

دليل أنير للتحقق من المحتوى الرقمي



الفهرس

1

المقدمة

2

المحور الأول: مكافحة اضطراب المعلومات

3

1. اضطراب المعلومات

1.1. المعلومات الخاطئة

1.2. المعلومات المضللة

1.3. المعلومات الضارة

8

2. نظرة عامة عن تدقيق المعلومات

1.2. نبذة تاريخية عن تدقيق المعلومات

2.2. الشك والسؤال

3. أمثلة عن أنواع المحتوى المتداول على الانترنت ومنصات التواصل الاجتماعي

12

1.3. محتوى ساخر

2.3. محتوى يتم مشاركته

3.3. محتوى إعلاني

4.3. محتوى رسمي

5.3. محتوى يعبر عن مواقف أو آراء شخصية

19

4. تدقيق المعلومات كمهنة

1.4. فصل الحياة العملية عن الحياة الشخصية

2.4. العمل تحت مبادئ موحدة

3.4. العمل ضمن فريق متنوع

23

المحور الثاني: الأدوات التقنية

25

1. الأدوات المفتوحة المصدر "OSINT"

26

2. محركات البحث

1.2. البحث المتقدم على محرك البحث جوجل "Google"

2.2. البحث المتقدم على فيسبوك "Facebook"

33

3. التحقق من المحتوى المرئي

3.1. التحقق من الصور

3.1.1. البحث العكسي عن الصور

3.1.1.1. محرك بحث جوجل "Google Image Search"

3.1.1.2. أداة "Tineye"

3.1.1.3. محرك بحث "Yandex Images"

3.1.1.4. محرك بحث "Bing"

3.2. التحقق من التلاعب في الصور

3.2.1. أداة "Forensically"

40

3.2. التحقق من مقاطع الفيديو

3.2.1. البحث عن مقاطع الفيديو باستخدام الكلمات المفتاحية

3.2.2. البحث عن الفيديو باستخدام منصة يوتيوب "Youtube"

3.2.3. البحث باستخدام صورة من فيديو

45

4. اثنان في واحد: أداة "InVid" للتحقق

47

5. بيانات الموقع الجغرافي

5.1. "Google Maps"

5.2. "Google Earth"

5.3. "NASA Earth Observatory"

5.4. "Wikimapia"

5.5. "Google Translate"

50

6. بيانات مواقع الويب

6.1. امتداد الدومين "Domain Extension"

6.2. أداة "ScamAdviser"

6.3. أدوات أخرى

55

7. التحقق من حسابات وسائل التواصل الاجتماعي "Social Media"

7.1. الحسابات الموثقة على فيسبوك وانستاجرام

7.2. الحسابات الموثقة على تويتر "X"

7.2.1. علامة التوثيق الزرقاء

7.2.2. علامة التوثيق الرمادية

7.2.3. علامة التوثيق الذهبية

3.7. صفحات رسمية غير موثقة

3.7.1. البحث عن الموقع الرسمي عبر محركات البحث

3.7.2. تحليل بيانات الموقع

3.7.3. زيارة الموقع

3.7.4. معايير شفافية الفيسبوك

3.7.4. "LinkedIn"

3.7.5. "WebMii"

66

8. خدمات أرشفة المواقع

8.1. أداة العودة بالزمن "Wayback Machine"

8.1.1. طريقة البحث عن نسخ مؤرشفة سابقاً

8.1.2. طريقة أرشفة منشور أو تغريدة للعودة لها لاحقاً أو لاستخدامها

كمرجع

70

الخاتمة

72

إخلاء طرف

73

عن أنير

74

سياسة استخدام دليل أنير للتحقق من المحتوى الرقمي

75

الهوامش

المقدمة

في عصر اليوم، لا يمكن لأي شخص باختلاف عمره، أو جنسه، أو خلفيته الثقافية، أن ينكر التأثير الواسع والعميق الذي تمتلكه وسائل التواصل الاجتماعي على حياتنا اليومية. إن الكثير من آرائنا وقراراتنا ورؤيتنا للحياة وكيفية التعامل معها هي نتيجة ما نطالعه يوميًا على هذه الوسائل. وقد عاصر كل منا على الأقل حدثًا عالميًا واحدًا، كان لوسائل التواصل الاجتماعي فيه دور مهم، فقد بنيت عليها ثورات، وانتشرت أيديولوجيات، وتغيرت سياسات.

في خضم هذا التدفق المستمر من المحتوى الرقمي، ينبغي على مستخدمي/ات هذه المنصات أن يعوا جيدًا الاحتمالية العالية لأن يكون بعض هذا المحتوى غير دقيق أو غير حقيقي. يمكن ببساطة تشبيه رحلتك اليومية خلال حساباتك على هذه المنصات، بنزهة في حقل ألغام، إن لم تكن حذرًا من خلال التحقق من مصداقية كل ما تقرأه أو تتلقاه، قد تكون العواقب جسيمة.

لهذا الهدف تم إعداد دليل أثير للتحقق من المحتوى الرقمي، ليكون مصدرًا مرجعيًا للتعرف على أنواع المحتوى والمنشورات المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكيفية التحقق من مصداقيتها باستخدام العديد من أدوات وآليات التحقق، بالإضافة إلى العديد من الأمثلة التي من شأنها أن تساعدك على فهم وتحليل أنواع المحتوى على الإنترنت، بهدف التحقق من الأخبار ومكافحة اضطراب المعلومات.

ينقسم هذا الدليل إلى محورين رئيسيين، يتطرق الأول إلى ماهية اضطراب المعلومات وتأثيراته المجتمعية ودور تحقيق المعلومات، ويتناول المحور الثاني الأدوات التقنية مفتوحة المصدر، وكيفية استخدامها في التحقق من المحتوى في الفضاء الرقمي.



1

مكافحة
اضطراب
المعلومات

مكافحة اضطراب المعلومات

1. اضطراب المعلومات

يوصف اضطراب المعلومات بأنه التأثير الناشئ من تداول ثلاثة أنماط رئيسية للمعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت. تؤثر هذه المعلومات بشكل سلبي على المجتمع، وتجتمع معاً لتكوين اضطراب يهدد السلامة العامة للأفراد، وفي العادة يزيد هذا التأثير في أوقات الأزمات والحروب والصراعات والتوتر السياسي.

• الأنماط الرئيسية الثلاثة لاضطراب المعلومات: [01]

اختلف المجتمع الأكاديمي على تعريف الأقسام الرئيسية لاضطراب المعلومات، حيث توجد العديد من التقسيمات لأنواع المعلومات التي تصنع تأثير اضطراب المعلومات. ولكن حسب منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة "اليونسكو" يمكن تقسيم هذه الأنماط إلى ثلاثة أنواع رئيسية:

1.1. المعلومات الخاطئة (Misinformation)

هي المعلومات الخاطئة التي يتم نشرها بدون عمد، والسبب أحياناً يعود لقلّة وعي المستخدمين/ات أو السرعة في نشر الأخبار.



هي معلومات خاطئة يتم نشرها بشكل متعمد، وأحياناً بأنماط ممنهجة بهدف الترويج لفكرة وتهميش أخرى، تنشط في العادة في أوقات الصراعات السياسية والانتخابات، وتهدف للتأثير على الرأي العام وتوجيهه.



أثناء فترة الانتخابات الأمريكية، روجت حملة تضليل ممنهجة بأن المرشحة لانتاب الرئيس كاميليا هاريس ليست من أصول سوداء، وذلك كوسيلة لتقليل الأصوات المؤيدة لها، بينما هي في الواقع تعتبر أمريكية سوداء لأم هندية وأب جمايكي.

هي معلومات صحيحة ويتم نشرها بشكل متعمد، ولكن بهدف تشويه سمعة، أو إلحاق الضرر النفسي، أو الجسدي بشخص، أو مؤسسة، أو دولة معينة، ومن أمثلة المعلومات الضارة خطاب الكراهية والتشهير وبعض أشكال التسيريات.



(مثال واضح على استغلال المعلومات الضارة بتجلى عندما تم تسريب رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بإيمانويل ماكرون قبل الانتخابات التمهيدية في السابع من مايو. هذه الرسائل الإلكترونية كانت حقيقية، ومع ذلك، تم تسريبها إلى الجمهور قبل ساعات قليلة من فرض حظر قانوني على أي تغطية انتخابية قبل بدء عملية التصويت. هذا التسريب كان هدفه تحقيق أقصى قدر من الضرر لحملة ماكرون.)

• اضطراب المعلومات والمجتمع [04]

لاضطراب المعلومات تأثير اجتماعي واسع وخطير يطال جميع الأصعدة في المجتمع، إذ يساهم في المساس بمجالات حيوية مثل الصحة، والاقتصاد، والسياسة. ويشكل تهديداً للأمن والسلامة العامة من خلال نشر الفتن وتأجيج الحروب، وخلق فوضى اجتماعية قد تؤثر على أساسيات الحياة مثل الكهرباء، والوقود، وأسعار السلع، وغيرها.

• لماذا يتم نشر المعلومات الخاطئة والمضللة والضارة؟ [05] [06] [07] [08]

يقف بشر مثلنا خلف نشر أي محتوى موجود على الإنترنت، ولهذا يمكن فهم الكثير حول ظاهرة اضطراب المعلومات ومكافحتها، من خلال فهم الأسباب والدوافع التي تجعل أي شخص ينشر محتوى غير دقيق.

تتعدد دوافع نشر المعلومات الخاطئة والمضللة والضارة، وتختلف حسب الأنماط المختلفة للمعلومات. قد يكون الهدف من نشرها هو الكسب المادي المباشر، أو الرقمي على شبكة الإنترنت، أو التأثير السياسي والاجتماعي، أو لأسباب النزاعات الثقافية والدينية، وغيرها.

• بعض الأسباب التي تدفع الأفراد أو الجهات إلى نشر معلومات غير دقيقة:

◀ الكسب المادي أو الرقمي:

تعتبر الرغبة في تحقيق الكسب المادي والرقمي من أهم الدوافع وراء نشر المعلومات غير الدقيقة. تستخدم هذه المعلومات لجذب الأفراد للتفاعل مع رابط أو إعلان معين، والحصول على عدد أكبر من النقرات والمشاهدات وبالتالي الإيرادات الإعلانية. ويستخدم المحتوى المضلل أيضًا للاحتيال على الأشخاص الباحثين عن معلومات محددة أو منتجات غالية الثمن، واستغلالهم، وقد تستخدم الشركات والمؤسسات المحتوى المضلل للترويج لمنتجاتها وزيادة المبيعات.

◀ التأثير السياسي والاجتماعي:

يُعتبر التأثير السياسي والاجتماعي من الدوافع المهمة لنشر المعلومات الخاطئة والمضللة، مثل تشويه سمعة الخصوم السياسيين خلال الحملات الانتخابية. أو للتأثير على آراء الناس وتوجيه الرأي العام نحو آراء معينة أو سياسات محددة.

◀ النزاعات الثقافية والدينية:

قد تنتشر المعلومات المضللة والضارة في سياق النزاعات الثقافية والدينية، بهدف التحريض على الكراهية وتعزيز الانقسامات، ودعم أيديولوجية على حساب أخرى، وجذب أنصار جدد لقضية معينة.

◀ الانتقام الشخصي والسياسي:

يُمكن للأفراد أو الجهات أن ينشروا معلومات ضارة ومضللة بهدف الانتقام من شخص معين أو دولة أو مؤسسة، وذلك لتشويه سمعتهم أو إلحاق الضرر النفسي أو الاقتصادي بهم.

◀ الأضرار الإجرامية والاحتياطية:

قد يُستخدم نشر المعلومات المضللة في عمليات احتيالية وأغراض إجرامية للحصول على معلومات شخصية حساسة أو تحقيق مكاسب غير مشروعة.

• التضليل صناعة

في عصر صناعة التضليل، تعد وسائل التواصل الاجتماعي بما يتيح من سهولة الوصول والانتشار، أداة محورية لنشر الأخبار الخاطئة والمعلومات المضللة، لا سيما مع تطور التكنولوجيا وتقنيات الذكاء الاصطناعي. حيث يمارس التضليل على هذه المنصات بشكل احترافي ومنظم، في صناعة منظمة تستغل مشاعر الناس وتلاعب بها.

تُقدم هذه الصناعة الاحترافية المعلومات الخاطئة بشكل مغرٍ وجذاب للجماهير، مستهدفةً الجانب العاطفي للأفراد، وتسعى لإثارة الغضب والخوف أو استدراج التعاطف والتأثير على المشاعر. تُعد هذه الاستراتيجيات فعالة في جذب انتباه المستخدمين/ات وتشجيعهم/ن على المشاركة ونشر المعلومات دون التحقق من صحتها.

• مكافحة اضطراب المعلومات [09]

بالرغم من أن السياسات العامة والعمل المؤسسي قد يساهم في التقليل من آثار اضطراب المعلومات، إلا أن أكبر وسيلة لمكافحة اضطراب المعلومات، تكون على مستوى الأفراد، فالوعي بأساليب التفكير النقدي والمعرفة بأساليب التحقق من المعلومات هي أفضل سلاح لمواجهة آثار اضطراب المعلومات.

وبعبارة أبسط، يمكن وضع قاعدة ذهبية كحجر أساس في مواجهة هذا التأثير، وهي:



عدم تصديق أي معلومة على شبكة الإنترنت عامةً أو مواقع التواصل الاجتماعي خاصةً إلا بعد التأكد من موثوقية المصدر، أو التحقق من المعلومة بشكل شخصي

2. نظرة عامة عن تدقيق المعلومات [105] [11]

تدقيق المعلومات أو التحقق من المعلومات "Fact-checking" هو عملية التحقق والتأكد من صحة المعلومات المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت، من خلال فحص مصداقية المصادر والتحقق من حقيقة المعلومات المنشورة، وذلك من قبل مؤسسات/مبادرات تدقيق المعلومات ومدققي/ات المعلومات "Fact-checkers" باتباع منهجيات وأدوات محددة لتحليل الادعاءات والوصول إلى نتيجة تسمح بتقييم الأخبار بناءً على صحتها أو عدم صحتها.

يهدف تدقيق المعلومات إلى تزويد الجمهور بمعلومات دقيقة وموثوقة، ومكافحة اضطراب المعلومات. وتعد هذه العملية جزءًا هامًا في بناء الثقة وتعزيز الوعي العام بين الناس حول صحة المعلومات التي يتلقونها ويشاركونها عبر الإنترنت.

1.2. نبذة تاريخية عن تدقيق المعلومات

تاريخيًا، كانت اعتمدت العديد وسائل الإعلام على تدقيق المعلومات قبل نشرها. كان الصحفيون/ات والمحررون/ات يقومون بفحص المعلومات والمصادر والتحقق من صحتها قبل نشرها في الصحف والمجلات والمنصات الإعلامية الأخرى.

ولكن مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت، أصبح من السهل على أي شخص نشر معلومات بسرعة وسهولة دون الحاجة إلى التحقق من صحتها. واحتلت قضية تدقيق المعلومات أهمية بالغة خلال الانتخابات الأمريكية عام 2016 ورواج مصطلح "الأخبار الكاذبة Fake news" في هذه الفترة، اتسع نطاق الأخبار الخاطئة والمضللة التي تأثرت بها الحملات الانتخابية والرأي العام الأمريكي. تم التحقق من صحة الكثير من هذه الأخبار وتبين أنها زائفة، مما أثر بشكل كبير على المشهدين السياسي والاجتماعي في الولايات المتحدة وحول العالم.

