

أساليب النشر والتحقيق من الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي على مواقع

التواصل الاجتماعي: صفحة "ده بجد" أنموذجاً

معتز محمد توفيق^(*)

مقدمة البحث

تُعد الشائعات من أهم الأدوات التي تؤثر في تشكيل الرأي العام، حيث تسهم بشكل مباشر في تغيير مواقف الأفراد والمجتمعات تجاه القضايا الحيوية، وخاصة تلك التي تتعلق بالأداء الحكومي، ومع ازدياد استخدام منصات التواصل الاجتماعي في العصر الحديث، أصبحت الشائعات تنتشر بسرعة أكبر وبشكل أوسع، مما يزيد من تحديات مصداقية المعلومات وصحة ما يتم تداوله، ومن بين هذه المنصات، تبرز صفحة "ده بجد" على موقع الفيسبوك كنموذج بارز يتم من خلاله رصد الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي ثم التحقق منها، مما يعكس تأثير هذه الصفحة في توصيل المعلومة الصحيحة والموثقة للجمهور.

يهدف هذا البحث إلى دراسة الأساليب التي يتم من خلالها نشر الشائعات المرتبطة بالأداء الحكومي ثم الأساليب المتبعة في الرد عليها، مع التركيز على صفحة "ده بجد" كنموذج حقيقي لنقل وتداول مثل هذه الشائعات. كما يهدف البحث إلى تحليل الطرق والأساليب الفعالة للتحقق من صحة هذه المعلومات و<لك الحد من تأثيرها المدمر على ثقة المواطنين في الحكومة.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة

١. أساليب: جمع مفرداتها أسلوب والمقصود به الطريقة أو العمل من القول أول الفعل وهو الطريقة التي يسلكها الشخص للتعبير عن شيء مقصود {١}
٢. نشر: يَنْشُر، نَشْرًا، فهو ناشِر، والمفعول مَنْشُور ونَشِير، نَشَر الجند /نَشَر الأشياء: فَرَّقَهم ووَرَّعَهم "نشر الراعي غنمه في المرعى- نشر العدو جيشه في أنحاء جبهة القتال- نشر البضاعة- {وَالنَّاشِرَاتِ نَشْرًا} "، نَشَر اللَّيْلُ أَجْنَحَتَهُ: أَقْبَلَ، حَلَّ.، نَشَر الثَّوبَ: بَسَطَهُ وَمَدَّهُ، عكسه طواه "نشرت المرأة الثياب المبللة- {وَالطُّورُ. وَكِتَابٌ مَسْطُورٌ. فِي رَقٍّ مَنَشُورٍ}: مبسوط مفتوح- {وَإِذَا الصُّحُفُ نُشِرَتْ} "؟ نَشَر غَسِيلَهُ القدر: أظهر أمرًا يجب إخفاؤه، جاهر بسيئاته.، نَشَر النَّجَارُ الخشب: شَقَّه مستخدمًا المنشار.، نَشَر الخبر: أَذَاعَهُ وَأَشَاعَهُ "نشرت وكالات الأنباء خبر اندلاع الحرب- نشر مذهبًا/ أفكارًا/ دعوة/ الرُّعب".، نشر الكتاب:

(*) هذا البحث مستل من رسالة الدكتوراه الخاصة بالباحث، وهي بعنوان: [الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها برضاء الجمهور عن الأداء الحكومي] تحت إشراف كل من: أ.د./ حنان محمد جنيد - كلية الإعلام - جامعة القاهرة & أ.د. سحر محمد وهبي - كلية الآداب - جامعة سوهاج.

^١ محمد الزرقاني: مناهل العرفان في علوم القرآن، مطبعة الحلبي ٢٠٠٠، ص ٣٠٢

طبعه وورّعه "نشر ديواناً/ بحثاً- ما زال الأديب الناشئ يبحث عن دار تنشر روايته". "نشر رائحة": أفاحها وبعثها. {^٢}

٣. **مواقع التواصل الاجتماعي:** هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، إذ باتت مواقع التواصل الاجتماعي الالكتروني في الآونة الأخيرة تسيطر على أوقات الشباب وأفكارهم (^٣). ويشير الباحث بأن مواقع التواصل الاجتماعي هو موقع الفيسبوك لاجراء الدراسة على الصفحة ده بجد المرتبطه به

٤. **الشائعات:** الشائعة والإشاعة جاءت في المعجم الوسيط بنفس المعنى، فالإشاعة لغة: كما جاء في لسان العرب لابن منظور: شاع الخبر في الناس: يشيع شعباً وشيعاناً ومشاعاً وشيعوعة، فهو شائع، انشر واقترق وذاع وظهر، وأشاعه هو وأشاع ذكر الشيء: إطاره وأظهره، وقولهم: هذا خبر شائع وقد شاع في الناس. (^٤) أما الشائعة اصطلاحاً نورد تعريف الدكتور محمد منير حجاب بأنها ترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع، أو تعمل للمبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح وذلك يهدف التأثير النفسي" (^٥).

الدراسات السابقة:

قام الباحث بالاطلاع على الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة من قريب أو بعيد طبقاً للدراسات العربية والدراسات الأجنبية من الأحدث إلى الأقدم، وكانت تلك الدراسات تدور في إطار محورين لهم علاقة مباشرة بالدراسة وهما:

- الشائعات والشائعات الرقمية وأساليب تفاعل الشباب معها.
- المعلومات المغلوطة المتعلقة بالسياسات الحكومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

^٢ معجم اللغة العربية المعاصرة

^٣ لينا العلمي (٢٠١١). العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية. كلية الاقتصاد والعلوم، جامعة النجاح الوطنية. نابلس، فلسطين. ص ٣٤

^٤ ابن منظور. لسان العرب. بيروت: دار صادر، (١٩٩٧م)، ص ٣٩٤
^٥ محمد منير حجاب "الشائعات وطرق مواجهتها" (القاهرة: دار الفجر للتوزيع، ٢٠٠٧) ص ١٤

- سماح عبداللطيف ٢٠٢٣: (٦) أثر جرائم نشر الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن القومي المصري ؛ هدفت الدراسة الراهنة إلى الكشف عن أثر جرائم نشر الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن القومي المصري على المستوى (السياسي، الفكري، الاجتماعي، الاقتصادي، العسكري) من وجهة نظر طلاب الجامعة وتحديد أساليب مكافحة تلك النوعية من الجرائم، وذلك بالتطبيق على عينة من طلاب جامعة العريش من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي. وقد انطلقت الدراسة من ثلاثة مداخل نظرية: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية مجتمع المخاطر العالمي لدى أورليش بيك، ونظرية جينز العولمة والمخاطر، وقد استخدمت الدراسة الراهنة منهج المسح الاجتماعي بالعينة بهدف وصف وتحليل الظاهرة محل الدراسة، وتم تطبيق الاستبيان على عينة من طلاب جامعة العريش، وقد أسفرت نتائج الدراسة عن وجود العديد من المخاطر لجرائم نشر الشائعات على الأمن القومي المصري على المستوى (السياسي والفكري والاجتماعي والاقتصادي والعسكري).
- سعد الصويلح ٢٠٢٣: دور أنظمة الذكاء الاصطناعي في مكافحة الشائعات الإلكترونية (٧) جاءت أهمية البحث في التعرف على مصادر الحروب النفسية والشائعات عبر بيئة الإنترنت والفضاء الإلكتروني وآليات عملها في نشر الأخبار السيئة والإضرار بالمجتمعات ومخاطر الكتاب الإلكتروني، وتم الاستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي لعلاج مشكلة الشائعات الإلكترونية، وتوصلت النتائج إلى أن الشائعات والأكاذيب تمثل إحدى أدوات حروب الجيل الخامس عبر منصات التواصل الاجتماعي، وأصبحت في منزلة معلوماتية قوية ومؤثرة، وأصبحت وسيلة الاتصال المؤثرة في الأحداث اليومية، ولديها مخاطر على الأمن القومي، وجاءت أهم التوصيات باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير مكافحة نشر الشائعات ومواجهة البوستات والمنشورات السيئة باستخدام (التعلم الآلي، والشبكات العصبية، والخوارزميات، وتحليل المعلومات)، وكذا تطوير استراتيجيات أجهزة الإعلام الأمني بالجهاز الأمني ودعم استراتيجيات الوعي ضد المخاطر داخل المجتمعات.

^٦ سماح عبداللطيف. (٢٠٢٣). أثر جرائم نشر الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن القومي المصري: دراسة ميدانية لعينة من طلاب جامعة العريش. المجلة العلمية لكلية الآداب، ٨٨ع، ١٠٣٥، 1162.

^٧ سعد الصويلح (٢٠٢٣). دور أنظمة الذكاء الاصطناعي في مكافحة الشائعات الإلكترونية. المجلة العربية للدراسات الأمنية، مج ٣٩، ع ١٤، 97٨٠ -

- دعاء سالم ٢٠٢٢: ^(٨) تعرض الجمهور المصري للشائعات أثناء الأزمات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على مستوى الأمن النفسي لديهم: دراسة ميدانية في إطار نظريتي الاعتماد وتأثير الشخص الثالث؛ هدف البحث إلى التعرف على العلاقة بين تعرض الجمهور المصري للشائعات أثناء الأزمات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثير ذلك على مستوى الأمن النفسي لديهم، وذلك من خلال الكشف عن حجم تعرض الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى معرفة الجمهور المصري بالشائعات ومدى تعرضه لها أثناء الأزمات الصحية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة، واستخدمت في ذلك استمارة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٦٧٣) مفردة من الجمهور المصري، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية سالبة ودالة إحصائياً بين مستويات تعرض المبحوثين للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي حول الأزمات الصحية ومستوى الأمن النفسي لدى المبحوثين، أى أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي حول الأزمات الصحية تنخفض بالتالي درجة الأمن النفسي الناتجة عن هذا التعرض.

