

دور المصادر الإخبارية الغامضة في نشر الشائعات من خلال وسائل الاعلام الجديدة

الدكتور طالب كيحول

كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة خميس مليانة

الملخص

القارئ أو المتعرض لوسائل الإعلام الجديدة، لم يصبح ذلك العنصر المتلقي للمعلومات والأخبار فقط، بل مصدرًا لها. مصدر الأخبار يكون في أغلب الأحيان غامضًا أو مستترًا إما كخيار أو كحتمية تحت مبرر حرية الإعلام وحماية مصدر الخبر من التهديدات، خصوصا في القضايا المحورية كالفساد الاقتصادي والاجتماعي، غير أنها تحولت إلى أداة لبث الإشاعة قصد توجيه الرأي العام وتغليظه، وكنتاج لهذا الأمر أصبحت وسائل الإعلام الجديدة تعيش أزمة مصداقية حادة.

الكلمات المفتاحية: المصادر الإخبارية، الإشاعات، وسائل الاعلام الجديدة.

مقدمة

إن ظهور وسائل الاعلام الجديدة لم يفتح المجال فقط للقارئ أو المستخدم بأن يكون منتجا ثانيا للمادة الإخبارية من خلال خلق بيئة تفاعلية تمكنه من إعادة إنتاج المادة الإعلامية بشكل جديد، بل إن الأمر امتد ليكون المستخدم نفسه مصدرا للمعلومة في كثير من الأحيان سواء من خلال تشكيل المنتج الإخباري المعروض بقيم مضافة، أو تزويده لوسائل الاعلام الجديدة بأخبار ومعلومات حصريّة أطلق عليها المختصون «صحافة المواطن» و«منصات التشبيك الاجتماعي» التي أضحت مصادر مهمة لوسائل الاعلام الجديدة والتقليدية على حد سواء.

غير أن ضخامة هذه المصادر وضعت قاعات التحرير في أزمة اللاتقائية، الأمر الذي دفع بالكثير الى وصفها بالمصادر الإخبارية الغامضة والتي حولت رجال الصحافة من ممارسي مهنة الاعلام الى لعب دور رجال الدعاية وبث الاشاعات سواء عن قصد أو

غير قصد. وهو التحدي الذي طرح مشكلة المهنية والمصداقية خاصة مع وجود ما يعرف بالمصادر المستترة⁽¹⁾ والتي يجمع المختصون بانها أدوات يستخدمها الصحفيون تحت مبرر سرية استقاء الأنباء وحماية مصادر المعلومات من التهديد والتصفية الجسدية في مناطق الصراع، غير أنها تحولت إلى أدوات تبريرية لبث الاشاعات لتوجيه الرأي العام وتأليبهم وحتى تغليظه.

ويتفاوت استخدام المصادر المجهولة في الصحافة العربية، من وسيلة إعلامية إلى أخرى تبعا لأهداف أرباب المؤسسات الإعلامية، وطبيعة تكوين الصحفيين. خاصة إذا علمنا أن عامل الخبرة المهنية يلعب دور مهما في ذلك، كما أن هناك فئة إعلامية التي تشرعن لاستخدام المصادر المجهولة، بالنظر إلى سقف حرية الاعلام في المنطقة الذي يتسم بمبدأ الاتصال الشمولي.

وعلى هذا الأساس سوف تعالج هذه الدراسة الإشكالية التالية:

ما هو دور المصادر الإخبارية الغامضة في نشر الشائعات من خلال وسائل الاعلام الجديدة؟

I. أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في كون أن الصحافة العربية، أصبحت تعيش أزمة مصداقية حادة نظرا لسياق الاتصال الشمولي الذي تتسم به المجتمعات العربية في عملية تدفق الأخبار والمعلومات، كما أن الإكراهات الخارجية التي تعاني منها مؤسسات الاعلام والإعلاميين على حد سواء دفعت بالنسق الإعلامي إلى اللجوء لممارسة هذه المهنة، وفقا لمنظور المراقبة الذاتية التي يضعها الصحفي لنفسه، واللجوء كذلك إلى المصادر الثانوية، وكذا الجماعات الهامشية كمصادر للمعلومات للمساعدة في بناء القصص الخبرية.

II. منهج الدراسة

اقتضت الدراسة استخدام منهج المسح الوصفي التحليلي، باعتباره يسعى لوصف المصادر الغامضة والمستترة في الصحافة العربية، ويحدد أبرز التحديات التي تواجهها.

ويعتبر هذا المنهج نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية⁽²⁾ «وأحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كماً عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة وإخضاعها للدراسة».⁽³⁾

ويرى "Roger Wimmer" روجر ويمر و"Joseph Dominick" جوزيف دومينيك "بأن هذا المنهج يحاول وصف وجود مواقف محددة وشرحها، وهذا المنهج يتضمن عادة فحص متغيرين أو أكثر وذلك لاختبار الأسئلة البحثية وفرضية البحث، وتسمح النتائج للباحث فحص العلاقات المتداخلة بين المتغيرات وتعطينا استنتاجات تفسيرية."⁽⁴⁾

وتعد أهم أهداف البحث الوصفي التحليلي فهم الحاضر من أجل توجيه المستقبل، فالبحث الوصفي يوفر بياناته وحقائقه واستنتاجاته الواقعية باعتبارها خطوات تمهيدية لتحولات تعتبر ضرورية نحو الأفضل. ومن خصائص البحوث الوصفية توضيح العلاقة بين الظواهر المختلفة والعلاقة في الظاهرة نفسها⁽⁵⁾، والبحوث الوصفية بمفهوم الدكتور السيد "علي شتا" تتناول الوقائع وتقدم لها وصفاً محدداً لأبعادها وبنائها ومكوناتها بجمع البيانات الكافية والملائمة، ويفيد البحث الوصفي في أنه يوفر المعلومات التي تتيح الفرصة لصياغة الموضوع.⁽⁶⁾

III. مصطلحات الدراسة

• المصادر الغامضة⁽⁷⁾

يقصد بها الممارسة التي ينتهجها الصحفيون للالتفاف حول حدود الموضوعية بعدم ذكر البيانات الكاملة عن مصدر الخبر، أو مصدر الفقرة داخله.⁽⁸⁾ أما إجرائياً فيقصد بها الباحث تلك المصادر المستترة التي يوظفها الصحفيون دون أن يذكروها صراحة، كمصادر مطلعة، مصادر مقربة... الخ.

