مجلة دراسات في علوم الانسان والمجتمع-جامعة جيجل ISSN: 2661-7331
المجلد: 09 العدد: 02 (2026)- ص- ص: 57-75 EISSN : 3769-2773

# الإشاعة الالكترونية: مدخل مفاهيمي

# Electronic Rumors: A Conceptual Introduction

عبد الرشيد كياس[1*]، كمال ضلوش[2]
[1]جامعة جيجل (الجزائر)، kiasabderrachid@univ-jijel.dz
[2]جامعة جيجل (الجزائر)، kamel.dallouche@univ-jijel.dz

تاريخ الاستلام: 2026/05/18 تاريخ القبول:2026/05/30

**ملخص**

تهدف هذه المداخلة إلى عرض مدخل مفاهيمي تاريخي لظاهرة الاشاعة الالكترونية باعتبارها من أبرز التحديات في العصر الرقمي. بالتطرق إلى تطور مفهومها من الدراسات الكلاسيكية الى الدراسات المعاصرة بالتعريج على التعاريف التي أسست لفهمها و التي وضعها الباحثون الرواد في هذا المجال مثل ويليام شتيرن و ألبورت وبوستمان، وكذلك بعض المفاهيم المشابهة لها، ثم تنتقل الى الخصائص المميزة لها عن الاشاعة التقليدية، كما تتطرق الى آليات انتشارها في بيئة الانترنت وتصنيفاتها وكذا بعض الجهود التي بذلت في فهمها.

**الكلمات المفتاحية:** إشاعة إلكترونية، وسائل التواصل الاجتماعي، أخبار مضللة، أخبار كاذبة

## Abstract:

This paper aims to present a historical and conceptual introduction to the phenomenon of electronic rumors, considered one of the most prominent challenges in the digital age. It traces the evolution of the concept from classical to contemporary studies, touching upon the definitions established for understanding it by pioneering researchers in the field such as William Stern, Allport, and Postman, as well as some similar concepts. It then moves on to the characteristics that distinguish it from traditional rumors, addressing its mechanisms of dissemination in the internet environment, its classifications, and some of the efforts made to understand it.

Keywords: online rumor, social media, misinformation, fake news.

* المؤلف المرسل

## 1. مقدمة :

عرفت أنماط التواصل الاجتماعي في العقدين الأخيرين تحولات جذرية لاسيما مع الانتشار الواسع لشبكة الأنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي التي أحدثت بسبب سرعة انتشار المعلومات و الأخبار ثورة في عالم المعرفة و في شبكة العلاقات الاجتماعية و النفسية للمجتمعات البشرية و ما ارتبط بها من الظواهر، وقد كان من أبرزها ظاهرة الإشاعة الالكترونية (Electronic Rumor) باعتبارها من أبرز التحديات التي أصبحت تواجه المجتمع المعاصر. لقد تجاوزت الاشاعة النمط التقليدي في تداولها الشفوي المحدود، و أصبحت تشهد شكلا جديدا عبر انتشارها السريع والواسع في الفضاء الرقمي العابر للحدود في وقت قياسي وكذلك في قوة تأثيرها على الجمهور.

إن جذور الدراسة الأكاديمية للإشاعة تعود إلى بدايات القرن العشرين، مقترنة بأعمال علماء النفس و الاجتماع الرائدة كأعمال العالم الألماني ويليام شتيرن (1871-1938) ( William Stern) الذي أرسى الأسس الحديثة للدراسة الأكاديمية للشائعات في عام 1902، حيث قام بتجارب رائدة بينت كيف تتم عملية تحريف القصص واختصارها عند تناقلها، و أثبتت أبحاثه أن الشائعات تختزل و تتغير كلما انتقلت من شخص لآخر إذ في كل مرة تتم صياغتها مجددا مما يؤثر في مضمونها، وصولا الى الدراسات الكلاسيكية التي أجريت خلال الحرب العالمية الثانية، حيث بدأ التأسيس لمنهجية علمية في دراسة وفهم الاشاعة كظاهرة نفسية و اجتماعية. ومع التحول الرقمي واكتساح الوسائل التكنولوجية حياة الناس فرضت تحديات جديدة على هذا الحقل من حقول البحث العلمي، بسبب اتساع دائرة الجمهور و تغير ميكانيزمات انتشار الظاهرة و ظهور أنماط من الإشاعة مختلفة البنية و الوظيفة.

## 2. مفهوم الإشاعة: تطورها التاريخي وجذورها النظرية

يعتبر مفهوم الاشاعة من بين المفاهيم ذات الدلالة الواسعة ، و يرجع ذلك الى اتصاله بتخصصات كثيرة مثل علم الاجتماع و علم النفس و القانون و السياسة و الأنثروبولوجيا و الاقتصاد، إلى جانب ارتباطه الوثيق بالتقدم الحاصل في تكنولوجيا الاتصال و المعلومات بحيث لا يمكن النظر في هذا المفهوم بمعزل عن التطور الحاصل فيها.

إن تاريخ الشائعات قديم قدم التاريخ البشري. حتى في العصور القديمة البعيدة، كانت الشائعات والنميمة والخدع متداولة دائمًا - بحسن نية أو بسوء نية - للتأثير على شؤون البشر. كان لدى الرومان القدماء إلهة مخصصة للشائعات: إلهة الشهرة. كانت هذه الإلهة تُصوَّر على

هيئة امرأة دائمة الحركة، تصرخ باستمرار وتنشر الأخبار الجيدة والسيئة. شابة ومندفعة، غالبًا ما كانت تُصوَّر بأجنحة مغطاة بعيون وأفواه وألسنة. في فعل العزف على البوق، واحد للحقيقة والآخر للكذب. يرمز هذا الوحش المجنح، مجازيًا، إلى الشائعات التي تنشأ وتنتشر وتكتسب مصداقية، ولا تُميّز بين الحقيقة والزيف، بل تُضخّم الحقائق وتُشوّهها كيفما تشاء.

