



معلومات البحث

تاريخ الاستلام: 2022/07/29

تاريخ القبول: 2022/11/15

Printed ISSN: 2352-989X

Online ISSN: 2602-6856

إستراتيجية وسائل الإعلام الحديثة في محاربة الشائعات في زمن الجائحة

مواقع التواصل الاجتماعي أمودجا

**Modern Media Strategy in Debunking Rumors
Amid the COVID-19 Pandemic Social
Networking Platforms as Case Study**

عزوز محمد

¹جامعة الجلفة - زيان عاشور - (الجزائر)،

azzouzmo2@gmail.com

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الحديث على توجيه الرأي العام لجمهور مستخدمي الانترنت خصوصا من خلال الإشاعات ومحاربتها، وتوجيههم نحو تلقي اللقاح ، وهذا من خلال دراسة تأثير الجائحة على نتائج البحث في الانترنت، وربطها بمستويات الإصابات، ومعرفة مدى الاستجابة لتعليمات الاطباء ومنظمة الصحة العالمية في تلقي اللقاح، مستخدمين في ذلك مؤشرات غوغل، " تراند غوغل" ومقارنتها بالإحصائيات الرسمية .

الكلمات المفتاحية: الشائعات ، الجائحة ، مواقع التواصل الاجتماعي .

ABSTRACT

This study aims at finding the extent on how social media and modern media have affected the public opinion of the public audience of Internet users, especially through rumors. and how the social media fought those rumors and guided the public towards receiving the vaccine by studying the impact of the pandemic on the results of induction on the Internet, linking them to levels of infections, and knowing the extent to which doctors and the World Health Organization are responding to the instructions of receiving the vaccine, using google indicators, 'trends Google' and comparing them to official statistics.

Keywords: Rumors. Pandemic. Social Media.

تمهيد :

في عصر انتشار المعلومة وسرعتها وتوثيقها، وفي ظل الانتشار الرهيب للهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي أصبح انتشار المعلومة عبر الوسائط أمرا طبيعيا نتعايش معه يوميا بعد أن كان اقتصار المعلومة الأصلية على التلفزيون والراديو من خلال التقارير الرسمية، لكن مع انتشار الموجة الثالثة من وباء كورونا العالمي الذي عصفت بالعباد وباقتصاديات الدول، وكذا زعزع المفهوم التقليدي لحكر المعلومة خصوصا مع تعارض المعلومات الرسمية المقدمة من طرف السلطات مع المنشورات المعروضة على وسائل التواصل الاجتماعي، جعل المتلقي يمحس في أصل المعلومة ويشكك فيها دوما، خصوصا أن ما يسمعه يتعارض مع ما يراه في الواقع، مما يجعلنا نتساءل أي مدى ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تسيير الموجة الثالثة لكورونا في الجزائر ؟

مقدمة :

يمكننا القول أن وسائل الاتصال التقليدية والحديثة تشكل محورا هاما في توجيه الرأي العام في كل دول العالم، خصوصا أننا في عصر الهواتف الذكية التي أنتجتها الثورة الصناعية الرابعة والثورة التكنولوجية المعاصرة، فأصبح بإمكان الأفراد على مختلف مستوياتهم الاجتماعية امتلاك وسائل الاتصال الذكية منها والعادية بشكل أقل تكلفة وأكثر جودة من الماضي، ومع تراجع وسائل الاتصال التقليدية كالراديو والتلفزيون والصحف وبروز وسائل الاتصال الحديثة والإعلام الجديد، أصبح الحصول على المعلومة سهلا لدرجة أنك ترى آخر المستجدات وأنت في فراشك أو في عملك.

وقد تم استغلال هاته الوسائل الحديثة من اجل إدارة الأزمات ومن بين الأزمات التي تم إدارتها أخذنا كنموذج أزمة كورونا وتداعياتها الإعلامية التي مست العالم ككل وتم تصنيفها كجائحة من طرف منظمة الصحة العالمية.

عكفت جل الدول على توظيف وسائل الاتصال الحديثة من اجل إدارة الأزمة وتوجيه الرأي العام ومحاربة الإشاعات، وتقديم نشرات إعلامية دورية وتوعوية بخصوص الجائحة.

فقامت وسائل الإعلام أولا بتوعية الجمهور من خلال ترويضهم وتخويفهم من خطر الفيروس وانتقاله والحث على التعقيم الدوري بواسطة المعقمات والكحولات والمطهر، وحثهم على غسل الأيدي بالصابون لمدة لا تقل عن نصف دقيقة، وتجنب المصافحة والتلامس الجسدي وفرض تباعد جسدي أدناه متر ونصف، مع ضرورة لبس الأقنعة الواقية والكمامات وعدم الخروج من المنزل إلا للضرورة.

ثم انتقل الإعلام بشتى وسائله إلى توعية الجمهور بضرورة "الحجر الصحي لمدة أسبوعين"، وهذا ما شكل تحديا صعبا خصوصا مع اضطرار الناس إلى الخروج من اجل قضاء حاجياتهم اليومية، وكذا تم بث نشرات توعوية عن كيفية العطس ومسح الأنف واليد، وعلامات الإصابة التي تستدعي الاتصال بالطبيب أو المستشفى.

بعد ذلك تم تسخير خط هاتفني مجاني، خط اخضر لسماع المواطنين وطمأنتهم وإرشادهم من خلال النصائح العامة المتداولة كارتداء الكمامات وشرب الفيتامين "C" و"الزنك" لتقوية وتعزيز المناعة، وشرب السوائل، وعدم الخوف، والقيام بالحجر الصحي المنزلي في حالة الاشتباه بالإصابة أو الاحتكاك بشخص مصاب، لينتقل هذا الخط الهاتفني إلى مرحلة ثانية وهي مرحلة التطعيم أو التلقيح ضد الوباء وضرورة تلقي جرعتين، وتسخير أطباء ومتطوعين للإجابة عن استفسارات المواطنين .

فلا احد ينكر دور وسائل الإعلام الحديثة في توعية الجمهور بالخطر الكبير الذي يمثله فيروس «كوفيد-19»، خصوصا من خلال الالتزام بتطبيق الإجراءات الاحترازية والوقائية وحثهم على تلقي اللقاح، باعتبار أن ذلك هو الطريق الوحيد للتعافي من هذه الجائحة، وعودة الحياة إلى طبيعتها، تحت شعارات مختلفة: بالتلقيح تعود الحياة، وحملة شد دارك، وقد نجحت وسائل الإعلام في القيام بماتين المهمتين على نحو كبير، وكمؤشر على ذلك لاحظنا الإقبال الكبير من قبل مختلف شرائح المجتمع على تلقي اللقاح، حيث بلغ عدد الملقحين أكثر من 8210605 الأشخاص الذين تلقوا اللقاح بالكامل 6,851,660 أي ما يمثل 15.9% من نسبة السكان و 8210605 شخص تلقوا جرعة واحدة من اللقاح أي ما يمثل نسبة 18.7 % من نسبة السكان، ناهيك عن الذين تعرضوا للانتخاب الطبيعي من خلال إصابتهم أكثر من مرة بالفيروس وتم شفاؤهم، وهذا من مجل عدد الجرعات التي مُنحت من طرف منظمة الصحة العالمية والمقدر عددها ب 15,576,328 جرعة لقاح (news-google, 2022)

في خضم هاته المرحلة الإنسانية الحرجة، كان لابد أن يتحد العالم بترسانته العلمية والإعلامية لمواجهة الداء وإنقاذ البشرية، وكان لابد لوسائل الإعلام بمختلف أشكالها أن تحقق دورها المنوط بها بفعالية كبيرة لان ما يحصل هو تحد حقيقي وكان ذلك من خلال ثلاث خطوات إستراتيجية:

1- تأكيد الأهمية القصوى لاستمرار الالتزام بالإجراءات الوقائية والاحترازية، مثل ارتداء الكمامات والحفاظ على التباعد الجسدي وتعقيم الأيدي والأسطح.

