

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية.

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية).

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان).

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان).

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية.

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد التاسع والخمسون - الجزء الثاني - صفر ١٤٤٣ هـ - أكتوبر ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وأخرى باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي عبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد  
بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة  
الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).



- ٥٢١ ■ توظيف «فيس بوك» في الرقابة الشعبية لحماية المستهلك دراسة تحليلية  
مقارنة بين صفحتي **Don't shop here - Consumer Reports**  
د. آمال إسماعيل محمد زيدان
- 
- ٥٨٣ ■ العلاقة بين نمط التفكير ونشر الخصوصية عبر الإعلام الاجتماعي  
الجديد  
د. سعد بن عبد الرحمن القرني
- 
- ٦٣٧ ■ تصور مقترح لبرنامج تدريبي لنشر التربية الإعلامية والرقمية بين  
الشباب الجامعي في صعيد مصر «دراسة طولية شبه تجريبية»  
د. فاطمة فايز عبده، د. إنجي عباس أبو العز
- 
- ٦٩١ ■ تقنيات استخدام الهواتف الذكية في الإنتاج البرامجي المرئي (دراسة  
استكشافية)  
د. مروة عبد الله السيد
- 
- ٧٣٣ ■ استراتيجيات التحقق الإخباري المستخدمة لدى القائم بالاتصال فى  
الصحف المصرية عبر موقع الفيس بوك  
د. نهاد محمد حسن
- 
- ٧٩٣ ■ أطر معالجة مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية الناطقة  
باللغة العربية لجائحة كورونا المستجد **COVID 19**: دراسة تحليلية  
د. نهله حلمي محمد عبد الكريم
- 
- ٨٤٣ ■ دور شبكات التواصل الاجتماعي في كشف الشائعات (الفيسبوك  
نموذجًا) - تصميم نموذج التحكم الأمثل للحد من انتشار الشائعات  
بشبكات التواصل الاجتماعي  
د/ نهى سامي إبراهيم

٨٩٥

■ تناول السينما الروائية المصرية لقضايا الاحتجاج الثقافى والاجتماعى  
«دراسة تحليلية»  
د. محمود سلمى حسن

---

٩٥٣

■ دور مصداقية مدونى فيديو هات مراجعة المنتجات فى تشكيل النية  
الشرائية لدى الجمهور المصرى  
د. مى ابراهيم حمزة

---

١٠٠٣

■ آليات الجمهور المصرى فى التحقق من الأخبار الزائفة وعلاقته بأنماطهم  
التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعى  
د. أحمد جمال حسن

---

١٠٦٧

■ Usage of TikTok and Anxiety among Egyptian Teenagers  
and Youth during Covid19 Pandemic

Prof. Shaima'a Zoelfakar

---





دور شبكات التواصل الاجتماعي في كشف الشائعات (الفيسبوك نموذجاً)

تصميم نموذج التحكم الأمثل للحد من انتشار الشائعات بشبكات التواصل الاجتماعي

- **The role of social networks in detecting rumors (Facebook as a model)**  
designing the optimal control model to reduce spreading of rumors in social networks

د/ نهى سامي إبراهيم

مدرس العلاقات العامة والإعلان- كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال

جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

E- mail: noha-sami-1986@hotmail.com

## ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى رصد آليات مكافحة الشائعات من قبل الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرية على شبكة التواصل الاجتماعي (الفيديو بوك) نموذجاً، وكذلك تصميم نموذج مقترح معتمداً 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، تعتمد 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 68 شائعة خلال الفترة الزمنية من 1/1/2021 إلى 31/5/2021، 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. الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الشائعات، نموذج التحكم الأمثل، فيسبوك، انتشار الشائعات.

## Abstract

The study aimed to monitor the mechanisms of combating rumors by the official page of the Presidency of the Egyptian Council of Ministers on the social network (Facebook) as a model, as well as designing a proposed model based on the optimal control model to confront rumors. This study relies on the analytical survey method, as it aims to describe and explain rumors, The study community is represented in all the publications published by the official page of the Egyptian Council of Ministers on the social network Facebook, which included 68 rumors during the period from 1/1/2021 to 31/5/2021, where the rumor and its truth are placed in the same publication, and the study reached several important results such as The strategies that were used by the Egyptian government to combat rumors focused on two types of strategies: confronting rumors by spreading information and spreading the opposite of the rumor. The strategy of ignoring was certainly used in the face of some rumors, but it was a strategy that did not allow us to monitor them, and other strategies were not used. Such as revealing the source of the rumor and killing the rumor with a larger rumor and the application of the proposed model based on the optimal control model to limit the spreading of rumors ...

Keywords: Social Networks, Rumors, Optimal control model, Facebook, Spreading rumors.

أصبح انتشار المعلومات أسرع من أى وقت مضى دون مراعاة مصداقية هذه المعلومات، وانتشار المعلومات المضللة أو غير الكاملة، أو حتى نشرها في غير سياقها، أو المبالغة في استخدام الكلمات والمصطلحات؛ له علاقة قوية بالتقدم التكنولوجي الذي نعيشه، حيث أصبح من حق أى فرد تقديم المعلومات من وجهة نظره الخاصة وفقاً لأفكاره ومعتقداته وتجاربه الخاصة دون مراعاة الموضوعية والمصداقية، فتحولنا جميعاً من مجرد متلقين سلبيين أو إيجابيين لمُصدرين ومرسلين لرسائل مختلفة؛ معتمدين على وسيلة من وسائل الإعلام الجديدة وهي الإنترنت.

وهناك إشكاليات كثيرة يطرحها الإعلام الجديد من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وما أتاحتها من التدفق اللامحدود للمعلومات، التي تحمل في طياتها الكثير من الشائعات؛ مما يتطلب من المتلقى التعرض الواعي لوسائل الإعلام، مستخدماً مهارات التربية الإعلامية؛ والتي تسمح له بمعرفة كيفية الوصول للمعلومات من مصادرها الصحيحة، بالإضافة لتحليل وفحص تصميم الرسالة من حيث الشكل والهيكل والتسلسل المعلوماتي، وتقييمها والحكم على مدى صحتها، حتى يصل لمرحلة الابتكار، حيث يبتكر الأفراد رسائل يكونون فيها قادرين على التعبير عن أفكارهم الخاصة.

وتعد الشائعات أحد الأسلحة الدعائية التي يتم استخدامها لإحداث تأثيرات محددة من قبل الجهة القائمة بنشر الشائعات، وأصبحت وسيلة تستخدمها الحكومات والمنظمات المختلفة والأفراد سواء بشكل سلبي أو إيجابي، وتلقى الشائعات رواجاً في فترات الحروب والأزمات والكوارث؛ حيث تعد بيئات خصبة لظهورها وانتشارها وتحقيق التأثير المراد منها، وعلى الرغم من كون شبكات التواصل الاجتماعي إحدى الوسائل التي ساعدت في إطلاق الشائعات وسرعة انتشارها؛ إلا أنها أيضاً هي الوسيلة التي تفضح حقيقة الشائعات.

ولا تتقيد الشائعات بمعايير الصدق الموضوعي التي يجب أن يلتزم بها الإعلام؛ كالموضوعية، والنزاهة، والدقة، وتزداد خطورة الشائعات حينما لا يكفي البعض

بتصديقها؛ بل يتم الإضافة عليها؛ وهنا يكمن الخطر من الشائعات، وتخضع الشائعة في سريانها لأهمية الحادث التي تتعلق به، وكذلك الغموض الذي يكتنف هذا الحادث، وتأسيساً على ذلك، فالشائعة هي خير ينتقل من مصدر مجهول وتنتشر بين الأفراد، وتفترق الشائعة إلى المسؤولية، وتتغير بعض تفاصيلها من فرد إلى آخر<sup>(1)</sup>.

#### ● أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من خلال ما يلي:

- 1- تعد الشائعات معلومات خاطئة يتناقلها الأفراد وتحظى بانتشار واسع وسريع.
- 2- أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي إحدى وأهم وسائل نشر ونقل المعلومات والأخبار.
- 3- باتت الشائعة وخاصة الإلكترونية من أخطر مهددات المجتمع.
- 4- أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي فرصة تحول الأفراد من مستقبلين لمشاركين في إنتاج المضامين المختلفة.

#### ● مشكلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى رصد طرق مكافحة الشائعات من قبل الحكومة المصرية، وكشف الدور الذي يقوم به مجلس الوزراء المصري من خلال صفحته الرسمية على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، ومن هنا يمكن تلخيص مشكلة البحث في التساؤل التالي: ما الدور الذي يؤديه الفيسبوك كنموذج لشبكات التواصل الاجتماعي في كشف حقيقة الشائعات؟ إلى جانب تصميم مخطط من خلال استخدام نموذج التحكم الأمثل (الموضح لاحقاً) لمواجهة الشائعات.

#### ● أهداف الدراسة:

تتمثل في النقاط التالية:

- 1- ترصد الدراسة الممارسات الحكومية المتبعة للتصدي لانتشار الشائعات، والحد من تأثيراتها المختلفة.
- 2- ترصد وتحلل الشائعات من حيث نوعها ومجالها، الدافع منها، وظيقتها، أسلوب عرضها، أساليب التشويق والإقناع المستخدمة بها.
- 3- توضيح الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في رصد وكشف الشائعات.
- 4- تطرح رؤية مستقبلية حول تطبيقات كشف ومواجهة الشائعات التي يمكن اتباعها من قبل الحكومة.

## • الدراسات السابقة:

- انطلاقاً من الإفادة من الجهود التي قام بها الباحثون في مجال الشائعات، سيتم عرض العديد من الدراسات السابقة التي تم تقسيمها وفقاً لثلاثة محاور مختلفة، وهي:
- 1- المحور الأول: دراسات تناولت الآثار المختلفة الناتجة عن انتشار الشائعات.
  - 2- المحور الثاني: دراسات تناولت العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي وانتشار الشائعات.
  - 3- المحور الثالث: دراسات تناولت الجانب التحليلي للشائعات.

## المحور الأول: دراسات تناولت الآثار المختلفة الناتجة عن انتشار الشائعات:

- دراسة تشونجن صن، اكزين تشينغ، روليان تشانغ وبينكنغ يانغ (2) 2020 Ruilian Zhang and Bingqing Yang, Xin Cheng, Zhonggen Sun بعنوان "العوامل المؤثرة في إعادة انتشار الشائعات في أزمة الصحة العامة في منتصف العمر وكبار السن"، بسبب التمييز ومحو الأمية الإعلامية يتم اختزال فئات منتصف العمر وكبار السن في الفئات المهمشة، وقد استخدمت هذه الدراسة استبانة لمسح عينة من 566 فرداً بالصين خلال جائحة مرض فيروس كورونا (كوفيد-19)، وقد تم استخدام طريقة الانحدار الخطي؛ لتحليل العوامل المؤثرة المهمة في نموذج تحت تأثير عوامل متعددة، واستخدمت طريقة الانحدار الهرمي لكشف التأثير الوسيط للعوامل الرئيسية، واستخدمت القلق الشخصي، تمييز الشائعات، إدراك العواقب الوخيمة لنشر الشائعات، ووجود قائد الرأي كمتغيرات مستقلة، واستخدام درجة تصديق الشائعات كمتغير وسيط، واستخدمت الرغبة في إعادة نشر الشائعات كمتغير تابع لبناء النموذج المفاهيمي، ومن نتائج تلك الدراسة:
  - في جائحة (كوفيد-19)، رغبة البالغين الذين في منتصف العمر وكبار السن في إعادة نشر الشائعات؛ والذي يرتبط ارتباطاً إيجابياً بدرجة تصديقهم للشائعات والقلق الشخصي، ويرتبط سلباً بقدرتهم على تمييز الشائعات وتصورهم لخطورة وعواقب انتشار الشائعات.
  - تؤدي درجة تصديق الشائعات دور الوسيط في الرغبة في إعادة نشر الشائعات، فهو يقوم بدور وسيط جزئي في القلق الشخصي؛ مما يشير إلى أن الشخص القلق سينشر شائعة، حتى لو لم يكن لديه إيمان قوي بالشائعة.
- دراسة إيمان إنسان 2019 (3) بعنوان "أثر الشائعات على أداء المؤسسة الجامعية الجزائرية- دراسة ميدانية على عينة من الإداريين برئاسة جامعة العربي بن مهيدي-

أم البواقى"، تعد من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج الوصفي لرصد ومتابعة ظاهرة الشائعة، واعتمدت على الملاحظة والمقابلة واستمارة الاستبانة كأدوات جمع بيانات، وقد تم توزيع الاستمارات على 130 موظفاً برئاسة الجامعة، وتم تحصيل 100 استمارة، ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

- تقييم الباحثين لدرجة انتشار الشائعات بجامعة العربي بن مهيدي نوعاً ما متوسطة.
- لزيادة مكافحة الشائعات لابد من زيادة فاعلية المؤسسة داخلياً وخارجياً، وتفعيل الرقابة على مختلف الرسائل.

● دراسة صفاء عباس عبد العزيز 2019 (4) بعنوان "الإشاعة وأثرها على الفرد والمجتمع"، والتي كانت من الأبحاث المكتبية؛ حيث استندت على أبحاث علمية جاهزة منشورة وموثقة، وتوصلت الدراسة إلى أن الشائعة لها أثر بالغ على الفرد والمجتمع، وأنها تعوق عملية فهم المجتمعات لطبيعة الظروف التي تمر بها، وتجعلها عاجزة عن استيعاب الضرورات التاريخية التي تؤثر على اتجاه حركتها ونموها على أرض الواقع، وكذلك تعمل الشائعات على إعاقة خروج المجتمعات من أزماتها في الوقت المناسب، فالشائعة تعمق الأزمة وتوسع نطاقها، وبهذا التضخيم تصبح السلطات وأجهزة الإعلام عاجزة أحياناً عن التعامل معها ومجاراتها، وقد تؤدي الشائعات لحدوث نزاعات وخلافات بين المجتمعات والدول.

● دراسة عصام رمضان محمد العليمي 2019 (5) بعنوان "آثار الشائعات الإلكترونية والجرائم المعلوماتية وآليات مواجهتها"، اعتمدت الدراسة على المنهجين الاستقرائي والاستنباطي في جمع المعلومات بالدراسة، ويتضح من خلال ما تم استعراضه في البحث أن الشائعة الإلكترونية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالجريمة المعلوماتية، وتوصلت الدراسة للنتائج التالية:

- تعد الشائعات الإلكترونية من أخطر وسائل الحرب النفسية على المجتمعات مع تطور وسائل الاتصال.
- يؤدي انتشار الشائعات لانهايار الدولة سياسياً، واقتصادياً، وتعطيل مسيرة التنمية.
- تعد وسائل الإعلام الحديثة أكثر نشراً للشائعة بتأثيراتها المختلفة.
- التقدم التقني المعلوماتي أوجد فراغاً تشريعياً لمواجهة الجريمة المعلوماتية.
- دراسة رويشيا تشانغ و ديو لي 2019 (6) Ruixia Zhang & Deyu Li بعنوان "تحديد ناشر الشائعات المؤثر في الشبكة الاجتماعية"، والتي ستساعد في منع انتشار

الشائعات والسيطرة عليها، واستندت هذه الدراسة إلى نموذج الشائعات الكلاسيكي، وجمعت بين أنماط النشر من شخص إلى أكثر من شخص، وقامت بالتحقيق في انتشار الشائعات بواسطة محاكاة مونت كارلو عندما يكون معدل الانتشار صغيراً، وتم التطبيق على أربع شبكات اجتماعية وهي: Email-URV هي شبكة بريد إلكتروني تعتمد على اتصالات أعضاء جامعة روفيرا إي فيرجيلي (تاراغونا)، Netsci هي شبكة مؤلفة مشتركة من العلماء الذين يعملون على نظرية الشبكة وتجاربتها، PoIBlogs هي شبكة العلاقات بين الأمريكيين في عام 2005، Ca-GrQc هي شبكة تعاون أكاديمي من arXiv للطباعة الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- تم اختار طريقتين للترتيب الأكثر سهولة، وهما: مركزية الدرجة وطريقة تحليل K-Shell، لتصنيف عقد الشبكة تقريباً.

- أنه في عملية انتشار الشائعات، فإن العقد ذات الطبقة العالية هي ناشرات مؤثرة؛ على سبيل المثال هناك ناشرو شائعات مؤثرون في الشبكات الاجتماعية.

