

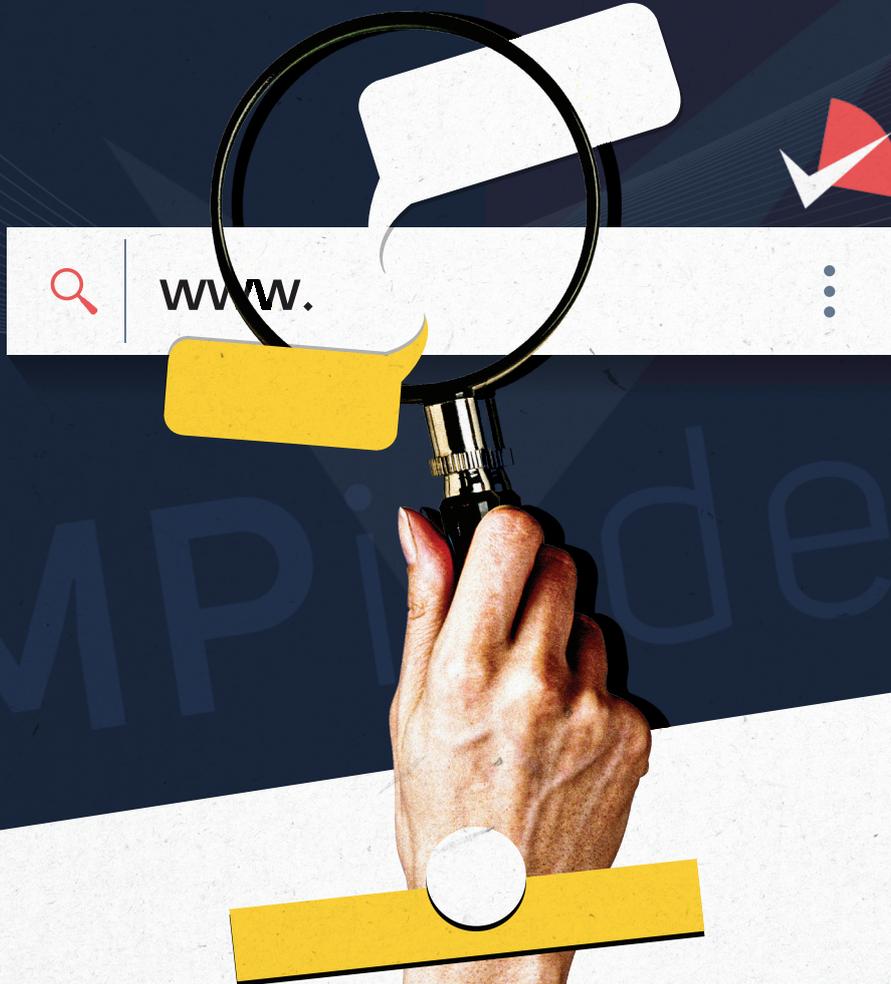
# كيف تطبق وسائل الإعلام الناطقة بالعربية القواعد المهنية في سياساتها وهيكلها التنظيمي؟

تقرير

## مؤشر مهنية وسائل الإعلام



MPindex  
مؤشر مهنية وسائل الإعلام



## ما هو مؤشر مهنية وسائل الإعلام؟

مؤشر مهنية وسائل الإعلام هو أول مؤشر إقليمي لقياس مهنية وسائل الإعلام الناطقة بالعربية، يعمل في الشرق الأوسط، وهو نتاج جهد مشترك بين عدد من المؤسسات العربية المتخصصة في تدقيق المعلومات.

انطلق فريقنا في إنجاز هذا التقرير مع نهاية عام 2023، فبعد تطوير منهجية التقييم التي يعتمد عليها المؤشر؛ ومن ثم تطبيقها ومراجعاتها مرات عديدة لضمان دقتها. عمل فريق المؤشر على تقييم المواقع الإخبارية التي تم تحديدها. ومن ثمة تمت مراجعة هذه التقييمات من فريق التحرير. وبعد الاعتماد النهائي لهذه التقييمات، قمنا بتحليل نتائجها ومراقبة مختلف المواقع الإخبارية إقليمياً ومحلياً لنخلص إلى جملة من النتائج والتوصيات يفصلها هذا التقرير.

ونشير هنا إلى أن مؤشر مهنية وسائل الإعلام لم يتلق أي تمويل من أية جهة كانت بهدف إنجاز هذا التقرير.



تفزيد



مؤشر مهنية وسائل الإعلام  
MPindex

04	مقدمة
05 - 13	<b>الفصل الأول: منهجية التقييم</b>
14 - 42	<b>الفصل الثاني: تحليل المواقع من حيث تطبيق القواعد المهنية في السياسات والهيكل التنظيمي</b>
17 - 22	أولاً - المواقع الإخبارية الإقليمية
23 - 34	ثانياً - المواقع الإخبارية المحلية
35	ثالثاً - ترتيب إجمالي المواقع
36 - 42	رابعاً - تحليل النتائج
43 - 54	<b>الفصل الثالث: الذكاء الاصطناعي في الموثيق التحريرية العربية</b>
55 - 58	<b>الفصل الرابع: التوصيات</b>
59	الخاتمة



تسمح دراسة مدى حضور هذه السمات والبنود لدى أهم المواقع الناطقة باللغة العربية في العالم العربي محلياً وإقليمياً بأن نبرز الجوانب الإيجابية. التي تسمح للجمهور بأن يكون على دراية كاملة بخلفية الموقع الإخباري وخياراته التحريرية والمسؤولين عنها والممولين له.. توفر مختلف هذه المعطيات وغيرها يسمح للجمهور بتقييم مدى مصداقية المؤسسة الإعلامية وموثوقيتها. كما يمكننا هذا التقرير من إلقاء الضوء على مواطن الضعف من أجل تقويمها ورفع الوعي بخصوص أهميتها من أجل مساعدة المواقع الناطقة باللغة العربية، وذلك انطلاقاً من حق المواطن العربي في الإعلام، وأن إحدى ركائز هذا الحق هو قدرته على فهم المؤسسة الإعلامية التي يطلع على ما تنتجه من مواد، ومن أجل تعزيز الشفافية ومساءلة وسائل الإعلام التي تعد ركيزة أساسية من ركائز البيئة المعلوماتية في المجتمع.

يفصل هذا التقرير نتاج عمل مجموعة من المقيمين على التأكد من تطبيق القواعد المهنية في الهيكل التنظيمي وسياسات وسائل الإعلام الناطقة بالعربية. وقد قمنا بالعمل على 18 موقفاً ناطقاً بالعربية بعضها مواقع إخبارية إقليمية وبعضها محلي في بلدان هي: مصر، والسودان وتونس ولبنان والعراق وفلسطين. كما يضم هذا التقرير جملة من الاستنتاجات والتوصيات التي يمكن من خلالها رفع جودة السياسات التي تتبعها هذه المؤسسات الإعلامية ومشاركتها مع الجمهور.

**”احترام الحقيقة وحق الجمهور في معرفة هذه الحقيقة هي مسؤولية الصحفي/ة الأولى“<sup>(1)</sup>** ومن أجل احترام الحقيقة ومعرفتها ونقلها للجمهور يقتضي العمل اليومي للصحفيين/ات احترام جملة من المعايير والأخلاقيات التي تمكنهم من ضمان جودة المحتويات التي يقدمونها. وفي سياق يتسم بظاهرة اضطراب المعلومات وتحديات هيكلية ومالية تواجهها وسائل الإعلام بشكل مستمر، دون أن ننسى التضيقات على حرية الإعلام والعقبات الهيكلية أمام تداول حر للمعلومات، تصبح الحاجة إلى احترام هذه المعايير أكبر بكثير، من أجل ضمان حصول الجمهور على معلومات ذات جودة عالية تساعد على اتخاذ القرارات.

وهذه هي الفلسفة التي انطلق منها **مؤشر مهنية وسائل الإعلام**، إذ نسعى إلى اختبار مدى تطبيق المحتويات الإعلامية في العالم العربي لهذه المعايير من أجل دفعها نحو التحسن، والعمل معاً على رفع جودة المحتويات الإعلامية التي تنتجها وسائل الإعلام الناطقة باللغة العربية.

ومن هنا أيضاً يأتي هذا التقرير الذي يسعى إلى اختبار مدى تطبيق القواعد المهنية في الهيكل التنظيمي وسياسات وسائل الإعلام الناطقة بالعربية. فقبل تقييم المحتويات الإخبارية كان من المهم لنا في مؤشر مهنية وسائل الإعلام أن نقيم بنية المؤسسة في حد ذاتها ومدى انضباطها لمبادئ مثل وضع بنود لميثاق تحرير يفصل توجهاتها وخياراتها التحريرية للجمهور أو وضع سياسة تقبل شكاوى الجمهور.

مبدأ الرابع  
مبدأ  
التقييم  
الالتزامية  
الاستعدادات  
مفاتيح  
مؤشرات  
العمل  
مؤشرات  
مؤشرات  
مؤشرات  
مؤشرات  
مؤشرات  
مؤشرات  
مؤشرات  
مؤشرات  
مؤشرات  
مؤشرات



## الفصل الأول

# منهجية التقييم

## كيف تم بناء المنهجية؟

تم بناء منهجية مؤشر مهنية وسائل الإعلام بناء على استخلاص القواعد المهنية الرئيسية من الموثيق المهنية الأم للإعلام حول العالم تحت إشراف أكاديمي عربي، وبجهود ومشاركة من خبرات إعلامية مهنية عربية.

يستند "مؤشر مهنية وسائل الإعلام" إلى منهجية مفصلة تم وضعها بالاستعانة بأكاديميين من العالم العربي. تساعدنا هذه المنهجية على اعتماد المعايير نفسها في تقييم مهنية وسائل الإعلام.

## وتمكننا هذه المنهجية من تقييم تطبيق المعايير المهنية وفقاً لإطارين:

### الإطار الأول

تطبيق القواعد المهنية في الهيكل التنظيمي وسياسات وسائل الإعلام الناطقة بالعربية.

وهي جملة من البنود والسياسات والإجراءات التي يجب على المؤسسات الإعلامية المختلفة أن تعلنها للجمهور ليتمكن من بناء موقفه من تلك المؤسسات، وتحديد مدى مصداقية كل مؤسسة، وتقييم عملها واكتشاف انحيازاتها، كما يمكن الجمهور من مراقبة أداء تلك المؤسسات ومحاسبتها على مدى التزامها بالسياسات والقيم التي أعلنت التزامها بها.

### الإطار الثاني

تطبيق القواعد المهنية في المواد التي تنشرها المواقع الإخبارية قيد التقييم.

وهي جملة من القواعد المهنية التي يجب على المؤسسات الإعلامية تطبيقها في المواد التي تنشرها، وتشمل (الدقة - الموضوعية - النزاهة - عدم الانحياز - أخلاقيات النشر - قواعد استخدام المصادر).



## المواثيق التي اعتمدنا عليها في بناء منهجية المؤشر:

ميثاق جمعية الصحفيين المحترفين الأمريكيين.



ميثاق النقابة الوطنية للصحفيين الفرنسيين.



ميثاق الاتحاد الدولي للصحفيين.



### The Journalism Trust Initiative (JTI)

مبادرة تابعة لمنظمة مراسلون بلا حدود.



الميثاق التحريري لمؤسسة بي بي سي  
The BBC's Editorial Values and Standards



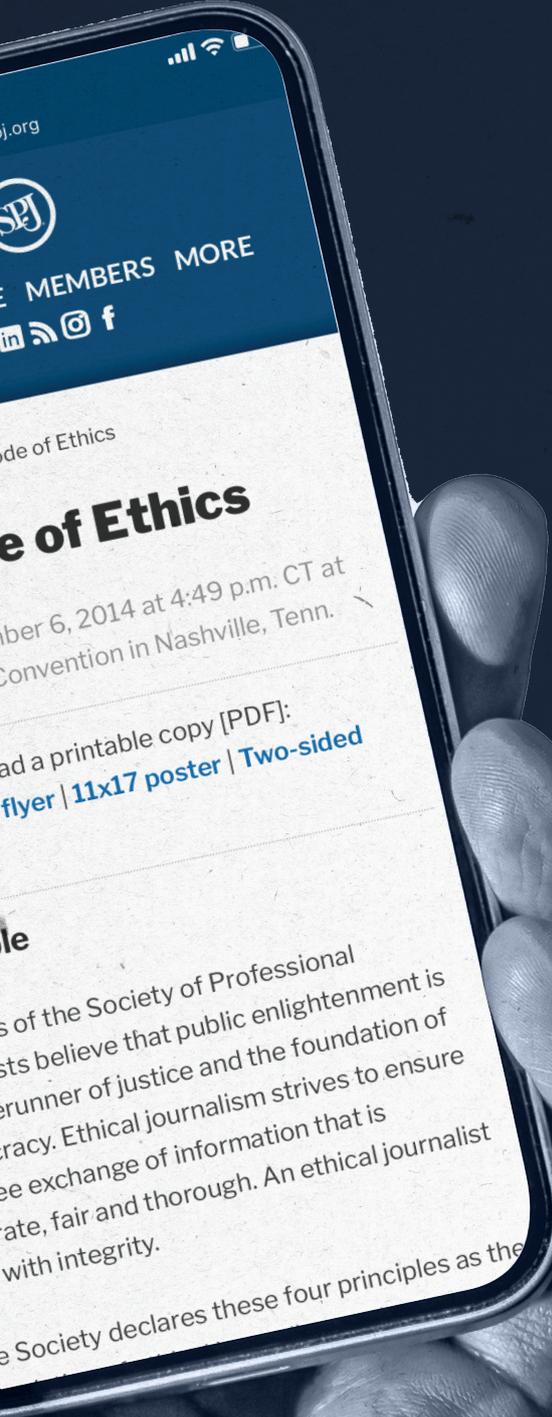
المبادئ الخمس لشبكة الصحافة الأخلاقية.



### Five core principles of ethical journalism

وتضم هذه الشبكة تحالفاً لأكثر من 7 مجموعات من الصحفيين والناشرين ومالكي المؤسسات الإعلامية في العالم.

المبادئ الكبرى التي وضعها الباحث Claude-Jean Bertrand والذي اعتمدت كتاباته في مجال المساءلة الإعلامية Media accountability والتي ألهمت لاحقاً منصة المساءلة الصحفيّة Accountable Journalism



Code Of Ethics

## ونركز في هذا التقرير على الإطار الأول، والذي يهدف لقياس مدى التزام المواقع الإخبارية الأوسع انتشاراً في المنطقة العربية بالقواعد المهنية في هيكلها التنظيمي وسياساتها، وهو ما يشمل 5 محاور وهي:

### شفافية المؤسسة

تعلن المؤسسة هيكلها للمسؤولية التحريرية لكل مرحلة من مراحل عملية النشر داخل المؤسسة - توفر المؤسسة آلية واضحة لتلقي شكاوى الجمهور ومعالجتها - تعلن المؤسسة الفترة الزمنية اللازمة للرد السريع على تساؤلات الجمهور التي تصلها عبر الوسائل التي تتيحها - توفر المؤسسة ركناً خاصاً أو برنامجاً خاصاً لعرض نتائج معالجة شكاوى المواطنين - تعلن المؤسسة سياسة تصحيح واضحة وشفافة - التزام المؤسسة بإرشادات خارجية أو موثيق مهنية لمعايير مهنية المحتوى الصحفي والسلوك المهني - توفر المؤسسة روابط للجمهور ليطلع على الإرشادات الخارجية أو الموثيق المهنية التي تلتزم بها - إعلان المؤسسة للجمهور قواعد التعامل مع التعليقات المسيئة أو التي تتضمن انتهاكات، وإذا ما تقوم بحذفها أم لا، مع بيان هل يتم الحذف قبل نشر التعليقات "المراجعة القبليّة" أم بعد نشر التعليق - إعلان المؤسسة للجمهور سياسات محددة للتمييز بين المحتوى التجاري المدعوم بوضوح "حال وجوده" وبين المحتوى الإخباري.

