## دراسة جديدة : واحد من بين كل عشرة مستخدمين لـ(فيسبوك) يتعرض للإهانة من أشخاص آخرين

■ لندن/ متابعات:

بيّنت دراسة جديدة أن واحداً من بين كل عشرة مستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) يتعرضون للمضايقة ويتلقون رسائل مسيئة ومهينة.

ويشير البحث الذي أجراه موقع (غلوبال ماركت إنسايت) إلى أن العديد من الأشخاص يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتوجيه رسائل عامة أو خاصة معادية ومسيئة.

ووفقاً للنتائج تبيّن أن واحداً من بين كل عشرة مستخدمين تعرض للإساءة من خلال رسائل مسيئة أو نشر عبارات مهينة على جدار صفحته الخاصة، أو إرسال تهديدات إلى ملفه الشخصي.

وترتفع النسبة لتصل إلى الربع لدى الفئة العمرية 18 - 24 سنة، وتنخفض إلى 16% لدى الذين تتراوح أعمارهم بين 25 - 34 سنة.

ويقول 61 % ممن شملهم الاستطلاع إن هذه الحوادث حصلت مرة أو مرتين، في ما أشار 8 % إلى أنهم يتلقون رسائل معادية مرة في الشهر، مقابل 3 % يتلقون هذا النوع من الرسائل بضع مرات في الشهر.

أما عبر (تويتر) فأظهرت الدراسة أن 5 % من المستخدمين يتلقون رسائل تهديد وإهانة أو إساءة، وهذا مرجح لأن نصف مستخدمي (تويتر) يستخدمون حسابهم لمتابعة أخبار الآخرين.

وقال رالف ريسك مدير التسويق في أوروبا: «في العالم الافتراضي لوسائل الإعلام الاجتماعية، يشعر الناس أن من السهل عليهم توجيه رسائل مهينة أو مسيئة للمستخدمين الآخرين. وتشير أبحاثنا إلى أن معظم مستخدمي (فيسبوك) قادرون على معالجة المشكلة بأنفسهم باستخدام التكنولوجيا المتقدمة وحظر حسابات المسيئين».

وأضاف: «قوة وسائل الإعلام الاجتماعية كانت دائماً الفرصة للاتصال والتفاعل بسهولة مع الأصدقاء والمجموعات، لكن من المهم أن توفر أيضاً القدرة على الحد من التعرض للإهانة أو إساءة المعاملة».

### الوهم على (تويتر): قلة يتحولون إلى آلاف ليصنعوا رأي الملايين

# جماعات تنشط على (تويتر) لتمرير رسائل سياسية ودينية باعتبارها موضع إجماع

■ لندن/ متابعات:

**كيف لقلة من الناس أن يوهموك بأنهم آلاف ويتحدثوا بصوت واحد حول فكرة ما ليصنعوا رأي الملايين؟ لم يكن ذلك متاحاً قبل انطلاق (تويتر). ويجد مستخدم (تويتر) حشوداً من التغريدات المجتمعة على موقف موحد - قد يخالف رأيه- حيال قضية معينة، فيعتبر إن هؤلاء أشخاص حقيقيون.. ثم يبدأ بمراجعة نفسه وزحزحة موقفه تجاه ما ظن أنه الرأي السائد وهذا هو الهدف.**

وفي خضم ما تمر به المنطقة العربية من اضطرابات وثورات وما لوحظ من دور كبير لمواقع التواصل الاجتماعي فيها، وجدت جماعات سياسية، لا سيما الإسلامية منها، في تويتر نافذة واسعة وفاعلة وسهلة في آن معاً لإيصال أفكارها إلى المستخدمين الذين هم في الغالب من فئة الشباب ويسهل التأثير عليهم.

وباتت المواقع الاجتماعية تحظى باهتمام كبير باعتبارها الشكل الأحدث من الإعلام في الوقت الراهن وانطلاقاً من مرونتها في الوصول إلى الهواتف النقالة وأجهزة الكمبيوتر المحمولة التي بدأت بالانتشار سريعاً في المنطقة العربية.

ففي السعودية مثلاً، أفادت دراسة بحثية نشرت مؤخراً بأن عدد الحسابات الوهمية الساعية إلى التأثير في الرأي العام السعودي تبلغ (6) آلاف حساب، في بلد يناهز عدد مستخدمي الانترنت فيه (16) مليون مستخدم.

وتقوم هذه الحسابات، وفقاً للباحث أسامة المحيا، بإغراق (الهاشتاغات) بتغريدات متتابعة ومتنوعة تدور حول فكرة واحدة واتجاه واحد، وإعادة تكرارها خلال اليوم والأسبوع من حسابات مختلفة ومتنوعة بإشراك عدد هائل من الحسابات الوهمية.