- دراسة انتصار موسى دعاك 2018<sup>(7)</sup> بعنوان "الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام- دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان"، وقد سعت الدراسة نحو الكشف عن الأبعاد النفسية والاجتماعية وراء انتشار الشائعة الإلكترونية في المجتمع، والتعرف على مدى تعرض أفراد المجتمع لها واتجاهاتهم نحوها، ومعرفة الأسباب الدافعة وراء مروجي الشائعات من وجهة نظر الجمهور، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الميدانية التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، واعتمدت على استمارة الاستقصاء الميداني الإلكترونية عبر جوجل فورم، ومسحت الدراسة 400 مفردة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان، وتمثلت أهم نتائج الدراسة في:

- أن الواتس آب من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي الذي حظي بنسبة عالية من نشر الشائعات.

- أن أكثر أنواع الشائعات انتشاراً هي الشائعات الاجتماعية.

- وكذلك تؤثر الشائعات بشكل كبير وفعال على الرأي العام.

- دراسة بلال وكال 2018<sup>(8)</sup> بعنوان "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري- دراسة ميدانية مجتمع المسيلة-"، هدفت الدراسة للتعرف على درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، وأسباب انتشارها، كما تناولت الدراسة أيضاً الحلول والمعالجات المقترحة لمواجهة ظاهرة

انتشار الشائعات في شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، واستعان بالاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وقد بلغت عينة الدراسة 60 مفردة من مجتمع المسيلة، وكانت من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- حازت شبكة الفيسبوك على المرتبة الأولى بين الشبكات الأكثر استخداماً من قبل الباحثين، تلاها الإنستغرام، ثم واتس آب.
- تعد سهولة إنتاج المعلومات ونشرها على شبكات التواصل الاجتماعي هي أهم أسباب انتشار الشائعات.

● دراسة ممدوح السيد عبد الهادي شتلة 2017<sup>(9)</sup> بعنوان "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي- دراسة ميدانية"، وقد اعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي بالعينة، واستعان باستبانة الاستبانة كأداة لجمع البيانات بالدراسة، وتم اختيار العينة بأسلوب العينة العمدية، وطبق البحث على مجموعة من الشباب الجامعي المصري قوامها (400) مفردة من الجنسين (ذكور وإناث)، موزعة بالتساوي على جامعات (القاهرة، الأزهر، 6 أكتوبر، الجامعة الأمريكية بالقاهرة)، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، أهمها:

- جاء موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مقدمة المواقع لدى الشباب الجامعي عينة الدراسة من حيث الاستخدام والتفضيل، يليه موقع واتس آب، ثم جاء في الترتيب الثالث موقع اليوتيوب.
- جاء أهم أوقات بروز الشائعات في المجتمع أثناء وجود عمليات إرهابية في المجتمع في الترتيب الأول، يليه وقت الحروب، ثم وقت الثورات، وأخيراً وقت الأزمات.
- من أهم أهداف الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو إثارة العنف والصراع السياسي داخل المجتمع، يليه تفكيك وحدة المجتمع، ثم إثارة البلبلة والفوضى بين أفراد المجتمع، وأخيراً تدمير النظام القيمي والسلام المجتمعي.
- دور الشائعات التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي من الناحية السياسية هو البلبلة والفوضى في المجتمع، ثم الحراك السياسي أو ما يعرف بثورات الربيع العربي، يتبعها احتجاجات وتظاهرات الأفراد ضد القرارات السياسية في الدولة، وأخيراً صناعة الأزمات والارتباك في الدولة.

## المحور الثاني: دراسات تناولت العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي وانتشار الشائعات:

- دراسة ممدوح عبد الله مكاوي 2020<sup>(10)</sup> بعنوان "الأخبار الزائفة "Fake News" بين الإعلام التقليدي والرقمي: دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من (2016م - 2020م)"، في إطار الاهتمام البحثي بظاهرة الأخبار الزائفة، تطرقت عدد من البحوث للسياق التي تعمل فيه الأخبار الزائفة، مثل النظام الاجتماعي والثقافي والتاريخي، وكذلك النظام السياسي، إلى جانب طبيعة الأحداث، مثل الانتخابات والمناقشات العامة للقضايا. وهناك جانب بحثي آخر يركز على سلسلة الدراسات النقدية؛ للوصول إلى ما وراء قيود الوضع الراهن للنموذج السائد في بحوث الاتصال عبر أبحاث المدرسة النقدية، ويدخل ضمن الاتجاه البحثي النقدي الكيفي تطوير البرامج في مجال محو الأمية الإعلامية، الذي يعد أحد المجالات التي تتفوق فيها الدراسات حول الأخبار الزائفة، وقد استعرضت الدراسة الحالية نتائج 110 دراسات تناولت ظاهرة الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام، مفهومها، وتاريخها وتطورها، وتمثلت نتائجها في:
  - لم تكن الأخبار الزائفة ظاهرة جديدة، لكن ما ساعد على ظهورها كانت الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016م.
  - وربطت الدراسات بين المواد الساخرة وانتشار الأخبار الزائفة، واعتبارها محركاً قوياً لزعزعة استقرار المجتمعات.
  - واهتمت الدراسات بضرورة التربية الإعلامية ومهارات التفكير الناقد لدى الجمهور، باعتبارها أداة فاعلة في دحض الأخبار الزائفة.
  - كشفت الدراسات عن التدخلات السياسية والقانونية لبعض الدول والحكومات في الحد من انتشار الأخبار الزائفة.
- دراسة لي كوانجى، كيونج زانج، لوسى ويانجشى ليو 2019<sup>(11)</sup> Li, Quanzhi & Zhang, Qiong & Si, Luo & Liu, Yingchi. بعنوان "كشف الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي: مجموعات البيانات والأساليب والفرص"، لقد تم بذل العديد من الجهود لاكتشاف ودحض الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي؛ من خلال تحليل محتواها وسياقها الاجتماعي باستخدام تقنيات التعلم الآلي، قدمت هذه الورقة لمحة عامة عن الدراسات الحديثة في مجال الكشف عن الشائعات، وتوفير قائمة شاملة بمجموعات البيانات المستخدمة في الكشف عن الشائعات، ويراجع الدراسات المهمة بناء على أنواع المعلومات التي يستغلونها والأساليب التي يتبعونها،

وتوصلت الدراسة إلى أسماء مجموعات البيانات لكشف الشائعات وجهات ملكيتها، وهي:

- PHEME R, PHEME, MA Twitter, Twitter 15, Twitter 16, Kaggle PolitiFact, Fake Newsnet .Twitter يمتلكها
- BuzzFeed News and Facebook Hoax .Facebook يمتلكها
- Kaggle Emergent, Kaggle Snopes .Facebook and Twitter يمتلكها
- MA- Wiebe .Twitter موقع الصينية موقع
- SEMEVA119 .Twitter and Raddit يمتلكه

• دراسة محمد بن عائض التوم 2019 (12) بعنوان "الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: تويتر نموذجا"، هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مضمون الشائعات، وأنواعها، وأسلوبها، وأغراضها، والمستهدفين منها، من خلال الاعتماد على تويتر كأحد وسائل التواصل الاجتماعي، وتنتمي هذه الدراسة لنمط الدراسات الوصفية التحليلية، وقد تم استخدام المنهج الكمي والكيفي، من خلال استخدام استمارة تحليل المضمون لمجموعة التغريدات المكتملة العناصر التي تم تحديدها من قبل الباحث، وهي 62 تغريدة خاصة بحساب هيئة مكافحة الشائعات، وتوصلت الدراسة إلى أن:

- مضمون الشائعات يأخذ أشكالاً وأنواعاً متنوعة ترتبط بطبيعة الظروف والمواقف التي تظهر فيها.
- تنوع الهدف من الشائعات بين تأجيج المجتمع ضد الدولة، وتأجيج العاطفة الدينية، وزعزعة الأمن.
- كما تنوعت الشائعات ما بين الشائعات الدينية، والاجتماعية، والسياسية، والأمنية، وأخيراً العلمية.
- تتنوع أساليب الشائعات بالترتيب: أسلوب الاستفزاز، ثم التخويف، ثم الاستغلال، وأخيراً السخرية.

• دراسة حنان حسن عبد الرحمن الخشت 2018 (13) بعنوان "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها من منظور السنة النبوية"، استخدمت الباحثة المنهج التاريخي؛ وذلك بالرجوع لكتب السنة النبوية بالبحث والتدقيق فيما يتعلق بموضوع الدراسة، واستخدمت أيضاً المنهج الوصفي؛ لتحليل وتفسير ظاهرة الشائعات، وللمساعدة استعانت بالمنهج التكاملي لتفسير جميع جوانب الدراسة، وأهم نتائج تلك الدراسة:

- وضع تعريف للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- التوصل لتعريف لمفهوم ترويج الشائعات.
- وضع تعريف لمكافحة الشائعات.
- إظهار كيف واجهت السنة النبوية الشائعات، وذلك من خلال عدة مراحل: (مرحلة اتقاء وقوع الشائعة، مرحلة التصدي السريع للشائعة، مرحلة الوصم لمرتكب الشائعة، مرحلة العقوبة، والمرحلة النمائية والتي تعني إرساء قواعد المهنية الإعلامية).

• دراسة أحمد حسن سلمان 2017<sup>(14)</sup> بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالي"، هدفت الدراسة إلى التعرف على نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، ومعرفة الشبكة الأكثر نشرًا للشائعات، وقد تناولت الدراسة أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، ومعرفة أسباب انتشارها، كما تطرقت الدراسة أيضًا إلى الحلول والمعالجات المقترحة لمواجهة ظاهرة انتشار الشائعات على تلك الشبكات، واعتمد الباحث بالدراسة على المنهج الوصفي، واستخدم أدوات الاستبانة والمقابلة لجمع بيانات للدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة ديالي والتي بلغت 352 مبحوثًا، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها:

- احتلت شبكة الفيس بوك المرتبة الأولى في الشبكات الأكثر نشرًا للشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، تلاها شبكة تويتر، ثم الواتس آب.
- الشائعة السياسية من أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، ثم الاجتماعية.
- تعد سهولة إنتاج المعلومات ونشرها سببًا في زيادة سرعة انتشار الشائعة، وتلاها بعد ذلك صعوبة التحري عن مروجي الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- عدم وجود آلية رقابة، وكذلك تشريعات أسهمت في أن يكون هناك دور لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات.

• دراسة أسامة بن غازي المدني 2017<sup>(15)</sup> بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية"، والتي هدفت إلى التعرف على دور شبكة التواصل الاجتماعي تويتر في نشر الشائعات بين طلاب الجامعات السعوديين، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تعتمد على المنهج المسحي،

وأجريت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من الذين يتعرضون لشبكات التواصل الاجتماعي تويتر من جامعتي (أم القرى- الملك عبدالعزيز) وقوامها 400 مفردة، واعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء، وتوصلت الدراسة لما يلي:

- أن أكثر أنواع الشائعات انتشاراً هي الشائعات السياسية، يليها الاقتصادية، ثم العسكرية.

- من أساليب نشر الشائعات التلاعب بالصور الفوتوغرافية والتصريحات المختلفة والمعلومات غير الصحيحة، والتلاعب في مقاطع الفيديو، والتلاعب في التسجيلات الصوتية على الترتيب.

• دراسة نورا مصطفى النشار 2017<sup>(16)</sup> "تعرض المراهقين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهاتهم السياسية"، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الارتباطية التي تعتمد على وصف وتحليل المشكلة، وتستخدم منهج المسح بالعينة، وقد تم إجراء الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من المراهقين، تتراوح أعمارهم بين (18-21) سنة من طلاب الكليات النظرية والعملية بجامعة عين شمس، واستخدمت استمارة استبانة ومقياس الاتجاهات السياسية كأدوات لجمع البيانات، وأظهرت النتائج ما يلي:

- اعتماد المراهقين عينة الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار، وتلتها الأصدقاء، وجاءت وسائل الإعلام الحكومية في المرتبة الثالثة.

- 48% من المراهقين عينة الدراسة أحياناً ما يثقون فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما 39.5% نادراً ما تثق فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي، و12.5% دائماً ما يثقون فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي.

• دراسة فاطمة الزهراء صالح أحمد 2015<sup>(17)</sup> بعنوان "العلاقة بين الإعلام والشائعات والصراع لشغل المجال العام- دراسة كيفية"، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الكيفي؛ لتقديم رؤية وصفية تفسيرية لنمو ظاهرة الشائعات في كل من المجال الإعلامي المصري ووسائل الإعلام، وذلك من خلال التركيز على خبرات عينة الدراسة والتي كانت عينة عمدية؛ تتوافر بها خصائص محددة تساعد على جمع بيانات متخصصة ونوعية، فتم اختيار مجموعة من الخبراء لتقديم رؤية تحليلية تساعد في تفسير ظاهرة الدراسة، وتمثلت في فئتين، الأولى تمثلت في ثلاثين أكاديمياً من أساتذة علم النفس والاجتماع، والفئة الثانية تكونت من ثلاثين إعلامياً من القائمين بالاتصال من معدين ومخرجين ومقدمي برامج ومدونين إلكترونيين،

واستخدمت كل من الاستبانة والمقابلة الشخصية لجمع المعلومات، ومن أهم نتائج تلك الدراسة ما يلي:

- أن أهم الأسباب التي تدفع الفرد لتناول الشائعات: (قلة الوعي الثقافي، ضعف النظام التعليمي، وعدم قدرته على إنتاج أفراد لهم القدرة على التفكير الناقد، عدم ثقة الفرد في نفسه تجعله أكثر ميلاً لترديد أخبار غير موثوق في مصدرها، وكذلك النظام السلطوي للأسرة المصرية أفرز أجيالاً غير قادرة على التفكير الناقد).

- أكد خبراء علم النفس على وجود علاقة ارتباطية بين نمط التعليم ونمو الشائعات.

- أكد القائم بالاتصال أن أهم أسباب نمو ظاهرة الشائعات في وسائل الإعلام هو تدفق رأس المال الخاص في وسائل الإعلام.

• دراسة سيجونغ كيون، ميونغ تشا، كيومين جونغ، وي تشن وياجون وانغ (18) 2013 S. Kwon, M. Cha, K. Jung, W. Chen and Y. Wang بعنوان "السمات البارزة لانتشار الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت"، نتعرف في هذا البحث على خصائص الشائعات من خلال دراسة الجوانب الثلاثة التالية للانتشار: الزمني والبنوي واللغوي، وبالنسبة للخصائص الزمنية يقترح البحث نموذجاً جديداً للسلاسل الزمنية الدورية ويأخذ في الاعتبار دورات الصدمات اليومية والخارجية، حيث يوضح النموذج أن الشائعات من المحتمل أن يكون لها تقلبات بمرور الوقت، كما تحدد الاختلافات الهيكلية واللغوية الرئيسية في انتشار الشائعات وغير الشائعات.

#### المحور الثالث: دراسات تناولت الجانب التحليلي للشائعات:

• دراسة إليزابيث ستيفارت (19) 2021 Elizabeth Stewart بعنوان "كشف الأخبار الكاذبة: مشكلتان تتعلق بالإشراف على المحتوى"، هناك مشكلتان مرتبطتان تنشآن عند الإبلاغ عن المحتوى عبر الإنترنت على أنه مزيف أو شرعي: أولاً: ما نوع المحتوى الذي يعتبر مشكلة بحيث يجب الإبلاغ عنه؟ وثانياً: هل من الممكن عملياً ونظرياً جمعه وتسمية هذا المحتوى بطريقة غير متحيزة أو مفرضة؟ استخدمت هذه الدراسة نظرية استخدام المعلومات كإطار لها، ومن أهم النتائج:

- أن تحديد الأخبار الكاذبة يتطلب أن يحدد مدققو الحقائق صحة المحتوى و/ أو نية المؤلف و/ أو ما إذا كان من المحتمل أن يؤدي المحتوى إلى تضليل الجمهور.

- أن الإبلاغ عن الأخبار المزيفة قد يساعد في الحد من انتشار أنواع معينة من المحتوى، فإن القيام بذلك لن يوقف بالضرورة انتشار المعلومات المضللة، بينما قد يكون للإبلاغ تأثير سلبي يتمثل في تعزيز الاعتقاد بالعكس بالنسبة للأفراد الذين لا يشاركون قيم مدققي الحقائق.