• الاشاعة: يعرفها قاموس أكسفورد Oxford dictionaries بأنها قصة متداولة أو تقرير غير مؤكد أو مشكوك في مصادر معلوماتها.⁽⁹⁾

• وسائل الاعلام الجديدة

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary الاعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه «اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة». وبحسب "ليستر Lester" «الاعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت عن التزاوج بين الكمبيوتر و الوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي و الصوت و الفيديو»⁽¹⁰⁾.

IV. الدراسات السابقة

• دراسة "حسين إسماعيل حداد" بعنوان: «استخدام الأخبار المجهولة المصدر في الصحف العراقية» دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية. والتي عالجت قضية تجهيل المصادر في الصحافة العراقية، معتمدا على عينة من ست صحف، خضع خلالها 1204 خبرا للتحليل. وقد توصل الباحث في هذه الدراسة الى نتائج هي كالتالي:

كشف البحث أن حجم هذا الاستخدام للأخبار المجهولة المصدر في الصحافة العراقية كان كبيرا بحسب رأي الباحث وفقا لنسبة التي جاء بها (40.44 %)، فهي تكاد تقترب من معطيات في هذا المجال بينها الإطار النظري للدراسة تتعلق بمستويات الاستخدام في صحف عالمية.

هناك تفاوتات في أحجام صحف عينة الدراسة، فصحيفة مثل الصباح تصدر 28 صفحة، والزمان (20 صفحة) والبيان والصباح الجديد (16 صفحة) والمؤتمر وبغداد (12 صفحة)، واختلاف نسب الأخبار المنشورة من صحيفة لأخرى وفقا لذلك، لكن ذلك، بحسب رأي الباحث، برغم أن له مدلولات كمية يمكن أن تنعكس على حجم ظاهرة استخدام المصادر المجهولة فيها.

كشف التحليل أيضا أن الصحف الحزبية مجتمعة (بغداد، المؤتمر، البيان) تشكل أعلى نسبة في استخدام المصادر المجهولة من باقي الصحف، حيث بلغت نسبتها جميعا (53.23 %) مقابل (46.76 %) بالنسبة للصحف الأخرى اليومية (الصباح، الزمان، الصباح الجديد).

• دراسة "حسني محمد نصر" و"سناء جلال عبد الرحمن" بعنوان: «ظاهرة تجهيل مصادر الأخبار في الصحافة العربية»: دراسة لعينة من الصحفيين والصحف اليومية والأسبوعية. حيث ناقشت قضية تجهيل مصادر الأخبار وعلاقته بالسياسة التحريرية للمؤسسة وعلاقته كذلك بموثيق الشرف والمهنة الصحفية وقد توصلت هذه الدراسة الى النتائج التالية:

- أن ظاهرة تجهيل مصادر الأخبار ظاهرة سلبية تعاني منها الصحافة العربية، ومع ذلك فإنها لا تضر بسمعة ومصداقية الصحيفة، ولا تمثل انتهاكا لحق القارئ في معرفة مصادر المعلومات المنشورة في الصحيفة؛
- أن استخدام الصحفي والصحيفة لمصادر مجهلة في الأخبار ليس له أي دلالة فيما يتعلق بقوة أو ضعف الصحفي أو الصحيفة؛
- أن الاخبار مجهلة المصدر ليست بالضرورة غير صحيحة، وصحة المعلومة داخل الخبر لا علاقة لها بما اذا كان مصدرها مجهلا أم لا؛
- أن ظاهرة المصادر المجهلة في الصحافة العربية لها مردود إيجابي على صعيد تطهير المجتمع من الفساد والظواهر السلبية ويحقق دور الصحافة في الرقابة وكشف الأخطاء.

٧. مفهوم الاشاعة

تعرف الاشاعة على أنها: «بث خبر من مصدر ما في ظرف معين ولهدف ما يبغيه المصدر دون علم الآخرين وانتشار هذا الخبر بين افراد مجموعة معينة». كما تعرف على أنها: «الأحاديث والأقوال والأخبار التي يتناقلها الناس، والقصص التي يروونها دون التثبت من صحتها أو التحقق من صدقها». وتعرف كذلك بأنها: «أخبار مشكوك في صحتها ويتعذر التحقق من أصلها وتتعلق بموضوعات لها أهمية لدى الموجهة ويؤدي تصديقهم أو نشرهم لها الى اضعاف روحهم المعنوية».⁽¹¹⁾

ويعتقد بعض المختصين بأن: «التدفق الإعلامي يحصل في كل يوم على الانترنت، وهو حتى لو تضمن شائعات لا أساس لها، يؤثر تأثيرا كبيرا في معتقداتنا وسلوكنا.

لننظر في واقع أن فيديوهات «يوتيوب» هي الأكثر احتمالا بكثير في اجتذاب مزيد من المتفرجين إذا سبق لها أن اجتذبت الكثير منهم، هي مثال واضح على التدفق»⁽¹²⁾.

وتعرف الاشاعة كذلك على أنها: «كل خبر أو قضية أو عبارة نوعية مقدمة للتصديق دون أن تكون فيها معايير أكيدة للصدق. وهي غير معلومة المصدر، تحمل في طياتها، إما التضخيم والتهويل لواقعة ما، أو التقليل لها والتهوين منها. وتنتشر بين أفراد المجتمع، إما عن طريق الرواية الكلامية بوجه الخصوص، أو وسائل الاتصال الجماهيرية بوجه عام»⁽¹³⁾.

ويؤكد الخبراء بأنه وبالرغم من أن: مشكلة المصدر تستهوي العامة، إلا انها ليست أكثر الموضوعات إثارة للاهتمام، والواقع أن تعقب المصدر يندرج في إطار أسطورة ترمي إلى أن تثار الشائعة عمدا. والجدير ذكره أن أسطورة المصدر المتواري عن الأنظار تحافظ على استمرارها لأنها مسلية ومفيدة. كما أن تعقب المصدر يسمح للعامة التي صدقت شائعة "خاطئة" بأن تنفي التهمة عن نفسها، فاتهام المصدر وتعقبه يعنيان تفادي الاعتراف بالوقوع في الخطأ عبر التصريح بكل براءة بالوقوع ضحية الخداع.⁽¹⁴⁾

VI. المصادر المجهولة بين شرعنة الاستخدام والمسؤولية الأخلاقية

على الرغم من أن الكثير من المؤسسات الإعلامية والإعلاميين يجدون أنفسهم يتعاملون مع المصادر المستترة كخيار أو كحتمية في ممارستهم اليومية لبناء القصص الخبرية، إلا أنهم وخلال تلقيهم لدورات تكوينية أو حتى نصائح من طرف مدراءهم لتلافي الاعتماد على هذا نوع من المصادر الغامضة والمستترة، نظرا لتسببها في تشويه سمعة المؤسسة الإعلامية والصحفيين على حد سواء. وفي هذا السياق أكدت الكثير من الهيئات الإقليمية والدولية أن هناك أزمة حقيقية في ظل استخدام المصادر المجهولة وهو الأمر الذي توضحه شبكة الصحفيين الدوليين (IJNET) بالقول: «خلال ورشة عمل في جنوب السودان العام الماضي، أعرب الصحفيون عن قلقهم من أن بعض المؤسسات الإعلامية كانت تستخدم مصادر مجهولة لأجندات خاصة ومهاجمة الأخصام السياسيين»⁽¹⁵⁾.