من جانب آخر، ومع بداية جائحة كوفيد-19، واجه العالم موجة كبيرة من المعلومات الخاطئة والمضللة حول فيروس كورونا المستجد، وكان من الضروري التحقق من صحة

هذه المعلومات قبل اتخاذ أي قرارات أو نشرها. انتشرت الشائعات والمعلومات الخاطئة بسرعة كبيرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وأدت إلى زيادة حالات الذعر والتشويش على الرأي العام.

من هنا، ازدادت الحاجة لمؤسسات ومبادرات تحقيق المعلومات، وذلك للتعامل مع التحديات المعاصرة لانتشار المعلومات الخاطئة والمضللة على نطاق واسع. تستخدم هذه المبادرات التكنولوجيا والأدوات المتطورة لفحص وتحليل المعلومات والتأكد من صحتها.

بلغة أبسط، يعد تحقيق المعلومات وسيلة هامة لتزويد الجمهور بمعلومات دقيقة وموثوقة والحد من اضطراب المعلومات وتعزيز الوعي العام.

2.2. الشك والسؤال [09] [12]

كما ذكرنا سابقاً في فقرة مكافحة اضطراب المعلومات، تظل الخطوة الأولى والأساسية في مكافحة اضطراب المعلومات هي عدم التسليم المطلق بصحة أي معلومة، والتشكيك في حقيقة أي معلومة في الفضاء الرقمي. ولكن للتشكيك بطريقة مدروسة، وللحصول على المعلومات الحقيقية في كل مرة، يجب علينا طرح الأسئلة المناسبة عند تعرضنا للمحتوى على الإنترنت.

1.2.2. ما هو مصدر المعلومة؟

يخبرنا التساؤل حول مصدر المعلومات الكثير حول مصداقيتها. وللتحقق من مصدر الخبر، يجب تذكر النقاط التالية:

• المصدر الموثوق هو الخيار الأكثر أماناً.

في حالة عدم التعرف على المصدر، أو في حالة كان المصدر غير مخول لنشر معلومات متخصصة، يجب أن نتحرى عن حقيقته ثم نتساءل "لماذا يتم نشر هذه المعلومات؟ وما النية وراء ذلك؟".

• إذا لم يكن هناك مصدر، ابحث/ي عنه.
إذا لم يكن هناك أي مصدر للمعلومة، يجب أن نبحث عن مصدرها سواء باستخدام طرق البحث عن الصور أو الكلمات المفتاحية أو غيرها.

• إذا لم تبدأ المعلومة صحيحة، احذر!
نلاحظ في العديد من المعلومات الخاطئة عدم احترافية صياغتها. حتى لو تم نشرها بطريقة تناول محاكاة المواقع الموثوقة أو على وسائل التواصل الاجتماعي. يكمن الفرق عادة بين الخبر الصحيح والمزيف في الدلائل الصغيرة مثل: روابط مزيفة، أخطاء إملائية، أو تنسيقات غريبة في وسائل التواصل الاجتماعي.

2.2.2. ما الذي ينقصها؟

يمكن نشر المعلومات المضللة من خلال نشر قصة غير متكاملة، أو أجزاء مقطوعة منها، لهذا يجب عند مطالعة الأخبار أن نتذكر التالي:

• الحصول على القصة كاملة، ليس فقط العنوان.
يمكن لنقرة واحدة أن تساعدنا على اكتشاف الأخبار الكاذبة. يجب علينا قراءة القصة بأكملها والانتباه إلى الصور والأرقام والاقتراس والاقتراسات التي لا تحتوي على مصادر أو التي قد تكون نقلت خارج سياقها.

• غالبًا ما تحتوي الأخبار الكاذبة على صور أو فيديوهات تم تعديلها.
يمكن استخدام الصور الحقيقية في غير سياقها عن طريق إرفاقها بتواريخ خاطئة أو نص وصفي غير دقيق. ويمكن تعديل الفيديوهات وتغيير الأصوات المصاحبة لها قبل نشرها، لهذا ينبغي دائماً التحقق من دقة الصور والفيديوهات المرافقة للأخبار.

• الاطلاع على ما يقوله الآخرون.
من المهم جداً الاطلاع على تصريحات ومقالات مواقع الأخبار الموثوقة أو مدققي/ات المعلومات. خاصة في حالات الطوارئ، إذ يفضل تفقد المواقع أو المصادر الرسمية الخاصة بالسياق المعني قبل نشر وتصديق أي خبر.

3.2.2. كيف تشعر حيالها؟

من العلامات التي تثير الشك حول مصداقية أي خبر، هي اعتماده بشكل كبير على تحفيز رد فعل عاطفي لدى القارئ؛ للتحقق من مصداقية خبر ما، يمكن للنقاط التالية أن تساعد:

◀ يحاول صناع الأخبار الكاذبة التلاعب بمشاعرنا.

صناع المعلومات الخاطئة والمضللة على علم بأن مشاعر مثل الغضب أو القلق أو الغموض قد تثير عاطفتنا، وبالتالي تزيد من احتمالية الحصول على المزيد من التفاعل والمشاركات والنقرات. لذلك، عند مواجهتنا لمعلومة معينة تثير مشاعرنا يجب علينا التوقف والتفكير في كيفية التحقق منها قبل مشاركتها.

◀ إذا بدا الأمر جيدًا لدرجة يصعب تصديقها، فمن المحتمل أن يكون كذلك.

يمكن استخدام الأمل للتلاعب بنا، في معظم الأحيان، الطول السحرية لا وجود لها في العالم الحقيقي، تحقق من كل الأخبار التي تعد بحل سريع، كسب سريع، أو شفاء سريع.

◀ لا تكن الشخص الذي لا يكتشف النكتة.

أحيانًا لا تكون النكات والطرق السردية الساخرة على الإنترنت واضحة. يجب علينا الانتباه للتفاصيل المضحكة أو المثيرة للجدل، وطريقة صياغتها. لتحديد السخرية من الزيف، لو لم تكن أكيدًا من جدية الخبر، الأفضل دائمًا أن تسأل.

3. أمثلة عن أنواع المحتوى المتداول على الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي

إن البيئة الأكثر زخماً بإضراب المعلومات هي وسائل التواصل الاجتماعي، فخلال تصفحنا لهذه المواقع، نصادف عدداً كبيراً من المحتوى الشخصي والمحتوى الصادر من كيانات، أو هيئات مدنية، أو حكومية، أو دولية، أو غير ذلك.

1.3 محتوى ساخر

هو محتوى يهدف إلى السخرية، أو الضحك، أو التعليق غير الجاد على أمر أو حدث ما، ولا يعتبر مصدرًا لاستسقاء المعلومات. ويعد هذا النوع من المحتوى أداةً للنقد الحاد بعض الأحيان، ولا يتعدى حد التهكم والسخرية أحياناً أخرى.



(مثال توضيحي لمحتوى ساخر)

2.3. محتوى يتم مشاركته

يكون هذا المحتوى مأخوذاً من حسابات أخرى، يُشارك أو يُعاد نشره. الهدف من المشاركة قد يكون من أجل توصيل المحتوى إلى جمهور أوسع، أو التعليق على ما هو مذكور في المحتوى إما تأييداً أو معارضةً، أو حتى بهدف التهكم.



(مثال عن المحتوى الذي يتم مشاركته من صفحات/حسابات فيسبوك أو على تويتر "X" من خلال زر "المشاركة" أو "إعادة التغريد")



(مثال عن المحتوى الذي يتم مشاركته من صفحات/حسابات فيسبوك أو تويتر "X" من خلال تصوير المنشور ونشره كصورة.)



(مثال عن المحتوى الذي يتم مشاركتها من صفحات/حسابات فيسبوك أو تويتر "X" من خلال نسخ المحتوى ونشره.)

3.3. محتوى إعلاني

وهو عبارة عن إعلانات تهدف إلى الوصول إلى عدد أكبر من الأشخاص، إما بهدف تجاري (إعلان لمُنتج معيّن مثلاً) أو إعلانات بهدف غير تجاري (الإعلان عن صفحة أو محتوى على الفيسبوك أو الترويج لمنظمة أو مبادرة معينة مثلاً).



(مثال لمحتوى إعلاني تجاري - منشور ممول على فيسبوك)



(مثال لمحتوى إعلاني توعوي - منشور ممول على فيسبوك)

وهو محتوى يصدر من جهات حكومية (مثل منشور من وزارة الصحة أو من المصرف المركزي)، أو محتوى يصدر من جهات أممية (من المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، أو منظمة الهلال الأحمر، أو الصليب الأحمر الدولي)، أو محتوى يصدر من شركات أو جهات ذات العلاقة بحدث أو منتج معين (مثل منشور من شركة فايزر يتعلق بدواء لعلاج فيروس كوفيد-19).



(مثال لمحتوى رسمي - منشور توضيحي من جهات حكومية)



(مثال لمحتوى رسمي - منشور توضيحي من جهات أممية)

5.3. محتوى يعبر عن مواقف أو آراء شخصية

هو محتوى يعرض فيه الأشخاص مواقف أو آراء شخصية تعبر عن التوجهات والقناعات، إما "مع" أو "ضد" الموضوع الذي يجري الحديث عنه. هذا النوع من المحتوى عادةً لا يمكن أن يخضع للتحقيق.



(مثال لمحتوى يعبر عن آراء شخصية)

كل هذه الأمثلة عن أنواع المحتوى التي يمكن أن يصادفنا على مواقع التواصل الاجتماعي، هو عبارة عن "معلومات". بعض هذه المعلومات لم ترد بصيغة جدية أو صيغة خبر. لهذا يجب أن نتذكر أن المعلومات التي نراها وتفاعل معها هي صنع بشري. وبالتالي لا يجب علينا كجمهور اتخاذ قرارات بناء عليها أو المشاركة في نشرها.

لكن ما الذي يعطي المعلومات مصداقية للاعتماد عليها؟

الجواب يكمن في أهمية المصادر الموثوقة. عندما نتعامل مع معلومة، يجب أن نتأكد من أنها مدعومة بمصادر موثوقة ومواقع ذات مصداقية.

فمثلاً:

- إذا كنا نتعامل مع معلومات طبية، يمكننا اللجوء للتأكد منها من خلال منظمات صحية رسمية مثل: [منظمة الصحة العالمية](#).
- وفيما يتعلق بالمعلومات الفلكية، فإن [ناسا](#) تُعتبر مصدرًا علمياً موثوقاً.

بالاعتماد على المؤسسات المعتمدة والمتخصصة والعلمية، نستطيع أن نضمن أن المعلومات التي نعتمد عليها هي موثوقة ودقيقة. لكن يجب توخي الحذر في اختيار المصادر، حيث قد تنتشر المعلومات الخاطئة والمضللة أيضًا من خلال مواقع تبدو

موثوقة لكنها في الحقيقة غير ذلك!

مجددًا، المبدأ الذي يجب اعتماده دائمًا عند التعامل مع المعلومات، هو عدم تصديق أو نشر أي معلومة إلا إذا كانت مدعومة بمصدر رسمي وموثوق. عندما يكون لدينا شك في صحة معلومة، يجب أن نبحث عن مصادر موثوقة ومؤسسات علمية قبل اتخاذ أي قرار أو مشاركة المعلومة.

4. تدقيق المعلومات كمهنة [10]

مع ازدياد عدد المعلومات الخاطئة والمضللة على الإنترنت، أصبح من الصعب للمستخدمين/ات البسطاء تفريق طبيعة الأخبار لمعرفة ما هو الصحيح أو المضلل أو الزائف بنفسه، ولهذا السبب بادرت العديد من المؤسسات الإعلامية بإنشاء فرق ووحدات خاصة لتدقيق المعلومات، وذلك بتعيين صحفيين/ات ومدققي/ات معلومات للتقصي من صحة العديد من الادعاءات المختلفة؛ لمكافحة الشائعات ونفي الأخبار الخاطئة المنتشرة.

يتجلى دور هذه الفرق في البحث المعمق والتقصي عن حقيقة الأخبار ومشاركة النتائج على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي؛ لمكافحة المعلومات المغلوطة. ويعتمد مدققو/ات المعلومات على منهجيات وأدوات عديدة للوصول إلى الحقيقة.

• تدقيق المعلومات بكفاءة عالية:

1.4. فصل الحياة العملية عن الحياة الشخصية

تعتبر الموضوعية والحياد وعدم التحيز السياسي من السمات الضرورية التي يجب أن يتطلى بها مدققو/ات المعلومات؛ وذلك لضمان نزاهة وحياد وموضوعية المقال، ولكن مثلما أشرنا سابقاً فإن مدققي/ات المعلومات بشراً! وفي النهاية يحتفظ الجميع ببعض الآراء الشخصية في بعض المواضيع.

كخطوة أولى للوصول إلى الحقيقة الموضوعية، يجب على مدققي/ات المعلومات الاعتراف بالميل الاجتماعي والسياسية عوضاً عن نكران وجودها تماماً، مع الوعي والالتزام الدائم بضرورة عدم تدخلها في عملية تدقيق المعلومات، وذلك يتحقق بإدراك المدققين/ات أو الصحفيين/ات أنّ عملية تدقيق المعلومات تتبع آلية رصينة تتمحور حول وجود دليل قوي لتأكيد أو نفي أي ادعاء، ومن هذا المنطلق يُمنع منعاً باتاً إطلاق أحكام مبنية على الآراء الشخصية أو ابتداء البحث بالقفز إلى استنتاج مبني على تحيزات أو اعتقادات معينة، عوضاً عن ابتدائه من البحث عن دليل للوصول إلى الحقيقة.

2.4. العمل تحت مبادئ موحدة

لضمان الوصول إلى الحقيقة بكفاءة، من الضروري على مدققي/ات المعلومات اتباع مبادئ ثابتة تحول بينهم وبين أي تحيزات شخصية مثل: سياسات الشفافية وعدم التحيز، وآليات عمل محدّدة ودقيقة في التّحقق من الأخبار والمعلومات. ويجب على هذه الآليات أن تتمحور حول مبدأ وجوب إرفاق دليل بأي معلومة يتم ذكرها، والعودة إلى أصل الخبر والمصدر الأول لأي معلومة يتم التحقق من صحتها، إضافة إلى استخدام العديد من الأدوات المتاحة للتحقق من مختلف أنواع المحتوى سواء كان مقروءًا أو مرئيًا أو مسموعًا. ويجب أن يتم مراجعة هذه المبادئ والآليات بشكل دوري ومشاركتها مع الفريق للتأكيد على التزامهم بتطبيقها واتباعها.

كذلك عندما تجتمع مبادرات تدقيق المعلومات في شكل مجتمعات محلية، أو إقليمية، أو عالمية تتفق على مبادئ موحدة وتوقع عليها، فإن ذلك يضمن الرقابة الذاتية والمسؤولية بين هذه المبادرات ويعزز المصداقية والنزاهة. مثال على ذلك هو مدونة المبادئ للشبكة العالمية لمدققي المعلومات [IFCN](#) ومدونة المبادئ للشبكة العربية لمدققي المعلومات [AFCN](#).

3.4. العمل ضمن فريق متنوع

قترح أن يتم تدقيق المعلومات وبالذات في سياق الادعاءات السياسية الجدلوية من قبل فرق مكونة من مُدققين أو أكثر، يختلفون في الآراء والخلفيات الاجتماعية والسياسية، حيث يجب على مدققي/ات المعلومات باختلاف آرائهم ووجهات نظرهم العمل في فريق واحد كتجسيد للتوازن، ويمكن تطبيق هذه الطريقة عبر استخدام (تدقيق المعلومات المزدوج - Double Fact checking) وهي طريقة لمراجعة مقال تدقيق المعلومات والتأكد من خلوه من أي أخطاء عبر مراجعته بشكل كامل، بتطبيق نفس الخطوات المتخذة من قبل مدقق آخر بعد تسليم المقال.

