

الشائعات السياسية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي «الفيس بوك وتويتر» ودور المؤسسات الرسمية في الدولة في مواجهتها

دراسة تحليلية

د. أمل جمال حسن عبد العظيم

المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون
بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

تعدُّ الشائعات من الآفات الاجتماعية التي ابتليت بها المجتمعات على مر العصور، وانتشرت الشائعات بشكل كبير جداً في الوقت الراهن؛ حيث أصبحت بسبب قوة انتشارها تتحول في أذهان البعض إلى حقائق مؤكدة، ورغم أن معظم الشائعات تكون مزيفة يطرحها خبراء يتسمون بمهارة ترويح الشائعات، ومن ثم تنعكس بالآثار السلبية على معظم فئات المجتمع، وتشكل الشائعة ضغطاً اجتماعياً مجهول المصدر يحيطه الغموض وتحظى بالاهتمام من جهات كثيرة ويتداولها الأفراد ليس بهدف نقل المعلومات وإنما بهدف التحريض والإثارة وتشويه الأفكار، وتستهدف القنوات الراهنة للرأي العام والمستقرة في أذهان الأفراد بهدف التهيئة لغايات معينة، وتتعامل السياسات الجنائية مع السلوك المجرم باتخاذ كافة التدابير والإجراءات القانونية، هذا وقد أثرت الشائعة على الرأي العام بشكل سلبي وأثارت الكثير من الفتن (عصام رمضان محمد، 2019).

مقدمة:

يمكن أن يكون لنشر الشائعات تأثير كبير على حياة الناس، وتشويه الحقائق العلمية والتأثير على الآراء السياسية، ومع التقنيات التي أدت إلى إضفاء الطابع الديمقراطي على إنتاج المعلومات واستنساخها، ازداد معدل انتشار المعلومات الخاطئة بشكل كبير، مما دفع الكثيرين إلى وصف الأوقات المعاصرة بأنها «حقبة ما بعد الحقيقة».

والشائعات السياسية تحديداً هي كلام يسمع غير مدعم بوثائق أو مستندات أو دلائل يدور حول المشاكل السياسية، وهي أيضاً خبر من شأنه أن يغير اهتمامات الناس ويمس مخاوفهم ورغباتهم وتطلعاتهم ومراكزهم الاجتماعية والسياسية والوظيفية.

قد أصبح المجتمع المصري بعد ثورتين -ثورة 25 يناير وثورة 30 يونيو- يموج بالحراك السياسي، وأصبح الحديث في السياسة هو المجال الشائع في الحوار المجتمعي في مصر، وفي ظل الصراع المحتدم بين الجماعات السياسية وجماعات لضغط الشباب واستقطابهم، تولدت بيئة خصبة لانتشار الشائعات.

كما يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي على الرغم من كونها أداة للتواصل بين الأفراد، ووسيلة للتعبير عن الآراء المختلفة وتبادلها، فإنها في الوقت نفسه من الممكن أن تكون أداة خطيرة تهدد سلامة الأمن الوطني، وتزداد خطورتها في نشر الشائعات والحرب النفسية، فهي تنشر كمّاً هائلاً من المعلومات في وقت يسير، ببسر وسهولة، وهو ما جعلها منبراً لترويج الشائعات والأفكار السلبية، وهكذا برز شكل جديد من الصراع السلبي بين أشخاص وجهات ومؤسسات، وأصبحت الشائعة الإلكترونية هي مصدر الأخبار غير الرسمية، خاصة في حالة غياب أو قلة التصاريح الرسمية، أو في حالة عدم التعليق على الأحداث المختلفة (محمد منير حجاب، 2007).

المشكلة البحثية:

قد كان لموقعي الفيس بوك وتويتر دور سياسي واضح في السنوات الأخيرة، بوصفهما منبراً للتعبير عن الآراء السياسية، وأداة للنقد السياسي، وعملاً مؤثراً في الحركات الاجتماعية والاحتجاجية، وفي ظل الأوضاع السياسية المتغيرة التي مرت بها مصر خلال السنوات السابقة تعرض مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي لكمّ هائل من الشائعات السياسية التي أثرت على توجهاتهم السياسية وتعاملوا معها وفقاً لتوجهاتهم وانتماءاتهم السياسية، ومن هنا تبرز ضرورة الاهتمام بدراسة الشائعات السياسية عبر موقعي الفيس بوك وتويتر (لوجين محمد متولى، 2017).

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في رصد الشائعات السياسية وتداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي «الفيس بوك وتويتر»، من خلال تحليل مضمون الشائعات الخاصة بالموضوعات التالية ودراستها ودراسة الرد عليها: «أزمة كورونا- سد النهضة- الصراع في ليبيا- قانون مخالفات البناء»، وطرق مواجهة المؤسسات الرسمية في الدولة لإدارة الأزمة وتصحيح تلك الشائعات ومحاولة القضاء عليها من خلال عمل مقابلات متعمقة مع عدد من الشخصيات السياسية في هذا الشأن.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي هو «رصد محتوى الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي «الفيس بوك وتويتر»، وطرق مواجهة المؤسسات الرسمية في الدولة لتلك الشائعات وتصحيحها.

وفي إطار هذا الهدف يكمن عدد من الأهداف الفرعية، تتمثل في التعرف على:

- أهداف الشائعات السياسية واتجاهاتها على موقعي «الفيس بوك وتويتر» وأشكالها ومصادرها.
- اتجاهات تلك الشائعات وموضوعاتها عبر موقعي «الفيس بوك وتويتر».
- المجال الجغرافي للشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الجهات المستهدفة من الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجهات التي قامت بالرد على الشائعة ودحضها، ومدى تأثير جهة الرد على تصديقه.
- موقف الرأي العام من الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التعليقات والمشاركات.
- مقترحات طرق الرد على الشائعات ومكافحتها من وجهة نظر القيادات السياسية بمؤسسات الدولة الرسمية والرأي العام.
- مدى قابلية الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتصديق، ومدى توافر أدوات الإقناع بالشائعة.
- اتجاهات الشائعة نحو الدولة، وموقف الدولة من الشائعات السياسية.
- مدى وجود علاقة بين الصفحة الراصدة للشائعة واتجاه التعليقات على الرد.
- الوسائل المستخدمة في دحض الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- وقت رد الفعل على الشائعات السياسية عينة الدراسة ودحضها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

أولاً: التأثير الكبير للشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقعي «الفيس بوك وتويتر» بوصفهما الأكثر استخدامًا وما تحدثه من تغيير الآراء والاتجاهات وتشويه الحقائق والمعلومات، بما يمكنه في النهاية أن يؤثر على استقرار المجتمع.

ثانياً: دراسة الشائعات السياسية والتعرف على أشكالها ومصادرها ومدى تفاعل الجمهور معها، من الممكن أن يسهم في علاج تلك الشائعات ويوفر لمؤسسات الدولة الرسمية إستراتيجيات لمواجهتها والقضاء عليها.

ثالثاً: أهمية دراسة تداول الشائعات السياسية في المجتمع الافتراضي لمعرفة الآثار المترتبة عليها في الواقع الحقيقي.

رابعاً: أهمية دراسة الدور الذي تقوم به المؤسسات الرسمية في الدولة ممثلة في لجنة الاتصالات والمعلومات بالبرلمان المصري، ومركز المعلومات برئاسة الوزراء، والصفحات الرسمية للدولة والمؤسسات السياسية الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة الشائعات السياسية

وتصحيحها أولاً بأول، ومحاولة إيجاد قوانين للقضاء عليها ومحاسبة فاعليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

خامساً: تظهر الشائعات في غياب المعلومات، وقد تؤدي إلى أزمات تستلزم من صناع القرار اتخاذ قرارات لمواجهتها ومعالجة آثارها.

الدراسات السابقة:

1. دراسة (محمد وليد بركات، 2020) بعنوان «معالجة الصحافة المصرية للشائعات وانعكاساتها على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام: دراسة تحليلية وميدانية»:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في رصد وتحليل وتفسير المعالجات الصحفية للشائعات والمقارنة بينها، وانعكاسات تلك المعالجة على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام المصري.

واشتملت عينة الدراسة على عينة من الشائعات التي تنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي، وعالجتها الصحف (الأهرام والمصري اليوم) والمواقع الإلكترونية الإخبارية (الأهرام واليوم السابع) وذلك خلال شهري أغسطس وسبتمبر عام 2019، واشتملت عينة الدراسة الميدانية على عينة عشوائية من الرأي العام قوامها 400 مفردة من إقليم القاهرة الكبرى (القاهرة، الجيزة، القليوبية). وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها:

- جاءت المؤسسات الخدمية في مقدمة المؤسسات المستهدفة بالشائعات بنسبة 30%، تلتها المؤسسات العامة «مؤسسات الدولة بشكل عام»، ثم المؤسسات الاقتصادية، ثم المؤسسات الثقافية، وجاء في المركز الأخير مؤسسة رئاسة الجمهورية.

- جاءت الصفات الإيجابية في المركز الأول للصفات المنسوبة للمؤسسات المستهدفة من الشائعات بنسبة 61.2%، مقابل 2.8% فقط للصفات السلبية.

- جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في المركز الأول لمصادر الشائعات وفقاً لمعالجات الصحف، تلتها التنظيمات الإرهابية، ثم أجهزة المخابرات والدول المعادية، ثم وسائل الإعلام المحلية، ثم وسائل الإعلام الأجنبية وخاصة قنوات جماعة الإخوان التي تبث من تركيا، تلتها وسائل الإعلام العربية وكانت قناة الجزيرة على رأسها، وجاء في المركز الأخير المواطنون وشهود العيان.

- جاءت المصادر الرسمية في مقدمة مصادر الرد على الشائعات ثم الخبراء المتخصصون.

2. دراسة (Zongmin Li و Siqi Li، 2020) بعنوان: «التنبؤ بالانتشار الواسع للشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي عن طريق نمذجة الانحدار اللوجستي: أخذ تلوث الموارد المائية نشر الشائعات كمثال»:

تقترح هذه الدراسة من منظور آخر نموذج الانحدار اللوجستي للتنبؤ باحتمال انتشار الإشاعة، وذلك من خلال تحديد بعض العوامل الحاسمة التي تؤثر على انتشار الشائعات، بما في ذلك آلية الشائعات المضادة، ومستوى التنمية الاجتماعية والاقتصادية المحلية، ومؤشر مستوى تطوير المعلومات، والعوامل البيئية.

اعتمدت الدراسة على جمع شائعات عن حوادث تلوث موارد المياه حتى ديسمبر 2018 من مواقع

- سينا ويبو وWeChat وغيرها من المواقع الإلكترونية، بما في ذلك المبالغة في الحقائق والحوادث من لا شيء، من أجل جعل البيانات الأصلية أكثر وضوحاً.
- وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها:
- يجب أن يؤخذ في الاعتبار مزايا وعيوب الوسائط المختلفة عند اختيار القنوات، فيمكن أن يقلل اختيار القناة الأكثر موثوقية من مخاطر انتشار الشائعات.
 - كلما كان رد الفعل على الشائعات أسرع وأكثر موثوقية، قلل هذا من خطر انتشار الشائعات على نطاق واسع.
 - إذا كان هناك انتشار واسع لنفس النوع من الشائعات في السنوات الخمس الماضية، فإن الشائعات تكون أقل انتشاراً على نطاق واسع.
 - إذا دحضت وكالات متعددة إشاعة في نفس الوقت، فسوف تنتشر الإشاعة في المقابل.
3. دراسة (Alton Y. K Chua, Cheng-Ying Tee وآخرون، 2017) بعنوان: «إعادة إرسال الشائعات ورسائل تصحيح الشائعات على تويتر»:
- سعت هذه الدراسة إلى فحص العلاقة بين مصداقية المصدر ومعقولية الرسالة ونوع الرسالة (الشائعة أو تصحيح الشائعة) وإعادة إرسال التغريدات.
- وقد تم تطبيق الدراسة على حالة وفاة «لي كوان يو»، الشخصية السياسية في سنغافورة، قبل وفاته الفعلية على وجه الخصوص، من خلال التركيز على الشائعات ورسائل تصحيح الشائعات على تويتر، وتم اختيار هذه الحالة؛ لأنها جذبت عددًا كبيرًا من التغريدات في وقت قصير، وسيطرت على الانتباه المحلي والعالمية.
- واعتمدت عينة الدراسة على تحليل 5885 تغريدة من 18 مارس 2015 من خلال تطبيق #lky و #leekuanew على جميع التغريدات التي تم إنشاؤها بواسطة حوالي 150000 مستخدم لتويتر الذين يعلنون سنغافورة موقعًا شخصيًا لهم ويشاركون تغريداتهم بشكل عام.
- وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:
- مصداقية المصدر ومعقولية الرسالة لها علاقة ذات دلالة إحصائية مع إعادة الإرسال، وتشير النتائج إلى أن مصداقية المصدر هي مفهوم مركب يشتمل على متغيرات مختلفة قد تكون متعارضة مع بعضها في عملية إعادة الإرسال.
 - الشائعات تنتشر في سياق اجتماعي وسياسي معين، فاستخدام (الهاشتاج والمنشن) يؤدي في الواقع إلى تقليل قابلية إعادة التغريد، حيث إن مستخدمي تويتر أكثر إجبارًا على بساطة الرسالة وإيجازها، وليس لديهم اهتمام كبير باستخدام تويتر كأداة للمحادثة.
 - كانت إعادة التغريدات لتغريدات تصحيح الشائعات أعلى من إعادة التغريدات للشائعات نفسها، وكان تفسير ذلك أنه في المجتمعات التي تتمتع فيها السلطات بمصداقية عالية، فإن التصريحات الصادرة من مصادر رسمية لفصل الشائعات تعتبر نهائية، وأن مستخدمي تويتر لا ينظرون إلى الحكومة فقط كمصدر لصدق المعلومات، بل هم متحمسون للعمل لتصحيح الباطل معها.
 - التغريدات التي تحتوي على رابط أو عنوان URL تبدو أكثر جاذبية عندما يبحث المستخدمون

عن معلومات حول تلك الشائعة، ومع ذلك يتم استبدالها بسرعة بالتغريدات ذات الرسائل الصحيحة بدون عنوان أو رابط.

4. دراسة (Sarah A. Alkhodair, Steven H.H. Ding وآخرون، 2019) بعنوان «الكشف

عن شائعات الأخبار العاجلة عن الموضوعات الناشئة في وسائل التواصل الاجتماعي»:

تهدف الدراسة الحالية في التعامل مع الشائعات القديمة إلى تتبع نشر الشائعات، وتصنيف الآراء التي يتم التعبير عنها تجاههم، أو التنبؤ بصحتها، كما تهدف إلى الكشف عن الشائعات الناشئة عن الأخبار العاجلة، وهو الأمر الأكثر تحديًا خلال المراحل الأولى من نشر الأخبار العاجلة، عندما لا يزال الموضوع ساخنًا، ومن ثمَّ فإنَّ الدراسة تهدف إلى اكتشاف الشائعات الناشئة بغض النظر عن قيمتها الحقيقية.

