



الإطار المفاهيمي للشائعات (198-215)

¹د.نبيلة عبد الفتاح قشطي*¹كلية الحقوق-جامعة المنوفية-مصر،**The conceptual framework of rumors**¹Dr. Nabila Abdel Fattah keshty,Faculty of Law - Menoufia University – Egypt, noby.keshty2000@gmail.com

ملخص:

عدم توثيق الأخبار وصعوبة التحقق من صحتها وسلامة مصادرها أسهم ذلك في جعل شبكات التواصل الاجتماعي أداة فاعلة في نشر الشائعات، وتعرض هذه الورقة أهم مخاطر الشائعات على المجتمع مع توضيح لدوافع هذه الشائعات وخصائصها، بالإضافة إلى معرفة أساليب مواجهتها وكيفية التصدي لها.

الكلمات المفتاحية: دوافع الشائعات؛ الشائعات؛ مخاطر الشائعات؛ مواجهة الشائعات؛ مواقع التواصل الاجتماعي.

Abstract:

The lack of documentation of the news, the difficulty of verifying its authenticity and the integrity of its sources contributed to making social media networks an effective tool in spreading rumors.

This paper reviews the most important risks of rumors to the community with clarification of the motives and characteristics of these rumors, in addition to know how to address them and how Address it.

Keywords: Anti-rumors; Dangers of Rumors; Rumors motives; Rumors; Social media.

مقدمة:

الشائعة وسيلة سريعة الانتشار تعتمد على عدة عوامل مجتمعية لتحقيق الكثير من الأهداف والمكاسب لمروجي تلك الشائعات، فهي من أخطر الوسائل المعاصرة التي انتشرت وغزت العالم كله؛ وذلك بفضل وسائل الاتصالات الحديثة، والتكنولوجيا المتقدمة في ثورة المعلومات.

ومما لا شك فيه أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت من أهم قنوات الاتصال ونشر الأخبار والمعلومات، حيث تلعب دوراً كبيراً في تغيير المجتمع، ونشر الوعي والأفكار، وأصبح يُعتمد عليها بشكل كبير في الحصول على الأخبار والمعلومات نظراً لسهولة استخدامها، وعلى الرغم من ذلك فهي سلاح ذو حدين لما لها من سلبيات وأضرار على البعض، ومن هنا تكمن خطورة استغلال الإقبال المتزايد على مواقع التواصل الاجتماعي عندما يستغله المتآمرون وخفافيش

الإطار المفاهيمي للشائعات

د. نبيلة عبد الفتاح قشطي

الظلام والميليشيات الإلكترونية الإرهابية لتغيب الوعي وتزييف الحقائق الراسخة في الأذهان؛ عن طريق نشر الشائعات الكاذبة.

أهمية الدراسة:

تتجسد أهمية الدراسة في معرفة مدى تزايد بث الشائعات التي تهدد أمن المجتمع مع عجز القواعد القانونية للتصدي لهذه الظاهرة، كما تكتسب الدراسة أهميتها من خلال إلقاء الضوء على:

1. مفهوم ودوافع انتشار الشائعة.
2. محاولة الكشف عن طبيعة الشائعة وماهيتها.
3. تأمل الباحثة أن تكون هذه الدراسة إضافة علمية للبحوث الخاصة بهذا المجال.

إشكالية الدراسة:

تتعاطم مشكلة البحث في الإجابة على تساؤل رئيسي ألا وهو إلى أي مدى يؤثر انتشار الشائعات في المجتمع بشكل كبير خاصة جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية وكذلك اضطراب الأمن والاستقرار؟ ويتفرع من هذا السؤال الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

1. ما هو مفهوم الشائعة؟
2. ما هي دوافع انتشار الشائعة؟
3. ما هي أساليب مواجهة الشائعات؟
4. كيف يتم مواجهة هذه الشائعات؟

أهداف الدراسة:

من أهم الأسباب التي دفعتنا للكتابة في هذا الموضوع هو الإجابة على مجموعة من التساؤلات ألا وهي:

1. ما الآثار الاجتماعية والأمنية والسياسية والاقتصادية التي تسببت فيها الشائعات؟
2. ما الأسباب المسؤولة عن ترويج الشائعات؟
3. ما هو دور الحكومة في مواجهة الشائعات؟
4. ما هو دور منظمات المجتمع المدني في مواجهة الشائعات؟
5. ما هي الأنواع المختلفة للشائعات؟
6. ما هي الدوافع وراء انتشار الشائعات؟



منهجية الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا للموضوع على المنهجين الاستقرائي والاستنباطي في جمع المعلومات الخاصة بالدراسة، نظرًا لاتجاه الدولة في الوقت الراهن لمحاربة الشائعات ومواجهة الآثار السلبية لها.

هيكل الدراسة:

اتساقًا مع ما تقدم وللإحاطة بموضوع البحث تم تقسيمه إلى مبحثين، نوضح في المبحث الأول ماهية الشائعات، ونبين في المبحث الثاني أثر الشائعات على المجتمع وكيفية التصدي لها، وأهينا البحث بخاتمة تضمنت أهم الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول: ماهية الشائعة.

المبحث الثاني: أثر الشائعات على المجتمع وكيفية التصدي لها.

المبحث الأول

ماهية الشائعة

مصطلح الشائعة من المفاهيم ذات الدلالة الواسعة؛ نظرًا لاتصاله بتخصصات عديدة من علم النفس والاجتماع والقانون والإثنوبولوجيا والسياسة والاقتصاد.. إلخ، فهو حديث نسبيًا لذلك خلت كتب المصطلحات العربية من تعريفه بالمفهوم المستخدم في الوقت الراهن، ولتوضيح ذلك علينا عرض التعريفات اللغوية الخاصة بالشائعات ثم نعرض التعريفات الاصطلاحية على النحو التالي:

1- التعريف اللغوي للشائعة:

أ. أورد المعجم الوسيط كلمة الشائعة والإشاعة، وعرف الإشاعة بأنها: "الخبر ينتشر غير مثبت منه"، أما الشائعة فهي: "الخبر ينتشر ولا تثبت فيه" (1).

ب. جاء في لسان العرب لابن منظور: شاع الشيب أي انتشر، وشاع الخبر ذاع، والشاعة الأخبار المنتشرة، ورجل شياع أي مشياع لا يكتم سرًا (2).