المفتاح للوصول لنتائج التفكير المعرفي -بالذات في السياق السياسي- هو تضمين ادعاءات ووجهات نظر كلا الجانبين في نفس الوقت وفي نفس التقرير، بهذه الطريقة

يمكن تقليل الأخطاء الناتجة عن تضمين وجهة نظر جانب واحد فقط، حيث سيناقش مدققي/ات المعلومات ذوي وجهات النظر المختلفة نفس الأدلة لإنتاج مقال متوازن غير متحيز لطرف دون الآخر، وهذا سيعطي القدرة للقراء على الحكم حسب مدى إقناع حجة كل جانب والتوصل إلى استنتاج أكثر استنارة مما لو تم تقديم دليل من جانب واحد فقط.

ماذا بعد؟

يحمل المحور الأول -السابق- من دليل أنير للتحقق من المحتوى الرقمي، المعلومات الأساسية التي يجب أخذها بعين الاعتبار في تدقيق المعلومات سعيًا للوصول إلى الحقيقة.

فبعد تعرفنا على اضطراب المعلومات وتأثيراته المختلفة، وأهمية مكافحته عبر تدقيق المعلومات، وعن أنواع المحتوى المنتشر على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. تتمحور الخطوة الثانية حول التعرف والاستعانة بالأدوات التقنية المناسبة للوصول إلى الحقيقة.

الأدوات التقنية

الأدوات التقنية

• من الشك إلى اليقين:

في سيناريو معين، يبدأ خبر منتشر على إحدى مواقع التواصل الاجتماعي. يتوقف عنده المستخدمون/ات مشككين/ات به للتحري منه. يرتابهم/ن الشك متسائلين/ات عن الطريقة المناسبة للوصول إلى اليقين.

في الحقيقة هنالك العديد من الأدوات المتاحة على الإنترنت التي يمكن أن تساعد في عملية التحقق أو التحري للوصول إلى الحقيقة، ولكن تبقى الخطوة الأولى دائماً هي الشك وعدم التصديق، يتبعها التحري والتحقق.



للإجابة على هذه الأسئلة -وغيرها الكثير- سنقدم لكم/ن في هذه الجزئية شرحاً لأهم الأدوات والمحركات الرقمية الحديثة التي تُستخدم في التحقق والتي تساعد في الوصول إلى الحقيقة.

1. الأدوات مفتوحة المصدر "OSINT"

في عصر الإنترنت والثورة الرقمية، أصبح إنتاج واستهلاك المعلومات أمراً لا يستغرق سوى بضع نقرات، ومع انبثاق فكرة المصدر المفتوح "Open Source" أصبح بإمكان أي شخص الوصول إلى هذه المعلومات وفحصها والتحقق منها.

الأدوات مفتوحة المصدر "OSINT" وهي اختصار لـ "Open Source Intelligence" تصنف من أهم الأدوات التقنية التي أتاحتها التكنولوجيا في إطار العمل الصحفي والاستقصائي، وهي تشير إلى جمع المعلومات والبيانات من مصادر مفتوحة وعامة مثل الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية والمنتديات، والمدونات، والمواقع الحكومية، والعامة. تعتبر الأدوات المفتوحة المصدر أدوات قوية للتحقق من المحتوى وتتيح الوصول للعديد من المعلومات التي يمكن استخدامها لفهم السياق المحتمل لحالات التحقيق.

• أهمية الأدوات المفتوحة المصدر

تلعب الأدوات المفتوحة المصدر دوراً مهماً في عملية جمع وتحليل المعلومات والتحقق من المحتوى، وتوفر مجموعة واسعة من الطرق والتقنيات لتحقيق ذلك. ففي بعض الأحيان وعند انتشار خبر متداول بشكل واسع وسريع، يمكن ألا يكون البحث الاعتيادي كافياً للعثور على مصدر الخبر وحقيقته، لذا أصبح استعمال هذه الأدوات وفهم كيفية عملها وآلية استخدامها أمراً ضرورياً لمدققي/ات المعلومات وللسعاة نحو الحقيقة.

ومن أمثلة هذه الأدوات:

- محركات البحث بأنواعها.
- وسائل التواصل الاجتماعية.
- خدمات التحقق من المواقع الجغرافية.
- منتديات ومجتمعات الإنترنت.

ملاحظة:

للاطلاع على المزيد حول الأدوات المفتوحة المصدر يمكن زيارة موقع ["OSINT Framework"](#) الذي يهتم بجمع الأدوات والمواقع المجانية وتصنيفها حسب الاستخدام.

2. محركات البحث

محركات البحث هي أدوات على الإنترنت تسمح للمستخدمين/ات بالبحث عن المحتوى والمعلومات عبر الويب. تقوم هذه المحركات بفهرسة الصفحات والمواقع على الإنترنت وتقديم النتائج المناسبة لاستفسارات البحث التي يدخلها المستخدمون/ات.

• تعمل محركات البحث عادة من خلال عمليتين رئيسيتين: ◀ عملية الفهرسة:

أثناء هذه العملية، تقوم محركات البحث بزيارة صفحات الويب -التي يُسمح لها بدخولها- وجمع المعلومات عنها عبر عناكب البحث "Web crawlers"، ثم تخزن هذه المعلومات في قواعد بيانات تعرف بالفهرس.

◀ عملية البحث ذاتها:

خلال عملية البحث، يتم تحليل الاستفسارات أو الكلمات المفتاحية التي يبحث عنها المستخدمون/ات ومقارنتها بالمعلومات التي سبق وتم تخزينها في الفهرس الخاص بمتصفح البحث، ومن ثم يتم تقديم قائمة من الروابط والصفحات التي تتوافق مع متطلبات المستخدم.

• محركات البحث لا تقوم بأرشفة كل المواقع:

لا تُؤرشف محركات البحث كل مواقع الإنترنت، هذا الأمر يعتمد على إعدادات الموقع في حد ذاتها وهل تم السماح من قبل الموقع بأرشفته وظهوره في نتائج المتصفحات أم لا.

◀ الانترنت السطحي فقط

بشكل عام، تعمل محركات البحث الاعتيادية بالبحث على صفحات الإنترنت السطحي "Surface Web" وهي الصفحات المتاحة للعامة والتي لا تتطلب كلمات مرور أو طرق حماية للوصول إليها، على عكس البريد الإلكتروني -على سبيل المثال- الذي يتطلب كلمة سر للوصول إليه، فمثل هذه البيانات تعتبر جزء من الإنترنت العميق "Deep Web". أيضاً، لا يمكن لهذه المتصفحات الاعتيادية الوصول أو البحث عن المحتوى الموجود على مواقع الإنترنت المظلم "Dark Web" باعتباره جزء من الإنترنت العميق.

◀ نتائج البحث والموثوقية

يجب الأخذ في الحسبان بأن المحتوى المتواجد على شبكة الإنترنت هو أيضاً مصنوع من قبل بشر، حيث يحتمل أن يكون صحيحاً أو زائفاً، ولهذا ليست كل نتائج متصفحات البحث صحيحة، بل يجب الاعتماد على أخذ المعلومات من مواقع موثوقة وأصيلة.

◀ نتائج البحث والاستهداف الصحيح

تعتمد احتمالية وصولنا للنتيجة المطلوبة خلال البحث عبر محركات البحث على العديد من العوامل. من أهمها "الاستهداف الصحيح" أو "استعمال الكلمات المفتاحية الصحيحة"، إذ يجب على المستخدم التفكير في الكلمات المفتاحية المناسبة، والتي تتمحور حول الموضوع المراد البحث عنه، واستخدام الأدوات المتاحة للفلتره للحصول على نتائج بحث أكثر دقة.

• محركات البحث: متشابهة، ولكنها مختلفة

تؤدي أغلب محركات البحث نفس الوظيفة أو الغرض، ولكن تختلف في العديد من الميزات، لعل أبرزها الخصائص التي تقدمها لفلتره المحتوى وللبحث الفعال. ولكن الخطوة الأولى في البحث على مختلف محركات البحث هي الاستهداف الصحيح للكلمات المفتاحية وقدرة التفكير والتعبير الصحيحة عن المعلومات المراد البحث عنها.

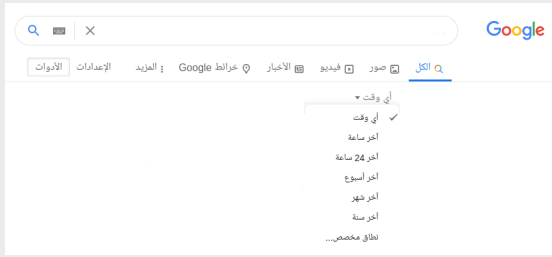
تستخدم محركات البحث خوارزميات خاصة لفهرسة البيانات وربطها، لذلك يكون لكل محرك طريقة بحث خاصة به للعثور على ما يحاول المستخدمون/ات البحث عنه، ولأن كل محرك بحث يستخدم خوارزميات مختلفة عن المحركات الأخرى؛ ينتج عن كل محرك نتائج بحث تختلف قليلاً عن محركات البحث الأخرى.

1.2. البحث المتقدم على محرك البحث جوجل "Google"

خلال عملية البحث باستخدام محرك البحث جوجل، هناك مجموعة من الآليات والأدوات التي من شأنها مساعدتنا في إظهار نتائج دقيقة والتي يمكن تخصيصها والتحكم فيها لتسريع الوصول للمحتوى أو الخبر المراد البحث عنه.

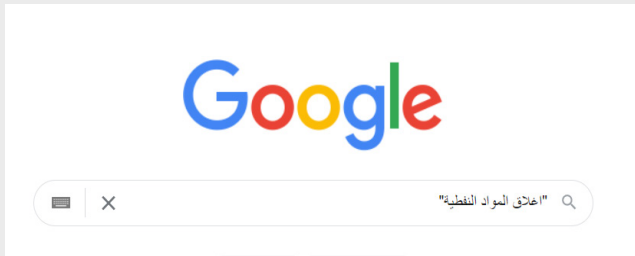
1.1.2. تخصيص فترة زمنية محددة:

يتيح هذا الخيار إظهار نتائج البحث ضمن فترة زمنية محددة، حيث يمكن البحث باستخدام فترة زمنية محددة عبر الضغط على خيار "الأدوات"، ثم من قائمة "أي وقت" يمكن تحديد الفترة الزمنية التي نريدها. وللحصول على المزيد من الخيارات يمكن استعمال الخيار "نطاق مخصص" والذي يمكن المستخدم من تحديد فترة زمنية مخصصة من القائمة المنسدلة: يوم، أو شهر، أو سنة، أو فترة محددة (من - إلى).



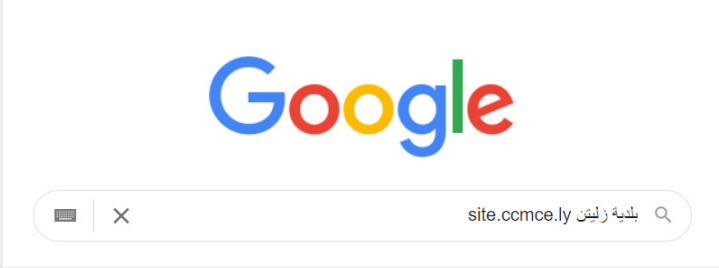
2.1.2. "البحث الحرفي" عن كلمة أو جملة محددة: [13][14]

يتيح هذا الخيار إظهار نتائج البحث التي تحتوي الكلمات أو الجمل المحددة التي نريدها فقط، عبر وضع الكلمة أو الجملة المراد البحث عنها داخل علامتي تنصيص " ". لن يظهر محرك البحث أي نتيجة ما لم تحتو على الكلمات التي تم وضعها بين علامتي التنصيص.



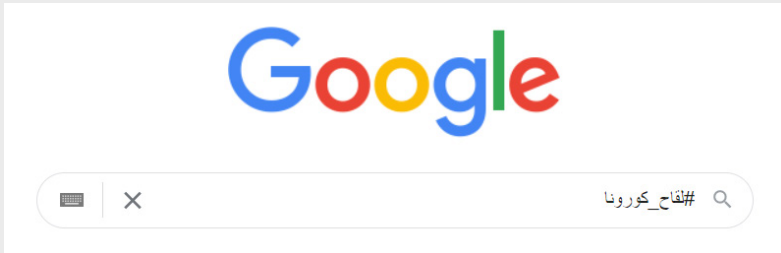
3.1.2. تخصيص البحث ضمن موقع إلكتروني محدد:

يتيح هذا الخيار البحث بشرط أن تكون نتائج البحث مقتصرة على موقع محدد. على سبيل المثال: للبحث عن المواضيع أو المواد التي تتحدث عن "بلدية زليتن" في موقع "اللجنة المركزية لانتخابات المجالس البلدية"، نكتب عبارة "بلدية زليتن" ثم نرفقها بكلمة site: ثم نضع عنوان موقع "اللجنة المركزية لانتخابات المجالس البلدية" "Ccmce.ly".



4.1.2. تخصيص البحث عن وسم "Hashtag" محدد:

يتيح هذا الخيار البحث عن "وسم" معين يُستخدم على وسائل التواصل الاجتماعي أو في مواقع إلكترونية. على سبيل المثال: للبحث عن المواقع والمنشورات التي تناولت وسم "لقاح كورونا"، نكتب في حقل البحث #لقاح_كورونا.



5.1.2. طرق أخرى:

1.5.1.2. استثناء الكلمات:

يمكن استخدام إشارة الطرح (-) لاستثناء كلمة أو جملة من نتائج البحث. على سبيل المثال: لاستثناء سيارات فورد "Ford" وإظهار النتائج المتعلقة بالعلامة التجارية "Tom Ford" فقط، نكتب (Tom Ford -Motors).

2.5.1.2. البحث عن شخص/شركة معينة:

يمكن استخدام إشارة (@) للبحث عن شخص معين أو شركة معينة على وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك بكتابة معرفه الرقمي بعد إشارة @ في محرك البحث.

3.5.1.2. ملء الفراغات:

يمكن استخدام إشارة النجمة (*) للبحث عن العبارات أو الكلمات التي قد يكون المستخدمون/ات قد نسوها في جملة معينة. على سبيل المثال: في حالة نسيان كلمة "المحتوى" أو "المعلومات" في سياق جملة (تحقيق المعلومات أنير)، نضع نجمة مكان الكلمة المنسية (تحقيق * أنير).

4.5.1.2. نوع الملف:

يمكن استخدام معامل نوع الملف (filetype:) للبحث عن ملفات محددة من نوع معين. على سبيل المثال: للبحث عن دليل أنير للسلامة الرقمية بصيغة "PDF" نكتب filetype:pdf دليل أنير للسلامة الرقمية).

5.5.1.2. تعريف الكلمة:

يمكن استخدام معامل القاموس (define:) للبحث عن تعريف أو معنى كلمة محددة. على سبيل المثال: للبحث عن تعريف كلمة "Fact-Checking" نكتب (define:Fact-Checking).

ملاحظة:

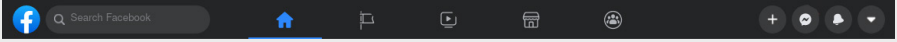
لتتعرف على بقية طرق البحث المتقدم على محرك بحث جوجل يمكن زيارة [الصفحة المخصصة لذلك](#) على الموقع الخاص بمحرك البحث.