ويهتم هذا المحور بشفافية المؤسسة مع جمهورها في عدد من النقاط التي تؤثر في قناعة الجمهور بما تقدمه المؤسسة الإعلامية، وتقييمه لانحيازاتها ومن ثم مصداقيتها، ويمكن تلخيص تلك البنود في التالي:

إعلان ملكية المؤسسة - إعلان مصادر التمويل التي تزيد عن 5% من مصادر الدخل - إعلان الهيكل التحريري - إتاحة التواصل مع إدارة التحرير - إعلان العقود الإعلانبة - إعلان الشراكات مع أي جهة مهنية أو تجارية أو سياسية أو حكومية.

### تطبيق قواعد المساءلة

ويهتم هذا المحور بسياسات المؤسسة المعلنة وآلياتها المتبعة لتطبيق قواعد المساءلة الداخلية لضمان دقة العمل وتطبيق القواعد المهنية، وآلية المحاسبة لمرتكبي المخالفات المهنية، وآلية التعامل مع المواد المنشورة التي ثبت عدم دقتها، وكذلك تمكين الجمهور من مساءلة المؤسسة والعاملين فيها على أدائهم المهني، ويمكن تلخيص بنود ذلك المحور في التالي:

تعلن المؤسسة للجمهور ميثاقها التحريري في شكل دليل، والذي يحتوي على مبادئها الأخلاقية وسياساتها التحريرية - تعلن المؤسسة عن الشخص أو الأشخاص المسؤولين عن المبادئ التوجيهية للمؤسسة.



## إعلان مدونة سلوك للممارسات على

### الشبكات الاجتماعية

ويهتم هذا المحور بما تعلنه المؤسسة عن سلوكها وسلوك العاملين لديها على الشبكات الاجتماعية، وسياساتها تجاه بيانات الجمهور المستخدم لمنصاتها المختلفة، وسياسة الخصوصية، ويمكن تلخيص بنود هذا المحور في التالي:

أن تضع المؤسسة مدونة سلوك خاصة بإدارة المحتوى الإخباري على الموقع، وفي منصات التواصل الاجتماعي - أن تعلن المؤسسة عن سياساتها في إدارة المعلومات الشخصية للجمهور المتصفح لمنصاتها واتفاقية الاستخدام - أن تنص المؤسسة في مدونة سلوكها على إرشادات خاصة بسلوك الصحفيين على الشبكات الاجتماعية - أن تعلن المؤسسة بوضوح عن آلية تعاملها ونشرها للمحتوى الذي ينتجه الجمهور.

## إعلان الميثاق التحريري

ويهتم هذا المحور بما تعلنه المؤسسة من سياستها التحريرية للجمهور، ليتمكن الجمهور من تقييم أداء المؤسسة وفقاً لقيمها التحريرية وتوجهها الفكري، وما تلزم المؤسسة نفسها به من قيم وقواعد ومدى تطابقه مع المعايير المهنية العليا التي تتبناها المواثيق الإعلامية المهنية الأم حول العالم، ويمكن تلخيص بنود هذا المحور في التالي:

تضمن الميثاق التحريري مبادئ عن الدقة - أن ينص الميثاق التحريري على بنود تضمن أن سلامة جميع الصحفيين يعتبر مشغلاً أساسياً للمؤسسة - أن يتضمن الميثاق التحريري أحكاماً تتعلق بالتحرش - أن يتضمن الميثاق التحريري مبادئ متعلقة بالإنصاف - أن يتضمن الميثاق التحريري مبادئ تتعلق بالمساءلة - أن يتضمن الميثاق التحريري تدابير حماية ضد تضارب المصالح الحقيقي أو المحتمل أو المتصور - أن يتضمن الميثاق التحريري إشارة واضحة إلى المحتوى الذي تم إنشاؤه، كلياً أو جزئياً، بواسطة الذكاء الاصطناعي أو الخوارزميات - أن يتضمن نصوصاً حول التعامل المناسب أخلاقياً مع محتوى البث المباشر.



## الميثاق التحريري

### البيئة المهنية الداخلية

توفر المؤسسة مبادئ توجيهية لانتداب وتدريب فريق التحرير - لوائح المؤسسة تحمي الاستقلالية التحريرية للصحفيين عن ملاك المؤسسة - يتمتع أعضاء الفريق بحرية التنظيم النقابي - توفر المؤسسة آلية وهيكل واضحاً لإدارة الحوار مع المحررين والعاملين بالمؤسسة والتفاوض مع المؤسسات النقابية التي ينتمي إليها العاملون - توفر المؤسسة سياسة سلامة في العمل، والتي تتضمن حماية معينة لدعم فريق التحرير الذين عانوا ضرراً جسدياً والصحفيين العاملين في بيئات معادية - توفر المؤسسة آلية دورية للتأكد من فاعلية تطبيق الميثاق التحريري في العملية التحريرية - تخضع آلية التأكد من فاعلية تطبيق الميثاق التحريري لنوع من المساءلة الداخلية أو الخارجية - توفر المؤسسة آلية فاعلة لتلقي شكاوى الجمهور، ويتمتع القائمون على إدارة تلك الآلية بالسلطة الكاملة لتصحيح أي انتهاكات لدليل التحرير، وتوفير الجبر للأطراف المتضررة، وردع الانتهاكات المستقبلية، وكذلك تسمح الآلية بالاستئناف على قراراتهم.

يهتم هذا المحور بتطبيق المؤسسة للقواعد المهنية في بيئة العمل الداخلية التي لا يطلع عليها الجمهور، وكيف تضع سياسات عمل تشجع الصحفيين على العمل وفقاً للقواعد المهنية المثلى، وتضمن حقوقهم، وتعمل على حمايتهم، ويمكن تلخيص بنود هذا المحور في التالي:

تطبق المؤسسة الإعلامية والعاملون بها مبدأ الاستقلالية السياسية - توفر المؤسسة وثيقة داخلية توثق للمبادئ الأخلاقية يطلع عليها العاملون - توفر المؤسسة هياكل محددة لضمان خضوع فحص المواد الخارجية لنفس المبادئ للمواد الصادرة بالكامل عن الصحفيين - أخضعت المؤسسة ميثاقها الداخلي إلى نوع من المسار التشاركي في صياغته، حتى لا يكون نتيجته مقارنة فوقية تفرض على الصحفيين - توفر المؤسسة برنامجاً تدريبياً لفريق التحرير يتضمن أقساماً عن المبادئ التوجيهية التحريرية وغيرها من القضايا القانونية والأخلاقية.

## كيف يتم اختيار المؤسسات الإعلامية التي تخضع للتقييم؟

ومن خلال تقاطع هذه المعايير نحدد المواقع التي نعمل عليها. في المرحلة الأولى من انطلاق المؤشر يقتصر عملنا على عدد محدود من المواقع الإخبارية (المحلية والإقليمية) هي الأكثر انتشاراً في مصر وتونس والسودان ولبنان وفلسطين والعراق، وهي البلدان التابع لها المؤسسات التي دشنت المؤشر، وتم الاعتماد على المعايير سالف الذكر في اختيار موقعين محليين من كل بلد وموقع إقليمي هم الأكثر مشاهدة في تلك البلدان.

يهتم "المؤشر" بتقييم المؤسسات الإعلامية الناطقة بالعربية (المحلية/الإقليمية) الأكثر انتشاراً وتأثيراً، لذلك نعتمد معايير محددة في اختيار المؤسسات التي نقوم بتقييمها، إذ نعتمد على المؤسسات التي تعمل على تصنيف المواقع الإلكترونية من حيث عدد المشاهدات والزيارات منها (Similar web - Semrush) فضلا عن عدد المتابعين، على الشبكات الاجتماعية، وعدد من المصادر الأخرى مثل التقارير واستطلاعات الرأي حول المنصات الأكثر متابعة.

## كيف يقيم فريق عمل المؤشر المؤسسات وفقاً لتلك المحاور؟

خلال عملية التقييم يقوم فريق عمل المؤشر بتطبيق بنود كل محور وفقاً لإجابة من التالي:

### مطبقة

يحصل البند على درجة كاملة حال تطبيقه بشكل كامل.

### مطبق جزئياً

يحصل البند على 50% من الدرجة، حال تطبيق البند بشكل جزئي أو غير كامل.

### غير مطبق

يحصل البند على الدرجة 0 كونه غير مطبق بشكل كامل.

### لا ينطبق

وهو يعني أن البند لا ينطبق على الحالة قيد التقييم، ولا يتم احتساب البند في المجموع الكلي من الأساس.

ويتم احتساب الدرجة الكلية لتقييم الهيكل التنظيمي وسياسات المؤسسات، وفق احتساب الوزن النسبي للمعايير، إذ تمثل بعض المعايير قيمة معنوية أعلى من الأخرى.

يعمل فريق عمل المؤشر على تقييم الهيكل التنظيمي وسياسات المؤسسات الإعلامية على المحاور الأربعة الأولى سالفة الذكر (الشفافية - قواعد المساءلة - الميثاق التحريري - مدونة سلوك للشبكات الاجتماعية)، وهي تتعلق جميعها بما تعلنه المؤسسة الإعلامية للجمهور من سياسات وآليات وإجراءات، بينما يتم إرجاء المحور الخامس (بيئة العمل الداخلية) كونه يرتبط بمدى تعاون المؤسسة قيد التقييم وإفصاحها طواعية عن سياساتها الداخلية التي لا تُعلن للجمهور.

يقوم فريق عملنا بالتواصل مع المؤسسة قيد التقييم من خلال وسائل تواصلها الرسمية المعلنّة وتقديم النتيجة الأولية لتقييمها في المحاور الأربعة الأولى، مع طلب للتواصل والنقاش حول المحاور الأربعة وتقديم نصائح تتعلق بتحسين ممارسات المؤسسة بما يرفع من تقييمها في تطبيق المعايير المهنية في هيكلها التنظيمي وسياساتها، والاطلاع على وجهة نظر المؤسسة حول تقييم المؤشر لها في المحاور الأربعة، فضلاً عن طلب التعاون من إدارة المؤسسة لتطبيق التقييم في المحور الخامس.



## ما هو الوزن النسبي؟

وفق منهجية المؤشر، فإن ليست كل القواعد المهنية سواسية في الأثر حال التطبيق أو غياب التطبيق، لذلك فإن **منهجية المؤشر تمنح وزناً نسبياً أعلى لعدد من المحاور**، إذ يجب أن تحصل المؤسسات التي تطبق تلك المحاور ذات الأثر الأهم على نقاط إضافية حال التطبيق، وكذلك يجب أن تخسر المؤسسات التي تغفل تطبيق تلك القواعد نقاط إضافية لتعمدها عدم التطبيق، ويتم احتساب الوزن النسبي للمحاور بالشكل التالي:

الوزن النسبي	المحور
1	الشفافية
2	قواعد المساءلة
1	إعلان الميثاق التحريري
1	مدونة سلوك الشبكات الاجتماعية
2	البيئة المهنية الداخلية

ويتم احتساب النتيجة الكلية للتقييم وفق المعادلة التالية

$$W = \frac{\sum_{i=1}^n w_i X_i}{\sum_{i=1}^n w_i}$$

المتوسط المرجح **W**

عدد القيم المراد حساب متوسطها **n**

الأوزان المطبقة على القيم **w<sub>i</sub>**

القيم المراد حساب متوسطها **X<sub>i</sub>**



## الفصل الثاني

# تحليل المواقع

## 18



منذ انطلاق مؤشر مهنية وسائل الإعلام في نهاية عام 2023، عمل فريق عمل المؤشر بشكل مكثف على تقييم 18 موقعا إخباريا، 6 منها تابعين لشبكات إخبارية دولية وإقليمية ناطقة بالعربية، و12 موقعا إخباريا محليا، هم الأكثر مشاهدة وزيارة في 6 دول عربية وهي **(مصر، والسودان، وتونس، وفلسطين، ولبنان، والعراق)**، تم اختيارها بناء على إحصائيات المواقع الإخبارية الأكثر مشاهدة في البلدان التي يغطيها المؤشر.

سما الإخبارية

فلسطين



المصري اليوم

مصري



سكاي نيوز عربية

إقليمي



صدى نيوز

فلسطين



اليوم السابع

مصري



الجزيرة

إقليمي



LBC

لبنان



سودان تريبيون

السودان



الشرق

إقليمي



MTV

لبنان



الراكوبة

السودان



العربية

إقليمي



السومرية نيوز

العراق



الشرق روق

تونس



العربي الجديد

إقليمي



رودا.ونت

العراق



موزايك إف إم

تونس



RT ARABIC

إقليمي



نقدم لكم في هذه الصفحات، ملخصات لتقييم كل مؤسسة بشكل منفرد، قبل أن نُجمل نتائج التقييم في إحصائيات كلية يمكن من خلالها استنباط أبرز الإشكاليات البنيوية في المؤسسات الإعلامية الأكثر انتشاراً في المنطقة العربية.

## أولاً - المواقع الإخبارية الإقليمية



### الجزيرة

51% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



#### أبرز السلبيات

- عدم الشفافية في إعلان ملكية المؤسسة ومصادر التمويل.
- عدم إعلان المؤسسة عن هيكل المسؤولية التحريرية.
- عدم إعلان المؤسسة سياساتها في النشر للمواد التي يتم إنشائها كلياً أو جزئياً بالذكاء الاصطناعي.

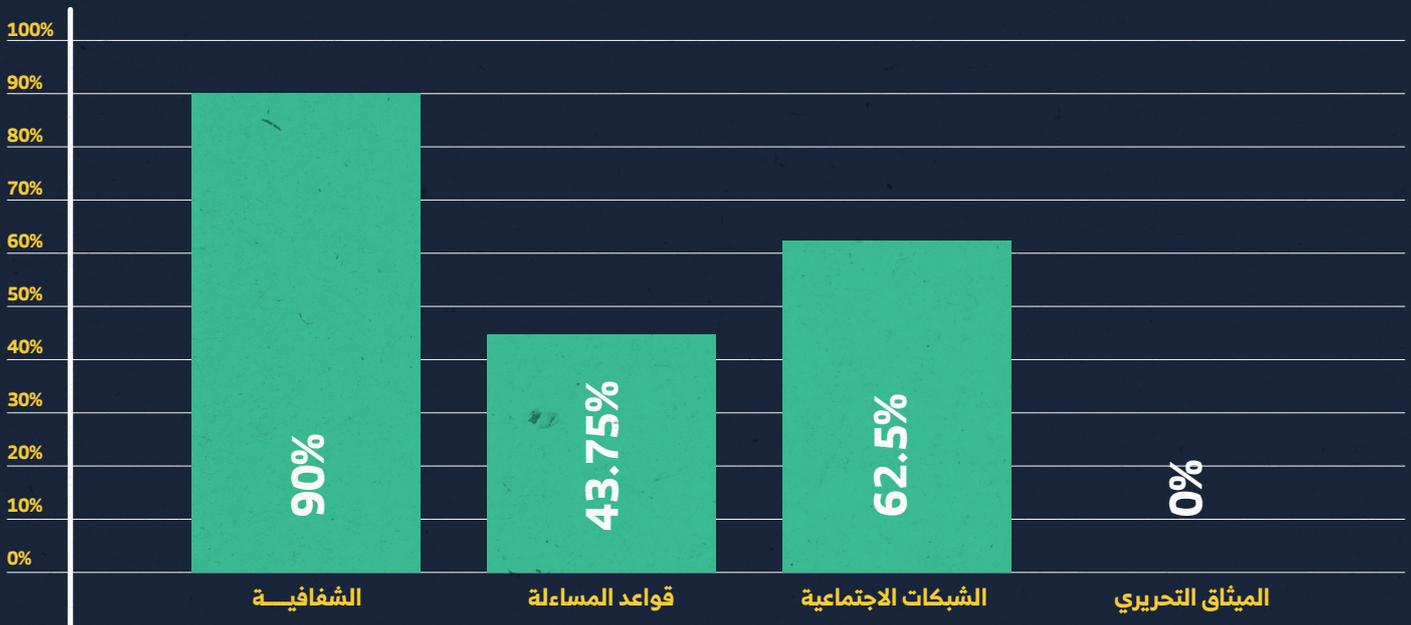
#### أبرز الإيجابيات

- الميثاق التحريري للمؤسسة ينص على تطبيقات مفصلة للقواعد المهنية العالية.
- ينص الميثاق التحريري على الاهتمام بسلامة الصحفيين.
- تتميز المؤسسة بإعلانها سياسات واضحة حول حماية العمل من تضارب المصالح.