ت. عرفها الأصفهاني في المفردات في غريب القرآن تحت مادة شيع، الشياع: الانتشار والتقوية، يقال شاع الخبر أي كثر وقوى، وشاع القوم: انتشروا وكثروا (3).

ث. وجاء في معجم علم النفس تعريفًا للشائعة على أنها: "تقرير غير متحقق منه عن حادثة تناقلتها الأفواه" (4).

ج. وجاء في الإفصاح في فقه اللغة قوله الإشاعة: "شاع الخبر، يشيع شيوعاً، وشيعاناً وشيع تشايح، ظهر وانتشر وعلم الناس به، وشاع به تشييعه شيعاً، وأشاع به أيضاً أظهره ونشره، والمشيع من لم يكتف خبراً، والشاعة: الأخبار المنتشرة وهذه جمع شائع" (5).

يلاحظ من التعريفات اللغوية السابقة تأكيدها على معنى الشيوع والانتشار في تعريف الشائعة، فالشائعة هي الأخبار المنتشرة.

2. التعريف الاصطلاحي للشائعة:

نذكر بعض التعريفات التي أوردها العلماء العرب، منها:

أ. عرّف د. مختار النهامي الإشاعة بأنها: "الترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع، أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة؛ وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي؛ تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو على النطاق العالمي بأجمعه" (6).

ب. عرّف محمد عبد القادر حاتم الإشاعة بأنها: "عبارة عن فكرة خاصة بعمل رجل الدعاية على أن يؤمن بها الناس، كما يعمل على أن ينقلها كل شخص إلى الآخر حتى تذيب بين الجماهير جميعها، ويجب أن تكون قابلة للتصديق غير مبالغ فيها" (7).

ت. أما عبد التواب إبراهيم رضوان فقد عرّف الإشاعة بأنها: "رواية تتناقلها الأفواه دون أن ترتكز على مصدر موثوق به يؤكد صحتها، أو ترويج لخبر مُخْتَلَق، أو مبالغة وتحريف لخبر يحتوي على جزء من الحقيقة" (8).

ث. وعرّفها محمد كمال القاضي بأنها: "مقولة متداولة بين الناس حول موضوع محدد أو شخص معين خلال فترة زمنية معينة" (9).

أما تعريفات العلماء الأجانب للشائعة فنذكر منها:

أ. عرّف البورت وبوستمان الشائعة بأنها: "كل قضية أو عبارة نوعية قابلة للتصديق، وتتناقل من شخص إلى آخر بالكلمة المنطوقة، وذلك دون أن تكون هناك معايير للصدق" (10).

ب. وعرّفها "بيير" -في قاموسه لعلم النفس- بأنها: "تقرر غامض أو غير دقيق أو قصة أو وصفاً يتم تناقله بين أفراد المجتمع عن طريق الكلمة المنطوقة غالباً، وتميل إلى الانتشار في أوقات الأزمات، وتدور حول أشخاص أو أحداث يمثلون أهمية لأفراد المجتمع في ظل توفر معلومات غامضة عن هؤلاء الأشخاص أو الأحداث" (11).

ت. ويعرّفها "ريفر" في قاموسه لعلم النفس بأنها: "قصة غير متحقق من صدقها تنتشر في المجتمع ويدعم فيها حدوث واقعة معينة" (12).

ث. أما "إنبدال" فقد عرّف الشائعة بأنها: "رواية تتناقلها الأفواه دون أن تركز على مصدر موثوق يؤكد صحتها" (13).



على ضوء المفاهيم السابقة يمكن القول بأن الشائعة هي سلوك مخطط ومدبر، تقوم به جهة ما أو شخص ما لنشر معلومات أو أفكار غير دقيقة ومجهولة المصدر وتوحي بالتصديق، أو تتضمن جزء ضئيل من الحقيقة، وتتعلق بالأحداث الراهنة واهتمامات الجمهور الموجهة إليهم، في وقت محدد وعبر وسائل الاتصال الممكنة؛ لتدمير معنى أو تشويه صورة أو التأثير في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو الدولي تحقيقاً لأهداف مصدر المنشأ سواء كانت سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية أم ثقافية، أم عسكرية.

ثانياً: خصائص الشائعات

- 1- تتسم الشائعة بالتغير والتحور، حيث يتغير محتوى الشائعة على مر الزمن كلما انتقلت من المصدر الأصلي إلى ناقلها أو مروجها، ويأخذ التغير والتحور في الشائعة - كما انتهى إلى ذلك "البورت وبوستمان" - المؤشرات الآتية:
 - أ. الاستيعاب Assimilation: يتم استيعاب الموضوع الأساسي للإشاعة جزئاً روايتها عدة مرات مما يجعلها أيسر وأقصر رواية وأسهل فهماً واستيعاباً.
 - ب. التشويه: Distortion: كلما راجت الشائعة فإنها تصبح أقل تفصيلاً وأقصر رواية، وأكثر دقة.
 - ت. الشحذ Sharpening: بمعنى هناك إغفال لبعض التفاصيل وإبراز للبعض الآخر، واستبدال بعض الأجزاء مكان البعض الآخر مما يُغير من حقيقة الأمر⁽¹⁴⁾.
- 2- سهولة النقل: الشائعة هي نشر ونقل معلومات وأخبار دون مصدر موثوق منه.
- 3- تلاءم الشائعة مع الموضوعات التي يتوجه إليها اهتمامات الجمهور الموجهة إليه في فترة زمنية معينة؛ خاصة الموضوعات المرتبطة بأزمة معينة طارئة.
- 4- تتناغم الشائعات مع التقاليد الثقافية للمجتمع الذي تسري فيه، أي أنها تنطلق عن واقع هذا المجتمع، وتأخذ حاجات الأفراد بنظر الاعتبار عند بثها.
- 5- تتواءم وتنتشر وفقاً للوسائل المستخدمة في توصيلها للآخرين.
- 6- تزول بزوال الظروف التي أوجدتها.
- 7- تستخدم أساليب مختلفة في نشر الشائعة منها الخبر، الرواية، القصة، الرسم الكاريكاتوري، الأغنية، النكتة.
- 8- تعتمد الشائعات على أسلوب التهويل والمبالغة والتضخيم والتشويش والتشكيك.
- 9- تعزى الشائعة غالباً إلى مصدر مسئول غير محدد، فهي تزيد نيني بضمنا معنوي أو رسمي لتوفير الغموض.
- 10- تكون موجزة ولغرض التذكر والنقل.
- 11- قد تكون الشائعة صادقة: فتحوي المعلومات الواردة فيها على نواة للحقيقة، وقد تتحقق في بعض الأحيان.
- 12- قد تكون الشائعة كاذبة أي تركز على معلومات غير مؤكدة أو عارية عن الصحة.
- 13- من السهل أن تنطلق الشائعة وليس من السهل أن تتوقف، فهي تسير بسرعة الصوت والضوء عن طريق الأقمار الصناعية والإنترنت في الوقت الحاضر لتصل إلى جميع أطراف الكون.
- 14- من الصعب تعقب أو التأكد من مصدر الشائعة أثناء انتشارها⁽¹⁵⁾.

