

عنوان المحاضرة: مجتمع المعلومات والثقة الالكترونية

تمهيد:

لقد أدى التطور الهائل المعرفي، الاقتصادي والتكنولوجي الذي شهده العالم، إلى إيجاد نمط جديد من المعاملات التي تختلف من حيث طبيعتها عن المعاملات في المنظومة القديمة القائمة أساساً على التعامل الحضوري والمباشر بين الأطراف، غير أنه ومع اكتساح التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال فرض وجود نمط جديد من المعاملة في بيئة معلومات جديدة لا تشترط إلزاماً الحضور الفعلي للأطراف المعنية، أي عن بعد من خلال المعاملات والمبادلات الإلكترونية خاصة في ظل وجود العديد من المواقع الإلكترونية والمنصات الرقمية والشبكات الاجتماعية التي تتنافس فيما بينها حول تقديم خدمات معينة من أجل جذب الجمهور واستقطاب أكثر عددٍ من المتعاملين من خلال تسويق محتوياتها بأي وسيلة كانت، الأمر الذي طرح العديد من المشكلات تتعلق أساساً بالثقة (المصادقية، الالتزام بالمواعيد، القيمة، الجدية والسرية... الخ)، والتي تعد عاملاً أساسياً في نجاح المعاملات أما ان خيارها فيؤدي حتماً إلى فشل هذه المعاملات.

في مُساءلة مفهوم الثقة الإلكترونية:

- ارتبطت نشأة مصطلح الثقة الإلكترونية بمجتمع المعلومات، فهو وليد التطور الاقتصادي والتكنولوجي في ميدان المعلومات والاتصال واحتدام المنافسة في تسويق المحتويات بين المواقع والمنصات والمنظمات التجارية الإلكترونية، الأمر الذي أدى إلى طرح سؤال الثقة بين هذه المواقع والمنظمات والمتعاملين معها.
- يُقصد بالثقة الإلكترونية التعامل السليم بين المواقع والمنظمات التجارية الإلكترونية وغيرها مع المتعاملين معهم وفق نظم قانونية وأطر أخلاقية تقوم أساساً على المصادقية وسلامة المعلومات والجدية في المعاملة.
- الاعتقاد بأن ما يتم عرضه وتقديمه عبر المنصات والشبكات الاجتماعية سيكون ذو مصادقية وقيمة.
- الالتزام من طرف المواقع والمنظمات التجارية الإلكترونية أثناء العملية التبادلية الإلكترونية بالمواعيد والشروط المتفق عليها.
- تقوم الثقة الإلكترونية على أربعة أسس ودعائم أساسية وهي: المقدرة والشهرة والسلوك والتجربة الذاتية.

مجتمع المعلومات وتعزيز الثقة الإلكترونية:

تعتمد عملية تعزيز الثقة الإلكترونية على العديد من الأمور منها:

- 1- **جودة المعلومات:** يجب أن تكون المعلومات ذات قيمة وهدف ودقيقة ومفهومة
- 2- **جودة الشبكات والمواقع الإلكترونية:** حيث أن تعزيز الثقة يكون بناءً على شهرة المواقع الإلكترونية وجودتها من خلال تجارب معاملاتها.
- 3- **المعاملة الجيدة:** المعاملة عنصر أساسي لتعزيز الثقة ودعمها من خلال المصداقية والالتزام والجدية والوفاء.

خصائص الثقة الإلكترونية:

تتميز الثقة الإلكترونية بالعديد من الخصائص منها:

- 1- الثقة المتبادلة بين الطرف الأول والطرف الآخر
- 2- الثقة في آليات الرقابة التقنية
- 3- الثقة الحسابية
- 4- سرية المعلومات وحفظ الخصوصية.

مجتمع المعلومات وأبعاد الثقة الإلكترونية:

لثقة الإلكترونية في البيئة المعلوماتية الجديدة العديد من الأبعاد نذكرها في النقاط التالية:

1- المصداقية وجذب الاهتمام أكثر حول ضرورة التعامل الإلكتروني

2- جودة الخدمات المقدمة ونزاهة المعاملات

3- القدرة والجدارة على إيجاد الحلول

المراجع:

- سنية محمد أحمد سليمان سبع: توسيط الثقة الإلكترونية في العلاقة بين تسويق المحتوى والاحتفاظ بالعميل، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة دمياط، المجلد 4، العدد 1، الجزء 3، يناير 2023.
- زيد عبد الله الصرايرة ومحمد مفضي الكساسبة: أثر الثقة الإلكترونية في نجاح المنظمات الافتراضية في الأردن، مجلة المقال للعلوم الاقتصادية والإدارية وتكنولوجيا المعلومات، المجلد 9، العدد 2، 2023.
- برني لطيفة: الثقة الإلكترونية بين بين الشركاء والعاملين، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد 44، جوان 2016.
- محمد السعيد عبد الغفار: دور الوسيط لحب العلامة والثقة الإلكترونية في العلاقة بين تجربة العلامة عبر الانترنت والكلمة المنطوقة الإلكترونية، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد 37، العدد الثاني، 2023.