غير أن بعض المهنيين يعتبرون أن المصادر المجهولة، بمثابة المفاتيح لأبواب الكثير من القضايا الموصدة، كقضايا الفساد السياسي والاقتصادي والاجتماعي. وهو الأمر الذي

تؤكد عليه جمعية الصحفيين المحترفين Society of Professional Journalists، ولعل فضيحة "ووترغيت" Watergate's عام 1972، والتي استعانت فيها صحيفة «الواشنطن بوست» The Washington Post بالمصادر المجهولة لمواجهة البيت الأبيض الذي أتهم آنذاك فيها الرئيس الأمريكي ريتشارد نيكسون والتي أدت إلى عزله.⁽¹⁶⁾ بالإضافة إلى ذلك فإن قضية الصحفية "جانيت كوك Janet Cooke" والتي إختلقت مجموعة من القصص تحت عنوان «عالم جيمي Jimmy's World» عام 1981 تتناول فيها تفاصيل يوميات طفل عمره 8 ثماني سنوات مدمن على الهيرويين وقد توجت هذه الكتابات «بجائزة بوليتزير»⁽¹⁷⁾ Pulitzer Prize.*.

إن قدرة الصحفيين على استخدام المخيال الأسطوري لنسج قصصهم الإخبارية هو في الحقيقة بالنسبة للكثير من المختصين تعبير عن أزمة أخلاقية تواجه الإعلاميين، وتصوير حقيقي لظواهر مختلفة استطاع الإعلاميين أن يعالجوها بطرق مختلفة بالنسبة لخبراء آخرين. وهو الأمر الذي تؤكد عليه جمعية الصحفيين المحترفين (SPJ) بالقول: «أحيانا المصادر المجهولة هي المفتاح الوحيد لكشف قصة كبيرة، وكشف الستار عن الفساد وإكمال المهمات الصحفية للمراقبة على الحكومات وإخبار المواطنين، لكن أحيانا المصادر المجهولة هي الطريق إلى مستنقع أخلاقي».

ونتيجة لهذه الأزمة حاولت الكثير من المؤسسات الإعلامية ذائعة الصيت أن تتعامل مع هذه الإشكالية، بعد تلقيها الكثير من الشكاوى من القراء على غرار صحيفة «نيويورك تايمز» The New York Times التي أكدها "فيل كوربيت Philip B. Corbett" مدير التحرير المشارك في وضع المعايير⁽¹⁸⁾ خلال فترة مارس 2015 التي كثرت فيها الشكاوى للجريدة من خلال الموقع الإلكتروني للصحيفة. وردا على ذلك عمدت الجريدة إلى وضع سياسة جديدة للتعامل مع مصادر الأخبار من خلال سن قوانين وتوجيهات وفرض رقابة صارمة من طرف رؤساء الأقسام على المحررين، وقد أتت تلك السياسات أكلها فبعد أربعة أشهر عليها انخفض استخدام المصادر المجهولة بنسبة 30 بالمائة.

وقد أكدت التوجيهات التي حددتها صحيفة «نيويورك تايمز» New York Times على

جملة النقاط الواجب احترامها من طرف المحررين⁽¹⁹⁾:

- أي استخدام للمصادر المجهولة في القصص الخبرية يجب أن تتم الموافقة عليه من طرف رئيس القسم أو نائبه؛
- استخدام المصادر المجهولة في القصص الخبرية يجب أن يكون نادرا وفي القضايا المحورية فقط؛
- أي قصة خبرية تبنى على مصادر مجهولة في أساسها يجب أن تتم الموافقة عليها من طرف مسؤولين حددتهم جريدة التايمز وليس الصحفيين.

وتؤكد الدراسات أن ظاهرة المصادر المستترة موجودة في الاعلام العربي وبشكل حاد، حيث كشفت دراسة حول استخدام الصحافة العراقية للمصادر المجهولة أن حجم استخدام الأخبار المجهولة المصدر في الصحافة العراقية كان كبيرا حيث بلغت النسبة (40.44%).⁽²⁰⁾ وفي السياق ذاته بلغت نسبة استخدام المصادر المستترة في الصحافة المصرية حيث أن المجلس الأعلى للصحافة بمصر أشار في تقاريره قبل 25 يناير أن هناك 10259 ملاحظة مهنية ترتبط بالأخبار المجهولة، وهذا الحجم يشكل 49.9 من الملاحظات التي تم تسجيلها على أداء الصحف، وذكرت التقارير أن هناك 20840 ملاحظة مهنية.⁽²¹⁾ وتتوافق هذه الأرقام مع ما توصل له الباحثين المصريين حسني نصر وسناء جلال عبدالرحمن بجامعة القاهرة، أن ظاهرة تجهيل مصادر الأخبار في الصحف العربية ظاهرة قائمة بالفعل، من خلال تأكيد 52 بالمائة من مفردات البحث أنهم استخدموا المصادر المجهولة من قبل.⁽²²⁾ وتؤكد الدراسات أن الإعلام الجزائري يعاني من أزمة تجهيل المصادر، وهو الأمر الذي تؤكد الباحثة "عايش حليمة" في دراستها حيث أكدت أن جريدة الشروق اليومي تستخدم مصادر مجهولة خلال معالجتها لأخبار الجرائم ومشكوك فيها، وتبرر الباحثة ذلك بسعي الصحيفة لتحقيق الربح المادي السريع.⁽²³⁾ ويبرر مجموعة من الإعلاميين الجزائريين أن اعتماد الصحفيين على المصادر المجهولة مرده إلى صعوبة الوصول الى المعلومة، على الرغم من أن القانون يتيح للصحفي الجزائري الحق في الوصول الى المعلومة.

