



مجلة علمية مُحكَّمة نصف سنوية- متخصصة في علوم المكتبات والمعلومات
تصدر عن كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة زيان عاشور بالجلفة (الجزائر)

مجلة أوراق بحثية

ISSN :2773 -3343

EISSN :2830 -831X

المجلد الثاني، العدد الأول / جانفي- جوان (2022)

التخطيط لدور مؤسسات المعلومات في حماية المستفيدين من المعلومات المزيفة:

فايروس كورونا كوفيد 19 نموذجاً

Planing for The Role of Information Institutions in Protecting the Beneficiaries of Fake Information: Coronavirus Covid 19 as model

د / عبد العزيز عبد الحميد عامر¹ ❖

¹ قسم المكتبات والمعلومات كلية الآداب، جامعة الزاوية (ليبيا)

✉ abdulazizamer@yahoo.com

تاريخ النشر: 2022/06/30

تاريخ القبول: 2022/01/03

تاريخ الإرسال: 2021/11/21

المستخلص

هدفت الدراسة إلى معرفة التخطيط لدور مؤسسات المعلومات في حماية المستفيدين في حماية المستفيدين من المعلومات المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث سعت الدراسة إلى التعريف بالمعلومات المزيفة، ومواقع التواصل الاجتماعي من حيث الأنواع، والأشكال، والاستخدامات استناداً على الإنتاج الفكري المتنوع، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصف الميداني من أجل الوصف، والتحليل المفصل لأفراد العينة، كما تم اعتماد استمارة لجمع البيانات وزعت الكترونياً تكونت من (15) سؤالاً غطت جميع الجوانب الموضوعية وقد تم تجميع عدد (400) استمارة، وصولاً إلى عدد من النتائج التي كشفتها الدراسة، كان من أهمها أن المعلومات المزيفة المنشورة كانت نسبتها (80%) متمثلة في فايروس كورونا، وقد اقترحت الدراسة في نهايتها توصيات من شأنها تذليل الصعوبات والمشاكل لتحقيق أعلى درجة استفادة في تناقل المعلومات الصحيحة كان من أهمها العمل على مواجهة المعلومات المزيفة عن طريق تقديم معلومات وألة تدعم برسائل وتنقل للجمهور عن طريق بثها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

▪ الكلمات المفتاحية: التخطيط، مؤسسات المعلومات، المعلومات المزيفة، المستفيدين، فايروس كورونا

كوفيد 19

▪ Abstract

The study aims to identify planning the role of information institutions in protecting the beneficiaries of fake information through social media, as the study sought to define fake information and social media sites in terms of types, shapes, and uses based on the various intellectual production. The study relied on field description method for description and detailed analysis of the sample members. A questionnaire form for data collection was used and distributed electronically, consisting of (15) questions covering all the substantive aspects. A number of (400) questionnaires were collected, leading to a number of results revealed by the study, the most important of which was that (80%) of the published fake information was on Corona virus. The study suggested recommendations that would overcome difficulties and problems in order to achieve the highest degree of benefit in the transmission of correct information. The most important of which was that effort should be exerted to confront false information by providing information and evidence supported by messages and transmitted to the Public by broadcasting it through social media.

- **Key words :planning, Information Institutions, Fake Information, Beneficiaries, Coronavirus Covid19**

1/1. مشكلة الدراسة:

تعددت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في الوقت الحالي، حيث يقدر مستخدمو تلك المواقع بالملايين نظراً لسهولة استخدامها والتعامل معها، لذا وجدت المعلومات المزيفة أرضاً خصبة للانتشار المتسارع بين المستخدمين خاصة حول فايروس كورونا الذي تتضارب عنه الأقوال، وتختلف عنه المعلومات، وتتباين حوله البيانات؛ سواء فيما يتعلق بماهيته أو أعراضه، أو الوقاية منه، فضلاً عن علاج أعراضه، مما استدعى إجراء هذه الدراسة، التي تحاول التعرف على التخطيط لدور مؤسسات المعلومات في حماية المستفيدين من انتشار هذه المعلومات المزيفة، ووضع مقترحات تعين على التعرف عليها، والوقاية من أخطارها.

2/1. أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من خطورة الانتشار المتسارع للمعلومات المزيفة عبر وسائل الإعلام، لاسيما منصات التواصل الاجتماعي، حيث بدأت الظاهرة تتخذ أبعاداً تمس بمصداقية المعلومات المنشورة، وهو ما جعل بعض الدول تسارع إلى سن تشريعات قانونية لاحتواء تداعيات ظاهرة المعلومات المزيفة. كما أن الجودة الذي يتسم بها الموضوع في الأدبيات البحثية العربية تضيف أهمية على أي جهد بحثي يُبذل في دراسته.

3/1. أهداف الدراسة:

انطلاقاً من مشكلة الدراسة وأهميتها، يمكن حصر الأهداف فيما يلي:

- التعرف بالمعلومات المزيفة، أشكالها، أنواعها، وأهدافها.
- التعرف على أبرز الوسائل الإلكترونية المستخدمة في بث المعلومات المزيفة.
- التعرف على أنواع المعلومات المزيفة التي تنشر حول فايروس كورونا عبر أبرز وسائل التواصل الاجتماعي.
- التعرف على سلوك المستفيدين عند الوصول إلى المعلومات والأخبار المزيفة عن فايروس كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- التعرف على دور مؤسسات المعلومات في حماية مستفيديها من المعلومات المزيفة التي تنشر عن فايروس كورونا عبر أبرز وسائل التواصل الاجتماعي.
- الوصول إلى مقترحات تعين مؤسسات المعلومات على حماية مستفيديها من المعلومات المزيفة التي تنشر عن فايروس كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

4/1. تساؤلات الدراسة:

تحاول الدراسة الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما هي المعلومات المزيفة، وما أشكالها وأنواعها، ومعرفة الهدف من وراء نشرها؟
2. ما نوع وسائل التواصل الاجتماعي التي تنشر المعلومات المزيفة؟
3. ما نوع المعلومات المزيفة التي تنشرها وسائل التواصل الاجتماعي؟
4. ما الأهداف وراء نشر المعلومات، والأخبار المزيفة؟
5. كيف يتم التعرف عن سلوك المستفيدين عند عرض المعلومات المزيفة؟
6. ما المقترحات التي تساعد من حد انتشار المعلومات المزيفة عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي؟

5/1. مصطلحات الدراسة:

1. **التخطيط Planing** : هو دراسة علمية للماضي، وتقييم للحاضر وتصور واستعداد للمستقبل بهدف تحقيق أهداف محددة أو مرجوة خلال فترة زمنية محددة. (فرحات، 2010، ص24)
2. **الدور The Role** : بأنه نمط متكرر من الأفعال المكتسبة الذي يؤديها شخص معين في موقف معين، ويعرف أيضاً بأنه نموذج يرتكز حول بعض الحقوق والواجبات، ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل الجماعة أو موقف اجتماعي معين، ويتحدد دور الشخص في أي موقف معين عن طريق مجموعة من التوقعات يعتنقها الآخرون كما يعتنقها الشخص نفسه. (حجاج، 2019، ص26)

3. **مؤسسات المعلومات Information institutions** : هي مجموعة من المؤسسات التي تضم جميع أنواع المكتبات، والتي تهدف إلى توعية الأفراد وتقديم المعلومات الكاملة لهم عن طريق جمعها، وتنظيمها في أماكن محددة. (العريشي، الغامدي، 2020)

4. **الحماية Protection اصطلاحاً** هي حماية المواطنين ووقايتهم، ومنع استغلالهم، ومنع وصول الأذى إليهم بأي شكل من الأشكال. (<http://globalprotectioncluster.org>)

5. **المستفيدين Users** : جميع الأفراد أو الجهات أو المؤسسات الذين يستخدمون المكتبة ويستفيدون منها لأغراضهم المختلفة. (فارس، 2018، ص 30)

6. **المعلومات المزيفة Fake information** : هي معلومات خاطئة أو مضللة تهدف إلى خداع القراء، وإلى الاعتقاد بأنها معلومات موثوقة وصحيحة. (<http://annabaa.org>)

7. **شبكات التواصل الاجتماعي Social networks** : هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم (ويب 2) تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة. الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم، ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. (السرحاني، 2013)

8. **فايروس كورونا كوفيد 19: Coronavirus covid 19** : هو مرض معد يسببه فايروس كورونا المكتشف مؤخراً، الذي اندلع في مدينة يوهان الصينية في كانون الأول / ديسمبر 2019. (<http://ar.m.wikipedia.org>)

6/1. **منهج الدراسة:**

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي الميداني لاستطلاع رأي عينة الدراسة للوصول إلى حلول منطقية لهذه المشكلة.