2.2. البحث المتقدم على فيسبوك "Facebook"

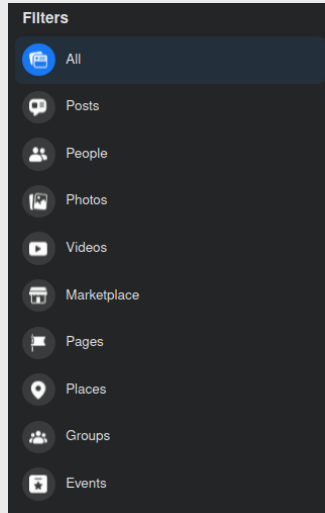
كما هو الحال على محرك بحث جوجل، تتيح منصات التواصل الاجتماعي ومنها فيسبوك إمكانية البحث داخل المنصة.

1.2.2. البحث ضمن كامل موقع فيسبوك:

وذلك من خلال خيار البحث أعلى الصفحة في حقل البحث، عبر إدخال الكلمة أو الجملة المفتاحية المراد البحث عنها ضمن حقل البحث.

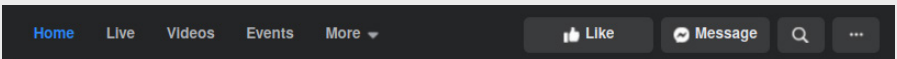


كما يمكن تخصيص البحث ضمن الخيارات الظاهرة في الصورة التالية:



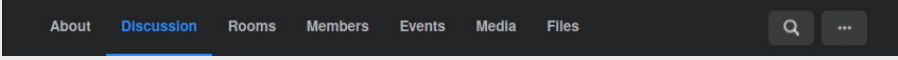
2.2.2. البحث داخل صفحة "Page":

يمكن هذا الخيار من البحث ضمن محتوى صفحة محددة على فيسبوك. عبر خيار البحث (أيقونة المكبر) أعلى الصفحة.



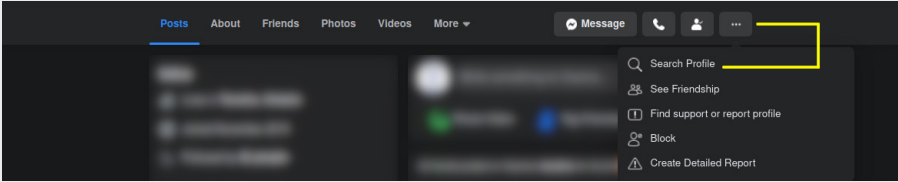
3.2.2. البحث داخل مجموعة "Group":

يمكن هذا الخيار من البحث ضمن محتوى مجموعة محددة. عبر خيار البحث (أيقونة المكبر) أعلى المجموعة.



4.2.2. البحث داخل حساب شخصي:

يمكن هذا الخيار من البحث ضمن حساب شخصي، وذلك بالنقر على علامة النقاط في الملف الشخصي (...). ومن ثم اختيار علامة البحث (أيقونة المكبر) ضمن القائمة المنسدلة.



3. التحقق من المحتوى المرئي

1.3. التحقق من الصور

عند تصفح الإنترنت أو في حال قيام صديق لك بإرسال صورة معينة أو مصادفتك إياها في مواقع التواصل الاجتماعي في سياق معين، قد ينتابك الشك من حقيقة ارتباط هذه الصورة بالسياق المذكور في الادعاء، باستخدام هذه الأدوات الموثوقة يمكنك التحقق من حقيقة الصور، وفي بعض الأحيان قد تصل إلى مصدرها الأصلي، وبذلك ستتملك القدرة على معرفة مصدرها الحقيقي أينما كنت.

1.1.3 البحث العكسي عن الصور

البحث العكسي "Reverse Image Search" هو عملية بحث تبدأ بالصور عوضاً عن الكلمات المفتاحية، يتم فيها البحث عن نفس الصورة أو الصور المشابهة لها، وذلك بغرض الوصول للمزيد من المعلومات عنها، مثل: الناشر الأصلي وتاريخ انتشارها والسياق الجغرافي المرتبط بها والمصدر الحقيقي لها. قد تختلف نتائج البحث العكسي من محرك بحث إلى آخر بناءً على جودة الصور المستخدمة خلال عملية البحث، وآلية عمل الأداة، واحتمالية تواجدها في قواعد بيانات كل أداة.

• متى نستخدم البحث العكسي؟

◀ التحقق من صحة الصور:

يمكننا استخدام البحث العكسي للتحقق من صحة الصور المتداولة على الإنترنت، والتأكد مما إذا تم التلاعب بها.

◀ اكتشاف مصادر الصور:

يمكننا استخدام البحث العكسي للعثور على مصادر الصور المطلوبة والمعلومات المتعلقة بها.

◀ العثور على صور ذات صلة:

يمكننا استخدام البحث العكسي للعثور على صور مشابهة تتعلق بحدث معين وتساعد في إيضاح المحتوى المطلوب.

◀ الحصول على معلومات إضافية:

يمكننا استخدام البحث العكسي في العثور على معلومات إضافية حول الصور وتوفير نتائج مرتبطة بشكل أساسي للصور.

• فائدة البحث العكسي للصور:

باستخدام المعلومات المتحصل عليها عن طريق البحث العكسي، يمكن للمستخدم معرفة حقيقة صورة معينة وبالتالي الحصول على دليل لإثبات أو نفي الأخبار المتعلقة بها. مثلاً: في حالة تداول صورة في سياق معين وبعد البحث عنها نجد أنها صورة متواجدة على الإنترنت بتاريخ قديم وفي سياقات أخرى، يمكننا نفي الادعاء وإثبات بطلان الأخبار المتداولة عنها في الوقت الحالي.

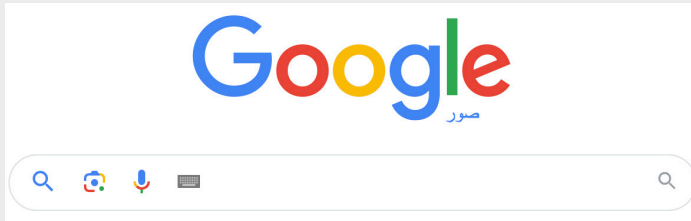
1.1.1.3. محرك بحث جوجل "Google Image Search" [15]

تتم عملية البحث العكسي باستخدام الصورة المراد التحقق منها نفسها، حيث يقوم المستخدم بفتح موقع المحرك الخاص بالصور وتحميل الصورة أو إدخال عنوان (URL) الخاص بها والبحث عنها. قد تُظهر النتائج الصورة نفسها أو صور مماثلة لها، بالإضافة إلى مواقع أو صفحات قد استخدمت نفس الصورة من قبل.

• البحث العكسي عن الصور باستخدام رابط الصورة المراد البحث عنها:

▪ [الدخول على الموقع الخاص بالبحث العكسي لجوجل.](#)

▪ ثم الضغط على أيقونة الكاميرا:



■ بعد ذلك، لصق رابط الصورة (URL) في الحقل المخصص:



• **البحث العكسي عن الصور باستخدام صورة متوفرة لدينا:**

■ **الدخول على الموقع الخاص بالبحث العكسي لجوجل.**

■ ثم الضغط على أيقونة الكاميرا:



■ بعد ذلك، الضغط على خيار "تحميل ملف":



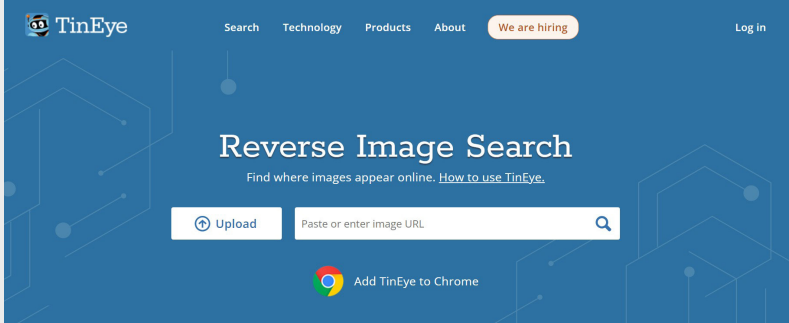
■ اختيار الصورة المراد البحث عنها.

2.1.1.3. أداة "Tineye" [16][17]

أداة "Tineye" هي إحدى الأدوات الفعالة للبحث العكسي للصور، تتميز هذه الأداة بدقتها وفعاليتها وحيازتها على قاعدة بيانات كبيرة تحتوي على ملايين الصور مما يسهل عملية البحث العكسي.

تستخدم أداة "Tineye" قاعدة بيانات خاصة بها، يتم تجميع بياناتها عن طريق استعراض محتويات شبكة الإنترنت من الصور ووضع توقيع فريد لكل صورة. عند البحث عن صورة معينة باستخدام هذه الأداة يتم إنشاء توقيع رقمي فريد لها باستخدام تقنيات التعرف على الصور، ويتم مقارنة هذا التوقيع مع كل التوقيعات الأخرى المتواجدة في قاعدة بيانات الأداة للعثور على توقيع مطابق.

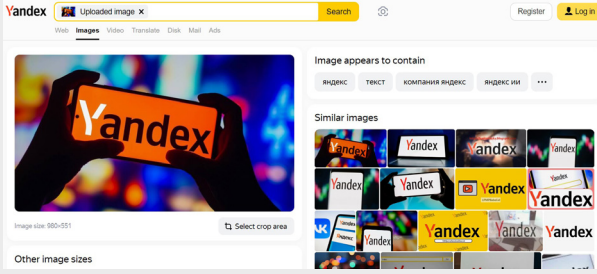
على خلاف البحث العكسي باستخدام جوجل، في العادة لا تستعرض أداة "Tineye" الصور المشابهة، وإنما يتم العثور على تطابقات الصور بما في ذلك الصور التي تم تقليصها أو تحريرها أو تغيير حجمها.



- البحث العكسي عن الصور باستخدام "Tineye":
 - [الدخول على الموقع الخاص بالأداة.](#)
 - رفع الصورة المراد البحث عنها.

3.1.1.3. محرك بحث “Yandex Images” [17][18]

يعتبر محرك بحث ياندكس الروسي أحد أهم محركات البحث العكسي الخاص بالصورة، حيث يمتاز بنتائج دقيقة في العديد من الأحيان.



- البحث العكسي عن الصور باستخدام “Yandex Images”:
 - [الدخول على الموقع الخاص بالأداة.](#)
 - رفع الصورة المراد البحث عنها أو إرفاق رابط URL الخاص بها.

4.1.1.3. محرك بحث “Bing” [19]

يعد محرك بحث “Bing” أحد أشهر محركات البحث والذي يتبع شركة مايكروسوفت. ويوفر خدمات البحث العكسي عن الصور.



البحث العكسي عن الصور باستخدام “Bing”:

- [الدخول على الموقع الخاص بمحرك البحث.](#)
- اختيار أيقونة الكاميرا.
- رفع الصورة المراد البحث عنها أو إرفاق رابط URL الخاص بها.

2.1.3. التحقق من التلاعب في الصور

في بعض الأحيان، قد لا تفيد طرق البحث العكسي عن الصور؛ وذلك بسبب كون الصورة في حد ذاتها مفبركة أو قد تم التعديل عليها باستخدام أحد برامج تعديل الصور مثل برنامج "Photoshop" الشهير. ولهذا السبب يمكننا استخدام أدوات تحليل الصور للكشف عن التلاعب والتعديلات.

1.2.1.3. أداة "Forensically" [18][20]

أداة "Forensically" هي أداة متقدمة تستخدم لتحليل الصور الرقمية بهدف اكتشاف التلاعب والتعديل عليها. يمكن استخدام هذه الأداة للمساعدة في التحقق من صحة الصور والكشف عن أي تغييرات أو تلاعب أجري عليها، وتستند على مجموعة من المعادلات الرياضية والإحصائية وعلم الكمبيوتر لتحليل الصور بطرق معقدة.



تحتوي الأداة على العديد من البرامج التعليمية لمساعدة المستخدمين/ات في الحصول على المزيد من المعلومات حول كيفية تحليل ما يتم مشاهدته، بالإضافة إلى ذلك، فهو فعال لأنه يوفر بيانات دقيقة بخصوص الصور المحررة والمعدلة بالفوتوشوب وذلك باستخدام خوارزمية معينة لمعرفة ما إذا كانت الصورة قد تم تعديلها باستخدام برنامج فوتوشوب أم لا. في حال تم تعديل الصورة بالفوتوشوب أو تحريرها، فيمكن ملاحظة اللون في تحليل الصورة.

- توفر أداة "Forensically" مجموعة متنوعة من الأدوات التي يمكن استخدامها لكشف التلاعب في الصور. من بينها:

◀ **Error Level Analysis (ELA)**: تستخدم ELA لتحليل الفروق في مستويات الخطأ بين مناطق مختلفة في الصورة. إذا تم تعديل جزء معين من الصورة، ستظهر فروق في مستوى الخطأ بالمقارنة مع الأجزاء الأصلية.

◀ **“Noise Analysis”**: تحليل مستوى الضوضاء في الصورة يمكن أن يكشف عن أي تلاعب بها. التلاعبات غالبًا ما تؤدي إلى إضافة نمط معين من الضوضاء أو تغييرات في مستوى الضوضاء.

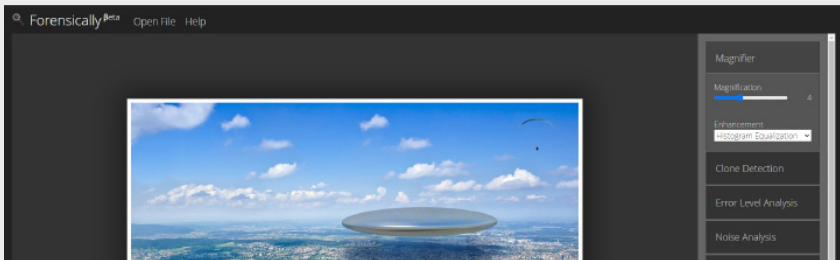
◀ **“Clone Detection”**: تساعد في اكتشاف مناطق متشابهة أو مكررة في الصورة، مما قد يشير إلى عمليات نسخ ولصق للعناصر أو التلاعب بها.

◀ **“Metadata Analysis”**: تحليل البيانات الوصفية المدرجة في الصورة (مثل التوقيت والكاميرا المستخدمة) يمكن أن يكشف عن أي تلاعب تم في تواريخ التصوير أو الكاميرا المستخدمة.

◀ **“Pixel Analysis”**: يقوم بتحليل البكسلات في الصورة للكشف عن أي تغييرات غير مألوفة أو غير طبيعية.

• استخدام أداة “Forensically”

- [الدخول على الموقع الخاص بالأداة.](#)
- رفع الصورة المراد تحليلها.
- اختيار الأداة المراد استخدامها.



• أدوات أخرى للتحقق من التلاعب في الصور:

▪ أداة [“FotoForensics”](#)

▪ أداة [Chiro](#)

2.3. التحقق من مقاطع الفيديو

تعد عملية التحقق من مقاطع الفيديو أكثر تعقيداً من عملية التحقق من المحتوى النصي أو الصور. إذ يصعب في بعض الأحيان تعقب المصدر الأصلي للعديد من الأسباب مثل التلاعب بأجزاء من الفيديو ووضعها في سياق آخر تماماً.

