

الشائعات الرقمية وأساليب تفاعل الشباب مع المعلومات المغلوطة المتعلقة بالسياسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي

معتز محمد توفيق^(*)

مقدمة البحث

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، حيث توفر منصة لتبادل المعلومات والآراء بين الأفراد والمجتمعات، ومن بين هذه الشبكات الاجتماعية، يبرز موقع "فيسبوك" باعتباره أحد أهم الوسائل التي تستخدمها فئات مختلفة من المجتمع للتواصل وتبادل الأخبار فيما بينهم؛ إلا أن هذا الاستخدام الواسع قد جلب معه تحديات متعددة، خاصة فيما يتعلق بمشكلة انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة، التي باتت تؤثر بشكل مباشر على الأفراد والجماعات، بل وعلى المؤسسات الحكومية نفسها وكذلك في تأثيرها على الأداء الحكومي، حيث يواجه الشباب المصري تحديًا متزايدًا في التفاعل مع المعلومات المغلوطة المتعلقة بالسياسات الحكومية؛ هذه الشائعات، التي يتم نشرها عبر الفيسبوك وغيره من وسائل التواصل الاجتماعي، تؤدي إلى تشكيل تصورات غير دقيقة لدى الشباب حول قرارات الحكومة، مما قد يساهم في تغيير آرائهم أو حتى سلوكياتهم تجاه السياسات العامة.

إن البحث في كيفية تفاعل الشباب المصري مع هذه المعلومات المغلوطة أصبح أمرًا بالغ الأهمية لفهم آليات التأثير والتحكم في المعلومات، بالإضافة إلى الوقوف على أساليب التفاعل المختلفة التي يعتمد عليها هؤلاء الشباب في مواجهة الشائعات، ويستهدف هذا البحث تحديد الدور الذي يمكن أن تلعبه الجهات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني في زيادة الوعي الرقمي وتوجيه الشباب نحو الحصول على معلومات موثوقة، وتقديم الحلول اللازمة للحد من آثار هذه الظاهرة، كما تسلط الدراسة الضوء على أهمية فهم تأثير الشائعات الرقمية على الأداء الحكومي، مع التركيز على الدور الذي يلعبه الشباب المصري في تفاعلهم مع هذه المعلومات المغلوطة على منصة الفيسبوك. ومن خلال ذلك، يمكن تقديم توصيات عملية تهدف إلى زيادة فاعلية استجابة الحكومة والوزارات التابعة لها لهذه التحديات المتزايدة في عصر المعلومات.

^(*) 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.

الدراسات السابقة:

مفاهيم مصطلحات الدراسة

١. مصطلح الشائعة حديث نسبياً، لذلك فقد خلت كتب المصطلحات العربية من التعريف الاصطلاحي للشائعة بالمفهوم المستخدم في العصر الراهن، كما أنه من المفاهيم ذات الدلالة الواسعة نظراً لاتصاله بتخصصات عديدة من علم النفس والاجتماع والقانون والانثروبولوجيا والسياسة والاقتصاد والاجتماع والحرب النفسية، بالإضافة إلى ارتباطه 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، وتعددت محاولات تعريف الشائعات وتنوعت مفاهيم دراستها وزوايا النظر إلى نشأتها وآليات عملها وتطورها وسبل مواجهتها؛ التعريف اللغوي للشائعة: الشائعة هي الشاعة أى الأخبار المنتشرة ، وهى جمع شائع، مادة "شيع" جاء فى لسان العرب لابن منظور: شاع الشيب: انتشر، وشاع الخبر: ذاع، والشاعة الأخبار المنتشرة، ورجل شياح: أى مشياح لا يكتم سراً^(١). وعرفها الأصفهاني فى المفردات فى غريب القرآن تحت مادة شيع، الشياح: الانتشار والتقوية ، يقال شاع الخبر أى كثر وقوى، وشاع القوم: انتشروا وكثروا^(٢) ، أما المعجم الوسيط فقد أورد كلمة الشائعة والإشاعة وعرف الإشاعة : بأنها الخبر ينتشر غير مثبت منه، أما الشائعة فهى الخبر ينتشر ولا تثبت فيه^(٣). وجاء فى الإفصاح فى فقه اللغة قوله: الإشاعة: شاع الخبر، يشيع شيو عاص، وشيعانا وشيع تشايح، ظهر وانتشر وعلم الناس به، وشاع به تشييعه شيعاً، وأشاعة وبه أيضاً أظهره ونشره والمشياع من لم يكتم خبراً والشاعة: الأخبار المنتشرة وهذه جمع شائع^(٤). ويلاحظ من التعريفات اللغوية السابقة تأكيداً على معنى الشيوخ والانتشار فى تعريف الشائعة، وهو ما يفترض إلى درجة كبيرة من التعريف العلمى للشائعة، وهو ما أوضحته أيضاً المعاجم المتخصصة الحديثة، فقد جاء فى معجم علم النفس تعريفاً

(١) جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور: لسان العرب، ج ١٠، القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة، بدون تاريخ، ص ٥٦.

(٢) معتز سيف عبدالله: الحرب النفسية، والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٧٧م، ص ١٦٤.

(٣) مجمع اللغة العربية: المعجم الوسيط، ج ١، مصر ، المكتبة العلمية، بدون سنة نشر.

(٤) فهمى توفيق مقبل: دور المؤسسات التربوية فى مكافحة الشائعات، فى الإشاعة والحرب النفسية، منشورات المركز العربى للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، ١٤١٠هـ، ص ١٢٥.

للشائعة، على أنها تقرير غير متحقق منه عن حادثة تنقلتها الأفواه؛ المفهوم الاصطلاحي للشائعة؛ توجد تعريفات عديدة للشائعة، ومن التعريفات التي أوردها العلماء العرب نذكر منها:

- مختار التهامي: "الإشاعة هي الترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة؛ وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو على النطاق العالمي بأجمعه^(٥).

- محمد عبدالقادر حاتم: الإشاعة عبارة عن فكرة خاصة بعمل رجل الدعاية على أن يؤمن بها الناس كما يعمل على أن ينقلها كل شخص إلى الآخر حتى تذيع بين الجماهير جميعها، ويجب أن تكون قابلة للتصديق غير مبالغ فيها^(٦).

- محمد عثمان نجاتي: الشائعات هي الأقوال والأحاديث والروايات التي يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها بل دون التحقق من صدقها^(٧).

٢. مفهوم الشائعات الرقمية: الشائعات الرقمية هي معلومات غير مؤكدة

أو خاطئة يتم نشرها وتداولها عبر الإنترنت، خصوصاً من خلال وسائل التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك"، "تويتر"، "إنستجرام"، وغيرها من المنصات الرقمية، هذه الشائعات قد تتعلق بمختلف المواضيع، بما في ذلك الأخبار السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الصحية، والعديد من القضايا الأخرى؛ في كثير من الأحيان، تكون هذه المعلومات مشوهة أو مبتورة عن سياقها، وتنتشر بشكل واسع وسريع نتيجة لتفاعل الأفراد مع المحتوى الذي يعجبهم أو يتفقون معه، تتسم الشائعات الرقمية بعدة خصائص:

- السرعة في الانتشار: بفضل التقنية الحديثة والاتصال الفوري عبر الإنترنت، يمكن للشائعات أن تنتشر بسرعة كبيرة، مما يزيد من تأثيرها السلبي على الأفراد والمجتمعات.

(٥) فاخر عقل: معجم علم النفس، ج ٤، القاهرة، ١٩٨٥م، ص ٩٩.

(٦) مختار التهامي: الرأي العام والحرب النفسية، ج ١، ط ٤، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧٩م، ص ١١٤.

(٧) محمد عبدالقادر حاتم: الإعلام والدعاية نظريات وتجارب، الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٢م، ص ١٧٩.

- غياب التحقق من المصدر: غالبًا ما تنشأ الشائعات الرقمية دون التحقق من صحتها أو من مصدرها، مما يعزز من إمكانية انتشار معلومات مغلوطة أو مشوهة.
 - التأثير على الرأي العام: يمكن للشائعات الرقمية أن تؤثر بشكل كبير في الرأي العام، حيث قد تؤدي إلى تشكيل مواقف وأراء غير دقيقة لدى الأفراد، خاصةً عندما يتعلق الأمر بالقضايا السياسية أو الاجتماعية الحساسة.
 - التأثير العاطفي: تتسم الشائعات الرقمية بقدرتها على التأثير العاطفي على الأفراد، مما قد يجعلهم يتفاعلون بشكل سريع وغير منطقي مع هذه المعلومات دون التفكير النقدي أو التحقق من صحتها.
 - التفاعلية: على عكس الشائعات التقليدية التي تنتشر شفويًا أو عبر الوسائل الإعلامية التقليدية، فإن الشائعات الرقمية تتميز بقدرتها على التفاعل مع جمهور واسع من خلال التعليقات والمشاركات، مما يجعلها أكثر انتشارًا وأسرع تداولًا.
٣. **مواقع التواصل الاجتماعي:** هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، إذ باتت مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية في الأونة الأخيرة تسيطر على أوقات الشباب وأفكارهم^(٨). ويشير الباحث بأن مواقع التواصل الاجتماعي هو موقع الفيسبوك لاجراء الدراسة على الصفحة ده بجد المرتبطة به

الدراسات السابقة:

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

١. الشائعات والشائعات الرقمية وأساليب تفاعل الشباب معها.

٢. المعلومات المغلوطة المتعلقة بالسياسات الحكومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

^٨ 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

- المعتصم الهلالي ٢٠٢٣: الشائعات وأثرها على أداء المؤسسات الحكومية في المجتمع العماني^(٩)؛ دف هذا البحث إلى التعرف مدى تأثير الشائعات على أداء المؤسسات الحكومية في سلطنة عمان، وما تأثير الشائعات على تحقيق أهداف المؤسسة، وما تأثير الشائعات على نظام الاتصال داخل المؤسسة الحكومية، وما تأثير الشائعات على نظام الأجور في سلطنة عمان، وما تأثير الشائعات على بناء الثقة بين والالتزام الإداري، وما مدى تأثير الشائعات على ثقة بين المواطنين والمؤسسات الحكومية بسلطنة عمان. واتبع البحث الأسلوب الوصفي التحليلي(كمياً)، مستخدماً أداة الاستبيان في جمع البيانات، وتمثل مجتمع البحث في جميع الموظفين الحكوميين الرسميين، والمنتسبين إلى المؤسسات الحكومية فقط، وقد مضى على تعيينهم في الحكومة عام كامل؛ وذلك حتى يكونوا قادرين على إدراك طبيعة العمل الحكومي، ومعرفة مدى تأثير المؤسسات الحكومية بانتشار الشائعات. وقد توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها: ١- كشف نتائج الدراسة عن تأثير الشائعات في تأليب الرأي العام اتجاه المؤسسة وأنشطتها، وتشكيك الموظفين في كفاء الأهداف الموضوعية، والتقليل من تحفيز المؤسسة نحو انجاز الأهداف المخطط لها، بينما تؤثر الشائعات على أداء المؤسسة بشكل محدود في انجاز الخطط والبرامج في الوقت المحدد، ٢- كشف نتائج الدراسة على أن تأثيرها يتركز في إضعاف العلاقات الاتصالية بين الموظفين، وتقلل من الثقة بين العاملين أثناء التواصل الشخصي، وتحدث إرباك في نظام الاتصال بين المؤسسة والجهات المركزية، بينما يقل تأثير الشائعات في التشكيك في المكاتبات الرسمية بين الدوائر والأقسام.
- منصور عبدالمنعم ٢٠٢٢: الشائعات وأثرها على مؤسسات التعليم وسبل مكافحتها^(١٠) 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

^٩ المعتصم الهلالي ٢٠٢٣: الشائعات وأثرها على أداء المؤسسات الحكومية في المجتمع العماني، مجلة بحوث الشرق الأوسط، Article 6, Volume 11, Issue 93 - Serial

Number 11, November 2023, Page 209-244

^{١٠} منصور عبدالمنعم (٢٠٢٣). الشائعات وتأثيرها على أداء مؤسسات التعليم وسبل مكافحتها. دراسات تربوية ونفسية. مجلة كلية التربية بالقازيق 18-1، (115) 37،

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.

