



المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي

مجلة دورية محكمة تصدر عن قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة سوهاج

رئيس مجلس إدارة المجلة:

أ.د / محمد توفيق محمد

رئيس التحرير:

أ.د / فاطمة الزهراء صالح أحمد

مدير التحرير:

د/ أحمد خيرى عبد الله علي

مساعد رئيس التحرير

أ.د/ عبد الباسط أحمد هاشم

أ.د / فوزي عبدالغني خلاف

أ.د / عزة عبدالعزيز عبداللاه

أ.م. د / سحر محمد وهبي

أ.م.د / صابر حارص

أ.م.د / أحمد حسين

أ.د.م / محمود يوسف السماسيري

سكرتير التحرير

د / نها السيد عبدالمعطي

د / إسراء صابر عبدالرحمن

د / هاني إبراهيم السمان

أ/ أحمد جعفر أحمد

أ/ محمد خلف محمد

المحرر اللغوي

أ.م. د / محمد محمود حسين هندي

المجلد 6 العدد 6 - ج 1

مايو - 2025

Issn: 3009-7134

<https://ejrcds.journals.ekb.eg>

محتويات العدد السادس (الجزء الأول)

➤ الألعاب الإلكترونية والعنف الأسري لدى الأبناء - دراسة ميدانية على عينة من أولياء الأمور
➤ انعكاسات الاستخدام المفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية على الهوية والمواطنة الرقمية لطلاب الجامعات العربية
➤ تقنيات التحقق من المحتوى الزائف وعلاقتها بمصادقية المواقع الإلكترونية - دراسة تحليلية
➤ دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التعليم في مصر
➤ اتجاهات الشباب الجامعي نحو الدعاية الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي الموجهة باللغة العربية
➤ أثر المجموعات النسائية في فيسبوك على سلوك المرأة الصعيدية: دراسة ميدانية
➤ اتجاهات الجمهور نحو الأداء الحكومي في ضوء معالجة المواقع الإخبارية للمبادرة الرئاسية (حياة كريمة) دراسة ميدانية"

تقنيات التحقق من المحتوى الزائف وعلاقتها بمصادقية المواقع الإلكترونية - دراسة تحليلية

مرودة القرني الزهري

باحثة بقسم الإعلام (كلية الآداب جامعة سوهاج)
marwaelquranyelzohary9@gmail.com

المخلص:

غيرت المنصات الرقمية المحتوى الإخباري، وقد طرأ هذا التغير الجوهري على استهلاك الأخبار وتوزيعها وإنتاجها، مما أدى إلى تحولات بارزة في الأدوار المهنية والوظيفية لدى القائم بالاتصال، بالإضافة إلى التطورات التي أحدثتها المنصات الرقمية مما دفع القائم بالاتصال والمؤسسات الصحفية إلى الاعتماد على تلك المنصات في الحصول على المعلومات ونشر الأخبار وتداولها في كافة المجالات ومن هنا برزت ثلاث إشكاليات تواجه القائم بالاتصال تتمثل في كم المعلومات، كم مصادر المعلومات، وسرعة انتشار المعلومات مما أدى إلى انعدام المصادقية وانتشار المحتوى الزائف والأخبار المضللة والشائعات واتساع نطاق انتشارها، مما يستوجب على القائم بالاتصال استيعاب الكم الهائل من الأخبار التي يتلقاها ومن ثم التحقق منها.

لذا تتمثل مشكلة الدراسة في معرفة ما هي آليات التحقق من المحتوى الزائف ولهذا تسعى هذه الدراسة إلى التعمق في دراسة هذه الآليات والتقنيات وتحديد أثارها على مصداقية المؤسسة الصحفية، بالإضافة إلى تأثيرها على المحتوى الإخباري ذاته.

وتتنمي هذه الدراسة إلى فئة الدراسات الوصفية والتحليلية، واعتمدت على منهج المسح بشقية التحليلي والوصفي، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في عينة عمدية لتحليل المحتوى الرقمي من خلال متابعة قضية العدوان على غزة وارتفاع الأسعار على المواقع والبوابات عينة الدراسة متمثلة في (موقع القاهرة 24، موقع اليوم السابع، بوابة الأهرام، بوابة الجمهورية، بوابة أخبار اليوم)

الكلمات المفتاحية: تقنيات التحقق - المحتوى الزائف - مصداقية المواقع الإلكترونية

APA Citation:

الزهري، مرودة القرني . (2025). تقنيات التحقق من المحتوى الزائف وعلاقتها بمصادقية المواقع الإلكترونية - دراسة تحليلية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، المجلد (6)، العدد (6)، الجزء (الأول).

Doi: <https://doi.org/10.21608/ejcrds.2025.319318.1021>

مقدمة:

يُعد التدفق الحر للمعلومات على الصعيد العالمي أحد المحركات الرئيسية لحركة الإنترنت المبكرة، وبدلاً من أن تكون وسيلة للمعارف والمعلومات، أصبحت وسيلة رئيسية لنشر الأكاذيب بسرعة وانتشار لم يسبق لهما مثيل. وبما أن المحتوى الإخباري يتم نشره وبثه باستمرار، فإنه من الصعب للغاية ليس فقط على المستخدمين النهائيين ولكن حتى على الصحفيين المحترفين التحقق من صحة كافة الأخبار والصور والفيديوهات وغيرها بسبب عامل الوقت وسيطرة فكرة السبق الصحفي أو بلغة العصر الرقمي (التريند) على الغالبية العظمى من الصحفيين والمؤسسات الصحفية، مما يجعل الصحافة الرقمية أسيرة للتريند، مما أدى إلى انتفاص قيمتها، ومصادقيتها حتى المواقع الكبرى منها.

لذا تواجه المؤسسات الصحفية، لا سيما في العالم الرقمي، عدداً من التحديات. ومن التحديات الرئيسية سرعة نشر المعلومات. في عالم يتطلب أخباراً وتحديثات سريعة، حيث يتعرض الصحفيون والإعلاميون في كثير من الأحيان لضغوط لنشر المحتوى على الفور وتأتي هذه السرعة في بعض الأحيان على حساب دقة المعلومات والتحقق من صحتها. ويتطلب هذا التحدي توازناً بين السرعة والدقة، حيث يجب على الصحفيين تطوير القدرة على التحقق بسرعة دون المساس بسلامة المعلومات وعلاوة على ذلك، تنشأ التحديات من ضخامة حجم وتنوع المعلومات، مما يخلق أرضاً خصبة لتضليل المعلومات. في مثل هذا النطاق الواسع، يصبح تنقية الحقيقة من الزيف أكثر صعوبة خاصة مع وجود المنصات الرقمية، كوسيلة اتصال مباشرة وغير منقاه ووسيلة أساسية يعتمد عليها الصحفيون في عملهم الصحفي، وغالباً ما تكون وسيلة لنشر الأخبار المزيفة. في هذه الحالة، يحتاج الصحفيون إلى تقنيات تحقق من المحتوى قبل النشر.

وبناءً على ذلك ظهرت الحاجة إلى معرفة مدى مهنية ومصادقية المنصات الرقمية والمواقع الإلكترونية التابعة للمؤسسات الصحفية المصرية، التي تعتمد على آليات وتقنيات التحقق من المحتوى قبل النشر في ظل ازدياد عدد هذه المنصات والمواقع وازدياد حدة التنافس فيما بينها، خاصة أن كل منصة وموقع يحاول إثبات نفسه عن طريق جذب القراء والجمهور إلى أخباره، وهو ما يفرض على هذه الوسائل أن تكون نوعية في أدائها الإعلامي، وفي تغطيتها للأحداث والأخبار، والتمسك بالمقاييس المهنية والأخلاقية كالصدق والموضوعية والتوازن والدقة وغيرها من أجل الاستحواذ على ثقة القراء، خاصة في ظل الأزمات التي تشهدها الدول.

● مشكلة الدراسة:

يشهد الفضاء الرقمي تنامياً غير مسبوق في تداول المعلومات عبر المنصات الرقمية، الأمر الذي رافقه انتشار واسع للمحتوى الزائف والمضلل. وقد أفرز هذا الواقع تحديات كبيرة أمام المؤسسات الإعلامية والمواقع الإلكترونية التي تسعى للحفاظ على مصداقيتها لدى الجمهور. ورغم تطوير عدد من تقنيات التحقق الرقمية التي تهدف إلى كشف هذا النوع من المحتوى، إلا أن مدى فاعلية هذه التقنيات في دعم مصداقية المواقع الإلكترونية لا يزال موضع تساؤل. وعليه، تتمثل مشكلة هذا البحث في التساؤل حول طبيعة العلاقة بين استخدام تقنيات التحقق من المحتوى الزائف ومستوى مصداقية المواقع الإلكترونية الإخبارية، ومدى إسهام هذه التقنيات في تعزيز ثقة الجمهور فيما يُنشر عبر هذه المنصات.

● أهمية الدراسة:

● الأهمية العلمية: وتتمثل في:

- تكتسب هذه الدراسة أهميتها العلمية من تركيزها على موضوع يُعد من أبرز التحديات المعاصرة في مجال الإعلام الرقمي، وهو انتشار المحتوى الزائف ومدى تأثيره على مصداقية الوسائل الإعلامية الإلكترونية. فعلى الرغم من التقدم التكنولوجي وتنامي استخدام تقنيات التحقق الرقمي، لا تزال الساحة الأكاديمية بحاجة إلى دراسات تحليلية تُقوم فعالية هذه الأدوات وتربطها مباشرة بمفهوم "المصداقية" من منظور الجمهور.
- تُسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالإعلام الرقمي، عبر تقديم إطار تحليلي يدرس العلاقة بين الأدوات التقنية والمفاهيم الاتصالية، مثل المصداقية والثقة. ويُعزز ذلك من تكامل البحوث بين التخصصات المتداخلة كعلوم الإعلام، وتكنولوجيا المعلومات، والدراسات السلوكية الرقمية. وبالتالي، فإن نتائج هذا البحث يمكن أن تُشكل أساساً لدراسات لاحقة تُعيد النظر في معايير المصداقية الصحفية في العصر الرقمي.