## الشرق

الشرق  
Asharq News

### 34% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



#### أبرز السلبيات

- عدم إعلان المؤسسة لميثاقها التحريري.
- عدم وضوح آلية تقديم الجمهور للشكاوى الخاصة بالمحتوى وسياسة التعامل مع تلك الشكاوى.

#### أبرز الإيجابيات

- الشفافية في إعلان الملكية ومصادر التمويل.
- إعلان الهيكل التحريري للموقع والمسؤولين عن المبادئ التوجيهية.
- إعلان المؤسسة سياساتها حول نشر المواد التي ينتجها الجمهور.

## العربية

## العربية

37% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



## أبرز السلبيات

- عدم إعلان المؤسسة لميثاقها التحريري.
- عدم إعلان المؤسسة عن سياساتها تجاه المحتوى الذي تنشره من إنتاج الجمهور.

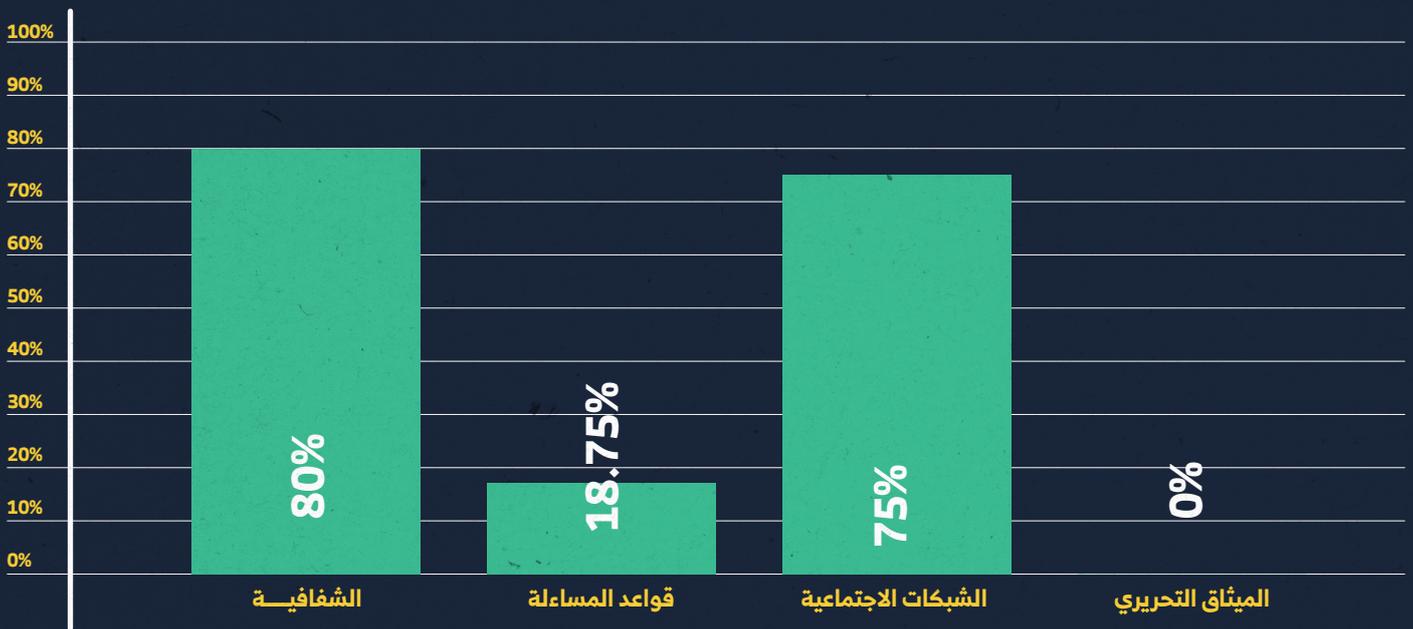
## أبرز الإيجابيات

- إتاحة إمكانية تواصل الجمهور مع إدارة التحرير.
- الإعلان عن المسؤولين عن المبادئ التوجيهية بالموقع.
- إتاحة آلية واضحة لتقديم الجمهور أو أصحاب المصلحة شكاوى ضد العاملين بالمؤسسة.

## العربي الجديد



39% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



### أبرز السلبيات

- عدم إعلان المؤسسة لميثاقها التحريري.
- عدم إعلان المؤسسة لهيكلها التحريري، وهيكل المسؤولية التحريرية.

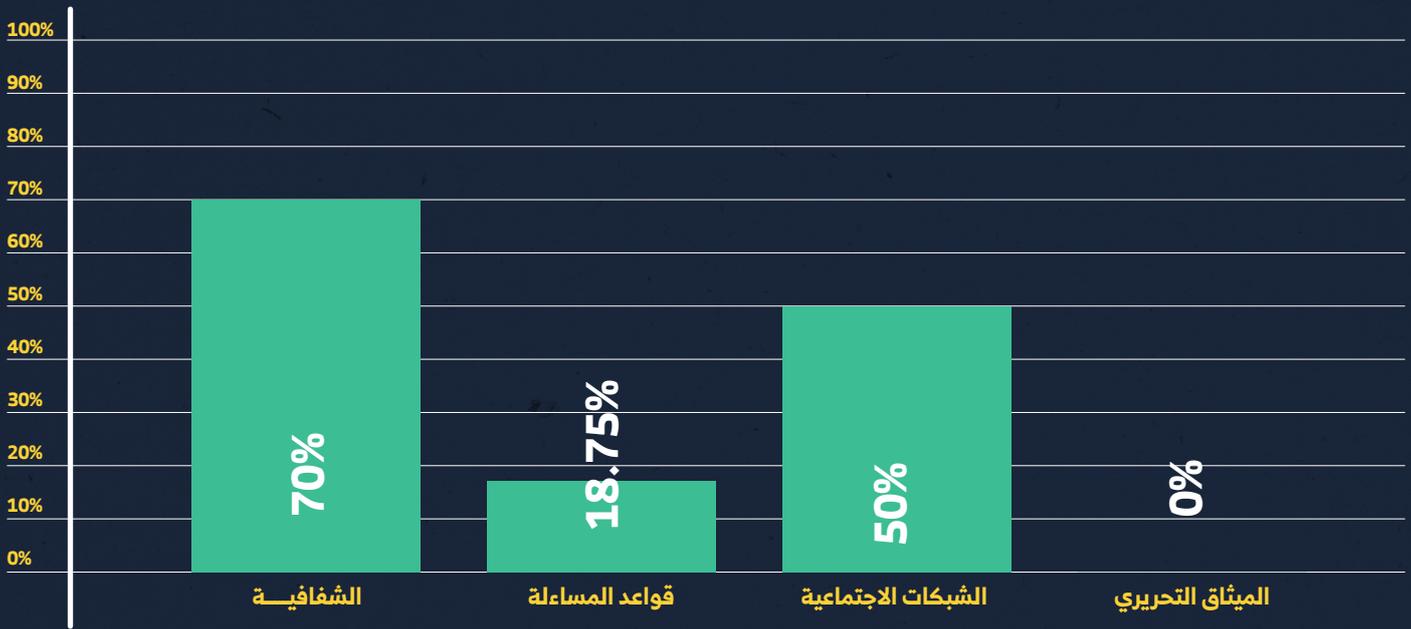
### أبرز الإيجابيات

- الشفافية في إعلان الملكية.
- توفير آلية واضحة للجمهور للشكاوى.

## سكاي نيوز عربية

عربية news sky

23% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



## أبرز السلبيات

- عدم إعلان المؤسسة لميثاقها التحريري.
- عدم وجود آلية للجمهور لتقديم شكاوى متعلقة بالمحتوى أو الأخبار الخاطئة.

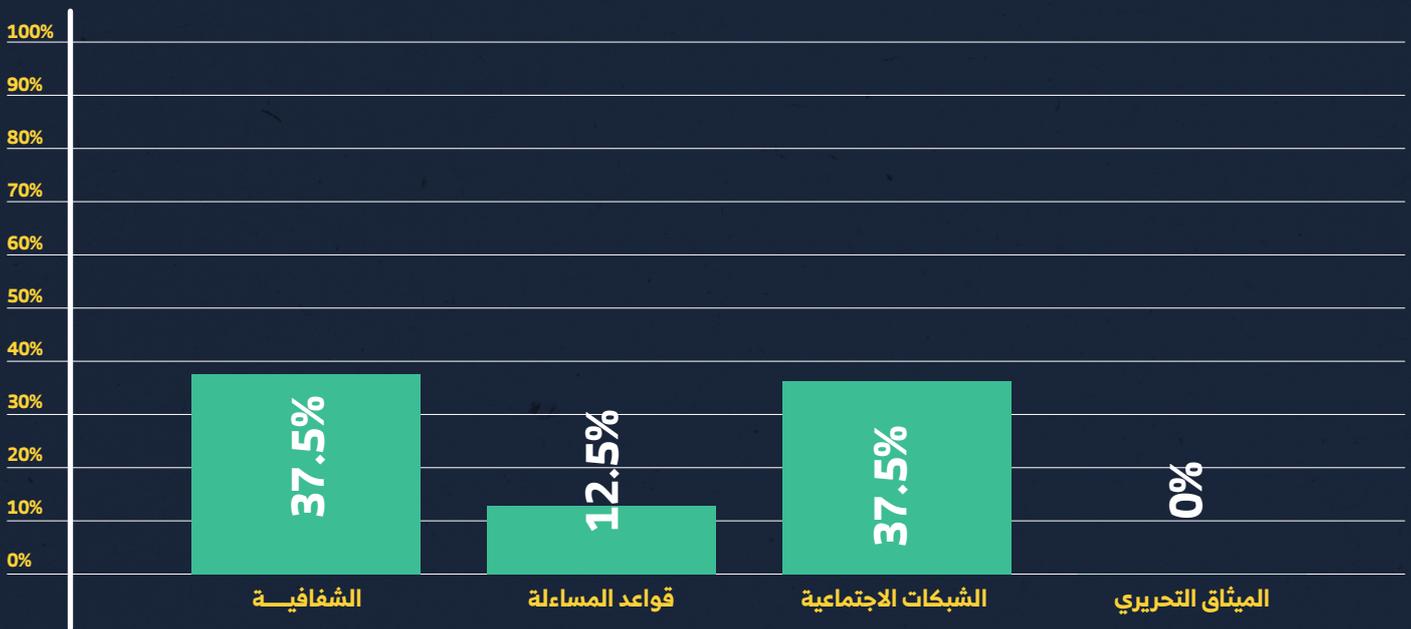
## أبرز الإيجابيات

- الشفافية في إعلان الملكية ومصادر التمويل.
- إعلان المؤسسة سياساتها حول نشر المواد التي ينتجها الجمهور.

## روسيا اليوم

RT

## 20% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



## أبرز السلبيات

- عدم إعلان المؤسسة لميثاقها التحريري.
- رغم إتاحة وسيلة تواصل مع إدارة المؤسسة، ولكن لا يوجد آلية واضحة للإبلاغ عن المعلومات الخاطئة وكيف يتم التعامل معها وسياسية تصحيحها

## أبرز الإيجابيات

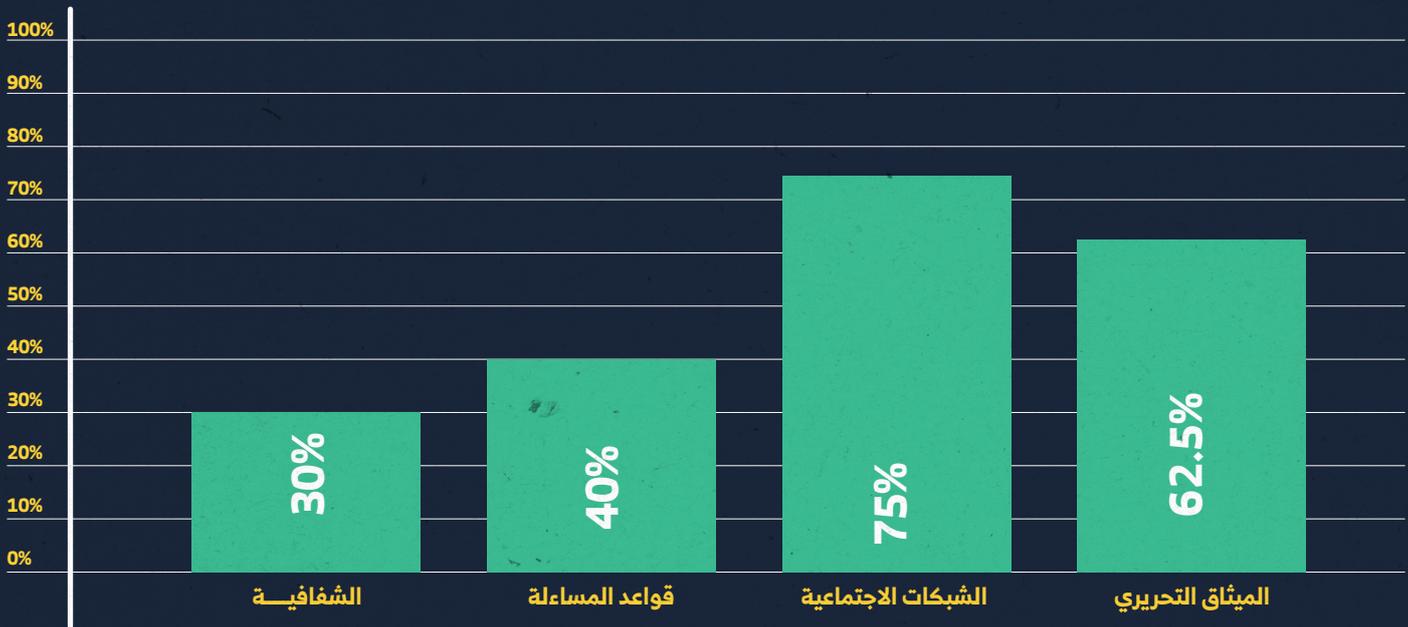
- إتاحة وسيلة تواصل للجمهور مع إدارة المؤسسة
- الإعلان عن الهيكل الرئيسي للمؤسسة

## ثانيًا - المواقع الإخبارية المحلية

## موزاييك أف إم



## 50% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



## أبرز السلبيات

- عدم الشفافية في إعلان ملكية المؤسسة ومصادر التمويل.
- عدم إعلان المؤسسة عن الأشخاص المسؤولين عن التوجيهات التحريرية.