- مارلين هرمز ٢٠٢١: الشائعة التقليدية والإلكترونية: دراسة تحليلية للشائعات المنشورة في شبكة الإنترنت ومحافظات عراقية للمدة ٢٠١٨/١٢/٢٠ ولغاية ٢٠١٩/١/٣١؛^(١) تكمن مشكلة البحث في تحديد مدى انعكاس البيئة الرقمية على نشر، وتناقل الشائعات، فضلا عن تحديد أي نوع من الشائعات الأكثر ترويجا التقليدية أم الإلكترونية، ويعد من نوع البحوث الوصفية ذات المنهج المسحي، إذ تم إجراء مسح شامل للشائعات التي رصدتها الخلية الوطنية للعمليات النفسية وحددت بـ(٢٦٣) شائعة انتشرت خلال للمدة من ٢٠/١٢/٢٠١٨ ولغاية ٢٠١٩/١/٣١. وتوصل إلى تقدم الشائعة الإلكترونية على التقليدية بفارق كبير، مثلما تصدر موقع (فيسبوك) فئة الموقع الإلكترونية التي نشرت فيها الشائعات. كما توضح أن الشائعات الأمنية هي الأكثر انتشارا تليها السياسية والاجتماعية وعلى المستويين التقليدي والإلكتروني، فيما كانت وسائل النقل الأكثر استخداما في نشر الشائعات التقليدية. وتصدرت الشائعات الخاصة بالقوات الأمريكية فئتي الشائعات الأمنية والسياسية، وحصلت على المرتبة الأولى في فئة الشائعات الاجتماعية تلك الخاصة بالاتجار بالبشر واستغلال الأطفال وخطفهم وزواج القاصرات. كما توصل البحث إلى أن محافظة بغداد هي من أكثر المحافظات التي تناولتها موضوعات الشائعات الإلكترونية.

- عبد الخالق زقزوق ٢٠٢٠: الأطر الخبرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي المصري: دراسة تحليلية

^{١١} مارلين هرمز. (٢٠٢١). الشائعة التقليدية والإلكترونية: دراسة تحليلية للشائعات المنشورة في شبكة الإنترنت ومحافظات عراقية للمدة ٢٠١٨/١٢/٢٠ ولغاية ٢٠١٩/١/٣١. مجلة آداب المستنصرية، ع ٩٦، ١ - ٢٧.

مقارنة^(١٢) هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة الأطر الخبرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي المصري من حيث الشكل والمضمون، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية، واستخدمت أداة تحليل المضمون المبنية على نظرية الأطر الخبرية، وتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في جميع الأعداد التي صدرت من المواقع الإلكترونية للصحف (الأهرام، والوفد، والمصري اليوم). وتم استخدام الأسبوع الصناعي المركب للمواقع الإلكترونية في الفترة من يناير ٢٠١٦م إلى يناير ٢٠٢٠م، وذلك لتمثيل أكثر من مرحلة من المراحل التي مرت بها الأزمة، وقد بلغ إجمالي عينة الدراسة من أعداد الصحف (١٩٢) عدداً لكل صحيفة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التغطية الصحفية لصحف الدراسة غلب عليها طابع التغطية السطحية والبعد عن التغطية المتعمقة للأزمة على قدر كبير من الأهمية، فاتسمت التغطية بالافتقار إلى التحليل والتفسير اللازم لفهم قضية الشائعات وتأثيرها على الأمن القومي، كما افترقت هذه المعالجة إلى تقديم الخلفيات وربط الأحداث بسياقاتها السياسية مما جعل هذه المعالجة تبدو جزئية ومبتورة ومعزولة عن سياقها؛ مما يطرح إشكالية تتعلق بمدى قدرة هذه المعالجات على الوفاء بحق القارئ في المعرفة والتوعية وتكوين الرأي وتحقيق وظائف الفهم ونشر الثقافة وزيادة مستوى الوعي وأداء دور تنموي فاعل في المجتمع، وأوصت الدراسة بضرورة منح أطر المبادئ الأخلاقية أهمية أكبر في تقديم الأحداث والقضايا وتفسيرها واقتراح الحلول لها.

- منز جرادات ٢٠٢١: أثر الإشاعة على الاستقرار السياسي في الأردن خلال الفترة ٢٠١١-٢٠٢١ من وجهة نظر أساتذة العلوم السياسية في الجامعات الأردنية^(١٣)، هدفت الدراسة لقياس أثر الإشاعة على الاستقرار السياسي في الأردن من وجهة نظر أساتذة العلوم السياسية في الجامعات الأردنية من الفترة الزمنية ٢٠١١-٢٠٢١م، واتبعت الدراسة الحالية: منهج تحليل النظم والمنهج الوصفي التحليلي لجمع المعلومات والبيانات باستخدام الاستبانة، ويتكون مجتمع الدراسة من

^{١٢} عبد الخالق زقزوق. (٢٠٢٠). الأطر الخبرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي المصري: دراسة تحليلية مقارنة مجلة البحوث الإعلامية، ٥٤، ج ٦، ٣٨٩١- 3978.

^{١٣} منذر جرادات. (2021). أثر الإشاعة على الاستقرار السياسي في الأردن خلال الفترة ٢٠١١-٢٠٢١ من وجهة نظر أساتذة العلوم السياسية في الجامعات الأردنية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة مؤتة، مؤتة.

أساتذة العلوم السياسية في الجامعات الأردنية للعام ٢٠١١ م-٢٠٢٠ م، والبالغ عددهم (٧٨) أستاذًا، حيث تكونت عينة الدراسة من (٤٤) من الأساتذة، وتم تحليل البيانات باستخدام برامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). بينت الدراسة وجود تأثير للإشاعة على الاستقرار السياسي في الأردن من وجهة نظر أساتذة العلوم السياسية وأن أكثر جوانب تأثير الإشاعة على الاستقرار السياسي يكون في الجانب الإعلامي ثم في النواحي الاجتماعية ومن ثم في المجال السياسي والاقتصادي، وبينت الدراسة وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى $(\alpha = 0.05)$ للأداة ككل لأثر الدرجة العلمية بين فئة (أستاذ مساعد) وفئة (أستاذ مشارك) ولصالح فئة (أستاذ مشارك). ويعزى ذلك للدرجة العلمية حسب توجهات الأساتذة وميولهم السياسية، وقد أوصت الدراسة العمل على زيادة الثقة بين الشعب والحكومة، والعمل على تطوير التشريعات الجزائية والعقابية لتغليظ العقوبة على مروجي الشائعات، والعمل على تفعيل المنصات الحكومية الإعلامية في مجال نشر الحقائق والوقائع والأحداث وفق رؤية إعلامية شاملة للرد على الشائعات التي تؤثر على الاستقرار السياسي في الأردن

- أحمد السمان ٢٠١٦م دور الهيئة العامة للاستعلامات في مصر ومكتب الاستعلامات الصحفي الهندي في التصدي للشائعات والتوعية بأخطار الإرهاب^(١٤). كشفت الدراسة عن دور الهيئة العامة للاستعلامات في مصر ومكتب الاستعلامات الصحفي الهندي في التصدي للشائعات والتوعية بأخطار الإرهاب. واستخدمت الدراسة المنهج المقارن، ومنهج دراسة الحالة. وتمثلت أدواتها في الملاحظة، وتحليل الإطار القانوني. وأشارت الدراسة إلى عدة نتائج ومنها، أن مكتب الاستعلامات الصحفي الهندي يعمل في إطار قانوني يلزم مؤسسات الدولة بتوفير المعلومات، ويمنح المكتب صفة المتحدث الوحيد باسم جميع أجهزة الدولة، وهو ما تبعه قيام المكتب بتوفير البيانات الصحفية والمواد الفيلمية والوثائق عن أنشطة هذه المؤسسات أولاً بأول على شبكة الإنترنت وبالتالي القيام بفعالية يوضع أجندة وسائل الإعلام فيما يتعلق بأنشطة أجهزة الدولة، كما أشارت نتائج تحليل المضمون إلى افتقاد الهيئة العامة للاستعلامات القدرة على محاربة الشائعات، وتقديم معلومات والانخراط في وضع أجندة وسائل

^{١٤} أحمد السمان (٢٠١٦). دور الهيئة العامة للاستعلامات في مصر ومكتب الاستعلامات الصحفي الهندي في التصدي للشائعات والتوعية بأخطار الإرهاب: دراسة مقارنة مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع ١، ٩٥، ١١٨ -

الإعلام الخاصة بسياسات الحكومة، فيما نجح موقع المكتب الصحفي الهندي في القيام بهذه المهمة باعتباره المصدر الأول والأوحد للمعلومات والبيانات والصور عن أنشطة السلطات، فيما لم يتم قيام الجهتين بجد معلوماتي لمحاربة الإرهاب. وأوصت الدراسة بضرورة انتقال مسئولية صورة مصر الخارجية إلى وزارة الخارجية مع الدعوة إلى إنشاء قسم خاص للدبلوماسية الشعبية بها، يكون اهتمامه مركزاً على الإعلام الجديد والتقليدي، أما لذلك من تأثير في خلق ضرورة إيجابية تدحض انتشار الشائعات دولياً.