- دراسة أجيت رام باثاك، أديتي ماهاجان، كيشاف سينغ، اشواريا باتيل و أنوشا ناير Ajeet Ram Pathak, Aditee Mahajan, Keshav Singh, (20) 2020 Aishwarya Patil and Anusha Nair بعنوان "تحليل تقنيات كشف الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي"، أدت الطبيعة الشاملة لمنصات الوسائط الاجتماعية إلى توليد كمية كبيرة من بيانات الوسائط المتعددة في الشبكات الاجتماعية، ويعد الانفتاح والطريقة غير المقيدة لمشاركة المعلومات على منصات التواصل الاجتماعي وسيلة تعزز المعلومات المنتشرة عبر الشبكة بغض النظر عن مصداقيتها، يحدث هذا النوع من المعلومات الخاطئة عادة في سياق الأخبار العاجلة بسبب المعلومات غير المؤكدة، والتي تعرف أيضاً باسم الشائعات ذات الأضرار الجسيمة، وعلى الرغم من الاستخدام المفرط، عادة ما تؤدي الطبيعة غير المنضبطة لمنصات الوسائط الاجتماعية إلى توليد الشائعات وكشفها، وتركز هذه الدراسة على المناقشة التفصيلية لمجموعات البيانات، وأحدث الأساليب لاكتشاف الشائعات، ومن نتائج تلك الدراسة:
- أن خطوات عملية التحقق من الشائعات تتكون من: 1- استرجاع المستندات المحتمل أن تكون ذات صلة كدليل للادعاء أو الشائعة. 2- التنبؤ بموقف كل مستند فيما يتعلق بالشائعة. 3- تقدير الجدارة بالثقة بالمستند. 4- اتخاذ القرار المبني على الخطوات السابقة.

- هناك قواعد بيانات لكشف الشائعات، وهي: Kwon Database, Mediaeval Database, Rumdect Database, RumourEval Database, Multi Database, Lair Database, Pheme Database, Fever Database.

- دراسة يو وو، يان تسنغ، جى يانغ وجينى تشاو Yu Wu, Yan Zeng, Ji (21) 2020 Yang, and Jenny Zhao بعنوان "التعرف على شائعات بموقع Weibo بناءً على مجموعات التعلم من خلال التواصل والتكديس"، تعد من الدراسات التجريبية التي ساعدت في تحديد الشائعات في الفضاء الإلكتروني، التي بدورها تساعد على اكتشاف القضايا الاجتماعية التي تهم الجمهور ولا يمكن العثور عليها بسهولة، كما

يمكن أن تساعد في تنقية الفضاء الإلكتروني والحفاظ على الاستقرار الاجتماعي، ومع ذلك، فإن التعقيد الحقيقي للشائعات يجعل من الصعب على تقنية التعرف الخاصة بها سد الفجوة الدلالية بين الوصف النوعي والحساب الكمي للشائعات، وقد استخدمت الدراسة بيانات تضمنت 2313 حدثاً للشائعات و2351 حدثاً غير شائعات، وحوالي 3.8 مليون جزء من معلومات المدونات الصغيرة، و2.7 مليون جزء من معلومات المستخدم، وفي التجربة قام الباحثون بتقسيم مجموعة البيانات إلى مجموعة تدريب ومجموعة اختبار وفقاً لنسبة 8:2، وأظهر النتائج التجريبية:

- أن الميزات التي تم إنشاؤها في هذه الورقة، وطريقة التعرف المقترحة يمكن أن تكشف بشكل فعال عن الشائعات في Weibo.

- ومن هذه المميزات: مميزات المستخدم، ومجموعة مميزات الانتشار، ومصداقية المستخدم والاتساق العاطفي، والارتباط الإقليمي.

• دراسة دا وين هوانغ، لو شينغ يانغ، شياوفان يانغ، يوان يان تانغ و جيتشاو بي 2020 (22) Da-Wen Huang, Lu-Xing Yangm, Xiaofan Yang, Yuan Yan Tang and Jichao Bi بعنوان "الدفاع ضد شائعات الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت من خلال نهج التحكم الأمثل"، تسعى هذه الدراسة لتصميم مخطط فعال من حيث التكلفة، يحتوي على الشائعات في الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت من خلال نهج التحكم الأمثل، أولاً: تم اقتراح نموذج جديد لنشر الشائعات على أساس فردي، والنموذج يأخذ في الاعتبار تأثير البيئة الخارجية على انتشار الشائعات لأول مرة، ثانياً: يوصى بالفعالية من حيث التكلفة لموازنة الخسارة التي تسببها الشائعات مقابل تكلفة مخطط يحتوي على الشائعات، وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- قمنا بنمذجة المشكلة المحتوية على الشائعات كمسألة تحكم مثالية، الهدف الأمثل للمشكلة هو العثور على مخطط يحتوي على شائعات؛ مما يقلل من الخسارة الإجمالية، وتظهر نتائج المحاكاة أن المخطط المقترح فعال من حيث التكلفة.

- درس هذا العمل انتشار الشائعات من منظور النمذجة النظرية وإدارة التكلفة، يمكن أن توفر نتائج البحث بعض التوجيهات النظرية لاتخاذ تدابير لقمع انتشار الشائعات.

- يمكن استخدام النموذج الجديد المقترح في هذا البحث لدراسة تأثير بعض المتغيرات على انتشار الشائعات، كما يمكن تطبيق أفكار البحث لدراسة مشاكل أمن الفضاء الإلكتروني الأخرى.

- دراسة نصر رمضان سعدالله حريى 2019<sup>(23)</sup> بعنوان "الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (آثارها- المسؤولية المترتبة عليها- سبل التصدي لها)", اعتمدت الدراسة على المنهج الاستنباطي في جمع المعلومات، ووفقاً للدراسة تعد شبكات التواصل الاجتماعي أهم وسائل نشر الشائعات، وأهم الوسائل التي ارتكزت عليها المخططات الاستراتيجية الإرهابية لنشر العنف والفوضى والإرهاب والإعمال الإجرامية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:
- التصدي للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي يقتضي تضافر الجهود، والتعاون بين كل الجهات المعنية داخل الدولة، بل يقتضي الأمر ضرورة التعاون بين دول العالم.

- دراسة أنجان بال ألتون واي كيه تشوا 2019<sup>(24)</sup> Anjan Pal Alton and YK Chua بعنوان "تحليل بحثي للشائعات عبر الإنترنت"، تجري الدراسة تحليلاً لمحتوى 202 مقالة علمية لمراجعة مشهد البحث عن الشائعات عبر الإنترنت، وقد تم تحديد أهداف البحوث التي تم تناولها في الدراسة، وتحديد التخصصات، وكذلك اتجاهات تعاون المؤلفين في البحوث، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:
- أن هناك أربع مجموعات من أهداف البحوث التي تم تحليلها: (1) كيف تنتشر الشائعات، (2) كيف يمكن الكشف عن الشائعات، (3) كيف ينظر البشر إلى الشائعات، (4) كيف يمكن التخفيف من حدة الشائعات.

- دراسة لينجان هو وينجينج تشنغ 2018<sup>(25)</sup> Liang'an Huo and Yingying Cheng بعنوان "تأثير التغطية الإعلامية واستراتيجيات الطوارئ على انتشار الشائعات"، تقوم هذه الدراسة على أساس النموذج الديناميكي غير الخطي، ثم الحصول على عدد مرات النسخ الأساسي لإعادة نشر الشائعات، وقد تم اقتراح نموذج التحكم الديناميكي الأمثل لنشر الشائعات على أساس نظرية التحكم الأمثل، بناء على دراسة نموذج DK الكلاسيكي، تضيف هذه الورقة عاملين، التغطية الإعلامية واستراتيجيات الطوارئ من قبل الحكومة، وتحلل آلية انتشار الشائعات تحت تأثير هذين العاملين، وتضع أساساً نظرياً لمزيد من المناقشة حول استراتيجية السيطرة على الشائعات، والهدف من التحكم الأمثل هو تقليل الآثار السلبية لنشر

الشائعات، وتعظيم المنفعة الاجتماعية الإيجابية، وتحدد هذه الورقة الجوانب التالية للنظر في قضية المنفعة الاجتماعية لنشر الشائعات، وهي: تعظيم عدد الخائنين، تقليل عدد ناشري الشائعات، تقليل تكاليف التحكم للتحكم المتغير في العملية، ومن أهم نتائج تلك الدراسة:

- استناداً إلى نموذج SIR الكلاسيكي، تم اقتراح نموذج محسن لنشر الشائعات SIRM. من ناحية، تقدم هذه الورقة التغطية الإعلامية لنموذج انتشار الشائعات، ومع الوظيفة الدعائية لوسائل الإعلام، يمكن للشائعات التعرف على الواقع، وبالتالي إدارة الشائعة من المصدر.
- من ناحية أخرى، تُستخدم استراتيجيات الطوارئ من قبل الحكومة أيضاً لمنع انتشار الشائعات، وحساب معدل انتشار الشائعات.
- تم إثبات أنه يمكن أن يحقق مخطط التحكم الأمثل المقترح مستوى منخفضاً من الموزعات بتكلفة منخفضة.

• دراسة بن وارث شرف الدين 2017<sup>(26)</sup> بعنوان "الإشاعات وأثرها على الاستقرار الأمني والسياسي للدولة: حقائق من صفحات التواصل الاجتماعي- حالة الجزائر"، وتبلورت مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: "إلى أي مدى استطاعت الشائعات المتناولة في صفحات التواصل الاجتماعي (صفحات الفيسبوك) في ضرب الاستقرار السياسي والأمني للدولة الجزائرية؟" ومن هنا فإن هذه الدراسة تتبع أهميتها من الناحية العلمية في إلقاء الضوء على بعض المفاهيم والأفكار التي تكاد تختلط ببعضها على نحو يصعب معه تمييزها، أما من الناحية العملية فأهميتها تتمثل في إلقاء الضوء على حقيقة صفحات الفيسبوك ودورها في نشر الشائعات، وتوصلت الدراسة للنتائج التالية:

- أولاً: من وسائل محاربة الإشاعات والوقاية منها صدور بيان من أطراف مختصة، لتوضيح طبيعة هذه الشائعة ومدى صحتها، لا بد أن يتحلى الأفراد متلقو هذه الأخبار بالمسؤولية؛ إذ عليهم العودة لمصادر الأخبار الرسمية في الدولة، تشديد الجهات المعنية على ملاحقة مروجي هذه الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الحزم في تطبيق أقصى العقوبات عليهم والعمل على التوعية الدينية.
- ثانياً: وضع استراتيجية إعلامية وقائية تستخدم وسائل الإعلام كافة؛ من أجل توعية أفراد المجتمع بمفهوم الشائعات، والظروف المرتبطة بنشأتها وتطورها،

والمخاطر والآثار الناجمة عنها، وكيفية تحليلها للكشف عما تتضمنه من أكاذيب ومغالطات.

• دراسة شياو تشيان تشو وفينغمينغ ليو (27) 2017 Xiaoqian Zhu and Fengming Liu بعنوان "بحث في النموذج السلوكي لصانع الشائعات بناءً على ديناميكيات النظام"، اقترحت هذه الورقة نموذج التطور السلوكي لصانعي الشائعات، بهدف اكتشاف قوانين سلوك صانعي الشائعات لتحقيق منع الشائعات، تطرح هذه الورقة نموذج تطوير سلوك المعلومات المضللة لصانع الشائعات، يحل هذا الوضع شائعات الشبكة من الأصل، ويوفر أساساً للرصد والإنذار المبكر لشائعات الشبكة، وتمت محاكاة النموذج من ثلاثة جوانب، هي: الفرد والمجتمع والحكومة، ويستخلص النتائج التالية:

- العقلية السلبية هي السبب الرئيس لسلوك المعلومات المضللة، وكلما زادت العقلية السلبية لجهات الاتصال المعلوماتية، زادت احتمالية سلوك نشر المعلومات المضللة.

- إن تحسين مؤشر حياة الناس للأفضل والحد من عدم الاستقرار الاجتماعي يساعدان على تقليل العقلية السلبية للجماهير والسيطرة على الشائعات، وبالنسبة للحكومة، فإن جهود الحكومة الرقابية والتدابير التي أدخلت الكفاءة هي مفتاح السيطرة.

- تقوية آلية معاقبة الشائعات تحسن الاستجابة لحالات الطوارئ، ويمكن للحكومة الإلكترونية تحقيق توجيه الشبكة، والتفاعل الجماعي، وما إلى ذلك، ومن ثم يمكنها توحيد بيئة الشبكة.

ويتضح من تحليل الدراسات السابقة ما يلي:

- اعتمدت الكثير من الدراسات السابقة على المنهج الوصفي الكمي والكيفي لرصد ومتابعة ظاهرة الشائعات، إلى جانب اعتماد إحدى الدراسات على المنهج الاستقرائي وأخرى على المنهج التاريخي، ودراستين أخريين اعتمدا على المنهج التجريبي.

- تباينت مناهج جمع البيانات؛ فقد تم الاعتماد على المنهج الاستبطائي، ومنهج المسح الإعلامي، وتتنوع أدوات جمع البيانات بين (الملاحظة والمقابلة واستمارة الاستبانة بشكلها الإلكتروني والورقي)، وقد تم استخدام مقياس للاتجاهات السياسية بإحدى الدراسات.

- ظهرت ثلاثة أبحاث مكتبية اعتمدت على جمع عينة من البحوث في فترات زمنية محددة لتقديم نظرة نقدية وتحليلية لتلك البحوث.
- أما بالنسبة لعينات الدراسات فقد تنوعت ما بين عينات بشرية، أبحاث، صفحات إلكترونية لمواقع مختلفة، قواعد بيانات لكشف الشائعات، وتغريدات، ومدونات، وأحداث.
- استخدمت إحدى الدراسات نظرية استخدام المعلومات، واستخدمت أخرى نموذج الشائعات الكلاسيكي، واقترحت إحدى الدراسات استخدام نموذج التطور السلوكي لصانع الشائعات.
- قدمت الدراسات السابقة مؤشراً مهماً في تحديد الآثار المختلفة للشائعات الإلكترونية المنتشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث إنها تزيد من العنف السياسي، وتؤثر على الفرد والمجتمع، وتعمق الأزمات، وتؤدي لحدوث نزاعات وخلافات، تعطيل مسيرة التنمية والتقدم التكنولوجي، تأجيج المجتمع ضد الدولة، وتأجيج العاطفة الدينية، وزعزعة الأمن، وتؤثر على الرأي العام.
- قدمت الدراسات السابقة ثراءً معرفياً حول خصائص الشائعات الزمنية والبنوي واللغوي، وكذلك يأخذ مضمون الشائعة أشكالاً وأنواعاً متنوعة، ترتبط غالباً بطبيعة الظروف والمواقف التي تظهر فيها، فهناك شائعات اجتماعية، اقتصادية، سياسية، وعسكرية، وغيرها.
- تنوعت أسباب انتشار الشائعات، حيث كانت العقلية السلبية هي السبب الرئيس لسلوك المعلومات المضللة إلى جانب قلة الوعي الثقافي، ضعف النظام التعليمي، وعدم القدرة على إنتاج أفراد لهم القدرة على التفكير الناقد، عدم ثقة الفرد في نفسه تجعله أكثر ميلاً لترديد أخبار غير موثوق في مصدرها، وكذلك النظام السلطوي للأسرة المصرية أفرز أجيالاً غير قادرة على التفكير الناقد، وكذلك هناك علاقة ارتباطية بين نمط التعليم ونمو الشائعات، وسهولة إنتاج المعلومات ونشرها على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.
- هناك العديد من أساليب نشر الشائعات تباينت بين السخرية، والاستفزاز، والتخويف، والاستغلال، وكذلك شائعات التلاعب في الصور الفوتوغرافية، والتصريحات المختلفة والمعلومات غير الصحيحة، والتلاعب في مقطع فيديو والتلاعب في تسجيل صوتي... وغيرها.