إن الهدف هو الإبلاغ عن المشاركات الصغيرة على أنها شائعات، أي المشاركات الدقيقة التي تحتوي على معلومات لم يتم التحقق منها أثناء الانتشار السريع، ومن ثمَّ تقليل عواقبها الضارة، وذلك من خلال استراتيجية جديدة لتحديث تضمين الكلمات الجديدة والناشئة مع عملية التدريب للتخفيف من الموضوعات المتداخلة ومشكلة OOV في الكشف عن شائعات الأخبار العاجلة.

واعتمدت عينة الدراسة على جمع 50 تغريدة حول قصة إخبارية عاجلة تظهر أن حكومة الولايات المتحدة فقدت مسار ما يقرب من 1500 طفل مهاجر غير مصحوب بعد وضعهم في الجهات الراقية. Homes.8 أصبحت هذه الأخبار العاجلة سريعة الانتشار على Twitter مؤخرًا حيث يتساءل الآلاف من الأشخاص في هاشتاج #WhereAreTheChildren عن العديد من جوانب الأخبار، على الرغم من أن هذا الخبر تم التحقق منه بشكل عام، إلا أن العديد من التغريدات تنشر شائعات حول جوانب وتفاصيل القصة المختلفة. هذه الشائعات لم يتم تأكيدها أو دحضها من قبل الحكومة. وقمنا بالتحقق يدويًا من كل منها واحتفظنا فقط بـ 34 تغريدة نعلم أنها تنتمي إلى إحدى الفئتين: الشائعات أو غير الشائعات، ثم قمنا بإدخال تلك التغريدات في نموذجنا لتصنيف كل منها كإشاعة أم لا.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها:

- أن طبيعة الأخبار العاجلة وأنماط نشرها تقلل من تأثير استخدام الميزات الاجتماعية لتمييز الشائعات عن المنشورات الصغيرة غير الشائعة لأسباب عديدة؛ أولًا: انتشرت الأخبار العاجلة بشكل أساسي على تويتر كقصص شائعة وعلامات تصنيف، وإن إلقاء نظرة على أي علامة هاشتاج الأخبار العاجلة يظهر بوضوح التنوع الكبير في الميزات الاجتماعية للمشاركين.

- شائعات الأخبار العاجلة، إذا لم يتم تحديدها في أقرب وقت ممكن قد تكون لها عواقب مدمرة للغاية.

- النموذج المقترح قادر على تحديد شائعات الأخبار العاجلة بدقة بناءً على نص تغريدة فقط.

5. دراسة (AnjanPal, Alton Y.K. Chua وآخرون، 2019) بعنوان «فضح الشائعات على

وسائل التواصل الاجتماعي: استخدام الإنكار»:

يطور هذا البحث حالات الإنكار من خلال دمج المعتقدات البارزة لتعزيز احتمالية مشاركة

المستخدمين لمثل هذه الرسائل «رسائل إنكار الشائعات»، وذلك من خلال إجراء دراستين ذات صلة؛ الأولى كانت مسحا شمل 276 مشاركاً لتحديد المعتقدات البارزة التي يمكن دمجها لتطوير إنكار الشائعات، وقد تم تحديد المعتقدات البارزة التالية في المسح: (1) مشاركة الإنكار يساعد على نشر الحقيقة. (2) يشجع الأصدقاء والمجتمع عبر الإنترنت سلوك تقاسم الإنكار. (3) مصداقية مصدر الرفض يشجع المشاركة. ومن بين مجموعة المشاركين في الاستطلاع شارك 206 في دراسة ثانية استخدمت تجربة لقياس فعالية الإنكار المتطور. وكشفت التجربة أن الإنكار الذي يتضمن جميع المعتقدات البارزة كان له إمكانات كبرى للتأثير على احتمالية المشاركة لدى المستخدمين.

أجريت هذه الدراسات في سياق الصحة؛ وذلك لأن الإنترنت يعمل بشكل متزايد كمكان لتكاثر الشائعات الكاذبة المتعلقة بالصحة.

تألف المجتمع المعني بهذا البحث من 276 فرداً مستخدماً لوسائل التواصل الاجتماعي تتراوح أعمارهم من 21 عاماً وحتى 60 عاماً، وتم تنفيذ عملية جمع البيانات لمدة ثلاثة أشهر من منتصف نوفمبر 2016 إلى منتصف فبراير 2017.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها:

- أشار المشاركون إلى موافقتهم القوية على أن مشاركة الإنكار تساعد على نشر الحقيقة.
- أشار المشاركون إلى أقوى اتفاق على أن أصدقاءهم سيشجعون مشاركة الإنكار.
- أكد جميع المشاركين على أهمية مصداقية المصدر لرفض للشائعات وإنكارها.
- أن مثل هذه الرسائل لديها القدرة على الانتشار في المجتمع عبر الإنترنت، وهذا بدوره يجعلها قوية في مكافحة الشائعات على الإنترنت.

6. دراسة (إيمان محمد حسني، 2019) بعنوان «آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخبري للصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفيس بوك»:

سعت هذه الدراسة إلى فحص الخطاب الخبري الصادر عن الصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية الشهيرة على شبكة الفيس بوك، لتحديد خصائصه والدوافع المحركة لنشره وطريقة صياغته، وتحليل آليات الإقناع والتضليل الإعلامي التي يعتمد عليها في عملية التضليل المعرفي ما بين فرضيتين رئيسيتين هما: التضليل الصريح والتضليل الكامن أو المضاد.

وتتمثل عينة الدراسة في صفحتي اليوم السابع والبوابة الزائفتين، في الفترة من أول إبريل 2017 وحتى نهاية إبريل 2018م، للكشف عن آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخبري الزائف المنتحل لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفيس بوك.

وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، منها:

- جاءت جميع الأحداث ذات الطابع السياسي والعسكري واضحة، وهو ما يوضح ارتفاع درجة مخاطر انتشار مثل هذه الأخبار؛ لأنها تمس مجالين حيويين في البلاد.
- جاءت عملية التضليل مرتبطة بالأحداث الجارية بنسبة 100%؛ حيث جاءت الأخبار متزامنة مع تعثر مفاوضات أزمة سد النهضة وأزمة الخليج وصراعات مصر مع كل من قطر وتركيا.

- لم تعبأ الأخبار الزائفة بالشأن الداخلي كثيرًا بقدر تركيزها على الآخر الخارجي.
- تمثلت القوى الفاعلة بشكل رئيسي في الأخبار الزائفة في النظام الحاكم المصري تحديدًا شخص الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي، وقوات الجيش المصري ووحداته المختلفة.
- جاءت آلية اللغة المحملة في بداية آليات الإقناع المستخدمة في نشر الأخبار الزائفة، من خلال استخدام الكلمات القوية الموحية مثل الإرهاب والتدمير وما إلى ذلك، والنوعيات الصاخبة، مثل: البطل- الوطني- ابن مصر، التصريحات الرنانة، توظيف الهاشتاج والشعارات والأقوال المأثورة.
- جاءت الأهداف المادية في مقدمة الأهداف وراء نشر الأخبار الزائفة من خلال نمط أخبار النقر Clickbait، حيث يكون التزييف لمجرد رفع معدلات المرور والإعجاب بالصفحة وهو ما يترجم إلى إعلانات ومن ثم أموال.

7. دراسة (حاتم محمد عاطف، 2017) بعنوان «رأي النخبة حول جدلية الشائعات أولاً أم الأزمات؟ مصر أنموذجًا»:

سعت هذه الدراسة إلى تحديد الملامح الرئيسية لأسباب حدوث الأزمات، وارتباط انتشارها بالشائعات والعكس، والنتائج المترتبة بحدوث الأزمات وتولد الشائعات على الرأي العام، ودور النخب المجتمعية في تقييم وتقويم الأزمة والتصدي للشائعات ومكافحتها، والتعرف على رأي النخبة تجاه جدلية الشائعات والأزمات، وأيهما يتسبب في افتعال الآخر. وتمثلت عينة الدراسة في 20 مفردة من أساتذة الجامعات ورجال الإعلام والصحفيين.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- العلاقة بين الأزمة والشائعة تبادلية، فأحيانًا تخلق الشائعة أزمة، وفي كثير من الأحيان يرافق الأزمة مجموعة من الشائعات؛ بسبب نقص المعلومات الموثقة من المتحدثين باسم فريق الأزمة.
- للأزمات دور رئيسي في انتشار الشائعات في المجتمع المصري بل تمثل بيئة خصبة لها خاصة في حالة عدم توافر المعلومات.
- مشكلة تيران وصنافير تعتبر أزمة مفتعلة تظهر وتطفو أو تغوص وتتوارى حسب العلاقات الدولية، ولكنها مادة سائغة لمواقع التواصل الاجتماعي.

8. دراسة (لوجين محمد متولي عفيفي، 2017) بعنوان: «الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري»:

سعت هذه الدراسة إلى دراسة انتشار الشائعات عبر موقع الفيس بوك، والتعرف على علاقتها بالاتجاهات السياسية للشباب المصري، واشتملت عينة الدراسة التحليلية على تحليل صفحة «ده بجد»، وهي صفحة على موقع الفيس بوك تقوم برصد أبرز الشائعات المنتشرة على الموقع، وتقوم بتصحيحها وإرفاقها بالإثباتات والمصادر التي تثبت عدم صحتها، واشتملت عينة الدراسة الميدانية على 400 مفردة من الشباب من الذكور والإناث تتراوح أعمارهم من 18 إلى 30 سنة في نطاق محافظتي القاهرة والجيزة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها:

- أثبتت صفحات موقع الفيس بوك قوة تأثيرها في مقدمة مصادر الشائعات على صعيد وسائل

الإعلام وشبكة الإنترنت.

- أشار 70.25% من عينة الدراسة إلى أن الفيس بوك أكثر وسيلة يتقنون في معلوماتها، وأن سهولة النشر دون أي قيود من أهم أسباب انتشار الشائعات عبر موقع الفيس بوك.
- احتلت الشائعات السياسية المركز الأول بين أنواع الشائعات المختلفة على موقع الفيس بوك؛ نظرًا للقضايا السياسية والتغيرات التي مرت بها منطقة الشرق الأوسط.
- 9. دراسة (هشام أحمد عبد العاطي فايد، 2015) بعنوان: (دور خطاب الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا السياسة العامة):

استهدفت هذه الدراسة التعرف على خصائص خطاب الصفوة السياسية المصرية وسماته عبر القنوات الفضائية وتحديدًا الفضائيات الخاصة وشبكة الإنترنت، ومنها تحديدًا شبكتنا الفيس بوك وتويتر، بالإضافة إلى التعرف على محاولة تفسير الدور الذي يمارسه هذا الخطاب السياسي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا السياسة العامة والتعرف على الآلية التي يصدر بها الجمهور أحكامه السياسية بخصوص تلك القضايا.

واعتمدت الدراسة على متابعة ورصد حسابات ممثلين سياسيين وحقوقيين من كل الاتجاهات السياسية البارزة، وتحليل كتاباتهم، وكذلك كل المقالات والفيديوهات التي ينشرون روابطها عبر حساباتهم بخصوص قضيتي الدراسة؛ وهما: «قانون التظاهر والحد الأدنى والأقصى للأجور، وقضية انقطاع التيار الكهربائي»، وذلك خلال فترة التحليل التي امتدت أربعة أشهر لتحليل الخطاب الخاص بقضية قانون التظاهر، و22 يومًا في تحليل خطاب قضية انقطاع التيار الكهربائي. هذا بالإضافة إلى الدراسة التجريبية التي اعتمدت على عينة عمدية من طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة، وقد تم تقسيمهم إلى مجموعتين؛ المجموعة الأولى تعرضت لجزء من خطاب معارض لقانون التظاهر لإثارة القلق، وضمت 36 طالبًا وطالبة، والمجموعة الضابطة التي تعرضت لمضمون محايد حول القانون، وضمت 33 طالبًا وطالبة.

بالنسبة للدراسة التجريبية الثانية التي أجريت على قضية انقطاع التيار الكهربائي على عينة عمدية من طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة، وقد تم تقسيمهم إلى مجموعتين؛ المجموعة الأولى تعرضت لجزء من خطاب معارض لإجراءات الحكومة بخصوص الأزمة وذلك لإثارة القلق، وضمت 31 طالبًا وطالبة، وتعرضت المجموعة الثانية لجزء من خطاب الحكومة حول إجراءات الحكومة وتدابيرها بخصوص الأزمة وذلك لإثارة الحماسة، وضمت المجموعة 29 طالبًا وطالبة.

وتوصلت الدراسة إلى أن:

- خطاب الصفوة السياسية حول قانون التظاهر لعب دورًا محوريًا في تعريف الجمهور بأبعاد قانون التظاهر.
- خطاب الصفوة السياسية على شبكتي الفيس بوك وتويتر كان مكملًا للخطاب على القنوات الفضائية، واستكمل جزءًا مهمًا من قصور خطاب الفضائيات في التعبير عن كل دوائر صنع السياسات العامة.

- تم الاعتماد على التصريحات الرسمية كإطار سياسي مرجعي رئيسي في خطاب الصفوة السياسية، تلاه الأطر الاقتصادية والاجتماعية.

- القنوات الفضائية وشبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت تمارس دورًا كبيرًا في خلق إما حالة من الاستقطاب بين المواطنين حول القضايا المختلفة، أو حالة من أحادية المنظور في معالجة القضية، أكثر من الدور الذي تلعبه في تعريف الجمهور بالقضايا وأبعادها وتفصيلاتها.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

بعد استعراض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، لوحظ الآتي:

- ندرة الدراسات التي تناولت تداول الشائعات السياسية تحديدًا عبر موقعي الفيس بوك وتويتر، وكذلك ندرة الدراسات التي تناولت دور الدولة ومؤسساتها في مواجهة تلك الشائعات ودحضها، حيث كان التركيز الرئيسي لمعظم الدراسات على تأثير الشائعات على الشباب والجمهور العام فقط.

- يعتبر البعد الزمني في البحوث المتعلقة بالإنترنت عنصرًا مهمًا نظرًا لنمو الشبكة بسرعة مذهلة، فإذا كانت الدراسة نتائجها واقعية من عام واحد مضى قد تكون غير واقعية اليوم؛ نظرًا لما طرأ على الشبكة من تغيرات وابتكارات.

- تعميق فهم الباحثة وتصورها لمفاهيم وعناصر نظرية انتقال الشائعات وحدود تطبيقاتها العملية وتحديدها بشكل دقيق.