- شيماء عبدالرحيم ٢٠٢٠: إستراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وإنعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية: دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية^(١٥)، يرصد البحث استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وإنعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية، واستهدف تحديد مضمون الشائعات ومعرفة أنواعها وأغراضها والمستهدفين منها من خلال ما قامت به المواقع الإلكترونية الرسمية من تكذيب الشائعات والرد عليها، وينتمي هذا البحث الى البحوث الوصفية وقد استخدم منهج المسح الإعلامي، وتم تحليل مضمون من الشائعات التي قامت المواقع الرسمية بمواجهتها عن طريق نفيها بصفحاتها وتقديم الحقائق وذلك في الفترة من مارس حتى ٣١ مايو ٢٠٢٠ م. وتوصلت الباحثة إلى أن الشائعات استهدفت المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٤٢.٤% من خلال الشائعات التي تنتشر الخرافة والتضليل العلمي وصلت إلى نسبة ٤٨.٤%، وتم استخدام الأسلوب التوعوي بنسبة ٣٣.٣% لجذب المواطنين لتصديق هذه الشائعات، كما ان مضمون الشائعات يأخذ أشكالاً، وأنواعاً متعددة، ترتبط غالباً بطبيعة الظروف والمواقف التي تظهر فيها، وتكون موجهة إلى أفراد ورموز مجتمعية أو جماعات أو حركات أو تنظيمات أو مجتمعات تربطهم عوامل معينة كعامل العرق أو الدين أو حتى قضية تمثل رابطاً بينهم. واتضح أيضاً أن المواقع الرسمية الإلكترونية واجهت الشائعات من خلال قيامها بدور كبير: تكذيب الشائعات وإظهار حقائق هذه الشائعات التي تروجها مواقع التواصل الاجتماعي، ومن خلال مواقعها المواقع الرسمية

^{١٥} شيماء محمد عبدالرحيم. (٢٠٢٠). إستراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وإنعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية: دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ٢٩٤، ٦٩٧ -

الإلكترونية، تسعى لتوفير المعلومات الصحيحة للجمهور وتنمية وعيه، كما قامت منظمة الصحة العالمية بالتعاون مع وسائط التواصل الاجتماعي لمحاربة الشائعات، وتوفير المعلومات الصحيحة بشأن فيروس كورونا إذ إن نفي المعلومات الخطأ، قد أخفق في الحد من التصورات غير الصحيحة. واتضح أيضاً أن المواقع الإلكترونية الرسمية أثبتت مهارتها ونجاحها في تعاملها مع الأزمات، وخاصة أزمة وباء فيروس كورونا المنتشر في كافة أنحاء العالم. كما اتضح من النتائج أن هناك شفافية مطلقة في التعامل مع فيروس كورونا من الحكومة المصرية وهذه الشفافية متواجدة مع منظمة الصحة العالمية، وتتم إتاحة المعلومات لمنظمة الصحة العالمية بما يساعدها على تشخيص علاج لفيروس كورونا.

- حنان موسى ٢٠٢٠: الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار الشائعات على شبكة الانترنت: (١٦) هدفت الدراسة إلى التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار الشائعات على شبكة الانترنت، رصد اتجاهات الشائعات وموضوعاتها على موقع الفيس بوك، رصد شكل وطبيعة تفاعل الجمهور مع الشائعات وردود أفعالهم تجاهها. وعرض البحث إطاراً مفاهيمي تضمّن دراستين نظريتين، نظرية إصلاح الصورة، نظرية ثراء الوسيلة، والمتغيرات المؤثرة في نظرية ثراء الوسيلة، الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي، الدور الحكومي في مواجهة الشائعات الإلكترونية (مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي. وتمثلت أدوات جمع البيانات على التحليل الكمي والكيفي لمحتوى منشورات الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء على الفيس بوك. وطبق البحث على عينة قوامها (١٢٣) شائعة. وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن الشائعات الاقتصادية والتجارية والاجتماعية كانت أكثر الشائعات تداولاً خلال فترة الدراسة نظراً لأهمية هذا النوع من الموضوعات للجمهور. وأوصى البحث بضرورة الاهتمام بالتحديث المستمر للصفحات التابعة للوزارات والحكومة على مواقعه التواصل الاجتماعي وتزويدها بالمعلومات الصحيحة أول بأول.

^{١٦} حنان موسى. (٢٠٢٠). الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار الشائعات على شبكة الانترنت: دراسة تحليلية بمجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع ١٣، ٣٤٨.٢٩٥ -

- ريهام محمود درويش ٢٠٢٠: تعامل المواقع الإلكترونية الحكومية مع الشائعات في ظل مبادرة البيانات المفتوحة^(١٧) هدف البحث على التعرف على كيفية تعامل المواقع الإلكترونية الحكومية مع ما يشهده المجتمع المصري من شائعات وأخبار زائفة. واعتمد البحث على المنهج الوصفي، وتمثلت أداة الدراسة في استمارة تحليل المحتوى لجمع البيانات المرتبطة بموضوع البحث، وتكونت العينة من المنصات الحكومية الإلكترونية وأظهرت نتائج البحث تعرض الدولة المصرية إلى (١٥٧) شائعة خلال أربعة أشهر، ارتبطت بقضايا وموضوعات تمس الحياة اليومية للمواطن المصري، وتحدت في شائعات متعلقة بصحة المواطنين كارتفاع أسعار الأدوية، أو اختفاء بعضها ومنظومة التأمين الصحي الجديدة، انتشار أمراض أو أوبئة بالمحافظات المختلفة، ووجود أمصال وتطعيمات فاسدة، وشائعات متعلقة بغذاء المواطن وشائعات متعلقة بالتعليم الأساسي، واعتمد في نشر الشائعات عبر مواقع التواصل على أساليب التخويف واستغلال العاطفة وأسلوب السخرية.

- أحمد بدري الرفاعي ٢٠٢١: أثر الإعلام الرقمي على التصدي للشائعات والمساهمة في انتشارها من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة في وزارات الحكومة الأردنية^(١٨) هدفت هذه الدراسة الى التعرف على أثر الإعلام الرقمي على التصدي للشائعات والمساهمة في انتشارها من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة في وزارات الحكومة الأردنية كانت درجتها ما بين الكبيرة، ولتحقيق هدف الدراسة تم تطوير استبانة مؤلفة من (٢٠) فقرة، تم توزيعها على (٣٠) من موظفي العلاقات العامة في الوزارات الحكومية وقد بينت نتائج الدراسة أن هناك أثر كبير جدا لإعلام الرقمي على التصدي للشائعات والمساهمة في انتشارها من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة في وزارات الحكومة الأردنية، وتبين أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو أثر الإعلام الرقمي على التصدي للشائعات والمساهمة في انتشارها من وجهة

^{١٧} ريهام محمود درويش. (٢٠٢٠). تعامل المواقع الإلكترونية الحكومية مع الشائعات في ظل مبادرة البيانات المفتوحة. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ٢١/٤، ٢٠٦ -

239. - 348.

^{١٨} أحمد بدري الرفاعي. (٢٠٢١). أثر الإعلام الرقمي على التصدي للشائعات والمساهمة في انتشارها من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة في وزارات الحكومة الأردنية. *مجلة رماح للبحوث والدراسات*، ٥٦، ٣٤٧ - 366.

نظر ممارسي العلاقات العامة في وزارات الحكومة الأردنية حسب متغير (الجنس، سنوات الخبرة، المؤهل العلمي) وبناء على نتائج هذه الدراسة فقد أوصى الباحث بعدة توصيات كان أهمها: على القائمين على الإعلام الرقمي العمل على السيطرة على منع انتشار الأخبار التي لا تتسم بالمصداقية، ضرورة المحافظة على الإعلام الرقمي باستخدام وسائل دقيقة لجمع المعلومات ونشرها.

- ميادة عبدالعال ٢٠٢١: اتجاهات الجمهور المصري نحو الشائعات واستراتيجيات مواجهتها: دراسة تطبيقية^(١٩)، هدفت الدراسة الراهنة إلى كشف معدل متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على مدى ثقة المبحوثين في هذه المواقع كمصدر للأخبار والمعلومات، حيث يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري الذي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من مختلف المستويات، كما اعتمدت الدراسة على تحليل (٥٠) تقرير صادر عن المركز الإعلامي بمجلس الوزراء المصري لعام ٢٠٢٠. أما عن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فهي أن الشائعات الاجتماعية جاءت في المرتبة الأولى للشائعات التي تناولها المركز الإعلامي بمجلس الوزراء المصري بنسبة ٣٧.٩٥%، تليها الشائعات الخاصة بالتعليم بنسبة ٢٠.٦%، ويتبين أن الحكومة تلبي احتياجات الجمهور بالرد على الشائعات بنسبة بلغت ٦٨.٥%، وجاء الترتيب الثاني الموقف الملائم لهذه الاحتياجات إلى حد ما، بنسبة ٣٠.١%، وجاء عدم الملائمة لاحتياجات الجمهور بنسبة ١.٤%.

- أيمن المستكاوي ٢٠٢١: الشائعات وأثرها على أمن المجتمع^(٢٠)، وتوضح أهمية دراسة الشائعات من التأثير الكبير الذي لها على المجتمعات فقد تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع كما قد تؤدي إلى تماسكه وفقا لدورها في خفض أو رفع الروح المعنوية لذلك المجتمع.. فمن خلال الشائعات يمكن أن تتبدل أو تتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم.. ويمكن أن يعزف الناس عن شراء منتج أو زيارة مكان.. فالشائعات يمكن أن تؤثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، والسياسية، والنفسية، والثقافية للشعوب ويمكن أن تؤثر في العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات. والشائعة تعتبر أحد أسلحة

^{١٩} ميادة عبدالعال عبدالعال، (٢٠٢١). اتجاهات الجمهور المصري نحو الشائعات

واستراتيجيات مواجهتها: دراسة تطبيقية. مجلة بحوث، مج ١٢، ع ١، ٧٣، 91. 366 -

^{٢٠} أيمن فوزي المستكاوي. (٢٠٢١). الشائعات وأثرها على أمن المجتمع. مجلة كلية الشريعة والقانون بطنطا، ع ٣٦، عدد خاص، ٤١٨، 459 -

الحرب النفسية والدعائية بل أهم أسلحة هذه الحرب ولا نبالغ إذا قلنا إنها أكثر هذه الأساليب أهمية ودلالة في وقت السلم والحرب على السواء. والواقع الراهن للعالمين العربي والإسلامي الآن يعكس واقع البلبلة الفكرية والتشويش الذهني والتشتت النفسي الذي نعيشه بفعل الحملات المستمرة والموجهة إلينا من قبل الآخر في إطار الحرب ضد الإرهاب والشرق الأوسط الكبير وصراع الحضارات. وفي ضوء هذا الواقع الراهن فإن الشائعات التي نتعرض لها لم تبق مجرد فعل تلقائي أو نشاط عفوي ولكنها وسيلة نشاط محقق ومدبر ومرسوم ومستمر يقوم به خبراء وأخصائيون ينتسبون إلى هيئات ومنظمات ودول كبرى ويتوفر له كافة المعلومات والدراسات والميزانيات والأجهزة، والمعدات التي تساعد على تحقيق الشائعات لأهدافها المرسومة والمحددة بدقة وعناية. ولهذا يتوجب علينا في إطار المواجهة ضرورة العناية بدراسة الشائعات في مختلف مؤسساتنا ومعاهدنا فقد تحدث الشائعات بقوانين ونظريات ودراسات ونتائج تجريبية وواقعية بحيث يمكن توجيهها لتحقيق مطامع وأهداف بعينها في إطار المفهوم الشامل للحرب النفسية وللوقاية من أخطار الحرب المستمرة ضدنا. إن الاقتصر على مجرد جمع الشائعات ورصدها على مستوى الإدارات الأمنية في أغلب الدول العربية أو على مستوى مراكز مؤقتة كما حدث في مصر عند انتشار شائعة إنفلونزا الطيور عندما أنشئت الحكومة مرصدا لتجميع هذه الشائعات لم يعد كافيا في ظل التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال ووسائله وفي ظل الواقع المرير لانتشار الشائعات في المجتمع العربي وفي جميع جوانب الحياة وعلى جميع المستويات. في ظل هذا كله أصبحت مقاومة الشائعات والتصدي لها واقعا ملحا وضرورة من ضرورات الأمن القومي للمجتمع والأمال والاستقرار للأفراد والجماعات. وقد وضعت الشريعة الإسلامية آليات للتصدي للشائعات الكاذبة عن طريق عقوبة ناشرها وعلاج آثارها أيضا لخطورتها على الأمن العام والخاص. فقد قررت الشريعة الإسلامية حرمة الشائعات الكاذبة وأقرت لها عقوبة دنيوية -تتمثل في عقوبة يقدرها الحاكم بالإضافة إلى الحد المقرر إذا تضمن فعل نشر وترويج الشائعات ما يقرر عنه بعقوبة حدية مقدرة "مثل السب والقذف" هذا إلى جانب العقوبة الأخروية من الله عز وجل.