● الأهمية التطبيقية: وتتمثل في:

- تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تمثل مرجعية عملية لصناع القرار في المؤسسات الإعلامية والمواقع الإلكترونية حول كيفية توظيف تقنيات التحقق لتعزيز مصداقية المحتوى.
- كذلك يُمكن أن تعتمد الجهات الرقابية وصناع السياسات الإعلامية على ما تقدمه الدراسة من مؤشرات عملية حول فاعلية هذه التقنيات، لتطوير معايير مهنية وأخلاقية للتعامل مع المحتوى الرقمي. كما يساعد على تأطير السياسات التحريرية للمواقع الإلكترونية بناءً على فهم علمي لسلوك الجمهور تجاه الأخبار المتداولة ومصادرها، مما يساهم في بناء بيئة رقمية أكثر موثوقية.

● أهداف الدراسة:

- رصد أبرز أشكال وأنواع المحتويات الإخبارية الأكثر إنتاجاً في المنصات الرقمية محل الدراسة.
- دراسة العلاقة بين توظيف تقنيات التحقق الرقمي ومستوى مصداقية المواقع الإلكترونية من منظور المستخدمين.
- رصد مدى التزام المواقع الإخبارية العربية باستخدام أدوات التحقق كأساس لتعزيز المهنية والمصداقية.
- اقتراح توصيات عملية لتطوير آليات التحقق بما يساهم في تعزيز ثقة الجمهور بالمحتوى الرقمي.

● الدراسات السابقة:

قسمت الباحثة الدراسات السابقة التي تعرضت لموضوع دراستها بشكل مباشر إلى محورين أساسيين وفقاً لمتغيرات الدراسة التي تتعرض لمناقشتها، وذلك على النحو التالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت استخدام القائم بالاتصال لآليات وتقنيات التحقق من المحتوى الزائف.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تقنيات التحقق وعلاقتها بالأداء المهني والأخلاقي في المواقع الإلكترونية.

— أولاً: الدراسات التي تناولت استخدام القائم بالاتصال لآليات وتقنيات التحقق من المحتوى الزائف وتشمل الدراسات التالية:

أهتمت "Connor Skahill" بدراسة استراتيجيات التحقق لأخبار الجائحة العالمية (كوفيد19) عبر وسائل الإعلام (2021): سعت هذه الدراسة للتعرف على الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في تشكيل فهم سكان الولايات المتحدة للمعلومات المتعلقة بجائحة كورونا وذلك في ظل التدفق المعلوماتي لأخبار الجائحة عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات التطبيقية، واعتمدت على منهج التحليل الكيفي وتم تطبيق الدراسة على (40) مبحث من خلال إجراء ثماني مقابلات متعمقة مع القائمين بالاتصال بالصحف الأمريكية في عدة ولايات أمريكية مختلفة؛ من أجل التعرف على الدور الذي يؤديه القائم بالاتصال في التحقق من صحة الأخبار المقدمة للجمهور حول هذه الجائحة. وقد توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي: أن القائمين بالاتصال الأصغر سنًا هم الأكثر اعتماداً على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار مستخدمين استراتيجيات تحقق مختلفة تنوعت ما بين الرجوع للمصادر الأصلية للأخبار إلى جانب آليات التحقق التكنولوجية خاصة فيما يتعلق بالأرقام والإحصائيات الخاصة بالجائحة. كما توصلت الدراسة إلى أن الدمج بين تقنيات التحقق المختلفة ضرورة حتمية لعدم تضليل وتشنت الجمهور معرفياً فيما يتعلق بالمعلومات الخاصة بهذه الجائحة (Connor Skahill, 2021).

كما أشارت "أمل محمد خطاب" في دراستها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية (2021): استهدفت هذه الدراسة التعرف على تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في غرف الأخبار، وأساليب توظيفها في إنتاج المحتوى الإخباري بمراحله المختلفة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستشرافية، كما تعتمد على منهج المسح بشقيه التحليلي والوصفي، كما اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان والمقابلات المتعمقة غير المقننة كأدوات جمع وتحليل البيانات من أربع مؤسسات صحفية هي الأهرام، والوفد، واليوم السابع، وموقع القاهرة 24. وقد أجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها 50 مبحثاً موزعين عشوائياً على الجهات السابقة الذكر. وقد توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي: أن أنظمة الذكاء الاصطناعي تستخدم بشكل عام لدعم مهام غرف الأخبار في عدة مجالات أهمها التحقق والتثبت من صحة الأخبار والمعلومات بأشكالها وهوية الأشخاص والأماكن حيث يمكن استخدام أدوات تقنية وبرمجيات ذكية تزود الصحفي بمعلومات أساسية عن مدى صحة وصدق ودقة هذه المواد، وتساعد في التحقق الموضوعي والتقني منها (أمل محمد خطاب، 2021، ص 93:154).

وتناولت دراسة (فارس سلمان) اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي، دراسة ميدانية (2021): استهدفت هذه الدراسة التعرف على اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدم فيها منهج المسح الميداني، واعتمدت الدراسة على نظرية القائم بالاتصال وقام الباحث بتوزيع صحيفة الاستقصاء على عينة عشوائية بسيطة قوامها (253) مبحثاً من الصحفيين الفلسطينيين الممارسين للمهنة والمقيمين في محافظات قطاع غزة. وقد توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي: أن هناك تأثيراً معرفياً إيجابياً على الصحفيين الفلسطينيين والناتج عن استخدامهم لتقنيات التحقق من المعلومات، والتي ساهمت في التقليل من الأخطاء والأخبار المزيفة وجاء ذلك من خلال الاطلاع والمتابعة الحثيثة في سياق التأكد من صحة المعلومات ودقتها قبل عملية النشر عبر وسائل الإعلام الرسمية، وهو ما يجعل الصحفيين قادرين على التحقق من المعلومات، والكشف عن الأخبار المزيفة والمضللة، وأن الصحفيين يعتقدون بأن تدريب الصحفيين على تقنيات التحقق من المعلومات يساهم في التقليل من الوقوع في أخطاء نشر الأخبار الكاذبة والمضللة عبر وسائل الإعلام الرقمي (فارس سلمان، 2021، ص 1441-1488).

— ثانياً: الدراسات التي تناولت تقنيات التحقق وعلاقتها بالأداء المهني والأخلاقي في المنصات الرقمية وتشمل الدراسات التالية:

تناول (Md Mahfuzul Haque, et al) في دراسته مكافحة التضليل في بنجلادش: الأدوار والمسؤوليات التي يتصورها الصحفيون ومدققو الحقائق (2020): هدفت هذه الدراسة إلى معرفة وفهم الأدوار والمسؤوليات التي يتصورها الصحفيون ومدققو الحقائق لمكافحة المعلومات المضللة في بنجلادش. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات

التطبيقية، واعتمدت على منهج المسح بشقيه التحليلي والوصفي، كما اعتمدت الدراسة على البيانات الكيفية والتي تمثلت في مقابلات شبة منظمة مع 12 مبحوثاً من الصحفيين ورؤساء التحرير؛ الذين يقومون بتغطية الأخبار السياسية بالمؤسسات الصحفية في بنجلادش، وكذلك 7 مبحوثين من مدققي الحقائق الذين يعملون بمؤسسات نشطه لتقصي الحقائق في بنجلادش مثل BD Fact check, Fact watch، أما البيانات الكمية؛ فقد اعتمدت على استطلاع الرأي المطبق على 500 مبحوث من مستخدمي شبكة الإنترنت مع اختلاف خصائصهم الديموغرافية، وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي: أن المؤسسات الصحفية في بنجلادش لا تمتلك الإمكانيات والموارد لاحتواء أزمة الأخبار المضللة، بالإضافة إلى عدم توفر وحدة خاصة للتحقق والتي تهدف إلى كشف المعلومات المضللة. أما فيما يتعلق بالعاملين بمؤسسات تدقيق الحقائق، فإنهم يقومون بالتحقق من الأخبار المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل تطوعي، كما أنهم يستخدمون محرك البحث جوجل لمعرفة الأخبار الصحيحة، وأيضاً يفتقرون إلى الدعم التكنولوجي للتمكن من استخدام المزيد من استراتيجيات التحقق التكنولوجية (2020, pp.1-32, md mahfuzul Haque).

وكشفت دراسة (مها مصطفى بخيت) عن العوامل المؤثرة على صنع القرار الإعلامي المتعلق بالأخبار الزائفة دراسة على القائم بالاتصال (2019): استهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل العوامل المؤثرة على صنع القرار الإعلامي المتعلق بالأخبار الزائفة وذلك بإجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية متاحة من القائمين بالاتصال قوامها 140 مبحوثاً من البوابات الإخبارية الإلكترونية متمثلة في (فيتو-المصري اليوم-البوابة نيوز-اليوم السابع-الأهرام - مصرأوي- الوطن)، مستخدمة صحيفة الاستقصاء في جمع بيانات الدراسة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، كما تعتمد على منهج المسح، وقد توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي: أن هناك عدة عوامل تؤثر على صنع القرار الإعلامي المتعلق بنشر الأخبار الزائفة منها، السياسة التحريرية، والقيم المهنية، والحرص على الإثارة الصحفية، والانتماء السياسي الصحفي، والأخلاق الذاتية للصحفي عند أخذ القرار الصحفي بنشر الخبر المزيف، والضغط السياسي التي تقع على عاتق الموقع الإلكتروني والمحرر الصحفي، وأخيراً تشريعات الإعلام. كما توصلت إلى أن التنسيق بين جميع الجهات المتخصصة، وتنمية الشعور المهني والتهيئة الذاتية لدى الصحفي بالتحرر والتدقيق قبل نشر أي محتوى خبري هو الأقدر على مواجهة الانفلات المهني في ترويج الأخبار المزيفة (مها مصطفى، 2019، ص ص 354-443).