- ولاء مزيد ٢٠٢٢: تناول الصفحة الرسمية الحكومية لمجلس الوزراء المصري على الفيسبوك للشائعات الإلكترونية خلال الفترة من مارس إلى أغسطس ٢٠٢٠: دراسة تحليلية ^(٩)

- نهى عامر ٢٠٢١: ^(١٠) دور شبكات التواصل الاجتماعي في كشف الشائعات: الفيس بوك نموذجاً: تصميم نموذج التحكم الأمثل للحد من انتشار الشائعات بشبكات التواصل الاجتماعي ، هدفت الدراسة إلى رصد

^٨ دعاء سالم. (٢٠٢٢). تعرض الجمهور المصري للشائعات أثناء الأزمات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على مستوى الأمن النفسي لديهم: دراسة ميدانية في إطار نظريتي الاعتماد وتأثير الشخص الثالث. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع٢٣، ٦٠٩، 694 -

^٩ لاء محمد مزيد. (٢٠٢٢). تناول الصفحة الرسمية الحكومية لمجلس الوزراء المصري على الفيسبوك للشائعات الإلكترونية خلال الفترة من مارس إلى أغسطس ٢٠٢٠: دراسة تحليلية. مجلة سوهاج لشباب الباحثين، مج٢، ع٤٤، ١٧ -

^{١٠} نهى عامر (٢٠٢١). دور شبكات التواصل الاجتماعي في كشف الشائعات: الفيس بوك نموذجاً: تصميم نموذج التحكم الأمثل للحد من انتشار الشائعات بشبكات التواصل الاجتماعي. مجلة البحوث الإعلامية، ع٥٩، ج٢، ٨٤٣ - 894 -

آليات مكافحة الشائعات من قبل الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرية على شبكة التواصل الاجتماعي (الفايس بوك) نموذجا، وكذلك تصميم نموذج مقترح معتمدا على نموذج التحكم الأمثل لمواجهة الشائعات، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف لرصد الأنماط المختلفة للشائعات الإلكترونية التي تواجه الدولة، ويتصدى لها المركز الإعلامي لمجلس الوزراء المصري، اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح التحليلي؛ حيث تهدف لوصف وتفسير الشائعات، وتمثل مجتمع الدراسة في جميع المنشورات التي تنشرها الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook ، والتي تضمنت ٦٨ شائعة خلال الفترة الزمنية من ٢٠٢١/١/١ إلى ٢٠٢١/٥/٣١، حيث يتم وضع الشائعة وحقيقتها في نفس المنشور، وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: ركزت الاستراتيجيات التي تم استخدامها من قبل الحكومة المصرية لمكافحة الشائعات على نوعين من الاستراتيجيات، هما مواجهة الشائعات بنشر المعلومات، واستراتيجية نشر عكس الشائعة، من المؤكد قد تم استخدام استراتيجية التجاهل في مواجهة بعض الشائعات، لكنها استراتيجية لم تسمح لنا برصدها، ولم يتم استخدام استراتيجيات أخرى مثل الكشف عن مصدر الشائعة، وقتل الشائعة بشائعة أكبر منها... وغيرها.

- فتحي بشارة ٢٠٢٠ : الشائعات وأثرها في تشكيل الرأي العام^(١). هدفت هذه الورقة البحثية إلى بيان أثر وخطورة الشائعات في تشكيل اتجاهات الرأي العام في عالم اليوم وبيان كيفية مواجهتها والتصدي لها من منظور إسلامي، خاصة مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي التي أدت إلى اتساع دائرة انتشار الشائعات، وبالتالي ازدياد تأثيرها في المجتمع. لذلك جاءت هذه الدراسة للوقوف على خطورة تأثير الشائعات على المجتمع، وذلك عبر العديد من المحاور، واستخدم الباحث (المنهج الوصفي) في وصف الظاهرة وتحليل أسبابها وذلك بالحديث عن مفهوم الشائعة وتعريفاتها وأسبابها ودوافعها وأهدافها ومصادرها وأنواع الشائعات ومزحل انتقالها وعوامل انتشارها وأثرها على الفرد والمجتمع وكيفية الوقاية منها، كذلك الحديث عن الرأي العام وأنواعه وأساليب مقاومة ومواجهة الشائعات. وقد حاول الباحث تقديم رؤية تأصيلية تبين كيفية الاستفادة من المنهج الإسلامي المستند إلى الكتاب والسنة والقيم الدينية في معالجة الشائعات وحفظ الأمن والتوازن داخل المجتمع وذلك من

^{١١} فتحي حامد بشارة. (٢٠٢٠). الشائعات وأثرها في تشكيل الرأي العام. مجلة جامعة البطانة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ١٦٤، ٩٦.٦٢ -

خلال الإشارة إلى العديد من الآيات والأحاديث التي تدعو إلى التثبت والتحري والدقة والصدق عند نقل الأخبار. وأشارت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها. أن الشائعات تحدث أثار كبيرا في المجتمع منها إضعاف الروح المعنوية لأفراد المجتمع، وتضليل الرأي العام وذلك بالتشكيك في بعض القضايا والموضوعات، وإشاعة جو من عدم الثقة في كل ما يتصل بحياة الناس اليومية. وفي الختام أشار الباحث إلى عدد من التوصيات التي يمكن أن تسهم في التصدي للشائعات والحد من انتشارها أهمها. الاستفادة من القيم الدينية والمنهج الإسلامي واستخدام الأساليب العلمية والعملية في التصدي للشائعات، وضرورة الاستفادة من المنبر (المسجد) كوسيلة إعلامية فاعلة بجانب وسائل الإعلام الأخرى.

المشكلة البحثية وأهميتها: تتمثل المشكلة البحثية في انتشار الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي على منصات التواصل الاجتماعي، خاصة صفحة "ده بجد" وذلك للرد عليها ، وتأثير هذه الشائعات على الرأي العام وثقة المواطنين في المؤسسات الحكومية، وفي ظل تزايد استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبح من السهل نشر وتداول المعلومات المضللة بسرعة، مما يؤدي إلى إرباك المجتمع وتقويض الثقة في الحكومة وأدائها حيث تُعد الشائعات مصدراً رئيسياً لزعزعة الاستقرار الاجتماعي والسياسي، وتشكيل انطباعات غير دقيقة عن الجهات الحكومية، وهو ما يتطلب دراسة فعالة لفهم أساليب نشر هذه الشائعات وطرق التحقق منها.

أهمية الدراسة

- تحليل دور منصات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات وكذلك معرفة دورها في طرق مواجهتها
- تُسهم الدراسة في اقتراح أساليب فعّالة للتحقق من المعلومات والشائعات المنتشرة، مما يساعد في زيادة فاعلية مصداقية الأخبار ويقلل من تأثير المعلومات الخاطئة على المجتمع.
- تعمل الدراسة على زيادة فاعلية الوعي الإعلامي لدى المواطنين حول كيفية التعرف على الشائعات والتعامل معها بشكل سليم، وبالتالي تقليل تأثيرها على السلوكيات العامة.
- تُعد هذه الدراسة ضرورية لفهم الآليات المتبعة في نشر الشائعات والتصدي لها، وزيادة القدرة على بناء مجتمع يتمتع بمصداقية عالية في مصادر المعلومات المتاحة له.

أهداف الدراسة:

١. التعرف على أساليب نشر الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي على صفحات ومواقع التواصل الاجتماعي.
 ٢. رصد أهم الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي والوزارات.
 ٣. الكشف عن أهم الأساليب المتبعة في الرد على الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي على مواقع التواصل الاجتماعي "صفحة ده بجد نموذجًا".
 ٤. معرفة الأهداف المنشودة من وراء نشر الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي
- ### تساؤلات الدراسة:

١. ما أنواع الشائعات المنتشرة على الصفحة والمتعلقة بالأداء الحكومي وطرق التحقق منها؟
٢. ما الأساليب المستخدمة في نشر الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي عبر منصات التواصل الاجتماعي، وخاصة على صفحة "ده بجد"؟
٣. ما الوزارات التي تناولتها محتوى الشائعات؟
٤. ما هي تأثيرات الشائعات على ثقة المواطنين في مصداقية الحكومة وكفاءتها في إدارة شؤون الدولة؟
٥. ما الأساليب والآليات الفعالة التي تتبعها الصفحة للتحقق من صحة المعلومات والشائعات المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي؟
٦. ما الأهداف المنشودة من وراء نشر الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي

نوع الدراسة ومنهجها:

نوع الدراسة دراسة وصفية منهجها هو المسح التحليلي؛ وهو المنهج الملائم لها، والذي من خلاله يتم جمع المعلومات عن الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي عن الأداء الحكومي وذلك من خلال دراسة الظاهرة كما هي على أرض الواقع من أجل توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع البحث، ويساهم ذلك في تفسيرها والوقوف على دلالتها، حيث قام الباحث بتصميم استمارة تحليل مضمون بهدف تحليل مضمون الشائعات التي يتم تناولها على صفحة ده بجد على موقع الفيس بوك أساليب نشر الشائعات والأساليب المختلفة المتبعة في الرد عليها.

مجتمع وعينة الدراسة:

- **مجتمع الدراسة:** مجتمع الدراسة التحليلية: الشائعات المنشورة والمتداولة على موقع الفيسبوك من خلال تحليل صفحة "ده بجد" وهي صفحة موثقة وتم التأكد من صحتها على موقع الفيسبوك تهدف إلى رصد الشائعات الأكثر تداولاً على الفيسبوك وتكشف مدى صدقها من زيفها مدعمة ذلك بالأدلة والبراهين

عينة الدراسة: عينة الدراسة التحليلية: تحليل صفحة ده بجد من خلال الحصر الشامل لمضمون الشائعات بالصفحة خلال العام ٢٠٢٣م ، وهي صفحة على

موثقه على موقع الفيسبوك تقوم برصد أبرز وأهم الشائعات المنتشرة على موقع الفيسبوك ويقوم بتصحيحها وإرفاقها بالإثباتات والمصادر التي تثبت عدم صحتها أدوات الدراسة: إستمارة تحليل مضمون.

إجراءات الصدق والثبات:

- صدق الأداة: لضمان صدق أداة الدراسة (تحليل المضمون) قام الباحث بعرضهما علي مجموعة من المحكمين^(١٢) ذوي الخبرة في مجال الإعلام والمرتبطة بأبحاثهم بمواقع التواصل الاجتماعي علي وجه الخصوص، وذلك بهدف الإطمئنان من صلاحيتها لقياس ما وضعت من أجله والأخذ بملاحظات المحكمين حولها.