- لؤي مجيد ٢٠١٦: الشائعات وسقوط مدينة الموصل: دراسة في أنواع الشائعات التي رافقت سقوط المدينة والإجراءات الحكومية

لدحضها^(٢١) شهدت مدينة الموصل (٤٥٠ كم شمالي بغداد) في العاشر من حزيران عام ٢٠١٤ تطورات تاريخية، إذ سقطت المدينة، على يد قوات غازية، تسمى داعش، وترافق مع سقوطها، انتشار شائعات كثيرة ومتنوعة، أطلقها التنظيم الإرهابي (داعش)، شاركت في بثها، العديد من وسائل الإعلام ومنها الفضائيات، الموابية للتنظيم والداعمة له، مما سببت ذعرا وخوفا، بين أفراد القوات الأمنية العراقية، الذين تركوا أسلحتهم، وهربوا، وهم في معنويات منهارة، لاسيما بعد أن تمكنت القوات الغازية من احتلال العديد من المدن في غضون ساعات وأيام قليلة. لقد لعبت الشائعات دورا مهما في تسويق قوة تنظيم داعش الإرهابي وسهلت عملية تسليم المدن والقرى للقوات الغازية من قبل القوات الأمنية، التي انسحبت، من دون قتال. في هذا البحث سوف ندرس أنواع الشائعات التي انتشرت، والمناخ الذي ساعد على انتشارها في هذه السرعة، وما هي إجراءات الحكومة، والمؤسسات الرسمية، والمرجعيات الدينية اتجاه هذه الشائعات. وقد قسم البحث إلى عدة محاور هي أولا: الشائعات تعريفها وأنواعها. ثانيا: الواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي في العراق قبل سقوط الموصل. ثالثا: ردود فعل الحكومة والمرجعيات الدينية وأعضاء البرلمان حول الشائعات رابعا: الإجراءات الحكومية للحد من انتشار الشائعات.

المشكلة البحثية وأهميتها:

تتمثل المشكلة الرئيسية في تأثير الشائعات الرقمية على فهم الشباب المصري للسياسات الحكومية وتفاعلهم معها، خاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك"، ففي عصر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت الشائعات والمعلومات المغلوطة تنتشر بسرعة كبيرة، مما يؤدي إلى تشكيل آراء غير دقيقة حول القرارات والسياسات الحكومية، والشباب؛ باعتبارهم فئة نشطة على منصات مثل الفيسبوك، ويعد الشباب أكثر عرضة للانخراط في هذه الشائعات أو تصديقها، مما يساهم في تشكيل مواقف قد تكون بعيدة عن الواقع فضلا عن عدم وجود آليات فعالة للتحقق من المعلومات، وهذا يمكن أن يزيد من تأثير هذه الشائعات على الشباب، خاصة في القضايا المتعلقة بالأداء الحكومي أو قرارات الحكومة الكبرى مما قد يخلق بيئة من التشويش

^{٢١} لؤي مجيد. (٢٠١٦). الشائعات وسقوط مدينة الموصل: دراسة في أنواع الشائعات التي رافقت سقوط المدينة والإجراءات الحكومية لدحضها مجلة آداب المستنصرية، ع ٧٣، ٢٧٨ - 310.

والإرباك بين المواطنين، وقد يؤدي إلى تداعيات سلبية على مستوى الثقة في الحكومة وفعاليتها في اتخاذ القرارات.

وتبرز أهمية الدراسة في الآتي:

- دراسة أثر الشائعات على الرأي العام: الشائعات الرقمية تؤثر بشكل مباشر على الرأي العام لدى الشباب، مما قد يؤدي إلى تضخيم الانقسامات الاجتماعية والسياسية. عندما يقتنع الشباب بمعلومات مغلوطة، فإن ذلك يمكن أن يساهم في تشكيل تصورات غير واقعية حول فعالية أو نزاهة الحكومة.
- الآثار الاجتماعية والسياسية للشائعات: التأثير السلبي للشائعات على الشباب قد يؤدي إلى عزوفهم عن المشاركة الفعالة في العمليات السياسية، مثل التصويت أو التفاعل مع البرامج الحكومية. كما قد يساهم ذلك في زيادة مشاعر العداء تجاه المؤسسات الحكومية، مما يعيق التفاعل الصحي بين الحكومة والمواطنين.
- الكشف عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات: مع تزايد عدد المستخدمين الشباب على منصات مثل الفيسبوك، تصبح هذه الشبكات أحد أكبر منصات نشر الشائعات. لذا فإن دراسة أثر هذه الشائعات على الشباب تعتبر ضرورة لفهم طبيعة تأثير هذه الوسائل في حياتهم اليومية وكيفية معالجة المشكلة من خلال حملات توعية وتنقيف في وسائل الإعلام.

أهداف الدراسة:

للدراسة هدف رئيس وهو التعرف على الشائعات الرقمية وأثرها على الأداء الحكومي: ورصد أساليب تفاعل الشباب مع المعلومات المغلوطة المتعلقة بالسياسات الحكومية على الفيسبوك، ومن هذا الهدف تنبثق عدة أهداف أخرى وهي:

١. الكشف عن مدى معرفة الشباب لمفهوم ومعنى الشائعات
٢. رصد أهم الشائعات المتعلقة بالحكومة والتي تعرض لها الشباب
٣. معرفة اساليب الشائعات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر جمهور الشباب.
٤. دراسة أساليب تفاعل الشباب المصري مع الشائعات الرقمية على الفيسبوك
٥. استكشاف أسباب انتشار الشائعات الرقمية بين الشباب المصري.
٦. اقتراح حلول لتقليل تأثير الشائعات الرقمية.

٧. تقديم توصيات للجهات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني وذلك بناءً على النتائج التي سيتم التوصل إليها، تقديم توصيات للجهات الحكومية والمجتمع المدني لتحسين أساليب التواصل مع الشباب، وتقديم محتوى رقمي موثوق يساهم في زيادة مصداقية السياسات الحكومية.

تساؤلات الدراسة:

لدراسة تساؤل رئيس وهو: ما الشائعات الرقمية وما أثرها على الأداء الحكومي؟ وما هي أساليب تفاعل الشباب مع المعلومات المغلوطة المتعلقة بالسياسات الحكومية على الفيسبوك؟، ومن هذا التساؤل تنبثق عدة تساؤلات أخرى وهي:

١. ما مدى معرفة الشاب للمفاهيم المختلفة للشائعات؟
٢. كيف يتفاعل الشباب المصري مع الشائعات الرقمية المتعلقة بالسياسات الحكومية على الفيسبوك؟
٣. ما الأساليب الأكثر فعالية التي يستخدمها الشباب المصري لمواجهة الشائعات الرقمية على الفيسبوك؟
٤. ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات الرقمية، وكيف يمكن تقليل تأثيرها على الأداء الحكومي؟
٥. كيف يمكن للحكومة ومنظمات المجتمع المدني تحسين الوعي الرقمي لدى الشباب المصري للتقليل من تأثير الشائعات؟

نوع الدراسة ومنهجها:

دراسة وصفية منهجها هو المسح الميداني 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، وتعد الدراسة وصفية لأنها تصف الشائعات الرقمية وأثرها على الأداء الحكومي ورصد أساليب تفاعل الشباب مع المعلومات المغلوطة المتعلقة بالسياسات الحكومية على الفيسبوك

مجتمع وعينة وأداة الدراسة:

- **مجتمع الدراسة:** جمهور الشباب المصري

عينة الدراسة: عينة عمدية من الشباب الجامعي بمختلف محافظات مصر والذين تعرضوا لشائعات وكان لهم تصرف وإجراءات حيالها وعددها ٣٠٠ مفردة

أداة الدراسة: الاستقصاء الإلكتروني

إجراءات الصدق والثبات:

- صدق الأداة: لضمان صدق أداة الدراسة الاستقصاء الالكتروني قام الباحث بعرضهما علي مجموعة من المحكمين^(٢٢) ذوي الخبرة في مجال الإعلام والمرتبطة بأبحاثهم بمواقع التواصل الإجتماعي 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 وبرنامج التحليل الإحصائي SPSS

الإطار النظري: .

الإشاعة مشتقة لغة من الفعل "أشاع"، و أشاع الشيء أي أبداه، فالإشاعة هي الإفصاح والنشر، اذا(شاع الشيء شيوعاً بمعنى ظهر وانتشر)، فالإشاعة هي الخبر ينشر غير مثبت منه(المعجم الوجيز). وتعرف الشائعة A rumor حسب قاموس أوكسفورد الإنجليزي بأنها" خبر أو تقرير غير متحقق منه أو غير مؤكد منتشر في المجتمع"، اصطلاحاً؛ تُعرف الشائعات بأنها "الأخبار التي يتداولها الناس دون احتمال التحقق من صحتها، ويقوم مصدر الشائعة بخلقها وبلورتها ونشرها، كما يوجد مستلم للشائعة، وناشرها، ويشترط لانتشار الشائعات رغبة المستلم في المعرفة ووجود دافع وفائدة لصاحب الشائعة جراء نشرها"^(٢٣)

ويعرف علماء الاجتماع والباحثون " الشائعة" بأنها خبر أو مجموعة من الأخبار الزائفة التي تنتشر في المجتمع بشكل سريع ويتداولها العامة ظناً منهم في صحتها، ودائماً ما تكون هذه الأخبار مشوقة ومثيرة. ولا بد لهذه الشائعة عادة من المصدر الموثوق الذي يحمل أدلة صحتها، وتهدف هذه الأخبار إلى التأثير على الروح المعنوية والتشويش ونثر بذور الشك، وقد تكون هذه الشائعة ذات طابع "عسكري أو سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي"^(٢٤).

^{٢٢} تم عرض أدوات الدراسة على السادة الآتي أسماؤهم:

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

(23) Dayani, R.; Chhabra, N.; Kadian, T., & Kaushal, R. (2016). An Exploration of Twitter Role in Rumor Propagation Among Undergraduates' Community. In Proceedings of the 20th international conference on World Wide Web.

(٢٤) حسن شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ١٢٠.

