامية
46%	37	قناة تلفزيونية
40%	32	موقع إلكتروني
14%	11	صحافة مكتوبة
100%	80	المجموع



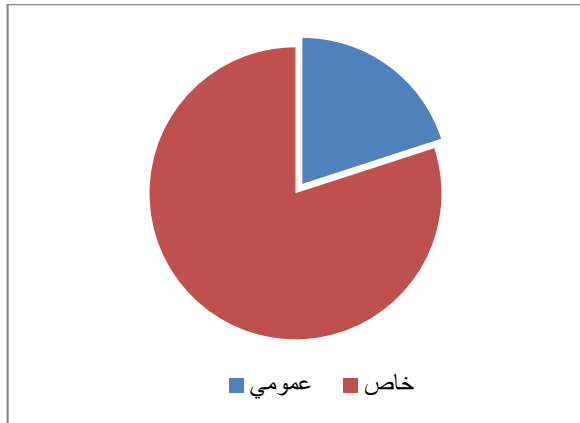
الشكل 4: توزيع العينة حسب متغير المؤسسة الإعلامية

من خلال الجدول رقم 4 نلاحظ أن أفراد العينة الذين يشتغلون بالقنوات التلفزيونية بلغ عددهم 37 مفردة أي بنسبة 46% فيما بلغ عدد صحفيي المواقع الإلكترونية 32 صحفياً أي بنسبة 40%، فيما بلغ الصحفيين العاملين في الصحافة المكتوبة 11 صحفياً أي بنسبة 14% من مجموع 100%.

يتضح لنا من خلال إجابات العينة أن إهتمام صحفيي قطاع السمي البصري متمثلاً في القنوات التلفزيونية كان الأكثر إستجابة مع الموضوع وهذا راجع ربما لإهتمامهم بتقنيات التحقق من المعلومات والممارسة المهنية، كما كانت نسبة الصحفيين العاملين بالمواقع الإلكترونية هي الأخرى متقاربة مع النسبة الأخرى مما يفسر تطلعهم واهتمامهم بالموضوع وهذا راجع لطبيعة العمل في القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية التي تختلف بطبيعتها عن العمل في الصحافة المكتوبة الذين كانت إستجابتهم ضئيلة. هذا كونهم في ممارستهم الإعلامية يتعاملون مع الصور والفيديوهات والتي يتوجب عليهم التحقق من صحتها خاصة وأنهم يبنون محتوهم عبر مواقع التواصل الإجتماعي.

## القطاع

## الجدول 5: تمثيل العينة لمتغير القطاع



القطاع	التكرار	النسبة
عمومي	16	20%
خاص	64	80%
المجموع	80	100%

## الشكل 5: تمثيل العينة لمتغير القطاع

من خلال الجدول 5 يتضح لنا أن المبحوثين الأكثر إستجابة مع دراستنا كانوا من المشتغلين بالقطاع الخاص والتي فاقت المنتصف بنسبة 80% في حين بلغت نسبة المبحوثين من القطاع العمومي ب 20% ما يوضح أن صحفيي القطاع الخاص أكثر إهتماما بتقنيات التحقق من المعلومات.

## المحور الأول: تحول الممارسة المهنية في ظل التطورات التقنية.

## الجدول 6: هل يتم استخدام التقنيات الحديثة في العمل الصحفي اليومي

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	73	91%
لا	7	9%
المجموع	80	100%

يوضح الجدول 6 أن المبحوثين الذين يستخدمون التقنيات الحديثة في ممارستهم الإعلامية بلغ عددهم 73 صحفياً أي بنسبة 91% ما يمثل أغلبية العينة في حين أن 7 أفراد فقط نفوا

إستخدام التقنيات الحديثة في العمل الإعلامي .يتبين لنا من خلال النتائج أن أغلبية الصحفيين يعتمدون على التقنيات الحديثة وهذا راجع لطبيعة الممارسة الإعلامية التي تفرض على الصحفي التماشي مع التطورات التقنية مثلما أشرنا إليه في الإطار المنهجي وفق نظرية إنتشار المبتكرات ، وفي مقابلة أجريناها مع مسؤول قسم الديجيتال بقناة الحياة السيد محمد هوشم قال أنه أصبح من اللازم على الصحفي التمكن من هذه التقنيات وفق ما تفرضه الحتمية التكنولوجية للإعلام.<sup>71</sup>

#### الجدول 7: إجابات العينة حول التقنيات المستخدمة في العمل الصحفي

المتغير	التكرار	النسبة
صحافة الموبايل	41	51 %
صحافة البيانات	27	34%
صحافة المواطن	12	15%
المجموع	80	100%

التحليل: أجاب 51% من أفراد العينة أن الصحفيين الطين يستخدمون صحافة الموبايل كتقنية حديثة في الممارسة المهنية ، ما يمثل نصف حجم العينة الكلية.

في حين بلغ عدد الصحفيين الذين يستخدمون صحافة البيانات نسبة 34% وبلغ عدد الصحفيين الطين يعتمدون على صحافة المواطن 15%.

<sup>71</sup> مقابلة أجريت مع السيد هوشم محمد، مسؤول قسم الديجيتال بقناة الحياة يوم 15/5/2024 .

نلاحظ أن الصحفيين يعتمدون بصفة كبيرة على صحافة الموبايل ذلك كونه يسهل على الصحفي إنتاج مادته الإعلامية، يمكنه من إجراء التركيب ونشرها دون عناء التوجه إلى المؤسسة وخلية التركيب، وفق ما صرحت به الصحفية هند وسام شرماطي في مقابلة أجريت معها في قناة الحياة<sup>72</sup>.

فيما يخص صحافة البيانات فهي تستخدم حسب إجابات العينة بنسبة 34% وهو ما نلاحظه خاصة بالقنوات التلفزيونية عند عرض إحصائيات أين يتم الاعتماد على صحافة البيانات لعرض هذه المعلومات بصفة مبسطة يمكن فهمه.

### الجدول 8: هل توفر المؤسسة تكوينات حول التقنيات التي يستوجب على الصحفي التمكن منها؟

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	46	58%
لا	34	42%
المجموع	80	100%

يتبين من خلال الجدول 8 نلاحظ أن 46 من الصحفيين أي ما يمثل نسبة 58% من الصحفيين تتوفر المؤسسات التي يشتغلون بها على التكوينات فيما يخص التكوينات التي يتلقاها الصحفيون فيما يخص التقنيات الواجب على الصحفي التمكن منها واسنغالها في عمله الإعلامي، في حين أجاب 34% من الصحفيين أن المؤسسات التي يشتغلون بها لاتوفر تكوينات حول التقنيات التي يحتاجها الصحفي في ممارسته المهنية.

يتبين لنا من خلال هذه النتائج أن أغلبية الصحفيين الجزائريين يستفيدون من تكوين داخل المؤسسات التي يشتغلون بها ، هذا ما اكدته المقابلة التي أجريت مع السيد هوشم محمد

<sup>72</sup> مقابلة أجريت مع الصحفية هند وسام شرماطي بقناة الحياة ، يوم 2024/5/15.

رئيس تحرير بقناة الحياة أنه هناك ميزانية مخصصة لتكوين الصحفيين خاصة وفق ما تتطلبه مستجدات المهنة الإعلامية. وفي مقابلة أخرى أجريت مع السيدة موجه بوعلاق المسؤولة عن موقع الجزائر الجديدة صرحت أنه ليس كل المؤسسات تتوفر على تكوينات للصحفيين وهذا راجع لطبيعة العمل داخل الموقع الإلكتروني وهذا ما يفسر نسبة 34% التي أجابت أن المؤسسات لا توفر هذه التكوينات.

**المحور الثاني: تقنيات التحقق من المعلومات في ظل إنتشار الأخبار الكاذبة ؟**

**الجدول 9: ماهو المحتوى الذي يتم التحقق من صحته؟**

المتغير	التكرار	النسبة
التحقق من الفيديوهات	36	45%
التحقق من النصوص	26	32,5%
التحقق من الصور	18	22,5%
المجموع	80	100%

من خلال نتائج الجدول 9 يتبين لنا أن الصحفيين المبحوثين الذين يتحققون من الفيديوهات قدر عددهم ب36 مفردة ما يمثل نسبة 45% ، فيما قدر عدد الصحفيين الذين يتحققون من المحتوى الموجود بالنصوص بلغ عددهم 26 صحفيا بنسبة 32,5% والذين يتحققون من محتوى الصور ب 18 مفردة بنسبة 22,5% من مجموع 100%.

