

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد الكلية .

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعد رئيس التحرير:

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

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

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

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

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

د / رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

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

المراسلات:

العدد السابع والخمسون - الجزء الثالث - شعبان ١٤٤٢هـ - أبريل ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

## قواعد النشر

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

## الهيئة الاستشارية للمجلة

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

## محتويات العدد

- نشر الشائعات وتأثيرها علي الأمن الفكري أثناء الأزمات في ضوء الاتجاهات البحثية الحديثة (رؤية علمية واستشرافية)  
أ. م. د. رشا عادل لطفي  
١٠١١
- 
- الخطاب الاتصالي لدى الدعاة العرب والأجانب في صفحات التواصل الاجتماعي وانعكاساته على قبول الآخر «دراسة تحليلية لصفحات الدعاة على الفيس بوك»  
أ. م. د. علي حمودة جمعة سليمان، أ. م. د. محمد حسني حسين محروص  
١٠٧٣
- 
- دور الحسابات الرسمية للمؤسسات الدينية في نشر الخطاب الديني المعتدل «دراسة تحليلية مقارنة للمحتوى الرقمي لمؤسستي الأزهر والحرمين الشريفين»  
أ. م. د. هويدا الدر  
١١٢٩
- 
- دور الصحف الإلكترونية المصرية في توعية الجمهور بمخاطر الفتن الطائفية - دراسة ميدانية  
د. إبراهيم علي بسيوني محمد  
١١٧٥
- 
- المخاطر السيبرانية للألعاب الإلكترونية القتالية وانعكاسها على التجنيد الإلكتروني للشباب: لعبة بابجي نموذجاً  
د. شريهان محمود أبو الحسن، د. سمية عبد الراضي أحمد  
١٢٣٩
- 
- دور المنصات الإلكترونية في مكافحة الشائعات أثناء جائحة كورونا (دراسة حالة هيئة مكافحة الإشاعات بالمملكة العربية السعودية)  
د. الطيب أحمد الصادق  
١٢٨٥
- 
- تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة والانتماء لدى الرأي العام  
د. راللا أحمد محمد عبد الوهاب منصور  
١٣٢٧

- دور الدراما السينمائية المصرية في تشكيل إدراك الشباب الجامعي نحو قيم الانتماء والوطنية - دراسة تحليلية وميدانية  
١٣٨١ د. مرام أحمد محمد عبد النبي
- 
- دور الإعلام الجديد في نشر ثقافة التسامح وقبول الآخر  
١٤٣٣ د. ميرفت السيد أحمد سليمان
- 
- تعامل المواقع الرسمية والإخبارية مع الشائعات وانعكاساتها على اتجاهات الجمهور (دراسة تطبيقية لموقع اليوم السابع والصفحة الرسمية لمجلس الوزراء)  
١٤٨٥ دعاء خالد داود
- 
- دور الصحف الإلكترونية في نشر ثقافة الوسطية والاعتدال لدى الجمهور المصري (دراسة ميدانية)  
١٥٣٧ د. محمد صبحي محمد فودة
-

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يونيو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682-292X	1110-9297	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314-873X	2314-8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2636-9393	2636-9393	6	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366-9891	2366-9891	4	4	Cairo University	مجلة إحدا الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2636-9237	2636-9237	3.6	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367-0407	2367-0407	6.6	3.6	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366-9131	2366-9131	6.6	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366-914X	2366-914X	6.6	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366-9168	2366-9168	6.6	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110-6836	1110-6836	6.6	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110-6844	1110-6844	6.6	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقاً على كل الأبحاث التي ستشتر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



**تعامل المواقع الرسمية والإخبارية مع الشائعات  
وانعكاساتها على اتجاهات الجمهور**  
(دراسة تطبيقية لموقع اليوم السابع والصفحة الرسمية لمجلس الوزراء)

- **Official and News Websites treatment with Rumors;  
and their Reflections on the Public Trends**

(a practical study of both Youm7 Website and the Cabinet Official Page)

دعاء خالد داود ●

باحثة دكتوراه في الإعلام تخصص صحافة، جامعة المنصورة، كلية الآداب - قسم الإعلام.

[dode.dawd@gmail.com](mailto:dode.dawd@gmail.com)

## ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية تعامل المواقع الرسمية والإخبارية مع الشائعات دراسة تطبيقية لموقع اليوم السابع والصفحة الرسمية لمجلس الوزراء- (حقائق وشائعات) - للشائعات وانعكاساتها على اتجاهات الجمهور من حيث الشكل والمضمون، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية، واستعان بأداة تحليل المضمون وأداة الاستبانة. تمثلت عينة الدراسة التحليلية في المواد الصحفية لموقع اليوم السابع ومنشورات الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء على الفيس بوك بنظام «الحصر الشامل» في الفترة من 5 ديسمبر 2020 إلى 7 يناير 2021م، وقد بلغ إجمالي العينة التحليلية (178) منشورًا، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في (150) مفردة «عينة متاحة غير احتمالية»، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن التغطية الصحفية لموقع اليوم السابع غلب عليها طابع التجاهل، فانتسبت بالافتقار إلى العديد من المعلومات المهمة، واعتمدت على التكرار وإعادة النشر من الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء. بينما جاءت معالجة الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء أكثر اهتمامًا وعمقًا؛ فانتسبت بالتوضيح، ولكنها افتقرت إلى تقديم الخلفيات وربط الأحداث؛ مما يطرح إشكالية تتعلق بمبدأ قدرة المواقع الرسمية والإخبارية على التكاتف والوفاء بحق القارئ في المعرفة وتكوين الرأي وزيادة مستوى الوعي، لمواجهة شتى آليات الحروب النفسية على مواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: الشائعات- الأطر الإعلامية- مواقع التواصل الاجتماعي- الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء- موقع اليوم السابع- المواقع الرسمية والإخبارية.

## Abstract

This study aimed to identify how the official and the news websites deal with rumors, it is a practical study for the Youm7 website and the Official Cabinet Page - Media Corner (rumors and facts) for rumors and their reflections on the public attitude, in the form and content. It is a descriptive study that used the survey method, systematic comparison method, a content analysis tool, and a questionnaire tool. The sample of the analytical study was represented in press material for the Youm7 website and Cabinet Official Page posts on Facebook with a system of "comprehensive inventory" in the period from December 5, 2020, to January 7, 2021. The total of the analytical sample was (178), and the field study sample consisted of (150) items, "an available non-probability sample."

The results concluded that the press coverage of Youm7 was tended to be neglecting and was characterized by a lack of many important information and topics. Also, it relied on quoting from the Official page of the Council of Ministers, while the treatment of the Official Cabinet Page was more careful, deeper, and clearer. However, it lacked backgrounding and linking of events, which raises a problem related to the principle of the ability of official and news websites to display unite and fulfill (solidarity and fulfillment of) the reader's right to know, form opinions and increase the level of awareness to confront the various mechanisms of psychological wars on social media.

Key Words: Rumors- Official and News Websites- Social Media Sites- Official Cabinet Page- Youm7 website- Media Frameworks.



يُعد انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي إحدى المتغيرات الأساسية لاستهداف المجتمع، وإفقاد الثقة في مؤسساته العتيدة، وإعاقتها عن القيام بمهامها، وتشويه وقائعها وإضعاف الروح الوطنية لدى الأفراد، وإثارة البلبلة ضد النظام. وتزايد انتشار الشائعات خلال الأشهر القليلة الماضية- خاصة في ظل أزمة كورونا (Covid19)- يكمن في أن الشائعة إحدى آليات الحروب الحديثة (الحروب النفسية والعقلية) وأن استخدامها في كافة الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها...، يرفع من معدل التأثير والخطر على المجتمع، كما تتسم الشائعة بسرعة التداول والانتشار عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ وهذا للطبيعة الآنية لمواقع التواصل الاجتماعي، والتي جعلت من الجمهور مُنتجًا للرسالة الإعلامية وليس مجرد متلقٍ؛ لذا أصبحت الشبكة بيئة خصبة للتضليل ونشر الأكاذيب والأخبار مجهولة المصدر، كما أنها الوسيلة الأمثل والأسرع لإضعاف قوى المجتمع، ومن هنا أصبحنا في أمس الحاجة إلى استخدام الموارد والقوى اللازمة لمراقبة وتصفية الأخبار ونشر ثقافة التحقق، ودعم الإيمان الكامل بالدولة لتحقيق السلم المجتمعي داخل المجتمع المصري. وعليه، تبحث الدراسة في دور المواقع الصحفية والصفحات والرسمية في دحض الشائعة أو نشرها ومدى تأثيرها على المجتمع.

أهمية البحث: تتزايد أهمية الدراسة من أهمية الموضوع؛ لارتباطه بتحقيق السلم المجتمعي للمجتمع المصري، بالإضافة إلى ما يلي:

- 1- أن انتشار الشائعات على المواقع المختلفة أصبح بالقدر الذي يصعب ملاحظتها؛ لذا وجب البحث في تلك الظاهرة نظريًا ومنهجيًا والوقوف على أهم المتغيرات لدعم السلم المجتمعي وتقليل التأثيرات السلبية.
- 2- اهتمام مراكز البحوث والدراسات الأمنية والاجتماعية بتطوير دراسة الشائعات، وتوجيهها لتحقيق الأمن القومي والمجتمعي في إطار المفهوم الشامل للحرب النفسية، ووضعه ضمن الأولويات البحثية.

3- أهمية دور المواقع الصحفية والصفحات الرسمية في الحفاظ على الإرادة الوطنية، وإدراك أهمية دور كل منهما في نشر الحقائق وتشكيل الرأي العام، وما تشهده المواقع الإخبارية من طفرة تكنولوجية في الإمكانيات الفنية والمادية والبشرية؛ لذا أصبح من الضروري التعرف على قدرتها في التأثير على أفراد المجتمع، وإلى أي مدى تتمتع تلك المواقع بقيم المهنية والموضوعية.

4- أهمية دراسات تحليل الأطر باعتبارها أحد الروافد الحديثة في دراسة المضامين ورصد ما تتضمنه من استراتيجيات الأسباب والحلول المقدمة في منشورات المواقع الصحفية والصفحات الرسمية.

#### مشكلة البحث:

انطلاقاً من كون الشائعات باتت أخطر في ظل التقنيات الحديثة، وأهمية دور المواقع الصحفية والصفحات الرسمية في كشف الأكاذيب حول الأحداث؛ تتبلور مشكلة البحث في السؤال التالي: ما الكيفية التي تتعامل بها المواقع الصحفية والصفحات الرسمية المصرية في التصدي للشائعات؟ وانعكاساتها على الجمهور المصري؟

#### الدراسات السابقة: قسمت الدراسات السابقة إلى محورين:

الأول- دراسات تناولت الشائعات وتأثيرها على المجتمع.  
الثاني- دراسات تناولت نظرية الأطر الإعلامية.

#### المحور الأول: دراسات تناولت الشائعات وتأثيرها على المجتمع:

1- دراسة (محمد وليد بركات 2020م)<sup>(1)</sup> هدفت إلى رصد وتفسير معالجة الصحافة المصرية للشائعات، وانعكاسها على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام. وتم إجراء الدراسة على عينة من الصحف والمواقع المصرية، هي: صحيفة الأهرام، صحيفة المصري اليوم، بوابة الأهرام، بوابة اليوم السابع، والدراسة الميدانية على عينة قوامها 400 مبحوث، وقد خلصت نتائجها إلى بروز الشائعات الاقتصادية في المعالجات الصحفية، وتصدر مؤسسات الدولة عامة قائمة المؤسسات المستهدفة بالشائعات، وتوظيف استراتيجية "النفي".

2- دراسة (غادة عبد الرحمن 2020م)<sup>(2)</sup> هدفت إلى رصد استراتيجيات القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في التصدي للشائعات، واستخلصت أن هناك بعض الممارسات الخاطئة للقائمين بالاتصال في القنوات الفضائية تسهم في نشر الشائعات، ومنها: البطء في تكذيب الشائعات في حينها، والتركيز المتزايد على

عرض الشائعات ونفيها، وعدم التوعية الكافية للمواطنين خاصة مرتادي مواقع التواصل.

3- دراسة (مفيد عبد الجليل الصالحي، 2019م)<sup>(3)</sup> تسعى للكشف عن أبعاد المسؤولية الجنائية لمروجي الشائعات الإلكترونية في المجتمع ومعرفة العقوبات المقررة لهم، والتعرف على مدى إسهام الشائعات في ارتكاب الجرائم، واستخدام المنهج التحليلي، وأفادت النتائج بوضع ضوابط للنشر فيما يخص الأخبار، وإنشاء آلية رقابية مستقلة تتمتع بسلطات محددة تتصل بالأخبار والمعلومات المنشورة.

4- دراسة (نصر رمضان، 2019م)<sup>(4)</sup>: هدفت إلى رصد تأثير الشائعات على القضايا المرتبطة بالأمن المجتمعي واستقراره، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة التعرض لموقع الفيس بوك، تويتتر كما تبين أن التصدي للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي يقتضي تضافر الجهود وتعاون بين كل الجهات المعنية داخل الدولة، بل يقتضي الأمر ضرورة التعاون بين دول العالم.

5- دراسة (حاتم محمد عاطف عبد الخالق 2018م)<sup>(5)</sup> هدفت إلى التعرف على العلاقة بين الشائعات وتكوين الرأي العام وصنع القرار في مصر، استخدمت الدراسة منهج المسح، وجاءت العينة التحليلية من صحف: (الأهرام، الوفد، الشروق) الميدانية جاءت عينة عشوائية بلغت (165) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن صحف الشروق، الأهرام، الوفد، على الترتيب، تورطت في نشر الشائعات في معالجتها الصحفية حول موضوعات "الدعم، تيران وصنافير، جوليو ريجيني".

6- دراسة (نهلة نجاح، ٢٠١٨م)<sup>(6)</sup> هدفت إلى التعرف على كيفية التصدي للشائعات الإلكترونية المنتشرة في موقع الفيسبوك، تم اختيار مجتمع البحث في الصفحة الرسمية (التقنية من أجل السلام) باستخدام المنهج الوصفي، على عينة تبلغ 236 شائعة تم التصدي لها، وتوصلت الدراسة إلى أن الصفحة لها دور مهم في توعية الجمهور وتحصينه ضد الشائعات، وأن أغلب الشائعات تصدر من المواقع الإلكترونية، كما أشارت إلى أن الهدف هو زعزعة الأمن والاستقرار.

7- دراسة (إيمان قناوي محمد 2018م)<sup>(7)</sup> هدفت إلى التعرف على تأثير شائعات المواقع الإخبارية على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها، وكيفية التصدي لها، بتطبيق صحيفة استبانة على 400 مفردة من مستخدمي المواقع الإخبارية (الأهرام نت، واليوم السابع، ونبض، وسكاي نيوز)، وتوصلت الدراسة أنه لا توجد فروق دالة إحصائية تعزى إلى متغيري (الجنس والعمر) بين أفراد العينة في مدى تأثير شائعات

المواقع الإلكترونية على الوعي الاجتماعي، وأكدت الدراسة على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ترجع إلى متغير المستوى التعليمي في مدى تأثير الشائعات على الوعي الاجتماعي، وأن أهم آليات مواجهة الشائعات عبر المواقع الإخبارية هي توفير المعلومات الرسمية لكافة المواقع الإخبارية.

8- دراسة (ممدوح شتلة 2017م)<sup>(8)</sup> هدفت إلى التعرف على الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي، ودورها في إحداث الصراع السياسي بين الشباب الجامعي، واعتمدت على الاستبانة، وتم اختيار عينة من الشباب الجامعي المصري، وتوصلت النتائج أن موقع (الفيسبوك) جاء في المقدمة حيث الاستخدام والتفضيل، وأكدت أن متغير "التوقيت" في كشفت الشائعة وأن أكثر الأوقات التي تنتشر فيها الشائعات؛ أثناء وجود عمليات إرهابية في المجتمع، والهدف وإثارة البلبلة والفوضى، وتدمير النظام.

9- دراسة (إسماعيل صالح الشمري 2017م)<sup>(9)</sup> هدفت إلى رصد الإشاعة وتأثيراتها ودور الصحافة الإلكترونية في انتشارها، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة المتمثل في عينة مكونة من 104 مبحوثين من ذوي الاختصاص الصحفي، وجاءت أهم النتائج في أن نصف عدد العينة عارض الرأي القائل بأن ما تنشره الصحف الإلكترونية لا يرقى لمستوى المصداقية؛ وبأن الشائعة في الصحافة الإلكترونية لا تأخذ شكل خبر بنسبة 58.85%.