7/1. **حدود الدراسة:**

- **الحدود الموضوعية:** تتمثل الحدود الموضوعية لهذه الدراسة حول التخطيط لدور مؤسسات المعلومات في حماية المستفيدين من المعلومات المزيفة: فايروس كورونا كوفيد 19 نموذجاً.
- **الحدود النوعية:** اقتصرت الدراسة على المعلومات المزيفة حول فايروس كورونا المتاحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- **الحدود الزمنية:** تم جمع بيانات الدراسة خلال شهر أكتوبر لعام 2020 م.

8/1. أدوات جمع البيانات: (الاستبيان)

قام الباحث بتوزيع الاستبيان الذي غطي جميع الجوانب، ومن خلاله تم التعرف على التخطيط لدور مؤسسات المعلومات في حماية المستفيدين من المعلومات المزيفة موضوع الدراسة باعتباره الأداة المناسبة لجمع معلومات الدراسة إضافة إلى صعوبة الحصول على معلومات عن طريق الأدوات الأخرى المتمثلة في المقابلة الشخصية، والزيارات الميدانية، وقد تم جمع عدد (400) استمارة لجمع البيانات (الاستبيان) غطي جميع الجوانب المطلوبة للدراسة.

9/1. عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية بسيطة من المواطنين العرب لعام 2020. وقد شارك في الإجابة على الاستبيان الدول العربية التالية: ليبيا - مصر - السعودية - العراق - تونس - الجزائر - المغرب.

10/1. الدراسات السابقة:

معرفة ما جرى تناوله وبحثه حول التخطيط لدور مؤسسات المعلومات في حماية المستفيدين من المعلومات المزيفة فقد تم الاطلاع على الإنتاج الفكري من خلال قواعد المعلومات، ومحركات البحث، وتوصل الباحث إلى بعض الدراسات عن الموضوع، تم تناولها، وعرضها وفقاً لحدائتها.

أولاً: الدراسات العربية.

1. حفصة هزاع الحذيفي، رباب رأفت الجمال. اتجاهات الرأي العام نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات... المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، ع2، مج5، (يونيو 2019).

هدفت الدراسة للتعرف على اتجاهات الرأي العام نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، والكشف عن التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية على الأفراد نتيجة تعرضهم للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وصممت استبانة كأداة لجمع البيانات من عينة للدراسة، التي تكونت من (346 من الإناث و 211 من الذكور) من مستخدمي مواقع التواصل، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: أن تطبيق (واتس اب) حصل على المركز الأول من حيث استخدامه بنسبة (76%)، يليه (تويتر) بنسبة (70.1) كما بينت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور كبير في نشر الشائعات وقد أوصت الدراسة بعدد من التوصيات كان أهمها: ضرورة ترسيخ ثقافة الوعي في التحري على المعلومات الصحيحة، وحماية حقوق الآخرين في عدم ترديد أو ترويج ما يسيء إليهم، كما أوصت بضرورة الانتباه لخطورة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بإجراء المزيد من الأبحاث، خاصة وأن التوقعات المستقبلية في ضوء النتائج العامة للدراسة، تؤكد استمرار استخدامها والاعتماد عليها.

2. محمد بن عائض التوم. الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: توتر نموذجاً. — مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، مج4، ع1. 2019.

هدفت الدراسة إلى تحديد مضمون الشائعة، وأنواعها، وأسلوبها، وأغراضها، والمستهدفين منها، من خلال الاعتماد على تويتر كأحد وسائل التواصل الاجتماعي، كما اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي

من خلال استخدام أسلوب تحليل المضمون لمجموع التغريدات المكتملة العناصر التي تم تحديدها من قبل الباحث وهي (62 تغريدة) الخاصة بحساب هيئة مكافحة الإشاعات، وقد تم تحويل البيانات إلى بيانات كمية لإظهار النتائج الكمية للدراسة، توصلت الدراسة إلى أن مضمون الشائعة يأخذ أشكالاً، وأنواعاً متعددة، ترتبط غالباً بطبيعة الظروف، والمواقف التي تظهر فيها، وتكون موجهة إلى أفراد ورموز مجتمعية أو جماعات، أو حركات أو تنظيمات أو مجتمعات، وقد أوصت الدراسة بعدد من التوصيات كان أهمها: تشديد الرقابة على وسائل التواصل الاجتماعي (توتير)، واتخاذ كافة الإجراءات الرادعة للحسابات التي تروج الشائعات، إضافة إلى ضرورة سرعة التعامل مع الشائعات وتصدي لها.

3. رضا أمين. دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترويح الشائعات وسبل محاصرتها. " دراسة مقدمة لمؤتمر الإلام والإشاعة: المخاطر المجتمعية وسبل المواجهة... جامعة الملك خالد، (19- 21 ذو القعدة هـ 1435 الموافق 14 - 16 سبتمبر 2014).

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، وأسباب انتشارها بشكل غير مسبوق عبر حسابات، وصفحات شبكات التواصل الاجتماعي، والتعرف على آليات محاصرتها، وسبل الحد من انتشارها آثارها السلبية، وقد أجريت الدراسة الميدانية على عينة من النخبة الإعلامية بمملكة البحرين في الفترة الزمنية (يونيو - يوليو 2014) انتهت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن النخبة الإعلامية ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي أكثر وسائل الإعلام نقلاً للشائعات وخلقاً لها، وترديداً لمحتواها.
ثانياً/ الدراسات الأجنبية:

1. دراسة سويجر (2011) بعنوان / المواطن على الانترنت: هل يغير الإعلام الاجتماعي معتقدات المواطنين تجاه القيم الديمقراطية.

Swigger. N (2011). The online citizen: Is social media changing citizen's BelifsAbout Democratic values? A paper presented to the. Meeting of the Midwest political science Association 2011. USA.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير معتقدات المواطنين حول القيم الديمقراطية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة ووزعت على عينة من (913) فرداً بالغاً في بريطانيا وكانت من أهم النتائج: أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تعزيز قيم الديمقراطية معينة مثل حرية التعبير، وبنسبة منخفضة قيمة حق حماية الخصوصية، وأن الأفراد الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي هم أكثر وعياً بالقضايا السياسية مقارنة بغيرهم.

2. دراسة سميت 2011 بعنوان / لماذا يستعمل الأمريكيون مواقع التواصل الاجتماعي.

Simith. A (2011). Why Americans use social media: social networking sites are appealing as a way to maintain contact with close ties and reconnect with old friends

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وقامت على نظرية الاستخدامات والاشباع، وكانت من أهم نتائجها أن (66%) من البالغين في المجتمع الأمريكي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر ولتيكدن، وهذه الفئة تستعمل المواقع للتواصل مع أفراد العائلة أو مع الأصدقاء ونصف هذه الفئة تستخدم المواقع للتواصل مع الأصدقاء القدامى كما أن (17%) يستخدمون المواقع مع الأشخاص الذين يشتركون معهم في الهوايات والاهتمامات أما (9%) من المستخدمين عرضهم التعرف إلى الأصدقاء الجدد بنسبة (5%)، وجاءت نسبة (3%) إيجاد شركاء رومانسيين.

3. دراسة تشين وبرير بعنوان / التحقيق في الاستراتيجيات التعليمية لاستخدام وسائل التواصل الاعلام الاجتماعية في التعليم الرسمي وغير الرسمي.

Chen, Baiyun and Bryer, Thomas (2012). Investigating instructional strategies for using media in formal and informal learning.

هدفت الدراسة إلى معرفة نوع المعلومات التي يبحث عنها الطلبة في وسائل التواصل الاجتماعي، وكانت معرفة كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لربط التعليم الرسمي مع التعليم غير الرسمي بما يسمح للطلاب بالاتصال بطرق جديدة وذات مغزى، وقد كشفت الدراسة عن إمكانية استثمار وسائل التواصل الاجتماعي في تحصيل المعلومات، والمعارف التي ترتبط بالسياق التدريسي- في المدارس، والجامعات وكشفت أيضاً عن ضرورة كشف سوء التعامل بين التدريس الرسمي وغير الرسمي في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، وان هذه المسألة لا تزال بحاجة إلى المزيد من التنظيم والتجربة من أطراف العملية التعليمية.

الإطار النظري:

1/ ماهية المعلومات المزيفة وطبيعتها:

تعرف المعلومات المزيفة على أنها: الانتشار المتعمد للتضليل سواء كان ذلك عبر وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وهناك العديد من الأسباب لانتشار المعلومات أو الأخبار الزائفة حيث بين البروفيسور (جيفري بيتي) أستاذ علم النفس (جامعة ايدج هيل في لانكشير) موضحاً سبب الانتشار قائلاً أن الناس متخمة من الأخبار العادية لذلك فإن الأشياء يجب أن تكون أكثر إثارة للدهشة أو للاشمئزاز كي تجذب الانتباه، ومن الأسباب أيضاً أن المعلومات الزائفة تنتشر بشكل أسرع من الأخبار والمعلومات الحقيقية، أو ربما تكون المعلومات الصحيحة فهمها لا يكون صحيحاً كما أوضحت الدراسات أن اختلاف وجهات النظر، وتعدد الآراء وكثرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً من الأسباب في انتشار المعلومات، والأخبار الزائفة، حيث أصبح هناك الكثير من الآراء المتناقضة، وهذا يؤثر على مصداقية المعلومات، وصعوبة معرفة الحقيقة، حيث أصبحت صناعة المحتوى المزيف أمر سهل جداً، ومع تطور البرامج والذكاء الاصطناعي المستخدم في صناعة الفيديوهات، والصور المفبركة جعل الأمر كأنه صحيح فأصبح الخبر موثق بهذه الفيديوهات والصور. (بالطاهر، سافر، 2019، ص54)

2 / مواقع التواصل الاجتماعي: (الصوافي، 2014، ص ص 10-11)

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: صفحات ويب تعتمد على خدمات تسمح للأفراد بالتعبير عن أنفسهم وتتيح لهم اختيار الأفراد المشاركين معهم.