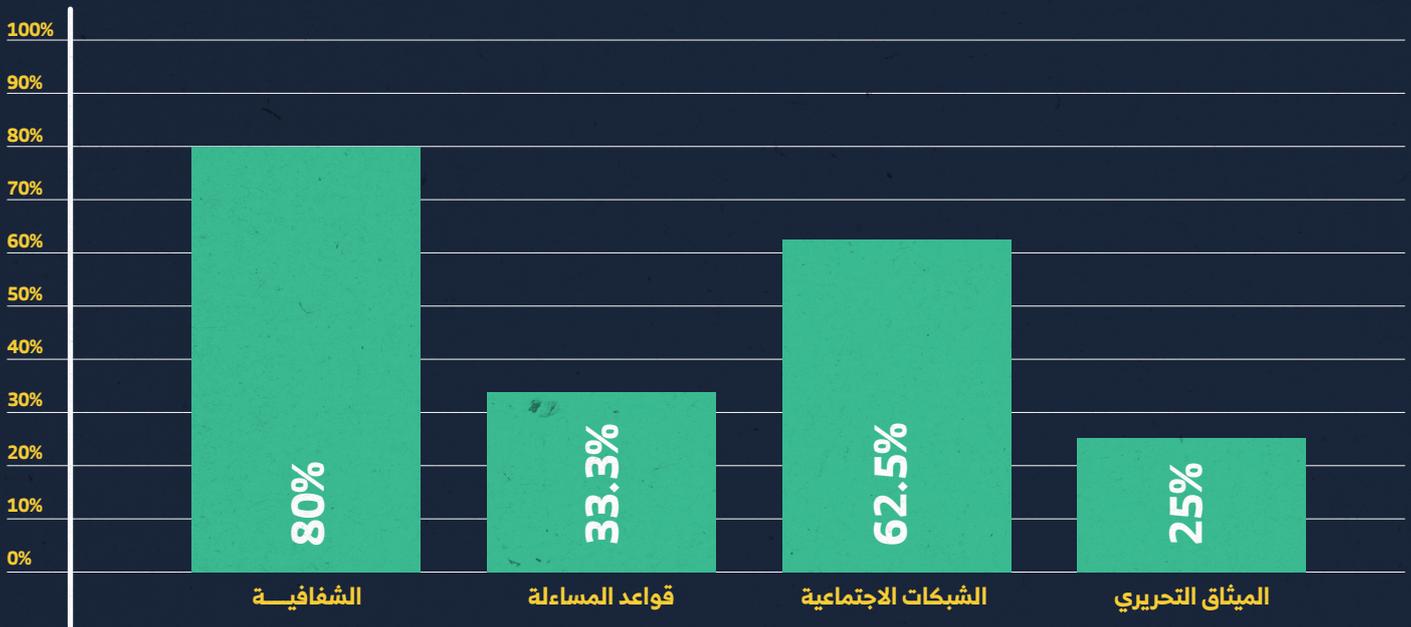
## أبرز الإيجابيات

- إعلان المؤسسة ميثاقها التحريري.
- توفير المؤسسة آلية واضحة لتلقي الشكاوى من الجمهور.
- إعلان المؤسسة سياسات محددة لسلوكها على الشبكات الاجتماعية.

## المصري اليوم

المصري  
اليوم

47% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



## أبرز السلبيات

- عدم إعلان المؤسسة لهيكلها التحريري، وهيكل المسؤولية التحريرية.
- رغم إعلان المؤسسة ملخصاً لسياستها التحريرية، إلا أنها تفتقد لبنود رئيسية تتعلق بالمساءلة وتضارب المصالح وأخلاقيات النشر الخاصة بالبث المباشر.

## أبرز الإيجابيات

- الشفافية في إعلان الملكية ومصادر التمويل.
- إتاحة إمكانية تواصل الجمهور مع إدارة التحرير.
- إعلان المؤسسة ملخصاً لسياستها التحريرية.
- توفير المؤسسة آلية لتلقي الشكاوى من الجمهور.

## اليوم السابع

اليوم السابع

38% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



## أبرز السلبيات

- إعلان المؤسسة معلومات قديمة حول ملكيتها وعدم إعلان المالك الحالي.
- عدم إعلان المنصة لمدونة سلوكها على الشبكات الاجتماعية..
- عدم إعلان المؤسسة ميثاقها التحريري.

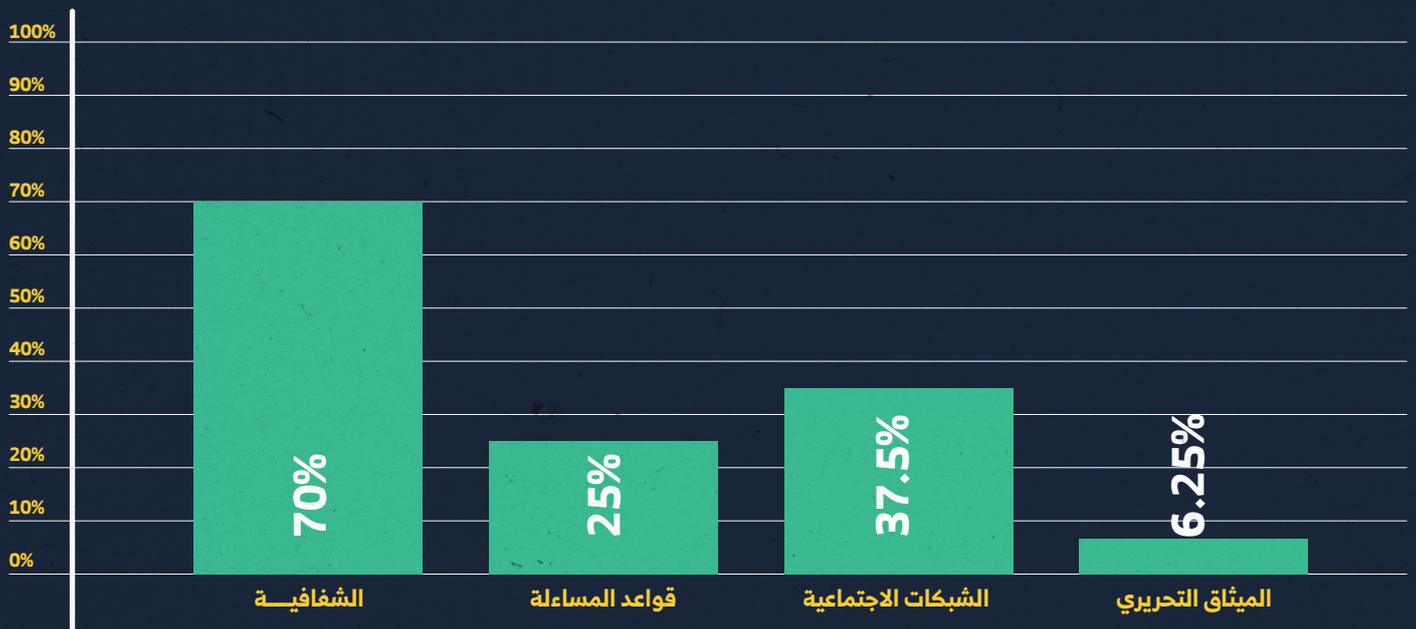
## أبرز الإيجابيات

- إعلان المؤسسة للهيكل التحريري وهيكل المسؤولية التحريرية جزئيًا.
- إعلان المؤسسة للجمهور عن المواد الخيرية المدفوعة أو التجارية.
- إتاحة إمكانية تواصل الجمهور مع إدارة التحرير.

MTV



## 33% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



### أبرز السلبيات

- عدم إعلان ميثاق تحريري يلبي المعايير المهنية المطلوبة.
- عدم إعلان الهيكل التحريري وهيكل المسؤولية التحريرية.
- عدم إعلان آلية واضحة للتعامل مع شكاوى الجمهور.

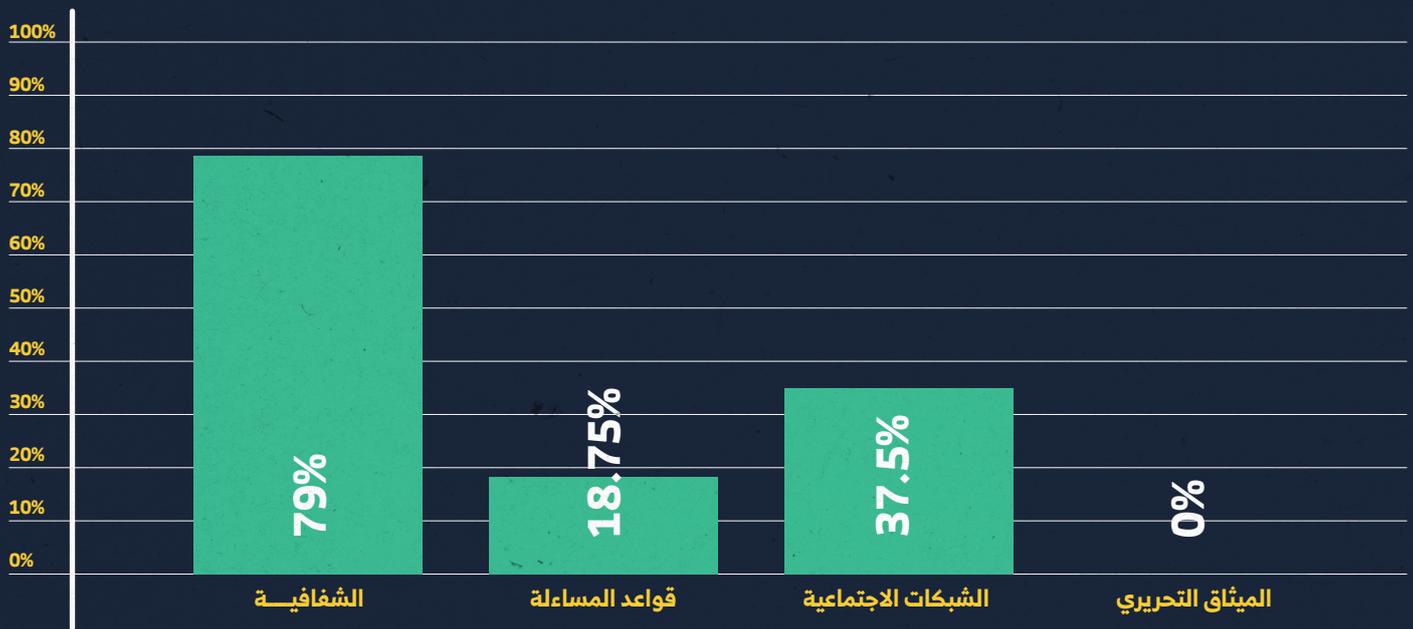
### أبرز الإيجابيات

- إعلان ملكية المؤسسة بشكل جزئي ومصادر التمويل.
- إتاحة التواصل مع إدارة التحرير.

## صدي نيوز



### 33% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



#### أبرز السلبيات

- عدم إعلان ميثاق تحريري يلبي المعايير المهنية المطلوبة.
- عدم إعلان آلية واضحة للتعامل مع شكاوى الجمهور.
- عدم إعلان الهيكل التحريري وهيكل المسؤولية التحريرية.

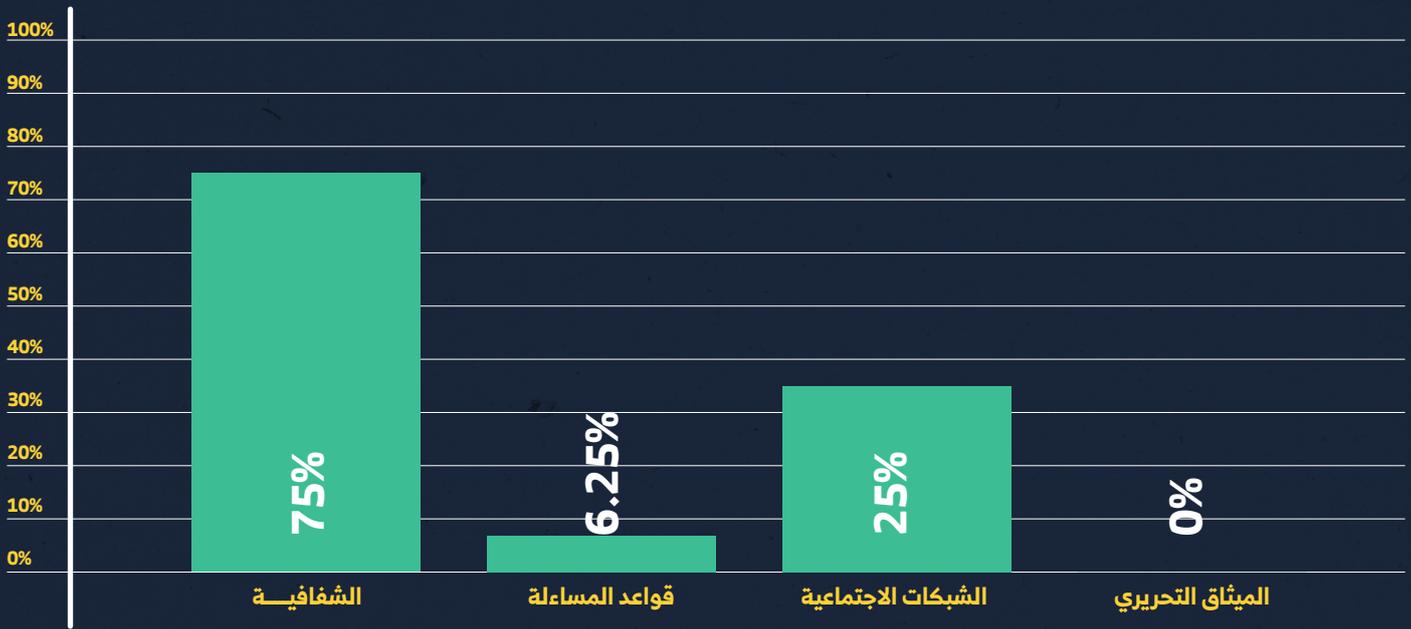
#### أبرز الإيجابيات

- الشفافية في إعلان ملكية المؤسسة ومصادر تمويلها.
- إعلان اسم رئيس التحرير.

روداو نت



28% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



## أبرز السلبيات

- عدم إعلان الميثاق التحريري للمؤسسة.
- عدم إعلان مدونة سلوك خاصة بالشبكات الاجتماعية.
- عدم إعلان الهيكل التحريري والأشخاص المسؤولين عن التوجيهات التحريرية.