• يهدف التحقق من الفيديو إلى عدة أمور، منها:

- معرفة تاريخ نشره لأول مرة.
- معرفة سياقه.
- معرفة ما إذا كان قد تم اجتزائه.
- معرفة معلومات عن محتواه وعناصره.

قبل البدء في التحقق من الفيديو يجب الأخذ بعين الاعتبار:

- هل تم نشره من قبل وسائل إعلامية موثوقة؟
- هل يحمل شعاراً معيناً؟
- ما هي اللهجة واللكنة المتداولة فيه؟
- هل هناك لافتة أو أسماء تجارية تظهر فيه؟
- هل هناك مبنى أو مقر شهير يظهر فيه يمكن من خلاله التحقق من الموقع بواسطة صور الأقمار الصناعية؟
- ما هي تضاريس الطقس وهل تتوافق مع المنطقة التي يُنسب لها المقطع؟
- هل ما جاء في المقطع منطقي بحسب السياق المنسوب له؟

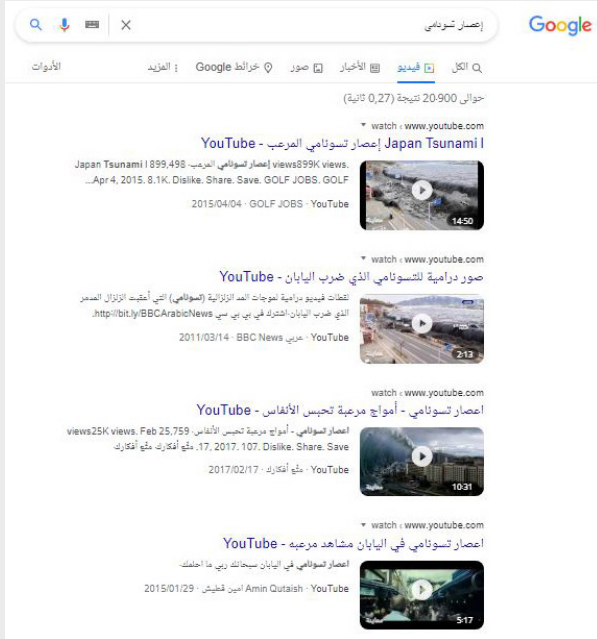
1.2.3. البحث عن مقاطع الفيديو باستخدام الكلمات المفتاحية [21]

يتم استخدام محركات البحث التي تستعرض نتائج مقاطع الفيديو فقط في هذه الطريقة، وذلك عبر تحليل محتوى الفيديو بدقة والانتباه لكل التفاصيل التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار. بعد ذلك، يتم وضع قائمة من الكلمات المفتاحية المتعلقة بمحتوى الفيديو والمبنية على أحداثه ليتم استخدامها في محركات البحث بهدف الوصول إلى معلومات أكثر عنه أو عن مصدره الأصلي.

- البحث عن مقطع فيديو باستخدام الكلمات المفتاحية:
 - [الدخول على الموقع الخاص بالبحث عن الفيديوهات لجوجل.](#)
 - إدخال الكلمات المفتاحية أو الكلمات الدالة على الفيديو.

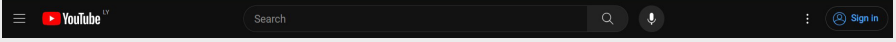


سيقوم المحرك بعرض تاريخ نشر الفيديو حسب نتائج البحث الظاهرة، كما يتيح المحرك خاصية البحث ضمن فترات زمنية محددة أيضاً. يجب التنويه إلى أن نتائج البحث السابقة لا تعني بالضرورة أن الفيديو تم نشره لأول مرة في ذلك الزمان. .



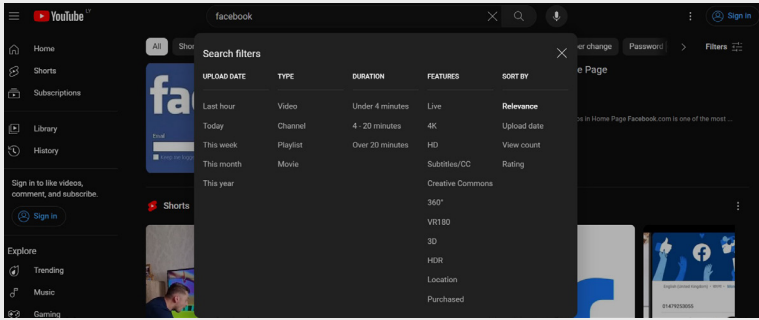
2.2.3. البحث عن الفيديو باستخدام موقع يوتيوب “Youtube”

يعتبر موقع يوتيوب أكبر موقع خاص بالفيديوهات في العالم. يمكن استغلال هذه المعلومة في البحث عن الفيديو المطلوب عن طريق هذا الموقع عبر استخدام الحقل الخاص بالبحث داخل الموقع.



• البحث عن مقطع فيديو باستخدام “Youtube”: ■ الدخول على موقع “Youtube”.

- إدخال الكلمات المفتاحية أو الكلمات الدالة على الفيديو في حقل البحث.
- بعد البحث، يمكن تخصيص البحث عبر مجموعة من خيارات التصفية أسفل حقل البحث.



• الخيارات المتاحة:

تاريخ التحميل “Upload date”: يمكن من خلاله تحديد الفيديوهات التي رُفعت في فترة زمنية معينة.

النوع “Type”: يمكن من خلاله تحديد هل الكلمة أو الكلمات التي تم إدخالها في حقل البحث تتبع: فيديو، أو قناة، أو قائمة تشغيل، أو فيلم.

المدة “Duration”: يمكن من خلاله تحديد ما إذا كانت الفيديوهات المراد إظهارها في نتائج البحث مدتها أقل من 4 دقائق أو أكثر من 20 دقيقة.

المزايا “Features”: تحتوي مجموعة من المزايا مثل: الفيديوهات ذات البث المباشر، الفيديوهات التي تحتوي على ترجمة، وغيرها من الخيارات الموضحة في الصورة السابقة.

الفرز “Sort”: يمكن من خلاله ترتيب نتائج البحث بناءً على: تاريخ التحميل، أو عدد المشاهدات، أو التقييم.

• أداة “Youtube DataViewer”:

“Youtube DataViewer” هي أداة من تصميم [منظمة العفو الدولية](#)، يمكن استعمالها لكشف البيانات الوصفية للمقاطع التي يتم رفعها على يوتيوب. في هذا السياق، يمكن استعمالها بعد الوصول للفيديو المطلوب في حالة تواجده على يوتيوب، للحصول على المزيد من البيانات حوله.

• أداة “Geo-Search-Tool”:

“Geo-Search-Tool” هي أداة تتيح إمكانية البحث واستعراض الفيديوهات التي نُفِعت على منصة يوتيوب من منطقة أو دولة معينة خلال فترة زمنية محددة.

على سبيل المثال: باستخدام هذه الأداة، يمكننا البحث عن الفيديوهات التي تم رفعها فقط من ليبيا خلال فترة زمنية معينة وباستخدام كلمات مفتاحية محددة. وهكذا نتائج البحث ستمحور فقط حول: (الموقع الجغرافي الذي تم رفع الفيديو منه - الفترة الزمنية المحددة - الكلمات المفتاحية).

• استخدام أداة “Geo-Search-Tool” للبحث عن الفيديوهات التي رُفعت من منطقة أو دولة محددة:

- [الدخول على الموقع الخاص بالأداة.](#)
- ملء الحقل الخاص بالموقع الجغرافي “Location”.
- تحديد الفترات الزمنية المطلوبة عبر “Time Frame”.
- ملء الحقل الخاص بالكلمات المفتاحية “Keywords”.
- الضغط على زر البحث.

Location Time Frame

e.g. City, Intersection, Address Any Time Search

Hide Advanced Search

Keywords Radius Channels to Search On

e.g. fire, explosion 10km

Creative Commons Only Results Embeddable Only Results Live Only Results

3.2.3. البحث باستخدام صورة من فيديو [22]

يعتمد استخدام هذه الطريقة على تجزئة أو تقطيع الفيديو إلى عدة لقطات للحصول على صورة ثابتة، فعندما لا يتوفر اسم الفيديو أو يفشل البحث باستخدام الكلمات المفتاحية على محركات البحث المختلفة أو على موقع يوتيوب، يمكننا اللجوء إلى استخدام أحد برامج تحرير الفيديو لاقتطاع لقطة معينة “Frame”، ومن ثم وضع هذه اللقطة في محركات البحث العكسي للصور.

• كيفية استخدام البحث بصورة من فيديو:

- اقتطاع لقطة واضحة من الفيديو باستخدام برامج تحرير الفيديوهات أو عن طريق أخذ لقطة شاشة واضحة.
- وضع اللقطة التي تم التقاطها في محركات البحث العكسي الخاصة بالصور.

4. اثنان في واحد: أداة "InVid" للتحقق

طرق أسهل للتحقق من المحتوى المرئي

قمنا بالإشارة سابقاً إلى مجموعة من الأساليب التي يمكن استخدامها للتحقق من المحتوى المرئي، سواء كان صوراً أو فيديوهات. ولكن في بعض الأحيان، قد تتعقد عمليات البحث والتحقق وتستغرق وقتاً طويلاً، خاصةً إذا كنا نناول استخدام أكثر من أداة في آن واحد. فما هي أفضل خياراتنا في هذه الحالة؟

1.4 أداة "InVid" [23]

"InVid" هي أداة مساعدة في عمليات التحقق من الصور والفيديوهات، توفر العديد من المزايا والخصائص التي تسهل عملية التحقق وتختصر الوقت، سواء في عمليات البحث العكسي أو في التحقق من مقاطع الفيديو وتجزئتها وغيرها.

• اختصار للوقت والجهد:

- تتيح أداة "InVid" إمكانية البحث العكسي للصور على أكثر من 7 محركات بحث عكسي في نفس الوقت عن طريق نقرتين فقط.
- تتيح أداة "InVid" خصائص تحليل التلاعب في الصور وتكبير التفاصيل فيها وإمكانية التعرف واستخراج الكلام من الصور "OCR" عن طريق نقرتين فقط.

• ويمكن أيضاً عن طريقها إجراء العديد من العمليات مثل:

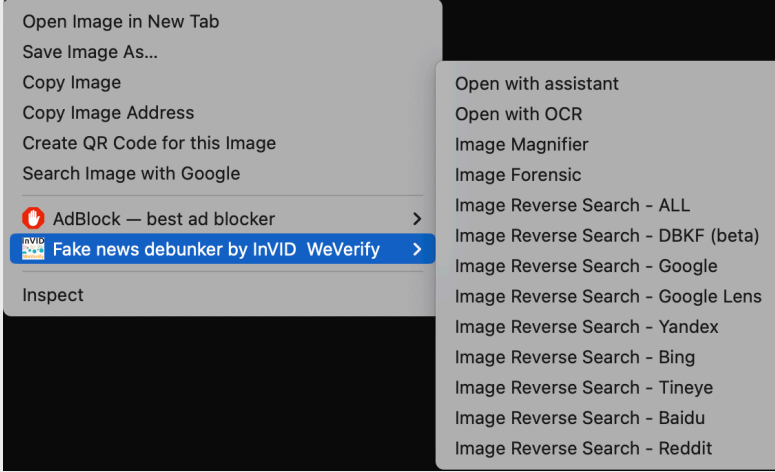
- تحليل الفيديوهات "Video Analysis"
- تقسيم مقاطع الفيديو إلى لقطات "Frames"
- تحليل البيانات الوصفية لمقاطع الفيديو وبيانات حقوق الملكية.
- إمكانية البحث المتقدم على منصة تويتر.
- إتاحة محرك بحث خاص بتقارير تدقيق المعلومات.
- إمكانية إجراء تحليل شبكات "Social network analysis".

• استخدام أداة “InVid”:

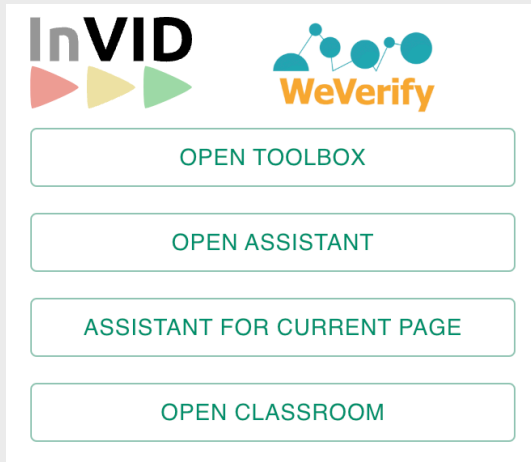
■ تحميل الأداة كإضافة على المتصفح من [الموقع الرسمي](#) وثبيتها.

■ بعد تثبيتها:

□ ستظهر قائمة البحث السريع في القائمة المنسدلة عند الضغط على زر الفأرة الأيمن.



□ ستظهر أيقونة الأداة والتي يمكن الضغط عليها للوصول لباقي الأدوات واستعمالها.



5. بيانات الموقع الجغرافي

بيانات المواقع الجغرافية لها أهمية كبيرة جداً في عمليات تدقيق المعلومات، ففي بعض الأحيان تفشل وسائل التحقق من المحتوى المرئي في الوصول إلى المصدر الأصلي. في مثل هذه الحالات، يمكننا الاستعانة بتطبيقات وخدمات المواقع الجغرافية، وبالتركيز على التفاصيل الدقيقة الموجودة في الصورة أو الفيديو، يمكن استخراج بعض العلامات الدالة والوصول إلى أدلة قاطعة تنفي أو تؤكد حقيقة ادعاء معين.

– نقاط مهمة عند استخدام أدوات التحقق من الموقع الجغرافي:

• الانتباه لأدق التفاصيل في الصور أو الفيديوهات:

- أسماء اللافتات أو المحلات أو الشوارع واللغة المستخدمة.
- التحقق من وجود أعلام دولة معينة.
- الانتباه لطبيعة ملابس الناس (صيفي أم شتوي).
- الانتباه لحالة الطقس والجو العام.
- الانتباه للعبارات واللغة المتحدث بها في الخلفية.
- التضاريس كالجبال والوديان والتلال.
- طراز المباني والنوافذ والشرفات.
- الأحداث المتزامنة وقت حدوث الادعاء.

• مقارنة مكان الحدث المذكور في الادعاء مع صورته المرفقة في أدوات الموقع الجغرافي.

مع مراعاة جميع هذه النقاط، نتاح لنا مجموعة واسعة من الأساليب للتحقق من صحة ادعاء معين باستخدام البيانات الجغرافية التي قمنا بجمعها عبر المراقبة والتحليل. يُمكن استخدام هذه البيانات فيما بعد للبحث عن اسم محل معين أو عبارات معينة تم ملاحظتها.

1.5 "Google Maps" [22]

أداة "Google Maps" هي خدمة مقدمة من شركة جوجل، وهي مجموعة من الخرائط تتيح للمستخدمين/ات البحث عن مواقع معينة والحصول على توجيهات للوصول إليها. كما تتيح خاصية عرض الخرائط بشكل ثنائي وثلاثي الأبعاد (حسب المنطقة والتفاصيل) وتتضمن معلومات عن المحلات التجارية والمعالم وغيرها.

2.5 "Google Earth" [24]

أداة "Google Earth" هي خدمة مقدمة من شركة جوجل على شكل تطبيق يتيح للمستخدمين/ات استكشاف كوكب الأرض، باستخدام تقنية الصور الجوية والأقمار الصناعية. يمكن استخدام هذه الأداة لعرض الصور المأخوذة من الفضاء واستكشاف بيانات جغرافية متقدمة، وعرض ومقارنة صور الأقمار الصناعية عبر عدة سنوات.

