

الصحفي المحترف والمصادر الجديدة للأخبار

(دراسة في الخدمات و آليات التحقق من المحتوى تويتر انموذجا)

The professional journalist and new sources of news

*(Study in the services and mechanisms
of content verification Twitter model)*

طالبة الدكتوراه: خديم خيرة جامعة أحمد بن بلة وهران ١

ا.د. برقان محمد جامعة أحمد بن بلة وهران ١ – مشرفا-

PhD student third phase : Kheira KHEDIM

Ahmed Ben Bella University ORAN1

P. Mohamed Bergane

Ahmed Ben Bella University ORAN 1 - supervisor-

المخلص :

من أبرز المكتسبات التي أوجدها التطور التكنولوجي و على الصحفيين استثمارها في نشاطهم الإعلامي شبكات التواصل الاجتماعي التي شهدت انتشارا هائلا في السنوات الماضية لاسيما شبكة تويتر التي أصبحت مصدرا مهما للأخبار كما وفرت فرصة لنشرها وتداولها من قبل شريحة واسعة من المستخدمين ، ومن هنا جاءت هذه الدراسة كمحاولة بحثية تسعى لرصد أهم استخدامات الصحفيين لشبكة تويتر كمصدر للأخبار تعرض بعض الخطوات الواجب اتباعها للتحقق من الفيديوهات وقدمت في الأخير بعض الإرشادات للصحفيين عند التعامل مع أخبار شبكة تويتر.

الكلمات المفتاحية:

مصادر الأخبار ، الصحفي المحترف ، شبكات التواصل الاجتماعي ، شبكة تويتر .

Summary:

One of the most prominent acquisitions of technological development that journalists should invest in their media activities is “ Social networks” which have seen a huge spread in the last years especially the Twitter network which has become an important source of news, it also provided an opportunity to be published and circulated by a wide range of users, Hence, this study is a research attempt to monitor the most important use of Twitter by journalists as a source of news, and shows some steps to follow in order to check videos, Finally it gave some guidance to reporters when dealing with Twitter news.

Keywords:

News sources, professional journalist, Social networks, twitter.

مقدمة :

أدت التطورات التقنية والتكنولوجية المتلاحقة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، وانتشارها واستخدامها من طرف قطاعات واسعة من أفراد المجتمع إلى إمكانية تحول أي شخص إلى مصدر للخبر الصحفي، من خلال نشر الأخبار و الصور والفيديوهات عن الأحداث حال وقوعها، بالإضافة إلى مواكبة تطوراتها لحظة بلحظة. الأمر الذي دفع بالصحفيين المحترفين في وسائل الإعلام المختلفة إلى الاعتماد على ما ينشر في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر في البحث عن الأخبار و الوصول إليها والتأكد منها .

ومن أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءا مهما في عملية جمع الأخبار، و وفرت فضاء لتداولها ونشرها على نطاق واسع والتواصل كذلك مع مصادر جديدة و التفاعل مع الجمهور شبكة تويتر التي تعتبر من خدمات التدوين المصغر .فكثيرا ما يعتمد الصحفيون مثلا على تغريدات متداولة على تويتر كمصدر لإنتاج موادهم الإعلامية، لكن الرهان المفروض على الصحفيين كسبه هو التحقق من المحتوى الذي تحمله التغريدة ، فلا يمكن للصحفي استخدام أي معلومة دون التحقق

منها لأن مصداقيته ومصادقية المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها ترتبط بصحة ما ينشر من معلومات و أخبار ومع التطور التكنولوجي و انتشار صحافة البيانات و المهارات التي أصبح يكتسبها الصحفيون في التعامل مع التكنولوجيات الجديدة أصبح بإمكانهم التأكد من محتويات التغريدات بسهولة وهم في مكاتبهم أو بيوتهم من خلال بعض الأدوات و الخطوات التي سنعرضها من خلال هذه الورقة البحثية .

حيث تقف هذه الدراسة على نواحي استخدام الصحفيين لشبكة تويتر كمصدر لإنتاجاتهم الإعلامية الصحفية و تقدم بعض الآليات التي يمكن اتباعها للتحقق من التغريدات كما تقدم بعض الإرشادات التي يجب على الصحفيين اتباعها عند التعامل مع مواد من شبكات التواصل الاجتماعي. ومن هنا تنطلق الدراسة من التساؤلات التالية :

١. ماهي أهم استخدامات الصحفيين لموقع تويتر ؟
٢. ماهي أهم الخدمات التي يقدمها موقع تويتر للصحفيين ؟
٣. ماهي الخطوات الواجب اتباعها للتحقق من التغريدات المنتشرة عبر تويتر قبل استخدامها صحفيا ؟

أهداف الدراسة :

- تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف التالية :
١. التعرف بمصادر أخبار الصحفي.
 ٢. التعرف بشبكة تويتر و آلية اشتغالها .
 ٣. التعرف على أبرز استخدامات الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي.
 ٤. الكشف عن أهم الخدمات التي توفرها شبكة تويتر للصحفيين .
 ٥. التعرف لأهم الخطوات التي تمكن الصحفيين التحقق من محتوى التغريدات .

المبحث الأول :مصادر الأخبار و أهم تصنيفاتها

المطلب الأول : مصادر الأخبار

إن الإنسان المعاصر إما أن يعرف الأحداث و إما أن يقع فريسة للخرافات أو الشائعات لذا على الصحفي، وهو مؤرخ الحاضر أن يكون له هدف واحد ، وهو البحث عن الأخبار الصحيحة و نشرها والتعليق عليها ، إن الخبر الذي يرغب فيه الجميع هو الخبر الموضوعي.^(١) و تقديم الخبر الصحيح الموضوعي الموثوق منه لا يكون دون رجوع الصحفي إلى مصدر له علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالحدث. لأن الصحفيين لا يشاهدون كل الأحداث الإخبارية لحظة حدوثها هنا وجب عليهم تحديد مصادر إخبارية مطلعة وذات كفاءة.^(٢) فكلما زادت مصادر الخبر كان ذلك أفضل وكلما زادت أهمية الخبر زادت ضرورة توثيقه بمصادر قوية معرفة بالاسم ، لذا فإن قيام الصحفي بتكوين علاقة مع مصادر جديدة ليس إهدارا للوقت مطلقا ،حيث قال