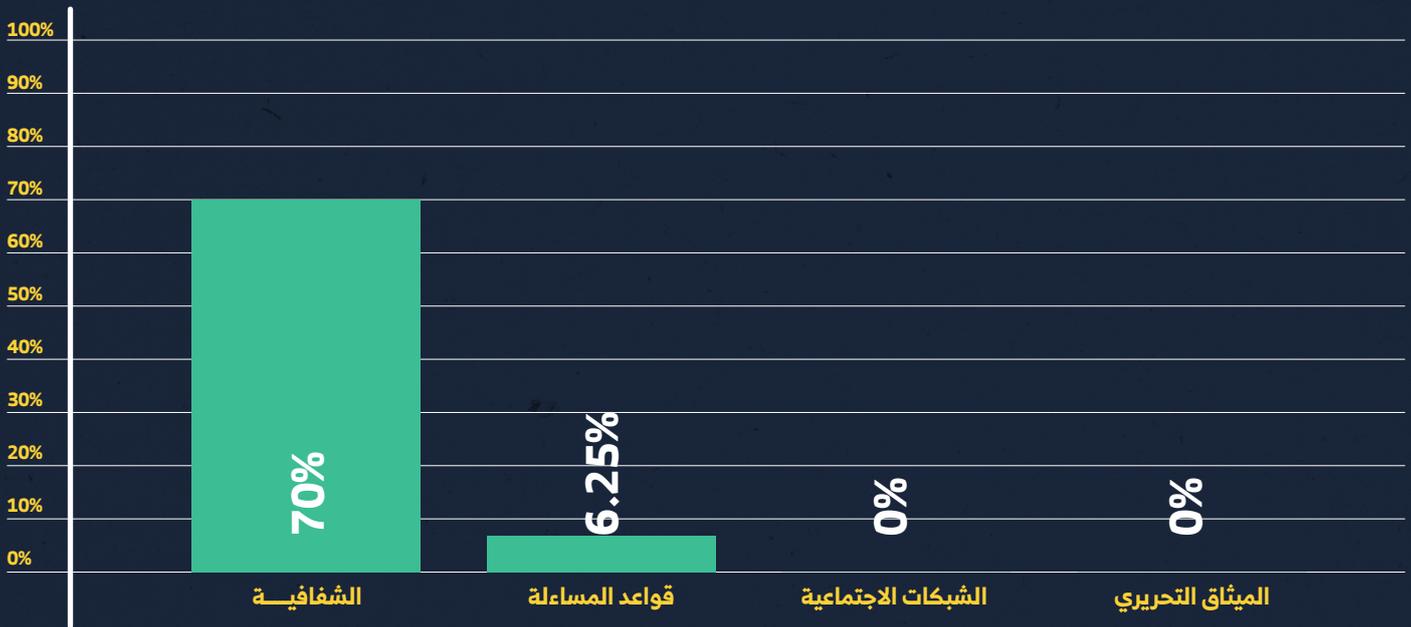
## أبرز الإيجابيات

- الشفافية في إعلان ملكية المؤسسة ومصادر تمويلها.
- إتاحة التواصل مع إدارة التحرير، وإن كانت تحتاج إلى تطوير.

## سودان تريبيون

SUDAN TRIBUNE

## 28% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



## أبرز السلبيات

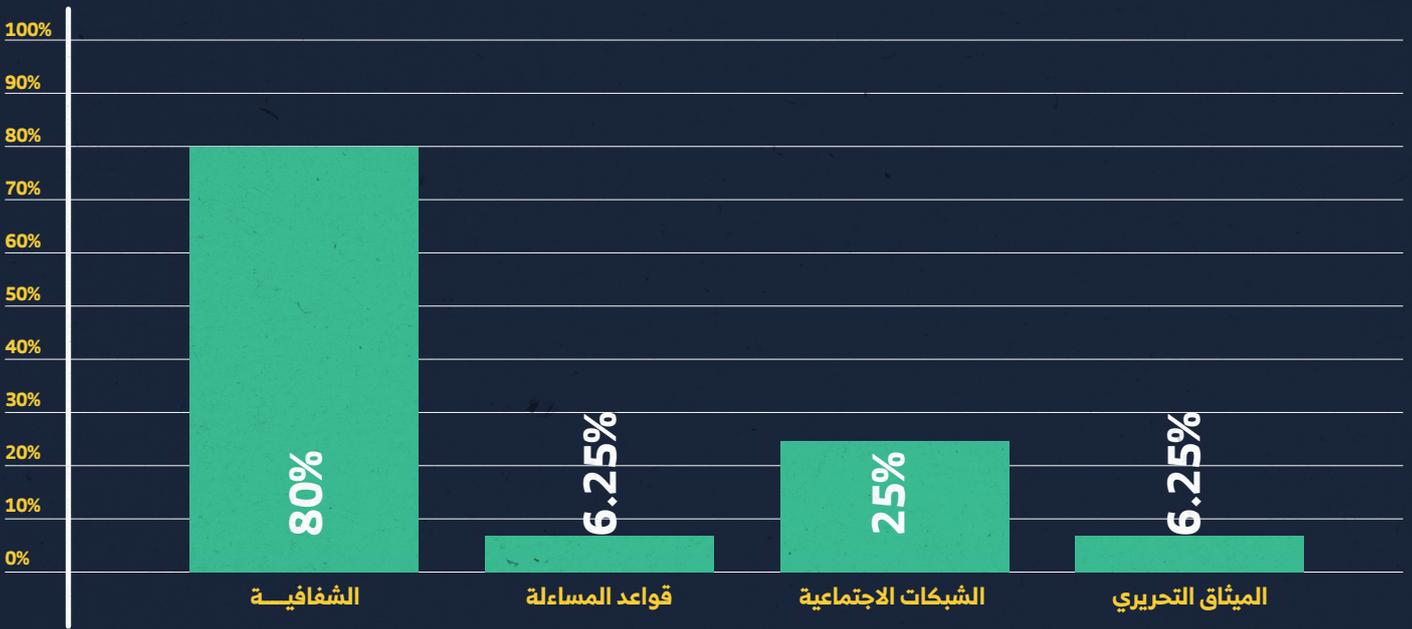
- عدم إعلان الميثاق التحريري.
- عدم إعلان الهيكل التحريري والأشخاص المسؤولين عن التوجيهات التحريرية.
- رغم إتاحة وسيلة تواصل مع إدارة المؤسسة، ولكن لا يوجد آلية واضحة للإبلاغ عن المعلومات الخاطئة وكيف يتم التعامل معها وسياسية تصحيحها.

## أبرز الإيجابيات

- إتاحة التواصل مع إدارة التحرير.
- إعلان العقود الإعلانية.



## 25% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



### أبرز السلبيات

- عدم إعلان الهيكل التحريري وهيكل المسؤولية التحريرية.
- عدم إعلان الميثاق التحريري للمؤسسة.
- عدم إعلان مدونة سلوك خاصة بالشبكات الاجتماعية.

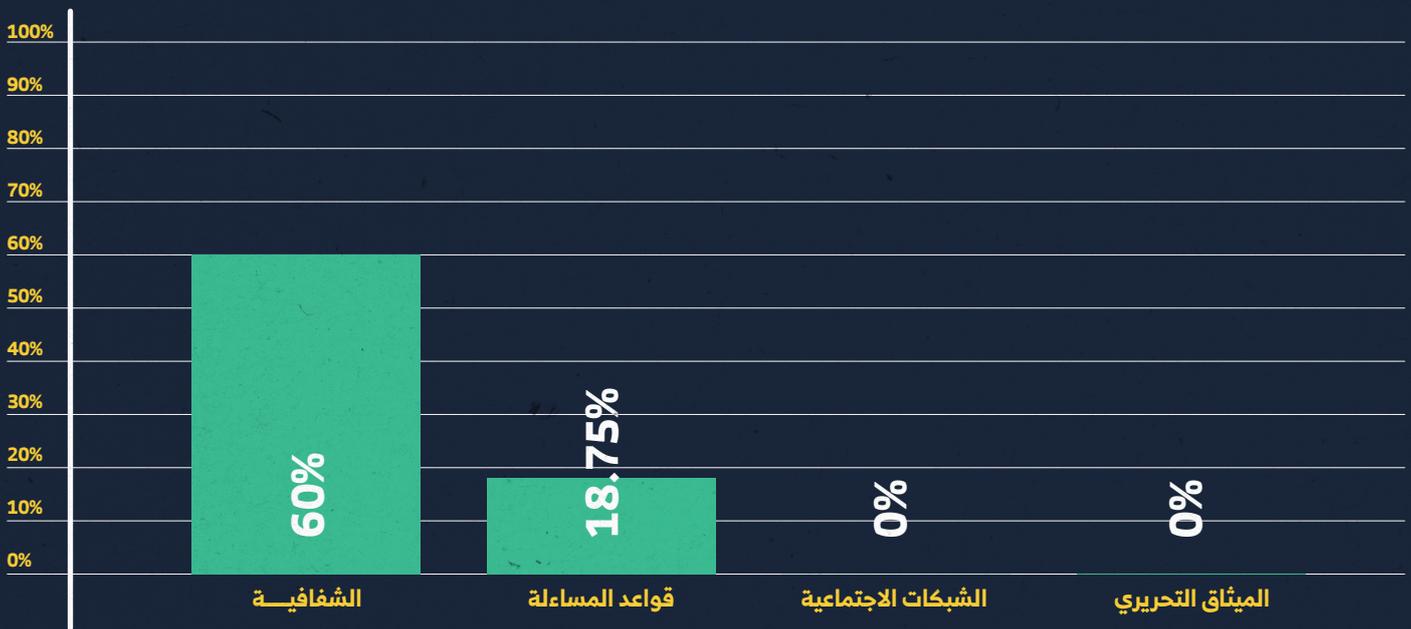
### أبرز الإيجابيات

- الشفافية في إعلان ملكية المؤسسة ومصادر تمويلها.
- إتاحة تواصل الجمهور مع إدارة التحرير.

الشروق

الشروق  
الأولى تنشورا

## 20% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



### أبرز السلبيات

- عدم إعلان المؤسسة ميثاقها التحريري.
- عدم إعلان المنصة لمدونة سلوكها على الشبكات الاجتماعية.
- عدم وجود آلية للجمهور لتقديم شكاوى متعلقة بالمحتوى أو الأخبار الخاطئة.

### أبرز الإيجابيات

- الشفافية في إعلان الملكية ومصادر التمويل.
- إعلان المؤسسة عن المسؤولين عن التوجيهات التحريرية.

## السومرية نيوز

السومرية

20% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



### أبرز السلبيات

- عدم إعلان الميثاق التحريري للمؤسسة.
- عدم إعلان مدونة سلوك خاصة بالشبكات الاجتماعية.
- عدم إعلان الهيكل التحريري، والأشخاص المسؤولين عن التوجيهات التحريرية.

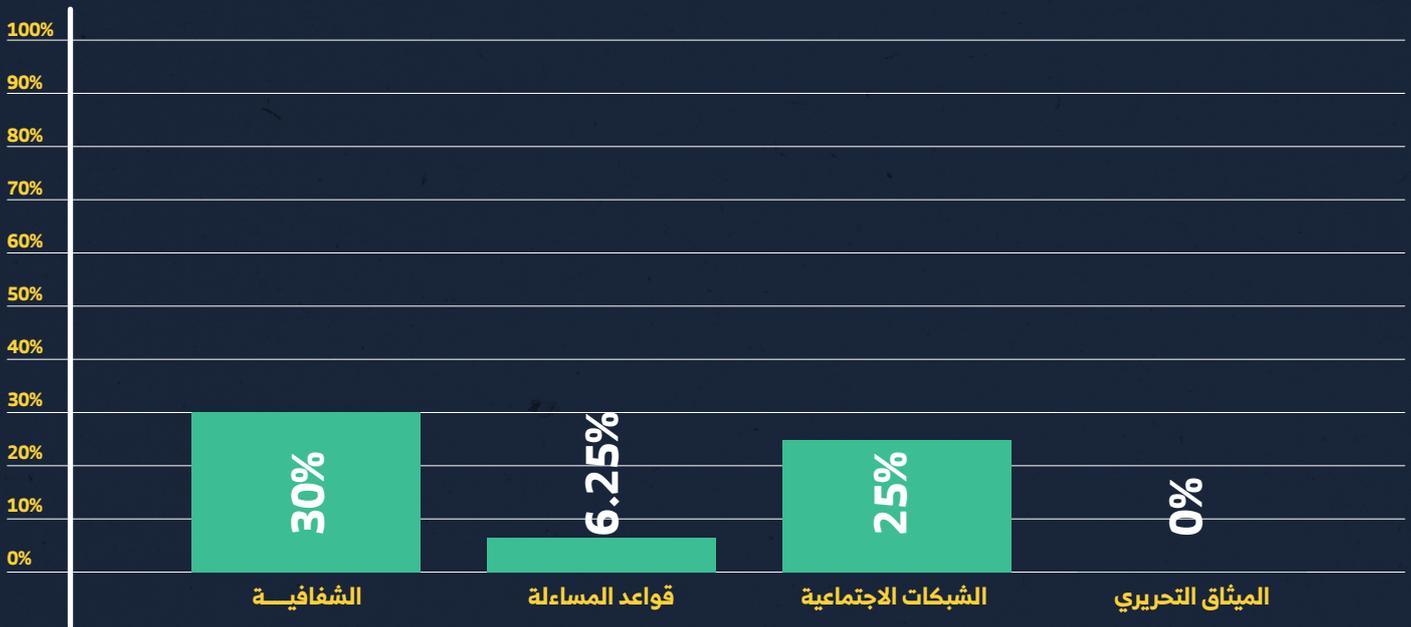
### أبرز الإيجابيات

- إعلان آلية لتلقي شكاوى الجمهور، ولكنها تحتاج إلى تطوير.
- الإعلان بشكل جزئي عن ملكية المؤسسة، ولكنها تحتاج إلى المزيد من الشفافية.



## الراكوبية

17% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



### أبرز السلبيات

- عدم الشفافية في إعلان ملكية المؤسسة ومصادر التمويل.
- عدم إعلان المؤسسة عن الأشخاص المسؤولين عن التوجيهات التحريرية.

### أبرز الإيجابيات

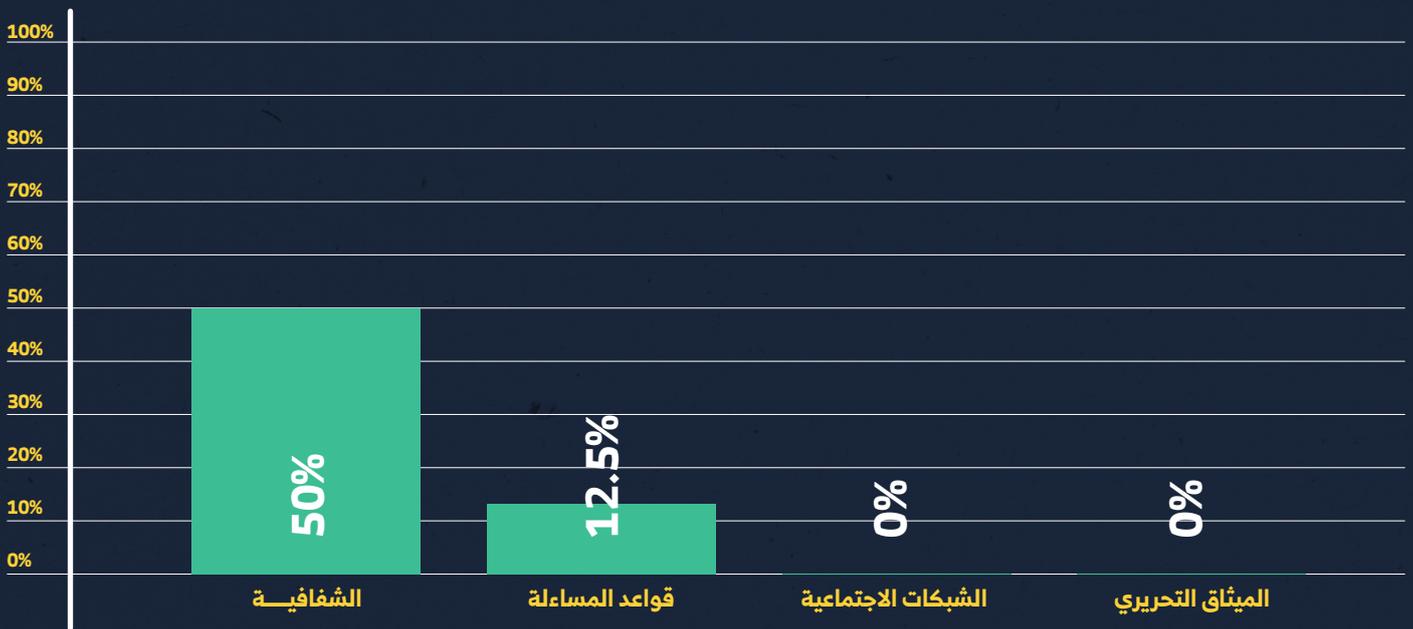
- إتاحة آلية لتواصل الجمهور مع إدارة الموقع، وإن كانت تحتاج إلى تحسين.