3.5 "NASA Earth Observatory" [25]

أداة "Earth observatory" مرصد الأرض" المقدمة من قبل وكالة الفضاء الأمريكية (ناسا)، هي منصة لمشاركة صور الأقمار الصناعية والمعلومات المتعلقة بالطقس والبيئة. تقسم الأداة الصور الاصطناعية التي توفرها إلى عدة فئات، منها: المياه، الثلوج والجليد، الحرارة، وغيرها. كما يمكن اختيار السنة المراد البحث فيها.

4.5 "Wikimapia"

أداة "Wikimapia" هي موقع للخرائط مثل خرائط Google، ولكن يختلف عنه في كونه خريطة مفتوحة المصدر؛ أي يمكن للمستخدمين/ات إضافة أماكن وكتابة شروحات لهذه الأماكن، بمعنى أنه يعتمد على الحشود لإضافة البيانات. كما يتضمن إشارات وتوصيفات للمعالم الجغرافية.

خدمة "Google Translate" هي خدمة ترجمة مقدمة من قبل شركة جوجل. يمكن للمستخدم في سياق تدقيق المعلومات استعمال خدمة "Google Translate" لتسهيل وتسريع العمل، عبر ترجمة النص أو عبر خاصية ترجمة النص من الصور. يمكن استخدام هذه الخدمة في العديد من السياقات مثل: ترجمة اللافتات المكتوبة بلغات أخرى، أو الأخبار المحلية المنشورة بمختلف اللغات، أو للتأكد من صحة ترجمة معلومة ما.

6. بيانات مواقع الويب

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لانتشار المعلومات الخاطئة والمضللة، ومع هذا لا يقتصر وجود مثل هذه المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي فقط. توجد العديد من المواقع على شبكة الإنترنت التي تساهم في اضطراب المعلومات، وقد ترتبط بعض المعلومات الخاطئة أو المضللة على مواقع التواصل بمواقع الكترونية يشار لها كمصادر رسمية.

تتجلى هنا أهمية التحقق من بيانات مواقع الويب والتأكد من موثوقية المواقع التي نستقي منها المعلومات.



يمكن بكل تأكيد استخدام كل طرق البحث التي تطرقنا لها سابقاً مثل البحث العكسي عن الصور أو استخدام محركات البحث في تدقيق المعلومات الموجودة على المواقع بغرض الوصول للحقيقة. ولكن لتحديد موثوقية الموقع بحد ذاته، يمكن استخدام أدوات متخصصة في استخراج بيانات المواقع الالكترونية، ليتحقق المستخدمين/ات منها بدوره ويحدد مدى موثوقية الموقع من عدمه.

1.6. امتداد الدومين "Domain Extension" [26]

امتداد الدومين هو الجزء الأخير من عنوان موقع معين على الإنترنت والذي يظهر بعد النقطة في عنوان الـ URL. يرتبط هذا الجزء في العادة بنوع الموقع أو موقعه الجغرافي.

لامتدادات الدومين العديد من التصنيفات، منها:

• امتدادات دومين المستوى العالي (Generic Top-Level) (gTLDs) (Domains): هذه هي الامتدادات التي تشمل الأشكال الشهيرة والتي يمكن استخدامها لأي موقع حول العالم.

■ **org**: ترتبط بالمؤسسات غير الربحية والمنظمات. مثل: Wikipedia.org.

■ **com**: تستخدم بشكل عام للمواقع التجارية والشركات. مثل: Facebook.com.

■ **net**: تستخدم بشكل أساسي للشركات المرتبطة بالشبكات. مثل: Speedtest.net.

• امتدادات دومين المستوى العالي المعنوية (-Sponsored Top) (sTLDs) (Level Domains): هذه الفئة تشمل امتدادات ترتبط بصناعات أو قطاعات معينة.

■ **edu**: تستخدم للمؤسسات التعليمية. مثل: Uot.edu.ly - [الموقع الرسمي لجامعة طرابلس](http://الموقع.الرسمي.لجامعة.طرابلس)

■ **gov**: تخصص للحكومات والجهات الحكومية. مثل: Gnu.gov.ly - [الموقع الرسمي لحكومة الوحدة الوطنية](http://الموقع.الرسمي.لحكومة.الوحدة.الوطنية)

• امتدادات دومين المستوى العالي الجغرافي (Country code) (ccTLDs) (Top-Level Domains): هذه الامتدادات مرتبطة بدول معينة أو مناطق جغرافية. تُستخدم عادةً لمواقع محددة لتلك الدول أو المناطق.

■ **ly**: ليبيا. مثل: Annir.ly - [الموقع الرسمي لمبادرة أنير الليبية](http://الموقع.الرسمي.لمبادرة.أنير.الليبية)

■ **uk**: المملكة المتحدة. مثل: BBC.co.uk - [الموقع الرسمي لوكالة الاعلام البريطانية بي بي سي](http://الموقع.الرسمي.لوكالة.الاعلام.البريطانية.بي.بي.سي)

■ **de**: ألمانيا. مثل: Tripolis.diplo.de - [الموقع الرسمي للسفارة الألمانية في طرابلس](http://الموقع.الرسمي.للسفارة.الألمانية.في.طرابلس)

الخلاصة: الانتباه لامتداد الدومين الخاص بموقع معين يعتبر خطوة أولية مهمة جداً في التحقق من بيانات المواقع الإلكترونية.

على سبيل المثال - يمكن أن نفهم من الامتداد (Uot.edu.ly):

■ **edu**: أنه يتبع مؤسسة تعليمية.

■ **ly**: أن هذه مؤسسة ليبية.

أيضاً، في بعض الأحيان يمكن لامتداد الدومين أن يعطينا نظرة أولية عن موثوقية محتوى موقع معين. - على سبيل المثال- يمكن الاعتماد على المواقع التي تحمل الامتداد "gov." كمصدر موثوق للمعلومات؛ لأن هذا الامتداد لا يمكن الحصول عليه الا عن طريق المؤسسات الحكومية، على عكس الامتدادات التجارية الأخرى "com." أو "net." التي يمكن لأي أحد الحصول عليها.

• أدوات تقنية:

يوجد العديد من الأدوات التقنية المساعدة للتحقق من بيانات المواقع الإلكترونية، حيث يمكننا باستخدام هذه الأدوات التحقق من مدى موثوقية الموقع واحتمالية ارتباطه بمواقع أخرى تنشر المعلومات المضللة أو الوصول لبيانات مهمة مثل: معلومات المالك أو الخوادم الخاصة بالموقع ... وغيرها الكثير، التي قد تكون مهمة أثناء عملية التحقق.

2.6. أداة "ScamAdviser" [26][27]

تهدف أداة "ScamAdviser" لمساعدة المستخدمين/ات على تقييم مدى موثوقية المواقع على الإنترنت، والتحقق مما إذا كانت مواقع محتملة للاحتيال أم لا. بشكل عام، يتم استخدام هذه الأداة في فحص مواقع التجارة الإلكترونية -قبل الشراء منها- للتحقق من مدى موثوقيتها والتأكد من أنها آمنة وحقيقية.

تتميز هذه الأداة بعرضها اللطيف للبيانات وتسهيل قراءتها للعامة، وكذلك بتقديمها تقييم مبدئي لمدى موثوقية الموقع المراد البحث عنه، وذلك بتحليل مجموعة من البيانات لتوليد تصنيف لموقع ويب معين، مع الأخذ بعين الاعتبار مدى اتباع معايير السلامة الرقمية وإجراءات حماية الخصوصية من قبل الموقع المراد البحث عنه.

وعلى الرغم من كون هذا التقييم المبدئي مفيداً في بعض الحالات، إلا أنه يجب استخدامه بحذر ولا يجب الاعتماد عليه بشكل كامل. بمعنى، قد يحصل موقع ينشر

الأخبار الخاطئة والمضللة على تقييم 100/100 من قبل الأداة وذلك لاتباعه كافة معايير السلامة الرقمية المتعارف عليها في الفضاء الرقمي. إلا أن هذه المواقع -في العادة- لا تتبع هذه المعايير مما يجعل التقييم المبدئي مفيداً في بعض الأحيان، ولكن ليس للمستوى الذي نعتمد عليه كلياً.

كما توفر الأداة أيضاً إمكانية عرض تحليل مفصل لبيانات الموقع، مما يتيح للمستخدمين/ات إمكانية الاطلاع عليها بشكل يدوي بدون تدخل خوارزميات الأداة.

• باستخدام هذه الأداة، يمكن الوصول للعديد من البيانات مثل:

◀ **العمر النسبي للموقع:** يقيس مدى مرور وقت على إنشاء الموقع. يُفترض أن المواقع القديمة أكثر موثوقية من المواقع الجديدة.

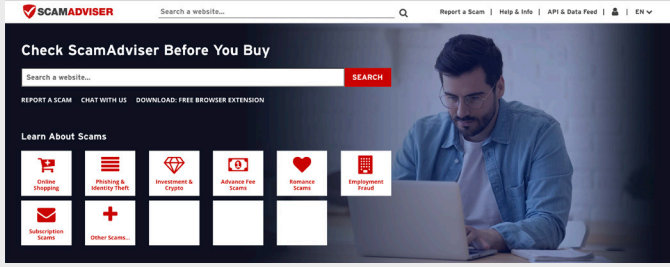
◀ **مكان الاستضافة:** يحلل موقع الاستضافة للموقع، حيث إن المواقع التي تستضيفها خوادم معروفة وموثوق بها قد تكون أكثر أماناً.

◀ **مالك الموقع وبيانات الاتصال:** يحاول تحديد من يمتلك الموقع ومعلومات الاتصال المتاحة. هذا يساعد في تحديد ما إذا كان الموقع يقدم معلومات كافية وشفافية حول هويته.

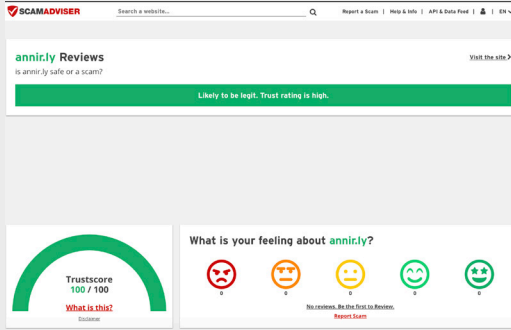
◀ **التقييمات والشهادات:** يبحث عن التقييمات والآراء السلبية والإيجابية حول الموقع على الإنترنت. ومع ذلك، يجب أن يؤخذ في الاعتبار أن بعض المواقع الجيدة قد تكون هدفاً لحملات تشويه منافسين أو تلاعب بالتقييمات.

◀ **وجود عناصر مشبوهة:** يحاول الكشف عن عناصر مشبوهة في التصميم أو الهيكل أو روابط البريد الإلكتروني، والتي قد تشير إلى أن الموقع قد يكون مشبوهاً.

- استخدام أداة “ScamAdviser” :
 ■ الدخول للموقع الخاص بالأداة.
 ■ وضع رابط الموقع المراد التحقق منه في الحقل الخاص به.



- النقر على زر بحث، وانتظار النتائج.



3.6 أدوات أخرى

على الرغم من كون “ScamAdviser” تقدم معلومات مفيدة، فإنها ليست مثالية وقد تكون هناك حالات خاصة تختلف فيها النتائج. من الضروري دائماً مراجعة المعلومات بعناية واستخدام مصادر أخرى للتحقق. في الحقيقة توصي ScamAdviser نفسها بعدم الاعتماد على تصنيفاتها فقط وبدلاً من ذلك دعمها بالبحث والتحقق الشخصي.

■ [Whosiology](#)

■ [Who.is](#)

■ [ICANN Lookup](#)

7. التحقق من حسابات وسائل التواصل الاجتماعي “Social Media”

أثناء التحقق من المعلومات أو الأخبار، قد تتطلب بعض القضايا التحقق من مرجعية أو ملكية الحسابات على وسائل التواصل الاجتماعي؛ وذلك بسبب سهولة انتحال الهوية للأفراد أو المؤسسات على هذه المواقع وإنشاء صفحات مزيفة بأسمائهم.



علامة التوثيق لا تعنى أن الصفحة المعنية تنشر أخباراً صحيحة أو موثوقة، وإنما هي في الواقع تشير الى ان هذا الحساب -فرد كان أو مؤسسة- قد استوفى شروط التوثيق الخاصة بالمنصة من تقديم مستندات شخصية تثبت هوية مالك الحساب وأن المنصة بدورها قد تحققت من هويتهم.

على سبيل المثال، إذا قامت المؤسسة (أ) بتوثيق حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي، هذا يعني بأن هذا الحساب الموثق هو الحساب الرسمي والصحيح للمؤسسة (أ) وكل الحسابات الأخرى التي تحمل نفس الاسم هي حسابات مزيفة. ولكن هذا لا يعني أن الأخبار التي تنشرها هذه المؤسسة لا يمكن أن تكون خاطئة أو مضللة.

– منصات التواصل الاجتماعي والتوثيق


تختلف شروط التوثيق من منصة تواصل اجتماعي إلى أخرى. حيث تعتمد بعض المنصات على وجود علامة توثيق واحدة تشمل كل التصنيفات، بينما تعتمد بعض المنصات الأخرى على أكثر من علامة للإشارة لتصنيف الفرد أو المؤسسة مثل: (جهات حكومية، شخصيات عامة، شركات خاصة، توثيق مدفوع).

– ما فائدة علامة التوثيق للمستخدمين/ات؟

مثلما ذكرنا سابقاً، فالحسابات الموثقة تعني حقيقة هوية مالك/ة الحساب ولا ترتبط بصحة المعلومات التي يتم نشرها عليه. ولكن في بعض الحالات، يمكننا الاستفادة من هذا التوثيق في سياق التصريحات الرسمية للمؤسسات الحكومية أو الجهات العامة أو الخاصة.

ولكن من أجل الاستفادة الكاملة وعدم الوقوع ضحية عدم الدراية، يجب على المستخدمين/ات أو مدققي/ات المعلومات ادراك وفهم معايير التوثيق المختلفة بكل منصة، لا سيما في إطار إطلاق اشتراكات توثيق مدفوعة.

1.7. الحسابات الموثقة على فيسبوك وانستاجرام

تعتمد منصتا فيسبوك وانستاجرام التابعتين لشركة ميتا "Meta" على علامة واحدة للتوثيق وهي العلامة الزرقاء . في السابق، اشترطت ميتا ضرورة كون المستخدم شخصية عامة، أو مشهورة، أو مؤسسة معروفة، أو علامة تجارية عالمية بغرض الحصول عليها ضمن برنامج العلامات الموثقة الخاصة بها "Verified Badge". والجدير بالذكر أن هذا البرنامج يتيح الحصول على علامات التوثيق للأفراد على حساباتهم الشخصية "Profiles" أو على الصفحات العامة "Pages". [28]

إلا أنه مؤخراً -في الربع الأول من عام 2023- تم إطلاق برنامج آخر للتوثيق يسمى برنامج ميتا للعلامات الموثقة "Meta Verified Badge" متاح للأفراد عبر حساباتهم الشخصية "Profiles" فقط، وهي خدمة مدفوعة باشتراك شهري متاحة للجميع ولا يشترط فيها كون المستخدم/ة شخصية مشهورة أو عامة، فبمجرد تقديم المستخدم/ة المستندات والقيمة الشهرية المطلوبة وموافقة المنصة على طلبه، سيتحصل على ميزات هذا البرنامج والتي تشمل علامة التوثيق الزرقاء والعديد من الميزات الأخرى مثل: (الأولوية في الدعم الفني، وملصقات خاصة داخل المنصة، وغيرها). [29]

وهكذا، يمكن أن نفهم أن الحسابات الموثقة على منصة فيسبوك تعبر عن هوية الأشخاص أو المؤسسات التي تدير هذه الحسابات، ويمكن الاعتماد عليها في اقتباس التصريحات والأقوال كونها "الحسابات الرسمية".