وهو الأمر الذي يؤكد الصحفي "ايوانوغان محمد" من يومية الخبر حيث قال «عن أن مشكلة حرية الصحافة ليست في القوانين، لأن قانون 1992 كفلها، ولكن المشكلة حسبه في الممارسة اليومية للصحفي التي تكشف عن وجود عراقيل لوصول الصحفي الى مصدر المعلومات حتى يؤدي رسالته على اكمل وجه، وهو ما يجعله يضطر في كثير من الأحيان الى الاعتماد على المصادر المجهولة، وهو ما يفقد المادة الاعلامية مصداقيتها».⁽²⁴⁾

VII. المصادر المجهولة وإشكالية المصداقية في الاعلام الجديد

1. فهم المصداقية في بيئة وسائل الاعلام الرقمية

تعتمد العديد من الدراسات لمصداقية المعلومات على شبكة الانترنت على التمييز التقليدي ما بين مصداقية المصدر، الرسالة والوسيلة، واعتبرت المصادر ذات مصداقية إذا كانت تحمل خصائص تمكنها من الاقناع، ويأتي في الدرجة الاولى الخبرة، الثقة - أي تكون موثوقة -، الديناميكية إضافة إلى الرزانة أو الهدوء والألفة.

أ- مصداقية المصدر

أظهرت التصورات للمواقع على شبكة الانترنت باعتبارها مصدر قد يسفر عن مصداقية متفاوتة - قد تكون عالية أو منخفضة - أنه من الممكن ترجمة عدة عناصر من مصداقية المصدر في البيئة الرقمية. وعلى وجه التحديد:⁽²⁵⁾

- عنصر الخبرة: الذي يظهر من خلال شمولية ودقة معلومات الموقع، واحترافيته و أن تكون الجهات الراعية للموقع جديرة بالتصديق.
- عنصر الثقة: ترتبط الثقة بنزاهة الموقع والتي تتبين من خلال سياسته، واستخدام الدعاية و الكفاءة المهنية، وسمعة المؤلف أو مؤسس الموقع.
- عنصر الديناميكية: أو الحيوية والجاذبية والمقصود بها كيفية اضاء جانب الترفيه في الموقع، والذي ينعكس في طريقة تصميم الموقع من خلال استخدام الرسومات الملونة، والمحتوى المثير للاهتمام، واستخدام الميزات التفاعلية.
- في الأخير نشير إلى أن هناك اختلافات تظهر من خلال الجهات الراعية لمحتوى المواقع الالكترونية حيث ينظر للمواقع المؤسسية على أنها أكثر مصداقية من الأنواع

الأخرى على سبيل المثال المواقع التابعة للمؤسسات التجارية أو الحزبية والدعوية.⁽²⁶⁾

ب- مصداقية الرسالة

تتناول مصداقية الرسالة من خلال فحص كيف لخصائص الرسالة أو المعلومات أن تؤثر على ادراك المصداقية، وتشمل الأبعاد الرئيسية لمصداقية الرسالة على أربع عناصر وهي : بناء الرسالة، المحتوى، اللغة و الإبلاغ أو الارسال.⁽²⁷⁾ وعلى الرغم من أن هناك بحوث قليلة تناولت بشكل مباشر مصداقية الرسالة على الانترنت، إلا أن مستخدمي الانترنت يتبعون معايير مماثلة للغاية في الحكم على المعلومات الموجودة داخل الانترنت أو خارجه. حيث أن هناك جوانب من محتوى الرسالة كالدقة وصحة المعلومات وشكلها واستخدام الأدلة والاستشهادات، الشمولية والانتشار أو الرواج، ثبت أنها تؤثر على تصورات ومفاهيم مصداقية المعلومات على الانترنت.⁽²⁸⁾ وفضلا عن ذلك فإن الخصائص البنائية للمعلومات على الشبكة بأن تكون سهلة التصفح، وفي خصائص الارسال لابد أن تكون المعلومات خالية من الأخطاء فوجود أخطاء مطبعية مثلاً ليؤثر على مصداقية الرسالة. وعليه - ووفقا لأدبيات وبحوث المصداقية - فإن العديد من سمات مصداقية الرسالة في الوسائل التقليدية أثرت على تصورات ومفاهيم مصداقية الرسائل على شبكة الانترنت.⁽²⁹⁾

ت- مصداقية الوسيلة

ركزت الدراسات التي اهتمت بمصداقية وسائل الاعلام على المصداقية النسبية وقابلية تصديق مختلف القنوات الاعلامية التي يتم من خلالها تبليغ الرسالة. وقد سعت عدة مقارنات عبر وسائل الاعلام لتقييم مصداقية وسائل الاعلام الرقمية بالنظر لقنوات الاتصال. فوجدت بعض الدراسات أن المعلومات التي تكون عبر وسائل الاعلام الجماهيرية التقليدية أكثر مصداقية من نظيرتها على الانترنت والويب،⁽³⁰⁾ فحين ترى أخرى أنه لا يوجد فروق ما بين المعلومات على وسائل الاعلام التقليدية والرقمية، أي أن الوسيلة لن تحدث فرقا في مصداقية المعلومات والرسالة.⁽³¹⁾ وعموما فإن الأبحاث في هذا المجال تشير إلى أنه بالرغم من اعتبار شبكة الانترنت إلى حد كبير مصدر موثوق للمعلومات و بالتساوي مع الوسائل التقليدية، إلا أنه ينظر للوسائل الرقمية بأنها أكثر مصداقية ويعود ذلك للانتشار الواسع والاستخدام الكبير لشبكة الانترنت إضافة

إلى دوافع البحث لدى مستخدميه عن أنواع معينة من المعلومات لا يمكن توفرها في الوسائل التقليدية.⁽³²⁾

2. مخاوف بشأن مصداقية وسائل الاعلام الرقمية

لطالما كانت هناك مخاوف بشأن مصداقية مصادر المعلومات بعد فترة وجيزة من ظهور مسألة تأسيس المصداقية في البيئة الرقمية أو الإلكترونية، فظهرت الحاجة لتعليم المتلقين من مختلف فئات الجمهور ولاسيما الشباب التقييم النقدي للمعلومات، وكانت هذه الجهود التعليمية تحت عدة أطر ومسميات كتطوير التفكير النقدي. ففي الولايات المتحدة الأمريكية كانت هناك جهود مبذولة وجارية لتثقيف وتدريب مستخدمي الانترنت من أجل ذلك. وقد صيغت جل تلك الجهود في إطار حركة «محو الأمية الرقمية» التي تم قيادتها وتطويرها من قبل مجموعات مثل: اتحاد المكتبات الأمريكي، المعهد الوطني لمحو الأمية، وكالات الرعاية الصحية المختلفة ومجموعات المستهلكين.⁽³³⁾ وكان الهدف العام لهذه المجموعات مساعدة مستخدمي الانترنت في تطوير المهارات اللازمة لتقييم نقدي وحاسم للمعلومات المتوفرة على الانترنت. وكانت نقطة الانطلاق الرئيسية لحركة محو الأمية الرقمية على أساس أن المهارات اللازمة لتحديد جودة المعلومات وتقييم مصداقيتها، هي إلى حد كبير نفس تلك المهارات والقيم لتقييم المعلومات التي تبثها وسائل الاتصال الأخرى.⁽³⁴⁾