بتحليل نتائج الجدول 9 نلاحظ أن أغلبية الصحفيين المبحوثين يتحققون من محتوى الفيديوهات بنسبة 45% مايفوق نصف العينة وهذا راجع لماتحتويه الفيديوهات من تغيير

للحقائق وتزييف مما يوجب على الصحفيين ضرورة التحقق من صحتها ومن مصدرها ومطابقتها للمحتوى المنشور خاصة مع إنتشار مواقع التوصل الإجتماعي التي فرضت على المؤسسات الصحفية التواجد عليها ونشر محتواها فيها فيما يتعلق الأمر بالصور هي الأخرى يتم التحقق من صحتها فهي الأخرى يتم التحقق منها من قبل الصحفيين المبحوثين وهذا راجع كذلك إلى ماتشده الصور من تزييف وتشويه مما يمس بمصداقية الصحفي والمؤسسة التي يشتغل بها. في المقابلة التي أجريت مع السيد محمد هوشم رئيس تحرير بقناة الحياة أنه من الواجب الاعتماد على بعض التقنيات الحديثة مثل Google Image والتي تمكن الصحفي من التعرف على صحة الصورة خاصة في أوقات الحروب والأزمات أين تنتشر الصور بكثرة مما يصعب على الصحفي التمييز بين الصور الحقيقية والصور التي تم تزييفها.

فيما يخص التحقق من النصوص فقد بلغت إجابات الصحفيين هي الأخرى نسبة كبيرة لكن لم يقدم الصحفيين توضيحات حول التقنيات التي يستخدمونها مما يشكك في صحة الإجابات المقدمة، من خلال المقابلة التي أجريت مع السيد هوشم محمد والذي أشار أن المصدر الرئيسي للمعلومات يكون م خلال البيانات والنصوص الرسمية.

#### الجدول 10 : كيف يتم التحقق من المعلومات داخل المؤسسة؟

المتغير	التكرار	النسبة
تقنيات حديثة	49	93%
تقنيات تقليدية	31	61%
المجموع	80	100%

يتبين من خلال الجدول 10 أن 31 من الصحفيين أي بنسبة 61% يستخدمون التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات في حين 49 من الصحفيين أي بنسبة 93% يعتمدون على التقنيات الحديثة للتحقق، لكن الإجابة تتوفر على نوع من عدم المصادقية فعندما سألناهم عن التقنيات لم تكن الإجابات واضحة.

من خلال المقابلة التي أجريت مع السيد هواشم محمد قال أن التحقق يكون بالدرجة الأولى عن طريق الجهات الرسمية للحصول على المعلومات الرسمية كوكالة الأنباء والمديريات عن طريق البيانات الصحفية وهذا مايعتبر من الوسائل التقليدية للتحقق من المعلومات.

ومن خلال المقابلة التي أجريت مع السيدة بوعلاق موجة المسؤولة عن الموقع الرسمي أكدت نفس الأمر حيث أنه من اللازم على الصحفي التمكن من التقنيات الحديثة ليس فقط عن طريق تلقي تكوينات خارج المؤسسة وذلك لمواكبة التطورات واكتساب المهارات اللازمة في ممارستهم الصحفية.<sup>73</sup>

#### الجدول 11: هل يتم استخدام التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات ؟

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	64	80%
لا	16	20%
المجموع	80	100%

يتبين لنا من خلال الجدول 11 أن أغلبية الصحفيين يستخدمون التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات بنسبة 80% فيما مثلت نسبة 20% الصحفيين الذين لا يستخدمون تقنيات

<sup>73</sup> مقابلة أجريت مع مسؤولة موقع الجزائر الجديدة، السيدة موجة بوعلاق، يوم 2024/5/3

التحقق من المعلومات وهذا مايبين إهتمام الصحفيين بالتحقق من المعلومات خاصة بواسطة التقنيات الحديثة المخصصة لذلك.

### الجدول 12: إجابات العينة حول التقنيات المستخدمة للتحقق من المعلومات

المتغير	التكرار	النسبة
مواقع خاصة بالتحقق من المعلومات	45	56%
برامج حديثة	35	44%
المجموع	80	100%

من خلال الجدول 12 يتضح لنا أن الصحفيين يستخدمون المواقع الخاصة بالتحقق من المعلومات بنسبة 56% فيما يستخدم 35 من أفراد العينة البرامج الحديثة المخصصة للتحقق من المعلومات وذلك بنسبة 44%. وبتحليل النتائج يظهر أن الصحفيين الذين صرحوا أنهم يقومون باستخدام المواقع لم يقوموا بذكر هذه المواقع ولا كيفية استخدامها وهذا ما يوضح عدم معرفتهم الكاملة بهذا المجال وعدم الحصول على التكوينات اللازمة التي تمكن الصحفيين من التحقق من المعلومات عن طريق البرامج والتقنيات الحديثة خاصة وما تعرفه الصور والفيديوهات من تزييف وتغيير للحقائق خاصة بانتشار الأخبار الكاذبة والمغلوبة مما يستوجب على الصحفي بالدرجة الأولى التحلي باليقظة ودقة الملاحظة من أجل التعرف على الخلل في الصور والمحتويات إن وجد.<sup>74</sup>

<sup>74</sup> مقابلة مع محمد السيد هوشم، مسؤول قسم الديجيتال بقناة الحياة يوم 2024/5/15

## المحور الثالث: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدم في التحقق من المعلومات

الجدول 13: هل لديك معرفة حول تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم للتحقق

من المعلومات؟

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	61	76%
لا	19	24%
المجموع	80	100%

من خلال نتائج الجدول 13 أن 76% من العينة لديها معرفة حول تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة للتحقق من المعلومات في حين أن 24% من العينة ليس لديهم معرفة بذلك. يمكن تغيير هذه النتائج بالقول أن الفئة التي لديها معرفة بهذه التقنيات هي الفئة التي تطلع لأهم المستجدات في مجال التطورات وهذا راجع إلى أن الفئة الغالبة في العينة هي فئة الشباب وفق ما بيناه في متغير السن.

في حين أنه حين تم إجراء مقابلة مع السيد هوشم المكلف بقسم الديجيتال بقناة الحياة حيث قال أنه فيما يتعلق باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام لا يزال بعيدا نوعا ما على الإعلام الجزائري بصفة عامة لازالت تعتمد على التقنيات القديمة للتحقق من المعلومات كالإعتماد على المراسلين، كما أضافت السيدة موجه بوعلاق المسؤولة على موقع الجزائر الجديدة أنه من المهم التحقق والتأكد من المعلومة بحد ذاتها وذلك بالتوجه إلى المصادر الرسمية بما فيها القنوات الرسمية للدولة، وفيما يخص الصور والفيديوهات فيتم التأكد من توافقها مع المحتوى وهذا يتم بالإعتماد لاعلى التقنيات الحديثة ولا الذكاء

الإصطناعي إنما على يقظة الصحفي وتمكنه من معرفة الصور والفيديوهات ولاتحتوي على تزييلات وتزييفات.<sup>75</sup>

### الجدول 14: أهم تطبيقات الذكاء الإصطناعي التي تستخدم للتحقق من المعلومات

المتغير	التكرار	النسبة
تطبيقات التحقق من الصور	31	39%
تطبيقات التحقق من الفيديوهات	27	34%
تطبيقات التحقق من المواقع والأماكن	22	27%

من خلال نتائج الجدول 14 يتبين لنا أن 39% من العينة يستخدمون التطبيقات المخصصة للتحقق من الصور، كما يستخدم 34% التطبيقات المخصصة للتحقق من الفيديوهات ويستخدم 27% تطبيقات الذكاء الإصطناعي للتحقق من الأماكن والمواقع. تفسر هذه النتائج إهتمام الصحفيين بالجانب التقني وتطبيقات الذكاء الإصطناعي المخصصة للتحقق من المعلومات خاصة فيما يخص التحقق من الصور كون هذه الأخيرة تعرف تغييرا وتزييفا عميقا مما يستدعي التحقق من صحتها، كذا الفيديوهات التي تعرف انتشارا كبيرا والتي تعتبر في كثير من الأحيان مصدرا لذا وجب التأكد من صحتها. تستخدم كذلك التطبيقات للتحقق من الأماكن والمواقع، كون المواقع كذلك يكمن أن الأماكن كذلك يمكن أن تتعرض للتزييف والتغيير كأن يعرض مكان مع المادة الإعلامية لايمت لها بصلة مما يوجب على الصحفيين التأكد من صحتها.