10- دراسة (يسرا عبد الخالق حسن 2017م)<sup>(10)</sup> التي هدفت إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات وتأثيرها على وعي الأفراد والأمن القومي المصري، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح وصحيفة الاستبانة من خلال تطبيقها على عينة قوامها 300 مفردة من الشباب، وتوصلت الدراسة إلى أن سبب انتشار الشائعات غياب المعلومات الدقيقة بنسبة 61.3%، وأظهرت تزايد الوعي الاجتماعي للأفراد، وأن الشائعات من شأنها التأثير على الأمن القومي.

11- دراسة (اعتماد خلف معبد 2016م)<sup>(11)</sup> هدفت إلى التعرف على معالجة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للشائعات وعلاقتها بإدراك المراهقين لواقعهم الاجتماعي والسياسي، وجاءت عينة الدراسة من الشائعات التي تروج في المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية، باستخدام منهج المسح بالعينة، وتم اختيار عينة عمدية من المراهقين، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباط

دالة إحصائيًا للمواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية ومستوى الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات لبعض الشائعات، وأكد المبحوثون أن الشائعات السياسية والاجتماعية الواردة بالمواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية (خطيرة جدًا).

12- دراسة (عبد المجيد مبارك 2016م)<sup>(12)</sup> هدفت إلى رصد استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الوعي بأنظمة النشر الإلكتروني وأخلاقياته في مواجهة الشائعات، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وأداة الاستبانة بالتطبيق على عينة عشوائية من الشباب الجامعي. وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخدامًا بين الشباب الجامعي هي (يوتيوب) وأقلها (فيس بوك)، وأن 47.5٪ يتعاملون مع القصص الإخبارية عبر شبكات التواصل بدون تثبت.

13- دراسة (2016 Kaynar Burak)<sup>(13)</sup> هدفت إلى التعرف على آليات التغلب على الشائعات ودرجة تأثيرها على الأفراد، من خلال استبانة تم تطبيقها على 343 مفردة من مستخدمي المواقع الاجتماعية. وتوصلت إلى وضع آليات للسيطرة والتغلب على الشائعات من خلال التحكم التكنولوجي في المواقع، وكذلك توعية الأفراد بمدى خطورتها.

14- دراسة (Fang Liu, Andrew Burton – Jones, and Dongming) (2014)<sup>(14)</sup> هدفت إلى التعرف على مراحل انتشار الشائعة، والعوامل التي تؤثر عليها، وكيفية مواجهتها، من خلال تصميم نموذج لشائعة تم إرسالها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتتبع كيفية انتشارها. وتوصلت الدراسة إلى أن الإرسال خطوة أولى، وتتمر الشائعة بعدة مراحل، أهمها مرحلة التزايد من حيث عدد الأفراد من ناحية، ومن حيث الزيادة في محتوى الشائعة نفسها من ناحية أخرى، وأن الشائعة تزداد أهمية حينما تتصل بموضوع يهم قطاع عريض.

15- دراسة (2014 Soroush Vosoughi)<sup>(15)</sup> اهتمت بطبيعة شائعات الأحداث المحيطة بالواقع من خلال دراسة شائعات موقعي Twitter و Reddit عن تفجيرات بوسطن 2014م، وصُمم نموذج للشائعات يرصد الوقت الحقيقي الذي تأخذه الشائعة للتأثير والانتشار من خلال دراسة الحالة، وقد توصلت الدراسة إلى أنه يمكن استخدام الشائعات استخدامًا إيجابيًا في وقت الأزمات من خلال استخدام التأثير الإيجابي على الأفراد بما يحقق المصلحة العامة، كما يمكن أن

يكون هناك نظام تطبيقات فورية لمستخدمي الأخبار وكذلك الصحفيين للرد على الأكاذيب.

16- دراسة (شيماء فرج 2013م)<sup>(16)</sup> هدفت إلى التعرف على معالجة الصحافة المصرية للشائعات، بالتطبيق على صحيفتي الأهرام والمصري اليوم، واستخدمت المنهج الوصفي للتعرف على طبيعة ونوعية المعالجة، عن طريق تحليل المضمون لموضوعات صحف الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام عامة وشبكة الإنترنت خاصة من أكثر الوسائل التي ساعدت على ترويج الشائعات، والاعتماد على أخبار مجهولة غير موثقة وخاصة في جريدة المصري اليوم، وهو ما يشكك في صحة الخبر، بالإضافة إلى عدم الموضوعية في نشر الخبر في جريدة الأهرام.

المحور الثاني: دراسات تناولت نظرية الأطر الإعلامية.

1- دراسة (عبد الخالق إبراهيم زقروق 2020م)<sup>(17)</sup> هدفت إلى التعرف على كيفية معالجة الأطر الخبرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي المصري، استخدمت الدراسة منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية، واستخدمت أداة تحليل المضمون وتمثل مجتمع الدراسة التحليلية صحف (الأهرام، والوفد، والمصري اليوم). وعينة ميدانية وقد بلغ (192) عددًا، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التغطية الصحفية لصحف الدراسة غلب عليها طابع التغطية السطحية والبعد عن التغطية المتعمقة، واتسمت التغطية بالافتقار إلى التحليل، كما جاءت المعالجة تبدو جزئية، وجاء الخبر في الترتيب الأول بالنسبة للفنون الصحفية المستخدمة.

2- دراسة (أحمد سالم كساب 2020م)<sup>(18)</sup> سعت إلى رصد التغطية الصحفية الإلكترونية للجرائم المعلوماتية وعلاقتها باستخدام الشباب المصري الشبكة الإنترنت، باستخدام منهج المسح، واستمارة تحليل المضمون للصحف والمواقع الإلكترونية، (بوابة الأهرام الإلكترونية/ الأخبار/ الجمهورية/ الوفد/ المصري اليوم، اليوم السابع/ الدستور/ البوابة نيوز)، وعينة قوامها 400 مفردة من الشباب المصري. وخلصت الدراسة "جريمة النصب والاحتيال على المواطنين" في صدارة الجرائم المعلوماتية. والانتهاك الشخصي، في المقابل جاءت جريمة "التحريض على ارتكاب أعمال تخريبية بمؤسسات الدولة" و"الإرهاب الإلكتروني" في صدارة جرائم

الاعتداء ضد مؤسسات الدولة، وقد أشارت دراسة حسام الدين مصطفى<sup>(19)</sup> على أهمية استخدام أساليب تكنولوجية لردع التضليل والمحتالين.

3- دراسة (أحمد إبراهيم عطية 2020م)<sup>(20)</sup> التي استهدفت تحليل تغطية صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية للأحداث الإرهابية؛ للوصول إلى الأطر الإخبارية التي تتضمنها ملفات الفيديو، وذلك من خلال دراسة استراتيجيات الأطر المصورة، واتجاه وطبيعة التغطية المصورة وأساليب الإقناع، للأحداث الإرهابية. ومن أهم النتائج أن احتلت الأطر الإنسانية المرتبة الأولى بالنسبة لمواقع الصحف، واحتلت أطر التغيير السياسي، ولم تحرص مواقع الصحف على تناول أسباب الأحداث الإرهابية، أو نتائجها، كما لم تحرص أي منها على تقديم الحلول لمواجهة هذا الخطر.

4- دراسة (2019 J. Roberts)<sup>(21)</sup> هدفت إلى مقارنة بين الأطر المستخدمة لصحافة المواطن، ومثيلتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وخلصت إلى أن الأخلاقيات يتم تجاهلها على المنصات الاجتماعية، أو عرضها بشكل سلبي، بدلاً من عرضها بوصفها "مسئوليات والتزامات"، مما قد يسهم في انتشار الأخبار الزائفة.

5- دراسة (هايدي محمد صبري 2019م)<sup>(22)</sup> سعت لتحليل وتفسير الأطر الإعلامية التي يتم من خلالها تقديم الأوضاع الاجتماعية المصرية في الصحافة الفرنسية، وتوصلت الدراسة إلى أن التصورات السلبية على التغطية الصحفية الفرنسية للأوضاع الاجتماعية المصرية هي الغالبة، مع تباين الصحف من حيث كثافة الاهتمام.

6- دراسة (Ephraim Ezebuonyi, Chinenye Nwabueze 2019م)<sup>(23)</sup> تهدف الدراسة إلى رصد أطر معالجة الصحف للتحريض في بيافرا في عهد بوهاري وتأثير الأطر على الدعم الشعبي للمعركة، وأظهرت النتائج أن استخدمت الصحف المؤيدة لـ بيافرا (ديلي صن وبيافرا تايمز) أطرًا سلطت الضوء على الحرمان والتهميش والقمع تحت إدارة بوهاري، واستخدمت الصحف اليومية الأخرى (هذا اليوم والجاردريان) إطارات تميل إلى التنديد بالإثارة.

7- دراسة (غادة واكد 2017م)<sup>(24)</sup> التي هدفت إلى رصد أنماط معالجة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للشائعات وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع الاجتماعي والسياسي، وتوصلت إلى أن أنماط الشائعات في المعالجات الصحفية لموقعي "اليوم السابع" و"فيتو"، هي: تجهيل المصادر، ثم مواقع التواصل الاجتماعي

والتسريبات، واعتمدت المعالجة على آليتي "التجاهل" للشائعات غير المكررة، و"النفي"، كما برز المشاهير وقادة الرأي كقوى فاعلة في ترويح الشائعات.

8- دراسة (أشرف جلال 2015م)<sup>(25)</sup> هدفت إلى رصد أطر التغطية الإخبارية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري، ودراسة استراتيجية القائم بالاتصال في بناء رسالته الإعلامية، كشفت الدراسة عن اتجاه الإعلام المصري للاعتماد على أطر السياسية والأمنية؛ الأمر الذي ينعكس في تغطية إخبارية وإعلامية سطحية ومبتورة تفتقد إلى العمق والشرح والتحليل والتفسير اللازم في قضايا معقدة مثل قضايا الإرهاب.

9- دراسة (محمود حجاج 2015م)<sup>(26)</sup> هدفت إلى رصد تأثير أطر تغطية السياسات الحكومية في البرامج الحوارية على الشعور بالاغتراب السياسي لدى الرأي العام، وخلصت إلى أنه كلما زاد تعرض المبحوثين للمضامين السلبية، قلت ثقتهم في الحكومة والوزراء، وبالتالي شعورهم بالاغتراب والعزوف عن المشاركة.

10- دراسة (Heather Davis Epkls 2012م)<sup>(27)</sup> هدفت إلى فحص الأطر الإخبارية لأزمة الإرهاب في الصحف الإلكترونية وتأثيرها على تكوين اتجاهات الشباب نحوها، واستخدمت المنهج النوعي، وذلك بجمع البيانات عبر المقابلات، وتكونت عينة البحث من 35 صحيفياً متخصصاً في شؤون الأمن القومي الأمريكي بصحيفة "برستيج برس" الإلكترونية الأمنية بواشنطن، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين الأطر الخبرية الحديثة بالصحف والمواقع الإلكترونية وتكوين توجهات الشباب للقضايا كالإرهاب.

#### أظهرت بعض الدراسات السابقة:

- قلة الدراسات العربية والأجنبية التي تعتمد على عينة ميدانية متخصصة في المجال الأمني، أو المجال التكنولوجي، أو القانوني لتجريم مروجي الشائعات. حتى وإن اهتمت بعض الدراسات بعينة من المتخصصين تكون خاصة بالجانب الإعلامي فقط؛ مثل دراسة Heather Davis Epkls 2012م.
- اهتمت معظم الدراسات العربية والأجنبية بتحليل المضمون كأداة رئيسة لجمع البيانات وركزت على التحليل الكمي فقط في التعرف على حجم الاهتمام الذي توليه المواقع الإلكترونية للقضايا المختلفة. وجاءت أغلب الأهداف بالدراسات متشابهة مثل أسباب انتشار الشائعات على المواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي



والمجتمع، كدراسة (عبد الخالق إبراهيم زقزوق 2020م، نصر رمضان (2019م) ودراسة (إبراهيم عطية 2020م).

- اتفقت معظم الدراسات على تحليل مضمون الشائعات وتأثيرها. ولوحظ قلة الدراسات التي تهتم بمراحل تكوين وانتشار الشائعة وتحديد متغيراتها بكل مرحلة، مثل دراسة Fang Liu, Andrew Burton – Jones, and Dongming (28) 2014.

- قلة الدراسات العربية المستخدمة للمنهج التجريبي في دراسات الشائعات، فهو الأقرب لحل المشاكل بالطريقة العلمية؛ كما يشير كل من: (سمير جاد ومهنى غنایم، 2005م) (29) بأنه المنهج الأكثر صدقاً لإيجاد حلول للمشكلات نظرياً وعملياً. وقد اعتمدت عليه دراسة كل من ( Soroush Vosoughi 2014 (30) و Fang Liu, Andrew Burton – Jones, and Dongming (31) 2014.

- اتفاق معظم الدراسات على رصد أطر الأسباب والنتائج، وقلة الاهتمام بأدوات الخطاب في دراسات الشائعات.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

ساعدت الباحثة على التعرف على أفضل الأدوات المنهجية المناسبة للدراسة، كما ساعدت في تحديد العينة التحليلية والميدانية المناسبة، وأسهمت في وضع تصور لأسئلة الاستبانة.

أفادت الباحثة في تحديد الإطار النظري المناسب والذي تستطيع من خلاله تحليل المضمون، وتحديد اتجاهات أفراد العينة والربط بينهم واستخلاص التوصيات، كما ساعدت الباحثة على صياغة الأهداف والتساؤلات.

#### الإطار النظري: نظرية تحليل الأطر الإعلامية:

ظهرت نظرية الأطر (Framing theory) في عصر الإعلام الجماهيري في السبعينات، في الولايات المتحدة؛ حيث بدأت البحوث الإعلامية في معالجة الدور القوي لوسائل الإعلام في تشكيل القضايا السياسية لدى الجمهور، فأصبحت تخلق بقوة تصورات حول العالم المحيط، وكما قال "بنيامين كوهين" (Benjamin Cohen): "على الرغم من أن وسائل الإعلام ليست فعالة بشكل خاص في إخبارنا ما الذي ن فكر فيه، إلا أنها تخبرنا بما يجب التفكير فيه" (32).

يتمثل الفرض الرئيس لهذا المدخل في أن الأحداث لا تتطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهها من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي

عليها قدرًا من الاتساق، من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى؛ مما يؤثر بدوره على كيفية إدراك الجمهور للأحداث وتقييمهم لها وسلوكهم نحوها<sup>(33)</sup>.

فالإطار المستخدم في النص الصحفي: هو تلك الطريقة المكتوبة، أو المنطوقة، أو البيانية (خطوط ورسوم) أو المرئية؛ التي تستخدمها جهة الاتصال لتفسير موضوع ما، مثل شخص، أو حدث، أو واقعة، أو مشكلة ضمن نص يتم إرساله إلى أجهزة الاستقبال (المتلقي) عن طريق الوسيلة<sup>(34)</sup>.

تتبنى نظرية الأطر مقولة مفادها: "أن لوسائل الإعلام قدرة عالية على اختزال الوقائع والأحداث وتقديمها للجمهور من خلال أطر frames محددة تحمل معاني وأفكارًا محددة؛ مما يساعد الجمهور في فهم وتفكيك تلك الوقائع والأحداث المعقدة". فالإطار هو بمثابة الطريقة التي ندرك بها تلك الأشياء (Entman-1993)<sup>(35)</sup>.

ووفقًا لـ "إنتمان" فإن عملية التأيير تُجري "عندما تعمد وسائل الإعلام لاختيار جوانب بعينها من الوقائع حولنا ثم تبرزها في مضامينها الاتصالية"<sup>(36)</sup>.

تقوم "نظرية الأطر الإخبارية" بوصف تأثير السمات البارزة الموجودة في التغطية الإخبارية على الجمهور، وتفسير القصص الخبرية المقدمة في وسائل الإعلام<sup>(37)</sup>، فوسائل الإعلام يمكنها أن تضع القضايا في إطارات وقوالب مختلفة، سواء بتجاهلها، أو بالتشويش عليها ووضعها في خلفية الاهتمامات، أو بالتركيز عليها وإظهارها<sup>(38)</sup>.