وتمثل وسائل الاعلام الرقمية تحديات جديدة لمستهلكي أو متلقي المعلومات، حيث انتقل جهد تقييم المعلومات في العديد من الأساليب من حراس البوابة أو القائمين على الاتصال المحترفين إلى الأفراد المستهلكين للمعلومات، وبناء على ذلك عالج الباحثين مسألة ما هو الجديد في وسائل الاعلام الرقمية والذي أوجد حاجة ملحة لوجود تقييم نقدي فعال. ومن بين المخاوف التي كانت حول مصداقية وسائل الاعلام الرقمية وتقييمها:

- الكمية الهائلة للمعلومات التي تتيحها تقنيات الوسائط الرقمية: مما لاشك فيه فإن وسائل الاعلام الرقمية قد غيرت في المشهد العام للمعلومات ومصادرها، ولعل أكبر تغيير هو التدفق الهائل للمعلومات وغير المسبوق والمتاح لكل المستهلكين أو المتلقين،

وقد عزز ذلك انخفاض تكلفة انتاج المعلومات ونشرها. وقد أتاحت الشبكة الرقمية «لكل شخص أن يكون كاتباً» مع الأخذ بعين الاعتبار الموانع التي قد تمنع البعض من الحصول على التكنولوجيا أو عدم القدرة على تكلفتها كعدم وجود شبكة الانترنت أو عدم القدرة على الاشتراك فيها أو اقتناء الحواسيب وغيرها من التقنيات اللازمة للكتابة على الشبكة.⁽³⁵⁾

- عدم وجود حراس البوابة والغاء الوسطاء ومعايير مراقبة الجودة: إن الجمع بين الكم الهائل للمعلومات وسهولة تبادلها الوصول إليها بعد تخزينها في القواعد الرقمية، أوجد مخاوف حول المصادقية ولاسيما مع وجود شكوك حول الشخص أو الجهة المسؤولة عن المعلومات في الشبكة الرقمية وبالتالي الشك في تصديق هذا المصدر، وهذا ما يثير قضية حارس البوابات الاعلامية في بيئة وسائل الاعلام الرقمية ومستوى الغموض الذي يحيط بكل من المصدر والسياق التي تبث فيه المعلومات.⁽³⁶⁾ وقد أشار العديد من العلماء إلى أن المعلومات المنشورة على الويب قد لا تكون خاضعة لتصفية من خلال حراس البوابات المحترفين ونتيجة لذلك، قد تكون المعلومات الرقمية أكثر عرضة ليكون تنظيمها على نحو رديء، وقد تكون قديمة و ناقصة و غير دقيقة، كما لاحظ آخرون أن وسائل الإعلام الرقمية تفتقر أحيانا لمؤشرات السلطة التقليدية مثل هوية الكاتب - أو المرسل - وسمعته.⁽³⁷⁾

- غموض هوية المصدر والسياق التي تنتج وتسوق فيه المعلومات: إن مصدر المعلومات يعد أمراً حاسماً في المصادقية لأنه هو الأساس الأول في تقييم وأحكام مصادقية وسائل الاعلام، فقد أصبح غير معلن بتحول وسائل الاعلام من البث التناظري (analogique) إلى الأشكال الرقمية (numérique)، وهناك عدة طرق تثبت أن مصدر المعلومات هو اشكالية في البيئة الرقمية، حيث يكون المصدر في بعض الحالات غير متوفر أو مخفي أو مفقود تماماً وهو ما يظهر في مجموعات الدردشة والمدونات وغيرها. وفي حالات أخرى يتم توفير معلومات المصدر مع وجود صعوبة في تفسيرها أو فهمها، مثلاً عند المشاركة في انتاج المعلومات وإعادة تصميمها من موقع واحد أو بمعنى آخر يتم عرض المعلومات المجمعة من مصادر متعددة في موقع مركزي واحد فينظر إليه على أنه المصدر الرئيسي للمعلومات. هذه الميزات التكنولوجية تخلق نوعاً من العجز في السياق الاطار العام للحصول على المعلومات الرقمية، وعلاوة على ذلك فإن بنية الوصلة الالكترونية للشبكة

يساهم في هذا العجز حيث يصعب على المستخدمين متابعة وتقييم مختلف المصادر لأنها تتحرك من موقع لآخر.⁽³⁸⁾

- تغير المعايير والتوقعات لاسترجاع المعلومات ومعالجتها: من بين المخاوف التي ترتبط بمصادقية المعلومات في البيئة الرقمية، قلة المعايير لمراقبة الجودة والتقييم، حيث لا توجد معايير عالمية لنشر المعلومات في البيئة الرقمية، والتي يمكن أن تبدل أو تتغير بسهولة، كما يمكن أن تكون مسروقة من مصادر أخرى، أو محرقة أو تم انتاجها بشكل مجهول وبجحج واهية وادعاءات كاذبة. إن الليونة والطبيعة الديناميكية للمعلومات الرقمية تزيد من اشكاليات المحتملة حول مصداقية هذه المعلومات فبالنظر إلى تغيرها وانتقالها السريع من موقع لآخر يجعل من الصعب - إن لم يكن من المستحيل أحيانا- الكشف عنها ومتابعتها وتقييمها، كما أن الطبيعة العالمية للويب هي بحد ذاتها عائق في تطبيق ما سنته ووضعت بعض الحكومات من معايير لمراقبة الجودة في شكل تشريعات وقوانين. كما أنه وبالرغم من المعايير التي وضعها عدد من الباحثين لضبط تقييم مصداقية معلومات البيئة الرقمية إلا أن تطبيقها الفعلي ليس ناجعا تماما كما هو الحال في بيئة وسائل الاعلام التقليدية.⁽³⁹⁾ ولكن ومن جانب آخر نجد أن وسائل الاعلام الرقمية تكسب مصداقيتها من عنصرين أساسيين وهما الألفة، الخبرة .