<sup>75</sup> مقابلة أجريت مع السيدة موجة بوعلاق، مسؤولة موقع الجزائر الجديدة، يوم 2024/5/10

الجدول 15: فيما تستخدم هذه التطبيقات إذا لم تستخدم للتحقق من المعلومات؟

المتغير	التكرار	النسبة
الترجمة	38	47%
تحرير النصوص	36	45%
مصدر للخبر والصور	6	8%
المجموع	80	100%

من خلال نتائج الجدول 15 والذي يبين لنا إستخدامات الصحفيين لتقنيات الذكاء الإصطناعي من غير الإستعمال بغرض التحقق من المعلومات، بينت النتائج أن الأغلبية وبنسبة 47% يستخدمونها من أجل الترجمة مما يؤكد التسهيلات التي وفرتها هذه التطبيقات للصحفيين من خلال توفير خدمات ترجمة النصوص وحتى تصريحات الشخصيات، كما تستخدم العينة تطبيقات الذكاء الإصطناعي بنسبة 45% لغاية تحرير النصوص والمقالات الصحفية فهي بإمكانها إقتراح مواضيع وحتى عناوين للأعمال الصحفية التي ينجزونها.

من خلال النتائج التي يبينها الجدول، يتبين أن نسبة 8% من المبحوثين يعتمدون على تطبيقات الذكاء الإصطناعي لمعرفة مصادر الأخبار والصور أي للتحقق وهذا مايتوافق مع دراساتنا وحتى لأخذ الصور والفيديوهات مما يبين إعتمادهم عليها في مختلف الأعمال الصحفية.

لكن في المقابلة التي أجريت مع السيد هوشم محمد المسؤول عن قسم الديجيتال في قناة الحياة أنه فيما يتعلق باستخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في الإعلام لا يزال بعيدا نوعا عن الإعلام الجزائري بصفة عامة لازالت تعتمد على التقنيات التقليدية للتحقق من المعلومات وعند مسألته فيما إذا كان يعتمد على تقنيات من بصفة شخصية ولكن لأغراض مهنية نفى ذلك، في حين أن الصحفية العاملة بنفس القناة هند نباوي في نفس القسم قالت أنها تعتمد

على هذه التقنيات وعلى رأسها chatgpt الذي يساعدها في اقتراح أفكار حول الموضوع الذي تريد تناوله.<sup>76</sup>

**الجدول 16: إجابات العينة حول ما إذا كانت المؤسسات توفر تكوينات حول هذه التقنيات**

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	30	37
لا	50	63
المجموع	80	100

من خلال نتائج الجدول 16 يتضح لنا أن الصحفيين الذين أجابوا أن المؤسسات الإعلامية توفر تكوينات خاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي كانت بنسبة 30% ولم يقوموا بتوضيح هذه التكوينات ولا محاورها مما يشكك في مصداقية الإجابات في حين بلغت نسبة الصحفيين الذين نفوا ذلك 50% وهي الأغلبية ويعود ذلك كما أجابت السيدة موجه بوعلام إلى عدم إلمام المؤسسات الإعلامية بهذه التقنيات وعدم الحاجة إليها أصلا في الممارسة المهنية كونها لاتزال بعيدة عن الإعلام الجزائري.

**الجدول 17: إجابات العينة على السبب الذي يدفع المؤسسات إلى عدم لى عدم اجراء**

**التكوينات جراء التكوينات**

المتغير	التكرار	النسبة
عدم مواكبة التطورالحاصل في هذا المجال	43	54%
عدم والإلمام والتمكن من التقنيات	24	30%
عدم وجود ميزانية خاصة لذلك	13	16%
المجموع	80	100%

<sup>76</sup> مقابلة أجريت مع الصحفية هند نباوي بقناة الحياة يوم 2024/5/15

أظهرت نتائج الجدول 17 أن 54 من الصحفيين يرون أن السبب الرئيسي إجراء المؤسسات الصحفية لتكوينات فيما يخص التقنيات الحديثة للكفاء الإصطناعي التي تساعد في التحقق من المعلومات راجع إلى كون المؤسسات لا تواكب التطور الحاصل في هذا المجال وذلك بنسبة 54% كما أشار السيد هوشم أن المؤسسات الصحفية لازالت تعتمد على المصادو الرسمية وتعتبرها أهم الأدوات للتحقق من المعلومات، في حين بلغت نسبة الصحفيين الذين يرون أن السبب يكمن في عدم الإلمام والتمكن في هذا المجال مما يستدعي تكوينات ومعرفة كلبرة بهذه التقنيات من أجل التمكن من العمل بها وتوظيفها في العمل الإعلامي ، ورأت البقية أن السبب في عدم تنظيم تكوينات يعود في الأصل إلى عدم وجود ميزانية مخصصة لذلك مما يعرقل المؤسسات الإعلامية كون هذا المجال يحتاج تمويلا كبيرا.

**الجدول 18: إجابات المبحوثين حول ما إذا كانت المؤسسات الإعلامية تسعى إلى تدارك**

**التطور التقني وتوفير الإمكانيات اللازمة.**

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	45	56%
لا	35	44%
المجموع	80	100%

من خلال نتائج الجدول 18 يتبين لن من خلال إجابات المبحوثين أن الصحفيين الذين يرون أن المؤسسات الإعلامية تسعى إلى تدارك التطور التقني وتوفير الإمكانيات اللازمة بلغت نسبتهم 56% وبلغت نسبة الصحفيين الذين نفوا ذلك كانوا بنسبة 44% .

لكن هذه النتائج يمكن التشكيك في مصداقيتها كون الإجابات على السؤال السابق ركزت على عدم تدارك المؤسسات لهذه التطورات وعدم تنظيم تكوينات فيما يخص هذه التقنيات.

## ثانياً: عرض وتحليل الجداول المركبة

انطلاقاً من البيانات المبينة في الجداول البسيطة الموضحة سابقاً، والتحليل الكمي لكل جدول، محاولة متّاً معرفة خصائص الصحفيين المبحوثين من خلال ثلاثة محاور أساسية، فإننا نشعر مباشرة بعد هذا التحليل الكمي في محاولة قراءة كل الأرقام المرتبطة بكلّ جدول وربطها بالمتغيرات التي لها علاقة مباشرة مع مضمون السؤال، والتي قد توحى بوجود دلالات إحصائية تساعدنا في التحليل الكيفي للنتائج المحصّل عليها

## تحليل نتائج الدراسة وفق متغير السن:

الجدول 20: يمثل إجابات الصحفيين المبحوثين حول استخدام التقنيات الحديثة في العمل الصحفي حسب متغير السن\*:

هل يتم إستعمال التقنيات الحديثة في العمل الصحفي اليومي؟ * السن					
المجموع	السن			التكرار	نعم
	من 35 إلى 41 سنة	من 29 إلى 35 سنة	من 22 إلى 29 سنة		
73	10	21	42	التكرار	نعم
91.2%	100.0%	84.0%	93.3%	النسبة %	
7	0	4	3	التكرار	لا
8.8%	0.0%	16.0%	6.7%	النسبة %	
80	10	25	45	التكرار	المجموع
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	النسبة %	

من خلال الجدول 20 والذي يبين لنا إستعمال الصحفيين للتقنيات الحديثة في الممارسة الإعلامية حسب متغير السن، أين بلغ عدد الصحفيين الذين يستخدمونها 42 صحفياً ما يمثل نسبة 93,3 % وهم الذين تتراوح أعمارهم بين 22 إلى 29 سنة والذي تمثل أغلب نسبة من الصحفيين المبحوثين وكان عدد المجيبين الذين يستخدمون التقنيات الحديثة في عملهم الإعلامي والذين تتراوح أعمارهم بين 29 إلى 35 سنة 84% مما يمثل 21 مفردة

من مجموع الصحفيين المجيبين بنعم، فيما بلغ عدد الصحفيين الذين نفوا استخدام التقنيات الحديثة في العمل الإعلامي 7 مفردات ما يمثل 8,8% .  
تبرز نتائج الجدول 20 العلاقة الطردية الموجودة بين سن الصحفيين المبحوثين وبين التقنيات الحديثة المستخدمة للتحقق من المعلومات ،حيث لاحظنا أنه كلما كان عمرهم أقل كلما زاد استخدامهم لهاته التقنيات.