ملاحظة:

الجدير بالذكر أن البرنامج الأول الخاص بالتوثيق "Verified Badge" لا يزال متاحاً حتى الآن للأفراد والمؤسسات الذين يستوفون شروط المنصة -الشخصيات العامة والمؤسسات بدون مقابل مادي-، بينما يقتصر عمل البرنامج الثاني "Meta Verified Badge" على الأفراد الراغبين في التوثيق فقط بمقابل مادي شهري.



(مثال: صفحة منظمة "Hexa Connection" على فيسبوك موثقة بالعلامة الزرقاء ضمن البرنامج الأول "Verified Badge" الخاص بتوثيق الصفحات العامة "Page" والمشهورة.)

2.7. الحسابات الموثقة على تويتر "X" [11]

اعتمدت منصة "X" (تويتر سابقاً) على علامة واحدة للتوثيق وهي العلامة الزرقاء ، تم إعطاء هذه العلامة للحسابات الرسمية والنشطة والبارزة مثل المشاهير والإعلاميين/ات والسياسيين/ات والمؤسسات المختلفة والتي يتم التحقق منها من قبل فريق تويتر بشكل مستقل قبل منح ميزة التوثيق، بناء على آلية وإجراءات معينة يتم اتباعها وفقاً لسياسة الشركة بالخصوص. ويشار لها حالياً تحت اسم "Twitter Legacy Verification". [30]

ولكن مع كل التغييرات الجديدة في المنصة خلال عام 2023، تغيرت معايير التوثيق بإطلاق خدمة تسمى تويتر بلو "Twitter Blue - X Premium" مع اعتماد علامات توثيق جديدة.

• “Twitter Blue - X Premium”

تويتر بلو، هي خدمة توثيق جديدة مقدمة من منصة تويتر. تتيح هذه الخدمة توثيق الحسابات مقابل اشتراك شهري واستيفاء بعض الشروط البسيطة المشار لها في سياسات الخدمة الخاصة بالمنصة. ابتداء من 1 أبريل 2023، بدأت تويتر بتغيير معايير التوثيق القديمة وإيقاف قبول الطلبات وإغلاق البرنامج، واشترطت دفع قيمة شهرية للحسابات الراغبة في الحصول على علامة التوثيق، أو الحسابات التي حصلت عليها بالفعل ضمن البرنامج القديم “Twitter Legacy Verification” للحفاظ عليها. [31]

• علامات التوثيق الجديدة

لتفادي التضليل ومحاولات النصب والاحتيال المحتملة بعد إطلاق خدمة تويتر بلو، أطلقت المنصة أربع علامات توثيق مع وضع توضيح لكل واحدة منها.

1.2.7. علامة التوثيق الزرقاء :

تظهر علامة التوثيق الزرقاء أمام نوعين من الحسابات على تويتر:

◀ الحسابات الموثقة ضمن الآلية القديمة “Twitter Legacy Verification”

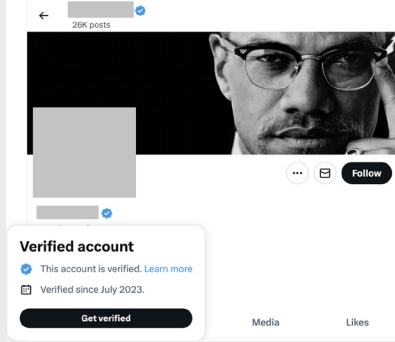
تظهر علامة التوثيق الزرقاء بجانب أسماء الأفراد الموثقة حساباتهم بالمعايير القديمة “ناشط، وبارز، وأصلي” وقبل إطلاق خدمة التوثيق الجديدة “تويتر بلو” اشترطت المنصة على من يحصل على علامة التوثيق ضمن الشروط القديمة دفع مقابل شهري لإبقاء علامة التوثيق، ولكن بدون الخوض في إجراءات التأكد من هوية صاحب الحساب لأن هذا الأمر قد تم بالفعل ضمن المعايير القديمة.

يمكن معرفة هذه الحسابات عند الضغط على علامة التوثيق وتفقد تاريخ الحصول على علامة التوثيق -قبل 1 أبريل 2023- وذلك للفرقة بين الحسابات الموثقة ضمن الآلية القديمة وبين الحاصلين على العلامة ضمن البرنامج الجديد.



(مثال لحساب الكاتبة البريطانية J.K Rowling على "X" والحاصلة على علامة التوثيق الزرقاء منذ ٢٠٠٩)

« الحسابات الموثقة ضمن الآلية الجديدة ”Twitter Blue - X Premium“ تظهر علامة التوثيق الزرقاء بجانب الحسابات الموثقة بمقابل مادي ضمن خدمة تويتر بلو، وذلك بعد استيفاء شروط الحصول عليها، ويمكن تفرقة الحسابات الخاصة بأفراد عاديين بتفقد تاريخ الحصول على علامة التوثيق.



(مثال لحساب فرد على "X" والحاصل على علامة التوثيق بعد إطلاق الخدمة الجديدة "X Premium")

2.2.2. علامة التوثيق الرمادية : ✓

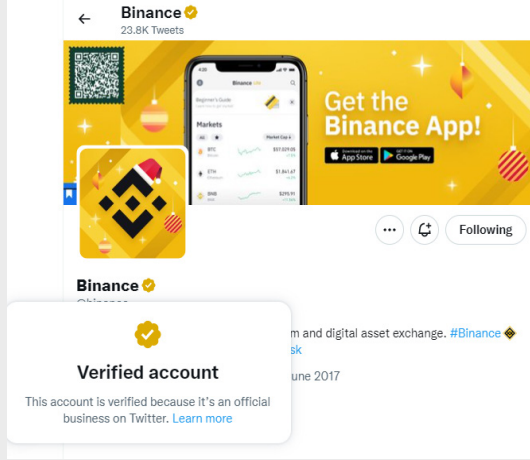
التي تظهر بجانب حسابات الأفراد أو المؤسسات ذات الصلة بالحكومات، ويشار لهم عند الضغط على علامة التوثيق بـ "Verified because it is a government or multilateral organization".



(مثال لحساب البيت الأبيض على "X" والحاصل على علامة التوثيق الرمادية الخاصة بالمؤسسات الحكومية)

3.2.7. علامة التوثيق الذهبية :

التي تظهر بجانب حسابات الشركات أو مشاريع القطاع الخاص، ويشار لهم عند الضغط على علامة التوثيق بـ“Verified because it’s an official business”.



“X” مثال لحساب منصة Binance لتداول العملات الرقمية على والحاصل على علامة التوثيق الذهبية الخاصة بالشركات)

• تسهيل تمييز علامات التوثيق:

مع تغيير سياسات التوثيق الخاصة بمنصة تويتر وإضافة العديد من علامات التوثيق، أصبح تمييز الحسابات الرسمية أمراً معقداً خاصة عند ظهور التغريدات في الصفحة الرئيسية. يمكن استخدام بعض الطرق أو الأدوات الرقمية لتمييز حقيقة هذه الحسابات.

• الفحص اليدوي للحسابات:

وذلك عبر الدخول لصفحة الحساب والضغط على علامة التوثيق وقراءة الوصف الخاص بها والتحقق من تاريخ الحصول على علامة التوثيق.

• إضافة “Eight Dollars”:

وهي إضافة على المتصفحات تسهل تمييز الحسابات الموثقة من بعضها البعض، وذلك عبر إظهار:

◀ كلمة موثق “Verified” أمام كل الحسابات الموثوقة:

Blue: Legacy ■

Blue: notable ■

Golden: Business ■

Grey: Government ■

◀ كلمة "Paid" أمام الحسابات المشتركة في خدمة التوثيق:

Blue - subscribed ■

3.7. صفحات رسمية غير موثقة

توجد العديد من الحسابات والصفحات التي تعود إلى جهات دولية، أو حكومية، أو رسمية، أو إلى شخصيات عامة قد لا تمتلك علامة التوثيق لسبب أو لآخر. ربما بسبب أن بعضها لم يقدم طلباً للحصول على علامة التوثيق، أو أنها تفتقر للمعايير المطلوبة للحصول على العلامة.

• وبذلك يجب على المستخدم التأكد من تبعية الحساب عن طريق اعتماد طرق أخرى مثل:

- تفقد الموقع الرسمي الخاص بالمؤسسة - يتم مراعاة طرق التأكد من موثوقية مواقع الويب المذكورة سابقاً.
- تفقد معايير شفافية الصفحة على منصة فيسبوك.

على سبيل المثال:

لا تمتلك صفحة "وزارة الشباب - ليبيا" علامة التحقق الخاصة بفيسبوك، ولكن مع ذلك تعتبر الصفحة الرسمية والمعتمدة لوزارة الشباب والرياضة.



وزارة الشباب - ليبيا

Government Website · 138K followers · 10+ posts in the last 2 weeks

الصفحة الرسمية لوزارة الشباب بحكومة الوحدة الوطنية

Follow

• فكيف نثبت حقيقة تبعيتها للوزارة؟

1.3.7. البحث عن الموقع الرسمي الخاص بالوزارة عبر محركات البحث

نستخدم عند البحث كلمات مفتاحية مثل: "وزارة الشباب في ليبيا"، وبالنظر الى نتائج البحث نستطيع تحديد موقع يدعي بأنه الموقع الرسمي الخاص بوزارة الشباب تحت الرابط: Youth.Gov.Ly.



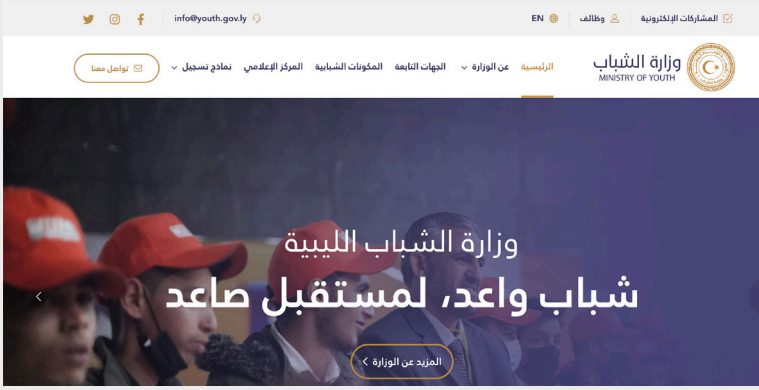
ومن الوهلة الأولى يمكن ملاحظة أن رابط الموقع يحمل امتداد نطاق "Gov" الذي تمتلكه الجهات الحكومية فقط. ويحمل الرابط كذلك امتداد "Ly" وهو امتداد للمواقع التي تنتمي لليبيا. وبذلك نستنتج أن الموقع "Youth.Gov.Ly" ينتمي لجهة حكومية في ليبيا.

2.3.7. تحليل بيانات الموقع

باستخدام أداة ScamAdviser نقوم بلمصق رابط الموقع الذي تحصلنا عليه من نتائج محرك البحث، ومن ثم التحقق من هوية مالك الموقع وتسجيل المؤسسة والخواص المستضاف عليها. يمكن في هذا المثال تخطي هذه الخطوة لأنه تم بالفعل إثبات أصالة الموقع عن طريق امتداد الدومين، ولكنها ستكون ذات فائدة أكبر في حال كون الموقع يتبع مؤسسة غير حكومية.

3.3.7. زيارة الموقع

بعد زيارة الموقع يمكننا ملاحظة أيقونات مواقع التواصل الاجتماعي أعلى يسار الموقع، وعند الضغط على أيقونة الفيسبوك ستظهر صفحة الفيسبوك الخاصة بالوزارة وهي غير موثقة بالعلامة الزرقاء، ولكنها تعتبر الصفحة الرسمية نظراً لتواجدها في موقعهم الرسمي.



وبهذه الطريقة تأكدنا بأن صفحة الفيسبوك الموجودة على هذا الرابط -غير الموثقة- هي فعلاً صفحة رسمية تتبع وزارة الشباب في ليبيا.

4.3.7. معايير شفافية الفيسبوك [27]


يمكن للمستخدم أيضاً تسخير معايير الشفافية الخاصة بفيسبوك لصالحه ولإثبات موثوقية الصفحات على هذه المنصة.

- يمكن الوصول لبيانات الشفافية الخاصة بصفحة معينة على فيسبوك عن طريق:
 - الدخول إلى الصفحة المطلوبة.
 - النقر على قسم "عن" "About".
 - من ثم "شفافية الصفحة" "Page transparency".



وبتطبيق هذه الخطوات على المثال السابق، يمكننا الاطلاع على شفافية صفحة وزارة الشباب على فيسبوك.

Page transparency


Page information for ليبيا - الشباب ⓘ

 وزارة الشباب - ليبيا
Government Website

History ⓘ

-  Changed name to ليبيا - الشباب
August 5, 2021
-  Created وزارة الشباب بحكومة الوحدة الوطنية - ليبيا
March 25, 2021

People who manage this Page ⓘ

 Primary country/region location for people who manage this Page includes:
Libya (9)

• عن طريق هذه البيانات يمكن أن نستفيد من:

◀ سجل تغيير اسم الصفحة:

في حال كانت الصفحة مريبة أو غير رسمية، قد نلاحظ تغيير اسمها مراراً وتكراراً في سياقات مختلفة ومتباعدة.

◀ الموقع الجغرافي وعدد مدراء الصفحة:

في حال كانت الصفحة مريبة أو غير رسمية أو تصيدية وتنتحل هوية مؤسسة معينة، قد نلاحظ كثرة عدد مدراء الصفحة مع اختلاف الموقع الجغرافي لهم/ن عن البلد المستهدفة. فمن غير المنطقي أن تكون صفحة مؤسسة حكومية تدار من قبل أشخاص غير موجودين في ليبيا بتاتاً -على سبيل المثال-.

“LinkedIn” .4.7

منصة “LinkedIn” هي شبكة اجتماعية مهنية تهدف إلى ربط المحترفين/ات في المهن المختلفة وبناء علاقات مهنية. يمكن استخدام هذه المنصة في البحث والتأكد من هويات الأفراد أو الشركات والتحقق من طبيعة عملها.

“WebMii” .5.7

منصة “WebMii” هي عبارة عن أداة لتجميع المعلومات من مصادر مختلفة على الإنترنت. تهدف المنصة إلى عرض معلومات عامة ومتاحة على الإنترنت عن شخص معين في مكان واحد، مما يتيح للمستخدمين/ات فهم الصورة العامة عن هذا الشخص. يمكن استخدام هذه المنصة للبحث عن هوية الأفراد وطبيعة عملهم ونشاطاتهم، وللإستقصاء عنهم وإستكشاف المزيد من المعلومات المتاحة على الإنترنت بخصوصهم.

8. خدمات أرشفة المواقع

الأرشفة وأدواتها هي طرق تستخدم لحفظ صفحات الويب بشكل أوتوماتيكي أو يدوي، أو للوصول لنسخ سابقة وقديمة لموقع إلكتروني معين. يتم الاحتفاظ بهذه النسخ المؤرشفة على شبكة الإنترنت حتى بعد حذف الصفحة أو الموقع من على الشبكة.