واهتمت (Jared Charles, et al) بدراسة استخدام القائم بالاتصال منصات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار (2018): استهدفت هذه الدراسة التعرف على القيم التي يتبناها القائم بالاتصال في استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها من أهم مصادر الحصول على الأخبار، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستقصائية، وقد طبقت الدراسة على 14 صحيفة بالولايات المتحدة الأمريكية، كما اعتمدت الدراسة على إجراء المقابلات المتعمقة مع الصحفيين العاملين بهذه الصحف، وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي: أن أهم القيم الصحفية في عصر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هي توليد المعلومات والقصص الإخبارية بالإضافة إلى قيمة التحقق وذلك بسبب انتشار الأخبار من قبل مصادر غير معروفة سواء كانت تلك المصادر شخصية أو مؤسسية. كما أشارت عينة الدراسة أنهم يستخدمون منصة الفيس بوك بشكل كبير في توليد القصص الإخبارية؛ مما يتطلب استخدام استراتيجيات تكنولوجية مستحدثة في عملية التحقق الإخباري، مثل Tin Eye, YouTube Data Viewer, Google Image، بالإضافة إلى استخدام الاستراتيجيات التقليدية في التواصل المباشر مع مصدر الخبر (Jared Charles, 2018).

— التعليق على الدراسات السابقة:

— اهتمت الدراسات السابقة خاصة الأجنبية منها بتناول التأثير السلبي للأخبار الزائفة، ودور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار الزائفة، وتنوعت الأهداف التي انطلقت منها هذه الدراسات، كما ركزت معظم الدراسات السابقة على استعراض أهمية التحقق من الأخبار الزائفة التي تفرض نفسها على ساحة العمل الإعلامي، بينما تناولت قلة من الدراسات قياس تأثير ذلك على الطبيعة المهنية للقائم بالاتصال.

- أفرزت نتائج الدراسات السابقة أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي قد أثرت بشدة على الصحافة، وغيرت من بينتها الإعلامية؛ إضافة إلى تأثيرها القوي على الصحفيين، خاصة فيما يتعلق بأداء العمل الصحفي.

— الفجوة البحثية التي تعالجها الدراسة الحالية:

- ركزت الدراسة الحالية على دراسة المحتوى الصحفي بكل أشكاله من (نص، وصورة، وفيديو) وأنواعه بينما تناولت الدراسات السابقة دراسة الأخبار الزائفة فقط وهو ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة. استخدمت الدراسة الحالية التحليل الكيفي لمعالجة البيانات الكمية إحصائياً والخروج بنتائج دقيقة

- تضيف هذه الدراسة من خلال مشكلتها البحثية ربطها بمتغيرات أساسية وهي محور مشكلة التحقق من المحتوى الزائف وهو الأداء المهني والأخلاقي للقائم بالاتصال وهو ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة حيث ندر تركيز الدراسات السابقة على هذه الجزئية بشكل أساسي وجوهري، وإنما تم تناولها بشكل جزئي.

— تساؤلات الدراسة:

- ما درجة تحقيق المحتوى الرقمي في المواقع الإلكترونية محل الدراسة للمعايير المهنية والأخلاقية؟
- ما أكثر أنواع المحتويات الرقمية إنتاجاً في المواقع الإلكترونية؟
- ما المواقع الإلكترونية الأكثر التزاماً بالمعايير المهنية والأخلاقية؟
- ما الأخطاء والتجاوزات المهنية والأخلاقية في المواقع الإلكترونية الأكثر استخداماً لتقنيات التحقق؟
- ما الأخطاء والتجاوزات المهنية والأخلاقية في المواقع الإلكترونية الأقل استخداماً لتلك التقنيات؟

— المدخل النظري للدراسة:

— نظرية الحداثة السائلة Liquid Modernity Theory

يمكن استخدام نظرية بومان (Bowman) عام 2005 للحداثة السائلة لتوضيح التحولات في الصحافة والطابع الناشئ لأخلاقيات الصحفيين. فنظرية الحداثة السائلة لا تثير في الواقع شيئاً جديداً بشكل جذري، لأن معظم مبادئها ملحقه بمذاهبات ما بعد الحداثة، حيث تُعد نظرية بومان محاولة لتفسير الحالة الراهنة للمجتمع الحديث، والتغيرات التي تحدث معه، فضلاً عن موقف المجتمع في تاريخ الحداثة. وتتجلى الحداثة السائلة في المجتمع عندما تتغير "الظروف التي يتصرف أفرادها في ظلها بشكل أسرع من الطرق التي يتخذونها للعمل على توطيد العادات والإجراءات الروتينية". ويسود هذا الوضع في معظم المجتمعات المعاصرة (أو أجزاء من مثل هذه المجتمعات) في البلدان النامية حيث يمثل عدم اليقين والتدفق والتغير والتشكيل والثورة الظروف الدائمة للحياة اليومية (Maarit) (Jaakkola, 2016, PP.52–69).

ويرجع ذلك أساساً إلى أن "كل ما هو صلب يذوب في الهواء"، ويرجع ذلك جزئياً إلى "الدور المتناقض للأبعاد المكانية للحياة الاجتماعية"، كما أن العلاقة بين الزمان والمكان مشوشة بشكل متزايد بسبب تكنولوجيات الاتصال الجديدة التي تُعيد تشكيل العديد من الأشياء، من بينها الثقافة والهوية والأخلاق. فالأمور في حالة تحول مستمر، مع اختفاء الأساسيات. ولا يوجد نظام اجتماعي أو أخلاقي مستقر عندما تتغير الأشياء بسرعة بسبب الروابط التكنولوجية والعولمة وما يصاحبها من تدفقات ثقافية في ثنائية المكان والزمان وهو الوقت [المتزايد] الذي يرتبط بالتغيير والمرونة والتنقل والخفة العامة للمجتمع السائل (Last Moyo, 2015, PP.125- 144).

وتشير نظرية الحادثة السائلة التي تعنى بتحويلات الأخلاق بسبب المستحدثات التقنية، إلى أن العلاقة بين الزمان والمكان مربكة بشكل متزايد بسبب تقنيات الاتصال الجديدة التي تؤدي إلى إعادة تشكيل العديد من الأشياء، من بينها الثقافة والهوية والأخلاق حيث لا يوجد نظام اجتماعي أو أخلاقي مستقر؛ إذ يشير (Bowman) في فلسفته حول زمن ما بعد الحادثة أو ما أسماه بالحادثة السائلة إلى أن التكنولوجيا الحديثة أحد مسببات الانتقال من الحادثة الصلبة والتي تتميز بالعقلانية، والتنظيم، والقابلية للتوقع، والاستقرار نسبيًا، إلى الحادثة السائلة التي أدت إلى تنامي مضطرب لاستهلاك السلع والخدمات، حيث انتقل المجتمع من إنتاجي إلى استهلاكي نتيجة تحلل البنى الاجتماعية (الوظيفة، الدولة، العائلة- José Rúas, 2021, PP.155). (160)

— الإجراءات المنهجية للدراسة وتشمل:

— نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة أيضاً إلى فئة الدراسات التحليلية والتي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي والكيفي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى.

— منهج الدراسة:

— وظفت الدراسة منهج المسح بشقيه التحليلي والوصفي، حيث أن المسح الوصفي هو محاولة لوصف أو توضيح المواقف والاتجاهات الحالية، وشرح ما هو موجود منها حالياً في الظاهرة محل الدراسة وذلك من خلال مسح أساليب الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال وذلك لرصد أدائهم وممارساتهم المرتبطة بإنتاج المحتوى الرقمي، منذ كونها فكرة، وتجميع البيانات والمعلومات حولها، ومن ثم التحقق منها حتى توزيعها على المواقع والمنصات المتعددة للصحيفة.

— الأسلوب المقارن وذلك بهدف التعرف على الأخطاء والتجاوزات المهنية والأخلاقية في المنصات الرقمية الأكثر استخداماً لتقنيات التحقق والأقل استخداماً.

— أسلوب الملاحظة والذي وظفته الباحثة في تحليل النتائج وتفسيرها.

— مجتمع الدراسة:

يتمثل المجتمع التحليلي في تطبيق أدوات تحليل المحتوى على كافة أشكال المحتوى الرقمي (نصوص، صور، فيديو) التي ينتجها الصحفيين بالمواقع والبوابات التابعة للمؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة لنشر وتوزيع محتواها الرقمي وتتمثل في (بوابة الأهرام، بوابة الجمهورية، موقع اليوم السابع، موقع القاهرة 24، بوابة أخبار اليوم).

— الدراسة الاستطلاعية الخاصة بالجمهور:

كما قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها (107) مبحوث من جمهور النخبة، وذلك بهدف التعرف على المصادر الإخبارية الأكثر مصداقية بالنسبة لهم للحصول على الأخبار المحلية أو العالمية؟، وما هي أكثر المواقع الإخبارية المصرية مصداقية ومهنية من وجهة نظرهم والتي يعتمدون عليها في متابعة تطورات أحدث الأخبار المحلية والعالمية؟، إضافة إلى معرفة أهم القضايا التي تشغل اهتمامهم لمتابعتها في الوقت الحالي؟.

وانتهت الدراسة الاستطلاعية إلى عدة مؤشرات من أهمها:

- تقدم المواقع الإلكترونية كأعلى المصادر مصداقية للأخبار المحلية والعالمية، تلاها الفيس بوك ومنصة أكس X، ثم جوجل نيوز والقنوات الإخبارية عبر الواتس اب، تلاها اليوتيوب وانستجرام. ولعل مجيء المواقع الإلكترونية في المقدمة يؤكد الاهتمام الكبير الذي لا تزال تحظى به المواقع الإلكترونية كمنصات إعلامية مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي خاصة في مصر.
- جاء موقع اليوم السابع وموقع القاهرة 24 كأعلى المصادر المصرية مصداقية ومهنية للأخبار المحلية والعالمية ثم موقع الأهرام، ثم موقع أخبار اليوم، وموقع الجمهورية، ثم موقع المصري اليوم والبوابة نيوز وأقل المواقع مصداقية ومهنية موقعي الوطن والوفد.
- كما توصلت الدراسة إلى أن أهم القضايا التي شغلت اهتمام العينة الاستطلاعية العدوان على غزة وفي المرتبة الثانية ارتفاع الأسعار تلاها تعويم الجنية المصري ثم قضية سد النهضة وقضايا التعليم في مصر ثم التعصب الرياضي وأخيراً الحوار الوطني.

— عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عمدية لتحليل المحتوى الرقمي من خلال متابعة قضية العدوان على غزة، وقضية ارتفاع الأسعار، وذلك بناءً على مؤشرات الدراسة الاستطلاعية، وتم إجراء مسح شامل لكافة أشكال المحتوى الرقمي المنشور على المواقع والبوابات محل الدراسة وهي (موقع القاهرة 24، اليوم السابع، الأهرام، أخبار اليوم، الجمهورية)، وأجرت الباحثة دراستها التحليلية لمواقع الدراسة لمدة 3 شهور كاملة بدءاً من 1 فبراير 2024 إلى 30 أبريل وبذلك بلغ إجمالي العينة الزمنية للتحليل 90 يوماً.

— أدوات جمع البيانات:

— أداة تحليل المحتوى:

اعتمدت الباحثة على استمارة تحليل المحتوى، والذي يتم من خلاله تصنيف وتبويب المواد الإعلامية بهدف الوصول إلى دلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث والتحليل حيث يتم تقسيم المحتوى إلى فئات واضحة وتحدد نتائج التحليل تكرار ظهور وحدات التحليل في السياق وهو أيضاً مجموعة الخطوات المنهجية، التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي والموضوعي والمنظم للسلمات الظاهرة في هذا المحتوى وذلك للتحقق من أهداف الدراسة (محمد عبد الحميد، 2015، ص ص 317-318).

— اختبارا الصدق والثبات:

— (أولاً) اختبار الصدق للدراسة:

استخدمت الباحثة أسلوب الصدق الظاهري للتأكد من صدق الأداة من حيث قدرتها على الإجابة عن تساؤلات الدراسة التحليلية، وذلك من خلال تم تحديد الفئات تحديداً دقيقاً ثم عرضها على مجموعة من أساتذة الإعلام(*) للحكم عليها والاستفادة من ملاحظاتهم العلمية في تطوير استمارة الدراسة من حيث وضوح عبارات الأداة ومدى مناسبتها للمحاور التي تنتمي إليها، وتم إجراء كافة التعديلات المطلوبة عليها قبل تطبيقها.

— (ثانياً) اختبار الثبات للدراسة:

وللتأكد من ثبات الأداة طبقت الباحثة اختبار ثبات استمارة تحليل المضمون من خلال تطبيق معادلة هولستي.

آليات قياس المصداقية:

تم قياس مصداقية المواقع الإلكترونية من خلال مجموعة من الآليات المنهجية التي تتكامل مع موضوع التحقق من المحتوى الزائف وهي:

1. استبيان الجمهور (Public Perception Survey):

تم إعداد استبانة تقيس انطباع الجمهور حول مصداقية محتوى الموقع، من خلال مؤشرات مثل:

- دقة المعلومات

- شفافية المصادر

- عدم استخدام عناوين مجهولة و

- نشر الحقائق حتى لو كانت تتعارض مع السياسية التحريرية

- تكرار نشر معلومات ثبت زيفها

2. تحليل المضمون الإعلامي (Content Analysis):

تم فحص عينة من المواد المنشورة وتحليلها وفق معايير:

- نسبة الاعتماد على مصادر موثوقة

- وضوح المصدر

- درجة التحيز أو الإثارة

3. تحليل الروابط الخارجية والداخلية (Link Credibility Analysis):

وذلك من خلال دراسة نوعية الروابط التي يستخدمها الموقع كمصادر (هل تُحيل إلى جهات موثوقة مثل الوكالات الإخبارية الرسمية؟ أم إلى مواقع مشكوك فيها؟).

– قياس عدد الروابط المؤدية إلى تقارير تحقق أو مصادر بيانات.

4. درجة الالتزام بأكواد السلوك المهني (Code of Ethics Compliance):

وذلك من خلال قياس مؤشرات المعايير المهنية والأخلاقية مثل:

- مؤشرات قياس المعايير المهنية وتتمثل في (الموضوعية والحياد، التوازن، الدقة والشفافية، السلامة الأسلوبية عمق التغطية الصحفية للأحداث.. وغيرها).
- مؤشرات قياس المعايير الأخلاقية وتتمثل في (النزاهة المهنية، المسؤولية الاجتماعية، المعايير الأخلاقية للصورة، المعايير الأخلاقية للفيديو).
- تحليل مدى وجود سياسة تصحيح الأخطاء ومدى إعلانها بوضوح.

نتائج الدراسة

— أولاً: وصف عينة الدراسة الأساسية:

جدول رقم (1) وصف عينة الدراسة وفق مصادر الدراسة

النسبة المئوية	أشكال المحتوى الرقمي المنشور في الموقع	عدد الإصدارات	الموقع
27.89%	1350	90	بوابة الأهرام
16.22%	785	90	بوابة أخبار اليوم
11.16%	540	90	بوابة الجمهورية
27.89%	1350	90	موقع اليوم السابع
16.84%	815	90	موقع القاهرة 24
100%	4840	450	العينة الكلية

يشير الجدول رقم (1) إلى توزيع عينة الإصدارات التي اعتمدت عليها الدراسة في تحليل مضمون ارتفاع الأسعار والعدوان على غزة، حيث بلغت عدد الإصدارات الكلية (450) إصدار موزعة (3 شهور) ابتداءً من فبراير 2024 إلى إبريل 2024، بواقع (90) إصدار لكل موقع من المواقع الخمسة محل الاهتمام بالدراسة الحالية وهي (موقع الأهرام، موقع أخبار اليوم، موقع الجمهورية، موقع اليوم السابع، موقع القاهرة 24)، متضمن النسبة المئوية للأشكال الصحفية المتناولة في تلك الإصدارات بواقع (27.89%) لموقعي الأهرام واليوم السابع، وبنسبة (16.22%) لموقع أخبار اليوم، أما موقع الجمهورية بلغت نسبته (11.16%)، ونسبة (16.84%) لموقع القاهرة 24.

— ثانياً: تحليل المضمون لإصدارات عينة الدراسة حول ارتفاع الأسعار والعدوان على غزة:

فيما يلي تستعرض الباحثة تحليل لإصدارات الموقع الخمسة (موقع الأهرام، موقع أخبار اليوم، موقع الجمهورية، موقع اليوم السابع، موقع القاهرة 24)، حول ارتفاع الأسعار والعدوان على غزة من حيث شكل تناولها اللازمة ومضمون هذا التناول، وفيما يلي استعراض للنتائج:

— (1): أشكال المحتوى الرقمي المنشور في الموقع:

جدول رقم (2) معدل التكرار والنسبة المئوية لأشكال المحتوى

الرقمي المنشور في الموقع

(1) أشكال المحتوى الرقمي المنشور في الموقع						المصادر
العينة الكلية	القاهرة 24	اليوم السابع	الجمهورية	أخبار اليوم	الأهرام	

الشكل	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
خبر	1222	%90.52	708	%90.19	520	%96.30	1095	%81.11	749	%91.90	4294	%88.72
تقرير	13	%0.96	22	%2.80	14	%2.59	55	%4.07	21	%2.58	125	%2.58
تحقيق	0	%0	0	%0	0	%0	39	%2.89	0	%0	39	%0.81
حديث	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0
كاريكاتير	0	%0	0	%0	0	%0	12	%0.89	0	%0	12	%0.25
انفوجرافيك	35	%2.59	16	%2.04	0	%0	35	%2.59	1	%0.12	87	%1.80
فيديو جرافيك	35	%2.59	18	%2.29	0	%0	33	%2.44	0	%0	86	%1.78
البودكاست	0	%0	5	%0.64	0	%0	0	%0	0	%0	5	%0.10
فيديو إخباري	45	%3.33	0	%0	6	%1.11	79	%5.85	44	%5.40	174	%3.60
أخرى (مقال)	0	%0	16	%2.04	0	%0	2	%0.15	0	%0	18	%0.37
الإجمالي	1350	%100	785	%100	540	%100	1350	%100	815	%100	4840	%100

يشير الجدول رقم (2) إلى ما يلي:

1- أن نسبة (90.52%) من إصدارات موقع الأهرام المصرية خلال الفترة الزمنية من فبراير إلى إبريل 2024 في تناولها لارتفاع الأسعار والعدوان على غزة، اعتمدت من حيث فئة شكل المحتوى الرقمي المنشور في الموقع على الخبر الصحفي، في حين اعتمدت بنسبة (3.33%) على الفيديو الإخباري، وبنسبة (2.59%) كان الاعتماد على الإنفوجرافيك والفيديو جرافيك.

2- أن نسبة (90.19%) من إصدارات موقع أخبار اليوم خلال الفترة الزمنية من فبراير إلى إبريل 2024 في تناولها لارتفاع الأسعار والعدوان على غزة اعتمدت من حيث فئة شكل المحتوى الرقمي المنشور في الموقع على الخبر الصحفي، في حين اعتمدت بنسبة (2.80%) على التقرير، وبنسبة (2.29%) كان الاعتماد على الفيديو جرافيك، وبنسبة (2.04%) على الإنفوجرافيك والمقال، أما البودكاست (ملفات الصوت) بلغت نسبته (0.64%).

3- أن نسبة (96.30%) من إصدارات موقع الجمهورية خلال الفترة الزمنية من فبراير إلى إبريل 2024 في تناولها لارتفاع الأسعار والعدوان على غزة اعتمدت من حيث فئة شكل المحتوى الرقمي المنشور في الموقع على الخبر الصحفي، في حين اعتمدت بنسبة (2.59%) على التقرير، وبنسبة (1.11%) كان الاعتماد على الفيديو الإخباري.