**الجدول 21: يمثل إجابات الصحفيين المبحوثين حول كيفية التحقق من المعلومات وفق متغير السن:**

كيف يتم التحقق من المعلومات داخل المؤسسة؟ * السن					
المجموع	السن			التكرار	النسبة %
	من 35 إلى 41 سنة	من 29 إلى 35 سنة	من 22 إلى 29 سنة		
31	5	8	18	التكرار	التقنيات التقليدية
38.8%	50.0%	32.0%	40.0%	النسبة %	
49	5	17	27	التكرار	التقنيات الحديثة
61.2%	50.0%	68.0%	60.0%	النسبة %	
80	10	25	45	التكرار	المجموع
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	النسبة %	

من خلال معطيات الجدول 21 يتبين لنا أن الصحفيين الذين يستخدمون التقنيات التقليدية للتحقق من المعلومات داخل المؤسسات التي يشتغلون بها والذين تتراوح أعمارهم بين 22 إلى 29 سنة قد بلغت نسبتهم 40% فيما بلغت نسبة الصحفيين الذين يعتمدون على التقنيات الحديثة 60%.

أما الصحفيين الذين تتراوح أعمارهم من 29 إلى 35 سنة والذين يستخدمون التقنيات التقليدية للتحقق من المعلومات فقد بلغت نسبتهم 32% أما الذين يستخدمون التقنيات الحديثة فقد بلغت نسبتهم 68%، وفيما يخص الصحفيين الذين تتراوح أعمارهم بين 35 و 40 سنة فهم يستخدمون التقنيات الحديثة والتقليدية بنسبة متساوية لكل من الإثنين بنسبة 50%.

نلاحظ أن النسب ليست متفاوتة بصفة كبيرة وأن الصحفيين المبحوثين يعتمدون على التقنيات الحديثة والتقليدية للتحقق من المعلومات وفي المقابلة التي أجريت مع السيدة موجة بوعلاق المسؤوة عن موقع الجزائر الجديدة قالت أنه لا يتم الإستعانة بالتقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات بل يتم الإعتماد على المصادر الرسمية وحتى يتم الرجوع إليها قبل نشر أي معلومة.<sup>77</sup>

### الجدول 22: يمثل إجابات الصحفيين المبحوثين حول إستعمالات الصحفيين للتقنيات الحديثة في العمل الصحفي وفق متغير القطاع

هل يتم إستعمال التقنيات الحديثة في العمل الصحفي اليومي؟ * القطاع					
المجموع	القطاع		التكرار	نعم	هل يتم إستعمال التقنيات الحديثة في العمل الصحفي اليومي؟
	خاص	عمومي			
73	57	16	التكرار		
91.2%	90.5%	94.1%	النسبة %		
7	6	1	التكرار	لا	
8.8%	9.5%	5.9%	النسبة %		
80	63	17	التكرار	المجموع	
100.0%	100.0%	100.0%	النسبة %		

من خلال نتائج الجدول 22 والذي يبين إستخدام الصحفيين للتقنيات الحديثة في العمل الصحفي حسب متغير القطاع تبين لنا أن صحفيي القطاع العمومي والذين يستخدمون هذه التقنيات بلغت نسبتهم 94% فيما بلغت نسبة الصحفيين الذين لا يستخدمونها نسبة 5,9%. أما فيما يخص صحفيي القطاع الخاص فقد بلغت نسبة الذين لا يستخدمون التقنيات الحديثة في الممارسة الإعلامية فقد بلغت نسبتهم 90,5% وبلغت نسبة الصحفيين المبحوثين الذين لا يستعينون بالتقنيات الحديثة في العمل الإعلامي نسبة 9,5% من مجموع 100% . من خلال هذه النتائج، نستنتج أن النسب لا تعرف تفاوتاً كبيراً مما يفسر إهتمام الصحفيين بالتقنيات الحديثة التي تسهل عليهم بعض الأعمال وتوفر عنهم بعض الجهد وفق ما تفرضه

<sup>77</sup> مقابلة أجريت مع السيدة موجة بوعلاق، مسؤولة الموقع الإلكتروني، الجزائر الجديدة، يوم 2024/4/24

المهنة الإعلامية من تماشي ومواكبة للتطورات التقنية الحاصلة، وهذا مايقسر إهتمام الصحفيين بالجانب التقني.

### الجدول 23: إجابات الصحفيين المبحوثين حول كيفية التحقق من المعلومات داخل المؤسسة حسب متغير القطاع\*

كيف يتم التحقق من المعلومات داخل المؤسسة؟ * القطاع						
المجموع	القطاع		التكرار	النسبة %	كيف يتم التحقق من المعلومات داخل المؤسسة؟	
	خاص	عمومي				
31	20	11	التكرار	النسبة %		التقنيات التقليدية
38.8%	31.7%	64.7%	التكرار	النسبة %		
49	43	6	التكرار	النسبة %		التقنيات الحديثة
61.2%	68.3%	35.3%	التكرار	النسبة %		
80	63	17	التكرار	النسبة %	المجموع	
100.0%	100.0%	100.0%	التكرار	النسبة %		

من خلال نتائج الجدول 23 والذي يبرز إجابات الصحفيين المبحوثين حول كيفية التحقق من المعلومات داخل المؤسسات التي يشتغلون بها حسب متغير القطاع حيث بينت النتائج أن صحفيي القطاع العمومي يتحققون من المعلومات عن طريق التقنيات التقليدية وذلك بنسبة 64,7 % في حين يعتمد 35,3% على التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات. في حين يعتمد صحفيو القطاع الخاص على التقنيات الحديثة بنسبة أكبر تتمثل في 68,3% ويعتمدون على التقنيات التقليدية بنسبة 31,7%. من خلال هذه النتائج يتبين لنا أن صحفيي القطاع الخاص يعتمدون التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات بنسبة أكبر من صحفيي القطاع العمومي وذلك ربما يرجع إلى كزن الإعلام العمومي يوجب على الصحفيين الإعتماد على المصادر الرسمية كونها المرجع الوحيد للمعلومات في حين يتوفرالإعلام الخاص على نوع من الإستقلالية في الإعتماد على مصادر أخرى لكن لابد من الرجوع إلى المصادر الرسمية والإعتماد على مصدر موثوق بما فيها المراسلين من مختلف الولايات والذين يعتبرون بحد ذاتهم مصدر. نلاحظ من خلال هذه النتائج أنه ورغم وجود إختلاف في نسبة إستخدام التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات إلا أنه يتم الإعتماد على التقنيات

التقليدية للتحقق من المعلومات من طرف كلا القطاعين حيث يتم الإعتماد على مصداقية المصدر للتحقق من صحة المعلومات التي يتم بثها ونشرها وهذا ماتم إستنتاجه من المقابلات التي أجريت في إطار الدراسة.

**الجدول 24:** يمثل إجابات الصحفيين المبحوثين حول ما إذا كانت المؤسسات الإعلامية توفر تكوينات للتحقق من المعلومات بالإعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي وفق متغير القطاع\*

هل توفر المؤسسة تكوينات حول كيفية التحقق من المعلومات بالإعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي؟ * القطاع					
المجموع	القطاع		التكرار	نعم	هل توفر المؤسسة تكوينات حول كيفية التحقق من المعلومات بالإعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
	خاص	عمومي			
30	19	11			
37.5%	30.2%	64.7%	النسبة %		
50	44	6	التكرار	لا	
62.5%	69.8%	35.3%	النسبة %		
80	63	17	التكرار	المجموع	
100.0%	100.0%	100.0%	النسبة %		

من خلال الجدول 24 الذي يمثل إجابات الصحفيين حول ما إذا كانت المؤسسات الإعلامية توفر تكوينات حول تقنيات التحقق من المعلومات خاصة مع تجليات الذكاء الاصطناعي وذلك حسب متغير القطاع، حيث أجاب صحفية القطاع العمومي بنسبة 64,7% أن المؤسسات توفر تكوينات للتحقق من المعلومات وأجابت نسبة 35,3% أن المؤسسات لا توفر تكوينات للتحقق من المعلومات.