كما أنها تعرف بأنها" ترويج لخبر لا أساس له من الواقع، وتعتمد المزايدة والتضخيم والتشويه في سرد خبر أو التعليق عليه بأسلوب مغاير بقصد التأثير النفسي على الرأي العام المحلي أو العالمي لأهداف اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو عسكرية" ويتفق علماء النفس والمختصون والباحثون في هذا المجال على أن الإشاعة تعد أحد أساليب الحرب النفسية، فقد نصت معظم كتب الحرب النفسية على أن الإشاعة طريقة من طرقها، أو هي أداة من أقوى أدواتها، مثلها في ذلك مثل الدعاية وغسل الأفكار أو افتعال الفتن والأزمات وغيرها من الأساليب الجمة^(٢٥).

وتعرف الشائعات بأنها "معلومات وأخبار خاطئة، قابلة للذووع عبر الشبكات، ولها تأثيرات كبيرة"^(٢٦).

ويعرفها Przemyslaw Kazienk ٢٠١٥^(٢٧) بأنها معلومات غير مؤكدة تتعلق بمصلحة محلية أو حالية ذات أهمية تهدف في المقام إلى تأسيس اعتقاد مؤيد أو رافض لموضوع ما.

ويرى Jason Porterfield^(٢٨) أنها معلومات غير رسمية لا أساس لها قد تكون صحيحة أو خاطئة.

كما عرف عالما النفس بوستان وألبورت الشائعة بأنها "كل قضية أو عبارة أو اعتقاد محدد قابل للتصديق أو التكذيب يمرر من شخص لآخر عادة شفاهية دون الإشارة إلى معايير أكيدة للصدق، وتحتوى كل شائعة دائماً على شيء من الحقيقة"^(٢٩).

كما للشائعات مجموعة من التعريفات التي تعد طُرز متعددة للشائعات، ومنها أنها خبر غير نزيه لا يتقيد بأي مقاييس دينية أو أخلاقية، وقد يكون:^(٣٠)

(٢٥) نفس المرجع السابق، ص ١٢٠.

(26) Rudat, A. (2015). Twitter Spreads Rumors: Influencing Factors on Twitter's Role in Rumor Spread Among University Students, PhD Thesis, Tubingen: Tubingen

(27) Przemyslaw Kazienko, Nitesh Chawla , APplications of social networks and social networks analysis USA: spinger international publishing, (2015) p78

(28) Jason Porterfield, Freedom of Speech Or Defamation? Expressing Yourself on the Web USA: the Rosen publishing group , 2013, 239

(٢٩) حسام سليمان موسى. استخدام التحقيقات الصحفية الأمنية لتحليل الظواهر ودحض الشائعات، محاضرة مقدمة في الدورة التدريبية بعنوان "أسس وضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية" بأكاديمية شرطة دبي، (جامعة نايف العربية الأمنية: كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، ٢١-٢٥ مارس ٢٠١٠)، ص ٢.

(٣٠) هشام محمد خميس . علم نفس نمو الطفولة والمراهقة، ط^١، (الكويت. دار النشر والتوزيع، ٢٠٠٠)، ص^{١٢}.

- ترويج لخبر لا مبدأ له في الواقع إطلاقاً.
 - نشرأ لخبر حقيقي يتم التهويل والمبالغة فيه.
 - نشرأ لخبر حقيقي يتم التهويل والتقليل من قيمته.
 - خبرأ حقيقياً يتم تشويهه، بالحذف منه بهدف إحداث بلبله وقلق في المجتمع.
 - خبرأ حقيقياً يتم تلوينه بإضافة معلومات له، لا أساس لها من الصحة.
 - خبرأ حقيقياً يتم التفسير أو التعليق عليه بشكل مغاير.
- وتتميز الشائعة بأنها طوافة ويتداولها وسائل إعلام وأفراد، ويظهر بوضوح دور مواقع التواصل الاجتماعي في بث المعلومات والأخبار غير المحققة (الشائعات) وهو ما يجعلها تزداد على نطاق كبير وغير محصور، ومن دون الحاجة إلى إثبات أو بينة^(٣١).
- و يعرف روسنو الشائعات بأنها الاتصالات العامة التي تعكس فرضيات خاصة حول ما يجري في العالم^(٣٢).
- شبكات التواصل الاجتماعي والشائعات "الشائعات الرقمية":** زاد انتشار الشائعة وسرعة تداولها بين أفراد المجتمع وخاصة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وهو الأمر الذي أدى إلى تغير بنية الشائعة وطريقة انتشارها في المجتمع، وذلك بسبب اختلاف طبيعة وخصائص البيئة الحاضنة لتلك الشائعات، فقد سمحت الشبكات الاجتماعية بانتشار الشائعات التي ربما تؤدي إلى تهديد السلم الاجتماعي وتثير البلبله والفتن في المجتمع، وقد كان من المتوقع أن تقل الشائعات تدريجياً من الناحية النظرية وذلك مع تطور وانتشار وسائل الاتصال بشكل كبير، إذ لم يبق هناك الكثير من الأشياء المخفية، إلا أن الشائعات في الواقع بدأت تترابذ وباستمرار، بل وأصبحت تستفيد من وسائل الاتصال التقليدية والإلكترونية في نفس الوقت، ويبدو أن هذا عائد إلى أحد عاملين أو كليهما^(٣٣): الأول: زيادة ميل بعض المواقع المهمة إلى تحريف بعض الحقائق أو حتى إخفاء جزء منها، وهو الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الضبابية والغموض، بالإضافة إلى ضعف المصادقية في الأخبار المعلنة

(٣١) محمد سيد، علم اجتماع الاتصال والاعلام، (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٧)، ص ١٨٣

(32) Rosnow, R. L. (1988). Rumor as communication: A contextualist approach. Journal of Communication, 38(1), 12-18.

(٣٣) وديع محمد العززي، (2016)، الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي المخاطر وسبل المواجهة، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، (3) 29-53.

والتصريحات الرسمية وتناقض بعضها مع الواقع؛ والثاني: الرغبة الكبيرة لدى الناس في معرفة الكثير من الأحداث المجهولة لديهم. ويعد نشر الشائعات من أشد مخاطر إساءة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إذ تسهم تلك الشبكات في انتشار الشائعة وتضخيمها بشكل مبالغ فيه في فترة قصيرة لا تستغرق ساعات^(٣٤)، وفي ظل شبكات التواصل الاجتماعي التي أوجدت مجتمعات افتراضية ذابت واندمجت خلالها الحدود الجغرافية والقيود الاجتماعية فإن الشائعة تحتفظ بهيكليتها وجاذبيتها مدة أطول عندما يرسل أو يشارك أي شخص رسالة إلكترونية أو منشور على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي تحتوي على تلك الشائعة مع أصدقائه، كما تنتقى الشائعة على شبكات التواصل الاجتماعي مادتها وأدواتها من مصادر أكثر ثراء بكثير من حيث المحتوى عكس الشائعة التقليدية، كما تنتشر الشائعة على الشبكات الاجتماعية سواء من خلال النص المكتوب أو المنطوق أو الصوت والرسوم المتحركة والفيديو أحياناً^(٣٥). كما يوجد مجموعة عوامل يمكن أن تسهم في انتشار الشائعات عبر هذه الشبكات، ومن بين هذه العوامل كثرة وجود هذه الشبكات، وسرعة انتقال المعلومات بين المستخدمين سواء أكانت صحيحة أم غير صحيحة، وعدم وجود رقابة فاعلة وقوانين تجرم نقل الأخبار غير الصحيحة عبر هذه الشبكات، وصعوبة التعرف على شخصية مطلق الشائعات على وجه التحديد، إذ أن انتشار الشائعات من أشد وأخطر سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما في أوقات الأزمات الأمنية أو السياسية أو الاقتصادية وفي ظل غياب دور وسائل الإعلام الأخرى في تغطية تلك الأزمات ورغبة الجمهور في معرفة التفاصيل والتطورات التي تحدث باستمرار^(٣٦).

^(٣٤) تركي بن عبد العزيز السديري (2014)، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.

^(٣٥) هباس بن رجاء حربي، (2013) الشائعات ودور وسائل الإعلام في عصر المعلومات.

عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ص ٩٨

^(٣٦) رائد حزام الكرناف، ()، تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية (تويتر أنموذجاً). (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.

الإطار العملي:

جدول ١ وصف عينة الدراسة من حيث السن .

وصف عينة الدراسة من حيث السن	التكرار	النسبة المئوية
من 18 إلى أقل من 25	291	97.0
من 25 إلى أقل من 30	6	2.0
من 30 إلى أقل من 40	3	1.0
المجموع	٣٠٠	%١٠٠

يوضح الجدول رقم ١ توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب فئات السن، حيث تكشف النتائج أن الغالبية العظمى من العينة، بنسبة %97.0، تقع ضمن الفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٢٥ عامًا، ما يعادل 291 فردًا من إجمالي العينة، في المقابل، جاءت فئات الأعمار الأخرى بنسب ضئيلة، حيث كانت فئة من ٢٥ إلى أقل من ٣٠ عامًا تمثل %2.0 فقط من العينة، بينما كانت فئة من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ عامًا تمثل %1.0.

توضح النتيجة إلى أن غالبية العينة تتألف من فئة الشباب، الذين يتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٢٥ عامًا، يُعتبر هذا الجيل هو الأكثر استخدامًا لوسائل التواصل الاجتماعي، ما يجعل هذا التوزيع منطقيًا عند دراسة تأثير هذه الوسائل على سلوكيات الأفراد واهتماماتهم، هذا التوزيع قد يكون ذا دلالة كبيرة في السياق الذي تتناوله الدراسة، خاصة إذا كانت الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي موضوعًا مركزيًا، حيث يُعتبر الشباب أكثر عرضة للتأثر بها أو المشاركة في نشرها.

جدول رقم ٢)

يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضل العينة تصفحها

مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضل العينة تصفحها	التكرار	النسبة المئوية
فيس بوك	211	70.3
تويتر	3	1.0
انستجرام	48	16.0
يوتيوب	36	12.0
يوتيوب	2	.7
المجموع	٣٠٠	%١٠٠

يُظهر الجدول رقم ٢ توزيع تفضيلات أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلون تصفحها، حيث يتصدر فيس بوك القائمة بنسبة %70.3، وهو ما يعادل 211 فرداً من إجمالي العينة، تأتي هذه النتيجة لثبوت الدور المحوري الذي يلعبه فيس بوك كأكثر المنصات انتشاراً واستخداماً بين العينة. تشير النتيجة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ليست جميعها ذات أهمية متساوية لدى أفراد العينة، بل يعتمد التفضيل على نوعية المحتوى والخدمات التي يقدمها كل موقع، فيس بوك يتصدر التفضيلات بسبب طبيعته الشاملة التي تجمع بين التواصل الاجتماعي، متابعة الأخبار، والانخراط في المجتمعات الرقمية، أما انستجرام ويوتيوب فيلبيان احتياجات ترفيهية وبصرية أكثر خصوصية، كما أن ارتفاع نسبة تفضيل فيس بوك يعكس مدى تأثير هذه المنصة على تشكيل الرأي العام، خاصة في ظل استخدامها المكثف في تداول الأخبار والتفاعل مع القضايا الاجتماعية، كما أن تفضيل انستجرام ويوتيوب يشير إلى أهمية المحتوى المرئي في جذب المستخدمين

جدول ٣ اتجاهات أفراد العينة نحو مفهوم الشائعات.