4- أن نسبة (81.11%) من إصدارات موقع اليوم السابع خلال الفترة الزمنية من فبراير إلى إبريل 2024 في تناولها لارتفاع الأسعار والعدوان على غزة اعتمدت من حيث فئة شكل المحتوى الرقمي المنشور في الموقع على الخبر الصحفي، في حين اعتمدت بنسبة (5.85%) على الفيديو الإخباري، وبنسبة (4.07%) كان الاعتماد على التقرير،

والتحقيق الصحفي بلغت نسبته (2.89%)، ونسبة (2.59%) للأنفوجرافيك، وبلغت نسبة الفيديو جرافيك (2.44%)، والكاريكاتير نسبته بلغت (0.89%)، والمقال الصحفي بنسبة (0.15%).

5- أن نسبة (91.90%) من إصدارات موقع القاهرة 24 خلال الفترة الزمنية من فبراير إلى إبريل 2024 في تناولها لارتفاع الأسعار والعدوان على غزة اعتمدت من حيث فئة شكل المحتوى الرقمي المنشور في الموقع على الخبر الصحفي، في حين اعتمدت بنسبة (5.40%) على الفيديو الإخباري، وبنسبة (2.58%) كان الاعتماد على التقرير، وبنسبة (0.12%) للأنفوجرافيك.

6- وبالنسبة للعينة الكلية فكان نسبة الخبر الصحفي (88.72%) خلال الفترة الزمنية من فبراير إلى إبريل 2024 في تناولها لارتفاع الأسعار والعدوان على غزة، في حين اعتمدت بنسبة (3.60%) على الفيديو الإخباري، وبنسبة (2.58%) كان الاعتماد على التقرير، ونسبة (1.80%) للأنفوجرافيك، وبلغت نسبة الفيديو جرافيك (1.78%)، والتحقيق الصحفي بلغت نسبته (0.81%)، والكاريكاتير نسبته بلغت (0.25%)، والمقال الصحفي بنسبة (0.35%)، أما البودكاست (ملفات الصوت) كانت نسبته (0.10%).

— (2): تصنيف المحتوى الرقمي المنشور في الموقع:

جدول رقم (3) معدل التكرار والنسبة المئوية لتصنيف المحتوى

الرقمي المنشور في الموقع

(2) تصنيف المحتوى الرقمي المنشور في الموقع												المصادر
العينة الكلية		القاهرة 24		اليوم السابع		الجمهورية		أخبار اليوم		الأهرام		الشكل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%67.38	3261	%72.76	593	%66.67	900	%78.89	426	%56.31	442	%66.67	900	سياسي
%32.50	1573	%26.50	216	%33.33	450	%21.11	114	%43.69	343	%33.33	450	اقتصادي
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	اجتماعي
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	عسكري
%0.12	6	%0.74	6	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	تعليمي
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	رياضي
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	فني
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أخرى
%64.77	3135	%69.57	567	%64.22	867	%68.15	368	%65.10	511	%60.89	822	عالمي
%3.93	190	%6.01	49	%1.48	20	%6.30	34	%2.80	22	%4.81	65	إقليمي
%31.30	1515	%24.42	199	%34.30	463	%25.55	138	%32.10	252	%34.30	463	محلي

نطاق التغطية

الإجمالي	1350	%100	785	%100	540	%100	1350	%100	815	%100	4840	%100
----------	------	------	-----	------	-----	------	------	------	-----	------	------	------

يشير الجدول رقم (3) إلى ما يلي:

1- أن نسبة (66.67%) من إصدارات موقع الأهرام المصرية اعتمدت على المحتوى السياسي خلال الفترة الزمنية من فبراير إلى إبريل 2024 في تناولها لارتفاع الأسعار والعدوان على غزة، في حين اعتمدت بنسبة (33.33%) على المحتوى الاقتصادي، أما بالنسبة لنطاق التغطية فكانت نسبة (60.89%) للنطاق العالمي، وبنسبة (4.81%) للنطاق الإقليمي، أما النطاق المحلي فكانت نسبته (34.30%).

2- أن نسبة (56.31%) من إصدارات موقع أخبار اليوم اعتمدت على المحتوى السياسي خلال الفترة الزمنية من فبراير إلى إبريل 2024 في تناولها لارتفاع الأسعار والعدوان على غزة، في حين اعتمدت بنسبة (43.69%) على المحتوى الاقتصادي، أما بالنسبة لنطاق التغطية فكانت نسبة (65.10%) للنطاق العالمي، وبنسبة (2.80%) للنطاق الإقليمي، أما النطاق المحلي فكانت نسبته (32.10%).

3- أن نسبة (78.89%) من إصدارات موقع الجمهورية اعتمدت على المحتوى السياسي خلال الفترة الزمنية من فبراير إلى إبريل 2024 في تناولها لارتفاع الأسعار والعدوان على غزة، في حين اعتمدت بنسبة (21.11%) على المحتوى الاقتصادي، أما بالنسبة لنطاق التغطية فكانت نسبة (68.15%) للنطاق العالمي، وبنسبة (6.30%) للنطاق الإقليمي، أما النطاق المحلي فكانت نسبته (25.55%).

4- أن نسبة (66.67%) من إصدارات موقع اليوم السابع اعتمدت على المحتوى السياسي خلال الفترة الزمنية من فبراير إلى إبريل 2024 في تناولها لارتفاع الأسعار والعدوان على غزة، في حين اعتمدت بنسبة (33.33%) على المحتوى الاقتصادي، أما بالنسبة لنطاق التغطية فكانت نسبة (64.22%) للنطاق العالمي، وبنسبة (1.48%) للنطاق الإقليمي، أما النطاق المحلي فكانت نسبته (34.30%).

5- أن نسبة (72.76%) من إصدارات موقع القاهرة 24 اعتمدت على المحتوى السياسي خلال الفترة الزمنية من فبراير إلى إبريل 2024 في تناولها لارتفاع الأسعار والعدوان على غزة، في حين اعتمدت بنسبة (26.50%) على المحتوى الاقتصادي، والمحتوى التعليمي كانت نسبته (0.74%)، أما بالنسبة لنطاق التغطية فكانت نسبة (69.57%) للنطاق العالمي، وبنسبة (6.01%) للنطاق الإقليمي، أما النطاق المحلي فكانت نسبته (24.42%).

6- وبالنسبة للعينة الكلية بلغت نسبة المحتوى السياسي (67.38%) من الإصدارات خلال الفترة الزمنية من فبراير إلى إبريل 2024 في تناولها لارتفاع الأسعار والعدوان على غزة، في حين اعتمدت بنسبة (32.50%) على المحتوى الاقتصادي، والمحتوى التعليمي بنسبة (0.12%)، أما بالنسبة لنطاق التغطية فكانت نسبة (64.77%) للنطاق العالمي، وبنسبة (3.93%) للنطاق الإقليمي، أما النطاق المحلي فكانت نسبته (31.30%).

— (4): مؤشر قياس المعايير المهنية بالمنصات الرقمية:

جدول رقم (4) معدل التكرار والنسبة المئوية لمؤشر قياس المعايير

المهنية بالمنصات الرقمية (أ) الموضوعية والحياد

(1) عدم استخدام عناوين مجهولة ونشر الحقائق حتى لو كانت تتعارض مع السياسية التحريرية

الموقع		الأهرام		أخبار اليوم		الجمهورية		اليوم السابع		القاهرة 24		العينة الكلية	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تحقق	1350	%100	785	%100	540	%100	1350	%100	815	%100	4840	%100	
لم يتحقق	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	

(2) عرض الأحداث والوقائع دون إبداء الرأي الشخصي

الموقع		الأهرام		أخبار اليوم		الجمهورية		اليوم السابع		القاهرة 24		العينة الكلية	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تحقق	1235	%91.48	645	%82.17	212	%39.26	1320	%97.78	792	%97.18	4204	%86.86	
لم يتحقق	115	%8.52	140	%17.83	328	%60.74	30	%2.22	23	%2.82	636	%13.14	

(3) عدم التحيز لطرف على حساب آخر

الموقع		الأهرام		أخبار اليوم		الجمهورية		اليوم السابع		القاهرة 24		العينة الكلية	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تحقق	1170	%86.67	630	%80.25	252	%46.67	1320	%97.78	794	%97.42	4166	%86.07	
لم يتحقق	180	%13.33	155	%19.75	288	%53.33	30	%2.22	21	%2.58	674	%13.93	

(4) تجنب التهويل والإثارة والمبالغة، والبعد عن التعميم في التغطية استنادًا لوقائع فردية

الموقع		الأهرام		أخبار اليوم		الجمهورية		اليوم السابع		القاهرة 24		العينة الكلية	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تحقق	1260	%93.33	655	%83.44	234	%43.33	1350	%100	810	%99.39	4309	%89.03	
لم يتحقق	90	%6.67	130	%16.56	306	%56.67	0	%0	5	%0.61	531	%10.97	

يشير الجدول رقم (4) إلى درجة الموضوعية والحياد كمؤشر للمعايير المهنية بالمنصات الرقمية، وأوضحت النتائج ما يلي:

- 1- تحقق معيار "عدم استخدام عناوين مجهولة ونشر الحقائق حتى لو كانت تتعارض مع السياسية التحريرية" في جميع المواقع الإلكترونية محل الاهتمام بالدراسة الحالية بنسبة بلغت (100%).

2- فيما يخص معيار "عرض الأحداث والوقائع دون إبداء الرأي الشخصي" فكان أعلى نسبة تحقق على موقع اليوم السابع بنسبة بلغت (97.78%)، يليه بالمرتبة الثانية موقع القاهرة 24 بنسبة بلغت (97.18%)، وبالمرتبة الثالثة جاء موقع الأهرام بنسبة (91.48%)، وبنسبة (82.17%) جاء موقع أخبار اليوم بالمرتبة الرابعة، وفي الأخير جاء موقع الجمهورية بنسبة بلغت (39.26%).

3- أما معيار "عدم التحيز لطرف على حساب آخر" فكان أعلى نسبة تحقق على موقع اليوم السابع بنسبة بلغت (97.78%)، يليه بالمرتبة الثانية موقع القاهرة 24 بنسبة بلغت (97.42%)، وبالمرتبة الثالثة جاء موقع الأهرام بنسبة (86.67%)، وبنسبة (80.25%) جاء موقع أخبار اليوم بالمرتبة الرابعة، وفي الأخير جاء موقع الجمهورية بنسبة بلغت (49.67%).