69,8% من صحفيي القطاع الخاص أجابوا أنه يتم توفير تكوينات حول التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات في حين أجاب 30,2% من الصحفيين أنه يتم توفير تقنيات حول التحقق من المعلومات في ظل التطورات التقنية وتجليات الذكاء الاصطناعي.

من خلال النتائج السابقة يتبين لنا ان المؤسسات الإعلامية تولي اهمية لتكوين صحفييها حول تقنيات التحقق من المعلومات ولو أن النسب كانت متفاوتة، لكن من خلال المقابلات التي أجريت لم يتم تقديم تفاصيل حول هذه التكوينات ،فمن خلال المقابلة التي أجريت مع السيد محمد هواشم رئيس تحرير بقناة الحياة والذي أكد أن المؤسسات الإعلامية تحرص على تكوين الصحفيين للتحقق من المعلومات خاصة بانتشار الأخبار الكاذبة والمزيفة، لكن لم يعطي تفاصيل أكثر حول كيفية إجراء هذه التكوينات، مداتها، محاورها، والصحفيين الذين يستفيدون من هاته التكوينات.<sup>78</sup>

<sup>78</sup> مقابلة مع السيد محمد هواشم، رئيس تحرير بقناة الحياة، يوم 15/2024

## الجدول 25: يبين إستعمالات التقنيات الحديثة في العمل الصحفي اليومي حسب متغير نوع المؤسسة \*

هل يتم إستعمال التقنيات الحديثة في العمل الصحفي اليومي؟ * نوع المؤسسة						
المجموع	مكان العمل			التكرار	نعم	هل يتم إستعمال التقنيات الحديثة في العمل الصحفي اليومي؟
	قناة تلفزيونية	موقع إلكتروني	صحافة مكتوبة			
73	34	29	10	التكرار	نعم	هل يتم إستعمال التقنيات الحديثة في العمل الصحفي اليومي؟
91.2%	91.9%	90.6%	90.9%	النسبة %		
7	3	3	1	التكرار	لا	هل يتم إستعمال التقنيات الحديثة في العمل الصحفي اليومي؟
8.8%	8.1%	9.4%	9.1%	النسبة %		
80	37	32	11	التكرار	المجموع	
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	النسبة %		

ترتبط نتائج الجدول 25 بمتغير نوع المؤسسة حيث يستعمل الصحفيين المبحوثين الذين يشتغلون بالصحافة المكتوبة بنسبة 90,9 % بمجموع 10 مفردات وبلغت نسبة الذين لا يعتمدون على التقنيات الحديثة في الممارسة الإعلامية 9,1% بمفردة واحدة. فيما يخص صحفيي المواقع الإلكترونية فكانت نسبة الذين يعتمدون على التقنيات الحديثة في ممارستهم الإعلامية فقد كانت نسبتهم 90,6 % والذين لا يعتمدون عليها بنسبة 9,4% وتصدر صحفيي القنوات التلفزيونية المبحوثين إستخدام التقنيات الحديثة بنسبة 91,9 % والذين لا يعتمدون عليها بنسبة 8,1%.

من خلال تفسير هذه النتائج يتضح أن الصحفيين المبحوثين لكافة المؤسسات الإعلامية من صحافة مكتوبة، موقع إلكتروني وصحافة مكتوبة يستخدمون التقنيات الحديثة في الممارسة الصحفية وهذا وفق ما يفرضه الواقع الإعلامي والذي يوجب على الصحفيين التمكن والإلمام بالتقنيات التي تساعدهم في العمل الصحفي بنسب متقاربة مما يفسر أن كافة الأجهزة الإعلامية تحتاج إلى تبني التقنيات الحديثة وهذا لمواكبة التطورات وفق ماتقرضه الحتمية التكنولوجية التي تقرض على وسائل الإعلام الإستفادة من التطورات الحديثة .

الجدول 26: يمثل إجابات الصحفيين المبحوثين حول المحتوى الذي يتم التحقق من صحته

وفق متغير نوع المؤسسة\*

ما هو المحتوى الذي يتم التحقق من صحته؟* نوع المؤسسة					
المجموع	مكان العمل			التكرار	صور
	قناة تلفزيونية	موقع إلكتروني	صحافة مكتوبة		
18	6	7	5	النسبة %	فيديوهات
22.5%	16.2%	21.9%	45.5%	التكرار	
36	19	16	1	النسبة %	نصوص
45.0%	51.4%	50.0%	9.1%	التكرار	
26	12	9	5	النسبة %	المجموع
32.5%	32.4%	28.1%	45.5%	التكرار	
80	37	32	11	النسبة %	
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	النسبة %	

ترتبط نتائج الجدول 26 بمتغير نوع المؤسسة الإعلامية ونوع المحتوى الذي يتم التحقق من صحته حيث بلغت نسبة الصور والنصوص التي يتم التحقق من صحتها في الصحافة المكتوبة نسبة 45,5% في حين يتم التحقق من الفيديوهات بنسبة 9,1%. فيما يخص صحفيي المواقع الإلكترونية الذين يتحققون من الفيديوهات نسبة 50% والتحقق من النصوص بنسبة 28,1% والصور بنسبة 21,9%.

فيما يتعلق بصحفيي القنوات التلفزيونية فيتحققون من الفيديوهات بنسبة 51,4% ومن النصوص بنسبة 32,4% أما الصور فيتم التحقق منها على مستوى القنوات بنسبة 16,2%. بتحليل وتفسير نتائج الجدول رقم 26 يتضح أن التحقق من الصور والنصوص داخل مؤسسات الصحافة المكتوبة لاقى توازنا وذلك راجع لطبيعة عمل المؤسسة والمحتوى الذي تعتمد عليه والذي يمثل في أغلبه الصور والنصوص وفيما يتعلق بالمواقع الإلكترونية فيتم فيها التحقق من الفيديوهات والصور والنصوص ما يرجع كذلك إلى طبيعة المحتوى المنشور فيه

والتي تتنوع من صور وفيديوهات ونصوص وفيميل يخص القنوات التلفزيونية فيتم فيها التركيز على التحقق من الفيديوهات بنسبة أكثر من النصوص والصور وذلك راجع لإنتشارها والإعتماد الكبير عليها داخل المؤسسات.

**الجدول 27: يبين إجابات الصحفيين المبحوثين حول التكوينات التي توفرها المؤسسات الإعلامية للتحقق من المعلومات بالإعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي حسب متغير نوع المؤسسة\***

هل توفر المؤسسة تكوينات حول كيفية التحقق من المعلومات بالإعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي؟ * مكان العمل					
المجموع	مكان العمل			التكرار	نعم
	قناة تلفزيونية	موقع إلكتروني	صحافة مكتوبة		
30	17	8	5	التكرار	نعم
37.5%	45.9%	25.0%	45.5%	النسبة %	
50	20	24	6	التكرار	لا
62.5%	54.1%	75.0%	54.5%	النسبة %	
80	37	32	11	التكرار	المجموع
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	النسبة %	

من خلال نتائج الجدول 27 يتبين أن الصحفيين المبحوثين والمتمثلين في الصحافة المكتوبة الذين

نفوا أن مؤسساتهم توفر تكوينات حول التحقق من المعلومات بالإعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي قد بلغت نسبتهم 54,5% في حين بلغت نسبة الذين أجابوا أن المؤسسات توفر هذه التكوينات كان بنسبة 45,5% وبلغت نسبة صحفيي المواقع الإلكترونية الذين أجابوا بأن المؤسسات توفر تكوينات تخص التحقق قج بلغت نسبتهم 25% وبلغت نسبة الصحفيين الذين نفوا أن المؤسسات توفر تكوينات نسبة 75%. بلغت نسبة الصحفيين المبحوثين

العاملين بالقنوات التلفزيونية والذين لا توفر مؤسساتهم تكوينات مخصصة للتحقق من المعلومات نسبة 54,1% أما الذين لا توفر مؤسساتهم هذه التكوينات بلغت نسبتهم 45,9%. نلاحظ من خلال هذه النتائج أن المؤسسات لا توفر تكوينات تخص التحقق من المعلومات أكثر من كونها توفرها ولو أن هناك نسبة أجابت أنه يتم ذلك لكن لم يقدموا معلومات كافية حول هذه التكوينات إضافة إلى كونهم لا يستخدمونها في الممارسة الإعلامية اليومية مما يشكك في مصداقية الإجابات المقدمة.

## المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة

- أظهرت أولى نتائج الدراسة أن الفئة العمرية الذين تتراوح أعمارهم بين 22 إلى 29 سنة هم الأكثر تواجدا على مستوى المؤسسات الإعلامية مما يشير أن المؤسسات الإعلامية توظف فئة الشباب وذلك بنسبة 56,2% وهذا ماتم ملاحظته عند توزيع الإستمارة على المبحوثين كما تمثل هذه الفئة النسبة الأكثر معرفة بالتقنيات الحديثة، حيث شكلت فئة الصحفيين الذين تتراوح أعمارهم بين 22 و 29 سنة نسبة 60% و 68,2% للبالغين من 29 إلى 35 سنة وهذا مايدل أن عامل العمر يلعب دورا في استخدام التقنيات والتعامل معها في الممارسة الصحفية اليومية ولديهم معرفة أكثر حول هذه التقنيات.

- توصلت دراستنا أن الممارسة الصحفية في المؤسسات الإعلامية تعتمد بالدرجة الأولى على صحافة الموبايل وذلك بنسبة 51% مايمثل الإغلبية الكبيرة من عينتنا وذلك راجع لسهولة استخدامه وتوفره لدى أغلب الصحفيين.

من خلال النتائج تبين كذلك أن عملية التحقق تختلف حسب نوع المؤسسة الإعلامية حيث أن التحقق من المعلومات في المؤسسات الإعلامية العمومية يكون بالدرجة الأولى عن طريق الإعتماد على المصادر الرسمية بما فيها البيانات والشخصيات وكذا المراسلين الذين يوفرون تغطية على كافة المعلومات وتؤكد ذلك من خلال المقابلات التي أجريت مع المبحوثين في إطار دراستنا.

توصلنا من خلال دراستنا أن المحتوى الذي يتم التحقق من صحته بنسبة أكثر يتمثل في الفيديوها بنسبة 45% وكذلك الصور والنصوص وذلك بالإعتماد على

على التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات بما فيها التطبيقات وبرامج التحقق من المعلومات لكن الإجابات لم تكن دقيقة كفاية لتبين لنا أسماء هذه البرامج وكيفية إستعمالها لذلك اعتمدنا على المقابلة فيتبين أنه يتم الإعتماد فقط على موقع Google Image للتحقق من الصور ما إذا كانت حقيقية أو مزيفة.

فيما يخص التكوينات المخصصة للتحقق من المعلومات بينت الدراسة أنه يتم توفير تكوينات للصحفيين خاصة في ظل إنتشار الأخبار الكاذبة لكن لم يتم تقديم تفاصيل حول هذه التكوينات كما أنه لم يتم التطرق إلى تفاصيل هذه التكوينات والمحتوى الذي تقدمه أو كيف يتم الإستفادة منها خاصة وأن الصحفيين الذين أجريت معهم مقابلات نفى أغلبيتهم إستخدام هذه التقنيات في الممارسة الإعلامية بما فيها التحقق من المعلومات.

في ما يخص تجليات الذكاء الإصطناعي واستخدام تقنياته في التحقق من المعلومات تبين لنا أنه لا يتم الإعتماد عليها ولا يوجد إحاطة بها من قبل الصحفيين وهذا ماتمت ملاحظته خلال توزيع الإستمارة على الصحفيين المبحوثين وكذا من خلال المقابلات المجرة في إطار الدراسة حيث اكتشفنا أنه يتم الإعتماد عليها لأغراض أخرى كالترجمة والتحقق من الأماكن.

يرجع الصحفيين عدم الإعتماد على هذه التقنيات كون الإعلام الجزائري لا يزال بعيدا عن صحافة الذكاء الإصطناعي والتقنيات المستعملة في ذلك، كما يرجع ذلك إلى عدم تخصيص ميزانية لذلك وعدم وجود الكادر البشري المتكون والتمكن من هذه التقنيات والعمل بها وكذا كون هذه التقنيات مكلفة تستلزم أجهزة مخصصة

لها، كما أرجع بعض المبحوثين ذلك لأن المسؤولين على المؤسسات الإعلامية لا يفقهون هذه التقنيات ولا يهتمون بها.

# الخاتمة

يفرض الإعلام على الصحفي الإلمام بكافة التقنيات والمهارات التي تمكنه من تحسن ممارسته الإعلامية والإستفادة منها وفق ماتقرضه الحتمية التكنولوجية، لذا وجب على الصحفي التخلص من الرهاب التكنولوجي ،كما وجب على المؤسسات الإعلامية مسايرة التطورات الإعلامية كي لايبقى الإعلام الجزائري حبيس قالب تغلب عليه الرتابة وهو في الواقع يعتمد على الإبداع في إنتاج المحتوى والإعتماد على التقنيات الحديثة خاصة مع تقنيات الذكاء الإصطناعي والتي أصبحت تشكل خطورة على الإعلام خاصة مع إنتشار تقنيات التزييف العميق مما يستلزم التمكن من هذه التقنيات وتوفيرتكوينات للصحفيين مما يمكنهم من ممارسة الإعلام بأريحية عوض التمسك بقالب تقليدي لا يواكب الإعلام الحديث القائم على هذه التقنيات.

الوعي بأهمية التقنيات الحديثة الخاصة بعمليات التحقق من المعلومات، كونها ضرورة من ضروريات العمل الصحفي، للوصول إلى المعلومة الصادقة للتدريب على استخدام أدوات وتقنيات التحقق من المعلومات ، وزيادة الكفاءة في التعامل معها؛ من أجل تجويد العمل الصحفي كما يستلزم على الصحفي التمتع بالحس الصحفي والشك الدائم كل معلومة، لتفادي الوقوع بفخ الأخبار المضللة تعزيز قنوات القائمين بالإتصال بضرورة التحقق من المعلومات، وزيادة الثقة في تقنيات التحقق، والتماشي كل ما هو جديد في هذا الإطار.

تقرض ذلك هذه التقنيات الإستعانة بخبراء ومختصين تقنيين في هذا المجال لتكوين الصحفيين وتمكينهم منها خاصة مع التدفق الهائل للمعلومات التي يستغها البعض في تمرير الأخبار المضللة والكاذبة فيتم بذلك تحديث أساليب التحقق وفق مايتناسب مع آليات التضليل الحديثة.



# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر:

### المعاجم والقواميس:

- 1/ محمد ابن أحمد العلوي وآخرون، المعجم الوسيط ، الجزء الأول. احمد خليل, مفاتيح العلوم الإنسانية,معجم عربي فرنسي انجليزي, دار الطبعة للنشر ، لبنان 2017 ،
- 2/ ابن منظور، لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، ج1، ط1، لبنان، 1998
- 3/ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ج2، 2003

### الكتب:

### باللغة العربية:

- 4/ الجواهررة سعاد ،إسهامات الوسائل التكنولوجية الحديثة في الممارسة الإعلامية ،جامعة الجزائر ، 2021
- 5/ الدليمي عبد الرزاق، نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط2016، عمان.