)Crescimbene, 2012,p421 (

يبدو أن الاشاعة ظاهرة اجتماعية لازمت الحياة الانسانية على الارض متخذة أشكالا عدة عبر التاريخ البشري ومرافقة لتطور المجتمعات وما صاحبها من صراع و نزاع و أطماع اقتصادية وعسكرية، ومرافقة أيضا للتحولات السياسية و الثقافية إلا أنها أكثر انتشارا وشيوعا مع الحروب والحملات العسكرية. ولقد أجمع علماء النفس المعاصرون أن الإشاعة هي إحدى الأسلحة الهجومية التي تتمتع بها الشخصية البشرية، في حين اعتبرتها المدرسة الفرنسية وسيلة هجومية دفاعية خاصة بالشخصية البشرية و يتمتع بها كل إنسان وتختلف شدتها و تأثيرها باختلاف الطبع والقدرة العقلية الخاصة به و الذكاء و الابداع.(الختاتنة و آخرون، 2011، ص ص 235)

في تاريخ المجتمع الإسلامي محطات ذات دلالات اجتماعية قوية لتأثير الإشاعة في المجتمع وقدرته على زعزعة أركانه و الإخلال بتوازنه، بل واستمرار هذا التأثير وتبعاته لعقود طويلة من الزمن سواء على المستوى الإجتماعي أو العقائدي أو السياسي وغيرها. ومن أمثلة هذه الإشاعات:

لإشاعة التي انتشرت أن كفار قريش قد أسلموا وذلك بعد الهجرة الأولى للحبشة، كانت نتيجتها أن رجع عدد من المسلمين إلى مكة، وقبل دخولهم علموا أن الخبر كذب، فدخل منهم من دخل وعاد من عاد، فأما الذين دخلوا فأصاب بعضهم من عذاب قريش ما كان هو فاراً منه. وفي معركة أحد، عندما أشاع الكفار أن الرسول صلى الله عليه وسلم قتل، ففتر ذلك في عزيمة كثير من المسلمين، حتى أن بعضهم ألقى السلاح وترك القتال.

الإشاعات الكاذبة التي صنعت ضد الخليفة الراشد عثمان بن عفان رضي الله تعالى عنه ففي عام 32هـ بدأت خيوط الفتنة على يد يهودي ادعى الإسلام هو عبد الله بن سبأ، استغل الرخاء وحلم الخليفة وبدأ ينسج الإشاعات المثيرة حوله، فكشف أمره وطرد من المدينة فخرج إلى الكوفة، ثم البصرة ثم مصر يحرض بمكر شديد على الخليفة وأمرائه ويدعو للثورة عليهم ونجح

في استثارة عدد من الناس ، فتكاتبوا و تجمعوا في المدينة قبل الحج عام 35 هـ و عاملهم الخليفة بحلمه الواسع أول الأمر فحاورهم و دحض الإفتراءات التي استثارتهم. فخرجوا من

المدينة، لكنهم ما لبنوا أن عادوا إليها وحاصروا الخليفة في بيته وزعموا انهم اكتشفوا رسالة من الخليفة إلى والي مصر تأمر بقتلهم، ولم يكن لعثمان جيش أو شرطة قادرة على مقاومتهم، فانتشروا في المدينة وأخذوا يتصرفون في أمورها. وبلغهم أن جيشاً قادماً من الشام لنصرة الخليفة فاقتحموا على عثمان بيته وحاول الشباب من أبناء الصحابة حمايته، لكن أصحاب الفتلة تغلبوا عليهم وقتلوا عثمان وهو يقرأ القرآن. وكانت لهذه الشائعات آثارها السيئة على المجتمع في ذلك الوقت وعلى الأمة الإسلامية كلها ومازال هذا الأثر حتى هذا الوقت حيث نشبت بعدها حروب حتى بين الصحابة كمعركة الجمل و صفين، و خرجت منها فرق ومذاهب كالخوارج و الشيعة و المرجئة و القدرية وما تلاها من بدع وفتن.

حادثة الإفك تلك الإشاعة التي طعنت في عرض رسول الله صلى الله عليه وسلم الإشاعة التي هزت بيت النبوة شهراً كاملاً، بل هزت المسلمين والمدينة كلها، هذا الحادث الذي كلفه وزوجه عائشة رضي الله عنها آلاماً ومعاناة نفسية، وكاف الأمة المسلمة كلها أن تمر بهذه التجربة الاجتماعية في تاريخها الطويل، ولم يكن هناك حل ولا جواب إلا بنزول الوحي على رسول الله صلى الله عليه وسلم ، أما الأثر فكان إيجابيا حيث أدرك أفراد المجتمع الإسلامي آنذاك قوة الإشاعة في اختلاق أحداث غير حقيقية أو موجودة يمكنها أن تدمر مجتمعا بأكمله.(الشمري، 2017، ص ص 212-213)

خلال الحرب العالمية الثانية، في عام 1940، بدأت الشائعات تنتشر في أمريكا حول هذه الحرب. وقد انتاب الحكومة الأمريكية قلقٌ بالغٌ إزاء هذه الشائعات، خشية أن تؤثر على النسيج الاجتماعي للولايات المتحدة قبل دخولها الحرب (دخلت الولايات المتحدة الأمريكية الحرب العالمية الثانية في 8 ديسمبر 1941). ولمكافحة الشائعات التي اعتُبرت خطرًا على الأخلاق المدنية والأمن القومي، قررت إنشاء لجان مؤسسية؛ وفي الوقت نفسه، بدأ علماء الاجتماع بدراسة ظاهرة الشائعات. لقد وُلدت عيادات الشائعات في أمريكا (في شيكاغو، عام 1942) كوحدات تشغيلية لمشروع أوسع نطاقًا، عُرف باسم مشروع الشائعات، والذي ضمّ العديد من الوكالات الحكومية والجامعات الأمريكية. وباستخدام البيانات التي جمعتها عيادات بوسطن (1941-1942)، كانت صحيفة بوسطن هيرالد تنشر كل يوم أحد أشهر شائعات الأسبوع، حيث خصصت الصحيفة عمودًا في صفحتها الأولى لتفنيد الشائعات استنادًا إلى الأدلة والحقائق.

بعد دراساتهما حول الشائعات خلال الحرب العالمية الثانية، نشر ألبورت وبوستمان عام 1947 كتاب "سيكولوجية الشائعات" أو "علم نفس الإشاعة" (The Psychology of Rumor)..

تُعتبر هذه الدراسة علامة فارقة في علم النفس الاجتماعي، إذ انتقلت من الأوساط الأكاديمية إلى علمٍ يُعنى بالواقع. وقدما في هذه السنة أولى التعاريف للشائعات بأنها :"آراءٌ مبنية على المعتقدات حول مواضيع محددة (أو راهنة) تنتقل من شخص لآخر، عادةً شفهيًا، دون أي دليل على صحتها. ورغم أن الشائعات تُنقل عادةً شفهيًا،إلا أن لوسائل الإعلام دورًا محوريًا في انتشارها.

( 2Crescimbene, 2012,p42 )

**2.1.التعاريف المؤسسة للإشاعة**: غالبا ما يتم استُخدام مصطلحات عديدة من أجل الإشارة إلى محتوى زائف أو مجهول المصداقية. كما يتم استخدام بعض الكلمات الشائعة، مثل التضليل، والمعلومات المضللة، والخدعة، والشائعات، والأخبار الكاذبة، بشكل متبادل وسطحي. ولأن هذه المفاهيم قد تتعارض أحيانًا وتتداخل فلابد من وضع خط فاصل بينها.

