

دور مؤسسات المعلومات في حماية المستخدمين من المعلومات المزيفة: فايروس كورونا كوفيد 19 نموذجاً

د. عبدالعزيز عبدالحميد عامر

الأستاذ المشارك بقسم المكتبات والمعلومات
كلية الآداب جامعة الزاوية/ ليبيا

مستخلص:

هدفت الدراسة إلى معرفة دور مؤسسات المعلومات في حماية المستخدمين 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، والوقوف على المشاكل والصعوبات التي يعاني منها أفراد العينة في التعامل مع المعلومات المزيفة كما اقترحت الدراسة في نهايتها توصيات من شأنها تدليل

الصعوبات والمشاكل لتحقيق أعلى درجة استفادة في تناقل المعلومات الصحيحة.

الكلمات المفتاحية:

مؤسسات المعلومات - المعلومات المزيفة - المستخدمين - فايروس كورونا كوفيد 19

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، خاصةً حول فيروس كورونا المستجد الذي تتضارب عنه الأقوال، وتختلف عنه المعلومات، وتباين حوله البيانات؛ سواء فيما يتعلق بماهيته، أو أعراضه، أو الوقاية منه، فضلاً عن علاج أعراضه.

مما استدعى إجراء هذه الدراسة، التي تحاول التعرف على دور 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 الجدة 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:

1. التعرف بالمعلومات المزيفة، أشكالها، أنواعها، وأهدافها.
2. التعرف على أبرز الوسائل الإلكترونية المستخدمة في بث المعلومات المزيفة.
3. التعرف على أنواع المعلومات المزيفة التي تنشر حول فيروس كورونا المستجد عبر أبرز وسائل التواصل الاجتماعي.
4. التعرف على سلوك المستفيدين عند الوصول إلى المعلومات والأخبار المزيفة عن فيروس كورونا المستجد عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
5. التعرف على دور مؤسسات المعلومات في حماية مستخدميها من المعلومات المزيفة التي تنشر عن فيروس كورونا المستجد عبر أبرز وسائل التواصل الاجتماعي.
6. الوصول إلى مقترحات تعين مؤسسات المعلومات على حماية مستخدميها من المعلومات المزيفة التي تنشر عن فيروس كورونا المستجد 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. الدور: The Role

بأنه نمط متكرر من الأفعال المكتسبة الذي يؤديها شخص معين في موقف معين. ويعرف أيضاً بأنه نموذج يركز 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.⁽¹⁾

2. 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.⁽²⁾

3. الحماية: Protection

الحماية اصطلاحاً: هي حماية المواطنين ووقايتهم، ومنع استغلالهم، ومنع وصول الأذى إليهم بأي شكل من الأشكال.⁽³⁾

4. المستفيدين: Users

جميع الأفراد أو الجهات أو المؤسسات الذين يستخدمون المكتبة ويستفدون منها لأغراضهم المختلفة.⁽⁴⁾

5. المعلومات المزيفة: Fake information

هي معلومات خاطئة أو مضللة تهدف إلى خداع القراء، وإلى الاعتقاد بأنها معلومات موثوقة وصحيحة.⁽⁵⁾

6. 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.⁽⁶⁾

7. فايروس كورونا كوفيد19: Coronavirus covid 19

هو مرض معد يسببه فيروس كورونا المكتشف مؤخراً، الذي اندلع في مدينة يوهان الصينية في كانون الأول/ ديسمبر 2019.⁽⁷⁾

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:

1.1/7/1. الحدود الموضوعية:

تتمثل الحدود الموضوعية لهذه الدراسة حول دور مؤسسات المعلومات في حماية المستخدمين من المعلومات المزيفة: فايروس كورونا كوفيد 19 نموذجاً.

2.2/7/1. الحدود النوعية:

تقتصر الدراسة على المعلومات المزيفة حول فايروس كورونا المستجد المتاحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

3.3/7/1. الحدود الزمنية:

تم جمع بيانات الدراسة خلال شهر أكتوبر لعام 2020 م.

8/1. أدوات جمع البيانات:

1.1/8/1. الاستبيان:

قام الباحث بتوزيع الاستبيان الذي غطي جميع الجوانب، ومن خلاله تم التعرف على دور مؤسسات المعلومات في حماية المستخدمين 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) غطى 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:

لمعرفة ما جرى تناوله وبحثه حول دور 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 لحداتها.