2- حث أفراد المجتمع على تلقي اللقاح من خلال بيان الأهمية القصوى لهذه الخطوة .

3-محاربة الشائعات الزائفة التي يروجها بعضهم حول لقاحات كورونا بأنواعها المختلفة.

-فهل وصل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي تحديدا إلى تحقيق هاته النقاط الثلاثة ؟

الإشكالية: كيف ساهم الإعلام الحديث ومواقع التواصل الاجتماعي خصوصا في توجيه الرأي العام وتلقي اللقاح من خلال دحض الإشاعات ؟

منهج الدراسة : من أجل الحصول على مدى تأثير الجمهور بالإشاعات، استعملنا طريقة جديدة وهي معرفة مستوى البحث على المواقع الاجتماعية من خلال مؤشرات غوغل " غوغل تراند" ليتم عرض النتائج بالتدقيق ومعرفة الوقت

الذي تم فيه البحث أو النشر، ومعرفة مستوى تأثر الجمهور مرفقة بخريطة مواقع البحث وأكثر الكلمات المشابهة بحثاً. بعد ذلك اتجهنا إلى سياسات الخصوصية التي اعتمدتها الشركات الكبرى الرائدة في مجال الاتصال والتواصل الاجتماعي في محاربة الإشاعات و تعليقاتها. مستعملين في ذلك المنهج الوصفي التحليلي والمقارن.

أدوات الدراسة: اعتمدنا هي هاته الدراسة على أساليب الإحصاء الرقمي من خلال معرفة مستوى الاهتمام على مدار الوقت من خلال تحليل مؤشرات البحث في الانترنت .

مدخل مفاهيمي

1- : وسائل الإعلام: وقد قسمناها إلى صنفين، وسائل الإعلام المطبوعة، والمرئية ويجب الإشارة قبل المدخل المفاهيمي، أن جميع وسائل الإعلام التقليدية من صحف ومجلات وتلفزيون وراديو قد تم رقمتها وأصبح يمكن الحصول على محتوياتها من خلال الانترنت، فيمكن تصفح الجريدة والتفريغ على مقابلة والتقاط بث راديو وقراءة مجلة، من خلال هاتف ذكي واحد وفي نفس الوقت وبجودة عالية .

1- وسائل الإعلام المطبوعة: هي التي تطبع على الورق ويستعمل فيها الحبر والألوان.

ومن أهمها:

1-1 الصحف والجرائد: تعد الجرائد أهم وأقدم الوسائل المستعملة في نشر الأخبار والمعلومات الوطنية والعالمية منها، عن طريق مراسلات المراسلين الصحفيين والكتاب التابعين لها، وتحتوي الجرائد عادة على صفحات وأبواب وزوايا مخصصة للإعلانات والاشهارات، كما أنها تصدر باللغات الوطنية والأجنبية وتتنوع بين الجرائد اليومية والأسبوعية وحتى الشهرية، تجدر الإشارة أن الصحافة المكتوبة تعيش أزمة تراجع في السحب والقراءة، فمن بين 150 جريدة يومية تصدر باللغتين العربية والفرنسية، نجد 21 منها يتجاوز سحبها 10.000 نسخة يوميا، وهذا الرقم صادر عن وزير الاتصال شخصيا من حسابه الشخصي من التويتر (grine, 2021)

كما أن اغلب الجرائد والصحف بل كلها تملك مواقع الكترونية ويمكن تصفحها على النت أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

2-1 المجلات: تختلف شكلا ومضمونا عن المجلات، غلافها يشبه أغلفة الكتب وتأتي معنونة بعناوين تشد القراء، وتحتوي على فهرس للمحتويات، تتكلم عن الأدب والفن والموسيقى والشعر والطهي والأزياء والسيارات وغيرها من المواضيع حتى العلمية منها، وتشارك مع الجرائد بأنها تصدر دورياً أيضاً؛ فمنها ما هو شهري أو أسبوعي أو دوري أو نصف سنوي. للعلم أن المجلات تملك مواقع الكترونية ايضا .

2 وسائل الإعلام غير المطبوعة

وتشتمل على الوسائل المرئية، والمسموعة والإلكترونية

المسموعة : أهمها

1-2- المذيع أو الراديو: ويتم التواصل من خلاله عبر الأثير من خلال المذيعين والجمهور، دون رؤية بعضهم البعض، وهو من الوسائل الناقلة للأخبار والفن والقران والحصص المتنوعة والموسيقى والمسابقات والحملات التوعوية، ومن ميزات المذيع انه متاح لأغلبية الجمهور كما أنه يغطي مساحات واسعة في نقل الأخبار وبنها على مدار الساعة. حاليا يوجد إذاعات جهوية في جل ولايات الوطن، وإذاعات فرعية ومتنوعة شبابية وموسيقية وحتى الكترونية خاصة، والإذاعات الوطنية المعروفة كالإذاعة الوطنية والشبابية والموسيقية والقران الكريم والثقافية والثالثة بالفرنسية وغيرهم. يمكن التقاطها عبر الأثير أو عبر الانترنت، لان كل محطات العالم تم ربطها بالانترنت ليتمكن سماعها من أي مكان في العالم وبجودة فائقة .

2-2- التلفاز: منذ استقلال الجزائر تم استرجاع سيادة التلفزيون الجزائري أو ما نسميه بالمؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري، وظل حكرا على القناة الوطنية إلى غاية التسعينيات حيث تم فتح قنوات أخرى تابعة للقناة الأولى وقنوات أخرى خاصة أغلبها عبارة عن جرائد تحولت إلى قنوات مثل النهار والشرق والبلاد والحياة وغيرها..، يمكننا اعتبار التلفزيون أداة إعلامية وأداة تسلية وتعليم وأداة اتصال حتى التلفاز وتم رقمته فهناك مئات التطبيقات التي تتيح لك التفرج على أي قناة في العالم وحتى أن هناك التلفاز الذكي والصحن الذكي والبث عبر الانترنت في التلفاز الذكي ip-tv

2-3- الإنترنت: ويعرف بالشبكة العنكبوتية، فهو الوسيلة التي تتيح ربط أجهزة الحواسيب مع بعضها البعض من اجل نقل وتبادل المعلومات عبر بروتوكول يتيح السماح بذلك، ويتميز الإنترنت بأنه عبارة عن وسيلة إعلام واتصال حديثة وفعالة الاستخدام؛ وتُستعمل في العمل والتعليم وغيرها من أمور الحياة المختلفة، بالإضافة إلى انخفاض تكلفتها الاقتصادية، يستعمل الآن في الهواتف النقالة والتلفاز الذكي، وحتى الساعات الذكية والسيارات الذكية، وأصبح يشكل ثورة في عالم الاتصال وسرعة نقل المعلومة . وتطورت من الكوابل النحاسية العابرة للقارات إلى البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية والألياف البصرية وهي لحد الآن تشكل خمسة أجيال في مجال تطور الربط بالانترنت.

3: الإعلام الحديث : باختصار شديد هو الإعلام الذي ينقل المعلومة من خلال الانترنت والوسائط الاجتماعية .

ثالثا : الوسائط الاجتماعية: هي عدة مواقع وتطبيقات تضم عدة مشتركين يمكنهم تبادل الصور والمعلومات والأخبار فيما بينهم .

5: كورونا كوفيد 19 : هو مرض تتسبب به سلالة جديدة من الفيروسات التاجية " كورونا" المرض مشتق من (كو) " أول حرفين من كلمة كورونا، في (بي) من كلمة فيروس و(د) من كلمة ديزايس، وهو فيروس جديد يرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي ينتمي إليها الفيروس الذي يتسبب بمرض متلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس) وبعض أنواع الزكام العادي (ليس، 2020، صفحة 67)

عينة الدراسة :

عند البحث عن عبارة في "مؤشرات Google"، ستظهر لك خريطة توضح المناطق التي تنتشر فيها عبارة البحث. وتشير الظلال الداكنة إلى المكان الذي تزيد فيه احتمالية البحث عن العبارة.