ثالثًا: دوافع الشائعات:

يمكن تقسيم دوافع الشائعات إلى:

1- دوافع عامة:

الشائعات ذات الدوافع العامة في كثير من الأحيان تكون موجهة من قِبَل جهات حكومية أو أحزاب معارضة أو مؤسسات مجتمع مدني أو شركات تجارية، وهذه الشائعات تستهدف المجتمع ككل أو فئات محددة منه كالمؤسسات السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو القوات المسلحة للقضاء على روحها المعنوية وإشاعة الروح الانهزامية أو للتفرقة بين الشعب وقواته المسلحة⁽¹⁶⁾.

2- دوافع شخصية:

تتنوع الدوافع الشخصية في الشائعات إلى مجموعة من الدوافع منها:

- أ- إدعاء المعرفة وحب الظهور.
- ب- استطلاع الأخبار والمعلومات.
- ج- الترهيب والتخويف: وهو أحد الدوافع الأساسية للشائعات خاصة أوقات الحروب.
- د- التنفيس عن حالة القلق.
- هـ- التنفيس عن حالة الكبت.
- و- التهرب من الشعور بالذنب.
- ز- الفراغ: له تأثير قوي على بث الإشاعات وسريانها بين الناس.
- ح- الفضول وحب الحديث والتدخل في شئون الآخرين.
- ط- الميل إلى الاستباق: هو حالة من التوقع الديناميكي القوي تدفع الإنسان إلى التسرع في نشر شائعات عن أحداث مقبلة؛ كإعلان الهدنة وقت الحرب.
- ي- الميل للعدوان: هو من الدوافع المهمة لانتشار الشائعات خاصةً بالنسبة للأشخاص العدوانيين، كنشر الشائعات التي تحمل في طياتها إيقاع الأذى والتشهير بسمعة ومكانة شخص ما، وزعزعة ثقة الناس به إشباعًا للنفسية المريضة.
- ك- تهدئة التوترات الانفعالية.
- ل- جذب الانتباه: يرتبط هذا الدافع لنشر الشائعات بدافع حب الظهور وادعاء المعرفة والعلم.



م- جهل أو تجاهل العواقب الوخيمة التي قد تتأتى نتيجة إطلاق سهام الشائعات.

ن- دافع الإسقاط: عندما تنعكس الحالة الانفعالية للشخص دون وعي منه في تأويله للبيئة المحيطة به، مثل هذا الشخص يعجز في نظرته إلى الواقع المحيط به عن أن يقتصر على استخدام البيانات الموضوعية والخالية من التحيز.

س- ضعف الدافع الديني وغياب رقابة الله⁽¹⁷⁾.

3- إشاعات ذات دوافع سياسية:

- أ. الإشاعات الهجومية أو الاتهامية التي تُطلقها قوة سياسية معينة ضد قوة سياسية أخرى.
- ب. الإشاعات الإنصرافية التي تُطلقها الحكومات بهدف صرف أنظار الناس عن قرارات وأحداث معينة تفترض أنها قد تلقي معارضة منهم⁽¹⁸⁾.
- 4- إشاعات ذات أهداف اقتصادية: كالتأثير على أسعار مواد السوق لتحقيق مزيد من الأرباح.
- 5- إشاعات ذات أهداف عسكرية: الإشاعة من أخطر أساليب الحرب النفسية، وقد تُستخدم بهدف رفع الروح المعنوية للجيش (الدعاية البيضاء)، أو إضعاف الروح المعنوية للعدو (الدعاية السوداء)⁽¹⁹⁾.

رابعاً: أنواع الشائعات:

تعدد الشائعات وتنوع، ولا تقتصر على شكل واحد، بل تختلف وتنقسم إلى أنواع مختلفة، على حسب اختلاف طبيعة البيئة التي تنتشر فيها، ودوافع مُروجيها، واختصاص الباحث الذي يتناولها بالدراسة، أو الزمن والمدة التي تستمر فيها؛ فهناك الشائعات البطيئة، والزاحفة، والشائعات السريعة، وشائعات الخوف والأمل، وشائعات محلية وقومية، وشائعات سياسية واقتصادية واجتماعية ودينية، وفي هذه الفقرة سنركز على أنواع الشائعات.

ويمكن تصنيف الشائعات إلى:

- 1- شائعات مع سبق الإصرار والترصد: هي المعلومات التي ينشرها أصحابها وهم على يقين أنها أخبار عارية من الصحة، وعادة ما يكون لدى هؤلاء هدف أو غرض محدد من نشر هذه الأخبار، وهي:
 - أ. قد يكون الغرض تجاري بحث يسعى لزيادة الإقبال على منتج معين عن طريق استخدام الإشاعة كآلية تسويقية مبتكرة، وأحياناً يتم بناء مواقع كاملة هدفها الأول تسويقي، تُنسب لمجموعة هواة هم في الأصل من طرف الشركات المعنية بهذه المنتجات نفسها.
 - ب. وقد يكون الغرض منها التشويش والإساءة إلى شركة أو شخص منافس؛ عن طريق تحريف الحقائق.
- 2- شائعات عن قلة دراية وضعف خبرة: وهذا النوع من الشائعات ينتشر بشكل عفوي غير مقصود، سواء بسبب التسرع في نشر الأخبار دون التحقق من مصادرها الأصلية، أو عن طريق تحريف الكلام الصادر عن المصدر الأصلي نتيجة التجزئة أو الاقتباس المخل بالمعنى.