ويبدو أن العمل يتخذ طابعاً تنظيمياً، فيما يرى مراقبون انه أقرب إلى عمل الجماعات الإسلامية وخصوصاً الإخوان المسلمين الذين أسفرت أحداث الربيع العربي عن وصولهم إلى السلطة في أكثر من بلد.

وفي بلد مثل السعودية، تنشط جماعة الإخوان المسلمين منذ عقود ولكن دون غطاء سياسي حيث تحظر السلطات تشكيل الأحزاب والجماعات السياسية، إلا أن لها شيوخاً ومريدين يروجون لأفكارها على المواقع الالكترونية وخاصة الاجتماعية منها.

وبحسب ما يتيحه تويتر من حجم المشاركات، يكفي أن يضع المستخدم المنظم عدداً قليلاً من الكلمات التي تتوافق مع ما يريده تنظيمه دون أن يكون عليه البرهنة على صحة رأيه.

**ستة آلاف حساب وهمي تحاول صياغة الرأي العام في السعودية**

ويشير المحيا في دراسته إلى أن القائمين على الحسابات الوهمية صنفوها إلى مجموعات صغيرة بواقع ثلاثين حساباً للمجموعة، وهي ثلاثة أنواع: الأول حسابات مهمتها الريتويت (إعادة التغريد) فقط، ولا توجد لها أي تغريدة.

ويضيف قائلاً إن النوع الثاني هو حسابات تتجه للرأي العام وتدرج تغريدات إخبارية من حسابات إخبارية محددة لتعطيها زخماً ولتشتت الانتباه عن أنها حسابات وهمية تم إنشاؤها لتخدم قضايا معينة فقط.

أما النوع الثالث فهو عبارة عن حسابات مخصصة فقط للمشاركة في الهاشتاغات السعودية الساخنة.

ومع تنازع الأفكار حول موقف الدين من قضايا كثيرة متنوعة، تريد الحسابات الوهمية أن تقدم رأي القائمين عليها باعتباره الرأي الأوسع انتشاراً وربما وفقاً للقول المعروف (لا يجتمع الناس على باطل).

ورغم أنهم ليسوا ناساً بل أسماء وهمية، ففي المجتمعات العربية التي تدين عموماً بالإسلام، يمكن (العزف) أو (التغريد) على الوتر الديني تجاه الكثير من المسائل، بدءاً بلباس المرأة مثلاً إلى الحكم باسم الدين مروراً بالترويج لمرشحي الانتخابات.

وهكذا.. وبحسب الدراسة يحجم المغردون عن التغريد بآراء تخالف الرأي السائد، ويوهمهم ذلك بوجود توازن بين المؤيدين والمعارضين، فيخرج كثير من المغردين من (الهاشتاغ) كونه لا يناسب توجهاتهم فيتشتتون وينشئون (هاشتاغات) أخرى وهو أحد أهداف الإغراق.

وتنشئ هذه الحسابات الوهمية (هاشتاغات) في قضايا معينة وتغرد فيها بأعداد كبيرة لإشغال المغردين عن (هاشتاغات) تطرح قضايا أخرى قد تكون أهم أو أكثر إثارة للجدل.

أحمد عبد الوهاب

## نجوم في مواجهة حسابات مزيفة على مواقع التواصل الاجتماعي

مجرد صفحة تحمل اسم النجم وصورته، مع بعض الصور الخاصة بالأعمال الدرامية، وحدها كافية لتصبح حساباً معتمداً لأي نجم على مواقع التواصل الاجتماعي، لكنها تتسبب في العديد من الأحيان بنشر الإشاعات والأخبار المغلوطة، لاسيما عندما تنشأ من قبل معجب طائش.

والأسوأ ربما أن ضرر تلك الصفحات المزورة لا يقتصر على متابعيها فقط، بل يمتد إلى النجوم الذين تحمل أسماءهم، وذلك بسبب ما تنشره من أخبار مغلوطة، إضافة إلى قيام الكثير من المعجبين بمتابعة تلك الصفحات على اعتبار أنها الصفحات الرسمية للنجوم، وهو ما يسبب عددا من الأزمات أبرزها النصب في بعض الأحيان، ما دفع عددا من النجوم إلى المسارعة في اتخاذ خطوات حاسمة تجاه تلك الصفحات والحسابات التي لا تمثلهم بطرق مختلفة من أجل تجنب أضرارها.

### مكي يغني من أجل (فيسبوك)

الفنان المصري أحمد مكي كان له رأي خاص تجاه ما يحدث، وابتكار فريد من نوعه من أجل حسم موقفه تجاه موقع التواصل الاجتماعي «فيسبوك»، حيث فضل أن يصور فيديو كليب خصيصاً من أجل هذه المسألة، وذلك بعد أن قدم أغنية (فيسبوكي) للتأكيد على أنه لا يمتلك أي حسابات رسمية على موقع «فيسبوك» أو حتى صفحات تحمل اسمه.