## سما الإخبارية

سما الإخبارية  
وكالة أنباء فلسطينية مستقلة



### 15% تقييم الهيكل التنظيمي والسياسات



#### أبرز السلبيات

- عدم إعلان ميثاق تحريري يلبي المعايير المهنية المطلوبة.
- عدم إعلان الهيكل التحريري وهيكل المسؤولية التحريرية.

#### أبرز الإيجابيات

- إتاحة التواصل مع إدارة التحرير.

## ثالثاً - ترتيب المواقع الإخبارية

- جدول يشرح ترتيب المواقع الإخبارية قيد التقييم من حيث تحقيق المعايير المهنية في السياسات والهيكل التنظيمي.

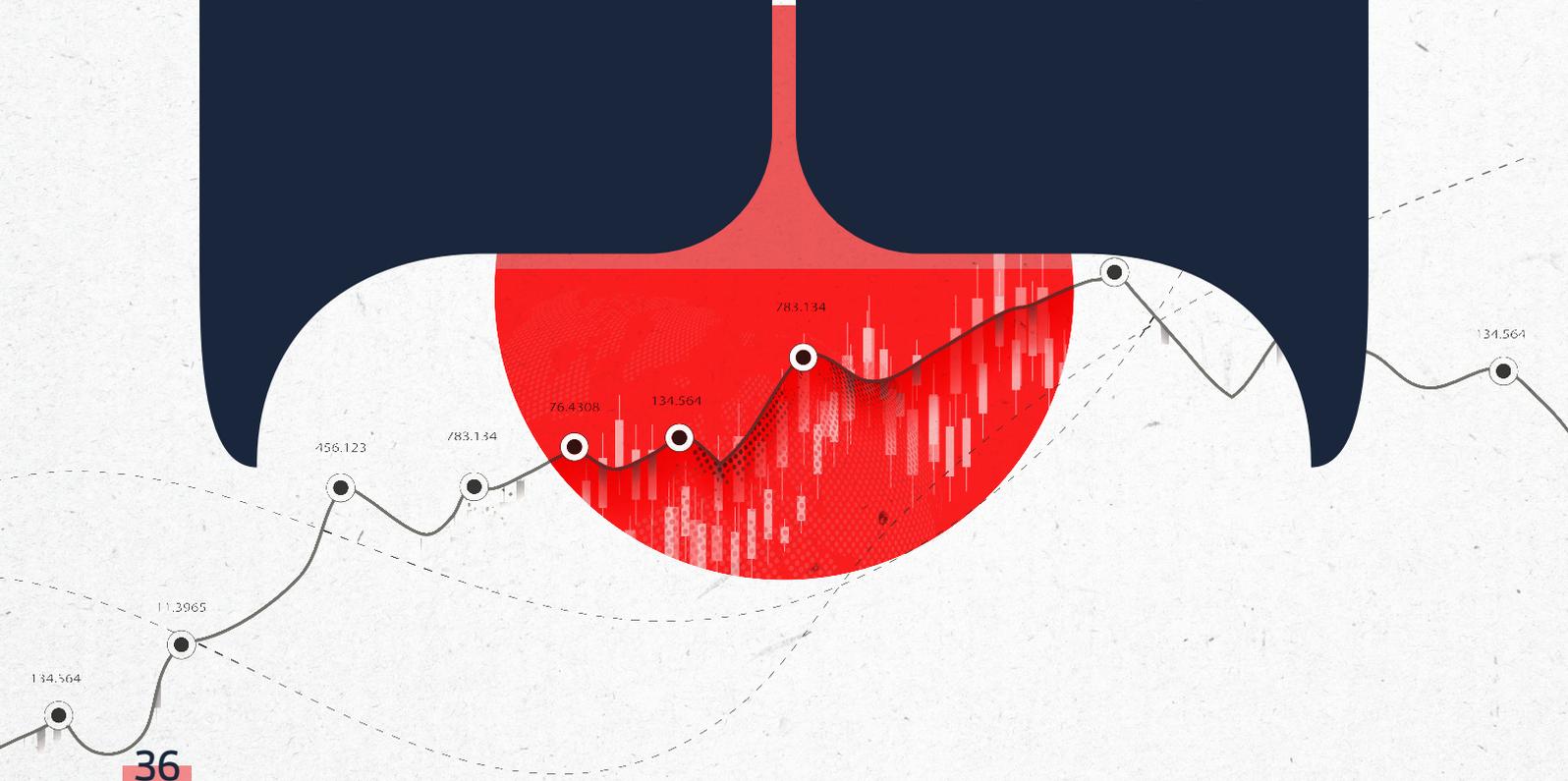
الموقع الإخباري	النطاق الجغرافي	نسبة تحقيق المعايير المهنية
الجزيرة نت	إقليمي	51%
موزاييك أف أم	تونس	50%
المصري اليوم	مصر	47%
العربي الجديد	إقليمي	39%
اليوم السابع	مصر	38%
العربية نت	إقليمي	37%
الشرق للأخبار	إقليمي	34%
MTV LEBANON	لبنان	33%
صدى نيوز	فلسطين	33%
رووداو.نت	العراق	28%
سودان تريبيون	السودان	28%
LBCI	لبنان	25%
سكاي نيوز عربية	إقليمي	23%
RT عربي	إقليمي	20%
الشرق	تونس	20%
السومرية نيوز	العراق	20%
الراكوبة	السودان	17%
سما الإخبارية	فلسطين	15%

## رابعًا - تحليل النتائج

كما يُظهر تحليل النتائج أنه رغم التفاوت في تطبيق المعايير المهنية بين المواقع الإخبارية الإقليمية والمحلية، إلا أنها تتطابق في ترتيب نسب التطبيق وفقًا للمحاور الأربعة

- الشفافية
- المساءلة
- إعلان سياستها الخاصة بالشبكات الاجتماعية
- إعلان الميثاق التحريري

يظهر من تحليل نتائج تقييم "تطبيق المعايير المهنية في السياسات والهيكل التنظيمي للمواقع الإخبارية" أن التطبيقات والممارسات المهنية تتحقق بشكل أفضل نسبيًا في المواقع الإخبارية الإقليمية، عن المواقع الإخبارية المحلية، إذ بلغ متوسط نسبة تحقيق القواعد المهنية في المواقع الإقليمية 34%، بينما بلغ المتوسط في المواقع المحلية 29.5%.



## كيف نقرأ نتائج تقييم المؤسسات الناطقة بالعربية قيد التقييم؟

### أولاً

أبرز المعايير المهنية التي تغيب عن التطبيق بشكل كامل

0%

تضمن الميثاق التحريري للمؤسسة إشارة واضحة إلى المحتوى الذي تم إنشاؤه، كلياً أو جزئياً، عن طريق الذكاء الاصطناعي أو الخوارزميات.

0%

تضمن الميثاق التحريري أحكاماً تتعلق بالتحرش.

### ثانياً

أبرز المعايير المهنية التي تفتقدها المؤسسات  
نسبة تحققها تقل عن 10%

3%

إعلان المؤسسة الفترة الزمنية اللازمة للرد السريع على تساؤلات الجمهور التي تصلها عبر الوسائل التي تتيحها.

3%

توفير المؤسسة ركناً خاصاً أو برنامجاً خاصاً لعرض نتائج المعالجة للشكاوى التي يقدمها الجمهور تجاه ما تنشره المؤسسة.

5.5%

إعلان المؤسسة مدونة سلوك تتضمن إرشادات خاصة بسلوك الصحفيين على الشبكات الاجتماعية.

## ثالثاً

أبرز المعايير المهنية الهامة التي تطبق على نطاق ضعيف إلى متوسط، وتحتاج إلى تعزيز ومزيد من التطبيقات.

نسبة تحققها بين 11% و 60%

11% تعلن المؤسسة هيكلًا لمسؤولية التحرير لكل مرحلة من مراحل عملية النشر داخل المؤسسة.

11% تعلن المؤسسة سياسة تصحيح واضحة وشفافة.

11% يتضمن الميثاق التحريري تدابير حماية ضد تضارب المصالح الحقيقي أو المحتمل أو المتصور.

12% يتضمن الميثاق التحريري العوامل المناسب أخلاقياً مع محتوى البث المباشر.

14% يتضمن الميثاق التحريري مبادئ متعلقة بالمساءلة.

19.5% يتضمن الميثاق التحريري مبادئ عن الدقة.

19.5% يتضمن الميثاق التحريري مبادئ متعلقة بالإنصاف.

22% تعلن المؤسسة للجمهور ميثاقها التحريري في شكل دليل، والذي يحتوي على مبادئها الأخلاقية وسياساتها التحريرية.

25% إعلان الهيكل التحريري.

25% تعلن المؤسسة بوضوح عن آلية تعاملها ونشرها للمحتوى الذي ينتجه الجمهور.

- 28% تضع المؤسسة مدونة سلوك خاصة بإدارة المحتوى الإخباري على الموقع، وفي منصات التواصل الاجتماعي.
- 33% تعلن المؤسسة عن الشخص أو الأشخاص المسؤولين عن المبادئ التوجيهية للمؤسسة.
- 50% إعلان مصادر التمويل التي تزيد عن 5% من تمويل المؤسسة.
- 53% إتاحة التواصل مع إدارة التحرير.
- 55.5% إعلان مالك/ ملاك المؤسسة.
- 59% توفر المؤسسة آلية واضحة لتلقي شكاوى الجمهور ومعالجتها.

#### رابعاً

أبرز المعايير المهنية التي يتم تطبيقها بشكل كبير وفعال

- 83% تُعلن المؤسسة عن سياساتها في إدارة المعلومات الشخصية للجمهور المتصفح لمنصاتها واتفاقية الاستخدام.
- 100% الشفافية في إعلان العقود الإعلانية.



## ترتيب النقاط التي تحتاج إلى جهود أكبر وفقاً لمعايير مؤشر مهنية وسائل الإعلام

يكشف التحليل أن ترتيب النقاط التي تحتاج إلى جهود أكبر في التطبيق بالمواقع الإخبارية (المحلية والإقليمية) هي كالتالي: (تم ترتيب المحاور وفقاً للأقل تطبيقاً).

**2** **21.5%**  
عدم الإعلان (كلياً أو جزئياً) عن قواعد المساءلة داخل المؤسسة الإخبارية.

**1** **10%**  
عدم الإعلان (كلياً أو جزئياً) عن الميثاق التحريري للمؤسسة أو قواعد هامة تم تجاهلها.

**4** **61%**  
عدم الإعلان (كلياً أو جزئياً) عن بنود الشفافية التي يجب أن تفتح عنها المؤسسة للجمهور.

**3** **36%**  
عدم الإعلان (كلياً أو جزئياً) عن سياسات المؤسسة على الشبكات الاجتماعية.



## الميثاق التحريري

إذ تفتقد أغلب المواقع الإخبارية الناطقة بالعربية - قيد التقييم - لإعلان ميثاقها التحريري، أو ملخص لسياساتها، وكذلك أغلبها لا يعلن عن منهجيته في اتباع القواعد المهنية الأساسية مثل (الدقة - الموضوعية - النزاهة - عدم الانحياز - أخلاقيات النشر - قواعد استخدام المصادر).

يعد إعلان المؤسسات الإخبارية ميثاقها التحريري والمعايير المهنية الأساسية التي تحكم عملها هو نقطة الضعف الأساسية في السياسات بالمواقع الإخبارية الناطقة بالعربية، وبالتالي هو النقطة الحرجة التي تحتاج إلى الجهد الأكبر لتعزيز تطبيقها.

## قواعد المساءلة

تأتي قواعد المساءلة في المرتبة الثانية من حيث ضعف التطبيق بالمؤسسات الإخبارية الناطقة بالعربية، ومن أبرز قواعد المساءلة غير المطبقة:

- 1 إعلان المؤسسة هيكلًا للمسؤولية التحريرية لكل مرحلة من مراحل عملية النشر.
- 2 إعلان المؤسسة سياسة تصحيح واضحة وشفافة.
- 3 إعلان المؤسسة الفترة الزمنية اللازمة للرد السريع على تساؤلات الجمهور التي تصلها عبر الوسائل التي تتيحها.



## سياسات المؤسسات على الشبكات الاجتماعية

تفتقر المؤسسات الإخبارية الناطقة بالعربية لسياسات واضحة حول إدارة المحتوى على الشبكات الاجتماعية والموقع الإخباري، ومن أبرز تلك السياسات المفتقد إعلانها للجمهور:

- 1 إعلان المؤسسة في مدونة سلوكها على إرشادات خاصة بسلوك الصحفيين في مواقع الشبكات الاجتماعية.
- 2 إعلان المؤسسة بوضوح عن آلية تعاملها ونشرها للمحتوى الذي ينتجه الجمهور.

## الشفافية

تحرز المواقع الإخبارية الناطقة بالعربية - قيد التقييم - تقدماً في محور الشفافية مع الجمهور، إلا أنها ما زالت تحتاج إلى مزيد من الجهود في هذا الإطار، ومن أبرز البنود التي تحتاج إلى مزيد من الشفافية:

- 1 إعلان الهيكل التحريري.
- 2 إعلان مصادر التمويل التي تزيد عن 5% من تمويل المؤسسة.
- 3 إعلان مالك/ ملاك المؤسسة.
- 4 إتاحة التواصل مع إدارة التحرير.



الفصل الثالث

# الذكاء الاصطناعي

نحاول في هذا الفصل من التقرير تسليط الضوء على جهود عدة بذلتها مؤسسات مهنية مختلفة وأغلبها عربية وقليل منها عربية لصياغة كود أخلاقي ودليل مهني لاستخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وفي الممارسات المهنية اليومية.

يظهر تحليل تطبيقات المواقع الإخبارية الناطقة بالعربية الأكثر انتشاراً عربياً، أن الموثيق التحريرية لغرف الأخبار العربية خلت من أي سياسات تتعلق باستخدامات الذكاء الاصطناعي، رغم تنامي استخدامات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، ومن قبل الصحفيين المستقلين والناشرين، وهو ما تسبب في تحسين عمل الصحفيين والمواد الخيرية المنشورة بأشكال عدة، ولكن على التوازي تنامي استخدامه لتضليل الجمهور وهو ما لم يقتصر فقط على استخدامات مضللة أنتجها الجمهور ذاته، ولكن ظهرت العديد من الاستخدامات المضللة من الصحفيين لأدوات الذكاء الاصطناعي.



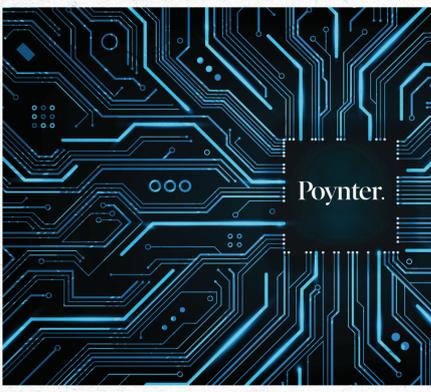
Poynter

معهد بوينتر هو منظمة عالمية غير ربحية تعزز الديمقراطية من خلال تحسين أهمية الصحافة وممارستها الأخلاقية وقيمتها.