- ركزت الدراسات السابقة على سبل التصدي للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تتطلب تضافر الجهود وتعاون بين كل الجهات المعنية داخل الدولة، بل يقتضى الأمر ضرورة التعاون بين دول العالم، ومن وسائل محاربة الإشاعات والوقاية منها أيضاً صدور بيان من أطراف مختصة، لتوضيح طبيعة هذه الشائعة ومدى صحتها، ولا بد أن يتحلى الأفراد متلقو هذه الأخبار بالمسؤولية؛ إذ عليهم قبل ترويج أي خبر يأتي إليهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو هواتفهم الذكية ضرورة العودة لمصادر الأخبار الرسمية في الدولة، تشديد الجهات المعنية على ملاحقة مروجي هذه الشائعات عبر وسائل التواصل، الحزم في تطبيق أقصى العقوبات التي يقرها القانون، حيث أوجد التقدم التكنولوجي فراغاً تشريعياً لمواجهة الشائعات والجريمة الإلكترونية.

- حددت بعض الدراسات أسماء لمجموعات قواعد بيانات تساعد في كشف الشائعات، وأوضحت أن الإبلاغ عن الأخبار الزائفة قد يساعد في الحد من انتشار الشائعات، وأن هناك استراتيجيات حكومية تسعى لإدارة الشائعات من المصدر ومنع انتشارها.

#### ● الإطار النظري:

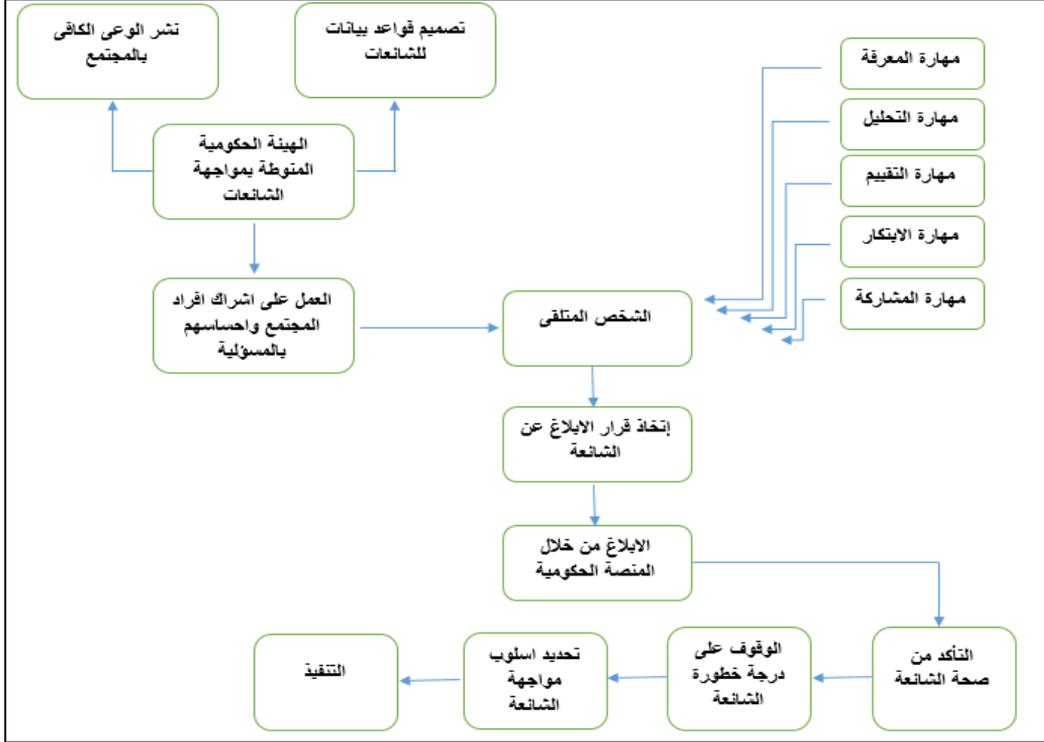
نموذج التحكم الأمثل في نشر الشائعات<sup>(28)</sup> The optimal control of the rumor spreading model

هو نموذج يفترض انتشار الشائعات في مجتمع افتراضي، ويقسم المتلقين إلى ثلاثة أنواع مختلفة: الأفراد الجهلاء الذين لم يسمعوا بهذه الشائعات مطلقاً، ويمكن أن يصابوا بسهولة بالشائعة، والناشرون الذين سمعوا الشائعات ونقلوها للآخرين، وأفراد الإزالة الذين سمعوا الشائعات، لكنهم لن ينشروها، بل توقفت عندهم.

وهناك عدة استراتيجيات تختارها الحكومات للحد من انتشار الشائعات، وبغض النظر عن الاستراتيجية التي تختارها الحكومة فجميعها مفيدة، ومع ذلك، عند استخدامها معاً فإن ذلك يعزز من فاعليتها، حيث إنها لا تقلل من عدد الناشرين فقط، بل ويمكن تحسين تكلفة استراتيجيات التحكم بشكل كبير، ومن تلك الاستراتيجيات التي لها أهمية واقعية في الرد على الشائعات هي أن تعمل الحكومة على تعزيز المعرفة العلمية للجمهور؛ عن طريق الهاتف والتلفزيون والإنترنت، وبذلك يتم منع التحول من الجاهل إلى الموزع، من جهة أخرى، وفي ظل ظروف انتشار الشائعات، يجب على المسؤولين الإعلان عن بعض المعلومات الرسمية لتوجيه الرأي العام، والقضاء على السخط الشعبي؛ بما يعزز التحول من الناشر إلى الإزالة.

- نموذج مقترح معتمد على نموذج التحكم الأمثل للحد من انتشار الشائعات:
- وقد توصلت الباحثة لتصميم نموذج مقترح معتمداً على نموذج التحكم الأمثل للحد من انتشار الشائعات، وهو ينقسم لقسمين:
- القسم الأول: (خاص بالمتلقى - تقع على عاتقه):
- أن يتعلم الفرد المتلقي مهارات التعامل مع المعلومات أي مهارات التربية الإعلامية، وهي:
- 1- المعرفة: أن يصبح الفرد قادراً على جمع معلومات صحيحة وفهمها بطريقة فعالة.
- 2- التحليل: يصبح الأفراد قادرين على فحص تصميم الرسالة من حيث الشكل والهيكل والتسلسل.
- 3- التقييم: أن يقيم الفرد الرسائل والمعلومات ويربطها بتجاربه السابقة، ويصدر أحكاماً حول نوعية، وصحة، وأهمية هذه الرسائل.
- 4- الابتكار: يبتكر الأفراد رسائل ويصبحون قادرين على التعبير عن أفكارهم الخاصة، واستخدام الكلمات والأصوات أو الصور على نحو فعال لأغراض معينة.
- 5- التفاعل: التفاعل مع الآخرين من مستخدمي وسائل الإعلام المختلفة.
- أن يتخذ الشخص المتلقي قراراً أن تتوقف عنده الشائعة وهو شخص الإزالة كما يسميه نموذج التحكم الأمثل (بحيث لا يكون متلقياً سلبياً أو ناشراً للشائعة).
- أن يقوم بالإبلاغ عن الشائعة من خلال الوسائل التي يتيحها النظام الحكومي.
- القسم الثاني: (خاص بالهيئة الحكومية المنوط بها رصد ومواجهة الشائعات):
- أن تقوم هذه الهيئة برصد شامل للشائعات بمختلف المجالات.
- التأكد من صحة الشائعات.
- الوقوف على درجة خطورة الشائعة (مرتفعة، متوسطة، منخفضة).
- تحديد الأساليب المتبعة المناسبة لمواجهة الشائعة والرد عليها (مع تجنب أسلوب التجاهل لخطورته).
- التنفيذ من خلال الوسائل المناسبة التي يتم تحديدها وفقاً لطبيعة الشائعة، هدفها، الجمهور المستهدف منها، توقيتها، والوسيلة التي اعتمدت عليها، .. وغيرها.
- القيام بتصميم قواعد بيانات لسهولة الكشف عن الشائعات من خلال استخدام كلمات معينة، توقع شائعات معينة وغيرها.
- العمل على إشراك أفراد المجتمع في مواجهة الشائعات، من خلال العمل على إشعارهم بالمسؤولية بتقديم حملات توعية على مختلف المستويات للجمهور المتلقي.

- توعية أفراد المجتمع بمخاطر الشائعات، كيفية الإبلاغ عنها، كيفية التحقق من المعلومات قبل إعادة نشرها، كيف تتوقف الشائعة عند الفرد، ... وغيرها.



نموذج مقترح معتمد على نموذج التحكم الأمثل للحد من انتشار الشائعات

#### • تساؤلات الدراسة:

- ما أكثر أنواع الشائعات انتشاراً وتم الرد عليها من قبل المركز الإعلامي بمجلس الوزراء المصري؟
- ما الاستراتيجيات المتبعة من قبل الحكومة لمواجهة الشائعات؟
- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في كشف الشائعات؟
- من الجمهور المستهدف من تلك الشائعات؟
- كيف يمكن تطبيق نموذج التحكم الأمثل للحد من نشر الشائعات؟

#### • الإجراءات المنهجية للدراسة:

##### نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة للبحوث الوصفية التي تهدف لرصد الأنماط المختلفة للشائعات الإلكترونية التي تواجه الدولة، ويتصدى لها المركز الإعلامي لمجلس

الوزراء المصري، وتحليل أسباب انتشارها، وتأثيراتها المتباينة، حيث تسعى البحوث الوصفية لوصف الظواهر والتعرف على عناصرها ومكوناتها؛ عن طريق جمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها؛ بما يتيح تقديم صورة دقيقة وموضوعية للظاهرة قيد البحث<sup>(29)</sup>.

#### منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح التحليلي، حيث تهدف لوصف وتفسير الشائعات، ويعتبر منهج المسح من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية التحليلية في مجال الدراسات الإعلامية؛ لأنه يستخدم في دراسة الظاهرة أو المشكلة البحثية في وضعها الراهن، باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة، أو مجموعة الظواهر موضوع البحث<sup>(30)</sup>.

#### مجتمع الدراسة:

جميع المنشورات التي تنشرها الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook، والتي تضمنت 68 شائعة خلال الفترة الزمنية من 2021 /1/1 إلى 2021/5/31، حيث يتم وضع الشائعة وحققتها في نفس المنشور، إلى جانب صورة تتضمن المعلومات السابق ذكرها.

#### الإطار الزمني:

امتدت الفترة الزمنية التي خضعت خلالها الشائعات (عينة الدراسة) لعملية التحليل لمدة خمسة أشهر، بدأت من أيار 2021 إلى ٣١ مايو 2021.

#### عينة الدراسة:

قامت الباحثة بإجراء دراسة تطبيقية على الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري على شبكة التواصل الاجتماعي Facebook كعينة للدراسة التحليلية.

#### أداة جمع البيانات:

استخدمت الباحثة استمارة تحليل المضمون كأداة كمية لجمع البيانات، حيث تعد استمارة تحليل المضمون إحدى الأدوات الأساسية التي يستند إليها باحثو الإعلام في تحليل النصوص الإعلامية المختلفة، وتتوقف نوعية الأدوات التي يعتمد عليها الباحث في إجراء دراسته على طبيعة الأهداف التي يسعى لتحقيقها، ووفقاً لأهداف هذه الدراسة، وقد تضمنت الفئات التالية:

- نوع الشائعة حسب الموضوع. - الدافع من الشائعة. - وظيفة الشائعة.

- آلية الإقناع المستخدمة في الشائعة - أساليب الإقناع المستخدمة بالشائعة.
- الجمهور المستهدف من الشائعة - استراتيجيات المكافحة المتبعة من قبل الحكومة المصرية.
- عداد الشائعات التي تم مواجهتها شهرياً.

#### إجراءات الصدق والثبات:

1- الصدق: للتأكد من توافر شرط الصدق في استمارة تحليل المضمون، قامت الباحثة بتصميم استمارة تحليل تتضمن فئات التحليل المختلفة، وتم عرض الاستمارة ملحق بها التعريفات الإجرائية للفئات على الأساتذة المحكمين<sup>(1)</sup> للحكم على مدى صلاحية الاستمارة للتطبيق، ولقد اقترح بعض السادة المحكمين إدخال فئات جديدة، وتعديل بعض الكلمات المستخدمة في الاستمارة التي وضعتها الباحثة، وقد قامت الباحثة بإجراء كافة التعديلات التي أدخلها المحكمون لتصبح الاستمارة في الصورة التي تم التحليل على أساسها.

2- الثبات: لحساب الثبات في هذه الدراسة، تم الاستعانة بباحثين آخرين<sup>(2)</sup> لإعادة تحليل مضمون عينة فرعية من عينة الدراسة باستخدام نفس أداة التحليل، وقد قامت بتحليل مضمون 23 شائعة، والتي تمثل 33,8% من إجمالي العينة، حيث تلبية هذه النسبة متطلبات اختبار الثبات في ضوء النسب التي أوصى بها المتخصصون.

ولحساب الثبات تم تطبيق معادلة هولستي Holsti، ويتم حساب الثبات في إطار هذه المعادلة في هيئة نسبة مئوية، تعبر عن درجة الاتفاق بين كل من الباحثين الأول والثاني والثالث، وقد بلغ متوسط معامل الثبات في التحليل (87.5%).

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2}{2ن + 1}$$

حيث "م": عدد الحالات التي يتفق فيها كل من المرزبين الأول والثاني.

(1) أ.د/ سلوى سليمان، الأستاذ بقسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة عين شمس.

أ.م.د/ سماح المحمدي، الأستاذ المساعد بكلية الإعلام بجامعة القاهرة.

(2) أ/ فاطمة فكري، المدرس المساعد بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

أ/ جهاد عماد المعيدة، بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

" $1n + 2n$ ": تشير إلى إجمالي الحالات التي رمزها أو قام بتحليلها كل من الباحثين الأول والثاني.

$$87.5 = \frac{14}{16} = \frac{7 \times 2}{8 + 8} = \text{معامل الثبات}$$

• مفاهيم الدراسة:

1- المصطلح: نموذج التحكم الأمثل للحد من الشائعات.

- **التعريف النظري:** استخدام نظرية التحكم الأمثل على نطاق واسع لتحليل المعادلة الديناميكية، حيث يتم وصف مشكلة التحكم الأمثل من خلال اقتراح وظيفة موضوعية لتحسين تكلفة التحكم وتأثيره، ويفترض هذا النموذج أن نشر الشائعات بالمجتمع الافتراضي يمر على ثلاثة أنواع من المتلقين: الشخص الجاهل؛ الذي لم يسمع بالشائعة، والشخص الناشر؛ الذي سمع الشائعة ونقلها، والشخص الذي يقوم بإزالة الشائعة؛ وهو الذي سمعها ولا يقوم بنشرها<sup>(31)</sup>.

- **التعريف الإجرائي:** هو نموذج يتضمن استراتيجيات مختلفة يتم تطبيقها منفردة، أو يتم دمج أكثر من استراتيجية معاً؛ للكشف عن الشائعات والحد من انتشارها، وهي استراتيجيات يتم تطبيقها من قبل الحكومات للسيطرة على التأثيرات المختلفة للشائعات.

2- المصطلح: الشائعات.

- **التعريف النظري:** يورد محمد منير حجاب عدة تعاريف للشائعة في موسوعته الإعلامية، منها<sup>(32)</sup>:

- ♦ (هي الحديث، أو القول، أو الخبر، أو الرواية، يتناقله الناس دون التأكد من صحته ودون التحقق من صدقه، ويميل الناس إلى تصديق ما يسمعون دون محاولة للتأكد من صحته ودونه للغير، ثم يضيفون إليه بعض التفاصيل الجديدة).
- ♦ (الترويج لخبر مختلف لا أساس له من الصحة، أو التعمد في 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 أو الحقيقة، 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).

- **التعريف الإجرائي:** هي معلومات صحيحة في أساسها، لكن تم اقتضابها أو الحذف منها أو الإضافة إليها، وكذلك قولبتها في قوالب تراعى وجهة نظر المرسل أو المصدر فقط؛ لتحقيق أهداف وتأثيرات محددة.

### 3- المصطلح: شبكات التواصل الاجتماعي.

- **التعريف النظري:** شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت، ومن أي مكان، وقد ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة، وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي من كونها تفرز العلاقات بين أبناء المجتمع الإنساني، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية؛ لتصبح وسيلة تعبيرية احتجاجية على نظم الحكم، وأبرزت تلك المواقع الاجتماعية (الفييس بوك، تويتر، يوتيوب) <sup>(33)</sup>.

