

تأثير فوضى المعلومات الإلكترونية على مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة ميدانية على عينة من جمهور شبكات التواصل الاجتماعي -

أميرة أحمد سليمان

قسم الاتصال والإعلام || كلية الآداب || جامعة الملك فيصل || المملكة العربية السعودية

الملخص: سعت الدراسة إلى رصد حالة فوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية، وتأثيرها على مصداقية تلك الشبكات، والتعرف على أشكال فوضى المعلومات في الشبكات الاجتماعية، والتعرف على مدى ثقة الجمهور فيما يتعاملون معه من معلومات عليها، وشعورهم بحالة الفوضى المعلوماتية، علاوة على رصد معايير المصداقية المتوافرة بالمضامين عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وتمت الدراسة الميدانية على (378) مفردة من المشتركين في الشبكات الاجتماعية المختلفة "فيسبوك ولينكد ان وتويتر". ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن أكثر من نصف عينة الدراسة تشعر بوجود فوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية، ويرجع ذلك إلى كثرة الحسابات الموجودة على الشبكات وزيادة المعلومات مجهولة المصدر، فضلاً عن غياب الرقابة على ما ينشر من معلومات على تلك الشبكات. كما تعددت أشكال فوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية منها: المعلومات مجهولة المصدر، وانتهاكات الخصوصية، وانتهاك حقوق الملكية الفكرية وحقوق الناشرين، انتشار المعلومات المزيفة والمتناقضة، صناعة ونشر الفيروسات والاختراقات وتعطيل الأجهزة، وتعدد الحسابات الشخصية أو المؤسسية.

الكلمات المفتاحية: فوضى المعلومات، شبكات التواصل الاجتماعي، المصداقية، الرقابة.

1- مقدمة

يعيش إنسان اليوم في مجتمع رقمي مترابط عن طريق الإنترنت؛ بحيث أصبح العالم أشبه بقرية صغيرة وأصبحت المعلومة في متناول الأفراد. فقد أظهرت الإحصائيات الحديثة ازدياد أعداد مستخدمي شبكة الإنترنت بشكل مستمر مما جعل المعلومات في متناول الجميع على اختلاف اللغات والحدود والثقافات الاجتماعية خاصة مع انتشار الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي في إتاحة المعلومات بصورة آلية وبدون تكلفة تذكر، كما ذكرت لجنة حماية الصحفيين بالولايات المتحدة الأمريكية في تقريرها السنوي 2013 أن مصرتتصدر دول منطقة الشرق الاوسط من حيث عدد مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي Facebook. وتُشكل فوضى المعلومات أحد أهم القضايا التي تلقى اهتماماً في الدوائر الأكاديمية والإعلامية في عصرنا الراهن. وتتخذ فوضى المعلومات أشكالاً عدة منها: المعلومات المنقوصة، والمعلومات المشوهة، والمعلومات المغلوطة، والمعلومات غير الدقيقة، والمعلومات المتضاربة، والمعلومات الزائدة، بالإضافة إلى عشوائية المعلومات والتي تعج بها الساحة الإعلامية لاسيما في البيئة الافتراضية virtual environment والتي تفضي إلى الافتقار إلى البيانات والمعلومات الدقيقة.

فقد أظهرت الإحصائيات الحديثة ازدياد أعداد مستخدمي شبكة الإنترنت بشكل مستمر⁽¹⁾؛ مما جعل المعلومات في متناول الجميع على اختلاف اللغات والحدود والثقافات الاجتماعية خاصة مع انتشار الدور الفعال

:See (1)

- Internet World State Report, Internet Users in the World; Internet usage statistics, June 2018. Available at: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>, Retrieved: Oct.13, 2018.

لشبكات التواصل الاجتماعي في إتاحة المعلومات بصورة آلية وبدون تكلفة تذكر. وعلى الرغم من أن تاريخ البشرية لم يخل في أي وقت من التدافع بين الحقائق والأكاذيب والتضليل، فقد شهدت الآونة الأخيرة توافقاً نادر الحدوث بين النخب السياسية والفكرية حول وجود اختلال هيكلي في علاقة الأفراد بالحقائق، وهو ما يتصل برفض تقييم مصداقية المعلومات أو انتشارها مضللة وسطحية عبر المجال الافتراضي وتمسك الأفراد بقناعاتهم الشخصية حول الواقع بغض النظر عن مدى صحتها، كما أصبح الأفراد يشاركون في «صناعة الحقيقة»، من خلال منصات الإعلام البديل التي منحتم قدرات فائقة على التأثير في قنوات الآخرين فقط، من خلال التعبير عن آرائهم، وامتلاك مهارات الترويج لها، والدفاع عنها. لذا تسعى هذه الدراسة إلى تحليل واقع الفوضى المعلوماتية في شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى تحديد مدى تأثير فوضى المعلومات على مصداقية تلك الشبكات.

مشكلة الدراسة:

أصبحت مصداقية الإنترنت مصدراً كبيراً للتساؤل منذ أن أصبح البحث عن المعلومات والأخبار أحد الأهداف الرئيسية لاستخدام الإنترنت، فقد مثل ظهور تكنولوجيا الاتصال الحديثة تحدياً لمعايير وممارسات العمل الصحفي ومصداقيته، خاصة وأن المصداقية العالية هي العامل الرئيسي للمتلقي في اختيار مصدر إخباري والاعتماد على وسيلة محددة دون غيرها للحصول على الأخبار.

ومع تنامي دور مواقع التواصل الاجتماعي كشريك إعلامي للإعلام أعطى المواطن العادي سلاحاً ذا حدين لإنتاج مضامين إعلامية والمشاركة في صناعة الأخبار، وتداول المعلومات وتحليلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يطلق عليه إعلام المواطن للتعبير عن رأيه وطموحاته بعيداً عن مصالح السلطة ورجال الأموال، وفي ظل غياب ميثاق الشرف الإعلامي الضابط لأداء المنظومة الإعلامية حدثت بلبلة إعلامية أفقدت الجمهور المصري والشباب بشكل خاص الثقة والمصداقية فيما يستقيه من معلومات وأخبار سواء من وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة، لذلك تتمثل مشكلة الدراسة في رصد وقياس حالة الفوضى في نشر المعلومات في شبكات التواصل الاجتماعي، وتحديد مدى مصداقية الجمهور في تلك المعلومات والتي بلا شك تنعكس بشكل مباشر على الشبكات.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة على الأسئلة التالية:

- ما أسباب فوضى المعلومات وطبيعة علاقتها ببيئة الإنترنت وتطبيقاته؟
- ما طبيعة أنشطة مستخدمي الشبكات الاجتماعية، وطبيعة دوافعهم لاستخدامها؟
- ما معدلات استخدام الشبكات الاجتماعية؟
- ما معدلات الثقة في مصداقية المعلومات على الشبكات الاجتماعية، وطبيعة شعور مستخدميها بالفوضى؟
- ما أشكال فوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية؟
- ما معايير المصداقية المتوفرة بالمضامين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

-
- Digital in 2017 : Global overview, Jan. 2017. Available at: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>, Retrieved: Oct.13, 2018.
 - Arab Social Media Report 2017, Social Media and the Internet of things; towards Data-Driven Policymaking in the Arab World . 7th Edition, 2017. Available at: <https://www.mbrsg.ae/getattachment/05534635-16f6-497a-b4a3-d06f061bda0b/Arab-Social-Media-Report-2017> . Retrieved in: Oct. 13, 2018.

- ما تأثيرات فوضى المعلومات على مصداقية الشبكات الاجتماعية؟

أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة لرصد حالة فوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية، وتأثيرها- الفوضى- على مصداقية تلك الشبكات وذلك من خلال:
- 1- التعرف على تأثير فوضى المعلومات على مصداقية الشبكات الاجتماعية.
 - 2- التعرف على معدلات استخدام عينة الدراسة للشبكات الاجتماعية، وطبيعة الأنشطة التي يقومون بها، ودوافعهم لاستخدامها،
 - 3- التعرف على أشكال فوضى المعلومات في الشبكات الاجتماعية
 - 4- التعرف على مدى ثقة الجمهور فيما يتعاملون معه من معلومات عليها، وشعورهم بحالة الفوضى المعلوماتية.
 - 5- رصد معايير المصداقية المتوافرة بالمضامين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

- تنبع أهمية الدراسة من أهمية موضوعها في ظل الاعتبارات التالية:
- 1- فوضى المعلومات التي تشهدها الشبكات الاجتماعية، علاوة على التضخم الغير حظي لهذه الشبكات والذي انعكس بدوره على طبيعة المعلومات، حيث أصبحت هذه الشبكات واقعاً حياتياً مفروضاً على الجميع، والتي بلا شك تؤثر على مصداقية تلك الشبكات.
 - 2- ندرة الدراسات الإعلامية العربية التي تهتم بتفسير ظواهر الاتصال في ضوء نظرية الاتصال الذاتي الجماعي. ازدياد اعتماد الشباب بشكل كبير على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كأحد أهم مصادر المعلومات خلال الأزمات السياسية والاجتماعية.
 - 3- انتشار مضامين وفيديوهات إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي دون التقيد بمواثيق العمل الإعلامي، لاسيما في ظل الازدياد المستمر لاستخدام الشباب للشبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال تفاعلية حديثة رغم غياب ضوابط المصداقية.

