

دليل الصحفي التونسي في المناهج التطبيقية



التحقق من الوقائع في الصحافة



MEDIA UP
Programme d'Appui aux Médias en Tunisie



الفهرس

26	الفصل 2 : أدوات ومناهج التحقق.....	3	تنبيه.....
27	1 - تقنيات التحقق الكلاسيكية.....	4	شعارات ومختصرات أسماء المؤسسات.....
34	2 - التحقق من معلومة على موقع انترنت.....	5	المؤلفان.....
41	3 - التحقق من محتوى منشور على الشبكات الاجتماعية.....	7	توطئة.....
45	4 - التحقق من صورة.....	10	الفصل 1: تشريح الخبر الكاذب.....
57	5 - التحقق من فيديو.....	10	1 - مفهوم متعدد الأوجه.....
64	الفصل 3 : التحقق من الوقائع (Fact-checking).....	12	2 - تصنيف الأخبار الزائفة (الكاذبة).....
65	1 - أهداف وتطبيقات وأخلاقيات التحقق من الوقائع.....	16	3 - خبر خدعة (مقلب).....
70	2 - ركن في وسيلة إعلام : آلية فك التشفير في فرنسا.....	18	4 - مزيفو الأخبار.....
75	3 - وسائل إعلام تضافر جهودها: "تشاكفاكتا" (CekFacta) في أندونيسيا.....	20	5 - اقتصاد الأخبار الزائفة.....
78	4 - التحقق من الوقائع على مستوى قارة : "أفريكا تشاك" (Africa Check).....	22	6 - إشاعة الأخبار الزائفة.....
81	5 - مرجعية في العالم العربي : "أكيد" (Akeed) في الأردن.....	24	7 - تأثيرات الأخبار الزائفة.....
84	6 - برنامج رائد في تونس: "بي أن تشاك" (BN Check).....		
89	بيبلوغرافيا.....		

تم إعداد هذا الدليل في نطاق برنامج الدعم لوسائل الإعلام التونسية (PAMT-MediaUp) التابع للإتحاد الأوروبي، الذي يسهر على إدارته وتنفيذه المركز الإفريقي لتدريب الصحفيين والاتصاليين (CAPJC). ويستفيد هذا البرنامج من المساندة الفنية لمجمع تقوده مؤسسة "بارتيسيب" (Particip)، ويضم كلا من "France Médias Monde" و"دوتشي فيلا" (Deutsche welle) ووكالة الأنباء الإيطالية "أنسا" (Ansa) وفرع تونس "لنظمة المادة 19" (Article 19 Tunisie).

ويقع محتوى هذا الدليل تحت مسؤولية مؤلفيه، وهو لا يلزم في شيء، لا الإتحاد الأوروبي، ولا الدول الأعضاء فيه، ولا المركز الإفريقي لتدريب الصحفيين والاتصاليين، ولا أيًا من أطراف المجمع.

ويود المؤلفون التعبير عن خالص شكرهم لمجمل المخاطبين الذين التقوهم، لما أبدوه من حسن استعداد وتفهم، ولما قدموه من إسهامات ذات جودة. وهم يعربون مسبقا عن الاعتذار عن كل خطأ قد يكون تسرب إلى هذا الدليل، رغم ما أبدوه من حيطة وتيقظ.

وتجدر الإشارة إلى أن صيغة المذكر الواردة بالدليل لا تعني بالمرّة التمييز بين الجنسين، فهي فقط من باب التخفيف في مستوى الصياغة.

ومن منطلق الحرص على النقل الأمين لمضامين النصوص الأصلية، والمؤطرات، والأجزاء المقتبسة من منشورات، وصور ملتقطة من الشاشات أو مواقع الواب، ورسومات تخطيطية، تم، ضمن هذه النسخة باللغة العربية، الاحتفاظ بتلك الدعائم في لغتها الأصلية، مثلما تم الإبقاء على مرجعيتها. أما التعليقات التوضيحية المصاحبة لكل صورة أو رسم تخطيطي، فقد تمت ترجمتها، كلما كان ذلك ضروريا.

▶ إنجاز التصميم: "سمارتيك" www.smartictunisie.com الهاتف: +216 50 620 849

▶ الترجمات إلى اللغة العربية: السادة محمد علي الحباشي ولطفي العرفاوي وعلي الجليطي

مختصر تسميات بعض المنظمات والمؤسسات

AFP	:	وكالة الأنباء الفرنسية
CAPJC	:	المركز الإفريقي لتدريب الصحفيين والاتصاليين
CELF	:	لجنة إثراء اللغة الفرنسية
DCAF	:	مركز جنيف للرقابة الديمقراطية على القوات المسلحة
FIJ	:	الفدرالية الدولية للصحفيين
HAICA	:	الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري
IFCN	:	الشبكة الدولية للتحقق من الوقائع
OIF	:	المنظمة الدولية للفرنكوفونية
ONG	:	منظمة غير حكومية
OQLF	:	مكتب كيبيك للغة الفرنسية
PAMT	:	برنامج دعم مؤسسات الإعلام التونسية "ميديا أب"
PNUD	:	برنامج الأمم المتحدة للتنمية
RSF	:	مراسلون بلا حدود
TAP	:	وكالة تونس إفريقيا للأنباء

شكري بن نصير

- رئيس تحرير صنف أول بجريدة لبراس التونسية، متحصّل على الأستاذية في الصحافة وعلوم الأخبار وشهادة عليا اختصاص التكنولوجيات الحديثة في الإعلام والاتصال.
- صحفي محترف، بدأ مسيرته المهنية في صحيفة "لومند ديبلوماتيك" (Le Monde Diplomatique) الشهرية الصادرة بتونس.
- انضم إلى صحيفة Tunisia News في خطة أول رئيس تحرير لهذه الصحيفة التونسية الناطقة بالإنجليزية.
- مؤسس ورئيس تحرير الأسبوعية الاقتصادية Business الصادرة عن مؤسسة لبراس.
- تولى رئاسة تحرير مجلة L'EXPRESSION الأسبوعية.
- تحصّل على عديد الجوائز والأوسمة منها وطنيا وسام الاستحقاق الثقافي ودوليا، جائزة 2016 "Nostrum Award +0M213.are".
- عرف شكري بن نصير أيضا باهتماماته البيئية والاجتماعية وأوكلت إليه مهمات تكوينية صحفية في مجالات التحولات المناخية والهجرة وذوي الحاجات الخصوصية.
- تولى إعداد دراسة حول مستقبل الصحافة المكتوبة في تونس أنجزت في إطار برنامج دعم مؤسسات الإعلام التونسية PAMT، كما تولى صياغة إستراتيجية الانتقال الرقمي لصحيفة لبراس التونسية.
- من المعتمدين كمكوّن وخبير غير مقيم لدى برنامج South Neighbours التابع للإتحاد الأوروبي.
- تولى التدريس في جامعة جندوبة. و شغل عام 2019 خطة مدير تحرير في دار الصباح قبل أن يلتحق من جديد بمؤسسة سنيب (لبراس) في ديسمبر من السنة نفسها.

جوسلين غرانج

- شغلت سابقا مهام صحفية مراسلة لعدد من وسائل الإعلام ذائعة الصيت، في كل من فلسطين وأندونيسيا والتشاد. كما عملت لحساب كل من "إذاعة فرنسا الدولية" (RFI)، و"راديو كندا" و"تي في 5 موند" واليومية الفرنسية "لوفيغارو".
- وهي تسهم منذ قرابة عشر سنوات في برامج متعددة لدعم وسائل الإعلام في البلدان التي تجتاز فترة انتقال ديمقراطي، كمكونة، وكخبيرة، وكمسؤولة عن مشاريع.
- وقد أدارت مصلحة الإعلام الإنساني في شرق التشاد، التابعة للمنظمة غير الحكومية الدولية "أنتار نيوز ناتورك" (Internews Network). كما تولت بين 2014 و2018، إدارة المصلحة المماثلة التابعة لبرنامج "ماد ميديا" (MedMedia)، وهو برنامج إقليمي ممول من قبل الإتحاد الأوروبي بغاية مساندة الإصلاح في قطاع وسائل الإعلام في بلدان الضفة الجنوبية للبحر الأبيض المتوسط، ومن بينها تونس.
- كما اشتغلت جوسلين غرانج كمحللة لوسائل الإعلام ضمن بعثات الإتحاد الأوروبي لملاحظة الانتخابات، وقامت بتأليف العديد من الأدلة الموجهة للصحفيين، لا سيما "الدليل التطبيقي للصحفي خلال الفترة الانتخابية"، الذي تم نشره في خمس لغات من قبل منظمة "مراسلون بلا حدود" (RSF) والمنظمة الدولية للفرنكوفونية (OIF).
- وقد تلقت بعنوان أطروحة الدكتوراه التي أعدتها حول مسار المفاوضات الإسرائيلي الفلسطيني، جائزة القانون الدولي العام لجامعات بروفونس (فرنسا) سنة 2011.

من التحقق من الخبر إلى التحقق من الأخبار الزائفة

ينظر إلى التحقق (التثبت) بواسطة الوقائع، على اعتباره واحدا من القاعدتين الأساسيتين لأخلاقيات المهنة الصحفية (القاعدة الثانية هي حماية مصادر الأخبار). ولا يتحقق احترام صدقية ودقة ونزاهة المعلومة، إلا منذ اللحظة التي تم فيها التثبت بعمق من الوقائع. ومن أجل التيقن من أن الأخبار التي ينقلونها هي أكثر ما تكون التصاقا بالواقع، فإنه على الصحفيين أن يجدوا عددا كبيرا من المصادر التي تتحدث عن نفس الحدث. ويمكن أن يكون المصدر أوليا (شاهد عيان، فيديو، تقرير...) أو مصدرا ثانويا (رواية شخص لم يكن على عين المكان لكن لديه معلومات بواسطة شاهد عيان حضر الحدث المنقول). والبحث عن مصادر متعددة، والقيام بإجراء التقاطعات والمقارنات الضرورية فيما بينها، يعتبر من المهام غير المرئية التي يتعين على الصحفي القيام بها من أجل ضمان موثوقية خبر ما. ومن شأن هذا التمشي المساهمة في تأمين متطلبات الإشتغال الجيد للمنظومة الإعلامية، وضمان نشر أخبار ذات جودة.

ولئن كان الجميع يتفق على الأهمية التي يكتسبها هذا المبدأ، فإن وضعه حيز التنفيذ يطرح جملة من التحديات. فالصحفيون مطالبون يوميا بمعالجة عديد الوقائع، كما أن صعوبات النشر التي تواجهها وسائل الإعلام، تجبرهم غالبا على القيام بالأمر في آجال جد قصيرة. وبعض الوقائع يمكن أيضا تحف بعملية التحقق منها صعوبات أكبر لجهة مقارنة بوقائع أخرى، لاسيما عندما تكون تلك الوقائع مرتبطة بأحداث بعيدة زمنيا، أو عندما تتعلق بمواضيع حساسة (الأمن الداخلي، الدفاع الوطني...)، أو أنها تقتضي توفر معارف خصوصية (اقتصاد، علوم...)، فعملية غربلة وتمحيص وفرز الأخبار الموجهة، المقدمة من قبل أطراف سياسية ومؤسسات عمومية وشركات خاصة أو جمعيات، تعد بدورها مصدر صعوبات أخرى. وممنأى عن هذه الاعتبارات، يوجد أيضا أشخاص على أهبة الاستعداد لترويج أخبار زائفة بصفة طوعية. وهم يوردون، على سبيل المثال، أرقاما لا وجود لها، أو يعرضون صورا تم التلاعب بها، من أجل تغيير وتشويه معناها الأصلي.

وفي كل الأوقات، ارتكب صحفيون أخطاء بنشرهم معطيات زائفة أو زائفة جزئيا، بفعل ضيق الوقت، أو انعدام اليقظة، أو بفعل المبالغة في الثقة في مصادرهم أو في معارفهم الخاصة. كما ينحو البعض الآخر، في تناس لضرورة التمييز بين الوقائع والتعليق، إلى طرح قناعاتهم الذاتية، على أنها وقائع، أو أيضا إعادة استخدام البلاغات الصحفية دون التثبت من مضمونها الفعلي والواقعي. كما أن بعض وسائل الإعلام تستغل، ومنذ زمن بعيد، لاعتبارات تتصل بكسب المزيد من جمهور المتابعين أو لاعتبارات تجارية، اهتمام جزء من القراء بالأخبار "الفضائحية" وأخبار الإثارة، وذلك من خلال نشر قصص مرتكزة في جزء كبير منها على وقائع منقوصة ومجتزأة، هدفها الوحيد خلق شعور بالصدمة لدى المتابع. إلا أن تعقيد ودرجة تلوث الأخبار، يطرحان في عالمنا المتسم بكثافة الارتباط بالوسائط الرقمية، تحديات غير مسبقة.

وبالفعل، فإن الاحتكار شبه الكلي "للعرض الإخباري" من قبل وسائل الإعلام، قد انتهى أمره مع مجيء الانترنت. فمحركات البحث تمكن من النفاذ في ظرف بضعة ثوان إلى آلاف المصادر حول نفس الموضوع، في حين أن وسائل الإعلام الاجتماعية، تتيح لكل شخص إمكانية أن يكون فاعلا ومنتجا للمعلومة. والانترنت، بفعل الانفجار الكبير للمعارف المدرجة على الخط، وبفضل وفرة الشهادات التي يمكن لكل شخص أن يبثها عبرها، تشتغل على اعتبارها دعامة قوية للديمقراطية، وإنما أيضا، ولنفس الأسباب، على اعتبارها قناة خطيرة للتضليل. فمحركات البحث لا تقوم بعملية تصنيف تراتبي للمصادر تبعا لدرجة موثوقيتها، كما أن مستعملي الانترنت يقومون بأنفسهم بتأمين حركة تداول المضامين (المحتويات) التي ينتقونها ويعيدون نشرها دون وساطة صحفية عبر المدونات وتغريدات تويتر أو التعليقات. كما أنه يمكن لكل فرد أن يتحول في أية لحظة إلى "صحفي - مواطني" وأن يضع على الخط شهادات أو فيديوهات تتعلق بحدث عايشه، ليخبر حينها العموم، وبأكثر سرعة من الصحفيين، الذين لم يحلوا بعد بموقع الحدث. ويتوجب على وسائل الإعلام أن تدمج هذا الضرب من "المنافسة" ضمن حساباتها، وذلك في نفس الوقت، عبر مشاهدة هذه المضامين المنتجة من قبل هوة يمكن أن يمثّلوا مصادر أخبار مفيدة، وإنما أيضا عبر القيام بتشخيص الأخطاء المتصلة بالوقائع، أو المتصلة باحترام الأخلاقيات المهنية، التي تسهم هذه النوعية من المشاركات في إنتاجها.

وهذه البيئة الجديدة التي يشعر فيها كل شخص بأنه مسموح له، ومن المشروع له، أن ينتج مضامين يتم وصفها بـ"أخبار"، من شأنها أن تفاقم تعقيد عمل التحقق من الوقائع من قبل الصحفيين، لاسيما وأنها تزيد بشكل كبير من مخاطر التضليل والوقوع في أخطاء. ووظيفة رجع الصدى التي تمثلها الشبكات الاجتماعية، وكذلك ديناميكية التبادل على الخط، تمنحنا فعليا هذه المضامين قوة فريدة وغير مسبوقه. فهذه المضامين، التي تحظى بشيوع كبير وواسع على الانترنت، هي مضامين مفبركة كليا من أجل تضليل الجمهور بواسطة روبوتات وخوارزميات موضوعة من قبل مجموعات مصالح حزبية أو من قبل مواطنين عاديين يتصرفون بغاية الترفيه فحسب، أو بنوايا سيئة، أو بدافع الجشع، أو لغاية تحدي "المنظومة". وبالنظر إلى الضغط المسلط من قبل البث على الخط، والسباق نحو كسب الجمهور، تقع بعض أجهزة الصحافة أو القنوات الإخبارية في الفخ، من خلال إعادة استخدام مضامين متأتية من مصادر مشكوك فيها، ولا يتم التحقق من موثوقيتها، إلا في وقت لاحق.

والمشكل الذي تطرحه الأخبار الزائفة التي يتم نشرها بشكل متعمد أو غير متعمد، ليس إذن مشكل وجود ذاك الصنف من الأخبار، ذلك أن الإشاعات والعمليات الدعائية كانت مزدهرة في كل الأوقات، وإنما تحديدا مشكل وضعيتها الجديدة كمنتج مرئي، وصيغ ترويجها في عالم أضحت فيه المضامين المنتجة من قبل مواطنين تنافس الأخبار المنتجة من قبل صحفيين. فمعايير وقواعد الحقيقة التي يتعين أن تكون وسائل الإعلام ضامنة لها، تعرضت إلى التشويش، إلى درجة أن بعض الزعماء السياسيين من أعلى مستوى يسمحون لأنفسهم مستقبلا بالكذب دون أي شعور بالحرع. فالرئيس الأمريكي، دونالد ترامب، الذي يردد بكثافة معطيات كاذبة على اعتبارها "وقائع بديلة"، يعد الشخص الأكثر نشاطا في هذا المجال، ولكن ليس لوحده، من خلال التبشير بهذا العهد الجديد المسمى عهد "ما بعد الحقيقة". وقد دخل هذا المفهوم سنة 2016 ضمن صفحات منجد "أوكسفورد" المرموق، الذي يعرف مصطلح "ما بعد الحقيقة" على أنه "الظروف التي يكون فيها للوقائع الموضوعية تأثير أقل على الرأي العام من تأثير النداءات الرامية إلى إثارة المشاعر أو المعتقدات الشخصية".

وتطرح هذه الرؤية للاتصال السياسي، وكذلك التداول المكثف للأخبار الزائفة على الانترنت، مخاطر كبيرة على الديمقراطية، التي تعد حرية التعبير والنفاذ إلى المعلومة من أهم دعائمها. وبالفعل، فإن أسس الديمقراطية مهددة عندما يتم استخدام نفس هذه الحريات من أجل نشر حقائق مضللة وكاذبة تقود إلى إشاعة مشاعر من التشاؤم الذي يلوث النقاش العام ويقوض الانسجام الاجتماعي، وتنجم عنه مشاعر خوف غير عقلانية، مثلما يضعف السلطات المضادة. ولا تستثني هذه الظاهرة أي من الديمقراطيات، وهي بالتالي تهم وبشكل صار تونس، البلد العربي الذي تقدم أكثر من غيره على طريق الإصلاحات الديمقراطية وتكريس حرية التعبير للمواطنين. فهناك عدد أكبر فأكبر من التونسيين يستخدمون وسائل الاتصال الاجتماعية من أجل نشر وتقاسم الأحداث والتعليق عليها. وتسهم هذه التفاعلات بشكل جد إيجابي في ترسيخ ثقافة المساءلة صلب الطبقة السياسية والمؤسسات العمومية، لكنها تجر وراءها سيلا من الأخبار شبه الصحيحة أو الخاطئة أو المضللة.

وتضع هذه الوضعية قطاع الإعلام التونسي، الذي أجبر على توخي منطوق الرقابة الذاتية بفعل عدة عقود من التسلط السياسي، بمواجهة مسؤولية مزدوجة: فهو مطالب بأن ينتظم وبشكل سريع كـ"سلطة رابعة"، كي يستعيد ثقة الجمهور ويضمن مكاسب "ثورة الياسمين"، لكنه مطالب أيضا بأن يسهم في حماية حرية التعبير للمواطنين، من خلال تطهيرها من جوانبها الأكثر إضرارا وسمية، حتى لا تكون هذه الجوانب مصدر تهديد لهذه المكاسب. وأكثر من أي وقت مضى، فإن الشعب التونسي بحاجة إلى صحفيين قادرين على وضع الحقيقة في قلب النقاشات العامة، كي يتسنى له المساهمة في الحوار الاجتماعي والسياسي بصورة فعلية وبناءة، والقيام بخيارات متبصرة ومسؤولة عند الانتخابات.

وقد تم إعداد هذا الدليل من أجل مساعدة الصحفيين على رفع هذه التحديات. وهو يقدم في مرحلة أولى مفهوم الخبر الزائف (الكاذب) في كل أبعاده، والطريقة التي يمكن لمثل هذه الأخبار أن تلوث بها قطاع الإعلام في تونس كما في باقي العالم. فالصحفي بحاجة لأن يفهم مختلف الأشكال التي يمكن أن يكتسبها الخبر الكاذب أو المضلل، وكذلك مكوناته وملايساته والفاعلون الذين يقفون وراءه، إذا ما كان يريد أن يكافح بشكل ناجع هذا النوع من الأخبار، وأن يتجنب الوقوع في الفخ هو نفسه. أما الجزء الثاني من الدليل، فهو مخصص للمناهج والأدوات التي يتعين استخدامها للثبوت من الوقائع، سواء ضمن مقاربتها التقليدية (معالجة المصادر البشرية والوثائقية خارج الخط)، أو ضمن مقاربتها المتجددة، عبر استخدام التكنولوجيات الرقمية الجديدة. وأخيرا، يقدم هذا الدليل في جزئه الثالث تقنية تحقق من الوقائع تطلق عليها تسمية "فاكت شايكينغ fact-checking". وقد ظهرت هذه التقنية في وسائل الإعلام أواسط التسعينات، من أجل وضع خطاب رجال السياسة تحت رقابة الوقائع، قبل أن يتم استخدامها في مرحلة ثانية كأداة للرد على الترويج المكثف للأخبار الكاذبة على الانترنت.

الفصل 1 : تشريح الخبر الكاذب

1.1 تشريح الخبر الكاذب

يتم اليوم استعمال العبارة الأنغلو سكونية "فايك نيوز fake news" في العالم أجمع، ولكن غالبا في غير مواضعها وأغراضها، وبصورة تعميمية، وكأنها عبارة "صالحة لكل شيء". فهذه العبارة يمكن أن تحيل لأصناف شتى من الأخبار المضللة: أخبار هزلية، أخبار مفبركة، دعاية، إشاعات، نظريات المؤامرة، سوء تقدير أو أخطاء صحفية، وإنما أيضا إلى معلومات تم إجراء التقاطعات الضرورية بشأنها وتم التحقق منها. وعمليا، فإن رجال سياسة من العالم أجمع يقومون أيضا بتطبيق هذه العبارة واستخدامها ضد وسائل الإعلام التي لا يستسيغون مضامينها.

وهكذا، فإن مصطلح "فايك نيوز"، أضحى في نفس الوقت مرادفا لـ "خاطئ" بمعنى "الخطأ" ولكن أيضا بمعنى "التضليل المتعمد"، وحتى "الخبر المتحيز". إلا أن التمييز بين هذه المفاهيم الثلاثة أمر جد حيوي. فوسيلة الإعلام التي تنشر خبرا خاطئا وتقوم لاحقا بإصلاح الخطأ، أو صحيفة الرأي التي تعبر عن حساسية سياسية من خلال تأويل الوقائع الموضوعية، لا يجب اعتبار أنهما يتوخيان نفس التمشي، مقارنة بناشط يفبرك أو ينشر عن وعي كامل خبرا كاذبا أو مضللا بشكل متعمد.

وعليه، فإن استخدام العبارة الإنكليزية "فايك نيوز" أمر غير منصوح به البتة. وفي عالم الفرنكوفونية، أوصى ديوان اللغة الفرنسية بيكيباك باستعمال عبارة "الخبر الزائف" من أجل تعيين "منشور يقلد هيكله مقال صحفي، ويتضمن في نفس الوقت معطيات حقيقية ومعطيات خاطئة"، في حين أعلنت لجنة إثراء اللغة الفرنسية، في فرنسا، دعمها لاستخدام مصطلح "إينفوكس" (infox)، المكون من كلمتي خبر (information) وتضليل أو تسميم (intoxication). وبصورة عامة، فإن الخبر الزائف (الكاذب)، سيتم تعريفه على أنه معلومة مكذوبة أو معلومة يتم بشكل متعمد تشويهاها بهدف التضليل أو إيقاع المتلقين في الخطأ.

التضليل وحجب المعلومة وسوء النية

ضمن دراسة نشرت سنة 2018 تحت إشراف مجلس أوروبا ومخصصة لـ "اختلالات الإعلام"، اعتبر الباحثان البريطاني والإيراني - الكندي، كلار واردل وحسين ديراكشان، أن عبارة "الخبر الزائف" تجمع صلبها، وبشكل غامض ومتداخل، ثلاثة مفاهيم يتعين التمييز بينها، وهي: "التضليل" و"حجب المعلومة" و"الخبر المغرض أو الخبيث" (1).

تجد المعلومة "المضللة" مرجعها في الأخبار الزائفة (الكاذبة)، التي يتم تعمد خلقها وترويجها من أجل الإضرار بشخص أو مجموعة اجتماعية أو بمنظمة أو ببلد، أو بهدف التأثير على الرأي العام وحمله على التحرك في اتجاه معين. ويتعلق الأمر إذن بكذبة أو بمحاولة تضليل ترمي بشكل متعمد إلى التحيل على الجمهور.

تعني كلمة "حجب المعلومة" المسار الكامل الذي تتم بواسطته صياغة وترويج معلومة خاطئة أو مشوهة أو منقوصة، وذلك بسبب نقص اليقظة أو نقص المنهجية لدى واحد أو كثير من مكونات سلسلة المعلومات. وهكذا، يمكن لصحفي أن يسهم في حجب المعلومة، من خلال نشر خبر مغلوطن، بعد أن منح قدرا كبيرا من الثقة لإحدى الشهادات. وبنفس الطريقة، يسهم مستخدم فايسبوك في الأمر، من خلال قيامه، على حسابه الخاص، بإعادة نشر معلومة خاطئة يعتبر، عن حسن نية، أنها صادقة وحقيقية. وفي هذه الحالة، فإن الخبر زائف، ولكنه لم يتم صنعه بهدف إلحاق الضرر بطرف آخر.

يستند "الخبر المغرض أو الخبيث" إلى وقائع حقيقية، ولكنه يتم استخدامها بأسلوب استراتيجي بهدف إلحاق الضرر، مثلا، عندما يتم استهداف شخص ما بسبب معتقده الديني أو توجهه الجنسي.

فالوعي أو عدم الوعي بنشر خبر زائف (كاذب)، يعتبر إذا معطى يتوجب أخذه بعين الاعتبار. فإذا ما قام شخص ما، عن وعي كامل، بترويج خبر زائف، فإن الأمر يتعلق بتضليل. وفي الحالة المعاكسة، نتحدث عن حجب المعلومة. كما أنه من المهم التمييز بين حجب المعلومة (معلومة خاطئة، ولكنها غير موجهة لإلحاق الضرر) والمعلومة التي تقف وراءها سوء نية (معلومة حقيقية ولكنها موجهة للإضرار بطرف آخر).

الانتخابات الرئاسية الفرنسية لسنة 2017 : حالة نموذجية

وفقا لكلاز واردل وحسين ديراكشان، فإن الانتخابات الرئاسية الفرنسية لسنة 2017 قد وفرت نماذج من الأصناف الثلاثة لاختلالات الإعلام.

"التضليل": يوم 2 مارس 2017 نشر موقع تحت مسمى "لوسوار.أنفو" (LeSoir.info)، الذي نقل كليا تصميم موقع الجريدة اليومية البلجيكية "لوسوار"، برقية منسوبة زيفا لوكالة الأنباء الفرنسية (AFP)، تزعم أن حملة إيمانويل ماكرون ممولة من قبل المملكة العربية السعودية. كما أطلقت شبكات من الأفراد هجمات عبر تويتر، مع تغريدات متشابهة، من أجل ترويج إشاعات تؤكد مثلا على أن المرشح يملك حسابا بنكيا غير مقيم في الباهاماس.

■ ”حجب المعلومة“: في الساعات التي تلت الاعتداء المرتكب يوم 20 أبريل 2017، والذي استهدف دورية شرطة في منطقة الشانزليزي، أشاع الآلاف من مستعملي الانترنت بشكل غير متعمد عبر وسائل الاتصال الاجتماعية إشاعة (فبركتها مواقع قريبة من اليمين المتطرف الفرنسي) تقول بأن أشخاصا مسلمين قد احتفلوا بالهجوم الإرهابي في شوارع لندن (2).

■ ”الخبر المغرض أو الخبيث“: يوم الجمعة السابق للدور الثاني للاقتراع، قام قرصنة معلوماتية، بعد أن نهبوا حسابات الإرساليات الخاصة بإيمانويل ماكرون، بنشر آلاف الوثائق السرية حول الرئيس، المنتخب لاحقا. ولم يتسن فحص هذه المعلومات ولا التثبت منها ولا تكذيبها من قبل الصحفيين، ذلك أن القانون الفرنسي يمنع كل عملية تصريح عام حول الاقتراع خلال فترة الـ24 ساعة التي تسبق التصويت. وبالمقابل فإن هذه المعلومات تم تداولها بكل حرية عبر الشبكات الاجتماعية.

2.1 تصنيف الأخبار الزائفة:

يمكن للأخبار الزائفة (الكاذبة) أن تتخذ أشكالا مختلفة. فبعضها مفبركة كليا، ثم يتم نشرها لاحقا في شكل مقالات أو أعمدة أو صور أو فيديوهات عبر الشبكات الاجتماعية. وغالبا ما تسعى هذه المضامين إلى تقليد التصاميم المرئية لوسائل الإعلام من أجل إحكام التحيل على الجمهور. والأمثلة في هذا الباب كثيرة، بما في ذلك في تونس. ومن الحالات الأكثر دلالة، هو الإعلان الكاذب عن وفاة الرئيس الباجي قائد السبسي في نوفمبر 2017 بواسطة منشور باللغة العربية مفبرك كليا، ومن خلال استخدام شعار قناة فرانس 24. وقد انتشرت هذه المعلومة بشكل واسع على الانترنت، ما أجبر قناة فرانس 24 على نشر تكذيب على الشاشة وضمن منشور عبر وسائل الاتصال الاجتماعية (3).



صورة للخبر الكاذب الذي يحمل شعار فرانس 24 مرفوقا بصورة لتكذيب فرانس 24 على موقعها باللغة العربية.