- **التعريف الإجرائي:** هي مواقع تتشكل من خلال تطبيقات إلكترونية على شبكة الإنترنت، تسمح للأفراد المستخدمين بالتفاعل داخلها كما تسمح بمشاركة وتلقى وإنتاج المحتوى الذي قد يكون خبراً، رأياً، قصة، فيديو،... وغيرها من المضامين التي يتم تبادلها، سواء كان مسموعاً أو مكتوباً أو مرئياً.

## الإطار المعرفي:

### أنواع الشائعات:

اختلف الباحثون في تصنيف الشائعة، فتنوعت تصنيفاتهم وفق الأسس التي اعتمدت عليها، فصنّفها البعض بموجب زمن انتشارها وسرعتها في التداول، في حين صنّفها آخرون بموجب الدوافع وراء سريانها والآثار الاجتماعية المترتبة عليها:

#### 1- تصنيف الشائعات وفق زمن انتشارها وسرعتها <sup>(34)</sup>:

أ- **الشائعة الزاحفة (البطيئة):** وهي شائعة تروج ببطء وهمس، وبطريقة سرية، وهذا التكتّم يجعل المتلقى يعتقد بصدقها.

ب- **الشائعة السريعة (الطائرة):** وهي شائعة سريعة الانتشار، وسريعة الاختفاء أيضاً.

ت- **الشائعة الغاطسة:** وهي شائعة تروج، ثم تختفي، ثم تعود وتظهر من جديد إذا تهيئت لها الظروف، أو في الأوقات التي يريدها مطلق الشائعة.

#### 2- الشائعات حسب الموضوع:

كذلك صنفت الشائعة وفق موضوعها إلى سياسية، أو اجتماعية، أو اقتصادية، أو تعليمية وغيرها

### 3- الشائعات وفق الدافع منها<sup>35</sup>:

- أ- شائعة الخوف: وهى الشائعة التى دافعها الخوف من وقوع حدث مأساوى معين فى المستقبل.
- ب- شائعة الأمل: وهى الشائعة التى دافعها الأمل فى وقوع حدث سار فى المستقبل كإشاعات النصر فى زمن الحرب.
- ت- شائعة الكراهية: وهى الشائعة التى دافعها كراهية شخص أو جماعة معينة.
- ث- شائعة التبرير: وهى الشائعة التى يهدف مطلقها إلى إعطاء تسويغ مقبول للأمر بشكل عام.

### 4- الشائعات حسب وظيفتها<sup>36</sup>:

- أ- الشائعة الاتهامية (الهجومية): وهى شائعة يطلقها شخص بهدف الحط من مكانة منافس له.
- ب- الشائعة الاستطلاعية: وهى محاولة لاستطلاع ردة فعل الشارع، لذلك يطلقها منشؤها للتعرف ماذا يكون رد فعل الشارع لو تم اتخاذ قرار ما.
- ت- شائعة الإسقاط: وهى الشائعة التى يسقط من خلالها مطلقها صفاته الذميمة على شخص آخر، وأغلب الإشاعات المتعلقة بالشرف هى من هذا النوع.
- ث- شائعة التوقع: وهى الشائعة التى تنتشر عندما تكون الجماهير مهياًة لتقبل أخبار معينة، أو أحداث خاصة، مهدت لها أحداث سابقة.

### مراحل انتشار الشائعات<sup>(37)</sup>:

- يرى العالم الروسى بايسو أن هناك ثلاث مراحل تمر فيها الشائعة حتى تسرى، وتنتشر بين عدد كبير من الناس، وهذه المراحل هى:
- أولاً: مرحلة الإدراك الانتقائى: إى إدراك الحدث أو الخبر من جانب شخص أو عدة أشخاص، ويرجع اهتمام هؤلاء بالحدث أو الخبر لمغزاه الاجتماعى فى نفوسهم.
- ثانياً: مرحلة التنقيح بالهدف والإضافة: وذلك حتى تتلاءم العناصر المكونة للإشاعة مع بعضها البعض من جهة، ومن ثقافة المجتمع من جهة أخرى.
- ثالثاً: مرحلة الاستيعاب النهائى والانتشار: وذلك بعد أن تكون مستساغة، سهلة الاستيعاب، متوافقة مع المعتقدات والأفكار والقيم السائدة فى المجتمع.
- ويخضع انتشار الشائعة لشترطين أساسيين، هما:
- أهمية موضوع الشائعة وغموضه.

- كما أن هناك تناسباً طردياً بين ازدياد فرصة انتشار الشائعة وكل من العوامل التالية:

- 1- الانسجام بين شكل الإشاعة وصياغتها.
  - 2- استعداد الوسط الاجتماعي لتقبلها.
  - 3- كون محتوى الجدل الذي تحتويه الإشاعة مختصراً.
  - 4- كونها تعبر عن رمز اجتماعي أو نفسى برغبة أو برهبة أعضاء الجماعة.
- أساليب مكافحة الشائعات<sup>(38)</sup>:

- عيادة الشائعات: وهذه الطريقة تعتمد على تخصيص مساحة معقولة في صحيفة يومية، أو برنامج إذاعي أو تليفزيوني؛ لتحليل الشائعات تحليلاً متكاملاً نفسياً، اجتماعياً، ومنطقياً، وتفنيدها بطريقة علمية وحجج قوية.

- التأكيد: ويتم من خلال وسائل الإعلام، وعدم استخدام الألفاظ نفسها التي وردت في الشائعة، وتقوم شخصية بارزة بالتكذيب.

- إطلاق شائعات مضادة: وهذا يحتاج إلى قدرة عقلية وجهد عال وأناس يستطيعون التأثير في الرأي العام.

- عرقلة الوسائل التي يستخدمها المنافس: مثل قطع الاتصالات بالعالم الخارجي، لكن يمكن أن يؤدي هذا إلى فقدان الثقة في الوسيلة الإعلامية.

الاستراتيجيات الإعلامية لمواجهة الشائعات في المراحل المختلفة للأزمات<sup>(39)</sup>:

1- استراتيجية التركيز: ويقصد بها استخدام وسائل إعلامية متعددة لتوصل رسائل إلى جماهير منتشرة في مناطق جغرافية بعيدة، وهي الاستراتيجية التي تستخدم في مواجهة الأزمات والكوارث.

اعتمدت الحكومة المصرية على تلك الاستراتيجية لمواجهة الشائعات في فترات الأزمات، مثل فترة الأزمات السياسية إبان ثورة يناير 2011، حيث كان هناك تركيز إعلامي لنقل المعلومات ونشرها في مختلف المناطق الجغرافية بمصر من خلال المنصات الإعلامية المتنوعة.

2- الاستراتيجية الديناميكية النفسية: وتقتصر هذه الاستراتيجية التركيز على عوامل إدراكية أو عاطفية للتأثير في الفرد والجماعة، واستخدام استمالات عاطفية، أو إثارة انفعالات ومخاوف، مع التركيز على أهمية المعتقدات والاتجاهات والنيات السلوكية.

3- الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية: تقترح هذه الاستراتيجية تقديم رسائل إعلامية مقنعة تحدد أو تعيد تحديد المتطلبات الثقافية وقواعد السلوك لدى الأفراد والجماعات داخل المجتمع، حيث يؤدي ذلك إلى تعديل في السلوك الاجتماعى، فإقناع الفرد يأتى عبر إحداث تعديل في الضوابط الاجتماعية والثقافية داخل المجتمع وإعادة صياغتها.

وتستخدم الحكومة المصرية تلك الاستراتيجية في التصدى لبعض الشائعات، من خلال تطوير بعض المنصات الإعلامية، والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، والحملات الإعلامية المختلفة؛ لتوعية الشعب المصرى، وتعديل سلوكه، وإعادة صياغة الهيكل الثقافى له.

4- استراتيجية بناء المعانى: تفترض هذه النظرية أن التأثير الإعلامى أو الإقناع يحدث عندما تتجح وسائل الإعلام في تعديل المعانى والصور والرموز المحيطة بالإنسان، وإكسابها معانى جديدة.

5- استراتيجية الاتصال الوقائى: كشفت أغلب الدراسات أن الاستراتيجيات الإعلامية المستخدمة لمواجهة الشائعات تعمل بعد ظهور وتداول الشائعة، أى أن لها طابعا دفاعيا، من هنا ظهرت الحاجة إلى تطوير استراتيجية وقائية تستخدم كافة وسائل الإعلام؛ من أجل توعية المواطنين بمفهوم الشائعات والظروف المرتبطة بنشأتها وتطورها والمخاطر الناجمة عنها، وكيفية تحليلها؛ للكشف عما تتضمنه من أكاذيب ومغالطات، وتعتمد هذه الاستراتيجية على التعاون والتنسيق بين وسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية والتربوية، وأجهزة وإدارات الإعلام الأمنى وفرق إدارة الأزمة ولجان رصد ومتابعة الشائعات، وتسعى استراتيجية الاتصال الوقائى إلى تحقيق أهداف تربوية على المدى البعيد، مع إبقاء المجتمع ومؤسساته في حالة وعى ويقظة بمناخ الشائعات وأساليب ووسائل ترويجها.

زاد اعتماد الحكومة المصرية لتلك الاستراتيجية من خلال حملات التوعية المتنوعة التى تقدمها الوزارات والأجهزة الحكومية لتوعية المواطنين، وكذلك تخصيص المركز الإعلامى التابع لرئاسة مجلس الوزراء المصرى؛ لكشف الأكاذيب والمغالطات والشائعات.

6- استراتيجية الموقف المشكل: تقدم هذه الاستراتيجية طريقة منظمة لعمل وسائل الإعلام وتقييم مدى دقة المعلومات التى تقدمها حول الموقف المشكل.

### القانون المصري والشائعات:

فقد قرر المشرع المصري عقوبة السجن على كل من قام بنشر الشائعات التي تمس أمن واستقرار البلاد في زمن الحرب، وكان من شأن ذلك إلحاق الضرر بالاستعدادات الجدية؛ للدفاع عن البلاد أو بالعمليات العسكرية للقوات المسلحة، أو إثارة الفرع بين الناس أو إضعاف الجسد في الأمة<sup>(40)</sup>.

كما عاقب المشرع المصري بالحبس مدة لا تقل عن ستة أشهر ولا تزيد عن خمس سنوات وبغرامة لا تقل عن 100 جنيه ولا تزيد عن 500 جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين كل مصري أذاع في الخارج عمداً أخباراً، أو بيانات، أو إشاعات كاذبة، أو مغرضة حول الأوضاع الداخلية للبلاد، وكان من شأنها إضعاف الثقة من شأنه الإضرار بالمصالح القومية المالية بالدولة أو هيبتها واعتبارها، أو باشر بأية طريقة كانت نشاطاً من شأنها الإضرار بالمصالح القومية للبلاد<sup>(41)</sup>.

في حين عاقب المشرع المصري أيضاً كل من استغل الدين في الترويج بالقول، أو الكتابة، أو بأية وسيلة أخرى لأفكار متطرفة بقصد إثارة الفتنة، وذلك بالحبس مدة لا تقل عن ستة أشهر ولا تتجاوز خمس سنوات أو بغرامة لا تقل عن خمسمائة جنيه ولا تتجاوز ألف جنيه<sup>(42)</sup>.

وفي المادة 102 مكرر من قانون العقوبات المصري أيضاً نص على معاقبة مرتكب جريمة الشائعة بالحبس من 24 ساعة إلى ثلاث سنوات وغرامة لا تقل عن خمسين جنيهًا ولا تتجاوز مئتي جنيه، وذلك متى ما توافرت العناصر المؤسسة لمسئوليته عن جريمة الشائعة، والفاعل المقصود بهذه المادة هو: كل من أذاع عمداً شائعات كاذبة أو مغرضة أو ما في حكمها، وذلك طبقاً لما ذكر في الفقرة الأولى من المادة 102 مكررة، وكذلك كل من كان حائزاً للمحركات، أو المطبوعات التي تتضمن تلك الشائعات الكاذبة المغرضة أو نحوها، وذلك طبقاً لما جاء في الفقرة الثانية من المادة 102 ذاتها، ويعد في صفة الفاعل أيضاً كل حائز لأية وسيلة من وسائل الطبع، أو التسجيل، أو العلانية المخصصة ولو بصفة وقتية لطبع أو تسجيل، أو إذاعة شيء مما ذكر طبقاً للفقرة الثالثة من ذات المادة<sup>(43)</sup>.

وفي نوفمبر 2019 أحال رئيس مجلس النواب مشروع قانون لمكافحة الشائعات في ظل وجود نصوص تشريعية تجرم ترويج الشائعات، ولكن هذا المشروع يعمل على توسيع نطاق عقوبة نشر الشائعات، وكذلك إنشاء جهاز لرصد الشائعات يكون تابع لمجلس الوزراء، ويضم في عضويته عضو من وزارة الدفاع، وكذلك الداخلية، والخارجية،

والعدل، والاتصالات، والمخابرات العامة، والأوقاف، والأزهر، والكنيسة، والمجلس الإعلامي للصحافة والإعلام.

### • نتائج الدراسة:

وفيما يلي سوف تعرض الباحثة ما توصلت إليه من نتائج:

جدول (1) نوع الشائعة حسب الموضوع

م	نوع الشائعة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
1	اقتصادية	23	33.8%	1
2	اجتماعية	8	11.7%	3
3	طبية	6	8.8%	4
4	تعليمية	18	26.4%	2
5	دينية	1	1.4%	8
6	بيئية	5	7.3%	5
7	سياحية	2	2.9%	7
8	قانونية	2	2.9%	7
9	معلوماتية	3	4.4%	6
10	أخرى تذكر	--	--	--
	الإجمالي	68	100%	

### يتضح من بيانات الجدول السابق:

- أن النسبة الأكبر في الشائعات من حيث مجالها وموضوعها هي الشائعات الاقتصادية التي مثلت نسبة 33.8% من إجمالي الشائعات عينة الدراسة، ثم تلاها الشائعات التعليمية بنسبة 26.4%، ثم الشائعات الاجتماعية بنسبة 11.7%، يليها الشائعات الطبية بنسبة 8.8%، ثم الشائعات البيئية بنسبة 7.3%، ثم الشائعات المعلوماتية بنسبة 4.4%، أما الشائعات السياحية والقانونية تساوت بنسبة 2.9%، وأخيراً الشائعات الدينية بنسبة 1.4%.

- تمثلت الشائعات الاقتصادية في الشائعات التي تواجهها وزارة المالية مثل شائعة: (تعهد تعطيل النظام الإلكتروني لتحصيل المدفوعات الحكومية وإجبار المواطنين على السداد النقدي بهدف تحصيل غرامات مالية) 20 يناير، أما بالنسبة للشائعات التعليمية فكانت مثل: (تأجيل عقد امتحانات الفصل الدراسي الأول بجميع الصفوف الدراسية إلى مايو القادم) 26 يناير، بينما الشائعات الاجتماعية فتمثلت في شائعة: (تداول فيديو على مواقع التواصل الاجتماعي يتضمن إجراءات مشددة تطبقها الدولة خلال الأسبوعين القادمين، منها حظر حركة المواطنين على كافة الطرق العامة، وإيقاف

وسائل النقل، وإغلاق كافة المحال من الخامسة مساءً، وإغلاق كامل يومي الجمعة والسبت، وتعليق كافة الخدمات الحكومية المقدمة للمواطنين وغيرها) 6 مايو، والشائعات الطبية تمثلت في: (تداول رسالة صوتية على تطبيق الواتس آب منسوبة لشخصية مسؤولة بوزارة الصحة تزعم تدهور الوضع الصحي في مستشفيات العزل، مع وجود عجز شديد في الأسرة، وتحويل المدن الجامعية بمختلف المحافظات إلى مستشفيات ميدانية تزامناً مع تزايد أعداد الإصابات بفيروس كورونا) 9 أبريل، أما الشائعات البيئية فكانت: (تلوث مياه الإسكندرية نتيجة تسرب بقع زيتية من السفن الضخمة) 16 مايو، والشائعات المعلوماتية مثل: (إرسال وزارة الصحة رسائل وهمية بموعد ومكان التطعيم للمواطنين المسجلين لتلقي لقاح كورونا دون توفير الجرعات لهم) 17 مايو، بينما الشائعات السياحية مثل: (تداول صور تزعم وجود هبوط أرضي بمحيط هرم خوفو مما يهدد مبنى الهرم بالانهيار) 26 مارس، والشائعة القانونية مثل: (نزع ملكية الوحدات السكنية من أصحابها حال عدم تسجيلها بالشهر العقاري وفقاً للتعديل التشريعي الجديد للقانون) 23 فبراير، وأخيراً الشائعات الدينية والتي تمثلت في شائعة واحدة، وهي: (غياب الرقابة على إيرادات هيئة الأوقاف المصرية ومصروفاتها) 2 أبريل.