#### توظيف النظرية في البحث:

ولذا، تتوافق هذه النظرية مع البحث، حيث تعني برصد وتحليل المواد الصحفية في مواجهة الشائعات بمجتمع الدراسة على اختلاف توجهاتها؛ لتحديد الأطر البارزة المستخدمة في التصدي لتلك الآلية، وتتبنى الباحثة نموذج "إنتمان" الذي يفرق بين أربعة أطر مختلفة عند تناول أي قضية، وهي: أطر تحديد المشكلة، وأطر تشخيص الأسباب، وأطر الحلول، واقتراح المعالجات المختلفة للقضية.

#### أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى تحقيق هدف عام يتمثل في: رصد تعامل المواقع الصحفية والصفحات الرسمية مع الشائعات بالتطبيق على موقع اليوم السابع والصفحة الرسمية لمجلس الوزراء - (حقائق وشائعات)، وبالتالي انعكاساتها على المجتمع المصري، ويرتبط بهذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية، منها:

أولاً: التعرف على نوعية الموضوعات المتعلقة بالشائعات، ورصد أهداف الشائعة في المعالجة، وتحديد الجهات الأكثر استهدافاً من الشائعات.  
ثانياً: رصد الأطر الإعلامية والمرجعية المستخدمة في معالجة الشائعات بالمواقع والصفحات محل الدراسة.

ثالثاً: الكشف عن أطر أسباب الشائعات وأطر الحلول، وتحديد آليات التأطير التي تم توظيفها، ورصد الفنون الصحفية المستخدمة وعناصر الجذب داخل المضامين الصحفية.  
رابعاً: التعرف على اتجاهات المبحوثين نحو تعامل المواقع الصحفية والصفحات الرسمية مع الشائعات، وتحديد عوامل الثقة واللائقة لدى المتلقي من خلال الدراسة الميدانية.

#### تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أنواع الشائعات الأبرز في المواقع الرسمية والإخبارية محل الدراسة؟ ومن الهيئات والفئات الأكثر استهدافاً من الشائعات؟
- 2- ما الفنون الصحفية وعناصر الجذب المستخدمة في موقع اليوم السابع والصفحة الرسمية لمجلس الوزراء للشائعات؟ وما نوع المعالجة وأهدافها؟
- 3- ما الأطر الإعلامية والمرجعية وأطر أسباب انتشار الشائعات وأطر الحلول؟ وما آليات التأطير التي وُظفت؟ وماذا عن الاستراتيجيات المستخدمة في معالجة الشائعات؟
- 4- إلى أي مدى تؤثر المواقع الصحفية والصفحات عينة الدراسة في دحض ونشر الشائعة؟
- 5- كيف أثرت معالجة المواقع الصحفية والصفحات الرسمية عينة الدراسة في اتجاهات المجتمع المصري؟ وما أسباب الثقة واللائقة لدى العينة الميدانية حول المواقع محل الدراسة
- 6- كيف أثرت معالجة المواقع الرسمية والإخبارية عينة الدراسة في اتجاهات المجتمع المصري؟

#### الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو موقف، وذلك من خلال رصد المضامين المثارة وتحليلها عن الشائعات ورصد آراء واتجاهات المبحوثين في المواقع الرسمية والإخبارية.  
منهج الدراسة: تعتمد الدراسة على منهج المسح بالعينة، وتم توظيفه في هذه الدراسة باستخدام عينة من المواد الصحفية للموقع الإخباري اليوم السابع، وعينة من منشورات

الموقع الرسمي لصفحة مجلس الوزراء على الفيس بوك، وعينة من أفراد المجتمع المصري على مواقع التواصل الاجتماعي.

#### أدوات جمع البيانات:

- أداة تحليل المضمون في الشق التحليلي من الدراسة، عبر تصميم استمارة، تنقسم فئاتها الرئيسية إلى (فئات المضمون) مجالات الشائعات، والمؤسسات المستهدفة بها، وأنماط المعالجة الصحفية لها، وأبرز الأدلة المستخدمة لتأكيد أو نفي الشائعة، (وفئات الشكل) الفنون الصحفية المستخدمة، وعناصر الإبراز المصاحبة (وترتبط بأهداف الدراسة وتساؤلاتها).
- أداة الاستقصاء الإلكتروني Questionnaire-E ، وذلك من خلال الاستبانة الرقمية التي يقدمها موقع Google Drive ، تضمنت الاستمارات مجموعة من الأسئلة حول مشكلة الدراسة؛ بما يسمح بتحقيق الأهداف والإجابة عن التساؤلات.
- أسلوب المقارنة المنهجية، يخدم الدراسة في الاستدلال على أوجه الاتفاق أو الاختلاف بين المواقع الرسمية والإخبارية في تناولها لقضية الشائعات.

#### مجتمع وعينة الدراسة:

أولاً: عينة الدراسة التحليلية: تحدد اختيار العينة وفق طبيعة مشكلة البحث ونوع المادة موضوع التحليل، وتكوّنت العينة التحليلية في جميع المواد الخاصة بالرد على الشائعات، وذلك في الفترة من 2020/11/5 إلى 2020/12/5م بواقع شهر كامل، "بنظام الحصر الشامل" لكل من الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء، وموقع اليوم السابع.

#### جدول (1)

توصيف عينة الدراسة التحليلية

الترتيب	%	ك	مجتمع الدراسة
1	65.7	117	موقع اليوم السابع
2	34.3	61	الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)
-	100.0	178	المجموع

تشير معطيات الجدول السابق إلى إجمالي المواد الصحفية بموقع اليوم السابع 117 مادة بواقع 65.7%، بينما منشورات الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات) 61 منشورًا بنسبة 34.3%. وربما يعود هذا الفارق لاهتمام موقع اليوم السابع بالرد على

الشائعات حول الفن والرياضة. ولاحظت الباحثة أن منشورات الصفحة الرسمية 61 منشورًا تناولت منها اليوم السابع حوالي 25 في نفس السياق. وتم اختيار العينة للأسباب التالية:

- تتسم هذه المواقع الإلكترونية بمتابعة الموضوعات التي تتعلق بالشائعات وهي هدف الدراسة.
- تحظى هذه المواقع بشعبية لدى الجمهور من خلال كثافة الاطلاع عليها، وتم التأكد من هذا الشرط من خلال الاطلاع على موقع alexa.com.
- ثانيًا: عينة الدراسة الميدانية: تتمثل في عينة متاحة غير احتمالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، قوامها (150) مفردة. وقد تم تطبيق المسح الميداني في الفترة من 10 ديسمبر 2020م إلى 12 يناير 2021م.

جدول (2) توصيف عينة الدراسة الميدانية

%		ك	السمات الشخصية
50	75	ذكر	النوع
50	75	أنثى	
15.3	23	أقل من 25	السن
28.0	42	من 25 لأقل 35	
45.3	68	من 35 لأقل من 45	
11.3	17	45 فأكثر	
6.0	9	متوسط	الحالة التعليمية
17.3	26	فوق المتوسط	
54.0	81	جامعي	
22.7	34	فوق الجامعي	
28.0	42	أقل من 4 أفراد	حجم الأسرة
56.7	85	من 4-6 أفراد	
15.3	23	6 فأكثر	
40.7	61	منخفض	المستوى الاجتماعي والاقتصادي
48.0	72	متوسط	
11.3	17	مرتفع	
إجمالي العينة = 150			

اختبارا الصدق والثبات: عُرِضت الاستمارات على مجموعة من المتخصصين<sup>(39\*)</sup> وتم التعديل بناء على توجيهاتهم. و**لاختبار الثبات** أعادت الباحثة تحليل عينة من محتوى المواقع عينة الدراسة، وتبين وجود تطابق بنسبة تجاوزت 94% بين النتائج في المرتين، وهي نسبة دلت على وضوح الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات: اعتمدت الدراسة على برنامج معالجة البيانات (SPSS)، باستخدام عدد من المعاملات الإحصائية للحصول على نتائج البحث منها: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومتوسط الوزن المرجح، اختبار كا<sup>2</sup>، الوزن النسبي (النسبي).

#### مصطلحات الدراسة:

الشائعة كما يراها علماء النفس هي "ظاهرة سيكولوجية ذات دلالة ومعنى ودوافع خاصة وراء ظهورها وانتشارها بين الناس، وهناك شبه إجماع على أنها تلك الأقوال والأحاديث والروايات التي يتناولها الناس دون التأكد من صحتها أو التحقق منها<sup>(40)</sup>.

وتعرف الشائعات Rumors بأنها: "الأخبار التي يتناقلها الناس دون إمكانية التحقق من صحتها، ويقوم مصدر الشائعة بنائها وتشكيلها ونشرها، كما يوجد متلقٍ للشائعة، وناشرها، ويشترط لانتشار الشائعات رغبة المتلقي في المعرفة ووجود دافع وفائدة لصاحب الشائعة لنشرها"<sup>(41)</sup>، وهي "معلومات وأخبار مغلوطة قابلة للانتشار عبر الشبكات، لها تأثيرات صادمة"<sup>(42)</sup>.

ومما سبق يمكن تحديد تعريف إجرائي للشائعات بأنها: "معلومات كاذبة مقصود تداولها حول موضوع يهم قطاع عريض من الجمهور لإثارة البلبلة وتشويه صور القادة"

#### تعريف المواقع الرسمية والإخبارية:

الموقع هو "مجموعة صفحات تصف هيئة أو شخص ما وتعرف بهما، وتنظم صفحات الموقع بشكل هرمي في مستويات مختلفة، أو في مواقع فرعية تعالج موضوعًا معينًا أو تعني بناحية معينة من نشاطات واهتمامات البيئة أو الشخص الموصوف"<sup>(43)</sup>.

المواقع الرسمية: وهي المواقع الخاصة بالهيئات والمؤسسات ذات الصفة الرسمية أو شبه الرسمية، مثل الجمعيات المهنية والعلمية وغيرها<sup>(44)</sup>.

التعريف الإجرائي للمواقع الرسمية "هي الصفحات التابعة لمؤسسات الدولة ذات الصفة الرسمية كالوزارات والهيئات الحكومية، والتي تعني بنشر المعلومات والإنجازات بهدف المشاركة ودعم الإيمان الكامل بالدولة.

ويقصد بالمواقع الإخبارية: المواقع التي تحمل النصوص الإخبارية والصور والعناوين وقواعد البيانات حول العديد من الأخبار والقضايا والأحداث، والمحفوظات والوصلات الداخلية والخارجية، والرسوم البيانية، هذا ويؤثر الموقع على المتصفح له كما يؤثر الصحفي في وسائل الإعلام على جمهور القراء<sup>(45)</sup>.

أما عن التعريف الإجرائي للمواقع الإخبارية الخاص بالدراسة الحالية: هي "صفحات تنشر على شبكة الإنترنت تابعة للصحف المطبوعة المستقلة، تتضمن مواد إخبارية على المستوى المحلي والدولي والعالمي، تُجدد بشكل منتظم أو غير منتظم.

### نتائج الدراسة التحليلية:

#### أنواع موضوعات الشائعات في معالجة المواقع عينة الدراسة:

جدول رقم (3) نوع الموضوعات المثارة في الشائعات عينة الدراسة

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة نوع الموضوعات
	%	ك	%	ك	%	ك	
2	18,0	32	31.1	19	11.1	13	اجتماعية
4	11,2	20	21.3	13	6,0	7	اقتصادية
6	6,7	12	9,8	6	5,1	6	سياسية
8	2,2	4	3,3	2	1,7	2	أمنية (عسكرية)
9	1,1	2	1,6	1	0,9	1	دينية
5	9,0	16	9,8	6	8,5	10	صحية، طبية
3	12,9	23	19,7	12	9,4	11	علمية وتربوية
8	2,2	4	1,6	1	2,6	3	بيئية، زراعية
1	32,0	57	0,0	0	48,7	57	فن ورياضة
7	4,5	8	1,6	1	6,0	7	شائعة متداخلة الأنواع
-	100,0	178	100,0	61	100,0	117	المجموع

$\chi^2 = 1.895$  درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية 0.001 دالة

على المستوى التفصيلي لنوعية الموضوعات لكل موقع على حدة، تقدّم الموقع الرسمي لصفحة مجلس الوزراء بالرد على الشائعات الاجتماعية بنسبة 31.1%، يليها اقتصادية بنسبة 21.3%، ثم علمية تربوية، وربما تعود هذه النتيجة لخطورة الشائعات الاجتماعية وتأثرها على المجتمع، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (اعتماد معبد، 2016) في أن الشائعات الاجتماعية الواردة بالمواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية (خطيرة جدًا)، بينما اهتم موقع اليوم السابع بالرد على الشائعات الخاصة بالفن والرياضة. واختلفت هذه النتيجة مع نتيجة (محمد وليد بركات 2020م)<sup>(46)</sup> حيث إن الشائعات الاقتصادية جاءت في صدارة اهتمامات بوابة اليوم السابع؛ وربما يعود ذلك الاختلاف إلى اختلاف فترة التحليل والعينة، وبوجه عام ربما تعود هذه النتائج إلى غياب التنوع الواضح في أجندة المواقع الإخبارية، على عكس الموقع الرسمي حيث الاهتمام بتوعية الجمهور

وتوضيح الحقائق. وبحساب قيمة كا  $2$   $1.895$  وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة  $0.001$ ؛ مما يؤكد وجود علاقة بين نوع الشائعات ومدى اهتمام موقع اليوم السابع والموقع الرسمي لمجلس الوزراء بمواجهة الشائعات.

## جدول رقم (4)

## مصادر التغطية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة للشائعات

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة مصادر التغطية
	%	ك	%	ك	%	ك	
2	25.8	46	13.1	8	32.5	38	مراسل
1	37.6	67	59.0	36	26.5	31	محرر
4	12.4	22	6.6	4	15.4	18	صحف وإذاعات
5	6.2	11	3.3	2	7.7	9	وكالات أنباء عربية وأجنبية
3	18.0	32	18.0	11	17.9	21	غير محدد
	100.0	178	100.0	61	100.0	117	المجموع

كا<sup>2</sup> = 1.705 درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية 0.001 دالة

تشير بيانات الجدول إلى مصادر التغطية التي اعتمدت عليها المواقع محل الدراسة للشائعات أن فئة "محرر" في الترتيب الأول بنسبة 37.6%، وجاءت فئة "مراسل" في الترتيب الثاني بنسبة 25.8%، وأشارت النتائج التفصيلية تفوق الصفحة الرسمية في الاستعانة بالمحرر في التغطية عن موقع اليوم السابع فقد جاء بالترتيب الأول مراسل بنسبة 32.5%، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (محمد الحروب) (47) حول استعانة المواقع الصحفية بالكوادر البشرية في التغطية؛ وربما تعود النتائج إلى توفر الإمكانيات البشرية لدى موقع اليوم السابع والصفحة الرسمية. وبحساب قيمة كا  $2$   $1.075$  وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة  $0.001$ ؛ مما يشير إلى وجود علاقة بين مصادر تغطية الشائعات والمواقع الإخبارية والرسمية.



جدول رقم (5)

أساليب تحقيق هدف الشائعة عينة الدراسة

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة  الغرض من الشائعة
	%	ك	%	ك	%	ك	
3	18.5	33	24.6	15	15.4	18	إثارة البلبلة ضد الدولة
1	39.3	70	34.4	21	41.9	49	التشكيك في سياسة المؤسسات والمسؤولين
2	22.5	40	29.5	18	18.8	22	السعي لعدم الاستقرار وزعزعة الأمن
5	8.4	15	6.6	4	9.4	11	نشر الخوف والذعر
6	2.2	4	1.6	1	2.6	3	تعميق الخلافات بين أفراد المجتمع من خلال التطرف والعنصرية
4	9.0	16	3.3	2	12.0	14	التشكيك في القيم والعادات باستخدام العاطفة الدينية
	100.0	178	100.0	61	100.0	117	المجموع

تشير معطيات الجدول السابق على المستوى الإجمالي للمواقع عينة الدراسة احتل (التشكيك في سياسة المؤسسات والمسؤولين) الترتيب الأول بنسبة 39.3%، يليه في الترتيب الثاني (السعي لعدم الاستقرار وزعزعة الأمن) بنسبة 22.5%؛ ويعود تفسير ذلك إلى أن المروج للشائعة غرضه هز ثقة الملايين من الشعب المصري في مؤسساتها العتيقة وقيادتها، وهذا ما اتفقت عليه نتائج دراسات (يسرا عبد الخالق حسن 2017م)<sup>(48)</sup>، (ممدوح شتلة 2017م)<sup>(49)</sup>، أن الهدف من الشائعة هو الإضرار بالأمن القومي كما أكدت دراسة Heather Davis Epkls 2012م<sup>(50)</sup> أن الهدف من الشائعة دفع الشباب لأعمال العنف.