وبدأت مواقع التواصل الاجتماعي من الولايات المتحدة الأمريكية، وكانت في بادئ الأمر بين مجموعة من الأصدقاء في الدراسة، وكان أول موقع بين الدارسين في أمريكا يدعى classmates.com وكان ذلك في عام 1995م، حيث تم تقسيم كل ولاية في المجتمع الأمريكي إلى مجموعة من المناطق، بحيث تحتوي المنطقة الواحدة على مجموعة مدارس، وكافة هذه المدارس مشتركة على هذا الموقع، واستطاع هذا الموقع عمل تواصل سهل وسريع بين الطلاب للتعارف، والتفاعل فيما بينهم، كما جعلهم باستطاعتهم إضافة العديد من الأصدقاء الجدد.

وخلال السنوات الماضية ظهرت أيضاً العديد من مواقع التواصل الاجتماعي، والتي اختصت أيضاً بالتواصل بين الطلاب، ثم اقتصرت على فئة قليلة من الناس، وهكذا استمر الحال حتى ظهور موقع التواصل الشهير (Myspace) الذي يعد من أوائل المواقع التي كانت متاحة للجميع، والذي كان أشهرها في هذا ذلك الوقت.

3 / أشكال مواقع التواصل الاجتماعي: (حمدي، 2018، ص 33)

تعددت مواقع التواصل الاجتماعي في وقتنا الحالي مع ثورة تكنولوجيا المعلومات، وتطور حقل الاتصالات بصورة ملحوظة، فأصبح الفرد يقضي معظم وقته مستخدماً تلك التقنيات لسهولة استخدامها، وأيضاً لجعل الكون قرية صغيرة تسمح للفرد بالتواصل مع أي فرد بأي مكان بالعالم، بمجرد وجود تطبيق مماثل عند الطرف الآخر.

4 / نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي:

■ **اليوتيوب (You Tube)**: أحد أشهر وأهم المواقع الإلكترونية على الانترنت، التي بدأت عام 2005م، وتقوم فكرته الأساسية على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع فيديو على شبكة الانترنت، دون أي مقابل مادي حيث يتمكن المستخدم من إرفاق أي عدد من الملفات فور تسجيله في الموقع، ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من التعليق على مقطع الفيديو والقيام بحوار جماعي حول هذا المقطع، إضافة إلى إمكانية تقييم المقطع من خلال إبداء الرأي حول تفضيل أو عدم تفضيل المقطع (like, dislike)، وذلك للتعبير عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع.

■ **التويتر (Twitter)**: يعتبر موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية ظهر عام 2006م كمشروع بحثي، قامت به شركة (Obvious) الأمريكية، ثم أطلق رسمياً في نفس العام، بحيث يتم من خلاله التدوين المصغر الذي يسمح بكتابة (40) حرف للرسالة الواحدة، ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من توتير أو على شكل رسائل (SMS)، وهي رسائل نصية متحصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال، وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع توتير، ويمكن لأصدقاء المستخدم قراءة هذه

التحديثات من صفحاتهم الرئيسية، أو عن طريق الملف الشخصي- للمستخدم، أو عن طريق البريد الإلكتروني.

■ **الفييس بوك (Facebook):** يعد الفييس بوك أشهر مواقع الاجتماعي على مستوى العام، وقد تم إطلاقه في فبراير 2004م، من قبل أربعة طلاب في جامعة هارفارد، وهو موقع للشبكات الاجتماعية، يمكن من خلاله تكوين الأصدقاء الجدد، والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العام، أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، ويمكن المشتركين في الموقع من الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس، أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية، أو المجموعات الاجتماعية، وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم، ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية.

■ **الواتس آب (Whats app):** أحد أكثر التطبيقات إثارة للاهتمام، تأسس عام 2009 من قبل الأمريكي (بريان أكتون)، والأوكراني (حين كوم)، وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو، ويقع مقرها في سانتا كلارا كاليفورنيا، يستخدم من خلال منصة تطبيق الرسائل للهواتف الذكية، ما يتيح للمستخدمين إرسال واستقبال معلومات عن الموقع، الصور، والفيديو، والصوت، والرسائل النصية في نفس الوقت الحقيقي للأفراد والجماعات، ويتم من خلاله تداول أعداد هائلة من الأخبار السياسية، والدينية، والاقتصادية، بهدف البقاء مع الأحداث باستمرار، إلا أن هذه الأخبار قد تحتوي على معلومات بعضها صحيح وبعضها مزيف يتم نشرها من قبل أشخاص، إما لجذب الانتباه، أو إثارة الفتن والبلبل.

■ **الانستجرام (Instagram):** أحد مواقع الشبكات الاجتماعية التي ظهرت عام 2010م، كخدمة لمشاركة الصور، يمكن اعتباره توتير المصور، وذلك من خلال ما يمكن نشره من صور يتم التقاطها من خلال الهاتف النقال، أو الكاميرا، بحيث يمكن نشرها أيضاً على الفييس بوك أو توتير، ومشاركة الآخرين في مشاهدتها كما يمكن من خلال هذا الموقع إضافة بعض التأثيرات على الصور، وذلك من خلال 11 مرشح مختلف، ويتيح هذا الموقع لمستخدميه التعارف ومتابعة الأشخاص المختلفين، سواء ممن يعرفهم أو لا يعرفهم ويمكن إضافة hashrat للصورة، أو ما يسمى باللغة العربية (وسم) ويرمز له (≠) وذلك بهدف وضع أسم للصورة يتم من خلاله التسويق لها، أو للشخص صاحب الحساب، وكذلك تصنيف الصور وجعلها قابلة للبحث.

5/ المعلومات المزيفة التي تنشر عبر منصات التواصل الاجتماعي. (الصوافي، سبق ذكره)

تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بتحقيق ثلاثة تأثيرات من خلال اعتماد الناس عليها وهي:

■ **الأثار المعرفية:** تشمل الأثار المعرفية لوسائل التواصل الاجتماعي على الغموض، وتكوين الاتجاهات، واتساع المعتقدات، والقيم.

▪ الآثار الوجدانية: المقصود بالآثار الوجدانية هي المشاعر مثل الفتور العاطفي، والخوف والقلق والدعم المعنوي.

▪ آثار سلوكية: تنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل التواصل الاجتماعي في سلوكين أساسيين هما التنشيط، والخمول.

يمكن تصنيف المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي من حيث أهداف نشرها إلى قسمين:

• النوع الأول / معلومات موجهة لهدف محدد:

ينشرها أصحابها وهم على يقين ودراية تامة بكون هذه الأخبار عارية عن الصحة، وعادة ما يكون لديهم هدف أو غرض محدد من نشر هذه الأخبار بحسب نوع الخبر والمجال الذي يقع في خانته، وهذا النوع من المعلومات ليس بالضرورة أن يكون تأثيره سلبياً فقد يأتي أما لغرض تسويقي أو إعلاني أي أن المعلومة هنا تقوم بوظيفة ما ويسعى مروجوها إلى تحقيق أهداف معينة من طرف جهات محددة.

• النوع الثاني / المعلومات غير محددة الهدف:

وفي الغالب أن هذه النوع من المعلومات تتنوع مصادرها وأهدافها، فقد تكون نتاج أشخاص أو جهات خارجية أو شركات كبرى، وفي الغالب تكون دوافع وأهداف هذه النوعية تتمثل في الآتي:

▪ زعزعة الاستقرار الداخلي للدول والمجتمعات خاصة إذا استهدفت هذه المعلومات رموز أو قيادات دولة ما أو تطرقت إلى قضايا ترتبط بالأمن المجتمعي للمواطنين في دولة ما؛ هنا يظل تأثير المعلومات قائماً ومستمراً لفترة ما خصوصاً في زمن الاتصال السريع، والتواصل عبر الوسائل الاجتماعية.

▪ إثارة الفتن والخصومات وتعميق الخلافات القائمة بين فئات المجتمع، والتي تعمل على إيجادها محاولة استغلال الظروف والمواسم، والمناسبات بغرض النيل من سمعة الشخص المقصود أو المساس بمركزه الاجتماعي أو التعرض لمكانته.