- معظم دراسات الشائعات السابقة لم تحقق بالتحديد في الشائعات السياسية، بدلاً من ذلك، فقد بحثت أنواعًا مختلفة من الشائعات، مثل الجريمة أو الشائعات التجارية؛ لذلك كان من الصعب تمييز ما إذا كان نمط الانتشار الفريد للشائعات السياسية يمكن أن يُعزى إلى أنه شائعة أو بيان سياسي.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

أولاً: التساؤلات

تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. ما أهداف واتجاهات الشائعات السياسية على موقعي «الفيس بوك وتويتر»؟
2. ما أشكال ومصادر الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي «الفيس بوك وتويتر»؟
3. ما المجال الجغرافي للشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال عام 2020؟
4. ما الجهات المستهدفة من الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
5. ما موقف الرأي العام من الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التعليقات والمشاركات؟
6. ما أدوات الإقناع التي يستخدمها مطلقو الشائعات السياسية للإقناع بها وزيادة انتشارها؟
7. ما اتجاهات الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي نحو الدولة؟
8. ما الجهات التي قامت بالرد على الشائعة ودحضها وتوقيت الرد؟
9. ما الإجراءات التي تتخذها المؤسسات السياسية الرسمية في الدولة في مواجهة الشائعات

السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودحضها؟

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف وصف ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي وتحليلها من حيث تداول الشائعات السياسية عبر موقعي «الفيس بوك وتويتر»، ودور المؤسسات الرسمية في الدولة في مواجهة تلك الشائعات ودحضها، وسوف تعتمد الدراسة على منهج المسح من خلال الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة، حيث يتم تحليل مضمون الشائعات السياسية التي تم تداولها عبر موقعي «الفيس بوك وتويتر» من خلال التعليقات والمشاركات وطُرُق صياغة الشائعة ومصادرها خلال فترة محددة.

عينة الدراسة:

- **عينة الدراسة التحليلية:** عينة من الشائعات السياسية التي ثبت عدم صحتها عبر موقعي «الفيس بوك وتويتر» من خلال التعليقات والمشاركات وطرق صياغة الشائعة ومصادرها خلال الفترة من يناير حتى سبتمبر 2020، ويستخدم مع هذه العينة استمارة تحليل المضمون، وبلغ عدد الشائعات 400 شائعة.

وتم تحديد العينة كالآتي:

- الشائعات السياسية خلال جائحة فيروس كورونا في مصر (قضية عالمية) وبلغ عددها 332 شائعة.

- الشائعات السياسية حول قضية سد النهضة (قضية إقليمية) وبلغ عددها 27 شائعة.

- الشائعات السياسية حول قضية الصراع في ليبيا (قضية قومية) وبلغ عددها 18 شائعة.

- الشائعات السياسية حول قضية قانون مخالفات البناء (قضية محلية) وبلغ عددها 23 شائعة.

وقد تم دراسة وتحليل الرد من خلال الصفحات التالية الخاصة بالرد على الشائعات وتصحيحها

عبر الفيس بوك وتويتر:

صفحة (متصدقش) على الفيس بوك، وصفحة (ده بجد) على الفيس بوك، وموقع (فالصو) والصفحة الخاصة به على الفيس بوك وتويتر، والصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء على الفيس بوك، والصفحات الرسمية لجميع الوزارات والهيئات، وصفحات وكالة فرانس برس لمكافحة الشائعات باللغتين العربية والإنجليزية على الفيس بوك وتويتر، والصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية على الفيس بوك وتويتر.

- **عينة المقابلة المتعمقة:** مقابلة متعمقة مع عدد (15) من المسؤولين والقيادات بالمؤسسات الرسمية للدولة؛ للتعرف على دورها وخططها في مواجهة الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتضمنت المقابلة المتعمقة إجراء مقابلة مع:

1. هاني يونس، المستشار الإعلامي لرئيس مجلس الوزراء.
2. الدكتورة/ رشا علام، مدير المكتب الإعلامي لرئيس الجمهورية.

3. المستشار/ نادر سعد، متحدث مجلس الوزراء.
4. الدكتورة/ نعايم سعد زغول، مدير المكتب الإعلامي بمركز المعلومات بمجلس الوزراء.
5. المستشار/ هيثم سعد الدين، المتحدث الرسمي باسم وزارة القوى العاملة.
6. محمد بكر/ المتحدث الرسمي باسم وزارة الإنتاج الحربي.
7. المهندس/ محمد العباسي، المتحدث باسم وزارة الري.
8. الأستاذ الدكتور/ عادل عبد الغفار، المستشار الإعلامي لوزير التعليم العالي والبحث العلمي.
9. المستشار/ أحمد حافظ، المتحدث الرسمي لوزارة الخارجية.
10. المستشار/ تهاني الجبالي، نائب رئيس المحكمة الدستورية العليا سابقاً.
11. النائب/ أحمد بدوي، رئيس لجنة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بالبرلمان المصري.
12. النائب/ أحمد زيدان، أمين سر للجنة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بالبرلمان المصري.
13. النائب/ عبد الله علي مبروك، عضو لجنة العلاقات الخارجية بالبرلمان المصري.
14. النائبة/ ماريان أمير عازر، عضو لجنة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بالبرلمان المصري.
15. الدكتور/ ياسر عبد العزيز، الكاتب والمدرّب والمستشار في مجال الإعلام والاتصال.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب تحليل المضمون، حيث يقصد بتحليل المضمون بأنه أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف «Description» الكمي والموضوعي للمحتوى الظاهر لمادة الاتصال (عبد الكريم على الدبيسي 2017، ص20)، وقد اعتمدت هذه الدراسة على صحيفة تحليل مضمون الشائعات السياسية التي تم تداولها عبر موقعي «الفييس بوك» وتويتر» من خلال التعليقات والمشاركات وطرق صياغة الشائعة ومصادرها خلال الفترة المحددة.

- مقابلة متعمقة مع بعض المسؤولين والقيادات بالمؤسسات الرسمية للدولة للتعرف على دورها وخطتها في مواجهة الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل لجنة الاتصالات والمعلومات بالبرلمان المصري والمتحدثين الرسميين باسم الهيئات والوزارات الرسمية بالدولة.

اختبارات الصدق والثبات لصحيفة تحليل المضمون:

- 1) اختبار الصدق: يقصد به قدرة أداة البحث على جمع المعلومات اللازمة للوفاء بمشكلة البحث وتحقيق الفروض والإجابة عن التساؤلات، وقد تم قياس صدق صحيفة تحليل المضمون من خلال الخطوات التالية:
 - تحديد وحدات وفئات تحليل المضمون بشكل دقيق، ووضع التعريفات الإجرائية الدقيقة للفئات.
 - عرض صحيفة تحليل المضمون على مجموعة من الأساتذة المحكمين*.
 - إجراء التعديلات التي أقرها الأساتذة المحكمون، ثم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.
- 2) اختبار الثبات: يقصد به مدى ثبات النتائج التي يتوصل إليها الباحث بتكرار القياس على الخاصية ذاتها (شيماء ذو الفقار زغيب، 2009)، وقد قامت الباحثة بإجراء الثبات على زميلين**،

وقامت الباحثة بتزويدهما بالتعريفات الإجرائية الخاصة بفئات التحليل، وقد أجري الثبات على عينة مختارة 5% من الشائعات التي تضمنتها عينة الدراسة.

نتائج الدراسة:

أولاً: الفئات الخاصة بالشائعات

جدول رقم (1)

تاريخ الشائعات (الشهر والسنة)											
م	الموضوع	كورونا		سد النهضة		مصر وليبيا		قانون مخالقات البناء		الإجمالي	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
1	يناير 2020	1.2%	4	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	1%	4
2	فبراير 2020	2.4%	8	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	2%	8
3	مارس 2020	16.9%	56	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	14%	56
4	إبريل 2020	26.5%	88	0.0%	0	5.6%	1	0.0%	0	22.3%	89
5	مايو 2020	16.9%	56	0.0%	0	5.6%	1	0.0%	0	14.3%	57
6	يونيو 2020	19%	63	44.4%	12	55.6%	10	0.0%	0	21.3%	85
7	يوليو 2020	8.7%	29	48.1%	13	27.8%	5	13%	3	12.5%	50
8	أغسطس 2020	2.7%	9	7.4%	2	5.6%	1	17.4%	4	4%	16
9	سبتمبر 2020	5.4%	18	0.0%	0	0.0%	0	69.6%	16	8.5%	34
10	أكتوبر 2020	0.3%	1	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.3%	1
	المجموع	100%	332	100%	27	100%	18	100%	23	100.0%	400

يوضح الجدول السابق تاريخ الشائعات السياسية - عينة الدراسة - بالشهر والسنة، وذلك وفقاً للقضايا الأربعة التي تقوم الباحثة بعمل حصر شامل للشائعات السياسية التي تمت إثارها حولها، وكما تكشف النتائج كانت ذروة الشائعات التي تتعلق بتلك الموضوعات الأربعة (كورونا - سد النهضة - مخالفات البناء - الصراع في ليبيا) في منتصف العام بداية من شهر مارس حتى شهر يوليو، حيث كان شهر إبريل لعام 2020 في المركز الأول بنسبة 22.3% وإجمالي 89 ساعة من عدد 400 ساعة، ثم كان شهر يونيو في المركز الثاني بنسبة 21.3% بإجمالي 85 ساعة، وجاء في المركز الثالث شهر مايو بنسبة 14.3% بإجمالي عدد 57 ساعة، تلاه في المركز الرابع شهر مارس بنسبة 14% بإجمالي عدد 56 ساعة، وفي المركز الخامس شهر يوليو بنسبة 12.5% بإجمالي عدد 50 ساعة، وكان في المركز الأخير شهر أكتوبر 2020 حيث كانت هناك ساعة واحدة فقط.

وفي هذا الصدد نشر المركز الإعلامي لمجلس الوزراء، تقريراً تضمن إنفوجرافات سلطت الضوء على حصاد مواجهة الشائعات وتوضيح الحقائق على مدار عام 2020 (<https://www.sis.gov.eg>).

وأظهر التقرير أن عام 2020، كان من أكثر السنوات استهدافاً بالشائعات على مدار الأعوام الستة الماضية.

جدول رقم (2) مكان نشر الشائعات

م	الموضوع	كورونا		سد النهضة		مصر وليبيا		قانون مخالفات البناء		الإجمالي	
		ن=332	ك	ن=27	ك	ن=18	ك	ن=23	ك	ن=400	ك
1	الفيس بوك	161	48.5%	25	92.6%	18	100.0%	14	60.9%	218	54.5%
2	تويتر	110	33.1%	13	48.1%	13	72.2%	11	47.8%	147	36.8%
3	اليوتيوب	15	4.5%	6	22.2%	2	11.1%	5	21.7%	28	7.0%
4	إنستجرام	1	0.3%	1	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.5%
5	الواتس آب	12	3.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	12	3.0%
6	صفحات المواقع الإخبارية	39	11.7%	3	11.1%	1	5.6%	0	0.0%	43	10.8%
7	مواقع التواصل الاجتماعي عامة	163	49.1%	2	7.4%	0	0.0%	9	39.1%	174	43.5%
	المجموع	501	125.3%	50	12.5%	34	8.5%	39	9.8%	624	100.0%

تكشف النتائج في الجدول السابق أن الفيس بوك وتويتر في مقدمة المواقع التي انتشرت بها الشائعات السياسية حول الموضوعات محل الدراسة خلال هذا العام 2020؛ حيث جاء الفيس بوك بنسبة 54.5%، بينما جاء تويتر بنسبة 36.8%، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي عامة في المركز الثاني بنسبة 43.5% والتي تشير هنا أن الشائعة تم تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي عامة بدون تحديد، وهو ما وجدته الباحثة في معظم الشائعات التي تم الرد عليها من قبل المركز الإعلامي برئاسة مجلس الوزراء، حيث يتم القول بأن الشائعة تم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي عامة أو تم تداولها عبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي دون تحديد مصدرها في الغالب أو مكان نشرها بالتحديد، بينما انخفضت نسبة ظهور الشائعات السياسية محل الدراسة على صفحات المواقع الإخبارية لتكون في المستوى الرابع بنسبة 10.8%، وتلاها اليوتيوب بنسبة 7%، وجاء الواتس آب والإنستجرام في المرتبة الأخيرة بنسب 3% و0.5% بالترتيب.

وعلى المستوى التفصيلي نجد أن شائعات الواتس آب مرتبطة بجائحة كورونا، وتفسر الباحثة ذلك بأن خلال أزمة كورونا والحجر المنزلي استخدمت جميع الفئات جميع مواقع التواصل الاجتماعي خاصة المرتبطة بالمعارف والزملاء مثل الواتس آب في نشر أي معلومة أو بيان يتم نشره دون التأكد من مصدره لقلّة الحقائق والمعلومات خلال هذه الفترة على مستوى العالم وليس فقط في مصر.

وفي هذا الصدد أكدت الدكتورة نعيم سعد زغول - مديرة المركز الإعلامي لدعم واتخاذ القرار بمجلس الوزراء (وبينار حول «أساليب مواجهة الأخبار الزائفة وتأثيرها على العلاقة بين المواطن والدولة») - أن معظم الشائعات التي واجهها المركز الإعلامي وتم الرد عليها كانت على الفيس بوك، وقامت بتفسير ذلك لأن الفيس بوك يتم من خلاله تحديد مصدر المعلومة، حسابات وهمية أو حسابات مجهولة المصدر يتم من خلالها تداول معلومات غير موثقة، وبالتالي تتداول الشائعات والمعلومات المغلوطة والتي من الممكن أن يتواجد بها جزء من الحقيقة كوسيلة لانتشارها.

جدول رقم (3) اللغة المكتوب بها الشائعة

م	الموضوع	كورونا ن=332		سد النهضة ن=27		مصر وليبيا ن=18		قانون مخالفات البناء ن=23		الإجمالي ن=400	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
1	اللغة العربية فصحى	18.1%	60	40.7%	11	50.0%	9	26.1%	6	21.5%	86
2	اللغة العربية عامية	9.6%	32	7.4%	2	0.0%	0	13.0%	3	9.3%	37
3	مزيج من الفصحى والعامية	54.5%	181	51.9%	14	44.4%	8	65.2%	15	54.5%	218

م	الموضوع	كورونا ن=332		سد النهضة ن=27		مصر وليبيا ن=18		قانون مخالفات البناء ن=23		الإجمالي ن=400	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
4	اللغة الإنجليزية	4	1.2%	1	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	5	1.3%
5	مزيج من اللغة العربية والإنجليزية	5	1.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	1.3%
6	لغة الفرنكو	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
7	لغة نادرة غير مفهومة	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
8	اللغة التركية	0	0.0%	0	0.0%	1	5.6%	0	0.0%	1	0.3%
9	غير واضح	50	15.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	50	12.5%
	المجموع	332	83.0%	28	7.0%	18	4.5%	24	6.0%	402	100.0%

توضح نتائج الجدول السابق اللغات المكتوب بها الشائعات السياسية عينة الدراسة، وجاءت اللغة العربية بأنواعها كانت في المركز الأول بين اللغات المكتوب بها الشائعات، حيث كانت اللغة العربية مزيجاً من الفصحى والعامية في المرتبة الأولى بنسبة 54.5%، ثم جاءت اللغة العربية الفصحى في المركز الثاني بنسبة 21.5%، وجاءت اللغة العربية العامية في المركز الثالث بنسبة 9.3%، بينما جاءت فئة غير واضح في المركز الثاني بنسبة 12.5%، وانخفضت وتساوت نسبة كل من «اللغة الإنجليزية- المزيج من العربية والإنجليزية» لتصل إلى 1.3%، وجاءت اللغة التركية في المركز الأخير بنسبة 0.3% وهي شائعة واحدة تم تداولها بشكل كبير جداً: تصريح أردوغان فيما يخص قضية الصراع في ليبيا بأن السيسى ومصر في قلوبنا، بينما لم تحظ «لغة الفرنكو» بأي اختيار.