جدول رقم (6) الهيئات المستهدفة من الشائعة عينة الدراسة

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة  الهيئات المستهدفة
	%	ك	%	ك	%	ك	
3	22.5	40	3.3	2	32.5	38	هيئات عالمية
2	29.8	53	11.5	7	39.3	46	هيئات قومية
1	47.8	85	85.2	52	28.2	33	هيئات محلية
	100.0	178	100.0	61	100.0	117	المجموع

جاءت نتائج التحليل حول الهيئات المستهدفة من الشائعة (الهيئات المحلية) في الترتيب الأول بنسبة 47.8%، يليه في الترتيب الثاني (هيئات قومية) بنسبة 29.8%، بينما جاء

في الترتيب الثالث (هيئات عالمية) بنسبة 22.5٪، وعن النتائج التفصيلية جاءت هيئات محلية في الترتيب الأول للصفحة الرسمية لمجلس الوزراء؛ وتعود تلك النتيجة لمحاولة مروجي الشائعات من ضعف مؤسسات الدولة، بينما جاءت هيئات قومية بالترتيب الأول لموقع اليوم السابع 28.2٪. وأكدت نتائج دراسة (وليد بركات 2020م) <sup>(51)</sup> على استهداف المؤسسات الخدمية، ومنها وزارة الصحة والمستشفيات بالدولة.

جدول رقم (7) الجمهور المستهدف من الشائعة

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة الجمهور المستهدف
	%	ك	%	ك	%	ك	
1	42.1	75	67.2	41	29.1	34	جمهور عام
3	10.7	19	11.5	7	10.3	12	الطلاب وأعضاء هيئة التدريس
5	6.7	12	8.2	5	6.0	7	المسنين وأصحاب المعاشات
4	8.4	15	6.6	4	9.4	11	الأطباء وفريق التمريض
6	2.8	5	4.9	3	1.7	2	العمال وموظفي القطاع الحكومي والخاص
7	2.2	4	1.6	1	2.6	3	الفلاحين والمزارعين
2	27.0	48	0.0	0	41.0	48	الفنانين واللاعبين (الرياضيين)
	100.0	178	100.0	61	100.0	117	المجموع

تشير المعطيات بأن الجمهور المستهدف على المستوى الإجمالي جاء (الجمهور العام) بالترتيب الأول بنسبة 42.1٪، يليه في الترتيب الثاني (الفنانين والرياضيين) بنسبة 27.0٪، بينما جاء في الترتيب الثالث (الطلاب وأعضاء هيئة التدريس) بنسبة 10.7٪، وبالترتيب الأخير (الفلاحين والمزارعين) بنسبة 2.2٪.

على المستوى التفصيلي لكل موقع، جاء (الجمهور العام) بالترتيب الأول للصفحة الرسمية لمجلس الوزراء بنسبة 67.2٪، بينما جاءت فئة الفنانين والرياضيين في الترتيب الأول لموقع اليوم السابع بنسبة 41.0٪. وتؤكد هذه النتيجة تجاهل موقع اليوم السابع كموقع إخباري للشائعات الاجتماعية والاقتصادية التي تهم جمهور عام، وهذا ما اتفقت عليه نتائج دراسة عبد الخالق إبراهيم زقزوق 2020م <sup>(52)</sup> بتجاهل المواقع الصحفية بشكل عام لقضية الشائعات المؤثرة على الأمن القومي.

جدول رقم (8)

أسلوب المعالجة في مواقع الدراسة للشائعات

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة أسلوب المعالجة
	%	ك	%	ك	%	ك	
1	25.8	46	45.9	28	15.4	18	التشكيك
4	13.5	24	13.1	8	13.7	16	التجزئة
2	24.7	44	11.5	7	31.6	37	التكرار
6	5.1	9	3.3	2	6.0	7	التهويل
5	9.0	16	8.2	5	9.4	11	السخرية
3	18.0	32	18.0	11	17.9	21	التحذير
7	3.9	7	0.0	0	6.0	7	الاستعطف
	100.0	178	100.0	61	100.0	117	المجموع

على المستوى التفصيلي لنتائج تحليل أسلوب المعالجة للمواقع محل الدراسة؛ جاء أسلوب التشكيك في الترتيب الأول لمعالجة الصفحة الرسمية بنسبة 45.9%، ثم أسلوب التحذير 18.0%، ثم التجزئة في الترتيب الثالث بنسبة 13.1%؛ وتعني إعادة نشر بعض التصريحات حول شائعة تم تكذيبها. أما موقع اليوم السابع فجاء أسلوب التكرار في الترتيب الأول بنسبة 31.6%، وبالإجمالي أخذ كل من أسلوب الاستعطف والتهويل الترتيبات الأخيرة.

جدول رقم (9)

الاستراتيجيات المتبعة في معالجة مواقع الدراسة للشائعات

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة الاستراتيجيات
	%	ك	%	ك	%	ك	
1	28.7	51	44.3	27	20.5	24	النفي
5	6.7	12	6.6	4	6.8	8	التحليل
4	9.0	16	8.2	5	9.4	11	المتابعة
6	5.1	9	3.3	2	6.0	7	التقييم
3	19.7	35	34.4	21	12.0	14	التوضيح
2	27.5	49	3.3	2	40.2	47	التجاهل
7	3.4	6	0.0	0	5.1	6	التساؤل
	100.0	178	100.0	61	100.0	117	المجموع

على المستوى التفصيلي لتحليل كل موقع على حدة؛ جاءت الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء باتباع استراتيجية (النفي) بنسبة 44.3%، يليها (التوضيح) بنسبة 34.4%،

وترتبط استراتيجية النفي والتوضيح بأسلوب المعالجة التشكيك والتكرار والتجزئة، وهذا ما أشارت إليه نتائج الجدول السابق. ويمكن تفسير النتيجة لاهتمام الموقع الرسمي بتكذيب الشائعات وتوضيح الحقيقة بنشر بعض التصريحات تباعاً. بينما جاء موقع اليوم السابع أكثر استخداماً لاستراتيجية التجاهل بنسبة 40.2%. وأن نسبة الـ 20.5% من استراتيجية النفي باتباع أسلوب التكرار يعتمده موقع اليوم السابع، وهذه النتيجة اتفقت معها دراسة وليد بركات 2020م<sup>(53)</sup>، حيث أشارت نتائج الدراسة إلى اتباع بوابة اليوم السابع لهذا الأسلوب.

## جدول رقم (10)

## أطر المعالجة مواقع الدراسة للشائعات

الترتيب	الإجمالي		صفحة رئاسة الوزراء (الركن الإعلامي)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة أطر المعالجة
	%	ك	%	ك	%	ك	
5	15.2	27	18.0	11	13.7	16	الأطر المحددة بقضية
4	16.3	29	4.9	3	22.2	26	أطر الصراع
3	17.4	31	21.3	13	15.4	18	أطر المسؤولية
1	27.0	48	44.3	27	17.9	21	أطر النتائج الاقتصادية
2	24.2	43	11.5	7	30.8	36	الأطر العامة
	100.0	178	100.0	61	100.0	117	المجموع

أفادت نتائج تحليل الجدول السابق على احتلال "أطر النتائج الاقتصادية" الترتيب الأول في مواقع الدراسة بنسبة 27.0%، ولوحظ استخدام موضوعات غلاء السعار، تدمير الاقتصاد، احتجاجات عمال، رفع الدعم، ورفع وخفض الرواتب والمعاشات. يليها "الأطر العامة" بنسبة 24.2%. وعن النتائج التفصيلية تناولت الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء أطر النتائج الاقتصادية بالترتيب الأول بنسبة 44.3%، والترتيب الثاني أطر المسؤولية بنسبة 21.3%. بينما تناول موقع اليوم السابع "الأطر العامة" بنسبة 30.8%، يليها أطر الصراع بنسبة 22.2%؛ ويمكن تفسير ذلك أن الشائعات تؤثر في الجوانب الاقتصادية واستقرار المجتمع؛ مما دفع الصفحة الرسمية للاهتمام بأطر النتائج الاقتصادية في ظل الأزمة الحالية للبلاد (Covid19)، في المقابل تجاهل موقع اليوم السابع استخدام أطر النتائج الاقتصادية وأطر المسؤولية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سامي هاشم<sup>(54)</sup> في أن الشائعة تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع.

جدول رقم (11)

الأطر المرجعية للموضوعات المتعلقة بالشائعات في المواقع عينة الدراسة

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة  الأطر المرجعية
	%	ك	%	ك	%	ك	
1	54.5	97	57.4	35	53.0	62	أطر الاستراتيجية
2	33.7	60	36.1	22	32.5	38	أطر الاهتمامات الإنسانية
3	11.8	21	6.6	4	14.5	17	أطر المبادئ الأخلاقية
	100.0	178	100.0	61	100.0	117	المجموع

أفادت نتائج تحليل الجدول السابق على المستوى العام احتلال أطر الاستراتيجية الترتيب الأول في المعالجة بنسبة 54.5%، يليها أطر الاهتمامات الإنسانية بنسبة 33.7%، ولوحظ قلة استخدام المواقع عينة الدراسة لأطر المبادئ الأخلاقية والتي تهتم بإثارة الفتن، نشر الخصومات والعداءات.

جدول رقم (12)

أطر أسباب انتشار الشائعات في المواقع عينة الدراسة

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة  أطر الأسباب
	%	ك	%	ك	%	ك	
6	13.5	24	19.7	12	10.3	12	ضعف التصدي الإعلامي والقانوني لمروجي الشائعات
1	18.5	33	26.2	16	14.5	17	عدم مساندة المواقع الإخبارية للصفحات الرسمية في نشر الحقائق
3	16.9	30	18.0	11	16.2	19	تدني الأحوال الاقتصادية
4	14.6	26	8.2	5	17.9	21	ضعف تقديم الإعلام الرسمي للمعلومات
5	14.0	25	13.1	8	14.5	17	توتر الأوضاع السياسية
2	17.4	31	9.8	6	21.4	25	نقص الوعي
7	5.1	9	4.9	3	5.1	6	وقوع الأزمات بشكل متتال
	100.0	178	100.0	61	100.0	117	المجموع

أشارت بيانات الجدول إلى أطر أسباب انتشار الشائعات، حيث جاء عدم مساندة المواقع الإخبارية للصفحات الرسمية في نشر الحقائق في الترتيب الأول بنسبة 18.5%، وجاء نقص الوعي في الترتيب الثاني بنسبة 17.4%. بينما موقع اليوم السابع جاء في الترتيب الأول ضعف الوعي بنسبة 21.4%، وفي الترتيب الثاني ضعف تقديم الإعلام الرسمي للمعلومات بنسبة 17.9%. واتفقت النتائج مع دراسة شيماء فرج 2013م حول إهمال المواقع الإخبارية تقديم المعلومات.

## جدول رقم (13)

## أطر النتائج للموضوعات المتعلقة بالشائعات في المواقع عينة الدراسة

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة  أطر النتائج
	%	ك	%	ك	%	ك	
2	19.1	34	16.4	10	20.5	24	تشويه الرموز والمراكز الشخصية
1	23.6	42	26.2	16	22.2	26	التمويه وإخفاء الحقائق
4	12.9	23	14.8	9	12.0	14	تشثيت الرأي العام حول قضية معينة
2	19.1	34	18.0	11	19.7	23	إسقاط وتشويه إنجازات الدولة
3	14.6	26	13.1	8	15.4	18	تهديد الوحدة المجتمعية
5	6.7	12	6.6	4	6.8	8	التخريب
6	3.9	7	4.9	3	3.4	4	إثارة الفتن
	100.0	178	100.0	61	100.0	117	المجموع

تشير بيانات أطر النتائج أن التمويه وإخفاء الحقائق جاء في الترتيب الأول بنسبة 23.6%، وجاء تشويه الرموز والمراكز الشخصية وإسقاط وتشويه إنجازات الدولة متعادلين في الترتيب الثاني بنسبة 19.1%، وعن النتائج التفصيلية احتل التمويه وإخفاء الحقائق في الصفحة الرسمية الترتيب الأول بنسبة 26.2%، وفي الترتيب الثاني إسقاط وتشويه إنجازات الدولة بنسبة 18.0%. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة دوفينز وآخرين<sup>(55)</sup>، ودراسة نهلة نجاح (٢٠١٨م)، حيث بينت مدى قدرة الشائعات على التحايل على عقول الناس وتشويه الحقائق لزعة الاستقرار.

## جدول رقم (14)

## أطر الحلول للموضوعات المتعلقة بالشائعات في المواقع عينة الدراسة

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة  أطر الحلول
	%	ك	%	ك	%	ك	
4	14.0	25	13.1	8	14.5	17	توفير المعلومات كاملة على المواقع الرسمية والإخبارية
1	21.3	38	26.2	16	18.8	22	وضع تشريعات للنشر على مواقع التواصل الاجتماعي
6	10.1	18	14.8	9	7.7	9	تكثيف حملات توعوية
2	19.1	34	18.0	11	19.7	23	وضع عقوبات لمروجي الشائعات
3	15.2	27	14.8	9	15.4	18	الاتصال الفعال بين القيادات والمواطنين
5	11.2	20	8.2	5	12.8	15	استثمار الشائعات للصالح العام
7	9.0	16	4.9	3	11.1	13	عدم تداول الأخبار غير الموثوقة
	100.0	178	100.0	61	100.0	117	المجموع

أشارت تحليل بيانات جدول أطر الحلول إلى أن وضع تشريعات للتعامل على مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول 21.3٪، وجاء وضع عقوبات لمروجي الشائعات في الترتيب الثاني بنسبة 19.1٪، والاتصال الفعال بين القيادات والمواطنين في الترتيب الثالث بنسبة 15.0٪. وأشارت النتائج التفصيلية للصفحة الرسمية لمجلس الوزراء إلى ضرورة وضع تشريعات للنشر على مواقع التواصل الاجتماعي، ووضع عقوبات لمروجي الشائعات، واتفقت معها موقع اليوم السابع. وهذا التقارب بين النتائج يوضح أهمية الترابط بين مجموعة الحلول، والتي أكدت على أغلبها نتائج الدراسة الميدانية، وأشارت لها نتائج دراسة أحمد سالم كساب<sup>(56)</sup>، ودراسة حسام مصطفى<sup>(57)</sup>.

#### جدول رقم (15)

##### آليات توظيف الأطر للموضوعات المتعلقة بالشائعات في المواقع عينة الدراسة

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة  آليات التوظيف
	ك	%	ك	%	ك	%	
4	23	12.9	7	11.5	16	13.7	الأرقام والإحصائيات
2	27	15.2	14	23.0	13	11.1	تصريحات مسؤولين
5	23	12.9	9	14.8	14	12.0	الكلمات الدلالية
1	42	23.6	6	9.8	36	30.8	عرض وجهة نظر
6	21	11.8	12	19.7	9	7.7	عرض وجهتي نظر
7	17	9.6	9	14.8	8	6.8	التبرير
3	25	14.0	4	6.6	21	17.9	اقتباسات
	178	100.0	61	100.0	117	100.0	المجموع

تشير المعطيات على المستوى الإجمالي إلى احتلال آلية "عرض وجهة نظر" الترتيب الأول بنسبة 23.6٪، وعلى المستوى التفصيلي استخدمت الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء "تصريحات مسؤولين" بنسبة 23.0٪، وفي الترتيب الثاني "الكلمات الدلالية والتبرير" بنسبة 14.8٪. بينما اهتم موقع اليوم السابع بالاقتباس بنسبة 17.9٪. واتفقت مع نتائج دراسة غادة واكد 2017م والتي تؤكد على اتباع المواقع الإخبارية أسلوب التجاهل.

## جدول رقم (16)

## أهداف المعالجة في مواقع الدراسة للشائعات

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة أهداف المعالجة
	%	ك	%	ك	%	ك	
3	15.2	27	4.9	3	20.5	24	دعائية
2	33.1	59	62.3	38	17.9	21	تفسيرية
4	14.6	26	13.1	8	15.4	18	نقدية
1	37.1	66	19.7	12	46.2	54	غير محددة
	100.0	178	100.0	61	100.0	117	المجموع

تشير بيانات الجدول إلى أهداف المعالجة للشائعات، حيث جاءت في الترتيب الأول فئة (غير محددة) بنسبة 37.1%، والمعالجة التفسيرية في الترتيب الثاني بنسبة 33.1%.