مفاهيم الدراسة:

فوضى المعلومات: نقص أو زيادة أو تشوه في المعلومات، والتي تشكل بدورها حملاً زائدة على مستخدميها ما يجعلهم غير قادرين على التفسير والتحليل والفهم، والتي تسبب بدورها حالة متوقعة من التخبط في القرار بمفهومه الواسع. شبكات التواصل الاجتماعية: مجموعة من المواقع المطورة على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 web تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة افتراضية تجمعهم طبقاً لمتغيرات متعددة، وتكفل لهم خدمات اتصالية متنوعة. المعلومات وتطورها على الرغم من التطور الهائل الذي تشهده الساحة المعلوماتية بعامة، حيث أخذت المعلومات في الانتشار، هذا فضلاً عن توفر الامكانيات المتعددة للوصول إليها، والسهولة المتناهية في الحصول على هذه المعلومات، كما بات أمن المعلومات في خطر على المنظومة الأخلاقية لمجتمع المعلومات⁽²⁾

(2) حمد بن ابراهيم العمران. "الفوضى والمعرفة المعلوماتية". (2017/5/11) متاح في <http://informatics.gov.sa/old/details.php?id=315>.

الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة التراث العلمي اتضح وجود عدد من الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة، وتم تقسيم الدراسات السابقة على النحو التالي:

أولاً: الدراسات التي ركزت على فوضى المعلومات.

سعت دراسة سالي محي الدين محمد محمود⁽³⁾ إلى دراسة الدور الذي لعبته الشبكات الاجتماعية في السنوات الأخيرة على الساحة المعلوماتية، لاسيما استرجاع المعلومات الذي اتخذ أشكال عدة في ظل وجود مثل هذه الشبكات، لكنها لم تتعرض مطلقاً لعلاقة الشبكات الاجتماعية بحالة الفوضى المعلوماتية الحادثة على الساحة المعلوماتية. ودراسة رحاب حمدي أحمد⁽⁴⁾. ركزت هذه الدراسة على رصد بعض من مظاهر فوضى المعلومات على الشبكة، والمتمثلة في الفوضى اللغوية، حيث توصلت الدراسة إلى أن الإنترنت غدت اليوم هي الوسط الغالب على كثير من الاستعمالات اللغوية الشريجة معينة من مستخدمي اللغة، مما أدى إلى صبغ اللغة التي يتداولها أفراد هذه الشريجة في أوساط أخرى بصيغة هذا الوسط اللغوي الحادث وطبيعة اللغة المستخدمة فيه. ورغم أن هذا البحث بحث لغوي بالضرورة إلا أنه يتماس مع دراستنا الحالية في رصد الإشكالية الفوضى اللغوية، والتي يمكن اعتبارها جزءاً أصيلاً من فوضى المعلومات الشبكية على إطلاقها. دراسة عمرو محمد أسعد⁽⁵⁾ استهدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام طلاب الجامعات (جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وجامعة القاهرة وجامعة الأزهر والجامعة الأمريكية لموقعي youtube و facebook وطبيعة التغيير الذي طرأ على قيمهم المجتمعية، وقد اشتملت عينة الدراسة التحليلية على مقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة من الشباب المصري في موقع youtube والتي بلغت 193 مقطع فيديو، إضافة إلى 93 قناة، كما تم تحليل 202 صفحة شخصية الطلاب الجامعات المصرية في موقع facebook، ورغم أن هذه الدراسة لم تتعرض الفوضى المعلومات مباشرة، إلا أنها ربطت بين الشبكات الاجتماعية وتغير القيم الاجتماعية والذي يعتبر أحد نواتج فوضى المعلومات على هذه الشبكات. دراسة Christopher Eaker, P.E & William, Jeanine⁽⁶⁾ والتي تعرضت لمشكلة فوضى المعلومات والتي توصلت إلى أن فوضى المعلومات مرادفة لتضخم المعلومات، والذي نتج عنه صعوبة التركيز بسبب الكم الهائل من المعلومات التي ينبغي استيعابها، فيما عكست الدراسة شعور العينة بعدم القدرة على التماشي مع كافة التطورات في مجال العمل، من فرط الحمل الزائد للمعلومات، وكذا الشعور المنتظم بضغط الوقت، ورغم تعرض هذه الدراسة للحالة الفوضوية للمعلومات إلا أنها لم تتعرض لعلاقتها بالشبكات الاجتماعية. ودراسة أماني جمال مجاهد⁽⁷⁾ والتي هدفت إلى دراسة بعض الشبكات

(3) سالي محي الدين محمد محمود. "البحث الاجتماعي ودوره في استرجاع المعلومات على شبكة الانترنت: دراسة تحليلية مقارنة. أطروحة ماجستير. جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم المكتبات والمعلومات، 2013م.

(4) رحاب حمدي أحمد. "مظاهر التغير اللغوي في العربية المتداولة على شبكة التواصل الاجتماعي (فيس بوك) دراسة تطبيقية في ضوء الدرس اللغوي الحديث. أطروحة ماجستير. جامعة القاهرة، كلية الآداب، قسم اللغة العربية، 2013م.

(5) عمرو محمد أسعد. "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية : دراسة على موقعي الفيسبوك Facebook واليوتيوب Youtube. أطروحة ماجستير. جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2011م. ص379.

(6) Williamson, Jeanine & Christopher Eaker, P.E.. "The Information Overload Scale." ASIST. Baltimore, MD, USA, October 28-31, 2012.

(7) أماني جمال مجاهد. "استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة." مجلة دراسات المعلومات. 8 (2010) : 57ص.

الاجتماعية الأكثر انتشاراً، وعملت على حصر المكتبات التي تتيح خدماتها من خلال هذه الشبكات لقياس نوعيتها ومدى كفاءتها ومدى تواصل هذه المكتبات مع هذه الشبكات، وربما اقتربت هذه الدراسة من الدراسة الحالية في محاولة رصد لواقع الخدمات المكتبية على الشبكات الاجتماعية والعمل على وضع رؤية تطويرية في خضم الفوضى المعلوماتية التي تعج بها الشبكات الاجتماعية.

ثانياً: الدراسات التي ركزت على مصداقية وسائل التواصل الاجتماعية.

سعت دراسة (Ault, Michael.et.al, 2015)⁽⁸⁾ للتعرف على العلاقة بين استكشاف الجمهور لمصداقية مواقع الإنترنت، واتجاهاتهم المسبقة وردود الأفعال تجاه رسائل المواقع الإلكترونية ذات الفكر الإيديولوجي، كما تسعى الدراسة للتعرف على استراتيجيات التنظيمات المتطرفة لتأكيد مصداقيتها لدى مستخدمي مواقعها الإلكترونية، كما سعت دراسة داليا المدبولي⁽⁹⁾ إلى التعرف على إجراءات التماس المعلومات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى مصداقية المضامين لدى دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن موقع الفيسبوك جاء في مقدمة الشبكات الاجتماعية التي تعتمد عليها العينة في الحصول على المعلومات السياسية. كما سعت دراسة (Hohmann, Daniela, 2014)⁽¹⁰⁾ لرصد العوامل المؤثرة على موثوقية المعلومات السياسية المنشورة عبر موقع الفيس بوك لدى المستخدمين، في حين استهدفت دراسة (Flanagin & Metzger, 2013)⁽¹¹⁾ التعرف على أسس تقييم الشباب الجامعي الأمريكي لمصداقية المواقع الإلكترونية، بينما اهتمت دراسة (شيرين علي موسى، 2013)⁽¹²⁾ برصد العلاقة بين أساليب تصميم المواقع الإخبارية ومصداقيتها كما يراها الجمهور، وتأثير استخدام العناصر التكنولوجية، والكشف عن تأثير وجود العناصر التفاعلية في تدعيم مصداقيتها لدى الجمهور، وتمثل الهدف الرئيس لدراسة (Mehrab, Davood & Others, 2013)⁽¹³⁾ في تحديد مكونات مصداقية وسائل الإعلام لدى الإداريين بجامعة بوترا بماليزيا، من خلال تحديد ثمانية أبعاد لتقييم المصداقية (الوضوح، عدم التحيز، التفاصيل

(8) Ault, Michael., Ness, Alisha., Taylor, William., Johnson, D., Connelly, Shane., Jensen, Matthew. and Dunbar, Norah. "Credibility Heuristics, Pre-Existing Attitudes, and Reactions to Messages on Ideological Websites" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 65th Annual Conference, Caribe Hilton, San Juan,, May 21, 2015, Online : http://citation.allacademic.com/meta/p978714_index.html .

(9) داليا إبراهيم المدبولي، التماس المعلومات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمصداقية المضمون لدى دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد: 49، أكتوبر-ديسمبر 2014، ص 389-433.

(10) Hohmann, Daniela. "Social Media and Credibility: What Makes Political Posts on Facebook Credible Information to the User?" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Washington, DC
http://citation.allacademic.com/meta/p711892_index.html .

(11) Flanagin, A.& Metzger, C.2013, Credibility And Digital Media, Cambridge, Mit Press .

(12) شيرين علي موسى، أساليب تصميم المحتوى الخبري على شبكة الإنترنت وعلاقتها بمصداقية المواقع الإخبارية لدى الجمهور، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة حلوان: كلية الآداب. قسم الإعلام، 2013) .

13- Mehrabi, Davood & Others, Components Of News Media Credibility Among Professional Administrative Staff In Malaysia China Media Research, Jan 2013, Vol. 9 Issue 1, P34-40. 7p .