اتجاهات أفراد العينة نحو مفهوم الشائعات	التكرار	النسبة المئوية وفقاً لعدد العينة	نسبة المئوية وفقاً لعدد الاستجابات
خبر يتناقله الناس دون التأكد من صحته	٨٥	28.33	19.63
اخبار كاذبه متداوله بين افراد المجتمع	٥٢	17.33	12.01
ادوات الحرب النفسيه في اوقات الازمات	٣٠	10.00	6.93
معلومات مضلله لخلق الحيره والقلق	٣٥	11.67	8.08
مبالغه في سرد خبر يحتوي علي جزء من الحقيقه	٢٧	9.00	6.24
كل ما سبق	٢٠٤	68.00	47.11
المجموع	٣٠٠	%١٠٠	%١٠٠

يكشف الجدول رقم ٣ عن اتجاهات أفراد العينة نحو مفهوم الشائعات، حيث تبين أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة اختارت الإجابة "كل ما سبق" بنسبة %68.00، أي ما يعادل 204 فرداً، تعكس هذه النتيجة وعياً عاماً وشاملاً لدى العينة بطبيعة الشائعات وخصائصها المتعددة. تعكس النتيجة أن الشائعات تُعتبر ظاهرة معقدة لدى غالبية العينة، حيث يتم إدراكها كمزيج من التضليل، الكذب، والتأثير النفسي، الفهم المتعدد الأبعاد للشائعات يشير إلى تأثير التجارب اليومية والتغطيات الإعلامية على وعي الأفراد، هذا التعدد في التعريفات يُبرز الحاجة إلى زيادة ثقافة التحقق من المعلومات ومهارات التفكير النقدي لدى الجمهور.

جدول رقم ٤

يوضح الاعتقاد في استغلال وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات .

النسبة المئوية	التكرار	ما درجه اعتقادك في استغلال وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات
3.7	11	درجة ضعيفة
19.7	59	درجة متوسطة
76.7	230	درجة كبيرة
١٠٠%	٣٠٠	المجموع

يكشف الجدول رقم ٤ عن توزيع إجابات العينة حول درجة اعتقادهم في استغلال وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الشائعات، تُظهر النتائج أن النسبة الأكبر من أفراد العينة، وهي 76.7%، ما يعادل 230 فردًا، يعتقدون أن وسائل التواصل الاجتماعي تُستغل بشكل كبير لنشر الشائعات، بينما عبّر 19.7%، أي 59 فردًا، عن اعتقادهم بأن الاستغلال يتم بدرجة متوسطة، وجاءت النسبة الأقل، وهي 3.7%، أي 11 فردًا، ممن يعتقدون أن الاستغلال يتم بدرجة ضعيفة.

تُظهر النتيجة أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يدركون الخطر الكبير الذي تمثله وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لنشر الشائعات، يعكس هذا الوعي تجربة متكررة مع المحتوى المضلل المنتشر عبر هذه المنصات، تُمثل هذه النتيجة تحذيرًا واضحًا حول كيفية استغلال وسائل التواصل الاجتماعي، خاصةً في أوقات الأزمات والأحداث الكبرى.

جدول ٥ يوضح نوع الشائعات الخاصة بالأداء الحكومي التي تعرضت لها عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي.

نوع الشائعات التي تعرضت لها علي مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية وفقاً لعدد العينة	نسبة وفقاً لعدد الاستجابات
شائعات ذات طابع عام	٥٨	19.33	11.44
شائعات ذات طابع سياسي	٦٦	22.00	13.02
شائعات ذات طابع تعليمي	١٤١	47.00	27.81
شائعات ذات طابع صحي	٦٩	23.00	13.61
شائعات ذات طابع اجتماعي	١٥٣	51.00	30.18
شائعات ذات طابع عسكري	٢٠	6.67	3.94
المجموع	٣٠٠		%١٠٠

يوضح الجدول رقم ٥ أنواع الشائعات التي تعرض لها أفراد العينة علي مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تظهر النتائج تنوعاً كبيراً في طبيعة الشائعات، جاءت الشائعات ذات الطابع الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة %51.00، تليها الشائعات ذات الطابع التعليمي بنسبة %47.00، بينما احتلت الشائعات ذات الطابع السياسي والصحي نسباً متوسطة، وظهرت الشائعات ذات الطابع العسكري كأقل الأنواع انتشاراً بنسبة %6.67.

تشير النتيجة إلى أن الشائعات تتنوع في طبيعتها بناءً على الموضوعات الأكثر ارتباطاً بحياة الأفراد أو تلك التي تُثير اهتمامهم وقلقهم، الشائعات الاجتماعية والتعليمية تحظى بالنسب الأكبر لأنها ترتبط مباشرة بقضايا يومية تؤثر على شريحة واسعة من المجتمع، في المقابل، الشائعات ذات الطابع السياسي والصحي تُظهر أهمية السياق السياسي والصحي في التأثير على انتشار الشائعات، كما أن سهولة تداول الشائعات علي مواقع التواصل الاجتماعي تُساهم في انتشارها، خاصةً عند غياب التحقق من صحة المعلومات أو عند وجود اهتمام عام بالقضايا المطروحة.

جدول ٦ أمثله لأهم الشائعات التي تعرضت اليها أفراد العينة في مواقع التواصل الاجتماعي.

نسبة المنوية ووفقاً لعدد الاستجابات	النسبة المنوية وفقاً لعدد العينة	التكرار	امثله لأهم الشائعات التي تعرضت اليها في مواقع التواصل الاجتماعي.
23.78	45.33	١٣٦	التلاعب في صورته فوتوغرافية واستغلال لوجهات الصحف
8.04	15.33	٤٦	التلاعب في تسجيل صوتي
10.84	20.67	٦٢	التلاعب في مقطع فيديو
33.57	64.00	١٩٢	معلومات غير صحيحة
17.31	33.00	٩٩	تصريحات مختلفة
6.47	12.33	٣٧	التلاعب في لوجهات الصحف
%١٠٠	%١٠٠	٣٠٠	المجموع

يوضح الجدول رقم ٦ أمثلة لأهم الشائعات التي تعرض لها أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تُظهر النتائج أن أكثر الشائعات التي تم التعرض لها تتعلق بـ "معلومات غير صحيحة" التي شكلت 64.00% من إجمالي العينة، تليها "التلاعب في الصور الفوتوغرافية واستغلال لوجهات الصحف" بنسبة 45.33%، كما يظهر أيضاً أن "التلاعب في مقطع فيديو" و "التلاعب في تسجيل صوتي" كانا موضوعين شائعين، لكنهما سجلوا نسباً أقل.

تُظهر هذه النتيجة أن الشائعات التي تعتمد على وسائل مرئية أو سمعية مثل الصور والفيديوهات والتسجيلات الصوتية هي الأكثر تأثيراً على الجمهور، بينما تأتي الشائعات التي تعتمد على تصريحات مختلفة أو التلاعب في المصادر الصحفية بنسب أقل، يشير هذا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد تسهل انتشار هذه الأنواع من الشائعات بسبب سهولة تعديل وتوزيع المحتوى.

جدول رقم ٧

يوضح اسباب نشر الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي علي مواقع التواصل الاجتماعي

نسبة المنوية وفقاً لعدد الاستجابات	النسبة المنوية وفقاً لعدد العينة	التكرار	اهم اسباب نشر الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي علي مواقع التواصل الاجتماعي من وجهه نظرك
12.21	28.33	٨٥	التأثير علي الاداء الحكومي
10.92	25.33	٧٦	بث الخوف والكراهيه
12.21	28.33	٨٥	التحريض
11.93	27.67	٨٣	التشكيك في الحكوميه
19.11	44.33	١٣٣	التأثير علي تكوين الرأي العام
17.39	40.33	١٢١	لأحداث البلبله وهز ثقه الناس بالحكومه
16.24	37.67	١١٣	زعزعة الأمن والاستقرار الحكومي
١٠٠%		٣٠٠	المجموع

يوضح الجدول رقم ٧ الأسباب الرئيسية التي يراها أفراد العينة لنشر الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي على مواقع التواصل الاجتماعي، تركز النتائج على عدد من الأسباب المهمة، حيث تصدر "التأثير على الأداء الحكومي" و "التحريض" كلاهما بنسبة 28.33%، تليهما "التأثير على تكوين الرأي العام" بنسبة 44.33%، كما أظهرت البيانات تأثيراً واضحاً لكل من "بث الخوف والكراهية" و "التشكيك في الحكومة"، حيث جاءت هذه الأسباب بنسب عالية أيضاً.

تفسر النتيجة بأن الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي لا تقتصر فقط على نقل معلومات مغلوطة، بل تمتد لتشمل محاولات منهجية لتوجيه الرأي العام وتحفيز ردود فعل قد تكون سلبية تجاه الحكومة، الشائعات التي تهدف إلى "التأثير على تكوين الرأي العام" هي الأهم، مما يشير إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تُستخدم بشكل متزايد كأداة لتشكيل الأفكار والمواقف الجماعية، الشائعات التي تركز على "التشكيك في الحكومة" أو "زعزعة

الاستقرار الحكومي "يمكن أن تؤدي إلى تراجع الثقة في قدرة الحكومة على إدارة شؤون البلاد بشكل فعال

جدول ٨ أساليب التفاعل مع الشائعات التي تصل لأفراد العينة

الأساليب التي تصل إليها التفاعل مع الشائعات	التكرار	النسبة المئوية وفقاً لعدد العينة	نسبة وفقاً لعدد المنوية الاستجابات
إهمال الشائعات وعدم نشرها	١٨١	60.33	33.77
عمل share	٣٤	11.33	6.34
ارسال تعليقات	٣٠	10.00	5.60
الاعجاب	٢٢	7.33	4.10
إضافه الروابط الإلكترونية التي تثبت عدم صحة الشائعة	٨٤	28.00	15.67
النفي السريع للشائعة	٨٩	29.67	16.60
تقرأ وتعلق علي الشائعة	٣٨	12.67	7.09
عمل مشاركته مع اضافته توضيح	٥٨	19.33	10.82
المجموع	٣٠٠		١٠٠%

يوضح الجدول رقم ٨ أساليب التفاعل مع الشائعات التي تصل إلى أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال النتائج، يتبين أن "إهمال الشائعات وعدم نشرها" يعد أسلوب التفاعل الأكثر شيوعاً، حيث اختار 60.33% من أفراد العينة هذه الإجابة، تلتها أساليب أخرى مثل "النفي السريع للشائعة" بنسبة 29.67% و "إضافة الروابط الإلكترونية التي تثبت عدم صحة الشائعة" بنسبة 28.00%.

توضح هذه النتيجة بأن غالبية الأفراد يتعاملون مع الشائعات بحذر، حيث يفضلون إهمال الشائعات وعدم نشرها لتجنب نشر معلومات غير موثوقة، هذه النتيجة تعكس زيادة الوعي الجماعي بأهمية عدم المشاركة في الشائعات، الأمر الذي يمكن أن يساعد في تقليل تأثير هذه الشائعات على المجتمع، من جهة أخرى، يُظهر "النفي السريع" و "إضافة الروابط الإلكترونية" أن هناك جزءاً من العينة يمتلك الوعي الكافي للتفاعل مع الشائعات من خلال تقديم معلومات مضادة وصحيحة، هذه الأساليب تساهم في تصحيح المعلومات وتوفير الأدلة الموثوقة التي قد تساعد في تقليل تأثير الشائعات.