**1.1.2.الإشاعة لغة**:

قال ابن منظور في لسان العرب: شاع الخبر في الناس يشيع شيعاً وشيعاناً ومشاعاً وشيعوعة، فهو شائع بمعنى: انتشر وافترق وذاع وظهر. وأشاعه هو وأشاع ذكر الشيء: أطاره وأظهره، وقولهم: هذا خبر شائع، وقد شاع في الناس، معناه قد اتصل بكل أحد، فاستوى علم الناس به، ولم يكن علمه عند بعضهم دون بعض. (ابن منظور ، ص 191)

وجاء في القاموس المحيط للفيروزأبادي :" شاع يشيع، شيعا وشيوعا ومشاعا و شيعوعة: بمعنى ذاع وفشا.(آبادي، مجد الدين، ص 906)

وجاء في قاموس أوكسفورد للمتعلمينoxford learnerdictionary ، أن لفظ rumour عبارة عن إسم كما أنأصل كلمة Rumor جاء من الفرنسية القديمة rumur ومن اللاتينية rumorبمعنى ضوضاء.

وهي في الإنجليزية الأمريكية Rumor و تعني :"معلومة أو قصة يتناقلها الناس، لكنها قد لا تكون صحيحة"

(oxford learner dictionary,https://www.oxfordlearnersdictionaries.com)

**2.1.2. المفهوم الاصطلاحي للشائعة**:

للشائعة تعريف عام يعتبرها:" معلومات غير مؤكد مصدرها و غير موثوقة صحتها . تنتشر بين الناس في غياب دلائل واضحة أو توثيق رسمي"(Caled & 128, 2022)

و الشائعة هي": عبارة عن خبر أو معلومة غير مؤكدة ، قد تكون صادقة أو كاذبة أو مبالغ في دقتها ، تنتقل من شخص الى شخص آخر ، و هي لا تطرح فكرة جديدة أو نظرية مفيدة بل تتناول أخبارا و معلومات عن موضوع أو شخص أو موقف ما ،قد يضاف إليها بعض التفاصيل

الجديدة من طرف أفراد يتحمسون لما يرونه ويدافعون عنه بحيث لا يدعون السامع يتشكك في صدق ما يقولون"

كما تعرف بأنها :" ترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة و التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح أو تفسير خبر و التعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع و الحقيقة، و ذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقا لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو على النطاق العالمي بأجمعه.

(بطرس ،2020، ص ص 11-111 )

غالباً ما تُفهم الشائعة على أنها:" أخبار غامضة أو مُخفية المصدر تنتشر على نطاق واسع دون فحص. لكن لا يُمكن لأي مجتمع بشري أن يدّعي اختراعها، لأن الشائعة مُرتبطة باستخدام القصص في كل مجتمع بشري، ولكل مجتمع مخاوفه وأمراضه الخاصة."(Semujanga, 2004, PP4-5)

عرّف ألبورت وبوستمان الشائعات بأنها آراء مبنية على المعتقدات حول مواضيع محددة (أو راهنة) تنتقل من شخص لآخر، عادةً شفهيًا، دون أي دليل على صحتها. ورغم أن الشائعات تنتقل عادةً شفهيًا، إلا أن لوسائل الإعلام دورًا محوريًا في انتشارها.

3.2. **الشرطين الأساسين للإشاعة**: قدم جوردون ألبورت وليو بوستمان إطاراً نظرياً يعد النموذج الكلاسيكي لانتشار الإشاعة والذي ظل مؤثراً لعقود. وفي كتابهما وضعا شرطين أساسيين للإشاعة.

الشرط الأول: ينحصر هذا الشرط في كون موضوع الإشاعة ينبغي أن ينطوي على شيء من الأهمية بالنسبة للمتحدث و للمستمع.

الشرط الثاني: وينحصر في أن الوقائع الحقيقية ينبغي أن تتسم بشيء من الغموض. وهذا الغموض يمكن أن ينشأ من انعدام الأخبار أو اقتضابها ، أو عن تضارب الأخبار، أو عدم الثقة بها، أو عن بعض التوترات الإنفعالية التي تجعل الفرد غير قادر أو غير متهيء لتقبل الوقائع التي تقدمها الأخبار له.

وحيث أن الإشاعة تشتمل على فتات متخلف من الاخبار، تشتمل أيضا على "جانب من الحقيقة" ولكن هذا الفتات تطغى عليه ، في مرحلة انتقالاته، شطحات أخيولية بحيث يستحيل أن يعزل منها أو أن يستبين متميزا عنها. ففي أقصوصة الاشاعة يكاد يكون من

المستحيل دائما أن نحدد على وجه الدقة ماهي الوقائع التي ترتكن إليها، أو ما إن كانت حقا تشتمل على أية واقعة على الاطلاق.

**4.2. انتقال مواضيع الشائعات على الإنترنت :**

يُعد محتوى الموضوع وشعبيته بُعدين حاسمين في دراسة الشائعات على الإنترنت، إذ يعكسان نقاط التركيز واتجاهات اهتمام الجمهور خلال حالات معينة كحالات الطوارئ الصحية العامة. وخلال هذه الأحداث، تتسم مواضيع الشائعات على الإنترنت وشعبيتها بخصائص ديناميكية وغير مؤكدة، وغالبًا ما تتجلى في شكل اشتقاقات متكررة. بحيث يجب الحصول على نماذج متسلسلة لتطور المواضيع في مجموعات منظمة حيث يمكن تحليل الآليات التي تحرك تطور المواضيع في الشائعات الالكترونية، أما خلال مرحلة الاستقرار فان انتشارها يتلاشى بشكل تدريجي مما يدفع الى التخلي عن دراستها (Chao Shen and all.https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov)

**5.2. القانون الاساسي للإشاعة:**

يرتبط الشرطان السابقان للإشاعة ارتباطا كميا بسريانها، و المعادلة الخاصة بشدة الإشاعة تصاغ على النحو التالي: **ش دالة أ، غ.**

وتعني أن قدر الاشاعة التي تسري يتغير بصورة تتبع مدى الأهمية التي يكتسيها الموضوع عند أفراد المجتمع المعنيين، و كذلك تبعا لمقدار الغموض المتعلق بالمسألة موضوع الاشاعة. والعلاقة بين الأهمية و الغموض كشرطين أساسين للإشاعة ليست علاقة إضافية و إنما علاقة " تضاعفية". يعني ذلك أنه إذا كانت الأهمية " صفرا" وكان الغموض كذلك "صفرا" خصوصا في المناطق النائية المعزولة عن مصادر الأخبار المألوفة، كانت الإشاعة هي المصدر الوحيد للإعلام.

(أولبورت، ليو بوستمان، 1964، ص ص 54-55)

استخدم جوردون ألبورت وليو بوستمان ثلاث مصطلحات لوصف ديناميكيات الإشاعة:

1.5.2. التسوية :(Leveling) فأثناء عملية النقل يحدث فقدان التفاصيل، حيث أظهرت تجاربهم أن حوالي70% من تفاصيل الرسالة تتعرض للفقدان خلال أول 5-6 عمليات نقل شفهي.