ويتفق معظم الباحثين المصادقية أن هناك معياران أساسيان للمصادقية: وهما الثقة والخبرة، وكلاهما يساهم في تدعيم مفهوم المصادقية. فالألفة مع وسائل الاعلام الرقمية تخلق عاملا أساسيا في تقييم المصادقية وهو الثقة، حيث يكون الشخص جدير بالثقة لكونه صادقا، حذرا في اختيار الكلمات، وبعيدا عن التضليل والخداع. والمعلومات تكون جديرة بالثقة عندما يبدو بأنها موثوق بها، و غير منحازة ونزيهة. والخبرة هي المعرفة المدركة وتجارب وخبرات المصدر، كما تعد الخبرة عاملا ضروريا لدى المستخدم أو المتلقي لأنها ترتبط بإدراك هذا الأخير لقدرة المصدر لتقديم معلومات دقيقة وصحيحة على حد سواء. وإذا أدرك الجمهور أو المتلقين أن المصدر ذو خبرة فإنهم يحكمون على المعلومات المقدمة من طرفه أنها ستكون جديرة بالثقة. إن تقييم خبرة المصدر تكون بطرق متعددة : فقد يكون للمتلقي خبر سابقة ومباشرة مع المصدر، أو أنه قد سمع عن المصدر من أشخاص أو متلقين آخرين، أن يكون المتلقي على علم أن المصدر يحظى

بسمعة جيدة، أو أن يعترف المتلقي بخبرة المصدر عندما يكون لدى هذا الأخير أوراق اعتماد أو تفويض بذلك. من جهة أخرى لابد من الإشارة إلى أن أحكام الجمهور حول المصادقية هي ذاتية وضمنية.⁽⁴⁰⁾

الخاتمة

أخيرا يمكننا القول أن الإعلام العربي يجمع على التمتع على استخدام المصادر المجهولة أو الغامضة، لكن الإعلاميين يمارسون عملية الاعتماد على هذه المصادر المجهولة عندما ينزويون في غرف تحرير مؤسساتهم الإعلامية، إما بضغط من مدراءهم نظرا لتلقي مصالح وسائل الاعلام غالبا مع خطاب الساسة وأصحاب المال، أو لتنفيذ أجنداث معينة بهدف تصفية الحسابات كما تدل تصريحات أرباب الاعلام في العالم على ذلك.

إن الحديث عن ضرورة تبيان المصادر التي يعتمد عليها الصحفيون بشكل كلي، هو في حقيقة الأمر كمن يتحدث عن أن وسائل الاعلام بأنها تشكل منابر مثالية لطرح الأفكار، إلا أن ذلك ضرب من الخيال خاصة إذا علمنا أن الاعلام دائما له رأي ومنحاز لمصالح ولوبيات يستقي منها الأخبار لبناء قصصه الإخبارية، ويلبي من خلالها حاجات تلك اللوبيات لضمان استمرار مصالحها. غير أن الاعلام الجديد الذي فتح المجال أمام الإعلاميين الجدد، كما مكن القراء من إعادة انتاج المادة وتأويلها من جديد في مرحلة ثانية بعد انتاجها من طرف الإعلاميين طرح إشكالية عويصة تمثلت في طبيعة الموثائق الأخلاقية التي يجب أن يحتكم لها هذا النوع الجديد من الاعلام، خاصة بعد أن أحدث القطيعة مع الاقتربات الصحفية التقليدية، وحتى الإعلاميين الأكاديميين ليفتح المجال أمام نوع جديد من الأنواع الصحفية، وكذلك مصادر إخبارية جديدة حتمت على المؤسسات الإعلامية التعامل معها، وإيجاد تقنيات جديدة للتأكد من صحتها.

الهوامش

1. تعتمد عادة وسائل الاعلام الجديدة في بناء القصص الخبرية على المصادر المستترة التالية: مصادر مطلعة، مصادر علمية، مصادر أمنية، مصادر طبية، مصادر حزبية، مصادر نقابية، مصادر إعلامية، مصادر متطابقة، مصادر مستقلة، مصادر أخرى، شهود عيان، مصادر خاصة، مصادر متعددة، مصادر لم يتأكد من صحتها، مصادر مقربة، مصادر محلية، مصادر ملاحظة، مصادر وصفت بالموثوقة، مصدر مأذون، مصادر قانونية.
2. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص 158.
3. Fraenkle J., Wallen N., How to Design and Evaluate Research in Education, New York: Mc Graw-Hill Inc., 2nd Ed, 1993.
4. روجر ويمر، جوزيف دومينيك، ترجمة: صالح خليل أبو أصبع، فاروق منصور، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ط 1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2011، ص 328.
5. سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، عمان، دار المسيرة، 2002، ص 353.
6. السيد علي شتا، المنهج العلمي والعلوم الاجتماعية. القاهرة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية. ط 1. 1997. ص 122.
7. يطلق عليها باللغة الإنجليزية عدة مسميات منها:
anonymous sources.confidential sources. unnamed sources anonymous attribution
8. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، فيفري 2003 ص 131.
9. قاموس أكسفورد (2017.01.15)(15.24).
<https://en.oxforddictionaries.com/definition/rumour>
10. عباس صادق، الاعلام الجديد: تعريفات أولية (2017.01.13)(13.54) متاح على موقع الدكتور سيد بخيت.
<http://jadeedmedia.com/201227-22-15-21-04-2012-123/36-40-18-25-04-.html?start=3>
11. أحمد نوفل، الاشاعة، ط 4، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، 1994، ص 16.
12. كاس ر.سانستين، في الشائعات ترجمة: أنطوان باسيل، ط 1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2011، ص 37.

13. ميلود سفاري وآخرون، الإشاعة والرأي العام، ط 1، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، 2003، ص 24.

14. جان نويل كابفيرير، الشائعات الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم، ترجمة: تانيا ناجيا، ط 1، دار الساقى، بيروت، 2007، ص 36.

15. شيريريتشياردى «Sherry Ricchiardi» مايجب على كل صحفي معرفته عن «المصادر المجهولة» (2017.01.14)(10.43)

<https://ijnet.org/ar/blog/%D985%D8%A7-%D98%A%D8%AC%D8%A8-%D8%B9%D984%D989-%D983%D984-%D8%B5%D8%AD%D981%D98%A-%D985%D8%B9%D8%B1%D981%D8%AA%D987-%D8%B9%D986-%D8%A7%D984%D985%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D8%B1-%D8%A7%D984%D985%D8%AC%D987%D988%D984%D8%A9>

16. SPJ Ethics Committee Position Papers: Anonymous Sources(2017.01.25)(12.24)
<http://www.spj.org/ethics-papers-anonymity.asp>.