▪ تهديد الأمن الاقتصادي للدول والشركات الكبرى عن طريق تركيز مروجي الشائعات على المنشآت الاقتصادية، والتجمعات العالمية وغيرها من السلع التي تلعب دوراً استراتيجياً في التنمية الاقتصادية ولا تقتصر الشائعات على مجال دون آخر حيث توجد معلومات مزيفة سياسية واجتماعية وصحية، ورياضية.

6/ دور المستفيدين عند عرض المعلومات المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. (الجمال، الحذيفي، 2019، ص ص 33-34)

في البداية يجب الاعتراف أنه من الصعب التخلص نهائياً من المعلومات المزيفة لأننا في ظل وجود الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي أصبح من الصعب السيطرة على هذه المعلومات كما اثبتت الدراسات أن الأفراد يميلون إلى الأخبار الكاذبة أكثر من الحقيقية لكونها مثيرة للاهتمام ولأنها تتفق مع ميولهم ووجهات نظرهم وأحكامهم لكن يمكن أن نقلل من الأخبار والمعلومات المزيفة بمصّل للوقاية فلو اعتبرنا المعلومات المزيفة

فيروس ينتشر ويتكاثر، كباقي الفيروسات يجب أن نتعامل معه بمصل للوقاية من هذا الفيروس والقضاء عليه، وقد سعى الباحثون إلى تطوير هذا المصل حيث يزود رواد مواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الإخبارية بالقدرات الإدراكية التي تساعدهم على بناء المقاومة ضد المعلومات المزيفة ثم إجراء تجربة عن هذا الموضوع في جامعة (كامبردج) على أكثر من ألفي شخص أمريكي حيث أرسل للمشاركين أخباراً كاذبة وغير صحيحة عن التغير المناخي بالتدريج، وقد لوحظ تناسي معظم الخاضعين للدراسة الحقائق وتأثروا بالادعاءات المزيفة تم قام الباحثون بمزج الحقائق مع المعلومات المزيفة ولوحظ تأثير المعلومات الصحيحة وأعطى شيئاً من الوقاية. للتخفيف من الأخبار والمعلومات المزيفة يحب تغيير طريقة المواطن للإعلام، ووسائل التواصل الاجتماعي بحيث يستطيع الحصول على الخبر الصحيح، فقد قامت العديد من المواقع في المساهمة في الحد من ظاهرة المعلومات المزيفة ومن هذه المواقع:

- قامت الفيس بوك بحذف العديد من الحسابات المزيفة، وكانت الأولوية لحذف الحسابات التي بها عدد كبير من المدونات ولها عدد كبير من المتابعين، وقاموا بنشر— إعلانات توعية لتعريف القراء بطرق تحديد المعلومات المزيفة.
- توفير مواقع على الانترنت تكشف عن الموقع والقصص الإخبارية المزيفة، ومنها مواقع في أمريكا وفرنسا، وألمانيا، وغيرها من الدول حيث تتيح لأي مستخدم لشبكات الانترنت أن يضع الخبر أو الصورة أو الفيديو الذي وصله على أحد هذه المواقع المتخصصة في الكشف عن صحة أي خبر لكي يقدم له النتيجة في ثوان قليلة وغالبية هذه المواقع Snopes خدماتها مجاناً وأشهرها Factcheck.org و Whios.sc و Poynter.org المنع الآلي للمعلومات، والأخبار المزيفة حيث يقوم بالكشف عنها وتمنعها من النشر، وتنشر حسب مصداقيتها عن طريق تطوير الاعتماد على الخوارزميات التي تقوم على التغيير، والتبديل وتعمل بطريقة قريبة من ملف الرسائل الغير مرغوب فيها التي تصل إلى حيث يتم Junk mail البريد الإلكتروني حجبها عن المستخدم.
- يقوم مؤسس موقع ويكيبيديا الإلكتروني بخطط لموقع أخباري جديد اسمه (ويكيتربيون) ممول من الجمهور ويقدم قصصاً لصحفيين ومتطوعين يعملون معاً في مبادرة يأمل أن تنصدي لانتشار المعلومات والأخبار المزيفة.(وكال، 2018، ص8)

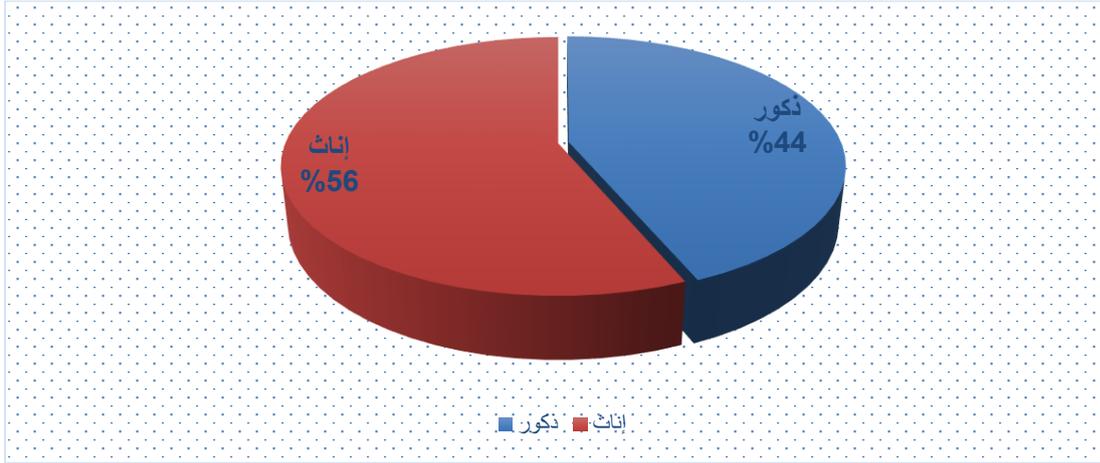
الجانب العملي :

سوف يتم تناول السمات الشخصية لمجتمع الدراسة المتمثلة في عينة عشوائية بسيطة من المواطنين العرب من خلال ما يلي:

1.الجنس : تحليل بيانات الجنس لعينة الدراسة عند سؤالنا عن العدد والجنس، كانت النتائج كما هي موضحة في كلاً من الجدول والشكل:

جدول رقم (1) التوزيع العددي والنوعي لعينة الدراسة

عينة الدراسة					
مجموع النسب	مجموع العدد	إناث		ذكور	
		النسبة	العدد	النسبة	العدد
%100	400	%56	225	%44	175



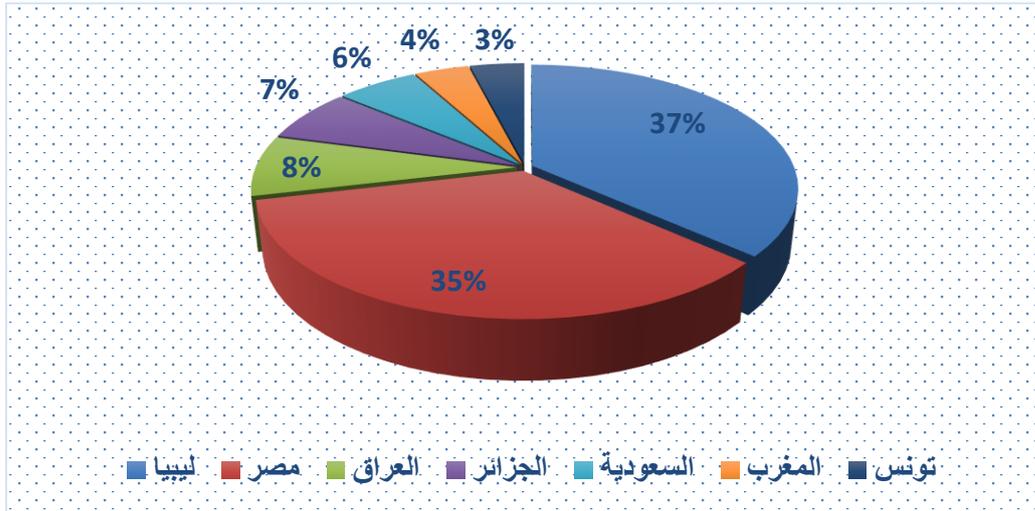
الشكل رقم (1) التوزيع النوعي لعينة الدراسة

يبين الجدول، والشكل أن أفراد عينة الدراسة (400) من الجنسين ذكور، وإناث حيث كان عدد الإناث (225) بنسبة (56%) من المجموع الكلي لأفراد العينة المتمثلة في عينة عشوائية بسيطة من المواطنين العرب، وعدد الذكور (175) بنسبة (44%).