التضليل بواسطة الصورة:

تتم عملية الاتصال الحديثة قبل كل شيء عبر الصورة، وهي محمل تتزايد مصداقيته على الشبكات الاجتماعية، حيث يتم تبادل الصور بكثافة. "هذا حقيقي لأنني رأيته"... عبارة تجمل رد فعلنا الأولي إزاء معلومة مرئية. إلا أن الصورة تتعرض بدورها إلى التبدل والتغيير والفبركة بشكل واسع، تماما مثل النص المكتوب، وذلك عبر التلاعب بحجم المشهد أو من خلال صنعها بواسطة المونتاج. وفي ظل ديمقراطية برمجيات التصرف (رتوش) في الصور، أضحي من اليسير خلق ونشر صور مضللة. وعملية إزالة عنصر ما من صورة، يمكن مثلا إنجازها دون صعوبة كبيرة من قبل شخص لا يملك سوى معارف أولية في مجال التلاعب (إدخال رتوش) الرقمي بالصور. وقد تلقت اليومية الإسبانية المعروفة "البايس" درسا قاسيا، من هذا القبيل، لما نشرت على صفحتها الأولى في جانفي 2013 صورة يزعم أنها تمثل الرئيس الفينزويلي، هوغو شافيز، على سرير المرض بالمستشفى في كوبا. وقد تبين أن هذه الصورة كاذبة، إذ أن الأمر يتعلق في الواقع بعملية التقاط صور لشاشة تلفزة مأخوذ من شريط فيديو قديم على اليوتيوب، ليس له أي علاقة برئيس الدولة الفينزويلي السابق.

وتصبح بعض الصور في وقت سريع، جد منتشرة، ويتوسع تداولها، دون أن يتم ذكر مصادرها. وفي ظل هذه الظروف، فإنه يمكن نسبة هذه الصور إلى أحداث ليس لها علاقة مطلقا بها، وهو ما يمثل أحد أوجه تزوير المعلومات الأكثر شيوعا. وعلى سبيل المثال، قام أحد مستعملي الانترنت يوم 01 أكتوبر 2017، أي يوم الاستفتاء حول استقلال إقليم كاتالونيا، بنشر فيديو يظهر رجل شرطة وهو يضرب عددا كبيرا من الأشخاص في الشارع. وجاء في النص المصاحب، الذي كتبه مستعمل انترنت: "الشرطة الإسبانية تهاجم أشخاصا كاتالونيين". والواقع، أن الأمر يتعلق في الحقيقة بصور حقيقية، ولكنها تخص مظاهرة انتظمت في نوفمبر 2012، وليس لها أي علاقة بمسألة الاستقلال.



من الأكيد أنه ليس هناك، في حقيقة الأمر، من شيء "خاطئ"، بالنسبة للمثال المذكور آنفا، ولكن تقاسم هذا الفيديو، دون تحديد تاريخه الذي يعود إلى خمس سنوات خلت، وفضلا عن كون ذلك تم في يوم اتسم بتسجيل عنف حقيقي للشرطة في كاتالونيا، هو لأمر جد مضلل.

وأمثلة الصور التي أخرجت من سياقها، بشكل متعمد أو غير متعمد، منتشرة بكثرة في تونس. ومن أكثر هذه الصور دلالة، تلك الصورة التي تظهر بنتا صغيرة تسير في طريق مليء بالأحوال، وهي تحمل على ظهرها حقيبة في ولاية القصرين. وقد قام عدد كبير من مستعملي الانترنت، وكذلك من منظمات المجتمع المدني، بتداول هذه الصورة بكثافة عبر الشبكات الاجتماعية خلال العام 2019، من أجل استنكار الحالة المتدهورة للبنية التحتية في هذه المنطقة. إلا أن هذه الصورة، لم يتم، في الواقع، التقاطها في تونس، بل هي مستخرجة من فيديو تم تصويره في الفيتنام، وإدراجه على الانترنت على شبكة يوتيوب يوم 15 أكتوبر 2018.

وهناك مثال آخر يتعلق بالصورة الموجودة أسفل هذا، والتي نشرتها مواقع تونسية تحت عنوان يتحدث عن عدم احترام أحد أعضاء لجنة رصد هلال رمضان لشعيرة الصوم خلال شهر رمضان، لكن في الحقيقة لا علاقة لهذه الصورة بتونس، إذ هي ملتقطة في منطقة كردستان العراق.



عمليات التزوير المتطورة للفيديوهات

وفي زمن أضحي يقدم فيه الفيديو على أنه الدليل المفحم من قبل أولئك الذين يسعون إلى تكريس الحقيقة، فإن مجيء تقنيات التزوير المتطورة للفيديوهات (ديبفايك deepfake)، يمكن أن يتسبب في أشكال جديدة من الخلط والتضليل. ذلك أن تقنية إدماج الصور المرتكزة على الذكاء الاصطناعي، تستخدم للقيام بتركيب الملفات السمعية والفيديوهات الموجودة على فيديوهات أخرى. وتقنيات التغيير هذه تبلغ مستويات دقة مثيرة ومدهشة. وهكذا، توصل باحثون من جامعة واشنطن (الولايات المتحدة) إلى إدماج حركات فم الرئيس الأمريكي السابق، باراك أوباما، بالاستناد إلى 14 ساعة من تسجيلات الفيديو لخطاباته.



وهم اليوم قادرون على فبركة فيديو يجعلهم يقولونه كل ما يريدون وأي شيء، بصوت مدمج لا يمكن التفطن إليه وبحركات فم جد واقعية. فعملية الإيهام مثالية، وتشير إلى ما يمكن أن تكون عليه الأخبار الكاذبة غدا (أنظر الفيديو على العنوان التالي <https://youtu.be/9Yq67CjDqvw>).

ويمكن أن نضيف لهذا التصنيف، غير الإجمالي، للأخبار الزائفة (الكاذبة)، نسبة تصريحات كاذبة وتزوير حسابات فيسبوك أو تويتر، والمضامين المزورة من خلال تحوير الإحصائيات والصور البيانية، أو أيضا المضامين الخادعة التي تستخدم الشعارات المميزة لوسائل الإعلام تحت غطاء التسويق الإشهاري، أو تلك التي يتم فيها اللجوء إلى خبراء مشبوهين أو إلى مؤسسات ضغط، لاستخدامها كمصادر رئيسية.

3.1 الخبر الخادع (مقلب):

يمكن أيضا لحالة الجرائد الساخرة أن تطرح إشكاليات عندما نتناول مسألة التضليل. فالنشرية تعد ذات طابع ساخر عندما تكون الأخبار التي تنشرها زائفة وتستلهم الواقع، بهدف التسلية والإضحاك. والإعلام الساخر، هو أسلوب جد قديم، قدم وسائل الإعلام، لكنه اكتسب بعدا جديدا مع الانترنت التي يسهل فيها، وبإمكانات بسيطة (مدونة، وأيضا الشبكات الاجتماعية)، أن نقلد بصورة ذات مصداقية، الشعارات التقليدية لوسائل الإعلام. وقد تزايد عدد المواقع ذات الطابع الساخر بشكل لافت خلال العقود الأخيرة. وهي موجودة في كامل أنحاء العالم: "لاربراس LerPesse" في تونس، و"المنشار Al Manchar" في الجزائر، و"بوبراس Bopress" في المغرب، و"ذي بان آرابيا إنكوايرر The Pan Arabia Enquirer" في الإمارات العربية المتحدة، و"لا برافدا La Pravda" في كندا، و"ذي أونيون The Onion" في الولايات المتحدة، و"لوغورافي Le Gorafi" في فرنسا، و"نيوز @7, News@7" في غانا، و"ذو أنريال تايمز The Unreal Times" في الهند، إلخ.

وتقوم هذه المواقع بفبركة أخبار خاطئة لغايات ترفيهية بحتة. والإرادة في التضليل غائبة، كما أن الطابع الساخر تتم الإشارة إليه عموما ضمن قسم "بخصوص"، أو أحيانا ضمن عنوان الموقع ذاته. إلا أنه ليس من النادر أن يتم أخذ الأخبار المنشورة على هذه المواقع مأخذ الجد وتداولها على الشبكات الاجتماعية. وعند أخذه خارج سياقه، يمكن للطابع الساخر، أن يفلت ببسر من تنبه القارئ. ففي العام 2017، تم تداول عبارة لمارك زوكربارغ تقول "العرب هم الشعب الوحيد الذي جعلني أندم على خلق فيسبوك"، بشكل كثيف من قبل عديد المواقع، وأصبحت عبارة مترددة على "الواب"، في حين أنها مستخرجة من حديث وهمي بالكامل أجراه الموقع المغربي الساخر بوبراس (سابقا أخنا براس Akhnapress).



وتتسبب هذه المواقع، في بعض الأحيان، في إشاعة الحيرة والخلط حتى صلب وسائل الإعلام الأكثر جدية. ففي العام 2017، نقلت الصحيفة اليومية الجزائرية "الحياة" في صفحتها الأولى خبرا خادعا نشره الموقع الساخر الفرنسي "لوغورافي" ذكر فيه أن المرشحة إلى الانتخابات الرئاسية، مارين لوبان، تأمل في "إحاطة فرنسا بجدار تدفع الجزائر ثمن بنائه".

صحيح، أن بعض المواقع لا تشير ربما بصورة واضحة وبشكل كاف لطابعها الساخر. ففي ركن "من نحن"، وصف موقع "لاربراس. كوم" المتفرع عن الجريدة العمومية "لاربراس" نفسه بأنه "صحيفة إخبارية جامعة تونسية تريد لنفسها أن تكون جدية ومنهجية"، قبل أن يوضح بعد أربعة أسطر بأنه مكون قبل كل شيء من "صحفيين استقصائيين مزيفين ومن مهرجين ميدانيين". ويقطع هذا التوضيح الباب أمام أي تأويل، لكن القارئ الذي لم يأخذ الوقت الكافي لقراءة مجمل النص، يمكنه أن يقع في الخطأ. وهذا ما حصل بالنسبة لعدد من المواقع الإخبارية في إفريقيا جنوب الصحراء، التي نقلت الخبر (الساخر) لموقع "لاربراس"، الذي ذكر أن مواطنا تونسيا قد يكون انتحر، بعد أن علم بأن تونس تقع في القارة الإفريقية.



كما قد يقع أيضا أن يتم تحويل مقالات ساخرة عن وجهتها الأصلية (الإضحاك) بنية متعمدة في التضليل. وهذا الضرب من السلوكيات مستخدم بشكل واسع من قبل الحركات الشعبوية الغربية التي تنقل على مواقعها مقالات، إن تمت قراءتها في المستوى الأول، يمكن أن تساهم في تشويه ووصم منافسيهم السياسيين أو بعض المجموعات السكانية (المهاجرون، المسلمون، اليهود...). ويتم إعادة نشر هذه المقالات لاحقا على الشبكات الاجتماعية، دون الإشارة إلى أن المصدر هو موقع ساخر، وهو ما يوقع مستعملي الانترنت في الفخ، إذ يقومون بإعادة نشر المقال بدورهم.

وأخيرا، فإننا نجد اليوم على الانترنت سلسلة كبيرة من المواقع التي تتيح لكل مستعمل خلق مقالات مزورة من أجل إيقاع أصدقائه في الفخ. والتعليمات المتعلقة بخلق "نكتته" هي أشبه ما تكون بدليل إحداه خبر كاذب مثالي: يتعين على المستعملين الحرص على أن تبدو نكتتهم "واقعية"، وأن يكون نصهم "خاليا من الأخطاء" مع "السعي إلى التقليد الكامل" للكتابة الصحفية. وتصبح هذه "النكت" في الغالب فيروسية وواسعة الانتشار، إذ تتلقفها مواقع أخرى لا تحدد مصدر المضمون، ويتم تقاسمها على الشبكات الاجتماعية، مما يكفل لها انتشارا واسعا. والقارئ الذي يكتشف النكتة في هذه المرحلة، يجهل مصدرها، ويسهم هو نفسه في خلق "خبر كاذب" حقيقي عبر إعادة نشره.

4.1 أنماط رواج الخبر الزائف:

في عصر الانترنت، أخذ الاتصال الرقمي مكان السماع واستخدام الوسائل الإعلامية السمعية البصرية لغايات الدعاية السياسية كركن أساسي في عملية التضليل.

وفي معظم الأوقات، تكون انطلاقة الأخبار الزائفة (الكاذبة) في مواقع مجهولة الهوية، ثم تتطور وتنمو ضمن مجموعات نصف مغلقة، حيث يتم تقاسمها. كما نجدها لاحقا في مواقع مفرقة (تقلد الرموز البصرية لوسائل الإعلام) تقوم بدورها بتقاسمها على الشبكات الاجتماعية، حيث تكتسب مقروئية أكبر وأعلى. وكلما زاد تقاسم المحتوى، كلما تضاعفت حظوظ اجتذابه لاهتمام وسائل الإعلام. ويتمثل الهدف الأقصى لأولئك الذين يسعون إلى التلاعب، في التوصل إلى جعل وسائل الإعلام الجماهيرية، بمثابة رجع صدى للخبر الكاذب.

التوسيع الآلي لمجال رواج الخبر الزائف:

من أجل زيادة سرعة انتشار خبر زائف (كاذب) على الشبكات الاجتماعية، يمكن للمزورين أن يلجأوا إلى روبوتات ("سوشل بوتس" باللغة الأنكليزية). والحسابات الآلية المزيفة قادرة على نشر محتوى مبرمج مسبقا، في حين أنه بمقدور المواقع الأكثر تعقيدا وتطورا، التفاعل مع حسابات أخرى، وكأنه يتم تنشيطها من قبل شخص حقيقي. والظاهرة جد منتشرة على تويتر، حيث يرجح أن ما بين 9 و15 بالمائة من الحسابات، هي روبوتات، وفق دراسة لجامعة إنديانا (الولايات المتحدة) نشرت في نوفمبر 2018 ضمن مجلة "الطبيعة والاتصالات (Nature Communications)". (4)

وبحسب هذه الدراسة، فإن الروبوتات يتم استخدامها لتحقيق هدفين: "يتمثل الهدف الأول في توسيع نطاق انتشار الرسالة في وقت سريع، وذلك خلال الثواني الأولى التي تلي عملية النشر". "أما الهدف الثاني، فيتمثل في استهداف حسابات تويتر خاصة بأشخاص نافذين، مثل الصحفيين ورجال السياسة، من أجل حثهم على إعادة توزيع الرابط على المتابعين العديدين لحساباتهم". وهكذا، يمكن للروبوتات أن تخلق وهما بأن عدداً كبيراً من الأفراد، بما في ذلك شخصيات عامة، قد قرروا بشكل مستقل، المصادقة على نفس المعلومة. ومن الجلي، أنه كلما وجد عدد أكبر من التغريدات حول موضوع ما، كلما بدا أن الموضوع أكثر مصداقية.

المتصيدون الأدميون : Trolls humans

بصورة عامة يتم ضمن حملات التضليل واسعة النطاق استخدام روبوتات إلى جانب عمل كائنات بشرية حقيقية تطلق عليهم تسمية "متصيدون" (ترولز في لغة الواب). فامتلاك الأفكار الجيدة، وكتابتها بصورة موسومة بالمصداقية، واختيار المحتويات الجيدة المعدة للتقاسم بهدف اكتساب خطاب متناسق ... تلك هي بعض العمليات الفكرية التي ليس بمقدور الروبوتات حالياً أن تنجزها. وتعتبر الجمعية الإسرائيلية "بيغ بوتس بروجكت" (Big Bots Project)، التي أنجزت دراسة حول المحتويات الكاذبة في تويتر وفايسبوك، والمالية للوزير الأول، بنيامين نتنياهو، في المرحلة السابقة للانتخابات التشريعية ليوم 9 أفريل 2019، أن "الآلاف" من الرسائل، المضللة أحياناً، والتي تم نشرها وتقاسمها يومياً، هي رسائل متأتية من حوالي 400 حساب مشبوه، يبدو أن عدداً مهماً منها مسيرة من قبل أشخاص (5).

الاستهداف المضيق والإعلانات الدعائية الوهمية:

يعتبر "الاستهداف المضيق" إمكانية إضافية تتيحها الشبكات الاجتماعية من أجل زيادة فيروسية وانتشار الأخبار الزائفة. وتتيح منصات، مثل فايسبوك، للمعلنين، سواء كانوا شركات أو أي صنف آخر من المنظمات، انتقاء مستعملي الانترنت الذين يمكنهم مشاهدة منشور معين، تبعاً لموقعهم الجغرافي، وأرائهم المعلنة، أو تبعاً لأي عنصر آخر يتصل بحياتهم الشخصية. وهذه "الإعلانات الشبح" التي تزول حال مشاهدتها من قبل الشخص المستهدف، قد تم استعمالها بشكل واسع في المملكة المتحدة خلال حملة الاستفتاء الذي أدى إلى خروج البلد من الاتحاد الأوروبي، والتي ينظر إليها اليوم على أنها حالة نموذجية للتضليل من خلال الاستهداف السياسي الموجه. وبعد اتهامه بأنه سمح بهذه العمليات، أعلن الرئيس المدير العام لفايسبوك عن وضع حد لعمليات الإشهار الشبح لغايات سياسية موفى سبتمبر 2017، قبل أن تعلق به فضيحة "كامبريدج أناليتيكا". فهذه الشركة قد استخدمت، دون موافقة مسبقة، المعطيات الخاصة بـ 87 مليون مستخدم، معظمهم أمريكيون، قبل أن تشتغل لفائدة الحملة الرئاسية لدونالد ترامب (6).

الكائنات البشرية مستعدة مسبقا لنشر الأخبار الزائفة

وفقا لدراسة نشرت في مارس 2018 من قبل المجلة الأمريكية المرموقة "ساينس"، فإن "الأخبار الكاذبة" تنحو باتجاه الانتشار بشكل أسرع من الأخبار الصحيحة على تويتر، أيا كان موضوعها. وعليه، فإننا قد نكون بشكل طبيعي مستعدين لنشر الأخبار الزائفة عوضا عن الوقائع الثابتة. ويؤكد منجزو الدراسة، الذين قاموا بتحليل 126 ألف تغريدة و4ر5 مليون تغريدة معاد نشرها بالتعاون مع 6 منظمات متخصصة في التحقق من المعلومات، على وجود خصوصية إنسانية، مدارها التعلق بالأخبار المثيرة للدهشة والطريفة. ويصل الأمر إلى حد أن الأخبار التي تثير الدهشة أو القرف والاشمئزاز، قد تكون الأكثر قابلية للتقاسم عديد المرات (7).

5.1 مزوروا الأخبار

إن ممارسة التضليل من قبل الدول، والذي يمكن تعريفه على اعتباره إجراء غير عسكري من أجل الوصول إلى أهداف سياسية، ليس ظاهرة جديدة. فالتقنيات الأولى للتلاعب بالآراء تم توصيفها ضمن كتاب "فن الحرب"، الذي ألفه الجنرال الصيني سون تزو في القرن الرابع قبل الميلاد. وقد تم في القرن العشرين استخدام هذه التقنيات بصورة ممنهجة وآلية طيلة حقبة "الحرب الباردة"، لاسيما في ظل إنشاء هيئات ومصالح مختصة في المجال. وفي زمن قريب، وتحديدًا مع بدايات السنوات 2000، نجحت إدارة بوش في إقناع الشعب الأمريكي بضرورة الإطاحة بصادم حسين، من خلال حديثها، عبر استخدام المغالطات المفضوحة وعبر التلاعب بالوقائع، عن وجود أسلحة دمار شامل، وهي أسلحة انتهى الأمر بالجيش الأمريكي نفسه، إلى الإقرار بعدم وجودها.

الحرب الرقمية :

تفتح الانترنت، في سياق التقدم التكنولوجي المتسارع، طرقا وآفاقا جديدة تنتهجها الدول بشكل طبيعي من أجل بلوغ أهدافها الاستراتيجية، سواء على المستوى الوطني، أو على الصعيد الدولي. ويشير تقرير نشره في أوت 2017 مشروع "البحث حول الدعاية الحاسوبية" (Computational Propaganda Research Project)، إلى أنشطة من هذا القبيل في 28 بلدا، وهو ما ينبئ عن الحجم الكبير لهذه العمليات (8).

ويشمل ذلك، في ما يشمل، التدخلات الروسية في المسارات الانتخابية الغربية، مروراً بالمحاولات الصينية لهز الاستقرار في تايوان، وإيران وإسرائيل، اللتان تخوضان حرباً تضليلية تستخدم فيها الحسابات الآلية والمتصيدون الآدميون. وفي بلدان أخرى، على غرار المملكة العربية السعودية والفيليبين أو تركيا، على سبيل المثال، فإن هذه التقنيات قد تكون مستخدمة، بحسب التقرير، من أجل هرسلة الأصوات المنشقة ومحاولة إخمادها.

وسائل الإعلام المتحيزة بشكل متطرف

بدورها، جعلت الحركات السياسية المتطرفة والديماغوجية، من كل المشارب، من الفضاء الرقمي مصنعا لفبركة الأخبار الكاذبة والإشاعات، عبر مواقع وقنوات إخبارية جد موجهة. و"وسائل الإعلام" الأكثر شهرة على هذا الصعيد، هي تلك المنتهبة في الولايات المتحدة (فوكس نيوز، برايتبارت، أنفووارز... Fox News, Breitbart, Infowars)، والتي تروج لإيديولوجيا الشق المحافظ جدا للحزب الجمهوري، وفي روسيا (سبوتنيك، روسيا توداي)، حيث تعمل هذه الوسائل الإعلامية على الترويج لفكرة وجود بلدان أوروبية على حافة الفوضى. وتتمثل خصوصية هذه الوسائل في تقديم خليط محكم المكونات يتضمن ترديدا لنظريات المؤامرة وريبورتاجات موجهة سياسيا، بهدف جذب تعاطف المواطنين المتعطين للخطاب المضاد. وتتمثل الاستراتيجية، بشكل أقل، في نشر الأخبار الكاذبة، مقابل التركيز على ضرب مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والمنافسين السياسيين عبر السعي إلى إرساء مناخ من الريبة والتقليل من شأن المنافسين.

والفاعلون السياسيون الذين تصدر عنهم الأخبار الزائفة/الكاذبة ليسوا جميعا "متطرفين". فبوريس جونسون، الوزير الأول الحالي للمملكة المتحدة، كان ينشر بشكل منتظم أخبارا كاذبة ثمة خياله، وغالبا غير واقعية، من أجل ضرب مصداقية الاتحاد الأوروبي لدى الجمهور البريطاني عندما كان مراسلا لصحيفة "ذي دايلي تيليغراف" في بروكسيل بين عامي 1989 و1994.

مرتزقة الأخبار الكاذبة

يمكن لشركات القطاع الخاص أيضا أن تلجأ إلى التضليل من أجل الإضرار بالمنافسين أو عندما تستخدم استراتيجيات ذات صبغة تجهيلية (agnotologique)، بهدف التشكيك في تقدم البحث العلمي، الذي يهدد قطاع نشاطها (أنظر الموطر). إلا أن الأخبار الكاذبة هي أكثر فأكثر، وغالبا منتجة ومروجة من قبل أشخاص، سواء كانوا مناضلين سياسيين أو لا، منتظمين ضمن مجموعات أو منعزلين. ويفعل البعض ذلك بداعي التسلية فقط، وبدافع الإساءة الصرفة، أو لغايات إجرامية. وهناك آخرون يفعلون ذلك في سياق مسلكية تحد صريح ومكشوف للمنظومة الإعلامية في مجملها، وهي مسلكية تنتزل، بصورة أكثر اتساعا، ضمن أزمة الثقة المعقدة إزاء المؤسسات وسلطة الدولة.

علم دراسة الجهل في خدمة التضليل

”علم دراسة الجهل L'agnotologie“، هو علم يقوم بتحليل الآليات المعرفية التي تقود إلى تشكيل حالة من الشك والريبة لدى السكان. كما يستخدم من قبل اللوبيات عندما تتعرض مصالحها إلى التهديد، بفعل الاكتشافات العلمية. وهكذا، فإن صناعة التبغ الأمريكية قامت لوقت طويل بتمويل وإبراز ”دراسات“ مضللة حول المنافع المزعومة للسيجارة. كما أن هناك شركات في عديد الميادين الأخرى، تلجأ إلى هذه الطريقة، كلما كانت مصالحها المالية معرضة للتهديد، وكلما حاولت الدولة تنظيم قطاع نشاطها: استخدام المبيدات، خطورة بعض الأدوية، الاحتباس الحراري... والأمثلة على هذا الصعيد كثيرة متعددة. والاستراتيجية الرئيسية لهذا العلم، لا تتمثل في إنكار نتائج الأعمال العلمية، وإنما تعويمها تحت سيل متدفق من الأبحاث الأخرى، واستخدام المنتديات على الانترنت، التي تحفز على النقاشات التي لا تنتهي، وكذلك الوقوف وراء إطلاق نقاشات في وسائل الإعلام، التي تبحث من منطلق الحرص على الموضوعية والحياد، على تقديم وجهتي نظر متعارضتين.

6.1 اقتصاد التضليل

لا يملك فاعلو التضليل جميعهم حوافز إيديولوجية. فالدوافع تكون في بعض الأحيان جد بسيطة وعادية. وبالفعل، فإنه يمكن أن يتم تصور خبر كاذب في شكل ”شرك لتصيد النقرات“، بغاية جذب عمليات الاطلاع، وزيادة المداخيل الإخبارية لصفحة ”واب“. ومواقع ”الأخبار المفبركة“ التي يتم خلقها فقط لغايات الربح المالي، موجودة منذ عديد السنوات. وهذا النموذج الاستثماري يقوده هدف بسيط: تشجيع ”المعلومة الفيروسية واسعة الانتشار“، التي تثير عددا كبيرا من النقرات، من أجل دعم الإشهار الرقمي. وهنا، لا يهم من يقفون وراء العملية، وبأي قدر، أن تكون المعلومة المنشورة تحترم الأخلاقيات، أو أن تكون حقيقية ونزيهة: المهم أساسا، بالنسبة إليهم، هو أن تكون مثيرة بالقدر الكافي ومستفزة كي تستقطب الاهتمام. وعليه، فإن هؤلاء يفضلون المواضيع المثيرة للجدل (نظريات المؤامرة، الفيديوهات الصادمة، الطرائف، إلخ). لكن فاعلي هذا الضرب من الممارسة، يمكنهم أيضا التركيز على شخصية عامة، إذا ما كانت هذه الشخصية تجذب عددا كبيرا من عمليات التقاسم على مستوى الشبكات الاجتماعية.

ويمكن لاستغلال هذا المكنم الرقمي، أن يجر بعض الانعكاسات السياسية. ففي العام 2016، تخصص جزء من شباب مدينة فيلاس، المدينة الثانية في مقدونيا، في نشر الأخبار الكاذبة التي تدر أموالا طائلة، والموجهة للإشادة بخصال دونالد ترامب، وتشويه سمعة منافسه الديمقراطي، إلى حد أن باراك أوباما نفسه، قد اتهمهم بأنهم يستغلون نتائج الانتخابات الأمريكية لغايات مشبوهة. وقد توصل مقال نشرته اليومية البريطانية "غوارديان" الجديدة، وقتها، إلى تحديد أكثر من 150 موقع انترنت تم تسجيل عناوينها الرقمية (عناوين بروتوكولات الانترنت IP addresses) في فيلاس، لكنها تنشر محتويات تجعلها تظهر وكأنها مواقع أمريكية.

مصانع للنقرات من أجل إرباك الانتخابات في تونس

أعلن فايسبوك يوم 16 ماي 2019 عن منع استخدام شبكته من قبل شركة إسرائيلية (مجمع أرخميدس)، التي كانت، بحسب فايسبوك، مصدر مئات من الحسابات المزيفة والصفحات والمجموعات التي تنشر منذ 2016 أخبارا كاذبة بهدف التأثير على الانتخابات في ستة بلدان، هي نيجيريا والسينغال والتوغو وأنغولا والنيجر وتونس (9). فهذه الصفحات، التي كانت تحمل أسماء مثل "إفريقيا المخفية" أو "أسرار الكونغو الديمقراطية"، تنشر تحت غطاء كونها عائدة لسكان ينتمون لهذه البلدان، وبشكل متواتر، أخبارا سياسية زائفة/كاذبة. وهناك 11 حسابا من هذا الصنف قد استهدفت مباشرة تونس، لاسيما قبل انطلاق الحملة الانتخابية لسنة 2019.



اقتصاد مناولة

تشكل مصانع النقرات (والمسماة أيضا "ضيعات النقرات" fermes à clics في آسيا) مستقبلا، صناعة مكتملة المكونات. وأي صنف من الحرفاء، سياسيا كان، أو مؤسسة، أو مدونة، يمكنه اللجوء إليها. وهذه المصانع غير مستخدمة دوما لتحقيق غايات سيئة. فمن خلال تكفلهم ببعض المهام الجزئية الصغيرة، على غرار ترشيح وفرز المحتويات الممنوعة، أو تدريب جهاز صوتي مساعد على التعرف على التعبيرات، يمثل هؤلاء "الشغالون الصغار" المكونات التي تتيح لأجهزة الذكاء الاصطناعي أن تكون أكثر وظيفية وأكثر تلاؤما مع الاحتياجات البشرية. لكنه يمكن أيضا أن يتم استخدام هذه المصانع من أجل تأمين الانتشار الفيروسي الواسع لبعض المحتويات، ومن بينها الأخبار الزائفة/الكاذبة، من خلال خلق حسابات مضللة، أو من خلال إعطاء آراء مضللة، أو عبر نشر روابط مفبركة تحيل إلى تلك المحتويات.

ويعتبر عالم الاجتماع الفرنسي، أنطونيو كاسيلي، مؤلف كتاب "في انتظار الروبوتات. تحقيق حول عمل النقر"، أن عدد العاملين في قطاع النقر لا يقل عن 100 مليون شخص. وبحسب كاسيلي، فإن الأصل الجغرافي لمن يقتنون الخدمات (الولايات المتحدة، كندا، أوروبا الغربية، اليابان، كوريا الجنوبية)، والأصل الجغرافي للمنتجين (بنغلاديش، باكستان، الهند، جنوب شرقي آسيا وإفريقيا جنوب الصحراء)، "يعيد إنتاج التوجهات الشمولية لنقل الأعمال الوسخة جغرافيا نحو مناطق من العالم تكون فيها قوة العمل موسومة بهشاشة أكبر وبقابلية للاستغلال" (10).