جدول ٩ الاسباب التي تري العينة انها ضروريه لخفض نشر الشائعات علي مواقع التواصل الاجتماعي.

الاسباب التي تري أنها ضرورية لخفض نشر الشائعات علي مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية وفقاً لعدد العينة	نسبة المئوية وفقاً لعدد الاستجابات
التعرض للصفحات الرسمية	١٠٦	35.33	17.29
التكذيب والبيانات الشخصية والرسمية	٣٧	12.33	6.04
التعرض لوسائل الاعلام الرسمية	١٠٠	33.33	16.31
التعرض للروابط الرسمية	٥٣	17.67	8.65
تطبيق العقوبات علي مروجي الشائعات	١٧٣	57.67	28.22
انشاء هيئة لرصد الشائعات	١٤٤	48.00	23.49
المجموع	٣٠٠		١٠٠%

يُظهر الجدول رقم ٩ الأسباب التي يعتقد أفراد العينة أنها ضرورية لخفض نشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، من بين هذه الأسباب، سجل "تطبيق العقوبات على مروجي الشائعات" النسبة الأعلى بـ 57.67%، تليها "إنشاء هيئة لرصد الشائعات" بنسبة 48.00%، كما جاءت بعض الأسباب الأخرى مثل "التعرض للصفحات الرسمية" و "التعرض لوسائل الإعلام الرسمية" بنسب متفاوتة، تشير النتيجة إلى أن أغلب أفراد العينة يرون أن مكافحة الشائعات تتطلب إجراءات قانونية ورقابية صارمة، يتفق معظم المشاركين في الدراسة على ضرورة وجود هيئات رسمية لمراقبة الشائعات وإجراءات قانونية لفرض عقوبات على من يروجون لها، مما يعكس القلق العام حول تأثير هذه الشائعات على الأفراد والمجتمع ككل، كما تعكس النتائج أهمية المصادر الرسمية في الحد من انتشار الشائعات، يتضح أن الأفراد يميلون إلى الاعتماد على المواقع الرسمية ووسائل الإعلام الموثوقة للحصول على المعلومات الصحيحة، من هنا، يمكن الاستفادة من هذه الرغبة بتطوير أدوات وطرق رسمية يمكن أن تساعد في ضمان تدفق المعلومات الدقيقة إلى الجمهور.

جدول ١٠ اهداف نشر الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي علي مواقع التواصل الاجتماعي.

نسبة المنوية وفقاً لعدد الاستجابات	النسبة المنوية وفقاً لعدد العينة	التكرار	اهداف نشر الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي علي مواقع التواصل الاجتماعي
25.24	52.67	١٥٨	التشكيك في الاداء الحكومي
16.29	34.00	١٠٢	مهاجمه الشخصيات الرسميه
15.97	33.33	١٠٠	بث عدم الرضا في الاداء الحكومي
16.77	35.00	١٠٥	اثبات فشل الحكومه
7.35	15.33	٤٦	اثاره الفضول والتسلية
13.26	27.67	٨٣	اثاره المشاعر ضد الحكومه
5.11	10.67	٣٢	اشباع فضول الجماهير نحو الحكومه
		٣٠٠	المجموع

يوضح الجدول رقم ١٠ الأهداف التي يعتقد أفراد العينة أن الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي على مواقع التواصل الاجتماعي تُنشر من أجلها، من خلال النتائج، يتبين أن الهدف الأكثر شيوعاً هو "التشكيك في الأداء الحكومي" بنسبة 52.67%، تليه أهداف أخرى مثل "إثبات فشل الحكومة" بنسبة 35.00% و "مهاجمة الشخصيات الرسمية" بنسبة 34.00%، كما تظهر أهداف أخرى ذات صلة مثل "بث عدم الرضا في الأداء الحكومي" و "إثارة الفضول والتسلية" بنسبة أقل.

تعكس هذه النتيجة أن الشائعات تُستخدم كأداة قوية في التأثير على الرأي العام، خاصة في السياقات السياسية والاجتماعية، هذه الأهداف تُظهر أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت ساحة لتهديد استقرار الحكومة من خلال توجيه الجمهور بشكل ممنهج، من المهم أن تُركز الجهود على تثقيف الجمهور حول كيفية التعرف على الشائعات وتجنب الانجرار وراءها.

جدول ١١ المواقف التي تتخذها العينة في حاله تعرضها للشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي.

المواقف التي تتخذها في حاله تعرضك للشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي	التكرار	النسبة النسبة المنوية وفقاً لعدد العينة	نسبة المنوية وفقاً لعدد الاستجابات
افقد الثقة في المسؤولين وقاده المجتمع	٣٢	10.67	5.91
احرص علي اظهار الحقيقه امام الآخرين	١١٠	36.67	20.33
اشعر بالخوف والقلق	١٩	6.33	3.51
افقد الشعور بالأمان والطمأنينه	٣٣	11.00	6.10
ابحث عن مصدر الشائعة	٨٤	28.00	15.53
ابحث عن المعلومة الأصلية	١٧٢	57.33	31.79
اتعامل بموضوعيه	٩١	30.33	16.82
المجموع	٣٠٠	%١٠٠	%١٠٠

يوضح الجدول رقم ١١ المواقف التي يتخذها أفراد العينة في حال تعرضهم لشائعات تتعلق بالأداء الحكومي، أظهرت النتائج أن أكثر المواقف شيوعاً كان "البحث عن المعلومة الأصلية" بنسبة 57.33%، تلتها مواقف أخرى مثل "الحرص على إظهار الحقيقة أمام الآخرين" بنسبة 36.67% و "التعامل بموضوعية" بنسبة 30.33%، كما سجلت مواقف مثل "فقدان الثقة في المسؤولين وقادة المجتمع" و "الشعور بالخوف والقلق" نسباً أقل.

تشير النتيجة إلى أن أغلب الأفراد يتخذون موقفاً نشطاً ومسؤولاً في مواجهة الشائعات، سواء من خلال التحقق من المعلومات، أو تقديم تصحيحات للأخبار المضللة في محيطهم، يعتبر البحث عن المعلومة الأصلية هو الأسلوب الأكثر استخداماً، ما يعكس الوعي المتزايد بضرورة التحقق من صحة الأخبار قبل تصديقها أو نشرها.

النتائج العامة للدراسة:

- تحدد النتائج إلى أن غالبية العينة تتألف من فئة الشباب، الذين يتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٢٥ عاماً، يُعتبر هذا الجيل هو الأكثر استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي، ما يجعل هذا التوزيع منطقياً عند دراسة

- تأثير هذه الوسائل على سلوكيات الأفراد واهتماماتهم، هذا التوزيع قد يكون ذا دلالة كبيرة في السياق الذي تتناوله الدراسة، خاصة إذا كانت الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي موضوعاً مركزياً، حيث يُعتبر الشباب أكثر عرضة للتأثر بها أو المشاركة في نشرها.
- تشير النتائج إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ليست جميعها ذات أهمية متساوية لدى أفراد العينة، بل يعتمد التفضيل على نوعية المحتوى والخدمات التي يقدمها كل موقع، فیس بوك يتصدر التفضيلات بسبب طبيعته الشاملة التي تجمع بين التواصل الاجتماعي، متابعة الأخبار، والانخراط في المجتمعات الرقمية، أما انستجرام ويوتيوب فيلبيان احتياجات ترفيهية وبصرية أكثر خصوصية، كما ان ارتفاع نسبة تفضيل فيس بوك يعكس مدى تأثير هذه المنصة على تشكيل الرأي العام، خاصة في ظل استخدامها المكثف في تداول الأخبار والتفاعل مع القضايا الاجتماعية، كما أن تفضيل انستجرام ويوتيوب يشير إلى أهمية المحتوى المرئي في جذب المستخدمين.
 - تعكس النتائج أن الشائعات تُعتبر ظاهرة معقدة لدى غالبية العينة، حيث يتم تفسيرها وتعريفها إدراكها كمزيج من التضليل، الكذب، والتأثير النفسي، الفهم المتعدد الأبعاد للشائعات يشير إلى تأثير التجارب اليومية والتغطيات الإعلامية على وعي الأفراد، هذا التعدد في التعريفات يُبرز الحاجة إلى زيادة ثقافة التحقق من المعلومات ومهارات التفكير النقدي لدى الجمهور.
 - تُظهر النتائج أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يدركون الخطر الكبير الذي تمثله وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لنشر الشائعات، يعكس هذا الوعي تجربة متكررة مع المحتوى المضلل المنتشر عبر هذه المنصات، تُمثل هذه النتيجة تحذيراً واضحاً حول كيفية استغلال وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة في أوقات الأزمات والأحداث الكبرى.
 - توضح النتائج إلى أن الشائعات تتنوع في طبيعتها بناءً على الموضوعات الأكثر ارتباطاً بحياة الأفراد أو تلك التي تُثير اهتمامهم وقلقهم، الشائعات الاجتماعية والتعليمية تحظى بالنسب الأكبر لأنها ترتبط مباشرة بقضايا يومية تؤثر على شريحة واسعة من المجتمع، في المقابل، الشائعات ذات الطابع السياسي والصحي تُظهر أهمية السياق السياسي والصحي في التأثير على انتشار الشائعات، كما أن سهولة تداول الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي تُزيد من انتشارها، خاصة عند غياب التحقق من صحة المعلومات أو عند وجود اهتمام عام بالقضايا المطروحة.

- تظهر هذه النتائج أن الشائعات التي تعتمد على وسائل مرئية أو سمعية مثل الصور والفيديوهات والتسجيلات الصوتية هي الأكثر تأثيراً على الجمهور، بينما تأتي الشائعات التي تعتمد على تصريحات مختلفة أو التلاعب في المصادر الصحفية بنسب أقل، يشير هذا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد تسهل انتشار هذه الأنواع من الشائعات بسبب سهولة تعديل وتوزيع المحتوى
- تشير النتائج إلى أن الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي لا تقتصر فقط على نقل معلومات مغلوطة، بل تمتد لتشمل محاولات منهجية لتوجيه الرأي العام وتحفيز ردود فعل قد تكون سلبية تجاه الحكومة، الشائعات التي تهدف إلى "التأثير على تكوين الرأي العام" هي الأهم، مما يشير إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تُستخدم بشكل متزايد كأداة لتشكيل الأفكار والمواقف الجماعية، الشائعات التي تركز على "التشكيك في الحكومة" أو "زعزعة الاستقرار الحكومي" يمكن أن تؤدي إلى تراجع الثقة في قدرة الحكومة على إدارة شؤون البلاد بشكل فعال
- تكشف النتائج على أن غالبية الأفراد يتعاملون مع الشائعات بحذر، حيث يُفضلون إهمال الشائعات وعدم نشرها لتجنب نشر معلومات غير موثوقة، هذه النتيجة تعكس زيادة الوعي الجماعي بأهمية عدم المشاركة في الشائعات، الأمر الذي يمكن أن يساعد في تقليل تأثير هذه الشائعات على المجتمع، من جهة أخرى، يُظهر "النفي السريع" و "إضافة الروابط الإلكترونية" أن هناك جزءاً من العينة يمتلك الوعي الكافي للتفاعل مع الشائعات من خلال تقديم معلومات مضادة وصحيحة، هذه الأساليب تساهم في تصحيح المعلومات وتوفير الأدلة الموثوقة التي قد تساعد في تقليص تأثير الشائعات
- تبرز النتائج إلى أن أغلب أفراد العينة يرون أن مكافحة الشائعات تتطلب إجراءات قانونية ورقابية صارمة، يتفق معظم المشاركين في الدراسة على ضرورة وجود هيئات رسمية لمراقبة الشائعات وإجراءات قانونية لفرض عقوبات على من يروجون لها، مما يعكس القلق العام حول تأثير هذه الشائعات على الأفراد والمجتمع ككل، كما تعكس النتائج أهمية المصادر الرسمية في الحد من انتشار الشائعات، يتضح أن الأفراد يميلون إلى الاعتماد على المواقع الرسمية ووسائل الإعلام الموثوقة للحصول على المعلومات الصحيحة، من هنا، يمكن الاستفادة من هذه الرغبة بتطوير أدوات وطرق رسمية يمكن أن تساعد في ضمان تدفق المعلومات الدقيقة إلى الجمهور.