3- شائعات محددة لهدف محدد: ينشرها أصحابها وهم على يقين تام أن هذه الأخبار عارية تمامًا من الصحة، وهذا النوع قد يكون له تأثير سلبي أو إيجابي يرجع للغرض من إطلاق الشائعة.

4- شائعات غير محددة الهدف: تتنوع مصادر هذه الشائعات وأهدافها وغالبًا تميل هذه النوعية لزعزعة الاستقرار الداخلي للدول، إثارة الفتن والخصومات، تهديد الأمن الاقتصادي للدول وتنوع من شائعة سياسية إلى اجتماعية واقتصادية ورياضية.. إلخ⁽²⁰⁾.

أنواع الشائعات وفقًا للمضمون:

1- شائعات سياسية: يكثر هذا النوع في أوقات الانتخابات بهدف كسب الجمهور أو القضاء على المنافسين، وتعتمد غالبًا على المبالغة والتهويل، وقد تتسبب في إشعال نار الفتن والاضطرابات داخل البلاد، أو هدم العلاقات بين الدول.

2- شائعات اجتماعية: تتمثل في الشائعات التي يوجهها أفراد المجتمع إلى بعضهم البعض أو إلى فئات اجتماعية موجودة داخل المجتمع كالسنة والشيعية، أو فئات نوعية كالأطباء والمهندسين؛ لإثارة الفتن والخصومات.

3- شائعات اقتصادية: تهدف لإحداث حالة من القلق والبلبلة في السوق المالي، خاصة وقت الأزمات والحروب.

4- شائعات دينية: تهدف إلى زلزلة عقيدة ما والتشكيك فيها، وتتناول الشخصيات الدينية أو المؤسسات الدينية.

5- شائعات فنية: وهي من أكثر أنواع الشائعات انتشارًا على شبكات التواصل الاجتماعي، نظرًا لأن أخبار الفنانين أصبحت عنصر أساسي من عناصر الأخبار⁽²¹⁾.

الشائعات وفقًا للاتجاه:

1. شائعات إيجابية: تستخدم عادةً لحماية الدولة، أو لإخفاء حقيقة إذا تم الكشف عنها سوف تحدث أضرار أو خسائر للمجتمع، أو لجس نبض الرأي العام.

2. شائعات سلبية: تهدف لنشر البلبلة وإثارة الفتن والخصومات بين الشعوب، وتستخدم لإضعاف الروح المعنوية، أو لتدمير نظام سياسي أو اقتصادي للمجتمع⁽²²⁾.

الشائعات وفقًا للهدف:

1- الشائعة الاستطلاعية: هي محاولة لاستطلاع ردة فعل الشارع، لذلك يُطلقها منشئوها لمعرفة ماذا يكون رد فعل الشارع لو تم اتخاذ قرار ما.

2- الشائعة الراجعة الغاطسة: تُرَوَّج ثم تختفي ثم تعود وتظهر من جديد إذا تحيَّات لها الظروف.

3- شائعة الأمل: تكون بدافع الأمل في وقوع حدث سار في المستقبل، كإشاعات النصر في زمن الحرب.

4- شائعة الخوف: الهدف منها الخوف من وقوع حدث مأساوي معين في المستقبل.

5- شائعة الأحلام المستحيلة: تعكس رغبات ملحة عند أفراد المجتمع.

6- شائعة الكراهية: دافعها كراهية شخص أو جماعة معينة.



وتنقسم الشائعات من حيث أسبابها النفسية إلى:

- 1- شائعة الإسقاط: هي الإشاعة التي يسقط من خلالها مُطلقها صفاته الذميمة على شخص آخر، وأغلبها متعلق بالشرف، أي التي تستطيع الأنا أو الذات حماية نفسها عن طريق إسقاط رغباتها الشاذة أو المكبوتة على عناصر البيئة الخارجية.
- 2- شائعة التبرير: يهدف مُطلقها إلى تبرير سلوكه غير الأخلاقي تجاه شخص أو جماعة معينة، ويعتبر التبرير حيلة نفسية يلجأ إليها الفرد عندما يعوزه الدليل العقلي والأسباب المنطقية، وهذه الحيلة قد تكون سببًا كافيًا لإطلاق الشائعات.
- 3- شائعة التوقع: تنتشر عندما تكون الجماهير مهيأة لتقبل أخبار معينة أو أحداث خاصة مهدت لها أحداث سابقة⁽²³⁾.

وتنقسم الشائعات من حيث سرعة انتشارها إلى:

- 1- الشائعة الإتهامية (الهجومية): هي إشاعة يُطلقها شخص بهدف الخط من مكانة منافس له.
- 2- الشائعة الزاحفة (البطيئة): تُرَّوج ببطء وبطريقة سرية مما يجعل المتلقي يعتقد بصدقها.
- 3- الشائعة السريعة (الطائرة): سريعة الانتشار وسريعة الاختفاء أيضًا⁽²⁴⁾.

هناك من صنف الشائعات إلى:

- 1- الشائعات الإعلامية: تُطلق وفق توقيت معلوم عبر وسائل الإعلام والاتصال لتحقيق أهدافًا غالبًا ما تتسم بعنصر المفاجأة، وتستند لمقدمات ومنطق يساعد على قبولها وانتشارها.
- 2- الشائعات الإلكترونية: هي نمط هدام مشكوك في أغراضه، ينتشر عبر وسائط الاتصال التكنولوجية الحديثة، وهي إما أن تحمل جزء من الحقيقة فيضخمها أو يقلل من شأنها، أو أنها لا تحمل شئ من الحقيقة مما يشكل موضوع للتداول والردشة لمستخدمي الشبكات العنكبوتية⁽²⁵⁾.

شائعات من حيث نطاق انتشارها تنقسم إلى:

- 1- شائعة شخصية: يهدف مروجها إلى تحقيق مكاسب شخصية، أو الحصول على مراكز مرموقة.
- 2- شائعة محلية: تدور حول قضية خاصة ببلد أو مجتمع معين.
- 3- شائعة قومية: تدور حول القضايا القومية العامة، والأزمات التي تواجهها، وعوامل التدهور أو نواحي القوة والقدرة على المقاومة.
- 4- شائعة دولية: تنتشر في حالة الأزمات الدولية، وانتشار الأوبئة والكوارث الطبيعية⁽²⁶⁾.