2.5.2. الترشيح :(Sharpening) حيث يتم انتقاء تفاصيل معينة لنقلها على حساب تفاصيل أخرى، غالباً ما تكون تلك التفاصيل الأكثر إثارة أو انسجاماً مع توقعات الناقلين.

3.5.2. الاستيعاب :(Assimilation) يحصل تشويه المعلومات بسبب دوافع لا واعية، حيث يميل ناقلو الإشاعةإلى جعلها متوافقة مع اعتقاداتهم وقيمهم المسبقة.

تشكل هذه المفاهيم الثلاثة إطاراً لفهم الكيفية التي تتحول بموجبها المعلومات أثناء انتقالها بين الأفراد، وهو ما يمكن أن يبقى ذا صلة حتى في بيئة الإنترنت، وإن كانت آليات التحول تختلف.

(أولبورت، ليو بوستمان، 1964، ص ص 155-157)

### 6.2. أنواع الإشاعة:

صنفت سوسيولوجيا الاتصال الإشاعة الى ثلاثة أصناف :

إشاعات تهتم برغبات المجتمع الذي تنتشر فيه لاسيما تلك المتعلقة بمستوى المعيشة.

إشاعات الرعب المتعلقة باشتعال الحروب أو انتشار الأبئة أو زيادة الضرائب.

إشاعات تهدف إلى زعزعة الثقة و التشكيك في الدولة أو الحكومة وتشجيع الإنقسام داخل المجتمع.

أما أنواع الإشاعة فتنقسم الى ثلاثة أنواع رئيسية هي:

إشاعة الإسقاط: وهي التي تمكن الأنا من الدفاع عن نفسها وحمايتها بإسقاط رغباتها الالمكبوتة و الشاذة على عناصر البيئة الخارجية

إشاعة التبرير: وهي عبارة عن حيلة نفسية يلتجئ الفرد اليها عندما يفقد الدليل العقلي و الأسباب المنطقية.

إشاعات التوقع: وهي تلك التي تنتشر وتظهر عندما يكون الجمهور مهيأ لتقبل أخبار معينة أو أحداث خاصة مهدت لها حوادث سابقة مثل إشاعة النصر أو الهدنة في زمن الحرب.(الخاتاتنة و آخرون، ص ص 236-237)

خلص كناب إلى أن الشائعات السلبية تنتشر بسهولة أكبر من الشائعات الإيجابية. اقترح يونغ (1959) تصنيفًا للشائعات يعتمد أساسًا على مدتها الزمنية. وميّز بين الشائعات "العادية" و"الخيالية". بالنسبة ليونغ (1959)، تحمل الشائعات الخيالية قيمة رمزية عالمية وتدوم طويلًا. هذا النوع من الشائعات التي تُعبّر عن قلق مزمن يمكن رصده في الصور النمطية والمخاوف الجماعية بشأن وضع العالم، أو في الرغبة العالمية في وجود قوة خارقة للطبيعة للخلاص.

في المقابل، جادل مؤلفون آخرون، مثل فيستينجر (1957) وبرساد (1935)، بأن القلق والخوف يُغذّيان ويُغذَّيان بالشائعات (مثل زلزال الهند عام 1934). في هذا التفسير، تتمثل وظيفة الشائعات في كونها وقائية وتنبيهية ضد الكوارث، كما أنها تؤدي دورًا تكيفيًا في مواجهة الأحداث الكارثية. (Crescimbene, Federic, 2012,p423)

## 3. الإشاعة الالكترونية:

يتشكل مفهوم الإشاعة الالكترونية من اندماج مفهوم الإشاعة بشكل عام كما هو في التداول الأكاديمي التقليدي مع الثورة التكنولوجية المتمثلة في الوسائل و التقنيات الالكترونية التي استخدمت لنشر هذه الإشاعات.

تعرف الإشاعة الرقمية او الإلكترونية بأنها:" خبر أو مجموعة أخبار و أحداث مزيفة يشوبها التشويه و النقصان، كما يعوزها التفسير و التأكيد، تنتشر في المجتمع الشبكي بشكل سريع وتتداول بين العامة ظنا منهم على صحتها، ودائما ما تكون هذه الأخبار شيقة و مثيرة لفضول المجتمع و الباحثين، تتسم بالغموض و الالتباس في مسارات تنقلها، حيث تفتقر هذه الاشاعات عادة الى المصدر الموثوق الذي يحمل أدلة على صدقها و موثوقيتها".(اقريرش ، 2024، ص 639)

1.3. **الإشاعة الإلكترونية و منصات التواصل الإجتماعي**: لقد أظهرت الأبحاث العلمية أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت بيئة خصبة لانتشار الشائعات عبر الأنترنت. فمن جهة تعد هذه المنصات ضرورية للتواصل الفوري بين أفراد المجتمع، غير انها أيضا تستخدم كقنوات لنشر الروايات المثيرة للذعر و الادعاءات غير المؤكدة بشكل سريع. وتلعب المواضيع الجذابة دورا هاما في انتشار المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي. إضافة الى ذلك فإن تضمين المشاعر في الشائعات يزيد بشكل كبير من احتمالية تداولها، بغض النظر عن صحتها. و غالبا ما يلقى هذا الغلاف العاطفي صدى لدى الناس مما يثير ردود فعل متسلسلة على شبكات التواصل الاجتماعي و يزيد من سرعة انتشار الشائعات و من نطاقها.

(Chao Shen and all.https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov)

2.3. **خصائص الإشاعة الإلكترونية**: ظلت الإشاعةمنذ أمد بعيد تحمل السمتين الأساسيتين وهما : أولا أهمية الموضوع في حياة أفراد المجتمع وثانيا غموض هذا الموضوع. غير أن عصر المعلوماتية أضاف لها سمات أخرى اكتسبتها بفعل التقدم العلمي والتكنولوجي و المعلوماتي، فأصبحت الإشاعة الالكترونية تتميز:

التغير و التجدد و الترويج و التحديث و التبادل.

أنها متخفية، وتسهم هذه الخاصية في تشجيع السلوك الإجرامي المضاد للمجتمع وتبرز جرائم مثل التشهير بالآخرين و الانتحال أو الاحتيال وهو سلوك يتم بمجمله على الشبكة.

السرعة ، فالشائعة الالكترونية تنتقل بسرعة ولا تستغرق إلا وقتا قصيرا جدا لتنتقل من موقعها إلى المواقع و العناوين الالكترونية الأخرى.

الانتشار، يوفر الأنترنت خاصية انتشار للشائعة الالكترونية يجعلها عابرة للحدود الوطنية نحو الفضاء الدولي لتكسب جمهورا أوسع ما يزيد في خطورتها و تأثيرها لأنها تدخل على كل شخص وفي كل مكان دون استئذان.

الكلفة المنخفضة، إن نقل الاشاعة الالكترونية في الفضاء الرقمي لا يكلف شيئا ولا يحتاج أدوات أو أجهزة كثيرة أو نفقات بل هي مرتبطة بإعدادها وارسالها فقط.