أساليب المعالجة الإحصائية: قام الباحث بإستخدام الجداول التكرارية والتحليل الكمي والكيفي الإطار المعرفي: .

الشائعات: يستخدم علماء الاجتماع مصطلح الشائعات للإشارة إلى حسابات تنشر أخبارا على شبكات التواصل الاجتماعي لم يتم التحقق منها أو إلى الأحداث المتداولة من شخص لآخر والمتعلقة بموضوع ما أو بحدث، أو بقضية عامة^(١٣). فالإشاعة ظاهرة اجتماعية نشأت في المجتمعات البشرية على مر الدهور ويمكن أن تكون ضارة. حيث يشير الشاعر اللاتيني فيرجيل Virgil في الكتاب الرابع من الإنييد إلى أن "الشائعة، خطاف للشرور" وهو ما يجعلها تنتشر كانتشار النار في الهشيم فالسرعة تزيدها قوة، فكلما انتشرت كلما قويت^(١٤) وقد تضاعفت منذ أن كتب فيرجيل كتابه تقنيات تساعد على انتشار الشائعات. وعلى وجه التحديد الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت والتي وفرت منصة للتبادل السريع للمعلومات وبالتالي، و نشر سريع للدعوات الغير مثبتة والتي قد تكون ضارة.

^{١٢} تم عرض أدوات الدراسة على السادة الآتي أسماؤهم:

- أ.د جمال عبدالحى النجار ، استاذ بكلية الاعلام جامعة الازهر.
- أ.د ايمان محمد أحمد ، استاذ الاعلام بكلية التربية النوعية المنيا
- أ.د عبدالباسط أحمد هاشم، أستاذ بكلية الاداب قسم الإعلام ووكيل كلية الاداب بسوهاج.
- د سحر محمد وهبي: أستاذ مساعد بقسم الاعلام بسوهاج
- د هاني السمان، مدرس بقسم الإعلام بسوهاج.
- د. السيد الحسين السيد، مدرس بقسم الإعلام بسوهاج

(13) W. A. Peterson and N. Gist. Rumor and public opinion. Am. J. Sociol, 57(2):159–167, 1951.

(14) Virgil. Eclogues, Georgics, Aeneid 1-6. Harvard University Press, 1916. Trans-lated by H. R. Fairclough.

ووفقاً لـ بيترسون^(١٥)، تعتبر الشائعات حالات خاصة من الرأي العام لأن الشائعات تؤثر على الردود الجماعية أكثر من استطلاع الرأي الذي يظهر "التوقعات، والمخاوف، والقلق والأعمال العدائية والتطلعات" حيث يتبادل المواطنون كمّاً ضخماً من المعلومات عندما تتعرض البلاد لحدث جلل مثل: الإرهاب والفضائح السياسية والكوارث، في محاولة منهم للحد من الشكوك وفهم الوضع. غير أن جزءاً كبيراً من هذه المعلومات يكون في كثير من الأحيان غير موثوق به وبالكاد تم التأكد منه. و تعرف مثل هذه المعلومات الغير مؤكدة بأنها "الشائعات"^(١٧،١٦). فالشائعات تزدهر بشكل خاص في المواقف المتقلبة والغير مؤكدة مثل الكوارث أو أعمال الشغب أو الحرب^(١٩) ^(٢٨).

ومع تزايد استخدام استخدام الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت منذ العقد الماضي بشكل كبير وكذلك خدمات المدونات الصغيرة^(٢٠) وما إلى ذلك، ساهمت تلك الشبكات بشكل متزايد فضلاً عن مساعدة الأفراد على البقاء على اتصال، على نشر المعلومات حول الأحداث الجارية^(٢١). وكنتيجة لانتشار الهواتف الذكية، فقد بات من السهل للأفراد تصوير الأحداث بسهولة ساعة وقوعها و مشاركتها مع الآخرين

(15) Peterson, W. A., & Gist, N. P. (1951). Rumor and public opinion. American Journal of Sociology, 57(2), 159–167.

(16) Allport, G. W., & Postman, L. (1947). An analysis of rumor. The Public Opinion Quarterly, 10(4), 501–517.

(17) DiFonzo, N., & Bordia, P. (2007). Rumor, gossip, and urban legends. Diogenes, 54, 19–35.

(18) Allport, G. W., & Postman, L. (1947). An analysis of rumor. The Public Opinion Quarterly, 10(4), 501–517.

(19) Lee, J., Agrawal, M., & Rao, H. R. (2015). Message diffusion through social network service: The case of rumor and non-rumor related tweets during Boston bombing 2013. Information Systems Frontiers. Online before print. doi:10.1007/s10796-015-9568-z

(20) A. Java, X. Song, T. Finin, and B. Tseng, "Why we twitter: understanding microblogging usage and communities," in Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNAKDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis. ACM, 2007, pp. 56–65.

(21) J. Leskovec, L. Backstrom, and J. Kleinberg, "Memetracking and the dynamics of the news cycle," in Proceedings of the 15th ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining. ACM, 2009, pp. 497–506.

عبر الشبكات الاجتماعية على الفور. وقد لعبت وسائل الإعلام الاجتماعية دوراً رئيسياً في مشاركة المعلومات على الفور في أعقاب ما يلي: حادث فوكوشيما النووي^(٢٢) و إعصار ساندي^(٢٣) و تفجيرات ماراثون بوسطن^(٢٤). فيمكن أن تكون المدونات الصغيرة، وخدمات الرسائل القصيرة في الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت مفيدة للغاية في المساعدة على النشر في الوقت الحاسم ونشر معلومات تساعد على إمكانية النجاة من الموت في الطوارئ البشرية الكبيرة. ومع ذلك، فيمكن أن تساعد أيضاً تلك الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت في انتشار الشائعات، كما يمكن حتى أن تسهل انتشار سيل من المعلومات الخطيرة والخاطئة^(٢٥).

فمنذ عملت تلك الخدمات بطريقة لامركزية، أي مع غياب سلطة مركزية تضمن صحة المعلومات، أصبح من الممكن للأفراد المستهترين أن يشرعوا وينشروا عن طريق الخطأ الشائعات. علاوة على ذلك، يمكن استغلال العملاء الخبثاء طابع التوزيع لوسائل الإعلام الاجتماعية لنشر معلومات خطيرة وخاطئة. وهو الأمر الذي بات مصدر قلق متزايد للسلطات الإدارية^(٢٦).

(22) S. M. Friedman, "Three mile island, chernobyl, and fukushima: An analysis of traditional and new media coverage of nuclear accidents and radiation," Bulletin of the Atomic Scientists, vol. 67, no. 5, pp. 55–65, 2011.

(23) A. Gupta, H. Lamba, P. Kumaraguru, and A. Joshi, "Faking sandy: characterizing and identifying fake images on twitter during hurricane sandy," in Proceedings of the 22nd international conference on World Wide Web companion, 2013, pp. 729–736. [Online]. Available: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2487788.2488033>

(24) C. A. Cassa, R. Chunara, K. Mandl, and J. S. Brownstein, "Twitter as a sentinel in emergency situations: lessons from the boston marathon explosions," PLoS currents, vol. 5, 2013.

(25) A. Gupta, H. Lamba, P. Kumaraguru, and A. Joshi, "Faking sandy: characterizing and identifying fake images on twitter during hurricane sandy," in Proceedings of the 22nd international conference on World Wide Web companion, 2013, pp. 729–736. [Online]. Available: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2487788.2488033>

(26) Reuters, "China threatens tough punishment for online rumor spreading." <http://www.reuters.com/article/2013/09/09/us-china-internet-idUSBRE9880CQ20130909>, Sep. 9, 2013.

ويدعو مثل هذا الانتشار الهائل للشائعات إلى الاهتمام بدراسة تلك الظاهرة، وخاصة مع تنامي انتشار الشبكات الاجتماعية حيث تُبث المعلومات و تصبح أكثر انتشاراً، في حين لا تزال آليات التحكم في تلك المعلومات ضعيفة. وقد كشفت بعض الدراسات في الآونة الأخيرة عن كيفية التعرف والكشف عن المروج الأصلي للشائعات في وسائل الإعلام الاجتماعية خلال أزمة ما على سبيل المثال^(٢٧).

قد شهدت الحرب العالمية الثانية المزيد من الاهتمام في علم النفس بدراسة ظاهرة الشائعات والاهتمام الشعبي والإعلامي بالشائعات والقييل والقال والسيطرة عليها^(٢٩).

حيث تعتبر الشائعات قصصاً لم يتم التحقق منها أو بياناتها والمعلومات المتبادلة بين الناس، وقد تكون الشائعات إيجابية أو سلبية ويمكن أن تثبت في النهاية أنها حقيقة أو كاذبة، ولكن السمة المميزة لها هي أنها تعمم دون تأكيد، وتنشأ الشائعات حول مواضيع ذات أهمية عامة تغذي مشاعر الشك والقلق^(٣٠). فالشائعات هي المعلومات الموجودة في المجتمع وليس لها أساس من الصحة، ويمكن انتشارها وتكون سائدة

(27) Castillo, C., Mendoza, M., & Poblete, B. (2012). Predicting information credibility in time-sensitive social media. *Internet Research*, 23(5), 560–588.

(28) Oh, O., Agrawal, M., & Rao, H. R. (2013). Community intelligence and social media services: A rumor theoretic analysis of tweets during social crises. *Management Information Systems Quarterly*, 37(2), 407–426.

(29) Ralph L. Rosnow and Eric K. Foster." Rumor and Gossip Research", Volume 19: No. 4. April 2005, APA Online Psychological Science Agenda Homepage, American Psychological Association <http://www.apa.org/science/about/psa/2005/04/gossip.aspx>,06/04/2017 10:33

(30) Brian E. Weeks and R. Kelly Garrett." Electoral Consequences of Political Rumors: Motivated Reasoning, Candidate Rumors, and Vote Choice during the 2008 U.S. Presidential Election". *International Journal of Public Opinion Research*, Advance Access published March 5, 2014,P2. <https://academic.oup.com/ijpor/article-abstract/26/4/401/734948/Electoral-Consequences-of-Political-Rumors>

خاصة في الدول الاستبدادية مع القيود المفروضة على وسائل الإعلام المستقلة فيها^(٣١).