اهتمت الرسمية لمجلس الوزراء بالمعالجة التفسيرية، حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة 62.3%. بينما جاء في الترتيب الأول لموقع اليوم السابع فئة المعالجة (غير محددة) بنسبة 46.2%. تشير النتائج إلى سعي الصفحات الرسمية إلى إعلام المتصفح بالحقائق.

تشير بيانات تحليل اللغة المستخدمة في معالجة الشائعات في الترتيب الأول جاءت اللغة الفصحى المبسطة بنسبة 87.1%، يليها في الترتيب الثاني (أكثر من مستوى لغوي) بنسبة 10.1%، بينما جاء في الترتيب الثالث (عربية عامية) بنسبة 2.8%. ولم تأخذ العربية الفصحى أية نسبة، واتفقت هذه النتائج بشكل عام مع نتائج دراسة عبد الخالق زقروق<sup>(58)</sup>، وقد جاءت النتائج التفصيلية لمواقع الدراسة متفقة مع النتائج العامة؛ وربما يرجع ذلك إلى أن التأثير على القارئ وسهولة إقناعه يحتاج إلى استخدام أبسط الأساليب؛ الفصحى المبسطة ملائمة للقراء حيث يسهل فهم واستيعاب المضمون.



جدول رقم (17)

يوضح الفنون الصحفية المستخدمة في المواقع عينة الدراسة للشائعات

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة الفنون الصحفية
	%	ك	%	ك	%	ك	
1	55.1	98	57.4	35	53.8	63	خبر
4	12.4	22	19.7	12	8.5	10	تقرير
3	12.9	23	3.3	2	17.9	21	تحقيق
5	2.2	4	0.0	0	3.4	4	مقال
6	1.7	3	0.0	0	2.6	3	كاريكاتير
2	15.7	28	19.7	12	13.7	16	تعليق
	100.0	178	100.0	61	100.0	117	المجموع

أوضحت معطيات الجدول السابق حول الفنون الصحفية على المستوى الإجمالي أنّ (خبر) جاء في الترتيب الأول بنسبة 64.0%، يليه في الترتيب الثاني (تعليق) بنسبة 15.7%، بينما جاء في الترتيب الثالث (تحقيق) بنسبة 12.9%، ثم في الترتيب الرابع جاء (تقرير) بنسبة 12.4%. واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق زقزوق<sup>(59)</sup>.

جدول رقم (18)

يوضح عناصر الإبراز في المواقع عينة الدراسة للشائعات

ن=178

الترتيب	الإجمالي		الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)		موقع اليوم السابع		مجتمع الدراسة عناصر الجذب والإبراز
	%	ك	%	ك	%	ك	
4	52.2	93	91.8	56	31.6	37	ذكر المصادر
1	95.5	170	100.0	61	93.2	109	توفير مساحة لإبداء الرأي
6	15.2	27	9.8	6	17.9	21	فيديو
3	63.5	113	83.6	51	53.0	62	صور
5	45.5	81	73.8	45	30.8	36	أبناط مختلفة
7	11.8	21	6.6	4	14.5	17	تعليق صوتي، موسيقى
2	66.3	118	91.8	56	53.0	62	خطوط وألوان

تشير معطيات الجدول على المستوى الإجمالي عناصر الإبراز في العينة محل الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول (توفير مساحة لإبداء الرأي) بنسبة 95.5%، يليه في الترتيب

الثاني (خطوط وألوان) بنسبة 66.3%، بينما جاء في الترتيب الثالث (صور ملونة) بنسبة 63.5%. لوحظ عدم اهتمام موقع اليوم السابع بذكر المصادر.

### نتائج الدراسة الميدانية:

#### جدول (19)

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على أهم وأحدث الأخبار طبقاً للنوع (ن=150)

الترتيب	مجموع		إناث		ذكور		المتغير
	%	ك	%	ك	%	ك	
2	20.7	31	12.0	18	8.7	13	دائماً
1	64.0	96	28.0	42	36.0	54	أحياناً
3	15.3	23	10.0	15	5.3	8	لا
	100.0	150	50.0	75	50.0	75	مجموع

قيمة كا<sup>2</sup> 1.265 درجة الحرية 4 مستوى المعنوية 0.859 غير دالة

تشير بيانات الجدول أن نسبة 64.0% من أفراد العينة أحياناً ما يستخدمون مواقع التواصل في معرفة آخر الأحداث، وفي الترتيب الثاني (دائماً) بنسبة 20.7%، وتفسر النتيجة مدى استخدام الباحثين لمواقع التواصل واعتمادهم عليها للحصول على الأخبار، وقد اتفقت هذه النتيجة مع كل من (دراسة Andrews وآخرون (6) ٢٠١٦م)<sup>(60)</sup> Kelley وShanahan (2016م)<sup>(61)</sup> في كثافة الحصول على الأخبار والمعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي. وبحساب كا<sup>2</sup> وجد أنها 1.265 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.859؛ مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع ومدى الحصول على الأخبار والمعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

#### الجدول (20)

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على أهم وأحدث الأخبار طبقاً للمستوى التعليمي

الترتيب	الإجمالي		فوق الجامعي		جامعي		فوق المتوسط		متوسط		المتغير
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2	38.7	58	5.3	8	15.3	23	12.7	19	5.3	8	دائماً
1	45.3	68	7.3	11	34.0	51	3.3	5	0.7	1	أحياناً
3	16.0	24	10.0	15	4.7	7	1.3	2	0.0	0	لا
	100.0	150	22.7	34	54.0	81	17.3	26	6.0	9	مجموع

قيمة كا<sup>2</sup> 1.945 درجة الحرية 4 مستوى المعنوية 0.001 دالة

أشارت بيانات الجدول السابق أن نسبة 45% من أفراد العينة يستخدمون (أحياناً) مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الأخبار، وفي الترتيب الثاني جاءت (دائماً) بنسبة 38.7%. وبحساب كا<sup>2</sup> وجد أنها 1.945 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001؛ مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين المستوى التعليمي ومدى الحصول على الأخبار والمعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

- أشارت النتائج حول السؤال عن مدى الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (من ساعة لأقل من 4 ساعات يومياً) في الترتيب الأول بنسبة 55.3%، يليها في الترتيب الثاني (من أربع ساعات لـ أقل من 6 ساعات) بنسبة 24.7%، بينما جاء في الترتيب الثالث (أقل من ساعة يومياً) بنسبة 12.0%. وفي الترتيب الرابع (6 ساعات فأكثر يومياً) بنسبة 8.0%. واتفقت النتيجة مع دراسة أمريكية تؤكد استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر<sup>(62)</sup>؛ وربما تفسر هذه النتائج لاستخدام الهواتف المحمولة لتقنيات تكنولوجية مختلفة بما ييسر إمكانية الحصول على الأخبار والتواصل، دون قيود الزمان والمكان عن طريق مشاركات المستخدمين.

- وعن السؤال حول أكثر مواقع التواصل الاجتماعي متبعة لدى الباحثين جاء موقع الفيس بوك في الترتيب الأول بنسبة 45.3%، ويليه اليوتيوب بنسبة 22.7%، ثم الواتس آب بنسبة 18.0%، وأخذ موقع تويتر نسبة 10.7%، وجاء انستجرام في الترتيب الأخير بنسبة 3.3%. وربما تعود هذه النتيجة إلى قدم وسهولة استخدام الفيس بوك، وعرض اليوتيوب للفيديوهات. واتفقت النتيجة مع نتائج دراسة نصر رمضان (2019م)<sup>(63)</sup> بأن موقع الفيس بوك الأكثر انتشاراً وتداولاً للشائعات، بينما اختلفت دراسة عبدالمجيد مبارك 2016م في أن الفيس بوك احتل الترتيب الأخير من حيث الاستخدام.

- وأشارت نتائج سؤال ما أكثر المواقع ترويجاً للشائعات؟ جاء الفيس بوك في الترتيب الأول بنسبة 84.7% من إجمالي العينة، ويليه في الترتيب الثاني تويتر بنسبة 8.7%، ثم يوتيوب بنسبة 4.0%، وفي الترتيب الرابع موقعاً الواتس آب والانستجرام بنفس النسبة 1.3%.

- وعن السؤال ما أكثر الأوقات لانتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي؟ جاء في الترتيب الأول الأزمات والحروب والكوارث بنسبة 48.0%، يليها في الترتيب الثاني وقوع عمليات إرهابية بنسبة 30.7%، وفي الترتيب الثالث "المناسبات والأعياد"

بنسبة 16.7%. بينما جاء في الترتيب الرابع "أوقات الانتخابات" بنسبة 3.3%، وفي الترتيب الخامس جاء "إصدار قرارات حكومية" بنسبة 1.3%. وتدل النتيجة على أن المروج للشائعات يعمل باستراتيجية وتخطيط لتحقيق أهداف معينة. واتفقت النتائج مع نتائج دراسة ممدوح شتلة 2017م بأن أكثر الأوقات انتشارًا للشائعات أثناء وقوع عمليات إرهابية.

- وعن السؤال ما مدى الثقة فيما يتم تداوله على مواقع التواصل الاجتماعي؟ جاءت في الترتيب الأول "الثقة منخفضة" بنسبة 40.7%، وبالترتيب الثاني الثقة المتوسطة بنسبة 26.7%، وفي الترتيب الثالث "لا أثق مطلقًا" بنسبة 21.3%، وجاءت في الترتيب الأخير أثق بدرجة كبيرة بنسبة 11.3%. ربما تشير هذه النتيجة ارتفاع نسبة الوعي اتجاه تلك المواقع.

- وعن سؤال هل مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة للشائعات؟ جاءت إجابات أغلبية العينة ب(أوافق) في الترتيب الأول بنسبة 65.3%، يليها بالترتيب الثاني (أوافق إلى حد ما) بنسبة 30.0%، وبالترتيب الثالث (لا أوافق) بنسبة 4.7%. وهذا ما يؤكد زيادة نسبة الوعي وإمكانية استغلال هذا لدى المجتمع المصري للمصالح العام.

- وحول سؤال هل كانت الأمية الرقمية سببًا في عدم تداول الشائعات؟ أكدت نسبة 60.7% من أفراد العينة على "نعم". بينما جاء بالترتيب الثاني "إلى حد ما" بنسبة 28.0% بالترتيب الثالث (لا) بنسبة 11.3%. ويمكن تفسير ذلك بأن الجهل بكيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحد من نشر وتداول المعلومات. وهذا ما أكدته دراسة (Adrien Friggeri, 2014) أن سهولة استخدام المواقع من أساليب النسخ والتسجيل والنشر يساعد في تداول الشائعات.

- وبالسؤال عن أسباب انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، جاءت بالترتيب الأول (سرعة وسهولة تداول المعلومات) بنسبة 48.7%، يليها (ما تنشره المواقع الإخبارية لا يرقى لمستوى التصديق) بنسبة 29.3%، وبالترتيب الثالث (عدم وجود رقابة فعالة على مواقع التواصل الاجتماعي) بنسبة 14.0%، يليها (ضعف دور المواقع الإخبارية والرسمية في توضيح الحقائق) بنسبة 8.0%. وهذا ما اتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة اسماعيل بن مزهر<sup>(64)</sup>.

- وأشارت نتائج السؤال عن أساليب إنتاج الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي بينت أن (إضافة وحذف معلومات مغلوطة للخبر) في الترتيب الأول بنسبة 42.0%، يليها بالترتيب الثاني (تداول تصريحات متناقضة) بنسبة 22.7%،

وبالترتيب الثالث (التلاعب في صور فوتوغرافية) بنسبة 15.3٪، وفي الترتيب الرابع (التلاعب في مقطع فيديو) بنسبة 10.7٪، ثم الترتيب الخامس (التلاعب في تسجيل صوتي) بنسبة 9.3٪.

- وأوضحت نتائج السؤال: هل انتهت الخصوصية الشخصية والوطنية في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي؟ أكد أغلبية المبحوثين على انتهاء الخصوصيات "بنعم" بنسبة 95.3٪، يليها نسبة 23.3٪ أنها انتهت "إلى حد ما"، بينما نسبة 4.7٪ من العينة لا يؤيدون ذلك. وربما يعود ذلك إلى دور الحرب النفسية في التأثير على الجمهور المستهدف من خلال دفع الأفراد أنفسهم إلى التخلي عن الخصوصية، بالإضافة إلى عدم وجود مؤسسات فكرية متخصصة داخل المؤسسات الأكاديمية أو خارجها لتوعية الأفراد في ظل الطبيعة الآنية لمواقع التواصل الاجتماعي بأهمية الخصوصية.

- وبينت نتيجة السؤال: ما سمات الشائعات المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟ جاءت (سرعة الانتشار) بنسبة 84.0٪، يليها (تزايد أعداد المتلقين) بنسبة 8.7٪، وبالترتيب الثالث (ثبات المحتوى نسبيًا) بنسبة 4.7٪، ثم (تكرار النشر) بنسبة 2.7٪. ويعد هذا الترتيب منطقيًا كون سرعة وتزايد الانتشار تؤدي لزيادة عدد المتلقين وتكرار النشر.

- وأشارت نتائج السؤال: هل إعادة نشر الخبر على مواقع التواصل الاجتماعي تجعله أقرب للتصديق؟ أجاب نسبة 50.0٪ من أفراد العينة بـ (إلى حد ما)، يليها (نعم) بنسبة 27.3٪، وبالترتيب الثالث (لا) بنسبة 22.7٪. ويمكن تفسيره بأن عملية تكرار النشر يزيد من السيطرة على تدفق مضمون الرسالة داخل عقل المتلقي، فهي تحيط به على مختلف المواقع، وبالتالي زيادة فرصة التصديق.

33- وحوال السؤال حول الممارسات الإعلامية التي تسهم في تكوين وانتشار الشائعة، أشارت البيانات إلى نسبة 94.7٪ من أفراد العينة يتفقون على أن (عدم ذكر المواقع الإخبارية الخاصة والقومية لمصادر الخبر)، يليها بالترتيب الثاني (الإثارة في العناوين، والتي قد تختلف مع مضمون الخبر) بنسبة 84.7٪، وهذا بالفعل ما يحدث في العديد من المواقع الصحفية. وفي الترتيب الثالث (الترويج لخبر مختلق، يتم تعليقه بطريقة قابلة للاستهلاك من طرف الرأي العام) بنسبة 55.3٪، وبالترتيب الرابع (المبالغة والتحويل في التشويه والتلاعب بالحقيقة بهدف التأثير) بنسبة 48.0٪، ثم الترتيب الخامس (استخدام أسلوب الإيحاء والتلميح) بنسبة 45.3٪، وبالترتيب السادس (عدم التوازن في

المادة الإعلامية كقيام القائم بالاتصال بعرض وجهة نظر طرف واحد) بنسبة 28.7٪، ثم الترتيب السابع (غياب المعلومات الدقيقة) بنسبة 24.0٪؛ وهذا ما يبرر عدم ثقة أفراد المجتمع في بعض مؤسسات الدولة وقادتها. وقد اتفقت نتائج دراسة عبد الخالق حسن 2017م<sup>(65)</sup> أن سبب نمو وانتشار الشائعات بالمجتمع غياب المعلومات الدقيقة. اتجاهات المبحوثين نحو الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات):

- جاءت نتائج السؤال: ما مدى متابعتك للصفحة الرسمية لمجلس الوزراء؟ جاء بالترتيب الأول المتابعة (أحياناً) بنسبة 58.0٪، يليها (دائمًا) بنسبة 34.7٪، وبالترتيب الثالث (لا) بنسبة 7.3٪. وتعود هذه النتيجة لأهمية ودور المواقع الرسمية في الوصول لحقيقة الأحداث.

#### جدول (35)

الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء تساعدك في معرفة الحقيقة (ن=139)

الترتيب	%	ك	المتغير
2	30.9	43	نعم
1	48.2	67	إلى حد ما
3	20.9	29	لا

أفادت البيانات بأن الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء تساعد (إلى حد ما) المبحوثين بنسبة 48.2٪، يليها بالترتيب الثاني (نعم) بنسبة 30.9٪، وبالترتيب الثالث (لا) بنسبة 20.9٪. وهذا ما أكدت عليه دراسة نهلة نجاح (٢٠١٨م)<sup>(66)</sup> حيث أكدت على دور الصفحات الرسمية في دحض الشائعات ووعي الجمهور.