"صمويل جونسون" الكاتب الإنجليزي في القرن الثامن عشر: "اعتبر اليوم الذي يمر دون أن أتعرف على شخص جديد يوما ضاع من عمري" (٣) و يقصد بمصدر الخبر: "الإشارة إلى الاداة التي تحصل من خلالها الصحفي على الخبر الصحفي" (٤) و يرى "وستلي" و "ماكليين أن المصدر قد يكون "شخص ، مؤسسة، حزب سياسي، مرشح يسعى من خلال المؤسسة الإعلامية لإيصال رسالة إلى الجمهور المستهدف. كما تتمثل مصادر الصحفي في جميع الوسائل و القنوات و الأوعية التي يمكن عن طريقها نقل المعلومات و البيانات إلى المتلقين" (٥) و تضمن العلاقات مع مصادر الأخبار للصحفي الاستمرارية في النشاط الصحفي الإعلامي ما يلزمه المحافظة على مصادره و توطيد علاقاته مع هذه المصادر لكن مع مراعاة الحيادية و عدم الانحياز لهذه المصادر حتى لا يكون الصحفي محل استغلال من طرف جهات ساعية لتحقيق أجندات و نشر ايديولوجياتها ما يفقد العمل الصحفي مصداقيته و رسالته الهادفة الكشف عن الحقيقة. فشخصية الصحفي و أخلاقه تلعب دورا أساسيا في حصوله على الأخبار، و كلما كانت هذه الشخصية و هذه الأخلاق قوية ، سهل على صاحبها الحصول على الأخبار و ذلك أن مصدر الخبر يهمه جدا أن يتعامل مع انسان يقدر المسؤولية فلا يشوه الخبر أو يحرفه أو لا يذيع سرا أو تمن عليه فكثيرا ما يحدث أن يشترط المصدر على الصحفي ألا ينشر تفصيلا معيناً لأن في نشره ما يسيء إلى الصالح العام ، و على المخبر في هذه الحالة أن يحفظ السر ولا يفرط فيه أيا كانت المغريات و بهذا يحوز ثقة مصدر الخبر و تقديره و يحتفظ به. (٦) حيث تعتبر العلاقة مع مصادر الخبر من أصعب العلاقات في حياة الصحفي. والسبب في هذا مغبة أن يمارس المصدر نفوذا مفرطاً على ما يكتبه الصحفي لذا فإن العلاقة مع المصادر يجب أن تقوم على المهنية والاحترام والإنصاف والثقة كما الاقترب أكثر من اللازم من مصدر بعينه يمكن أن يؤثر سلباً على رؤية للقصة الصحفية، ولذا فمن المهم تكوين مصادر في كل جوانب القصة الصحفية أو القضية. (٧) العلاقة القائمة بين الصحفي و المصدر تشكل عاملاً مهماً في توجيه الأخبار ، فهذه العلاقة تقوم على أساس بين طرفين متناقضين ، أحدهما و هو المصدر صاحب القرار أو المعلومة ، يريد الاحتفاظ أحيانا بسرية المعلومات و توصيلها للناس بشكل معين ، و الطرف الثاني و هو الصحفي يريد الوصول إلى الحقيقة ، كل الحقيقة و أن ينشرها كما هي ، ومع هذا التناقض يجد الصحفي نفسه في وضع محير ، فالنصيحة التي يتلقاها عندما يبدأ حياته المهنية هي أن يكون على علاقة وطيدة بمصادر الأخبار ، لأن الصحفي ما هو إلا مجموعة مصادر فإذا فقد مصادره تجرد مهنياً ، و في الوقت نفسه نجد أن الاقترب الشديد من المصدر ومحاولة إيجاد علاقة وثيقة للحصول على المعلومة أو الخبر تجعله يفقد قدراً كبيراً من الحيادية المطلوبة في الصحفي و الامتنال لأهواء المصدر ، ومحاولة إيجاد علاقة متوازية تعد صعبة ، بسبب المشار إليه أنفاً ، وبالتالي فيما أن تكون علاقة وثيقة و تابعة تمكن الصحفي من الحصول على المعرفة بالسرعة المطلوبة، و إما علاقة استقلال و عداء مستقر ، وفي كلا الحالتين قد يحدث التوجيه. (٨)

ومن أهم النماذج التفسيرية لطبيعة العلاقة بين المصدر والصحفي تلك التي وضعها "ولتر جيبير" في ثلاثة أشكال هي كالتالي :

علاقة الاستقلالية: فيها يتمتع كل من المصدر و الصحفي باستقلالية، ويتصف تدفق المعلومات بأنه رسمي ، ومن نماذجه التصريحات الرسمية للمسؤولين الحكوميين.

علاقة الاعتماد المتبادل: تأخذ العلاقة بين الصحفي ومصادره شكل الاعتماد المتبادل بينهما، إذ يشعر كل منهما بحاجته إلى الآخر فالمرسل يرغب في الحصول على الاخبار والمعلومات، وفي المقابل يسعى المصدر لتحقيق فرصة نشر تلك المعلومات والاخبار.

علاقة التبعية: فيها تسود علاقة التبعية إذ تتم سيطرة المصدر على الصحفي.^(٩)

إن توجه الصحفي نحو المصدر له تأثير كبير في توجيه الأخبار و في دراسته لتدفق الأخبار الداخلية لفت الباحث "باس bass" الانتباه إلى أهمية التمييز عند الحديث عن تأثير هذا التوجه بين مرحلتين :

المرحلة الأولى- تجميع الأخبار : يكون التوجه الذي يحمله جامعو الأخبار نحو المصدر قويا ومؤثرا عند قيامهم بتجميع المادة الإخبارية الخام .

المرحلة الثانية- معالجة الأخبار: يتلشى تأثير المصادر لدى معالجي الأخبار من محددين و مصححين و مترجمين و في تقدير "باس bass" فإن النشاط الأكثر أهمية يحدث داخل المؤسسة الإعلامية عندما يعاد فرز و صياغة المادة الخبرية من جديد.^(١٠)

المطلب الثاني :تصنيفات مصادر الخبر

هناك تداخل بين مصادر أخبار الصحفي و مصادر أخبار المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها، وللتفرقة بينهما يطلق على مصادر المؤسسة الإعلامية عادة مسالك الأخبار، وفي كثير من الأحيان تكون هذه المسالك نفسها مصادر أخبار الصحفي. وتوجد عدة تصنيفات لأنواع مصادر الأخبار التي يعتمد عليها الصحفي في إنتاج مادته الإعلامية وتقديم الخبر الصحفي ومن هذه التصنيفات يمكن ذكر :

- ✓ مصادر رسمية أو مصادر غير رسمية .
- ✓ مصادر أخبار حية أو مصادر أخبار وثائقية أو جهة و هيئة .
- ✓ مصادر أخبار مباشرة أو مصادر غير مباشرة .
- ✓ مصادر أخبار حسب الجدة الحداث أو مصادر أخبار سابقة .
- ✓ مصادر معرفة أو مصادر غير معرفة .
- ✓ مصادر أخبار أولية أو مصادر أخبار ثانوية.

المطلب الثالث: الطرق التي يقدم بها الصحفي المصدر في الخبر

عند قيام القائم بالاتصال بتقديم معلوماته قد يشير صراحة إلى الشخص أو الهيئة مصدر الخبر كما قد يلجأ إلى إخفاء هويته فقد استقرت الممارسة المهنية الصحفية