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، ع. 2، مج. 5، (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 الدراسة، 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: توتير نموذجاً.. مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، مج. 4، ع. 1، 2019.

هدفت الدراسة إلى تحديد مضمون الشائعات، وأنواعها، وأسلوبها، وأغراضها، والمستهدفين منها، من خلال الاعتماد على توتير 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 (تويتر)، 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 ترويج الشائعات وسبل محاصرتها. "دراسة مقدمة لمؤتمر الإعلام 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 الاعلام الاجتماعي معتقدات المواطنين تجاه القيم الديمقراطية.

Swigger. N (2011). The online citizen: Is social media changing citizen's Belifs About 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:

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 إيدج 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.⁽⁸⁾

مواقع التواصل الاجتماعي:⁽⁹⁾

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 يستطيعون إضافة العديد من الأصدقاء الجدد.

وخلال السنوات الماضية ظهرت أيضاً العديد من مواقع التواصل الاجتماعي، والتي احتضنت أيضاً بالتواصل بين الطلاب، ثم اقتصر 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.

أشكال مواقع التواصل الاجتماعي:⁽¹¹⁾

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

أمثلة على مواقع التواصل الاجتماعي:

1. 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 مستخدم الموقع.

2. 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 تويتر أو على شكل رسائل (SMS)، وهي رسائل نصية متخصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال، وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع تويتر، ويمكن لأصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات من صفحاتهم الرئيسية، أو عن طريق الملف الشخصي للمستخدم، أو عن طريق البريد الإلكتروني.

3. الفيس بوك (Facebook): يعد الفيس 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.

4. 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 والبليلة.

5. 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 الفيس 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.

المعلومات المزيفة التي تنشر عبر منصات التواصل الاجتماعي.⁽¹²⁾

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

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

2. الأثار الوجدانية: المقصود بالأثار الوجدانية هي المشاعر مثل الفتور العاطفي، والخوف والقلق والدعم المعنوي.

3. أثار سلوكية: تنحصر الأثار 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 موجّهة لهدف محدد:

ينشرها أصحابها وهم على يقين ودراية تامة بكون هذه الأخبار عاربة عن الصحة، وعادة ما يكون لديهم هدف أو غرض محدد من نشر هذه الأخبار بحسب نوع الخبر والمجال الذي يقع في خاتته، 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 تنوع مصادرها وأهدافها، فقد تكون نتاج أشخاص أو جهات خارجية أو شركات كبرى، وفي الغالب تكون دوافع وأهداف هذه النوعية تتمثل في الآتي:

1. 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 ومستمرراً لفترة ما خصوصاً في زمن الاتصال السريع، والتواصل عبر الوسائل الاجتماعية.

2. 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.

3. 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.

دور المستفيدين عند عرض المعلومات المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.⁽¹³⁾

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 بمصبل للوقاية فلو اعتبرنا المعلومات المزيفة فيروس ينتشر ويتكاثر، كباقي الفيروسات يجب أن نتعامل معه بمصبل للوقاية من هذا الفيروس والقضاء عليه، وقد سعى الباحثون إلى تطوير هذا المصبل حيث يزود رواد مواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الإخبارية بالقدرة 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 بالتدرج، 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 يجب 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:

1. 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.

2. 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 Uunk mail البريد الالكتروني حجماً عن المستخدم.

4. يقوم مؤسس موقع ويكيبيديا الالكتروني بخطط لموقع أخباري جديد اسمه (ويكيبيون) ممول من الجمهور ويقدم قصصاً لصحفيين ومتطوعين يعملون معاً في مبادرة يأمل أن تتصدى لانتشار المعلومات والأخبار المزيفة.⁽¹⁴⁾

الدراسة الميدانية:

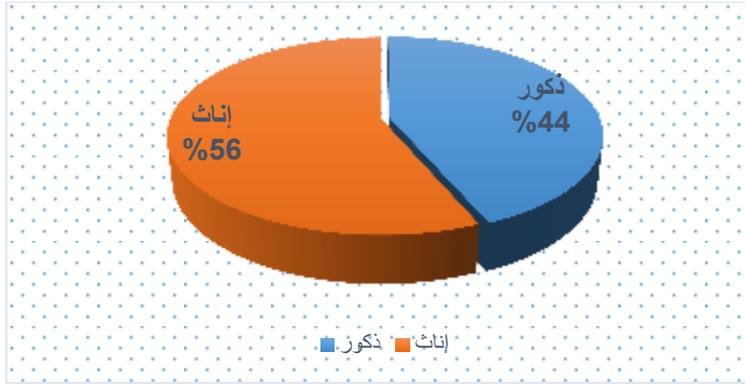
1. الجنس.