جدول رقم (4)

المجال الجغرافي للشائعات											
م	الموضوع	كورونا ن=332		سد النهضة ن=27		مصر وليبيا ن=18		قانون مخالفات البناء ن=23		الإجمالي ن=400	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	قومية	281	84.6%	5	18.5%	2	11.1%	6	26.1%	294	73.5%
2	إقليمية	5	1.5%	24	88.9%	17	94.4%	0	0.0%	46	11.5%

3	محلية	21	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	17	73.9%	38	9.5%
4	عالمية	25	7.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	25	6.3%
	المجموع	332	83.0%	29	7.3%	19	4.8%	23	5.8%	403	100.0%

تكشف نتائج الجدول السابق النطاق الجغرافي للشائعات السياسية التي تم تحليلها ودراستها خلال هذا العام، والتي تدور حول أربعة موضوعات وقضايا محددة، هي: «كورونا- قضية سد النهضة- قضية الصراع في ليبيا - قضية قانون التصالح حول مخالفات البناء»، وجاءت الشائعات السياسية على المستوى القومي في المركز الأول بنسبة 73.5%، وجاءت الشائعات السياسية على المستوى الإقليمي في المركز الثاني بنسبة 11.5%، وجاءت الشائعات المحلية في المركز الثالث بنسبة 9.5%، وجاءت في المركز الأخير الشائعات العالمية بنسبة 6.3%.

وعلى المستوى التفصيلي كانت النسبة الكبرى للشائعات المرتبطة بجائحة كورونا على المستوى القومي بنسبة 84.6%، وكانت النسبة الكبرى لشائعات سد النهضة هي شائعات إقليمية بنسبة 88.9%، وكانت النسبة الكبرى لشائعات قضية الصراع في ليبيا هي شائعات إقليمية بنسبة 94.4%، وكانت النسبة الكبرى لشائعات قانون مخالفات البناء هي شائعات محلية بنسبة 73.9%. وتفسر الباحثة هذه النتائج بأن معظم الشائعات التي تم دراستها وتحليلها كانت شائعات تمس الأمن القومي المصري وتمس مؤسسات الدولة وقياداتها، خاصة الشائعات التي كان يتم الرد عليها من قبل التقرير الأسبوعي للرد على الشائعات الذي يصدر عن المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء، ويتم نشره على الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء على الفيس بوك، والتي قامت الباحثة بدراسة وتحليل ورصد الرد على الشائعات في تلك التقارير التي ترتبط بالموضوعات والقضايا عينة الدراسة منذ يناير 2020 حتى نهاية أكتوبر، ومن أمثلة تلك الشائعات القومية: شائعة عن تصريح الحكومة المصرية بدفع المواطنين نصف فاتورة الغاز والكهرباء فقط بسبب جائحة كورونا، شائعة أن الأزهر يدرس اقتراح فتوى إفطار رمضان للوقاية من كورونا، شائعة الأوقاف تقرر فتح جميع المساجد نهاية إبريل وتعديل صيغة الأذان.

كما ارتفعت نسبة الشائعات الإقليمية؛ لأن معظم الشائعات التي ترتبط بالقضايا «سد النهضة- الصراع في ليبيا» كما هو واضح في الجدول، هي شائعات إقليمية، في حين أن بعضاً منها كان شائعات قومية ولكن بنسبة قليلة.

جدول رقم (5) مصدر الشائعة

م	الموضوع	كورونا ن=332	سد النهضة ن=27	مصر وليبيا ن=18	قانون مخالفات البناء ن=23	الإجمالي ن=400
		ك %	ك %	ك %	ك %	ك %
1	موقع إلكتروني	42	0	0	0	42
		12.7%	0.0%	0.0%	0.0%	10.5%

م	الموضوع	كورونا ن=332	سد النهضة ن=27	مصر وليبيا ن=18	قانون مخالفات البناء ن=23	الإجمالي ن=400
2	صفحة على الفيس بوك	103	17	13	7	140
3	حساب شخصي على الفيس بوك	53	6	8	4	71
4	تدوينة على تويتر	30	2	6	3	41
5	موقع يوتيوب	6	1	0	2	9
6	وسائل إعلام عربية	8	1	0	0	9
7	وسائل إعلام أجنبية	4	0	0	0	4
8	معارضون سياسيون	16	6	1	7	30
9	خبر إعلامي أو صحفي	29	5	1	1	36
10	دولة ضد دولة أخرى	0	1	0	0	1
11	شخصية سياسية معينة	8	0	0	0	8
12	مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي عامة	190	1	1	11	203
13	مجهولة المصدر	2	0	0	0	2
	المجموع	491	40	30	35	596

يوضح الجدول السابق مصادر الشائعات السياسية عينة الدراسة، وفيه جاء مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي في المركز الأول بنسبة %50.8، بينما جاءت صفحات الفيس بوك في المركز الثاني بنسبة %35، وجاءت الحسابات الشخصية على الفيس بوك في المركز الثالث بنسبة %17.8، ثم جاءت المواقع الإلكترونية في المركز الرابع بنسبة %10.5، وجاء في المركز الأخير دولة ضد دولة أخرى بنسبة %0.3 وكانت ترتبط بقضية سد النهضة، بينما انخفضت نسبة الشائعات مجهولة المصدر لتصل إلى %0.5.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة أيضاً كما سبق بأن الكثير من الشائعات السياسية عينة الدراسة التي يتم الرد عليها في التقرير الأسبوعي لمجلس الوزراء يتم تحديدها كمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أو وسائل إعلام أو مواقع إلكترونية أو أفراد دون ذكر مصدر محدد منهم أو اسم

محدد للمصدر، ومن هنا اضطرت الباحثة لإضافة هذه الفئة الخاصة بمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عامة، كما لاحظت الباحثة أن صفحات الفيس بوك كانت مصدرًا لكثير من الشائعات، ومن تلك الصفحات صفحة إخبارية تسمى «عين مصر»، كانت كثير من الشائعات يتم نشرها عبر تلك الصفحة، وبمجرد نشر الرد يتم حذف المنشور الخاص بتلك الشائعة دون نشر الرد. هذا بالإضافة إلى أن معظم الشائعات السياسية عينة الدراسة مصدرها معارضون سياسيون هدفهم أولاً المساس بمؤسسات الدولة وقاداتها وإثارة الشكوك بشرعيتهم والتلاعب بالرأي العام، ولكن هؤلاء المعارضين مختبئون وراء تلك الصفحات والمواقع الإلكترونية. وتتفق النتيجة السابقة مع الدراسات التالية:

- دراسة (محمد وليد بركات، 2020) التي توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المركز الأول لمصادر الشائعات وفقاً لمعالجات الصحف، تلتها التنظيمات الإرهابية، ثم أجهزة المخابرات والدول المعادية، ثم وسائل الإعلام المحلية، ثم وسائل الإعلام الأجنبية وخاصة قنوات جماعة الإخوان التي تبث من تركيا، تلتها وسائل الإعلام العربية وكانت قناة الجزيرة على رأسها، وجاء في المركز الأخير المواطنون وشهود العيان (محمد وليد بركات، 2020). كما تتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج دراسة (لوجين متولي عفيفي، 2017) التي توصلت إلى أن صفحات موقع الفيس بوك أثبتت قوة تأثيرها في مقدمة مصادر الشائعات على صعيد وسائل الإعلام وشبكة الإنترنت.

جدول رقم (6) المستهدف من الشائعات

م	الموضوع	كورونا		سد النهضة		مصر وليبيا		قانون مخالفات البناء		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	شخصية عامة	6	1.8%	2	7.4%	0	0.0%	1	4.3%	9	2.3%
2	مسئول حكومي	30	9.0%	5	18.5%	2	11.1%	8	34.8%	45	11.3%
3	حزب معين	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
4	الدولة	39	11.7%	18	66.7%	18	100.0%	5	21.7%	80	20.0%
5	جهة رسمية المؤسسات الرسمية للدولة	271	81.6%	7	25.9%	1	5.6%	11	47.8%	290	72.5%
6	لا يوجد	7	2.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	7	1.8%

7	أخرى تذكر	5	1.5%	0	0.0%	0	0.0%	3	13.0%	8	2.0%
C14B2	أخرى تذكر من الشائعة	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	المجموع	358	89.5%	32	8.0%	21	5.3%	28	7.0%	439	100.0%

توضح نتائج الجدول السابق المستهدف من الشائعات السياسية عينة الدراسة، وجاءت المؤسسات الرسمية في الدولة في المرتبة الأولى بنسبة 72.5%، تلتها الدولة المصرية ككل في المرتبة الثانية بنسبة 20%، ثم جاء في المركز الثالث مسئول حكومي بنسبة 11.3%، وفي المركز الرابع شخصية عامة بنسبة 2.3%، بينما انخفضت نسبة الشائعات التي كانت لا تستهدف جهة معينة أو شخصاً محدداً لتصل إلى 1.8% من إجمالي الشائعات، ولم توجد أي شائعات تستهدف الأحزاب ضمن العينة التي قامت الباحثة برصدها ودراساتها.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن معظم الشائعات التي تم تحليلها ورصدها تم الرد عليها من قبل المركز الإعلامي لمجلس الوزراء، الذي يتم من خلاله توضيح الوزارة أو الجهة التي قامت بالرد والتي كانت مستهدفة من تلك الشائعة، وبالتالي كانت الجهات الرسمية في المركز الأول، ومن أمثلة تلك الشائعات: شائعة إلغاء الفصل الدراسي الثاني بالمدارس والجامعات، وتم الرد عليها من قبل وزارة التربية والتعليم ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وشائعة إيقاف برنامج تكافل وكرامة لأكثر الفئات احتياجاً، وتوجيه مخصصاته لمواجهة فيروس كورونا، وتم الرد عليها من قبل وزارة التضامن الاجتماعي.

بينما كانت الشائعات الخاصة بالقضايا «سد النهضة- مصر وليبيا» تستهدف الدولة المصرية ككل وليس جهة أو وزارة محددة في الدولة، ومن أمثلة تلك الشائعات: تداول رسالة صوتية على مواقع التواصل الاجتماعي لشخص يدعي انتماءه وتكليفه من منظمة الصحة العالمية لمتابعة الإجراءات والابوة في مصر، مصر لديها 19000 حالة إصابة بكورونا، توصل مصر لعلاج لفيروس كورونا.

ويتفق مع ما سبق دراسة (إيمان محمد حسني، 2019) التي توصلت إلى أن القوى الفاعلة تمثلت بشكل رئيسي في الأخبار الزائفة في النظام الحاكم المصري تحديداً شخص الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي، وقوات الجيش المصري ووحداته المختلفة (إيمان محمد حسني، 2019، ص 1-50).

جدول رقم (7)

الوزارات والمؤسسات المستهدفة من الشائعة والتي قامت بالرد											
م	الموضوع	كورونا		سد النهضة		مصر وليبيا		قانون مخالفات البناء		الإجمالي	
		ن=332	ك	ن=27	ك	ن=18	ك	ن=23	ك	ن=400	ك
1	المؤسسات الأمنية والعسكرية	9	2.7%	0	0.0%	4	22.2%	0	0.0%	13	3.3%
2	المؤسسات الثقافية	82	24.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	13.0%	85	21.3%
3	المؤسسات الاقتصادية	31	9.3%	1	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	32	8.0%
4	مؤسسة رئاسة الجمهورية	6	1.8%	4	14.8%	2	11.1%	3	13.0%	15	3.8%
5	المؤسسات العامة	30	9.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	17.4%	34	8.5%
6	المؤسسات الخدمية	158	47.6%	8	29.6%	0	0.0%	9	39.1%	175	43.8%
7	لا يوجد	25	7.5%	14	51.9%	12	66.7%	5	21.7%	56	14.0%
	المجموع	341	102.7%	27	100.0%	18	100.0%	24	104.3%	410	102.5%

يوضح الجدول السابق الوزارات والمؤسسات المستهدفة بالشائعة، والتي قامت بالرد على الشائعة في الغالب مجمعة في مؤسسات محددة، وجاءت المؤسسات الخدمية في المركز الأول بنسبة 43.8%، في حين جاءت المؤسسات الثقافية في المركز الثاني بنسبة 21.3%، وجاءت المؤسسات العامة في المركز الثالث بنسبة 8.5%، ثم المؤسسات الاقتصادية في المركز الرابع بنسبة 8%، تلتها مؤسسة رئاسة الجمهورية في المركز الخامس بنسبة 3.8%، وأخيراً جاءت المؤسسات الأمنية والعسكرية في المركز السادس بنسبة 3.3%، وكانت 14% من الشائعات عينة الدراسة لا تستهدف أي من الوزارات أو المؤسسات.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن عددًا كبيرًا من الشائعات التي تمت دراستها وتحليلها كان يتم الرد عليها من قبل المركز الإعلامي لمجلس الوزراء، وبالتالي كانت تخص المؤسسات الخدمية في الأساس، كما أن مصادر الشائعات غالبًا ما تستهدف المؤسسات التي يتعامل معها ملايين المواطنين، وبالتالي تهتم قطاعات عريضة من الشعب مثل الصحة والتعليم والتموين وهكذا (مقابلة

مع هاني يونس، المستشار الإعلامي لرئيس مجلس الوزراء). وتتفق النتيجة السابقة مع دراسة (محمد وليد بركات، 2020) التي توصلت إلى أن المؤسسات الخدمية كانت في مقدمة المؤسسات المستهدفة بالشائعات عينة الدراسة التحليلية بنسبة 30%، تلتها المؤسسات العامة «مؤسسات الدولة بشكل عام»، ثم المؤسسات الاقتصادية، ثم المؤسسات الثقافية، وجاءت في المركز الأخير مؤسسة رئاسة الجمهورية (محمد وليد بركات، 2020).