- وعن السؤال عن: مدى الثقة فيما ينشر على الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء لإجمالي المبحوثين المتابعين للصفحة، أوضحت النتائج أن نسبة 51.1٪ اختاروا "نعم نثق"، يليها (إلى حد ما) بنسبة 30.2٪، وجاءت "لا نثق" بالترتيب الأخير بنسبة 18.7٪. وتوضح النتائج مدى أهمية الصفحات والمواقع الرسمية لدى المتابعين والتأثير عليهم، واتفقت مع هذا دراسة نهلة نجاح (٢٠١٨م) بأن للصفحات الرسمية دورًا مؤثرًا ومهمًا.

- بينت النتائج حول أن السبب الأول لثقة أفراد العينة (ن=113) في الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء أنها (تابعة للحكومة) وذلك بنسبة 60.2٪، يليها (نشر الشائعات وتصحيحها على الصفحة) بنسبة 23.9٪، ثم (تقديم المعلومات حول الخبر) بنسبة 10.6٪، يليها (الرد السريع) بنسبة 5.3٪، وهو ما يؤكد أهمية دور المؤسسة

الحكومية كمؤثر قوي وقدرتها على استخدام الشائعة بشكل إيجابي، وهذا ما أشارت إليه النتائج التحليلية.

أشارت بيانات السؤال حول مقترحات لتفعيل دور الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء في التصدي للشائعات، جاءت عبارة (تأهيل الكوادر الإعلامية المسؤولة عن الصفحة) في الترتيب الأول بنسبة 84.7٪، وهي نسبة تؤكد على أهمية دور المحرر وما يملكه من أدوات علمية وفنية، يليها بالترتيب الثاني (وضع عقوبات واضحة لكافة أشكال التعاطي الإلكتروني مع الشائعات الخاصة بالمؤسسات الحكومية) بنسبة 75.3٪، وبالترتيب الثالث (تصميم حملات توعوية لمواجهة الشائعات تراعي الخصائص الديموغرافية) بنسبة 72.0٪، وبالترتيب الرابع (إنشاء مركز إعلامي وبحثي مستقل للسيطرة على الشائعات) بنسبة 64.0٪، ثم الترتيب الخامس (توضيح الحقائق للرأي العام حول قضايا المجتمع والتحديات التي تواجهه) بنسبة 62.0٪، وبالترتيب السادس (دعم المواقع الرسمية بمزيد من الأساليب التكنولوجية للرد والتفاعل مع المتلقي) بنسبة 49.3٪، والترتيب السابع (نشر ثقافة التعامل مع الشائعة) بنسبة 35.3، وبالترتيب الأخير (حجب مواقع التواصل الاجتماعي التي تسهم في سرعة انتشار الشائعات) بنسبة 9.3٪.

#### اتجاهات المبحوثين نحو موقع اليوم السابع:

اتضح من نتائج السؤال حول متابعة أفراد العينة لموقع اليوم السابع، جاءت (دائمًا) بنسبة 50.0٪، يليها (أحيانًا) بنسبة 45.3٪، وفي الترتيب الأخير (لا) بنسبة 4.7٪. ويفسر هذا مدى أهمية الموقع ومتابعته من قبل عينة المبحوثين، واتفقت مع هذه النتيجة دراسة كل من (ندية عبد النبي 2017م)<sup>(67)</sup>.

وعن نتيجة السؤال: هل يساعدك موقع اليوم السابع في التحقق من الشائعة؟ جاءت في الترتيب الأول (لا) بنسبة 42.7٪، يليها (إلى حد ما) بنسبة 31.5٪، ثم (لا) بنسبة 25.9٪. وهذا ما يؤكد على أن المواقع الإخبارية تساعد على انتشار الشائعة، واتفقت دراسة حاتم محمد عاطف عبد الخالق 2018م<sup>(68)</sup> بأن المواقع الإخبارية تسهم في نشر الشائعات.

وحول ثقة أفراد العينة المتابعين لموقع اليوم السابع (ن=143) أفادت النتائج إلى عدم الثقة بنسبة 44.8٪ (لا)، يليها (أثق إلى حد ما) بنسبة 32.9٪، وجاءت (أثق) بنسبة 22.4٪. وربما يعود ذلك إلى أن عبقرية صناعة المضمون الصحفي لم تعد تحظى به الصحافة الآن بالرغم من الإمكانيات المتاحة.

## جدول (42)

إعادة نشر موقع اليوم السابع لنضس المنشورات من المواقع الرسمية.

الترتيب	الاتجاه	الوزن النسبي	الوسط المرجح	عدد النقاط	غير موافق		محايد		موافق		المتغير
					%	ك	%	ك	%	ك	
4	غير موافق	48.9	1.47	220	65.3	98	22.7	34	12.0	18	يشككنى في الحقيقة
2	موافق	75.6	2.27	340	22.7	34	28.0	42	49.3	74	لا ينفي الشائعة
3	محايد	65.8	1.97	296	17.3	26	68.0	102	14.7	22	يزيد من ثقتي تجاه ما ينشر على المواقع الرسمية
1	موافق	80.7	2.42	363	15.3	23	27.3	41	57.3	86	يقلل من ثقتي تجاه موقع اليوم السابع

أشارت بيانات الجدول السابق بأن عبارة "يقلل من ثقتي تجاه موقع اليوم السابع" كانت الأعلى في الوزن النسبي (80.7%)، يليها "لا ينفي الشائعة" (75.6%)، وهذا ما أشارت إليه نتائج اختبار الثقة لدى أفراد العينة.

- أشارت بيانات السؤال حول أهم المقترحات الخاصة بتفعيل دور موقع اليوم السابع في مواجهة الشائعات، جاءت في الترتيب الأول عبارة (زيارات ميدانية للمؤسسات المعنية) بنسبة 94.7%، يليها في الترتيب الثاني (دعم المواقع الرسمية في نفي الشائعة بأدلة مختلفة) بنسبة 92.0%، وفي الترتيب الثالث (عدم نشر الموضوعات التي تغذي الشائعات وانتقاء العناوين) بنسبة 70.7%، وفي الترتيب الرابع (متابعة مردود الشائعة والرد على أسئلة وتعليقات المتابعين) بنسبة 67.3%، ثم الترتيب الخامس (نشر المعلومات والخلفيات بشفافية) بنسبة 55.3%، وفي الترتيب السادس (نشر الانجازات المختلفة التي تحققت أجهزة الدولة) بنسبة 48.7%، ثم الترتيب السابع (الاهتمام بالموضوعات الاجتماعية والاقتصادية) بنسبة 31.3%.



اتجاهات المبحوثين المعنوية والسلوكية والمعرفية حول قضية الشائعات والتعامل معها.

جدول (44)

هل تسهم المواقع الإخبارية للصفحات الرسمية في نشر الحقائق وردع للشائعات "طبقًا للنوع"  
(ن=150)

الترتيب	مجموع		إناث		ذكور		المتغير
	%	ك	%	ك	%	ك	
3	7.3	11	3.3	5	4.0	6	تسهم بدرجة عالية
2	40.0	60	28.7	43	11.3	17	تسهم إلى حد ما
1	52.7	79	18.0	27	34.7	52	لا تسهم
	100.0	150	50.0	75	50.0	75	مجموع

قيمة كا<sup>2</sup>=4.662 درجة الحرية 4 مستوى المعنوية=0.331 غير دالة

أشارت بيانات الجدول السابق أنها (لا تسهم) بنسبة 52.7%، وفي الترتيب الثاني جاءت (تسهم إلى حد ما) بنسبة 40.0% وفي الترتيب الثالث (تسهم بدرجة عالية) بنسبة 7.3%. وقد أشارت النتائج التحليلية أن موقع اليوم السابع يقوم بإعادة نشر المنشورات الخاصة بالشائعات والمرتبطة بالموضوعات الاجتماعية والاقتصادية؛ وهذا ما يفسر رأي المبحوثين كونهم لا يطلعون على جديد داخل المواقع الإخبارية. وقد أكد اختبار كا<sup>2</sup> على عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع العينة الميدانية وبين آراءهم حول مدى إسهام المواقع الإخبارية للصفحات الرسمية في صد الشائعات حيث بلغت كا<sup>2</sup> 4.662 عند درجة حرية 4، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.331.

- كشفت إجابات أفراد العينة عن استخدام المواقع الرسمية والإخبارية في التأكد من صحة الخبر، جاء في الترتيب الأول باستخدام (كليهما معًا) بنسبة 55.3%، يليها في الترتيب الثاني (مواقع وصفحات رسمية) بنسبة 34.0%، وفي الترتيب الثالث (مواقع وصفحات إخبارية) بنسبة 10.7%.

## جدول (46)

## تفاعل المبحوثين مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الاتجاه	الوزن النسبي	الوسط المرجح	عدد النقاط	غير موافق		موافق الى حد ما		موافق		المتغير
					%	ك	%	ك	%	ك	
10	غير موافق	38.0	1.14	171	88.0	132	10.0	15	2.0	3	أتسلى أحياناً بنشر بعض الأخبار، حتى لو كانت غير صحيحة
1	موافق	84.9	2.55	382	17.3	26	10.7	16	72.0	108	إعادة نشر الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي دون التحقق من صحتها
7	موافق إلى حد ما	62.0	1.86	279	29.3	44	55.3	83	15.3	23	لا أعيد نشر الخبر قبل التأكد من صحته من مصادر موثوقة
2	موافق	82.4	2.47	371	7.3	11	38.0	57	54.7	82	أكتب ردًا يبين زيف الخبر حين أتأكد من ذلك.
3	موافق	80.0	2.40	360	12.0	18	36.0	54	52.0	78	أأخذ موقفًا من الأخبار المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي
5	موافق إلى حد ما	75.8	2.27	341	5.3	8	62.0	93	32.7	49	حين أشك في الخبر أبحث في مصداقيته أولاً
6	موافق إلى حد ما	70.9	2.13	319	18.7	28	50.0	75	31.3	47	أرد على الشائعات التي تؤثر على أمن واستقرار البلد
9	غير موافق	40.0	1.20	180	84.7	127	10.7	16	4.7	7	أغلق المواقع المشوهة المروجة للشائعات
8	غير موافق	46.0	1.38	207	71.3	107	19.3	29	9.3	14	أبلغ عن أي إشاعة تنتقد سياسة الدولة
4	موافق	76.7	2.30	345	17.3	26	35.3	53	47.3	71	أقوم بعقد مناقشات مع الآخرين لمعرفة رأيهم حول بعض الشائعات

أشارت اتجاهات أفراد العينة حول تعاملهم مع الشائعات في الترتيب الأول في الوزن النسبي جاءت عبارة "إعادة نشر الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي قبل التحقق من صحتها" (84.9%) يليها عبارة "أكتب ردًا يبين زيف الخبر حين أتأكد" بنسبة (82.4%)، ولوحظ أن عبارة أغلق المواقع المشوهة المروجة للشائعات في الترتيب الأخير، وهذا يفسر أهمية تلك المواقع عند المجتمع المصري وعدم تأييد غلقها، بالإضافة إلى عدم الوعي بثقافة الإبلاغ عن تلك الشائعات أو مصدرها.

جدول (47)

اتجاهات المبحوثين نحو تعامل المواقع الإخبارية والرسمية مع الشائعات في مصر

الترتيب	الاتجاه	الوزن النسبي	الوسط المرجح	عدد النقاط	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		المتغير
					%	ك	%	ك	%	ك	
10	موافق إلى حد ما	65.6	1.97	295	27.3	41	48.7	73	24.0	36	أشعر بالفخر والامتنان لما تقوم به المواقع الرسمية في الكشف عن الحقيقة
4	موافق	84.9	2.55	382	17.3	26	10.7	16	72.0	108	غير راض عن دور المواقع الإخبارية في دحض الشائعات
8	موافق إلى حد ما	75.6	2.27	340	8.7	13	56.0	84	35.3	53	مبادرات الدولة في الحفاظ على السلم المجتمعي هي محاولات فردية
6	موافق إلى حد ما	78.2	2.35	352	7.3	11	50.7	76	42.0	63	يجب تقنين مواقع التواصل الاجتماعي للحفاظ على الأمن القومي في مصر
5	موافق	84.2	2.53	379	9.3	14	28.7	43	62.0	93	متابعة الشائعات والرد عليها بشكل سريع وتكذيبها يعد نجاحاً مهنيًا للمسؤولين
3	موافق	88.0	2.64	396	5.3	8	25.3	38	69.3	104	يمكن أن يساعد الفرد في دحض الشائعة بعدم نشرها بأي شكل من الأشكال
9	موافق إلى حد ما	68.0	2.04	306	19.3	29	57.3	86	23.3	35	نشر أساليب رقابية أكثر تنبهاً وأكثر إحكاماً يضيء على مواقع التواصل الاجتماعي قيمة اجتماعية كبيرة
7	موافق	76.7	2.30	345	18.0	27	34.0	51	48.0	72	إعادة نشر الشائعات والأكاذيب من قبل الأفراد يعد تحدياً للتشريعات والقوانين
1	موافق	92.2	2.77	415	4.0	6	15.3	23	80.7	121	إعادة الترويج للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بعد تكذيبها يؤدي إلى تعميم مشاعر الإحباط وعدم الثقة تجاه الصفحات الرسمية
2	موافق	88.4	2.65	398	6.0	9	22.7	34	71.3	107	الشائعات تؤثر سلبيًا على علاقة الدولة بالدول الأخرى وضعف الإنتاج وتدمير الكيان الاقتصادي.

أشارت اتجاهات المبحوثين حول شعورهم تجاه قضية الشائعات حيث جاءت عبارة "إعادة الترويج للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بعد تكذيبها يؤدي إلى تعميم مشاعر الإحباط وعدم الثقة تجاه الصفحات الرسمية" (92.2%)، يليها عبارة "الشائعات تؤثر سلبيًا على علاقة الدولة بالدول الأخرى وضعف الإنتاج وتدمير الكيان الاقتصادي" (88.4%)، بينما كانت عبارة "يمكن أن يساعد الفرد في دحض الشائعات بعدم نشرها بأي شكل من الأشكال" في المرتبة الثالثة في الوزن النسبي (88.0%).

جدول (48)

اتجاهات المبحوثين نحو بعض المقترحات للحد من انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	الاتجاه	الوزن النسبي	الوسط المرجح	عدد النقاط	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		المتغير
					%	ك	%	ك	%	ك	
5	موافق	81.3	2.44	366	12.0	18	32.0	48	56.0	84	تفعيل قوانين النشر الإلكتروني
8	موافق إلى حد ما	72.0	2.16	324	21.3	32	41.3	62	37.3	56	وضع مواصفات مهنية للمواقع الإخبارية
9	موافق إلى حد ما	71.6	2.15	322	17.3	26	50.7	76	32.0	48	تدريب مهني للعاملين في المواقع الإخبارية والرسمية
3	موافق	87.3	2.62	393	7.3	11	23.3	35	69.3	104	ضرورة زيادة وعي الجمهور وبنائه ثقافيًا
4	موافق	84.2	2.53	379	9.3	14	28.7	43	62.0	93	تعرض أصحاب مواقع التواصل الاجتماعي لبعض أشكال الضغط المادي كالسجن أو غلق الموقع
1	موافق	98.0	2.94	441	0.7	1	4.7	7	94.7	142	توظيف مختلف وسائل الإعلام (إذاعة، تليفزيون، صحافة) في استغلال الشائعة للصالح العام
10	موافق	70.4	2.11	317	37.3	56	14.0	21	48.7	73	تفعيل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تحديث البنية القانونية والتشريعية الحاكمة للمنصات الإلكترونية
7	موافق إلى حد ما	72.9	2.19	328	12.0	18	57.3	86	30.7	46	تجاهل الشائعات ذات التأثير الضعيف التي قد تنتشر في مواقع غير رابحة
6	موافق	79.6	2.39	358	15.3	23	30.7	46	54.0	81	تسهيل التواصل مع الجهات المعنية إذا كان الخبر متعلقًا بوزارة أو جهة حكومية أو مؤسسة ما
2	موافق	90.9	2.73	409	4.7	7	18.0	27	77.3	116	إتاحة المعلومة الصحيحة في المواقع الإخبارية والرسمية خاصة فيما يخص بالشائعات ذات التأثير على الرأي العام

أشارت اتجاهات أفراد العينة نحو مقترحات لصد الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة "توظيف مختلف وسائل الإعلام (إذاعة، تليفزيون، صحافة) في استغلال الشائعة للصالح العام" بنسبة (98.0%)، يليها عبارة

"إتاحة المعلومة الصحيحة في المواقع الإخبارية والرسمية خاصة فيما يخص الشائعات ذات التأثير على الرأي العام" (90.9%)، وتقاربت نسب باقي المقترحات؛ مما يؤكد على وعي المواطن المصري.