وهي الأغنية التي لاقت إعجاب الكثيرين كما رحمت مكي من سيل الشائعات التي كانت تخرج عبر الصفحات التي تحمل اسمه، وكذلك الأخبار المغلوطة التي تخرج عبرها.

وأعلن مكي أنه لا يمتلك سوى موقع رسمي فقط على شبكة الإنترنت، وذلك من خلال الأغنية التي اعتبرت الفكرة الأولى من نوعها لمواجهة هذه الظاهرة.

أخبار دوت كم

## الآراء عبر (تويتر) لا تعكس الرأي العام

■ (سي.إن.إن)/ متابعات:

أصبح موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) مصدراً مهماً للأخبار ووجهات النظر بالنسبة للجميع، وللصحفيين بشكل خاص، ولكن المشكلة الوحيدة فيه، بحسب مركز (بيو) للأبحاث، أن الآراء التي ينشرها المغردون عليه لا تتماشى في الغالب مع الرأي العام.

ففي الدراسة التي أجراها المركز، تبيّن أن الآراء عبر (تويتر) قد تكون في بعض الأحيان ليبرالية، وقد تكون في الأحيان الأخرى أكثر محافظة، ولكنها في معظم الأوقات سلبية.

وقال التقرير وفقاً لموقع (سي.إن.إن): «بشكل عام، ردود الفعل تجاه الأحداث السياسية عبر (تويتر) تعكس مزيجاً بين خلفية المستخدم، ومدى قدرة الموضوع على جذب الاهتمام. وفي الوقت الذي يقدم فيه ذلك فكرة مثيرة حول التفاعل بين المجتمعات والموضوعات، لا يعكس ذلك بالضرورة الرأي العام الواسع».

وفي هذه الدراسة، ركز المركز على بعض الأحداث السياسية البارزة مثل: انتخابات الرئاسة الأمريكية 2012م، والمناظرة الرئاسية الأولى بين باراك أوباما وميت رومني، وعدد من الخطابات التي ألقاها الرئيس أوباما.

ويرى القائمون على الدراسة أن السبب الرئيسي وراء ذلك هو طبيعة مستخدمي (تويتر)، فقد أظهرت الدراسة أن أعمارهم أصغر من أعمار البالغين ممن يدلون برأيهم بشكل عام في الواقع، كما أن غالبيتهم يميلون نحو كفة الديمقراطيين،

وقد أوضح استطلاع أجري عام 2012م أن نصف البالغين ممن يقومون بنشر الأخبار عبر (تويتر) تقل أعمارهم عن الـ(30) مقارنة بـ(23) % من البالغين.

## توقعات بزيادة الإنفاق على تكنولوجيا المعلومات في الشرق الأوسط

■ واشنطن/ متابعات:

توقعت مؤسسة جارتنر للأبحاث أن يشهد حجم الإنفاق على تكنولوجيا المعلومات في الشرق الأوسط العام الجاري 2013م زيادة تبلغ 5.5 % عن العام الماضي.

وكشف رئيس قطاع الأبحاث بالمؤسسة بيتر سوندرجارد عن دراسة توقعت أن حجم الإنفاق على قطاع تكنولوجيا المعلومات في الشرق الأوسط سيصل إلى 192.9 مليار دولار أميركي.

وجاء عرض تلك الدراسة في ندوة عقدتها مؤسسة جارتنر وحضرها أكثر من (500) مشارك من الرؤساء التنفيذيين للشركات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات.

وأوضحت الدراسة التي قامت بها المؤسسة أن حجم الإنفاق على فئة الأجهزة بمنطقة الشرق الأوسط سيصل إلى 29.6 مليار دولار خلال العام الجاري، مسجلاً نسبة ارتفاع قدرها 7.7 ٪ عن عام 2012م.

وتعتقد جارتنر أن الهواتف المتحركة في فئة الأجهزة التي تشمل الهواتف المتحركة والأجهزة اللوحية وأجهزة الحاسوب المحمولة والطابعات، ستشهد نمواً في معدل الإنفاق يفوق 14 % عام 2013م الحالي، بينما ستزداد مبيعات الهواتف المتحركة بين 2013 و2016م بمعدل 64 % لتصل إلى 32.7 مليار دولار.

وتوقعت الدراسة أن أكثر القطاعات التي ستدعم زيادة الطلب على تكنولوجيا المعلومات العام الحالي هي قطاعات المصارف والهيئات الحكومية، خاصة بالدول الخليجية التي تسعى إلى تنمية ناتجها المحلي الإجمالي غير النفطي.