جدول رقم (8) شكل الشائعة

م	الموضوع	كورونا ن=332		سد النهضة ن=27		مصر وليبيا ن=18		قانون مخالفات البناء ن=23		الإجمالي ن=400	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
1	نصوص كتابية	50.3%	167	22.2%	6	0.0%	0	60.9%	14	46.8%	187
2	صورة	0.9%	3	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.8%	3
3	مقطع فيديو	3.3%	11	3.7%	1	0.0%	0	0.0%	0	3.0%	12
4	مقطع صوتي	1.5%	5	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	1.3%	5
5	نص مرفق بصورة	32.2%	107	40.7%	11	83.3%	15	21.7%	5	34.5%	138
6	نص مرفق بفيديو	7.8%	26	37.0%	10	16.7%	3	21.7%	5	11.0%	44
7	نص مرفق برابط	4.8%	16	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	4.0%	16
8	الهاشتاج	11.1%	37	14.8%	4	44.4%	8	8.7%	2	12.8%	51
9	المنشن @	4.8%	16	0.0%	0	5.6%	1	0.0%	0	4.3%	17
10	رابط أو عنوان url	3.0%	10	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	2.5%	10
11	أخرى تذكر	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
12	غير واضح	13.0%	43	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	10.8%	43
	المجموع	110.3%	441	8.0%	32	6.8%	27	6.5%	26	100.0%	526

يوضح الجدول السابق شكل الشائعات السياسية عينة الدراسة التي تم تحليلها ورصدها عبر موقعي الفيس بوك وتويتر، وجاءت النصوص الكتابية في المركز الأول بين أشكال الشائعات بنسبة 46.8%، ثم كان شكل النص المرفق بصورة في المركز الثاني بنسبة 34.5%، وتم استخدام

م	الموضوع	كورونا ن=332		سد النهضة ن=27		مصر وليبيا ن=18		قانون مخالفات البناء ن=23		الإجمالي ن=400	
		%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن
4	الشعور بالإحباط	26.8%	89	22.2%	6	22.2%	4	4.3%	1	25.0%	100
5	فقدان الثقة	42.2%	140	51.9%	14	50.0%	9	34.8%	8	42.8%	171
6	إثارة الفتنة وتفكك وحدة المجتمع	3.3%	11	3.7%	1	0.0%	0	21.7%	5	4.3%	17
7	رفع الروح المعنوية	8.7%	29	7.4%	2	0.0%	0	0.0%	0	7.8%	31
8	تحطيم الروح المعنوية	6.0%	20	7.4%	2	11.1%	2	0.0%	0	6.0%	24
9	لفت الانتباه	5.1%	17	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	4.3%	17
10	إثارة البلبله والفوضى	76.5%	254	48.1%	13	27.8%	5	91.3%	21	73.3%	293
11	زعزعة الأمن والاستقرار	18.4%	61	85.2%	23	88.9%	16	21.7%	5	26.3%	105
12	الدعاية	7.8%	26	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	6.5%	26
13	الترويج لأيدولوجية معينة	29.5%	98	70.4%	19	88.9%	16	30.4%	7	35.0%	140
14	إثارة الشكوك بشرعية القيادة السياسية في الدولة ليزرع المصادقية منها	23.5%	78	44.4%	12	27.8%	5	26.1%	6	25.3%	101
15	التسرع في تغطية آخر الأخبار	10.2%	34	22.2%	6	5.6%	1	0.0%	0	10.3%	41
16	التلاعب بالرأي العام	79.2%	263	88.9%	24	77.8%	14	91.3%	21	80.5%	322
17	الربح المالي	1.5%	5	14.8%	4	0.0%	0	0.0%	0	2.3%	9
18	المرح والتسلية	1.2%	4	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	1.0%	4
19	إثارة السخط الشعبي تجاه الحكومة	1.5%	5	37.0%	10	44.4%	8	21.7%	5	7.0%	28
20	أخرى تذكر	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
	المجموع	419.3%	1677	43.5%	174	26.3%	105	27.3%	109	100.0%	2065

يوضح الجدول السابق أهداف الشائعات السياسية عينة الدراسة، وكان الهدف الأول لتلك الشائعات والأكثر تكراراً هو التضليل والخداع بنسبة 90.5%، ثم جاء التلاعب بالرأي العام كهدف في المرتبة الثانية بنسبة 80.5%، وكانت إثارة البلبله والفوضى في المركز الرابع بنسبة 73.3%، ثم

جاء فقدان الثقة في المركز الخامس بنسبة %42.8، ثم إثارة الخوف والقلق في المركز السادس بنسبة %40.8، ثم الترويج لأيدولوجية معينة في المركز السابع بنسبة %35، وجاء في المركز الأخير المرح والتسلية بنسبة %1.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن معظم الشائعات السياسية يكون هدفها الأول هو التضليل السياسي وإرباك الرأي العام خاصة في أوقات الأزمات، لكنه قليلاً ما تكون الشائعات السياسية بهدف المرح والتسلية؛ لأنها ليست شائعات اجتماعية يمكن أن يكون لها هذا الهدف.

تتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج دراسة لوجين متولي عفيفي التي توصلت إلى أن التضليل والتشويه والإحباط كان من أهم أهداف مروجي الشائعات لإحداث أكبر قدر من البلبلة وإرباك الرأي العام، والذي يقود إلى إصدار المتلقي أحكاماً خاطئة على القضايا (لوجين متولي عفيفي، 2017). ويتفق مع ما سبق دراسة (إيمان محمد حسني، 2019) التي توصلت إلى أن عملية التضليل جاءت مرتبطة بالأحداث الجارية بنسبة %100؛ حيث جاءت الأخبار متزامنة مع تعثر مفاوضات أزمة سد النهضة وأزمة الخليج وصراعات مصر مع كل من قطر وتركيا (إيمان محمد حسني، 2019، ص 1-50).

جدول رقم (10)

موضوع الشائعة											
م	الموضوع	كورونا		سد النهضة		مصر وليبيا		قانون مخالفات البناء		الإجمالي	
		ن=332	ك	ن=27	ك	ن=18	ك	ن=23	ك	ن=400	ك
1	سياسة داخلية	104	31.3%	2	7.4%	1	5.6%	20	87.0%	127	31.8%
2	طبية	92	27.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	92	23.0%
3	سياسة خارجية	34	10.2%	25	92.6%	17	94.4%	0	0.0%	76	19.0%
4	تعليمية	45	13.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	45	11.3%
5	اجتماعية	30	9.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	30	7.5%
6	اقتصادية	28	8.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	28	7.0%
7	دينية	21	6.3%	1	3.7%	0	0.0%	4	17.4%	26	6.5%
8	عسكرية	2	0.6%	0	0.0%	1	5.6%	0	0.0%	3	0.8%
9	رياضية	2	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.5%
10	زراعة	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%
11	إعلامية	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	فنية	12
0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	تعليمية	13
100.0%	430	6.0%	24	4.8%	19	7.0%	28	89.8%	359	المجموع	

تكشف نتائج الجدول السابق موضوع الشائعات السياسية عينة الدراسة التي تم رصدها ودراستها، وكما يبين الجدول ارتفعت نسبة الشائعات السياسية بشقيها الداخلي والخارجي، وجاءت الشائعات التي تمس السياسة الداخلية للدولة لتأتي في المركز الأول بنسبة 31.8%، ثم تأتي الشائعات المرتبطة بالسياسة الخارجية بنسبة 19%، وجاء في المركز الثالث الشائعات السياسية الطيبة بنسبة 23%، وجاء في المركز الرابع الشائعات السياسية التعليمية بنسبة 11.3%، وجاء في المركز الأخير الشائعات السياسية الزراعية بنسبة 0.3%.

وعلى المستوى التقصيلي كانت شائعات جائحة كورونا هي شائعات سياسية داخلية في المركز الأول بنسبة 31.3%، في حين كانت شائعات سد النهضة هي شائعات سياسة خارجية في المركز الأول بنسبة 92.6%، وكانت شائعات الصراع في ليبيا هي شائعات سياسية خارجية بنسبة 94.4%، وكانت شائعات مخالفات البناء هي شائعات سياسة داخلية بنسبة 87%.

ويمكن تفسير النتائج السابقة بأنه خلال جائحة كورونا كثرت الشائعات السياسية بجميع أنواعها وتخصصاتها ومستوياتها، وأكثرها كان يمس الأمن القومي المصري ومؤسسات الدولة وقياداتها، وبالتالي كانت السياسة الداخلية في المقام الأول.

وتوصلت دراسة (إيمان محمد حسني، 2019) إلى أن جميع الأحداث ذات الطابع السياسي والعسكري جاءت واضحة، وهو ما يوضح ارتفاع درجة مخاطر انتشار مثل هذه الأخبار؛ لأنها تمس مجالين حيويين في البلاد، وذلك من خلال دراسة صفحتي اليوم السابع والبوابة الزائفتين، في الفترة من أول إبريل 2017 حتى نهاية إبريل 2018م، للكشف عن آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخبري الزائف المنتحل لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفيس بوك (إيمان محمد حسني، 2019، ص 1-50).

جدول رقم (11)

موقف الرأي العام من الشائعات											
م	الموضوع	كورونا		سد النهضة		مصر وليبيا		قانون مخالفات البناء		الإجمالي	
		ن=332	ك	ن=27	ك	ن=18	ك	ن=23	ك		ن=400
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
1	ردود إيجابية تعكس تأثير الشائعات	281	84.6%	23	85.2%	17	94.4%	23	100.0%	344	86.0%

10.3%	41	0.0%	0	0.0%	0	11.1%	3	11.4%	38	غير واضح	2
4.8%	19	4.3%	1	11.1%	2	7.4%	2	4.2%	14	ردود سلبية تعكس رفض الشائعة	3
2.3%	9	0.0%	0	5.6%	1	3.7%	1	2.1%	7	ردود تصحح الشائعة	4
1.0%	4	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	1.2%	4	ردود ليس لها علاقة بالشائعة	5
100.0%	417	6.0%	24	5.0%	20	7.3%	29	86.0%	344	المجموع	

يوضح الجدول السابق موقف الرأي العام من الشائعات السياسية عينة الدراسة، وكانت نسبة 86% عبارة عن ردود إيجابية تعكس تأثير الشائعة وتؤكدده، منها على سبيل المثال: تأثر صناعة الدواء في مصر بتوقف استيراد خامات الأدوية من الصين، وقف إجراءات الحجر الصحي بالموانئ والمطارات المصرية، نقص أسرة مستشفيات العزل الصحي، إلغاء الفصل الدراسي الثاني بالمدارس والجامعات، وجاءت الردود السلبية التي تعكس رفض الشائعة وعدم تصديقها في المركز الثالث بنسبة 4.8%، ومن أمثلة تلك الشائعات: صورة لكارنيه عسكري في الجيش المصري مكتوب عليها (اللي ضايح منه تعريفه العسكري في ترهونة) للإشارة إلى الحصول على كارنيه عسكري في الجيش المصري في ليبيا. ثم كانت الردود الفاعلة التي تصحح الشائعة في المركز الرابع بنسبة 2.3%، منها على سبيل المثال: انخفاض أسعار البنزين خلال هذه الشهور بسبب أزمة كورونا، سلاح الجو المصري يواكب طائرة المشير الليبي حفتر، إعلان المبادئ حول مشروع سد النهضة اللي وقعته الرئيس السيسي مع رؤساء إثيوبيا والسودان اتفاق غير معلن، تراجع وزارة التعليم العالي عن إتمام امتحانات الفصل الدراسي الثاني في الجامعات للفرقة النهائية في يونيو 2020، منظمة الصحة العالمية تعلن أن كورونا مؤامرة سياسية ولا حاجة للتباعد الاجتماعي، تأجيل الدراسة في بداية فبراير تحسباً لانتشار فيروس كورونا. وأخيراً كانت الردود ليس لها علاقة بالشائعة بنسبة 1% فقط.

ويمكن الربط بين نتيجة الجدول السابق وبين نتيجة دراسة (Siqi Li, Zongmin Li, 2020) التي توصلت إلى أنه إذا كان هناك انتشار واسع لنفس النوع من الشائعات في السنوات الخمس الماضية، فإن الشائعات تكون أقل انتشاراً على نطاق واسع، وبالتالي هذه الموضوعات -عينة الدراسة- هي موضوعات جديدة خلال هذا العام 2020، فيما عدا قضية سد النهضة، حيث إنها كانت محل إثارة للشائعات والجدل حولها من العام الماضي 2019، وبالتالي كانت شائعات تلك القضايا تنتشر على نطاق واسع لحدائثة الموضوع.

ويمكن الربط بين نتيجة الجدول السابق وبين نتيجة دراسة (Siqi Li, Zongmin Li, 2020) التي توصلت إلى أنه إذا كان هناك انتشار واسع لنفس النوع من الشائعات في السنوات الخمس

الماضية، فإن الشائعات تكون أقل انتشارًا على نطاق واسع، وبالتالي هذه الموضوعات -عينة الدراسة- هي موضوعات جديدة خلال هذا العام 2020، فيما عدا قضية سد النهضة، حيث إنها كانت محل إثارة للشائعات والجدل حولها من العام الماضي 2019، وبالتالي كانت شائعات تلك القضايا تنتشر على نطاق واسع لحداثة الموضوع.

جدول رقم (12) هل يتوافر بالشائعات أدوات الإقناع المنطقي

م	الموضوع	كورونا		سد النهضة		مصر وليبيا		قانون مخالفات البناء		الإجمالي	
		ن=332	ك	ن=27	ك	ن=18	ك	ن=23	ك	ن=400	ك
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
1	تقديم أرقام وحقائق	5.1%	17	11.1%	3	0.0%	0	0.0%	0	5.0%	20
2	مدعمة بالصور والفيديوهات	22.3%	74	40.7%	11	83.3%	15	17.4%	4	26.0%	104
3	مدعمة بأراء الخبراء	17.5%	58	29.6%	8	16.7%	3	30.4%	7	19.0%	76
4	الاستشهاد بأدلة	13.6%	45	22.2%	6	22.2%	4	21.7%	5	15.0%	60
5	لا يوجد	38.6%	128	22.2%	6	0.0%	0	39.1%	9	35.8%	143
6	غير واضح	14.2%	47	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	11.8%	47
	المجموع	92.3%	369	8.5%	34	5.5%	22	6.3%	25	100.0%	450

توضح نتائج الجدول الموجود أعلاه أن الشائعات السياسية محل الدراسة كان يتوافر بها أدوات الإقناع المنطقي التي تساعد على انتشارها وتصديقها، وكان التلاعب بالصور والفيديوهات في المركز الأول من بين تلك الأدوات بنسبة 26%، ومن أمثلة تلك الشائعات: غياب الإجراءات الوقائية داخل المطارات المصرية لمنع تسرب فيروس كورونا داخل البلاد في يناير 2020، ثم كان التدعيم بأراء الخبراء من خلال التصاريح المفبركة والتقارير والمعلومات على لسان الخبراء والقادة السياسيين بنسبة 19%، ومن أمثلة تلك الشائعات: تصريح الحكومة المصرية بدفع المواطنين نصف فاتورة الغاز والكهرباء فقط، وإصدار مجلس الوزراء حزمة من إجراءات المرحلة الثالثة التي سيتم تطبيقها ضمن خطة الدولة لمواجهة فيروس كورونا، بعدها جاء الاستشهاد بأدلة في المركز الثالث بنسبة 15%، وتمثلت هذه الأدلة في شهود عيان يقومون برواية تجربتهم منها: شائعة تحصيل رسوم مالية على نموذج تسجيل عودة المواطنين العالقين بالخارج، وقام العائدون من الخارج بتسجيل تجربتهم وحكايتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في الوقت الذي قامت فيه

الدولة بالرد على الشائعة ونفيها، ثم كان تقديم الأرقام والتدعيم بها في المركز الرابع بنسبة 5%، منها على سبيل المثال شائعات: نقص أسيرة مستشفيات العزل الصحي، مصر لديها 19000 حالة إصابة بكورونا.

وقد توصلت دراسة (إيمان محمد حسني، 2019) إلى أنه جاءت آلية اللغة المحملة في بداية آليات الإقناع المستخدمة في نشر الأخبار الزائفة، من خلال استخدام الكلمات القوية الموحية مثل الإرهاب والتدمير وما إلى ذلك، والنوعت الصاخبة، مثل: البطل- الوطني- ابن مصر، والتصريحات الرنانة، وتوظيف الهاشتاج والشعارات والأقوال المأثورة، وذلك من خلال دراسة صفحتي اليوم السابع والبوابة الزائفتين، في الفترة من أول إبريل 2017 حتى نهاية إبريل 2018م، للكشف عن آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخبري الزائف المنتحل لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفيس بوك (إيمان محمد حسني، 2019، ص 1-50).