المكتملة، الدقة، المصدقية، الثقة، الإنصاف، مواكبة الأحداث)، واستهدفت دراسة (Regina Marchi, 2012)⁽¹⁴⁾ تحديد العوامل المؤثرة على مصداقية الأخبار التليفزيونية والإلكترونية من خلال مناقشة كيفية تعرف المراهقين على الأخبار الجارية، ولماذا يفضلون وسائل إعلام محددة دون أخرى، وسعت دراسة (Andaleeb, Syed Saad & Others, 2012)⁽¹⁵⁾ لرصد مصداقية التليفزيون ومعايير قياسها، وتم افتراض معايير لقياس مصداقية التليفزيون وهي: استقلالية القنوات التليفزيونية، دورها الاجتماعي، خبرة مصادر المعلومات، الموضوعية في تناول، الجودة السمعية والمرئية)، كما هدفت دراسة (Golan & Backer, 2012)⁽¹⁶⁾ للتعرف على درجة ثقة الطلاب الأمريكيين تجاه وسائل الإعلام المطبوعة والمرئية والمسموعة والوسائل الجديدة، وسعت دراسة (Jessen, 2012)⁽¹⁷⁾ لرصد تأثير العوامل الاجتماعية المؤثرة على مصداقية المواقع على الإنترنت، كما سعت دراسة (Brian & Richardson, 2012)⁽¹⁸⁾ إلى تحديد المفاهيم التقليدية للمصدقية، وأهم أبعاد المصدقية لدى مستخدمي المدونات الإلكترونية، كما هدفت دراسة (شيرين محمد كدواني، 2010)⁽¹⁹⁾ إلى اختبار مدى وجود علاقة ارتباط بين مصداقية الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة واستخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدية (الصحافة- التليفزيون- الراديو)، وكذلك التعرف على درجة مصداقية الإنترنت لدى مستخدميها والعوامل المؤثرة على تقييمهم لمصداقيتها، كما سعت دراسة (Mehraki, Et.Al, 2010)⁽²⁰⁾ إلى التعرف على العلاقة بين مصدر المعلومات ومصداقيتها، بالاعتماد على منهج التقارير السردية، وتتبع الباحثون للدراسات في مجال مصداقية وسائل الإعلام، وركزت دراسة (Golan, 2010)⁽²¹⁾ على تحليل بيانات خاصة بدراسات حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية منذ 1948 حتى 2004 لرصد العلاقة بين الثقة في أخبار وسائل الإعلام وبين الانتماء أو الانضمام لحزب سياسي معين، وهدفت دراسة (Wogalter Michael S. & Mayhron Christopher B, 2009)⁽²²⁾ للتعرف على العوامل المؤثرة على مدى مصداقية شبكة الإنترنت لدى مستخدميها، كما استهدفت دراسة

14-Regina Marchi: With Facebook, Blogs, & Fake News, Teens Reject Journalistic (Objectivity), **Journal Of Communication Inquiry**, USA, Rutgers University, July 2012.

15-Andaleeb, Syed Saad & Others. Credibility Of Tv News In Developing Country: The Case Of Bangladesh. **Journalism & Mass Communication Quarterly**; Spring 2012, Vol.89 Issue.

16-Guy Golan & Sherry Backer (2012), Perceptions Of Media Trust And Credibility Among Morman College Students, **J.Of Media And Religion**, 11: 31-43, Taylor & Francies Group, Llc .

17- Johan Jessen, Anker Helms Jorgensen, Aggregated Trustwor Thinness: Redefining Online Credibility Through Social Validation ; **First Monday Journal**(University Of Illinois At Chicago, Volume 17, Number 1-2 January 2012) Online At : [http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/ojs/index.php/fm/article/view/3731/3132\(25/2/2012\)](http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/ojs/index.php/fm/article/view/3731/3132(25/2/2012)).

18- Brain Carroll & Randolph Richerdson, Identification, Transparence, Interactivity : Towards A New Paradigm For Credibility For Single- Voice Blogs, **Inst. Of The Future Of The Book**, 2011 .

19- شيرين محمد كدواني، مصداقية الإنترنت وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة أسيوط : كلية الآداب - قسم الإعلام، 2010) .

20- Davood Mehraki, Muhamed Sham Shakat Ali & Musa Abu Hassan (2010), Research Attention To The Credibility Of Information Sources, **Media Ethics**, Spring, Vol.21, No.2.

21- Guy Golan (2010), New Perspectives On Media Credibility Research, Available At: [Http://Abs.Sagepub.Com](http://Abs.Sagepub.Com).

22- Wogalter, Michael S. & Mayhron, Christopher B, **Trusting The Internet : Cues Affecting Perceived Credibility “**, **International Journal Of Technology And Human Interaction**, Vol 4, Issue 1, 2009, Pp 75-93 . Available At : Www.lgi-Global.Com/Articles/Details.Asp?Id=7689 .

(Choi, J.H. & Others, 2006)⁽²³⁾ التعرف على تقييم الجمهور الأمريكي لمصداقية شبكة الإنترنت كمصدر لأخبار الحرب في العراق في ضوء نظرية تأثير الإعلام العدائي لبحث مدى تقييم معارضي الحرب لمصداقية شبكة الإنترنت مقارنة بالمحايدين والمؤيدين للحرب.

التعليق على الدراسات السابقة:

- يتبين عدم تعرض جملة الدراسات السابقة لموضوع فوضى المعلومات بشكل مباشر وتأثيرها على مصداقية الشبكات الاجتماعية، فضلاً عن عدم تعرض أي منها لاستكشاف علاقتها وتأثيراتها على فوضى المعلومات، ومن هنا تأتي الدراسة الحالية للتعرف على واقع الظاهرة وتحليل أبعادها.
- ركزت الدراسات التي اهتمت بمصداقية شبكات التواصل الاجتماعية أن هناك أبعاداً أخرى للمصداقية بخلاف الأبعاد التقليدية المتمثلة في الخبرة والدقة وعدم التحيز، وتمثل تلك الأبعاد الجديدة في التفاعل والشفافية والحالية والسرعة في تغطية الأحداث والقضايا على رأس أبعاد المصداقية التي تميز شبكة الإنترنت لدى الجمهور، تلتها البعد الخاص بالحرية في ممارسة وظيفتها الإعلامية، ثم البعد الخاص بالعمق في تناول القضايا والاهتمام بالتفاصيل، ثم البعد الخاص بالعرض الكامل لمختلف جوانب الأحداث والموضوعات، ثم عدم التحيز وعرض الرأي والرأي الآخر.
- تتأثر مصداقية الموقع الإلكتروني بشكل كبير بشخصية مالكها، وأن هذه المصداقية يتم تعزيزها عندما يكون بمقدور الجمهور تقييم ونقد الوسيلة الإعلامية.
- تعد شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً لدى فئات الشباب في التعرف على الأخبار ومتابعة الأحداث مقارنة بوسائل الاتصال الحديثة الأخرى

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعني بدراسة الجمهور للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنهم، تمكن الباحثة من معرفة تأثير فوضى المعلومات على مصداقية شبكات التواصل الاجتماعية. وتستخدم الباحثة منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال المسح بالعينة على عينة عشوائية من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك - لينكدإن - تويتر)، وذلك لمحاولة تفسير طبيعة ظاهرة فوضى المعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي.

مجتمع الدراسة وعيناتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي على اختلاف نوعهم ومستوياتهم التعليمية والمهنية وفئاتهم العمرية، حيث تم ارسال رابط الاستمارة في رسالة خاصة على عدد كبير من المشتركين أصحاب الصفحات الشخصية أو نشر الرابط في المجموعات المتخصصة على شبكات التواصل الاجتماعي.

23-Choi, J.H. & Others, Perceptions Of News Credibility About The War In Iraq : Why War Opponents Perceived The Internet As The Most Credible Medium, **Journal Of Computer – Mediated Communication**, Vol 12, Issue 1, . Available At : <http://jcmc.indiana.edu/Vol12/Issue1/Choi.html>

واعتمدت الباحثة في سحب العينة على أسلوب العينة المتاحة، حيث يعتمد هذا الأسلوب بشكل أساسي على سحب الوحدات المتاحة الممثلة في خصائص مجتمع الدراسة، وبلغ قوامها بنحو (378) مفردة، وذلك خلال الفترة من 11 مايو - 10 أغسطس 2018.

2- التراث العلمي والنظري للدراسة:

أولاً: مفهوم فوضى المعلومات ونشأته

تعددت التعريفات العلمية التي تصف ظاهرة فوضى المعلومات، حيث عرفها البعض "فوضى chaos"، والبعض الآخر يصفها بأنها "تلوث pollution". ويرى البعض أن كلا المصطلحين يركزا على نفس المعنى. فالفوضى ما هي إلا نوع من التلوث، فالمشكلة الحقيقية ليست فقط في حجم المعلومات بقدر ما تتركز في الافتقار إلى المعلومة الصحيحة⁽²⁴⁾.

وتعرف فوضى المعلومات على أنها "تلوث إمدادات المعلومات بمعلومات ليست ذات صلة، أو معلومات زائدة عن الحاجة، أو معلومات غير مرغوب فيها، وذات قيمة منخفضة"⁽²⁵⁾، وأطلق عليه البعض "الضباب الدخاني للبيانات Data Smog" والذي يكون غير مقصود في بعض الأحيان⁽²⁶⁾. وبهذا تتضح خطورة انتشار المعلومات عديمة الفائدة وغير المرغوب فيها، والتي يمكن أن يكون لها أثارها السلبية على الأنشطة البشرية والذي يعتبر - بلا أدنى شك - واحدة من أخطر الآثار الضارة لثورة المعلومات.