المبحث الثاني

أثر الشائعات على المجتمع وكيفية التصدي لها

أولاً: أثر الشائعات على المجتمع:

الإشاعة يؤلفها الحاقد، وينشرها الأحق، ويصدقها العجي، فهي إحدى أدوات الحروب التي تُستخدم ضد الدول والحكومات والأشخاص والشركات، والخطر في الأمر أنها تنتشر بسهولة وسرعة فائقة، وقد فتحت شبكات مواقع التواصل الاجتماعي الباب لنشر الأكاذيب والأخبار غير الموثوق بها والمعلومات غير الصحيحة نظرًا لحرية الأشخاص في نشر ما يريدون من خلاله دون وجود أي مصدر موثوق به، وغالبًا ما يكون لتحقيق هدف شخصي أو ترويجي أو سياسي وأحيانًا بهدف التسليّة أو لفت الأنظار⁽²⁷⁾، ويترتب على ترويج الشائعات مجموعة من الآثار منها:

أ- الشائعة عمل مُضر لا يقتصر ضرره وآثاره السلبية على الأفراد؛ بل يشمل المجتمع كله، فلا أحد يسلم من شره وانتشاره، ما دام هناك تنافس في الحياة في مختلف المجتمعات، ومصالح متداخلة، وسوء قصد، ونفوس مريضة تسعى لتحطيم صورة مثالية عن إنسان عادي.

ب- النيل من أخلاق المجتمع ومحاوله إفسادها؛ مما يؤدي إلى انهيارها وتلاشيها، وإظهار المنكرات.

ج- بث روح الفرقة والتناحر بين أبناء المجتمع الواحد عقائديًا وطائفيًا؛ لتحقيق الهدف المبتغى من وراء الشائعات.

د- تعمل الشائعات على إعاقه للفكر⁽²⁸⁾.

هـ- تؤثر الشائعات أيضًا على مستوى رفاهية المجتمع وأفراده في انتشار الشائعة في وسط مجتمع من المجتمعات يؤدي إلى تدني مستوى رفاهية بعض الأفراد عما كان عليه قبل انتشار الشائعة، وهذا ما يحدث أثناء الأزمات والكوارث الطبيعية المفاجئة التي تغير مسار الحياة الاجتماعية للمجتمع الذي يعاني منها.

و- تؤثر الشائعات على الجانب الاقتصادي باعتباره من أهم جوانب الحياة، وقد تأخذ الشائعة أشكال متعددة، تختلف باختلاف طبيعة المجال الاقتصادي الذي تؤثر فيه سلبًا أو إيجابًا؛ مما يؤدي إلى توسيع دائرة المتأثرين بها، ويوسع من دائرة انتشارها بين أفراد المجتمع.

ز- خلق عدم الثقة بين أفراد المجتمع وقياداته، وبين التنظيمات السياسية والشعبية، وتفقد القيادات السياسية والفكرية والاجتماعية الاحترام والثقة التي تحظى بها من قِبَل أفراد المجتمع.

ح- خلق وتأجيج الكراهية ومشاعر العداة بين أفراد المجتمع الواحد، فتتضارب المصالح وتختلف الآراء، وتتعارض الأديان والمذاهب والمهن، وتتسارع الأجيال والأيدولوجيات المختلفة.

ط- سريان الشائعات في المجتمع يؤدي إلى حالة من الخوف والارتباك، خاصة عندما لا يكون لأفراد المجتمع تجارب حياتية.

ي- قد تستهدف الشائعة نشاط معين أو أحد متغيرات الاقتصاد الكلي التي تؤثر في الاقتصاد القومي كسعر الفائدة والعملية المحلية والأسهم المحلية.

ك- للشائعات أثر واضح على الروح المعنوية لِمَا لها من خطر وقوة في رفع أو خفض الروح المعنوية بسرعة، وتختلف درجه التأثير ونوعه تبعًا لنوع الشائعة والدوافع والأهداف المستترة خلفها.



ل- يعمل انتشار الشائعة على تدمير النظام القيمي والسلم الاجتماعي.

م- يؤدي انتشار الشائعة إلى تعميم مشاعر الإحباط في المجتمع⁽²⁹⁾.

ثانياً: آلية التصدي للشائعات :

يمكن مواجهة الشائعات ومكافحتها ووقف سريانها من خلال الخطوات والمراحل التالية:

المرحلة الأولى- اكتشاف وتحديد المشكلة (الشائعة):

عن طريق إبلاغ المسؤولين عن التعامل مع الشائعات، ووعي المواطنين بها وبمهامها.

المرحلة الثانية- دراسة وتحليل الشائعة:

وذلك من حيث الشكل والمضمون: "المكان-الجمهور-الدوافع-الأسباب- الآثار؛ وذلك من خلال جداول بيانية تحليلية مُدرج بها كل ما يخص الشائعة لكي تتضح عملية الدراسة والتحليل وتكون أكثر إجرائية.

المرحلة الثالثة- التصدي للشائعة:

هناك العديد من إجراءات التي تساعد كلها أو بعضها في مكافحة الشائعة، والحد من انتشارها، وهناك ثلاثة طرق للتعامل مع هذا الوباء القاتل:

(١) التوعية الإعلامية: عن طريق توعية الجمهور من المخاطر الناجمة عن الاستماع للشائعة أو نقلها أو تروييحها.

(٢) الوقاية: يكون بتزويد الناس بالمعلومات.

(٣) العلاج: إذا انتشر الوباء يجب العمل على مقاومته بالطرق التالية:

1- اقتفاء خط سير الشائعة، والوصول إلى جذورها والتخطيط الشامل لدورها.

2- التجاهل "الإهمال".

3- التوعية المستمرة لتثبيت الإيمان والثقة بالبلاغات الرسمية عن طريق الندوات والمحاضرات والمناقشات⁽³⁰⁾.

4- الرد غير المباشر.

5- القضاء على الشائعات بالمعلومات.

6- تحديد مواطن مهاجمة الشائعة وإظهارها كذبة، والسخرية منها.