- لم تظهر أية شائعة سياسية أو عسكرية خلال الفترة الزمنية التي خضعت خلالها الشائعات للتحليل.

- وفقاً للنموذج المقترح المعتمد على نموذج التحكم الأمثل للحد من انتشار الشائعات؛ يقع تحديد نوع الشائعة على كل من المتلقي والجهاز الحكومي المنوط به رصد الشائعات.

جدول (2) الدافع من الشائعة

م	الدافع	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
1	إثارة الذعر والخوف	14	16.6%	2
2	إثارة القلق والتوتر	62	73.8%	1
3	نشر الأمل	4	4.7%	3
4	نشر الكراهية	4	4.7%	3
5	أخرى تذكر	--	--	--
	الإجمالي	84	100%	

يتضح من بيانات الجدول السابق:

- أن الدافع الرئيس وراء نشر شائعة بعينها هو إثارة القلق والتوتر والتي احتلت المرتبة الأولى بنسبة 73.8%، بينما جاء إثارة الذعر والخوف في المرتبة الثانية بنسبة 16.6%، في حين احتل نشر الأمل والكرهية المرتبة الثالثة لكل منهما بنسبة 4.7%.
- من الشائعات التي دافعها إثارة القلق والتوتر: (فرض رسوم ضريبية جديدة على فاتورة الكهرباء لصالح الإذاعة والتلفزيون) 21 فبراير، أما إثارة الذعر والخوف مثل: (إلغاء النظام الإلكتروني لامتحانات الشهادة الثانوية العامة تزامناً مع فرض قانون التعليم الجديد) 23 أبريل، أما الشائعات التي كان دافعها نشر الأمل مثل: (إطلاق القوى العاملة موقع إلكتروني جديد لصرف منحة 500 جنيه للأسر غير القادرة) 7 يناير، بينما شائعات الكراهية مثل: (توجيهات بإلغاء تدريس الآيات القرآنية والأحاديث لطلاب المدارس) 19 فبراير.
- لم تظهر شائعات دافعها التبرير؛ وهي التي يهدف مطلقاً إلى تبرير سلوكه غير الأخلاقي تجاه شخص أو جماعة معينة.
- تضمن الكثير من الشائعات على أكثر من دافع مثل: (رصد سلالات جديدة من فيروس كورونا المتحور داخل مصر) 24 مايو، فقد تضمن دافع إثارة الخوف إلى جانب القلق والتوتر.
- وفقاً للنموذج المقترح يعتمد تحديد الدافع من نشر الشائعة على كل من المتلقي والجهاز الحكومي المنوط به رصد الشائعات.

جدول (3) وظيفة الشائعة

م	وظيفة الشائعة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
1	هجومية	49	66.2%	1
2	إسقاط	1	1.3%	3
3	توقع	23	31%	2
4	أخرى تذكر	1 (التضليل لجمع المعلومات)	1.3%	3
الإجمالي		74	100%	

يتضح من بيانات الجدول السابق:

- أن الوظيفة التي أدتها الشائعة هي الوظيفة الهجومية وذلك بنسبة 66.2%، تلتها وظيفة التوقع بنسبة 31%، ثم وظيفة الإسقاط وتضليل الأفراد من أجل جمع المعلومات بنسبة 1.3% لكل منهما.

- تمثلت الوظيفة الهجومية للشائعات في 49 شائعة، وتهدف لإصاق معلومات خاطئة بقطاعات ووزارات الدولة، مثل شائعة صدور قرار بمد وقف تراخيص البناء للوحدات السكنية بالمحافظات لمدة 6 أشهر جديدة وهي شائعة خاصة بوزارة الدولة للتنمية المحلية، وكذلك شائعة (حريق هائل بمطار القاهرة الدولي) 24 مارس، وكان الرد من قبل المركز الإعلامي بمجلس الوزراء المصري على لسان وزارة الطيران المدني).
- هناك 23 شائعة توقع وهي التي تنتشر عندما تكون الجماهير مهياً لتقبل أخبار معينة أو أحداث خاصة، وقد مهدت لها أحداث سابقة، مثل الشائعات الخاصة بوزارة التربية والتعليم، والتعليم الفني والتعليم العالي والبحث العلمي حول عقد الامتحانات أو تأجيلها، أو حول تداول جدول امتحانات الثانوية العامة، أو الشائعات الخاصة بارتفاع أسعار السلع الغذائية مع اقتراب حلول شهر رمضان وغيرها.
- وظهر شائعة إسقاط واحدة؛ وهي الشائعة التي يسقط من خلالها مطلقاً صفات ذميمة على شخص آخر، وأغلب الشائعات المتعلقة بالشرف هي من هذا النوع، مثل شائعة (غياب الرقابة على إيرادات هيئة الأوقاف المصرية ومصروفاتها) 2 أبريل.
- ولم تظهر أي شائعة من الشائعات الاستطلاعية؛ وهي شائعات يتم إطلاقها للتعرف على رد فعل الشارع لو تم اتخاذ قرار ما.
- كان هناك وظيفة أخرى للشائعات عينة الدراسة وهي التضليل من أجل جمع المعلومات، وقد ظهرت في شائعة واحدة هي (إطلاق القوى العاملة موقع إلكتروني جديد لصرف منحة 500 جنيه للأسر غير القادرة) 7 يناير.
- كذلك تضمنت بعض الشائعات أكثر من وظيفة، مثل شائعة: (قرار بتسريح عدد كبير من العاملين بالجهاز الإداري للدولة تزامناً مع قرار تحديث ملفاتهم الوظيفية) والتي تضم وظيفتي الهجومية والتوقع معاً. 4 مارس.
- وفقاً للنموذج المقترح يعتمد تحديد وظيفة الشائعة على كل من المتلقي والجهاز الحكومي المنوط به رصد الشائعات.

جدول (4) آلية الإقناع المستخدمة في الشائعة

م	الآلية المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
1	منطقية	59	86.7%	1
2	عاطفية	9	13.2%	2
	الإجمالي	68	100%	

يتضح من بيانات الجدول السابق:

- اعتمد القائم بنشر الشائعات على الآليات المنطقية بنسبة 86.7%، بينما اعتمد على الآليات العاطفية بنسبة 13.2% .
- استخدم الأسلوب المنطقي العقلي المعتمد على التفكير في 59 شائعة، مثل شائعة: (رفع أسعار السلع الغذائية بالأسواق بالتزامن مع زيادة الرواتب والمعاشات) 20 مارس، بينما استخدم الأسلوب العاطفي في 9 شائعات فقط، مثل: (نقص الأمصال الطبية بالمستشفيات الحكومية والوحدات الصحية) 30 مايو .
- وفقاً للنموذج المقترح يعتمد تحديد آليات الإقناع المستخدمة في الشائعة على كل من المتلقي، والتي يستطيع تحديدها من خلال تطبيق مهارات التربية الإعلامية، أما الجهاز الحكومي المنوط به رصد الشائعات يحدد الآليات لتحديد قوة تأثيرها والطرق الأنسب لمواجهتها .

جدول (5) أساليب الإقناع المستخدمة بالشائعة

م	أساليب الإقناع	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
1	التكرار	14	20.5%	2
2	استخدام أرقام وإحصائيات	8	11.7%	3
3	استخدام صور إيحائية معينة	2	.029%	4
	استخدام كلمات إيحائية معينة	44	64.7%	1
4	أخرى تذكر	--	--	--
	الإجمالي	68	100%	

يتضح من بيانات الجدول السابق:

- استخدم القائم بنشر الشائعة عدة أساليب للإقناع؛ احتلت المرتبة الأولى استخدام كلمات إيحائية معينة بنسبة 64.7%، بينما احتل المرتبة الثانية استخدام أسلوب التكرار بنسبة 20.5%، أما المرتبة الثالثة فكانت استخدام الأرقام والإحصائيات بنسبة 11.7%، وفي المرتبة الأخيرة استخدام صور إيحائية معينة بنسبة 0.29% .
- هناك الكثير من الشائعات التي تم استخدام كلمات رنانة أو كلمات تزيد من التأثير المطلوب من الشائعة، ووصل عددها لـ 44، منها كلمة حريق هائل في شائعة (حريق هائل في مطار القاهرة الدولي) 24 مارس، وكلمات إهدار مبالغ طائلة في شائعة (إهدار مبالغ طائلة على تطوير شبكة القطارات المتهالكة) 25 مايو، وإلغاء الدعم التموييني بشائعة (إلغاء الدعم التموييني والخبز للمستفيدين من مبادرة تحويل وإحلال المركبات للعمل بالغاز الطبيعي) 18 أبريل، وغيرها الكثير، أما بالنسبة للشائعات التي استخدمت صوراً وفيديوهات فكانت شائعتين، هما شائعة (تداول صور على مواقع التواصل لتصميمات فنية جديدة لبطاقات الرقم القومي وجوازات السفر المصرية) 7

مايو وشائعة (تداول فيديو على مواقع التواصل الاجتماعي يتضمن إجراءات مشددة تطبقها الدولة خلال الأسبوعين القادمين، منها حظر حركة المواطنين على كافة الطرق العامة، وإيقاف وسائل النقل، وإغلاق كافة المحال من الخامسة مساءً، وإغلاق كامل يومي الجمعة والسبت، وتعليق كافة الخدمات الحكومية المقدمة للمواطنين،... وغيرها) 6 مايو.

- أما بالنسبة لأسلوب التكرار والذي استخدم 14 مرة، فظهر في الشائعات الخاصة بوزارة التربية والتعليم، والتعليم الفني، ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي، فيما يخص نظام التعليم، نظام الامتحانات، مواعيد بدء الدراسة ونهايتها وغيرها، مثل: (صدور قرار بوضع أسئلة من مقررات الفصل الدراسي الأول في امتحانات نهاية العام الدراسي لطلاب الشهادة الإعدادية) 15 مايو.

- تم استخدام الأرقام والإحصائيات 8 مرات في الشائعات، مثل: (فرض غرامة 10 آلاف جنيه للممتنعين عن التطعيم بلقاح فيروس كورونا) 3 يناير، وكذلك شائعة (زيادة الضرائب على العاملين بالجهاز الإداري للدولة بنسبة 13٪ في موازنة العام المالي 2022/2021).

- لم يتم استخدام أسلوب المقارنة أو التشبيه في الشائعات محل الدراسة.  
- وفقاً للنموذج المقترح يعتمد تحديد أساليب الإقناع المستخدمة في الشائعة على كل من المتلقي ليعي حقيقة الشائعة، وكذلك الجهاز الحكومي المنوط به رصد الشائعات لتحديد أساليب المكافحة المناسبة.

جدول (6) الجمهور المستهدف من الشائعة

م	الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
1	جمهور عام داخل الدولة	30	44.1%	2
2	جمهور خاص داخل الدولة	38	55.8%	1
	الإجمالي	68	100%	

يتضح من بيانات الجدول السابق:

- استهدفت الشائعات محل الدراسة فئات معينة أو جمهوراً خاصاً داخل الدولة بنسبة 55.8٪، بينما استهدفت جمهوراً عاماً داخل الدولة بنسبة 44.1٪.  
- هناك شائعات استهدفت قطاعاً معيناً داخل الدولة وكان عددها 38 شائعة، مثل شائعة: (نقص حصة الزيت الموزعة للفرد على البطاقات التموينية بمقررات شهر أبريل الجاري بالمجمعات الاستهلاكية) 14 أبريل، والتي استهدفت الفئة المنتفعة من بطاقات التموين، وكذلك شائعة (اعتزام الحكومة إلغاء معاش المرأة المطلقة وفقاً

لقانون التأمينات الاجتماعية والمعاشات الجديد) 9 فبراير، واستهدفت المرأة المطلقة التي تحصل على معاش والدها المتوفى.

- أما الشائعات التي استهدفت جمهوراً عاماً داخل الدولة قد وصلت لـ 30 شائعة، منها: (إنشاء المركز المصري للجينوم كباب خلفي للإتجار بالخريطة الجينية والخلايا الجذعية للمصريين لبيعها لمراكز بحثية دولية) 10 مارس، وشائعة (تحديد أسعار شرائح الكهرباء وفقاً للمنطقة التي تقع فيها الوحدة السكنية) 3 مايو.

- وفقاً للنموذج المقترح يعتمد تحديد الجمهور المستهدف من الشائعة على عاتق الجهاز الحكومي المنوط به رصد الشائعات.

جدول (7) استراتيجيات مكافحة المتبعة من قبل الحكومة المصرية

م	استراتيجيات مكافحة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
1	مواجهة الشائعة بالمعلومات	44	64.7%	1
2	نشر عكس الشائعة	24	35.2%	2
3	أخرى تذكر	--	--	--
	الإجمالي	68	100%	

يتضح من بيانات الجدول السابق:

- أقتصرت رد المركز الإعلامي التابع لمجلس الوزراء المصري على نوعين من الاستراتيجيات لمواجهة الشائعات، هما: مواجهة الشائعات بنشر المعلومات بنسبة 64.7%، أما استراتيجية نشر عكس الشائعة بنسبة 35.2%.

- أنه من المؤكد قد تم استخدام استراتيجية التجاهل في مواجهة بعض الشائعات، لكنها استراتيجية لم تسمح لنا برصدها.

- لم يتم رصد استخدام استراتيجيات أخرى لمواجهة الشائعات، مثل الكشف عن مصدر الشائعة وقتل الشائعة بشائعة أكبر منها وغيرها.

- قد تم مواجهة الشائعات بالمعلومات، مثل شائعة: (عدم جدوى المشروع القومي- الدلتا الجديدة- نتيجة لعدم توافر الموارد المائية اللازمة لري الأراضي الزراعية) 21 أبريل، أما استراتيجية نشر عكس الشائعة مثل: (تغيير مجموع درجات الثانوية العامة للعام الدراسي الحالي نتيجة لوجود أكثر من فرصة امتحانية) 25 فبراير.

- ظهر في سبع شائعات فقط من إجمالي عدد الشائعات عينة الدراسة مناشدة بعدم الانسياق وراء الأنباء المغلوطة والشائعات وتقصي الحقائق من مصادرها الرسمية، مثل شائعة: (تأجيل استئناف الدراسة والامتحانات بكافة الجامعات والمعاهد على مستوى الجمهورية) 24 فبراير.

- وفقاً للنموذج المقترح يعتمد تحديد استراتيجيات مكافحة المتبعة على الجهاز الحكومي المنوط به رصد الشائعات وفقاً لطبيعة الشائعة والجمهور المستهدف ووقت نشرها وغيرها من العوامل.

جدول (8) عداد الشائعات التي تم مواجهتها شهرياً

م	الشهر	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
1	يناير	10	14.7%	4
2	فبراير	13	19.1%	3
3	مارس	13	19.1%	3
4	أبريل	15	22%	2
5	مايو	17	25%	1
الإجمالي		68	100%	

يتضح من بيانات الجدول السابق:

- واجه المركز الإعلامي بمجلس الوزراء المصري 10 شائعات بشهر يناير 2021، و13 شائعة بكل من شهر فبراير ومارس، بينما واجه في شهر أبريل 15 شائعة، وفي شهر مايو 17 شائعة.

- من الملاحظ أن هناك ازدياداً تدريجياً في عدد الشائعات التي يتم الرد عليها من قبل مجلس الوزراء المصري، لكن باستخدام محدود لاستراتيجيات مواجهة الشائعات.