التفاعل عن بعد، فالإشاعة الالكترونية تمكن الآخرين من تناقلها والتفاعل معها عن بعد بالصورة و الصوت.

المحافظة على المضمون، فالشائعة الالكترونية لا تتعرض للتغيير و التحريف العفوي من ناقلها، فإذا تلقى أحدهم رسالة الكترونية بها شائعة، يمررها لغيره أو يقوم بتحويلها كما هي بما يضمن بقاءها على وضعها الأصلي محافظة على جاذبيتها.

انتقاء المادة، حيث أن الشائعة المنقولة عبر الأنترنت تنتقي مادتها و أدواتها، لأنها تعبر عن محتواها بالصوت و الصورة و الرسومات و الفيديوهات .

كثرة المتلقين و الذين يتمثلون في مستخدمي الانترنت.

المرفقات ، حيث ترفق الإشاعة الإلكترونية بالصور و الأصوات و أي ملحقات أو مستندات على عكس الاشاعة التقليدية.

إمكانية التعرف على المصدر عن طريق التتبع الإلكتروني وعناوين الIP.

عدم الصدق، حيث تتيح الوسائل التكنولوجية و استخدامات الذكاء الاصطناعي من اختلاق القصص أو خلط الأخبار الصحيحة بالمغلوطة و ترويجها بإتقان.

تلهف جمهورها واستعداده لقبولها بسبب ما يتعرض له الانسان في هذا العصر من تجارب وخبرات وبحثه عن الجديد لاسيما اذا كانت مدعومة بأسانيد (يمكن ان يكون خيالا علميا). (اسماعيل،2017، ص ص 83-85)

### 3.3. التمييز بين مفهوم الإشاعة الالكترونية و المفاهيم ذات الصلة:

يُعد التمييز بين الإشاعة والتضليل (Disinformation) والمعلومات المضللة (Misinformation) و الدعاية من القضايا المفاهيمية ذات الأهمية . فبينما تشير المعلومات المضللة إلى تلك المعلومات غير الصحيحة التي يتم تداولها دون قصد خبيث بالضرورة، فإن التضليل ينطوي على وجود نية متعمدة لإلحاق الضرربالآخر أو الخداع . أما الإشاعة، فتقع في

منطقة وسطى: فهي "مقولة تفتقر إلى معايير الإثبات الموثوقة" ، وقد تكون صحيحة أو خاطئة جزئياً أو كلياً، وقد تنشأ عن قصد أو دون قصد.

### 1.3.3. الإشاعة الالكترونية و الأخبار الكاذبة: (Fake News)

من أكثر الصيغ التي لها علاقة بالإشاعة الرقمية اللصيقة بالكذب نجد مفهوم الأخبار الكاذبة ، حيث يتم التلاعب بالأخبار و الأنباء التي تدور في التكنولوجيات الرقمية و الإعلامية عن طريق تصميمها عن قصد على أنها كاذبة أو خاطئة لكسب التأييد أو الدعم من المتلقين. فالأخبار الكاذبة اكثر من كونها " معلومات كاذبة" وزيادة على كونها خاطئة ففيها تضليل متعمد. وبخلاف مفهوم الاشاعة يوظف مفهوم الاخبار الكاذبة إيديولوجية الكذب المسبق من أجل تمرير خطاب و تحقيق الإقناع كهدف وحيد، ومن ثمة تعبئة الرأي العام وحشد موافقة الجماهير حول أمر ما. فالكاذب على حد قول "جاك دريدا" من البديهي أنه يعرف الحقيقة و إن كان لا يعرفها كلها ، فهو على الاقل يعرف حقيقة ما يفكر فيه و يريد قوله، كما يعرف الفرق بين ما يفكر فيه و ما يقوله أي أنه يعرف بأنه يكذب.

### 2.3.3. الإشاعة الالكترونية و المعلومات الخاطئة: (Misinformation)

تعتبر المعلومات الخاطئة معلومات بها تضليل متعمد وهي على العموم عمل شخص أو مجموعة أشخاص يقومون بإنشاء أخبار بناء على بيانات غير موجودة كما هي. فالمعلومات الخاطئة يمكن أن تستند إلى أحداث حقيقية في أصلها ولكن تم التلاعب بها أو تحريفها و يكون الهدف منها هو التضليل و الخداع عن طريق إعادة إنتاج تقنيات المعلومات الحقيقية. إنها أخبار غير صحيحة غالبا ما تكون المؤسسات الاعلامية إضافة الى الانترنت هي أصولها المزعومة ، فتكون على شكل بيانات صحفية أو مقالات تمرر ماهو خاطئ على أنه صحيح، كما تهدف ايضا الى التلاعب و زعزعة الاستقرار لكي يتفاعل الجمهور معها و يقرأها الناس مما يسهم في خلق شائعة أخرى. فهذه المعلومات اذن تبحث عن التشهير و التشويه لجهات أو أفراد حتى ولو ثبت خطأ المعلومة، فتغير من شكل الحقائق وتترك الانطباع بصحتها حتى ما بعد الفضيحة التي تصنعها او التشويه الذي تفعله. وثبت كذبها. فالفضيحة السياسية وإن ثبت أنها كانت احتيالية وكاذبة فإن "صدى الاعتقاد" بها يبقى يؤثر على تصور الناس للشخص محور الاشاعة كما ما أطلق علي ذلك أحد المفكرين (" توغسون"). بينما التحقق من صحتها له أثر محدود وتبقى تلحق الضرر بسمعة المعنيين بها.(اقريرش ، ص ص 643)

ورغم أن التضليل الإعلامي لا يرتبط بالضرورة بنية الخداع، إلا أنه يرتبط بنشر روايات كاذبة أو غير صحيحة، والتي قد تحدث، على سبيل المثال، بسبب نقص المعلومات، أو سوء فهم الرسالة، أو حتى تحريف المعلومات لأغراض فكاهية. و تنتشر المعلومات المضللة عبر وسائط متعددة، ويمكن نشرها من خلال الصور والفيديوهات والتسجيلات الصوتية والنصوص، أو حتى من خلال الجمع بين مختلف هذه الوسائط.

ويُصنّف أحد الباحثين (سايز-ترامبر Saez-Trumper) مجموعتين من آليات نشر المعلومات المُضللة هما الهجمات الاجتماعية والهجمات التقنية .

الهجمات الاجتماعية : هي آليات تستغل نقاط الضعف في أنظمة المعلومات من خلال الموارد البشرية، سواء أكانت أفرادًا أم جماعات (مثل استخدام حسابات وهمية ومزارع النقرات) .

الهجمات التقنية: فتعتمد على الموارد الحاسوبية، مثل إنشاء روبوتات التواصل الاجتماعي أو تقنيات التزييف العميقdeepfake.