وقد أشار Fontana, Giorgio في تعريفه للتلوث على خطورة كل من التلوث والفوضى المعلوماتية، حيث عرفه على أنه معلومات زائدة عن الحاجة، لا فائدة منها لكنها تلحق أضراراً بمستخدميها، وهذا النوع من التلوث لا يقل في خطورته عن مختلف أشكال التلوث⁽²⁷⁾. وتعرف فوضى المعلومات بأنها "وجود كم زائد من المعلومات Information Overload المقدمة إلى شخص ما في حالة ما، ينتج عنها قرارات خاطئة"⁽²⁸⁾. أي أنها "حمل زائد من المعلومات أو هو طغيان للمعلومات ناتج عن إدارة غير فاعلة للمعلومات ما يحدث بدوره نوعاً من الغموض والخلط ما يعيق بدوره عملية التعلم ويضعف من قدرة المستخدمين على اتخاذ قرارات مستنيرة"⁽²⁹⁾.

ومع التطور المتلاحق في تكنولوجيات المعلومات غدت النظرة لفوضى المعلومات التي جاءت كنتيجة لثورة المعلومات التي بدأت في الربع الأخير من القرن العشرين تعادل النظرة إلى "التلوث البيئي" الناتج عن الثورة الصناعية

(24) أحمد محمد. "تلوث البيئة المعلوماتية العربية 3000. 306. متاح في <http://thedailyomnivore.net/2012/06/21/information-pollution/>. (20/12/2017)

(25) ORMAN, L. "Fighting Information Pollution with Decision Support Systems." *Journal of Management Information Systems*. 1.2 (1984): 64-71

(26) Wax, Dustin M. Information Pollution Alert! Living with Data Smog. Available at: <http://www.lifehack.org/articles/lifestyle/information-pollution-alert-living-with-data-smog.html>. [10/12/2017].

(27) Fontana, Giorgio. Information pollution. Available at: <http://www.webtarget.com/en/open-target/138-information-pollution>. [9/12/2017].

(28) The Free Dictionary. Available online : <http://medicaldictionary.thefreedictionary.com/Information+pollution>.

(29) Kim, K., Lustria, M., Burke, D., & Kwon, N.. "Predictors of cancer information overload: findings from a national survey." *Information research*. 12.4 (October 2007).

السابقة عليها في القرنين الثامن والتاسع عشر⁽³⁰⁾. وقد ظهر مصطلح "فوضى المعلومات" مع مطلع عام 2003م عندما نشرت" جاكوب نيلسن" عددا من المقالات حول موضوع الفوضى المعلوماتية التي أصبحت واقعا ملموس يخيم على مجتمع المعلومات⁽³¹⁾.

أشكال فوضى المعلومات:

قد يتبادر في الذهن أن المعلومات الزائدة Information Overload هي الشكل الرئيسي في إحداث فوضى المعلومات، والتي تتجسد في البيئة الإلكترونية في أبسط أشكالها في رسائل غير مرغوبة تصل للبريد الوارد (32). هناك نوعان من تلوث المعلومات هما⁽³³⁾: التلوث المعنوي: هو شكل متعلق بالمعلومات بحد ذاتها، وإن كانت شبكة الإنترنت هي الوسيط الرئيس الحامل لتلك المعلومات في عصرنا الراهن، ذلك بما تتعرض له هذه المعلومات من أخطار التحريف والتزييف، وتنوع المصادر على الشبكة، والملوثات الكثيرة التي تؤثر في ثقافة وتربية المجتمعات والتغييرات التي طرأت على المفاهيم والقيم الإنسانية. والتلوث المادي: وهو يتعلق بذلك التلوث الناجم عن صناعة الحواسيب والأجهزة التكنولوجية والتي تؤدي إلى تخريب فعلي في البيئة الطبيعية للبشر، ويطلق عليه التلوث الإلكتروني " Electronic pollution، الناتج عن الإلكترونيات ومختلف الأجهزة التكنولوجية، والإشعاعات الناتجة عنها، والتي تجد طريقها إلى الإنسان متفاعلة معه ومع خلاياه العصبية مسببة له الكثير من الأمراض⁽³⁴⁾.

آثار فوضى المعلومات:

تتعدد آثار الفوضى في المعلومات الإلكترونية من تحرف للمعلومات وتعديل الصور الثابتة والمتحركة.. وغيرها⁽³⁵⁾، والتي تتمثل في ثلاث مستويات رئيسية هي: مستوى الأفراد، ومستوى المجتمعات، فضلا عن تأثيراتها المباشرة في قطاع الأعمال واقتصاديات الدول.

- مستوى الأفراد: تؤثر فوضى المعلومات في قدرة الأفراد على تقييم الخيارات واختيار الحلول المناسبة، فضلا عن إحداث نوع من القلق وعدم القدرة على اتخاذ القرارات. وتُعد المعلومات الزائدة هي أبرز أشكال هذه الفوضى⁽³⁶⁾.
- مستوى المجتمعات: فوضى المعلومات يمكن أن تُسبب فقدان الرؤية وخلل في القيم المجتمع⁽³⁷⁾؛ فضلا عن تأثيراتها المباشرة على هوية المجتمعات.

(30) BRAY, D.A. "Information Pollution, Knowledge Overload, Limited Attention Spans, and Our Responsibilities as IS Professionals." Global Information Technology Management Association (GITMA) World Conference. 2008.

(31) ETTNGER, M.B. "A, solution to the information pollution problem." Chemical Technology. 1.6 (1971): 330-331.

(32) Fontana, Giorgio. Information pollution. Op. cit.

(33) أحمد محمد. مرجع سابق.

(34) كمال شرقاوي غزالي. "التلوث الإلكتروني: التلوث الخفي القاهرة: البيئة المصرية العامة للكتاب، 2013م: ص 8-9.

(35) شريف كامل شاهين. "عشوائية المعلومات على الشبكة العنكبوتية (الويب). Cybrarian journal. ٢٢ (ديسمبر 2011). متاح في:

[http://www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com_content&view=article&id=601: 2011-12-01-22-02-06&catid=251: 2011-11-2821-18-27&Itemid=87]

(36) Managing Information. "In Focus: Managing the 'Information pollution'." Managing Information. 14.10 (2008): 10-12.

(37) ARTHUR, C. "Zen and the art of ignoring information." Information Society. 9.1 (1993): 51-60. (31 I).

- **مستوى الأعمال:** ويتعلق هذا المستوى بصنع القرار، حيث يؤدي الحمل الزائد للمعلومات إلى التوتر، وبالتالي اتخاذ قرارات غير فاعلة، بالإضافة إلى زيادة الوقت اللازم لتجهيز المعلومات والذي يترجم إلى فقدان في الإنتاجية⁽³⁸⁾. ومن أبرز الأسباب التي أدت إلى ظهور فوضى المعلومات Information Overload في⁽³⁹⁾:
- 1- فرض القيود على العمليات المعرفية: الكثير من المعلومات القادمة للمستفيدين، في ظل إدارة غير فاعلة للمعلومات، ما ينتج عنه إجهاد أو قلق، ينال من قدرة المستخدمين على اتخاذ قرارات مستنيرة⁽⁴⁰⁾. فالمستخدم أصبح غير قادر على الملاحظة، التحليل، المعرفة والفهم) للتعامل مع الكثير من المعلومات.
- 2- المعلومات ذات الجودة المنخفضة: فبعض المعلومات قد تكون غير جديرة بالثقة لأنها خاطئة أو منقوصة، وينطبق هذا الأمر بشكل خاص على شبكة الإنترنت، حيث يمكن للجميع وضع معلومات في أي وقت، أما في البيئة التقليدية فقد كانت هناك فلاتر ومرشحات للمعلومات متمثلة في: المحررين، والناشرين، والصحف، والنقاد، والمعلمين.. الخ، والتي لا تتوفر جميعها في بيئة الإنترنت. بالإضافة إلى وجود عدد قليل من الضوابط والضمانات على النشر. فالفوضى والتلوث المعلوماتي يكون في كثير من الأحيان بسبب المستوى المنخفض للمعلومات والتي لا يمكن الاعتماد عليها بأي حال.
- 3- اختيار المعلومات: يرجع نسبة إلى أهمية المعلومات؛ فعندما يتم اختيارها بشكل جيد، تكون صحيحة ومفهومة وذات قيمة، وإلا فستكون غير ذات فائدة وأهمية وغير ذات صلة باهتمام المستفيد، ومع ذلك فإن هذا المعيار يرتبط جوهرية بالمجتمع (الطبيعة الاجتماعية للمعلومات) ولا يشترط أهمية المعلومات في حد ذاتها.

ثانياً: الإنترنت وفوضى المعلومات:

لقد غدت شبكة الإنترنت أكبر مصدر للفوضى المعلوماتية⁽⁴¹⁾ فوفرة المعلومات تؤدي إلى فوضى عارمة للأشخاص الذين يعتقدون صحتها دون تدقيق، حيث أخذت الشبكة في الانتشار والاتساع ما خلق بدوره فيضاً من البيانات التي لا يمكن التأكد من مصداقيتها بسهولة، فالمغردون في twitter - على سبيل المثال - يأخذون الكثير من المعلومات ويعيدون إرسالها، دون أن يفهموا فحواها وتأثيرها في المجتمع، ما يخلق حالة مضطربة في المعلومة المرسله⁽⁴²⁾.