بالإضافة إلى ارتباط الشائعات الوثيق بالتقدم الحادث في ظل ثورة الاتصال والمعلوماتية بحيث لا يمكن النظر في هذا المفهوم بمعزل عن التطور في تكنولوجيا وسائل الاتصال، وتأثيراتها في ظهور وانتشار الشائعات، ومن هنا تعددت محاولات تعريف الشائعات وتنوعت مفاهيم دراستها وزوايا النظر إلى نشأتها وآليات عملها وتطورها وسبل مواجهتها^(٣٢).

مفهوم الحكومة والأداء الحكومي: تعتبر الحكومة هي الإدارة أو التنظيم السياسي للدولة، فهي السلطة القائمة أو المنفذة لعملية الحكم والتي تقوم بدور الوسيط بين الحكام والمحكومين لتحقيق الحرية وتنفيذ القانون في نفس الوقت، كما تمثل الحكومة السلطة السياسية والتي تعتبر العنصر الأساسي لقيام الدولة وما يشملها من تنظيمات ومؤسسات وأنظمة سياسية وإدارية^(٣٣).

ماذا يعني أداء الحكومة؟ "الأداء" هو ذلك التعبير الذي يشمل العديد من المفاهيم المختلفة، ويعني العائد أو نتائج الأنشطة التي نفذت فيما يتعلق بقضايا أو أحداث يجري متابعتها وهدفه تعزيز كفاءة الحكومات في معالجة هذه القضايا^(٣٤).

ويعرف بأنه: المخرجات والنواتج التي تسعى الحكومة إلى تحقيقها لإشباع احتياجات المواطنين من الناحية الخدمية والإنتاجية في ضوء الأهداف العامة للدولة^(٣٥).

(31) Haifeng Huang . "A War of (Mis)Information: The Political Effects of Rumors and Rumor Rebuttals in an Authoritarian Country ". British Journal of Political Science. Forthcoming", (February 25,2015),P.1.faculty.ucmerced.edu/sites/default/files/.../rumors_and_rebuttals..pdf

(32) محمد منير حجاب "الشائعات وطرق مواجهتها" (القاهرة: دار الفجر للتوزيع، ٢٠٠٧) ص٧.
(33) سارة نصر محمد (٢٠١٠)، "معالجة القضايا المصرية في البرامج السياسية بالقوات العربية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو الحكومة "رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص٩٦.

(34) Cumistine, T, (2005) "Government Performance" OECD Journal on Budgeting, Vol5. No1. p127.

(35) أماني عبد الهادي الجوهري (٢٠٠٤)، "الأداء الحكومي الاغتراب السياسي في مصر" "دراسة ميدانية" رسالة ماجستير غير منشورة قسم العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، ص٥.

كما يعرف أيضاً بأنه الإنجاز الذي تحقق من البرنامج السياسي عبر مدى زمني معين، ويعتمد نجاح الحكومة وفاعلية أدائها وكفاءتها على عنصرين أساسيين: الإلتزام بالبرنامج السياسي؛ كفاءة الجهاز الأدائي للحكومة وقدرته وجدارته ونزاهته (أي الوزراء، من الوزير إلى أدنى وظيفة).
الإطار التطبيقي:

جدول (1) يوضح تكرار الوزارات التي طالتها الشائعات عام ٢٠٢٣

الوزارة	التكرار	النسبة
الوزارات الاقتصادية	٩٥	٣١.١٤%
وزارة التموين	٦٤	٢٠.٩٨%
وزارة التعليم	٥٨	١٩.٠١%
وزارات الصحة	٣٣	١٠.٨١%
وزراتي الزراعة والحماية الاجتماعية	١٥	٤.٩١%
الطاقة والوقود	١٢	٣.٩٣%
الوزارات الخدمية السياحة والآثار والسكان	١٣	٤.٢٦%
وزارات الإصلاح الإداري	١١	٣.٦٠%
قطاعات الوزارات الدينية	٤	١.٣١%
المجموع	٣٠٥	١٠٠%

من نتائج الجدول السابق يتضح أن الوزارات التي طالتها الشائعات خلال عام ٢٠٢٣ حيث جاءت النسبة الأكبر من الشائعات متعلقة بالاقتصاد بمعدل ٣١.١٤% والتموين ٢٠.٩٨% والتعليم ١٩.٠١%، والصحة ١٠.٨١% وكل من الزراعة والحماية الاجتماعية ٤.٩١%، والطاقة والوقود ٣.٩٣%، وكل من الوزارات الخدمية السياحة والآثار، والإسكان ٤.٢٦% والإصلاح الإداري ٣.٦٠% فيما جاءت نسبة الشائعات المتعلقة بقطاعات وزارات دينية ١.٣١%، هذه النتيجة التي تم التوصل إليها تشير إلى توزيع الشائعات التي طالت مختلف الوزارات خلال عام ٢٠٢٣، مع تحديد النسب المرتبطة بكل وزارة أو قطاع حكومي. هذا يسلط الضوء على المجالات الأكثر عرضة لتداول الشائعات، كما يلي:

١. الاقتصاد (٣١.١٤%): تعتبر الشائعات المتعلقة بالاقتصاد هي الأكثر انتشاراً، وهذا منطقي نظراً لأن الأوضاع الاقتصادية تؤثر بشكل مباشر على حياة الناس، مما يجعلها مجالاً خصباً لترويج الشائعات، خاصة في فترات الأزمات الاقتصادية أو المالية.

٢. التموين (٢٠.٩٨٪): الشائعات المتعلقة بقطاع التموين تعكس الاهتمام الكبير بالمستوى المعيشي للمواطنين، خاصة فيما يتعلق بالأسعار والسلع الأساسية، مثل الوقود أو المواد الغذائية.
٣. التعليم (١٩.١٪): الشائعات في مجال التعليم قد تتعلق بجودة التعليم، أو تغييرات في المناهج، أو مشكلات تتعلق بالمرافق التعليمية.
٤. الصحة (١٠.٨١٪): هذا يشير إلى الأهمية العالية للقطاع الصحي في حياة الناس، خاصة مع القضايا المتعلقة بالأدوية، التطعيمات، الأمراض المنتشرة، وأي تحديثات أو تغييرات قد تؤثر على صحة المجتمع.
٥. الزراعة والحماية الاجتماعية (٤.٩١٪): هذه الوزارات قد تتعرض للشائعات فيما يتعلق بالمساعدات الاجتماعية أو الزراعة بسبب الأزمات الاقتصادية أو الكوارث الطبيعية.
٦. الطاقة والوقود (٣.٩٣٪): الشائعات في هذا المجال غالبًا ما ترتبط بأسعار الوقود أو السياسات المتعلقة بالإمدادات.
٧. الوزارات الخدمية (السياحة، الآثار، الإسكان) (٤.٢٦٪): وزارات أخرى مثل السياحة والإسكان قد تكون هدفًا للشائعات بسبب التغييرات في السياسات أو القرارات التي تؤثر على هذه القطاعات بشكل مباشر.
٨. الإصلاح الإداري (٣.٦٠٪): الإصلاحات الإدارية قد تُسبب ترويج شائعات عن تأثيراتها المحتملة على الموظفين أو الهيئات الحكومية.
٩. الوزارات الدينية (١.٣١٪): نسبة الشائعات الأقل تتعلق بالوزارات الدينية، ربما لأن القضايا المتعلقة بالدين أقل تغيرًا في السياسات مقارنة بالقطاعات الأخرى.

من خلال ما سبق يتضح بأن الشائعات تتوزع حسب اهتمامات الناس اليومية والمباشرة وذلك في القطاعات التي تمس حياة المواطن بشكل يومي أو تؤثر على معيشته (مثل الاقتصاد، التموين، والصحة) هي الأكثر تعرضًا للشائعات؛ في المقابل، الوزارات التي تتعلق بالعمل الحكومي على مستوى عميق أو ديني (مثل الوزارات الدينية والإصلاح الإداري) أقل عرضة لتداول الشائعات بشكل كبير، على الرغم من أن ذلك لا يعني خلوها من التحديات، وقد يرجع هذا التوزيع إلى طريقة تعامل وسائل الإعلام أو منصات التواصل الاجتماعي مع هذه الوزارات، ومدى حساسية أو أهمية المواضيع التي تتعامل معها بالنسبة للرأي العام.

جدول (2) يوضح تكرار الشائعات على مدار أشهر عام ٢٠٢٣

الشهر	التكرار	النسبة
يناير	٢٣	٧.٥٤%
فبراير	١٨	٥.٩٠%
مارس	٣٤	١١.١٤%
ابريل	٢٣	٧.٥٤%
مايو	٢١	٦.٨٨%
يونيه	٢١	٦.٨٨%
يوليو	٢٠	٦.٥٥%
أغسطس	٢٥	٨.١٩%
سبتمبر	٣٠	٩.٨٣%
أكتوبر	٢٨	٩.١٨%
نوفمبر	٣٠	٩.٨٣%
ديسمبر	٣٢	١٠.٣٢%
المجموع	٣٠٥	١٠٠%

من بيانات الجدول السابق يتضح معدل انتشار الشائعات خلال أشهر عام ٢٠٢٣، حيث بلغت في امارس ١١.٤٤% و ١٠.٣٢% في ديسمبر، ٩.٨٣% في نوفمبر، ٩.١٨% في أكتوبر، و ٩.٨٣% في سبتمبر، ٨.١٩% في أغسطس، و ٦.٥٥% في يوليو، و ٦.٨٨% في شهري يونيو ومايو، و ٧.٥٤% في يناير وابريل و ٧.٥٤% و ٥.٩٠% في فبراير.

تشير هذه إلى معدل انتشار الشائعات عبر الأشهر في عام ٢٠٢٣؛ هذه البيانات تعكس كيفية تغير وتيرة الشائعات مع مرور الوقت خلال السنة ويمكن استنتاج الاتي:

١. الشهور التي شهدت أعلى معدل للشائعات: مارس (١١.٤٤%) كان الشهر الأكثر انتشارًا للشائعات. يمكن أن يكون هذا الشهر مرتبطًا بالأحداث أو التغييرات الهامة التي جرت في ذلك الوقت، سواء كانت سياسية أو اقتصادية، مما دفع الناس لتداول الشائعات بشكل أكبر، ديسمبر (١٠.٣٢%) شهد أيضًا معدل مرتفع من الشائعات، ربما بسبب نهاية السنة وبداية التحضير للسنة الجديدة، أو بسبب تطورات مرتبطة بمشاريع أو قرارات حكومية.