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

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



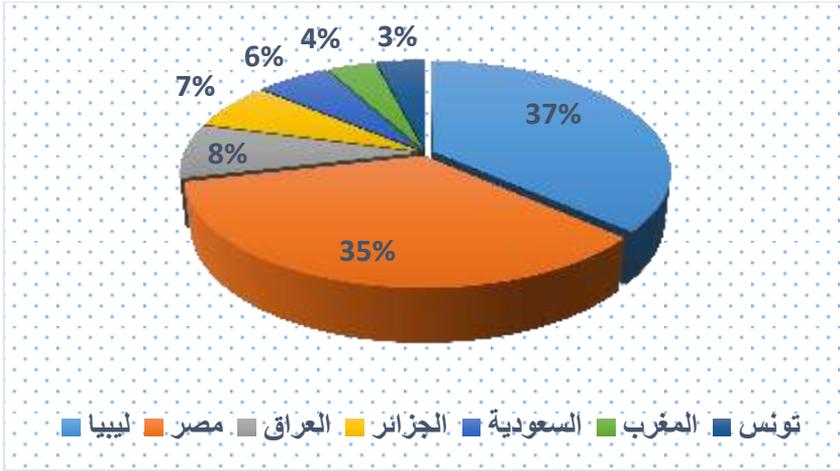
الشكل رقم (1) التوزيع النوعي لعينة الدراسة

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

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



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 الاولى (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%).

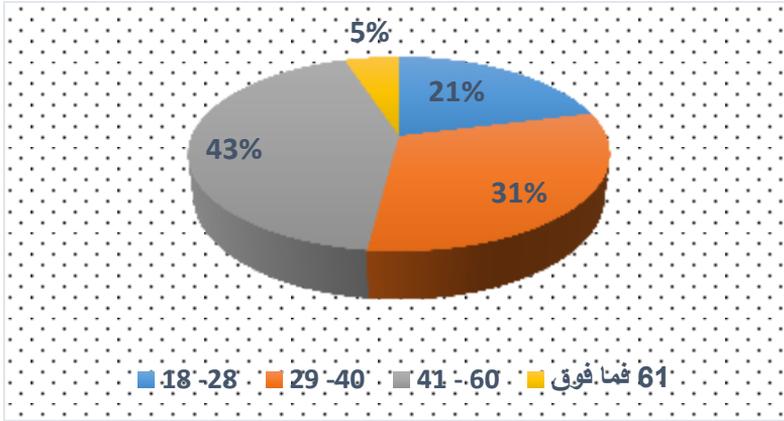
ويرى الباحث أن الأمر يبدو طبيعي بأن تحتل ليبيا أعلى نسبة في عدد الإجابات على اعتبار أن الباحث من ليبيا فكانت فرصة الإجابات متاحة لدى مجتمع الدراسة.

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.⁽¹⁵⁾

الجدول رقم (3) التوزيع حسب الفئة العمرية لمجتمع الدراسة

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



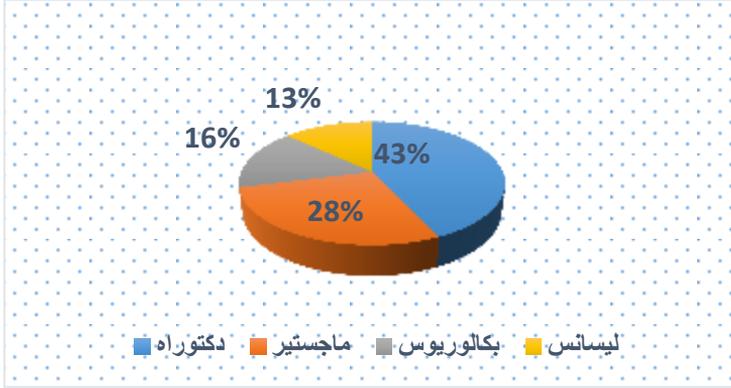
الشكل رقم (3) توزيع النسب حسب الفئة العمرية