ومن ثمة يقدم بعض التقارب الموجود بين المفاهيم كما يلي:

التضليل: هو نشرمعلومات كاذبة تهدف إلى التضليل. لا يقوم مروجو التضليل دائمًا بإنشائه عمدًا، فعلى سبيل المثال، قد يتم التلاعب بالمؤسسات الإخبارية أو وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المخادعين لنشر معلومات غير دقيقة أو مضللة.

الشائعة :Rumor تُعرَّف بأنها معلومة لم يتم التحقق من صحتها وقت نشرها. قد لا تكون الشائعة بالضرورة كاذبة، فقد يتم تأكيد صحتها لاحقًا. إن ما يميز الشائعة حقًا هو ضعف أساسها.

العناوين المثيرة لجذب النقرات : Clickbaitتُستخدم لجذب عدد أكبر من القراء إلى مواقع الويب من خلال عناوين مثيرة وجذابة، تستغل فضول المستخدمين وتغريهم بالنقر على روابط لا تقدم ما وُعد به. يُعد استخدام عناوين مبالغ فيها تؤدي إلى محتوى مخيب للآمال سمة شائعة للإثارة المبتذلة و الدافع الرئيسي لاستخدام هذه العناوين هو تحويل الزيارات إلى إيرادات (من أجل تحقيق الربح من الموقع الإلكتروني)

الأخبار الساخرة :Satirical Newsحيث يتم استخدام السخرية والتهكم لإثارة الضحك أو الاستهزاء بهدف تسلية القارئ؛ وتعتمد على عنصر المفاجأة، وغالبًا ما تتضمن مزيجًا من عناصر و/أو أفكار غير متوافقة. وبينما يُفترض أن مستهلكي الأخبار الساخرة على دراية بالهدف

الفكاهي للقصص، إلا أن هذه الروايات قد تنشر معلومات مضللة وتُسبب الارتباك لدى الجمهور

البريد العشوائي الاجتماعي:Social Spam أنواع مختلفة من الهجمات (مثل التصيد الاحتيالي، ونشر الرسائل الإعلانية، والفيروسات) التي تروج لها جهات خبيثة، وتتميز أساليب البريد العشوائي الاجتماعي باستراتيجيتين :

قدرة مرسلي البريد العشوائي على تكييف أنماط إرسالهم للبريد العشوائي لتجنب اكتشافهم.

تفاعل مرسلي البريد العشوائي الذين يتظاهرون بأنهم مستخدمون عاديون مع أقرانهم، مما يُنشئ شبكة اجتماعية لتأسيس سلسلة تأثير في أنظمة المعلومات من خلال الموارد البشرية، سواء أكانت أفرادًا أم جماعات(Caled and all, 2022, pp 125-126)

**3.3.3. الإشاعة الالكترونية و الدعاية:(La Propagand)** : تأخذ الإشاعة أحيانا طابع الدعاية بنشر معلومات أو أخبار لتشويه الحقائق و التشهير بالآخرين أفرادا أو مؤسسات، غير أنها لا تصل درجة التحريض الذي هو جوهر الدعاية التي هي الترويج لأمر أو مذهب أو راي بالكتابة أو الخطابة وهي في أصلها كلمة إيطالية تعني لجنة نشر العقيدة التي كانت تتولى مهمة التبشير. حيث تبدو الدعاية كسلوك تحريضي واضح مخطط له بينما الاشاعة نشر و تلاعب بصدق الاخبار و الحوادث، فالدعاية خلق للفوضى و تلاعب ترتبط كثيرا بالحروب تولد قبلها وتعيش فيها و بعدها كما ترتبط بشكل قوي بالعاطفة وتحت تأثيرها قد تحصل الكارثة.(اقريرش، ص ص 643-645)

و الدعاية هي تلك الرسالة الموجهة تم إعدادها سلفا، و بشكل فيه قصد بغية التأثير على أفعال و أفكار الآخرين سواء كانوا جماعات أو أفراد و وتوجيهما صوب هدف تم تحديده. وقد تكون المعلومات التي تحتويها الرسالة صحيحة أو خاطئة، و لكنها في جميع الأحوال عبارة عن معلومات مكثفة و موجزة ، ناقصة و غير شاملة. يمكن ملاحظة ذلك في تقديم المنظمات السياسية نفسها للجمهور و كذلك الأحزاب و في ترويج الشركات لنفسها و لمنتجاتها . لقد مرت الدعاية عبر التاريخ مثل الإشاعة بمراحل متصلة تستخدم في كل عصر للسيطرة على العقول من خلال مخاطبة الغرائز وهي في العصر الحديث استمرار لذلك أيضا فهي لم تختلف من حيث أهدافها و أسبابها فهي سعي حثيث من طرف الحكام و أصحاب السلطة للسيطرة على المحكومين و دفعهم لتحقيق الأهداف التي يسعون إليها. ومثال ذلك استخدام أوربان الثاني بابا

الفاتيكان (من 1088 الى 1099م) لقضية إحراق كنيسة القبر المقدس كسبب رئيسي لدفع الناس لحرب المسلمين و هو أمر يتشابه مع حجة الولايات المتحدة الأمريكية وهي تدمير برج التجارة العالمي لتبرير هجومها على العالم الاسلامي. إن الدعاية في العصر الحاضر تبنى على تصورات قامت عليها في الماضي مع تعدد في الأساليب و النماذج التي فرضتها ظروف العصور المختلفة. فقد بدأت رسميا عند الرومان الذين أنشأوا وظيفة سمعة الإمبراطور بعد أن توج نابليون إمبراطورا و الذي كان يؤمن كثيرا بالدعاية 1804 أسس مركز الدعاية الإمبراطوري. (الدليمي، 2012، صص153-154)

ولما أخذت الدعاية من الوسائل التكنولوجية كالأنترنت و مواقع التواصل وغيرها أدوات لها أصبحت تسمى بالدعاية الالكترونية.

### 4.3.3. التضليل الإعلامي(Disinformation) :

عادةً ما يرتبط التضليل الإعلامي بالأنشطة الحكومية أو العسكرية، لكن المنظمات (مثل وكالات الأنباء) والأفراد قد يعملون أيضًا كمصادر للتضليل الإعلامي . ينشط مُروّجو التضليل الإعلامي في المدونات والمواقع الإلكترونية، والمنتديات، ومواقع التواصل الاجتماعي الرئيسية، والمجتمعات الإلكترونية، مستهدفين نقاط الضعف الكامنة في منظومة الإعلام الإخباري لزيادة وضوح رسائلهم وبالتالي الوصول إلى جمهور أوسع. يرتبط التضليل الإعلامي ارتباطًا وثيقًا بالأخبار الكاذبة، والتي تُستخدم أيضًا للدلالة على الأخبار غير الصحيحة التي تُنشر وكأنها حقيقية. مع ذلك، وبعد تراكم الكثير من الأدلة في السنوات الأخيرة، أصبحت الأخبار الكاذبة تعبيرًا غامضًا ومثيرًا للجدل ، مشوهًا بسبب الاستخدام السياسي. ونتيجةً لذلك، بمجرد أن أصبح من الممكن وصف أي خبر يتعارض مع أيديولوجية ما بأنه كاذب، اكتسب مصطلح الأخبار الكاذبة معنى جديدًا، حيث يُستخدم أيضًا لتقييد حرية الصحافة وتقويضها .