2. الجنسية:

الجدول رقم (2) التوزيع حسب الجنسية لعينة الدراسة

النسبة	العدد	الجنسية
%37	149	ليبيا
%35	139	مصر
%8	33	العراق
%7	26	الجزائر
%6	23	السعودية
%4	16	المغرب
%3	14	تونس
%100	400	المجموع



الشكل رقم (2) توزيع النسب حسب الجنسية لمجتمع الدراسة

يتضح من خلال ما سبق أن عدد الدول المشاركة في الإجابة على الاستبيان والذي كان عددهم (400) قد تمثلوا في الدول التالية:

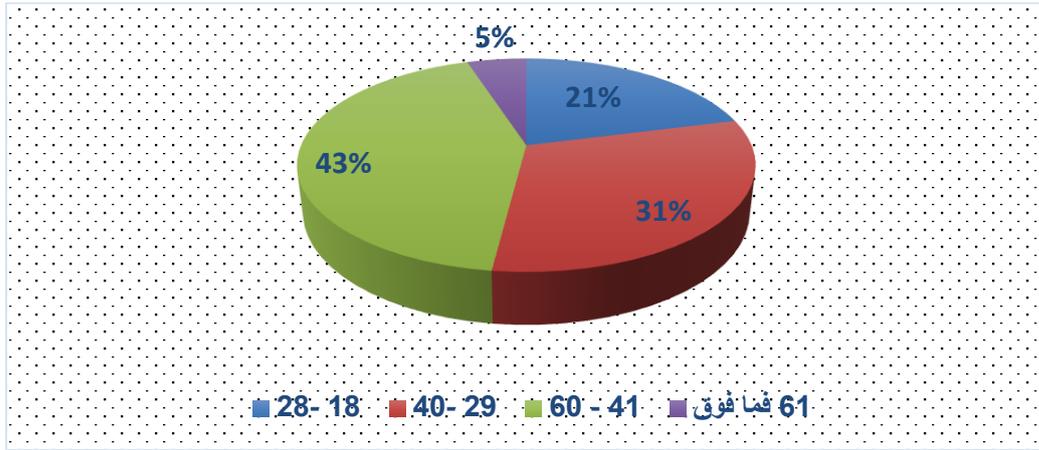
(ليبيا - مصر - السعودية - العراق - تونس - الجزائر - المغرب)، وكانت الإجابات موزعة على النحو التالي: في المرتبة الأولى (ليبيا) بعدد (149) بنسبة (37%) تليها المرتبة الثانية (مصر) بعدد (139) بنسبة (35%)، أما الثالثة تمثلت في العراق بعدد (26) أي بنسبة (8%) وفي المرتبة الرابعة كانت (الجزائر) بعدد (23) بنسبة (7%) تليها (السعودية) في الترتيب الخامس بنسبة (6%) ونلاحظ أن دولة المغرب جاءت في المرتبة السادسة بعدد (16) أي بنسبة (4%) وفي المرتبة السابعة والأخيرة كانت (تونس) بعدد (14) ما بنسبته (3%). ويرى الباحث أن الأمر يبدو طبيعي بأن تحتل ليبيا أعلى نسبة في عدد الإجابات على اعتبار أن الباحث من ليبيا فكانت فرصة الإجابات متاحة لدى مجتمع الدراسة.

3. الفئة العمرية:

يمكن تقسيم حياة الفرد إلى مراحل تتصف كل مرحلة بميزات خاصة، وهذا التقسيم يقصد منه الدراسة، لأن التطور والنمو عملية حيوية متصلة ومستمرة وهذا القرن أهتم الباحثين في دراساتهم العلمية بدراسة الفئات العمرية، ومدى تطورها اخذين في الاعتبار دراسة المتغيرات التي تؤثر عليه. (محمد، 2019، ص ص 26-27)

الجدول رقم (3) التوزيع حسب الفئة العمرية لمجتمع الدراسة

النسبة	العدد	الفئة العمرية
21%	83	28 – 18
31%	124	40 – 29
43%	171	60 – 41
5%	22	61 – فما فوق
100%	400	المجموع



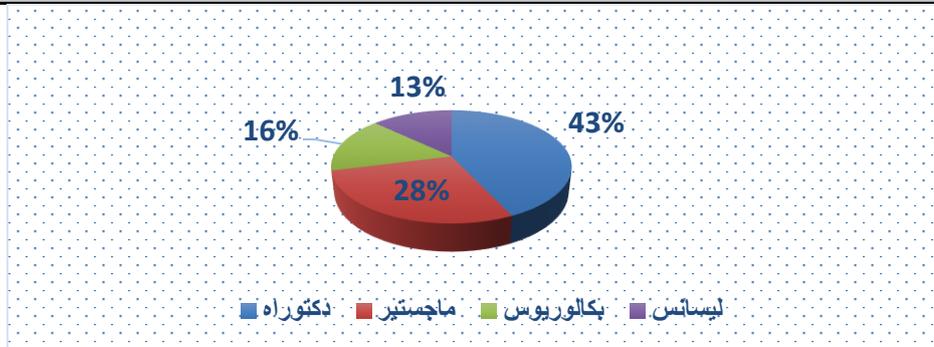
الشكل رقم (3) توزيع النسب حسب الفئة العمرية

يشير الجدول، والشكل السابقان إلى توزيع أفراد العينة حسب العمر؛ حيث كانت الفئة العمرية التي قابلت أكبر تكرار هي الفئة الواقعة بين (41 – 60) بنسبة (43%) تليها المرتبة الثانية الفئة الواقعة بين (29 – 40) بنسبة (31%) على التوالي كانت الفئة العمرية (18 – 28) بنسبة (21%)، ونلاحظ أن الفئة العمرية الواقعة ما فوق 61 سنة قد جاءت بنسبة (5%).

4. المؤهلات العلمية لمجتمع الدراسة:

الجدول رقم (4) توزيع المؤهلات العلمية لمجتمع الدراسة

النسبة	العدد	المؤهل العلمي
43%	172	دكتوراه
28%	112	ماجستير
16%	64	بكالوريوس
13%	52	ليسانس
100%	400	المجموع



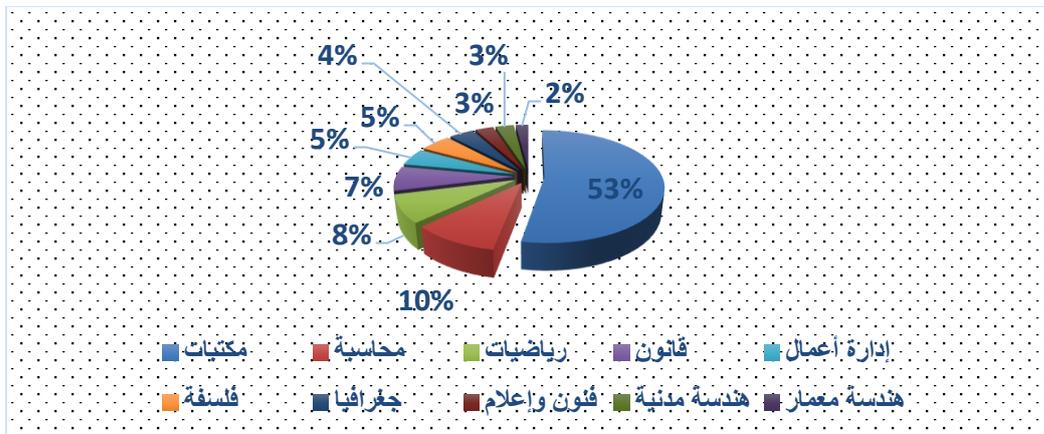
الشكل رقم (4) يوضح توزيع النسب المثوية للمؤهلات العلمية

من خلال عرض الجدول، والشكل يتضح أن مؤهل (الدكتوراه) يفوق باقي المؤهلات العلمية الأخرى بنسبة (43%) تليها في المرتبة الثانية مؤهل (الماجستير) بنسبة (28%) وقد بينت الدراسة أن من ضمن المؤهلات العلمية (البكالوريوس) بنسبة (16%) وفي المرتبة الرابعة مؤهل (الليسانس) بنسبة (13%).

5. التخصصات العلمية لمجتمع الدراسة:

الجدول رقم (5) توزيع التخصصات العلمية لمجتمع الدراسة

النسبة	العدد	التخصص
53%	212	المكتبات والمعلومات
10%	38	محاسبة
8%	33	رياضيات
7%	29	قانون
5%	19	إدارة أعمال
5%	18	فلسفة
4%	17	جغرافيا
3%	13	فنون وإعلام
3%	11	هندسة مدنية
2%	10	هندسة معمارية
100%	400	المجموع



الشكل رقم (5) توزيع نسب التخصصات العلمية لمجتمع الدراسة

بينت من خلال ما سبق أن النسب متفاوتة حسب التخصصات العلمية لمجتمع الدراسة حيث كانت المرتبة الأولى متمثلة في تخصص (المكتبات والمعلومات) بنسبة (53%) تليها تخصص (المحاسبة) بنسبة (10%) في المرتبة الثانية من المجموع الكلي لمجتمع الدراسة أما (الرياضيات) جاءت بنسبة (8%) وعلى التوالي تخصص القانون بنسبة (7%)، ونلاحظ أن تخصص (الفلسفة، وإدارة الأعمال) اتفقا في النسبة حيث كان لكل منهما نسبة (5%)، وعلى التوالي في الترتيب السادس تخصص الجغرافيا بنسبة (4%)، وقد بينت الدراسة أيضاً أن تخصص (الفنون، والهندسة) اتفقا بنسبة (3%) بينما كان نصيب الهندسة المعمارية نسبة (2%) من مجموع العينة.