7.1 تأثيرات التضليل

تشهد الأخبار الزائفة/الكاذبة الفيروسية واسعة الانتشار تكثفا وتناميا كبيرين على الشبكات الاجتماعية خلال الفترات الانتخابية. وضمن دراسة نشرت في فيفري 2019، برهن ألكسندر بوفي، الباحث بجامعة لوفان الكاثوليكية (بلجيكا)، على أن ربع التغريدات المنشورة على تويتر، والتي تحتوي على رابط نحو مقال على الخط، خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية لسنة 2016، كانت تقود فعليا نحو محتويات تضليلية (11). لكن الدراسات العديدة المنجزة حول هذا الموضوع، تناقض بعضها البعض. فالبعض منها يعتبر أن التضليل كان له "أثر ملموس"، وبعضها الآخر يعتبر أن أثرها كان "محدودا"، لكونه قد طال في المقام الأول الناخبين المسيحيين والمقتنعين، معززا بذلك اقتناعهم بالآراء التي يحملونها.

خطر على الصحة

زيادة على مجرد الميدان السياسي، فإن الأخبار الزائفة/الكاذبة تلوث حياتنا اليومية، ولاسيما صحتنا، إذ أنه بفعل التمادي في تشتيت الاهتمام بين المخاوف الكاذبة والمخاطر الحقيقية، يمكن لهذه الأخبار أن تكون لها انعكاسات خطيرة.

وقد بينت جملة من البحوث كيفية أن استشارات علاجية غير صحيحة، وتجر مخاطر صحية كبيرة، يتم إعادة إنتاجها بسبب التغريدات على تويتر، أو بفعل نتائج البحث على غوغل (12). فضلا عن ذلك، وفي مجال التغيرات المناخية، قامت دراسة منجزة سنة 2015 بتحليل آثار نظريات المؤامرة في ارتباطها مع مسائل المناخ. (13) وتبرز هذه الدراسة أن التعرض إلى هذا الصنف من النظريات، ينجم عنه إحساس بالعجز، يتجسد في التخلي عن الالتزام بإزاء السياسات، مع احتمال أدنى يتمثل في أن يقوم الناس بإدخال تغييرات صغيرة على سلوكياتهم تحد من بصمتهم الكربونية.

عامل محفز على العنف

يمكن للتضليل أن يؤدي إلى أعمال عنف، خاصة عندما يُوجج هذا التضليل نار التوترات بين المجموعات السكانية. ففي جويلية 2014، وفي أعقاب نشر إشاعة لا أساس لها على الفيسبوك، تقول بأن أحد المالكين المسلمين لقاعة شاي، قد يكون اغتصب عاملة بوذية، ارتكب جمهور مكون من حوالي 500 شخص أعمال عنف وتخريب في ماندلاي ثاني أكبر مدن ميانمار. وقد قتل شخصان خلال المواجهة، وهما امرأتان، إحداهما بوذية، والأخرى مسلمة. وخلق هذا الحدث شعورا متواصلا بالخوف لدى المواطنين المسلمين، وزاد في حدة وخطورة عمليات الاضطهاد المسلطة على أقلية الروهينغيا. ويتواجه أنصار الشقين أيضا على الشبكات الاجتماعية باستخدام الصور والفيديوهات التي غالبا ما تكون جد عنيفة، ولكنها تستخدم، في معظم الأحيان، صورا ليس لها علاقة بالنزاع.

تهديد لوسائل الإعلام

إن الأخبار الزائفة/الكاذبة، التي تستحوذ أكثر فأكثر، ويوما بعد آخر، على النقاشات العامة، تسهم أيضا في إشاعة مناخ من الغموض والحيرة لدى المواطنين. ففي العام 2018، كان "محرار الثقة" التابع لمعهد "إيدلمان" الأمريكي، الذي يقدم سنويا تقييما لدرجة المصادقية المسندة لكبرى المؤسسات، أي الدولة ووسائل الإعلام والمنظمات غير الحكومية والشركات، قد أفاد بأن وسائل الإعلام أصبح ينظر إليها على أنها المؤسسة الأقل موثوقية في العالم (14). وهذه الدراسة، التي أجريت في 28 بلدا ذات خصوصيات متنوعة، مثل الولايات المتحدة وكولمبيا وتركيا والهند وماليزيا والسويد وجنوب إفريقيا، تشير أيضا إلى ظاهرة عودة الثقة في الصحافة المهنية. وتنبع المفارقة من الرؤية الأكثر فأكثر غموضا وضبابية التي يملكها المواطنون عن مصطلح "وسائل إعلام". وبالفعل، فإن الكثيرين ينظرون إلى منصات وسائل الإعلام الاجتماعية على أنها وسائل الإعلام، بالمعنى التقليدي للكلمة. كما أن 63 بالمائة من الأشخاص المستجوبين يصرحون بأنهم لا يستطيعون التفريق بين الصحافة الجيدة والإشاعات، كما أن ما بين 6 إلى 10 أشخاص يقولون بأنهم لم يعودوا يعرفون أين توجد الحقيقة. وهكذا، نشهد على المستوى العالمي تصاعدا للشعور بأن وسائل الإعلام التقليدية لم تعد تستجيب للإنتظارات الحيوية للمجتمع، أي أن تكون ضامنة لإعلام ذي جودة، وعاملا مساعدا للمواطنين على اتخاذ القرارات التي لها تأثير إيجابي على حياتهم.

الفصل 2 : مناهج و أدوات التحقق

يتوجب على الصحفيين أن يتحققوا بشكل آلي من مصادر معلوماتهم. فبث ريبورتاج بالاستناد إلى معلومات لم يتم التحقق منها، أو لمعلومات مشكوك فيها، يمكن أن يكون له أثر حيني على مصداقية الصحفي ومصدقية وسيلة الإعلام التي تشغله. كما يتيح التحقق والتثبت من المعلومات، اكتساب قدر أكبر من الدقة على مستوى مضامين الخبر، وتجنب أي محاكمة قد تنجم عن أخطاء تلحق الضرر بشخص ما. من الأكيد أن كل صحفي يمكن أن تكون له علاقة متنوعة ومختلفة بعملية التحقق من الوقائع. ويرتبط ذلك بقدر كبير بوسيلة الإعلام التي يعمل لفائدتها، وبالمقتضيات التي يخضع لها هذا الصحفي. فالصحفي الذي يعمل لفائدة الصحافة اليومية، يتوفر لديه، على سبيل المثال، هامش مناورة أكثر محدودية وضيقة، مقارنة بصحفي يعمل لفائدة الصحافة الأسبوعية أو الشهرية. كما أن المعايير النموذجية للتحقق، المفترض توفرها لدى صحفي استقصائي، هي معايير أعلى بكثير، من تلك المطلوبة من صحفي ينشر أخبارا ذات محتوى "أخف". غير أن تحديد المصادر الموثوقة، والقيام بعملية التقاطع، وبدوان، في كل الحالات، السبيل السالكة الضرورية من أجل الحد من خطر الوقوع في الخطأ.

وتظل التقنيات الكلاسيكية للتحقق من المعلومات صالحة حتى اليوم، ويجب أن يتم تطبيقها بأكثر ما يمكن من الدقة والحزم، لكنها تظل غير كافية في عصر الانترنت. فالصحفي مطالب أيضا بأن يحسن استخدام الأدوات التي تتيح تقييم موثوقية الكمية الرهيبة من المحتويات المتاحة على "الواب"، والتي يعد المواطنون العاديون مستقبلا المنتجون الرئيسيون لها، سواء عبر المدونات، أو عبر برمجية "الويكي Wiki" (موقع شبكي للتحرير الجماعي السريع على الانترنت)، أو من خلال المنتديات ومجموعات التبادل على الشبكة الاجتماعية، وذلك حتى بمجرد تقاسم صور أو فيديوهات. وإضافة إلى الأدوات، فإن هذه الصحافة الرقمية تفتقر أيضا احترام قواعد جديدة. وقد كان الصحفي البريطاني بول برادشاو أول من أطلق عليها اسم قانون 3س: المحتوى، الظرفية، الرمز (15) .. (la loi des 3C : Content, Context, Code):

■ المحتوى (Content): تفحص محتوى كل خبر موجود على الواب، هل أن ما يقوله الخبر (التغريدة، على سبيل المثال) ذو مصداقية ؟

■ الظرفية (Context): تحليل البيئة التي تم في نطاقها إنتاج الخبر على سبيل المثال، خلال حادث، التثبت من أن صورة الحادث ليست صورة حادث آخر وقع في مكان آخر).

■ الرمز (Code): تفحص التقنية، أي الأدوات والصيغة التي اعتمدت في صناعة الخبر (على سبيل المثال، هل أن الصورة تمت فبركتها أم لا؟).

وقد أتى قانون القواعد الثلاث هذا، لاستكمال قانون المعايير الـ5 (من، ماذا، متى، أين، لماذا...)

(5W : Who (qui), What(quoi), When(quand), Where(où) et Why(pourquoi)). وهي معايير يعرفها جيدا طلبة الصحافة.

1.2 التقنيات الكلاسيكية للتحقق

إن الصحفي معرض بشكل دائم لخطر التلاعب والتضليل وترويح الإشاعات. وعليه، فإنه مطالب بالألا يفترض مطلقا أن المعلومة التي أعطيت له، هي معلومة حقيقية وذات صدقية. يجب عليه دوما أن يتثبت ويتحقق من هذه المعلومة، من خلال إجراء التقاطعات مع مصادر أخرى. ومن شأن هذه المصادر، المساهمة في تأكيد صدقية الوقائع، والتحقق من واقعيتها. ويمكن لهذه المصادر أن تكون أولية أو ثانوية.

■ **المصادر الأولية:** هي "معلومات أولية"، أي أنها توفر معطيات خام. ويمكن لهذه المعطيات أن تكون شفوية (رواية شخص مشارك في حدث، أو كان شاهد عيان مباشر عليه)، أو مكتوبة (نصوص أصلية ولم تتم إعادة صياغتها، على غرار الوثائق الرسمية، على سبيل المثال)، أو سمعية بصرية (تسجيل، فيديو أو صورة). وفي حالة حدث، فإنه يمكن للصحفي أن يتصل بالمصادر الأولية عبر الهاتف، لكن الأفضل يبقى هو أن ينتقل بشخصه إلى مكان الحدث، إذا أمكن له ذلك، من أجل أن يحصل مباشرة على المعلومة، أو من أجل التعرف على مصدر هذه المعلومة. ومن خلال وجوده في موقع جد قريب من الوقائع، يمكن للصحفي أن يحلل بأكثر يسرا الظروف التي جرت فيها هذه الوقائع، وأن يقيم بشكل أفضل موثوقية الشهادات التي جمعها. ويتيح التنقل إلى مواقع حصول الحدث للصحفي، أيضا، أن يكون أكثر ما يمكن دقة في نقل المعلومة. كما يجب على الصحفي أن يتنبه دوما إلى أن مصدرا أوليا، ليس مرادفا بشكل آلي، للموثوقية. فالأمر يتعلق بمادة خام يتعين تحليلها وتقييمها ونقدها. وتأسيسا على ذلك، فإنه من الواجب أن يتم استكمالها بشهادات مصادر أولية أخرى أو بواسطة مصادر ثانوية.

■ **المصادر الثانوية:** هي "المعلومات المروية من طرف ثان". وهذا المصدر يمكن مثلا أن يكون رواية شخص يملك معلومات بواسطة شاهد حضر الحدث المروي، أو معلومة وفرتها وسيلة إعلام كانت بعد قد نقلت الحدث. وهنا أيضا، يجب توخي الحذر التام. فالشهادة غير المباشرة، تفقد بشكل طبيعي، قدرا من دقتها وموثوقيتها. وإعادة تناول معلومة صحفي آخر، دون التثبت منها ذاتيا، ينطوي بدوره على محاذير. فهذا الزميل قد يكون قصر في عملية التحقق من الوقائع. كما أن المصادر الثانوية، تمثل كذلك أداة لتقديم إضاءات، مع أخذ مسافة أكبر. ويتعلق الأمر هنا بالاتصال بالأشخاص الذين يملكون مشروعية التحدث بشأن الوقائع المطلوب إعادة التحقق منها (المسؤولون المؤسسيون، الشرطة، ممثلو المجتمع المدني، الخبراء، إلخ...)، أو الحصول على مصادر وثائقية (أرشيف، إحصائيات، مقالات، إلخ...) تتيح امتلاك قدر أقصى من المعطيات، التي يمكن أن تصادق (أو لا) على الوقائع المروية، والتي يتعين، إذا ما تبين أنها حقيقية، إبرازها.

ويتعين على الصحفي أن يكتف مصادره، بالحرص على أن تكون هذه المصادر مصادر مباشرة أكثر ما يمكن، لأن العديد من المصادر، وحتى الأولية منها، قد تقدم عناصر متناقضة ومعطيات جزئية مدققة حول نفس الحدث. وبعبارة أخرى، فإن الصحفي مطالب بأن يجري مقارنة بين المعطيات التي استقاها لدى مختلف مصادره، بهدف اكتساب القدرة على تأكيد أو نفي أو تنسيب وتدقيق الوقائع التي يتوجب عليه نقلها. وهذا ما يسمى "تقاطع المصادر". ولا ينتهي هذا العمل، إلا عندما تزول أية شكوك بشأن الوقائع والأسماء والتواريخ والمواقع أو الأرقام التي سيتم استخدامها من أجل إنتاج المحتوى الذي سيجري نشره أو بثه.

خبر مصدره معروف

يجب على الصحفي أن يذكر مصادره قدر ما أمكن. ويتعلق الأمر ببساطة بالإجابة عن السؤال التالي: "من يتحدث؟"، وذكر اسم وصفة الشخص مصدر المعلومة المنقولة. والريبورتاج المبني فقط على مصادر مجهولة الهوية، سينظر إليه على أنه مشكوك فيه، مع درجة مصداقية ضعيفة. وفي بعض الحالات، يمكن أن يكون عدم التنصيص على هوية المصدر نابعا من طلب المصدر، مثلا من أجل حماية سمعته، أو للحفاظ على سلامة شخص؟ وإذا ما بدا أن الدواعي مشروعة، فإنه من الضروري أخذ ذلك بعين الاعتبار. كما أنه من المهم حماية المصادر التي تعد وضعيتها هشة، على غرار اللاجئين السياسيين. ففي الماضي، أتاح أحاديث صحفية أجريت مع منشقين، تحديد أماكن إقامتهم، وأدت في بعض الأحيان إلى عمليات اغتيال. إلا أن الصحفي يظل مطالبا بأن يحصل على تأكيد للخبر يتم إرساله من قبل المصدر ذي الهوية المخفية، لدى مصادر أخرى، قبل استخدامه. وحماية مصدر، لا يجب البتة أن تؤدي إلى نقل إشاعات أو اتهامات ليس لها أساس.

وكالات الأنباء ليست معصومة من الخطأ

يجب على الصحفي أن يبيّن ريبورتاجه بالاستناد إلى مصادر أولية وثانوية يقدم كل منها عناصر مختلفة ومتكاملة. لكن، يتفق أيضا أن يكون مجبرا على استخدام المصادر الثانوية فقط. وهذه قد تكون الحالة خاصة عندما يتعين عليه نقل حدث بعيد في آجال جد قصيرة (مثلا حدث وقع في بلد آخر غير بلده حيث ليس له أي شخص يعرفه للاتصال به). وفي هذه الحالة، يتوجب على الصحفي أن يتحلى بقدر أوفر من اليقظة بشأن جودة المصدر، بأن يعتبر أن المصادر التي عرفت بأنها موثوقة، كانت قد بذلت جهدا من أجل التحقق من الوقائع والتثبت فيها. وبصورة تقليدية، فإن وسائل الإعلام تركز على وكالات الأنباء الوطنية أو الدولية، التي يتمثل دورها، من خلال شبكة جد مكثفة من المراسلين المحليين، في استقاء المعلومات من مصادرها والتثبت منها. إلا أنه قد يحصل أن ترتكب هذه الوكالات أخطاء، بما في ذلك أكثر الوكالات شهرة، وهو ما يمكن أن ينجر عنه الانتشار السريع جدا لأخبار زائفة/خاطئة. والسبيل الأفضل من أجل الحد من مثل هذه المخاطر، يظل دوما إجراء عملية التقاطع بين برقية وكالة أنباء مع برقية وكالة أنباء أخرى.

عندما لا تتحقق وكالة تونس إفريقيا للأنباء في الخبر بالقدر الكافي



يوم 9 ديسمبر 2019، وفي ساعة متأخرة من الليل، نشرت وكالة تونس إفريقيا للأنباء برقية أعلنت فيها خفض ترميم خمسة بنوك تونسية (بنك الأمان، بنك تونس العربي، البنك التونسي، بنك تونس العربي الدولي والشركة التونسية للبنك) من قبل وكالة الترميم البنكي موديز. وفي اليوم التالي، كذبت الجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية (APTBF) الخبر، الذي تبين فعلا أنه خاطئ. وخلال ذلك، توفر حيز من الزمن كي تنقل عديد وسائل الإعلام التونسية الخبر (هنا صورة مجلة "لوماندر"، ما ألحق، في المحصلة، بعض الضرر بسمعة البنوك الخمسة المعنية.

الخبر "الرسمي" لا يعني خبرا "تم التحقق منه"

يمثل التعاطي مع مصادر الأخبار الموجهة، وجها آخر من أوجه الصعوبة. فالمؤسسات العمومية، والمسؤولون السياسيون والشركات ومنظمات المجتمع المدني، يعتبرون، بطبيعتهم، أطرافا مستعدة لمحاولة توجيه حكمتنا، وذلك من خلال الاقتصار على تقاسم بعض الوقائع المتعلقة بأنشطتهم، أو من خلال تقديمها بصورة إيجابية تخدم صورتهم أو مصالحهم. فالأخبار التي تنشرها هذه الأطراف، هي غالبا مفيدة للصحفي، لكن ليست محايدة مطلقا. فهي تستجيب عموما لاستراتيجية اتصالية وضعت بهذا القدر أو ذاك من الكفاءة من قبل مصالح الصحافة، المكونة في بعض الأحيان من صحفيين سابقين يعرفون جيدا قواعد واحتياجات وسائل الإعلام. وهذه المصادر الإعلامية، التي تملك سلطة عمومية (حكومة، وزارات، إدارات) أو مشروعية اجتماعية (الجمعيات، النقابات، الأحزاب السياسية...)، لا يجب إهمالها. كما أنه من الضروري أن يملك الصحفي ضمن كنه معارفه أرقام وعناوين إسمية لكل الأشخاص المأذون لهم بالتصريح باسم تلك الإدارات أو المؤسسات أو المنظمات.

غير أن هذه العلاقات يمكن أيضا أن تخلق عادات تنزع نحو السهولة، التي يتعين على الصحفيين العمل دوما على تجنبها، من خلال عدم الاقتصار على مجرد إعادة إنتاج البلاغات الصحفية. كما يتوجب عليهم التنبه إلى أن الوقائع التي تم إبلاغهم بها، ليست بالضرورة وقائع حقيقية وثابتة. وبشكل أمثل، فإن الصحفي مدعو إلى العمل على إثراء رصيده من المصادر الشخصية داخل هذه المؤسسات، باعتبار أن هؤلاء المصادر يتيحون له المصادقة (أو لا) على الوقائع التي تم إبلاغه بها عبر القناة المؤسسية، أو الحصول على معلومات تم تجاهلها أو تم إغفالها وإخفاؤها. فالمهم يظل ربط علاقات احترام متبادل، والتوافق على صيغة تواصل يمكن أن تضمن عدم الكشف عن هوية المصدر، والاتفاق معه على طريقة التعاطي مع المعلومات التي وفرها، دون معرفة المشرفين عليه إداريا.

تحقق من الأخبار على مستويين

يخضع الخبر دوما صلب وسيلة إعلام إلى مبدأ التحقق على مستويين. المستوى الأول من التحقق، يقوم به الصحفي كاتب الريبورتاج أو المقال، الذي يتعين عليه التثبت من كل واحدة من المعلومات التي يستخدمها، وذلك بإخضاعها للتحقيق والمقارنة مع عديد المصادر الأخرى المختلفة. أما المستوى الثاني من التحقق، فإنه يتولى القيام به عضو آخر في وسيلة الإعلام. ويتعلق الأمر غالبا برئيس التحرير و/أو نائبه. فهما يتوليان مشاهدة الريبورتاج (أو يعيدون قراءة المقال) قبل بثه (أو نشره) بهدف التثبت من أنه لا يحتوي على خطأ واضح، ومن أن كل تأكيد معلل بتأكيدات قدر كاف من المصادر ذات المصادقية، والتحقق أيضا من أن هذه المصادر تعكس المعلومة في مختلف مظاهرها وجوانبها. كما يمكن ألا يعهد بهذا العمل لصحفيين، وإنما لفرق متخصصة تكون عادة أكثر قربا من أقسام التوثيق منها إلى الصحفيين الميدانيين. وكانت هذه المصالح جد شائعة في أجهزة الصحافة المكتوبة بأمريكا الشمالية في القرن العشرين، لكنها تنحو باتجاه الزوال بسبب ضغوط اقتصادية تعانيتها وسائل الإعلام هذه، في ظل تعدد وتكثف المواقع الإخبارية على الخط. إلا أن هذه المصالح لا تزال موجودة في بعض المجلات الكبرى، بما في ذلك صلب بعض وسائل الإعلام السمعية البصرية. فالمخرجون/المحررون لموضوع ما ينقلون محادثاتهم ولقاءاتهم والمعلومات التي يملكونها حول معارفهم وكذلك ما كتبوه من مذكرات إلى المكلفين بالتحقق والتثبت، الذين يحرصون، حتى قبل أن يطلعوا على المقال أو على الريبورتاج، على تجميع الوثائق ذات الصلة، والإطلاع أقصى ما يمكن على تفاصيل الموضوع المطروح، وأيضا على مختلف وجهات النظر الممكنة بشأنه. ويقومون لاحقا بالتحقق من كل واحدة من الوقائع الواردة في الريبورتاج، من خلال القيام بعملية التقاطع مع معطيات مصادر أخرى، بغية التفطن لأية أخطاء محتملة أو تأكيدات غير دقيقة. وفي مرحلة تالية، وبنفس الطريقة، يتثبتون من التصريحات والشهادات الصادرة عن الأشخاص المستجوبين ضمن الريبورتاج أو المقال.

ما الذي يجب عمله في حال الوقوع في الخطأ؟

لا يمكن مطلقاً ضمان موثوقية خبر بنسبة 100 بالمائة. وعليه، فإنه من الضروري أن يتوخى الصحفي دوماً، عندما يقوم بإنجاز ريبورتاج، منهجية تنبني على التنسيب، مع تجنبه مطلقاً إطلاق أحكام نهائية. وإقدام الصحفي على عمله في كنف التواضع والصرامة المهنية، يمثل الوسيلة الأفضل لعدم ارتكاب أخطاء. غير أن الوقوع في أخطاء يظل أمراً ممكناً، ويتفق أن يرتكب صحفيون ذوو خبرة كبيرة، أخطاء بدورهم. وفي هذه الحالة، يتعين تصحيح الخطأ. وهذه نقطة جوهرية، سواء من جهة احترام الأشخاص والمؤسسات التي يمكن أن يلحقها الضرر جراء هذا الخطأ، أو من أجل الاحتفاظ بثقة المستمعين أو القراء. وإصلاح الأخطاء، دون تقديم الاعتذارات، ليس كافياً. يجب أن نحسن مسلكية الإقرار العلني بأننا أخطأنا، والتعريف بذلك بالوسيلة الأكثر ملاءمة، أي بالطريقة التي تمكن العدد الأكبر من المستمعين أو القراء من الإطلاع على ذلك. ومن شأن ذلك، تعزيز مصداقية الصحفي (أو وسيلة الإعلام)، الذي يعترف بأنه شخص غير معصوم. إن ما هو خطير، ليس الوقوع في الخطأ، وإنما الإنكار وسوء النية.

يجب أن نتذكر جيداً :

- ألا نكتفي مطلقاً بمصدر واحد. والخبر كي يتم اعتباره مثبتاً ومتحققاً منه، يجب أن يؤكده مصدران والأفضل ثلاثة مصادر.
- الإحجام مطلقاً عن استخدام إحدى الوقائع أو معلومة واحدة، طالما أنه هنالك شكوك حول صدقيتها. وإن قمت باستخدام هذا المعلومة، لأنه تبين لك أن ذلك أمر ضروري لفهم الحدث، فإنه يجب إعلام القارئ أو السامع بشكل واضح بهذه الشكوك.
- الاحتفاظ بما مملكته من تسجيلات سمعية أو بصرية، لاسيما من أجل تقديم البراهين على صدقية ما تم نقله.
- تحديد وتشخيص كل الفاعلين الممكنين المرتبطين بوضعية معينة من أجل النظر في أي المصادر التي يمكن أن تنقصنا، من أجل تحليل الخبر في كل جوانبه.
- التفريق بين التأكيدات والتصريحات المتصلة بالوقائع. فالوقائع مثبتة بفضل براهين لا تقبل الدحض، في حين أن التأكيدات والتصريحات ترتكز على معلومات وشهادات متطابقة.
- تحديد وتشخيص مصالح كل واحد من الفاعلين من أجل التعرف على توجه المعلومات المتأنتية من كل واحد من المصادر.

- الحرص المطلق على عدم الخضوع لأي تأثير، بفعل مشاعر تعاطف أو استلطاف أو اشمئزاز إزاء أحد المصادر.
- الحرص على معالجة الوقائع المضمنة في منشورات وبلغات صادرة عن مؤسسة عمومية أو حكومية أو غير حكومية أو خاصة بكامل الحيطة واليقظة.
- الحرص على التثبت والتحقق ذاتيا من المعلومات التي يمدنا بها زملاء أو ينشرونها.
- الحرص دوما على التثبت من مصدر مضاد من محتوى برقية وكالة ومقارنتها مع برقية وكالة أخرى.
- في حالة الخطأ، الحرص على إصلاح الخطأ وعلى الاعتذار من خلال نشر تصحيح أو الإعلان عنه.

نصيحة:

يتوجب على كل صحفي أن يعيد بانتظام قراءة ميثاق ميونيخ للأخلاقيات المهنية (أو إعلان واجبات وحقوق الصحفيين) الموقع في 24 نوفمبر 1971، والذي صادقت عليه الفيدرالية الدولية للصحفيين (FIJ) والمنظمة الدولية للصحفيين (OIJ). فهذا الميثاق يتضمن قائمة الواجبات الأساسية للصحفي في البحث عن الأحداث والكتابة عنها والتعليق عليها:

- 1 - احترام الحقيقة، أيا كانت انعكاسات ذلك على الذات، وذلك من منطلق احترام حق الجمهور في معرفة الحقيقة.
- 2 - الدفاع عن حرية الإعلام والتعليق والنقد.
- 3 - الاقتصار على نشر الأخبار التي يكون مصدرها معروفا، أو إرفاقها، إن اقتضى الأمر ذلك، بالتحذيرات والتحفظات المطلوبة، وعدم حجب المعلومات الأساسية، وعدم تغيير وتحوير مضامين النصوص والوثائق.
- 4 - عدم استعمال أساليب غير مشروعة من أجل الحصول على معلومات وصور ووثائق.
- 5 - إلزام الذات باحترام الحياة الشخصية للأفراد.

6 - تصحيح كل خبر تم نشره وتبين أنه غير دقيق.

7 - الاحتفاظ بالسري المهني وعدم الكشف عن مصدر المعلومات التي تم التحصل عليها بشكل سري.

8 - الامتناع مطلقا عن سرقة المضامين والثلث والشتم وتوجيه الاتهامات دون أساس، وكذلك الامتناع عن تلقي أية مزايا مترتبة عن نشر أو إلغاء معلومة.

9 - عدم الخلط مطلقا بين مهنة الصحفي ومهنة المختص في الإشهار أو في الدعاية، وعدم قبول أية تعليمات مباشرة أو غير مباشرة من المعلنين.

10 - رفض أية ضغوط وعدم القبول بأية توجيهات تحريرية، إلا من قبل المسؤولين عن التحرير.

أداة للثبوت من عدد المتظاهرين



يجد الصحفيون في غالب الأحيان صعوبة في تقدير عدد المشاركين في مظاهرة احتجاجية. والأرقام التي تقدمها الشرطة والمنظمون نجدها بصورة عامة جد متفاوتة. ويمكن لموقع "مابشاكينغ" (www.mapchecking.com) ("Mapchecking") أن يساعدنا على تقدير العدد. فهذه الأداة تقدر حجم جمهور من الأشخاص ضمن مساحة معينة، وكذلك عدد الأشخاص الذين يسرون ضمن مسار محدد بشكل واضح.

كيفية استعمال هذه الأداة: ضمن شريط البحث، أكتب اسم المكان والمدينة والبلد، ثم أنقر على كلمة "satellite"، إذا ما كنت تريد الحصول على صورة بالقمير الاصطناعي، أو على كلمة "مخطط plan"، إذا ما كنت ترغب في الحصول على خريطة. ثم أنقر لاحقا على كلمة "روسات آريال" "reset area" من أجل تحديد منطقة مسار المظاهرة بفضل الرمز (الأيقونة icône) الأصفر (عبر رسم نقاط تحدد حدود المنطقة). وفي الأخير تحديد عدد الأشخاص في المتر المربع الواحد. وعندها تظهر النتيجة.

2.2 التحقق من خبر نشر على موقع انترنت:

يتوجب على الصحفي أن يتولى تقييم جانبيين أو عنصرين اثنين عندما يريد استخدام خبر نشر على موقع انترنت: موثوقية الموقع الذي نشر فيه الخبر، وموثوقية الخبر ذاته. ولعديد الاعتبارات، فإن هذين الجانبين مرتبطان بشكل وثيق، ذلك أن الخبر المنشور على موقع عرف بأنه موثوق، يملك حظوظا أوفر كي يكون خبرا صحيحا، مقارنة بخبر نجده على موقع معروف بأنه مشكوك فيه. إلا أن الموقع المعروف بأنه موثوق، يمكن أيضا أن يتضمن أخبارا زائفة/خاطئة أو غير دقيقة. كما أن موثوقية الأخبار التي تتيحها مدونة جماعية معروفة ومعترف بها، يمكن أن تختلف من مساهم إلى آخر.