٢. الشهور ذات المعدل المرتفع النسبي: نوفمبر (٩.٨٣%)، سبتمبر (٩.٨٣%)، أكتوبر (٩.١٨%) كانت أيضًا شهورًا شهدت تداولًا متزايدًا

- للشائعات. هذه الشهور قد تكون مرتبطة بتغيرات اقتصادية أو سياسية، أو تطورات أخرى أثرت على الرأي العام.
٣. الشهور التي شهدت انخفاضاً في تداول الشائعات: فبراير (٥.٩٠%) كان الشهر الذي شهد أقل معدل من الشائعات، هذا قد يرجع إلى انخفاض في الأحداث الهامة أو التطورات التي قد تكون مصدراً لهذه الشائعات، يونيو (٦.٨٨%) ومايو (٦.٨٨%) شهدت أيضاً انخفاضاً نسبياً في تداول الشائعات مقارنة بالشهور الأخرى.
٤. توزيع الشائعات خلال السنة: أشهر الربيع والصيف (من مارس إلى يونيو) شهدت تذبذباً في الشائعات، حيث كانت نسبتها تتراوح بين ٦.٥٥% و ١١.٤٤%. هذا يعكس تأثير فترات التغيير والتحديات الاقتصادية والاجتماعية التي يمر بها الناس في تلك الفترات، أشهر الخريف والشتاء (من سبتمبر إلى ديسمبر) شهدت ارتفاعاً في الشائعات. يمكن أن يكون ذلك بسبب تأثيرات التغيرات الاقتصادية والاجتماعية المرتبطة بنهاية العام، والتوقعات أو القرارات السياسية والاقتصادية التي قد تؤثر على الرأي العام.

هذه النتيجة تشير إلى أن الشائعات تزداد بشكل ملحوظ في بعض الشهور التي قد تشهد أحداثاً مهمة، أو تأثيرات سياسية، اقتصادية، أو اجتماعية. أيضاً، منها الشهور التي تسبق نهاية العام تميل إلى زيادة في تداول الشائعات بسبب الفلق حول ما سيحدث في المستقبل، الانخفاض في الشائعات خلال الشهور الصيفية قد يعود إلى العطلات الصيفية أو الاستقرار النسبي في بعض المواضيع التي تهم الجمهور.

جدول (٣) يوضح الأسلوب المستخدم في نشر الشائعات عام ٢٠٢٣

الاسلوب المستخدم في الشائعات	التكرار	النسبة
تشويق	١٠٩	٣٥.٧٣%
استمالات دينية	١٥	٤.٩١%
استعطاف	٥٠	١٦.٣٩%
تخويف	٨٠	٢٦.٢٢%
استفزاز	٣٠	٩.٨٣%
سخرية	٢١	٦.٨٨%
المجموع	٣٠٥	١٠٠%

استخدام التشويق بالعناوين الرنانة ٣٥.٧٣% والاستمالات الدينية وشعاراتها بنسبة ٤.٩١% والاستعطاف بنسبة ١٦.٣٩% والتخويف بنسبة ٢٦.٢٢% والاستفزاز بنسبة ٩.٨٣% والسخرية بنسبة ٦.٨٨%

هذه النتيجة تشير إلى الأساليب المستخدمة في نشر الشائعات، حيث تم تحليل أنماط العناوين وأساليب التأثير التي تم استخدامها في نشر الشائعات، وفيما يلي تفسير لكل أسلوب:

١. التشويق بالعناوين الرنانة: (35.73%) هذا الأسلوب هو الأكثر استخدامًا في نشر الشائعات، ويعتمد على استخدام عناوين مثيرة للانتباه لشد القارئ أو المتابع لجذب اهتمامه ودفعه لقراءة الخبر أو التفاعل معه. العناوين الرنانة غالبًا ما تحتوي على كلمات قوية أو مبالغ فيها تثير الفضول أو الاستغراب. يشير هذا إلى أن الشائعات يتم نشرها بشكل متعمد لجذب الانتباه وجعل الخبر يتداول بسرعة.
٢. الاستمالات الدينية وشعاراتها: (4.91%) الشائعات التي تستخدم الاستمالات الدينية تتضمن التلاعب بالقيم والمفاهيم الدينية لجذب الدعم أو التأثير على الرأي العام. هذا الأسلوب قد يتمثل في استخدام آيات قرآنية أو أحاديث شريفة أو رموز دينية لتأكيد صحة أو مصداقية الشائعة، رغم أن هذه النسبة أقل مقارنة بالأساليب الأخرى، إلا أن هذه الشائعات قد تجد قبولًا لدى فئة معينة من الجمهور.
٣. الاستعطاف: (16.39%) هذا الأسلوب يعتمد على إثارة العواطف وخلق حالة من الشفقة أو التعاطف مع شخص أو فئة معينة، يمكن أن يتضمن ذلك تصوير حالة مؤلمة أو مؤثرة بهدف استجداء العطف والمساعدة. تُستخدم هذه الطريقة لإثارة مشاعر الرغبة في المساعدة أو التأثير على المواقف الإنسانية، مما يجعل الشائعة تنتشر بسرعة بين الناس.
٤. التخويف: (26.22%) التخويف هو أسلوب يستخدم لخلق حالة من القلق أو الفرع لدى الجمهور، مما يدفعهم إلى تصديق الشائعة ومشاركتها. قد يتمثل ذلك في التحذيرات من أشياء خطيرة أو مفزعة، مثل الأزمات الاقتصادية أو السياسية، أو أحداث غير مؤكدة قد تضر المجتمع، يعتمد هذا الأسلوب على زيادة الإحساس بالخوف وعدم الأمان.
٥. الاستفزاز: (9.83%) الاستفزاز يعتمد على إثارة الغضب أو الإحباط في الجمهور، بحيث يؤدي إلى رد فعل سريع قد يشمل نشر الشائعة أو المشاركة في النقاشات الحادة. قد تتضمن هذه الأساليب استخدام كلمات أو صور تحفز على رد فعل عاطفي قوي، مما يعزز من سرعة انتشار الشائعة.
٦. السخرية: (6.88%) السخرية هي أسلوب يعتمد على التهكم أو الاستهزاء، ويهدف إلى تقليل احترام شخص أو جهة معينة. قد تكون الشائعات التي تحمل هذا الأسلوب تهدف إلى نشر الفكاهة السوداء أو التقليل من أهمية قضية أو شخصية ما. هذا الأسلوب قد يثير تفاعلات مختلطة من ضحك أو غضب، ولكن غالبًا ما يساهم في توجيه الرأي العام بطريقة معينة.

ومما سبق يتضح أن التشويق بالعناوين الرنانة يمثل الأسلوب الأكثر استخدامًا، مما يعكس كيف أن الأسلوب الإعلامي يركز على جذب الانتباه أولاً قبل تقديم المعلومة، التخويف والاستعطاف تأتیان كثنائي وأكثر الأساليب تأثيرًا، حيث يتم استغلال العواطف البشرية من خلال إثارة الخوف أو التعاطف، الأساليب الأخرى مثل السخرية والاستفزاز والاستمالات الدينية تُستخدم بنسب أقل، ولكنها تظل فعالة في جذب الانتباه أو التأثير في فئات محددة يظهر أن معظم الشائعات تستهدف التأثير العاطفي على المتلقي، سواء كان ذلك من خلال الإثارة أو الاستفزاز أو حتى عبر القيم الدينية.

جدول (٤) يوضح الهدف من نشر الشائعات

الهدف المتوقع من الشائعة	التكرار	النسبة
التقليل من الانجازات	١٥٠	%٤٩.١٨
مهاجمة الحكومة	٤٥	%١٤.٧٥
التشكيك في الاداء الحكومي	٨٠	%٢٦.٢٢
زعزعة الأمن	٣٠	%٩.٨٣
المجموع	٣٠٥	%١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن الهدف المتوقع من نشر الشائعات كان التقليل من الانجازات بنسبة ٤٩% والتشكيك في الاداء الحكومي بنسبة ٢٦.٢٢% ومهاجمة الحكومة ١٤.٧٥%، زعزعة الأمن بنسبة ٩.٨٣% هذه النتيجة تشير إلى الأهداف المتوقعة من نشر الشائعات، كما تم تحديدها في البيانات. هنا نرى توزيع الأهداف المختلفة التي كانت متوقعة من نشر الشائعات، وهي كالتالي:

١. التقليل من الإنجازات: (49%) كما في النتيجة السابقة، التقليل من الإنجازات يظل الهدف الأكبر من نشر الشائعات، حيث يشير ذلك إلى محاولة لخفض أو تشويه التصورات العامة عن الإنجازات التي تحققها الحكومة أو مؤسساتها. هذا يعكس استهداف فاعلية الحكومة، ويهدف إلى تقليل تأثير النجاح الذي تحققه في مجالات مختلفة، مثل الاقتصاد أو الخدمات العامة. قد يكون لهذا التأثير دور في خلق صورة سلبية عن الحكومة، مما يعزز الشكوك حول قدرتها على تحقيق الأهداف.
٢. التشكيك في الأداء الحكومي: (26.22%) فالتشكيك في الأداء الحكومي هو الهدف الثاني الأكثر شيوعاً من نشر الشائعات. هذا الهدف يركز على محاولة خلق حالة من عدم الثقة في قدرة الحكومة على إدارة شؤون البلاد بفعالية. يمكن أن يشمل ذلك الشائعات المتعلقة بالقرارات السياسية أو

الاقتصادية المشكوك فيها، أو التقارير التي تثير الشكوك حول القدرة على تنفيذ المشاريع أو السياسات الحكومية.

٣. مهاجمة الحكومة: (14.75%) مهاجمة الحكومة تشير إلى أن الشائعات تستهدف بشكل مباشر الهجوم على الحكومة نفسها، سواء من خلال تشويه صورتها العامة أو الهجوم على المسؤولين الحكوميين بشكل فردي. هذا الهدف يمكن أن يرتبط بمحاولة تشويه سمعة الحكومة وتحويل الرأي العام ضدها، وربما يشمل توجيه اتهامات أو إشاعات قد تؤدي إلى فقدان الثقة في القيادة السياسية.