جدول رقم (13)

هل يتوافر بالشائعات أدوات إقناع غير منطقي											
م	الموضوع	كورونا		سد النهضة		مصر وليبيا		قانون مخالفات البناء		الإجمالي ن=400	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
1	تقديم معلومات مجهولة أنها حقيقية	274	82.5%	26	96.3%	14	77.8%	23	100%	337	84.3%
2	الاعتماد على أدلة غير مؤكدة	140	42.2%	18	66.7%	17	94.4%	14	60.9%	189	47.3%
3	غير واضح	13	3.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	13	3.3%
4	التركيز على نواحي عاطفية	8	2.4%	0	0.0%	1	5.6%	0	0.0%	9	2.3%
5	لا يوجد	8	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	8	2.0%
	المجموع	443	110.8%	44	11.0%	32	8.0%	37	9.3%	556	100.0%

يوضح الجدول السابق مدى توافر أدوات إقناع غير منطقي بالشائعات السياسية محل الدراسة، وكانت الأداة الخاصة بتقديم معلومات مجهولة لا تمت للواقع بصلة في المركز الأول بنسبة 84.3%، ومن أمثلة تلك الشائعات: توقف السفارة المصرية بالصين عن تقديم خدماتها للمستوردين في فبراير 2020، الاستغناء عن نسبة من العاملين بالجهاز الإداري بشكل دائم عقب قرار تخفيض أعمالهم بسبب فيروس كورونا، تعديل خطة الموازنة العامة للدولة واستقطاع 100 مليار جنيه منها لمواجهة تداعيات انتشار فيروس كورونا.

ثم جاءت الشائعات التي تم بها الاعتماد على أدلة غير مؤكدة بنسبة %47.3، ومن أمثلة تلك الشائعات: تداول رسالة صوتية على مواقع التواصل الاجتماعي لشخص يدعي انتماءه وتكليفه من منظمة الصحة العالمية لمتابعة الإجراءات والأوبئة في مصر، ثم جاء التركيز على النواحي والاستمالات العاطفية بنسبة %2.3، ومن أمثلة تلك الشائعات التي اعتمدت على النواحي العاطفية: صور لأشخاص يرتدون كمامات وينامون على الأرض وترويجها على أنهم ضحايا لفيروس كورونا في مصر والتي ترفض المستشفيات استقبالهم، ومن الاستمالات العاطفية التي تم التركيز عليها لنشر الشائعات كانت النزعة الوطنية، والعاطفة الدينية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (حاتم محمد عاطف، 2018) والتي توصلت من خلال دراسة الشائعات بالصحف إلى أن الاعتماد على أدلة غير مؤكدة جاء في المركز الأول لأدوات الإقناع المنطقي غير العاطفي لمضمون الشائعات بنسبة %32، ثم التركيز على نواحي عاطفية، وأخيراً تقديم معلومات مجهولة على أنها حقيقية (حاتم محمد عاطف، 2018).

جدول رقم (14)

اتجاه الشائعات نحو الدولة											
م	الموضوع	كورونا		سد النهضة		مصر وليبيا		قانون مخالفات البناء		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
1	معارضة للحكومة	199	59.9%	13	48.1%	5	27.8%	22	95.7%	239	59.8%
2	ليس لها علاقة بالحكومة	86	25.9%	7	25.9%	6	33.3%	0	0.0%	99	24.8%
3	مؤيدة للحكومة	19	5.7%	6	22.2%	6	33.3%	1	4.3%	32	8.0%
4	محايدة	28	8.4%	1	3.7%	1	5.6%	0	0.0%	30	7.5%
	المجموع	332	83.0%	27	6.8%	18	4.5%	23	5.8%	400	100.0%

توضح نتائج الجدول السابق اتجاه الشائعات نحو الدولة، والمقصود بها الصفات المنسوبة لمؤسسات الدولة المستهدفة بالشائعات، وكانت الشائعات المعارضة للحكومة هي الأكثر ظهوراً خلال هذا العام ضمن الشائعات السياسية عينة الدراسة بنسبة %59.8، ومن أمثلة تلك الشائعات: وقف إجراءات الحجر الصحي بالموانئ والمطارات المصرية، الاستغناء عن نسبة من العاملين بالجهاز الإداري بشكل دائم عقب قرار تخفيض أعمالهم بسبب فيروس كورونا.

ثم كانت %24.8 من الشائعات التي تم رصدها ودراستها هي شائعات سياسية، لكنها لا تستهدف

الحكومة، أو ليس بها صفات منسوبة لمؤسسات الدولة وقياداتها، ومن أمثلة تلك الشائعات: تداول رسالة صوتية على مواقع التواصل الاجتماعي لشخص يدعي انتماءه وتكليفه من منظمة الصحة العالمية لمتابعة الإجراءات والأوبئة في مصر، وانخفضت نسبة الشائعات المؤيدة للحكومة لتصل إلى 8%، ومن أمثلة تلك الشائعات: معدل شفاء مصابي كورونا في مصر الأعلى عالمياً، تجهيز مستشفى ميداني بقاعة المؤتمرات بمدينة نصر، رئيس بنك القاهرة الاحتياطي النقدي يعكس مؤشرات وأرقام إيجابية، وجاءت الشائعات المحايدة في المركز الأخير بنسبة 7.5%، والمقصود هنا بالشائعات ذات الاتجاه المحايد هو أنها تحمل صفات محايدة ليست إيجابية ولا سلبية. وتختلف النتيجة السابقة مع دراسة (محمد وليد بركات، 2020) التي توصلت إلى أن الصفات الإيجابية جاءت في المركز الأول للصفات المنسوبة للمؤسسات المستهدفة من الشائعات بنسبة 61.2%، مقابل 2.8% فقط للصفات السلبية (محمد وليد بركات، 2020).

ثانياً: الفئات الخاصة بالرد على الشائعة:

جدول رقم (15)

موقف الدولة من الشائعة										م	الموضوع
الإجمالي ن=400		قانون مخالفات البناء ن=23		مصر وليبيا ن=18		سد النهضة ن=27		كورونا ن=332			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
72.0%	288	47.8%	11	0.0%	0	25.9%	7	81.3%	270	1	تم نفي الشائعة
27.5%	110	52.2%	12	100.0%	18	74.1%	20	18.1%	60	2	لا يوجد رد
0.5%	2	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.6%	2	3	صدر قرار يؤكد الشائعة
100.0%	400	5.8%	23	4.5%	18	6.8%	27	83.0%	332		المجموع

يوضح الجدول السابق موقف الدولة من الشائعات السياسية_ عينة الدراسة_ سواء بالنفي أو التأكيد أو عدم وجود رد في الأساس، 72% من الشائعات السياسية التي تم رصدها ودراستها قامت الدولة المصرية بنفيها سواء من خلال الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء أو من خلال الصفحات الرسمية للوزارات على مواقع التواصل الاجتماعي أو من خلال المتحدثين الرسميين للوزارات والهيئات المختلفة عبر مواقع التواصل أو عبر الصحف والبرامج الحوارية، ومن أمثلة تلك الشائعات التي قامت الدولة بنفيها منذ يناير 2020 حتى أكتوبر 2020 فيما يتعلق بالموضوعات والقضايا محل الدراسة: غياب الإجراءات الوقائية داخل المطارات المصرية لمنع تسرب فيروس كورونا داخل البلاد في يناير 2020، اكتشاف عدد كبير من حالات الإصابة بفيروس كورونا في فبراير 2020.

في مقابل ذلك، كانت نسبة الشائعات التي تم تأكيدها من قبل الدولة قليلة جداً 0.5% وكانت كلها مرتبطة بجائحة كورونا، ومن أمثلة تلك الشائعات التي تم تأكيدها: وفاة الفريق محمد العصار وزير الإنتاج الحربي بكورونا، إعلان أمريكا حاجتها للأطباء من كل دول العالم لمواجهة جائحة كورونا بها وفتح الذهاب للأطباء بدون أي متطلبات.

وأخيراً جاءت فئة الشائعات التي لن يتم الرد عليها من قبل الدولة بنسبة 27.5%، وهي تعتبر نسبة كبيرة من وجهة نظر الباحثة؛ حيث إن أوقات الأزمات والصراعات تحتاج إلى رد فوري على كل ما يتم نشره أو تداوله أو الحديث حوله وهو غير حقيقي أو يحتاج إلى توضيح، ومثل هذه الشائعات تم الرد عليها من قبل صفحات دحض الشائعات ومواقع دحض الشائعات عينة الدراسة، ومن أمثلة تلك الشائعات: تجهيز مستشفى ميداني بقاعة المؤتمرات بمدينة نصر، تصريح منسوب لشيخ الأزهر أحمد الطيب أنه يجب على الدولة عدم التمويل البرامج والمسلسلات الرمضانية وأن وزارة الصحة أولى بهذه الأموال، رئيسة كرواتيا ترفض استقبال مساعدات طبية من السيسي وترد عليه إن شعبك أولى بها فنحن نصدر المساعدات الطبية لمنظمة الصحة العالمية.

ولكن المثير للجدل هنا هو أن الشائعات المرتبطة بقضية الصراع في ليبيا جاءت في فئة عدم الرد من الدولة بنسبة 100%، وهنا يمكن القول بأن جميع تلك الشائعات تم الرد عليها من قبل صفحات دحض الشائعات ووكالات الأنباء العربية والأجنبية، كما يتضح من الجدول رقم (22)، ولكن يمكن تفسير ذلك من قبل الباحثة بأنه دائماً ما يكون الرد على مثل هذه الشائعات ببيانات دبلوماسية تصدر من وزارة الخارجية المصرية حتى وإن كانت تلك البيانات تتضمن هجوماً من الدولة المصرية في حال التعرض لها باتهامات مزورة من الدول المعادية، ولكن في هذه الحالة لا يكون ردًا على شائعة بقدر كونه بياناً دبلوماسياً رسمياً.

كما توصلت دراسة (حاتم محمد عاطف، 2018) من خلال دراسة الشائعات بالصحف إلى انخفاض نسبة الشائعات التي تم نفيها من قبل الحكومة لتصل إلى 16% فقط (حاتم محمد عاطف، 2018).

جدول رقم (16)

وسائل دحض الشائعات										
م	الموضوع	كورونا ن=332		سد النهضة ن=27		مصر وليبيا ن=18		قانون مخالفات البناء ن=23		الإجمالي ن=400
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	الاعتماد على تصريحات المسؤولين أو المتحدثين الرسميين	86.4%	287	63.0%	17	38.9%	7	82.6%	19	82.5%
2	استخدام هاشتاغ	76.2%	253	77.8%	21	50.0%	9	39.1%	9	73.0%

وسائل دحض الشائعة											
م	الموضوع	كورونا ن=332		سد النهضة ن=27		مصر وليبيا ن=18		قانون مخالفات البناء ن=23		الإجمالي ن=400	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
3	استخدام المنشئ أو الإشارة	17.5%	58	74.1%	20	50.0%	9	21.7%	5	23.0%	92
4	الاعتماد على وسائل الإعلام العربية	13.9%	46	74.1%	20	50.0%	9	30.4%	7	20.5%	82
5	الاعتماد على صفحات المنظمات الرسمية المتخصصة في موضوع الشائعة	16.0%	53	63.0%	17	22.2%	4	21.7%	5	19.8%	79
6	استخدام الصور الأصلية	9.0%	30	25.9%	7	66.7%	12	13.0%	3	13.0%	52
7	الاعتماد على تقارير وأبحاث علمية	8.1%	27	40.7%	11	11.1%	2	0.0%	0	10.0%	40
8	الاعتماد على وسائل الإعلام الأجنبية	5.1%	17	40.7%	11	33.3%	6	0.0%	0	8.5%	34
9	استخدام مقاطع الفيديو الأصلية	4.2%	14	22.2%	6	22.2%	4	13.0%	3	6.8%	27
10	الاعتماد على نصوص القانون	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	30.4%	7	1.8%	7
11	أخرى تذكر	0.3%	1	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.3%	1
	المجموع	196.5%	786	32.5%	130	15.5%	62	14.5%	58	100.0%	1036

تكشف نتائج الجدول السابق الوسائل المستخدمة في الرد على الشائعات السياسية عينة الدراسة، ودحضها من قبل الجهات والمواقع الرسمية وغير الرسمية الرسمية عينة الدراسة، وجاء الاعتماد على تصريحات المسؤولين أو المتحدثين الرسميين والجهات الرسمية في المركز الأول من بين تلك الوسائل من حيث الاعتماد عليها بنسبة 82.5%، والمقصود بهذه الوسيلة هي أنه إذا كان الرد من قبل الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء من خلال مركز المعلومات بمجلس الوزراء فإنه يتم الرد في هذه الحالة باسم الوزارة المعنية بالموضوع بعد التواصل معها وأخذ الرد منها كما وضع ذلك المتحدثون الرسميون باسم الوزارات ومركز المعلومات بمجلس الوزراء والمتحدثين باسم الرئاسة المصرية في الفصل الخاص بعرض المقابلات المتعمقة، وإذا كان الرد من قبل جهات غير رسمية من خلال المؤسسات والصفحات المتخصصة في دحض الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والرد عليها، فإنها تقوم باستخدام تصريحات المسؤولين والجهات والرسمية سواء المنشورة

في إحدى الوسائل الإعلامية أو من خلال التواصل معها، صفحة (متصدقش) على سبيل المثال لا تقوم بالتواصل مع المسؤولين، ولكن تجيد البحث عن تصريحات المسؤولين والجهات الرسمية حول الأمر الذي تتعلق به الشائعة، سواء كانت تلك التصريحات منشورة عبر الصفحات الرسمية للجهات الرسمية في الدولة وقياداتها والمتحدثين الرسميين باسمها، أو تكون بعض تلك التصريحات تم نشرها في إحدى الوسائل الإعلامية من برامج حوارية وصحف وغيرها.

ويمكن القول هنا بأن التقرير الخاص بالرد على الشائعات بمجلس الوزراء كان يستخدم في الأساس النفي الصريح للمعلومات المغايرة للبيانات الرسمية دون تفسير أو توضيح أي دلائل أو براهين للمواطنين، النفي في حد ذاته كان الهدف الأول والأخير حتى وإن كانت تلك المعلومات صحيحة أو تم تطبيقها بعد ذلك، كما أنه يتناول في كثير من الأحيان شائعات غير منتشرة، وهو ما أدى إلى تضخم حجمه وانخفاض مصداقيته إلى حد كبير لدى الجمهور خاصة بعد انتهاء الموجة الأولى من جائحة كورونا.

و توصلت دراسة (أسامة بن غازي المدني، 2019) إلى أن أهم الأساليب لخفض معدل الشائعات عبر شبكة التواصل الاجتماعي «تويتر» الصفحة نفسها بنسبة %68، تلتها وسائل الإعلام الأجنبية بنسبة %65.1، ثم الفيديو الأصلي، تلتها صورة المعلومات الصحيحة، ثم البيان الرسمي، تلتها التصريحات الرسمية المنسوبة لمصادرهما لصحف ووسائل إعلام، ثم تخصيص مساحات بالصحف والمواقع الإلكترونية والقنوات الفضائية للرد على الشائعات ومواجهتها بحجج قوية، ثم مواقع الويب الرسمية بنسبة %40.1، وجاء في المركز الأخير تطبيق العقوبات على مروجي الشائعات (أسامة بن غازي، 2019).