وتتمثل الفوضى المعلوماتية الإلكترونية في إدخال بيانات خاطئة أو غير ضرورية في البيئة التي تسبب عدم الاستقرار والاضطراب، مما ينتج عنه إزعاج للنظام البيئي. ويمكن تحديد المصادر المحتملة لتلوث البيانات أثناء جميع مراحل دورة حياة البيانات. فالبيانات غير الضرورية عندما تترك المنظمة متجهة إلى أطراف ثالثة في أي شكل فهي تلوث معلومات، والبيانات المماثلة التي تبقى ضمن بيانات المنظمة تعد بيانات سامة في جوهرها، وكلاهما تصبح خطر على المجتمع. كما أن مشاركة المعلومات لها دور في فوضى المعلومات والتي تتخذ عدة أشكال منها: معلومات مشتركة من قبل الأفراد: مثل الأخبار أو الفيديوهات المشتركة في الفيسبوك أو YouTube، ومعلومات مشتركة من قبل

(38) Managing information. Op. cit.

(39) Cristiano Castelfranchi. "Information Agents: The Social Nature of Information and the Role of Trust." Cooperative Information Agents V: Lecture Notes in Computer Science. 2182. 2001: 208-210.

(40) Kim, K., Lustria, M., Burke, D., & Kwon, N. op. cit.

(41) NIELSEN, JAKOB. "Information Pollution.". Available at : <http://www.nngroup.com/articles/information-pollution>.

(42) ظاعن شاهين. مرجع سابق.

المنظمات مثل: تغذية RSS⁽⁴³⁾. وتبقى النقطة الأهم في مشاركة المعلومات، وهي الثقة فيمن يتم التعليق عليه أو مشاركة المعلومات، وقيمة المعلومات التي تتم مشاركتها، والجهد المبذول لإتمام عملية مشاركة المعلومات بشكل صحيح، والفوائد المتوقعة من عملية المشاركة. لذا ينبغي أن يحدد معيار لكيفية تحديد البيانات ذات الصلة والقابلة للتبادل، فتقاسم الكثير من المعلومات يمكن أن يكون سيئا وبالمثل تبادل القليل منها، ما لم يتم تضمين طريقة مناسبة لتصفية البيانات وفلترتها. ولو نظرنا إلى المعلومات من منطلق الفائدة الرئيسية من المشاركة، يجب أن يكون هناك طريقة للتمييز بين الأولويات، فهناك معلومات ذات أولوية مرتفعة "العمل الآن" وأخرى منخفضة "قابلة للتأجيل"⁽⁴⁴⁾.

وتعد جودة المعلومات ميزة مضافة للمعلومات وطريقة لتصنيف احتياجات المعلومات نفسها. وتستخدم هذه الأبعاد لقياس نوعية المعلومات وإدارتها، فمن أجل تحسين جودة المعلومات، يجب أن تكون هناك وسيلة لقياس هذه الجودة، وكذا قياس الأبعاد التي تعالج الحاجة بشكل أفضل، تلك الأبعاد المعرفية المستمدة من الخبرة والتي تعد أكثر جدوى في حدود القيود المعتادة لمعظم الشركات⁽⁴⁵⁾.

ثالثاً: النموذج البنائي كمدخل نظري:

اعتمدت الدراسة بشكل أساسي على النموذج البنائي لمستويات المصادقية كمدخل نظري للبحث، حيث يمثل ذلك النموذج تحولاً من دراسة المصادقية بوصفها متغيراً أحاديًا ومنفردًا عن غيره من المتغيرات إلى متغير متعدد الأبعاد ويرتبط بمكونات العملية الاتصالية وعناصرها ومتغيراتها المختلفة، ويعتبر المدخل الفردي أحد النماذج التي يطرحها النموذج البنائي لمستويات المصادقية وذلك في إطار تحديث بحوث المصادقية:

المدخل الفردي The Individual Approach: يركز في هذا المدخل على الخبرات الشخصية للفرد ومدى تأثيرها في تقييمه لمصادقية وسائل الإعلام، ولا يتوقف الحكم بمصادقية الوسيلة الإعلامية على هذه الخبرات، بل الحكم أيضًا بمدى مصادقية ما يبث أو ينشر داخل تلك الوسيلة من أخبار.

ويشير Wolfgang Schweiger إلى أن الفرد يعتقد بمصادقية وسيلة ما (عالية- منخفضة)، إلا أنه يصعب تفسير هذا الاعتقاد بشكل محدد، فهناك فرق بين تقييمات المصادقية المبنية على الخبرة الشخصية للفرد والصورة الذهنية لوسيلة ما، حيث يتحدد تعامل الفرد مع وسائل الإعلام وفق تصوراته الخاصة المبنية على حسه الشخصي (خبراته) تجاه تلك الوسائل ومضامينها⁽⁴⁶⁾. كما تشير Naila Hamdy إلى أن تقييم الجمهور لمصادقية الرسالة الإعلامية تتأثر بأرائهم الشخصية حول الموضوع الذي يتناوله المصدر قبل أن تبدأ عملية الاتصال نفسها، كذلك تتأثر تقييمات المصادقية بوسائل الإعلام (صعودًا- هبوطًا) أثناء تغطيتها لبعض القضايا حسب خبرات الجمهور معها، فنجد أن الثقة تقل في وسائل الإعلام عندما تتصدى لقضايا خلافية⁽⁴⁷⁾.

(43) Constant, David, Sara Kiesler, and Lee Sproull. "What's mine is ours, or is it? A study of attitudes about information sharing." *Information Systems Research* 5.4 (1994): 400-421.

(44) Harrison T, John. "Trusted Information Sharing." Session Enhancing citizen's confidence in infrastructures. Crete. Greece. 14-18 September 2009.: [http://www.nis-summer-school.eu/nis09/presentations/05online Available Harrison.pdf](http://www.nis-summer-school.eu/nis09/presentations/05online%20Available%20Harrison.pdf).

(45) McGilvray, Danette. "Executing data quality projects: Ten steps to quality data and trusted information (TM)." Morgan Kaufmann, 2010.

46- Wolfgang Schweiger, Media Credibility— Experience Or Image: A Survey On The Credibility Of The World Web In Germany In Comparison To Other Media, *European Journal Of Communication*, Vol 15, No1, 2000, P37–59

47-Hamdy, Naila, 2013, Media Credibility And Political Participation In Post-Revolution Egypt, **Op.Cit**.

مكونات النموذج البنائي لمستويات المصداقية:

يعد النموذج البنائي لمستويات المصداقية محصلة للمداخل البحثية الثلاثة التي ذكرناها، إذ ينطوي النموذج على عناصر ومتغيرات المدخل المؤسسي، المدخل التأثيري والمدخل الفردي في بحوث المصداقية، وي طرح النموذج البنائي أربعة مكونات رئيسة لمصداقية وسائل الإعلام على النحو التالي:

المكون الأول: المتغيرات السابقة: وهي التي تؤثر بدورها في مستويات المصداقية لدى الجماهير وتشتمل على التأثيرات الحكومية، التوجهات الأيديولوجية، السياسة التحريرية لوسائل الإعلام، ضغوط وروافد التمويل، فضلاً عن التحيزات السابقة لدى القائم بالاتصال وثقافته وكفاءته المهنية⁽⁴⁸⁾.

المكون الثاني: المتغيرات الوسيطة: وهي تلك المتغيرات التي تقوى أو تعوق تأثيرات المصداقية، وتتمثل في استخدامات الجمهور للإعلام، وتحيزاته وخبرته المسبقة، ومدى اعتماده على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات⁽⁴⁹⁾.

المكون الثالث: المتغيرات التابعة: وتتمثل هذه المتغيرات في الاستجابات المعرفية والوجدانية والسلوكية للجمهور حول ما تقدمه وسائل الإعلام من مضامين إلى جانب تقييماته الخاصة للمصداقية المدركة لتلك الوسائل.

المكون الرابع: مستويات المصداقية الست⁽⁵⁰⁾ وهو النموذج الذي يحوي بداخله العناصر والمتغيرات التي تساعدنا في تقييم المصداقية الخاصة بوسائل الإعلام ومن المفترض أن تقييمات المصداقية الخاصة بمستوى ما من هذه المستويات تتفاعل بقوة أو تبني على المستويات الأخرى في النموذج وترتبط هذه المستويات بالثقة المكونة لدى الجمهور عن القائمين بالإبصال من محررين ومذيعين ومقدمي البرامج وغيرهم، والقضايا والأحداث ومصادرها بالإضافة إلى التصديق العام لوسائل الإعلام.

أساليب القياس المنهجية The Measurement Techniques:

وتشتمل على نوعين من أنماط قياس المصداقية⁽⁵¹⁾:

الأول: نمط القياس النسبي The Relative Credibility لوسائل الإعلام المختلفة من حيث ثقة الجمهور فيها عند التعرض إلى معلومات متضاربة حول القضية المثارة بتلك الوسائل.

الثاني: نمط القياس المطلق أو المتعمق The Absolute Credibility ويتم على مرحلتين لقياس ثقة الجمهور في الوسيلة المعينة ففي المرحلة الأولى تكون من حيث عرضها للحقائق ونقل الأحداث بشكل صحيح، والمرحلة الثانية: تقييم هذه الوسائل - القنوات - والممارسات الإعلامية بداخلها.

وهناك أربعة مستويات تنبؤية لقياس مصداقية وسائل الإعلام تتمثل في⁽⁵²⁾: مصداقية وسائل الإعلام المختلفة، ومصداقية وسائل الإعلام في ضوء مكونات المصداقية المرتبطة بعناصر العملية الاتصالية، والتميز بين وسائل الإعلام من خلال إجراء مقارنة ما بين الوسائل التقليدية والحديثة، وما طرحه من مضامين إخبارية من وجهة نظر الجمهور وثقة الأفراد في تلك الوسائل، أما المستوى الأخير يتمثل في قياس إدراك الجمهور لمصداقية المعلومات الإخبارية التي تنشرها الوسيلة.