عند إجراء مقارنة بين عبارات البحث، ستظهر لك خريطة للعالم تم تظليلها وفقاً لمدى شعبية عبارة البحث. تمثل حدة اللون النسبة المئوية لعمليات البحث عن عبارة البحث الرائجة في منطقة معينة. ويتم حساب شعبية عبارة البحث مقارنة بإجمالي عدد عمليات البحث على Google خلال فترة زمنية محددة وفي موقع جغرافي محدد. (trands, 2022)

إجراءات البحث :

تمثل الأرقام معدل الاهتمام بعبارة البحث بالمقارنة بأعلى نقطة في الرسم البياني للمنطقة والفترة الزمنية المحددين. وتمثل القيمة "100" ذروة رواج عبارة البحث بينما تمثل القيمة "50" نصف معدل رواج هذه العبارة، بينما تمثل القيمة "0" عدم توفر بيانات كافية عن عبارة البحث هذه وكان بحثنا حول كلمات كوفيد - كورونا - كوفيد 19 - الجائحة - الوباء - اللقاح - اللقاح الصيني - أعراض اللقاح - الجرعة الثانية .

تم استعمالها ككلمات مفتاحية من أجل الحصول على منحنيات أكثر دلالة من خلال معدل البحث عن العبارات الأكثر رواجاً، إذ ترتبط قيمة العبارة طردياً بمعدل البحث عنها.

كما أننا استعملنا في البحث عن "التراند" أو "المؤشرات" عبارات البحث المتنامية: يعرض هذا المقياس عبارات البحث التي شهدت أعلى معدل بحث منذ آخر فترة زمنية. ويتم الإشارة إلى النتائج التي شهدت رواجاً هائلاً في عمليات البحث بأنها حققت "طفرة" وقد يكون السبب حداثة عبارات البحث هذه ونُدرة البحث عنها في الأوقات السابقة (أو عدم البحث عنها من الأساس). (trends, 2022)

الاهتمام بحسب المنطقة الفرعية

استعملنا تحديد المنطقة الجغرافية بالجزائر عموماً وركزنا على منطقة البحث، الجلفة، كونها تقع وسط الجزائر وتحدها تسع ولايات ظن كما أنها تتميز بكثافة سكانية كبيرة، حوالي مليون نسمة حسب التعداد السكاني العام سنة 2008 وبالضبط . 1,092,184 نسمة حسب إحصاء سنة 2011 (الديوان الوطني للإحصاء، 2011)

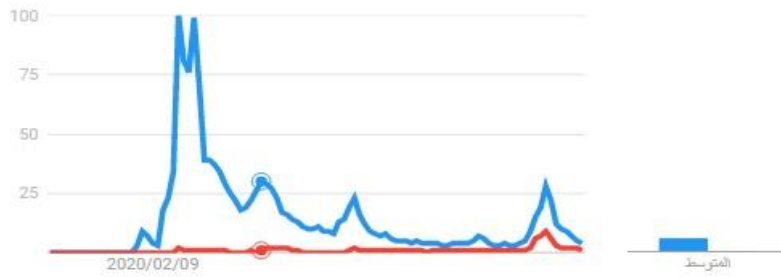
مما يجعلها عينة مناسبة لدراسة موضوع بحثنا المتعلق بتلقي اللقاح والتحكم بالموجة الثالثة لجائحة كورونا .

- تم استخراج منحنيات للكلمات الأكثر بحثا في الانترنت ومدى ارتفاعها وانخفاضها، كما تحصلنا على نسبة التلقيح بالجرعة الواحدة والجرعتين وتمت مقارنتهم بنسبة ارتفاع المرض والوفاة، كما قدمنا تحليل لمحتوى سياسات الفيسبوك والتويتر فيما يخص نقل الإشاعات وتداولها، وكذا الملصقات التوعوية والاشهارات في التلفزيون والجراند.

اولا: المعلومة في الانترنت بين الإشاعة والتأثير:

تحصلنا على الأشكال المرفقة ويمكننا تحليلها كالآتي

الشكل 1: يمثل نسبة البحث عن كلمة " كورونا" باللون الأزرق وكلمة " لقاح " باللون الأحمر خلال سنة كاملة من بداية فيفري 2020



المصدر : مؤشرات غوغل 2021/02/29

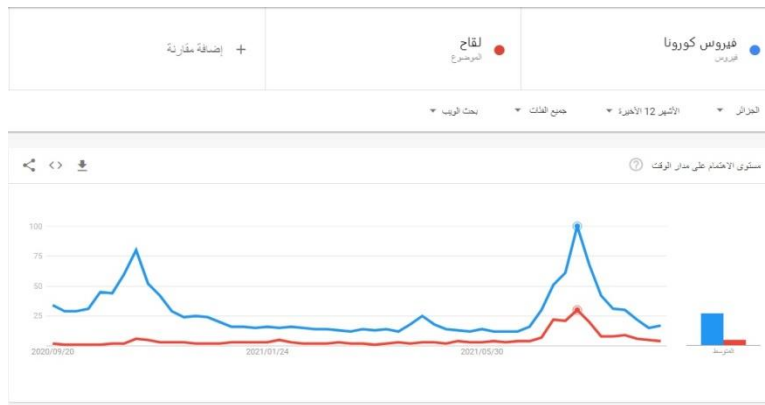
مع بداية الجائحة كان الناس متخوفين من المرض لكن لم يكن يراودهم أدنى شك من وصولها إليهم في أقاصي بقاع الأرض، ومع دخول المغتربين وتأخر غلق المطارات الدولية وتنقل الأفراد بين القارات، وتزامنا مع سرعة انتشار المرض وسرعة العدوى، انتقل المرض إلى جل مناطق العالم في فترة وجيزة لا تتجاوز الأربع أشهر، وقد أعلنت الجزائر عن تسجيل أول حالة إصابة مؤكدة بفيروس كورونا وهي لرجل إيطالي وصل إلى أرض الوطن يوم 17 فيفري 2020، بحسب ما أفاد به التلفزيون الرسمي العمومي في نشرة الأخبار الرسمية وقد تم إخضاعه للحجر الصحي حسب التلفزيون الجزائري، لكن خلال شهر فقط ظهرت حالات كثيرة متزامنة مع الإشاعات وكثرة الوفيات، حتى تم إعلان منطقة البلدية منطقة موبوءة وتم إجراء حجر تام وشامل على سكان البلدية، المدينة التي تبعد 50 كلم عن مقر العاصمة، في حين أن العاصمة بمطاراتها وموانئها واكتظاظها، تم إجراء حجر جزئي عليها في الليل فقط. ومع نوبة الهلع التي أصابت العالم والجزائر نلاحظ في المنحنى أن الأشخاص أصبحوا يتهافتون على المواقع الاجتماعية والانترنت لأجل معرفة أي معلومة عن الوباء الجديد وكيفية الوقاية منه، فبلغت ذروة البحث في 15 - 21 مارس 2020، لتتخفف من جديد ثم ترتفع مجددا مع كل موجة جديدة، فقد عرفت الجائحة هذه على عكس باقي الأوبئة، أربع موجات عاتية وكبيرة

وعدة موجات صغيرة مرتدة، وهو الأمر الذي لم يكن معروفا في تاريخ الأوبئة، حيث أن جميع الأوبئة تأخذ منحى الجرس ولها ثلاث موجات .