#### ● مناقشة نتائج الدراسة:

- اختلفت نتائج الدراسة الحالية بالنسبة لنوع الشائعة وفقاً لموضوعها مع دراسة (دعاك، انتصار موسى 2018) <sup>(44)</sup>، حيث توصلت دراسة انتصار دعاك إلى أن أكثر أنواع الشائعات انتشاراً هي الشائعات الاجتماعية، بينما توصلت الدراسة الحالية إلى أن الشائعات الاقتصادية التي تتعلق بالمجال المالي الداخلي أو الخارجي لمصر هي أكثر الشائعات انتشاراً، في حين أن الشائعات الاجتماعية تأتي في المرتبة الثالثة، وكذلك اختلفت مع دراسة (سلمان، أحمد حسن 2017) <sup>(45)</sup> التي ذكرت أن الشائعات السياسية هي الأكثر انتشاراً، يليها الشائعات الاجتماعية، في حين أنه تبين في دراسة (المدني، أسامة بن غازي 2017) <sup>(46)</sup> أن الشائعات السياسية هي الأكثر انتشاراً، يليها الشائعات الاقتصادية، ثم العسكرية، وترى الباحثة أنه قد يرجع أسباب تصدر الشائعات السياسية في الدراسات السابقة ذكرها كون الفترة الزمنية التي تمت فيها تلك الدراسات هي فترة أزمات سياسية وعسكرية بمصر.

- أما بالنسبة للدافع من وراء الشائعة؛ فقد اتفقت نتائج البحث مع نتائج دراسة (شتلة، ممدوح السيد عبد الهادي 2017) <sup>(47)</sup> أن الدافع الأساسي وراء نشر الشائعات هو إثارة العنف والصراع السياسي داخل المجتمع، وتفكيك وحدته وإثارة البلبلّة والفوضى، وتدمير النظام القيمي للمجتمع، واختلفت قليلاً مع دراسة (التوم، محمد بن عائض 2019) <sup>(48)</sup>، حيث كانت دوافع الشائعات بالترتيب: استفزازي، تخويفي، ثم استغلالي، وأخيراً ساخر.

- وفيما يخص الوظيفة المنوطة بالشائعة، فقد تنوعت بين الوظيفة الهجومية، تليها وظيفة التوقع ووظيفة الإسقاط وتضليل الأفراد من أجل جمع المعلومات، وقد اتفقت دراسة: (التوم، محمد بن عائض 2019) <sup>(49)</sup> تعددت الدوافع من الشائعات ما بين تأجيج المجتمع ضد الدولة، وتأجيج العاطفة الدينية، وزعزعة الأمن، وكذلك دراسة (دعак، انتصار موسى 2018) <sup>(50)</sup> أكدت أن الشائعات تؤثر على الرأي العام.

- بينما آلية الإقناع المستخدمة في الشائعة؛ فقد زاد الاعتماد على الآلية المنطقية عن الآلية النفسية، وقد استخدمت بعض الشائعات الآليتين معاً؛ وذلك للعمل على زيادة تأثيرها، ولكن قامت الباحثة بتحديد الآلية التي تم الاعتماد عليها بشكل أكبر بالشائعة، ويختلف الاعتماد على أي من الآليتين وفقاً لطبيعة الشائعة وموضوعها والجمهور المستهدف منها.

- أما عن أساليب الإقناع المستخدمة بالشائعة؛ فقد تنوعت تلك الأساليب، وقد وجدت دراسة (المدني، أسامة بن غازي 2017) <sup>(51)</sup> أن من أساليب نشر الشائعات التلاعب في الصور الفوتوغرافية والتصريحات المختلفة والمعلومات غير الصحيحة، والتلاعب في مقطع فيديو والتلاعب في تسجيل صوتي على الترتيب، وكذلك دراسة (شياو تشيان تشو وفينغمينغ ليو 2017) <sup>(52)</sup> أثبتت أن العقلية السلبية هي السبب الرئيس لسلوك المعلومات المضللة، وكلما زادت العقلية السلبية لجهات الاتصال المعلوماتية، زادت احتمالية سلوك نشر المعلومات المضللة، ودراسة (تشونجن صن، اكزين تشينغ، روليان تشانغ وبينكنغ يانغ 2020) <sup>(53)</sup> أشار إلى أن درجة تصديق الشائعات تؤدي دور الوسيط في الرغبة في إعادة نشر الشائعات.

- والجمهور المستهدف من الشائعة هو جمهور متنوع ومتغير وفقاً لمجال وطبيعة الشائعة، فدراسة (إنسان، إيمان 2019) <sup>(54)</sup> أشارت إلى أن المسؤولين الرئيسيين بجامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي- هم الأكثر عرضة للشائعات بالجامعة.

- وفيما يخص استراتيجيات مكافحة المتبعة من قبل الحكومة: فقد اقتصر رد المركز الإعلامي التابع لمجلس الوزراء المصري على نوعين من الاستراتيجيات لمواجهة الشائعات، هما: نشر المعلومات ونشر عكس الشائعة، ودراسة (بن وارث، شرف الدين 2017) <sup>(55)</sup> ذكر أن وسائل محاربة الإشاعات والوقاية منها تكون بصدور بيان من أطراف مختصة؛ لتوضيح طبيعة هذه الشائعة ومدى صحتها، لابد أن يتحلى الأفراد متلقو هذه الأخبار بالمسؤولية؛ إذ عليهم قبل ترويج أي خبر يأتي إليهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو هواتفهم الذكية ضرورة العودة لمصادر الأخبار الرسمية في الدولة، تشديد الجهات المعنية على ملاحقة مروجي هذه الشائعات عبر وسائل التواصل، الحزم في تطبيق أقصى العقوبات التي يقرها القانون، وكذلك وضع استراتيجية إعلامية وقائية تستخدم وسائل الإعلام كافة؛ من أجل توعية أفراد المجتمع بمفهوم الشائعات والظروف المرتبطة بنشأتها وتطورها والمخاطر والآثار الناجمة عنها، بينما دراسة (إنسان، إيمان 2019) <sup>(56)</sup> وجهت لضرورة تفعيل الدور الرقابي، في حين أن دراسة (حربي، نصر رمضان سعدالله 2019) <sup>(57)</sup> يرى أن التصدي للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي يقتضي تضافر الجهود وتعاون بين كل الجهات المعنية داخل الدولة، بل يقتضي الأمر ضرورة التعاون بين دول العالم، ودراسة (الخشيت، حنان حسن عبدالرحمن 2018) <sup>(58)</sup> أظهرت كيف واجهت السنة النبوية الشائعات، وذلك من خلال عدة مراحل: (مرحلة اتقاء وقوع الشائعة، مرحلة التصدي السريع للشائعة، مرحلة الوصم لمرتكب الشائعة، مرحلة العقوبة، والمرحلة النمائية والتي تعني بإرساء قواعد المهنية الإعلامية)، ودراسة (مكاوي، ممدوح عبد الله 2020) <sup>(59)</sup> والتي اهتمت بالتربية الإعلامية ومهارات التفكير الناقد لدى الجمهور، باعتبارها أداة فاعلة في دحض الأخبار الزائفة، ودراسة (شياو تشيان تشو وفينغمينغ ليو 2017) <sup>(60)</sup> ترى أن تحسين مؤشر حياة الناس وتقوية آلية معاقبة مردي الشائعات هي مفتاح السيطرة على الشائعات، ودراسة (ستيوارت، إليزابيث 2021) <sup>(61)</sup> ترى أن الإبلاغ عن الأخبار المزيفة قد يساعد في الحد من انتشار أنواع معينة من الشائعات.

- بينما فيما يخص الفترة الزمنية؛ فقد اتفقت العديد من الدراسات على أن الفترات التي يزيد بها انتشار الشائعات هي فترات الأزمات والحروب، مثل دراسة (شتلة، ممدوح السيد عبد الهادي 2017) <sup>(62)</sup> التي أثبتت أن أهم أوقات بروز الشائعات في

المجتمع أثناء وجود عمليات إرهابية في المجتمع، يليه وقت الحروب، ثم وقت الثورات، ثم وقت الأزمات.

- اقترحت عدة دراسات نماذج مختلفة لمواجهة الشائعات وفقاً لطبيعة المجتمع، مثل دراسة (لينجان هو وينجينج تشنغ 2018)<sup>(63)</sup>، ودراسة (دا وين هوانغ، لو شينغ يانغ، شياوفان يانغ، يوان يان تانغ وجيتشاو بي 2020)<sup>(64)</sup>.

#### • النتائج العامة للدراسة:

- تنوعت أنواع الشائعات ما بين الاقتصادية، والتعليمية، والاجتماعية، والطبية، والبيئية، والمعلوماتية، والسياحية، والقانونية، والدينية، ولم تظهر شائعات سياسية أو عسكرية خلال الفترة الزمنية لتحليل المضمون.
- تباينت الدوافع الكامنة خلف إصدار ونشر الشائعات؛ حيث كان الدافع الرئيس وراء نشر شائعة بعينها هو إثارة القلق والتوتر، وكذلك إثارة الذعر والخوف، إلى جانب نشر الأمل والكرهية، ولم يظهر دافع التبرير في الشائعات عينة الدراسة.
- إن الوظائف التي أدتها الشائعات عينة الدراسة هي: الوظيفة الهجومية، ووظيفة الإسقاط وتضليل الأفراد من أجل جمع المعلومات، ولم يكن تظهر الوظيفة الاستطلاعية والتي تهدف للتعرف على رد فعل الشارع إذا ما تم اتخاذ قرار ما.
- آليات الإقناع المستخدمة في الشائعات تنوعت ما بين الآليات المنطقية، والتي تتطلب أعمال العقل والآليات العاطفية التي تعمل على إثارة المشاعر.
- أساليب الإقناع التي تم استخدامها بالشائعات محل الدراسة كانت استخدام الصور والفيديوهات وكلمات إيحائية معينة، وكذلك أسلوب التكرار واستخدام الأرقام والإحصائيات، ولم يتم استخدام أسلوب المقارنة أو التشبيه.
- استهدفت الشائعات جمهور متنوع ما بين العام والخاص.
- 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.
- هناك ازدياد تدريجي في عدد الشائعات التي يتم مكافحتها من قبل مجلس الوزراء المصري.

- بالنسبة لتطبيق النموذج المقترح المعتمد على نموذج التحكم الأمثل للحد من انتشار الشائعات؛ يتم نشر الوعي الكافي من قبل الحكومة لدى أفراد المجتمع لتنمية مهارات (التربية الإعلامية) التي توعيتهم بكيفية التعامل مع المعلومات المختلفة والصور والفيديوهات والتحقق منها، وكيف تتوقف الشائعة عندهم، إلى جانب توعيتهم بمخاطر انتشار الشائعات، والبدء في تصميم قواعد البيانات الخاصة بالشائعات، وتحديد الأساليب والاستراتيجيات المناسبة للمواجهة وفقاً لطبيعة الشائعة والظروف المحيطة بها.

#### ● توصيات الدراسة:

- القيام بحملات توعية مكثفة لأفراد المجتمع باختلاف ثقافته ومستوياته حول الشائعات، والعمل على تحويل هؤلاء الأفراد من أشخاص ناشرين لأشخاص إزالة تتوقف عندهم الشائعة.
- العمل على تنمية مهارات التربية الإعلامية لأفراد المجتمع من خلال جعله منهجاً إلزامياً بالمدارس والجامعات، وتعليم مهارات التفكير الناقد للجمهور المتلقي لمختلف وسائل الإعلام من خلال البرامج والدراما وغيرها.
- البدء في تصميم قواعد بيانات المجموعات البيانات المختلفة لكشف الشائعات.
- إنشاء جهاز مستقل لرصد الشائعات والتعامل معها ويضم في عضويته عضو من وزارة الدفاع والداخلية والخارجية والعدل والاتصالات والمخابرات العامة والأوقاف والأزهر والكنيسة) ويصدر بتشكيله قرار من مجلس الوزراء كما نص القانون الجديد.

## • مراجع الدراسة:

- 1) العبد، عاطف عدلي (2017). الدعاية والإقناع- الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، القاهرة: دار الفكر العربي، ص 75.
- 2) Zhonggen, Sun. Xin, Cheng. Ruilian, Zhang and Bingqing, Yang (2020). Factors Influencing Rumour Re-Spreading in a Public Health Crisis by the Middle-Aged and Elderly Populations. Int. J. Environ. Res. Public Health. Volume 17. 6542.
- 3) إنسان، إيمان (2019). أثر الشائعات على أداء المؤسسة الجامعية الجزائرية دراسة ميدانية على عينة من الإداريين برئاسة جامعة العربي بن مهيدي- أم القرى، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية في موقع:  
<https://www.buhoth.com/database/%D8%A3%D8%AB%D8%B1%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A7%D8%A6%D8%B9%D8%A7%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%89%D8%A3%D8%AF%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B9%D9%8A>
- في 2021/2/25
- 4) عبد العزيز، صفاء عباس (2019). الإشاعة وأثرها على الفرد والمجتمع"، مجلة البحث العلمي في الآداب، العدد العشرون، الجزء الثامن.
- 5) العليبي، عصام رمضان محمد (2019). آثار الشائعات الإلكترونية والجرائم المعلوماتية وآليات مواجهتها. ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السادس المنعقد بعنوان القانون والشائعات. جامعة طنطا: كلية الحقوق، أبريل.
- 6) Zhang, Ruixia & Li, Deyu (2019). Identifying Influential Rumor Spreader in Social Network. Discrete Dynamics in Nature and Society. Vol. 2019, Article ID 8938195
- 7) دعاك، انتصار موسى (2018). الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام- دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان. مجلة البحث العلمي في الآداب. العدد التاسع عشر. الجزء الرابع.
- 8) وكال، بلال (2018). الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري- دراسة ميدانية مجتمع المسيلة-، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة محمد بوضياف- المسيلة، كلية العلوم الإنسانية الاجتماعية. قسم علوم الإعلام والاتصال.
- <http://dspace.univ-msila.dz:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/7053/pdf.pdf?sequence=1&isAlowed=y>
- في 2021/2/21
- 9) شنتلة، ممدوح السيد عبد الهادي (2017). الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في أحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي- دراسة ميدانية. مجلة بحوث العلاقات العامة. السنة الخامسة. العدد السادس عشر. يوليو/ سبتمبر.

10) مكاوي، ممدوح عبد الله (2020). "الأخبار الزائفة "Fake News" بين الإعلام التقليدي والرقمي: دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من (2016م- 2020م). المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد 19. العدد 2. المقالة 5. ربيع.

11) Li, Quanzhi & Zhang, Qiong & Si, Luo & Liu, Yingchi (2019). Rumor Detection on social media: Datasets, Methods and Opportunities. Procedures of the 2nd workshop on NLP for internet freedom: Censorship. Disinformation and Propaganda. Hong Kong. China Nov.

12) التوم، محمد بن عائض (2019). الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: تويتر نموذجًا. مجلة الشمال للعلوم الإنسانية بجامعة الحدود الشمالية. المجلد 4. العدد 1.

13) الخشت، حنان حسن عبد الرحمن (2018). الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها من منظور السنة النبوية. مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بدمنهور. العدد الثالث. المجلد الخامس.

14) سلمان، أحمد حسن (2017). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى. رسالة ماجستير غير منشورة. الأردن: جامعة الشرق الأوسط. كلية الإعلام.

<https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM-763456->

[%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A7%D8%AA-](#)

[%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-](#)

[%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A-](#)

[%D9%88-%D8%AF%D9%88%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D9%81%D9%8A-](#)

[%D9%86%D8%B4%D8%B1-](#)

[%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A7%D8%A6%D8%B9%D8%A7%D8%AA-](#)

[%D9%85%D9%86-%D9%88%D8%AC%D9%87%D8%A9-%D9%86%D8%B8%D8%B1](#)

2021/2/25 في

15) المدني، أسامة بن غازي (2017). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية. مجلة العلوم الاجتماعية بجامعة أم القرى. المجلد 9. الإصدار 2.

16) النشار، نورا مصطفى (2017). تعرض المراهقين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهاتهم السياسية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة.

[http://db4.ulc.edu.eg/eulc\\_v5/Libraries/Thesis/BrowseThesisPages.aspx?fn=Publi](http://db4.ulc.edu.eg/eulc_v5/Libraries/Thesis/BrowseThesisPages.aspx?fn=Publi)

2021 / 2/27 في rawThesis&BibID=12432568 cD

17) أحمد، فاطمة الزهراء صالح (2015). العلاقة بين الإعلام والشائعات والصراع لشغل المجال العام- دراسة كيفية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. أكتوبر/ ديسمبر.