وتبعاً لذلك، فإن خبرا على الخط يجب أن يتم التحقق منه طبقاً لنفس الشروط المنطبقة على الخبر الذي نستقيه خارج الخط، وذلك أياً كان الموقع الذي نشره. والقاعدة الذهبية واحدة ثابتة، ومؤداها أن كل خبر، كي ينظر إليه على أنه ثابت، يجب أن يمر عبر المقارنة والتقاطع مع عديد المصادر الأخرى. وإذا كانت عديد المواقع المعروفة بأنها موثوقة قد نشرت نفس الخبر، من خلال إيراد مصادر مختلفة، فإن المرجح هو أن الخبر صحيح. وعلى العكس من ذلك، وإزاء معلومة غير مرفقة بمصادر، فإن عدم وجود إشارة لهذه المعلومة في مواقع أخرى، يستدعي توخي أكبر قدر ممكن من الحذر.

كيف نتحقق من موثوقية موقع ما ؟

بصورة عامة، تعتبر مواقع وسائل الإعلام التقليدية ووكالات الأنباء ومدونات الصحفيين المعروفين، وكذلك الصفحات الحكومية وصفحات المؤسسات ذات السمعة الجيدة (المنظمات الدولية، المنظمات غير الحكومية، الجامعات، معاهد الإحصاء، إلخ...)، مصادر موثوقة. لكن الموقع العائد لشخص أو لمنظمة لا نعرفه، لا يمكن أن يكون موثوقاً بنفس القدر. فالمسألة في مجملها مرتبطة بالظرفية وبحسن التقدير. كما يمكننا أن نمنح بعض المصادقية لموقع ينشر نصوصاً محررة من قبل أشخاص يبذلون أقصى الجهد كي يكونوا شفافين حول مصادر معلوماتهم، ويبدون اعتدالاً في تأكيداتهم، ويطرحون وجهات نظر مختلفة.

والمواقع التي يتوجب على الصحفيين الحذر منها، يمكن تصنيفها ضمن فئتين كبيرتين :

■ الفئة الأولى تضم المواقع التي يمكن أن تحتوي على معلومات مفيدة، ولكن استخدامها يقتضي التحلي بقدر عال من اليقظة. إنها بشكل عام المواقع العائدة لأشخاص أو لمجموعات من الأشخاص أو لجمعيات، والتي تقوم، في شكل مدونة شخصية أو مدونة جماعية، بإنتاج وتقاسم معلومات وأخبار حول عديد المواضيع المتصلة بالأحداث الراهنة، ولكن ليس لديها الخبرات الكافية (وحتى الطموح بالضرورة) لضمان صدقية كل المواقف والتأكيدات المضمنة في منشوراتهم. ودرجة اليقظة إزاء هؤلاء الفاعلين غير الرسميين في المجال الإعلامي يمكن أن تختلف بحسب صيغة "حالة بحالة". وبالفعل، فإنه هناك "صحفيون - مواطنون" يتوخون الدقة في التحليل ويحترمون الأخلاقيات بدرجة مساوية، إن لم تكن أعلى، مما يتوخاه عديد الصحفيين المهنيين.

■ أما الفئة الثانية، فإنها تضم المواقع التي يتعين بشكل مطلق عدم اعتمادها كمصدر خبر أو كوسيلة للتثبت من الوقائع. وتندرج في هذا الباب بالخصوص، مواقع الإعلام الساخر (أنظر القسم 3.1 من هذا الدليل)، ومواقع مؤسسات ومعاهد (معلنة ذاتيا) بحث وتحليل وسبر آراء، وكذلك مواقع وسائل الإعلام ذات النزعة الحزبية المبالغ فيها (أنظر القسم 4.1)، والمواقع التي تحتضن لوبيات اقتصادية تعمل تحت غطاء بحوث علمية أو اجتماعية مزعومة بهدف تضليل الحكم عليها.

ليس من اليسير دوماً أن نحدد موقعا غير موثوق، أو التعرف على موقع إخباري مقلد. إلا أنه يمكن للصحفي أن يتوصل إلى ذلك عبر القيام ببعض العمليات البسيطة:

الإطلاع على الصفحة "حول" à propos " (أو "من نحن؟" Qui sommes nous ?)

ومن حيث المبدأ، فإن هذه الكلمة تكون موجودة في أعلى أو في أسفل صفحة الاستقبال. وكل موقع جدي يملك صفحة من هذا القبيل. وهي ترشد حول الأهداف والمضامين التحريرية، وكذلك حول المؤلفين، أو ملامح المساهمين في الكتابة. والصفحة التي ينشئها شخص أو منظمة، ولا تقدم مثل هذه المعلومات، وكذلك معطيات للاتصال (حساب الكتروني، رقم هاتف)، ليست مصدرا جيدا يمكن الاستشهاد به. وفي الحالة التي لا تقدم فيها الصفحة قدرا كافيا من المعطيات، فإنه يظل دوماً من الممكن كتابة اسم الشخص أو المنظمة ضمن محرك بحث، أو أيضا البحث عن معطيات تتصل بهم عبر مختلف الشبكات الاجتماعية.

تحليل تصنيف (أو التصنيف التراتبي) الموقع (شريط قائمة المضامين Menu، خريطة الموقع Plan du site، إلخ).

وبوجه عام، فإن الموقع الموثوق يكون منظما وواضحا، إذ أنه يظهر بوضوح الالتزامات القانونية أسفل صفحة الاستقبال، ويقترح أيضا أزرارا للتقاسم نحو الشبكات الاجتماعية (فايسبوك، تويتر، اينستغرام، إلخ).

الإطلاع على بعض المقالات من أجل تقييم نبرتها

إن الموقع الذي يستخدم عناوين مثيرة، والذي يروج قدرا أكبر من الآراء مقارنة بما ينشره من وقائع، و/أو الذي يكشف عن توجه سياسي جد واضح، لا يعتبر موقع أخبار موثوق. كما يظل وجود الأخطاء في الرسم والصيغة، وهو أمر شائع في المواقع المقلدة، أحد المؤشرات الجيدة على درجة المهنية.

التحقق من أن المقالات تستند إلى مصادر

إن موقعا جديا لا ينشر سوى مقالات تنص على مصادرها. كما أنه يتيح إمكانية للوصول إلى المصدر الأول للمعلومات من خلال روابط نصية. وإذا ما كانت تلك هي الحالة، فإن جودة المصادر المستعملة (وهذا مؤشر آخر مهم لتقييم موثوقية موقع ما) يمكن بدورها التثبت منها.

بعض الأدوات المفيدة :

- ◀ خدمة برمجية "وويس" (www.whois.com) اختصارا لكلمة باللغة الأنجليزية "Whois" التي تعني "الذي هو"، وهي خدمة تتيح التعرف على مالك موقع ما والحصول على معلومات بشأن عنوان بروتوكول الأنترنت IP adresse (الرقم الذي يخصص هوية كل جهاز مرتبط بالانترنت)، وذلك عبر ملء خانة "المحدد الموحد لموقع المصدر (adresse URL). وتوجد مواقع أخرى من هذا الصنف مثل "دومايبيغداتا" (www.domainbigdata.com DomainBigdata).
- ◀ "هونتر" (Hunter)، وهو محرك بحث يتيح العثور على العناوين الإلكترونية المرتبطة بموقع واب.
- ◀ "مايووت" (https://www.mywot.com/Mywot/)، وهو يتيح التعرف بقدر ما على موثوقية موقع انطلاقا من آراء تركها المستخدمون. ومن أجل استعمال هذا الموقع، يجب تحميل برمجية السلامة "ووت WOT" وهي برمجية مجانية ويمكن النفاذ إليها على صفحة استقبال موقع مايووت).
- ◀ "انترنت أرشيف" (www.archive.org)، الذي يتيح الإطلاع على صفحة "واب" كما تم عرضها في تاريخ معين.

وتوجد أيضا مواقع تقوم بتبويب وتصنيف الإشاعات والخدع المتداولة على الواب. والمواقع الأكثر شهرة في هذا المجال هي:

◀ “هواكسبوتر” (فرنكوفوني): www.hoaxbuster.com

◀ محرك البحث “هواكسكيلر” (فرنكوفوني): www.hoaxkiller.fr

◀ “سنوبس” (باللغة الأنغيزية): www.snopes.com

وقد طورت مؤسسة “تاماب16” (TAMAP) توجهات رئيسية من أجل التعرف على المواقع التي لا يمكن الوثوق بها بقدر كبير. وهذه الأدوات (التي يمكن النفاذ لها بحرية على الانترنت “17”، والتي نوردتها أسفل هذا)، هي أدوات جد مفيدة بالنسبة للصحفي، ذلك أنها تتيح له التساؤل بشكل جد منهجي حول أصل الموقع وكذلك حول هيكلته وتواتر عمليات تحيين صفحاته.

شبكة لتقييم موثوقية مصدر معلومات على صفحة واب:

لا	نعم	
		محدث الصفحة تم تشخيصه فعليا.
		يتعلق الأمر بمنظمة وليس بصفحة شخصية.
		محدث الموقع (أو المنظمة) يقدم عنوان اتصال أو معلومات تتيح التثبت من طبيعته وأنشطته ودرجة خبرته.
		ليس هناك من سبب للاعتقاد بأن صاحب الموقع (أو المنظمة) له مصلحة شخصية في علاقة بالمعلومات المقدمة أو بالنوايا السيئة المخفية.
		الصفحة منظمة بشكل جيد وكاملة وتيسر البحث عن المعلومات
		تشكيل الصورة:
		الصفحة لا تزال في طور نشاط
		مصدر المعلومات أولي (لا تروي وقائع نقلا عن مصدر آخر)
		المصادر:
		من الممكن التثبت من المعلومة في أماكن أخرى كما أن عديد المصادر الأخرى تؤكد نفس الوقائع لاسيما المصادر الجديرة بالثقة.

الخطوط التوجيهية لاستخدام الشبكة:

المؤلف : من هو المؤلف أو داعم الصفحة ؟ هل يتعلق الأمر بصفحة شخصية أو بصفحة منظمة ؟

◀ صفحة أحدثها شخص أو منظمة، ولا تقدم هذه المعلومة، هي ليست مصدرا جيدا يمكن الاستئناس به.

◀ الصفحات الشخصية ليست بالضرورة مصادر للتضليل، ولكنها تقتضي التحلي بقدر أكبر من التنبه والحيطه، مع التثبت باستخدام مصادر أخرى.

◀ تتيح الشبكات الاجتماعية تبادل الآراء الشخصية، ولكنها تتيح أيضا تبادل المعلومات. إلا أن هذه الشبكات لا يمكن إيرادها كمصادر معلومات على الرغم من كونها قادرة على توفير أفكار (أنظر القسم التالي من هذا الدليل ”التحقق من معلومة منشورة على الشبكات الاجتماعية“).

السمعة : هل أن محدث الموقع (شخص أو منظمة) يقدم رابط اتصال (البريد الإلكتروني سابقا) أو معلومات تتيح التثبت من طبيعة أنشطته ومصالحه ودرجة خبراته ؟

◀ التحقق من وجود رابط الاتصال وحقوق التأليف على الصفحة

الوسيلة : هل هناك أسباب تدفعنا للاعتقاد بأن صاحب الموقع له مصلحة شخصية في علاقة بالمعلومات والأخبار المقدمة ؟ مصلحة تجارية أو مصلحة من نوع آخر؟

◀ التثبت من وجود إعلانات إخبارية في ارتباط بالمضامين

النوايا : ما هي نوايا المؤلف ؟.

◀ التساؤل لماذا نشر المؤلف هذا الخبر: هل يتعلق الأمر بخدمة عامة، أو بمعلومة صحفية، أو بأداة بحث، أو برغبة شخصية في تقاسم المعلومة، أو من أجل الاستنكار، أو من أجل جلب الاهتمام ؟

الخطوط التوجيهية لاستخدام الشبكة:

الهيكلية : هل أن الصفحة منظمة بشكل جيد ؟

- التحقق مما إذا كانت قراءة الصفحة يسيرة، ومما إذا كانت كاملة ومضامينها منظمة بشكل جيد.
- التحقق بالخصوص من الروابط. إلى أية صفحات تحيلنا ؟ وهل أن هذه الصفحات هي مصادر موثوقة ؟ وهل أنها تملك اهتماما حقيقيا بالمعلومة المضمنة في الصفحة الرئيسية ؟

زومبيز”ZOMBIES” (المواقع التي توقف استخدامها): هل أن الصفحة لا تزال محيئة ؟

- التحقق من أن محتويات الصفحة قد تم تحيينها ولا تعود إلى بضع سنوات خلت.

صنف المصدر : أولي أو ثانوي ؟

- التحقق مما إذا كان المصدر يورد وقائع تمت معاينتها أو التثبت منها من قبل المصدر نفسه (مثال: مقال حول الصحة كتبه باحثون) أم أن الأمر يتعلق بمصدر ثانوي ينقل معلومات (موقع واب يناقش البحوث الجارية حول أحد الأمراض من خلال نقل آراء الباحثين).
- تذكر جيدا أنه كلما ابتعدت المصادر الأولية، كلما قلت موثوقية المعلومة.

التحقق عبر التقاطع واستخدام مصادر متعددة: هل من الممكن التحقق من معلومة على الواب ؟

- التحقق مما إذا كانت الصفحة تتضمن مراجع يمكن التثبت منها.
- البحث عن نفس المعلومة في مواقع أخرى نوليها ثقتنا.
- عدم التوقف عند المصدر الأول الذي نعثر عليه، ولكن الحرص على مواصلة المقارنة.

استخدام محركات البحث بشكل عقلائي:

يمكن التثبت في القدر الأكبر من الوقائع بفضل التحكم الجيد في استخدام محركات البحث. إلا أن الصحفي مطالب دوماً بأن يكون متنبهاً إلى أن البحث بواسطة كلمات مفاتيح على "غوغل" لا يتيح بالضرورة الوصول في الصفحة الأولى إلى المواقع الأكثر موثوقية أو الأكثر أهمية وملاءمة لاحتياجاتنا للتثبت. فنتائج "غوغل" هي بالفعل مقدمة بشكل تراثي بواسطة خوارزمية خصوصية تركز في نفس الوقت على اللغة السيميائية المستخدمة (الكلمات، أو المكان الذي توجد به هذه الكلمات ضمن وثيقة)، وعلى الطلبات المماثلة التي يقوم بها مستخدمو انترنيت آخرون، وعلى مدى شعبية صفحة ما (كلما تكثف عدد المتابعات لهذه الصفحة كلما وردت في المقدمة ضمن محرك البحث). فالمنشور القديم، والذي يتم الإطلاع عليه بشكل مطرد، يمكن أن يظهر في أول قائمة نتائج البحث، وأن يؤدي في بعض الأحيان إلى إيقاع الصحفي الذي يبدو له أن هذا المنشور "جديد" من الوهلة الأولى، في الفخ. والأمر مشابه أيضاً بالنسبة لمقال موجه التجأ مؤلفه إلى "مصنع نقرات" من أجل زيادة شعبيته (أنظر القسم 6.1 من هذا الدليل).

وهكذا، فإن الاستخدام السائد الذي ينتهجه أحياناً الصحفيون لـ "غوغل" يمكن أن يؤدي إلى بعض التشويه للواقع، على اعتبار أن المعلومة (الخبر) ضمن محرك البحث ليست مبرمجة وفقاً لتصنيف تراثي مسبق، وليس تبعاً للموثوقية بالمعنى الصحفي للكلمة. ومن شأن تنويع محركات البحث، عبر استعمال "بينغ Bing" أو "كوانت Qwant"، على سبيل الذكر، أن يمثل حلاً جيداً للحصول على مصادر محتملة متعددة، وتوسيع آفاق الصحفي في سياق عملية التثبت والتحقق الروتينية. ومن جهة أخرى، فإن بعض المواقع، على غرار قواعد البيانات والمواقع المؤسسية والمواقع الصحفية أو البوابات العلمية، تملك محركات بحثها الداخلية الذاتية. وتتيح هذه الأدوات الإطلاع على مجمل مضامين هذه المواقع والعثور بأكثر يسراً وبأكثر سرعة على معلومات موثوقة.

نصيحة : لا تكن دوماً مرتبطاً بصفحات الواب

إن المصدر الحي الذي ننفذ إليه مباشرة، ويمكننا أن نورد شهادته، يظل المرجع الأساسي الذي لا غنى عنه لتأكيد أو نفي خبر ما. وبمناى عن "الواب"، يظل الهاتف، على هذا الصعيد، أداة جد مهمة لاستقاء المعلومة والتحقق منها.

3.2 التثبت والتحقق من خبر منشور على الشبكات الاجتماعية:

لا توجد قواعد صارمة متعلقة باستخدام الأخبار والمحتويات المتأتية من الشبكات الاجتماعية. فكل سيناريو، هو سيناريو فريد. وعليه، فإنه من المهم أن يفكر المحررون جماعيا في مختلف الحالات الممكنة لتقييم التوجيهات الأخلاقية والسياسات التي يتعين انتهاجها. إلا أنه يجب مواصلة تطبيق القاعدة الذهبية للتحقق: كي يكون الخبر مصادقا عليه، يجب اعتماد التقاطع مع عديد المصادر، والحالة المثلى هي التقاطع مع مصادر أولية عرفت بأنها موثوقة.

ورد الفعل الأول عندما يتم ترويج خبر من قبل الشبكات الاجتماعية، يجب أن يكون التحقق من مصدر هذا الخبر، في حال تم ذكر هذا المصدر. فذلك يمكن أن يمثل مؤشرا جيدا على مصداقية المعلومات المروجة. وبصورة عامة، يجب الحرص على إعطاء الأفضلية للمصادر المشهود لها والمُعترف بها: وسائل الإعلام ذات السمعة الجيدة، وكالة أنباء، مواقع مؤسساتية، خبراء مشهود لهم، شخصيات عامة، إلخ. إلا أن مصدرا ذا مصداقية، لا يضمن بنسبة 100 بالمائة صدقية خبر ما. وهكذا، فإنه يمكن للصحفيين أنفسهم أن يكونوا مصدر نشر أخبار كاذبة. ومن جهة أخرى، فإن حساب تويتر أو فايسبوك تابع لوسيلة إعلام أو مؤسسة أو شخصية عامة، يمكن أن يكون حسابا مقلدا.

الإشهاد بأن الحساب رسمي:

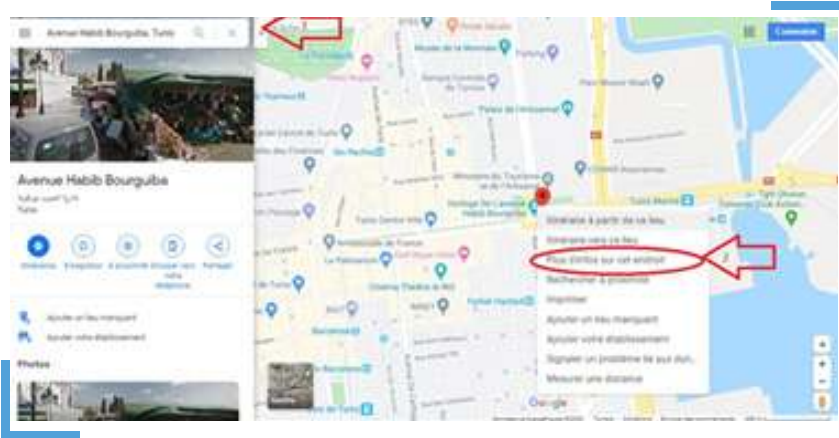


ضمن بعض وسائل الإعلام الاجتماعية، تكون حسابات المستعملين متبوعة بشارة في شكل حرف "في" (V) باللون الأزرق. وهذه الشارات تعلمك بأنك على حساب رسمي، ومتحقق منه بتلك الصفة من قبل المنصة التي تبحر فيها. ولا ينطبق هذا "الإشهاد" على الأفراد الخواص (إلا في حالات نادرة). وعدم امتلاك هذه الشارة، لا يعني، رغم ذلك، أن الحساب مزور. فمعظم وسائل الإعلام التونسية لا تملك هذه الشارة، وذلك لأنها، ببساطة، لم تقم بالإجراءات الضرورية للحصول عليها.

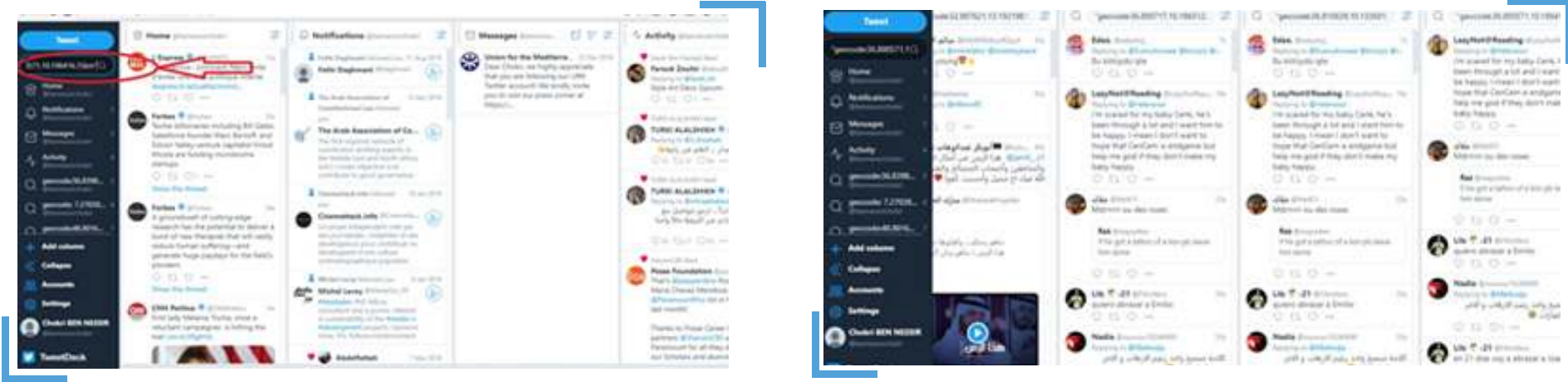
مناهج و أدوات التحقق

وفي حالة رسالة تم نشرها أو نقلها من قبل شخص ما، يجدر بك التساؤل عمن يتحدث أو ينشر الرسالة. كما يجب عليك تتبع المسار التاريخي لنمط المعلومات المنشورة على حسابه. أي صنف من الملامح الشخصية يقوم بمتابعته؟ وأي صنف يملكه من "الأصدقاء" أو "المتابعين"؟ وإذا ما تبين لك مثلا أن هذا الشخص يملك أصدقاء تونسيين، فإنه من الأرجح أنه من تونس. وإذا كان ينشر فقط صورا عن تونس العاصمة، فإنه يعيش، على الأرجح، في تونس العاصمة.

وإذا ما صرح شخص بأنه شاهد على حدث، فإنه يجب عليك التثبت مما إذا كان موجودا فعليا على عين المكان. ويمكنك القيام بذلك من خلال محاولة الاتصال به عبر صندوق الرسائل المرتبط بحسابه. والطريقة المثلى، تتمثل في توصلك لاحقا إلى التحدث معه هاتفيا. كما يمكنك استخدام أداة تحديد المواقع الجغرافية. وتقدم تويتر أداة مماثلة وهي "تويتدك" (<https://tweetdeck.twitter.com>), التي تتيح فقط انتقاء التغريدات التي تم إدراجها انطلاقا من مكان ما. وعلى سبيل المثال، إذا كنت تبحث عن تغريدات نشرت في منطقة شعاعها 15 كيلومترا حوالي وسط تونس العاصمة، أنقر عبارة "شارع الحبيب بورقيبة، تونس" على "غوغل مابس Google Maps". أنقر نقرة واحدة على صورة الخارطة، ثم اختر عبارة "مزيد من المعلومات حول هذا الموقع" وقم بعدها بنسخ رمز تحديد الموقع الجغرافي الذي سيظهر أسفل الصفحة.



اذهب نحو "تويتدك"، ألصق الرمز في العمود على اليسار، وعندها تظهر قائمة التغريدات المنشورة.



وفي كل الحالات، فإنه يجب القيام بعمليات التقاطع بين الشهادات ومصادر أخرى. كما يجب عليك التنبه إلى فيديوهات الشهود الثانويين، أي شهادات أولئك الذين ينقلون معلومات بصورة غير مباشرة (من قبيل "قال لي صديق"، "تلقيت شهادة من هناك"). وبالنظر إلى بعد المصدر الأولي، فإنه هنالك مخاطر أكبر كي تكون المعلومة خاطئة. وحتى في حالة مصدر على عين المكان، فإن خطر نقل إشاعة أو تشويه حدث، يظل قائما، إذا لم يحضر الشخص بشكل مباشر الأحداث التي ينقلها.

وبصورة أعم، يتعين علينا أن نتساءل "لماذا نشر هذا الشخص هذا الخبر وهذه الصورة أو هذا الفيديو؟" كما يتوجب أيضا أن ننتبه إلى أهمية الرجوع إلى الرسالة (تغريدة، تدوينة...) الأصلية التي أطلقت الخبر. وهذا من تدابير الحذر التي يجب اتباعها، على اعتبار أنه هناك على الشبكات الاجتماعية، كما في غيرها من مجالات الواب، خطر الخبر الزائف/الكاذب، المفبرك كليا، والذي يستمر ترويجه، بفعل تقاسمه. وأخيرا، فإنه يجب استخدام الشبكات الاجتماعية في أضيق الحدود وبحذر شديد، واللجوء أكثر إلى اتخاذها كمجال لإطلاق الإنذار، ما يدفع الصحفي إلى التحقيق حول بعض الأخبار الملتقطة، على اعتبارها مصادر أولية يمكن أن ينطلق منها لتأسيس موثوقية ما يقدمه.

وتبعا لذلك، فإنه يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لغايات اليقظة الإعلامية، ولكن الأخبار والإنذارات، يجب أن تكون مصادقا عليها بواسطة مصادر أخرى، وأن تكون موضوع عمليات بحث إضافية عن المعلومات. كما أن إجراء عملية التقاطع بين المعلومات التي تم العثور عليها على الشبكات الاجتماعية أمر ضروري قبل كل عملية بث أو استخدام.

وأخيرا، فإنه من المهم استحضار عنصر ذي أهمية، يتمثل في أنه ليس من الملائم استخدام معلومات مستقاة من فضاءات تراسل مغلقة، على غرار مجموعات الفيسبوك أو واتساب الخاصة، وذلك لدواع أخلاقية. فهذه الفضاءات خاصة، وبالتالي فإنها تدرج ضمن مجال احترام الحياة الخاصة. ولا يجب استعمال المعلومات التي تحتويها.

الحذر من ويكيبيديا

هناك عادة سيئة لدى الكثير من الصحفيين، تتمثل في استعمال ويكيبيديا، عندما يريدون البحث عن معلومة. فهذه الموسوعة التشاركية تنبه هي بنفسها إلى أنها لا تضمن المحتوى المدرج على الخط. ومثلما يشي بذلك اسمها (ويكيبيديا تركز على مبدأ "ويكي"، وهو ما يعني، وبشكل كاريكاتوري، أن كل مستخدم للانترنت يمكنه بكل حرية فسخ أو تحوير أو إضافة مضامين). وتلك الإمكانيات، هي التي تفسر الثراء الكمي للموقع، والذي يفترض أيضا إمكانات جد كبيرة للخطأ، ذلك أنه يمكن أن يتم إدراج عناصر مزورة صلبها عن قصد من أجل إقناع القارئ: إعادة كتابة التاريخ (الدعاية)، توجيه الرأي العام، تحسين الصورة، إلخ. ويحدد إيريك برويار، وهو باحث فرنسي يشتغل على تصور واستخدام التكنولوجيات المعلوماتية في التربية، خمس نقاط مهمة مرتبطة بويكيبيديا (18) يتعين التنبه إليها:

- ◀ **الدقة** : معلومات دقيقة مخلوطة مع معلومات غير دقيقة يعسر تقدير نسبتها. وعنصر عدم الدقة، حتى وإن كان حاضرا بشكل ضئيل، موجود بشكل محتمل في كل المضامين.
- ◀ **الدواعي**: أهداف المشاركين غير معروفة. فقد يكونون ممن تحركهم دواعي خدمة الآخر أو دواع علمية وأيضا سياسية أو تجارية. ويمكن أيضا لبعض المؤلفين أن يكونوا من مروجي الخطاب الساخر أو من المخربين.
- ◀ **الخبرة**: يتجاوز المشاركون مجالات خبراتهم ويتحدثون في مواضيع لا يعرفونها أو يتحدثون عنها بطريقة غير ملائمة، دون أن تتمكن من معرفة مستوى خبراتهم.
- ◀ **عدم الثبات**: يمكن أن يتم حذف تصحيحات، ما يجعل المقالات غير مستقرة، ودون أن نعرف أي النسخ يجب الاستشهاد بها.
- ◀ **المصادر**: لا تورد الكثير من المقالات مصادر مستقلة، ومعظم المراجع الواردة متأتية من الانترنت.

4.2 التحقق من صورة

إن الصحفيين ليسوا بمنأى عن أن تقدم إليهم صور مفبركة من قبل أشخاص يؤكدون أنها صور حقيقية. ونشر صورة مزورة، أو صورة أخرجت من سياقها، يمكن أن يمثل أيضا مؤشرا لتقييم مدى موثوقية موقع انترنيت. وهناك مثال كلاسيكي يتمثل في استخدام صورة مظاهره من أجل تمثيل مظاهره أخرى، وذلك بهدف مغالطة مستعملي الانترنيت. كما يقع أيضا وبشكل متزايد، أن يتم تداول هذا النوع من الصور عن حسن نية من قبل مستعملين للشبكات الاجتماعية. إلا أنه، وعلى مستوى الشبكات الاجتماعية، يجري تداول الأخبار بصورة جد سريعة، ويمكن لصورة أدخلت عليها بعض الرتوش، أو أخرجت من سياقها، أن تصبح مادة فيروسية واسعة الانتشار. وعليه، فإنه من المهم بالنسبة للصحفي أن يكتسب الحدس والأدوات التي تتيح له عدم الوقوع في الفخ و/أو إعلام قارئيه/مستمعيه حول هذا الشكل الدارج من تزوير الأخبار.

التفطن إلى أولى العناصر المحفزة على التشكك

غالبا ما يكون ممكنا تشخيص صورة خاطئة بمجرد مشاهدتها أو بعد الاهتمام بالظرفية التي تم نشرها خلالها.