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

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



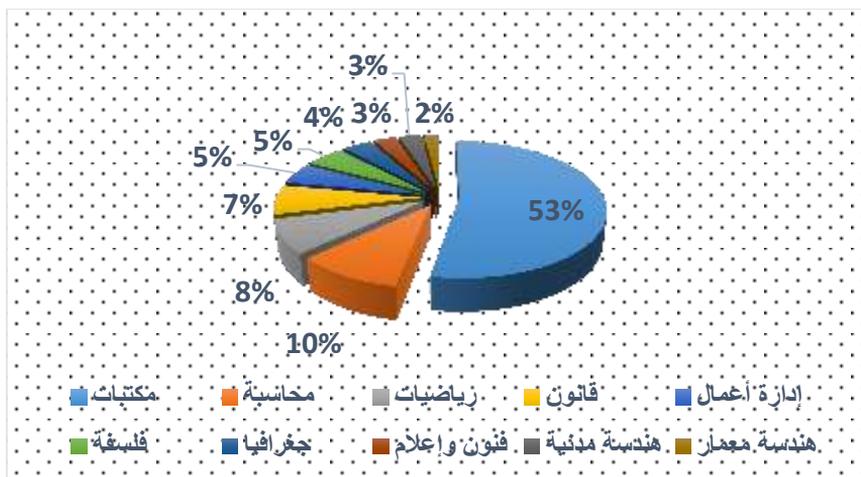
الشكل رقم (4) يوضح توزيع النسب المئوية للمؤهلات العلمية

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 واعلام
3%	11	هندسة مدنية
2%	10	هندسة معمارية
100%	400	المجموع



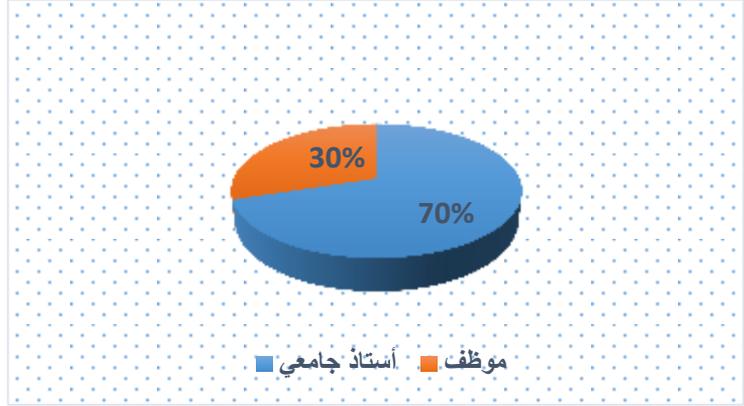
الشكل رقم (5) توزيع نسب التخصصات العلمية لمجتمع الدراسة

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%

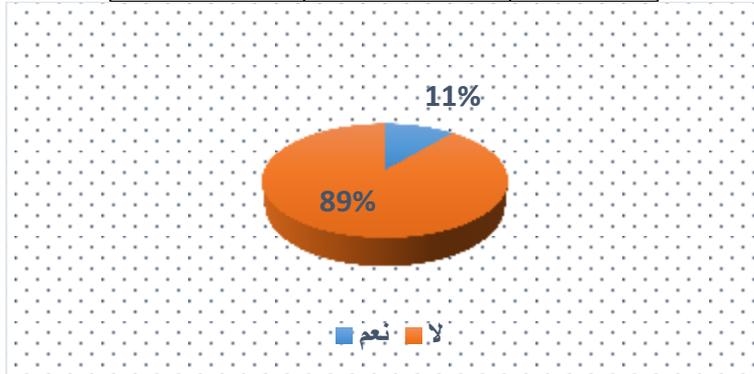


الشكل رقم (6) توزيع النسب حسب الوظائف لمجتمع الدراسة من خلال ما سبق وعند سؤالنا على وظائف مجتمع الدراسة تبين لنا أن أعلى نسبة تمثلت في الأستاذ الجامعي حيث جاءت بنسبة (70%) وفي المرتبة الثانية (موظف حكومي) بنسبة (30%).