- 7- تحليل الشائعة لمعرفة أهدافها ودوافعها ومصادرها، ومن يقف وراءها أو المستفيد منها، ليكون الرد عليها علمياً وواقعياً ومنطقياً.
- 8- تكذيب الشائعة من خلال وسائل الاتصال المتعددة، والاقتصار على الألفاظ الدالة عليها دون ذكر لها.
- 9- سرعة الرد على الشائعة من خلال التأثير على عنصرى الغموض العام والقابلية للتصديق.
- 10- عدم المساهمة في ترديد الشائعة من خلال توعية الجمهور.
- 11- غرس الثقة لدى المواطنين في قيادتها ومؤسساتها ووسائل الإعلام لديها؛ حيث بدون ذلك لن تقنع الجماهير بكذب الشائعة وعدم صحتها.
- 12- قتل الشائعة بشائعة أخرى أكبر منها حجماً.
- 13- قيام الأجهزة الأمنية بتتبع مصادر الشائعات من خلال الاتصال المباشر بالأفراد وتوعيتهم، والاستماع لهم، وتقبل ملاحظاتهم.
- 14- نشر الحقائق دائماً للجماهير في كل ما يتصل بحياتهم وسياسة وطنهم، لأن الشائعات تسري وتنمو في المجتمع المخلوق وأنظمة القهر⁽³¹⁾.

دور الأجهزة المختلفة في مواجهة الشائعات:

تشمل عدة أجهزة لمواجهة الشائعات، منها أجهزة الإعلام وما تقوم به من تفسيرات مقنعة للجماهير بالنسبة لما يهمها معرفته، وكذلك دور أجهزة التنظيمات السياسية والشعبية في توعية الجماهير وتدعيم إيمانهم بالوطن وأهدافه، وكذلك الأجهزة التربوية والتعليمية ودورها المؤثر في الطلبة وخلق الوعي اللازم للأجيال الصاعدة، ورفع هذا المستوى من الوعي وتطويره.

أ. دور الإعلام في مواجهة الشائعات: يجب على وسائل الإعلام الوطنية المعنية وضع استراتيجيات وخطط استباقية جاهزة وقادرة على التعامل مع الشائعات والقضاء عليها في مهدها، وتكاتف وسائل الإعلام المختلفة من أجل عرض الحقائق في وقتها، وإشاعة الثقة بين المواطنين، وتنمية الوعي العام وتحصينه ضد الشائعات، وبناء عيادة للشائعات عن طريق تخصص مساحة معقولة لها في وسائل الإعلام لتتفقد الشائعات وتحللها بدقة والرد عليها⁽³²⁾.

ب. دور منظمات المجتمع المدني في مواجهة الشائعات: على المجتمع في كافة المجالات وضع استراتيجيات متكاملة تتضمن كافة مؤسسات الدولة، تتميز هذه الاستراتيجية بالتنسيق بين كافة الأجهزة والمؤسسات؛ على المؤسسة الأمنية أن تتعامل مع المؤسسات الإعلامية في مراقبة الشائعات، وكشفها، وضبط مرتكبيها؛ حتى تقوم المؤسسة القانونية بوضع التشريعات التي من شأنها وقف إطلاق الشائعات، وتغليظ العقوبة لمن أصدرها، ومن روجها،



وفي هذا الصدد نشير إلى دور بعض المؤسسات الاجتماعية في التصدي للشائعات، حيث تفاوتت هذه المؤسسات في مبررات تأسيسها وأهدافها، ولكنها تتخذ طابع الخدمة العامة، بالإضافة إلى تحقيق مصالح الشرائح التي تقوم على دعمها، لذلك يتعين الاستفادة من عضويتها ونشاطاتها في مقاومة الشائعات والتصدي لها⁽³³⁾.

ج. الدور التشريعي لمواجهة الشائعة: لكل دولة أهدافها الحيوية التي تعمل على حمايتها ضد أولئك الذين يحاولون القيام بمحاولات لتخريبها والنيل منها، أو العبث بقيامها ومبادئها التي تهدف إلى تماسك شعبها واستقراره، وهي بذلك توكل هذه المهمة إلى أجهزة أمن متخصصة⁽³⁴⁾.

الخاتمة:

الإشاعة ظاهرة اجتماعية ونفسية واقتصادية وسياسية وعسكرية وإعلامية موجودة في كل المجتمعات الإنسانية، وهي وباء اجتماعي يصعب التخلص منه، ومن فيروساته، فهي تهاجم الفرد والمجتمع والعالم، وتشل فكره وتفكك جسده، ونظرًا لخطورة هذا الوباء من واجب كل فرد أن يحلل الإشاعة فيردها إلى أسبابها ودوافعها، كما يجب عليه تحليل شخصية الفرد الذي يردد الإشاعات تبعًا للأسس والقواعد، وهذا يُعوّد الناس على التحري والصدق، فلا يصبحون فريسة سهلة للإشاعات، من خلال هذه الورقة توصلت إلى عدد من النتائج والتوصيات أوضحها على النحو التالي:

أولاً: النتائج:

- 1- تُعد الشائعات من أخطر وسائل الحرب النفسية على المجتمعات.
- 2- تُعد وسائل الإعلام الحديثة أكثر ناشراً للشائعة وتأثيراتها المختلفة.
- 3- يؤدي انتشار الشائعات إلى انهيار الدول سياسياً واقتصادياً، وتعطيل مسيرة التنمية في معظم القطاعات الإنتاجية.

ثانياً: التوصيات:

- 1- توعية المواطنين بمفهوم الشائعات والمخاطر الناجمة عنها من خلال وسائل الإعلام.
- 2- تأسيس مركز للشائعات يكون مهمته تحليل الشائعات والرد عليها، وتقديم معلومات دقيقة عن الموقف الذي بني نتيجتها.
- 3- التعاون بين المؤسسات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني المختلفة لمكافحة الشائعة بكافة صورها.
- 4- وضع الأطر التشريعية وإصدار القوانين التي تعمل على مكافحة الشائعة بكافة أشكالها.
- 5- إعمال مبدأ الشفافية في إمداد أفراد المجتمع بالمعلومات الصحيحة بعيداً عن المزايدات ومواجهة الشائعات.