– ما هي فوائد الأرشفة؟

يمكن الاستفادة من "أرشفة المواقع" بعدة أمور، أهمها:

- الوصول إلى معلومات، ومقالات، وأخبار لم تعد موجودة على الإنترنت بسبب أن الموقع لم يعد متاحاً على شبكة الإنترنت (لأسباب تقنية، أو مادية، أو إدارية).
- الوصول إلى معلومات، ومقالات، وأخبار لم تعد موجودة على الإنترنت بسبب حذف الموقع للمادة أو الخبر.
- الوصول إلى معلومات، ومقالات، وأخبار غير أحد المواقع محتواها أو عدّل عليه.
- حفظ الروابط من الضياع؛ والتي من الممكن أن تستخدم لاحقاً كمصادر أو مراجع.

– لماذا يعتبر استخدام الأرشفة مهماً؟

في بعض الأحيان، نعلم في حياتنا اليومية على أخذ لقطات شاشة كإثبات وجود محتوى معين في وقت معين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي أو مواقع الإنترنت، أو حفظ الصفحة المرادة PDF كإستخدامها لاحقاً كمبرر أو دليل لقضية معينة.

في سياق الحياة اليومية، قد تكون هذه الطرق مفيدة. ولكن عندما نتكلم عن طرق العمل الاحترافي أو إثبات موثوقية أو أصالة محتوى معين، قد لا تكون الطرق السابقة أفضل خيار، وذلك لعدة أسباب منها:

- سهولة تزوير لقطات الشاشة.
- إمكانية التعديل أو تزوير صفحات الويب بعد حفظها PDF.

ولهذه الأسباب، لا يعتد بالطرق المذكورة سابقاً كدليل أو مصدر أو كإثباتات لتواجد محتوى معين على الإنترنت في سياق تدقيق المعلومات.

- ما الحل؟

هنا تكمن قوة أدوات الأرشفة، إذ تعتبر كطرف ثالث مفتوح المصدر يقوم بالدخول إلى الصفحات المراد حفظها، ويخزنها على الخوادم الخاصة به. وبهذه الطريقة لا يكون المستخدمون/ات هم/ن من يقدمون الدليل. باستخدام أدوات الأرشفة يطلب المستخدم/ة من موقع الأرشفة الدخول على الصفحة المرادة وتخزينها، وبدوره سيقوم الموقع بالدخول إلى الصفحة وأخذ لقطة كاملة لها وحفظها بكل الروابط. ولكون هذه الأدوات مفتوحة المصدر، لا يتم التشكيك في مصداقيتها وذلك بسبب كون الكود البرمجي الخاص بها مفتوح للعمامة ويمكن للجميع أن يرى كيفية عمله، وهي تقتصر فقط على الدخول إلى الصفحة المرادة وتخزينها. ولهذا السبب يمكن الاعتماد على الصفحات المؤرشفة كدليل لوجود محتوى معين على صفحات الإنترنت بشكل موثوق.

1.8. أداة العودة بالزمن "Wayback Machine"

في بعض الأحيان يحتاج المستخدمون/ات للرجوع إلى نسخ قديمة من صفحات موقع إلكتروني معين، وذلك لعدة أسباب تشمل تعطل الموقع أو تغيير محتواه أو حذف صفحاته تماماً. وكما يوحي الاسم، توفر أداة العودة بالزمن "Wayback Machine" خدمة أرشفة صفحات المواقع، والتي تمكن المستخدمين/ات من البحث عن نسخ مؤرشفة سابقاً لصفحات ومحتوى المواقع.

تتميز هذه الأداة بأرشفتها لصفحات الويب على الإنترنت السطحي بشكل أوتوماتيكي في حالة سماح الموقع الإلكتروني بذلك. بشكل دوري، تقوم عناكب هذه الأداة بالزحف على صفحات الويب وأخذ لقطات شاشة لها وحفظها في قاعدة بيانات الأداة. تتاح هذه اللقطات للمستخدمين/ات في حالة بحثهم/ن عن نسخة سابقة من موقع معين أو للاطلاع على محتوى موقع معين بعد حذفه.

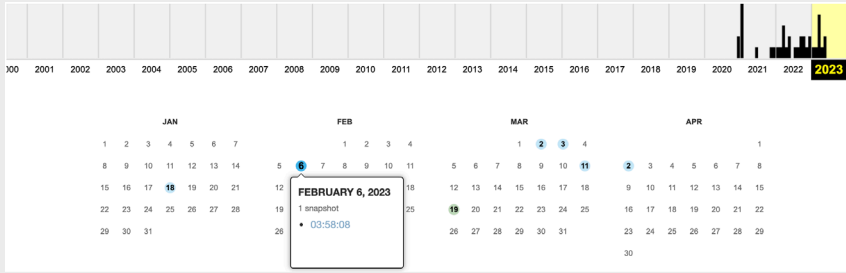
أيضاً، تقدم هذه الأداة خدمة الأرشفة بشكل يدوي، وذلك بإدخال رابط الصفحة المراد أرشفتها -منشور على فيسبوك على سبيل المثال- وستقوم الأداة بالدخول إلى الصفحة وأرشفتها، وبعد ذلك يمكن استخدامها كدليل موثوق.

1.1.8. طريقة البحث عن نسخ مؤرشفة سابقاً:

- من خانة البحث داخل الأداة يمكن إدخال رابط الموقع المراد البحث عن نسخ مؤرشفة منه، في هذه الحالة ندخل موقع أنير على سبيل المثال.
- نضغط على زر "إدخال" أو "Enter".
- عندها ستظهر لنا نتيجة البحث والنسخ المؤرشفة من الموقع خلال الأشهر والسنوات الماضية في حال توفرت.

في المثال الحالي، عند البحث عن نسخ مؤرشفة لموقع "أنير" (Annir.ly)، سيظهر عدد من النسخ المؤرشفة للموقع خلال السنوات 2020, 2021, 2022, 2023.

يمكن الوصول إلى أي من النسخ المؤرشفة عبر تحديد السنة من الشريط العلوي، ثم نحدد الشهر واليوم كما يظهر في الصورة التالية:



ملاحظة:

- يشير اللون الأزرق والأخضر الموجود على التقويم إلى توفر نسخ مؤرشفة للموقع في هذا اليوم.
- يشير حجم الدائرة إلى عدد النسخ المتوفرة في هذا اليوم؛ كلما كبرت الدائرة، كان عدد النسخ أكثر.

2.1.8. طريقة أرشفة منشور أو تغريدة للعودة لها لاحقاً أو لاستخدامها كمرجع:

- الدخول على الصفحة الخاصة بالحفظ على موقع “Wayback Machine”.



- وضع رابط المقال، أو المنشور، أو التغريدة في حقل “Save Page Now”.
- الضغط على خيار “Save Page”.



الخاتمة

عزيزي القارئ، عزيزتي القارئة،

بعد انتهائنا معًا من قراءة هذا الدليل، مرورًا بأقسامه ومحطاته المختلفة. ها نحن نقف على عتبة الختام. خلال هذه الرحلة المثيرة، تمكنا بلا شك من تجسيد فهم شامل للاضطراب المعلومات وتأثيراته التي تمتد إلى أعماق المجتمع. تعرّفنا أيضًا على الدور الحيوي الذي يلعبه تدقيق المعلومات في مواجهة اضطراب المعلومات، كما تعلمنا الطرق السليمة للتفكير واستخدام أشهر الأدوات في عمليات التحقق من المحتوى الرقمي وكيفية تسخيرها للوصول إلى الحقيقة.

أخيرًا، نضع بعين الاعتبار:

التحقق من المعلومات ليس بالأمر السهل

بالرغم من توفر العديد من وسائل التحقق من المعلومات، ينبغي لنا أن ندرك أن نتائج البحث قد تكون مقيدة في بعض الأحيان. حيث تعتمد هذه النتائج على المصادر المتاحة على الإنترنت أو على قواعد بيانات الأدوات المستخدمة، مما قد يؤدي إلى نتائج غير دقيقة، أو حتى تقديم معلومات غير مرتبطة بالسياق المطلوب. يجب أن ندرك أيضًا أن تدقيق المعلومات هو عملية تعتمد على تنوع المنهجيات والأدوات. حتى عند صياغة الأسئلة الملائمة واستخدام الأدوات المناسبة، قد نجد أحيانًا أن الطريق مسدود والإجابات غير واضحة

أدلة أكثر، مصداقية أكثر

يتجلى تدقيق المعلومات كعملية تتسم بالتعقيد والبساطة في الوقت ذاته. أحياناً، يمكننا اكتشاف الحقيقة منذ بداية عمليات التحقق، وفي بعض الأحيان قد تأخذ عملية التحقق ساعات أو حتى أيام من البحث والتحري. على كل حال، بالصبر وتحري الدقة يمكننا جمع الأدلة من مصادر متعددة وربطها ببعضها، واستخدام العديد من الأدوات التنقيية في نفس الموضوع، مما يمنحنا دليلاً قوياً في النهاية.

بعبارات أبسط، لحل الأحجية يجب علينا تجميع كل الأجزاء المفقودة، ويتم ذلك بربط مهارتنا في التفكير والتحليل والنظر ما وراء الخبر أو المعلومة واستعمال مختلف أدوات التحقق حتى عند الوصول إلى نتيجة مرضية، وذلك لضمان الحصول على أكثر من دليل قاطع يدعم نفس الإجابة.

مسؤوليتنا جميعاً: إنترنت أكثر أماناً

في عصرٍ أصبحت فيه المعلومات المضللة صناعة احترافية، أصبحت عملية التحقق ضرورية للحفاظ على دقة المعلومات ومصداقيتها. ومع نشر الوعي الإعلامي وتعميم ثقافة تدقيق المعلومات، يمكننا جميعاً كمستخدمين/ان ومدققي/ات معلومات أن نساهم في جعل الإنترنت مكاناً أكثر أماناً.

إخلاء طرف

مبادرة أثير غير ملزمة بأي تغيير في المعلومات المذكورة في هذا الدليل بعد موعد نشره وحتى إصدار نسخة جديدة منه. المعلومات المذكورة في هذا الدليل تمت كتابتها استناداً على مصادر موثوقة. بعد نشر هذا الدليل، قد تتغير بعض المعلومات القابلة للتطوير مثل سياسات منصات مواقع التواصل الاجتماعي.

أنير

عن أنير [32]

أنير هي مبادرة ليبية مستقلة، محايدة وغير سياسية، مختصة في التوعية بشؤون الإنترنت الآمن والتحقق من الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة. نشأت عام 2020، وتتخذ من الفضاء الإلكتروني منصة لها تهدف إلى رفع الوعي بالممارسات السليمة لخوض تجربة إنترنت أكثر أماناً.

تقوم أنير بنشر محتوى توعوي حول السلامة والحقوق الرقمية والتكنولوجيا، كما تكافح اضطراب المعلومات وذلك عبر التوعية بشؤون التربية الإعلامية والمعلوماتية، والتحقق من الأخبار الزائفة والمضللة المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

سياسة استخدام دليل أنير للتحقق من المحتوى الرقمي

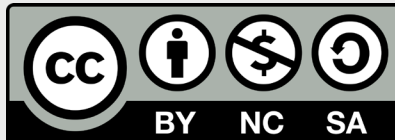
هذا الدليل متاح تحت رخصة "المشاع الإبداعي" نسب المصنّف - غير تجاري - الترخيص بالمثل CC BY-NC-SA. لك مطلق الحرية في استخدام ومشاركة ونسخ ونقل محتوى الدليل لأي وسط أو شكل، يمكنك أيضاً مزج وتعديل المحتوى والإضافة عليه.

الاستخدامات السابقة ممكنة فقط إذا استوفت شروط الرخصة المنسوبة إليها المحتوى، ومن ضمن هذه الشروط:

- نسب الدليل إلى [مبادرة أنير](#) مع ذكر أي تعديلات أُجريت عليه، وألا يُستخدم الدليل لأغراض تجارية، وألا تُوضع أي شروط تقيّد الآخرين من ممارسة الصلاحيات التي تسمح بها الرخصة.

لمزيد من التفاصيل حول الرخصة وأحكامها:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.ar>



تجدون في الهوامش روابط لأمثلة متوسعة تقدم تفاصيل وتوضيحات إضافية حول المفاهيم والاستراتيجيات المطروحة.

– الهوامش

- 01 يونسكو - مكافحة الأخبار الزائفة
- 02 أنير - الذباب الإلكتروني: كيف يؤثّر علينا؟
- 03 أنير - أنير تعثر على شبكة ذباب إلكتروني على تويتر
- 04 يوتيوب - مواجهة اضطراب المعلومات في ليبيا: دور تدقيق الحقائق والأدوات التقنية
- 05 أنير - من وين تجي الأخبار الزائفة؟
- 06 أنير - علاش نصدقوا في الأخبار الزائفة؟
- 07 أنير - بروباغاندا الأدمن: كيف تؤثر المنشورات والميمز في المشهد السياسي؟
- 08 أنير - التناطير في الأخبار
- 09 أنير - ست طرق تساعدكم على تمييز الأخبار الزائفة
- 10 أنير - سيكولوجية تدقيق الحقائق
- 11 أنير - طرق تدقيق الحقائق وانعكاسات تطور الساحة الرقمية
- 12 "FullFacts" - دليل "FullFacts" للتحقق من المعلومات
- 13 أنير - مضلل: هذه الصورة ليست للخطوط الجوية الليبية
- 14 أنير - مضلل: لم يقم هذا الشخص بحرق دفتر ديون الزبائن بمناسبة شهر رمضان في ليبيا
- 15 أنير - مضلل: هذه الإشارة احترقت في مدينة ميلانو وليست في منطقة العريزية
- 16 أنير - مضلل: هذه الصورة لمنظومات اضاءة صحراوية ليست في ليبيا، بل في السعودية
- 17 أنير - زائف: لم تنجب هذه السيدة من جنوب أفريقيا 11 طفلاً
- 18 أنير - زائف: هذه الصورة ليست لمطار طرابلس الدولي بل لمطار في مالديفا
- 19 أنير - مضلل: هذه الفتاة التي تساعد والدها الميكانيكي ليست ليبية
- 20 أنير - ظهور فيلة في الجنوب الليبي
- 21 أنير - مضلل: مقطع قتل 7 أطباء تخدير في مزرعة صديقهم قديم وسياقه مختلف
- 22 أنير - مضلل: هذا الفيديو لامرأة محجبة تقود سيارة مكشوفة ليس في ليبيا
- 23 أنير - زائف: هذا الفيديو لمشجاة بين شاب وفتاة في العراق وليس في ليبيا
- 24 أنير - زائف: لم يتم وضع هذا التمثال مكان تمثال الغزالة سابقاً
- 25 أنير - مضلل: لم تبدأ الأنهار بالظهور في صحراء المملكة العربية السعودية.

أثير - تدارك أخطاء الماضي: نتائج الشهادتين الإعدادية والثانوية في ليبيا	26
أثير - ما حقيقة اكتشاف الطالبة الليبية عائشة المنصوري علاجاً للروماتيزم؟	27
فيسبوك - طلب الحصول على شارة مُحقِّقة على فيسبوك	28
فيسبوك - حول ميزة Meta Verified على فيسبوك	29
تويتر "X" - سياسة التوثيق القديمة	30
تويتر "X" - كيفية الحصول على علامة الاختيار الزرقاء على Twitter	31
أثير - من نحن	32