على إخفاء هوية مصادر بعض الأخبار والاكتفاء بالإشارة إليها بتعبيرات مثل "مصدر مطلع" و"مصدر موثوق به" و"مصدر مسئول..." إلى آخر تلك المسميات فإن المصادر المجهلة تمثل الأشخاص والهيئات الاعتبارية والمؤسسات التي تدلي بمعلومات إلى الصحفي وتطلب إليه عدم الإشارة إليها بالاسم في المادة الصحفية، كما أنها مصادر المعلومات التي يرى الصحفي أو رئيس التحرير أنه ليس في صالحها ولا في صالح الصحيفة الكشف عنها^(١١) وأسمى "كارل هوسمان" عملية تجهيل المصادر "بصراع الالتزامات" "conflicts of accountability" فالصحفيون لديهم التزامات تجاه مصادرهم تشمل حماية هويتهم إذا وعدوهم بعدم ذكر أسمائهم في المادة المنشورة، ولديهم التزامات مختلفة تجاه القراء تشمل تزويدهم بالمعلومات الكاملة عن مصادر المعلومات المنشورة. وعندما يستخدم الصحفيون المصادر المجهلة يكون لدى القراء فرص ضئيلة لتقييم صدق المعلومات. ويعني السماح للصحفيين بتجهيل مصادر أخبارهم دون ضوابط محددة دعوة للمبالغة والتضخيم وتلوين وتشويه الأخبار. ويصل الأمر في بعض الحالات إلى قيام بعض الصحفيين باختلاق قصص إخبارية لا أساس لها من الصحة استنادا إلى مصادر مجهلة وتقوم الصحف بنشرها دون التحقق من وجود هذه المصادر. وقد سببت مثل هذه الأمور إخراجا شديدا لكبريات الصحف العالمية مثل صحيفة نيويورك تايمز التي تُتهم بـ"إدمان استخدام المصادر المجهلة. وينصب التجهيل في الغالب على المصدر الفرد، إذ من النادر أن يتم تجهيل المصدر إذا كان شخصا اعتباريا كجماعة أو منظمة أو دولة على أساس أن هذه المصادر تسعى إلى الظهور الإعلامي وليس من صالحها تجهيل نفسها.^(١٢) هذا وتنصح معظم مدونات أخلاقيات المهنة الصحفيين بعدم اللجوء إلى النقل عن مصادر سرية غير مسماة إلا عندما تكون المعلومات المنقولة عنها في مصلحة الجمهور وتكون كل الجهود الرامية لنقل المعلومات من منسوبة للمصدر بالاسم قد باءت بالفشل. وحتى عندما يتعين إخفاء هوية مصدر ك فمن الممكن في أغلب الأحيان أن توضح للجمهور كيفية معرفة المصدر لأمر ما، أو السلطة التي يتمتع بها هذا المصدر.^(١٣)

المبحث الثاني :استخدامات الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

المطلب الأول :شبكات التواصل الاجتماعي

شهدت المجتمعات الإنسانية خلال العقد الأخير من القرن الماضي، تطورات متسارعة ومتلاحقة لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، مما ساهم في تسهيل إمكانية التواصل الإنساني والحضاري، وأهم المنجزات التكنولوجية التي ساهمت في ذلك شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت"، وخاصة مع ظهور الجيل الثاني لهذه الشبكة الويب (٢٠، ٢) الذي سمح بظهور شبكات التواصل الاجتماعي القائمة على خاصية التفاعلية

المتبادل كسمة رئيسية لهذه الشبكات التي عبارة : " عن مواقع على شبكة الانترنت يستطيع من يملك حسابا فيها القيام بالتواصل بعدة طرق (كتابة، صوتا، وصورة) مع من يريد ممن يملكون حسابا في هذه المواقع، سواء أكانوا أشخاصا طبيعيين كالأصدقاء القدامى أو أصدقاء عمل أو زبائن أو أشخاص معنويين كالشركات والمؤسسات، حيث يمكن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر أو الترويج لسلعة أو منتج معين و انجاز الأعمال في مجتمع افتراضي".^(١٤) هكذا فإن تقديم "البروفيل" وعرض قائمة الأصدقاء والاتصالات وتبادلها مع الآخرين بشكل عام وعلني يشكل القاعدة الأساسية للتفاعل على مواقع الشبكات الاجتماعية وهكذا، فإن هذه المواقع تدعم الأنماط المتباينة من التفاعل حتى لو اختلفت وتنوعت المواقع، وعلى سبيل المثال فإن مواقع الشبكات الاجتماعية مثل "فريند ستر" و"مأي سبيس" و"فيس بوك" لها تأثير كبير على توجه معظم مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى.^(١٥)

المطلب الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

تتعرض مهنة الصحافة لتحديات غير مسبقة في زمن الشبكات الاجتماعية بسبب الانتشار الواسع لهذه الشبكات بتطبيقاتها و أدواتها ومنصاتها المتعددة ، حيث باتت صناعة الخبر تأخذ شكلا مغايرا عما استقرت عليه سابقا ومع تعزيز بيئة الإعلام الجديد لظاهرة " صحافة المواطن " باتت مهمة المراسل الميداني أكثر تعقيدا للوصول إلى الخبر مع وجود منافسين من الجمهور حيث تحول المواطن البسيط إلى صحفي متمرس في نقل الفيديو و الصور و ينقل المعلومة بالصوت و الصورة من الميدان تماما كالمراسلين الصحفيين و ربما تفوق عليهم في سرعة نقل الحدث . عبر شبكات التواصل الاجتماعي مع التطور التكنولوجي واجتياح الإعلام الجديد البيئة الإعلامية أصبحت الصور ومقاطع الفيديو وروايات شهود العيان المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي من مصادر المعلومات الأساسية في غرف الأخبار التي يعتمد عليها الصحفي في تقديم و إنجاز مواده الإعلامية فلم يعد بالإمكان الاعتماد فقط على إفاد المراسلين الصحفيين أو وكالات الأنباء. كمصدر للمعلومات وإنما الممارسة الإعلامية تطورت بدرجة كبيرة و أصبح عنصر الوقت هو المؤثر الأساسي في رهان التغطية الخبرية ما يجبر الصحفيين على الاعتماد على المواد المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي فقد أتاحت هذه الشبكات إمكانية نقل وقائع الأحداث التي تحصل في الأماكن التي لا يتواجد فيها الصحفيون أو يتعذر وصولهم إليها كما أتاحت إمكانية النقل الفوري المباشر الأنئي و في الحين. إن التخلي عن الميدان يتزايد باستمرار، فالتكنولوجيات الجديدة بما توفره من تسهيلات الوصول إلى مصادر المعلومات أخذت

تبعد أكثر فأكثر الصحافيّ عن الميدان وهكذا أصبحت الصحافة مهتّدة في جوهرها، ولم يعد الصحافيّ أوّل من يكون في موقع الميدان ليصف الأحداث ويستتشق الألوان ويسأل الفاعلين والشهود. فالصحافيّ لم يعد يواجه بنفسه الوقائع ذاتها وإنما أصبح يعتمد على روايات الغير نقلا عن مصادر غير موثوق بها أحيانا كما أن قاعات تحرير تتحول تدريجيا إلى فضاءات افتراضية فالصحافيون لم يعودوا يلتقون وإمكانية العمل عن بعدك انت وراء ذلك اختفت الأقسام ومعها أسر التحرير وغابت مقارعة الأفكار بين العاملين والنقاشات حول التوجه التحريري بل أكثر من ذلك إذ أن اجتماعات هيئات التحرير أصبحت نادرة ممّا أدى إلى تركيز الصّلاحيّات في أيدي أقلية مسير.^(١٦)

و من أهم استخدامات الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار :

- ✓ البحث عن البيانات وعن معلومات مخصوصة.
- ✓ الاطلاع على الأحداث الجارية.
- ✓ الاتصال بأشخاص يصعب البحث عنهم.
- ✓ متابعة المجال الذي يخصصون فيه.
- ✓ تفاعل بين المصادر التقليدية والمصادر الجديدة واستخدامهما معا.
- ✓ الاستكشاف.
- ✓ الحصول على أفكار لقصص إخبارية.
- ✓ نظرة عامة على الأحداث الجارية والمزاج العام.
- ✓ تأكيد المعلومات.
- ✓ تعزيز القدرة على إضفاء البعد الإنساني على قصة إخبارية ما.
- ✓ الحصول على معلومات يصعب الحصول عليها بالطرق التقليدية.
- ✓ الحصول على معلومات من سياقات ثقافية أجنبية.
- ✓ متابعة أشخاص هامة.
- ✓ الاطلاع على اتجاهات الناس ورصد الاهتمامات العامة.
- ✓ الاطلاع على أعمال الصحفيين الآخرين (الزملاء).
- ✓ التفاعل مع المستخدمين والإجابة عن رسائلهم.
- ✓ إخبار المستمعين عن البرامج والاطلاع على ردود فعلهم.
- ✓ إثارة النقاشات العامة حول مواضيع مخصوصة.^(١٧)

كما أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يوفر للصحفي الفوائد التالية :

- ✓ السرعة والفورية في النفاذ إلى المصادر وفي الحصول على المعلومات والبيانات وفي التواصل مع الناس الحصول على ردود فعل على معلومات ذات علاقة بالبعد الإنساني وعلى أفكار لقصص إخبارية.