- 18) S. Kwon, M. Cha, K. Jung, W. Chen and Y. Wang (2013). Prominent Features of Rumor Propagation in Online Social Media. *IEEE 13th International Conference on Data Mining*. Dallas. TX. USA. pp. 1103-1108
- 19) Elizabeth Stewart (2021). Detecting Fake News: Two Problems for Content Moderation Philosophy & Technology. Available at: <https://doi.org/10.1007/s13347-021-00442-x> Accessed: 25/ 3/ 2021
- 20) Pathak, Ajeet Ram. Mahajan, Aditee. Singh, Keshav. Patil, Aishwarya and Nair, Anusha (2020). Analysis of Techniques for Rumor Detection in social media. *Procedia Computer Science*. Volume 167. Pages 2286-2296.
- 21) Wu, Yu. Zeng, Yan. Yang, Ji. and Zhao, Jenny (2020). Weibo Rumor Recognition Based on Communication and Stacking Ensemble learning. *Discrete Dynamics in Nature and Society*. Volume 2020. Article ID 9352153.
- 22) Da-Wen Huang, Lu-Xing Yangm, Xiaofan Yang, Yuan Yan Tang and Bi, Jichao (2020). Defending against Online Social Network Rumors through Optimal Control Approach. *Discrete Dynamics in Nature and Society*. VOL.2020, Article ID 6263748
- 23) حربي، نصر رمضان سعدالله (2019). الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (آثارها- المسؤولية المترتبة عليها- سبل التصدي لها)، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السادس المنعقد بعنوان القانون والشائعات. جامعة طنطا: كلية الحقوق، أبريل.
- 24) Alton, Anjan Pal and Chua, YK (2019). Analysis of Research on Online Rumors. 5th International Conference on Information Management (ICIM). Cambridge. United Kingdom. 24-27 March.
- 25) Huo, Liang'an and Cheng, Yingying (2018). The Impact of Media Coverage and Emergency Strategies on the Rumor Spreading. *Discrete Dynamics in Nature and Society*. Vol. 2018. Article ID 4137129.
- 26) بن وارث، شرف الدين (2017). الإشاعات وأثرها على الاستقرار الأمني والسياسي للدولة: حقائق من صفحات التواصل الاجتماعي- حالة الجزائر-. ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر عولمة الإعلام السياسي وأثرها على الأمن القومي للدول النامية. المجلد 1. العدد 1. جامعة ورقلة. كلية الحقوق والعلوم السياسية.
- 27) Zhu, Xiaoqian and Liu, Fengming (2017). Research on behaviour model of rumour maker based on system dynamics. *Complexity*. VOL. 2017, Article ID 5094218.
- 28) Liang'an, Huo and Chenyang, Ma (2018). Optimal Control of Rumor Spreading Model with Consideration of Psychological Factors and Time Delay. *Discrete Dynamics in Nature and Society*. Volume 2018, Article ID 9314907.

- 29) حجاب، محمد منير (2002). أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع. ط 1. ص 81.
- 30) حسن، سمير (1999). بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب. ط 3. ص 147.
- 31) Liang'an Huo and Chenyang Ma: Opt., Cit.
- 32) حجاب، محمد منير (2003). الشائعات وطرق مواجهتها. القاهرة: دار الفجر للتوزيع.
- 33) قطبي، رضوان (2017). شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015- دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي. مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث. مجلد 3. العدد 1.
- 34) أحمد، أميرة إبراهيم (2008). الإشاعة لدى طلبة الجامعة: دراسة اجتماعية نفسية لمضمون الشائعات المنتشرة لدى طلبة جامعة دمشق، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة دمشق: سوريا، كلية الآداب والعلوم النفسية.
- 35) إنسان، إيمان (2019). مرجع سابق.
- 36) إنسان، إيمان (2019). المرجع السابق نفسه.
- 37) عبد العزيز، صفاء عباس (2019). مرجع سابق.
- 38) الفتوخ، عبد القادر بن عبد الله (2003). الشائعات في عصر المعلومات، مجلة مركز البحوث والدراسات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الطبعة الأولى، ص 175.
- 39) مصطفى، هويدا (2018). الإعلام ومواجهة الإرهاب: إستراتيجية إعلامية ودليل ممارسة مهنية، القاهرة: دار العربي، ط 1.
- 40) المادة (80 / ج / الفقرة أ) من قانون العقوبات المصري.
- 41) المادة (80 / د / الفقرة أ) من قانون العقوبات المصري.
- 42) المادة 98 (الفقرة و) من قانون العقوبات المصري.
- 43) المادة (102) مكرر من قانون العقوبات المصري.
- 44) دعاك، انتصار موسى (2018). مرجع سابق.
- 45) سلمان، أحمد حسن (2017). مرجع سابق.
- 46) المدني، أسامة بن غازي (2017). مرجع سابق.
- 47) شتلة، ممدوح السيد عبد الهادي (2017). مرجع سابق.
- 48) التوم، محمد بن عائض (2019). مرجع سابق.
- 49) التوم، محمد بن عائض (2019). مرجع سابق.
- 50) دعاك، انتصار موسى (2018). مرجع سابق.
- 51) المدني، أسامة بن غازي (2017). مرجع سابق.
- 52) Zhu, Xiaoqian and Liu, Fengming (2017). Opt., Cit.
- 53) Zhonggen, Sun. Xin, Cheng. Ruilian, Zhang and Bingqing, Yang (2020). Opt., Cit.
- 54) إنسان، إيمان (2019)، مرجع سابق.

- 55) بن وارث، شرف الدين (2017). مرجع سابق.
- 56) إنسان، إيمان (2019). مرجع سابق.
- 57) حربي، نصر رمضان سعدالله (2019). مرجع سابق.
- 58) الخشت، حنان حسن عبد الرحمن (2018). مرجع سابق.
- 59) مكاوي، ممدوح عبد الله (2020). مرجع سابق.
- 60) Zhu, Xiaoqian and Liu, Fengming (2017). Opt., Cit.
- 61) Elizabeth Stewart (2021). Opt., Cit.
- 62) شتلة، ممدوح السيد عبد الهادي (2017). مرجع سابق.
- 63) Liang'an Huo and Chenyang Ma: Opt., Cit.
- 64) Da-Wen Huang, Lu-Xing Yangm, Xiaofan Yang, Yuan Yan Tang and Bi, Jichao (2020). Opt., Cit.

## References

- Aleabd, A. (2017). aldieayat wal'iiqnaei- al'usus alnazariat walnamadhij altatbiqiatu, alqahirata: Dar Alfikr Alearabii, 75.
- Zhonggen, Sun. Xin, Cheng. Ruilian, Zhang and Bingqing, Yang (2020). Factors Influencing Rumour Re-Spreading in a Public Health Crisis by the Middle-Aged and Elderly Populations. Int. J. Environ. Res. Public Health. Volume 17. 6542.
- Insan, E. (2019(.). 'athar alshaayieat ealaa 'ada' almuasasat aljamieiat aljazayiriat dirasatan maydaniatan ealaa eayinat min al'iidariyn biriasat jamieat Alearabii bin Mahidi- Om Alquraa, risalat majistir ghayr manshurtin, aljazayar: jamieat alearabii bin mahidi- 'amm albawaqi, kuliyyat Aleulum Alaijtimaeiat wal'iinsaniat:  
<https://www.buhoth.com/database/%D8%A3%D8%AB%D8%B1%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A7%D8%A6%D8%B9%D8%A7%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%89%D8%A3%D8%AF%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B9%D9%8A/>
- Abdel Aziz, S. (2019). al'iishaeat wa'atharuha ealaa alfard walmujtamaei", majalat albahth Aleilmii 10(8).
- Alealimi, E. (2019). athar alshaayieat al'iiliktruniat waljarayim almaelumatiat waliat muajahatiha. waraqatan bahthiatan muqadimat lilmutamar aleilmii alsaadis almuneaqad bieunwan alqanun walshaayieati. jamieat Tanta: kuliyyat Alhuquqi.
- Zhang, Ruixia & Li, Deyu (2019). Identifying Influential Rumor Spreader in Social Network. Discrete Dynamics in Nature and Society. Vol. 2019, Article ID 8938195
- Daeak, I. (2018). alshaayieat al'iiliktruniat watathiruha ealaa alraay aleami-dirasat maydaniat ealaa eayinat min aljumphur alsaedii bimintaqat jazan. majalat albahth aleilmii. 19(4).
- Wakal, B. (2018). alshaayieat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii wamadaa tathiriha ealaa almujtamae aljazayirii- dirasatan maydaniat mujtamae almusilati-, risalat majistir ghayr manshurtin, aljazayar: jamieat muhamad

biwdyafi- almasilati, kuliyyat Aleulum al'iinsaniat alaijtimaeiati. qism eulum al'iielam walaitisali.

<http://dspace.univ->

[msila.dz:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/7053/pdf.pdf?sequence=1 &isAllowed=y2021/2/21](http://msila.dz:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/7053/pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y2021/2/21) في

-Shatla, M. (2017). alshaayieat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii wadawriha fi 'ahdath aleunf walsirae alsiyasii bayn alshabab aljamieii- dirasatan maydaniatan. majalat buhuth alealaqat aleamati. alsanat alkhamisata. 16

-Makkawi, M. (2020). "al'akhbar alzaayifa "Fake News" bayn al'iielam altaqlidii walraqmii: dirasat naqdiatan tahliliatan lieayinatan min albuhuth fi alftrat min (2016m- 2020mi). almajalat almisriat libuhuth alraay aleami. 2(5).

-Li, Quanzhi & Zhang, Qiong & Si, Luo & Liu, Yingchi (2019). Rumor Detection on social media: Datasets, Methods and Opportunities. Procedures of the 2nd workshop on NLP for internet freedom: Censorship. Disinformation and Propaganda. Hong Kong. China Nov.

-Al-Tom, M, (2019). alshaayieat fi wasayil altawasul alaijtimaeii: twitir nmwdhjan. majalat alshamal lileulum al'iinsaniat bijamieat Alhudud alshamaliati.1(4).

-Elkhosht, H. (2018). alshaayieat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii wasubul muajahatiha min manzur alsunat alnabawiati. majalat kuliyyat aldirasat al'iisliamiat walearabiat lilbanat bi Daminhur. 3(5).

-Salman, A. (2017). shabakat altawasul alaijtimaeii wadawruha fi nashr alshaayieat min wijhat nazar 'aeda' hayyat altadris fi jamieat diali. risalat majistir ghayr manshurtin. Al'urdun: jamieat Alsharq Al'awsat. kuliyyat Al'iielami.

<https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM-763456->

[%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A7%D8%AA-](#)

[%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-](#)

[%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8](#)

[A-%D9%88-%D8%AF%D9%88%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D9%81%D9%8A-](#)

[%D9%86%D8%B4%D8%B1-](#)

[%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A7%D8%A6%D8%B9%D8%A7%D8%AA-](#)

- %D9%85%D9%86-%D9%88%D8%AC%D9%87%D8%A9-  
%D9%86%D8%B8%D8%B1
- Al-Madani, O. (2017). dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi tarwij alshaayieat ladaa tulaab aljamieat alsaediati. majalat aleulum alaijtimaeiat bi jamieat 'Omm Alquraa. 2(9).
- Alnashar, N. (2017). taearud almurahiqin lishayieat mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatiha biatijahatihim alsiyasiati. risalat majistir ghayr manshuratin. jamieat Eayn Shams: maehad aldirasat aleulya liltufulati.  
[http://db4.eulc.edu.eg/eulc\\_v5/Libraries/Thesis/BrowseThesisPages.aspx?fn=PublicD rawThesis&BibID=12432568](http://db4.eulc.edu.eg/eulc_v5/Libraries/Thesis/BrowseThesisPages.aspx?fn=PublicD rawThesis&BibID=12432568) 2021 / 2/27 في
- Ahmed, F. (2015). alealaqat bayn al'iielam walshaayieat walsirae lishaghl almajal aleama- dirasat kayfiati. almajalat almisriat libuhuth al'iielami. 'uktubar/ disambir.
- S. Kwon, M. Cha, K. Jung, W. Chen and Y. Wang (2013). Prominent Features of Rumor Propagation in Online Social Media. *IEEE 13th International Conference on Data Mining*. Dallas. TX. USA.pp. 1103-1108
- Elizabeth Stewart (2021). Detecting Fake News: Two Problems for Content Moderation Philosophy & Technology. Available at: <https://doi.org/10.1007/s13347-021-00442-x> Accessed: 25/ 3/ 2021
- Pathak, Ajeet Ram. Mahajan, Aditee. Singh, Keshav. Patil, Aishwarya and Nair, Anusha (2020). Analysis of Techniques for Rumor Detection in social media. *Procedia Computer Science*. Volume 167. Pages 2286-2296.
- Wu, Yu. Zeng, Yan. Yang, Ji. and Zhao, Jenny (2020). Weibo Rumor Recognition Based on Communication and Stacking Ensemble learning. *Discrete Dynamics in Nature and Society*. Volume 2020. Article ID 9352153.
- Da-Wen Huang, Lu-Xing Yangm, Xiaofan Yang, Yuan Yan Tang and Bi, Jichao (2020). Defending against Online Social Network Rumors through Optimal Control Approach. *Discrete Dynamics in Nature and Society*. VOL.2020, Article ID 6263748
- Harbi, N. (2019). alshaayieat wanasharaha eabr mawaqie washabakat altawasul alaijtimaeii (atharha- almasıuwliat almutaratibat ealayha- subul altasadiy liha),

waraqatan bahthiyan muqadimatan lilmutamar aleilmii alsaadis almuneaqad bieunwan alqanun walshaayieati. jamieat Tanta: kuliyyat Alhuquq.

- Alton, Anjan Pal and Chua, YK (2019). Analysis of Research on Online Rumors. 5th International Conference on Information Management (ICIM). Cambridge. United Kingdom. 24-27 March.
- Huo, Liang'an and Cheng, Yingying (2018). The Impact of Media Coverage and Emergency Strategies on the Rumor Spreading. Discrete Dynamics in Nature and Society. Vol. 2018. Article ID 4137129.
- Bin Warith, S. (2017). al'iishaeat wa'atharuha ealaa alaistiqrar al'amnii walsiyasii lildawlati: haqayiq min safahat altawasul alaijtimaeii- halat Aljazayir-. waraqat bahthiat muqadimat lilmutamar eawlamat al'ielam alsiyasii wa'athariha ealaa al'amn alqawmii lilduwalalnaamiati.. jamieat Waruqla. kuliyyat alhuquq waleulum alsiyasiati, 1(1).
- Zhu, Xiaoqian and Liu, Fengming (2017). Research on behaviour model of rumour maker based on system dynamics. Complexity. VOL. 2017, Article ID 5094218.
- Liang'an, Huo and Chenyang, Ma (2018). Optimal Control of Rumor Spreading Model with Consideration of Psychological Factors and Time Delay. Discrete Dynamics in Nature and Society. Volume 2018, Article ID 9314907.
- Hijab, M. (2002). 'asasiaat albuḥuth al'ielamiyat walaijtimaeiati. Alqahira: dar Alfajr lilnashr waltawziei. t 1. 81.
- Hasan, S. (1999). buḥuth al'ielami. Alqahira: Aalam Alkutub. t 3. 147.
- Hijab, M. (2003). alshaayieat waturuq muajahataha. Alqahira: Dar Alfajr liltawziei.
- Qutbi, R. (2017). shabakat altawasul alaijtimaeii walmusharakat alsiyasiyat lilshabab almaghribii fi alaintikhabat aljamaeiat waljihawiat lisanat 2015- dirasat maydaniyat ealaa eayinat min alshabab aljamieay. majalat aljamieat Alearabiya Al'amrikiya lilbuḥutha. 1(3).
- Ahmed, A. (2008). al'iishaeat ladaa talbat aljamieati: dirasat aiijtimaeiat nafsiyat limadmun alshaayieat almunṭashirat ladaa talbat jamieat dimashqa, risalat dukṭurah manshuratan, jamieat Dimashq: Syria, kuliyyat Aladab waleulum Alnafsiati.

- Al-Fantokh, A. (2003). alshaayieat fi easr almaelumati, majalat markaz albuuhuth waldirasati, 'akadimiat Nayif alearabiat lileulum al'amniati, altabeat al'uwlaa, 175.
- Mustafa, H. (2018). al'iielam wamuajahat al'iirhabi: 'iistratijiat 'iielamiat wadalil mumarasat mehanya, Alqahera: Dar Alearabi, ta1.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof. Mohamed Elmahasawy

President of Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 59 October 2021 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.