6. وظائف مجتمع الدراسة:

الجدول (6) وظائف مجتمع الدراسة

الوظيفة	العدد	النسبة
أستاذ جامعي	279	70%
موظف حكومي	121	30%
المجموع	400	100%



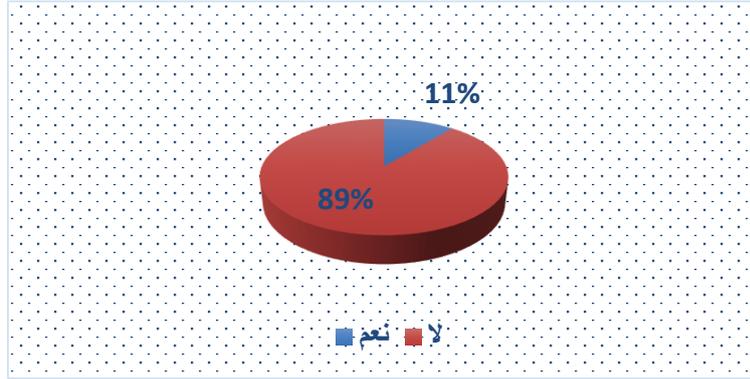
الشكل رقم (6) توزيع النسب حسب الوظائف لمجتمع الدراسة

من خلال ما سبق وعند سؤالنا على وظائف مجتمع الدراسة تبين لنا أن أعلى نسبة تمثلت في الأستاذ الجامعي حيث جاءت بنسبة (70%) وفي المرتبة الثانية (موظف حكومي) بنسبة (30%).

7. قراءة الأخبار لمجتمع الدراسة:

الجدول رقم (7) التوزيع حسب قراءة الأخبار لمجتمع الدراسة

المؤشر	العدد	النسبة
نعم	356	89%
لا	44	11%
المجموع	400	100%



الشكل رقم (7) توزيع قراءة الأخبار من مصدر واحد لمجتمع الدراسة

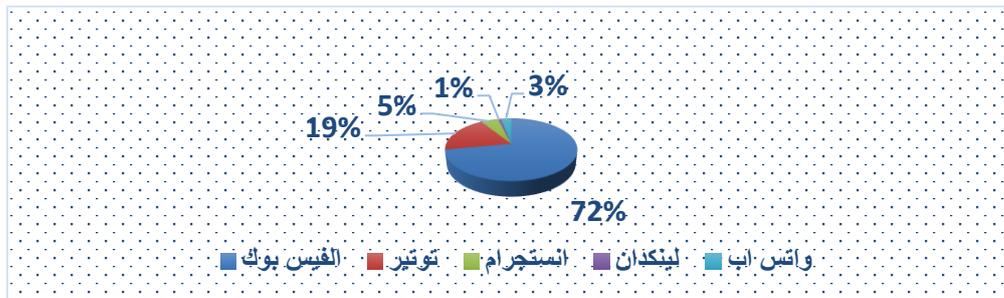
يوضح الجدول السابق اهتمام عينة الدراسة بنسبة (89%) بالاطلاع على كل ما هو جديد وهو أمر منطقي، لأنهم بحاجة للمعلومات الدقيقة دائماً، لتمييز بين المعلومات الصحيحة والمزيفة، في حين نجد نسبة (11%) ليس لهم اهتمام للمعلومات الصحيحة.

8. مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً لمجتمع الدراسة:

تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على الرغم من الفاعلية التي تتميز بها في ربط وتواصل الأفراد ونقل المعلومات بسرعة هائلة إلا أنها تشكل بيئة ملائمة وأرضية خصبة لزرع الإشاعات وانتشارها على نطاق واسع، ذلك راجع إلى سهولة استخدام هذه المواقع وما تمنحه من خدمات سهلة وبسيطة مثل خاصية المشاركة. (نوري، 2020)

الجدول رقم (8) توزيع مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من مجتمع الدراسة

مواقع التواصل	العدد	النسبة
الفيس بوك	287	72%
توتير	77	19%
انستجرام	22	5%
لينكدان	3	1%
واتس اب	11	3%
المجموع	400	100%



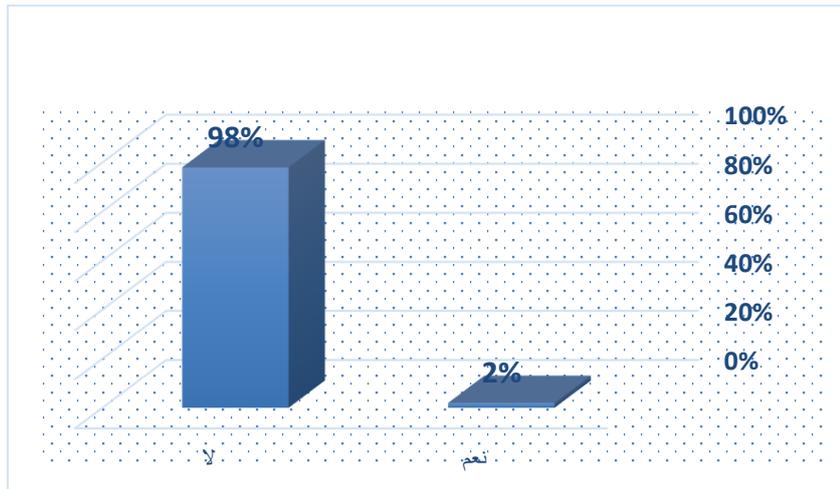
الشكل رقم (8) التوزيع حسب المواقع الأكثر استخداماً

عند سؤالنا عن أكثر المواقع استخداما لعينة الدراسة والتي تبث المعلومات وتعتبر مصدرا للمعلومات كانت أعلى نسبة متمثلة في (الفييس بوك) بنسبة (72%) كمصدر أول، وفي المرتبة الثانية (توتير) بنسبة (19%) وجاءت نسبة (5%) متمثلة في (انستجرام) وعلى التوالي موقع (واتس اب) بنسبة (3%) ونلاحظ أن موقع (لينكدان) لم يحظى بأي اهتمام من قبل العينة حيث كانت النسبة (1%).

9. المعلومات المزيفة المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومدى صدقها:

الجدول رقم (9) توزيع مدى مصداقية المعلومات المنشورة

النسبة	العدد	المؤشر
2%	6	نعم
98%	393	لا
100%	400	المجموع



الشكل رقم (9) توزيع النسب حسب مصداقية المعلومات

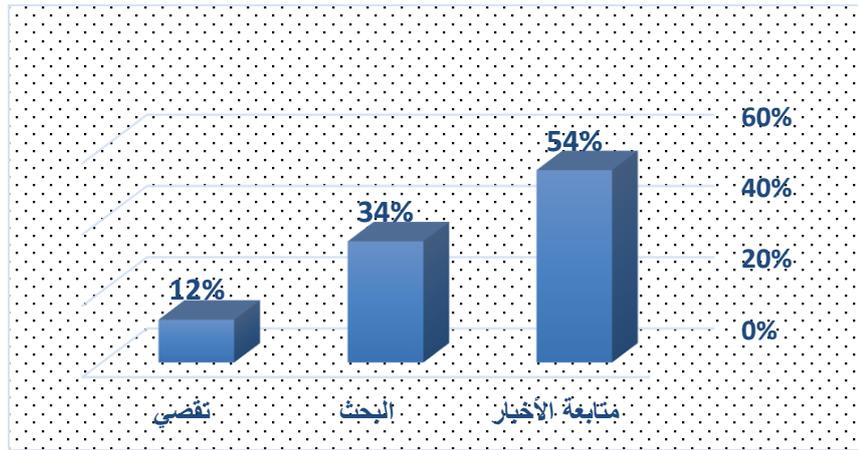
يتضح من خلال الجدول، والشكل أن مجتمع الدراسة لا يتقنون في كل المعلومات المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي حيث كانت الإجابة (بلا) بنسبة (98%) بينما أجاب عدد من مجتمع الدراسة بمصداقية المعلومات المتداولة بنسبة (2%) من إجمالي العينة المدروسة، ويرى الباحث أن الامر طبيعي على اعتبار أن المعلومات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ليست كلها الصحيحة.

10. صحة المعلومات المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

من الممكن تزوير الحسابات الرسمية وصفحات السلطات والهيئات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي كما يمكن أيضاً تغيير محتوى اللقطات التي تؤخذ للشاشة لجعل المعلومات تبدو وكأنها قادمة من مصدر موثوق.