ثانيا : العزوف عن اللقاح بسبب الخوف من المجهول وترجيح وتبني نظرية المؤامرة:

نلاحظ أن الاهتمام باللقاحات لم يبلغ ذروته إلا بعد تفشي الجائحة وتحورها بالشكل الذي أدى إلى الاختناقات وإلى العديد من الوفيات فأصبح الأفراد يبحثون عن أعراض اللقاح بل ويبحثون عن تاريخ اللقاحات وطرق صنعها وكيفية تأثيرها وأثارها الجانبية، ومع اختراع واكتشاف عدة أنواع من اللقاحات، أمريكية وصينية وبريطانية وسويسرية وروسية وكذا بالشراكة بين الدول لتطوير اللقاحات، وإجباريتها خصوصا في المطارات والخارج، زاد الاهتمام في البحث عن المعلومات الكافية عنها .

الشكل 2 : منحى البحث عن كلمتي كورونا واللقاح خلال سنة



المصدر : مؤشرات غوغل

ومع بداية ظهور الجائحة، في مطلع 2020 ظهرت عدة إشاعات متعلقة بالفيروس، ثم انتقلت إلى اللقاح، ملايين المنشورات وملايين الفيديوهات تم نشرها وتداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتكلم عن نظرية المؤامرة، وأن هذا الفيروس مصنوع بشريا في مخابر من اجل الحد من الشيوخ الذين يتقاعد بدون تقديم خدمة للمجتمع،

وهذا انطلاقا من افتراض أساسي مفاده أن فيروس كورونا المستجد يحتوي على خصائص فريدة توحي بأنه تم التلاعب به في مختبر صيني، ولم يكن نتيجة لحدث طبيعي، في حين يرى آخرون أن هناك مؤامرة أمريكية تقف خلف بروز فيروس كورونا، وأنه جرى تصنيعه في مختبرات أمريكية بهدف السيطرة على العالم (محمود، 2021، صفحة 21) .

وكذا إشاعات تم تداولها على منصات التواصل الاجتماعي تقول أن الوباء مؤامرة من الدول الكبرى ترمي إلى الحد من إعداد البشر والسيطرة عليهم من خلال غرس شرائح الكترونية في اللقاح تسهل عملية التحكم بهم من خلال تعديل شيفراتهم الوراثية، حتى أن بعض الدول قامت بما جمعيات حقوقية تناهض من اجل عدم تلقي اللقاحات.

بالنظر إلى المنحنى أعلاه في الشكل 2، يمكننا معرفة مدى مخاوف الناس من خلال المؤشرين، حيث أن المنحنى يظهر أن البحث عن كلمة " كورونا" يتم عبر مرحلتين بارزتين جدا وهم مرحلة ظهور الوباء، وكانت اغلب البحوث عن كيفية تأثيره وطرق انتقاله وكيفية الوقاية منه ويعرض غوغل تراند نتائج البحث الأكثر طلبا وقد تم اختصارها فيما ذكرت .

أما عن اللقاحات فنلاحظ أن هناك تجاهل لها في بداية الجائحة، ومع تحول الفيروس واشتداد خطورته وتفاقم حالات الموت، وكذا ظهور أزمة اختناقات وشح في توفر قارورات الأكسجين ومولدات الأكسجين وضعف وهشاشة المنظومة الصحية في الجزائر أصبح المواطن يقوم بحجر منزلي تلقائي إضافة إلى سعيه إلى اللقاح كحل امن وأخير، أفضل من الموت محتثقا لذا تظهر نتائج البحث ارتفاع في البحث عن كلمة " لقاح " بالتوازي مع ارتفاع البحث عن كلمة "كورونا " التي ظهرت مجددا من الموجة الثانية القاسية .

وكانت نتائج البحث الأولى حسب غوغل تراند مرتبة كالاتي (trends g. , 2022) :

- 1- كوفيد لقاح
- 2- لقاح
- 3- لقاح كورونا
- 4- sinovac
- 5- اللقاح الصيني
- 6- كيف تعمل اللقاحات
- 7- vaccin sinovac
- 8- اللقاح الروسي
- 9- astrazeneca vaccin
- 10- spotnik
- 11- اللقاح الروسي
- 12- vaccin covid algerie
- 13- اعراض اللقاحات
- 14- الحمل واللقاح
- 15- سينوفاك وسينوفارم
- 16- vaccin johnson
- 17- vaccin pfizer
- 18- vaccin sinopharm
- 19- جرعة واحدة من اللقاح
- 20- أعراض اللقاح.

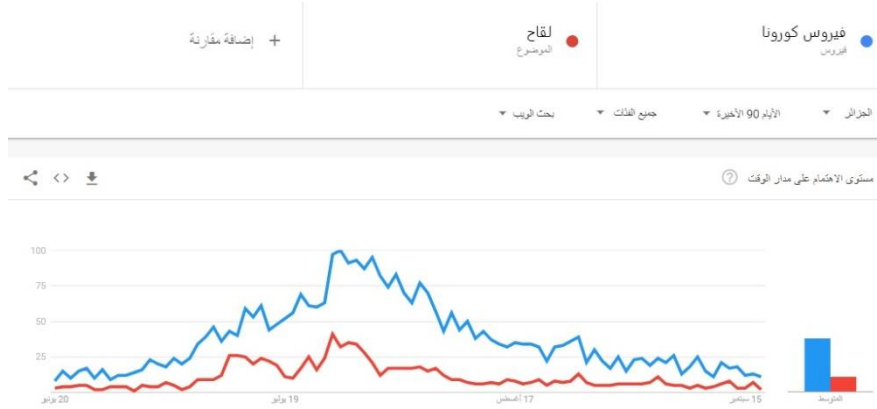
كانت هاته نتائج البحث مرتبة حسب مؤشرات غوغل للبحث وهي تدل على مخاوف الجمهور من التلقيح خصوصا أن اللقاح صنع في فترة وجيزة جدا على عكس باقي اللقاحات التقليدية التي صنعت وتم إخضاعها لتجارب سريرية، فمخاوف الجمهور نابعة من كونه أن يكون هو المستهدف بتجربة اللقاح، وعند تصفح موقع منظمة الصحة العالمية تجد أن اللقاحات وخصوصا المعدة وراثيا وجينيا، تم تجربتها على جمهور كبير من شعب البرازيل وأمريكا اللاتينية .

ثالثا : الإشاعة مصدر المعلومة الوحيد في غياب المصادر الرسمية وعدم الوثوق بها:

في حوار لقناة سكاي نيوز العربية، مع الدكتور حسام زميرلي الطبيب في مستشفى بافيا بإقليم لومبارديا شمالي إيطاليا، الذي تكلم على كون أن الفيروس قسم العالم إلى فئات، مؤيدين ومشككين ومتريثين، قال في آخر الحوار :

... تاريخيا هناك دائما فئة من المشككين تظن أن جهات مجهولة تخترع المرض لتبيع العلاج، ومؤخرا كان هناك من يروج لمؤامرة كبرى تقوم على تضخيم متعمد لخطر كورونا وخلق هستيريا جماعية لتمرير مخطط يسعى إلى نظام تحكم عالمي يعتمد على شريحة التتبع الإلكتروني (Microchips) ونظام G5، وذلك لخلق نظام جديد قائم على الذكاء الاجتماعي والعملية الرقمية". (sky-news, 2020)

الشكل رقم 3 يبين نسبة البحث عن كلمتي "كورونا" و "لقاح" خلال الموجة الثالثة لمدة تسعين يوم.