#### النتائج العامة للدراسة:

- جاءت أكثر أنواع الشائعات معالجة في الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء الشائعات الاجتماعية 31.1%، يليها الاقتصادية بنسبة 21.3%، وقد تنوعت القضايا حول غلاء أسعار السلع الغذائية الفساد الإداري، استقطاع أو زيادة جزء من الرواتب والمعاشات. بينما جاء موقع اليوم السابع أكثر اهتمامًا بالشائعات الخاصة بالفرن والرياضة كأخبار الفنانين وحالات الإصابة بفيروس كورونا وأخبار اللاعبين.
- جاء التمويه وإخفاء الحقائق في الترتيب الأول بنسبة 23.6%، وفي الترتيب الثاني تشويه الرموز وتشويه إنجازات الدولة بنسبة 19.1%، من إجمالي أهداف نشر موضوعات الشائعات محل الدراسة.
- من أساليب تحقيق أهداف الشائعة جاء "التشكيك في سياسة المؤسسات والمسؤولين" وفي الترتيب الأول بنسبة 39.3%، يليه في الترتيب الثاني (السعي لعدم الاستقرار وزعزعة الأمن) بنسبة 22.5%.
- احتل الخبر الترتيب الأول بنسبة بنسبة 64.0% في الفنون الصحفية، وجاء "توفير مساحة لإبداء الرأي" في الترتيب الأول بنسبة 95.5%. في المواقع عينة الدراسة لوحظ إهمال موقع اليوم السابع لذكر مصادر.
- جاءت الهيئات المحلية في الترتيب الأول بنسبة 47.8% من ضمن الهيئات المستهدفة من الشائعات، وجاء فئة (الجمهور العام) بالترتيب الأول بنسبة 42.1% كجمهور مستهدف.
- جاء أسلوب التشكيك في الترتيب الأول في معالجة الصفحة الرسمية محل الدراسة بنسبة 45.9%، يليه أسلوب التحذير 18.0%، واتبع موقع اليوم السابع أسلوب التكرار بنسبة 31.6%.
- اتبعت الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء استراتيجية (النفي) بنسبة 44.3%، بينما اعتمد موقع اليوم السابع على استراتيجية التجاهل بنسبة 40.2%.

- جاءت المعالجة التفسيرية في الترتيب الأول بنسبة 62.3% من أهداف المعالجة للصفحة الرسمية لمجلس الوزراء. بينما جاءت فئة (غير محددة) في الترتيب الأول بنسبة 46.2% من أهداف المعالجة لموقع اليوم السابع للشائعات
  - جاءت أطر النتائج الاقتصادية في الترتيب الأول في مواقع الدراسة بنسبة 27.0% من إجمالي أطر الموضوعات المتعلقة بالشائعات.
  - جاءت أطر الاستراتيجية في الترتيب الأول بنسبة 54.5%، يليها أطر الاهتمامات الإنسانية بنسبة 33.7% من إجمالي الأطر المرجعية المستخدمة في مواقع الدراسة.
  - أطر أسباب انتشار الشائعات جاء عدم وجود تكاتف بين المواقع الإخبارية والرسمية في نشر المعلومات الصحيحة في الترتيب الأول بنسبة 18.5%، ونقص الوعي وتدني الأحوال الاقتصادية.
  - أكدت النتائج الميدانية على أن ما تنشره المواقع الإخبارية لا يرقى لمستوى التصديق سبب من أسباب انتشار الشائعات بنسبة 29.3%، وعدم وجود رقابة فعالة على مواقع التواصل الاجتماعي، وضعف دور المواقع الإخبارية والرسمية في توضيح الحقائق بنسبة 8.0%.
  - يرى أفراد العينة أن (عدم ذكر المواقع الإخبارية لمصدر الخبر) من الممارسات الإعلامية الخاطئة التي تسهم في نشر الشائعة وذلك بنسبة 100.0%.
  - جاء وضع تشريعات للتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بنسبة 21.3%، وسن عقوبات لمروجي الشائعات في الترتيب الثاني بنسبة 19.1% من أطر الحلول لقضية الشائعات.
  - وبخصوص آليات التأطير المتبعة في المواقع محل الدراسة جاءت في الترتيب الأول على المستوى الإجمالي عرض وجهة نظر بنسبة 23.6%. واتبعت الصفحة الرسمية آلية تصريحات مسؤولين، بينما اهتم اليوم السابع بآلية الاقتباس.
- اتجاهات المبحوثين نحو الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء وموقع اليوم السابع:**
- 58.0% من أفراد العينة يتابعون أحياناً الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات)، يليها (دائماً) بنسبة 34.7%. وفي المقابل يتابع 50.0% بشكل (دائماً) موقع اليوم السابع، يليها في الترتيب الثاني (أحياناً) بنسبة 45.3%.
  - وعن مدى الثقة في الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء جاءت (نعم أثق) بنسبة 51.1%، يليها (إلى حد ما) بنسبة 30.2%، وجاءت أهم أسباب الثقة أنها "صفحة تابعة

للحكومة" بنسبة 60.2%، يليها (نشر الشائعة وتصحيحها على الصفحة) بنسبة 23.9%.

- وعن الثقة في موقع اليوم السابع لبعض الشائعات، حيث جاءت (لا أثق) بنسبة 44.8% يليها (أثق إلى حد ما) بنسبة 32.9%. بالإضافة إلى اتباع موقع اليوم السابع أسلوب إعادة النشر من الصفحات الرسمية، فجاءت عبارة "يقلل من ثقتي تجاه موقع اليوم السابع" بنسبة (80.7%) يليها "لا ينفي الشائعة" بنسبة (75.6%).
- وعن إسهام المواقع عينة الدراسة في مساعدة المتلقي في الوصول للحقيقة، جاءت الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء تحقق ذلك (إلى حد ما) بنسبة 48.2%، في المقابل جاء موقع اليوم السابع لا يحقق ذلك حيث جاءت (لا) في الترتيب الأول بنسبة 42.7%.

أهم المقترحات الخاصة بتفعيل دور الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء في مواجهة الشائعات، جاءت عبارة (تأهيل الكوادر الإعلامية المسؤولة عن الصفحة) بنسبة 84.7%، يليها (وضع عقوبات واضحة لكافة أشكال التعاطي الإلكتروني مع الشائعات الخاصة بالمؤسسات الحكومية) بنسبة 75.3%.

- وحول مقترحات تفعيل دور موقع اليوم السابع في مواجهة الشائعات جاءت (زيارات ميدانية مسجلة للمؤسسات المعنية) بنسبة 94.7%، يليها بالترتيب الثاني (إسهام الموقع في صد الشائعة بأدلة مختلفة) بنسبة 92.0%.
- أشار أفراد العينة بأن المواقع الإخبارية لا تسهم في صد الشائعات جنبًا إلى جنب مع المواقع والصفحات الرسمية؛ حيث جاءت (لا تسهم) بنسبة 52.7% وفي الترتيب الثاني جاءت (تسهم إلى حد ما) بنسبة 40.0%؛ الأمر الذي يؤكد عدم وجود تكاتف. وأكد اختبار كا<sup>2</sup> على عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع العينة الميدانية (ذكر، أنثى) وبين آراءهم حول مدى التكاتف بين المواقع الرسمية والإخبارية.
- وعن أسلوب تعامل أفراد العينة مع الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت عبارة "إعادة نشر الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي قبل التحقق من صحتها" بنسبة 84.9%.
- وجاءت عبارة "إعادة نشر الشائعة على مواقع التواصل الاجتماعي بعد تكذيبها يؤدي إلى تعميم مشاعر الإحباط وعدم الثقة" تجاه الصفحات الرسمية بنسبة 92.2%.

- حدد أفراد العينة أن من أهم آليات مواجهة الشائعات "توظيف مختلف وسائل الإعلام (إذاعة، تليفزيون، صحافة) في استغلال الشائعة للصالح العام"، حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة (98.0%)، يليها عبارة "إتاحة المعلومة الصحيحة في المواقع الإخبارية والرسمية خاصة" بنسبة (90.9%).

#### مناقشة النتائج:

- **بشكل عام أشارت النتائج إلى اختلاف وتيرة معالجة كل من موقع اليوم السابع والصفحة الرسمية لمجلس الوزراء (حقائق وشائعات).** ويربط بين النتائج التحليلية والميدانية تبين تجاهل الموقع الإخباري (اليوم السابع) لقضية الشائعات خاصة الموضوعات التي تهم قطاعًا عريضًا من المجتمع، وجاءت المعالجات سطحية معتمدة على أسلوب التكرار وإعادة النشر من الصفحات الرسمية، وقد أكدت النتائج الميدانية أن هذا الأسلوب يضعف الثقة فيما يتم نشره على المواقع الإخبارية، وأيضًا يؤثر بشكل سلبي على نفي الشائعة، حيث احتلت (لا أثق) في المواقع الإخبارية نسبة 44.8%، بينما الثقة في الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء جاءت بنسبة 51.1%.
- وأشارت النتائج إلى اهتمام الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء بالمعالجة التفسيرية، ولكنها افتقدت إلى ربط الأحداث والخلفيات. بالإضافة إلى عدم التفاعل والرد على أسئلة وتعليقات القراء، ولم تهتم مواقع الدراسة باستخدام **أطر المبادئ الأخلاقية**.
- ولوحظ عدم الاهتمام بمتغير الوقت في الرد على الشائعات من قبل المواقع عينة الدراسة، فأحيانًا يتم نشر الرد بعد انتشار الشائعة بيومين أو أكثر؛ مما يتيح الفرصة لاختلاق المزيد من السيناريوهات التي تهدف إلى الإثارة والبلبل.

#### وأخيرًا:

- أشارت النتائج إلى أن المروج للشائعة يعمل طبقًا للخطط واستراتيجيات؛ حيث اختيار الوقت وطريقة التلاعب بالمعلومات ووسائل نشرها بهدف تفكيك وحدة المجتمع، وتدمير النظام القيمي والسلم المجتمعي.
- وعليه توصي الدراسة بضرورة تكاتف المواقع الإخبارية والصحفية المختلفة مع مواقع وصفحات مؤسسات الدولة في توظيف مختلف وسائل الإعلام (وفي مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي) في استغلال الشائعات للصالح العام، ودعم أطر المبادئ الأخلاقية للحفاظ على الهوية الوطنية للمجتمع المصري.



ومما سبق تقترح الباحثة: عقد ندوات تناقش الآليات المختلفة للحروب النفسية على مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية التعامل معها. وإنشاء مراكز إعلامية بتقنيات تكنولوجياية لمتابعة الشائعات ومروجيها على مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية.

### مراجع الدراسة:

- (1) محمد وليد فتح الله مصطفى بركات: معالجة الصحافة المصرية للشائعات وانعكاساتها على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام- جامعة القاهرة، قسم الصحافة 2020م).
- (2) غادة أحمد عبد الرحمن: "استراتيجيات تعامل القائم بالاتصال بالفنونات الفضائية الحكومية والخاصة في التصدي للشائعات"، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام- جامعة القاهرة، العدد 69، يناير - مارس 2020م).
- (3) مفيد عبد الجليل الصالحي: نظرة حديثة حول تجريم الشائعات الإلكترونية في القانون الجنائي، بحث مقدم (المؤتمر العلمي السنوي السادس بعنوان "القانون والشائعات" كلية الحقوق- جامعة طنطا، 2019م) ص1-36.
- (4) نصر رمضان سعد الله: الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي.. آثارها- المسؤولية المترتبة عليها- سبل التصدي لها، "دراسة مقارنة"، بحث مقدم (المؤتمر العلمي السادس بكلية الحقوق- جامعة طنطا، 2019م).
- (5) حاتم محمد عاطف عبد الخالق سعد: الشائعات وعلاقتها بتكوين الرأي العام وصناعة القرار في مصر دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (كلية الإعلام- جامعة القاهرة 2018م).
- (6) نهلة نجاح عبد الله العنزي: توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التصدي للشائعات "دراسة تحليلية لصفحة، لصفحة التقنية من أجل السلام في موقع فيس بوك للمدة 2018-9-1 حتي 2018-12-1 (مجلة الجامعة العراقية للعدد 3/ 42، 2018م) ص 433 : 448.
- (7) إيمان فناوي محمد، الشائعات في المواقع الإخبارية وتأثيرها على الوعي الاجتماعي لدى مستخدميها، مجلة البحث العلمي في الآداب، (كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، العدد 19، المجلد الخامس، 2018م) ص298-359.
- (8) ممدوح السيد شنتلة، "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي" (القاهرة، مجلة بحوث العلاقات العامة: الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 16، يوليو/سبتمبر 2017).
- (9) إسماعيل بن مزهر صالح الشمري: الإشاعة في الصحافة الإلكترونية العربية وتأثيراتها على المجتمع، رسالة دكتوراه غير منشورة (السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا) ص4-25، 2017م.
- (10) يسرا عبد الخالق حسن، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات (مجلة كلية الآداب، جامعة أسيوط، 2017م).

(11) اعتماد خلف معبد وآخرون: معالجة المواقع الإلكترونية والصحف الإلكترونية للشائعات، وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع السياسي والاجتماعي، مجلة دراسات الطفولة (جامعة عين شمس، المجلد 19، العدد 73، 2016م) ص 87-92.

(12) عبد المجيد آل مبارك: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي بأنظمة النشر الإلكتروني وأخلاقياتهم في مواجهة الشائعات، رسالة ماجستير غير منشورة، (قسم الصحافة، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، 2016م).

(13) Burak, Kaynar, Rumor in social media: Role of affect during social movements. A Thesis submitted to Graduate School of Social Sciences of Istanbul Sehir University. In Partial Fulfillment of the requirements for the Degree of Master of Arts in Cultural Studies ,2016

(14) Fang, L. Andrew, B-J. Dongming Rumors on Social media in diasters: Extending transmission to retransmission. The University of Queensland, UQ Business School, QLD, Australia, d.xu@business.uq.edu.au, 2014.

(15) Soroush Vosoughi Predicting the Veracity of Rumors in Social Networks: Computational Explorations. Ph.D. Thesis Proposal, Media Arts and Sciences Massachusetts Institute of Technology. 2014

(16) شيماء فرح، تناول الصحافة المصرية للشائعات السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، (قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، 2013م).

(17) عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق زقزوق: الأطر الخبرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي المصري، دراسة تحليلية مقارنة، بحث بمجلة البحوث الإعلامية، (كلية الإعلام، جامعة الأزهر. العدد 54- الجزء السادس- ذو القعدة 1441هـ - يوليو 2020 م).

(18) أحمد سالم كساب: التغطية الصحفية الإلكترونية للجرائم المعلوماتية وعلاقتها باستخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة- كلية الإعلام- قسم الصحافة، 2020م).

(19) حسام الدين مصطفى، استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر الشائعات، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أم درمان، قسم الإعلام، السودان، 2007م).

(20) أحمد ابراهيم عطية: الأطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الإرهابية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو هذه الأحداث، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة- كلية الإعلام- قسم الصحافة، 2020م).