٤. زعزعة الأمن: (9.83%) زعزعة الأمن يظل الهدف الأقل شيوعًا بين هذه الأهداف، حيث تستهدف بعض الشائعات إثارة القلق والخوف في المجتمع حول الوضع الأمني في البلاد. قد تتعلق هذه الشائعات بحالات غير مؤكدة من العنف أو الاضطرابات أو التهديدات الأمنية التي تهدف إلى خلق حالة من الذعر أو عدم الاستقرار بين الناس.

كما في السابق، يظل الهدف الرئيسي من نشر الشائعات هو التقليل من الإنجازات التي حققتها الحكومة (٤٩%)، مما يعكس استهدافًا واضحًا لنجاحات الحكومة وتشويه صورتها، ثم التشكيك في الأداء الحكومي و مهاجمة الحكومة تأتي كأهداف تالية في الأهمية، مما يشير إلى أن الشائعات تُستخدم أيضًا لضرب مصداقية الحكومة، فضلًا عن زعزعة الأمن يأتي في المرتبة الأخيرة، ولكنه يبقى هدفًا رئيسيًا يُستخدم في بعض الأحيان لبعث القلق بين المواطنين، هذه البيانات تظهر أن الشائعات تهدف بشكل رئيسي إلى تقويض ثقة الناس في الحكومة من خلال التشكيك في قدرتها على الإنجاز والمهاجمة المباشرة لسمعتها.

جدول (٥) يوضح طريقة نشر الشائعات

طريقة نشر الشائعات	التكرار	النسبة
تصريح مفبرك	١٢٠	٣٩.٤٤%
صور مفبركة	١٣٠	٤٢.٦٢%
خبر مفبرك	٢٩	٩.٥٠%
لوجوهات صحفية مفبركة	٢٦	٨.٥٢%
المجموع	٣٠٥	١٠٠%

يتضح من نتائج الجدول السابق طريقة نشر الشائعات صور مفبركة بنسبة ٤٢.٦٢% وتصريح مفبرك بنسبة ٣٩.٤٤% واخبار مفبركة بنسبة ٩.٥٠% ولوجوهات صحفية مفبركة بنسبة ٨.٥٢%

هذه النتيجة تتعلق بأساليب نشر الشائعات، حيث تم تصنيف الطرق المستخدمة في نشر الشائعات بحسب نوع إلى :

١. صور مفبركة: (42.62%) تمثل الصور المفبركة الطريقة الأكثر شيوعاً في نشر الشائعات، حيث يتم تعديل أو تزييف الصور بطريقة تنثير الانتباه وتدفع الناس لتصديق محتوى الشائعة، تُستخدم الصور غالباً لإثارة الانفعالات أو التأثير على الرأي العام، حيث أن الصور لها تأثير أكبر في التأثير العاطفي على الأفراد مقارنة بالنصوص، نشر الصور المفبركة يعد وسيلة فعالة لزيادة سرعة انتشار الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي.

٢. تصريحات مفبركة: (39.44%) تأتي التصريحات المفبركة في المرتبة الثانية من حيث الانتشار، هذه التصريحات غالباً ما تكون مزعومة وتُنسب إلى شخصيات عامة أو مسؤولين حكوميين. قد تهدف هذه التصريحات إلى خلق حالة من الجدل أو التأثير على مواقف الجمهور تجاه قضية معينة مع العلم بأن التصريحات المفبركة قد تُستخدم بشكل متعمد لنشر معلومات مضللة تهدف إلى التأثير على الرأي العام.

٣. أخبار مفبركة: (9.50%) الأخبار المفبركة تمثل نسبة أقل من طرق نشر الشائعات ولكنها تبقى فعالة، غالباً ما تتضمن هذه الأخبار معلومات مغلوطة أو مشوهة يتم تقديمها على أنها أخبار حقيقية عبر وسائل الإعلام أو الإنترنت، هذه الأخبار قد تتضمن أحداثاً لم تحدث أبداً أو تفاصيل مغلوطة حول أحداث حقيقية، مما يساهم في تزايد الإرباك في المجتمع.

٤. اللوجيات صحفية مفبركة: (8.52%) : اللوجيات الصحفية المفبركة تشير إلى المقالات أو التقارير الصحفية التي تحتوي على معلومات مغلوطة أو منحازة تم نشرها عن طريق صورهِ عليها شعار صحفية ما وذلك على أنها تقارير صحفية موضوعية، هذا النوع من الشائعات قد يتضمن تقارير تروج لفكرة أو قضية معينة بشكل مضلل، أو تستخدم صوراً أو تصريحات مفبركة لدعم رواية الشائعة الكاذبة.

ويمكن تفسير ذلك إلى أن الصور المفبركة و التصريحات المفبركة هما الوسيلتان الأكثر استخداماً في نشر الشائعات، مما يشير إلى دور الوسائط البصرية والكلمات المنسوبة لأشخاص مؤثرين في التأثير على الرأي العام، كما أن الأخبار المفبركة و اللوجيات الصحفية المفبركة تأتي بنسبة أقل، ولكن لا تزال تساهم في نشر الشائعات وخلق حالة من عدم الثقة، كما تعكس هذه البيانات تزايد تأثير وسائل الإعلام الجديدة و التكنولوجيا في نشر المعلومات المغلوطة، مما يجعل الشائعات تنتشر بسرعة أكبر عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (6) أساليب التحقق من الشائعات التي اتبعتها الصفحة

النسبة	التكرار	أساليب التحقق
11.47%	35	التحقق من المصدر
13.77%	42	التحقق من الحقائق
9.50%	29	الرد الرسمي
27.86%	85	التواصل مع الجهات الرسمية
19.01%	58	استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
3.93%	12	التصريحات الصحفية
10.81%	33	المراجعة المستمرة
3.60%	11	التفاعل مع الجمهور
100	305	المجموع

أساليب التحقق من الشائعات التي اتبعتها الصفحة كانت كالآتي: التواصل مع الجهات الرسمية بنسبة 27.86%، استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي 19.01%، التحقق من الحقائق بنسبة 13.77%، التحقق من المصدر بنسبة 11.47%، المراجعة المستمرة بنسبة 10.81%، الرد الرسمي بنسبة 9.50%، التصريحات الصحفية 3.93%، التفاعل مع الجمهور بنسبة 3.60%.

هذه النتيجة تتعلق بأساليب التحقق من الشائعات التي اتبعتها صفحة "ده بجد"، وقد تم تصنيف الأساليب بحسب النسب التي تم استخدامها إلى:

١. التواصل مع الجهات الرسمية: (27.86%) فال تواصل مع الجهات الرسمية كان الأسلوب الأكثر شيوعاً للتحقق من الشائعات. هذا يشير إلى أن الصفحة كانت تعتمد على الاتصال بالجهات الحكومية أو المؤسسات الرسمية للحصول على معلومات دقيقة وموثوقة حول الشائعات. التواصل مع الجهات الرسمية يُعد من أساليب التحقق القوية لأنه يضمن الحصول على معلومات دقيقة من مصادر موثوقة.

٢. استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي: (19.01%) فتقنيات الذكاء الاصطناعي تُستخدم بشكل متزايد في تحليل الشائعات والتحقق منها، يمكن للذكاء الاصطناعي المساعدة في تحليل البيانات، مقارنة المحتوى، واكتشاف التلاعب بالصور أو النصوص، فتقنيات الذكاء الاصطناعي تمنح الصفحة القدرة على معالجة المعلومات بشكل أسرع وأكثر دقة.

٣. التحقق من الحقائق: (13.77%) : التحقق من الحقائق يعد أسلوباً تقليدياً ولكن فعّالاً، حيث يعتمد على فحص المعلومات ومقارنتها مع الحقائق

- الموثوقة عبر مصادر متعددة. هذا الأسلوب قد يساهم في التصدي للمعلومات المضللة والتأكد من صحتها.
٤. التحقق من المصدر: (11.47%) التحقق من المصدر يعد خطوة أساسية في التحقق من الشائعات، حيث يتم فحص مصدر المعلومات للتأكد من مصداقيته، هذه الطريقة تُستخدم للتأكد من أن الخبر أو المعلومة التي يتم نشرها تأتي من جهة موثوقة، مما يزيد مصداقية المحتوى.
٥. المراجعة المستمرة: (10.81%) المراجعة المستمرة تعني متابعة المعلومات والشائعات بشكل دوري للتأكد من تطابقها مع الحقائق المتاحة، هذا يشير إلى أن الصفحة تتابع تطورات الأخبار والشائعات وتقوم بتحديث المعلومات عندما تكون هناك تغييرات أو تحديثات.
٦. الرد الرسمي: (9.50%) الرد الرسمي يعني إصدار بيانات أو تصريحات رسمية من قبل الصفحة أو من قبل الجهات المعنية لتوضيح الحقائق والرد على الشائعات، ويُعتبر الرد الرسمي وسيلة فعالة لزيادة الشفافية وزيادة الثقة في المعلومات التي يتم نشرها.
٧. التصريحات الصحفية: (3.93%) التصريحات الصحفية تتعلق بإصدار بيانات إعلامية أو تصريحات لتوضيح الحقائق أو تقديم معلومات دقيقة حول الشائعات، هذه الطريقة قد تُستخدم في المواقف التي تتطلب تصحيح الأخبار المغلوطة في الإعلام.
٨. التفاعل مع الجمهور: (3.60%) التفاعل مع الجمهور هو أسلوب مهم لتوفير الشفافية والرد على استفسارات الجمهور بخصوص الشائعات، ويتضمن هذا الأسلوب الرد على تعليقات المستخدمين أو الإجابة على الأسئلة لتوضيح الحقائق والتصدي للمعلومات المغلوطة.
- التفسير العام: يظهر أن الصفحة اعتمدت بشكل أساسي على التواصل مع الجهات الرسمية والتقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي للتحقق من الشائعات، مما يعكس التوجه نحو استخدام الوسائل الحديثة والتقنية لتسريع وزيادة عملية التحقق، وكذلك فإن التحقق من الحقائق و التحقق من المصدر يُعدان من الأساليب الأساسية في مكافحة الشائعات، حيث تساهم في ضمان صحة المعلومات المنشورة، فضلا عن الأساليب مثل التفاعل مع الجمهور و التصريحات الصحفية تُستخدم بنسب أقل، لكنها تبقى ضرورية في توضيح الحقائق ومشاركة المعلومات مع الجمهور بشكل مباشر، خلاصة؛ فإن أساليب التحقق التي اتبعتها صفحة "اده بجد" تتنوعت بين استخدام الذكاء الاصطناعي و التواصل مع الجهات الرسمية، مما يعكس جهودًا واضحة في استخدام تقنيات حديثة وتقليدية للتحقق من الشائعات بشكل دقيق وموثوق.