7. قراءة الأخبار لمجتمع الدراسة:

الجدول رقم (7) التوزيع حسب قراءة الأخبار لمجتمع الدراسة

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



الشكل رقم (7) توزيع قراءة الاخبار 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 لزراعة الإشاعات وانتشارها على نطاق واسع، ذلك راجع إلى سهولة استخدام هذه المواقع وما تمنحه من خدمات سهلة وبسيطة مثل خاصية المشاركة.⁽¹⁶⁾

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

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

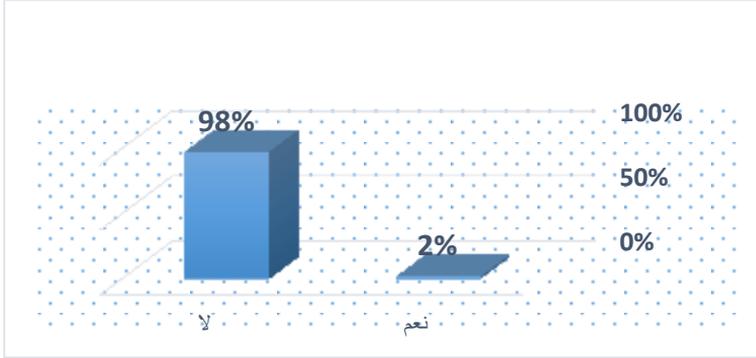


الشكل رقم (8) التوزيع حسب المواقع الأكثر استخداماً

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 (تويتر) 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

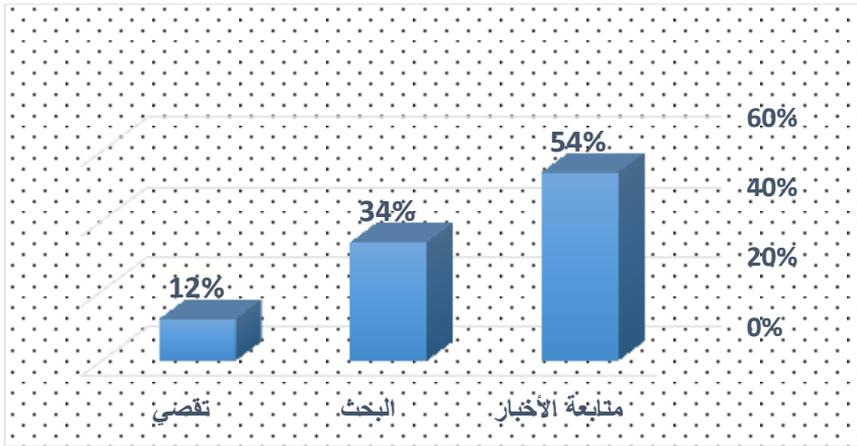
يتضح من خلال الجدول، والشكل أن مجتمع الدراسة لا يتقنون في كل المعلومات المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي حيث كانت الإجابة (بلا) بنسبة (98%) بينما أجاب عدد من مجتمع الدراسة بمصداقية المعلومات المتداولة بنسبة (2%) من إجمالي العينة المدروسة، ويرى الباحث أن الأمر طبيعي على اعتبار أن المعلومات التي تنشر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

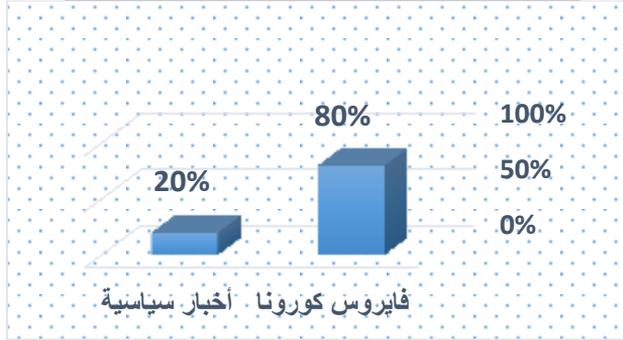


الشكل رقم (10) النسب المئوية حسب صحة المعلومات المنشورة

حول المعلومات المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي وكيفية التأكد من صحتها أوضح الجدول، والشكل أن متابعة الاخبار 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 أيضا أن نسبة (12) اعتمادهم 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

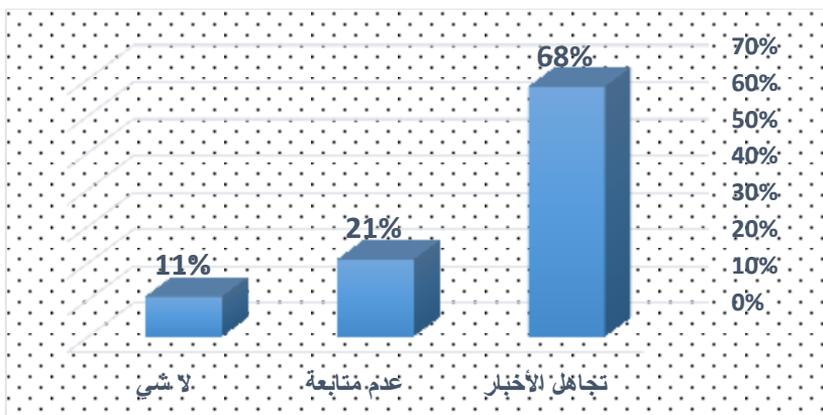


الشكل رقم (11) توزيع النسب حسب نوع المعلومات المزيفة المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي

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 انظار جميع المجتمعات باعتباره وباء قد انتشر في كل بلدان العالم على حد سواء ومن الطبيعي جداً أن يكون تركيز العينة على الفايروس وتتبع اخبار 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 الفايروس
11%	45	لم أفعل شيء
100%	400	المجموع



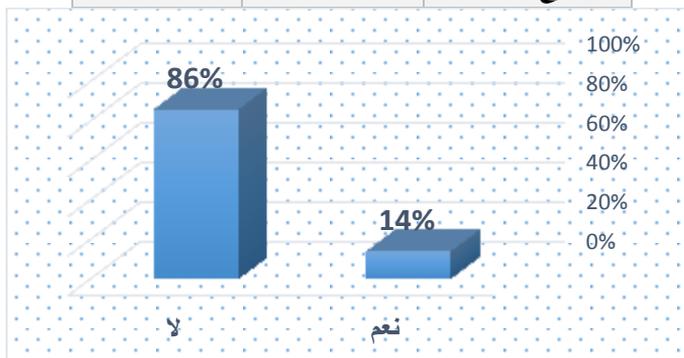
الشكل رقم (12) توزيع مجتمع الدراسة مع المعلومات المزيفة

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

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

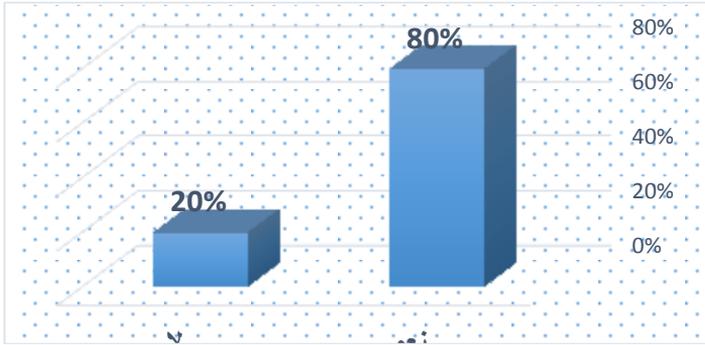


الشكل رقم (13) توزيع صدق المعلومات المنشورة من عدمها عن فايروس كورونا

كشف لنا الجدول، والشكل حول صدق المعلومات عن فايروس كورونا من عدمها فقد كانت نسبة (86%) متمثلة اجاباتهم في عدم مصداقية كل المعلومات التي تنشر على الفايروس، بينما كانت نسبة (14%) لديهم مصداقية كاملة في كل ما ينشر عن الفايروس، 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

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



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

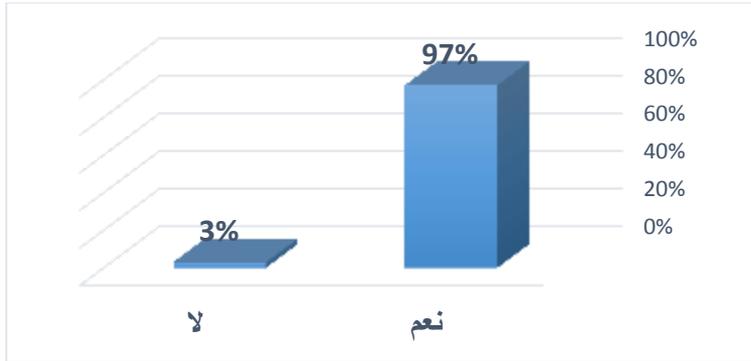
أوضح الجدول، والشكل أن مجتمع الدراسة لهم دور كبير في توعية الناس حول انتشار فايروس كورونا حيث كانت نسبة المساعدة (80%) في حين كانت نسبة (20%) ليس لهم دور في المساعدة والتوعية للمجتمع.

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

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



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%) تلمها 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 المجتمعية.