من نشر الصورة ؟ على أي موقع ؟ ومن أين ؟

إن أول شيء يتعين القيام به قبل تقاسم صورة (أو خبر مروج على الانترنيت بصورة عامة) هو التساؤل عن الطرف الذي أدرجها على الخط. ومجرد أن الحساب هو حساب مصادق عليه، أو مملوك لشخصية معروفة، لا يعني بالضرورة أن الصورة حقيقية. وبالمقابل، فإن الصورة إذا ما نشرت من قبل حساب تم إحداثه قبل ساعة من النشر، فإنه من المشروع لكم أن تتشككوا في الأمر.

وعلى نفس المنوال، فإن سمعة الموقع الذي نشرت فيه الصورة أمر مهم. وإذا كانت لديك شكوك بشأن موقع ما، قم برقن إسمه على محرك بحث، وانظر إذا ما كان هذا الموقع موجها سياسيا، أو قد كان اتهم سابقا بترويج أخبار كاذبة.

وأخيرا، يجب أن ننظر في المكان الذي نشرت فيه الصورة. فعلى تويتر تظهر هذه المعلومة أحيانا أسفل التغريدات ومباشرة تحت النص. ويمكنك تاليا أن تقوم بعملية بحث باستخدام تقنية التموقع الجغرافي كي ترى ما إذا كانت هناك صور أخرى للحدث تم التقاطها من زاوية أخرى ومروجة على النات. كما يمكنك استعمال برمجية تحديد التموقع الجغرافي للتأكد من أن المكان الموصوف في الصورة هو فعلا الذي التقطت فيه هذه الصورة، وذلك في حالة إذا ما كنتم لا تعرفون شخصا هذا المكان. وعلى سبيل المثال، إذا كان التعليق المصاحب للصورة يؤكد أنها قد التقطت أمام جامعة موندبليزير بتونس العاصمة، ولكنك لم تذهب سابقا مطلقا إلى هذه الجامعة، فإنه بإمكانك أن تستعمل أداة مثل "انستنت ستريت فيو Instant Street View" (www.instantstreetview.com) من أجل الحصول على علامات بصرية حول هذا الموقع. وعندها، يمكن أن تتفطن إلى جزئية (ارتفاع البناءات، ألوان الجدران إلخ) قد تجعلك تستنتج بأن هذه الصورة لا يمكن أن تكون قد التقطت في هذا المكان. وأداة "انستنت ستريت فيو"، هي تقنية جد سهلة الاستعمال (أنظر التصميم أسفل هذا). ويكفي أن تكتب اسم مكان (يتعلق الأمر هنا بـ"جامعة موندبليزير، تونس") في خانة البحث، وسيقدم لك محرك البحث صورة حديثة لهذا الموقع.

كما أن "غوغل ماب" (www.google.es/maps) "غوغل إيرث" (www.google.fr/intl/fr/earth)، يقترحان تطبيقات مماثلة يمكن استعمالها بكل يسر لأغراض البحث.



ويمكنك أيضا أن تتثبت من أحوال طقس ذلك اليوم في الموقع الذي التقطت فيه الصورة (أو يزعم أنها التقطت فيه). ومن شأن ذلك أن يمثل أيضا وسيلة ميسرة للتثبت من صدقية الصورة أو صدقية ظرفيتها. وعلى سبيل المثال، إذا ما كنت تعرف أن درجة الحرارة كانت في حدود 30 درجة في نابل يوم 30 سبتمبر 2019، وترى أن المطر ينزل في صورة قيل لك أنها التقطت في ذاك اليوم، فهذا يدل على أنه هنالك مشكلة.

ومن أجل القيام بعملية التحقق هذه يمكنك استعمال موقع "وو" (www.wunderground.com/history) (/WU).

WEATHER UNDERGROUND | Sensor Network | Maps & Radar | Severe Weather

Recent Cities
Nabul, Nabeul Governorate, Tunisia | La Soukra, Tunis, Tunisia | Nabul, Nabeul Governorate, Tunisia

Historical Weather

Location:
Nabul, Nabeul Governorate, Tunisia

Date:
September 30 2019 View



هل أن الصورة ذات مصداقية ؟

يمكنك أيضا أن تتساءل ببساطة عما إذا كانت الصورة ذات مصداقية. وبشكل إجمالي، فإنه يتعين أن نتشكك في كل ما هو جميل بدرجة كبيرة أو مدهش أو طريف أو غير معقول. إلا أنه توجد تقنيات أكثر تطورا لتأكيد الشكوك التي يمكن أن تنتابنا حول صدقية صورة أو صدقية ظرفيتها، من عدمها. وأولى هذه التقنيات وأكثرها سهولة، هي تقنية "البحث العكسي" (recherche inversée).

القيام بعملية بحث معكوس (Recherche inversée)

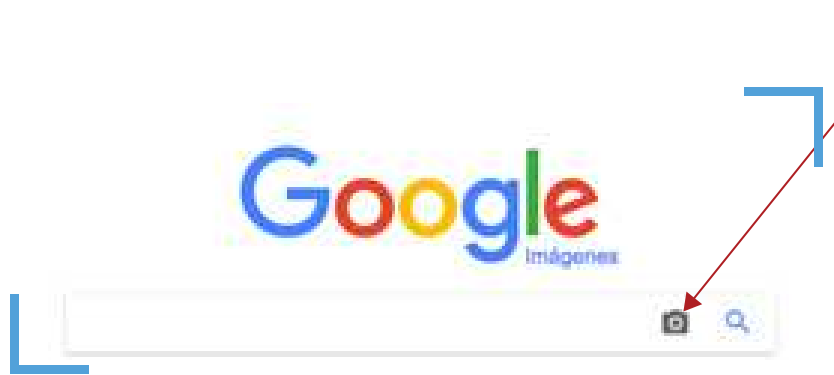
إن أدوات مثل "البحث المعكوس" عن الصور على غوغل Google Images « Google Images Reverse Search » أو "تينآي" (TinEye)، تتيح القيام بهذا الصنف من البحث، من خلال التفتن إلى خصوصيات عمليات النشر السابقة. وتمكن هذه التقنية بالخصوص، من التفتن إلى أن صورة ما، تعد أكثر قدما من التعليق المصاحب لها. وعلى سبيل المثال، إذا ما كانت صورة موصوفة على أنها التقطت خلال اعتداء باردو بتونس العاصمة سنة 2015 موجودة ضمن مقال نشر سنة 2012، فإن ذلك يدل على أن التوصيف المصاحب خاطئ.

|| كيفية استخدام غوغل صور

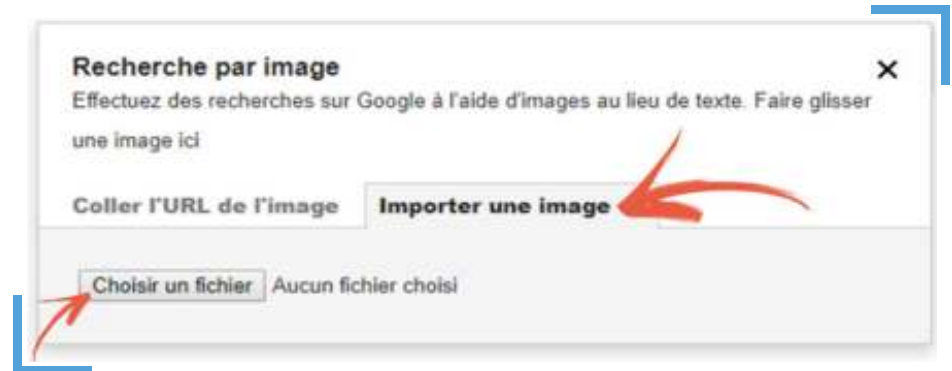
أنقر في البداية على الصورة المطلوب التحقق منها من أجل إظهار قائمة الخدمات "menu" (نقرة باليمين ...). وانقر تاليا على "أنسخ عنوان الصورة" (عنوان الصورة هو مصدرها الإلكتروني URL).

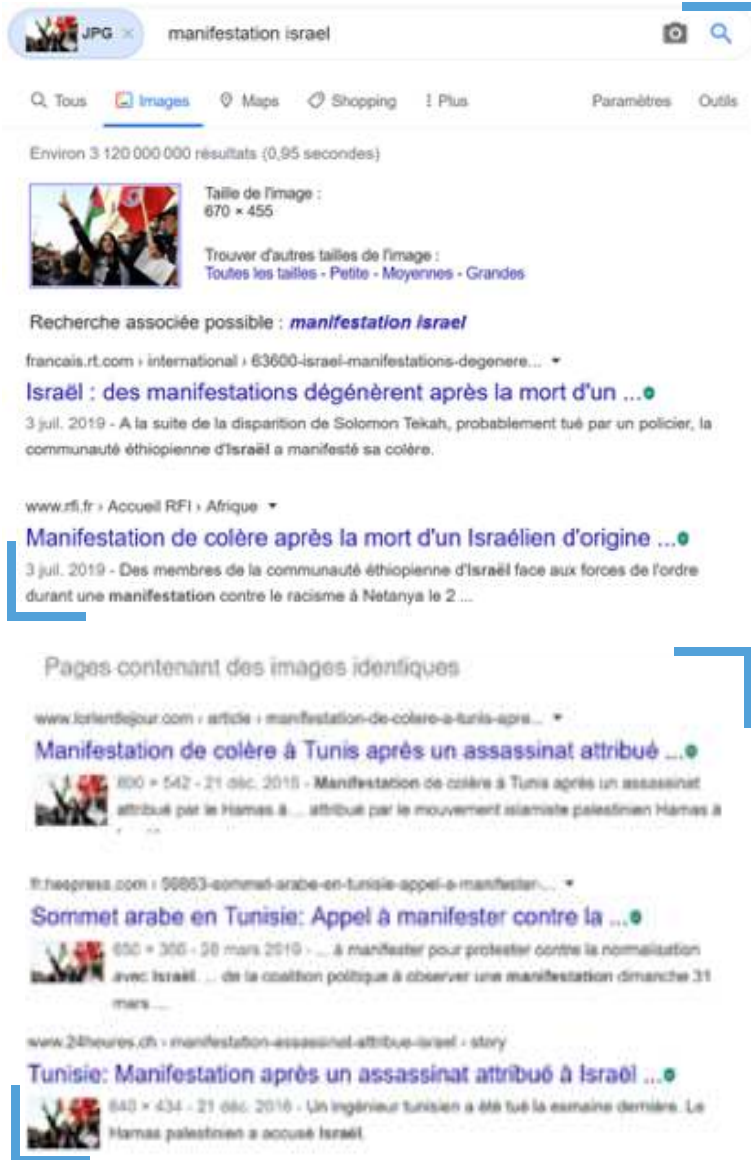


إذهب لاحقا إلى العنوان (<https://www.google.com/imghp?hl=fr>)، الذي يوجهك نحو وظيفة البحث بواسطة الصور على غوغل . قم بانتقاء آلة التصوير الصغيرة ثم قم بنقرة باليمين ضمن خانة البحث ثم ”لصق“ العنوان الالكتروني للصورة. وأخيرا، أنقر على ”البحث بواسطة الصورة“.



للتذكير: يمكنك أيضا تحميل الصورة على شاشة حاسوبك ونقلها باستخدام الرمز "اختيار ملف" (choisir un fichier)، ثم الانتقاء، وأخيرا المصادقة.





The screenshot shows a Google search for "manifestation israel". The search bar contains the text "manifestation israel" and a search icon. Below the search bar, there are navigation options: "Tous", "Images", "Maps", "Shopping", and "Plus". The search results show "Environ 3 120 000 000 résultats (0,95 secondes)". The first result is an image of a group of people holding flags, with a caption "Taille de l'image : 670 x 455" and a link to "Recherche associée possible : manifestation israel". Below this, there are several search results with titles and snippets, including "Israël : des manifestations dégénèrent après la mort d'un ..." and "Manifestation de colère après la mort d'un Israélien d'origine ...".

وتظهر نتيجة البحث الكثير من المعلومات حول الصورة.

وفي أعلى الصفحة تكون الصورة مدرجة ضمن ظرفيتها، مع معلومات تشير إلى أي حدث ترتبط به (هنا يتعلق الأمر بمظاهرة دعم للفلسطينيين جرت في تونس العاصمة).

كما تعطي أداة "غوغل صور Google Images" مرجعيات مقالات نقلت أيضا هذا الحدث (يتعلق الأمر هنا بـ"روسيا توداي" و"راديو فرنسا الدولي"، على سبيل الذكر). وأسفل الصفحة، يشير "غوغل صور" إلى مرجعيات المقالات التي استخدمت نفس الصورة ("الصفحات التي تتضمن صوراً متماثلة").

وإذا كانت عديد وسائل الإعلام الجديدة قد تقاسمت نفس الصورة، فإنها على الأرجح صورة صحيحة.

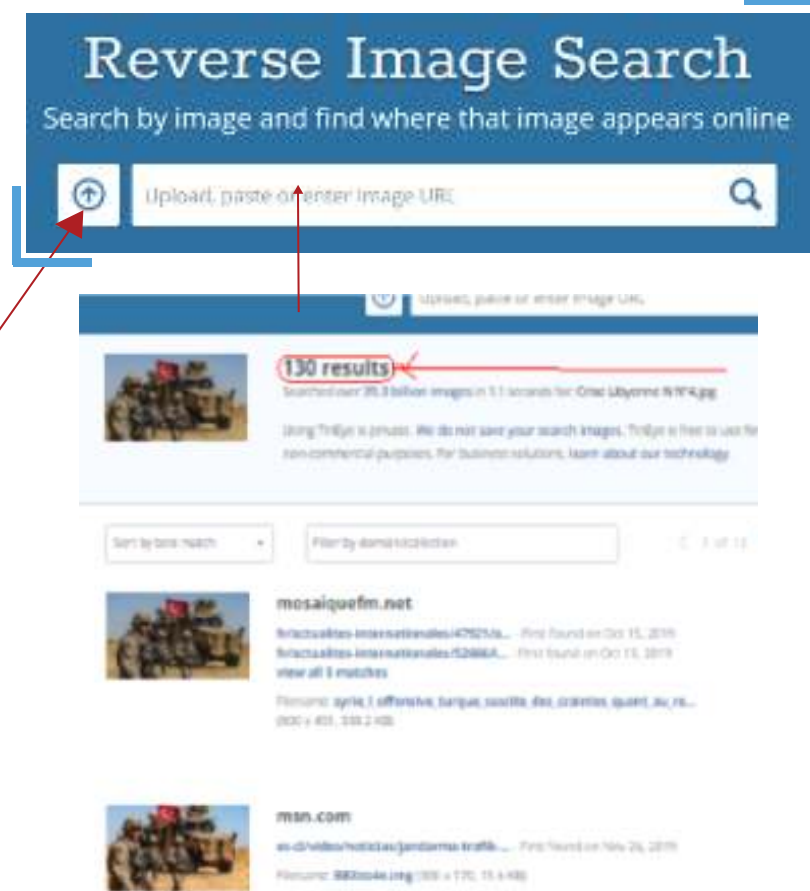
وعلى العكس من ذلك، فإنك إذا ما رأيت الصورة فقط على مواقع مجهولة، أو ضمن مقالات صحفية صدرت قبل عدة سنوات، فإنه يتعين عليك توخي الحذر الكامل. وحتى إذا ما لم يكن الأمر يتعلق بعملية تركيب، فإن ذلك قد يدل على أن الصورة قد تم إخراجها من سياقها. وهذا يحصل كثيرا خلال المظاهرات.

إن هذه الأداة جد مفيدة، لكن من الواجب الحذر، باعتبار أنها لا تحل كل المشاكل التي تعترضك، ذلك أنه هنالك صور تفلت منها. وواقع أن "غوغل" لم يجد صورة، ليس الدليل القاطع على أنه لم يتم مطلقا نشرها على الانترنت. فحتى هذا العملاق الأمريكي، لا يرى كل شيء.

تمثل "تيناي" أداة أخرى للتعرف على الصور. فهي تستكشف بشكل مستمر "الويب" وتضيف صوراً إلى فهرسها بشكل متواصل. وهي تعد إلى حد هذا اليوم نحو 40 مليار صورة. والبحث بواسطة "تيناي"، هو بحث خصوصي ومؤمن.

وتماثل مثل "غوغل صور"، فإن البحث بواسطة "تيناي" يمكن إجراؤه ضمن خانة البحث عبر نسخ العنوان الإلكتروني للصورة (adresse URL). ويمكنك أيضاً أن تحملها على حاسوبك، ثم تنقلها من خلال النقر على السهم الأزرق، أو نقلها مباشرة ضمن خانة البحث.

وحال إطلاق عملية البحث، تقوم برمجية "تيناي" بعملية فرز وانتقاء النتائج. وهي تشير إلى عدد المقالات أو الوثائق على الخط التي تظهر فيها هذه الصورة (هنا 130) وكذلك القائمة الإسمية لهذه المراجع.





ويمكنك أيضا أن تستعمل أسلوب تصفية (ترشيح) البحث عبر "التجميع Collection" (التقاط صورة شاشة مثلما يظهر في الأسفل). وكما في "غوغل صور"، فإن ذلك سوف يعطيك مؤشرا على موثوقية الصورة و/أو ظرفية استعمالها. وعملية البحث هذه بواسطة "التجميع"، والتي تشير إلى اسم وسائل الإعلام التي استعملت الصورة، يمكن أيضا أن تساعدك على تحديد ملتقط الصورة أو مالك حقوق التصرف فيها (في الحالة التي تريد فيها إعادة نشر الصورة ضمن وسيلة الإعلام التي تنتمي إليها).

كما تقترح برمجية "تينأي" وظيفه تسمى "مقارنة الصور Comparer les images" تتيح مقارنة الصورة الأصلية مع إحدى الصور التي تم العثور عليها. وهكذا، يكون بإمكاننا أن نتفطن إلى الفروقات والاختلافات بين الصورتين، وفي الحالة القصوى، التعرف على الطريقة التي تم إعادة تأطير (recadrage) الصورة الأصلية بها، أو إعادة قياس أبعادها، أو إدخال رتوش عليها.

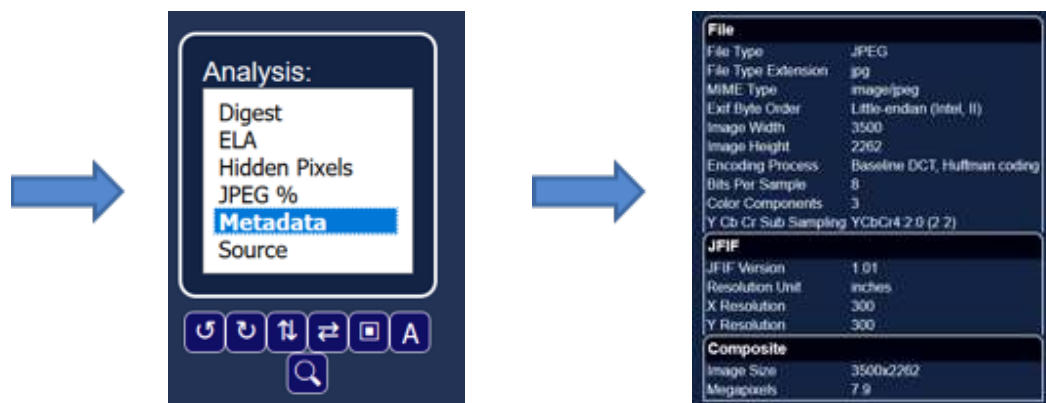
تحليل المعطيات الخاصة بصورة :

إن منهجية "البحث المعكوس recherche inversée" هي المنهجية الأسهل، لكنها ليست المنهجية الوحيدة للبحث عن معلومات حول صورة. والخيار الثاني يتمثل في طلب معطيات حول البيانات الالكترونية الكبرى (métadonnées) المتصلة بالصورة. والبيانات الالكترونية الكبرى، هي عبارة عن معطيات مخفية توجد ضمن ملف (fichier) الصورة. وإذا ما تم إضافة طلب المعلومات، فإنه بمقدورنا أن نجد تاريخ الصورة ونوعية الأجهزة المستخدمة في التقاطها، وطرق التأطير المستعملة، أو أيضا تحديد التموقع الجغرافي لها (GPS).



تعتبر "فوتوفورانسيسكس (www.fotoforensics.com) أداة أكثر تطورا، فضلا عن كونها جد ميسرة عند الاستخدام.

ونتيجة البحث (الذي تم الحصول عليه بعد عمليتي نسخ /الصق العنوان الالكتروني - أو تحميل الصورة) تظهر صفحة تتضمن الصورة المعنية وكذلك حقيبة أدوات صغيرة ("أناليزيس Analysis" في الأعلى على اليسار). أنقر على "ميتاداتا Metadata" من أجل الحصول على البيانات الالكترونية الكبرى.



تقتراح حقيبة الأدوات "أناليزيس Analysis" مهام إضافية، على غرار تدوير الصورة في مختلف الاتجاهات، أو تشخيص مصدرها. وتوجد أيضا في أسفل الصفحة أزرار تمكن من تقاسم التحليل على الشبكات الاجتماعية.

لماذا لا أجد أية بيانات إلكترونية كبرى؟

بعض المواقع أو الشبكات الاجتماعية تقوم بالفسخ الجزئي أو الكلي للمعطيات "أكسيف" الخاصة بالصور. وتلك هي حالة تويتر وفيسبوك وبعض ملفات واتساب.

كيفية تأويل وقراءة البيانات الإلكترونية الكبرى؟

من الناحية المبدئية، فإنه من اليسير فهم بعض المعطيات وقراءتها وتأويلها (التاريخ والموقع، على سبيل المثال). وبالنسبة لمعطيات أخرى، يجب أن نبحث، ولو قليلا، عن معلومات ضمن مجال الصورة. وإذا ما كنت تتحكم في هذه التقنيات، فإنه يمكنك التساؤل عما إذا كانت التعديلات التي ترونها متوافقة تقريبا مع الصورة النهائية: هل أن الإضاءة يجب أن تكون أكثر ظلمة؟ وهل أن هذا العنصر المتحرك يمكن حقيقة أن يكون بدرجة وضوح عالية مع مثل عمليات التعديل هذه؟ وإذا ما لاحظت فروقات، فرما يدل ذلك على أن الصورة قد طالتها رتوش.

إلا أنه يجب التنبه إلى شيء مهم: أيا كانت المعطيات التي تقوم بتحليلها، يجب عليك التعاطي معها بكامل الحذر. فمعطيات "أكسيف" قابلة للتحوير، ويمكن أن يتم التلاعب بها، تحديدا بهدف خداع شخص آخر. فضلا عن ذلك، فإنه يمكن أن يتم تحيينها، إذا ما كان قد تم تغيير وتحوير الصورة، مثلا إذا ما أدخلنا رتوشا على أحد البرمجيات. وعليه، فإن الطريقة الأكثر أمانا وموثوقية، تتمثل في القيام بهذه العملية مع الصورة الأصلية.

وبصورة عامة، فإنه من العسير التأكد بنسبة 100 بالمائة من صدقية صورة ما. فبعض عمليات التركيب، على غرار عمليات "ديبفايك Deepfake" (أنظر القسم 2.1 من هذا الدليل)، يتم إنجازها بكامل الإتقان، ما يجعل من العسير بمكان، التفريق بينها وبين صورة حقيقية. لكن هذه الحالات تظل نادرة. ومن خلال التسلح ببعض سلوكيات الحذر، من الممكن تجنب تقاسم جزء هام من الصور الزائفة/الخاطئة المتداولة على الخط.

لنتذكر:

قبل نشر صورة، يجب عليك أن تكون قادرا على الإجابة على كل الأسئلة التالية :

- ◀ هل أن هذه الصورة أصلية؟
- ◀ أين تم التقاطها ؟
- ◀ متى تم التقاطها ؟
- ◀ في أي ظرفية تم التقاطها؟
- ◀ من التقط الصورة ؟
- ◀ لماذا تم التقاط هذه الصورة ؟

من أجل الذهاب أبعد : [/First Draft](https://firstdraftnews.org/)

تعتبر "فيرست دراфт" (https://firstdraftnews.org) شبكة تضم منظمات من قطاعات الصحافة والحقوق الإنسانية والتكنولوجيا التي تعمل على المستوى الدولي. كما أنها تقترح توجيهات مديرية على الخط (مع نسخ باللغة العربية واللغة الفرنسية) من أجل التثبت والتحقق البصري من الصور. ويتعلق الأمر بدليل مرجعي سريع يمكنه المساعدة على تشخيص عناصر: من، ماذا، أين، متى، ولماذا، المتصلة بالصور والفيديوهات الموضوعة على الخط من قبل أشخاص آخرين ([./\(https://fr.firstdraftnews.org/guide-pour-la-verification-visuelle-des-photos\)](https://fr.firstdraftnews.org/guide-pour-la-verification-visuelle-des-photos)).

5.2 التحقق من فيديو

تعتبر الفيديوهات وسيلة تضليل ذات إقبال كبير على الانترنت، ولاسيما على الشبكات الاجتماعية. وكما هو الأمر بالنسبة إلى الصور، فإننا نجد بالأساس تقنيتين للتزوير والتحوير: تزوير التعليق المصاحب من أجل وضع الفيديو خارج سياقه الحقيقي، وتقنية التحوير الفني للصورة، التي يمكنها هي ذاتها أن تأخذ أشكالاً عدة، على غرار استخراج بعض الصور وإدراج صور جديدة، أو تحوير الشريط المسموع.

والأسئلة التي يتعين طرحها، على هذا الصعيد، قبل استعمال فيديو يتم تداوله على الانترنت، هي بالضبط تلك التي يتعين أن نطرحها بالنسبة لحالة الصورة. من هو صانع هذا الفيديو ؟ أين تم تصويره ؟ متى تم تصويره ؟ كيف تم بثه لاحقاً ؟ هل هناك توافق بين المصدر المحتمل للفيديو ومصدر مستعمل الحساب ؟ وكلما كانت المعلومات بشأن هذا الموضوع متعددة، كلما كان من الممكن التحقق منها، وبالتالي فهم ماهية الموضوع. وعلى العكس من ذلك، يتعين على الصحفي أن ينطلق من مبدأ أنه من المستحيل منح المصدقية لشريط فيديو، في غياب هذه المعلومات.

ومثلما هو الأمر بالنسبة للصورة، يمكنك استعمال تقنية البحث المعكوس. فالفيديو هو بالفعل مكون من عدد كبير جداً من الصور الموضوعة الواحدة تلو الصور الأخرى. وعليه، فإنه من الممكن أن نستخرج بعض الصور من هذا الفيديو، ثم استعمال محرك بحث خاص بالصورة. ويمكن استخدام أداتين موجودتين على الخط للغرض : "Amnesty YouTube Dataviewer" و "فيديو فيريتاس In Video Veritas".

”امنيستي يوتيوب داتا فيوور“

تم وضع أداة ”امنيستي يوتيوب داتا فيوور“ على الخط من قبل منظمة العفو الدولية منذ سنة 2014. وهي يتيح التثبت مما إذا كان فيديو تم بثه على اليوتيوب قد تم إدراجه قبل ذلك على نفس المنصة. ويكفي أن تدخل عنوان اليوتيوب المتعلق بالفيديو، كي تحصل على التاريخ والساعة المدققة التي تم فيها تحميل الفيديو. ولناخذ حالة هذا الفيديو الذي تم بثه على يوتيوب: (<https://www.youtube.com/watch?v=dwLwyHGoWkK>)



Manifestation-avocat-tunisie-solidarité-avec-Sidibouzid-27-12-2010

TheTunisietunia • 15 k vues • il y a 9 ans

يشير عنوان الفيديو لموضوعه (مسيرة محامين تونسيين تضامنا مع المظاهرات في سيدي بوزيد)، وإلى التاريخ المحتمل لتصوير هذا الفيديو (27 ديسمبر 2010). ومن شأن البحث بواسطة "يوتيوب داتا فيور" أن يتيح لك تأكيد هذه المعلومة، من خلال تحديد التاريخ الذي تم فيه إدراج هذا الفيديو. ويكفي وضع العنوان الالكتروني للفيديو (URL) في نافذة البحث والنقر على "غو". في هذه الحالة، هناك تطابق بين التاريخين.



Youtube DataViewer

© 2017 Amnesty International USA | 5 Penn Plaza, New York, NY 10001 | 212.807.8400



Youtube DataViewer

Manifestation-avocat-tunisie-solidarité-avec-Sidibouzid-27-12-2010

Video ID: dwLwyHGoWkK
Upload Date (YYYY/MM/DD): 2010-12-27
Upload Time (UTC): 17:14:08 (convert to local time)



reverse image search

كما أن الفيديو تم تقطيعه إلى صور مصغرة تتيح تطبيق تقنية البحث المعكوس بواسطة أداة "غوغل صور" (أنظر القسم 3.2 من هذا الدليل). والأداة جد سهلة عند الاستخدام، لكنها أيضا محدودة: إذا ما كان قد تم تحويل الفيديو بشكل طفيف مثلا، من خلال تقصير مدته، فإن هذه الأداة ليست قادرة على التفتن إلى مصدره. ومن جهة أخرى، فإن هذه الأداة لا تشتغل سوى مع الفيديوهات المدرجة ضمن يوتيوب. وإذا كنت تريد تحليل شريط فيديو يتم تداوله خارج هذه المنصة، فإنه يتوجب عليك، قبل كل شيء، أن تقوم بتحليل الفيديو على حاسوبك، ثم تنشره بذاتك على يوتيوب.

كما تؤكد منظمة العفو الدولية على ضرورة التنبه الشديد للتفاصيل المحيطة بشريط الفيديو: مثلا النظر إلى اللوحة المنجمية لسيارة من أجل التحقق من مصدره، أو النظر لمحيطه وخلفيته. هل أن الفيديو تم تصويره في مدينة؟ أم في الريف؟ هل هناك عناصر تتيح التعرف على هذه المدينة؟ في أي لحظة يجري فيها هذا المشهد (هل في النهار؟ أم في الليل؟) هل أن التاريخ متوافق مع العناصر البصرية المرئية؟ مثلا، يمكنك ملاحظة طبيعة الطقس، وهل أن المشهد يدور في الخارج باستخدام برمجية "www.wunderground.com/history" (أنظر القسم 4.2 من هذا الدليل)، أو من أجل تحليل أكثر عمقا، استخدام برمجية "سانكالك" (www.suncalc.net) التي تظهر حركة الشمس، وتتيح بالتالي، التثبت مما كانت الظلال التي تظهر على الصورة متوافقة مع الساعة ومع الموقع الذي يحتمل أنه تم فيه التقاط الصورة.