- ✓ التنوع : النفاذ إلى تنوع واسع من آراء الناس التي تعبر عن رأيها بكل حرية في الميديا الاجتماعية
- ✓ تعزيز العلاقة بالجمهور وإنشاء جماعة ودية من المتابعين.
- ✓ قدرة الصحفيين على إتاحة أخبار حصرية وجديدة تعزز من صورة ومكانة الصحفيين باعتبارهم مزودين للأخبار.
- ✓ الحصول على معلومات غير خاضعة للرقابة وبطريقة مباشرة^(١٨).

المبحث الثالث: مصادر الأخبار عبر تويتر :

المطلب الأول :حول شبكة تويتر Twitter:

تقوم فكرة شبكة تويتر على ما يسمى بتقنية Micro blogging أو التدوين المصغر من خلال تكوين شبكة اجتماعية من الأصدقاء أو الأقارب أو المعارف على الموقع twitter.com وقد ساعدت مجانية الخدمة وسهولة الموقع وعدم وجود إعلانات مزعجة وزيادة مستخدميه وتواجد جهات ومؤسسات وأفراد ومراسلين وصحفيين على إنعاش الموقع و إمداده بمعلومات سريعة وحصرية قبل أن تنتشر بالصحف ووكالات الأنباء الرسمية^(١٩). ما جعل تويتر يقدم موقع تويتر تعريفا مقتضبا له بأنه : " خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الاتصال بعضا ببعض ، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو : ماذا تفعل الآن ؟". يمكن للمستخدمين الاشتراك في تويتر بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع ، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني. و لا تتجاوز التحديثات ١٤٠ حرفا .وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل التحديثات إلى المسجلين لديه كأصدقاء. كما يتم التواصل فيها بين الأعضاء بعدة وسائل، و أهم ما يقدمه الموقع التواصل عن طريق رسائل الجوال القصيرة SMS ، وبرامج المحادثة كMSN Messenger و Yahoo Messenger وكذلك Google Talk ، وعن طريق الموقع مباشرة.ومما يميز الموقع عن غيره توفير وسيلة لنشر المحتويات في ملفات يمكن قراءتها من خلال برنامج يسمى RSS^(٢٠). كانت بداية ميلاد هذا الموقع عام ٢٠٠٦م عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر ، ثم اتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام ، ومن ثم أخذ الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة في مجال التدوينات المصغرة ، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم ، واستخدمت لها أسما خاصا يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام ٢٠٠٧ م ، وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني التغريد ، واتخذ من الطائر رمزا له ، فكلمة twitter إنجليزية وتعني بالعربية

الطائر عندما يغرد أو عندما يطلق زقزقات قصيرة أي أصوات متقطعة^(٢١) لم يتوقف الموقع عند اللغة الانجليزية فقط ، ففي أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين من اليابان ونشاطهم البارز على الموقع ولقيت النسخة اليابانية استحسان المستخدمين في اليابان، وتفوقت بشكل أكبر على النسخة الانجليزية حيث أصبح في الإمكان وضع إعلانات في النسخة اليابانية على عكس النسخة الانجليزية التي لا تدعم نظام الإعلانات حتى الآن، كما تم إطلاق الموقع بلغات أخرى بينها العربية^(٢٢) عرف هذا الموقع انتشارا منذ انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 2008 التي تنافس فيها باراك أوباما من الحزب الديمقراطي وجون مكين من الحزب الجمهوري، تجاهل أوباما الصحافة والإذاعة والتلفزيون وفضل موقع تويتر ليعلن من خلاله اختياره لجوي بايدن كنائب له، و ما هي إلا ثوان معدودة حتى استقبل مئات الآلاف من التعليقات وردود الأفعال على اختياره^(٢٣) يوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها : معرفة ما يقوم به أصدقاؤهم دائما وفي أي وقت ، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية ، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جدا والسريعة كالاستعانة أو الإخبار عن حادث مهم جدا ، وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها ، ويستطيع المستخدم أيضا معرفة ما يفعله أصدقاؤه ومعارفه الذين يهتم أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم^(٢٤) .

و بالاقتراب أكثر من الممارسة الإعلامية على تويتر فإنه يمكن تحديد ثلاثة مسارات لهذه الممارسة ، أولها هو توسيع نطاق المواد المنشورة عبر وسائل أخرى ، وذلك عبر بث العنوان ، أو مقدمة موجزة للمادة ، مع رابط يحيل إلى متن المادة المكتوبة أو المصورة ، أو بث تنويه بحوار تلفزيوني أو إذاعي متوقع ... والمسار الثاني يتمثل في كون حسابات الشخصيات العامة على تويتر مصدرا للمعلومات تستفيد منه وسائل الإعلام ، وكذلك نشاط المدونين على حساباتهم في تغطية أحداث يتعذر على وسائل الإعلام بلوغها . وثالث المسارات هو اقتفاء مؤشرات الانتشار للقضايا والشخصيات ، وإمكان طرح استطلاعات للرأي العام^(٢٥) ومن هنا يمكن للصحفي استخدام تويتر في نشاطه الإعلامي من خلال:

١- الانضمام إلى تويتر : وهنا ينصح أن يكون الصحفي واضح الهوية في ملفه الشخصي على حسابه عبر التويتر و أن يستخدم صورة واضحة و قريبة للوجه و أن يتجنب وضع الصور التي تحمل التفاصيل حتى يمكن المغردين من التعرف عليه بسهولة ، كما ينصح باستعمال أوصاف ظاهرة تعرف بالصحفيين و بمجال عملهم وأن يضمنوا سيرهم الذاتية على تويتر بكلمات مفتاحية في مجال اختصاصهم ونشاطهم.

٢-بناء شبكة من المغردين: هناك أكثر من طريقة يستطيع من خلالها الصحفي الوصول إلى المصادر و الحسابات منها :

نافذة البحث السريع

نافذة البحث المتقدم

مجموعات تويتر التي تسهل تصنيف المغردين حسب موضوعات اهتماماتهم.

٣-التفاعل على تويتر : على الصحفي أن يتعرف على قرائه ويحاول الرد على تغريداتهم و كذلك يمكن التغريد حول القصة التي يبحث عنها و يعمل عليها من إيجاد من لديه معلومات حول هذه القصة .و كذلك عليه أن يتأكد من مصادر الخبر بتتبع أول من غرد حول الموضوع وقت التغريدة و التحقق من السيرة الشخصية للمغرد ونشاطه على تويتر.

٤-التغريد لتوثيق فعالية مباشرة: على الصحفي المغرد على تويتر إعطاء إحساس بالمكان و الزمان و أن يفعل حواسه لوصف الحدث و إرفاق صور و فيديو هات أو تسجيل صوتي مع التغريدة ، و استعمال هاشتاق واحد على الأقل ليسهل على القراء تتبع تغريدات الصحفي المتعلقة بالحدث ، و في حال استخدام اقتباسات أو إعادة صياغة أقوال المشاركين يجب الحرص على ذكر المصدر .