48- خالد صلاح الدين حسن علي (2006)، مرجع سابق، ص 17 .

49- B.J.Fogg & Others, "How Do People Evaluate A Website's Credibility ? : Results From A Large Study", Persuasive Technology Lab, Stanford University, 2003, P53, www.consumerwebwatch.org/pdfs/stanfordp1.pdf

50- Wolfgang Schweiger, 2000, Op.Cit, P 39 .

51- Wolfgang Schweiger, 2000, Op.Cit, P 43 .

52- خالد صلاح الدين حسن علي (2006)، مرجع سابق، ص 139 .

3. الدراسة الميدانية:

خصائص عينة الدراسة:

تم الحصول على إجابات المبحوثين من خلال استمارة استبيان إلكترونية، تم إرسال رابطها إلى أعداد هائلة من المشتركين الذين يمتلكون حسابات شخصية على عدد من الشبكات الاجتماعية facebook و linkedin و twitter. كما اعتمدت الدراسة على رصد نماذج واقعية لحالة الفوضى في تلك الشبكات.

جدول رقم (1) يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغيرات الديموجرافية	الفئات	العدد	النسبة
النوع	ذكر	210	55.3
	أنثى	168	44.7
	الإجمالي	378	%100
السن	أقل من 20 عاماً	2	0.6
	من 20 - 40 عاماً	143	37.8
	أكثر من 40 - 60 عاماً	203	53.7
	أكثر من 60 عاماً	30	7.9
	الإجمالي	378	%100
المستوى التعليمي	مؤهل فوق الجامعي (ماجستير/دكتوراه)	101	26.7
	مؤهل جامعي	249	65.8
	ثانوي/متوسط	28	7.5
	أقل من ثانوي	-	-
	الإجمالي	378	%100
المهنة	طالب بالمرحلة الجامعة الأولى	57	15
	باحث دراسات عليا	71	18.8
	المهن التعليمية	63	16.6
	موظف حكومي	86	22.7
	قطاع أعمال	67	17.7
	ربة منزل/ لا يعمل	24	6.4
	الإجمالي	378	%100

يتبين من بيانات الجدول رقم (1) ما يلي:

- بالنسبة لمتغير النوع: تمثل نسبة الذكور 55.3% من إجمالي العينة، مقابل 44.7% للإناث؛ وقد يعكس ذلك اهتمام الذكور عن الإناث بمواقع الشبكات الاجتماعية.
- أما متغير العمر: جاءت أغلب عينة الدراسة من المنتمين للفئة العمرية من 20- أقل من 40 عاماً بواقع (53.7%)، يليه من الفئة العمرية أكبر من 40-60 عاماً بنسبة (37.8%). كما تبين انخفاض نسبة كبار السن ممن ينتمون للفئة العمرية (أكثر من 60 عاماً) بنسبة (7.9%)، وكذلك صغار السن (أقل من 20 عاماً)، حيث

جاءت نسبتهم (0.6%) من إجمالي العينة، وقد يدل ذلك على مدى اهتمام الشريحة العمرية المتوسطة (20-60 عاماً) بمواقع التواصل الاجتماعية.

- انتمت غالبية عينة الدراسة إلى شريحة المؤهلات الجامعية بواقع 65.4% من إجمالي العينة. أما بالنسبة للمهنة فتبين أن غالبية العينة هم من العاملين بالمهن التعليمية والقطاع الحكومي يليه الباحثين، فيما كانت أدنى الفئات المهنية على الإطلاق هم طلاب المرحلة الجامعية الأولى. وربما تعكس الطبيعة المهنية للعينة مدى اهتمامها بقضية المعلومات.

أدوات جمع البيانات:

تم تصميم استمارة استبيان إلكترونية لجمع البيانات تقيس الأبعاد والمتغيرات المختلفة للدراسة، وذلك في ضوء المشكلة البحثية والهدف من الدراسة، فضلاً عن تساؤلات الدراسة.

اختبار الصدق والثبات:

تم تصميم استمارة استبيان، ثم عرضها على مجموعة من المحكمين في هذا المجال حيث أبدوا مجموعة من الملاحظات وتم إجراء التعديلات اللازمة بناءً على هذه الملاحظات، حيث تم إجراء اختبار قبلي على عينة قوامها 37 مفردة تمثل حوال (10%) من حجم العينة، وتم إجراء التعديلات. أما إجراء الثبات فتم إعادة الاختبار على 10% من المبحوثين، وتم إعادة ملء الاستمارات بعد أسبوعين من التطبيق الأول، وبلغ معامل الثبات بنحو (93.1%)؛ وهو ما يدل على وجود اتساق عالٍ بين إجابات المبحوثين.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

استخدمت الباحثة عدد من المعاملات الإحصائية باستخدام برنامج Spss للحصول على نتائج الدراسة واختبار صحة الفروض وهي: اختبار كا²، ومعامل أنوفا ANOVA، ومعامل الارتباط بيرسون.

4- نتائج الدراسة:

- 1- امتلاك أجهزة متنقلة تمكن من الدخول إلى الإنترنت: تبين أن أغلب عينة الدراسة تمتلك أجهزة تليفونات محمولة ذكية، حيث جاءت بنسبة (88.2%)، مقابل (11.8%) من العينة غير ممتلكة لأجهزة هواتف ذكية تمكنها من الدخول للإنترنت حيث تعتمد على أجهزة الحاسب الشخصي، وتعكس هذه النتيجة مدى انتشار تكنولوجيا الهواتف الذكية والتي ربما كانت سبباً رئيساً في زيادة استخدام الشبكات الاجتماعية.
- 2- معدل استخدام شبكة الإنترنت: تبين أن الاستخدام اليومي كان أكثر معدلات استخدام شبكة الإنترنت من قبل عينة الدراسة بواقع 90.4%، يليه الاستخدام المتعدد في الأسبوع الواحد بواقع 7.2% من إجمالي العينة، في حين تدني انخفاض معدلات الاستخدام الشهري للإنترنت بواقع (0.4%)؛ مما يعكس كثافة معدلات استخدام شبكة الإنترنت بوجه عام.
- 3- امتلاك حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي: أظهرت النتائج أن (98.2%) من المبحوثين يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، مقابل (1.8%) لم يمتلكوا حسابات عليها، وهو ما يؤكد مدى انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين العامة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة "على عقله نجادات"

من أن حوالي ثلثي عينة الدراسة من المبحوثات العاملات في الجامعة يمتلكن حسابات على شبكة " فيسبوك"، مما يؤكد على أهمية تلك المواقع في حياتهن⁽⁵³⁾.

4- الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداماً: كشفت النتائج أن موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً وذلك بنسبة (66.3%)، يليه "تويتر" بنسبة (19.9%) ثم "يوتيوب" بنسبة (13.5%) في حين تدني استخدام شبكة لينكدان " و"ماي سبيس" بنسبة (1.2%) لكل منهما. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج العديد من الدراسات التي أكدت على أن "فيسبوك" هو أكثر المواقع استخداماً على مستوى العالم. كما أشارت الإحصاءات أن شبكات "فيسبوك" ويوتيوب وجوجل بلس وتويتر" أكثر الشبكات التي تهيمن على (70%) من ملكية حسابات وانتشاراً بين الجمهور⁽⁵⁴⁾. وقد تصدرت مصر المنطقة العربية بواقع ١٢ مليون مشترك، تليها المملكة العربية السعودية بواقع 5.9 مليون مشترك.

5- معدل استخدام الشبكات الاجتماعية: وفيما يتعلق بمعدل، فقد كان الاستخدام اليومي أعلى معدل لاستخدام الشبكات بنسبة (89.8%) من عينة الدراسة، يليه الاستخدام المتعدد في الأسبوعي بواقع (11.2%)، في حين انعدم الاستخدام بمعدل مرة شهرياً، وهو ما يفسر ارتفاع معدل استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية والتي أصبحت واقعا ملوس.

6- طبيعة الأنشطة على الشبكات الاجتماعية: تنوعت الأنشطة التي يقوم بها المبحوثون على شبكات التواصل الاجتماعية؛ فبرز التعليق على الأخبار أو المنشور بنسبة (25.7%) من إجمالي الأنشطة، يليه مشاركة الأخبار أو الصور أو المنشور الذي ينشره الأصدقاء وذلك بنسبة (21.3%)، في حين جاء الإعجاب بنسبة (18.6%) بينما جاء "إرسال رسائل للأصدقاء" بواقع (13.5%)، أما تحديث الحالة أو التدوين بنسبة (11.1%)، والردشة بنسبة (5.3%)، تحميل وسائط بنسبة (2.4%)، وتمثلت فئة أخرى في التطبيقات والألعاب بنسبة (2.1%)، وتعكس هذه النتائج أن غالبية المستخدمين - عينة الدراسة - لا يفضلون تحديث حالتهم على المواقع الاجتماعية، بينما يرغبون في الاطلاع على الأخبار والصور والتعليق عليها ومشاركة الصور، وهو ما يعكس مدى تأثير فوضى المعلومات على المستخدم الذي تبين أنه أكثر مطالعة لما ينشره الآخرين من تحديث حالته الشخصية.

7- مدى الاستفادة من الشبكات الاجتماعية: تبين أن أكثر من ثلثي عينة الدراسة يرون أن الشبكات الاجتماعية أفادتهم، مقابل يرى ثلث العينة أنهم استفادوا إلى حد ما من الشبكات الاجتماعية، بينما لم انعدم عدم الاستفادة من الشبكات. وتؤكد هذه النتيجة مدى أهمية الشبكات الاجتماعية في حياتنا بصفة عامة، حيث يبرز مدى أهمية هذه الشبكات من واقع معدلات الاستفادة المرتفعة.

8- دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية: تعددت دوافع المبحوثين في استخدام الشبكات الاجتماعية؛ إذ أظهرت النتائج أن دافع "مطالعة الأخبار بشكل فوري" جاء في مقدمة دوافع المبحوثين بنسبة (26.8%)، يليه التعرف على اتجاهات الرأي العام تجاه القضايا المحلية والعربية والدولية بنسبة (19.7%)، ثم جاء تلبية الاحتياجات المعرفية بنسبة (15.5%)، ثم الاتصال الدائم بالإنترنت بنسبة (14.2%)، في حين جاءت التسلية والترفيه في

(53) على عقلة نجادات. استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشباع المتحققة منه : دراسة مسحية على عينة من جامعة اليرموك "المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية. ٣. ١٢. ٢٠١٢ م : ص ١٨.

See(54):

- <http://www.jeffbullas.com/2013/09/20/12-awesome-social-mediafacts-and-statistics-for-2013>. [3/3/2018].

-<http://www.marketingcharts.com/wp/updates/top-10-social-networking-websites-forums-january-2014-398521>. [3/3/2018].

المرتبة الخامسة بنسبة (10.2%)، وجاء البحث العلمي بنسبة (9.2%)، أما فئة أخرى فتمثلت في تكوين علاقات افتراضية بنسبة (4.6%)، وتعكس هذه النتائج إلى طبيعة الوقت الراهن وتطورات الأحداث بشكل سريع؛ مما يؤكد على أهمية المعلومات الموجودة عليها، وضرورة محاربة حالة فوضى المعلومات في تلك الشبكات. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة نرمن خضر والتي أظهرت أن دوافع التسلية والترفيه جاءت في مقدمة دوافع استخدام طلاب الجامعات المصرية لموقع "فيسبوك"⁽⁵⁵⁾.

9- الثقة في المعلومات على الشبكات الاجتماعية: أظهرت النتائج أن (89.7%) من عينة الدراسة يرون أن يثقوا في المعلومات المقدمة على شبكات التواصل الاجتماعية إلى حد ما، في حين جاءت نسبة المبحوثين الذين لم يثقوا في كل ما ينشر على مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل مطلق، وذلك بنسبة (6.4%)، وتدني معدل الثقة بشكل مطلق في المعلومات بنسبة (3.9%)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مسحية أجريت عام 2009 والتي أظهرت أن زيادة ثقة مستخدمي الإنترنت في الشبكات الاجتماعية عن أولئك الذين لم يستخدموا الإنترنت، وهو ما يعكس حالة فوضى المعلومات المنشورة على الشبكات الاجتماعية⁽⁵⁶⁾.

10- الشعور بفوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية: أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف عينة الدراسة تشعر بوجود فوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية وذلك بنسبة (56.4%)، في حين يرى (41.6%) أنهم يشعرون بفوضى المعلومات إلى حد ما، وتدنت نسبة من رأوا أن المعلومات على الشبكات الاجتماعية لا تحمل أي شكل من أشكال الفوضى وذلك بنسبة (2%)، وقد يرجع ذلك إلى كثرة الحسابات الموجودة على الشبكات وزيادة المعلومات مجهولة المصدر، فضلاً عن غياب الرقابة على ما ينشر من معلومات على تلك الشبكات.

11- تعددت أشكال فوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية منها: المعلومات مجهولة المصدر، وانتهاكات الخصوصية، وانتهاك حقوق الملكية الفكرية وحقوق الناشرين، انتشار المعلومات المزيفة والمتناقضة، صناعة ونشر الفيروسات والاختراقات وتعطيل الأجهزة، وتعدد الحسابات الشخصية أو المؤسسية. فقد جاء وجود آراء متضاربة وكاذبة أحياناً أبرز أشكال الفوضى بواقع (14.8%)، يليه وجود معلومات وأخبار خاطئة بنسبة (13.3%)، وشيوع أفكار ذات توجهات خاصة بنسبة (12.1%)، والاستخدام السيء من قبل المستخدمين بواقع 11.5%، 9.8%، 9.5% على الترتيب، فيما جاء بعدها وجود آراء منسوبة لغير مصدرها بنسبة (11.7%)، وانتشار أخبار مجهولة المصدر بنسبة (11.4%)، انتشار ظاهرة الأسماء المستعارة شخصية أو مؤسسية بنسبة (10.6%)، وجود حسابات متعددة لشخص واحد أو مؤسسة واحدة بنسبة (9.7%)، بينما جاء انتهاك الخصوصية وحقوق الملكية الفكرية بنسبة (9.1%)، والتضخم الشديد في حجم المعلومات بنسبة (6.3%)، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة المرحلة السياسية التي تمر بها الدول العربي، والتي أثرت على طبيعة اهتمام الجمهور التي تتركز في مطالعة الأخبار والمعلومات.

12- تأثيرات فوضى المعلومات الناجمة عن الشبكات الاجتماعية والتي تمثلت في ضياع الوقت في متابعة العديد من المعلومات غير الدقيقة كانت أهم هذه التأثيرات من وجهة نظر المستفيدين وذلك بواقع 44 مشاركة، يليه التسويق لأفكار خاطئة ومخالفة لتوجهات المجتمع، وبناء ثقافة معلوماتية هشة لأفراد المجتمع، والتشويش الذهني للجمهور، والتعدي على حقوق الملكية وانتهاك الخصوصية، التأثير المباشر في اتخاذ القرارات، وانتشار

(55) نرمن زكريا خضر. الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على موقع الفيسبوك. مؤتمر كلية الإعلام، جامعة القاهرة بالتعاون مع مركز الدراسات المعرفية تحت عنوان: الأسرة والإعلام وتحديات العصر. القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة، ١٠-١٧ فبراير ٢٠٠٩ م.

(56) Trends based on the September Tracking 2009 survey, conducted August 18-September 14, 2009 (N=2253)

ظاهرة الجرائم الإلكترونية. ويعكس ذلك أهمية هذه الشبكات في التأثير على جودة المعلومات المنشورة عليها، ومدى التأثير الذي يمكن أن تحدثه في المجتمعات.

13- سبل الحد من فوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية: تكمن خطورة ظاهرة فوضى المعلومات في أنها شديدة الانتشار وتزايد أخطارها يوماً بعد يوم؛ مما يفرض بدوره حتمية استعداد مجتمع المعلومات لمواجهة هذا الخطر. وتعددت السبل المقترحة من المبحوثين - عينة الدراسة - للحد من ظاهرة فوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية وتمثلت في: الرقابة على المعلومات التي تنشر من حيث دقتها وصحتها ومصدرها، وشن القوانين والتشريعات لضبط فوضى المعلومات، وضع ميثاق أخلاقي يتحدد من خلاله ضوابط النشر على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، زيادة وعي المؤسسات المختلفة بضرورة إنشاء حسابات رسمية ونشر المعلومات على تلك الشبكات.

وخلصت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن الشبكات الاجتماعية أدخلت نموذجاً إيجابياً لتواصل الناس مع بعضهم ووصولهم على المعلومات، إلا أنها في الوقت نفسه أدخلت نوعاً من الفوضى المعلوماتية؛ لذا توصي الباحثة بما يلي:

- 1- ضرورة الاهتمام بسن تشريعات إعلامية وقوانين خاصة بالبيئة الإعلامية الجديدة لمواقع التواصل الاجتماعي - دون كبت الحريات - للحد من فوضى المعلومات وحماية الخصوصية، على أن يكون هناك ميثاق شرف أخلاقي لاستخدام الشبكات الاجتماعية.
- 2- التوعية بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي ومعايير النشر بها من خلال الدورات وورش العمل التي تعرف بطرق الاستخدام الأمثل لمثل هذه المواقع بما يساعد في تحجيم حالة الفوضى.
- 3- إجراء الدراسات الإعلامية حول فوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها على الفئات العمرية المختلفة في المجتمعات العربية.

قائمة المراجع:

أولاً/ المراجع بالعربية:

- أحمد، رحاب حمدي، مظاهر التغير اللغوي في العربية المتداولة على شبكة التواصل الاجتماعي (فيس بوك) دراسة تطبيقية في ضوء الدرس اللغوي الحديث. أطروحة ماجستير. جامعة القاهرة، كلية الآداب، قسم اللغة العربية، 2013م.
- أسعد، عمرو محمد". العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية: دراسة على موقعي الفيسبوك Facebook واليوتيوب Youtube. أطروحة ماجستير. جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2011م.
- خضر، نرmin زكريا". الأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على موقع الفيسبوك". مؤتمر كلية الاعلام، جامعة القاهرة بالتعاون مع مركز الدراسات المعرفية تحت عنوان: الأسرة والإعلام وتحديات العصر. القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة، ١٠-١٧ فبراير 2009م.
- شاهين، شريف كامل عشوائية المعلومات على الشبكة العنكبوتية (الويب). (Cybrarian journal. 27 ديسمبر 2011). [http: متاح في:

//www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com_content&view=article&id=601: 2011-12-01-22-02-06&catid=251: 2011-11-2821-18-27&Itemid=87]

- العمران، حمد بن ابراهيم، الفوضى والمعرفة المعلوماتية. (2017/5/11) متاح في <http://informatics.gov.sa/old/details.php?id=315> [.
- غزالي، كمال شرقاوي"، التلوث الإلكتروني: التلوث الخفي القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2013م.
- كدواني، شيرين محمد، مصداقية الإنترنت وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة أسيوط: كلية الآداب - قسم الإعلام، 2010).
- مجاهد، أماني جمال. "استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة." مجلة دراسات المعلومات. 8 (2010).
- محمد، أحمد محمد". تلوث البيئة المعلوماتية العربية 3000. 306، متاح في <http://thedailyomnivore.net/2012/06/21/information-pollution/>. (20/12/2017)
- محمود، سالي معي الدين محمد. "البحث الاجتماعي ودوره في استرجاع المعلومات علي شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة. أطروحة ماجستير. جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم المكتبات والمعلومات، 2013م.
- المدبولي، داليا إبراهيم، التماس المعلومات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمصداقية المضمون لدى دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد: 49، أكتوبر- ديسمبر 2014.
- موسى، شيرين علي، أساليب تصميم المحتوى الخبري على شبكة الإنترنت وعلاقتها بمصداقية المواقع الإخبارية لدى الجمهور، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة حلوان: كلية الآداب. قسم الإعلام، 2013).
- نجادات، علي عقله. استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشباع المتحققة منه: دراسة مسحية على عينة من جامعة اليرموك "المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية. 3. 2012م.