جدول رقم (17)

وقت رد الفعل على الشائعة ودحضها											
م	الموضوع	كورونا		سد النهضة		مصر وليبيا		قانون مخالفات البناء ن=23		الإجمالي	
		ن=332	ك	ن=27	ك	ن=18	ك	ن=23	ك	ن=23	ك
1	الرد خلال 24-72 ساعة	86	25.9%	6	22.2%	5	27.8%	14	60.9%	111	27.8%
2	غير واضح وقت محدد للرد من تاريخ الشائعة	108	32.5%	3	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	111	27.8%
3	الرد خلال 24 ساعة	65	19.6%	9	33.3%	8	44.4%	0	0.0%	82	20.5%
4	الرد خلال 3 أيام إلى أسبوع واحد	50	15.1%	7	25.9%	3	16.7%	8	34.8%	68	17.0%
5	الرد خلال أكثر من أسبوع	23	6.9%	2	7.4%	2	11.1%	1	4.3%	28	7.0%
	المجموع	332	83.0%	27	6.8%	18	4.5%	23	5.8%	400	100.0%

توضح نتائج الجدول السابق وقت رد الفعل على الشائعة ودحضها من الصفحات والمواقع عينة الدراسة التي تم دراسة الرد بها على الشائعات السياسية التي تم رصدتها وتحليلها ودراستها، وجاء عدم وضوح وقت محدد للرد من تاريخ الشائعة بنسبة %27.8 في المركز الأول، وكان عدم وضوح الوقت للرد موجود فقط في الشائعات الخاصة بموضوعات كورونا وسد النهضة، بينما كانت كل الشائعات المرتبطة بموضوعي (الصراع في ليبيا وقانون مخالفات البناء) وقت الرد عليها محدد من تاريخ الشائعة، وتفسر الباحثة ذلك بأن الكثير من الشائعات المرتبطة بجائحة كورونا كان يتم الرد عليها من قبل المركز الإعلامي لمجلس الوزراء، ويتم نشره عبر الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء، وفي هذه الحالة -كما أوضحت الباحثة قبل ذلك- أنه بمجرد ظهور تقرير الردود على الشائعات من مجلس الوزراء يتم حذف المنشورات الخاصة بالشائعة، وإن لم تكن الباحثة تمكنت من حفظ ذلك المنشور قبل الرد عليه ورصده لم تتمكن من معرفة تاريخه أو مواصفاته أو مصدره تحديداً، وإنما تتمكن فقط من معرفة نص الشائعة وتخصصها وكل ما يرتبط بالرد عليها، بينما كانت معظم الصفحات والجهات غير الرسمية -عينة الدراسة- التي تقوم بالرد على الشائعة توضح تاريخ بداية ظهور الشائعة وانتشارها مع صور وروابط لمنشورات وتغريدات تلك الشائعات، خاصة صفحات: متصدقش، AFP Fact Check، في ميزان فرانس برس بالعربية للتحقق من الحقائق، ده بجد.

ثم جاء الرد خلال 24-72 ساعة في المركز الأول بنفس النسبة %27.8، ثم جاء الرد خلال 24 ساعة بنسبة %20.5، تلاها الرد خلال 3 أيام إلى أسبوع واحد بنسبة %17، وأخيراً كان الرد خلال أكثر من أسبوع بنسبة %7.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الموضوعات التي تتناولها تلك الشائعات السياسية -عينة الدراسة- كانت موضوعات حيوية خلال هذا العام 2020، ومن أكثر الموضوعات والقضايا التي تم إثارة الشائعات السياسية حولها، وبالتالي كان هناك اهتمام بالرد عليها ودحضها بشكل سريع لخطورتها على الأمن القومي المصري في المقام الأول.

هذا بالإضافة إلى أن الصفحات والمواقع -عينة الدراسة- التي قامت بالرد على الشائعات تميزت بالتنوع والجدية في الرد على الشائعات السياسية ودحضها، وبالتالي كانت هناك ردود سريعة على كثير من الشائعات، وهو ما حرصت الباحثة عليه بأن تتناول كل الجهات تقريباً التي قامت بالرد على الشائعات ومكافحتها خلال هذا العام، ولم تقتصر على دراسة الردود من خلال التقرير الخاص بمجلس الوزراء.

وقد أكد هاني يونس -المستشار الإعلامي لرئيس مجلس الوزراء- أن التقرير الأسبوعي لمجلس الوزراء يصدر بالشائعات التي تم التأكد من أنها وصلت لذروة الانتشار، وبعد طباعة بيان بهذا يتم إرساله له من قبل اللجان المسؤولة عن رصد الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين كان يتم الانتظار وعدم الرد على الشائعات التي لا تزال في مهدها (مقابلة متعمقة مع هاني يونس المستشار الإعلامي لرئيس الجمهورية).

وهو ما أكدته الدكتورة نعايم سعد زغلول -مدير المركز الإعلامي بمجلس الوزراء- أنه عند

وصول شائعة يتم التأكد أولاً من كونها شائعة ويتم التواصل مع الجهة المسؤولة ومراجعة المعلومات معها وتجميع معلومات إضافية للمواطن وليس مجرد النفي للشائعة، وهو ما يؤدي إلى بناء الثقة بين المواطن والدولة.

وتوصلت دراسة (Siqi Li, Zongmin Li, 2020) أنه كلما كان رد الفعل على الشائعات أسرع وأكثر موثوقية، قلل هذا من خطر انتشار الشائعات على نطاق واسع.

جدول رقم (18)

الجهات التي قامت بالرد على الشائعة ودحضها											
م	الموضوع	كورونا ن=332		سد النهضة ن=27		مصر وليبيا ن=18		قانون مخالفات البناء ن=23		الإجمالي ن=400	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
1	صفحات الجهات الرسمية	72.0%	239	0.0%	0	0.0%	0	21.7%	5	61.0%	244
2	الرد من خلال صفحات دحض الشائعات على الفيس بوك وتويتر	38.3%	127	100.0%	27	77.8%	14	78.3%	18	46.5%	186
3	جهات إعلامية محلية	17.2%	57	44.4%	12	5.6%	1	69.6%	16	21.5%	86
4	خبراء متخصصون في موضوع الشائعة	8.4%	28	18.5%	5	0.0%	0	4.3%	1	8.5%	34
5	جهات إعلامية أجنبية	3.0%	10	3.7%	1	44.4%	8	4.3%	1	5.0%	20
6	صفحات القيادات الممثلين للدولة	2.4%	8	3.7%	1	0.0%	0	0.0%	0	2.3%	9
7	شهود العيان	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
	المجموع	141.3%	469	170.4%	46	127.8%	23	178.3%	41	144.8%	579

يوضح الجدول السابق الجهات التي قامت بالرد على الشائعة ودحضها، جاءت صفحات الجهات الرسمية في المركز الأول بنسبة 61%، وجاءت صفحات دحض الشائعات على الفيس بوك وتويتر في المركز الثاني بنسبة 46.5%، وجاء في المركز الثالث الجهات الإعلامية المحلية بنسبة 21.5%، وتتمثل تلك الجهات في الصحف والقنوات المصرية، وجاء الرد من خلال خبراء متخصصين في موضوع الشائعة في المركز الرابع بنسبة 8.5%، وجاءت الجهات الإعلامية الأجنبية في المركز الخامس بنسبة 5%، وجاء في المركز الأخير صفحات القيادات الممثلين للدولة بنسبة 2.3%.

وتوصلت دراسة (Siqi Li, Zongmin Li, 2020) أنه إذا دحضت وكالات متعددة شائعة في نفس الوقت، فسوف تنتشر الشائعة في المقابل، وهو ما لاحظته الباحثة طوال فترة الدراسة أن بعض الشائعات التي لم تكن تعرفها الباحثة ويتم الرد عليها من قبل المركز الإعلامي بمجلس الوزراء، ويتم نشر الرد عبر جميع الوسائل الإعلامية كان يساعد ذلك على نشر الشائعة التي لم يكن يعرفها البعض.

وتتفق النتيجة السابقة مع الدراسات التالية: دراسة (محمد وليد بركات، 2020) التي توصلت إلى أن المصادر الرسمية جاءت في مقدمة مصادر الرد على الشائعات ثم الخبراء المتخصصون. ودراسة (حاتم محمد عاطف، 2018) التي توصلت من خلال دراسة الشائعات بالصحف إلى أن النسبة الأعلى لمصادر الرد على الشائعات كانت لصناع القرار بنسبة 54.2%، تلاها المتخصصون وقادة الرأي.

وقد أكد هاني يونس، المستشار الإعلامي لرئيس الجمهورية، في هذا الصدد أنه لا يتم الرد على الشائعة إلا بعد طباعة بيان بها وبمكان نشرها سواء عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية***.

جدول رقم (19)

اتجاه التعليقات على الرد على الشائعة (ن=400)

الصفحة اتجاه التعليقات	الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء على فيسبوك (ن=232)		موقع فالصو (ن=91)		صفحة متدققش (ن=92)		ده بجد (ن=12)		صفحة فيران فرانس برس للتحقق من الحقائق (ن=16)	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
تعليقات مؤيدة للرد	17.7%	41	13.2%	12	54.3%	50	58.3%	7	37.5%	6
تعليقات محايدة	8.2%	19	4.4%	4	19.6%	18	25.0%	3	12.5%	2
تعليقات معارضة للرد	30.2%	70	13.2%	12	26.1%	24	16.7%	2	12.5%	2
تعليقات ساخرة	15.5%	36	20.9%	19	52.2%	48	58.3%	7	25%	4
تعليقات لا صلة لها بالرد على الشائعة	38.8%	90	24.2%	22	39.1%	36	41.7%	5	31.3%	5
غير واضح	0.0%	0	7.7%	7	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0

صفحة فيران فرانس برس للتحقق من الحقائق (ن=16)		ده بجد (ن=12)		صفحة متصدقش (ن=92)		موقع فالصو (ن=91)		الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء على فيسبوك (ن=232)		الصفحة اتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	التعليقات
37.5%	6	8.3%	1	8.7%	8	45.1%	41	16.4%	38	لا يوجد

يوضح الجدول السابق اتجاه التعليقات على الرد على الشائعة نسبة إلى الصفحات التي تم نشر الرد عليها، وذلك من خلال اختيار الصفحات والمواقع الأكثر تكراراً في نشر الردود على الشائعات -عينة الدراسة، وكانت الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء هي الجهة الرسمية الأكثر تكراراً في الرد على الشائعات، وجاءت التعليقات التي لا صلة لها بالرد على الشائعة في المركز الأول بنسبة 38.8%، تلتها التعليقات المعارضة للرد في المركز الثاني بنسبة 30.2%، وجاءت التعليقات المؤيدة للرد في المركز الثالث بنسبة 17.7%، وجاء في المركز الرابع التعليقات الساخرة بنسبة 15.5%، وأخيراً جاءت التعليقات المحايدة بنسبة 8.2%، وكانت 16.4% من الردود لا يوجد عليها أي تعليقات.

أما بالنسبة لموقع وصفحات فالصور فكانت التعليقات التي لا صلة لها بالرد على الشائعة في المركز الأول بنسبة 24.2%، تلتها التعليقات الساخرة في المركز الثاني بنسبة 20.9%، وجاءت التعليقات المؤيدة والمعارضة للرد بنفس النسبة في المركز الثالث بنسبة 13.2%، وجاءت التعليقات المحايدة في المركز الأخير بنسبة 4.4%، وكانت 45.1%، وهي النسبة الكبرى من الردود التي تم نشرها عبر موقع وصفحات فالصور لا يوجد عليها تعليقات، وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن بعض هذه الردود كان يتم نشرها عبر التقرير اليومي لموقع فالصور المخصص للرد على الشائعات اليومية، وكانت تلك الردود لا يتم نشرها أو نشر بعضها عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالموقع، وبالتالي كانت لا توجد تعليقات.

أما صفحة متصدقش فقد حازت النسبة الكبرى من التعليقات المؤيدة للرد في المركز الأول لأنواع التعليقات عليها بنسبة 54.3%، تلتها التعليقات الساخرة بنسبة 52.2%، ثم كانت التعليقات لا صلة لها بالرد على الشائعة بنسبة 39.1%، وجاءت التعليقات المعارضة للرد في المركز الرابع بنسبة 26.1%، وأخيراً كانت التعليقات المحايدة بنسبة 19.6%.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن صفحة متصدقش من الصفحات التي حازت شعبية ومصادقية كبيرة خلال هذا العام، كما كانت من أكثر الصفحات محايدة في التعامل مع الشائعات والرد عليها وتصحيحها مستخدمة كل الوسائل التي تثبت خطأ الشائعة من الجهات الرسمية، بالإضافة إلى نشر منشور الشائعة نفسه عبر أكثر من حساب أو صفحة للتأكد من انتشاره وكل التفاصيل الخاصة به من تاريخه ومصدره، وهو ما لم تفعله أي صفحة أو جهة أخرى، ومن ملاحظات الباحثة كانت التعليقات الساخرة هي تعليقات ساخرة للشائعة أو للوضع وليس للرد في الغالب، وكانت معظم التعليقات تؤيد الرد والتي لا صلة لها بالشائعة في معظمها كانت تؤيد عمل الصفحة وتشجع

القائمين عليها في الاستمرار.

حدود التكامل بين الدراسة التحليلية والمقابلات:

أولاً: أشارت نتائج الدراستين -التحليلية ومصادر المقابلات المتعمقة- إلى وجود اتفاق نسبي أن مواقع التواصل الاجتماعي هي المصدر الأول للشائعات.

حيث أشارت نتائج الدراسة التحليلية أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المركز الأول لمصادر الشائعات السياسية عينة الدراسة، ثم صفحات الفيس بوك في المركز الثاني، وجاءت الحسابات الشخصية على الفيس بوك في المركز الثالث بنسبة %17.8، ثم جاءت المواقع الإلكترونية في المركز الرابع بنسبة %10.5، تلتها التدوينات على تويتر في المركز الخامس. كما خلصت المقابلات إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي هي الأكثر نشرًا للشائعات، وهي مصدر أساسي لها؛ لأن الإعلام التقليدي له ضوابط تحكمه أكثر صرامة من وسائل التواصل الاجتماعي، سواء في مجال الصحافة من خلال موثيق الشرف الصحفي ووجود نقابات مهنية تحكم هذا العمل وقوانين وهكذا، إنما وسائل التواصل الاجتماعي لكونها أمرًا مستجدًا في السنوات الأخيرة ولا توجد الضوابط الكافية حتى الآن لتحكم هذه الوسائل.

ثانيًا: أوضحت نتائج الدراستين التحليلية والمقابلات المتعمقة وجود اتفاق بينهما في توضيح المستهدف من الشائعات.

حيث أوضح التحليل أن المؤسسات الرسمية في الدولة جاءت في المرتبة الأولى كمستهدف للشائعات السياسية عينة الدراسة بنسبة %72.5.