- 
- 6/ المزهرة منال هلال، نظريات الإتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
- 7/ الشحف فريد حاتم ، الدعاية والتضليل الإعلامي الأساليب والطرق، دار علاء الدين للنشر، سوريا، 2015.
- 8/ أنجرس موريس ،منهجية البحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، تدريبات علمية ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، ط2، الجزائر.
- 9/آيرتون شيريلين و بوستي جولي ، ترجمة محمود العابد، الصحافة والاعخبار الزائفة والتضليل، الأردن، منظمة الأمم المتحدة للتربية والتعليم والثقافة ( اليونيسكو) ، 2020.
- 10/الكايد هاني ،الإشاعة المفاهيم و الأهداف و الآثار ،دار الراهة للنشر و التوزيع ، 2009
- 11/ بن مرسلي أحمد، مناهج البحث في علوم الإعلام والإتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية ،ط2 ،الجزائر.
- 12/بلعيد نهى، دليل التحقق من المعلومات ، الجمعية التونسية للحوكمة الإلكترونية ، تونس، 2021.
- 13/ بكر عبد الحق، التحقق في الإعلام الجديد، مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت.
- 14/ تمار يوسف: مبادئ البحث العلمي: المنطلقات النظرية والتوجهات التطبيقية ، دار مدني للنشر والتوزيع ، الجزائر.
- 15/ ثابت ناصر، أضواء على الدراسة ، مكتبة الفالح، ط1 ،الكويت ، 1984.

- 16/ شعبان شاوش جمال وآخرون، الممارسة المهنية للصحفيين في العصر الرقمي بين التحديات الراهنة والإفراط في التواصل، المجلة العلمية للدراسات الإنسانية والاجتماعية.
- 17/ عبد الرزاق ديلمي، اشكالية الاخبار المفبركة وأثرها على الراي العام، دراسات اعلاميه مركز الجزيرة للدراسات 24 يوليو 2018.
- 18/ يساري سناء وآخرون: إعلام الأزمة الخليجية للأخبار المزيفة، تقرير لمركز الدوحة لحرية الاعلام، قطر، ديسمبر 2017.
- 19/ عبد الظاهر محمد، صحافة الذكاء الإصطناعي: الثورة الصناعية الرابعة وإعادة هيكلة الإعلام ، دار بدائل للطبع والنشر والتوزيع، ط1.
- 20/ سعودي سفيان ، هكذا تساهم الروبوتات في مساعدة الصحفيين على إنجاز أعمالهم، شبكة الصحفيين الدوليين ، 30 أكتوبر 2018 .
- 21/ بوليفة، شيماء، تقصي الحقائق في عصر ما بعد الحقيقة: المفهوم والتجارب ومتطلبات العمل بحث منشور معهد الجزيرة للإعلام، 2020.

#### المجلات:

- 22/ محمد عمرو محمود عبد الحميد، توظيف تطبيقات الذكاء الإصطناعي قي انتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث العالمية، جامعة الأزهر ، 2022 ، العدد5
- 23/ أبوشيحة فارس، إتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي ، الجامعة الإسلامية، 2021.

24/ أحمد حسن السمان : اتجاهات الصحفيين في وكالت الأنباء نحو واقع ومستقبل  
توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ، وكالة أنباء الشرق الأوسط (دراسة حالة) في إطار  
نموذج تقبل التكنولوجيا التفاعلية ، جامعة العلوم والتكنولوجيا، مجلة بحوث العالقات العامة  
للشرق الأوسط، ع 40 ،مصر .

25/الداود اباد، الاخبار الكاذبة... تغريد داخل السرب، مجلة الصحافة، العدد 13، السنة  
الرابعة، ربيع 2019.

26/جمال شعبان شاوش ،مقال بعنوان "الممارسة الصحفية في المشهد الإعلامي الرقمي بين  
هيمنة التقنية وتحول الهويات المهنية ،مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية ،  
الجزائر ، 2020 .

27/بوطمين عبد الجبار و جربوعة عادل ، "الأخبار الزائفة والحراك الشعبي في الجزائر"،  
مجلة المعيار، المجلد رقم 25

28/ بوعكاز فريدة، جمال العيفة، الممارسة الصحفية في ظل إعلام الجديد "انعكاسات  
تجديد الوسائل على نوعية المضامين"، مجلة تاريخ العلوم ،العدد10، 2017.

### المذكرات:

29/ ماجد حبيب فضل صقر، التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية،  
رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية ، 2014 ،فلسطين.

30/ أحمد عبد الحكيم: تقييم النخبة الفلسطينية لفرص توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي  
في التحرير الصحفي ، مذكرة ماستر في الصحافة ، كلية الآداب في الجامعة الإسلامية ،  
فلسطين، 2021.

---

31/ الحيونى وليد، دليل الصحفى التونسى فى التثبت من صدقية أخبار الواب والشبكات الإجتماعية، الهيئة العليا المستقلة للإتصال السمعي والبصري، 2021، تونس.

المواقع:

32/BjCopeland (27-03-2018)

artificialintelligence.britanica.com.retrieved edited

webwise.ie/teachers/what-is-fake-news vu le 14/4/2024 à 01:22

33/Cherilyn Ireton and Julie Posetti, journalism, "fake news"&disinformation, Handbook for Journalism Education and Training, Scientific and Cultural Organization,) United Nations Educational, 2018.

34/Milka westerlund, The Emergence of DeepFake Technologie , Technologie Innovation Management review, november 2019, volume 9, Issue 11

35/[www.almaany.com](http://www.almaany.com)

مراجع أجنبية:

37/Proceedings of the 51st hawaii international conference on system sciences, fake news, an investigation of verification behaviors on social networking sites.

---

38/Kishwar A and zafar ,Fake news detection on Pakistani news using machine learning and deep learning ,expert systems with applicayionts2023

39/Martin nora, Information verifivation in the age of digital journalism, the international journal of research into new media technologies, 2014

**Livre :**

40 /C'est quoi les fake news ; édition milan, 2019 p1

Jamil, S., & Appiah-Adjei, G. (2019). Journalism in the era of mobile technology: the changing pattern of news production and the thriving culture of fake news in Pakistan and Ghana. World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies.

---

# الملاحق

## الإستبيان:

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص صحافة سمعية بصرية ورقمية

بعنوان "واقع إستخدام الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات في ظل التحولات المهنية للممارسة الإعلامية".

يشرفني أن أضع بين أيديكم هذا الإستبيان بهدف مشاركتكم في هذه الدراسة من أجل الإجابة على الأسئلة المطروحة في الإستمارة بوضع علامة (x) أمام المكان المناسب، كما أحيطكم علما أن الإجابات المصرح بها لاتستغل إلا لأغراض علمية بحثية. أشكركم مسبقا على تعاونكم ومساهمتمكم في هذا العمل.

### المحور الأول: البيانات الشخصية

1/ الجنس: ذكر  أنثى

2/ السن: من 22-28 سنة

من 29-35 سنة

من 35 فما فوق

### 4/ الخبرة المهنية :

من عام إلى ثلاث سنوات

أربع سنوات فما فوق

ثمان سنوات فما فوق

5/ مكان العمل:

- صحافة مكتوبة  
 قناة تلفزيونية  
 موقع إلكتروني

6/ القطاع:

- عمومي  خاص

**المحور الثاني: واقع الممارسة المهنية في ظل التحولات التقنية**

6/ ماهي مدى معرفتكم بالأشكال الجديدة للممارسة الإعلامية؟

7/ هل الممارسة المهنية داخل المؤسسة تعرف تغيرا تماشيا مع التطورات الحادثة

8/ ماهي الأشكال الأكثر إستخداما:

صحافة البيانات      صحافة الموبايل      صحافة المواطن

9/ هل توفر المؤسسة تكوينات فس التقنيات الحديثة التي تتطلبها الممارسة الإعلامية:

- إذا كانت الإجابة بنعم ففيما تتمثل هذه التكوينات؟

**المحور الثالث: تقنيات الذكاء الإصطناعي التحقق من المعلومات في المؤسسات الإعلامية**

10/ كيف يتم التحقق من المعلومات قبل نشرها؟

11/ وما هو المحتوى الذي يتم التحقق من صحته؟

□ صور □ فيديوهات □ نصوص

13/ هل يتم استخدام التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات؟

إذا كانت الإجابة نعم، فما هي التقنيات: ...

14/ هل يتلقى الصحفيون تكوينات حول كيفية التحقق من المحتويات بالإعتماد على تقنيات التقنيات الحديثة؟

15/ هل لديك معرفة حول تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم للتحقق من المعلومات؟

16/ إذا كانت الإجابة بنعم، ففيم تستخدم؟

التحقق من الصور      التحقق من الأماكن      التحقق من الفيديوهات

17/ إذا لم تكن تستخدم في التحقق ففي ماذا تستخدم؟

الترجمة      تحرير النصوص      غيرها

18/ هل تلاحظ أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية تسعى لتدارك هذا التطور التقني الحاصل وتوفر الإمكانيات اللازمة؟

## دليل المقابلة

دراسة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

واقع استخدام الصحفيين لتقنيات التحقق من المعلومات في ظل التحولات المهنية للممارسة الإعلامية.