4- أما معيار "تجنب التهويل والإثارة والمبالغة، والبعد عن التعميم في التغطية استنادًا لوقائع فردية" فكان أعلى نسبة تحقق على موقع اليوم السابع بنسبة بلغت (100%)، يليه بالمرتبة الثانية موقع القاهرة 24 بنسبة بلغت (99.39%)، وبالمرتبة الثالثة جاء موقع الأهرام بنسبة (93.33%)، وبنسبة (83.44%) جاء موقع أخبار اليوم بالمرتبة الرابعة، وفي الأخير جاء موقع الجمهورية بنسبة بلغت (43.33%).

جدول رقم (5) معدل التكرار والنسبة المئوية لمؤشر قياس المعايير

المهنية بالمنصات الرقمية (ب) التوازن

(1) التوازن في عرض المصادر												الموقع
العينة الكلية		القاهرة 24		اليوم السابع		الجمهورية		أخبار اليوم		الأهرام		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	التقييم
%85	4114	%96.56	787	%97.04	1310	%40	216	%72.74	571	%91.11	1230	تحقق
%15	726	%3.44	28	%2.96	40	%60	324	%27.26	214	%8.89	120	لم يتحقق
(2) عرض كافة الشواهد والأدلة الداعمة للحدث												
العينة الكلية		القاهرة 24		اليوم السابع		الجمهورية		أخبار اليوم		الأهرام		الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%82.41	3989	%96.69	788	%100	1350	%27.78	150	%71.46	561	%84.44	1140	تحقق
%17.79	861	%3.19	26	%0	0	%72.22	390	%28.66	225	%15.56	210	لم يتحقق

يشير الجدول رقم (5) إلى درجة التوازن في العرض كمؤشر للمعايير المهنية بالمنصات الرقمية، وأوضحت النتائج ما يلي:

1- تحقق معيار "التوازن في عرض المصادر" فكان أعلى نسبة تحقق على موقع اليوم السابع بنسبة بلغت (97.04%)، يليه بالمرتبة الثانية موقع القاهرة 24 بنسبة بلغت (96.56%)، وبالمرتبة الثالثة جاء موقع الأهرام

بنسبة (91.11%)، وبنسبة (72.74%) جاء موقع أخبار اليوم بالمرتبة الرابعة، وفي الأخير جاء موقع الجمهورية بنسبة بلغت (40%).

2- أما معيار " عرض كافة الشواهد والأدلة الداعمة للحدث" فكان أعلى نسبة تحقق على موقع اليوم السابع بنسبة بلغت (100%)، يليه بالمرتبة الثانية موقع القاهرة 24 بنسبة بلغت (96.69%)، وبالمرتبة الثالثة جاء موقع الأهرام بنسبة (84.44%)، وبنسبة (71.46%) جاء موقع أخبار اليوم بالمرتبة الرابعة، وفي الأخير جاء موقع الجمهورية بنسبة بلغت (27.78%).

جدول رقم (6) معدل التكرار والنسبة المئوية لمؤشر قياس المعايير

المهنية بالمنصات الرقمية (ج) الدقة والشفافية

(1) عدم إطلاق أحكام مضللة أو كاذبة من شأنها تضليل الرأي العام												الموقع
العينة الكلية		القاهرة 24		اليوم السابع		الجمهورية		أخبار اليوم		الأهرام		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	4840	%100	815	%100	1350	%100	540	%100	785	%100	1350	تحقق
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	لم يتحقق
(2) التوازن في توزيع الأرقام والإحصائيات												
العينة الكلية		القاهرة 24		اليوم السابع		الجمهورية		أخبار اليوم		الأهرام		الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%88.84	4300	%99.88	814	%100	1350	%52.22	282	%82.68	649	%89.26	1205	
%11.16	540	%0.12	1	%0	0	%47.78	258	%17.32	136	%10.74	145	لم يتحقق
(3) عدم تضارب الأرقام												
العينة الكلية		القاهرة 24		اليوم السابع		الجمهورية		أخبار اليوم		الأهرام		الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%94.50	4574	%100	815	%100	1350	%67.78	366	%93.38	733	%97.04	1310	
%5.50	266	%0	0	%0	0	%32.22	174	%6.62	52	%2.96	40	لم يتحقق
(4) تفسير الأرقام وإنساب المعلومات لمصادرها												
العينة الكلية		القاهرة 24		اليوم السابع		الجمهورية		أخبار اليوم		الأهرام		الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%94.50	4574	%100	815	%100	1350	%67.78	366	%93.38	733	%97.04	1310	
%5.50	266	%0	0	%0	0	%32.22	174	%6.62	52	%2.96	40	لم يتحقق

	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تحقق	1170	%86.67	637	%81.15	168	%31.11	1330	%98.52	806	%98.90	4111	%84.94
لم يتحقق	180	%13.33	148	%18.85	372	%68.89	20	%1.48	9	%1.10	729	%15.06
(5) مدى ارتباط المتن بالعنوان												
الموقع	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأهرام	ك	%	ك	%	أخبار اليوم	ك	%	ك	%	الجمهورية	ك	%
القاهرة 24	ك	%	ك	%	اليوم السابع	ك	%	ك	%	العينة الكلية	ك	%
تحقق	1245	%92.22	741	%94.39	312	%57.78	1350	%100	815	%100	4463	%92.21
لم يتحقق	105	%7.78	44	%5.61	228	%42.22	0	%0	0	%0	377	%7.79
(6) عدم وجود أخطاء نحوية أو لغوية بالمحتوى												
الموقع	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأهرام	ك	%	ك	%	أخبار اليوم	ك	%	ك	%	الجمهورية	ك	%
القاهرة 24	ك	%	ك	%	اليوم السابع	ك	%	ك	%	العينة الكلية	ك	%
تحقق	1295	%95.93	683	%87.01	408	%75.56	1335	%98.89	814	%99.88	4535	%93.70
لم يتحقق	55	%4.07	102	%12.99	132	%24.44	15	%1.11	1	%0.12	305	%6.30
(7) عدم نشر أخبار مزيفة والتركيز على الحقائق												
الموقع	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأهرام	ك	%	ك	%	أخبار اليوم	ك	%	ك	%	الجمهورية	ك	%
القاهرة 24	ك	%	ك	%	اليوم السابع	ك	%	ك	%	العينة الكلية	ك	%
تحقق	1350	%100	783	%99.75	540	%100	1350	%100	815	%100	4838	%99.96
لم يتحقق	0	%0	2	%0.25	0	%0	0	%0	0	%0	2	%0.04

يشير الجدول رقم (6) إلى درجة الدقة والشفافية كمؤشر للمعايير المهنية بالمنصات الرقمية، وأوضحت النتائج ما يلي:

1- تحقق معيار " عدم إطلاق أحكام مضللة أو كاذبة من شأنها تضليل الرأي العام " في جميع المواقع الإلكترونية محل الاهتمام بالدراسة الحالية بنسبة بلغت (100%).

2- فيما يخص معيار " التوازن في توظيف الأرقام والإحصائيات " فكان أعلى نسبة تحقق على موقع اليوم السابع بنسبة بلغت (100%)، يليه بالمرتبة الثانية موقع القاهرة 24 بنسبة بلغت (99.88%)، وبالمرتبة الثالثة جاء موقع الأهرام بنسبة (89.26%)، وبنسبة (82.68%) جاء موقع أخبار اليوم بالمرتبة الرابعة، وفي الأخير جاء موقع الجمهورية بنسبة بلغت (52.22%).

3- أما معيار " عدم تضارب الأرقام " فكان أعلى نسبة تحقق على موقعي اليوم السابع والقاهرة 24 بنسبة بلغت (100%)، يليه بالمرتبة الثانية موقع الأهرام بنسبة بلغت (97.04%)، وبالمرتبة الثالثة جاء موقع أخبار اليوم بنسبة (93.38%)، وفي الأخير جاء موقع الجمهورية بنسبة بلغت (67.78%).

4- أما معيار " تفسير الأرقام وإنساب المعلومات لمصادرها " فكان أعلى نسبة تحقق على موقع القاهرة 24 بنسبة بلغت (98.90%)، يليه بالمرتبة الثانية اليوم السابع بنسبة بلغت (98.52%)، وبالمرتبة الثالثة جاء موقع الأهرام بنسبة (86.6%)، وبنسبة (81.15%) جاء موقع أخبار اليوم بالمرتبة الرابعة، وفي الأخير جاء موقع الجمهورية بنسبة بلغت (31.11%).

5- أما معيار " مدى ارتباط المتن بالعنوان " فكان أعلى نسبة تحقق على موقعي اليوم السابع والقاهرة 24 بنسبة بلغت (100%)، يليه بالمرتبة الثانية موقع أخبار اليوم بنسبة بلغت (94.39%)، وبالمرتبة الثالثة جاء موقع الأهرام بنسبة (92.22%)، وفي الأخير جاء موقع الجمهورية بنسبة بلغت (57.78%).

6- أما معيار " عدم وجود أخطاء نحوية أو لغوية بالمحتوى " فكان أعلى نسبة تحقق على موقع القاهرة 24 بنسبة بلغت (99.88%)، يليه بالمرتبة الثانية اليوم السابع بنسبة بلغت (98.89%)، وبالمرتبة الثالثة جاء موقع الأهرام بنسبة (95.93%)، وبنسبة (87.01%) جاء موقع أخبار اليوم بالمرتبة الرابعة، وفي الأخير جاء موقع الجمهورية بنسبة بلغت (75.56%).

7- أما معيار " عدم نشر أخبار مزيفة والتركيز على الحقائق " فكان أعلى نسبة تحقق على مواقع الأهرام والجمهورية واليوم السابع والقاهرة 24 بنسبة بلغت (100%)، يليه بالمرتبة الثانية موقع أخبار اليوم بنسبة بلغت (99.75%).