كما أن نوعية الملابس التي يرتديها الأشخاص (هل هي متوافقة مع الموسم والمنطقة التي جرى فيها الحدث)، هي أيضا أمر مهم. ومن الحالات الحديثة المعروفة بشكل كبير، والتي سجلت فيها عملية تلاعب، حالة شريط الفيديو الذي تم تداوله على الشبكات الاجتماعية سنة 2017، والذي تم تقديمه على أنه يعرض أعضاء من أقلية الروهينغيا المسلمة قبيل دفنهم أحياء في مياغار (<https://www.youtube.com/watch?v=q-D1K75IEIA>). وتجري اللقطة في الواقع في أندونيسيا (العسكريون الذين يظهرون على الشاشة يرتدون أزياء تابعة لهذا البلد)، والأمر لا علاقة له بعملية دفن.

كما يتعين التحلي باليقظة الكاملة إزاء أشرطة الفيديو التي لا تصاحبها أشرطة صوتية، لأنه لا يمكننا أن نتعرف على لغة تخاطب الأشخاص الذين يظهرون فيها، مع التنبه إلى أن شريطا سمعيا ليس له أية علاقة مع شريط فيديو، يمكن أن يكون تم وضعه مكان الشريط الأصلي.

”إين فيديو فيريتاس“ In Video Veritas

”إين فيديو فيريتاس InVID (In Video Veritas) ، هي تطبيق تم تطويرها من قبل مشروع أوروبي. ونقطة القوة الأساسية لهذه التقنية مقارنة ببرمجية ”أمستي يوتيوب داتا فيوور“ Amnesty YouTube Dataviewer ، تتمثل في كونها لا تقتصر على التحقق من الفيديوهات المدرجة ضمن يوتيوب. فهي تشتغل أيضا بالنسبة للفيديوهات المدرجة ضمن معظم المنصات الأخرى للشبكات الاجتماعية (بما يعني أنها تشمل، فضلا عن يوتيوب، كلا من فايسبوك وإينستاغرام وتويتر، إلخ).

ويمكنك النفاذ إلى هذه التطبيقية من خلال رفق كلمة ”إينفيد بلوغ-إين « InVID plug-in » على غوغل أو من خلال الذهاب إلى موقع ”إينفيد“ (<http://invid.condat.de>). قم بتسجيل نفسك بواسطة اسم مستخدم وكلمة سر. قم بإضافة ”بلوغين plugin“ إلى جهاز البحث (يستغرق الأمر بضعة ثوان) ثم أطلق التطبيقية.

ويتيح ”إينفيد“ إظهار نافذة مع أدوات كثيرة. لكن الأكثر أهمية هو الركن ”كاي فرام Key Fram“ الذي يمكن ترجمته بـ”الصور المفاتيح“ (المشار إليها أسفل هذا بالسهم الأحمر).

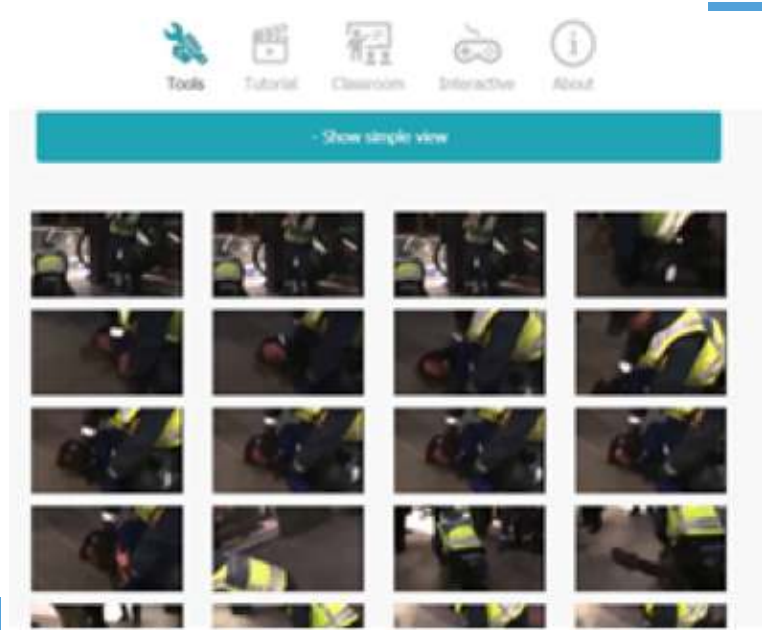




تجربة بواسطة الفيديو الذي تم تداوله بدءاً من سنة 2015 على الشبكات الاجتماعية، والذي يزعم أنه يظهر "اغتيال طفل فلسطيني من قبل شرطي إسرائيلي".



ومن أجل استخدام "كاي فرام"، يكفي نسخ العنوان الإلكتروني (URL) للفيديو المنشور على فيسبوك (أو تويتر، أو يوتيوب، إلخ) ولصقه ضمن نافذة محرك البحث.



وبعد بضع لحظات من التحليل، يعرض محرك البحث عددا كبيرا من الصور التي تتوافق مع لحظات عدة من زمن الفيديو. ومن خلال النقر على واحدة من هذه الأجزاء، يمكنك أن تختار تحليل الصورة عبر تقنية البحث المعكوس (يؤمن "إينفيد" الرابط مع "غوغل صور" و"تينأي" بالخصوص).



ومن خلال القيام بهذه العملية، يمكننا أن نتبين أن الفيديو صحيح، ولكنه تم إخراجه تماما من سياقه. فالفيديو لم يتم تصويره في فلسطين، وإنما في السويد.

فالفيديو يتعلق بعملية إيقاف عنيفة لشاب مغربي من قبل الشرطة السويدية، وهي واقعة نقلتها عديد وسائل الإعلام المغربية وقتها، وأثارت جدلا في كامل أوروبا.

ومن أجل الذهاب أبعد

قام مشروع "المراقبون"، وهو مشروع صحافة تشاركية تقوده القناة الإخبارية الدولية "فرانس 24"، بنشر سلسلة من الأدلة التي تفصل الأدوات اللازمة للتحقق من عمليات تحوير وتزوير الفيديوهات. وهذا المشروع منجز بإتقان ويتميز بكونه وثيقة متكاملة.
(<https://observers.france24.com/fr/tag/guide-verification>)

الفصل 3 : التحقق و التثبت

تم لوقت طويل استخدام المصطلح الإنكليزي "فاكت - شاكينغ" (Fact-checking) من أجل تعيين العمل المنجز صلب الصحف بأمريكا الشمالية من قبل أشخاص متفرغين حصريا للتثبت والتحقق الشاملين من المضامين قبل نشرها، بهدف ضمان الجودة والمصداقية إزاء القراء. وهناك مفهوم ثان للمصطلح، يحيل إلى تقنية ولدت في تسعينات القرن الماضي بالولايات المتحدة، والتي تتمثل في تحليل النصوص والخطابات والمضامين الإعلامية بصورة مدققة عبر السعي إلى التنبيه، إذا لزم الأمر، إلى الأخطاء التي يمكن أن تكون موجودة فيها. وتقنية "فاكت - شاكينغ" التي أخذت البعض من قواعد الصحافة الاستقصائية، قد تطورت في نفس الوقت، وبالتزامن، مع التقنيات الجديدة للاتصال. فالنفاذ إلى محركات البحث، التي أضحت متطورة أكثر فأكثر، وأيضا التقدم المحرز من قبل حركة "أوبن داتا Open Data" (البيانات المفتوحة)، المتمثلة بالنسبة للكيانات العمومية أو الخاصة، في تحرير بيانات ومعطيات لجعلها قابلة للنفاذ إليها من طرف الجميع، تتيح بالفعل، وفي حيز زمني جد قصير، التحقق من الطابع الأصلي، أو نفي معلومة، من خلال اللجوء إلى قواعد بيانات مرفقة بمصادر.

وفي البداية، كان ظهور تقنية "فاكت - شاكينغ" يستجيب لإرادة وسائل الإعلام الأمريكية في جعل المنتخبين والسياسيين أكثر قابلية للمساءلة. وبالفعل، فإن هؤلاء قد استفادوا لوقت طويل من ضرب من التسامح من قبل الصحفيين، الذين يكتفون غالبا بعناصر لغوية خشبية، في ميادين ليسوا فيها، بالضرورة، من المختصين. وقد عرفت هذه الممارسة انتعاشة جديدة مع بدايات السنوات 2000، وذلك في نفس الوقت، من أجل التصدي لنظريات المؤامرة الغربية حول اعتداءات 11 سبتمبر 2001، وكرد فعل على الأكاذيب التي تم ترديدها عامين بعد ذلك صلب مبنى الأمم المتحدة من قبل إدارة الرئيس جورج دبليو بوش حول أسلحة الدمار الشامل المزعومة التي يملكها العراق. وقد انتشرت لاحقا هذه التقنية في كل القارات، إذ أن عددا كبيرا من وسائل الإعلام أضحت تستخدمها، من أجل تنظيم مناظرات بين المرشحين لموعد انتخابي، وللتعرف على قابلية التزاماتهم للتطبيق، وإنما أيضا من أجل التصدي للانتشار المكثف للأخبار الزائفة/الكاذبة على الانترنت.

وتتم ممارسة تقنية "فاكت - شاكينغ" اليوم ضمن عدد كبير من الأشكال والصيغ التي يصعب عرضها في جملتها. ويقدم الدليل الحالي في المقام الأول هذا الشكل من التحقق من الوقائع في شموليته، ثم، وفي مرحلة ثانية، من خلال بعض الأمثلة التي تعتبر جد ممثلة لمجمل الممارسات. وكل واحد من هذه الأمثلة تم أيضا انتقاؤه من قارة مختلفة، بهدف البرهنة على أن تقنية "فاكت - شاكينغ" ليست حكرا على بعض وسائل الإعلام الأمريكية والأوروبية واليابانية أو الكورية الجنوبية، وإنما تفرض نفسها، على العكس من ذلك، كتوجه عميق صلب الصحافة في كافة أنحاء العالم. كما أن خبرات هذه الخلايا الاستقصائية، تتم أيضا تعبئتها من قبل عمالقة التكنولوجيا الرقمية (على غرار غوغل وفايسبوك) الذين يتم اتهامهم بانتظام بأنهم لا يفعلون شيئا من أجل القضاء على انتشار الأخبار الزائفة/الكاذبة على الخط. ويمكن للصحفيين ووسائل الإعلام التونسية أن تجد في هذه التقنية مصدر استلهاهم من أجل النهوض بنموذجها الخاص للتحقق والتثبت، أو من أجل تحفيز المبادرات الجاري إطلاقها، والتي تم تقديمها وعرضها في آخر هذا الفصل.

1.3 الأهداف، الممارسات وأخلاقيات الـ“فاكت - شاكينغ“

تهدف تقنية “فاكت - شاكينغ“، بالدرجة الأولى، إلى جعل الخطاب السياسي تحت مجهر الوقائع. فهي تتيح تقييم نجاعة وتأصل الخطب التي يرددها سياسيون، من خلال مواجهتها مع تقارير خبراء، ومع الأرقام والإحصائيات، أو مع الخطب القديمة التي نجد أثرها لها بواسطة مختلف مصادر المعلومات التي نرى أنها موثوقة، على غرار وكالات الأنباء. ويعتبر الموقع الأمريكي “بوليتيفاك.كوم“ (PolitiFact.com) المحدث سنة 2003، والذي تمت مكافأته سنة 2009 بجائزة بوليتزر، وهي أعلى جائزة صحفية في الولايات المتحدة، موقعا رائدا في هذا المجال. فقد نشر منذ سنة 2007 “محرار الحقيقة“ (“تروث - أو - ميتر« Truth-O-Meter »)، الذي يمكن النفاذ له عبر أجهزة سمارتفون واللوحات الإلكترونية.

وتقيس هذه التطبيقية صدقية التصريحات الصادرة عن شخصيات سياسية أمريكية، بالاستناد إلى سلم يتراوح بين “حقيقي“ و“خاطئ بشكل مفضوح“ مرورا بـ“حقيقي بالأساس“ و“نصف صحيح“ و“خاطئ بالأساس“ و“خاطئ“. وقد تم ملاءمة هذه الشبكة بشكل مختلف من أجل تقييم مستوى احترام وعود الحملات الانتخابية للرؤساء الأمريكيين من خلال مقياس “أوباما ميتر Obama-Mètre“ الذي أصبح سنة 2017 تحت اسم “ترامب - أو - ميتر Trump-O-mètre“.



وقد تم تقليد هذه الممارسة عبر العالم بأكمله. ويتم استخدامها خصوصا خلال فترات الحملة الانتخابية، من أجل وضع البرامج الانتخابية للمرشحين تحت مجهر الخبراء والمعطيات المرقمة، بهدف تقييم مدى مصداقيتها، ومدى قابليتها للتنفيذ. وتخصص بعض وسائل الإعلام أركانا خاصة لهذه الممارسة، في حين أن تقوم بعض وسائل الإعلام الأخرى بمضافة إمكاناتها لنفس الغاية. وبالفعل، فإن عملية الـ“فاكت - شاكينغ“ تقتضي توفر خبرات وموارد (إجراء بحوث سريعة ودقيقة حول ملفات معقدة) لا يمكن لوسيلة إعلام لوحدها أن تملك بالضرورة القدرات على تعبئتها بشكل منفرد.

وصيغة المضافة الأكثر استخداما، هي الصيغة التي تتشارك فيها قناة تلفزيونية وقناة إذاعية ووسيلة إعلام مكتوبة، أي وسائل إعلام ليست في وضعية تنافس مباشر، الواحدة مع الأخرى. يقوم صحفيون من وسائل الإعلام الثلاث بشكل مشترك باستجواب مرشح خلال حصة تلفزيونية يتم نقلها فوراً ومباشرة من قبل الإذاعة والتي يتم تلخيص محتواها "دقيقة بدقيقة" على موقع الإنترنت التابع لوسيلة الإعلام المكتوبة. وتستخدم هذه الأخيرة هذا المضمون أيضاً من أجل تغذية الصفحات السياسية للجريدة التي ستنشرها في اليوم الموالي أو في الأسبوع التالي، إذا ما تعلق الأمر بصحيفة أسبوعية. ويحظى الصحفيون الذين ينشطون النقاش بدعم خبراء، يكونون أيضاً حاضرين في الاستوديو، في كافة الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتربية والأمنية، إلخ. ويتمثل دور هؤلاء في التحقق بشكل مباشر من أن تأكيدات المرشح متناسقة مع المواقف التي عبر عنها سابقاً أو مع الخطابات الأخرى التي أطلقها خلال حملته الانتخابية. كما أنهم يتولون تحليل الحلول المقترحة من قبل المرشح، بهدف تقييم مصداقيتها، والتثبت من أنها تستند إلى معطيات موثوقة أو صحيحة. ويتم مد منشطي الاستجواب بنتائج التحاليل أولاً بأول، والذين يستعملونها بدورهم من أجل مواجهة المرشح بتناقضاته المحتملة، أو من أجل مطالبته بتقديم توضيحات إضافية حول بعض من مقترحاته.

كما يمكن اعتماد هذه التقنية بالنسبة إلى حصة تضم عديد المترشحين، أو خلال نقاش يتواجه فيه المرشحان الإثنان للسباق الأخير، وهما في هذه الحالة، على سبيل المثال، خلال الانتخابات الرئاسية على دورتين. ويتفق أيضاً أن تقوم مؤسسات إعلامية متنافسة، في العادة، بإطلاق مبادرات مشتركة. ففي العام 2019، قامت مؤسسة "بوليفيا - فيرفيكا Boliv-ia-Verifica" بتشريك 32 وسيلة إعلام بوليفية من أجل التثبت من وعود المرشحين للانتخابات العامة (19)، في حين أطلقت 24 وسيلة إعلام في أندونيسيا، وهي من بين أهم الوسائل الإعلامية في هذا البلد، مبادرة "شاكفاكتأبوراCekfacta" للقيام، بشكل مشترك، بتحليل مختلف البرامج السياسية للاقتراع الرئاسي (20). وفي نفس العام، أضحت مؤسسة "فاكت - شاكينغ الأوروبية FactCheck EU"، أول منصة تشاركية أوروبية مخصصة لفرز الصحيح من الخطأ من تصريحات النواب الأوروبيين. وتضم هذه المؤسسة، التي أطلقت بمناسبة انتخابات البرلمان الأوروبي، 19 وسيلة إعلام من 13 بلدا تابعا للاتحاد الأوروبي (21).

آلية للتعديل الذاتي بالنسبة لوسائل الإعلام

تنطبق تقنية الـ "فاكت - شاكينغ" أيضاً على خطابات كل شخص ملتزم ضمن النقاش العام (نقايون، مسؤولو منظمات غير حكومية، رؤساء مؤسسات، إلخ)، وكذلك على وسائل الإعلام نفسها، من أجل تحليل درجة الحيادية والموضوعية في تعاطيهم مع الإعلام، لاسيما عندما يتطرقون إلى المسائل السياسية. ويتمثل الهدف من تطبيق هذه التقنية، التحقق من أن الوقائع لم يتم توظيفها أو تقديمها بصورة موجهة وخبيثة قصد خدمة مصالح حزبية أو من أجل إخفاء نزاعات مصالح. وهناك أركان في الصحف وبعض الحصص في وسائل الإعلام السمعية البصرية، مخصصة كلياً لهذه الممارسة. وتتولى هذه الأركان أو الحصص بتحليل المضامين، من أجل اكتشاف الأخطاء على مستوى الوقائع، أو الإخلالات المتصلة بالأخلاقيات، وإبرازها.

وتقوم بعض وسائل الإعلام نفسها بدعوة قرائها ومستمعيها إلى المشاركة في هذه العملية للتعديل الذاتي، بتمكينهم من الإخطار، عبر المنصات المخصصة للغرض على "النات"، والتي تمثل أحد الأشكال الجديدة لما يسمى "بريد القراء"، بالأخطاء على مستوى الوقائع التي أمكن لهم التفتن إليها ضمن مقالاتهم أو حصصهم الإعلامية. وتتم معالجة هذه الملاحظات من قبل صحفيين من فريق التحرير. كما أنها تكون محور عملية "تصحيح"، إذا كان الخطأ ثابتا وواضحا، أو محور "توضيح" (ينشر في شكل مقال أو بلاغ تتم قراءته على الهواء) إذا كانت وسيلة الإعلام تعتبر أن الواقعة التي استخدمتها هي صحيحة، ولكن يجب تدعيمها بوقائع أخرى، من أجل الحيولة دون أي شكل من أشكال الغموض. كما يمكن لوسيلة الإعلام أن تقرر، عندما ترى أنها لم ترتكب خطأ، أن توضح لقرائنها /مستمعيها المقاربة الصحفية التي انتهجتها، والمصادر التي اعتمدتها من أجل التحقق من الواقعة المعنية. ويمكن أن تحدث مثل هذه الحالة، مثلا، عندما ينه عدد كبير من الأشخاص، عن غير صواب، لنفس الخطأ، أو عندما تكون الواقعة المعنية مرتبطة بخبر حول موضوع حساس، أو هو من محاور الأحداث الراهنة.

أداة رد على الأخبار الزائفة/الكاذبة

لقد تطورت تقنية الـ"فاكت - شاكينغ" أيضا، على اعتبارها أداة رد إزاء التصاعد الكبير للأخبار الزائفة/الكاذبة، والأخبار غير الدقيقة، التي يتم إنتاجها بشكل شبه صناعي على الأنترنت. ويحرص الصحفيون على التدقيق في الوقائع المتصلة بكل أصناف المواضيع، وذلك عبر حوصلة وتحليل الأحداث والمعطيات والتصريحات ذات العلاقة. ويمكن لهذا العمل أن يقود إلى تفكيك خبر كاذب أو إشاعة، لكنه يمكن أن يصلح أيضا لتسيب رؤية الجمهور بشأن خبر يرتكز على وقائع مغلوطة جزئيا، أو يستند إلى وقائع ثابتة، لكنه تم تقديمها وترويجها من قبل الشبكات الاجتماعية بصورة تشوه معناها. واختيار الوقائع التي يتعين التحقق منها أو الإشاعات التي يتوجب تفكيكها، هو أمر تمليه غالبا تطورات الأحداث الراهنة نفسها، ولكن يمكن أن يتم الأمر أيضا من قبل قراء أو مستمعي وسيلة إعلام. وتلك مثلا، حالة قسم "تشاك نيوز CheckNews" التابع للصحيفة اليومية الفرنسية "ليبيراسيون"، الذي يقوم بعملية التحقق بواسطة محرك البحث "أسئلتكم، أجوبتنا" (22) « Vos questions, nos réponses ». نفس الشيء يتم أيضا بواسطة خلية الاستقصاء التابعة للأسبوعية الكورية الجنوبية "نيوز تابا (23) (Newstapa)، أو بواسطة "مدونة" القناة التلفزيونية العمومية البرازيلية "إي بي سي (24) (EBC).

ولا تقوم كل وسائل الإعلام، التي تطبق تقنية الـ"فاكت - شاكينغ"، بالعملية، بواسطة فريق أو برنامج مخصص للغرض. فالبعض منها يدمج هذه التقنية ضمن سلسلة المنظومات القائمة (ركن، يوميات، نشرة إخبارية إلخ). وهناك وسائل إعلام أخرى لا تقوم بذلك إلا بشكل متقطع، وبالنسبة إلى أحداث محددة (انتخابات، إعتداءات، أزمات صحية، إلخ)، أو بالتعاون مع مواقع متخصصة في كشف ودحض الأخبار الزائفة/الكاذبة. ففي جانفي 2020، أحصت قاعدة المعلومات التابعة لقسم "ريبورتر لاب Reporter Lab" التابع لجامعة "دوك Duke" بالولايات المتحدة، 225 "مبادرة نشطة" في 68 بلدا: 55 في أمريكا الشمالية و35 في أمريكا الجنوبية و64 في أوروبا و10 في الشرق الأوسط و16 في إفريقيا و41 في آسيا و4 في أوقيانوسيا (25).

وترتبط هذه المواقع بأجهزة إعلام قائمة، أو تعمل تحت إشراف جهاز تعديل ذاتي تابع لوسائل إعلام، مثل "زيمفاكت ZimFact" في زيمبابوي (26) أو أيضا تشترك مع وسائل إعلام وجامعات مثل مشروع "أكيد Akeed" لمعهد وسائل الإعلام الأردنية (27). إلا أن الغالبية الكبرى من هذه المبادرات منبثقة عن مشاريع أطلقتها منظمات المجتمع المدني، التي تستخدم تقنية الـ"فاكت - شاكينغ" كأداة للرصد على مستوى منطقة أو بلد، وحتى على مستوى قارة، كما هو الحال، مثلا، بالنسبة لموقع "أفريكا تشاك Africa Check" الذي تم تقديمه ضمن القسم 4.3 من هذا الدليل.

ميثاق مبادئ بالنسبة للمشرفين على التحقق والتثبت

تعتبر الشبكة الدولية للمشرفين على التحقق والتثبت (IFCN) مبادرة أطلقها معهد بوينتر لدراسات وسائل الإعلام (Poynter Institute for Media Studies)، وهو مدرسة للصحافة، وجهاز بحث، موجود في سان بيتسبورغ بالولايات المتحدة. فقد طور هذا المعهد ميثاق مبادئ موجه إلى المنظمات التي تطبق تقنية الـ"فاكت - شاكينغ" (<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org>). وفي فيفري 2020، بلغ مجموع الموقعين على هذا الميثاق، 71 منظمة من 44 بلدا، تمثل قارات العالم الست. وبعض هذه المنظمات مرتبطة بوسيلة إعلام قائمة، في حين تمثل أخرى مشروعا منبثقا عن المجتمع المدني. ومن أجل اكتساب أهلية التوقيع على هذا الميثاق، يتعين على وسيلة الإعلام أو المنظمة غير الحكومية، أن تحترم حرفيا المبادئ المضمنة في الميثاق. ويستعيد هذا الميثاق القواعد الكبرى لأخلاقيات المهنة الصحفية، من خلال ملاءمتها مع الرهانات الخصوصية لتقنية الـ"فاكت - شاكينغ"، عبر خمسة التزامات:

1. التزام إزاء الحيادية والمساواة
2. التزام إزاء شفافية المصادر
3. التزام إزاء شفافية التمويل والتنظيم
4. التزام إزاء شفافية المنهجية
5. التزام إزاء سياسة عقابية مفتوحة ونزيهة.



ويتم انتقاء المرشحين للانضمام لهذا الميثاق من قبل لجنة خبراء مستقلين. والمنظمات التي تتم الموافقة عليها، أي تلك التي تم اعتبار أنها تحترم الالتزامات المضمنة في الميثاق، يسند إليها حق نشر شعار الشبكة الدولية للمحققين والمنتشبين (IFCN) على صفحة الاستقبال (الشعار قبالة هذا). ويتم إعادة تقييم هذه الالتزامات كل سنة، والمنظمات التي لم تعد تحترم تلك الالتزامات، ينتزع منها حق استخدام شعار الاعتماد.

التفريق جيدا بين الـ“فاكت - شاكينغ” والصحافة الاستقصائية

تماما مثل الصحافة الاستقصائية، تبرهن تقنية الـ“فاكت - شاكينغ” على أن خبرا ما، هو خبر خاطئ أو صحيح، ومن أي جهة هو خاطئ (أو صحيح). وهذا يفترض منطقيا عملية برهنة في الحالتين. ورغم ذلك، فإن هذين الشكلين من الصحافة يظان مختلفين. فالـ“فاكت - شاكينغ” تتثبت من خبر أو من تصريح أضحى بعد ملكا للعموم، على غرار تصريحات شخصية سياسية، في حين أن ريبورتاجات الاستقصاء تعرض في الغالب أعمالا غير مشروعة تم إخفاؤها عن الجمهور، مثل الفساد والرشوة. كما أن تقنية الـ“فاكت - شاكينغ” لا تبحث بقدر أكثر عمقا، مقارنة بالصحافة الاستقصائية. فالأولى مطالبة بأن تكون سريعة، في حين أن الثانية تتيح زمنا أطول لإجراء التحقيق.

التفريق جيدا بين الـ“فاكت - شاكينغ” والصحافة الإخبارية

إن الشكل الأكثر كلاسيكية للصحافة، والذي يمكن أن نصفه بـ“الصحافة الإخبارية”، هو أيضا له نصيبه من التحقيق، ولكن طموحه يظل أقل. ولنأخذ في هذا الصدد مثلا ملموسا: يتم تكليف صحفي من قبل صحيفته بأن يحزر ليوم الغد خبرا حول انعقاد منتدى اقتصادي، فيأخذ علما بخبر ينقل خطابا ألقاه الرئيس المدير العام لشركة متعددة الجنسيات خلال هذا الحدث. إذا كان يريد استخدام هذا الخبر كمصدر، فإن الصحفي مطالب، بطبيعة الحال، بالتأكد من أن هذه المعلومة واقعية وحقيقية، أي أن الرئيس المدير العام المعني قد ألقى فعليا هذا الخطاب خلال هذا المنتدى. وهو يقوم عموما بعملية التثبت هذه، بصورة شبه أوتوماتيكية، أولا من خلال النظر إلى تاريخ المقال وإلى المصدر الأصلي. فإذا تعلق الأمر بموقع انترنيت مجهول، فإنه يفتح محرك “غوغل”، ويقوم بعملية بحث إضافية للتثبت من أن المعلومة قد تم نقلها أيضا من قبل وكالات أنباء أو من قبل وسائل إعلام عرفت بأنها موثوقة. وإذا كانت تلك هي الحالة، فإنه يقوم لاحقا بقراءة المقال، مع الحرص على عدم وجود خطأ ظاهر يشكك في صدقية المعلومة (مثلا إذا كان المقال المذكور يشير إلى شخص مثل الرئيس المدير العام للشركة الفلانية، في حين أنه رئيس مدير عام لشركة أخرى). وإذا لم يعثر على أي خطأ ظاهر، فإنه يمكنه استعمال هذا المصدر من أجل تحرير خبره. وهذا العمل، هو من أبجديات المهنة الصحفية. إلا أن الأمر، الذي ليس على الصحفي بالضرورة أن يقوم به، أو الأمر، الذي لا يجد الوقت لفعله في ظل هذه الظروف، فهو التثبت والتحقق من أن كل الوقائع المضمنة في خطاب الرئيس المدير العام، هي وقائع صحيحة ودقيقة. فالأخلاقيات المهنية ستفرض عليه، ببساطة، أن يشير إلى مصدر خبره، مع، في حال استخدم تصريحات الرئيس المدير العام، استعمال صيغة من قبيل (بحسب الرئيس المدير العام) من أجل الإشارة الصريحة إلى أن هذا التصريح لم يتم التأكد منه من طرفه شخصيا.

2.3 ركن الـ“فاكت - شاكينغ” في وسيلة إعلام: تطبيقه حل الشفرات في فرنسا DÉCODEURS

تمثل تطبيقه حل الشفرات (Décodeurs) مبادرة للتثبت والتحقق من الوقائع تم بناؤها على مراحل عديدة. فقد أطلقت سنة 2009 في شكل مدونة تشاركية من قبل صحفيين من اليومية الفرنسية ”لوموند“، قبل أن تصبح سنة 2014 ركنًا مستقلًا ضمن نسخة ”الواب“ التابعة لهذه الصحيفة (<https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/>). ويتكون فريقها من عشرة أشخاص، بما في ذلك الصحفيون، والصحفيون المختصون في البيانات المعلوماتية، والصممون والمختصون في الشبكات الاجتماعية. وهم يتثبتون بالأساس من صنفين من التأكيدات والتصريحات:

■ تصريحات الشخصيات والمؤسسات العمومية (الشخصيات والأحزاب السياسية وقادة المؤسسات والمسؤولون النقابيون ووسائل الإعلام والصحفيون ...).

■ الإشاعات المروجة على الانترنت، مثلًا عبر رسائل على الشبكات الاجتماعية ومنشورات على مواقع مختلفة أو ضمن رسائل بريد الكتروني.