المطلب الثاني: مصادر الأخبار على تويتر

يوفر موقع تويتر مجموعة من الخدمات التي تعتبر بمثابة مصادر للأخبار ما يتيح للصحفيين امكانية استغلالها و العمل على تغذية قصصهم و مواضيعهم الإخبارية بمصادر متنوعة و من أبرز هذه الخدمات يمكن ذكر الآتي :

١-خدمة مومنتس Moment :

تعنى هذه الخدمة بتوفير طريقة سهلة لتتبع الأحداث والأخبار حال وقوعها .فيوميا يغرد على تويتر مئات الملايين بمواد يصعب أن نجدها في أي مكان آخر سواء، كالمحادثات بين قادة العالم المشاهير أو الأحداث التي تقع في مكان معين، فيقوم بعض المغردين المتواجدين في المكان بالتغريد فور وقوع الحادث بالصور أو الفيديو هات أو الأخبار وغيرها من الأحداث المباشرة، بحيث يكون إيجاد مثل هذه التغريدات بمثابة التحدي الكبير، وهذا ما حرصت على تقديمه تويتر لمستخدميها- خصوصا الصحفيين منهم -عبر ميزة" مومنتس"^(٢٦) فقد تم إطلاق خاصية اللحظات لأول مرة في أكتوبر ٢٠١٥ حصرا لموظفي تويتر وبعض الشركاء المحددين، حيث كان باستطاعتهم انتقاء التغريدات وعرضها بأسلوب القصص حول مجموعة من المواضيع التي تضمنت الأخبار، الرياضة، والترفيه. وفي أوت ٢٠١٦، فتحت تويتر المجال أمام مجموعة أوسع من المؤثرين والمبدعين لاستخدام هذه الخاصية، قبل أن تعلن إتاحتها لعامة المستخدمين في ٢٨ سبتمبر ٢٠١٦.و يمكن لأي صحفي إنشاء لحظات تويتر على صفحته بأربع خطوات هي :

أولاً: الذهاب إلى تبويب Moments في صفحة الملف الشخصي على تويتر

ثانياً: النقر على وجود خيار إنشاء لحظة جديدة Create New Moment على الشريط الجانبي الأيمن من الصفحة .

ثالثاً: إضافة عنوان، وصف، وصورة غلاف

وينصح تويتر بأن يكون العنوان قصيراً لكن في نفس الوقت يصف المحتوى. ويجب أن يعطي الوصف للمستخدمين "لمحة عما يمكن توقعه من اللحظة".

رابعاً : تحديد محتوى اللحظة و نشرها حيث ويمكن إضافة التغريدات بعدة طرق منها :

- الاختيار من التغريدات المفضلة و المعجب بها سابقا .
- انتقاء التغريدات من حسابات محددة.
- العثور على التغريدات بواسطة بحث تويتر.
- إضافة التغريدات مباشرة باستخدام رابط التغريدة.

بعد تحديد التغريدات المرغوبة والقصة المراد سردها، يتم النقر على زر النشر لمشاركة اللحظة مع العالم أجمع.

ينصح تويتر بأن لا يزيد طول اللحظة عن ١٠ تغريدات، كما ينصح بأن تشمل اللحظة على مزيج من الصور، الفيديوهات، الصور المتحركة لشد انتباه المشاهدين وزيادة تفاعلهم.

٢- أداة كبير :

تقوم أداة كبير بتيسير تعقب الصحفيين للأخبار العاجلة ومساعدتهم على العثور بسهولة على مصادر إخبارية ذات جودة عالية. كبير أداة مفتوحة المصدر نشأت كمشروع بحثي في مؤسسة نيمان في جامعة هارفرد وتشكل أداة هامة للصحافة الرقمية. تعمد كبير إلى سحب أكثر ١٠٠ تغريدة متواترة وعدد الكلمات والعبارات الأكثر تكراراً. ففي الوسط تعرض جملة من التغريدات حسب التفاعل وتردد الكلمات الرئيسية والتي بدورها تشكل تطور القصة الإخبارية. أما على جهة اليسار من الشاشة فتبين القطع الإخبارية كما ترد في ميزة "أخبار جوجل" وعلى جهة اليمين تعرض كبير لحسابات تويتر الأكثر نشاطاً حول القصة الإخبارية التي يقوم الصحفي بمتابعتها. وعند أسفل شريط البحث، تمتلئ الصفحة بالأخبار العاجلة عن مواضيع جديدة. فمن أهم خصائص كبير:

- **تمحيص الأخبار والمصادر:** تتيح الأداة معرفة ما إذا كانت التغريدة ذات أهمية إخبارية وتستحق النشر أم لا. فتقوم بتوفير الفرصة أمام المستخدمين لبحث تويتر باستخدام كلمات رئيسية لإيجاد مصادر، ومقالات، وتغريدات مناسبة للموضوع الذي ينوي الصحفي البحث عنه. بالإضافة إلى ذلك، تسمح الأداة بالعثور على حسابات نشيطة على تويتر متخصصة بموضوع البحث.
- **إيجاد مصادر القصة:** تعمل على ترشيد عملية كتابة المقال من خلال الغوص في قراءة الأحداث المتعددة ومتابعتها على تويتر وبعدها بالتحقق من مصادر الأخبار والسعي وراء تطورات الأحداث لإبراز القصة ومواكبتها. فتوسع عملية البحث تلقائياً. تقوم الأداة بتسليط الضوء على التغريدات الأكثر أهمية وارتباطاً بموضوع القصة وبالتالي يستفيد الصحفيون من إيجاد المصادر الملائمة لمواضيعهم. تتخلل المصادر روابط الميديا، والمستخدمين، وكلمات البحث.
- **سهولة تقييم القصة والتأكد من مصداقية الخبر:** تواكب أداة كبير التطور المستمر لوسائل التواصل الاجتماعي وتوفر خاصية تقييم مصداقية الأخبار الواردة في ظل سرعة انتشار الأخبار المغلوطة على تويتر وغيرها من وسائل الإعلام الاجتماعي. فتقدم التحديثات بحد أدنى من المعلومات الخاطئة. كما تساعد ميزة البحث في كبير الصحفيين على تقييم القصة بسرعة وفهم ما يحتاجونه من عناصر القصة ومعرفة خلفية الأشخاص الذين يقومون بالتواصل معهم. (٢٧)

٣- خدمة **High lights**: توفر للمستخدمين ملخصاً يومياً لأفضل التغريدات.

٤- خدمة **Meerkat**: يقدم هذا التطبيق مجموعة من الأدوات التي تمكن من بث ورفع ملفات فيديو إلى المتابعين بطريقة سلسلة وبسيطة.