— النتائج العامة للدراسة:

- توصلت الدراسة إلى أن المواقع والمنصات الأكثر والأعلى استخدامًا لتقنيات التحقق وهم (موقع اليوم السابع، والقاهرة 24) هم الأعلى مهنية ومصادقية مقارنة بغيرهم من المواقع الأخرى عينة الدراسة الأقل استخدامًا لتقنيات التحقق الرقمية وأكثر اعتمادًا على الطرق التقليدية للتحقق، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة على جمهور النخبة حول أكثر المواقع مصادقية ومهنية من وجهة نظرهم فكان موقع اليوم السابع والقاهرة 24 هما الأكثر مهنية ومصادقية.

- اعتمدت المواقع الخمسة عينة الدراسة في تناولها لقضيتي ارتفاع الأسعار والعدوان على غزة من حيث فئة شكل المحتوى الرقمي المنشور في المواقع على الخبر الصحفي وترى الباحثة غلبة المواد الخيرية على هذه القضايا يعد أمراً منطقياً؛ حيث يتناسب هذا الشكل الخبري مع القضايا المطروحة، فكافة الموضوعات المتعلقة بهذه القضايا في فترة التحليل جاءت عبارة عن أخبار أو تصريحات من المسؤولين، وبوجه عام اتفقت المواقع الخمسة في تصدر قالب الخبر وتتفق هذه النتائج مع طبيعة المواقع موضع الدراسة كونها مواقع إخبارية، تستهدف الإعلام والإخبار في المقام الأول، فضلاً عما تفرضه التطورات المتلاحقة والمستمرة التي يشهدها المجتمع المصري بشكل خاص حول ارتفاع الأسعار وايضاً التطورات المتلاحقة التي يشهدها العالم أجمع حول قضية العدوان على غزة، والتي تفرض على المواقع المشار إليها تقديم المتابعات الإخبارية باعتبارها أكثر القوالب ملائمة لمجارات تلك التطورات السريعة والمتلاحقة، فسرعة الأحداث وتلاحقها ربما لا يفسح المجال أمام المواقع الإخبارية لتقديم التحقيقات والتحليلات المتعمقة، كما أن طبيعة القارئ في ظل ضغوط العمل ومتطلبات الحياة تجعله أكثر انجذاباً للقوالب الإخبارية البسيطة والسريعة مقارنة بتلك التي تقوم على العرض والتحليل والاستفاضة، وهو ما يمكن اعتباره إطاراً واقعياً لتفسير تصدر قالب الأخبار قائمة القوالب الإخبارية المستخدمة لتقديم ارتفاع الأسعار وقضية العدوان على غزة بالمواقع الخمسة موضع الدراسة. وتبرر الباحثة تصدر الخبر قائمة القوالب الصحفية إلى

التطورات التي تلحق بالموضوعات على مدار الساعة، فتعرض المواقع الإعلامية وغيرها من وسائل الإعلام كافة المستجدات التي تطرأ على الساحة الإعلامية والتي تخص القضيتين. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Roxane Coche التي أشارت إلى أن قالب الخبر يتم الاعتماد عليه شكل كبير عند تناول الموضوعات السياسية والرياضية، كما أنه من أكثر القوالب التي تسهم في تحقيق الموضوعية في التغطية الإخبارية (Roxane Coche, 2022, pp.88-133).

- اعتمدت المواقع الخمسة عينة الدراسة بنسبة (55.37%) في تناولها لقضيتي ارتفاع الأسعار والعدوان على غزة من حيث مصادر المعلومات الواردة بالمحتوى الرقمي المنشور في الموقع على المحرر الصحفي وترى الباحثة غلبة فئة المحررين مما يعني أن المواقع الإخبارية تعتمد على عدد كبير من مصادرها للمحرر الصحفي في نشر الأخبار وهو ما يعكس اهتمام القائمين على المواقع والمنصات الرقمية بدعم المادة الإخبارية المرتبطة بأحداث العدوان على غزة، ونشر التفاصيل الهامة من مختلف المصادر، سواء كانت داخلية أم خارجية، وربما يرجع الأمر إلى اعتماد المنصات الرقمية على قالب الخبر بكثرة والذي لا يحتاج سوى إلى محرر من أجل صياغة الخبر وجعله صالحاً للنشر.
- ارتفاع نسبة تناول المحتوى السياسي بنسبة (67.38%) مقارنة بالمحتوى الاقتصادي بنسبة (32.50%) من الإصدارات للمواقع الخمسة عينة الدراسة خلال الفترة الزمنية من فبراير إلى إبريل 2024 في تناولها لارتفاع الأسعار والعدوان على غزة. وهي نتيجة منطقية نظراً لضخامة وتعدد أخبار أحداث العدوان على غزة والتي تتطلب تغطية فورية على مدار الساعة، بالإضافة إلى ترقب الجمهور الشديد لمعرفة كافة الأخبار لحظة بلحظة.
- اتفاق المواقع الخمسة عينة الدراسة في تناولها لقضيتي ارتفاع الأسعار والعدوان على غزة في الالتزام ببعض المعايير المهنية والأخلاقية متمثلة في الآتي: -
- تحقق معيار "عدم استخدام عناوين مجهولة ونشر الحقائق حتى لو كانت تتعارض مع السياسية التحريرية" في جميع المواقع الإلكترونية محل الاهتمام بالدراسة الحالية.
- تحقق معيار "عدم إطلاق أحكام مضللة أو كاذبة من شأنها تضليل الرأي العام" في جميع المواقع الإلكترونية محل الاهتمام بالدراسة الحالية.
- تحقق معيار "عدم نشر صور وفيديوهات تسيء لأفراد الحدث أو القضية" في جميع المواقع الإلكترونية محل الاهتمام بالدراسة الحالية.
- تحقق معيار "عدم التشهير بأشخاص ليس لها علاقة بالخبر أو الحدث" في جميع المواقع الإلكترونية محل الاهتمام بالدراسة الحالية.
- تحقق معيار "عدم نشر التفاصيل الحساسة مما يلحق الضرر بالأشخاص المعنيين بالخبر أو الحدث" في جميع المواقع الإلكترونية محل الاهتمام بالدراسة الحالية.
- تحقق معيار "احترام عادات وتقاليد المجتمع، وتجنب نشر أي مواد من شأنها زعزعة أمن واستقرار المجتمع" في جميع المواقع الإلكترونية محل الاهتمام بالدراسة الحالية.
- تحقق معيار "عدم الترويج للأخلاق السلبية للحصول مشاهدات، وتجنب نشر أي موضوعات من شأنها دفع المجتمع لممارسات وسلوكيات غير صحيحة" في جميع المواقع الإلكترونية محل الاهتمام بالدراسة الحالية.
- تحقق معيار "احترام خصوصية الأفراد وحياتهم، وعدم نشر ما يتنافى مع الذوق العام للمجتمع" في جميع المواقع الإلكترونية محل الاهتمام بالدراسة الحالية.
- تحقق معيار "عدم نشر صور مفبركة" في جميع المواقع الإلكترونية محل الاهتمام بالدراسة الحالية.

- كما تحقق معيار " مدى ارتباط الفيديو بالمضمون " في جميع المواقع الإلكترونية محل الاهتمام بالدراسة الحالية.
- كذلك معيار " مدى ارتباط التعليق المصاحب للفيديو" فقد تحقق على جميع المواقع محل الاهتمام بالدراسة الحالية.
- تحقق معيار " حداثة المعلومات بالموقع (تاريخ العرض والنشر)"، ومعيار وضوح تاريخ آخر تحديث للمستخدم" وأيضاً معيار "حداثة الروابط المتوفرة للمصدر" في جميع المواقع الإلكترونية محل الاهتمام بالدراسة الحالية.
- جاء ترتيب المواقع الخمسة عينة الدراسة حول معيار "مدى ارتباط الصورة بالمحتوى" فكان أعلى نسبة لكون الصورة تضيف معلومة للمضمون على موقع القاهرة 24 بنسبة بلغت (67.98%)، يليه بالمرتبة الثانية موقع اليوم السابع بنسبة (66.67%)، ثم الجمهورية بنسبة (42.22%)، والأهرام كانت بنسبة (15.18%)، وفي الأخير أخبار اليوم بنسبة بلغت (13.38%)، وهو ما يعكس دور الصور الصحفية في دعم الأخبار المرتبطة بأحداث العدوان على غزة، من خلال اقتران النص بالصورة لشرح التفاصيل والخلفيات، وإبراز الأطراف المرتبطة بالأحداث، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن الوسائط البصرية تساعد في تبسيط المواد الإخبارية وجعلها أسهل وأكثر استيعاباً وفهماً، كما أن لها دورها وأهميتها في زيادة وفهم واستيعاب مضمون المادة الإخبارية، كما تكتسب الصورة المرئية أهمية من موقع الحدث فهي أفضل أنواع الصور التي يمكن أن تستخدمها المواقع والمنصات الرقمية التابعة للمؤسسات الصحفية. ومن خلال التحليل وجدت الباحثة اهتماماً كبيراً بنشر عدد كبير من الصور الصحفية وتفسير الباحثة الاهتمام المتزايد بنشر الصور الصحفية بمواقع الأخبار إلى أهمية قضية العدوان على غزة وارتفاع الأسعار كما أن الصور الصحفية تمثل أهمية كبيرة تضيف الكثير من الحيوية والواقعية والمصدقية للخبر المعروض.
- وتلاحظ الباحثة اعتماد المواقع الإخبارية عينة الدراسة على خمسة أنواع من الوسائط المتعددة في تقديم المواد التي تتناول موضوعات ارتفاع الأسعار والعدوان على غزة، وهي:
 - **النصوص**، وظهرت في كافة المواد المقدمة كأداة لتقديم العناوين والمحتوى وهو ما يتفق مع طبيعة المادة الإخبارية بوجه عام ويمثل المحتوى النصي عنصراً أساسياً من تكوينها.
 - **الصور الصحفية**، وجاءت الأكثر استخداماً في تقديم الأخبار كمحتوى داعم يوضح الكثير من التفاصيل وينقل الواقع من مكان الحدث، كما لاحظت الباحثة استخدام بعض المواقع عينة الدراسة للصور الأرشيفية في بعض الأخبار، وتلاحظ الباحثة تفوق موقعي القاهرة 24 واليوم السابع في استخدام الصور الفوتوغرافية، وهو ما يمكن تفسيره بأن هاتين المؤسستين لهما إمكانيات كبيرة، وهو ما يجعل الصورة الصحفية الأصلية مادة متاحة لهما من ناحية، ومن ناحية أخرى بفرض حرصهما على تقديم هذه الصور كأداة لاستمرار التفرد والتفوق الإعلامي من ناحية أخرى.
 - **مقاطع الفيديو** وظهرت بنسبة قليلة في المؤسسات القومية مما يعكس توظيف محدود إلى حد ما للإمكانيات التقنية التي تتيحها المواقع الإخبارية عينة الدراسة وهو ما يمكن تأويله في إطار محددات سهولة العرض وسرعة التصفح، وتلاحظ الباحثة تفوق موقعي اليوم السابع وموقع القاهرة 24 في الاعتماد على مقاطع الفيديو.
 - **الروابط** وتلاحظ الباحثة اعتماد المواقع عليها بشكل كبير، وهي نتيجة منطقية في ظل ارتباط المواد الإخبارية المقدمة بأحداث ممتدة، فضلاً عن سعي المواقع الإخبارية عينة الدراسة إلى تقديم مواد إخبارية شاملة تغطي كافة جوانب الحدث.