ميثاق أخلاقيات مهنية:

تتم الإشارة إلى المعلومات التي تم التحقق منها، في بداية المقال المخصص للتحقق والتثبت منها، تحت عبارة ”ماذا قال/قالت“ أو ”ماذا تقول الإشاعة“. ويجب على مضمون المقالات ومسار التثبت أن يحترما قواعد ميثاق وضعه المشتغلون بتطبيقه فك الشفرات أنفسهم، والذي يستعيد المبادئ الجوهرية للمهنة الصحفية، مع ملاءمتها مع خصوصيات تقنية التحقق والتثبت (https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/03/10/la-charte-des-decodeurs_4365106_4355770.html): لا يتم التثبت إلا في التأكيدات التي تتضمن عناصر وقائعية من الممكن تأكيدها أو نفيها (تاريخ، رقم، موقع، إلخ). والوقائع التي يجب التحقق منها، يتعين أن تكون مرتبطة بالأحداث الراهنة، لكن لا يجب أن تشمل مطلقًا الحياة الخاصة للشخصيات العامة. كما أن التحقق والتثبت يجب أن يتم القيام به بواسطة تقنية التقاطع بين عدة مصادر ذات مصداقية، مع التنصيص عليها. وأخيرًا، وفي حالة الخطأ، فإن عبارة ”تصحيح“ يجب أن تكون موجودة أسفل المقال، وأن تكون مرفقة بتاريخ التحوير، وبجملة توضح العناصر التي تم إصلاحها.

تنتهي المقالات غالبا، ولكن ليس دوما بالضرورة، بشكل من أشكال التقييم، للتأكيدات المنصوص عليها في البداية، وذلك تبعا للطابع الحقيقي للوقائع. والصيغ والعبارات المستخدمة، تبرز حرصا حقيقيا على التنسيب. يمكن لتصريح أو تأكيد أن يتم توصيفه بـ“صحيح” أو “خاطئ”، لكن يمكن أيضا توصيفه بـ“صحيح على الأرجح” و“مبالغ فيه” و“موجه” أو أيضا “أكثر تعقيدا”، عندما توجد عناصر تنسب أو تطعن جزئيا في هذا التأكيد.



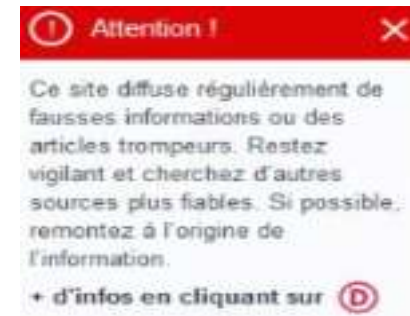
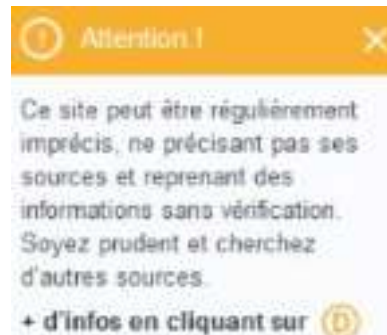
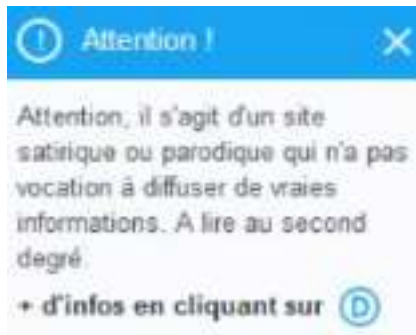
صور ملتقطة من الشاشة لمقالات نشرت ضمن ركن أجهزة فك الشفرات وتظهر مختلف أصناف الصيغ المستخدمة بهدف تقدير صدقية تصريح ما أو معلومة ما (تم الإطلاع على الصفحة يوم 15 جانفي 2020).

وأخيرا، فإن الركن المخصص قد حافظ جزئيا على بعده التشاركي الأصلي، إذ يمكن للقراء أن يقترحوا التثبت أو التحقق من تصريح ما، أو من إشاعة ما، من خلال الاتصال عبر البريد الإلكتروني بالمشرفين على استخدام تقنية فك الشفرات. ويمكن لهؤلاء أن يخصصوا مقالا للموضوع، إذا ما رأوا أن المقترح جدير بالاهتمام.

ديكوداكس Décodex

أطلق المشرفون على تطبيق فك الشفرات في فيفري 2017 مشروع "ديكوداكس" (<https://www.lemonde.fr/verification/Décodex/>). وترتكز فكرة إنشاء هذه الأداة الجديدة على تقييم للوضعية، مداره: على الرغم من الجهود المبذولة من أجل قطع الطريق أمام الإشاعات على الشبكات الاجتماعية وفي المواقع التي تنشرها أو تتداولها، فإن المشرفين على تطبيق فك الشفرات لم يتوصلوا إلى القضاء على الظاهرة. وعليه، فإن "ديكوداكس"، قد تم تصوره كأداة تكميلية لعمل المشرفين على تقنية فك الشفرات. وهو موجه "لمكافحة الانتشار الفيروسي الواسع للأخبار الكاذبة"، و"لمساعدة مستعملي الانترنت على إيجاد ذواتهم في غابة المواقع المنتجة أو المروجة للمعلومات".

وتجسد التقنية الأولى عملية توسيع لجهاز الإبصار مع ملاءمته لبرمجيتي "كروم Chrome" و "فايرفوكس Firefox". وهو تشير بشكل حيني، وخلال عملية الإبصار، إلى أن موقعا ما، هو موقع موثوق على الأرجح، أو أنه موقع ينشر بانتظام أخبارا زائفة/كاذبة، من خلال القيام بإدراج رموز ملونة ضمن مواقع الأخبار المطلع عليها. والرموز الثلاثة هي ذات لون أحمر (بالنسبة للمواقع التي تنشر الكثير من الأخبار الكاذبة)، وذات لون برتقالي (بالنسبة للمواقع التي تتطلب مستوى معين من اليقظة)، وذات لون أزرق، أخيرا، بالنسبة للمواقع الساخرة. وفي كل مرة، يقدم نص توضيحي الأسباب التي قادت إلى تصنيف أحد المصادر على اعتباره إشكاليا.



صورة ملتقطة من الشاشة للرموز الملونة الثلاثة التي يمكن أن تظهر على الصفحة خلال الإبصار في أحد المواقع مع التوسيع باتجاه جهاز الإبصار ديكوداكس.

أما التقنية الثانية، فهي تتمثل في محرك بحث مدمج في فضاء تطبيقات فك التشفير، الخاص بنسخة الصحيفة المنشورة على الخط، والتي تتيح إدخال اسم موقع "الواب" لمعرفة الصنف الذي تم تبويبه فيه.

وتتمثل التقنية الثالثة في صندوق فايستوك يتيح التخاطب المباشر مع مسؤولي تطبيق فك الشفرات، حول مصدر المضامين التي نجدها في الشبكة الاجتماعية. وهو يقترح مقالات بيداغوجية، موجهة بالخصوص للمدرسين، مع نصائح للتفريق بين خبر ومصدر خبر، والطرق التي يمكن بها التثبت والتحقق من معلومة أو صورة أو شريط فيديو يتم تداوله على الانترنت، إلخ.



صورة ملتقطة من الشاشة لموقع ديكوداكس الذي يمكن انطلاقا منه استخدام التطبيقات الثلاث لديكوداكس : القيام ببحث في موقع ، تحميل توسيعات جهاز الإبحار التي تشير بشكل حيني إلى ما إذا كان الموقع محل الإطلاع هو موقع موثوق على الأرجح، والارتباط بصندوق فايستوك من أجل التخاطب مع مسؤولي جهاز فك الشفرات حول بعض المضامين التي قد تكون مضللة.

الاستقبال والانتقادات

بصورة عامة، حظيت تطبيقية فك الشفرات (Décodeurs) باستقبال جيد نسبيا من قبل الجمهور ووسائل الإعلام الفرنسية. فقد تم الإقرار من قبل عدد كبير من الناقدین، بأن هذه المبادرة نافعة، وأن الحاجة إليها تعتبر أهم من النقائص التي تشكو منها الأدوات التي تم تركيزها. أما أهم الانتقادات السلبية فإنها تتعلق بالنقاط التالية:

■ قد تكون صحيفة "لوموند" في حالة "تنازع مصالح"، باعتبار أنها هي ناشر الأخبار، وهي نفسها من يقوم بالتحقق من موثوقيتها، وأنها تنشر هي ذاتها في بعض الأحيان أخبارا زائفة/كاذبة، بفعل نقص اليقظة.

■ قد يتسم ركن "فك الشفرات" ببعض التحيز الإيديولوجي. فاختيار التصريحات والوقائع التي يجب إخضاعها للتحقق، تتصل أكثر بطروحات الحركات السياسية اليمينية أو اليمينية المتطرفة، أكثر مما تشمل حركات اليسار أو اليسار المتطرف.

تطبيقات فك الشفرات في أوروبا

لا تمثل تطبيقات أو أنظمة فك الشفرات في أوروبا (<https://decodeursdeleurope.eu>) تفرعا أوروبا عن نظام فك الشفرات في جريدة "لوموند". يتعلق الأمر بموقع أطلقته مفوضية اللجنة الأوروبية في فرنسا نهاية العام 2016. والهدف منه تقديم إجابات عن الأسئلة والأفكار الشائعة في أوروبا، من خلال القيام بعملية توضيح مبسطة وسهلة النفاذ وقابلة للتثبت، وربما مع بعض النكهة الساخرة، عن سؤالين: ما هو الاتحاد الأوروبي " وما الذي يفعله حقيقة؟. وبالفعل، فإن هذا الاتحاد كان في حالات كثيرة موضع اتهامات مبررة، بهذا القدر أو ذاك. ويعمل الموقع على مكافحة الأفكار الشائعة وغير الدقيقة المروجة، مستخلصا في ذلك العبرة من حملة براكسيت لسنة 2016، وما تضمنته من سلسلة أكاذيب. وفي حال وجود أخطاء أكيدة، والتي تصفها اللجنة الأوروبية أيضا بـ"الأساطير الأوروبية"، فإنه يتم نشر أخبار مختصرة. كما يتم تعبئة مصممي معلوماتية وأشرطة مصورة من أجل مجابهة التضليل، على غرار الشريط المصور بعنوان "مع الأورو كل شيء زاد إلا قدرتي الشرائية؟ هل هذا صحيح فعلا؟". وقد تم اقتراح أكثر من 50 مختصرا إخباريا، بهدف توفير شبكة قراءة متكاملة وعناصر مدرجة في ظرفياتها ومحينة، حول محاور اقتصادية واجتماعية أو بيئية مثل "أوروبا تكلفنا أكثر مما تجلب لنا من منافع؟" أو "أوروبا تحطم مواطن شغلنا؟". كما أن منظومات فك الشفرات الأوروبية، تشجع مستعملي الانترنت على الاتصال بها من أجل إحاطتها علما بالمواضيع التي يودون تقديم توضيحات بشأنها، سواء بواسطة مختصر إخباري، أو بواسطة شريط فيديو.

3.3 وسائل الإعلام تضافر جهودها: "تشافاكتا" في أندونيسيا

"تشافاكتا" ("التحقق من الوقائع" باللغة الأندونيسية)، هي تحالف بين أجهزة الصحافة الرئيسية الأندونيسية التي تقوم بعملية التحقق والتثبت من الوقائع، والتي تنشر أعمالها في موقع مشترك (<https://cekfakta.com>). وتجمع المبادرة بين 24 وسيلة إعلام، تضم صحفا ومجلات ذات انتشار واسع في البلاد (كومباس، ريوبليكا، تامبو...) وكذلك التحالف الأندونيسي للصحفيين المستقلين (AJI)، وجمعية وسائل الإعلام السيرنية الأندونيسية (AMSI) والجمعية الأندونيسية لمكافحة الأخبار الخادعة/الكاذبة (Mafindo). وقد تم إطلاق المشروع سنة 2018 في رد على الانفجار الذي سجلته الأخبار الزائفة/الكاذبة ورسائل الحقد والكره المروجة على الشبكة العنكبوتية الأندونيسية. فعمليات التضييل على الانترنت، هي عمليات جد ضارة في بلد يعرف بكثافة ارتباط سكانه بالانترنت. ووفقا لإحصائيات حديثة، فإنه هنالك 130 مليون أندونيسي، أي نصف السكان، يقضون أكثر من 3 ساعات يوميا على الشبكات الاجتماعية، وهو ما يجعل من هذا البلد، ثالث سوق كبيرة لفايسبوك (28). كما أن الأندونيسيين يعتبرون الشعب الذي يرتبط أكثر من غيره بالفايسبوك عبر الهاتف، قبل الولايات المتحدة.

وتطبق منظومة "تشافاكتا" عملية تثبت وتحقق من الوقائع بالمعنى الكلاسيكي، وليس بطريقة تصنيف مصادر الأخبار، كما هو الحال لمنظومة "ديكوداكس" (أنظر القسم السابق 2.3). إنها تجسد فعليا التزاما بالبحث عن صدقية أو كذب خبر ما، عوضا عن توشي إصدار حكم شامل حول مصدر خبر. ويمكن لأي مستعمل أندونيسي للانترنت أن يطلب من "تشافاكتا" أن تثبت في خبر وجده على "الواب". ويمكنه القيام بذلك بواسطة الهاتف أو عبر رسالة الكترونية أو من خلال تعميم استمارة على الخط. ويمكن للأشخاص الذين يسهرون على تسيير "تشافاكتا" (حوالي 6000 متطوع موزعون على كل أنحاء الأرخبيل) أيضا، أن ينبهوا إلى الأخبار التي يتعين التحقق منها، ولاسيما الأخبار التي بدت لهم مشكوكا فيها أكثر من غيرها، والأكثر انتشارا على الشبكات الاجتماعية. ويتم نقل الخبر لاحقا إلى إحدى وسائل الإعلام الأعضاء في التحالف من أجل التحقق والتثبت. وإذا ما ثبتت صدقية المعلومة، فإن "تشافاكتا" تكتفي بإعلام الشخص الذي قدم طلب التثبت. وفي الحالة المعاكسة، فإن وسيلة الإعلام تحرر مقالا تنشره بشكل متواز على موقعها وعلى موقع "تشافاكتا".

ويكرر عنوان المقال الخبر الزائف، ويلصق به عبارة "زائف" بالبنط العريض، إضافة إلى توضيح حول طبيعة الخطأ ("محتوى مضلل أو مخادع"، "محتوى مختلق"، "محتوى موجه"، إلخ). ويوضح المقال لاحقا، وبشكل مفصل، لماذا اعتبر الخبر خاطئا أو كاذبا أو مفركا، وكذلك المصادر والمنهجية التي استخدمها الصحفي المكلف بعملية التحقق من أجل التوصل إلى هذا الاستنتاج. وينتهي المقال بشعار "تم التحقق منه من قبل وسيلة إعلام" مرفقا بشعار وسيلة الإعلام التي تم تحت إشرافها إنجاز عملية التثبت والتحقق. وبالنسبة للأخبار الزائفة/الكاذبة الأكثر فيروسية وانتشارا، والإشاعات الأكثر تكرارا، فإن عملية التثبت تتم من قبل وسيلتي إعلام على الأقل.

وحال نشره على موقع "تشافاكتا"، فإنه بالإمكان تداول المقال على فايسبوك وتويتر وواتساب من قبل أي مستعمل للانترنت، بفضل أزرار تقاسم باتجاه الشبكات الاجتماعية. وتتيح هذه الوظيفة لـ"تشافاكتا" أن تكون أداة حقيقية للرد والتصدي للأخبار الكاذبة، باعتبار أن هذه المقالات التكدبية يتم بدورها تداولها على الشبكات الاجتماعية، كما أنها قابلة للنفاد إليها بواسطة محركات البحث. وهي تتداول بشكل أكثر كثافة وأفضل انتشارا، خاصة وأن "تشافاكتا" قد أبرمت شراكة مع "غوغل"، التي طورت خوارزمية من أجل زيادة التنصيص على المرجعيات ضمن محرك البحث الخاص بها (29).

هيكلية مقال تحقق من الخبر على موقع تشاكفاكتا

تركيب منجز بواسطة صور ملتقطة من الشاشة على الموقع (<https://cekfakta.com>) تمت زيارته يوم 16 جانفي 2020

[SALAH] Bendungan Bili-Bili Melewati Batas Angka Normal

Sumber: cekfakta.com
Tanggal update: 16/01/2020



SALAH [MISLEADING CONTENT]

HASIL CEK FAKTA

Berdasarkan hasil penelusuran, informasi tersebut memang benar. Sebab, di sekitar bendungan tersebut banyak terdapat DBO, khususnya di Desa Nalau, Kecamatan Kumpang, Kabupaten Kepulauan Seribu Utara, Provinsi DKI Jakarta dan Provinsi Kalimantan Barat. Kemudian, Bendungan Bili-Bili memang sudah dibangun pada tahun 1980-an dan dibangun oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR). Tidak ada data yang menunjukkan bahwa bendungan tersebut sudah melampaui batas normal. Bendungan tersebut dibangun pada tahun 1980-an dan dibangun oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR). Tidak ada data yang menunjukkan bahwa bendungan tersebut sudah melampaui batas normal. Bendungan tersebut dibangun pada tahun 1980-an dan dibangun oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR). Tidak ada data yang menunjukkan bahwa bendungan tersebut sudah melampaui batas normal.

2 media telah memverifikasi klaim ini

Share Tweet Send Bagikan

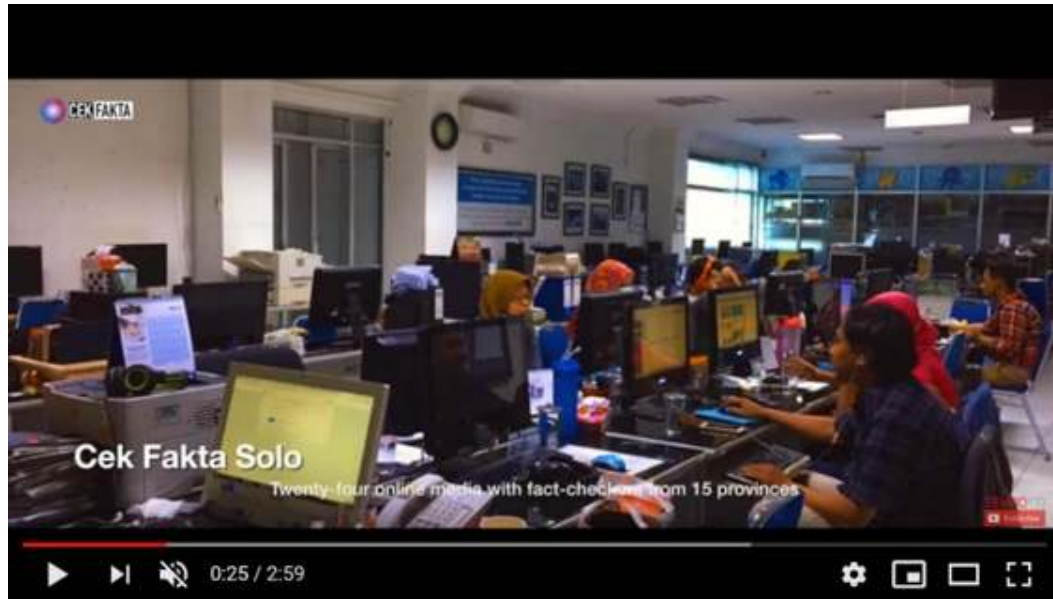
يشير المقال في الأول إلى عنوان الخبر الكاذب، وكذلك مصدره (“سومبار”) وتاريخ نشره (“تغلبوليش”). كما يشير بوضوح إلى أن الخبر كاذب (“صالح”) ويقدم توضيحا حول طبيعة هذا الكذب أو الخطأ. ويتعلق الأمر هنا بـ “محتوى مضلل”

يذكر المقال لاحقا بمحتوى الخبر الكاذب، ثم يفسر نتائج عملية التحقق “حاصل تشاكفاكتا” (الصورة الملتقطة من الشاشة على اليسار)

ويشير المقال في نهايته إلى عدد وسائل الإعلام التي شاركت في عملية التحقق. وفي هذه الحالة، وسيلتا إعلام (2)، ويورد إسميهما عبر عرض شعاريهما (صورة ملتقطة من الشاشة أسفل هذا). ويمكن للقراء لاحقا أن ينشروا المقال على فايسبوك وتويتر وواتساب باستخدام أزرار التقاسم باتجاه الشبكات الاجتماعية.

التثبت من الوقائع بصورة مباشرة خلال مناظرة الانتخابات الرئاسية

اكتسبت منظومة "تشاكفاكتا" سمعة وطنية خلال المناظرة التلفزيونية بمناسبة الدورة الثانية للانتخابات الرئاسية لسنة 2019، والتي تولت بثها كبرى القنوات التلفزيونية بالبلاد. فقد قام التحالف بتعبئة نحو مائتي متحقق ومنتبث، وكذلك خبراء في كل الميادين (السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية، إلخ) من أجل تأمين التحليل المباشر للحوار بين المرشحين الاثني المتبقين. وكان الهدف من هذه العملية، تقييم تناسق خطابيهما مقارنة بتصريحاتهما السابقة، والتثبت من صدقية أقوالهما، والتدقيق في موثوقية الوقائع والأرقام التي يستخدمانها ضمن برنامجيهما الانتخابيين. وعند التثبت والتحقق منها من قبل الخبراء، فإنه يتم نقل النتائج إلى وسائل الإعلام الأعضاء في التحالف، التي تتولى نشرها بشكل حيني على الانترنت ضمن مواقعها. والتأكيدات والتصريحات التي تثير أكثر من غيرها التساؤل، يتم مد الصحفيين المكلفين بتنشيط المناظرة بها، حتى يتسنى لهم طلب توضيحات من المرشحين أو وضعهما في مواجهة تناقضاتهما.



عملية التحقق والتثبت تشاكفاكتا مباشرة خلال الانتخابات الرئاسية والعامّة في أندونيسيا

صورة ملتقطة من الشاشة أنتجتها تشاكفاكتا حول التثبت والتحقق من الوقائع خلال الحملة الانتخابية ما بين الدورتين للانتخابات الرئاسية لسنة 2019. من أجل مشاهدة الفيديو على يوتيوب: <https://urlz.fr/bAIG>

#cekfakta #tempocekfakta #ketahuifaktanya

[Cek Fakta] Indonesia Presidential And General Election Live Fact Checking

4.3 التحقق من الوقائع على صعيد قارة : أفريقيا تشاك (AFRICA CKECK)

إن منظومة أفريقيا تشاك (Africa Check)، التي ولدت من رحم شراكة بين مؤسسة وكالة الأنباء الفرنسية، وجامعة ويتواترساند الجنوب إفريقية، هي وسيلة إعلام غير متحيزة وغير متحزبة، تسعى إلى النهوض بثقافة التحقق الصحفي في إفريقيا، من خلال تمكين القراء من الأدوات، ومن خلال إنتاج تقاريرها الاستقصائية الخاصة. كما أنها تشتغل وفقا لنموذج تشاركي، مع إعطاء الإمكانية للجمهور كي يقترح على الصحفيين مواضيع يتعين التثبت والتحقق منها.

وفي بداية العام 2020، كانت "أفريكا تشاك" تشغل 30 أجيلا بنظام دوام كامل، بما في ذلك صحفيون ومختصون في الشبكات الاجتماعية وباحثون في الصحة والألسنية والأمن والبيئة والعلوم السياسية. والفريق موزع على أربعة مواقع: جنوب إفريقيا، كينيا، نيجيريا، والسينغال، حيث تم تركيز فريق التحرير باللغة الفرنسية. وهناك متابعون محليون للأخبار يتيحون أيضا للجمعية تجميع أخبار في بلدان أخرى، على غرار ناميبيا وزمبيا وزيمبابوي وغينيا والكوت دي فوار أو أثيوبيا.

وتشتغل "أفريكا تشاك" بكامل الشفافية: تنص صفحة التقديم في موقعها على مصادر تمويلها، وهي متأتية غالبا من مؤسسات خيرية، ليس هناك واحدة منها تقدم نسبة تفوق الثلث من المداخيل. كما يوضح الموقع، بالتفاصيل، المنهجية المعتمدة للتثبت والتحقق من الأخبار. ويمكن للقراء أن يطرحوا مقترحات، من خلال تعميم استمارة بهدف الحصول على توضيحات حول تصريح ما أو موضوع أو رقم ما يتم تداوله على الشبكات الاجتماعية. وعندها، يتكفل الصحفيون والباحثون بالتثبت من الخبر من المصدر، قبل تأكيده أو تكذيبه أو تنسيبه.

أساليب تثبت وتحقق جد صارمة

تتم معالجة المواضيع السياسية والاقتصادية أو غيرها بكثير من الصرامة، مثلما يبرهن على ذلك المقال الذي نشره الموقع في جوان 2018 حول توريد الأرز في إفريقيا. يبدأ كل شيء بتصريح مسؤول بمنظمة حكومية يقول فيه إن القارة تورد 24 مليون طن من الأرز سنويا. وقد تم استخدام هذا الخبر من قبل عدد كبير من وسائل الإعلام الإفريقية والدولية، مثل "جون أفريك" أو "لوموند". لكن، وفي أعقاب طلب أحد القراء، قامت منظومة "أفريكا تشاك" بالتحقق من الخبر، الذي تبين أنه خاطئ وكاذب (<https://urlz.fr/bBed>). وهناك واقعة أخرى شديدة الأهمية: سنة 2017، وفي أعقاب نشر نتائج عمليات التحقق المنجزة من قبل "أفريكا تشاك"، قامت المنظمة العالمية للصحة (OMS) بتصحيح صفحة "واب" على موقعها على الانترنت، تم التأكيد فيها على أن 50 بالمائة من الولادات في إفريقيا جنوب الصحراء، تتم خلال فترة المراهقة. إلا أنه، وبعد عملية التقاطع والتثبت، نزل الرقم إلى 11 بالمائة (<https://urlz.fr/bBdJ>).

ويتم إنجاز عمليات البحث حول تصريحات الشخصيات العامة أو عن المضامين الإعلامية التي تختار منظومة "أفريكا تشاك" التحقق منها، بواسطة صحفي، بدعم من خبراء، هم في الغالب باحثون جامعيون. وعند الانتهاء من هذه البحوث، يتناقش ثلاثة من أعضاء المنظومة (كاتب المقال وصحفيان آخران) حول التقييم الملائم بشأن التصريح الذي تم التحقق منه، مع اعتماد التصويت في غياب الإجماع. وتتضمن منظومة "التقييم" ثماني درجات (أنظر أسفل هذا).

رموز تقييم صدقية تصريح منجزة من قبل "أفريكا تشاك"

عملية تركيب منجزة بواسطة صور ملتقطة من الشاشة من موقع "أفريكا تشاك"،

الصفحة (<https://fr.africacheck.org/a-propos/comment-nous-évaluons-les-declarations>)، (تم الإطلاع عليها يوم 17 جانفي 2020)

صحيح عموما : يحتوي التصريح على عناصر حقيقية ولكنه ليس دقيقا بالكامل أو يجب توضيحه.



صحيح : التصريح دقيق وفق أفضل البراهين المتاحة بشكل عمومي في هذه اللحظة.



مضلل : عناصر التصريح صحيحة ولكن تم تقديمها بصورة توقع المتابع في الخطأ.



غير مبرهن عليه: البراهين القابلة للنفاد بالنسبة للجمهور في هذه اللحظة لا تبرهن ولا تدحض التصريح.



سوء تقدير : التصريح ينطوي على سوء تقدير للوقائع.



مبالغ فيه : يتناول التصريح الوقائع بكثير من المبالغة.



تم التثبت منه : تم التحقق والتثبت من عديد التصريحات.



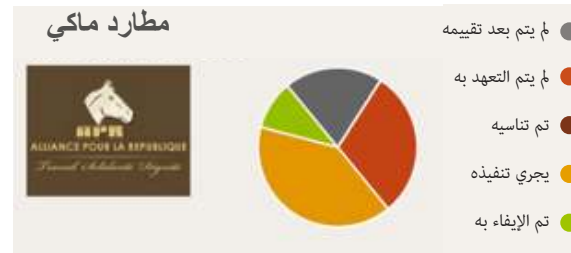
غير صحيح: التصريح غير دقيق وفقا لأفضل البراهين المتاحة عموما في هذه اللحظة.



”مطارد الوعود الانتخابية“

كما تقترح منظومة ”أفريكا تشاك“ على الخط، أداة ترمي إلى تقييم احترام رؤساء الحكومات لتعهداتهم خلال الحملة الانتخابية وهذا ”المطارد للوعود الانتخابية“ ينطبق على البلدان الأربعة التي يوجد بها مكتب للجمعية (جنوب إفريقيا، نيجيريا، كينيا، السنغال). ويقوم صحفيو الجمعية بانتقاء أحد الوعود، ثم يقومون بعملية التحقق فيه، بالاستناد إلى الوقائع والأرقام، وإذا ما تم الإيفاء بهذا التعهد، أو لم يتم الإيفاء به، أو إن كان في طور الإنجاز، وفي هذه الحالة تبين مستوى التقدم المنجز. ويتم تقديم النتائج ضمن مقال يدمج تقييما بواسطة الرموز (أنظر أسفل هذا).

مطارد الوعود الانتخابية للرئيس السنغالي، ماي سال
عملية تركيب منجزة بواسطة صور ملتقطة من الشاشة على موقع ”أفريكا تشاك“ (تم الاطلاع على الصفحة يوم 17 جانفي 2020).



بناء وتجهيز 10 مستشفيات من المستوى الإقليمي، ومقدار مركز صحي واحد على الأقل في كل واحدة من البلديات.

إرساء منظومة تغطية عامة أساسية للأمراض.

إحداث جامعة مهن بالنسبة لأقطاب التنمية الستة التي تم اختيار درسها، ضمن كل قطب، وفي نطاق شراكة عمومي خاص (PPP).

سيتم تخصيص 300 مليار للاستثمارات السياحية على مدى فترة سبع سنوات.