كما أوضحت مصادر المقابلات أن الشائعات السياسية خلال هذا العام 2020 تخص مؤسسات الدولة المختلفة في المقام الأول، وتلك المؤسسات لا تتعامل إلا مع البيانات الرسمية ولا تتأثر بالشائعات، حيث ينظر صانع القرار عادة للمصلحة العليا ويسير في خطة واستراتيجية واضحة، والآن لدينا خطة 2020-2030 وهي التي يسير عليها صانع القرار.

ثالثًا: اتفقت الدراستان على أهداف الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى حد كبير.

حيث أوضحت نتائج الدراسة التحليلية أن الهدف الأول للشائعات السياسية عينة الدراسة هو التضليل والخداع، ثم جاء التلاعب بالرأي العام، تلتها إثارة البلبلة والفوضى، ثم جاء فقدان الثقة، ثم إثارة الخوف والقلق، ثم الترويج لأيدولوجية معينة، وجاء في المركز الأخير المرح والتسلية بنسبة %1.

كما أوضحت مصادر المقابلات وجود اتفاق نسبي على أن الشائعات السياسية تجعل الرأي العام المصري في حالة بلبلة، وهو ما يكون مصدرًا من مصادر عدم الاستقرار، وأن أكثر التأثيرات السلبية لإطلاق الشائعات السياسية التي تحدث في مصر هو إحداث بلبلة لدى الرأي العام وإرباكه بشكل كبير، مؤكدين أنه غالبًا ما يكون الهدف واضحًا وصريحًا من الشائعات السياسية وهو بلبلة

الرأي العام وزعزعة ثقة المواطن في دولته ونشر الخوف والفزع، وبالتالي يتحرك المواطنون وراء تلك الشائعات ويتخذون مواقف وأفعالا بناء عليها.

رابعاً: كشفت الدراسة التحليلية أن 88.3% من الشائعات السياسية عينة الدراسة كانت قابلة للتصديق، مقابل 11.8% فقط غير قابلة للتصديق، وهو ما أكدته مصادر المقابلات أن الشائعات السياسية تؤثر فكرياً على كثير من الفئات، ويقومون بنشرها والحديث حولها (أحمد بدوي، مصدر سابق)، وأن الدول الداعمة للإرهاب أو صفحات وحسابات شخصية مستعارة وهي التي تستهدفها الكتائب الإلكترونية، كلتاها تستخدم وسائل الإعلام الاجتماعي كأداة أساسية لها؛ وهذا بسبب أنها مجتمع مفتوح أصبحت تستخدمه جميع الفئات بجميع الأعمار، وتستهدف تلك الدول والكتائب هذه الفئات والأعمار المختلفة في بث الشائعات والأكاذيب والافتراءات، خاصة الفئات العمرية من 20 إلى 35 عامًا، باعتبارها فئة الشباب ذوي الحمية والفكر الناشئ، لخلق حالة لديهم من العزوف، وتصدير حالة من الإحباط لدى الناس في الشارع، وهذا هو الهدف الأساسي للشائعات الأساسية.

خامساً: توصلت الدراسة التحليلية إلى أن «الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء» عبر الفيس بوك جاءت في المركز الأول لأماكن نشر الرد على الشائعات السياسية عينة الدراسة بنسبة 58%، وأن صفحات الجهات الرسمية جاءت في المركز الأول للجهات التي قامت بالرد على الشائعات السياسية عينة الدراسة ودحضها بنسبة 61%، وهو ما يمكن تفسيره بأن الكثير من الشائعات السياسية التي تم دراستها تم الرد عليها عبر الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء خاصة الشائعات الخاصة بجائحة كورونا، هذا في الوقت الذي أكدت فيه القيادات السياسية مصادر المقابلات عن الدور الكبير الذي يقوم به المركز الإعلامي لمجلس الوزراء في الرد على الشائعات ومواجهتها خاصة خلال هذا العام، حيث أكد هاني يونس أن هناك جبهة رد يومية تقوم بها الوزارات المختلفة أو الجهات الحكومية المختلفة التي تقوم بالرد الفوري على كل الشائعات التي تظهر، بالإضافة إلى حصاد الشائعات من خلال التقرير الأسبوعي لمجلس الوزراء، كما أكدت الدكتورة نعيم سعد زغول على الدور الكبير الذي يقوم به المركز الإعلامي لمكافحة الشائعات، ولكن مقابل ذلك انخفضت مستوى ثقة المبحوثين فيما يتم نشره عبر صفحات المؤسسات الرسمية في الدولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المعلومات والآراء المطروحة وطريقة الرد على الشائعات ودحضها.

ملخص النتائج:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، هي:

1. أن الفيس بوك وتويتر في مقدمة المواقع التي انتشرت بها الشائعات السياسية حول الموضوعات محل الدراسة خلال هذا العام 2020.
2. أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هم المصدر الأول للشائعات السياسية عينة الدراسة

- بنسبة 50.8%، بينما جاءت صفحات الفيس بوك في المركز الثاني بنسبة 35%.
3. المؤسسات الرسمية في الدولة هي المستهدف الأول للشائعات السياسية عينة الدراسة بنسبة 72.5%.
4. فيما يتعلق بالوزارات والمؤسسات المستهدفة من الشائعات السياسية عينة الدراسة تحديداً، كانت المؤسسات الخدمية في المركز الأول بنسبة 43.8%.
5. كانت النصوص الكتابية هي الشكل الأكثر استخداماً في كتابة الشائعات السياسية حول الموضوعات الأربعة عينة الدراسة، تلاها النص المرفق بصورة، ثم استخدام الهاشتاج، ثم كان النص المرفق بالفيديو، تلاها استخدام المنشن أو الإشارة.
6. جاءت الشائعات التي تمس السياسة الداخلية للدولة في المركز الأول لمجالات وموضوعات الشائعات السياسية عينة الدراسة بنسبة 31.8%.
7. كان الهدف الأول لتلك الشائعات والأكثر تكراراً هو التضليل والخداع بنسبة 90.5%، ثم جاء التلاعب بالرأي العام كهدف في المرتبة الثانية بنسبة 80.5%، وكانت إثارة البلبلة والفوضى في المركز الرابع بنسبة 73.3%، ثم جاء فقدان الثقة في المركز الخامس بنسبة 42.8%، ثم إثارة الخوف والقلق في المركز السادس بنسبة 40.8%، ثم الترويج لأيدولوجية معينة في المركز السابع بنسبة 35%، وجاء في المركز الأخير المرح والتسلية بنسبة 1%.
8. فيما يتعلق بموقف الرأي العام من الشائعات السياسية عينة الدراسة، كانت نسبة 86% عبارة عن ردود إيجابية تعكس تأثير الشائعة وتؤكد، وجاءت الردود السلبية التي تعكس رفض الشائعة وعدم تصديقها في المركز الثاني بنسبة 4.8%، ثم كانت الردود الفاعلة التي تصحح الشائعة.
9. فيما يتعلق بتوافر أدوات الإقناع المنطقي بالشائعات السياسية عينة الدراسة التي تساعد على انتشارها وتصديقها، كان التلاعب بالصور والفيديوهات في المركز الأول من بين تلك الأدوات، ثم كان التدعيم بأراء الخبراء من خلال التصاريح المفبركة والتقارير والمعلومات على لسان الخبراء والقادة السياسيين.
10. جاءت الشائعات المعارضة للحكومة في المركز الأول لاتجاه الشائعات نحو الدولة أو الصفات المنسوبة لمؤسسات الدولة المستهدفة من الشائعة عينة الدراسة بنسبة 59.8%.
11. 72% من الشائعات السياسية عينة الدراسة قامت الدولة المصرية بنفيها والرد عليها، في مقابل ذلك كانت نسبة الشائعات التي تم تأكيدها من قبل الدولة قليلة جداً 0.5%، وكانت كلها مرتبطة بجائحة كورونا، وأخيراً جاءت فئة الشائعات التي لن يتم الرد عليها من قبل الدولة بنسبة 27.5%.
12. كان الاعتماد على تصريحات المسؤولين أو المتحدثين الرسميين والجهات الرسمية هي الوسيلة الأولى في دحض ومواجهة الشائعات السياسية عينة الدراسة بنسبة 5.28%.
13. فيما يتعلق بوقت رد الفعل على الشائعة ودحضها من الصفحات والمواقع عينة الدراسة جاء الرد خلال 24-72 ساعة في المركز الأول بنفس النسبة 27.8%، ثم جاء الرد خلال 24 ساعة بنسبة 20.5%.

14. جاءت صفحات الجهات الرسمية في المركز الأول للجهات التي قامت بالرد على الشائعة ودحضها بنسبة 61%، وجاءت صفحات دحض الشائعات على الفيس بوك وتويتر في المركز الثاني بنسبة 46.5%.

15. فيما يتعلق باتجاه التعليقات على الرد على الشائعات السياسية عينة الدراسة، جاءت في المركز الأول التعليقات لا صلة لها بالرد على الشائعة بنسبة 28.3%، بينما جاءت التعليقات المؤيدة للرد في المركز الثاني بنسبة 24.5%.

مقترحات الدراسة:

1. ضرورة سن تشريعات قانونية وإعلامية خاصة بالبيئة الإعلامية الجديدة لمواقع التواصل الاجتماعي دون كبت الحريات أو ملاحقة أصحاب الآراء المعارضة.
2. ضرورة متابعة الجهات الرسمية للشائعة في مهدها وسرعة الرد عليها قبل نشرها.
3. ضرورة تطبيق التربية الإعلامية للمواطنين ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لإمكانية التفرقة بين الحقيقة والزيغ في ظل وجود عاصفة للمعلومات والمواطن الإعلامي.

هوامش البحث:

أولاً: العربية

عزت حجاب، عميد كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط بالمملكة الأردنية، الجلسة الرابعة من سلسلة ندوات الجامعة الأمريكية بالقاهرة ومنظمة اليونسكو، وموضوعها «مكافحة التضليل والمعلومات الخاطئة عبر التربية الإعلامية والمعلوماتية»، 7 أكتوبر 2020.

إيمان حسنى، «التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاهات التعصبية لدى الشباب المصري الجامعي»، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر، الإعلام وثقافة الديمقراطية، 23-25 إبريل 2013)

إيمان محمد حسنى «آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخبري للصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفيس بوك»، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 18، العدد 1، 2019).

حاتم محمد عاطف، «رأى النخبة حول: جدلية الشائعات أولاً أم الأزمات؟ مصر أنموذجاً»، (مصر - الجمعية المصرية للعلاقات العامة - مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط - العدد 15 - يونيو 2017) ص 197-239.

شيماء ذو الفقار زغيب، «مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية»، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009).

عبد الكريم على الدببسي، «دراسات إعلامية في تحليل المضمون»، (الأردن - عمان: دار المسيرة للنشر، 2017).

عصام رمضان محمد، «أثار الشائعات الإلكترونية والجرائم المعلوماتية وآليات مواجهتها»، (جامعة طنطا - كلية الحقوق - المؤتمر العلمي السادس «القانون والشائعات» - 23/22 إبريل 2019).

علي بن عبد الله الكلباني، «الشائعات وخطرها في ظل وسائل الإعلام الجديد»، (القاهرة، عالم الكتب، ط1، 2017).

لوجين محمد متولي، «الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2017).

ليلي أحمد جرار، «الفيسبوك والشباب العربي»، (عمان: مكتبة الفلاح، 2012).

محمد منير حجاب، «الشائعات وطرق مواجهتها»، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2007).

محمد وليد بركات 2020 بعنوان «معالجة الصحافة المصرية للشائعات وانعكاساتها على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام: دراسة تحليلية وميدانية»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2020).

مناحي فالح خريزان، «الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام تجاه الأنظمة الحكومية (المجتمع الحكومي نموذجاً)»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، 2019).

هشام أحمد عبد العاطي فايد، «دور خطاب الصفوة السياسية عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا السياسة العامة»، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015).

ثانياً: الإنجليزية

Siqi Li, Zongmin Li, "Prediction of Rumors Wide-Spreading on Social Media by Logistic Regression Modeling: Taking Water Resource Pollution Rumors Spreading as an Example", **International Conference on Management Science and Engineering Management**, vol. 1001, pp 134-146.

Alton Y. K Chua, Cheng-Ying Tee, Augustine Pang, Ee-Peng Lim, "The Retransmission of Rumor and Rumor Correction Messages on Twitter" **American Behavioral Scientist**, Vol.61, Issue.7, 2017.PP.707-723.

AnjanPal, Alton Y.K.Chua, DionHoe-Lian Goh, "Debunking rumors on social media: The use of denials", **Computers in Human Behavior**, Vol. 96, July 2019, Pp 110-122.

- Sarah A.Alkhodair- Steven H.H.Ding- Benjamin C.M.Fung- JunqiangLiu: "Detecting breaking news rumors of emerging topics in social media", **Information Processing & Management**, Volume 57, Issue 2, March 2020.
- Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral," The spread of true and false news online" **American Association for the Advancement of Science**, Mar 2018, Vol. 359, Issue 6380, pp. 1146-1151.
- Mamdouh Shatla, " Rumors in social networking sites and their role in violence and political conflict among Egyptian university youth – A Field Study", **Journal of Public Relations Research Middle East / Magallat Bhut Al-Laqt Al-Amh – Al-Srq Al-Aust**, Issue 16, Jul-Sep2017, p10-192.
- Haifeng Huang," A War of (Mis) Information: The Political Effects of Rumors and Rumor Rebuttals in an Authoritarian Country", **British Journal of Political Science**, Forthcoming, Vol. 47 Issue 2, Apr2017, p283-311.
- Jieun Shin, Lian Jian, Kevin Driscoll, " Political rumoring on Twitter during the 2012 US presidential election: Rumor diffusion and correction" **Annenberg School for Communication & Journalism, University of Southern California**, Vol: 19, issue: 8,2017, pp. 1214-1235.
- Cheng Chang, Yihong Zhang,...et," Extreme User and Political Rumor Detection on Twitter",**International Conference on Advanced Data Mining and Applications**,2016, pp.751-763. available at : <https://link.springer.com>.
- Kelley Shanahan, Ahmer Arif Fang-Ju Chou, Yoanna Dosouto, Kate Starbird, Emma S. Spiro, " How Information Snowballs: Exploring the Role of Exposure in Online Rumor Propagation", **Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing, San Francisco, California, USA** — February 27 – March 02, 2016, Pages 466-477.

***أسماء الأساتذة المحكمين (مرتبة وفق الترتيب الأبجدي):**

- أ.د/ خالد صلاح الدين، الأستاذ بقسم الإذاعة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
 - أ.د/ داليا عبد الله، الأستاذ بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
 - أ.د/ صفا فوزي، الأستاذ بقسم الإذاعة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
 - أ.د/ عادل عبد الغفار، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
 - أ.د/ بسنت مراد، الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
 - أ.د/ سهير عثمان، الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- **قامت الباحثة بإجراء الثبات مع كل من (مرتبة وفق الترتيب الأبجدي):**
- الأستاذة/ جيهان عبد الحميد، المدرس المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام/ جامعة القاهرة.
 - الأستاذة/ ماهيتاب جمال، المدرس المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام/ جامعة القاهرة.
- ** * مقابلة متعمقة مع هاني يونس.**