الخلاصة:

بينت دراسة دور مؤسسات المعلومات في حماية المستخدمين من المعلومات المزيفة أن مجتمع الدراسة يعتمدون على موقع (الفييس بوك) بنسبة (92%) من بين سائل التواصل الاجتماعي عند الحاجة للحصول على المعلومات، كما بينت أيضاً أن المعلومات المزيفة تنشر بسرعة عالية جداً عن طريق هذه المواقع الأمر الذي يلزم مؤسسات المعلومات بمختلف أنواعها وأشكالها بأن يكون لها دور فعال حول حماية المستخدمين والعمل على توعيتهم بكافة السبل تجنباً للوقاية من المعلومات المزيفة التي تنشر 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 الدكتوراه مثل نسبة (43%) والمجستير (28%) مقارنة بمؤهلات البكالوريوس والليسانس كانت مشاركتهم ضعيفة في الدراسة.
5. من خلال الدراسة الميدانية تبين أن تخصص المكتبات والمعلومات تمثل في أعلى 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 الفيس 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 يتقنون في كل المعلومات وهذا يدل 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 ان 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 الاعلام 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. أمال حجاج. دور وسائل الإعلام الجديدة في تنمية التفاعل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية لطلبة قسم الإعلام والاتصال، جامعة ورقلة/ اشراف رابح صانع. (رسالة ماجستير) 2019. ص26
2. جبريل بن حسن العريشي، فوزية الغامدي. دور مؤسسات المعلومات في عصر المعلومات لتعزيز الانتماء وتحقيق الوحدة الوطنية لدى الشباب في دول مجلس التعاون الخليجي. متاح على <http://qscience.com> تاريخ الزيارة 2020/6/1
3. <http://globalprotectioncluster.org> تاريخ الزيارة 2020/6/4
4. عزيزي فارس. تقييم المستفيدين للفهرس الالكتروني بمكتبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.. جامعة العربي التبسي، كلية العلوم الإنسانية/ اشراف سليمة شعلال (رسالة ماجستير) 2018. ص 30.
5. <https://annabaa.org/Arabic/informatics/22343> تاريخ الزيارة 2020/6/4
6. عطا الله بن فهد السرحاني. توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة الإرهاب. مؤتمر كلية التدريب. قسم التدريب. جامعة الرياض (خلال الفترة 23 – 27 / 2013 الرياض) ص3.
7. <http://ar.m.wikipedia.org> تاريخ الزيارة 2020/6/5
8. خليدة سافر، عائشة بالطاهر. أثر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام: دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة/ اشراف تومي فضيلة. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (رسالة ماجستير) 2019. ص54
9. عبد الحكيم بن عبدالله بن راشد الصوافي. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الفرقة الثالثة من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته بالمعلومات/ إشراف محمد الشيخ حموده، أحمد نقادي، عبدالمجيد بنجلاني. كلية العلوم والآداب (رسالة ماجستير) ص 10 – 11.
10. ماطر عبدالله حمدي. اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية. إشراف/ عزت حجاب، كلية الاعلام، قسم الصحافة والاعلام. 2018. ص33.
11. عبد الحكيم بن عبدالله بن راشد الصوافي. مصدر سابق. ص 11

12. حفصة هزاع الحديفي، رباب رأفت الجمال. اتجاهات الرأي العام نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات. _ المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مج5، ع2، (يونيو 2019م). ص ص 33 – 34

13. بلال وكال. الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري: دراسة ميدانية / اشراف رقاد حنان.. جامعة محمد بوضياف، قسم علوم الإعلام. 2018، ص8

14. مصطفى محمود الجمل محمد. دور وسائل الاتصال الحديثة في نشر الشائعات. المؤتمر العلمي السادس كلية الحقوق جامعة طنطا 2019. ص ص 26- 27.

15. سعيد نوري. المراحل العمريّة والنمو والتطوّر. متاح على

https://www.researchgate.net/publication/33001943_almrahl_almryt_w_alnmw_waltt

[wr llfl](#)

تاريخ الزيارة 2020/6/20

16. شرف الدين بن راث. الاشاعات وأثرها على الاستقرار الأمني والسياسي للدولة: حقائق من

صفحات التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" الجزائرية. متاح على

<http://manifest.univ-Ouargla.dz.documents/Archive/2016-2017>

تاريخ الزيارة 2020/7/3