٥- خدمة **Curator لتجميع التغريدات**: طريقة لعرض محتوى التغريدات الإخبارية وفيديوهات من خدمة فاين، مستهدفة بذلك وسائل الإعلام والصحفيين مانحة إياهم فرصة جمع أهم التغريدات والفيديوهات حول مواضيع محددة وتنفيذ عمليات بحث متقدمة للحصول على نتائج تحليلية أفضل. (٢٨)

٦- الهاش تاغ، والتخصيص/المراسلة، وإعادة التغريد:

هناك ثلاث وظائف رئيسية تساعد في عملية التغريد على تويتر، هاش تاغ ويرمز لها بإشارة (#) وإعادة التغريد والتخصيص أو المراسلة ويرمز لها (@) و الهاشتاغ عبارة عن كلمة مفتاحية تضاف إلى التغريدة كي تمكن المستخدمين الآخرين من الوصول إلى جميع المعلومات المتعلقة بالتغريدة، وعادة ما ترفق هذه الإشارة بكلمة مفتاحية تدل على موضوع. من خلال الضغط على هاش تاغ لكلمة ما، تظهر جميع التغريدات التي تتضمن هذا المصطلح، وغالباً ما تظهر المواضيع الأكثر شهرة على

تويتر في البداية. و يمكن استخدام الهاش تاغ من قبل الصحفيين للإشارة إلى السبق الصحفي ومعرفة آخر التطورات التي حصلت. ويمكن تخزين الهاش تاغ المختارة في قائمة البحث الخاصة بكل صحفي.^(٢٩)

٧-خاصية البحث Tweet Deck:

يتعين على أي صحفي يعمل من خلال الإنترنت أن يستخدم أداة تويت ديك حيث أنها تتيح إنشاء مجموعة من الأعمدة لمتابعة عدة مستجدات وأخبار بنفس الوقت وهي أداة متميزة تناسب القوائم المحلية فمن المزايا التي يوفرها Tweet Deck، خيارات متقدمة في البحث عن الكلمات والأشخاص والهاشتاجات بإمكان الصحفي الذهاب إلى Tweet Deck، ثم كتابة الكلمة أو الهاشتاج الذي يريد متابعته، ثم الضغط على خيار Add Column سيظهر هذا الاختيار كأحد أعمدة Tweet Deck، بعد ذلك يمكن التدقيق في خيارات البحث التي يرغب بها الصحفي، وأهمها الفترة الزمنية لكتابة التغريدات، وكذلك المكان الذي كتبت منه التغريدة . أما إذا كان الصحفي مسئولاً عن ملف معين، أو اسند إليه تغطية منطقة ، فأحد الخيارات الهامة هي متابعة ما يقوله الناس على تويتر في هذا الملف أو هذه المنطقة، عن طريقة هذه الخاصية الهامة التي يتيحها Tweet Deck. عموماً تمكن خدمة Tweet Deck الصحفي من :

- متابعة التغريدات.
- البحث عن المصادر المناسبة لمجال عمله الصحفي على تويتر.
- التحكم في طريقة عرض نتائج عمليات البحث و تكرار الإشارات التنبيهية.
- جدولة تغريدات الصحفي المستقبلية.

٨-حفظ مصادر الصحفي بقوائم Twitter

في كل يوم تندفق ملايين التغريدات والصور والفيديوهات، إذا لم ينجح الصحفي في تنظيمها فلن يستطيع الاستفادة منها، لذلك يوفر تويتر خاصية القوائم التي تساعد على تنظيم الأشخاص الذي يريد المستخدم (الصحفي) متابعتهم. فلإنشاء قائمة يضغط الصحفي على اختيار "Creat new list" لإضافة قائمة جديدة، ويقوم بعدها باختيار اسم القائمة والوصف، بعد ذلك يمكن الدخول على أي حساب بموقع تويتر، وإضافته للقائمة الجديدة، سواء كان الصحفي يتابع هذا الحساب أو لا، فسيتم إضافته للقائمة التي قام بصنعها مسبقاً. بهذه الطريقة يحدد الصحفي مجموعة من الأشخاص يجمعهم قاسم مشترك لمتابعة كل ما يقولونه بشكل منفصل عن باقي من يتابعهم. يمكن صناعة قوائم لمصادر الصحفي الخاصة، أو الشخصيات العامة في نطاق عمله، أو أكثر الناشطين في المنطقة التي يقوم بتغطيتها.

٩- متابعة الـ Trends :

القاعدة الأولى التي يعلمها أي صحفي في بدايات العمل، هي أن يعتاد على قراءة الصحف في صباح كل يوم قبل الشروع في أي عمل يومي، هذه القاعدة مازالت معتمدة عليها من حيث المبدأ في عصر شبكات التواصل الاجتماعي، فعلى الصحفي متابعة ما يقوله الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي كل يوم، لذلك ينبغي متابعة يوميًا أكثر الكلمات والموضوعات تداولًا على هذه المواقع أو ما يطلق عليه "Trends"، وخاصة على تويتر فهو من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح بوضوح ودقة أكثر الموضوعات تداولًا عالميًا وإقليميًا. فالصحفي لن يجلس يتابع تويتر لحظة بلحظة، ولن يستطيع إدراك كافة الموضوعات تداولًا بين المستخدمين على مدار اليوم، لذلك يوجد أكثر من موقع يتيح له معرفة الهاشتاجات والموضوعات الأكثر تداولًا على مدار اليوم ومن أهمها:

١- موقع 24 Trend (٣٠)

هذا الموقع يتيح معرفة التريندات كل ساعة على مدار الـ ٢٤ ساعة الماضية، وبه خاصية تحديد الدولة التي يراد متابعة التريندات بها.

٢- موقع trendsmap (٣١)

يتيح الموقع معرفة أهم الموضوعات تداولًا على تويتر ولكن على شكل خريطة تفاعلية.

المبحث الرابع : ارشادات للصحفيين عند استخدام تويتر كمصدر للأخبار

المطلب الأول : طرق التحقق من أخبار تويتر

تشكل مواد الفيديو والصور والأخبار التي ينشرها أناس عاديون مصدرًا مهمًا من مصادر الأخبار البديلة أو الموازية للأخبار التي ينتجها الصحفيون المحترفون في غرف الأخبار في كثير من الأحيان، و تنتشر هذه المواد بسرعة كبيرة على شبكات التواصل الاجتماعي قبل أن تجد طريقها إلى الصحفي، وبقدر أهمية هذه المواد في صناعة الأخبار الساخنة والتحقيقات الصحفية، إلى أنها عرضة للفساد أحيانًا أو النشر في غير سياقها الصحيح من حيث الزمان و المكان. لذلك يتعين إخضاع هذه المواد إلى آلية التثبت والتحقق من صحتها باستخدام المهارات التحريرية وأدوات التقنية معا قبل إعادة نشرها أو استخدامها في القصص الإخبارية والتحقيقات الصحفية. (٣٢)

و فيما يلي بعض الطرق الموجهة للصحفيين التي يمكن اتباعها في سبيل التحقق من أخبار تويتر :

أولاً- الطابع الزمني: في كل لحظة هناك خبر جديد عاجل يصدر ويحدث مئات التدوينات على تويتر في دقائق، مثل أخبار الكوارث الطبيعية. فمن المهم للصحفي

طبع كلمات مفاتيح متنوعة، و الاستمرار بالتصفح بسياق تراجعي، لتظهر الرسائل الأولى للخبر.

ثانيا- رسائل تويتر ذات السياق المحدد : يكون على الصحفي التحقق من صفحة المستخدم الذي نشر الخبر على تويتر، بحثا عن رسائل تويتر ذات صلة بالموضوع. و غالبا ما سيقع الصحفي على رسائل أخرى يتبعها، أو رسائل قصيرة تسبق هذا "الخبر العاجل" وتكون لديها صلة معينة بالموضوع. وهذا، يمكن أن يوفر سياقاً إضافياً للخبر، ويمكن أن يساعد أيضاً في التحقق من الشخص، خصوصا إذا كان ينشر صوراً أو محتويات أخرى من المشهد الذي يجري على أرض الواقع.