6- تحرى الدقة عند قراءة الأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي، والتحقق من مصداقيته قبل إعادة نشره مرة أخرى.

في الختام أرجو أن أكون قد وفقت في تحفيز الباحثين للتصدي إلى موضوع الشائعات ومدى خطورتها على المجتمع، وهذا البحث المقتضب الذي لا أرى فيه غير نقطة إنطلاق نحو إيجاد دراسات أكثر شمولية تجاه هذا الموضوع، ولتحقيق ما سبق يتطلب ذلك جهودًا كبيرة من قِبَل الباحثين والمتخصصين، وإجراء العديد من الدراسات والأبحاث في هذا الإطار، والله ولى التوفيق.

قائمة المراجع:

الكتب :

1. إبراهيم أحمد أبو عرقوب: الإشاعات في عصر المعلومات، أعمال ندوة الشائعات في عصر المعلومات، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2003.
2. أشرف جابر سيد: الجوانب القانونية لمواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة، دار النهضة العربية، 2013.
3. انتصار موسى: الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على الرأي العام دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان، السعودية، 2018.
4. بهاء الدين محمد مزيد: المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية، كتاب الوجود نموذجًا، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2012.
5. جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور: لسان العرب، ج10، القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة، بدون تاريخ.
6. جمال سند السويدي: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من قبلية إلى الفيسبوك، الإمارات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، 2013.
7. حسين شفيق: مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014.
8. دينا عبد العزيز فهمي: الحماية الجنائية من إساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، القاهرة، دار النهضة العربية، 2018.
9. سامي محمد هاشم: الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ندوة الشائعات في عصر المعلومات، الرياض، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، 2003.
10. شريف درويش اللبان: مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت، القاهرة، دار العالم العربي، 2011.
11. طه أحمد متولي: جرائم الشائعات وإجراءاتها، القاهرة، دار النهضة العربية، 1997.
12. عبد التواب إبراهيم رضوان: مصر والحرب النفسية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1988.
13. عبد الحلیم حمود: حرب الشائعات إعلام خارج السيطرة، بيروت-لبنان، مركز الدراسات والترجمة، 2010.



14. عبد الرازق الدليمي: الدعاية والشائعات والرأي العام رؤية معاصرة، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر، 2005.
15. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2015.
16. عزام الجويلي: دور وسائل الإعلام في نشر الشائعات، الإسكندرية، مكتبة الوفاء، 2014.
17. علي الدرورة: الإشاعة وسلباتها في المجتمع، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، دار الأصداف، 2004.
18. فاخر عقل: معجم علم النفس، الجزء الرابع، القاهرة، دار العلم للملايين، 1985.
19. فاضل محمد المصباحي: الشائعات أحكامها وعلاجها "دراسة تحليلية دعوية"، رسالو دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الدعوة الإسلامية، 2008.
20. فتحى شمس الدين: شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديمقراطي في مصر، القاهرة، دار النهضة العربية، 2013.
21. فهمي توفيق مقبل: دور المؤسسات التربوية في مكافحة الشائعات في الإشاعة والحرب النفسية، الرياض، منشورات المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، 1410هـ.
22. متعب بن شداد الهماش: تأثير الشائعات على الأمن الوطني، الدورة التدريبية أساليب مواجهة الشائعات، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2013.
23. مجمع اللغة العربية: المجمع الوسيط، ج1، القاهرة، المكتبة العلمية، بدون سنة نشر.
24. محمد عبد القادر حاتم: الإعلام والدعاية نظريات وتجارب، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1972.
25. محمد كمال القاضي: الدعاية السياسية والحرب النفسية، المركز الإعلامي للشرق الأوسط، القاهرة، 1997.
26. محمد منير حجاب: الشائعات وطرق مواجهتها، القاهرة، دار الفجر للنشر، 2007.
27. مختار التهامي: الرأي العام والحرب النفسية، الجزء الأول، الطبعة الرابعة، القاهرة، دار المعارف، 1979.
28. معتز سيف عبد الله: الحرب النفسية والشائعات، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر، 1977.
29. هالة منصور: الاتصال الفعال "مفاهيمه وأساليبه ومهاراته"، الإسكندرية، المكتبة الجامعية، 2000.

المقالات:

1. إيمان حمادي رجب: الإشاعة وتأثيرها في المجتمع دراسة ميدانية في مدينة الموصل، جامعة الموصل، مجلة الرافدين، ع60، 2011.
2. السيد أحمد مصطفى عمر: الشائعات والجريمة في عصر المعلومات، دبي، مجلة الأمن والقانون، أكاديمية الشرطة، مج12، ع2، يونيو 2014.
3. صاحب أسعد الشمري: أغراض الشائعات ومخاطرها وأساليب التعامل معها وعلاقتها بأساليب التفكير، مجلة آداب الفراهيدي، ع26، 2016.
4. طلال محمد الناشري/ آمال عمر المسابح: الإشاعة وتأثيرها على المجتمع، مجلة العلوم الاجتماعية، ألمانيا، برلين، أكتوبر 2013.

5. مفرح بن سعد الحقباني: الآثار الاقتصادية المحتملة لانتشار الشائعات، جامعة المنصورة، كلية الحقوق، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، ع30.

6. ياسين طه حمودي: الإشاعة وآثارها السلبية على الشباب الجامعي دراسة تطبيقية، مجلة تكريت للعلوم السياسية، مج2، ع7، 2016.

أعمال ملتقى أو مؤتمر:

1. دحان حزام ناصر: شائعات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على حرية التعبير وتداول المعلومات، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السادس القانون والشائعات، جامعة طنطا، كلية الحقوق، 2019.

2. فواز خلف ظاهر/ كامل عبد خلف العنكود: دور التشريعات الوطنية والدولية في الحد من الشائعات، بحث للمؤتمر العلمي السادس القانون والشائعات، جامعة طنطا، كلية الحقوق، 2019.

3. مصطفى محمود الجمل محمد: دور وسائل الاتصال الحديثة في نشر الشائعات، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السادس القانون والشائعات، جامعة طنطا، كلية الحقوق، 2019.

4. معتز محي الدين عبد الحميد: الإشاعة والإعلام الأمني في ظروف الأزمات، مؤتمر حول مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة، الإسكندرية، جامعة فاروق، 2014.