17. بعد نشر الصحفية جانيت كوك لقصة الطفل جيمي مدمن الهيروين في جريدة واشنطن بوست وفقا لمصادر مجهولة، تعاطف معه جماهير عريضة من مختلف الشرائح، كما تعاطف معه عمدة واشنطن، ونتيجة لهذا التعاطف حدثت هبة شعبية بمعية الشرطة للبحث على الطفل غير أن عدم الوصول له رقم التحقيقات المكثفة. بدأت الشائعات تتسرب إلى الكثيرين ومفادها أن القصة ملفقة، خاصة وأن الصحفية "كوك" قد كتبت تفاصيل حياة الطفل بمافيها عنوان اقامته. وبعد تحقيقات الشرطة أعلنت أنها لفقت القصة، لتسحب منها جائزة بوليتزير. وقد علق غابرييل غارسيا على مافعلته الصحفية جانيت كوك بالقول: "ليس من العدل أن تفوز بجائزة بوليتزير، ولكن ليس من العدل أيضا أن لا تفوز بجائزة نوبل للأدب".

18. LIZ SPAYD.The Times Gives an Update on Anonymous SourceUse.(2016.12.10)
(15.23)

https://publiceditor.blogs.nytimes.com/201615/07//the-times-gives-an-update-on-anonymous-source-use/?_r=0

19. LIZ SPAYD. Op. Cit.

20. حسين اسماعيل حداد، استخدام الأخبار المجهولة المصدر في الصحف العراقية:دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية(2016.12.23)(14.72) متاح على موقع جامعة ذي قار، كلية الاعلام.

<http://m.utq.edu.iq/20152-/50-13-09-08-01-uncategorised/48-32-06-18-01-2015-43#edn12>

21. داليا عاصم، الإعلام المصري في مأزق المصادقية، (2016.12.15)(18.56) متاح على موقع جريدة الشرق الأوسط.

<http://archive.aawsat.com/details.asp?section=37&article=646986&issue-no=12021#.WI93gNkrTIU>

22. حسني جلال عبد الرحمن، حسني محمد نصر، ظاهرة تجهيل مصادر الأخبار في الصحافة العربية: دراسة لعينة من الصحفيين والصحف اليومية والأسبوعية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الخامس، العدد الثاني، يونيو ديسمبر 2004، ص 33.

23. عايش حليلة، الجريمة في الصحافة الجزائرية، تحليل مضمون أخبار الجرائم في جريدة الشروق اليومي، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، بحث غير منشور، 2009، ص 195.

24. دليلة أوزبان، الوصول الى مصدر المعلومة لايزال عائقا، (09.30)(2016.12.09) متاح على موقع جريدة الشعب الجزائرية.

<http://www.ech-chaab.com/ar/%D8%A7%D984%D985%D984%D981%D8%A7%D8AA-%D8%A7%D984%D8%A3%D8%B3%D8%A8%D988%D8%B9%D98A%D8%A9/%D985%D984%D981%D8%A7%D8AA-%D8%AE%D8%A7%D8%B5%D8%A9/item/5895-%D8%A7%D984%D988%D8%B5%D980%D988%D984-%D8%A5%D984%D989-%D985%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A7%D984%D985%D8%B9%D984%D988%D985%D8%A9-%D984%D8%A7%D98A%D980%D8%B2%D8%A7%D984-%D8%B9%D8%A7%D8%A6%D982%D8%A7.html>

25. Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, Digital Media and Youth: Unparalleled Opportunity and Unprecedented Responsibility , op. cit , p 8, 9.

26. Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, The Perceived Credibility of Web Site Information as Influenced by the Sex of the Source, Computers in Human Behavior 19, 2003, p. 694, 695.

27. Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, The Role of Site Features, User Attributes, and Information Verification Behaviors on the Perceived Credibility of Web-based Information, New Media and Society9, no. 2, 2007, p. 322.

28. Soo Young Rieh and Nicholas J. Belkin, Understanding Judgment of Information Quality and Cognitive Authority in theWWW,in Proceedings of the 61st AnnualMeeting of the American Society for Information Science 35, ed, 1998, p. 288.

29. Fogg et al., How Do Users Evaluate the Credibility of Web Sites? A Study with Over 2,500 Participants,paper presented at the Designing for User Experiences, San Francisco, CA., 2003<http://htlab.psy.unipd.it/uploads/Pdf/lectures/captology/p1-fogg.pdf>, 15/ 11 /2014, pp. 6 – 10.

30. Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, Perceptions of Internet Information Credibility, Journalism and Mass Communication Quarterly, vol 77, no. 3, 2000, p. 530, 531.

31. Thomas J. Johnson and Barbara K. Kaye, Cruising Is Believing? Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Measures,op.cit, p. 334,335.

32. Thomas J. Johnson and Barbara K. Kaye, Webelievability: A Path Model Examining

- How Convenience and Reliance Predict Online Credibility, Journalism and Mass Communication Quarterly ,Vol 79, no. 3 ,2002, pp. 620,622.
33. Krisandra S. Freeman and Jan H. Spyridakis, An Examination of Factors That Affect the Credibility of Online Health Information, Technical communication, Volume 51, Number 2, May 2004, p. 239.
34. Metzger Miriam J, Making Sense of Credibility on the Web: Models for Evaluating Online Information and Recommendations for Future Research, Journal of the American Society for Information Science and Technology, Volume 58, Issue 13, November 2007, p. 2079.
35. Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, ,Digital Media and Youth: Unparalleled Opportunity and Unprecedented Responsibility ,op. cit, p. 12, 13.
36. Soo Young Rieh and David R. Danielson, Credibility: A Multidisciplinary Framework, Annual Review of Information Science and Technology, Vol. 41, 2007, p. 310, 311.
37. Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, Perceptions of Internet Information Credibility, op. cit, p. 515, 516.
38. Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, ,Digital Media and Youth: Unparalleled Opportunity and Unprecedented Responsibility, op. cit , p. 13.
39. Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, Perceptions of Internet Information Credibility, op. cit, p. 516.
40. Brian Hilligoss, Soo Young Rieh, op. cit, p. 1469, 1470.