- كشفت نتائج الدراسة التحليلية عن أن المواد التي تناولت موضوعات ارتفاع الأسعار، والعدوان على غزة بالمواقع عينة الدراسة خلال فترة التحليل، قدمت أحداث جارية وقعت في نفس يوم نشر المادة الإخبارية، وتتفق هذه النتيجة مع طبيعة المواد موضع التحليل كونها مواد إخبارية تقوم على تقديم أخبار تتناول الأحداث الجارية من ناحية، كما تتفق مع ما تفرضه مستحدثات الإنتاج الإعلامي من تحديات تنافسية تتعلق بالسرعة والشمولية في معالجة القضايا، وتقديم الأحداث، ونشر الأخبار.
- التزمت المعالجة الصحفية التي قدمها موقع اليوم السابع والقاهرة 24 بالمعايير المهنية والأخلاقية للنشر بشكل كبير ويليهما في المرتبة الثالثة موقع الأهرام ولكن بفارق كبير، وذلك لالتزامهم بمعايير الممارسة المهنية كالموضوعية والحياد والتوازن، والدقة والشفافية والتي تشمل تفسير الأرقام وإنساب المعلومات لمصدرها، وعدم نشر أخبار مزيفة والتركيز على الحقائق إلى جانب تقديم كل المعلومات والحقائق ذات الصلة الوثيقة بالموضوع الصحفي، ودعم التغطية الصحفية بالأدلة والوثائق، وغيرها. كما تفوقت تلك المواقع في التزامها أيضاً بالمعايير الأخلاقية كالنزاهة المهنية والمسؤولية الاجتماعية، إلى جانب التزامهم بالمعايير الأخلاقية الخاصة بنشر الصورة والفيديو بشكل كبير.
- ابتعدت المعالجة الصحفية التي قدمها موقع الجمهورية وأخبار اليوم إلى حد كبير عن الأخلاقيات ومعايير الممارسة المهنية، وذلك لعدم اهتمامها بمعايير كالدقة والموضوعية، إلى جانب افتقارها للتنوع، فانحصرت هذه الأخبار في شكل معلومات سطحية بعيدة مما أدى إلى الافتقار إلى الموضوعية والشمول في المعالجة؛ فلذلك يجب تحرى الدقة والتثبت من صحة المحتوى الإخباري، وتدعيمه بالإحصاءات والشواهد وتقديم الحقائق غير المنقوصة للجمهور عبر رسائل إعلامية متوازنة تطرح جميع وجهات النظر.

— توصيات ومقترحات الدراسة:

1. تعزيز دمج أدوات التحقق الرقمية ضمن منظومة العمل التحريري للمواقع الإلكترونية

— آلية التنفيذ: إنشاء وحدات تحقق داخل غرف الأخبار تُدار بكفاءات متخصصة، وتُجهز ببرمجيات معتمدة مثل "Crowd Tangle" و"Fact Check Tools". ويجب أن تكون هذه الأدوات جزءاً من دورة تحرير المحتوى، لا ملحقات لاحقاً.

2. إعداد بروتوكولات تحريرية واضحة للتعامل مع المحتوى المشتبه به

— آلية التنفيذ: تطوير دليل داخلي للمحررين يتضمن معايير فحص المصادر، والتمييز بين المعلومات الأولية والثانوية، مع فرض رقابة داخلية على تطبيقها قبل النشر.

3. تدريب الكوادر الصحفية على استخدام تقنيات التحقق

— آلية التنفيذ: تنظيم ورش تدريبية دورية تستهدف المحررين والمراسلين، بالتعاون مع مؤسسات مثل IFCN (الشبكة الدولية لتدقيق المعلومات)، مع متابعة وتقييم أثر هذه التدريبات على جودة المحتوى المنشور.

4. إظهار أدوات وأساليب التحقق للجمهور لتعزيز الشفافية والمصداقية

— آلية التنفيذ: تضمين روابط التحقق في المادة المنشورة، وإنشاء صفحة خاصة على الموقع تُفصل منهجية التحقق المستخدمة في تغطية الأخبار المثيرة للجدل.

5. تصميم مؤشرات قياس دورية لمصادقية الموقع استنادًا إلى مستوى استخدام تقنيات التحقق

– آلية التنفيذ: اعتماد أدوات تحليل الجمهور (Analytics) وقياسات التفاعل لتحديد مدى تغير ثقة المستخدمين، وربطها بممارسات التحقق المستخدمة.

– المراجع:

1. Connor Skahill (2021). The Relationship Between Covid-19 and the Media: Measuring Current Audience Media Behavior and Reaction to Covid-19 News, MA Thesis, Faculty of The Columbian College of Arts and Sciences of The George Washington University in partial fulfillment of the requirements.
2. أمل محمد خطاب. (يوليو/ ديسمبر 2021). في دراستها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الثاني والعشرين، الجزء الأول).
3. فارس سلمان عبد المنعم أبو شيحة. (2021). اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي "دراسة ميدانية"، مجلة بن خلدون للدراسات والأبحاث، المجلد الأول، العدد الثالث.
4. Md Mahfuzul Haque, & others. (2020). Combating Misinformation in Bangladesh: Roles and Responsibilities as Perceived by Journalists, Fact-checkers, and Users. Proc. ACM Hum.-Comput. Interact journal, Vol. 4, No.1.
5. مها مصطفى بخيت. (2019). العوامل المؤثرة على صنع القرار الإعلامي المتعلق بالأخبار الزائفة دراسة على القائم بالاتصال، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد التاسع.
6. Jared Charles Meisinger, (2018) "Citing your sources: How community journalists use social media for story content generation". MA. Thesis, (Graduate Theses and Dissertations).
7. Maarit Jaakkola, Heikki Hellman, Kari Koljonen and Jari Väliverronen, (2016). Liquid Modern Journalism with A Difference the Changing Professional Ethos of Cultural Journalism, Cultural Journalism and Cultural Critique in the Media.
8. Last Moyo, (2015). Digital age as ethical maze: Citizen journalism ethics during crises in Zimbabwe and South Africa. African Journalism Studies, vol. 36, vol.4.
9. José Rúas-Araújo, Concha Pérez-Curiel and Paulo Carlos López-Lopez, (2021). New Challenges and Threats for Journalism in The Post-Truth Era Fact-Checking and The Fake News Combat, OP.CIT.
10. محمد عبد الحميد، (2015). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، (القاهرة، عالم الكتب).
11. Roxane Coche, (2022) A new era? How the European ESPN covered the 2019 Women's World Cup online, International Review for the Sociology of Sport, Vol.75, No.1.

- النشر الدوري: تصدر المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي بصفة دورية (ثلاث مرات سنوياً)، وتنشر أبحاثاً باللغتين العربية والإنجليزية، مما يضمن استمرارية النشر وتوفير أحدث الأبحاث والدراسات للقراء والباحثين من مختلف أنحاء العالم.
- تنوع المحتوى: تقبل المجلة سبع تخصصات للنشر فيها وهي:

1. الإذاعة الرقمية
2. الإعلام
3. التسويق الرقمي
4. العلاقات العامة الرقمية
5. الصحافة الرقمية
6. تلفزيون الإنترنت
7. راديو الإنترنت

- النشر الإلكتروني والمفتوح: تُتاح المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي للنشر الإلكتروني بنظام الوصول المفتوح (open access online)، مما يضمن سهولة الوصول إليها وقراءتها وتحميلها مجاناً من قبل الباحثين والمهتمين في جميع أنحاء العالم.
- التنوع في أنواع المقالات: تنشر المجلة مجموعة متنوعة من أنواع المقالات، بما في ذلك:
- الأبحاث الأصلية (Original Articles): وهي أبحاث تقدم نتائج جديدة ومبتكرة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقالات المرجعية (Review Articles): وهي مقالات تستعرض وتلخص مجموعة من الأبحاث السابقة حول موضوع معين.
- تقارير الحالة (Case Studies): وهي دراسات معمقة لحالات فردية أو أحداث معينة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقابلات مع خبراء وباحثين بارزين: في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، لتقديم رؤيتهم حول أحدث التطورات والاتجاهات في هذا المجال.
- الأعداد الخاصة: تصدر المجلة أعداداً خاصة حول موضوعات معينة ذات أهمية خاصة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، وذلك لجذب انتباه الباحثين والمهتمين إلى هذه الموضوعات وتشجيع البحث فيها.

بيانات الاتصال:

الموقع الإلكتروني: <https://ejrcds.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني لهيئة التحرير: fatmaelzahasaleh@art.sohag.edu.eg

البريد الإلكتروني للقسم: media.dep@art.sohag.edu.eg

العنوان: جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، مصر.