(21) J. Roberts, "The erosion of ethics: from citizen journalism to social media", Journal of Information, Communication and Ethics in Society, Vol. 17 No. 4, 2019, pp. 409-421. <https://0810bh6p5-1106-y-https-www-emerald-com.mplbci.ekb.eg/insight/content/doi/10.1108/JICES-01-2019-0014/full/html>

- (22)هايدي محمد صبري عثمان: أطر تقديم الأحداث والقضايا الاجتماعية في تغطية الصحافة الفرنسية للشئون المصرية رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2019).
- (23)Chinenye Nwabueze & Ephraim Ezebuanyi, Newspaper Framing of Biafra Agitation Under Buhari's Administration and its Influence on Public Support for the Struggle, African Journalism Studies, 2019.
- (24) غادة عطية محمد واكد: "أطر معالجة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للشائعات وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع الاجتماعي والسياسي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: قسم الإعلام وثقافة الطفل، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2017).
- (25) أشرف جلال: أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الإعلام المصري، (مركز الجزيرة للدراسات، 2015).
- (26) محمود يوسف حجاج: "أطر التغطية الإخبارية للسياسات الحكومية بالفضائيات المصرية وعلاقتها بالاغتراب السياسي لدى الجماهير، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015م).
- (27)Heather Davis Epkls, News Framing of Terrorism crisis: Views of front lines national security prestlge online press on youth, Up publishable doctored dissertation, University of Maryland, 2012.
- (28)Fang Liu, Andrew Burton – Jones ,and Dongming, Op. Cit.
- (29) جونسون، سينثيا، هارولد: مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ترجمة مهني محمد غانم، سمير عبد القادر جاد، ط1 (العالمية للنشر و التوزيع، 2005م).
- (30) Soroush Vosoughi Op. Cit.
- (31) Fang, L. Andrew, B–J. Dongming Rumors on Social media in diasters: Extending transmission to retransmission. The University of Queensland, UQ Business School, QLD, Australia, d.xu@business.uq.edu.au, 2014.
- (32)Stephen W. Littlejohn & Karen A. Foss, Encyclopedia of Communication Theory, Thousand Oaks, SAGE Publications, Inc. 2009mp.p 408–409.
- (33)Paul D.Angles: News framing, Journal of communication, vol, 52, No. 4, December 2002, P.875
- (34)Paul D'Angelo, Framing: Media Frames. In P. Roessler, C. A. Hoffner, & L. van Zoonen (Eds.), The International Encyclopedia of Media Effects, New York: Wiley., 2017, pp. 1–10.
- (35)Robert M. Entman, Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Northwestern University, Journal of Communication, ,1993, 43(4), 51–53.
- (36)Robert M. Entman, Framing: Op. Cit. p. 51–52.

(37) Dietram A.Scheufele, Framing as a Theory of Media effects , Journal of Communicatiion, march 1999, p.103

(38) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، (القاهرة، عالم الكتب، 2004)، ص2 - 4. (\* أسماء السادة المحكمين:

- أ. د/ شريف درويش اللبان أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام، كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

- أ. د/ عبد الهادي النجار أستاذ الصحافة بكلية الآداب قسم الاعلام- جامعة المنصورة.

- أ. د/ عبد الجواد سعيد استاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام -جامعة المنوفية.

- أ. د/ محمد سعد أستاذ الصحافة وعميد معهد الشروق للإعلام.

(40) جعفر السادة: مجلة الواحة، العدد 9، بتاريخ 2002/3/17م، ص135.

(41) Dayani, R.; Chhabra, N.; Kadian, T., & Kaushal, R., An Exploration of Twitter Role in Rumor Propagation Among Undergraduates' Community. In Proceed-ings of the 20th international conference on World Wide Web. 2016, P.422

(42) Rudat, A. Twitter Spreads Rumors: Influencing Factors on Twitter's Role in Rumor Spread Among University Students, PhD Thesis, Tubingen: Tubingen. 2015, p.2.

(43) أبو بكر محمد الهوامش: شبكة الإنترنت وشبكة المعلومات، (القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2011م)، ص134.

(44) دار الكتب والوثائق القومية، مركز الخدمات الببليوجرافية، مجلة الفهرست العدد 7 - صفحة 41، جامعة كاليفورنيا، 2004.

(45) فاروق خالد: الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، (الأردن - عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009)، ص175.

(46) محمد وليد بركات: مرجع سابق.

(47) محمد الحروب، معالجة الصحف السعودية اليومية للشأن الاقتصادي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2012م).

(48) يسرا عبد الخالق حسن: مرجع سابق.

(49) ممدوح شتلة: مرجع سابق.

(50) Heather Davis Epkls , Op. Cit

(51) وليد بركات، مرجع سابق.

(52) عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق زقروق، مرجع سابق.

(53) وليد بركات، مرجع سابق.

(54) سامي محمد هاشم، الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ندوة عن الشائعات في عصر المعلومات، (أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2003م).

(55) Davis Lihmann, how can media improve our societies, George Publisher, New York, 2007

(56) أحمد سالم كساب، مرجع سابق.

(57) حسام الدين مصطفى، مرجع سابق.

(58) عبد الخالق زقزوق، مرجع سابق.

(59) عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق زقزوق، مرجع سابق.

(60) Andrews, Elodie ficht, yuwei Ding. EmmaS. Spiro, kate starbird, (2016) keeping up with the tweet\_dashians: the impact of official Accounts on online Rumoring, proceedings of the ACM 2016 conference on computer supported cooperative, san francisco, USA, pp. 452-465

(61) Kelley Shanahan, Op. Cit

(62) Teens: Social Media, Habits and Experiences.

(63) نصر رمضان سعد الله، مرجع سابق.

(64) إسماعيل بن مزهر، مرجع سابق.

(65) يسرا عبد الخالق حسن، مرجع سابق.

(66) نهلة نجاح عبد الله العنزي، مرجع سابق

(67) ندى عبد النبي القاضي: اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة المواقع الإخبارية لآليات حروب الجيل الرابع في مصر، بحث منشور، (المجلة المصرية للبحوث الرأي العام، المجلد 16، العدد 3، 2017).

(68) حاتم محمد عاطف عبد الخالق سعد: الشائعات وعلاقتها بتكوين الرأي العام وصناعة القرار في مصر دراسة تطبيقية، (رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام - جامعة القاهرة 2018م).

## References

- Barakat, M. (2020). muealajat alsahafat almisriat lilshshayieat waineikasatiha ealaa surat muasasat aldawlat ladaa alraay aleama: dirasat tahliliat wamidaniati, risalat majstayr ghyr manshurati, (kليات al'ielam- jamieat alqahirat, qism Alsahafa).
- Abd Alrahmin, G. (2020). "Esitiratijiaat taeamul alqayim bialaitisal bialqanawat alfadayiyat alhukumiat walkhasat fi altasadiy lilshaayieata", (almajalat almisriat libihawth al'ielami, kuliyyat al'ielam- jamieat alqahirat, 69.
- Alsaalihi, M. (2019). nazrat hadithat hawl tajrim alshshayieat al'iiliktruniat fi alqanun aljanayiyi, bahath muqadim (alimutamar aleilmii alsanawii alssadis bieunwan " alqanun walshaayieat" kuliyyat Alhqwq- jamieat Tanta, 1-36.
- Saadallah, N. (2019). alshshayieat wanashruha eabr mawaqie washabakat altawasul alaijtimaei.. athariha- almasyuwliat almutaribat ealyha- subul altasadiy laha, "draasat muqarn", bahath muqadim (alimutamar aleilmii alssadis bikaliat alhqwq- jamieat tunta, 2019m).
- Saad, H. (2018). alshshayieat waealaqatuha bitakwin alraay aleami wasanaeat alqarar fi misr dirasat tatbiqiat, risalat dukturah ghyr manshurati, (kليات al'ielam- jamieat Alqahira)
- Al-Enez, N. (2018). tawzif mawaqie altawasul alaijtimaeii fi altasadiy lilshshayieat "drasat tahliliat lisafhti, lisafhat altaqniat min 'ajl alsalam fi mawqie facebook lilmuda 1-9-2018 hata 1-12-2018 (mjilat aljamieat aleiraqiat 42 (3), 433 : 448.
- Muhammed, I. (2018). alshshayieat fi almawaqie al'iikhbariat watathiriha ealaa alwaeyi alaijtimaeii ladaa mustakhdmyaa, majalat albahth aleilmii fi aladabi, (klayt albanat liladab waleulum waltarbiati, jamieat eayn shams, 19(5) 298- 359.
- Shatla, M. (2017). "Alshayieat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii wadawriha fi 'iindhath aleunf walsirae alsiyasii bayn alshabab aljamieii" (alqahirati, majalat bihawth alealaqat aleamati: alshrq al'awsati, aljameiat almisriat lilealiqat alamaa, 16).
- Al-Shammari, I. (2017): Al'iishaeat fi alsahafat al'iiliktruniat alearabiat watathiratiha ealaa almujtamaei, risalat dukturah ghyr manshura (alsudan: jamieat alsuwdan lileulum waltoknologia) 4-25,

- Hassan, Y. (2017). Dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi nashr alshshayieat (mjilat kalayt aladabi, jamieat Assut,).
- Ma'bad, E. (2016). muealajat almawaqie al'iiliktruniat walsuhuf al'iiliktruniat lilshshayieati, waealaqatiha bi'idrak almraʿqyn lilwaqie alsiyasii walaijtimaei, majalat dirasat altufula (jameat eyn shms, 73(19) 87- 92.
- Al Mubarak, A. (2016). aistikhdam shabakat altawasul alaijtimaeii wamustawaa alwaey bi'anzimat alnashr al'iiliktrunii wa'akhlaqiaatihim fi muajahat alshaayieati, risalat majstayr ghayr manshurat, (qsim alsahafati, kalayt Aladab, jamieat Almalik Saud).
- Burak, Kaynar, Rumor in social media: Role of affect during social movements. A Thesis submitted to Graduate School of Social Sciences of Istanbul Sehir University. In Partial Fulfillment of the requirements for the Degree of Master of Arts in Cultural Studies ,2016
- Fang, L. Andrew, B-J. Dongming Rumors on Social media in diasters: Extending transmission to retransmission. The University of Queensland, UQ Business School, QLD, Australia, d.xu@business.uq.edu.au, 2014.
- Soroush Vosoughi Predicting the Veracity of Rumors in Social Networks: Computational Explorations. Ph.D. Thesis Proposal, Media Arts and Sciences Massachusetts Institute of Technology.2014
- Frag, S. (2013). tanawul alsahafat almisriat lilshshayieat alsiyasati, risalat majstir ghayr manshurat, )qsim al'ielami, kalayt aladabi, jamieat al'iiskandariat.
- Zaazuq, A. (2020). al'utur alkhibriat lilshshayieat bialmawaqie al'iiliktruniat watathiriha ealaa al'amn alqawmii almisrii, dirasat tahliliat muqarinati, bahath bimajlat albihwth al'ielamiati, )kliyat al'ielami, jamieat alazhr. 54(6).
- Kassab, A. (2020). altaghtiat alsahufiat al'iiliktruniat liljarayim almaelumatiat waealaqatiha biastikhdam alshabab almisrii lishabakat al'iintarnt: dirasat tahliliat wamidaniati, risalat majstayr ghyr manshuratin, (jamieat Alqahera- kuliyyat al'ielam- qism alsahafat,).
- Mostafa, H. (2007). aistikhdam tuknulujaaa alaitisal fi nashr alshaayieati, rasaalat majstayr ghyr munshawirat, (jamieat 'am dirman, qisam al'ielam, alsuwdan).
- Attia, A. (2020). al'utur al'ikhbariat almusawarat fi tanawul sahafat alfidyu lil'ahdath al'iirhabiat waealaqatiha biatijahat aljumphur nahw hadhih al'ahdathi,

risalat dukturah ghyr manshuratin, (jamieat alqahrt- kuliyat al'ielam- qism alsahafat).

- J. Roberts, "The erosion of ethics: from citizen journalism to social media", Journal of Information, Communication and Ethics in Society, Vol. 17 No. 4, 2019, pp. 409-421.

-Othman, H. (2019). otor taqdim al'ahdath walqadaya alaijtimaeiat fi taghtiat alsahafat alfaransiat lilshuyuwn almisriat risalat majstayr ghyr manshuratin, (jamieat Alqahirati, kuliyat al'ielam, qism alsahafat,).

- Chinenye Nwabueze & Ephraim Ezebuenyi, Newspaper Framing of Biafra Agitation Under Buhari's Administration and its Influence on Public Support for the Struggle, African Journalism Studies, 2019.

-Waked, G. (2017). "otor muealajat almawaqie al'iikhbariat walsuhf al'iiliktruniat lilshshayieat waealaqatiha bi'idrak almurahiqin lilwaqie alaijtimaeii walsiyasy", risalat dukturah ghyr munshurat, ) alqahrt: qism al'ielam wathuqafat altifli, kuliyat aldirasat aleulya liltufulati, jamieat eayan shams).

-Jalal, A. (2015). 'atar almoalaja al'ielamyt Izahrt al'irhab fi al'ielam almasri, (mrkz aljazirat lldrasat).

-Hajjaj, M. (2015). "iatur altaghtiat al'iikhbariat liisiyasat alhukumiat bialfadayyaat almisriat waealaqatiha bialaighatirab alsiyasii ladaa aljamahiri, risalat majstayr ghyr manshuratin, (jamieat alqahrt: kuliyat al'ielami, qism alezaa waleltelvezeeon)

- Heather Davis Epkls, News Framing of Terrorism crisis: Views of front lines national security prestlge online press on youth, Up publishable doctored dissertation, University of Maryland, 2012.

-Johnson, C. (2005). manahij albaht fi altarbiat waealam alnafsi, tarjamat mahniun muhamad ghanima, samir eabd alqadir jad, ta1. Alealamiat llnashr w altawzie.

- Fang, L. Andrew, B-J. Dongming Rumors on Social media in diasters: Extending transmission to retransmission. The University of Queensland, UQ Business School, QLD, Australia, d.xu@business.uq.edu.au, 2014.

- Stephen W. Littlejohn & Karen A. Foss, Encyclopedia of Communication Theory, Thousand Oaks, SAGE Publications, Inc. 2009mp.p 408-409.

- Paul D.Angles: News framing, Journal of communication, vol, 52, No. 4, December 2002, P.875



- Paul D'Angelo, Framing: Media Frames. In P. Roessler, C. A. Hoffner, & L. van Zoonen (Eds.), The International Encyclopedia of Media Effects, New York: Wiley., 2017, pp. 1-10.
- Robert M. Entman, Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Northwestern University, Journal of Communication, ,1993, 43(4), 51-53.
- Dietram A. Scheufele, Framing as a Theory of Media effects , Journal of Communicatiion, march 1999, p.103
- Abd Alhmyd, M. (2004). nazariat al'iielam waitijahat altaathiri, t3, alqahirit, ealam alkitab, 2 - 4.
- Dayani, R.; Chhabra, N.; Kadian, T., & Kaushal, R., An Exploration of Twitter Role in Rumor Propagation Among Undergraduates' Community. In Proceed-ings of the 20th international conference on World Wide Web. 2016, P.422
- Rudat, A. Twitter Spreads Rumors: Influencing Factors on Twitter's Role in Rumor Spread Among University Students, PhD Thesis, Tubingen: Tubingen. 2015, p.2.
- Alhawamsh, A. (2011). shabakat al'intrnt washabkat almaelumata, (alqahirat, dar alsahab lilynashr waltawzie, 134.
- Dar alkitab walwathayiq alqawmiatu. (2004). markaz alkhadamat albibliujrafiati, majalat alfahrast aleaddad 7 - saffhat 41, jamieat kalyfuarnya.
- Khaled, F. (2009). al'iielam alduwaliu waleawlimat aljadidatu, (al'arduna-eamana: dar 'usamat lilynashr waltawziei, 175.
- Hashim, S. (2003). alshayeat men almanzawir alnafsay fay easar almaelumata, ndwt ean alshayeat fy easar almaelumati, (akadimiat nayf lileulum al'amniati, alrayad,).
- Davis Lihmann, how can media improve our societies, George Publisher, New York, 2007
- Andrews, Elodie fichet, yuwei Ding. EmmaS. Spiro, kate starbird, (2016) keeping up with the tweet\_dashians: the impact of official Accounts on online Rumoring, proceedings of the ACM 2016 conference on computer supported cooperative, san francisco, USA, pp. 452-465
- Teens: Social Media, Habits and Experiences.
- Alqadi, N. (2017). Aitijahat alnukhbat almisriat nahw 'iidarat almawaqie al'iikhbariat lialiaat hurub aljil alrrabie fi misra, bahath minshuri, (almajalat almisriat lilbihawth alraay aleami, 3(16).

- Saad, H. (2018). alshshayieat waealaqatuha bitakwin alraay aleami wasanaeat alqarar fi misr dirasat tatbiqati, )rsalat dukturah ghyr manshurat, kuliyyat al'ielam- jamieat alqahirat).

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

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

---

## Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

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

---

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

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

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

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

### Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof.Abdullah Al-Kindi

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

### Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Editorial Secretaries:

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

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

**Dr. Ramy Gamal:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

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

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

## Correspondences

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

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

● Issue 57 April 2021 - part 3

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

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

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

## Rules of Publishing

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

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