ثانياً/ المراجع بالإنجليزية

- Andaleeb, Syed Saad &Others. Credibility Of Tv News In Developing Country: The Case Of Bangladesh. Journalism & Mass Communication Quarterly; Vol.89 Issue, Spring 2012.
- Arab Social Media Report 2017, Social Media and the Internet of things; towards Data-Driven Policymaking in the Arab World. 7th Edition, 2017. Available at: <https://www.mbrsg.ae/getattachment/05534635-16f6-497a-b4a3-d06f061bda0b/Arab-Social-Media-Report-2017>. Retrieved in: Oct. 13, 2018.
- ARTHUR, C. "Zen and the art of ignoring information." Information Society. 9.1 (1993): 51-60. (31 I).
- Ault, Michael., Ness, Alisha., Taylor, William., Johnson, D., Connelly, Shane., Jensen, Matthew. and Dunbar, Norah. "Credibility Heuristics, Pre-Existing Attitudes, and Reactions to Messages on Ideological Websites" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 65th Annual Conference, Caribe Hilton, San Juan,, May 21, 2015, Online: http://citation.allacademic.com/meta/p978714_index.html.

- Brain Carroll & Randolph Richerdson, Identification, Transparence, Interactivity: Towards A New Paradigm For Credibility For Single- Voice Blogs, Inst. Of The Future Of The Book, 2011.
- BRAY, D.A. "Information Pollution, Knowledge Overload, Limited Attention Spans, and Our Responsibilities as IS Professionals." Global Information Technology Management Association (GITMA) World Conference. 2008.
- Choi, J.H. & Others, Perceptions Of News Credibility About The War In Iraq: Why War Opponents Perceived The Internet As The Most Credible Medium, Journal Of Computer – Mediated Communication, Vol 12, Issue 1, Available At: <Http://jcmc.Indiana.Edu/Vo112/Issuel/Choi.Html>.
- Constant, David, Sara Kiesler, and Lee Sproull. "What's mine is ours, or is it? A study of attitudes about information sharing. " Information Systems Research 5.4 (1994): 400-421.
- Cristiano, Castelfranchi. "Information Agents: The Social Nature of Information and the Role of Trust." Cooperative Information Agents V: Lecture Notes in Computer Science. 2182. 2001: 208-210.
- Davood Mehraki, Muhamed Sham Shakat Ali& Musa Abu Hassan (2010), Research Attention To The Credibility Of Information Sources, Media Ethics, Spring, Vol.21, No.2.
- Digital in 2017: Global overview, Jan. 2017. Available at: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>, Retrieved: Oct.13, 2018.
- ETTNGER, M.B. "A, solution to the information pollution problem." Chemical Technology. 1.6 (1971): 330-331.
- Flanagin, A.& Metzger, C.2013, Credibility And Digital Media, Cambridge, Mit Press.
- Fogg, B.J. & Others, How Do People Evaluate A Website's Credibility?: Results From A Large Study", Persuasive Technology Lab, Stanford University, 2003, P53, www.consumerwebwatch.org/pdfs/stanfordptl.pdf
- Fontana, Giorgio. Information pollution. Available at: <http://www.webtarget.com/en/open-target/138-information-pollution>. [9/12/2017].
- Fontana, Giorgio. Information pollution. Op. cit.
- Guy Golan & Sherry Backer (2012), Perceptions Of Media Trust And Credibility Among Morman College Students, J.Of Media And Religion, 11: 31-43, Taylor & Francies Group, Llc.
- Guy Golan (2010), New Perspectives On Media Credibility Research, Available At: <Http://Abs.Sagepub.Com>.
- Hamdy, Naila, 2013, Media Credibility And Political Participation In Post-Revolution Egypt, Op.Cit.
- Harrison T, John. "rusted Information Sharing." Session Enhancing citizen's confidence in infrastructures. Crete. Greece. 14-18 September 2009.: <http://www.nis-summer-school.eu/nis09/presentations/05online Available Harrison.pdf>.

- Hohmann, Daniela. "Social Media and Credibility: What Makes Political Posts on Facebook Credible Information to the User?" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Washington, DC, http://citation.allacademic.com/meta/p711892_index.html
- <http://www.jeffbullas.com/2013/09/20/12-awesome-social-mediafacts-and-statistics-for-2013-3/3/2018>.
- <http://www.marketingcharts.com/wp/updates/top-10-social-networking-websites-forums-january-2014-398521>. [3/3/2018].
- Internet World State Report, Internet Users in the World; Internet usage statistics, June 2018. Available at: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>, Retrieved: Oct. 13, 2018.
- Johan Jessen, Anker Helms Jorgensen, Aggregated Trustwor Thinness: Redefining Online Credibility Through Social Validation ; First Monday Journal(University Of Illinois At Chicago, Volume 17, Number 1-2 January 2012) Online At: [http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/ojs/index.php/fm/article/view/3731/3132\(25/2/2012\)](http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/ojs/index.php/fm/article/view/3731/3132(25/2/2012)).
- Kim, K., Lustria, M., Burke, D., & Kwon, N.. "Predictors of cancer information overload: findings from a national survey." Information research. 12.4 (October 2007).
- Managing Information. "In Focus: Managing the 'Information ollution'." Managing Information. 14.10 (2008): 10-12.)
- McGilvray, Danette. "Executing data quality projects: Ten steps to quality data and trusted information (TM)." Morgan Kaufmann, 2010.
- Mehrabi, Davood & Others, Components Of News Media Credibility Among Professional Administrative Staff In Malaysia China Media Research, Jan 2013, Vol. 9 Issue 1, P34-40.
- NIELSEN, JAKOB. "Information Pollution.". Available at: <http://www.nngroup.com/articles/information-pollution>.
- ORMAN, L. "Fighting Information Pollution with Decision Support Systems." Journal of Management Information Systems. 1.2 (1984): 64-71
- Regina Marchi: With Facebook, Blogs, & Fake News, Teens Reject Journalistic (Objectivity), Journal Of Communication Inquiry, USA, Rutgers University, July 2012.
- The Free Dictionary. Available online: <http://medicaldictionary.thefreedictionary.com/Information+pollution>.
- Trends based on the September Tracking 2009 survey, conducted August 18-September 14, 2009 (N=2253)

- Wax, Dustin M. Information Pollution Alert! Living with Data Smog. Available at: <http://www.lifehack.org/articles/lifestyle/information-pollution-alert-living-with-data-smog.html>. [10/12/2017].
- Williamson, Jeanine & Christopher Eaker, P.E.. "The Information Overload Scale." ASIST. Baltimore, MD, USA, October 28-31, 2012.
- Wogalter, Michael S. & Mayhron, Christopher B, "Trusting The Internet: Cues Affecting Perceived Credibility ", International Journal Of Technology And Human Interaction, Vol 4, Issue 1, 2009, Pp 75-93. Available At: [Www.igi-Global.Com/Articles/Details.Aspx?id=7689](http://www.igi-global.com/articles/details.asp?id=7689).
- Wolfgang Schweiger, Media Credibility— Experience Or Image: A Survey On The Credibility Of The World Web In Germany In Comparison To Other Media, European Journal Of Communication, Vol 15, No1, 2000, P37–59.

The Impact of Online Information Chaos on the Credibility of Social Networks:

A field Study on a Sample of the public of Social Network

Abstract: The study seeks to study the chaos of information on social networks, their impact on the credibility of these networks, the identification of forms of information chaos in the social networks, the degree of public confidence in the information they deal with, their sense of information chaos, Through social networking sites. The study was conducted on (378) individual subscribers of different social networks, "Facebook and LinkedIn and Twitter."

Results: One of the most important findings of the study is that more than half of the sample of the study feel the chaos of information on social networks, due to the large number of accounts on the networks and the increase of anonymous information, as well as the lack of control over the information published on those networks. There are also many forms of information chaos on social networks: anonymous information, privacy violations, infringement of intellectual property rights and rights of publishers, the proliferation of counterfeit and contradictory information, the manufacture and dissemination of viruses, breaches and disruption of devices, and multiple personal or institutional accounts.

The researcher recommends the need to pay attention to the enactment of media legislation and laws related to the new media environment for social networking sites to reduce the chaos of information and privacy protection, and to raise awareness of the importance of social networking sites and the Publishing Standards through courses and workshops to reduce the chaos.

Key words: Information Chaos, Social Networks, Credibility of Social Networks.