ثالثا- السلطة : التحقق من سيرة مستخدم تويتر الذاتية. هل هو صحفي؟ هل هو شخص عادي من الشارع؟ هل هو مخادع؟ هل هو ممثل كوميدي؟ التحقق من موقعه على الانترنت، أو من مدونته، إذا ورد اسمه ضمن لائحة، من المهم أن يكون لدى الصحفي فكرة عن هوية المستخدم ، ليتمكن من تقييم صحة أية تدوينة أو رسالة يبعثها عبر تويتر.

رابعا - معاينة محتوى رسائل تويتر السابقة : على الصحفي الحذر من مستخدمين تويتر الجدد. فإذا كان المحتوى هو واحد من تدويناتهم المصغرة الأولى عبر تويتر. فمن الممكن أن يكون شخص ما فتح حسابا جديدا عبر تويتر، ويدعي أن لديه معلومات عن خبر عاجل. كلما كان الحساب جديدا، كلما كان على الصحفي التشكيك والحذر.

خامسا -البحث عن المستخدم في غوغل: ضع اسم المستخدم المعتمد في تويتر، في محرك البحث غوغل، فمعظم الناس يستخدم الاسم نفسه في عدة مواقع. ابحث عنهم على LinkedIn أو صفحة فيسبوك ومواقع أخرى، التي تساعدك في اكتشاف المزيد عن هؤلاء المستخدمين. إذا لم يستخدموا اسما كاملا على حسابهم على تويتر، وإن لم يظهر اسمهم في اماكن أخرى، فعلى الصحفي التشكيك و الاحتراس. فكلما أخفى الأشخاص مزيدا من المعلومات، كلما كان من الصعب أن التحقق من هويتهم. وكلما كانوا منفتحين في عرض المعلومات، كلما كانوا أكثر مصداقية.

سادسا -البحث عن تغريدات مترابطة:

متابعة ما إذا كان شخص آخر يتحدث عن الخبر عينه. فمن المحتمل أن يقع الصحفي على سلسلة متنوعة من الناس الذين يرسلون الخبر عينه عبر تويتر وفي الوقت نفسه،

ولا يبدو أنهم على علاقة ببعضهم البعض عند النظر في حساباتهم، فذلك يعني أن أمرا ما يحدث فعليا.

سابعا -التحدث مع المستخدمين مباشرة : وذلك عن طريق ارسال رد، باستخدام @ الى جانب اسم الشخص، المراد التواصل معه. ثم البدء في متابعتهم، ومحاولة ارسال رسالة مباشرة لهم. والاستمرار في المحادثة. واطلب المزيد من المعلومات وبناء افضل علاقة ممكنة. فهذا يساعد على تشكيل صورة لهذا الشخص، وعلى جمع المعلومات التي تربطه بهذه القصة. (٣٣)

المطلب الثاني :ارشادات عامة حول استخدام تويتر من قبل الصحفيين
عندما فرضت الانترنت نفسها كوسيلة إعلام عالمية ازدادت قضية صدقية مصدر الخبر و المعلومات حدة ، على اعتبار أن الانترنت مصدر مفتوح للمعلومات. وبالتالي فإن المصدر مهما كان ينبغي التشكيك في صدقيته بما في ذلك شبكة الانترنت و عليه ينبغي على الصحفي المحترف تنويع مصادر المعلومات على شبكة الانترنت، ثم القيام بمقارنة بين المعلومات المتحصل عليها من مختلف المصادر، وبناء عليه يستطيع الصحفي الفصل بين المعلومات، كما يستطيع أن يشير في موضوعه إلى مختلف المصادر و يكشف التضارب الموجود بينها. (٣٤) إذا كان الصحفيون يستخدمون الشبكات الاجتماعية في نشاطهم الإعلامي فمن المهم أن يكون:

- في صفحاتهم تعريف بأنفسهم و مؤسستهم الإعلامية التي ينتمون إليها.

-نشر الملاحظات و التعليقات التي تساعد في بناء اتصالات مع المتابعين لهم من خلال صفحة الفيس بوك و تشجيع المتابعين لهم على تقديم معلومات لهم .
-إذا نشر الصحفي معلومات خاطئة و غير دقيقة في صفحته حول موضوع ما فمن المهم له نشر تصحيح لها .

-على الصحفي نشر عبارات تخلي مسؤولية الصفحة في حالة نشر أحد المتابعين للصفحة تعليقات و آراء على ما كتبه أو قدمه الصحفي على صفحته ومن هذه العبارات مثلا " تعليقات المتابعين على ما أنشر في الصفحة لا يعني تأييدي لها" أو "تعليقات المتابعين تعبر عن آرائهم".

-على الصحفي أن يتجنب التعليقات المبتذلة أو المعبرة عن رأي مباشر علني صريح حول القضايا و الأحداث ما سوف يؤثر عليه في طريقة تغطيته للأخبار .
-على الصحفي أن يتجنب رد الفعل الفوري و الانفي في كتابة أي تعليق .
-على الصحفي أن يعرف أن كل ما يتم نشره على الصفحة يتم حفظه والرجوع إليه عن طريق محركات البحث.

-على الصحفي أن يتذكر أن تويتر هو موقع مضيف يمنح المجال للمستخدم للتعبير عن نفسه و آرائه على مسؤوليتهم الشخصية فالصحفي مسؤول على صفحته و يمكن محاسبته قانونيا عن أي قضية تنتج عن نشر آراء أو معلومات في صفحته.

المطلب الثالث :ارشادات للصحفيين عند استخدام مواد من تويتر كمصدر للتغطية الإخبارية

من أجل استفادة قصوى من مصادر تويتر الإخبارية و تحقيق فاعلية قصوى و للتعامل مع هذه الشبكة بمهنية يجب على الصحفي :

التنويه إلى المصدر: إن الأغلبية العظمى من الناس لا يريدون أن يتلقوا أموالاً، وإنما يريدون فقط أن تنسب أعمالهم إليهم، ما على الصحفي التزام مسألة الشفافية مع الجمهور، و لا توجد معايير ثابتة موحدة عندما يتعلق الأمر بنسبة المواد إلى أصحابها الذين قاموا بنشرها عبر تويتر ، لكن هناك بعض الأمور المتفق عليها في هذا الجانب فإذا كان الخبر الذي استخدمت فيه المواد كمصدر من تويتر تلفزيونيا حيث لا يوجد مجال لوضع رابط المادة كما هو الحال على شبكات التواصل الاجتماعي أو مواقع الإنترنت، وبالتالي يجب التنويه إلى صاحب المادة على الشاشة، وأفضل طريقة للإشارة إلى صاحب المادة تتم من خلال معلومتين هامتين :

الأولى: ذكر أن شبكة التواصل الاجتماعي التي تم الحصول على المادة من خلالها وفي هذه الحالة نقول على شبكة "تويتر" .