المراجع الأجنبية:

1. Allport, G & Postman: *Ananalysis of vumor*, New York, publicopinion Quarterly. 1947 a. 10.
2. Drever, J: *Dictionary of Psychology*, London, Penguin Books. 1971.
3. Reber, A: *Dictionary of Psychology*, London, Penguin Books, 1985.
4. Robert c.Williamson et. Al: *Social Psychology*, F.E. Peacok Publishers. Inc, 1982.
5. Rudat, A: *Twitter Spreads Rumors "Influencing Factors on Twitter's Role in Rumor Spread Among University Students"*, PhD Thesis, Tubingen: Tubingen. 2015.

الهوامش:

* د.نبيلة عبد الفتاح قشطى.

- 1- مجمع اللغة العربية: المجمع الوسيط، ج1، القاهرة، المكتبة العلمية، بدون سنة نشر.
- 2- جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور: لسان العرب، ج10، القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة، بدون تاريخ، ص56.
- 3- معتز سيف عبد الله: الحرب النفسية والشائعات، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر، 1977، ص164.
- 4- فاخر عقل: معجم علم النفس، الجزء الرابع، القاهرة، دار العلم للملايين، 1985، ص99.
- 5- فهمي توفيق مقبل: دور المؤسسات التربوية في مكافحة الشائعات في الإشاعة والحرب النفسية، الرياض، منشورات المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، 1410هـ، ص125.
- 6- مختار التهامي: الرأي العام والحرب النفسية، الجزء الأول، الطبعة الرابعة، القاهرة، دار المعارف، 1979، ص114.
- 7- محمد عبد القادر حاتم: الإعلام والدعاية نظريات وتجارب، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1972، ص179.



- 8- عبد التواب إبراهيم رضوان: مصر والحرب النفسية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1988، ص23.
- 9- محمد كمال القاضي: الدعاية السياسية والحرب النفسية، المركز الإعلامي للشرق الأوسط، القاهرة، 1997م، ص127.
- 10- Allport, G & Postman: Ananalysis of vumor, New York, publicopinion Quarterly. 1947 a. 10, 501-517,
- و فاضل محمد المصباحي: الشائعة أحكامها وعلاجها "دراسة تحليلية دعوية"، رسالو دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الدعوة الإسلامية، 2008، ص15.
- 11 - Reber, A: Dictionary of Psychology, London, Penguin Books, 1985, p654.
- 12 - Drever, J: Dictionary of Psychology, London, Penguin Books. 1971, p250.
- 13- هالة منصور: الاتصال الفعال "مفاهيمه وأساليبه ومهاراته"، الإسكندرية، المكتبة الجامعية، 2000، ص180.
- 14- Robert c. Williamson et. Al: Social Psychology, F.E. Peacock Publishers. Inc, 1982, P491.
- 15- إبراهيم أحمد أبو عرقوب: الإشاعات في عصر المعلومات، أعمال ندوة الشائعات في عصر المعلومات، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2003، ص93.
- 16- سامي محمد هاشم: الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ندوة الشائعات في عصر المعلومات، الرياض، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، 2003، ص55.
- 17- جمال سند السويدي: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من قبلية إلى الفيسبوك، الإمارات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، 2013، ص211.
- 18- دحان حزام ناصر: شائعات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على حرية التعبير وتداول المعلومات، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السادس للقانون والشائعات، جامعة طنطا، كلية الحقوق، 2019، ص9.
- 19- حسين شفيق: مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص45.
- 20- مصطفى محمود الجمل محمد: دور وسائل الاتصال الحديثة في نشر الشائعات، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السادس للقانون والشائعات، جامعة طنطا، كلية الحقوق، 2019، ص13.
- 21- عزام الجويلي: دور وسائل الإعلام في نشر الشائعات، الإسكندرية، مكتبة الوفاء، 2014، ص66.
- 22- عبد الرازق الدليمي: الدعاية والشائعات والرأي العام رؤية معاصرة، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر، 2005، ص180.
- 23- متعب بن شداد الهماش: تأثير الشائعات على الأمن الوطني، الدورة التدريبية أساليب مواجهة الشائعات، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2013، ص5.
- 24- طه أحمد متولي: جرائم الشائعات وإجراءاتها، القاهرة، دار النهضة العربية، 1997، ص23.
- 25- السيد أحمد مصطفى عمر: الشائعات والجريمة في عصر المعلومات، دبي، مجلة الأمن والقانون، أكاديمية الشرطة، العدد الثاني، المجلد الثاني عشر، يونيو 2014، ص168.
- 26- فواز خلف ظاهر/ كامل عبد خلف العنكود: دور التشريعات الوطنية والدولية في الحد من الشائعات، بحث للمؤتمر العلمي السادس للقانون والشائعات، جامعة طنطا، كلية الحقوق، 2019، ص6.
- Rudat, A: Twitter Spreads Rumors "Influencing Factors on Twitter's Role in Rumor Spread Among University Students", PhD Thesis, Tubingen: Tubingen. 2015, p.2 36.
- 28- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2015، ص19.
- 29- ياسين طه حمودي: الإشاعة وآثارها السلبية على الشباب الجامعي دراسة تطبيقية، مجلة تكريت للعلوم السياسية، محلد2، ع7، 2016، ص145.
- 30- مفرح بن سعد الحقباني: الآثار الاقتصادية المحتملة لانتشار الشائعات، جامعة المنصورة، كلية الحقوق، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، ع30، ص485.



- 31- صاحب أسعد الشمري: أغراض الشائعات ومخاطرها وأساليب التعامل معها وعلاقتها بأساليب التفكير، مجلة آداب الفراهيدي، ع26، 2016، ص452.
- 32- إيمان حمادي رجب: الإشاعة وتأثيرها في المجتمع دراسة ميدانية في مدينة الموصل، جامعة الموصل، مجلة الرافدين، ع60، 2011، ص484.
- 33- طلال محمد الناشري/ آمال عمر المسابح: الإشاعة وتأثيرها على المجتمع، مجلة العلوم الاجتماعية، ألمانيا، برلين، أكتوبر 2013، ص16.
- 34- علي الدرورة: الإشاعة وسلباتها في المجتمع، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، دار الأصداف، 2004، ص26.