وسائل الإعلام تتعاون مع عمالقة النات

أعلنت فايسبوك في أكتوبر 2019 أن برنامجها للتحقق من قبل أطراف أخرى ("ثيرد بارتى فاكْت - تشاكينغ" « Third party fact-checking »)، سيتم توسيعه ليشمل عشرة بلدان إفريقية. وتتمثل مهمة هذا البرنامج، الذي دخل حيز النشاط منذ 2017، في ربط شركات مع وسائل الإعلام الجامعة منها، والمتخصصة، في نطاق عمليات ال"فاكت شاكينغ" (التحقق والتثبت). وفي بداية سنة 2020، كانت هناك شركات بين زهاء 60 وسيلة إعلامية ناطقة بأكثر من 25 لغة عبر العالم، بما في ذلك وكالة الأنباء الفرنسية. وفي كل الأيام، تقوم "فايسبوك" بتصنيف مقالات ومحتويات نبه إليها مستعملون على أنها مشبوهة. وتقوم وسائل الإعلام الشريكة (التي تتلقى مقابلا ماليا عن إسهاماتها) بالتحقق والتثبت من هذه المقالات والمحتويات. وإذا ما تبين أن هذه الأخيرة زائفة وكاذبة، فإن "فايسبوك" تتحرك من أجل أن تكون هذه المقالات والمحتويات أقل بروزا على الشبكة: تحد خوارزمية "فايسبوك" بشكل آلي من درجة بروز المواقع التي كانت مصدرا لهذه المقالات، كما يتم إرسال إرسالية تحذير إلى مستعملي الانترنت الذين يتقاسمون تلك المقالات.

ومن ناحيتها، قامت "غوغل" بإرساء منصة "كروس تشاك" « (https://firstdraftnews.org/project) » "Cross Check"، وذلك أيضا بالشراكة مع وسائل إعلام. وهي ترمي إلى تصنيف المنشورات على "الواب"، من خلال الكشف السريع عن الأخبار الكاذبة التي يتم ترويجها عبر الشبكة. كما وقعت كل من "فايسبوك" و"غوغل" و"تويتير"، "ميثاق الممارسات الجيدة لمكافحة التضليل" للاتحاد الأوروبي. إلا أن هؤلاء العمالقة الثلاثة للنت، قد تم توجيه تنبيه إليها من قبل اللجنة الأوروبية ضمن تقرير نشر في مارس 2019، وينتقد أوجه تقصير هؤلاء في تنفيذ هذا الالتزام (30).

5.3 مرجعية في العالم العربي: "أكيد" (AKEED)

تعتبر منصة التحقق من الأخبار "أكيد" التي تم إطلاقها يوم 21 سبتمبر 2014، مبادرة من معهد وسائل الإعلام الأردنية، وهو هيكل ممول من قبل مؤسسة الملك عبد الله الثاني للتنمية. ويهدف برنامج "أكيد" (https://akeed.jo/ar/) إلى نشر ثقافة المسؤولية لدى وسائل الإعلام والصحفيين والمجتمع الأردني عامة، عندما يستهلك هذا الأخير الإعلام، أو ينتج عبر الشبكات الاجتماعية.

وتطبق "أكيد" التحقق من الوقائع من خلال أداة إسمها "مرصد متابعة مصداقية وسائل الإعلام الأردنية". وفي جوان 2019، حصلت هذه الأداة على بطاقة إشهاد بأنها مطابقة "لقواعد التحقق والتثبت والنفاذ إلى الحقيقة على قاعدة معايير علمية ومهنية وأخلاقية واضحة ومصرح بها" من قبل مخبر رصد مواقع الفاكت شاكينغ "دوك ريبورترس لاب" « Duke Reporters Lab » المرتبط بجامعة دوك في الولايات المتحدة. وتعد منظومة "أكيد" (مع بدايات سنة 2020) واحدة من منصتين باللغة العربية تستجيب للممارسات الدولية الجيدة في مجال التحقق والتثبت من الأخبار. أما المنظومة الثانية فهي منظومة "فاتابيانو" (<https://fatabyyano.net>) (Fatabyyano)، وهي أيضا موقع مركزه الأردن، ويتمتع بالإشهاد من الشبكة الدولية للمتحققين من الأخبار (31) (IFCN).



The screenshot displays the Akid website interface. At the top, the logo "أكيد" (Akid) is prominently featured, with the tagline "مرصد مصداقية الإعلام الأردني" (Jordanian Media Credibility Observatory) below it. A navigation bar includes links for "الرئيسية" (Home), "عن المرصد" (About the Observatory), "التقارير" (Reports), "المعايير" (Standards), "الأسلوب" (Style), "الموارد" (Resources), "الأطر المرجعية" (Reference Frameworks), and "مدونة السلوك" (Code of Conduct). Social media icons for Facebook, Twitter, Instagram, and LinkedIn are also present.

The main content area features a video player on the left, showing a bottle with a skull and crossbones, and a play button. To the right of the video player is a news article titled "وسيلة إعلام ترتكب مخالفة مهنية جسيمة بنشرها فيديو لشخص يحتضر بعد قتله" (A media outlet commits a serious professional violation by publishing a video of a person who died after being killed). The article is dated 02/14/2020. Below the title, there is a short text snippet: "أكيد: الترتيب وسيلة إعلام مخالفة أخلاقيا بنشر... مخالفة مهنية جسيمة... بنشرها فيديو لشخص... يحتضر بعد قتله...". To the right of the article, there are three small thumbnail images: a woman's face, a bottle, and a question mark.

التثبت من الخبر من أجل التأثير إيجابا على وسائل الإعلام

تسعى آلية "متابعة مصداقية وسائل الإعلام الأردنية" ضمن مشروع "أكيد" إلى تحقيق هدفين: الإسهام في ضمان حق المواطنين في إعلام دقيق وصحيح، ومساعدة وسائل الإعلام على تحسين جودة مضامينها. وعليه، فإن هذه الآلية تلتزم بإثبات الصبغة الحقيقية أو الكاذبة لخبر ما، ولكن دون الإضرار بصورة ومصداقية الصحفيين ووسائل الإعلام، عندما يرتكب هؤلاء أخطاء. وبالفعل، فإن "أكيد" لا تسعى إلى جعل وسائل الإعلام موضع اتهام، وإنما تعمل على تمكينها من الأدوات التي يمكنها بذاتها استخدامها بغية تعزيز مستوى نجاعتها المهنية. وهكذا، فإن الموقع يقترح بصيغة النفاذ الحر موارد بيداغوجية حول المعايير المتعارفة التي يجب احترامها في مجال التحقق والتثبت من الخبر، وكذلك نصائح عملية من أجل القيام بعملية التحقق هذه، وأيضا أمثلة عن الممارسات الجيدة وعن قواعد السلوك المعتمدة في مختلف أنحاء العالم.

وقد تم إدراج المنهجية التي تستخدمها "أكيد" للتثبت من الأخبار، على الموقع. فالأخبار يجري التثبت منها يوميا، ويتم بشكل عام انتقاؤها من بين الأخبار التي نشرها وسائل الإعلام الأردنية، والتي يبدو أن مصادرها مشكوك فيها. ويمكن لمستعملي الانترنت أيضا أن يرسلوا طلبات تحقق وتثبت بواسطة استمارة يتم النفاذ إليها على الخط. وأخيرا، فإن نتائج عمليات التحقق يتم تقديمها ضمن تقارير يومية (ما بين 200 و300 تقرير سنويا منذ سنة 2015)، ثم يتم تجميعها ضمن تقارير تنشر شهريا.



كيف دخلت "الجزيرة" إلى عصر الـ"فاكت تشاكنغ"؟

قامت قناة الجزيرة سنة 2006 ببعث "وحدة وسائل الإعلام الجديدة". وكان الهدف من ذلك، تيسير تأقلمها مع التكنولوجيات الرقمية الجديدة، وتطوير تفاعلاتها مع الجمهور. وقد قررت القناة بالخصوص إدماج "الصحافة المواطنة" ضمن خطها التحريري، من خلال استعمال المضامين التي يرسلها مشاهدون إليها. وقد تسارع هذا التوجه مع ظهور أجهزة السمارتفون والتوسع السريع للانترنت ذات التدفق العالي، ولكن أيضا في ظل انتفاضات "الربيع العربي" التي تم خلالها غلق مكاتب القناة في عديد بلدان المنطقة. وقد وجدت قناة الجزيرة الوسيلة للتحايل على الرقابة، من خلال بث عدد كبير من الفيديوهات والصور التي نشرها مواطنون على الشبكات الاجتماعية. وقد أتاحت هذه السياسة كسر الصمت المفروض من قبل الأنظمة في تونس وليبيا ومصر، لكنها عرفت أيضا بعض الإخفاقات المدوية، في ظل استخدام أجهزة فيديو أخرت من سياقها، وقامت القناة ببثها بشكل غير مسؤول، أي دون أخذ الوقت الضروري للتثبت منها عبر وضعها في مجابهة مصادر أخرى. وعلى سبيل المثال، استنكرت الجزيرة في مارس 2011 عمليات تعذيب متظاهرين في اليمن من قبل قوات الأمن في هذا البلد، بالاستناد إلى شريط فيديو، تبين لاحقا أنه شريط تم تصويره في العراق زمن نظام الرئيس السابق صدام حسين. وقد قادت هذه الأخطاء القناة إلى تطوير معايير جديدة للتحقق والتثبت من المحتويات المرسله من قبل "الصحفيين المواطنين"، وفقا لمقاربة الـ"فاكت تشاكنغ".

6.3 مشروع رائد في تونس : "بي أن تشاك" BN CHECK

بي أن تشاك هو موقع للتحقق والتثبت من الأخبار تم إطلاقه في أوت 2019 من قبل الصحيفة على الخط "بزنس نيوز" (<https://www.businessnews.com.tn/bncheck>). وهو أول وسيلة إعلام تونسية اندرجت ضمن التوجه العالمي للـ"فاكت تشاكنغ"، ويظل الموقع الوحيد إلى حد هذا اليوم (مارس 2020).



و"بزنس نيوز"، هي صحيفة الكترونية تنشرها شركة "ديجيتال ميديا كومباني" (Digital Media Company) (DMC). وهذه الصحيفة، التي أطلقت يوم 15 جانفي 2008، قد سجلت سنة 2019 معدل 60 ألف زيارة لموقعها يوميا. وبذلك، فإنها تعتبر من أكثر وسائل الإعلام قراءة في تونس. وهي تتوجه بالأساس إلى فاعلي الحياة الاقتصادية والسياسية، سواء كانوا من المنتخبين أو الإطارات، أو مسيري الإدارة العمومية، ومسؤولي الشركات ورجال البنوك والمستثمرين والاتصاليين وكذلك الأجهزة المتخصصة.

وتعتبر الصحيفة نفسها أنها تنتج "تغطية للأحداث مدققة ومستقاة من مصادر ثابتة وموثوقة، وتتم معالجتها وتحليلها والتعليق عليها من قبل فريق من الصحفيين الأكفاء طبقا لأخلاقيات المهنة الصحفية ولمقتضيات المهنة". وإنتاج المقالات هو حصريا من إنجاز فريق تحرير "بزنس نيوز"، ما عدا بعض الاستثناءات.

وقد دشّن إطلاق مشروع "بي آن تشاك" تغييرا في الواجهة، ضمن مقاربة "بزنس نيوز" للتعاطي مع الإشاعات والأخبار الزائفة/الكاذبة التي تلوث "الواب" في تونس. وفي الأصل، لم تكن الصحيفة ترغب في الإشارة إلى هذه الأخبار الزائفة/الكاذبة، كي لا تجعل من أعمدتها منصة لترويجها. لكن، وإزاء الحجم الكبير للظاهرة، رأت الصحيفة أن مسؤوليتها كوسيلة إعلام إخبارية مهنية، تتمثل أيضا في تحسيس قرائها بالمخاطر التي تجرّها الأخبار الزائفة على الحوار الديمقراطي. كما أن منظومة "بي آن تشاك" تتيح لـ"بزنس نيوز" إضفاء طابع مفيد إضافي على عمل التحقق والتثبت من الوقائع الذي يقوم به يوميا الصحفيون، أعضاء فريق تحريرها.

وقد شرعت "بي آن تشاك" في عمل التثبت والتحقق خلال الحملة الانتخابية لسنة 2019. وقد تركز جزء كبير من نشاطها على الإشاعات والأخبار المختلقة التي يتم تداولها على الشبكات الاجتماعية. يتولى الصحفيون بتدقيق وتمحيص الأخبار الأكثر انتشارا، ويقومون بتقديم النتائج ضمن مقالات تقدم إجابات مدعمة وموثقة عن تساؤلات القراء.

كما تشتغل "بي آن تشاك" على الخطاب السياسي. وهي تجتهد من أجل فرز الخاطئ من الصحيح من بين وعود الحملة الانتخابية، أو الأرقام التي يستخدمها المنتخبون من أجل تبرير أعمالهم أو التسويق لحصيلتهم.

وتهدف "بي آن تشاك"، التي توفر أيضا نسخة باللغة الفرنسية، إلى الحصول على الإشهاد بالمطابقة من قبل الشبكة الدولية للتحقق والتثبت من الأخبار (IFCN).

The image shows a screenshot of the BN Check website. The header features the Business News logo on the left and the BN Check logo with a checkmark on the right. Below the header, the date "LUNDI 24 FEVRIER 2020" and the time "HEURE DE TUNIS : 11:23" are displayed. The main content area shows three news articles, each with a photo and a title:

- Mohamed Abbou et les sahéniens**: A photo of Mohamed Abbou speaking at a podium.
- Akissa Bahri n'est pas la nièce de Kais Saïed**: A photo of Akissa Bahri speaking.
- La vérité sur la promotion accordée à la Première dame**: A photo of a woman wearing sunglasses and a blue jacket.

منصة رصد الأخبار الزائفة في الفضاء الرقمي التونسي بقلم: النوري اللجمي، رئيس الهيئة العليا المستقلة للإتصال السمعي البصري

”منصة رصد الأخبار الزائفة في الفضاء الرقمي التونسي“، هي مبادرة تقوم عليها الهيئة العليا المستقلة للإتصال السمعي البصري (هايكا) بالشراكة مع برنامج الأمم المتحدة للتنمية (PNUD) ومركز جينيف لحوكة قطاع الأمن (ديكاف DCAF). وتتمتع هذه المبادرة بدعم مالي من مجلس أوروبا في نطاق مشروع دعم الهيئات المستقلة في تونس (PAII-T). وترمي هذه الأداة، التي تم تصورها وتطويرها من قبل الشركة التونسية ”فانورون“ (Vneuron)، إلى رصد وتحليل الأخبار الزائفة التي يتم تداولها على الشبكات الاجتماعية والصحافة الإلكترونية وفي فضاء ”الواب“، بصورة عامة. وهي ستمكن من إنتاج تقارير وإحصائيات حول التضليل الإعلامي في تونس، ومن هناك، توفير قاعدة بيانات وطنية يمكن لقطاع الإعلام في مجمله أن يستخدمها من أجل إعلام الجمهور بشكل أفضل.

وقد تم اختبار المنصة بنجاح بمناسبة الانتخابات الرئاسية. وقد عبأت هذه المرحلة التجريبية قسم الإعلامية صلب الـ”هايكا“، الذي أشرف على الجوانب الفنية للمنصة، وقرابة عشرة صحفيين ينتمون إلى وسائل إعلام عمومية (ال تلفزة الوطنية، الإذاعة الوطنية ووكالة تونس إفريقيا للأنباء) تم تكليفهم بكشف وتحليل الأخبار المشكوك فيها التي يتم تداولها على ”الواب“ خلال تلك الفترة. وقد تم نشر نتائج تحاليل الفريق التي تؤكد أو تكذب أو تنسب هذه الأخبار، على موقعين هما: tunisiacheknews.com و factchecking.watania1.tn، وكذلك صفحة الفايسبوك Tunisicheknews. وبالتوازي مع ذلك، تم تكوين زهاء مائة صحفي يعملون في تونس العاصمة وفي الجهات، في تقنيات التحقق من الأخبار، وذلك في أفق التحضير للمرحلة الثانية من مسار تنفيذ المشروع.

وبالفعل، فإن الـ”هايكا“ تشتغل مستقبلا على بعث مجمع يضم وسائل إعلام عمومية ووسائل إعلام خاصة ومنظمات من المجتمع المدني، بهدف تأمين ديمومة المنصة وتوسيع مجال تحركها ليشمل مجمل المضامين والمحتويات المنشورة على الواب التونسي. فالأخبار المشكوك فيها التي يكشفها أعضاء المجمع، سيتم إدراجها ضمن المنصة من أجل التحقق منها من قبل الصحفيين المشاركين. ويمكن للمنظومة أن تقدم أيضا للصحفيين عناصر للمشاهدة من المحتمل أن يتم اعتبارها أخبارا زائفة أو عناصر جديرة بالتثبت والتمحيص بفعل تأثيرها المحتمل. وهذه المواد قد تكون، على سبيل المثال، أشرطة الفيديو الأكثر مشاهدة على يوتيوب في البلاد خلال الساعات الأربع والعشرين المنقضية، أو أيضا التعليقات والتدوينات الفايسبوكية التي تحصلت أكثر من غيرها على عبارات ”إعجاب like“ أو ”استهجان dislike“.

{.../...}

منصة رصد الأخبار الزائفة في الفضاء الرقمي التونسي بقلم: النوري اللجمي، رئيس الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري

(.../...)

والأخبار التي يتم تصنيفها على أنها محتملة الزيف، تمر لاحقا بمرحلة مصادقة. ويتم فرزها بالاستناد إلى سلم مؤشرات تركيبية يتضمن جملة من المقاييس، من قبيل الأولوية والأثر أو جودة وعدد البراهين من الفيديوهات والصور والنصوص. ويمكن لأعضاء فريق الرصد المكلف بالتقييم أن يضيفوا مقاييس ومعايير أخرى، إذا ما رأوا ضرورة لذلك، مثلما يمكنهم إدراج تعاليق من أجل تقديم توضيحات حول التقييم. وكل الصور المقترحة للتحقق، يتم فضلا عن ذلك، التحقق منها بواسطة أدوات رقمية. وتتيح هذه المرحلة الحصول على معلومات، تتصل مثلا بمصدر الصور، وتاريخ نشرها أول مرة، وعدد المشاهدات، أو أيضا صنف ردود الأفعال التي جرتها.

ومع استكمال التوثيق، تتم إحالة الأخبار الزائفة المحتملة إلى أعضاء في المجمع، من أجل اتخاذ القرار. وإذا كانت البراهين والأدلة التي تم التوصل إليها خلال مرحلة المصادقة مقنعة وثابتة، فإنه يتم نهائيا اعتبار الخبر خبرا زائفا، ومن هناك، فسح المجال لاتخاذ سلسلة من التدابير الرامية إلى تكذيب ومكافحة انتشاره على الواب (تدوينة تحذيرية، بلاغ صحفي، إلخ..). ويتم نشر وإبراز كل التدابير المعتمدة ضمن فضاء المنصة المخصصة للصحفيين، حتى يتسنى لهؤلاء نشرها وتقاسمها. وسيتم إحداث موقع مخصص للغرض، كي يتمكن الجمهور من متابعة عمل التحقق الذي تنجزه المنصة.

ببليوغرافيا

- آرال (سنان)، روي (داب)، فوسوغي (سوروش)، « The spread of true and false news online »، مجلة « ساينس » (Science) المجلد 359، 9 مارس 2018.
- بوفيت (ألكسندر)، ماكسي (هيرنان أ.)، «تأثير الأخبار الكاذبة على تويتر خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية لسنة 2016»، نشرية «ناتور كومينيكاشن» (Nature Communication)، المجلد 10، 2019.
- برادشاو (سامانتا)، هوارد (فيليب ن.)، « Computational Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation »، (Propaganda Research Project)، ورقة عمل عدد 12.2017، أوت 2017.
- برويار، أي، «التعليم في مواجهة ويكيبيديا: رفضها أو ترويضها»، «ميدialog» (Medialog)، العدد 61، مارس 2007.
- كاسيلي (انطونيو كاسيلي)، «في انتظار الروبوتات. تحقيق حول عمل النقر»، «لون الأفكار» (La Couleur des idées)، نشر «سوي»، باريس، 2019.
- شارون (جان ماري)، «من أجل مكافحة ما بعد الحقيقة. وسائل الإعلام مجبرة على التجديد»، مجلة وسائل الإعلام (INA) 21، (تم تحيينه يوم 12 مارس 2019).
- شيانباغليا (جيوفاني لوكا)، شاو (شانغشانغ)، فارول (أونور)، يانغ (كاي - شانغ)، فلاميني (ألسندرو) ومانشزار (فيليبو)، «The spread of low-credibility content by social bots»، «ناتور كومينيكاشن» (Nature Communication)، نوفمبر 2018.
- فريك (رولف)، تومسان (يان)، ساريغلو، «Invid Verification Application User Manual»، «كوندات أ جي» Condat AG، برلين، 23 أبريل 2019.
- جانجان فيلمار (جان - باتيست)، إيسكورسيا (ألكسندر)، غيوم (مارين)، هيريرا (جناينة)، «التلاعب بالخبر، تحد تواجهه ديمقراطياتنا»، مركز التحليل والتوقعات الاستراتيجية (كابس CAPS)، باريس، أوت، 2018.

آغاس (بنيامين)، ”في منبع الأخبار الكاذبة، العلاقة التكاملية بين الصحافة والشبكات الاجتماعية“، مجلة ”وسائل الإعلام“ (إينا 14، INA) أبريل 2017 (تم تحيينه يوم 12 مارس 2019)

بياري (فرنشيسكو)، بيكاردي (كارلو)، شيري (ستيفانو)، « Topologycomparison of Twitter diffusion networks effectivelyrevealsmisleading information »، «تقارير علمية»، المجلد 10، جانفي 2020.

واردل (كلار)، ديراكشان (حسين)، (ممساعدة الأعمال البحثية لأن بورنس ونيك دياس)، ”اختلالات وفوضى الإعلام. نحو إطار متعدد الاختصاصات من اجل البحوث وبلورة السياسات“، منشورات مجلس أوروبا، أكتوبر 2018.

ميثاق ميونيخ (1971)، إعلان واجبات الصحفيين وحقوقهم

الميثاق العالمي لأخلاقيات الصحفيين، الفيدرالية الدولية للصحفيين (FIJ)، المصادق عليه سنة 1954 في بوردو (فرنسا)، والذي تمت مراجعته والمصادقة عليه سنة 2019 في تونس العاصمة (تونس).

مجلة الأخلاقيات لجمعية الصحفيين المهنيين بالولايات المتحدة، ترجمة شانثال ك. سوسيبي وسيلين أليس، 2015.

”مدونة مبادئ المختصين في التحقق من الوقائع“، الشبكة الدولية للتحقق من الوقائع (IFCN)، معهد بوينتر للدراسات حول وسائل الإعلام

”الصحفيون ومصادرهم. دليل الممارسات الجيدة“، جمعية الصحفيين المهنيين ، مجلس الأخلاقيات الصحفية، بلجيكا، مارس 2012.

”دليل التحقق، ومرجعية التحقق من المحتوى الرقمي بالنسبة لتغطية أحداث في ظرفية عاجلة“، جماعي، المركز الأوروبي للصحافة (EJC)، نشر غرايغ سيلفارمان، 2018.

”الدليل من أجل صحافة مسؤولة في عصر من الفوضى الإعلامية“، سلسلة أدلة أساسية، فيرست درافت، نوفمبر 2019.

”التحقق من الخبر وبثه“ (دليل التحقق من الوقائع موجه لمناضلي الحقوق الإنسانية)، جماعي، مركز الاستشارات والدعم للشباب في مادة حقوق الإنسان (CODAP)، مارس 2013.

”التحقق من الأخبار: دليل مختصر للتحقق من الأخبار على الشبكة العنكبوتية“، (باللغة العربية)، معهد الجزيرة للتكوين وتطوير مهارات الصحفيين

مكافحة الأخبار الزائفة، أكاديمية بي بي سي (باللغة العربية)

« Whitepaper Misinformation and Disinformation: Brands in the Echo Chamber »، «ستوري فول» (Storyful)، أوت 2018.

”في قاعات التحرير: تقع الأخطاء دوماً“، منتصر موراي، معهد وسائل الإعلام في ”الجزيرة“، 28 جويلية 2019.

إحالات على مصادر

(1) واردل (كلار)، ديراكشان (حسين)، (بمساعدة آن بورنز ونيك دياس)، "اختلالات الإعلام. نحو إطار متعدد الاختصاصات للبحث وبلورة السياسات"، منشورات مجلس أوروبا، أكتوبر 2018، <https://rm.coe.int/rapport-les-desordres-de-l-information-/1680935bd4>، (تم الأطلاع عليه يوم 13 جانفي 2020).

(2) <https://crosscheck.firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champselyses/> (تم الإطلاع عليه يوم 13 جانفي 2020)

(3) مثل مقتطف من المقال "الربيع العربي: هل قلت فايك نيوز؟"، حكيم بلفيتا، لفائدة موقع 08، The consersation.com, in Le Point.fr، فيفري 2018 (تم الإطلاع عليه يوم 22 جانفي 2020).

(4) شيامباغليا (جيوفاني لوكا)، شاو (شانغشانغ)، فارول (أونور)، يانغ (كاي - شانغ)، فلاميني (ألسندرو) وماتزار (فيليبو)، "The spread of low-credibility content by social bots"، مجلة "ناتشر كومينيكاشن" Nature communications، نوفمبر 2018، <https://www.nature.com/articles/s41467-018-06930-7>، (تم الإطلاع عليه يوم 13 جانفي 2020).

(5) "أ بي نيوز" 1 AP News، أبريل 2019، <https://apnews.com/52022c0fcf35460fbd6299edd05366a7>، (تم الإطلاع عليه يوم 14 جانفي 2020).

(6) انظر بالخصوص، الملف الكامل المخصص لـ "فضيحة كامبريدج أناليتيكا"، من قبل اليومية الفرنسية "لوموند"، <https://www.lemonde.fr/affaire-cambridge-analytica/>، (تم الإطلاع عليه يوم 14 جانفي 2020)

(7) أزال (سنان)، روي (داب)، فوسوغي (سوروش)، « The spread of true and false news online »، مجلة "ساينس" Science، المجلد 359، 9 مارس 2018، <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>. (تم الإطلاع عليه يوم 14 جانفي 2020).

(8) برادشاو (سامنتا)، هوارد (فيليب ن.)، « Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation »، ضمن "المشروع البحثي حول الدعاية الحاسوبية" Computational Propaganda Research Project، ورقة عمل رقم 2017.2، أوت 2017، <https://urlz.fr/bxGK>. (تم الإطلاع عليه يوم 15 جانفي 2020).

https://www.francetvinfo.fr/monde/afrique/tunisie/de-fausses-pages-facebook-gerees-par-une-societe-israelienne-visent-la-tunisie_3508381_9

(10) كاسيلي (أنتونيو كاسيلي)، "في انتظار الروبوتات، تحقيق حول عمل النقر"، نشر "سوي"، باريس، 2019

(11) بوفي (ألكسندر)، ماكساي (هيمن أ.)، « Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election »، مجلة "ناتشر كومينيكاشن"، المجلد 10، 2019، <https://uclouvain.be/fr/decouvrir/presse/actualites/election-de-donald-trump-7-5-millions-de-fake-news-sur-twitter.html>

(12) غيدري (جانين)، "On pins and needles: How vaccines are portrayed on Pinterest"، "فاكسين" Vaccine، سبتمبر 2015، <https://urlz.fr/bxY8>. (تم الإطلاع عليه يوم 16 جانفي 2020)

(13) جولاي (دانيال)، كارين (دوغلاس)، « 20 »، « The Effects of Anti-Vaccine Conspiracy Theories on Vaccination Intentions »، PLoS ONE 9(2)، فيفري، 2014، <https://urlz.fr/bxXX>. (تم الإطلاع عليه يوم 16 جانفي 2020).

(14) إيدلمان تروست باروميتر، 2019، <https://urlz.fr/by1s>، (تم الإطلاع عليه يوم 17 جانفي 2020).

(15) <https://onlinejournalismblog.com/2011/01/26/verifying-information-online-content-context-code-2>، (تم الإطلاع عليه يوم 12 فيفري 2020).

(16) مؤسسة فرنسية محدثة سنة 2011 من طرف أكاديمية العلوم، والمدارس العليا بباريس وليون.

[file:///C:/Users/JG/Downloads/fiches-C4-B3-S2-A2\(1\).pdf](file:///C:/Users/JG/Downloads/fiches-C4-B3-S2-A2(1).pdf) (17)

(18) برويار، أو، "التعليم في مواجهة ويكيبيديا: رفضها أو ترويضها"، في نشرة "ميديالوغ" العدد 61، مارس 2007، أورده المجلس الأعلى للتربية على وسائل الإعلام لفيدرالية والوني - بروكسيل، ضمن "البحث وموثوقية المعلومة على الخط"، http://www.csem.be/outils/recherche_et_fiabilite_de_linformation_en_ligne، (تم الإطلاع عليه يوم 11 فيفري 2020).

[/https://boliviaverifica.bo](https://boliviaverifica.bo) (19)

(20) تم تقديم تفاصيل هذه المبادرة ضمن القسم 3.3 من هذا الدليل "وسائل الإعلام تضافر جهودها: تشاك فاكتا في أندونيسيا"

[/https://factcheckeu.info/fr](https://factcheckeu.info/fr) (21)

<https://www.liberation.fr/checknews,100893> (22)

<https://news.kcij.org> (23)

<http://www.ebc.com.br/hoa> (24)

(25) انظر قاعدة البيانات [/https://reporterslab.org/fact-checking](https://reporterslab.org/fact-checking)، (تم الإطلاع عليها يوم 15 جانفي 2020).

<https://zimfact.org> (26)

<https://akeed.jo> (27)

(28) <https://urlz.fr/bAV1>، «ديباش بلومبرغ»، «Facebook Is Next on Indonesia Tax List as Google Deal Nears»

(29) «شاك فاكتا، مشروع أندونيسي ثوري للتصدي للأخبار الزائفة»، IFES، [/https://ifex.org/cekfakta-a-groundbreaking-indonesian-project-to-counter-false-information](https://ifex.org/cekfakta-a-groundbreaking-indonesian-project-to-counter-false-information)، (هناك أيضا نسخة باللغة العربية متاحة على الصفحة)

(30) «فايك نيوز: بروكسيل توجه تحذيرا لفايسبوك وتويتر وغوغل»، «لوبينيون»، 4 مارس 2019، <https://urlz.fr/bRaQ>، (تم الإطلاع عليه يوم 16 فيفري 2020).

(31) على هذه الشبكة، أنظر هذا الدليل، القسم 1.3 الأهداف والممارسات والفاكت شاكينغ، مؤطر «ميثاق أخلاقيات مهنية لمسؤولي التحقق من الأخبار».