المراجع

1-الكتب باللغة العربية:

- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2004.
- روجر ويمر، جوزيف دومينيك، ترجمة: صالح خليل أبو أصبع، فاروق منصور، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ط1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2011.
- سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، عمان، دار المسيرة، 2002.
- السيد علي شتا، المنهج العلمي والعلوم الاجتماعية. القاهرة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية. ط1. 1997.
- محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، فيفري 2003.
- أحمد نوفل، الاشاعة، ط4، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، 1994.

- كاس ر.سانستين، في الشائعات ترجمة: أنطوان باسيل، ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2011.

- ميلود سفاري وآخرون، الإشاعة والرأي العام، ط1، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، 2003.

- جان نويل كافيرير، الشائعات الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم، ترجمة: تانيا ناجيا، ط1، دار الساقى، بيروت، 2007.

2- الدراسات

- حسني جلال عبد الرحمن، حسني محمد نصر، ظاهرة تجهيل مصادر الأخبار في الصحافة العربية: دراسة لعينة من الصحفيين والصحف اليومية والأسبوعية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الخامس، العدد الثاني، يونيو ديسمبر 2004.

3- مذكرات الما جستير

- عايش حليلة، الجريمة في الصحافة الجزائرية، تحليل مضمون أخبار الجرائم في جريدة الشروق اليومي، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، بحث غير منشور، 2009.

4- المصادر الالكترونية

- قاموس أكسفورد (2017.01.15)(15.24).

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/rumour>

- عباس صادق، الاعلام الجديد: تعريفات أولية (2017.01.13)(13.54) متاح على موقع الدكتور سيد بخيت.

<http://jadeedmedia.com/2012-04-25-18-40-36/123-2012-04-21-15-22-27.html?start=3>

- «شيري ريتشياردي Sherry Ricciardi» ما يجب على كل صحفي معرفته عن «المصادر المجهولة» (2017.01.14)(10.43).

<https://ijnet.org/ar/blog/%D985%D8%A7-%D98%A%D8%AC%D8%A8-%D8%B9%D984-%D989-%D983-%D984-%D8%B5%D8%AD%D981%D98A-%D985%D8%B9%D8%B1%D981%D8%AA%D987-%D8%B9%D986-%D8%A7%D984%D985%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D8%B1-%D8%A7%D984%D985%D8%AC%D987%D988%D984%D8%A9>

- SPJ Ethics Committee Position Papers: Anonymous Sources (2017.01.25) (12.24)
<http://www.spj.org/ethics-papers-anonymity.asp>

- LIZ SPAYD. The Times Gives an Update on Anonymous Source Use. (2016.12.10) (15.23)

https://publiceditor.blogs.nytimes.com/201615/07//the-times-gives-an-update-on-anonymous-source-use/?_r=0

http://m.utq.edu.iq/2015-01-08-09-13-50/2-uncategorised/4843#-32-06-18-01-2015_edn12

<http://archive.aawsat.com/details.asp?section=37&article=646986&issue=12021#.WI93gNKrTIU>

<http://www.ech-chaab.com/ar/%D8%A7%D984%D985%D984%D981%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D984%D8%A3%D8%B3%D8%A8%D988%D8%B9%D98A%D8%A9/%D985%D984%D981%D8%A7%D8%AA-%D8%AE%D8%A7-%D8%B5%D8%A9/item/5895-%D8%A7%D984%D988%D8%B5%D980%D988%D984-%D8%A5%D984%D989-%D985%D8%B5%D8%AF%D8%B1-%D8%A7%D984%D985%D8%B9%D984%D988%D985%D8%A9-%D984%D8%A7%D98%A%D980%D8%B2%D8%A7%D984-%D8%B9%D8%A7%D8%A6%D982%D8%A7.html>

<http://www.trust.org/contentAsset/raw-data/e85e564e-27bd-4d42914-c-a203d7cd6059/file>

. Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, „Digital Media and Youth: Unparalleled Opportunity and Unprecedented Responsibility, op. cit, p. 8,9.

. Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, The Perceived Credibility of Web Site Information as Influenced by the Sex of the Source, *Computers in Human Behavior* 19, 2003, p. 694, 695.

. Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, The Role of Site Features, User Attributes, and Information Verification Behaviors on the Perceived Credibility of Web-based Information, *New Media and Society*9, no. 2 ,2007, p. 322.

. Soo Young Rieh and Nicholas J. Belkin, Understanding Judgment of Information Quality and Cognitive Authority in the WWW, in Proceedings of the 61st Annual Meeting of the American Society for Information Science 35, ed. 1998, p. 288.

- . Fogg et al., How Do Users Evaluate the Credibility of Web Sites? A Study with Over 2,500 Participants, paper presented at the Designing for User Experiences, San Francisco, CA. 2003<http://htlab.psy.unipd.it/uploads/Pdf/lectures/captology/p1-fogg.pdf>, 15/ 11/ 2014, pp. 6, 10.
- . Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, Perceptions of Internet Information Credibility, Journalism and Mass Communication Quarterly, vol 77, no. 3, 2000, p. 530, 531.
- . Thomas J. Johnson and Barbara K. Kaye, Cruising Is Believing? Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Measures, op. cit, p. 334, 335.
- . Thomas J. Johnson and Barbara K. Kaye, Webelievability: A Path Model Examining How Convenience and Reliance Predict Online Credibility, Journalism and Mass Communication Quarterly ,Vol 79, no. 3, 2002, pp. 620, 622.
- . Krisandra S. Freeman and Jan H. Spyridakis, An Examination of Factors That Affect the Credibility of Online Health Information , Technical communication, Volume 51, Number 2, May 2004, p. 239.
- . Metzger Miriam J, Making Sense of Credibility on the Web: Models for Evaluating Online Information and Recommendations for Future Research, Journal of the American Society for Information Science and Technology, Volume 58, Issue 13, November 2007, p.2079.
- . Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, Digital Media and Youth: Unparalleled Opportunity and Unprecedented Responsibility, op. cit ,p. 12,13.
- . Soo Young Rieh and David R. Danielson, Credibility: A Multidisciplinary Framework, Annual Review of Information Science and Technology,Vol. 41, 2007, p. 310, 311.
- . Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, Perceptions of Internet Information Credibility, op. cit, p. 515, 516.
- . Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, Digital Media and Youth: Unparalleled Opportunity and Unprecedented Responsibility, op. cit , p. 13.
- . Andrew J. Flanagin and Miriam J. Metzger, Perceptions of Internet Information Credibility, op. cit, p. 516.
- . Fraenkle J., Wallen N., How to Design and Evaluate Research in Education, New York: Mc Graw-Hill Inc, 2nd Ed, 1993.