- تبين النتائج أن الشائعات تُستخدم كأداة قوية في التأثير على الرأي العام، خاصة في السياقات السياسية والاجتماعية، هذه الأهداف تُظهر أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت ساحة لتهديد استقرار الحكومة من خلال توجيه الجمهور بشكل ممنهج، من المهم أن تُركز الجهود على تثقيف الجمهور حول كيفية التعرف على الشائعات وتجنب الانجرار وراءها.
 - توضح النتائج إلى أن أغلب الأفراد يتخذون موقفاً نشطاً ومسؤولاً في مواجهة الشائعات، سواء من خلال التحقق من المعلومات، أو تقديم تصحيحات للأخبار المضللة في محيطهم، يعتبر البحث عن المعلومة الأصلية هو الأسلوب الأكثر استخداماً، ما يعكس الوعي المتزايد بضرورة التحقق من صحة الأخبار قبل تصديقها أو نشرها.
 - وفيما يتعلق مقترحات أفراد العينة للقضاء على نشر الشائعات المتعلقة بالأداء الحكومي على مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن تلخيص أبرز هذه المقترحات في النقاط التالية:
١. الشفافية الحكومية:

- نشر المعلومات الرسمية بشكل دوري وموثوق من خلال القنوات الحكومية الرسمية مثل المواقع الإلكترونية وحسابات التواصل الاجتماعي.
- توفير تقارير واضحة حول المشاريع والقرارات الحكومية، وتوضيح أسبابها وتأثيراتها.

٢. التفاعل السريع مع الشائعات:

- تخصيص فرق إعلامية مختصة لرصد الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي والرد عليها بشكل فوري.
- نشر بيانات توضح الحقائق وتصحح المغالطات بشكل دقيق.

٣. التوعية الإعلامية:

- إطلاق حملات توعية للمواطنين حول كيفية التحقق من الأخبار من مصادر موثوقة قبل نشرها أو تداولها.
- التعاون مع الإعلام ووسائل التواصل لتعليم الجمهور كيفية التعامل مع الشائعات.

٤. إنشاء منصات للتحقق من الأخبار:

- إطلاق منصات مستقلة حكومية أو بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني للتحقق من صحة الأخبار والشائعات.
- تشجيع المواطنين على استخدام هذه المنصات لتفنيد الأخبار المغلوطة.

٥. **التعاون مع منصات التواصل الاجتماعي:**
 - العمل مع شركات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر للتعاون في تحديد وحذف المحتوى المضلل.
 - فرض قوانين على هذه المنصات لحذف الأخبار الزائفة وإيقاف الحسابات التي تنشر الشائعات.
٦. **فرض عقوبات على مروجي الشائعات:**
 - تطبيق عقوبات صارمة على الأفراد الذين ينشرون الشائعات بشكل متعمد، خاصة التي تهدد الأمن القومي أو تضر بالمجتمع.
 - وضع قوانين تحظر نشر الأخبار الكاذبة مع وجود عقوبات رادعة للحد من تداولها.
٧. **إنشاء هيئات لرصد الشائعات:**
 - تأسيس هيئة مختصة لمتابعة ورصد الشائعات المنتشرة على الإنترنت، والتأكد من صحتها.
 - فرض رقابة مشددة على الصفحات التي تنشر معلومات غير صحيحة.
٨. **زيادة التواصل المباشر مع المواطنين:**
 - فتح قنوات تواصل مباشرة بين المسؤولين والجمهور لتوضيح الحقائق والإجابة على استفسارات المواطنين.
 - زيادة التواصل عبر وسائل الإعلام التقليدية ومنصات التواصل الاجتماعي لتقديم المعلومات الموثوقة.

مراجع الدراسة:

- أحمد السمان (٢٠١٦). دور الهيئة العامة للاستعلامات في مصر ومكتب الاستعلامات الصحفي الهندي في التصدي للشائعات والتوعية بأخطار الإرهاب: دراسة مقارنة *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ع ١ ، ٩٥ - 118.
- أحمد بدري الرفاعي. (٢٠٢١). أثر الإعلام الرقمي على التصدي للشائعات والمساهمة في انتشارها من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة في وزارات الحكومة الأردنية *مجلة رماح للبحوث والدراسات*، ع ٥٦ ، ٣٤٧ - 366.
- أيمن فوزي المستكاوي. (٢٠٢١). الشائعات وأثرها على أمن المجتمع *مجلة كلية الشريعة والقانون بطنطا*، ع ٣٦ ، عدد خاص ، ٤١٨ - 459.
- تركي بن عبد العزيز السديري (2014)، *توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات*. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور: *لسان العرب*، ج ١٠، القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة، بدون تاريخ، ص ٥٦.
- حسام سليمان موسى. استخدام التحقيقات الصحفية الأمنية لتحليل الظواهر ودحض الشائعات، محاضرة مقدمة في الدورة التدريبية بعنوان "أسس وضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية" بأكاديمية شرطة دبي، (جامعة نايف العربية الأمنية: كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، ٢١-٢٥ مارس ٢٠١٠)، ص ٢.
- حسن شفيق، *نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي*، القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ١٢٠.
- حنان موسى. (٢٠٢٠). *الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار الشائعات على شبكة الانترنت: دراسة تحليلية* *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ع ١٣ ، ٢٩٥ - 348.
- رائد حزام الكرناف، ()، *تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية* (تويتر أنموذجًا). (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.

- ريهام محمود درويش. (٢٠٢٠). تعامل المواقع الإلكترونية الحكومية مع الشائعات في ظل مبادرة البيانات المفتوحة. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ع٢٨، ٢٠٦، 348 - 239.
- شيماء محمد عبدالرحيم. (٢٠٢٠). إستراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وإنعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية: دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، ع٢٩، ٦٩٧، 733 -
- عبدالخالق زقروق. (٢٠٢٠). الأطر الخبرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي المصري: دراسة تحليلية مقارنة. *مجلة البحوث الإعلامية*، ع٥٤، ج٦، ٣٨٩١، 3978 -
- فاخر عقل: معجم علم النفس، ج٤، القاهرة، ١٩٨٥م، ص٩٩.
- فهمي توفيق مقبل: دور المؤسسات التربوية في مكافحة الشائعات، في الإشاعة والحرب النفسية، منشورات المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، ١٤١٠هـ، ص١٢٥.
- لؤي مجيد. (٢٠١٦). الشائعات وسقوط مدينة الموصل: دراسة في أنواع الشائعات التي رافقت سقوط المدينة والإجراءات الحكومية لدحضها. *مجلة آداب المستنصرية*، ع٧٣، ٢٧٨، 310 -
- 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
- مارلين هرمز. (٢٠٢١). الشائعات التقليدية والإلكترونية: دراسة تحليلية للشائعات المنشورة في شبكة الإنترنت ومحافظات عراقية للمدة ٢٠١٨/١٢/٢٠ ولغاية ٢٠١٩/١/٣١. *مجلة آداب المستنصرية*، ع٩٦، ١، 27 -
- مجمع اللغة العربية: المجمع الوسيط، ج١، مصر، المكتبة العلمية، بدون سنة نشر.
- محمد سيد، علم اجتماع الاتصال والاعلام، (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٧)، ص ١٨٣
- محمد عبدالقادر حاتم: الإعلام والدعاية نظريات وتجارب، الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٢م، ص١٧٩.
- مختار التهامي: الرأي العام والحرب النفسية، ج١، ط٤، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧٩م، ص١١٤.
- معتز سيف عبدالله: الحرب النفسية، والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٧٧م، ص١٦٤.

- المعتصم الهلالي ٢٠٢٣: الشائعات وأثرها على أداء المؤسسات الحكومية في المجتمع العماني، مجلة بحوث الشرق الأوسط، Article 6, Volume 11, Issue 93 - Serial Number 11, November 2023, Page 209-244
- منذر جرادات. (2021). أثر الإشاعة على الاستقرار السياسي في الأردن خلال الفترة ٢٠١١-٢٠٢١ من وجهة نظر أساتذة العلوم السياسية في الجامعات الأردنية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة مؤتة، مؤتة
- منصور عبدالمنعم (٢٠٢٣). الشائعات وتأثيرها على أداء مؤسسات التعليم وسبل مكافحتها. دراسات تربوية ونفسية. مجلة كلية التربية بالزقازيق 1-18, 37(115),
- ميادة عبدالعال عبدالعال، (٢٠٢١). اتجاهات الجمهور المصري نحو الشائعات واستراتيجيات مواجهتها: دراسة تطبيقية. مجلة بحوث، مج ١، ع ١٢٤، ٧٣. 366. 91-
- هباس بن رجاء حربي، (2013) الشائعات ودور وسائل الإعلام في عصر المعلومات. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ص ٩٨
- هشام محمد خميس . علم نفس نمو الطفولة والمراهقة، ط١، (الكويت. دار النشر والتوزيع، ٢٠٠٠)، ص ١٢.
- وديع محمد العززي، (2016)، الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي المخاطر وسبل المواجهة، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، (3) 29-53.
- Dayani, R.; Chhabra, N.; Kadian, T., & Kaushal, R. (2016). An Exploration of Twitter Role in Rumor Propagation Among Undergraduates' Community. In Proceedings of the 20th international conference on World Wide Web.
- Jason Porterfield, Freedom of Speech Or Defamation? Expressing Yourself on the Web USA: the Rosen publishing group , 2013, 239
- Przemyslaw Kazienko, Nitesh Chawla , APplications of social networks and social networks analysis USA: spinger international publishing ,2015) p78
- Rosnow, R. L. (1988). Rumor as communication: A contextualist approach. Journal of Communication, 38(1), 12-18.
- Rudat, A. (2015). Twitter Spreads Rumors: Influencing Factors on Twitter's Role in Rumor Spread Among University Students, PhD Thesis, Tubingen: Tubingen