النتائج العامة:

- الشائعات تتوزع حسب اهتمامات الناس اليومية والمباشرة وذلك في قطاعات الوزارات التي تمس حياة المواطن بشكل يومي أو تؤثر على معيشته مثل الاقتصاد، التموين، والصحة فهي الوزارات الأكثر تعرضًا للشائعات؛ في المقابل، الوزارات التي تتعلق بالعمل الحكومي على مستوى عميق أو ديني (مثل الوزارات الدينية والإصلاح الإداري) أقل عرضة لتداول الشائعات بشكل كبير، على الرغم من أن ذلك لا يعني خلوها منها، وقد يرجع هذا التوزيع إلى طريقة تعامل وسائل الإعلام أو منصات التواصل الاجتماعي مع هذه الوزارات، ومدى حساسية أو أهمية المواضيع التي تتعامل معها بالنسبة للرأي العام.
- أشارت الدراسة بأن الشائعات تزداد بشكل ملحوظ في بعض الشهور التي قد تشهد أحداثًا مهمة، أو تأثيرات سياسية، اقتصادية، أو اجتماعية. أيضًا، منها الشهور التي تسبق نهاية العام تميل إلى زيادة في تداول الشائعات بسبب القلق حول ما سيحدث في المستقبل، الانخفاض في الشائعات خلال الشهور الصيفية قد يعود إلى العطلات الصيفية أو الاستقرار النسبي في بعض المواضيع التي تهم الجمهور.
- تنوع الأساليب المستخدمة في نشر الشائعات منها؛ التشويق بالعناوين الرنانة فهو يمثل الأسلوب الأكثر استخدامًا، مما يعكس كيف أن الأسلوب المفضل يركز على جذب الانتباه أولاً قبل تقديم المعلومة، ثم التخويف والاستعطاف تأتيان كثاني وأكثر الأساليب تأثيرًا، حيث يتم استغلال العواطف البشرية من خلال إثارة الخوف أو التعاطف، الأساليب الأخرى مثل السخرية والاستفزاز والاستمالات الدينية تُستخدم بنسب أقل، ولكنها تظل فعالة في جذب الانتباه أو التأثير في فئات محددة يظهر أن معظم الشائعات تستهدف التأثير العاطفي على المتلقي، سواء كان ذلك من خلال الإثارة أو الاستفزاز أو حتى عبر القيم الدينية.
- يظل الهدف الرئيسي من نشر الشائعات هو التقليل من الإنجازات التي حققتها الحكومة (٤٩%)، مما يعكس استهدافًا واضحًا لنجاحات الحكومة وتشويه صورتها، ثم التشكيك في الأداء الحكومي و مهاجمة الحكومة تأتي كأهداف تالية في الأهمية، مما يشير إلى أن الشائعات تُستخدم أيضًا لضرب مصداقية الحكومة، فضلًا عن زعزعة الأمن الذي يأتي في المرتبة الأخيرة، ولكنه يبقى هدفًا رئيسيًا يُستخدم في بعض الأحيان لبث القلق بين المواطنين، هذه النتيجة تظهر أن الشائعات تهدف بشكل رئيسي إلى تقويض ثقة الناس في الحكومة من خلال التشكيك في قدرتها على الإنجاز والمهاجمة المباشرة لسمعتها.

- يعد كل من الصور المفبركة و التصريحات المفبركة هما الوسيلتان الأكثر استخدامًا في نشر الشائعات، مما يشير إلى دور الوسائط البصرية والكلمات المنسوبة لأشخاص مؤثرين في التأثير على الرأي العام، كما أن الأخبار المفبركة و اللوجيات الصحفية المفبركة تأتي بنسبة أقل، ولكن لا تزال تساهم في نشر الشائعات وخلق حالة من عدم الثقة، كما تعكس هذه النتيجة تزايد تأثير وسائل الإعلام الجديدة و التكنولوجيا في نشر المعلومات المغلوطة، مما يجعل الشائعات تنتشر بسرعة أكبر عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.
- اعتمدت الصفحة الخاصة بالدراسة التحليلية على عدة أساليب في الرد على الشائعات؛ بشكل أساسي منها، التواصل مع الجهات الرسمية والتقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي للتحقق من الشائعات، مما يبرز التوجه نحو استخدام الوسائل الحديثة والتقنية لتسريع وزيادة عملية التحقق، وكذلك فإن التحقق من الحقائق و التحقق من المصدر يُعدان من الأساليب الأساسية في مكافحة الشائعات، حيث تساهم في ضمان صحة المعلومات المنشورة، فضلاً عن الأساليب مثل التفاعل مع الجمهور و التصريحات الصحفية تُستخدم بنسب أقل، لكنها تبقى ضرورية في توضيح الحقائق ومشاركة المعلومات مع الجمهور بشكل مباشر، خلاصة؛ فإن أساليب التحقق التي اتبعتها صفحة "ده بجد" تتنوعت بين استخدام الذكاء الاصطناعي و التواصل مع الجهات الرسمية، مما يعكس جهودًا واضحة في استخدام تقنيات حديثة وتقليدية للتحقق من الشائعات بشكل دقيق وموثوق.
- كشف نتائج الدراسة التحليلية عن وجود عدة شائعات قامت الصفحة بنفيها في عام ٢٠٢٣ وهي:
 ١. الشائعات التي استهدفت الإنجازات حيث تشمل، اتخاذ السفن مسارات بديلة لقناة السويس نتيجة قرار رفع رسوم العبور بالقناة، وشائعة اعتزام الحكومة خصخصة منظومة التأمين الصحي الشامل، فضلاً عن إصدار قرار بإلغاء العلاج على نفقة الدولة بمختلف محافظات الجمهورية، وتوقف تنفيذ المشروع القومي لتطوير القرى ضمن المبادرة الرئاسية "حياة كريمة".
 ٢. وتتضمن الشائعات المتعلقة بالإنجازات كذلك، تداول فيديو يزعم اقتصار مشروعات العاصمة الإدارية الجديدة على الحي الحكومي فقط، بالإضافة إلى شائعة توقف المبادرة الرئاسية "لل قضاء على قوائم الانتظار للجراحات

والتدخلات الطبية الحرجة"، وشائعة توقف كافة محطات الطاقة الشمسية في مصر تزامناً مع انخفاض درجات الحرارة.

٣. وإلى جانب ما سبق، تتضمن الشائعات المتعلقة بالإنجازات اعتزام الدولة الاستغناء عن آلاف الموظفين تزامناً مع التوسع في تطبيق التحول الرقمي، وتركيز اهتمام الدولة في تنفيذ مشروعات البنية التحتية على حساب الاهتمام بزيادة الرقعة الزراعية، علاوة على اعتزام الحكومة بيع حديقتي الحيوان والأورمان لجهات أجنبية تزامناً مع الاستعداد لتطويرهما.

٤. أما عن أخطر الشائعات فقد شملت تعرض مصر لأزمات نقص واختفاء سلع غذائية، بالإضافة إلى شائعة وجود أزمة سيولة تضرب القطاع المصرفي المصري مما يهدد بتعرض الدولة للإفلاس، فضلاً عن اعتزام الحكومة خصخصة المستشفيات الحكومية تمهيداً لإلغاء العلاج المجاني للمواطنين، وشائعة تعديل قانون الإجراءات الضريبية الموحد بما يسمح لمصلحة الضرائب بالاطلاع على الحسابات البنكية للمواطنين.

٥. وشملت أخطر الشائعات كذلك، اعتزام الحكومة إلغاء دعم الخبز لأصحاب البطاقات التموينية، وظهور حالات إصابة بوباء "الكوليرا" في عدد من محافظات الجمهورية، فضلاً عن انتشار أدوية مغشوشة وغير مطابقة للمواصفات القياسية بالصيدليات، وتسبب وصلات الغاز الطبيعي للسخان في حالات اختناق للمواطنين، بجانب تداول مبيدات زراعية محظورة تتسبب في تسمم المحاصيل بالأسواق، وشائعة تفشي مرض الحمى القلاعية بين الماشية في مصر.

٦. أغرب الشائعات، والتي من بينها إصدار وزارة الأوقاف تعليمات بمنع اصطحاب الأطفال في صلاة الجمعة والعيدين بالمساجد، وطرح الحكومة أكثر من ٥ آلاف قطعة أثرية مصرية للبيع بأحد المزادات العلنية، فضلاً عن تداول رسائل تحذيرية تتضمن وجود محاولات اختطاف لبعض الفتيات بالمواصلات العامة وقطارات المترو عن طريق تخديرهن بوخزة إبرة.