المصدر : مؤشرات غوغل فيفري 2022

وكانت قد أعلنت الحكومة الجزائرية أن وزارة الاتصال ووزارة الصحة هما المخولتان الوحيدتان لنشر تقارير صحية، وإن باقي المعلومات التي يتم تداولها هي معلومات مغلوبة وأنها تعرض أصحابها إلى المتابعة القضائية وأوردت أنه يجب عدم بث الرعب والتهويل الإعلامي، فكانت التقارير تصدر عن معهد باستور، وإن الحالات المشخصة هي حالات خضعت إلى الفحص بواسطة كاشف الحمض البوليمرازي المتسلسل "PCR" وهو الكشف الذي لا يوجد في أغلب الولايات مما أدى إلى إعطاء نتائج قليلة تنافي ما يشاهده الجمهور، ناهيك على أن الكشف بواسطة الكواشف السريعة والكشف عن طريف الدم لا يعتد به رسمياً، فأصبح الجمهور يقف موقف الشاهد، يرى حالات بالمئات والآلاف يوميا وتندافع على أبواب المستشفيات لأخذ جرعة أكسوجين، وعجز في الأسرة في أغلب المستشفيات، ودفن يومي لعشرات الموتى، وأرقام حكومية هزيلة وموتى لا يتعدون بضع المصابين، وربما كانت الذروة في حدود ألفي إصابة أو أكثر، رغم أن الواقع يؤكد أن الرقم أكثر بكثير.

فانعدمت الثقة في الحكومة وفي اللقاحات لأن ما يتم نشره خلاف ما يتم مشاهدته، وكان هذا السبب الأول في العزوف على التلقيح خصوصا أنه مجاني وهناك ثقافة تقول أنه لا يوجد شيء جيد يعطى بالجان، وفي ظل هاته الفجوة الإعلامية لا بد أن تظهر إشاعات تغذي الساحة الإعلامية وتنتشر في مواقع التواصل الاجتماعي كالنار في الهشيم، ومن جملة العبارات والإشاعات المتداولة أخذنا عينة منها ونقلناها حرفيا من المواقع والتعليقات والمنشورات نذكر أهمها وأكثرها تداولاً :

- 1- الفيروس غير موجود، والسبب الحقيقي للإغلاق هو منع الهجرة أو وضع نظام مراقبة جماعية على نطاق واسع.
 - 2- "اللقاحات المضادة لفيروس كورونا تسبب العقم، وهي إحدى الأساليب الجهنمية التي ابتدعتها حكومة العالم الخفية كي تقضي على البشر وتمنع تكاثرهم" (الاخبارية، 2021)
 - 3- اخذ اللقاح يؤدي إلى الموت بعد سنتين، لماذا سنتين بالتحديد وعمر اللقاح اصلا لم يتجاوز السنة فكيف تم التنبؤ بموعد وفاة الشخص الملحق ؟ (aljazeera، 2021)
 - 4- اخذ اللقاح يؤدي للعقم وإلى مشاكل صحية وخيمة .
 - 5- فيروس كورونا صُنع في إحدى المختبرات، ونشره محاولة متعمدة من قبل نخبة صغيرة من الأشخاص للتحكم بسكان الأرض.
 - 6- ظهرت إشاعات تتحدث عن نظريات مؤامرة مفادها أن اللقاحات التي يجري تطويرها ضد فيروس كورونا تحتوي على شرائح ميكروسكوبية خفية ستزرع في البشر لمراقبتهم والحد من تكاثرهم.
 - 7- بيل غيتس يسعى لتقليل عدد سكان العالم، خصوصا انه تكلم على الفيروس واللقاح.
 - 8- كورونا هو سلاح من الفضاء لتدمير البشرية. عن طريق غاز يتم انتشاره في الهواء واستنشاقه
- لا عجب من الانسياق وراء الشائعات خصوصا أن هناك كتب ومقالات قامت ببث الرعب بناء على حقائق وتم تزيفها لتخدم محتواها " كلمة حق أريد بها باطل " فعلى سبيل المثال ذكر اسم كورونا في كتاب صادر سنة 2014 بل وحتى انه تحدث عن حيوان الخفاش وكيفية نقله للمرض الكتاب بعنوان "الفيض- أمراض الحيوانات المعدية وجائحة الوباء التالية بين البشر -الجزء الثاني، من تأليف ديفيد كومان جاء فيه : " العلماء ناقشو حفنة من الفيروسات المتعلقة بالخفافيش، نيباه وهندرا، والسعار والأقرباء الوثيقي الصلة به، وفيروس كورونا للساسرس، وبعض الفيروسات الأخرى .." (كومان، 2014، صفحة 107)
- هاته عينة عن بعض الإشاعات التي انتشرت في مواقع التواصل الاجتماعي خلال الجائحة ، والغريب أن أصحاب هاته الإشاعات ليسو بالأشخاص الأميين أو الخارجين عن التخصص بل اغلبهم أطباء ومثقفون وأساتذة ومختصين في البيولوجيا، وبعضهم يقوم بصنع فيديوهات تحذر من أخذ اللقاحات ويتكلم عن المؤامرة التي تقف خلف وباء كورونا والأهداف الخفية منه.

رابعا : كيف تعاملت شركات التواصل الاجتماعي مع الإشاعات؟ وكيف تم إدارة الأزمات في مختلف القطاعات الاتصالية .

أولا - الذكاء الاصطناعي : بمجرد كتابتك أي معلومة متعلقة باللقاح أو الفيروس يتم التعرف عليها وقد تتعرض إلى عقوبات تصل إلى فقدان الحساب إذا نشرت أو أعدت نشر خبر كاذب أو غير رسمي .

ثانيا - محاربة الشائعات :

وذلك بالاشتراك مع منظمة الصحة العالمية :تتعاون مع وسائط التواصل الاجتماعي لمحاربة الشائعات وتوفير المعلومات الصحيحة بشأن فيروس كورونا وذلك من خلال اتخاذ عدة إجراءات قامت بها تلك الشركات للحد من سيل المعلومات الخاطئة المتفق على منصاتها، على سبيل المثال:

1- جوجل:

باعتباره محرك البحث الأول في العالم، فقد وضعت شركة غوغل على عاتقها تحديا جبارا يتمثل في تقصي المعلومات الصحيحة ومحاربة الشائعات وذلك من خلال توجيه مستخدميها للتحقق من المصادر حول هذا الموضوع.

إذ أعلنت غوغل يوم الخميس 27 فيفري 2020، أنه عندما يبحث الأشخاص عن معلومات عن فيروس كورونا، فسوف يصدر محرك البحث إشعاراً خاصاً مع تحديثات من منظمة الصحة العالمية. وذلك من خلال عنوان في غوغل " إضافة بيانات منظمة إلى الإشعارات الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد-19) " (google، 2020)

2- يوتيوب:

أزال "يوتيوب" أكثر من مليون فيديو يحمل معلومات مغلوطة وخطيرة عن كورونا منذ فيفري 2020، حيث يدعي معظم الفيديوهات أن الوباء مجرد خدعة علاوة على الترويج لعلاجات خاطئة أو نشر معلومات مغلوطة عن اللقاحات.

هذه الإستراتيجية التي تبنتها شركة يوتيوب كانت بدون استثناء على جميع الفيديوهات حيث أن الرئيس البرازيلي جاير بولسونارو تم حذف 15 فيديو من منصة يوتيوب كان قد نشرها تحمل معلومات مغلوطة حول كورونا تحمل تصريحاته برأيه ضد الإغلاق والكمادات وعمليات التطعيم (bbc-world, 2021)

وقالت شركة يوتيوب إن قرارها ليس قائماً على اعتبارات إيديولوجية أو سياسية، وإنما على سياسة المحتوى المتبعة عبر منصتها لمشاركة تسجيلات الفيديو.

ورغم ذلك سهلت المنصة انتشار قدر كبير من الأكاذيب حول الجائحة، حين نشر مقطع مثير للجدل ضد التلقيح بعنوان "Plandemic" شوهد أكثر من 7 ملايين مرة قبل إزالته. (rt-arabic، 2021)

وعند قراءة سياسة الخصوصية على منصة يوتيوب، تجد بنود كثيرة ومفصلة بالتدقيق والشرح حول سياسة الخصوصية والإستراتيجية المنتهجة في الجائحة ونوعية الفيديوهات والرقابة الخاصة.

