هذا الوعي ظهر جليا هذا العام في مشروع يحمل اسم "صحافة فيسبوك"، أعلن عنه عملاق التواصل الاجتماعي شهر يناير/كانون الثاني، ويعمل هذا المشروع بثلاث طرق، وهي خدمة بدأت قبل مدة، لكن فيسبوك عمّمها هذا العام على كل المؤسسات الإعلامية الراغبة في ذلك. ومن ذلك العمل على تمكين المؤسسات الإعلامية من الربح المادي، فقد أعلن فيسبوك أنه سيوفر تدريبات على الإنترنت بتسع لغات للصحفيين حول منتجاته وأدوات العمل التي يوفرها، كما سيعمل فيسبوك على تطوير أدوات خاصة بالصحفيين، زيادة على تمكين صفحات هذه المؤسسات على فيسبوك من إدخال صحفيين إلى طاقم النشر في الصفحة ليقوموا بالبث المباشر داخلها لأنشطة معينة، فقد أطلق فيسبوك مشروعا مع عدة مؤسسات إعلامية وقعت على ميثاق قواعد الشبكة الدولية للتحقق من الأخبار، لم يأتِ قرار فيسبوك بإطلاق هذا المشروع لسواد عيون المؤسسات الإعلامية، فأيّ خطوة يقوم بها عملاق التواصل الاجتماعي تأتي بعد دراسات عميقة تبيّن له مدى استفادته من هذه الخطوة في المستقبل. حتى وإن كان ذلك دون دفع مال لترويج روابط هذه المواقع على صفحات التواصل الاجتماعي. المساهمة في تقليل روابط اصطياد النقرات: سبق لفيسبوك أن أعلن عام 2016 أنه سيحارب ما يُعرف بروابط اصطياد النقرات، ممّا يحتم على فيسبوك تطوير آلياته لمحاربتها. ولكن كذلك في تحويل فيسبوك إلى واجهة لعرضها ممّا يجعل المستخدم يتيه في فيسبوك بين هذه الروابط التي يتم نشرها بطرق ملتوية، ولأجل استمرار ثقتهم فيه كالموقع الاجتماعي الأول عبر العالم. محاربة الأخبار الكاذبة: مع تراجع مستوى احترام أخلاقيات المهنة إلى درجة أن عددا من المواقع الإخبارية المعروفة باتت لا تتحقق بالأمر المطلوب قبل نشر الأخبار، تخفيف التوتر مع الصحافة وبناء علاقة تكاملية معها: اتُهم فيسبوك كثيرا بتوجيه العديد من الضربات للصحافة، فمثلا إعطاء فيسبوك الأولوية للفيديو والصور والنص المنشورة في صفحاته على الروابط، كلها أمور ساهمت في النظر لفيسبوك على أساس أنه منافس لوسائل الإعلام حتى وإن كانت تستفيد من خدماته. وبين المستخدم الذي نشر المادة، ووسيلة الإعلام التي تودُّ الاستفادة منها في النشر، فهناك العديد من المشاريع التي ظهرت في الإنترنت ولم تنجح رغم الهالة المادية والترويجية التي مُنحت لها، فشل فيها عملاق التواصل الاجتماعي، يمكن أن نشير إلى ما يلي: والأمر ذاته للصحفي الراغب في فهم مجال الثقافة الإلكترونية، وضع حدٍ لتغيير العنوان في الصفحات: بقدر ما أتاحت هذه التقنية القدرة لوسائل الإعلام لأجل وضع عناوين أخرى لروابطها في صفحات فيسبوك بدل العناوين الأصلية، بقدر ما فتحت المجال أمام عناوين غير مهنية يتم تغييرها في كل صفحة على حدة، أو جعلها حكرا على المؤسسات الإعلامية ذات المصداقية. تطوير البحث في الموقع: صار بإمكان مستخدمي فيسبوك البحث عن كلمات مفاتيح في خانة البحث، ممّا يتيح لهم الوصول إلى منشورات معينة دون الحاجة لاستخدام الهاشتاغ. يتيح تكاملا بين الصحافة ومواقع التواصل الاجتماعي، وكان يمكن لفيسبوك البدء به قبل سنوات، بنسبة أقلّ على المستوى المادي،

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي