تاريخ الاستلام: 2020/07/26 تاريخ القبول: 2020/08/23

# طرق تداول أزمة كورونا في منصات التواصل الاجتماعي

# *Corona crisis trading methods on social media platforms*

بن ورقلة نادية *
fatenskafi@gmail.com
جامعة الجلفة (الجزائر)

بلقماري هدى
fatenskafi@gmail.com
جامعة الجلفة (الجزائر)

**ملخص:** أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أحد أبرز الفواعل في إدارة أزمة انتشار فيروس كورونا المستجد أو كوفيد -19، وتزايد هذا الدور بصورة كبيرة بعد إجراءات الحجر المنزلي الاحتياطي أو حظر التجوال التي اتخذتها العديد من الحكومات حول العالم، فأصبحت هي المتنفس الرئيسي لجميع الأفراد، ليس فقط كوسيلة للتواصل وتنفيس الهموم، بل أيضًا كوسيلة للحصول على المعلومات . والحقيقة أن المنشورات والمقاطع التي تُنسب إلى أطباء أو خبراء في التغذية أو الميكروبات قد تكون سلاحاً ذو حدين فمعرفة أن المعلومات تصدر من متخصص طبي يؤدى غالباً إلى اطمئنان رواد المواقع إلى صحة المعلومات التي يتلقونها ولكن هذا ليس صحيحاً على إطلاقه ففي أحيانٍ كثيرة يقوم البعض من هؤلاء "الخبراء" بتكرار ما يقال عن استعمال أطعمة معينة أو أعشاب لتقوية المناعة ومنع العدوى بالفيروس بدون الاستناد إلى أدلة علمية . و يبقى أن نشير إلا أنه من بين معالم الواقع الجديد، الذي أفرزته أزمة تفشي وباء كورونا في أنحاء العالم، كان ذلك الاختبار القوي لوسائل التواصل الاجتماعي، التي باتت سمة واضحة لا ينكرها أحد في العالم المعاصر .

– **الكلمات المفتاحية** : مواقع التواصل الاجتماعي، فيروس كورونا، وسيلة للتواصل، صحة المعلومات ،أدلة علمية ،الواقع الجديد .

***Abstract:*** *Social media has become one of the most prominent actors in managing the crisis of the spread of the emerging coronavirus or Covid-19, and this role has increased dramatically after back-up quarantine or curfew measures taken by many governments around the world, becoming the main outlet for all individuals, not only as a means To communicate and not only concern but also as a means of obtaining information. The truth is that the publications and clips attributed to doctors or experts in nutrition or microbes may be a double-edged sword, so knowing that the information is issued by a medical specialist often leads to reassurance of the site goers about the correctness of the information they receive, but this is not correct to release it, in some cases some of these "Experts" repeat what is said about the use of certain foods or herbs to strengthen immunity and prevent infection with the virus without relying on scientific evidence. It remains to point out, however, that among the milestones of the new reality, which was spawned by the crisis of the spread of the Coronian epidemic around the world, this was a powerful test of social media, which has become a clear feature undeniable in the contemporary world.*

- ***Keywords:*** *social media, corona virus, method of communication,, scientific eviden , Correct information ce, new reality.*

* المؤلف المرسل

. مقدمة:

قامت كبرى وسائل الإعلام المحلية والعالمية بالتعويل كثيراً على المنصات الإلكترونية لإيصال المحتوى الذي تقدمه لجمهور أوسع، خاصة في ما يتعلق بأخبار فيروس كورونا وعدد الإصابات وكيفية الانتشار، كون أغلب الأشخاص يعتمدون على هذه المواقع للوصول إلى المعلومة بجوانبها المختلفة. و في السياق عينه، زاد عدد المؤسسات الرسمية و المسؤولين والسياسيين والصحافيين الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لبثّ تصريحاتهم حول كورونا، وتفسير بعض المواقف والأمور وإعلان القرارات الهامة عبر حسابات رسمية. بالإضافة إلى ذلك، سمحت وسائل التواصل الاجتماعي للأشخاص ببَث الفيديوهات والأحداث لحظة حصولها، بحيث انتشرت العديد من الفيديوهات من مدن عدة في العالم تظهر خلوّها من المارّة والسيّاح، أو فيديوهات لأمور كانت تحصل خلال الحجر المنزلي مثل حفلات الغناء الجماعية على شرفات المنازل. في المقابل، وعلى الرغم من كل الذي ذكرناه، لم تخلو مشاركات وسائل التواصل الاجتماعي من الأخبار المزيفة، التي تحتاج جهداً ومعرفة للتمييز بينها وبين الحقيقة. فالحاجة إلى المعرفة دافع قوي لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، بحيث تزيد هذه الحاجة وقت الأحداث الكبرى العامة والأزمات، مثل أزمة فيروس كورونا. و في مقال بالإندبندنت نشره موقع بي بي سي نيوز الالكتروني[1] ، تنتقد ريتشل توماس دور وسائل التواصل الاجتماعي في أزمة فيروس كورونا عنوانه :فيروس كورونا: "فشل ذريع" لوسائل التواصل الاجتماعي في المواجهة، مقارنة بين كارثة تشيرنوبيل النووية وكوفيد 19

أين تعتقد الكاتبة أن هذه الوسائل "فشلت فشلا ذريعاً في محاربة انتشار المعلومات الخاطئة عن الفيروس".وتقول ريتشل "يبدو أن محركات البحث ومالكي منصات وسائل التواصل الاجتماعي على حد سواء في سباق لتصبح هي المصدر الأكثر موثوقية للمعلومات عن الفيروس ".غير أنها ترى أن "من المفارقات أن الهندسة المعمارية الكاملة لهذه المواقع تم تصميمها تاريخيا لنشر المعلومات الشائعة وليس المعلومات الحقيقية ." وتقول ريتشل "كانت وسائل التواصل الاجتماعي في السابق المكان الصحيح الذي يزدهر فيه العلم الزائف المتطرف على وجه التحديد لأنه يعتمد على طريقة مختلفة في التعامل مع العلم الدقيق ".

كما تشير الكاتبة إلى أن "الشعبية والربحية"، وليس "الحقيقة"، هي" تاريخيا العامل الرئيسي في توجيه الخوارزميات التي تحدد الكثير من المحتوى الذي نراه على وسائل التواصل الاجتماعي". وتضيف "ومع ذلك، فإنه إن لم تقع المسؤولية على منصات وسائل التواصل الاجتماعي أو على الحكومات (على الرغم من أنني متفائلة بحذر بشأن مساعدتها في حالة حدوث الأسوأ) أو على المهنيين الصحيين، فإنها تقع على عاتق المستخدمين أنفسهم، الذين تغذي بياناتهم الخوارزميات."

و في مقال نشره محمد الإدريسي* في مدونته بعنوان : كيف تفاعلت مواقع التواصل الاجتماعي العربية مع جائحة كورونا؟

نشر أنه علمياً فإن المعلومات عادةً ما يتم تقبلها بطريقةٍ جديةٍ إذا كان مصدرها متخصص في المجال أو شخصية معروفة. فالمنشورات والمقاطع التي تُنسب إلى أطباء أو خبراء في التغذية أو الميكروبات قد تكون سلاحاً ذو حدين فمعرفة أن المعلومات تصدر من متخصص طبي يؤدي غالباً إلى اطمئنان رواد المواقع إلى صحة المعلومات التي يتلقونها ولكن هذا ليس صحيحاً على الإطلاق ففي أحيانٍ كثيرة يقوم البعض من هؤلاء "الخبراء" بتكرار ما يقال عن استعمال أطعمة معينة أو أعشاب لتقوية المناعة ومنع العدوى بالفيروس بدون الاستناد إلى أدلة علمية. فلم يثبت علمياً أن طعام معين أو أعشاب تقوي المناعة أو تقتل الفيروسات أو تحمي منها.

هذا و كانت قد انتشرت نظرية أخرى تقول إنه ليس هناك فيروس أصلاً ولكن الذي حدث هو نتيجة تداعيات إطلاق الجيل الخامس من الإنترنت مما تسبب في إطلاق موجات كهرومغناطيسية تسببت في أعراض الفيروس. وهناك أسلوب ربما يكون الأخطر في تمرير المنشورات وهو عرض معلومات مع الإعلان أن مصدرها جهة رسمية معروفة مثل منظمة الصحة العالمية أو منظمة صحة الطفل، وتكون بعض المعلومات قد صدرت فعلاً من هذه المؤسسة ولكن يتم التضليل بإضافة معلومات أخرى مزيفة لم تصدر عن تلك الجهة وإنما يريد المصدر

تمريرها، وقد أدت هذه الممارسات وما شابهها إلى تحذير منظمة الصحة العالمية من المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة المصاحبة لجائحة كورونا ملفتةً النظر إلى أنها قد تعرقل الاستجابة الطبية للمرض.

و من الدروس المستفادة من جائحة كورونا تأكيد واقع أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت من أهم وربما أسهل الأدوات المستعملة للحصول على المعلومات بمختلف أنواعها خاصةً الطبية وهذه لها خصوصيتها وخطورتها خاصةً أثناء انتشار الأوبئة حيث تساهم بشكل كبير في توجيه سلوك العامة للحد من خطورة المرض والمساهمة في التخفيف من أضراره. لهذا فإنه من المهم جداً نشر التوعية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي عن التحري والتثبت عند استقبال المعلومات وقبل إعادة إرسالها.[2]

هذا و كان قد نشر عنوان في منتدى الكتروني بعنوان : مواقع التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين في عصر كورونا. [3]

أين نشرت مجلة " تايم الأمريكية " دراسة لتوجهات سوشيال ميديا في الولايات المتحدة الأمريكية على منصتي فيسبوك وتويتر بوجه خاص إبان جائحة كورونا، باعتبارهما وسيطاً حاسماً في تداول المعلومات التي يحتاجها الناس في ظل العزلة الوقائية والعمل والدراسة من المنزل، وفي نفس الوقت فقد باتت هذه المنصات وسيطاً حاسماً في ترويج معلومات رخيصة تتوخى الإثارة وشائعات مفبركة وحتى إعلانات مفبركة، وهي في هذه الحالة قد باتت سبباً في زيادة قلق الناس ونشر حالات الهلع بينهم.

وعلى مستوى تويتر وفيسبوك في العالم العربي لم تخلو المنصتان من سيل أكاذيب وقصص ملفقة وفيديوهات مفبركة ومقارنة الإسلام بغيره من الأديان بما يصفونه تصدياً للجائحة، وركزت أغلبها على إيطاليا التي ضربها الوباء بشدة، فباتت مادّة دسمة للأخبار الكاذبة ذات الخيال الخصب.

كما اعتبر جيف هانكوك مدير مختبر سوشيال ميديا بجامعة ستراتفورد بالولايات المتحدة الأمريكية أنّه حين اجتاحت العالم جائحة الانفلونزا الإسبانية عام 1918 لم يكن ممكناً فهم تعامل المجتمعات البشرية واستجابتها للجائحة بسبب عدم وجود وسائل تواصل اجتماعي، ويقول بهذا الخصوص "التفاعل على هذه المنصات يتيح للمجتمعات أن تتلمس طريقها من خلال التهديد الغير المسبوق الذي يتعرض له النوع البشري" مبيناً أن ملايين الناس يتعاملون مع الأطباء والمختصين والباحثين والمعالجين مباشرة من خلال هذه المنصات، وهذا يفسر تماماً سبب عدم انتشار حالة هلع ورعب من المرض أو تهافت على الشراء مثلاً عبر العالم .

هذا كما نشر الموقع الإلكتروني بي بي سي عربي نيوز موضوعا تحت عنوان : فيروس كورونا: هل ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الذعر والخوف؟[4]

و الذي أوضح بأن بداية الأزمة ظهر بانتشار الفيروس في الصين أواخر العام الماضي، ثم انتقاله لدول أخرى، أين بدا واضحا على العديد من منصات التواصل الاجتماعي، أن هناك ما يشبه حالة من الذعر والهلع الجماعي، التي يروج لها قطاع كبير من رواد تلك المنصات. وكان لافتا كيف تحرك موقع تويتر ، الأكثر تداولا في العديد من الدول العربية، ليعلن حظر "المحتوى المضلل" حول الوباء وليقول إنه سيزيل أي محتوى، يروج لمزاعم غير محددة ومضللة بشأن فيروس كورونا . وبجانب آخر تعمد البعض، اقتصار مشاركاته في منصات التواصل الاجتماعي، على إبراز الجانب المظلم والقاتم، وتفاصيل حالات الموتى، بما يعمق حالة الخوف الحاصلة بالفعل، من جهة أخرى فإن هناك آخرين سعوا للاستفادة من الأزمة عبر الترويج لأدوية زائفة، زعموا أنها تعالج وباء الكورونا .

وقد أشارت وكالة الأنباء الفرنسية في تقرير لها إلى بعض من هذه الأدوية، ومنها استهلاك الرماد البركاني، واستخدام مصابيح الأشعة فوق البنفسجية، ومطهرات الكلور التي تقول السلطات الصحية إنها يمكن أن تسبب ضررا إذا استخدمت بشكل غير صحيح.

وفي عدة دول عربية بدت السلطات مهتمة بمحاربة مروجي الشائعات، أو الأخبار الزائفة خلال الأزمة، عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ففي مصر قالت نقابة الأطباء إن الشطب الكامل سيكون عقوبة الأطباء الذين يتداولون طرق علاج لفيروس كورونا عبر وسائل التواصل

الاجتماعي. وأشار نقيب الأطباء المصريين، في اتصال مع برنامج لتلفزيون محلي، إلى أن النقابة رصدت خلال الفترة الماضية فوضي فتاوى عن طرق علاج فيروس كورونا من الأطباء على مواقع التواصل الاجتماعي. وفي قطر، أطلقت وزارة الداخلية تحذيراً لجميع المواطنين والمقيمين بعدم المشاركة في نشر أو تداول الشائعات، معتبرة ذلك أمرا في غاية الخطورة وقد يعرض المسؤول عنه للمساءلة القانونية . أما في السعودية، فقد حددت السلطات عقوبات على مطلقي الأخبار مجهولة المصدر، والترويج للشائعات التي تصعّد الهلع لدى المجتمع في ظل تفشي فيروس كورونا، كونها تمس بالنظام العام .

ومن ناحية أخرى، يبدو جانب من الاختبار الذي تتعرض له وسائل التواصل الاجتماعي في هذه الأزمة متعلقا بالمصداقية. ورغم أنها عرفت على مدار السنوات الماضية بأنها وسيلة سريعة لتداول ونقل الأخبار، إلا أن الناس – على مايبدو – يهرعون تلقائيا في أوقات مثل تلك الأزمات لوسائل الإعلام التقليدية، خاصة تلك الرصينة منها، وهو ما يعكس أزمة فقدان ثقة في وسائل التواصل الاجتماعي المستحدثة، خاصة في أوقات الأزمات. وفي هذا السياق، يشير روجر موسي في مقال بمجلة " نيو ستيتسمان" إلى بروز دور هيئة الإذاعة البريطانية ( بي بي سي) خلال الأزمة، وكيف هرع الناس إليها كخدمة عامة موثوقة، يطمئنون لأخبارها. ويقول الكاتب إن الأزمة أظهرت كيف أن بي بي سي تعد ضرورة ويجب حمايتها " . وتابع: "إنه وخلال مثل هذه الأوقات الحرجة، فإن بي بي سي كخدمة عامة جاءتها الفرصة لتبرهن على سر بقائها ." هذا و يؤكد د.إيهاب* في مقال له بعنوان : "كورونا في قبضة مواقع التواصل الاجتماعي" أين يشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أحد أبرز الفواعل في أزمة كورونا، حيث كانت وسيلة أساسية للجهات الحكومية والمنظمات الدولية لنشر المعلومات والتعليمات الصحية وأيضاً وسيلة للأفراد للحصول على المعلومات حول الفيروس الذي لا يزال يتسم بالغموض حتى الآن. وقد حاولت الكثير من الصفحات والمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي نشر فيديوهات تتعلق بالفيروس الجديد، بعضها كان سلبياً للغاية يقوم بنشر تفسير تآمري حول الفيروس بهدف جذب أكبر عدد من الزوار دون النظر لأي اعتبارات إنسانية وصحية ويطلب من الأفراد عدم تصديق ما يثار حول الفيروس وعدم الالتزام بالتواجد داخل المنازل، وبعضها كان يقوم بدور إيجابي، يحث الأفراد على ضرورة الالتزام بالتعليمات الصحية و إتباع الإجراءات السليمة للوقاية من المرض، فتم نشر العديد من المقالات والفيديوهات التي توضح للأفراد خطورة الفيروس، وما هي الإجراءات الصحية التي يجب إتباعها للوقاية منه، وكيف يمكن التعامل في حالة اكتشاف إحدى الإصابات، وغيرها من التعليمات التي ساهمت بصورة ما في احتواء عملية انتشار الفيروس. وحول كيفية تعامل شركات مواقع التواصل الاجتماعي مع أزمة كورونا.

و يضيف الباحث بأنه جاء تعامل شركات مواقع التواصل الاجتماعي مع أزمة انتشار فيروس كورونا المستجد متأخراً بعض الشيء، حيث اتجهت معظم هذه الشركات إلى تنظيم عملية تداول المحتوى الخاص بفيروس كورونا منذ النصف الثاني من شهر مارس/آذار تقريباً، أي استمرت قرابة شهرين ونصف منذ اندلا ع الأزمة حتى بدأت في تنظيم المحتوى .

ويشير إلى أنه نتيجة لكثرة المحتوى المغلوط والمغلف بالتفسير التآمري لانتشار الفيروس مع وجود محاولات للنصب الإلكتروني أو بيع المنتجات الطبية المغشوشة مثل أقنعة الوجه والمطهرات بأسعار مبالغ فيها، بدأت مواقع التواصل الاجتماعي في فرض عدة قيود على المحتوى المنشور حول كورونا. فمثلاً بدأت شركة الفيس بوك في حظر جميع الإعلانات المتعلقة بفيروس كورونا، سواء كان ذلك على موقع الفيس بوك أو على المنصات الاجتماعية الأخرى التي تمتلكها الشركة مثل انستغرام، كما قامت بإغلاق مجموعات الدردشة التي تشك في أنها تقوم بإرسال أخبار إلى عدد كبير من الأفراد حول كورونا. كما صرح مارك زوكربرج، المدير التنفيذي لشركة الفيس بوك، بأن الشركة سوف تقوم بمسح التعليقات التي تحتوي على تفسير تآمري أو معلومات مغلوطة.

هذا و رأى د.إيهاب أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تلعب دوراً إيجابياً في احتواء أزمة كورونا، ويضيف "إذا تم استغلال مواقع التواصل الاجتماعي بشكل صحيح يمكن أن تساهم بفاعلية في احتواء الأزمة، فشبكات التواصل حالياً، و في ظل فرض الحجر الصحي

الاحتياطي أو حظر التجوال في العديد من دول العالم، أصبحت هي المتنفس الرئيسي لجميع الأفراد حول العالم، سواء لإجراء مقابلات أو محادثات افتراضية وآمنة، أو لتبادل المعلومات والأفكار ومشاركة قصص النجاح والتغلب على المرض، وبالتالي تساهم مواقع التواصل بصورة ما في تحسين المزاج العام أو الحالة النفسية للأفراد، وتعتبر وسيلة من وسائل المتعة والترفيه لهم في ظل حالة الاكتئاب العام التي تمر بها مختلف دول العالم من ناحية أخرى، و مع الإجراءات التي اتخذتها هذه المواقع للحد من المحتوى المغلوط، يمكن أن تساهم في نشر المعلومات الصحيحة حول الفيروس، ونشر الفيديوهات والمقالات التوعوية، التي تحث الأفراد على الالتزام بالتعليمات الطبية والصحية، كما أنها تعتبر وسيلة من وسائل التعلم والعمل عن بعد، تسهل حياة الأفراد ولو نسبياً أثناء توقف كافة أشكال الحياة عن العمل.[5] و في تقرير خاص نشره " موقع الخليج اونلاين " بعنوان : كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تنظيم أزمة فيروس كورونا؟[6]

أين ذكر أنه و في ظل ما تواجهه البشرية من مآسٍ بسبب "كورونا"، اتخذت شركات ومواقع التواصل الاجتماعي خطوات للعمل على مواجهة انتشار الشائعات والمعلومات الخاطئة عن الفيروس، حيث تلجأ في بعض الأحيان إلى حذف حسابات أشخاص ينشرون معلومات غير صحيحة أو حذف ما ينشرونه.

إلا أن الحجم الهائل من الأخبار والمعلومات المزيفة، التي وصفتها منظمة الصحة العالمية بـ"المعلومات الإخبارية"، تختبر ما إذا كانت تلك الشركات قادرة بالفعل على الحد بشكل فعال من انتشار المعلومات الخاطئة، أم أنها خطوات محدودة لن تسهم في تحجيم كل تلك الشائعات .

هذا و في خطوة جديدة اتخذتها منصات التواصل الاجتماعي، وعديد من المواقع الأكثر استخداماً على مستوى العالم، أصدرت شركات التكنولوجيا بياناً مشتركاً حول جهودها المتضافرة لمعالجة نشر المعلومات الخاطئة في أثناء أزمة فيروس كورونا .

ونشر كل من "فيسبوك" و"غوغل" و"مايكروسوفت" و"تويتر" و"يوتيوب" و"لينكد إن" و"ريدت" بياناً في 17 مارس 2020، يقول إن تلك الشركات "تعمل جميعاً بشكل وثيق لتعزيز جهود مكافحة المعلومات الخاطئة حول فيروس كورونا .

وتابعت: "إننا نساعد ملايين من الأشخاص على البقاء على اتصال، مع مكافحة الاحتيال والمعلومات المضللة حول الفيروس بشكل مشترك، وزيادة المحتوى الموثوق على منصاتنا، ومشاركة التحديثات المهمة بالتنسيق مع وكالات الرعاية الصحية الحكومية حول العالم " .

هذا كما سبق أن قدمت الشركات سياساتها الخاصة للموظفين والمستخدمين، وضمن ذلك سياسات العمل من المنزل وإزالة الإعلانات الاستغلالية .

ففي 4 مارس 2019، أعلن عملاق التواصل الاجتماعي "فيسبوك" توفير مساحة مجانية لمنظمة الصحة العالمية، في سبيل المساعدة في مكافحة فيروس كورونا .

وبحسب ما نقلته وكالة "رويترز" عن الشركة، فإنها تسعى لضمان عدم تضليل المستخدمين بشأن الفيروس ومخاطره وكيفية الرد عليه .

وقال مارك زوكربيرغ، الرئيس التنفيذي لشركة "فيسبوك"، في منشور له : "إننا نمنح منظمة الصحة العالمية أكبر عدد ممكن من الإعلانات المجانية التي تحتاجها، من أجل الاستجابة لفيروس كورونا، مع دعم عيني آخر ."

وأضاف: "إن المستخدمين الذين يبحثون عن المشاركات على الفيروس على (فيسبوك) سيشاهدون الآن نافذة منبثقة توجههم إلى منظمة الصحة العالمية أو هيئة الصحة المحلية، للحصول على أحدث المعلومات ."

و في 5 مارس، أعلنت شركة "تويتر" عن تكثيف جهودها بكل أقسامها الداخلية والخارجية لبناء الشراكات وحماية المحادثات العامة ودعم الأشخاص على "تويتر" في العثور على معلومات موثوقة، وإزالة التغريدات التي تحمل معلومات مغلوطة، وذلك في إطار الجهود العالمية لاحتواء انتشار فيروس كورونا.

كما قررت إزالة تغريدات على منصتها، تحمل "رفضاً لتوجيهات السلطات الصحية العالمية"، أو تحمل "وصف العلاجات غير فعالة أو ضارة، أو إنكار الحقائق العلمية"، إضافة إلى انتحال هوية مسؤول حكومي أو صحي، ونشر معلومات خاطئة حول تشخيص كورونا .

وأطلق "تويتر" خدمة البحث المتخصص في فيروس كورونا من التصنيف الرسمي للفيروس؛ لضمان حصول الأشخاص على معلومات موثوقة عن الفيروس وظهور محتوى صحيح ودقيق في طليعة نتائج البحث.

وفي فبراير 2020، بيّنت الشركة أنها ستحظر الإعلانات عن المنتجات التي تقدم أي علاجات أو وقاية من انتشار فيروس كورونا، وتلك التي تخلق شعوراً بالإلحاح حول الموقف .

وتواجه "واتساب"، التي تعد واحدة من أشهر منصات المراسلة والدردشة بالعالم، وتملكها أيضاً "فيسبوك"، صعوبة في وضع حدٍّ لانتشار الشائعات بخصوص "كورونا ".

وبالتعاون مع منظمة الصحة العالمية أطلق التطبيق –الذي يستخدمه أكثر من ملياري شخص– خطوة لتحديث المعلومات عن فيروس "كورونا المستجد"، وذلك في محاولة لمساعدة المستخدمين في العثور على معلومات دقيقة عن هذا الفيروس.

وخصصت منظمة الصحة العالمية الرقم (41798931892+) على تطبيق واتساب لتوعية المواطنين وإرشادهم بالخطوات التي يجب فعلها عند الإصابة بالمرض وإجراءات الوقاية للحد منه.

وتعمل الخدمة بشكل "دردشة" مباشرة بين المستخدم ومنظمة الصحة العالمية، التي تتولى الإجابة الفورية عن سلسلة من الأسئلة المعدة مسبقاً، والتي تشمل –مثلاً– عدد حالات الإصابة بالمرض عالمياً، ونصائح حول كيفية حماية نفسك، إلى جانب الإجابة عن الأسئلة المتكررة التي يمكنك تداولها بسهولة.

لكن "واتساب" تخضع للتدقيق مجدداً بشأن كيفية تعاملها مع المعلومات الخاطئة، حيث تقول الشركة إنها اتخذت خطوات للحد من المعلومات الخاطئة، وتشجع المستخدمين على إعادة إرسال الرسائل إلى حسابات خاصة يمكنها التحقق من المعلومات .

وقال رئيس الشركة ويل كاثكارت: إن "هناك عدداً من المدققين للحقائق المحلية"، مؤكداً أن الشركة تسعى لتمكين المزيد، من القيام بعملهم المهم حتى يتم التعرف على الشائعات ومواجهتها." وفي الوقت نفسه،و مع أواخر يناير الماضي، بدأ تطبيق "تيك توك" إصدار إشعار للمستخدمين عندما يبحثون عن علامة التصنيف . **"coronavirus"** في التطبيق الذي يشجع فيه التنبيه المستخدمين على البحث عن "مصادر موثوقة" مثل منظمة الصحة العالمية، للحصول على معلومات دقيقة والإبلاغ عن محتوى قد ينتهك إرشادات المجتمع .

أما "سناب شات" فإن هيكل منصاته يحميه من انتشار المعلومات الخاطئة، إذ تختفي وظائف التطبيق بعد 24 ساعة.

هذا و كانت قد نشرت نجاة سعيد* في جريدة " الاتحاد" مقالا بعنوان: وسائل التواصل الاجتماعي والمصداقية نقلا عن موقع " العربية الالكتروني" .

أين أوضحت فكرة مفادها أنه و مع استمرار أزمة كورونا، يهيمن خطر انتشار الشائعات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بعد أن أصبحت هذه الأخيرة مصدراً لا غنى عنه للمعلومات المهمة، وفي الوقت نفسه أرضاً خصبة للترويج للشائعات الخطيرة. حتى أن المدير العام لمنظمة الصحة العالمية قال: «**نحن لا نحارب وباء كورونا فقط. نحن نكافح وباءً معلوماتياً أيضاً**»، فهو يقصد أن العدوى التي تهدد كوكبنا بالكلمات، تصبح أكثر خطورة من جائحة

الفيروس. وكون وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت سلاحاً ذا حدين، لابد من وجود آلية لجعلها أكثر مصداقية .

إذ هناك عدة طرق لمحاربة المعلومات الخاطئة وإثارة الخوف تتبعها مواقع التواصل الاجتماعي والمختصون. فشركات التكنولوجيا العملاقة في الصين تستخدم أسلوب الرقابة الصارمة لمنع انتشار الأكاذيب. حيث يستخدم منشؤو «وي تشات»، منصة التواصل الاجتماعي الأولى

في الصين، منصة مهمتها تدقيق الحقائق لتبديد المفاهيم الخاطئة. أما المواقع الأميركية، مثل تويتر، فيسبوك، إنستجرام، فتستخدم الذكاء الاصطناعي لضمان المعلومات الصحيحة، فهي التي يمكن الحصول عليها بسهولة. فمثلاً عندما يتم البحث عن «فيروس كورونا» على هذه المواقع، يقل احتمال الحصول على المعلومات المغلوطة عن هذا الموضوع .

وتحت هذه الظروف الصعبة التي يعيشها العالم مع أزمة كورونا، نجد منظمة الصحة العالمية ومنظمات الصحة العامة الأخرى لم تكتفي بالاعتماد على الإعلام التقليدي فقط، بل كثفت استخدامها لوسائل التواصل الاجتماعي لإعلام الجمهور بشأن الوباء والسيطرة على الذعر لمكافحة التضليل الإعلامي الذي يتم تداوله بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي . أيضاً تقوم المنظمة بخصخصة المحتوى، بناء على أعمار ونوعية مستخدمي كل منصة. فعلى سبيل المثال، يتم استخدام مقاطع فيديو مبسطة في «تيك توك» لأن المستخدمين غالباً ما تتراوح أعمارهم بين 16 و24 عاماً. أما في «فيسبوك» و«لينكد إن» فيتم استخدام البيانات والأبحاث الرسمية، لأن المستخدمين أكبر سنا وأكثر تقبلاً لقراءة هذه النوعية من المعلومات .[7]

هذا و كان قد نشر الدكتور إيهاب خليفة تقريرا بعنوان : اتجاهات تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع "كورونا" في الموقع الالكتروني " **المستقبل للأبحاث و الدراسات المتقدمة**" . أين نوه إلى فكرة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أحد أبرز الفواعل في إدارة أزمة انتشار فيروس كورونا المستجد أو كوفيد -19، وتزايد هذا الدور بصورة كبيرة بعد إجراءات الحجر المنزلي الاحتياطي أو حظر التجوال التي اتخذتها العديد من الحكومات حول العالم، فأصبحت هي المتنفس الرئيسي لجميع الأفراد، ليس فقط كوسيلة للتواصل وتنفيس الهموم، بل أيضًا كوسيلة للحصول على المعلومات.

ويحاول هذا التقرير تحديد أبرز اتجاهات المغردين والمعلقين على مواقع التواصل الاجتماعي حول أزمة انتشار وباء كورونا المستجد، وتحديد حجم المشاركات العالمي والإقليمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأبرز الاتجاهات والأفكار السائدة عبر المنصات الاجتماعية المختلفة. وقد تمّ الاعتماد في إعداد هذا التقرير على إحدى الأدوات المنهجية البرمجية التي تقوم بتحليل مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المصادر العلنية، وهي برنامج **Talkwaker** الذي يقوم بتحليل اتجاهات المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة من خلال كلمات مفتاحية محددة. وقد راعت الدراسة سياسات الخصوصية التي اعتمدها كل مستخدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث اقتصرت فقط على المعلومات التي سمح المستخدمون بأن تكون معلنة ومتاحة للجميع، ولم يتم رصد تعليقات وتغريدات الحسابات والصفحات التي اعتمدت إعدادات شخصية تُقيّد إمكانية مشاهدة تعليقاتها أو تغريداتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

واعتمد التقرير على عدة كلمات مفتاحية للبحث عن التفاعل حول فيروس كورونا، كانت باللغة الإنجليزية ( **coronavirus OR covid OR "covid 19**) وباللغة العربية (كورونا، كوفيد، كوفيد-19)، وقد تم اعتماد فترة زمنية لإجراء البحث تمتد خلال الفترة من 1 يناير حتى 25 مارس 2020.

**خصائص الاهتمام الدولي:** [8]

**– عدد المنشورات:** إذ انتشر الاهتمام بالفيروس على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أسرع من انتشاره في الواقع، حيث بلغ عدد المصابين بالمرض عالميًّا حتى يوم 25 مارس حوالي 454 ألف حالة، فإن عدد المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي الواردة حول المرض باستخدام كلمات مفتاحية للبحث حول كورونا هي (**coronavirus OR covid OR "covid 19**) قد بلغ أكثر من 466 مليون منشور، وشهدت تفاعلًا من المستخدمين تجاوز 5 مليارات مرة، سواء تعليقات أخرى لا تحتوي على إحدى هذه الكلمات، أو إعجابات، أو إعادة تغريد، أو غيره من التفاعلات.

**–مؤشرات التفاعل العربي:**

**1–عدد المنشورات**: يتضح أن هناك اهتمام كبير من المغردين في المنطقة العربية بكورونا باستخدام كلمات مفتاحية هي (كورونا، كوفيد، كوفيد–19) للبحث عمّا يُثار من تفاعلات حول فيروس كورونا المستجد، فقد بلغ عدد التغريدات الواردة خلال فترة الدراسة حوالي 25.1 مليون منشور، وشهدت تفاعلًا من إعجابات وردود ومشاركات بلغ 159.9 مليون مرة.

**2–إجراءات احتواء الفيروس**: أثار إغلاق دور العبادة لأغراض وقائية بعد صدور فتاوي من الجهات الدينية المعنية تحث على اتخاذ هذا الإجراء اهتماماً كبيراً في عددٍ من الدول العربية، حيث كان يوم 15 مارس 2020 أكثر الأيام التي شهدت تفاعلًا من المغردين، فقد بلغ عدد التغريدات الواردة خلال هذا اليوم أكثر من 1.2 مليون منشور، وقد شهد هذا اليوم على مستوى العالم العربي إعلان العديد من الدول عدم إقامة الصلاة في المساجد، وهو أمر تفاعل معه الكثير من المغردين في المنطقة العربية.

**3– حجم التفاعل المناطقي**: كان أكثر الدول التي جاءت منها تعليقات بمواقع التواصل الاجتماعي هي المملكة العربية السعودية بنسبة 24.5%، تليها مصر بنسبة 12.5%. وعلى الرغم من أن عدد الإصابات في مصر أقل من دول عربية أخرى، إلا أنها صاحبة أكبر تعداد سكاني في المنطقة وأكبر عدد من المغردين على مواقع التواصل، ثم جاءت الكويت بنسبة 11.3%، ثم الإمارات بنسبة 7.3%، ثم العراق بنسبة 4.6%، ثم لبنان بنسبة 4.5%، ثم المغرب بنسبة 3.1%، تليها عمان بنسبة 3%، ثم قطر بنسبة 2.9%، ودول أخرى بنسبة 26.3%.

**4– صعود الاهتمام الشبابي**: كانت الفئة العمرية من 25 – 34 هي أكثر الفئات العمرية اهتمامًا بالحديث عن فيروس كورونا المستجد، وذلك بنسبة 50.7%، وهي الفئة العمرية الشابة والأكثر من حيث التعداد في الوطن العربي. تليها الفئة العمرية من 18 – 24 بنسبة 31.6%. ثم الفئة العمرية من 35 – 44 وذلك بنسبة 14.2%. وكان ترتيب الفئات العمرية الأكبر من 45 عامًا هو الأقل من حيث المشاركة.

**خاتمة :**

وسط ذلك الطوفان من الأخبار التي تنهمر علينا عبر وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي، وتختلط فيها الحقائق بالشائعات والأخبار المزيفة، أصبح عالمنا اليوم وهو في خضم مواجهته مع وباء «كوفيد 19»، يواجه أيضاً ظاهرة أخرى لا تقل خطورة عن الجائحة الفيروسية، ظاهرة كما وصفتها منظمة الصحة العالمية بأنها " **وباء معلوماتي** "

وكما تُظهِر الأبحاث حول الدعاية على وسائل التواصل الاجتماعي أن وقوفنا موقف المتفرج خلال أحداث من قبيل جائحة الكورونا يمكن أن يشجع على انتشار الأخبار المزيفة .

و هذا ما يدفعنا للقول بأن وباء المعلومات اليوم هو "جائحة حقيقية" كما هو كوفيد–19. وكما هو الحال مع الفيروس، و عليه توجب علينا اتخاذ كل الاحتياطات لحماية أنفسنا وأحبائنا من تلك الأخبار المزيفة التي يتم مشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي، والتي ما لم يتم إيقافها بسرعة، فسرعان ما سوف تنتشر كما الفيروس وتؤثر بالسلب على عدد كبير من المستخدمين. وفي حين يبدو من الصعوبة بمكان السيطرة على"**فيروس غير مرئي**" . لا يُسبِّب أعراضاً في بعض الأحيان، وفي الوقت الذي تبدو فيه تدابير من قبيل التباعد الجسدي وإتباع قواعد النظافة الشخصية الصحية وارتداء الأقنعة كأفضل وسيلة للحد من انتشار المرض، فإن الانتباه لكل ما نتلقاه من معلومات، هي أيضاً واحدة من أفضل الطرق للقضاء على الأخبار الكاذبة والمزيفة .

قائمة المصادر :

https://www.bbc.com/arabic/inthepress-52554136 1

2 . و لمتابعة الموضوع يمكنكم زيارة الموقع :

https://www.aljazeera.net/blogs/2020/4/14/%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%AA-%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A

3.يمكن متابعة الموضوع على الرابط التالي :

https://www.dw.com/ar/%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D8%B3%D9%84%D8%A7%D8%AD-%D8%B0%D9%88-%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D9%86-%D9%81%D9%8A-%D8%B9%D8%B5%D8%B1-%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7/a-53139719

4. و لمتابعة الموضوع يمكن متابعة الرابط التالي :

https://www.bbc.com/arabic/interactivity-52084379

5. و لمتابعة الموضوع يمكنكم زيارة الموقع التالي :

https://middle-east-online.com/%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7-%D9%81%D9%8A-%D9%82%D8%A8%D8%B6%D8%A9-%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A

6. يمكن متابعة الموضوع على الرابط المختصر : علوم وتكنولوجيا

**http://khaleej.online/BwQbmq**

7.https://www.alittihad.ae//wejhatarticle/105926/-%d9%88%d8%b3%d8%a7%d8%a6%d9%84-%d8%a7%d9%84%d8%aa%d9%88%d8%a7%d8%b5%d9%84-%d8%a7%d9%84%d8%a7%d8%ac%d8%aa%d9%85%d8%a7%d8%b9%d9%8a-%d9%88%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b5%d8%af%d8%a7%d9%82%d9%8a%d8%a9

8.https://futureuae.com/ar/Mainpage/Item/5437/%D9%82%D9%88%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%BA%D8%B1%D9%8A%D8%AF-%D8%A7%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%87%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84-%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D9%85%D8%B9-%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7

*خريج كلية الطب جامعة طرابلس في ليبيا, أكمل الدراسات العليا في الولايات المتحدة الأمريكية ويعمل حاليا في مؤسسة حمد الطبية في قطر كطبيب استشاري وباحث أكاديمي

*د.إيهاب خليفة رئيس وحدة التطورات التكنولوجية بمركز المستقبل للأبحاث والدراسات .