وجاء في ديباجتها: لا يُسمح على YouTube بنشر محتوى حول فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19) يهدد بخطر حدوث ضرر جسيم. (youtube، 2021)

لا يُسمح على YouTube بتحميل محتوى ينشر معلومات طبية خاطئة تتناقض مع المعلومات الطبية التي تقدّمها هيئات الصحة المحلية أو منظمة الصحة العالمية (WHO) حول فيروس كورونا. ويقتصر ذلك على المحتوى الذي يتناقض مع الإرشادات التي تقدّمها منظمة الصحة العالمية أو هيئات الصحة المحلية حول ما يلي:

العلاج، الوقاية، التشخيص، انتقال العدوى، حقيقة وجود فيروس كورونا.

ملاحظة: تخضع سياسات YouTube المتعلقة بفيروس كورونا للتغيير وفقاً للتغييرات التي تطرأ على إرشادات هيئات الصحة العالمية أو المحلية حول الفيروس. وقد يحدث تأخير بين وقت نشر التعديلات الجديدة على سياسة هيئات الصحة المحلية ومنظمة الصحة العالمية (WHO) والإرشادات التي تقدّمها وفقاً لوتيرة تغيير هذه الإرشادات، وقد لا تشمل سياساتنا جميع إرشادات هيئات الصحة المحلية ومنظمة الصحة العالمية (WHO) ذات الصلة بفيروس كورونا. تم نشر سياساتنا المتعلقة بفيروس كورونا للمرة الأولى في 20 أيار (مايو) 2020. (youtube، 2021).

3- تويتر:

عند فتح تطبيق "تويتر" ستجد شعاراً يربط بمراكز السيطرة على الأمراض والوقاية منها، عند البحث عن "فيروس كورونا" على المنصة. مع إحصائيات للإصابات ونسبة التلقيح وحالات الشفاء والوفاة.

وحسب موقع "تويتر": "إنه كان هناك أكثر من 15 مليون تغريدة حول فيروس كورونا خلال شهر واحد فقط، أغلبها لم يتعرض للعقوبات التي تفرضها الشركة .

وقد اود في سياسة الخصوصية بنود طويلة جداً واكتفيت بنقل ديباجتها وكانت كالآتي:

"...حتى مع استمرار تطور الفهم العلمي لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، لاحظنا ظهور نظريات المؤامرة المستمرة، والخطاب التحذيري الذي لا أساس له من الصحة فيما يتعلق بالبحث أو التقارير المعتمدة، ومجموعة واسعة من الروايات المكذوبة والشائعات التي لا أساس لها، والتي تُركت دون سياق قد تمنع الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة فيما يتعلق بصحتهم، ويعرض الأفراد والأسر والمجتمعات للخطر (twitter، 2021)

لا يجوز مشاركة المحتوى المزيف أو المضلل بشكل واضح والذي قد يؤدي إلى مخاطر كبيرة من الضرر (مثل زيادة التعرض للفيروس أو الآثار السلبية على أنظمة الصحة العامة) على تويتر. ويشمل ذلك مشاركة المحتوى الذي قد يضلّل الناس

حول طبيعة فيروس كورونا (كوفيد-19)؛ أو فعالية و/أو سلامة التدابير الوقائية، أو العلاجات أو غيرها من الاحتياطات للتخفيف من حدة المرض أو علاجه؛ أو اللوائح الرسمية، أو القيود، أو الإعفاءات المتعلقة بالنصائح الصحية؛ أو انتشار الفيروس أو خطر الإصابة أو الوفاة المرتبطين بفيروس (كوفيد-19) (twitter, 2021)

وأضافت الشركة أنها لم تر محاولات كبيرة منسقة لنشر المعلومات المضللة حول هذه المسألة.

هذا لا يعني أنه لا توجد معلومات خاطئة حول فيروس كورونا على "تويتر". كما انه أحاط بدرع حماية ضد أي تغريدة تدعو إلى عدم التلقيح أو تنشر الإشاعات أو التزييف .

4- فيسبوك:

انتقل فيسبوك رفقة عدة شركات إلى مجموعة "ميثا فريس" والتي يرمز لها اختصارا ب meta وقد تبنت سياسة خصوصية صارمة وإستراتيجية قوية في قتل الإشاعات ومحاربة استغلال الوباء في الترويج الإعلاني أو البيع أو التجارة أو نقل المعلومات المغلوطة أو الإشاعات

وجاء في سياسة الخصوصية المفصلة والطويلة والمشروحة حتى بأمثلة توضيحية، اخترت منها ديباجة الصفحة "... في ظل جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، نعمل على دعم مسؤولي الصحة على مستوى العالم ومساعدة الأشخاص في الاطلاع على آخر المستجدات والبقاء في أمان وعلى تواصل. وتقدم هذه المقالة معلومات بخصوص الخطوات التي اتخذناها لحماية الأشخاص من الأساليب الاستغلالية التي تُمارَس في الإعلانات، كما يُوفر معلومات للمعلنين بخصوص سياسات الإعلانات المتبعة لدينا.

نواصل مراقبة الموقف عن كثب، وقد نجري تعديلات على إجراءات الإنفاذ لدينا من أجل منع الأشخاص من استغلال الجائحة العالمية، وكذلك تعديل أو إزالة التقييدات المؤقتة على منتجات معينة إذا لزم الأمر. وسنقوم بتحديث هذه المقالة بمجرد حدوث أي تغيير في تنفيذ إجراءات سياستنا.

قبل إنشاء إعلان على إحدى منصاتنا، يُرجى مراجعة سياسات الإعلانات التي نتبعها ومراعاة هذه السياسات أثناء استمرارنا في مواجهة الجائحة العالمية: المحتوى المثير للجدل والادعاءات المضللة والقضايا الاجتماعية أو الانتخابات أو السياسة.

لقد قمنا بتوسيع نطاق سياسة المحتوى المثير للجدل الخاصة بنا لتشمل تقييد أو حظر الإعلانات التي تروج تجارياً لبيع مستلزمات طبية معينة والمنتجات الأخرى ذات الطلب المرتفع والمتعلقة بفيروس كورونا (كوفيد-19)، وذلك لارتباطها بسلوك ينطوي على الاستغلال. واعتباراً من 16 فبراير 2022، تُعد الحالة الحالية للمنتجات التي تندرج ضمن هذه السياسة (facebook, 2022)

5- إنستغرام:

تطبق "إنستغرام"، المملوك لشركة فيسبوك، الخاضعين لشركة ميتافاريس الام، يقوم بحظر أو تقييد العلامات المستخدمة لنشر المعلومات الخاطئة، كما يجري التطبيق عمليات مسح استباقية، للعثور على أكبر قدر ممكن من هذا المحتوى وإزالته. فبمجرد كتابة اي معلومة أو صورة حول كورونا أو اللقاحات سيتعرض المنشور إلى المسح والتمحيص وربما إلى عقوبات تصل إلى حذف الحساب نهائيا.

وقد أعلن في 14 مارس 2020 عن وقف انتشار المعلومات الخاطئة حول الفيروس التاجي "كورونا" والذي يظهر من خلال بعض التأثيرات على منصتها (صادقي، 2020، صفحة 154)

وجاء في ديباجة سياسة الخصوصية: نظراً لما يمر به الأشخاص من حول العالم من أوضاع طارئة وغير مسبقة على صعيد الصحة العامة، نريد التأكد من أن إرشادات مجتمعنا تحمي الأشخاص من المحتوى الضار والأنواع الجديدة من حالات سوء الاستخدام المتعلقة بفيروس كورونا (كوفيد-19). نحن نعمل على إزالة المحتوى الذي يُحتمل أن يسهم في إحداث ضرر فعلي على أرض الواقع، بما في ذلك من خلال سياساتنا التي تحظر التنسيق لإحداث ضرر، وبيع الكمادات الطبية والسلع ذات الصلة، والخطاب الذي يحض على الكراهية، والمضايقة والإساءة والمعلومات المضللة التي تسهم في مخاطر اندلاع أحداث عنف أو أذى جسدي وشيك. (instagram، 2022)

6- واتساب:

تطبيق الرسائل "واتساب"، المملوك أيضاً لشركة فيسبوك، المملوكين لشركة ميتافاريس، عرف عدة صعوبات في مكافحة الأخبار الكاذبة لكنه اتخذ تدابير لمنع المستخدمين من إعادة توجيه الرسائل إلى أكثر من خمسة أشخاص. كإجراء أولي، كما يضيف علامة إلى الرسائل التي تم توجيهها بشكل كبير في بعض الأماكن، في حال تم ربط هذه الرسائل بإثارة عنف أو نشر تضليل.