الجدول رقم (10) توزيع حسب صحة المعلومات المنشورة

النسبة	العدد	المؤشر
54%	215	متابعة الأخبار عبر القنوات الرسمية للدولة
34%	138	البحث في أكثر من موقع
12%	47	تقصي الحقائق
100%	400	المجموع



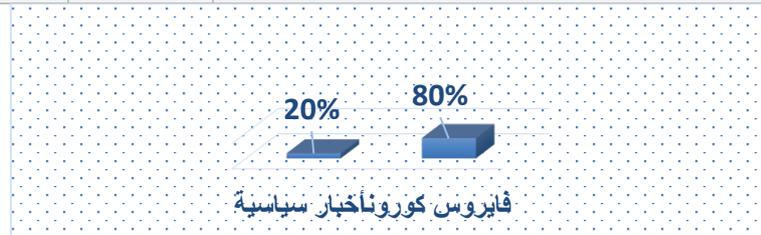
الشكل رقم (10) النسب المئوية حسب صحة المعلومات المنشورة

حول المعلومات المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي وكيفية التأكد من صحتها أوضح الجدول، والشكل أن متابعة الأخبار عبر القنوات الرسمية للدولة جاءت بنسبة (54%) كما بينت الدراسة أن نسبة (34%) من إجمالي عدد العينة يعتمدون على البحث في مواقع أخرى للشبكات الاجتماعية المتاحة على الانترنت وبينت الدراسة أيضاً أن نسبة (12%) اعتمدهم كان على تقصي المعلومات عن طريق السؤال والبحث المتكرر.

11. المعلومات المزيفة المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم (11) توزيع نوع المعلومات المزيفة المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	العدد	المؤشر
80%	319	فايروس كورونا
20%	81	الأخبار السياسية
100%	400	المجموع



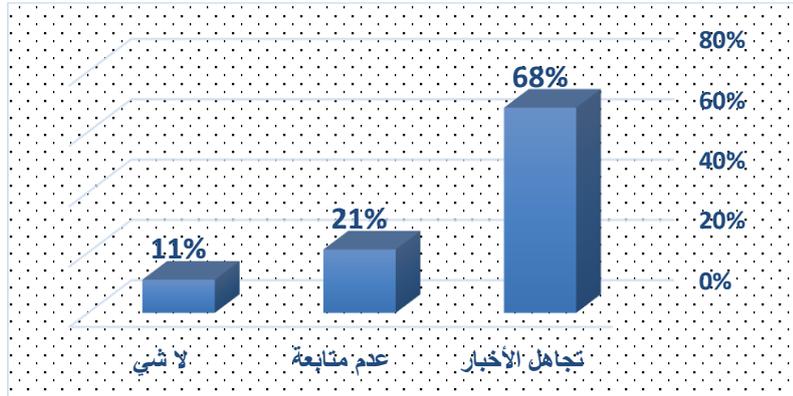
الشكل رقم (11) توزيع النسب حسب نوع المعلومات المزيفة المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي

توضح بيانات الجدول، والشكل نوع المعلومات المزيفة المتاحة على شبكات التواصل، وعند سؤالنا مجتمع الدراسة عن نوع المعلومات المزيفة التي يجدونها على مواقع التواصل كانت المعلومات عن (فايروس كورونا) في الترتيب الأول بنسبة (80%) تليها (الأخبار السياسية) بنسبة (20%) ويرى الباحث أن المعلومات المزيفة عن فايروس كورونا قد لفت أنظار جميع المجتمعات باعتباره وباء قد انتشر في كل بلدان العالم على حد سواء ومن الطبيعي جداً أن يكون تركيز العينة على الفيروس وتتبع أخباره بالدرجة الأولى.

12. تعامل مجتمع الدراسة مع المعلومات المزيفة عن فايروس كورونا:

الجدول رقم (12) توزيع تعامل مجتمع الدراسة مع المعلومات المزيفة

النسبة	العدد	المؤشر
68%	273	تجاهل الأخبار المتداولة
21%	82	عدم متابعة الصفحات التي تنقل أخبار الفيروس
11%	45	لم أفعل شيء
100%	400	المجموع



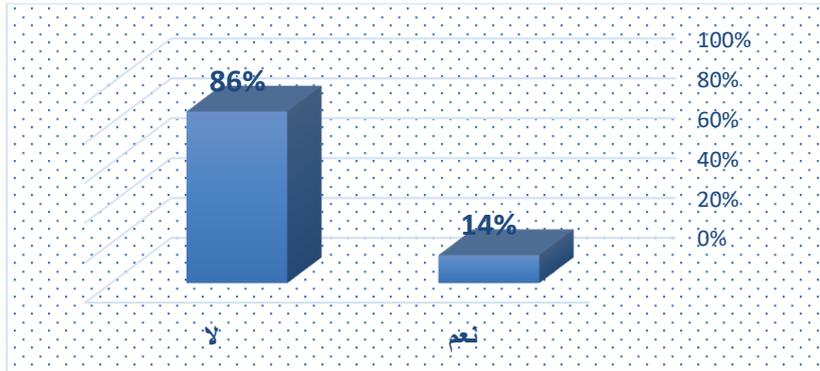
الشكل رقم (12) توزيع مجتمع الدراسة مع المعلومات المزيفة

أوضحت الدراسة الميدانية من خلال الجدول، والشكل حول السؤال عن كيفية التعامل مع المعلومات المزيفة المتاحة كان مؤشر (تجاهل المعلومات المتداولة) بنسبة (68%) وفي المرتبة الثانية (عدم متابعة الصفحات التي تنقل الأخبار) بنسبة (21%) كما أوضحت الدراسة أن نسبة (11%) من المجموع الكلي للعينة قد تجاهل المعلومات ولم يبدي أي اهتمام للمعلومات المزيفة.

13. صدق المعلومات المنشورة عن فايروس كورونا من عدمها:

الجدول رقم (13) توزيع صدق المعلومات المنشورة من عدمها عن فايروس كورونا

المؤشر	العدد	النسبة
نعم	57	14%
لا	343	86%
المجموع	400	100%



الشكل رقم (13) توزيع صدق المعلومات المنشورة من عدمها عن فايروس كورونا

كشف لنا الجدول، والشكل حول صدق المعلومات عن فايروس كورونا من عدمها فقد كانت نسبة (86%) متمثلة إجاباتهم في عدم مصداقية كل المعلومات التي تنشر على الفايرس، بينما كانت نسبة (14%) لديهم مصداقية كاملة في كل ما ينشر عن الفايرس، ويرى الباحث هنا أنه ليس من الضرورة أن يتم الوثوق في كل المعلومات التي تنشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي لان هناك مروجون للأخبار وعملهم نشر الخوف والرعب بين الناس مما يؤثر سلباً على الوثوق في كل ما ينشر حتى ولو كانت المعلومات صحيحة.

14. مساعدة الغير لمنع انتشار المعلومات المزيفة عن فايروس كورونا:

الجدول رقم (14) توزيع مساعدة مجتمع الدراسة في انتشار المعلومات المزيفة

المؤشر	العدد	النسبة
نعم	318	80%
لا	82	20%
المجموع	400	100%

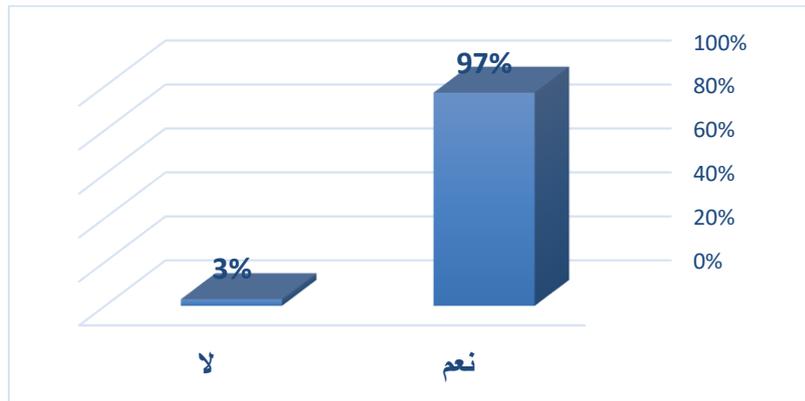
الشكل رقم (14) توزيع مساعدة مجتمع الدراسة للحد من انتشار المعلومات المزيفة

أوضح الجدول، والشكل أن مجتمع الدراسة لهم دور كبير في توعية الناس حول انتشار فايروس كورونا حيث كانت نسبة المساعدة (80%) في حين كانت نسبة (20) ليس لهم دور في المساعدة والتوعية للمجتمع، وعند سؤال عينة الدراسة عن كيفية المساعدة كانت الإجابة على النحو التالي: أجاب عدد (318) بنعم كانت مساعدتهم متمثلة في إعلام الأصدقاء بنسبة (63%) و(37%) متمثلة في القراءة والتحليل للمصادر الإعلامية، ويرى الباحث أنه مؤشر جيد يدل على الثقافة العالية لمجتمع الدراسة.

15. دور مؤسسات المعلومات في توعية مجتمع الدراسة حول المعلومات المزيفة:

الجدول رقم (16) دور مؤسسات المعلومات في توعية مجتمع الدراسة

المؤشر	العدد	النسبة
نعم	388	97%
لا	12	3%
المجموع	400	100%



الشكل رقم (15) توزيع دور مؤسسات المعلومات في توعية مجتمع الدراسة

عند سؤالنا عن دور مؤسسات المعلومات في توعية المجتمع أجاب عدد (388) بنسبة (97%) بأن المكتبة لها دور في توعية مجتمع الدراسة حول المعلومات المزيفة بنسبة كانت مفصلة على النحو التالي: عقد الندوات عبر الانترنت للتعريف بمصادر المعلومات المزيفة بنسبة (66%) تليها عقد ورش عمل عبر الانترنت للتعريف بكيفية تقييم مواقع الانترنت بنسبة (20%) في المرتبة الثالثة إنشاء فريق عمل عبر الانترنت للتعريف بكيفية تقييم مصادر المعلومات بنسبة (9%) أما عن إنشاء فريق عمل من أصدقاء المكتبة لتوعية الجماهير عبر وسائل التواصل الاجتماعي حول المعلومات المزيفة المنتشرة جاءت بنسبة (5%)، كما أوضحت الدراسة أن عدد (12) بنسبة (3%) يرون المكتبة ليس لها دور في التوعية للمجتمع.

■ الخلاصة:

بينت دراسة التخطيط لدور مؤسسات المعلومات في حماية المستفيدين من المعلومات المزيفة أن مجتمع الدارسة يعتمدون على موقع (الفييس بوك) بنسبة (92%) من بين سائل التواصل الاجتماعي عند الحاجة للحصول على المعلومات، كما بينت أيضاً أن المعلومات المزيفة تنتشر بسرعة عالية جداً عن طريق هذه المواقع الأمر الذي يلزم مؤسسات المعلومات بمختلف أنواعها وأشكالها بأن يكون لها دور فعال حول حماية المستفيدين والعمل على توعيتهم بكافة السبل تجنباً للوقاية من المعلومات المزيفة التي تنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي بكل أنواعها.

■ النتائج والتوصيات:

أولاً/ النتائج: توصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج يمكن عرضها كالتالي:

1. أن عدد الإناث جاء بنسبة (56%) مقارنة بنسبة الذكور كانت بفارق بسيط وهي (44%).
2. أظهرت الدراسة أن هناك تفاوت بين الجنسيات المشاركة في الدراسة حيث كانت ليبيا بنسبة (37%) وبفارق بسيط لمصر بنسبة (35%) بينما نجد باقي الدول العربية نسبتها بسيطة من إجمالي عدد العينة.
3. اتضح أن الفئة العمرية ما بين (41 – 60) جاءت بنسبة عالية (43%) وعلى التوالي الفئة العمرية ما بين (29 – 40) بنسبة (31%) وباقي الفئات كانت بنسب ضعيفة.
4. فيما يتعلق بالمؤهلات العلمية أتضح أن مؤهل للدكتوراه مثل نسبة (43%) والماجستير (28%) مقارنة بمؤهلات البكالوريوس والليسانس كانت مشاركتهم ضعيفة في الدراسة.
5. من خلال الدراسة الميدانية تبين أن تخصص المكتبات والمعلومات تمثل في اعلى نسبة كانت (53%) يفوق باقي الأقسام العلمية الأخرى المشاركة في الدراسة.
6. أما عن وظائف عينة الدراسة فقد أظهرت النتائج أن الأستاذ الجامعي مثل نسبة (70%) بالمشاركة والموظف الحكومي بنسبة (30%) ويرجع ذلك لأهمية وعي الأستاذ الجامعي في المشاركة في الدراسة.
7. كشفت الدراسة أن قراءة الأخبار والاطلاع عليها محل اهتمام الأستاذ الجامعي وذلك لمعرفة كل ما هو جديد من معلومات حيث مثل نسبة (89%).
8. أوضحت الدراسة أن الفييس بوك أكثر استخداما لمجتمع الدراسة حيث جاء بنسبة (72%) ويرجع ذلك لسهولة الاشتراك والاستخدام فضلاً على الاشتراك به بعدة صفحات ويأتي توتر على التوالي بنسبة (19%).
9. أما عن مصداقية المعلومات المنشورة أوضحت الدراسة أن نسبة (98%) لا يتقون في كل المعلومات وهذا يذل على الوعي المعلوماتي لأفراد العينة من حيث الاطلاع على المعلومات المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة.

10. كشفت الدراسة أن المعلومات المزيفة المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي كانت بنسبة (80%) متمثلة بفيروس كورونا محل الدراسة، وهذا يشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير نفسي- ومعنوي على الأفراد المستخدمين لها عند الاطلاع على المعلومات المتاحة.
 11. بينت الدراسة فيما يتعلق بتعامل مع المعلومات المزيفة أن أغلب مجتمع الدراسة يتجاهلون المعلومات المتداولة عبر وسائل التواصل بنسبة (68%) وان تتبع المعلومات له دور كبير في الكشف عن الحقائق وراء المعلومات المتاحة.
 12. اتضح أن مؤسسات المعلومات لها دور كبير وفعال في توعية المجتمع حيث جاءت بنسبة (97%) وهذا يدل على دور المكتبات ومراكز المعلومات في تنمية الثقافة العامة والوعي الكامل بما يدور من وراء نشر- المعلومات المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- ثانياً/ التوصيات: في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن استخلاص مجموعة من التوصيات يمكن حصرها فيما يلي:**

1. أن تتم التوعية بإيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي من خلال عدة أساليب منها عقد الندوات والمحاضرات، وفي وسائل الإعلام على وجه الخصوص بحيث يتم تعزيز الإيجابيات والتركيز عليها ومحاربة السلبيات المتمثلة في المعلومات المزيفة بطريقة علمية صحيحة.
2. العمل على مواجهة المعلومات المزيفة عن طريق تقديم معلومات وأدلة تصحيح تدعم برسائل وتنقل للجمهور عن طريق بثها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
3. ضرورة الحاجة إلى بذل المزيد من الجهود لتثقيف الجمهور حول الآثار الضارة في تناقل المعلومات المزيفة والتوعية على خطورة الولوج والانغماس بعالم افتراضي يفتقر إلى الصدق والموضوعية مما يسمح للناس باتخاذ قرارات واعية حول المعلومات المنشورة.

■ المراجع

1. فرحات، ثناء. (2010) الأساسيات. الحديثة لإدارة المكتبات والمعلومات. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
2. حجاج، أمال. (2019)، " دور وسائل الإعلام الجديدة في تنمية التفاعل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية لطلبة قسم الإعلام والاتصال"، كلية الإعلام، جامعة ورقلة. الجزائر.
3. العريشي، جبريل و الغامدي، فوزية. دور مؤسسات المعلومات في عصر المعلومات لتعزيز الانتماء وتحقيق الحدة الوطنية لدى الشباب في دول مجلس التعاون الخليجي. تم الاطلاع عليه 2020/6/1 <http://qscience.com>
4. <http://globalprotectioncluster.org> تاريخ الزيارة (2020/6/4)
5. فارس، عزيزي. (2018). "تقييم المستفيدين للفهرس الالكتروني بمكتبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية". كلية العلوم الإنسانية. جامعة العربي التبسي، الجزائر.
6. <https://annabaa.org/Arabic/informatics/22343> تاريخ الزيارة 2020/6/4
7. السرحاني، عطا الله. (2013). "توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة الإرهاب". مؤتمر كلية التدريب. قسم التدريب. جامعة الرياض. السعودية.
8. <http://ar.m.wikipedia.org> تاريخ الزيارة 2020/6/5

9. سافر، خليفة و بالطاهر، عائشة.(2019) " أثر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام: دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال".كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة ورقلة. الجزائر.
10. الصوافي، عبد الحكيم.(2014). "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الفرقة الثالثة من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته بالمعلومات". كلية العلوم والآداب.جامعة سلطنة عمان. سلطنة عمان.
11. حمدي، ماطر.(2018) " اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية". كلية الإعلام، جامعة تبوك. السعودية.
12. الحذيفي،حفصة والجمال، رباب.(2019) " اتجاهات الرأي العام نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر- الشائعات". المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مج5، ع2.ص ص 33 - 34.
13. وكال، بلال.(2018). "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري: دراسة ميدانية".كلية الاعلام. جامعة محمد بوضياف، الجزائر.
14. محمد، مصطفى.(2019).دور وسائل الاتصال الحديثة في نشر- الشائعات. المؤتمر العلمي السادس كلية الحقوق. جامعة طنطا . مصر.
15. نوري، سعيد. المراحل العمرية والنمو والتطور. تم الاطلاع عليه

https://www.researchgate.net/publication/33001943_almrahl_almryt_w_alnmw_2020/6/20

[walmart_llfl](#)