تقدم الدراسات نوعين من التضليل الإعلامي: التلفيقات الخطيرة والخدع واسعة النطاق.

تُعدّ الأخبار الملفقة الخطيرة تقارير احتيالية تتسم بأسلوب يُحاكي الكتابة الصحفية (مثل التغطية المزعومة لحدث ما، والمقابلات المزيفة، ومقالات العلوم الزائفة) والتي غالبًا ما تنتشر بسرعة كبيرة .

أما الخدع واسعة النطاق، فهي عبارة عن روايات تُبنى بهدف خداع الجمهور. وتختلف الخدع عن المقالب أو النكات العملية، إذ تتسم ببنية أكثر تعقيدًا تتضمن خداعًا قد يُسبب

ضررًا أو خسارة مادية ومن السمات البارزة للخدع أنها لا تقتصر على مقال واحد، بل تنتشر على نطاق واسع، مستهدفةً

شخصيات عامة أو أيديولوجيات.

آليات نشر المعلومات المضللة على الأنترنت الأكثر شيوعا حسب التصنيف الذي اقترحه سايز-ترامبر:

التضليل الاجتماعيAstroturfing : ممارسة إخفاء هوية رعاة الرسالة لإيهام الجمهور بأنها صادرة بشكل عفوي، وتمثل المصلحة العامة ومخاوف المجتمع.

التقارير الدائرية Circularreporting: معلومات صادرة عن مصدر واحد، تبدو وكأنها تأتي من مصادر وقنوات مستقلة متعددة مع تعديلات طفيفة.

مزارع النقرات Click farms: عملية تقوم فيها مجموعة كبيرة بالتفاعل بشكل احتيالي مع موقع ويب لزيادة حركة المرور على الإنترنت بشكل مصطنع، مما يخدع أنظمة الإنترنت.

فراغات البيانات Data voids: التلاعب بنقص المحتوى الطبيعي لحث محركات البحث على عرض محتوى منخفض الجودة .

الحسابات الوهمية Sock-puppets: استخدام هويات مزيفة أو مضللة على الإنترنت للتفاعل مع المستخدمين العاديين على وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض الخداع.

كتائب الويب Web brigades: مجموعة من المستخدمين المنسقين لتنفيذ حملات تضليل واسعة النطاق من خلال استغلال نقاط ضعف المجتمعات والأنظمة.

التزييف العميق التقني TechnicalDeepfakes Manipulations: تلاعبات تُنشأ باستخدام تقنيات التعلم العميق المدربة على عدد كبير من العينات لرسم خرائط تعابير الوجه تلقائيًا وتحقيق تبديل الوجوه

برامج الروبوت للبريد العشوائي Spam bots : برامج روبوت مصممة للنشر في أقسام التعليقات على الإنترنت، أو نشر الإعلانات، أو استخراج معلومات الاتصال لقوائم البريد العشوائي.

برامج الروبوت الاجتماعية Social bots : برامج روبوت مصممة لنشر الرسائل والترويج للأفكار تلقائيًا، وبالتالي التأثير على الرأي العام حول موضوع معين. يمكنها أيضًا إنشاء حسابات وهمية ومحاكاة شعبية ملفات تعريف وسائل التواصل الاجتماعي ،على سبيل المثال، من خلال شبكة ضخمة من المتابعين.

الحسابات الهجينة Hybridaccounts : حسابات هجينة تجمع بين الإدارة الآلية والبشرية. في مثل هذه الحسابات، يتولى شخص ما بشكل دوري إدارة حساب الروبوت لإخفاء هويته وزيادة مصداقيته.

منتحلو شخصية مستخدمينSybilsImpersonatorsالذين يحاولون التواصل مع أصدقاء المستخدم الحقيقي واستغلال سمعته .قد تُدار حسابات Sybils بواسطة برامج آلية (بوتات) لنشر معلومات مضللة والوصول إلى جمهور أوسع(Caled and all, 2022, pp 126-128)

**4. التصنيفات الحديثة للإشاعة الالكترونية:**

تعددت الدراسات الحديثة للإشاعة الإلكترونية بين مختلف التخصصات حيث تتجاذبه اهتمامات مختلفة في ميدان العلوم الانسانية و الاجتماعية وميدان العلوم الطبية و العلوم السياسية و العسكرية و غيرها. وقد تم تصنيفها بناء على معايير متعددة و مختلفة منها:

**1.4. تصنيفها حسب المصدر:**

إشاعات من أعلى: تنطلق من جهات رسمية أو شبه رسمية (كالأحزاب والحكومات )

إشاعات من أسفل: تنشأ بين المستخدمين العاديين وتنتشر انتشارا عضوياً.

**2.4. تصنيفها حسب المحتوى:**

إشاعات سياسية و هي التي يكون هدفها المؤسسات السياسية و كذلك الشخصيات.

إشاعات صحية وهي التي تدور حول الأمراض و الأدوية و العلاجات.

إشاعات إجتماعية وهي التي تتعلق بالأحداث الإجتماعية و الشخصيات.

إشاعات إقتصادية وهي التي تتعلق بالأسواق و الاستثمارات وسوق العمل

**3.4. تصنيفها حسب الهدف:**

إشاعات ترويجية وهي التي تهدف للترويج لمنتج أو فكرة ما.

إشاعات تضليلية وهي التي تهدف إلى خداع الجمهور و تضليله عمدا.

إشاعات تفريقية وهدفها تأليب الجماعات بعضها على بعض. (https://www.encyclopedia.thefreedictionary.com/Rumors)

لقد درس الباحثون الخصائص المشتركة للشائعات على الأنترنت خلال الأزمات الصحية العامة، بما في ذلك سرعة الانتشار و فرط المعلومات، و الآثار السلبية الكبيرة و أشاروا إلى أن الاختلافات في البيئات التكنولوجية ، و عناصر الحدث، و التصورات العامة تؤدي إلى تباينات ملحوظة في الشائعات الالكترونية خلال حالات الطوارئ الصحية العامة و المختلفة.

**5. التطور المشترك بين مواضيع ومشاعر الشائعات الالكترونية :**

يشير التطور المشترك إلى التأثير والتفاعل المتبادل بين المواضيع والمشاعر التي تنقلها الشائعات المتداولة ، (كما يحدث خلال حالات الطوارئ الصحية العامة المفاجئة). فمن جهة، تؤثر المشاعر الكامنة في الشائعات على تركيز الجمهور، مما يزيد من احتمالية ظهور شائعات معينة ذات مواضيع محددة وتحولها إلى قضايا ساخنة. ومن جهة أخرى، مع ظهور هذه الشائعات، يتشكل صدى بين مشاعر الجمهور والمشاعر التي تنقلها هذه المواضيع، مما يجعل الجمهور أكثر ميلاً لتصديق هذه الشائعات ونشرها. وبالتالي، تتضخم المشاعر الكامنة في الشائعات بشكل أكبر.(Caled and all, 2022, pp 126-128)

**6. التطور العاطفي للشائعات على الإنترنت في حالات الطوارئ الصحية العامة :**

يعكس توجه الشائعات على الإنترنت ميول مستخدمي الإنترنت تجاه الأحداث، مما يجعلها عاملاً مهماً يؤثر على انتشارها. تميل الشائعات السلبية إلى إثارة مشاعر قوية لدى مستخدمي الإنترنت، بينما تجسد الشائعات الإيجابية نظرة الجمهور المتفائلة للمستقبل. تتميز الشائعات السلبية بطابع وظيفي، مما يشير إلى نيتها السلبية، إذ تحتوي على معلومات سلبية غير دقيقة موجهة إلى الأفراد أو المجتمع أو الدولة. أما الشائعات المحايدة فتؤكد على تبني موقف محايد تجاه الشائعات، بهدف تقديم بيانات موحدة ونصوص واضحة وتوصيفات كاملة. يتذبذب توجه الشائعات على الإنترنت عبر مراحل تطور الحدث المختلفة. (Caled and all, 2022, pp 126-128)

7. **دحض الشائعات**: يقول ألبورت و بوتسمان في كتابهما " بسيكولوجيا الاشاعة" أن : "لكل إشاعة جمهورها" ومن ثمة يمكن القول بعظمة و بخطورة الدور الذي تقوم به بين أفراد المجتمع لأن أصناف الجمهور و فئاته كثيرة جدا و متنوعة ومختلفة في خصائصها و طبيعتها لاسيما منها الفئات الهشة وذات المستوى التكويني الضعيف مما يجعل التحكم فيها و السيطرة عليها أمرا بالغ الصعوبة لعدم القدرة على التنبؤ بردود أفعال هذه المجموعات تجاه الإشاعات التي اختلقت لأجل تحقيق هدف فيها.

ويقترح بعض الباحثين بعض النصائح و الاجراءات للتمكن من دحضها خصوصا بالنسبة لعامة الناس:

عدم تصديق المعلومات الواردة من وسائل الاعلام التقليدية و الإعلام الجديد.

ضرورة التحقق من مصادر الخبروناشريه من أشخاص و هيئات

عدم اعتبار أي مصدر موثوق بشكل مطلق.

تعزيز المعرفة العلمية الأساسية

المحافظة على الشكوك في الأخبار و وتطوير التفكير النقدي.

و أما مواجهة الشائعات فلابد من الاهتمام بمجالين رئيسيين هما المجال التشريعي و الذي قد يترتب عليه حذف" المواقع الإلكترونية المشتبه في انتهاكها لقواعد حقوق النشر" لحماية المستخدمين وانتهاكها قواعد حقوق النشر(التجربة الايطالية) و المجال التواصلي التوعوي عن طريق المراقبة و تنبيه و توعية المستخدمين بطرق التحقق مما ينشر في المواقع الالكترونية.

(Crescimbene and all, 2012,p 423)

## 8. الخاتمة:

إن هذا المدخل المفاهيمي الذي يستعرض بعضا من تطور مفهوم الإشاعة من الدراسات الكلاسيكية إلى العصر الرقمي يبين أن الإشاعة الالكترونية على الرغم من استمرارها في أداء وظائف اجتماعية مماثلة للإشاعة التقليدية مثل ملء فراغ المعلومات و التعبير عن القلق الجماعي حيال بعض القضايا وإعلامية كأهمية المعلومات ومصداقيتها وتكنولوجية كخوارزميات المنصات إلا أنها تختلف عنها في خصائص مهمة كطابعها الالكتروني و السرعة الكبيرة في الانتشار و تجاوز الحدود الجغرافية و تعدد أنماطها وغير ذلك. زيادة على ذلك يلاحظ كثير من التشابه و التداخل بين مفهوم الاشاعة الالكترونية و التضليل و الأخبار الكاذبة و المضللة رغم الجهود البحثية التي أجريت في هذا المجال وهذا يعني أنها ظاهرة معقدة تتطلب مقاربة متكاملة تجمع بين المناهج النفسية والاجتماعية والتكنولوجية لفهمها والتصدي لها، حيث أن القدرة على التحديد الدقيق للمفهوم يمكن من حصرها كدراسة و سن قوانين وتشريعات دقيقة للتحكم فيها و مواجهة تأثيراتها.

**قائمة المراجع:**

1- Chao Shen and all; Online rumors during the COVID-19 pandemic: co-evolution of themes and emotions, Front. Public Health 12:1375731.

2- Danielle Caled & Mário J. Silva (2022); Digital media and misinformation: An outlook on multidisciplinary strategies against manipulation, Journal of Computational Social Science, Vol5

3- Danielle Caled and all(2022); Digital media and misinformation: An outlook on multidisciplinary strategies against manipulation, Journal of Computational Social Science.

4- Massimo Crescimbene and all (2012); The science of rumors, Annals of Geophysics, 55, 3.

5- oxford learnerdictionary

6- Semujanga, J. (2004). La rumeur : une parole en acte ? Protée, 32 (3).

7- ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، بدون تاريخ، المجلد الثامن.

8- إسماعيل بن مزهر صالح الشمري(2017)، الإشاعة في الصحافة الالكترونية العربية و تأثيراتها على المجتمع، رسالة دكتوراه في الفلسفة، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا.

9- اقريرش جواد (2024)، ظاهرة الإشاعة الرقمية مابين المفهوم والمفاهيم ذات الصلة، مجلة المعرفة، العدد21.

10- بطرس الحلاق (2020)، الأعلام والحرب النفسية، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية.

11- التصنيفات الحديثة للإشاعة الإلكترونية:

12- جوردن أولبورت و ليو بوستمان (1964)، سيكولوجية الاشاعة، ترجمة صلاح مخيمر و عبده ميخائيل رزق، دار المعارف، مصر.

13- سامي محسن الختاتنة و آخرون (2011)، علم النفس الاجتماعي، دار الحامد للنشر و التوزيع،ط1، عمان ، الاردن.

14- عبد الرزاق محمد الدليمي (2012)، مدخل الى وسائل الاعلام الجديد، دارالمسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن،ط1.

15- الفيروز آبادي، مجد الدين: القاموس المحيط، (مادة شيع)، دار الحديث، القاهرة،

16- محمد صادق اسماعيل(2017)، الإعلام الأمني والشائعات عبر الشبكات الاجتماعية، دار جامعة نايف للنشر، الرياض،

17- https://doi.org/10.7202/011254ar

18- https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11196962/

19- https://www.annalsofgeophysics.eu/index.php/annals/article/view/5538

20- https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/rumour_1# google vignette

21- https://www.encyclopedia.thefreedictionary.com/Rumors -