الثانية: ذكر اسم صاحب المادة بالطريقة التي يفضلها، يمكن أن يكون ذلك بذكر اسمه الحقيقي أو اسم المستخدم على تويتر.^(٣٥)

-التوصيف: و هو أن يتم "توصيف" من نشر الخبر ، فمن المهم أن يعرف الجمهور من النقط الصورة أو سجل الفيديو ،فعندما يلتقط شخص، لا علاقة له بغرفة الأخبار، و يحملها على صفحته و تستخدمها غرفة الأخبار يجب شرح ذلك للجمهور لأسباب تتعلق بالشفافية، و يجري توصيف هذا النوع من المواد مثلا تحت عنوان " لقطات هواة".^(٣٦)

يجب على الصحفي أن يكون أخلاقيا:

إذا قام شخص ما بنشر مادة ما على شبكات التواصل الاجتماعي فهذا يعني أنه فكر في تبعات ظهور هذه المادة على قنوات الأخبار المحلية والعالمية، وبالتالي يتوجب على الصحفيين التحلي بمسؤولية استخدام المواد بشكل أخلاقي. يجب أن تسعى للحصول على موافقة مبنية على معرفة وليس مجرد موافقة، بمعنى : هل يفهم من رفع المادة ما الذي يعطي موافقة بشأنه؟ وعند التنويه إلى صاحب المادة، يجب أن تتحدث

معه بشأن الطريقة التي يرغب أن ينوه إليه بها و بالتالي الردود التي نتلقاها في هذا الصدد تتوقف عن مفاجئتنا.^(٣٧)

الخاتمة :

إن فرص الاستثمار الصحفي الإعلامي لشبكات التواصل الاجتماعي و على رأسها تويتر عديدة و تتضاعف مع التحديثات الجديدة لهذه الشبكة. لذا ينبغي على الصحفيين وخاصة في المجتمعات المستهلكة للتكنولوجيا ، العمل على تجاوز الاستخدامات الشخصية لتويتر وتطوير الاستخدام في اتجاه ينحو إلى خدمة المهنة الصحفية و العمل على الاستفادة من الأدوات التي تتيحها شبكة فيس بوك للصحفيين و الاقتداء بتجارب صحفيين استثمروا في الامكانيات الصحفية تويتر ونجحوا إن سهولة الوصول إلى شتى أنواع المعلومات و تبادلها مع الآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي ساهم في تحقيق قدر كبير من الديمقراطية المعرفية لجميع أفراد المجتمع دون تمييز سواء من حيث انتاج المادة الإعلامية فقد أصبح الجميع منتجا للمضمون أو من ناحية الاستقبال والتلقي أو من ناحية التفاعل وابداء الرأي حول الاحداث والقضايا، لكن الرهان الواجب على الصحفي كسبه هو التحقيق في مصداقية هذه المعلومات وتمحيصها و تقديمها بشكل موضوعي و وفق معايير مهنية تسمو برسالة الإعلام و تخرجه من دوائر التلاعبات.

الهوامش والمصادر

- ١- خليل، صابات. الصحافة مهنة و رسالة ، دار المعارف القاهرة : د ت ، ص ٢٧.
- ٢- ماكس ماكومز ، ر. لانس هولبرت ، سيبيروكيوسيس ، واين واننا . ترجمة محمد صفوت حسن ، الأخبار و الرأي العام تأثير الإعلام على الحياة المدنية ، دار الفجر للنشر و التوزيع : القاهرة ، ٢٠١٢ ، ص ٣٥.
- ٣- دليل المراسل الصحفي ، مؤسسة رويترز الخيرية: لندن، ٢٠٠٦ ، ص ٢٩.
- ٤- فاروق ، أبو زيد . فن الخبر الصحفي ، الطبعة الثانية ، عالم الكتب ، ص ٢٠٩.
- ٥- جلال ، فرحي . كيف تحقق النجاح في المجال الإعلامي ، دار الفارابي : بيروت ، ٢٠٠٦ ، ص ٤٧.
- ٦- خليل، صابات. مرجع سابق، ص ٢١-٢٢.
- ٧- دليل المراسل الصحفي ، مرجع سابق ، ص ٢٧.
- ٨- بوبكر بوعزيز . مصادر الخبر الصحفي من وكالة الأنباء إلى فيس بوك ، مجلة أفاق العدد السابع ٢٠١٧ ، الجلفة ، ص ١٦٦.
- ٩- عظيم الجميلي، ثناء العاني، صناعة الاخبار الصحفية والتلفزيونية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٢ ، ص ١٦٦-١٦٧.
- ١٠- بوبكر ، بوعزيز . مرجع سابق، ص ١٦٨.
- ١١- حسني ، محمد نصر . سناء ، عبد الرحمان . ظاهرة تجهيل مصادر الأخبار في الصحافة العربية لعينة من الصحفيين والصحف اليومية و الأسبوعية . المجلة المصرية لبحوث الرأي العام المجلد الخامس العدد الثاني ، ٢٠٠٤ ، ص ١ - ٢.
- ١٢- نفس المرجع ، ص ١٧.

- ١٣- دليل المراسل الصحفي، مرجع سابق، ص ٢٧.
- ١٤- علي، خليل الشقرة. الاعلام الجديد- شبكات التواصل الاجتماعي-، دار أسامة عمان، ٢٠١٤، ص.
- ١٥- شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، ص ٨٦.
- ١٦- رضا النجار، جمال الدين ناجي تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام بالمغرب العربي، ايسيسكو و اليونيسكو تونس، الجولة الثانية للقيمة العالمية لمجتمع المعلومات، ٢٠٠٥، ص ٥٦-٥٧.
- ١٧- الصادق الحمامي . الصحافة في عصر الميديا .
- ١٨- الصادق الحمامي . الصحافة في عصر الميديا .
- ١٩- محمد، سيد ريان. الإعلام الجديد، : مركز الاهرام للنشر والترجمة والتوزيع : القاهرة، ٢٠١٢، ص ٥٠.
- ٢٠- إبراهيم اسماعيل الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته وزارة الفنون والثقافة التراث قطر : الدوحة، ٢٠١٤، ص ١٨٥.
- ٢١- مرجع سابق ص ١٨١.
- ٢٢- فتحي، شمس الدين. شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر، دار النهضة العربية : القاهرة، ٢٠١٣، ص ٧٨.
- ٢٣- إبراهيم، اسماعيل. مرجع سابق ص ١٨١.
- ٢٤- محمد، المنصور. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين -دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة: الدنمارك، ٢٠١٢، ص ٨٩.
- ٢٥- سعد، بن محارب المحارب. الإعلام الجديد في السعودية -دراسة في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، جداول للنشر والتوزيع، بيروت، ٢٠١١ ص ١١٩.
- ٢٦- عبد الله، الرشيد. عالم الأخبار في فيس بوك وتويتر، مجلة الصحافة، شبكة الجزيرة الإعلامية : الدوحة، ص ٣٥.
- 27- <https://ijnet.org/ar/blog/280446> كبير: أداة تساعد الصحفيين على بحث تويتر بشكل أفضل
- 28- <https://ijnet.org/ar/blog> ثلاث أدوات جديدة على تويتر لخدمة الصحفيين ووسائل الإعلام
- 29- <http://onmedia.dw-akademie.com/arabic/?p=591>
- 30- <https://trends24.in>
- 31- <https://www.trendsmap.com>
- ٣٢- دليل الصحافة الاستقصائية، مرجع سابق، ص ٥.
- ٣٣- <https://ijnet.org/ar/blog> دليل الصحفيين للتحقق من أخبار تويتر
- ٣٤- محمد، لعقاب . مهارات الكتابة للإعلام الجديد، دار هومة : الجزائر، ٢٠١٣، ص ١٧٢-١٧٣.
- ٣٥- دليل الصحافة الاستقصائية، مرجع سابق، ص ٥٩.
- ٣٦- مرجع السابق، ص ٦٠-٦١، بتصرف.
- ٣٧- مرجع سابق، ص ٦٢، بتصرف.