وجاء في سياسة الخصوصية ل واتساب المتعلقة بفيروس كورونا كنصائح:

"..اختيار مصادر المعلومات الموثوقة تواصل مع المؤسسات المحلية والوطنية والدولية. واحرص على الرجوع إلى مصادر موثوقة، مثل منظمة الصحة العالمية أو وزارة الصحة في بلدك، للحصول على أحدث المعلومات والإرشادات.

وفي إطار المساهمة في منع انتشار الشائعات كتب التطبيق ضمن سياساته:

فكر ملياً في الرسائل التي تصلك، فبعض المعلومات التي تتلقاها بخصوص فيروس كورونا قد لا تكون دقيقة. تأكد من صحة الحقائق من مصادر رسمية موثوقة أو جهات تدقيق الحقائق أو عبر البرامج التلقائية للدردشة الخاصة بتدقيق الحقائق التابعة للشبكة الدولية لتدقيق الحقائق (IFCN) على الرقم 2912606 (727) +1. إذا كنت غير متأكد من صحة المعلومة، تجنب إعادة توجيهها. (whatsapp، 2021)

نحن ملتزمون بتقديم الدعم لقادة المجتمعات المحلية في إطار تفاعلهم مع هذا التحدي. تعرف على الطريقة التي يمكنك من خلالها استخدام واتساب لتوعية أفراد مجتمعتك والبقاء على اتصال بهم والتجارب مع مخاوف الناس بشأن فيروس كورونا."

7- تيك توك:

عرف تطبيق تيك توك التابع للصين هو الآخر أنشأ رهيبة في المجتمعات، وقد انتهج إستراتيجية في محاربة الشائعات نذكر منها: انه في بداية 2021، بدأ التطبيق إصدار إشعار للمستخدمين عندما يبحثون عن علامة التصنيف "coronavirus" في التطبيق.

يشجع التنبيه المستخدمين على البحث عن "مصادر موثوقة" مثل منظمة الصحة العالمية، للحصول على معلومات دقيقة والإبلاغ عن محتوى قد ينتهك إرشادات المجتمع. ويقوم بحذف ومنع الفيديوهات التي تروج للإشاعات أو تتحدث عن عدم فاعلية اللقاح ولو بالمزاح.

تيك توك تحذف أكثر من 102 مليون فيديو خلال الربع الأول لعام 2022 لانتهاكها إرشادات المجتمع

أصدرت تيك توك - منصة الفيديوهات القصيرة الرائدة في العالم- " تقرير تنفيذ إرشادات المجتمع"، الذي يلقي الضوء على حجم وطبيعة المحتوى والحسابات المخالفة؛ التي تم إزالتها من تيك توك خلال الأشهر الثلاثة الأولى لسنة 2022 وكشف التقرير الجديد أنه تم إزالة أكثر من 102.3 مليون مقطع فيديو مخالفاً خلال الربع الأول من عام 2022، وهو ما يمثل حوالي 1٪ من جميع مقاطع الفيديو التي تم تحميلها. وقد تم إزالة ما يتجاوز 34.72 مليون مقطع فيديو تلقائياً، بينما تمت استعادة أكثر من 5.025 مليون مقطع فيديو. (tik-tok، 2021)

8- سناب شات:

سناب شات محمي نسبياً فهو لا يحتوي على موجز أخبار عام يمكن تداوله، إذ أن هيكل منصاته يحميه من انتشار المعلومات الخاطئة. لأن ي وظائف التطبيق تختفي تلقائياً بعد 24 ساعة، وهو ما يمنعها من المشاركة بشكل متكرر أو الإصابة بالفيروسات أو حتى تداولها بشكل كرة الثلج .

هذا لا يعني أن الأفراد لا يمكنهم مشاركة معلومات خاطئة مع جهات اتصالهم على سنابشات لكن من المحتمل ألا يشاهد هذه المنشورات سوى عدد صغير من الأشخاص. أي أن انتشارها محدود جداً

9- تلجرام :

على عكس كل المواقع التي ذكرناها والتي انتهجت إستراتيجية في محاربة الشائعات وتقييد المنشورات والفيديوهات على مواقعها، وتوجيه الفكر الإنساني نحو اتجاه واحد، كان تطبيق تلجرام السباق في فتح نافذة حرية التعبير ولو بالإشاعات،

لكن هناك دول قامت بمتابعة المستعملين مثل المانيا التي اتهمتهم بنشر خطاب الكراهية والعنف والتمرد في زمن الجائحة، فقد جاء في قناة "دوتشي فيلا dw" الألمانية تقرير الأتي : أعلن المكتب الاتحادي لمكافحة الجريمة اعترامه تعزيز عمليات تتبع خدمة تلغرام، في ظل دعوات التحريض وممارسة العنف التي ظهرت على مجموعات الدردشة في هذه الخدمة.

وقال رئيس المكتب هولغر مونش، في مدينة فيسبادن: "أسهمت جائحة كورونا على وجه الخصوص في اعتناق بعض الناس للفكر المتشدد على موقع تلغرام فيما قام آخرون بتوجيه تهديدات أو حتى نشروا دعوات إلى القتل". وأعلن المكتب تشكيل فريق عمل لكشف ملابس مثل هذه الجرائم "والهدف من ذلك هو تحديد هوية المشتبه بهم وملاحقتهم جنائيا". (DW-arabic, 2022) واتهامهم بترويج الاشاعات وخلق الرعب والبلبله وتبني نظريات المؤامرة.

هناك نظرية شائعة لعالم الاجتماع الإنجليزي توماس هوبز، نظرية اشتهرت باسم «فخ هوبز» تقول النظرية باختصار شديد : إن الخوف بين البشر يتراكم جزاء الخوف، فيسعى الخائف إلى الدفاع عن نفسه بالتسلح مثلاً، فيدفع الآخر الخائف من التسلح إلى مزيد من التسلح، وهكذا دواليك، حتى يصبح الجميع عدو الجميع.

الخاتمة:

على أساس ما ذكرناه أنفاً، اتجه العالم إلى رؤية موحدة نحو عدو واحد كان الملجأ الوحيد منه أو إتباع إرشادات منظمة الصحة العالمية، اللقاح أولاً، الحجر المنزلي والتباعد، تعزيز المناعة بالفيتامينات، ارتداء الكمامات، تعقيم الأيدي والأسطح، وحارب الناس بعضهم بعض عن طريق منصات التواصل الاجتماعي التي تجندت من أجل إنقاذ البشرية من أخطر وباء مس البشرية منذ عقود.