Ethics & Trust
Tech & Tools

## Your newsroom needs an AI ethics policy. Start here.

Until we create standards around artificial intelligence — even though it's early in the game — we are holding back innovation



Every single newsroom needs to adopt an ethics policy to guide the use of generative artificial intelligence. Why? Because the only way to create ethical standards in an unlicensed profession is to do it shop by shop.

Until we create those standards — even though it's early in the game — we are holding back innovation.

So here's a [starter kit](#), created by Poynter's [Alex Mahadevan](#), [Tony Elkins](#) and me. It's a statement of journalism values that roots AI experimentation in the principles of accuracy, transparency and audience trust, followed by a set of specific guidelines.

Think of it like a meal prep kit. Most of the work is done, but you still have to roll up your sleeves and do a bit of labor. This policy includes blank spaces, where newsroom leaders will have to add details, saying “yes” or “no” to very specific activities, like using AI-generated illustrations.

In order to effectively use this AI ethics policy, newsrooms will need to create an AI committee and designate an editor or senior journalist to lead the ongoing effort. This step is critical because the technology is going to evolve, the tools are going to multiply and the policy will not keep up unless it is routinely revised.

This leader, with support from this committee, can also be responsible for newsroomwide communication and inspiration around AI experiments. Here are a couple of highlights from this ethics policy template:

- Form an AI committee and designate a leader.
- Make sure the committee includes people from every department, including the business side.



يعمل معهد بوينتر على تطوير دليل ليكون نقطة انطلاق لغرف الأخبار لأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في عملها، وبينما يعمل الباحثون في معهد بوينتر على تطوير ذلك الدليل بالتعاون مع غرف أخبار مختلفة، فقد حددوا قيماً أساسية حاكمة وهي:

## الشفافية الداخلية والخارجية

**خارجياً،** عند نشر أي محتوى تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي، يجب إخبار الجمهور بذلك. **داخلياً،** إخبار إدارة التحرير والمسؤولين عن النشر بأي استخدام للذكاء الاصطناعي التوليدي. وهذا من شأنه أن يسهل التعلم الجماعي ويساعد على إنشاء سياسات انتقالية قابلة للتطبيق مع تطور التقنيات.

## خدمة الجمهور

يجب أن يسترشد عمل الصحفيين في مجال الذكاء الاصطناعي بما سيكون مفيداً للجمهور.

## الدقة و التحقق البشري

جميع المعلومات التي تم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي تتطلب التحقق البشري، ومن المهم بشكل متزايد في جميع الأعمال أن نكون واضحين بشأن كيفية معرفتنا بأن الحقائق التي نسردها هي حقائق فعلية.

## USA TODAY Network

شبكة USA TODAY هي منظمة أمريكية محلية وطنية للنشر والإعلام الرقمي.

### USA TODAY NETWORK Principles of Ethical Conduct For Newsrooms

USA TODAY Network's Principles of Ethical Conduct are based on the concepts and language developed by the Society of Professional Journalists Association, other Gannett documents, and the standards of professional journalists. These principles are designed to guide our work on our platform, including newspapers, web, mobile, and live story events.

#### WE ARE COMMITTED TO:

##### I. Seeking and reporting the truth

- We will be honest in the way we report news, with accuracy, relevancy, persistence, context, and fairness.
- We will seek to gain understanding of the issues we cover to provide an informed and balanced perspective.
- We will hold factual information to the same standards of accuracy and integrity as we hold for our own reporting.
- We will treat information from other sources, including social media, with skepticism and will verify it before we report on it.
- When considering news content, we will evaluate the credibility of the source and the accuracy of the information provided.

##### II. Serving the public interest

- We will uphold First Amendment principles to serve the democratic process.
- We will be vigilant watchdogs of government and institutions that affect the public, fighting to ensure that the public's business is conducted in public.
- We will seek solutions as well as expose problems and wrongdoing in order to effect change for the good in the communities we serve.
- We will provide public forums for diverse people and views.
- We will reflect and encourage understanding of the diverse segments of our community.
- We will provide editorial and community leadership.
- We will seek to promote understanding of complex issues.
- When sharing editorials and other opinion articles, we will encourage and promote views that foster understanding, insight and civil discourse. We seek to offer viewpoints that represent various views on a particular topic.
- We will consider providing free access to some news coverage during public safety emergencies and as a public service when appropriate, such as elections.

##### III. Exercising fair play

- We will treat people with respect and compassion.
- We will correct errors promptly.
- We will strive to include all sides relevant to a story. When news develops and we can't include important perspectives immediately, we will share updates, including additional sources, when possible. We also will share attempts to reach sources who add value to the story.
- We will explain to audiences our journalistic processes to promote transparency and engagement.
- We will give particular attention to fairness in relations with people unaccustomed to dealing with the news media.
- We will use confidential sources as the sole basis for published information only as a last resort and under specific procedures that best serve the public's right to know.



قدمت الشبكة الإخبارية مقارنة فيما يخص الأخلاقيات المهنية لاستخدام الذكاء الاصطناعي داخل غرفة الأخبار الخاصة بها، إذ نصت مبادئ السلوك الأخلاقي لغرف الأخبار في شبكة USA TODAY على مجموعة من المبادئ وهي:

## الشفافية في المصادر

الذكاء الاصطناعي ليس شفافاً بشأن مصادرهِ الخاصة، لذلك تلزم شبكة USA TODAY الصحفيين بتأكيد ما ينتجه الذكاء الاصطناعي بمصادر أصلية.

## الدقة

تُلزم شبكة USA TODAY الصحفيين لديها بالكشف عن استخدام الذكاء الاصطناعي وقيوده لجمهورهم، فضلاً عن التحقق من المحتوى الذي تم إنشاؤه من قبل الذكاء الاصطناعي للتأكد من دقته وواقعيته قبل استخدامه.

## الاستخدام العادل

تُلزم شبكة USA TODAY الصحفيين بالامتنال للاعتبارات القانونية والأخلاقية للاستخدام العادل عند استخدام المحتوى الذي تم إنشاؤه من قبل الذكاء الاصطناعي. يجب عليهم التأكد من أنهم لا ينتهكون حقوق الملكية الفكرية للآخرين.

## تحديد الغرض

ترشد شبكة USA TODAY مسؤولي التحرير لديها لأهمية مناقشة المحررين في الهدف من استخدام الذكاء الاصطناعي، وكيفية إنتاجه، تهدف هذه السياسة إلى توفير مبادئ توجيهية أخلاقية للصحفيين الذين يستخدمون المحتوى الذي تم إنشاؤه من قبل الذكاء الاصطناعي، سواء كان مكتوباً أو مرئياً أو صوتياً لضمان أن تكون تقاريرهم شفافة ودقيقة وعادلة وخاضعة للمساءلة.

## القرار التحريري

ترشد شبكة USA TODAY محرريها لأهمية الحفاظ على حكمهم المهني وقدراتهم على صنع القرار عند استخدام المحتوى الذي تم إنشاؤه من قبل الذكاء الاصطناعي، للتأكد من أن المحتوى الذي يستخدمونه يلبي المعايير والقيم التحريرية للشبكة.



## الخصوصية وحماية البيانات

تلزم شبكة USA TODAY الصحفيين بالتأكد من أن استخدام المحتوى الذي تم إنشاؤه من قبل الذكاء الاصطناعي لا ينتهك حقوق خصوصية الأفراد، فضلاً عن التأكد من جمع البيانات المستخدمة لإنشاء المحتوى واستخدامها وفقاً لقوانين حماية البيانات.

## التحيز والتمييز

ترشد شبكة USA TODAY الصحفيين للانتباه لأي تحيزات محتملة في المحتوى الذي ينشئه الذكاء الاصطناعي الذي يستخدمونه ضد أي فرد أو مجموعة على أساس العرق أو الدين أو الجنس أو التوجه الجنسي أو أي سمة أخرى.

## الإفصاح عن المحتوى المرئي غير الواقعي

تلزم شبكة USA TODAY الصحفيين بالإفصاح بشكل واضح للجمهور في حال استخدام محتوى مرئي توضيحي تم إنشاؤه بالذكاء الاصطناعي، ولا يمثل بدقة موقفاً حقيقياً، ولا يعبر على نحو دقيق عن لحظات حقيقية.

## السلامة والأمن

ترشد شبكة USA TODAY الصحفيين لاحتساب المخاطر المحتملة لاستخدام المحتوى الذي تم إنشاؤه من قبل الذكاء الاصطناعي من أجل السلامة والأمن العامين، من خلال التأكد من أن المحتوى الذي يستخدمونه لا يساهم في التضليل أو المعلومات المضللة التي قد تسبب ضرراً.

## المساءلة والمسؤولية

تلزم شبكة USA TODAY الصحفيين بتحمل المسؤولية عن أي أخطاء أو عدم دقة في المحتوى الذي ينشئه الذكاء الاصطناعي الذي يستخدمونه، من خلال إعلان المسؤولية أمام الجمهور واتخاذ إجراءات تصحيحية إذا تم العثور على أخطاء.

## دليل أريج

مؤسسة "إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية" (أريج)، تهدف إلى تعزيز العمل الصحفي الاستقصائي وتدقيق المعلومات في العالم العربي.

دليل أخلاقيات/ مبادئ  
استخدام "أريج" للذكاء الاصطناعي

آخر تعديل: شباط/فبراير 2024

عن أريج

ما هي أريج؟

مؤسسة "إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية" (أريج)، تهدف إلى تعزيز العمل الصحفي الاستقصائي وتدقيق المعلومات في العالم العربي. عبر ترسيخ مبدأ المساءلة الفردية والمؤسسية ضمن سياق سياسي واجتماعي وحقوقى. والقيام بدور "السلطة الرابعة" في العالم العربي. وسط تدفق المعلومات الخاطئة والمضللة.

أريج والذكاء الاصطناعي

ما استراتيجية أريج للذكاء الاصطناعي؟

دخلت "أريج" عالم الذكاء الاصطناعي منذ عام 2021، قبل الثورة الكبيرة التي أحدثها ChatGPT وأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في العالم. قررت "أريج" تطوير استراتيجيتها الخاصة بالذكاء الاصطناعي باللغة العربية عام 2022. ليس فقط لدعم جهودها المستمرة في تطوير الصحافة الاستقصائية وتدقيق المعلومات، بل أيضاً لدعم جهود كل المؤسسات الإعلامية الصغيرة والمتوسطة، لتحقيق "هوية صحفية مشتركة"، وتطوير عملنا لتحقيق المزيد من المساءلة في مجتمعاتنا، التي تواجه كمّاً هائلاً من الفساد والإهمال وانتهاكات حقوق الإنسان وحملات التضليل الضخمة.

دليل أخلاقيات/ مبادئ  
استخدام "أريج" للذكاء الاصطناعي

آخر تعديل: شباط/فبراير 2024

عن أريج

ما هي أريج؟

مؤسسة "إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية" (أريج)، تهدف إلى عبر ترسيخ مبدأ المساءلة الفردية والمؤسسية ضمن سياق سياسي واجتماعي وحقوقى. والقيام بدور "السلطة الرابعة" في العالم العربي. وسط تدفق المعلومات الخاطئة والمضللة.

من يستفيد من خدمات أريج؟

1. المؤسسات الإعلامية.
2. الصحفيون/ ات المستقلون/ ات.
3. مؤسسات تدقيق المعلومات.
4. مدققو/ ات المعلومات المستقلون/ ات.
5. مطلقو/ ات الصفارة.
6. كليات الإعلام.
7. أساتذة الإعلام.
8. طلبة الإعلام.
9. مجتمع الصحافة العربيّ المستقل.
10. مجتمع الصحافة العربيّ عموماً.

مَن الجمهور الأوسع الذي قد يطلع على مخرجات أريج؟

1. الجمهور العربيّ - مضامين باللغة العربية.
2. الجمهور الأجنبيّ - مضامين باللغة الإنكليزية.

قدمت شبكة أريج دليلاً لأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي لديها، ربطت فيه القواعد الأخلاقية بالتحديات التي يواجهها فريقها خلال استخدامات الذكاء الاصطناعي، لتكون القواعد أكثر ملائمة للتطبيقات العملية والاحتياجات الفعلية، والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

## ثانيًا - المبادئ الأخلاقية

### والمهنية التي تتبناها أريج في استخدامات الذكاء الاصطناعي

- المصداقية والدقة.
- الاستقلالية والموضوعية.
- العدل والتوازن.
- النزاهة والشفافية.
- احترام الخصوصية.
- المساءلة.
- الاهتمام بالصالح العام.
- الالتزام بالسلوكيات المهنية.
- الأمن والسلامة.

## أولاً- التحديات

- انتهاك الخصوصية.
- التحيز.
- نشر معلومات خاطئة أو مضللة يمكن أن يؤدي إلى فقدان ثقة الجمهور.
- خسارة الوظائف.
- ضعف المساءلة والمحاسبة.
- حقوق الملكية الفكرية للمحتوى والبيانات.



التحديات الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي داخل أريج وطريقة مواجهتها

يطرح استخدام الذكاء الاصطناعي العديد من التحديات التي قد تهدد التزام المؤسسة وفريقها بالأخلاقيات والمبادئ الأساسية، وقد تهدد ثقة الجمهور بأريج. من هذه التحديات المفصلة في استراتيجيات:

## ملخص مدونة سلوك أريج لاستخدامات الذكاء الاصطناعي

تمنع أريج نقل أو نشر أو استخدام أي صورة أو فيديو تم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي يشتهه أو يثبت أنها قد تتضمن أي معلومة خاطئة أو تسهم في التضليل. ومع ذلك، إذا كان الرسم التوضيحي أو العمل الفني الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي هو موضوع تحقيق أو قصة، فيمكن استخدامه طالما تم تصنيفه بوضوح على هذا النحو وذكر السبب.

لا تسمح أريج باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي إلا بشكل عام؛ أي من دون ذكر أي تفاصيل ومعلومات خاصة ومحددة. تمنع أريج فريق عملها من وضع معلومات سرية أو حساسة أو شخصية في أي أداة ذكاء اصطناعي مهما كانت. ويتضمن ذلك:

أسماء ومعلومات أي فرد من فريق العمل والصحفيين/ات ومدققي/ات المعلومات وأسماء المانحين والشركاء وأي معلومات خاصة بأي شخص داخل الفريق أو خارجه. أي صورة أو فيديو أو معلومة أو مستند حصلنا عليه من مصدر خاص أو مجهل. أي تفاصيل ومعلومات عن أي مشروع من مشاريع أريج.

على كل فرد من فريق أريج، إبلاغ الإدارة بالأدوات التي يستخدمها، وبأي أداة جديدة يفكر/ يخطط لاستخدامها؛ لفحص هذه الأداة من ناحية المصداقية والأمن الرقمي والخصوصية. الإبلاغ يتم عن طريق إرسال إيمييل إلى [info@ariz.net](mailto:info@ariz.net).

على كل فرد من فريق أريج التعامل مع أي مخرجات من أدوات الذكاء الاصطناعي على أنها مادة/ مصدر/ معلومة/ نتيجة لم يتم فحصها و/أو تدقيقها أبداً. على كل فرد من فريق أريج تطبيق حكمه/ التحريري والمعايير والمبادئ الأخلاقية الخاصة بأريج عند النظر في أي معلومات للاستخدام و/أو للنشر للفريق الداخلي، والمانحين، والمؤسسات الشريكة أو للجمهور العام.