وأضافت أن من الفئات التي ستشهد طلباً بمنطقة الخليج أيضاً فئة تقنيات الاتصال، بسبب تزايد عدد السكان من شريحة الشباب بتلك المنطقة، أما بالنسبة لسوق خدمات الاتصالات بالشرق الأوسط فإنه سيواصل تصدره لأكبر أسواق الإنفاق ممثلاً 77 % من إجمالي الإنفاق على تكنولوجيا المعلومات بالمنطقة خلال عام 2013م.

ويعتقد محللو جارتنر أن نمو الإنفاق على خدمات الاتصالات سيتجاوز نسبة 5 % خلال العام مع وصول الإنفاق على الخدمات الصوتية عبر الهاتف المتحرك إلى 88.5 مليار دولار، وعلى خدمات البيانات عبر الهاتف المتحرك إلى 23.2 مليارا.

وحول حصة الإنفاق على البرمجيات التي تعد إحدى الفئات الأساسية بقطاع تكنولوجيا المعلومات، فترجح الدراسة أن ينمو الإنفاق على البرمجيات بالشرق الأوسط خلال 2013م بمعدل 7.1 %. وتوضح أن أكثر القطاعات طلباً للبرمجيات بالمنطقة هو الأمن وإدارتا التخزين وعلاقات العملاء.

### تفضيلات فيسبوك تظهر سماتك الشخصية

قضايا الخصوصية في عالم المواقع الإلكترونية لا تزال موضع نقاش عند الكثيرين، حيث أشارت دراسة أمريكية شملت نحو (60) ألفا من مستخدمي موقع فيسبوك إلى أن الضغط على زر الإعجاب أو ما يسمى لايك (LIKE) يساعد على جمع معلومات دقيقة عن المستخدم.

### إغراء الأطفال لدخول عالم البرمجة!

ينمو معظم الأطفال في أجزاء كثيرة من العالم محاطين بالتكنولوجيا على أنواعها. وبما أن العديد من المدارس لا تعلم الكثير عن البرمجة والتكنولوجيا، قرر موقع (Code.org) تقديم فيلم قصير يفسر ويوجه من خلاله الشباب والصغار ليصبح لديهم حدس عن هذا العالم.

حيث جمع هذا الفيديو معظم النجوم من الرجال والنساء، موضحاً كيف وصلوا إلى الترميز وسبب حبهم لعالم التكنولوجيا والبرمجة، وكانت أبرز الوجوه الموجودة هي بيل غيتس (الرئيس التنفيذي السابق والرئيس الحالي لمايكروسوفت) وغاب نيويل (الشريك المؤسس والعضو المنتدب لتطوير لعبة الفيديو والانترنت في شركة Valve للتوزيع) ومارك زوكربرغ (مخترع الفيسبوك)، إضافة إلى شخصيات أخرى مهمة..

### السيدات يغردن أكثر على تويتر والرجال يميلون أكثر للشكوى

وجدت دراسة حديثة حول استخدام موقع التدوين المصغر (تويتر) أن السيدات يغردن أكثر وإن كان الرجال هم الأكثر ميلاً للتعبير عن شكواهم.

كما أفادت دراسة حديثة بأن السيدات يتحدثن في تغريداتهن على (تويتر) عن الأمور الشخصية والتلفاز والبرامج والعمل، في حين تبين أن الرجال يكونوا أكثر ميلاً للتغريد عن الرياضة والألعاب والأخبار.

وحين يتعلق الأمر بالتغريدات ذات الصلة بالعلامات التجارية، فإن السيدات يكن أكثر ميلاً من الرجال لدخول المسابقات، في حين يكون الرجال أكثر ميلاً للتعبير عن شكواهم. وأشارت الدراسة التي شملت ألفاً من مستخدمي (تويتر) في بريطانيا إلى أن السيدات يغردن حوالي (15) مرة يومياً في المتوسط مقارنةً بـ(9) تحديثات يومياً للرجال.

وقال ادوارد كروك محلل لدى شركة براندووتش التي أشرفت على الدراسة :«لقد أظهرت العديد من الدراسات أن الرجال والسيدات يستخدمون لغة متشابهة على نحو متزايد على الإنترنت أكثر من الأوقات التي لا يكونون متصلين فيها بالشبكة العنكبوتية، ما أصابنا بالدهشة عند مشاهدة مثل هذه الاختلافات الواضحة في النتائج». وأضاف كروك: «ومع هذا يتضح أن الرجال والسيدات يناقشون موضوعات مختلفة على (تويتر) وأنهم يستخدمون كذلك لغة مختلفة في سبيل القيام بذلك».

وتبين بشكل عام كذلك أن التلفاز والأفلام هي الموضوعات التي تحظى بأعلى نسبة من التغريدات على الموقع، ثم تليهما بعد ذلك أخبار الرياضة والموسيقى والمشاهير.