في ظل غياب معلومات رسمية أو قريبة إلى الواقع، فالتناقض بين التصريحات الحكومية الرسمية وما يعيشه الجمهور من دفن يومي وتشيع للمستشفيات جعله يجري وراء المعلومة من أي مصدر كان ولو كانت إشاعات،

فدخل المجتمع في رحلة الشك، تحت سؤال : هل نلقح أم لا، فلو رجعنا إلى الخلف قليلاً وقبل عشر سنوات ، كتب دروثوثي اتش كروفورد كتاب من 170 صفحة بعنوان " الفيروسات - مقدمة قصيرة جداً" ذكر فيها جدلية التطعيم، فقد انتقل الجدل الأخلاقي الذي دار حول استخدام تطعيم الجدري في زمن جينر إلى موضوعات أخرى غير انه لم يتلاش، فلا يزال هناك طوائف دينية ترفض التطعيم لكنها طرحت على ساحة قضايا أخرى كبرى، منها فرضية الصحة العامة، فيقول أن درجة أمان اللقاحات لن تكون أبداً بلا أعراض جانبية محتملة، لكنها ستتجاوز الآثار المرض بحد ذاته، فمهما كانت الأعراض السلبية للقاح، فهي في الأخير أفضل من الوباء (كروفورد، 2013، صفحة

وجاء في آخر كتابه : إننا نعيش في الوقت الراهن حقبة مثيرة من تطورات تكنولوجية لاهثة الخطى تقترب في سماءنا قليلا من حقبة الثورة الصناعية ، ... كما أن علينا ان نضع نصب أعيننا دوما التحذير الذي اطلقه عالم الفيروسات "جورج كلاين" حين قال : " أغبى الفيروسات يفوق ذكاؤه أذكى عالم فيروسات " (كروفورد، 2013، صفحة 149)

إننا بهذا البحث وجدنا أن وسائط التواصل الاجتماعي قد توحدت وضربت ضربة رجل واحد في دحض الإشاعات وقتلها في مهدها من خلال تطبيق الذكاء الاصطناعي وإستراتيجية فذة وسياسات صارمة في التعامل مع الجائحة واللقاحات . أدت بالضرورة إلى تلقي اللقاحات وانتهاء الجائحة نسبيا و الحد من الإصابات والوفيات.

قائمة المراجع :

المؤلفات :

- 1) بندير ليسا. (2020). رسالة وأنشطة رئيسية للوقاية من مرض كوفيد-19 والسيطرة عليه في المدارس. نيويورك: الامانة العامة في اليونسف.
- 2) دروثي اتش كروفورد. (2013). الفيروسات- مقدمة قصيرة جدا. (أسامة فاروق، المترجمون) مصر: مؤسسة الهنداوي للتعليم والثقافة .
- 3) ديفد كوامن. (2014). الفيض- أمراض الحيوانات المعدية وجائحة الوباء التالية بين البشر -ج2- (المجلد 2). (مصطفى ابراهيم فهمي، المترجمون) الكويت: عالم المعرفة - المجلس الوطني الكويتي للثقافة والفنون والادب.
- 4) علي محمد محمود. (2021). جائحة كورونا بين نظرية المؤامرة و عفوية الطبيعة. الاسكندرية ، مصر: مكتبة الوفاء القانونية.

المقالات :

- 1) ميلود مراد ، فوزية صادقي. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر. المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام ، 03 (01)، 154.

مواقع الانترنت :

- 1) . (2021, 03 24). (الجزيرة الاخبارية) تاريخ الاسترداد 06 05, 2022، من aljazeera. www.aljazeera.net/news
- 2) . تاريخ الاسترداد 06 08, 2022، من bbc news. (2021, 08 28). [bbc-world](https://www.bbc.com/arabic/world). <https://www.bbc.com/arabic/world-57932126>
- 3) . (هولغر مونش، المحرر) تاريخ الاسترداد 07 08, 2022، من dw. (2022, 01 26). [DW-arbic](https://www.dw.com/ar/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%A7%D9%85%D8%B1%D8%A9-%D9%88%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8-). [www.dw.com:](https://www.dw.com/ar/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%A7%D9%85%D8%B1%D8%A9-%D9%88%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8-)

- %D8%A7%D9%84%D9%83%D8%B1%D8%A7%D9%87%D9%8A%D8%A9-
%D9%87%D9%84-%D8%AA%D8%AD%D8%B8%D8%B1-
%D8%A3%D9%84%D9%85%D8%A7%D9%8
- 4) facebook. تاريخ الاسترداد 07 07, 2022، من *facebook*. (16 02, 2022). [www.fb.com: facebook.com/business/help/1123969894625935?id=434838534925385](https://www.facebook.com/business/help/1123969894625935?id=434838534925385)
 - 5) google. تاريخ الاسترداد 06 08, 2022، من *google*. (07 02, 2020). [developers.google.com: https://developers.google.com/search/docs/advanced/structured-data/special\(-](https://developers.google.com/search/docs/advanced/structured-data/special(-)
 - 6) google trends. تاريخ الاسترداد 05 06, 2022، من *google trends*. (01 02, 2022). <https://support.google.com/trends/answer/4355212?hl=ar>
 - 7) google trends. تاريخ الاسترداد 06 05, 2022، من *google trends*. (02 02, 2022). https://support.google.com/trends/answer/4355000?hl=ar&ref_topic=4365530
 - 8) googlr trends. تاريخ الاسترداد 06 06, 2022، من *google*. (02 02, 2022). <https://trends.google.com/trends>
 - 9) hamid grine. تاريخ الاسترداد 05 03, 2022، من *twiter*. (02 02, 2021). https://twitter.com/hamid_grine/status/760867752664072192?ref_src
 - 10) instagram. تاريخ الاسترداد 07 08, 2022، من *instagram*. (01 02, 2022). www.instagram.com: https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119
 - 11) news-google. تاريخ الاسترداد 06 05, 2022، من *google*. (02 05, 2022). [www.google.com: https://news.google.com/covid19/map?hl=ar&mid=%2Fm%2F0h3y&gl=EG&ceid=EG%3Aar&state=4](https://news.google.com/covid19/map?hl=ar&mid=%2Fm%2F0h3y&gl=EG&ceid=EG%3Aar&state=4)
 - 12) rt-arabic. (28 08, 2021). *روسيا اليوم بالعربية*. تاريخ الاسترداد 07 07, 2022، من arabic.rt.com: https://arabic.rt.com/world/1267338-
 - 13) sky-news. (09 09, 2020). *skay nwes*. تاريخ الاسترداد 07 09, 2022، من www.skynewsarabia.com: https://www.skynewsarabia.com/world/1399073-%D9%84%D9%82%D8%A7%D8%AD%D8%A7%D8%AA-%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7-%D8%AA%D9%82%D8%B3%D9%85-%D8%B3%D9%83%D8%A7%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D9%81%D8%A7%D9%95%D9%84%D9%89-%D9%81%D9%8A%D9%94%
 - 14) tik-tok. تاريخ الاسترداد 07 08, 2022، من *tik tok*. (30 05, 2021). [www.tiktok.com: https://support.tiktok.com/ar/account-and-privacy](https://support.tiktok.com/ar/account-and-privacy)

- 15) twitter .[www.twitter.com:](https://help.twitter.com/ar/rules-and-policies/medical-misinformation-policy) تاريخ الاسترداد 03 07 2022، من *twitter* .(2021 ,07 20) .
<https://help.twitter.com/ar/rules-and-policies/medical-misinformation-policy>
- 16) whatsapp . تاريخ الاسترداد 08 07 2022، من *whatsapp* .(2021 ,03 28) .
[www.whatsapp.com :https://www.whatsapp.com/coronavirus](https://www.whatsapp.com/coronavirus)
- 17) youtube .[www.youtube.com:](https://support.google.com/youtube/answer/9891785?hl=ar) تاريخ الاسترداد 28 06 2022، من *youtube* .(2021 ,05 28) .
<https://support.google.com/youtube/answer/9891785?hl=ar>
- 18) الديوان الوطني للإحصاء .(2011 ,06 01) .*الديوان الوطني للإحصاء* . تاريخ الاسترداد 06 05 2022، من
https://www.ons.dz/collections/pop1_national.pdf
- 19) *www.al-ain.com:* تاريخ الاسترداد 07 05 2022، من *al-ain* العين الاخبارية .(2021 ,12 08) .
<https://al-ain.com/article/rumors-vaccines-coronavirus>