دراسة مسحية على عينة من الصحفيين الجزائريين في الفترة الممتدة من 1 مارس 2024 إلى 15 ماي 2024.

تخصص صحافة سمعية بصرية ورقمية.

تحت إشراف:

أ/ نريمان تيماجر.

من إعداد الطالبة :

أونيس لانا

### تنويه

المعلومات المقدمة في إطار الاستمارة ستحظى بالسرية التامة و ستستخدم لأغراض الدراسة فقط، إذا نأمل من سيادتكم الكريمة الإجابة على أسئلة الاستبيان بكل صداقية وبأمان تام، و شكرا لكم.

السنة الجامعية: 2024/2023

---

تم إجراء المقابلة مع رؤساء تحرير وصحفيين من مختلف المؤسسات الإعلامية

**الأسئلة:**

- 1/ هل يتم استعمال التقنيات الحديثة في الممارسة الإعلامية؟
- 2/ ماهي هذه التقنيات؟
- 3/ كيف يتم التحقق من المعلومات داخل المؤسسة الإعلامية؟
- 4/ هل يتم توفير تكوينات للصحفيين حول التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات؟
- 5/ كيف يتم التعامل مع الصور والفيديوهات خاصة في ظل انتشار تقنيات التزييف العميق وتغيير الحقائق؟
- 6/ هل شرعت المؤسسة التجهيز مم هل المؤسسة مستعدة للدخول في غمار الذكاء الاصطناعي؟

---

# الفهارس

---

## فهرس المحتويات:

الإهداء

شكر و عرفان

الملخص

1.....مقدمة

4 .....الإطار المنهجي

5.....الإشكالية

6.....أسباب إختيار الدراسة

7.....أهمية الدراسة

7.....أهداف الدراسة

7.....صعوبات الدراسة

7.....أهم المصطلحات

9.....نظرية الدراسة

12.....مجتمع وعينة الدراسة

13.....المنهج المستعمل في الدراسة

14.....أدوات الدراسة

16.....مجال الدراسة

17.....الدراسات السابقة

---

21	الإطار النظري.....
22	تمهيد.....
23	الفصل الأول: الممارسة الإعلامية في ظل التطورات التقنية وتجليات الذكاء الإصطناعي.....
24	المبحث الأول: الممارسة الإعلامية والتكنولوجيات الحديثة.....
24	أولاً: مدخل إلى الممارسة الإعلامية.....
26	ثانياً: تطورات الممارسة الإعلامية.....
28	ثالثاً: مركزية التقنية وتحول الممارسة الإعلامية.....
29	رابعاً: الممارسات الحديثة للإعلام.....
32	المبحث الثاني: الإعلام الجديد والذكاء الإصطناعي.....
32	أولاً: مدخل إلى الذكاء الإصطناعي.....
34	ثانياً: صحافة الذكاء الإصطناعي.....
36	ثالثاً: أهم أدوات الذكاء الإصطناعي.....
38	رابعاً: وظائف الذكاء الإصطناعي.....
42	الفصل الثاني: الأخبار الكاذبة وتطور تقنيات التحقق من المعلومات.....
43	تمهيد.....
43	المبحث الأول: لمحة عن الأخبار الكاذبة.....
44	أولاً: مفهوم الأخبار الكاذبة.....
44	ثانياً: أنواع الأخبار الكاذبة.....
47	ثالثاً: تطور مفهوم الأخبار الكاذبة.....

---

49.....	المبحث الثاني: التحقق من المعلومات في البيئة الإعلامية
49.....	أولاً: مفهوم التحقق من المعلومات
52.....	ثانياً: قواعد التحقق من المعلومات
54.....	ثالثاً: مجالات وأدوات التحقق من المعلومات
72.....	خلاصة
73 .....	الإطار التطبيقي
	المبحث الأول: تحليل نتائج الدراسة وفق المعطيات العامة والمتغيرات
74.....	المتبناة
74.....	أولاً: عرض وتحليل الجداول البسيطة
91.....	ثانياً: عرض وتحليل الجداول المركبة
101.....	المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة
104.....	الخاتمة

قائمة المراجع

ملاحق

فهارس

## قائمة الجداول

- الجدول رقم 1: يبين توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس.....67
- الجدول رقم 2: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.....67
- الجدول رقم 3: يبين توزيع افراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية.....68
- الجدول رقم 4: يبين توزيع افراد العينة حسب متغير المؤسسة الإعلامية.....70
- الجدول رقم 5: يبين توزيع العينة حسب متغير القطاع.....71
- الجدول رقم 6: هل يتم استخدام التقنيات الحديثة في العمل الصحفي اليومي.....71
- الجدول رقم 7: ماهي هذه التقنيات؟.....72
- الجدول رقم 8: هل توفر المؤسسة تكوينات حول هذه التقنيات.....73
- الجدول رقم 9: ماهو المحتوى الذي يتم التحقق من صحته.....73
- الجدول رقم 10: كيف يتم التحقق من المعلومات داخل المؤسسة.....74
- الجدول رقم 11: هل يتم استخدام التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات.....75
- الجدول رقم 12: إجابات العينة حول التقنيات المستخدمة للتحقق من المعلومات.....75
- الجدول رقم 13: هل لديك معرفة حول تقنيات الذكاء الغصطناع المستخدمة للتحقق من المعلومات.....76
- الجدول رقم 14: أهم تطبيقات الذكاء الإصطناعي المستخدمة للتحقق من المعلومات.....77
- الجدول رقم 15: فيما تستخدم هذه التطبيقات إذا لم تستخدم في التحقق من المعلومات.....77
- الجدول رقم 16: إجابات العينة حول ما إذا كانت المؤسسات توفر تكوينات حول هذه التقنيات.....78

- الجدول رقم 17: إجابات العينة حول السبب الدافع للمؤسسات إلى عدم إجراء التكوينات.....79
- الجدول رقم 18: إجابات المبحوثين حول ما إذا كانت المؤسسات الإعلامية تسعى لتدارك التطور التقني وتوفير الإمكانيات اللازمة .....79
- الجدول رقم 19: إجابات المبحوثين حول استخدام التقنيات الحديثة في العمل الصحفي حسب متغير السن.....80
- الجدول رقم 20: إجابات المبحوثين حول كيفية التحقق من المعلومات وفق متغير السن...80
- الجدول رقم 21: إجابات المبحوثين حول استعمالاتهم للتقنيات الحديثة في العمل الصحفي وفق متغير القطاع .....81
- الجدول رقم 23: إجابات الصحفيين المبحوثين حول كيفية التحقق من المعلومات داخل المؤسسة حسب متغير القطاع.....82
- الجدول رقم 24: إجابات المبحوثين حول ما إذا كانت المؤسسات الإعلامية توفر تكوينات للتحقق من المعلومات بالإعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي حسب متغير القطاع....83
- الجدول رقم 25: يبين استعمالات الصحفيين المبحوثين للتقنيات الحديثة في العمل الصحفي اليومي حسب متغير نوع المؤسسة.....85
- الجدول رقم 26: إجابات الصحفيين المبحوثين حول المحتوى الذي يتم التحقق من صحته وفق متغير نوع المؤسسة.....86
- الجدول رقم 27: يبين إجابات الصحفيين المبحوثين حول التكوينات التي توفرها المؤسسات الإعلامية للتحقق من المعلومات بالإعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي حسب متغير نوع المؤسسة.....87

---

## قائمة الأشكال:

الشكل رقم 1: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.....67

..... الشكل رقم 2: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

80

الشكل رقم 3: توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية.....69

الشكل رقم 4: توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع المؤسسة الإعلامية.....70

الشكل رقم 5: توزيع أفراد العينة حسب متغير القطاع.....71

## قائمة الملاحق:

الملحق رقم 1: الإستبيان.....90

الملحق رقم 2: دليل المقابلة.....102