لا يُسمح لأي فرد من فريق أريج، بتعديل أي صورة أو فيديو أو صوت أو تصريح مكتوب لأي شخص، إلا بهدف ضمان أمنه وخصوصيته. وفي حال القيام بذلك، يجب ذكر ذلك ونشره/ بثه بوضوح مع السبب.

التأكد من أن المصادر التي يعتمدون عليها في تنفيذ التحقيق لم تستخدم الذكاء الاصطناعي في أي مصدر/ مستند/ فيديو/ صورة يتم تزويدهم بها. وفي حال استخدم الذكاء الاصطناعي، يجب أن يُدقق كل ما تم تزويدهم به وإبلاغ المشرف/ة بذلك، واتخاذ قرار باستخدام هذه المصادر بناءً على مدى دقتها/ مصداقيتها.

على إدارة أريج أن تتخذ إجراءات حاسمة مع الموظفين/ات والصحفيين/ات الذين يتبين استخدامهم/ن للذكاء الاصطناعي من دون إبلاغ ذلك، وقد يصل ذلك إلى الفصل من العمل.

على فريق الإدارة في أريج مراقبة المحتوى الذي يصدر من فريقهم بشكل مستمر وممنهج بخطة واضحة.



على فريق أريج أن يذكر استخدامه للذكاء الاصطناعي في أي مهمة/ محتوى من خلال استخدام العبارة التالية مع تكييفها/ تعديلها بحسب الحالة:

**تنويه: هذا التقرير / المحتوى / التحقيق / التقرير المعمق / المقال / العرض البصري / الفيديو / الصورة مدعوم/ة بالذكاء الاصطناعي.**

يجب على الصحفي/ة إبلاغ المشرف/ة قبل استخدام أي من أدوات الذكاء الاصطناعي في كتابة مضمون (كلياً أو جزئياً) أي تحقيق أو تقرير، مهما كان، ولا تُستخدم إلا بعد موافقة المشرف.

يجب على الصحفي/ة إبلاغ المشرف/ة قبل استخدام أي من أدوات الذكاء الاصطناعي في ضبط أو تشكيل نصوص التحقيق/ات أو التقارير (كلياً أو جزئياً) لغوياً، ولا تُستخدم إحدى هذه الأدوات إلا بعد موافقة المشرف.

يمنع استخدام الذكاء الاصطناعي في فبركة أي صور، أو فيديوهات، أو نصوص، أو مستندات.

يجب على الصحفي/ة إبلاغ المشرف/ة قبل استخدام أي من أدوات الذكاء الاصطناعي في أي مرحلة من مراحل تنفيذ التحقيق/ التقرير (مثلاً تحليل بيانات)، ولا تُستخدم إحدى هذه الأدوات إلا بعد موافقة المشرف.

## ملخص مدونة سلوك أريج لاستخدامات الذكاء الاصطناعي

على إدارة أريج أن تأخذ على عاتقها تطوير استخدام الذكاء الاصطناعي وتعزيزه داخل الفريق من خلال الحصول على منح متعلقة بالمجال، وإطلاق مشاريع مرتبطة، وتطوير مهارات الفريق بشكل دائم، وتحديث الاستراتيجية.

على إدارة أريج الإعلان والاعتذار عن أي محتوى يتبين أنه نشر باستخدام الذكاء الاصطناعي، ويحتوي على معلومات غير دقيقة.

على إدارة أريج ضمان أن الأدوات التي يستخدمها الفريق آمنة، وفحص هذه الأدوات مجدداً بشكل دوري (كل 6 أشهر).

على إدارة أريج ضمان أن الفريق يلتزم التزاماً كاملاً بكل المبادئ الواردة في هذا الدليل.

## تنفيذ هذه المبادئ

1. ستتعامل أريج بكل حزم ومسؤولية مع استخدام الذكاء الاصطناعي داخلياً وخارجياً.
2. يوقع كل فرد من فريق أريج على الالتزام بهذه المبادئ سنوياً، عام 2024 مع الإقرار، وتم مع تجديد عقده ابتداء من 2025.
3. يوقع كل موظف جديد في أريج عند توقيع عقده.
4. يتم تضمين هذه المبادئ كإحدى بنود الذكاء الاصطناعي وضمن الموقع الإلكتروني لأريج.
5. يتم ترويج هذه المبادئ بشكل مبدا أريج.
6. تتضمن العقود الجديدة مدقق/ة معلومات على مادة تنص التالي: "يمنع استخدام الذكاء الاصطناعي في أي مرحلة من مراحل تنفيذ التحقيق/التقرير من د... إن أي استخدام للذكاء الاصطناعي من دون إبلاغ أريج بذلك قد يؤدي الى فسخ هذا العقد".
7. يضاف إلى نموذج تة على قرار هيئة الت... شفافية.
8. تتم مشاركة هذ... الأبحاث... وذلك
9. يتم تح... الاد... تحديث كل ستة أشهر... تحديث.



**تتأين وسائل الإعلام الناطقة بالعربية الأكثر انتشارا في ستة بلدان عربية على مستوى التزامها بمعايير مؤشر وسائل الإعلام، ولكن نتائج تحليل التقييمات التي قمنا بها يمكننا من وضع قائمة بالتوصيات التي يمكن أن تساعد على تحسين شفافية وسائل الإعلام والإمكانات المتاحة لمساءلتها من الجمهور:**

3 يغفل جانب من المؤسسات الإعلامية التي تم تقييمها وضع سياسات مفصلة تتعلق باستخدامها للشبكات الاجتماعية والمحتوى الذي ينتجه الجمهور، وإن التوصية هنا تتقاطع مع ما سبق في تفصيل الخطوات التي تتخذها المؤسسات الإعلامية للتحقق من المحتوى قبل نشره، فإنه من المهم أيضا الإشارة إلى ضرورة تحديد الممارسات المتعلقة بالملكية الفكرية وإعطاء هذه الحقوق لأصحابها.

1 وضع ميثاق تحرير مفصل يمكن الجمهور من معرفة الخيارات التحريرية الكبرى للمؤسسة، ويمكنه من فهم قراراتها وتغطياتها.

2 تغيب معالجة استخدام الذكاء الاصطناعي والتعامل مع المحتويات المولدة عبر هذه الأدوات بشكل تام عن الموثيق التحريرية للمؤسسات التي لديها موثيق، ولا توجد إشارات بهذا الخصوص في مواقع المؤسسات التي لا موثيق تحريرية لها، في حين أن عديد الأدوات باتت متاحة لاستخدامها في مختلف مراحل إنتاج القصة الصحفية ومشاركتها مع الجمهور. وهنا يبدو من المهم أن توضح وسائل الإعلام العربية مقاربتها تجاه استخدام الذكاء الاصطناعي والمعايير والقيم التي تلتزم بها في هذا الخصوص. وأيضا تحديد الخطوات التي تتخذها للتعامل مع المحتويات المنشورة على المنصات الاجتماعية التي يتزايد حضور المضمين المولدة بالذكاء الاصطناعي فيها.

5 يحدد رأس المال توجه المؤسسة الإعلامية وأولويتها لذلك فإن البنود المتعلقة بملكية المؤسسة والمساهمين في رأس المال تعد حجر الزاوية لأي سياسة شفافية تتبعها المؤسسة، ولا يساهم الغموض والغياب التام للشفافية في هذا البند إلا في تراجع ثقة الجمهور في المحتويات التي تقدمها الوسيلة الإعلامية. لذا من الضروري أن تشارك المؤسسة الإعلامية معلومات شافية وكافية عن هويتها، وتوضح للجمهور مصادر تمويلها ورؤيتها وخياراتها التحريرية.

4 تعد سياسة الشكاوى أداة أساسية من أدوات مساءلة الجمهور للوسيلة الإعلامية، لا تنضوي كل مواقع وسائل الإعلام التي قمنا بتقييمها على قسم خاص يفصل سياسة الشكاوى التي تتبعها المؤسسة، ولكن بعض المؤسسات تنص على هذا الأمر في موثيق تحريرها، في حين تضم مؤسسة واحدة وهي إذاعة موزاييك خطة الموفق الإعلامي الذي تتمثل مهمته في استقبال شكاوى المواطنين ومعالجتها والعمل بها أو توضيح أسباب عدم الاستجابة لها. يعد تطوير سياسة شكاوى دعماً لشفافية المؤسسة لذا من المهم أن تضع المؤسسات الإعلامية وصفا واضحة لهذه السياسية يتمثل في إعلان لها أولاً ومن ثمة تحديد طبيعة الشكاوى التي يمكن أن يرسلها الجمهور ووسيلة / وسائل الاتصال المعتمدة وكيفية تعاملها مع الشكاوى ومدة استجابتها لها وأخيراً إعلان كيفية معالجتها.



وإن كان من المهم أن تضع وسائل الإعلام مساراً واضحاً يسمح بالتحقق من المعلومات قبل نشرها، فمن المهم أن تحدد كيفية التعامل معها عند وقوعها.

ونحن على دراية هنا بأن الأخطاء ليست كلها بنفس التأثير، فمثلاً يمكن للمؤسسة الإعلامية أن تصلح رسم الهمة أو أخطاء لغوية أو أخطاء كتابية، دون أن يستوجب ذلك الإشارة إلى هذه الأخطاء، لكنها مدعوة للإعلان عما تم إصلاحه وتاريخ ذلك إذا ما عدلت معلومات واردة في المقال كما لا يمكن حذف المقال تماماً دون توضيح أسباب ذلك والاعتذار للجمهور.



6 توضح غالبية المؤسسات الإعلامية كيفية إدارتها للمعلومات الشخصية للجمهور المتصفح، وإن كان وجود هذه الممارسة في حد ذاتها نقطة إيجابية، فإن تعقيد بعض اتفاقيات الاستخدام قد يجعلها غير واضحة لدى المستخدم أو غير مفهومة بالشكل الكامل.

7 تقدم المواقع الإخبارية الأخبار والمستجدات على نحو متواصل وذلك للطبيعة الرقمية لهذه المنصات التي تتيح عملية نشر المحتوى على امتداد 24 ساعة، ولا يحكمها توقيت طباعة أو توزيع مدة زمنية مثل الوسائط التقليدية. هذا بطبيعة الحال لا يعني أن المواقع الإخبارية المعنية بتقديم الأخبار دون انقطاع فليها خيارات واضحة في انتقاء وتحرير الأخبار، ولكن السرعة والقدرة على نشر الخبر بمجرد حدوثه لا يتيح نفس المساحة من الزمن التي تتاح للمطبوع حتى يتم التحقق من الخبر لذا فإن إمكانات الوقوع في الخطأ واردة وبشكل كبير. وهنا لا بد لهذه المواقع الإخبارية من وضع سياسة تصحيح واضحة ومفصلة تستجيب للمعايير المهنية. وهو ما من شأنه أن يعزز مصداقية المؤسسة. فمصداقية الوسيلة الإعلامية لا تتزعزع نتيجة ارتكاب الأخطاء، وإنما نتيجة التعامل غير المهني معها.

# الخاتمة

ومن النتائج الرئيسية التي توصل إليها هذا التقييم، ضرورة أن تشارك المواقع الإخبارية الناطقة بالعربية مواثيقها التحريرية مع الجمهور، وأن تضع سياسات تحريرية واضحة بشأن استخدام الذكاء الاصطناعي خاصة مع انتشار استخدام روبوتات الدردشة وأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في كتابة النصوص ومراجعتها وتحسينها وتوليد الصور وغيرها من المحتويات في عدد من المواقع الإخبارية العربية، وبذلك تعد مشاركة سياسات واضحة بخصوص مجالات وحدود استخدامات الذكاء الاصطناعي التحريرية ضرورة. بالإضافة إلى سياسات واضحة لتقبل شكاوى الجمهور وتصحيح الأخطاء التي يمكن أن تصل إلى نشر خبر غير صحيح. كما تحتاج هذه المؤسسات إلى العمل أكثر على تطوير معايير الشفافية التي تمكن الجمهور من معرفة مُلاك المؤسسة ومصادر تمويلها.

كل ذلك يساهم في بناء الثقة مع الجمهور وتحميل المؤسسات الإعلامية مسؤولية تجاهه. وهذا هو هدف مؤشر مهنية وسائل الإعلام الذي يعمل على تقييم المؤسسات الإعلامية ومحتوياتها من أجل أن تُطور هذه المؤسسات ممارستها الإيجابية، وتتجنب أية ممارسات من شأنها أن تؤثر سلباً في جودة المضامين الصحفية التي تنشرها.

يرصد التقرير الأول من مؤشر مهنية وسائل الإعلام مدى استجابة المؤسسات الإعلامية الناطقة باللغة العربية للمعايير التي تتيح لها مشاركة سياساتها وتوضيح هيكلها التنظيمي للجمهور. وقد قمنا بتقييم مجموعة من المؤسسات الإعلامية، بعضها إقليمي يستهدف الجمهور العربي بأكمله وبعضها محلي يوجه محتواه إلى جمهور بلد واحد. ورغم أننا لم نرصد جميع المؤسسات الإعلامية الناشطة في العالم العربي، إلا أننا اخترنا ستة بلدان يعمل فيها فريق المؤشر، وقمنا برصد أكثر المواقع الإخبارية المحلية والإقليمية انتشاراً فيها، معتمدين على منهجية تستند إلى المواثيق الدولية التي تمت مراجعتها واعتمادها من قبل أكاديميين عرب.

يساهم هذا التقييم في تسليط الضوء على الممارسات الإيجابية الموجودة لدى هذه المؤسسات والمعايير التي يجب تبنيها لتطبيق مبادئ الشفافية تجاه الجمهور والمسائلة ووضع سياسات تحريرية واضحة ومتناسبة مع أخلاقيات المهنة الصحفية. وعلى الرغم من التباين بين المؤسسات التي تم تقييمها، إلا أنها لا تطبق جميعها معايير مؤشر مهنية وسائل الإعلام بشكل كامل.

# تاريخ الإصدار

20 يوليو 2024

## أنتج هذا التقرير

### نائب رئيس التحرير

#### حسام الوكيل

صحفي مصري ورئيس تحرير  
منصة تنفيذ لتدقيق المعلومات.

### رئيس التحرير

#### د.أروى الكعلي

صحفية تونسية، أستاذة مساعدة  
بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار  
في تونس.

### المقيمون

#### ياسمين داخلي

مدققة معلومات تونسية،  
رئيسة تحرير منصة تونس  
تتحري.

#### حازم الطقاظة

مدقق معلومات أردني،  
مؤسس ومدير مرصد صح  
خبرك الإخباري سابقاً.

#### رغدان أورصد

مؤسس مشارك بمنصة  
Beam Reports لتدقيق  
المعلومات بالسودان.

#### محمد طلبه

باحث وصحفي مصري، منسق  
الفريق المصري بمنصة تنفيذ  
لتدقيق المعلومات.

#### إيمان برق

صحفية ومدققة معلومات  
لبنانية، ومؤسسة مبادرة  
تحقق 360.

#### بكر عبد الحق

صحفي فلسطيني، مدير مرصد  
تحقق لتدقيق المعلومات  
فلسطين.

#### مجدي الشريف

صحفي فلسطيني، عضو هيئة  
تحرير مرصد تحقق.

#### وداد بشاينية

صحفية تونسية، ومدققة  
معلومات بمنصة تونس  
تتحري.

#### علي الأعرجي

صحفي عراقي، ومدقق  
معلومات بمنصة تنفيذ.

### الإخراج الفني

#### محمود أبو شمس

#### هديل عزوز

صحفية و مدققة معلومات  
بمنصة تونس تتحري.





**MPindex**

مؤشر مهنية وسائل الإعلام

**mpindex.net**