٧. كما أن أغرب الشائعات شملت أيضاً، إصدار الحكومة قراراً بتعليق العقوبة على تسمية المواليد الجدد بأسماء دخيلة على المجتمع المصري، بجانب صدور قرار بمنع دخول الأطفال دون السن القانوني نهائياً لمنطقة الأهرامات بالجيزة، بالإضافة إلى شائعة فرض رسوم على طلاب الجامعات الحكومية كشرط لأداء الامتحانات، وشائعة إطلاق وزارة الاتصالات تطبيقات إلكترونية على الهاتف لمنح المواطنين قروضاً مالية، وكذلك احتواء البنزين على منجنيز ومعادن أخرى مما يتسبب في أعطال السيارات.
٨. وفيما يتعلق بالشائعات المكررة، أنها تتضمن وجود نقص في السلع الغذائية الأساسية في الأسواق والمنافذ التموينية، وشائعة اعتزام الحكومة خصخصة منظومة التعليم الأساسي في مصر، وشائعة وجود نقص في الأدوية والمستلزمات الطبية بمختلف المستشفيات الحكومية، بجانب شائعة انتشار أنواع بطيخ وخوخ وطماطم مسممة بمختلف الأسواق.
٩. ومن بين الشائعات المكررة أيضاً، شائعة تقليص المخصصات المالية للمستشفيات الحكومية بالموازنة العامة الجديدة وشائعة إصدار قرار بإلغاء الصف السادس الابتدائي، وتقليص حصة المواطن من الخبز المدعم على البطاقات التموينية، بجانب شائعة إصدار قرار بتعليق الدراسة بكافة المدارس على مستوى الجمهورية.
١٠. الشائعات المتعلقة الاداء الاقتصادي (الوزرات الاقتصادية):

- اعتزام الدولة بيع الموانئ المصرية لجهات أجنبية
- وشائعة اعتزام الحكومة إنشاء صندوق هيئة قناة السويس تمهيداً لبيع القناة
- بجانب شائعة إصدار البنك المركزي تعليمات بوقف توفير التمويلات اللازمة لاستيراد عدد من السلع من بينها السيارات والهواتف المحمولة.
- وشائعة إصدار قرار بحظر دخول بعض واردات السلع إلى مصر
- بالإضافة إلى شائعة إقرار زيادة جديدة على ضريبة الدخل

- وكذلك شائعات الاقتراض من البنوك لاستكمال تنفيذ مشروعات العاصمة الإدارية الجديدة.
- ١١. وبالنسبة للتموين:
 - شائعة تأثر المخزون الاستراتيجي لمصر من الأقماح نتيجة لعدم استقرار سوق الغذاء العالمي
 - وشائعة نقص السلع الاستراتيجية في الأسواق والمنافذ التموينية على مستوى الجمهورية،
 - وشائعة اعتزام الحكومة تقليص الدعم التمويني. صدور قرار برفع سعر رغيف الخبز المدعم،
 - وشائعة تغيير السلع الأساسية المدرجة على البطاقات التموينية نتيجة لنقص المعروض
 - بالإضافة إلى شائعة اعتزام الحكومة حذف بعض مستحقي الدعم التمويني نتيجة وجود عجز في السلع التموينية.
- ١٢. وعلى صعيد قطاع وزارات الحماية الاجتماعية:
 - شائعة عتزام الحكومة خفض مخصصات الدعم والحماية الاجتماعية في الموازنة العامة الجديدة.
 - شائعة صدور قرار بوقف برنامج "تكافل وكرامة" نتيجة لوجود عجز بالموازنة العامة للدولة.
 - شائعة اعتزام الحكومة تقليص المخصصات المالية للمعاشات.
 - شائعة صدور قرار بوقف تقديم خدمات التأمين الصحي للمرأة المعيلة.
 - شائعة تداول رابط إلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي لتسجيل بيانات الأسر الأكثر احتياجاً بزعم الحصول على منح مالية
 - شائعة إرسال وزارة القوى العاملة رسائل نصية تتضمن رابطاً لتحديث بيانات العمالة غير المنتظمة وتحصيل رسوم رمزية منهم تمهيداً لصرف دفعة جديدة من منحة الـ ٥٠٠ جنيه.

مراجع الدراسة:

- ابن منظور. لسان العرب. بيروت: دار صادر، (١٩٩٧م)، ص ٣٩٤
- أماني عبد الهادي الجوهري (٢٠٠٤)، "الأداء الحكومي الاغتراب السياسي في مصر" "دراسة ميدانية" رسالة ماجستير غير منشورة قسم العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، ص٥.
- دعاء سالم. (٢٠٢٢). تعرض الجمهور المصري للشائعات أثناء الأزمات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على مستوى الأمن النفسي لديهم: دراسة ميدانية في إطار نظريتي الإعتماد وتأثير الشخص الثالث. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع٢٣، ٦٠٩، 694.
- سارة نصر محمد (٢٠١٠)، "معالجة القضايا المصرية في البرامج السياسية بالقوات العربية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو الحكومة" رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص٩٦.
- سعد الصويلح (٢٠٢٣). دور أنظمة الذكاء الاصطناعي في مكافحة الشائعات الإلكترونية. المجلة العربية للدراسات الأمنية، مج٣٩، ع١٤، 97٨٠ -
- سماح عبداللطيف. (٢٠٢٣). أثر جرائم نشر الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن القومي المصري: دراسة ميدانية لعينة من طلاب جامعة العريش. المجلة العلمية لكلية الآداب، ع٨٨، ١٠٣٥، 1162.
- فتحي حامد بشارة. (٢٠٢٠). الشائعات وأثرها في تشكيل الرأي العام. مجلة جامعة البطانة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ع١٦، ٦٢، 96.
- لينا العلمي (٢٠١١). العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية. كلية الاقتصاد والعلوم، جامعة النجاح الوطنية. نابلس، فلسطين. ص ٣٤
- محمد الزرقاني: مناهل العرفان في علوم القرآن ، مطبعة الحلبي ٢٠٠٠، ص٣٠٢
- محمد منير حجاب "الشائعات وطرق مواجهتها" (القاهرة: دار الفجر للتوزيع، ٢٠٠٧) ص١٤
- محمد منير حجاب "الشائعات وطرق مواجهتها" (القاهرة: دار الفجر للتوزيع، ٢٠٠٧) ص٧.

- معجم اللغة العربية المعاصرة
- نهى عامر (٢٠٢١). دور شبكات التواصل الاجتماعي في كشف الشائعات: الفيس بوك نموذجاً: تصميم نموذج التحكم الأمثل للحد من انتشار الشائعات بشبكات التواصل الاجتماعي. مجلة البحوث الإعلامية، ٥٩٤، ج ٢، ٨٤٣ - 894.
- ولاء محمد مزيد. (٢٠٢٢). تناول الصفحة الرسمية الحكومية لمجلس الوزراء المصري على الفيسبوك للشائعات الإلكترونية خلال الفترة من مارس إلى أغسطس ٢٠٢٠: دراسة تحليلية. مجلة سوهاج لشباب الباحثين، مج ٢، ٤٤، ١ - 17.
- A. Cassa, R. Chunara, K. Mandl, and J. S. Brownstein, "Twitter as a sentinel in emergency situations: lessons from the boston marathon explosions," PLoS currents, vol. 5, 2013.
- Allport, G. W., & Postman, L. (1947). An analysis of rumor. The Public Opinion Quarterly, 10(4), 501–517.
- Allport, G. W., & Postman, L. (1947). An analysis of rumor. The Public Opinion Quarterly, 10(4), 501–517.
- Brian E. Weeks and R. Kelly Garrett." Electoral Consequences of Political Rumors: Motivated Reasoning, Candidate Rumors, and Vote Choice during the 2008 U.S. Presidential Election". International Journal of Public Opinion Research, Advance Access published March 5, 2014,P2. <https://academic.oup.com/ijpor/article-abstract/26/4/401/734948/Electoral-Consequences-of-Political-Rumors>

- Castillo, C., Mendoza, M., & Poblete, B. (2012). Predicting information credibility in time-sensitive social media. *Internet Research*, 23(5), 560–588.
- Cumistine, T, (2005) "Government Performance" *OECD Journal on Budgeting*, Vol5. No1. p127
- DiFonzo, N., & Bordia, P. (2007). Rumor, gossip, and urban legends. *Diogenes*, 54, 19–35.
- Gupta, H. Lamba, P. Kumaraguru, and A. Joshi, “Faking sandy: characterizing and identifying fake images on twitter during hurricane sandy,” in *Proceedings of the 22nd international conference on World Wide Web companion*, 2013, pp. 729–736. [Online]. Available: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2487788.2488033>
- Gupta, H. Lamba, P. Kumaraguru, and A. Joshi, “Faking sandy: characterizing and identifying fake images on twitter during hurricane sandy,” in *Proceedings of the 22nd international conference on World Wide Web companion*, 2013, pp. 729–736. [Online]. Available: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2487788.2488033>
- Haifeng Huang ."A War of (Mis)Information: The Political Effects of Rumors and Rumor Rebuttals in an Authoritarian Country ". *British Journal of Political Science*. Forthcoming", (February 25,2015),P.1.faculty.ucmerced.edu/sites/default/files/.../rumors_and_rebuttals..pdf
- J. Leskovec, L. Backstrom, and J. Kleinberg, “Memetracking and the dynamics of the news cycle,” in *Proceedings of the 15th ACM SIGKDD international*

conference on Knowledge discovery and data mining. ACM, 2009, pp. 497–506.

- Java, X. Song, T. Finin, and B. Tseng, “Why we twitter: understanding microblogging usage and communities,” in Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNAKDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis. ACM, 2007, pp. 56–65.
- Lee, J., Agrawal, M., & Rao, H. R. (2015). Message diffusion through social network service: The case of rumor and non-rumor related tweets during Boston bombing 2013. Information Systems Frontiers. Online before print. doi:10.1007/s10796-015-9568-z
- Oh, O., Agrawal, M., & Rao, H. R. (2013). Community intelligence and social media services: A rumor theoretic analysis of tweets during social crises. Management Information Systems Quarterly, 37(2), 407–426.
- Peterson, W. A., & Gist, N. P. (1951). Rumor and public opinion. American Journal of Sociology, 57(2), 159–167.
- Ralph L. Rosnow and Eric K. Foster." Rumor and Gossip Research", Volume 19: No. 4. April 2005, APA Online Psychological Science Agenda Homepage, American Psychological Association
<http://www.apa.org/science/about/psa/2005/04/gossip.aspx>, 06/04/2017 10:33
- Reuters, “China threatens tough punishment for online rumor spreading.”

<http://www.reuters.com/article/2013/09/09/us-china-internet-idUSBRE9880CQ20130909>, Sep. 9, 2013.

- S. M. Friedman, “Three mile island, chernobyl, and fukushima: An analysis of traditional and new media coverage of nuclear accidents and radiation,” Bulletin of the Atomic Scientists, vol. 67, no. 5, pp. 55–65, 2011.
- Virgil. Eclogues, Georgics, Aeneid 1-6. Harvard University Press, 1916. Trans-lated by H. R. Fairclough.
- W. A. Peterson and N. Gist. Rumor and public opinion. Am. J. Sociol, 57(2):159–167, 1951.