مجلة دراسات في علوم الانسان والمجتمع-جامعة جيجل ISSN: 2661-7331
المجلد: 09العدد: 03 (2026). ص- ص: 37 - 47 EISSN : 3769-2773

أعمال الملتقى الوطني: الإشاعة الإلكترونية والأمن الاجتماعي
قسم علم الاجتماع- جامعة جيجل 14 أفريل 2026

الإشاعةعبر مواقع التواصل الاجتماعي قراءة في- المفهوم -الخصائص-الأساليب-

Rumors spread through social media: An analysis of the concept, characteristics, and methods

حكيمة بولعشب[1]*،صبرينة ميلاط[2]
[1]جامعة جيجل (الجزائر)،hakima.boulacheb@univ-jijel.dz
[2]جامعة جيجل (الجزائر)،djemar18@gmail.com

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

ملخص:

تعد الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من الظواهر السلبية المصاحبة للتطور التكنولوجيوالاتصاليوالشبكي، إذ يلجأ بعض مستخدمي هذه المواقع إلى الترويج للأخبار المضللة والمغلوطة والزائفة .الأمر الذي يؤدي إلى انتشارها على نطاق واسع بين أفراد المجتمع وعلى المستوى المحلي والعالمي،ويرجع ذلك إلى الخصائص التي تتميزبها مواقع التواصل الاجتماعي ومنها السرعة الكبيرة في تداول الأخبار والمعلومات واتساع نطاق المعلومة، حيث أصبحت الإشاعة تنتشر عبر مختلف أنحاء العالم في وقت وجيز وذلك لأنها تبث في العالم الافتراضي.وبناءعلى ذلكفمواقع التواصل الاجتماعيأنتجت أشكالا عديدة للإشاعة، وبأساليب متنوعة سنحاول في هذه المداخلة تقديم قراءة حول الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي معرجين على تصنيفاتها وخصائصها وأنواعها وأساليب تكريسها.

الكلمات المفتاحية: الاشاعة، مواقع التواصل الاجتماعي، أنواع الإشاعة الإلكترونية،خصائصها، أساليب تكريسها.

Abstract:Rumors on social media are a negative phenomenon associated with advancements in technology, communication, and networking. Some users of these platforms promote misleading, inaccurate, or false information, which leads to its widespread dissemination among members of society—both locally and globally. This is due to the inherent characteristics of social media, such as the high speed at which news and information circulate and the vast reach of such content; rumors can now spread across the globe in a very short time, as they are propagated within the virtual realm. Consequently, social media has given rise to various forms of rumors, disseminated through diverse methods. In this paper, we will examine the phenomenon of rumors on social media, exploring their classifications, characteristics, types, and the techniques used to propagate them.

Keywords: Rumors, social media, types of online rumors, characteristics, methods of propagation

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي حصيلة ما أفرزته ثورة الاتصالات والمعلومات التي شهدها العالم في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي وتعتبر من أهم وسائل التواصل الحديثة التي أحدثت ثورة في مجال الاتصالات بين الأفراد،فالانفجارالتكنولوجي الواضح جعل من مواقع التواصل الاجتماعيظاهره عالميه وازدادت شعبيتها وأصبحت من أساسيات العصر الذي لايمكنالعيش فيه بدونها هذا الواقع الذي يحمل في طياته عديد المفاهيم المرتبطة بالفضاء الافتراضي وهي: التطبيقات الافتراضية الفيسبوك، الانستغرام، والتويتر...الخ وغيرها من المواقع التي أصبحت منبرا للعديد من الأفراد والجهات للتعبير عن آرائهم وتوفير معلومات وتبادل الثقافاتوحرية التعبير. كما تتيح هذه المواقع إمكانيات هائلة للتواصل والاتصال الجماهيري. ومن الجدير ذكره، أنها أصبحت أيضا منصات لممارسة العديد من الانحرافات والجرائم وتدني مستوى منظومة الأخلاق في المجتمعات. ومع زيادة التطور الهائل في وسائل الاتصال وظهور الإنترنت وكذلك شبكات التواصل الإجتماعى قد تزايدت الشائعات بشكل هائل وسريع بشكل غير مسبوق.فانتشار برامج التواصل الاجتماعي بشكل ٍ كبيرأثر على العلاقات الاجتماعية بين الناس عموما- سواء بشكل سلبي أو إيجابي- فمن بين الظواهر التي صاحبت التطور التكنولوجي بسلبياته الإشاعة الإلكترونية التي لا تختلف عن المفهوم التقليدي للإشاعة سوى في الوسيلة المستخدمة وهي الأنترنيت، فمن التلفزيون والصحف والمجلات إلى شبكة الأنترنت ومواقعها وتطبيقاتها التي تميزت في خصائصها من حيث السرعة والانتشار فلا تكاد تخلو هذه المواقع يوميا من الإشاعات حول الأفراد والدول والمؤسسات والشخصيات.

وهذا يطرح أمامنا إشكالية مفهوم وطبيعة الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تلخصها التساؤلات التالية:

- ما طبيعة الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- كيف تسهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الإشاعة وتكريسها؟
- فيما تتمثل الأساليب المستخدمة لنشر الإشاعة الالكترونية؟

2. مفاهيم الدراسة

1.2. مفهوم الإشاعة

- **لغة:** يعزى مفهوم الإشاعة من الناحية اللغوية أنه مشتق من الفعل الماضي شاع بمعنى تفرق، وشاع الشيب إذا ظهر وتفرق وشاع الخبر في الناس إذا انتشر وافترق وذاع وطن وشاع في الناس: إذا اتصل بكل واحد ما سوى علم الناس به وإشاعة الأخبار المنتشرة (ابن منظور ، ص 260، 261).

وقد رصد السياق القرآني ظهور الشائعة وانتشارها واستهدافها الأنبياء والرسل ونهي المسلم على أن يكون بوقا ناقلا لها حيث احتوى القرآن الكريم على العديد من الآيات التي

تحوي معنى الإشاعة، وكلها تنبه وتحذر المسلمين من تأثيرها عليهم وتأثرهم بها ...حيث قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ آذَوْا مُوسَى فَبَرَّأَهُ اللَّهُ مِمَّا قَالُوا وَكَانَ عِنْدَ اللَّهِ وَجِيهًا﴾ (سورة الأحزاب الآية 69)، كما وردت في القران الكريم قصص الأقوام السابقة وكيف أنهم أشاعوا حول أنبيائهم الإشاعات الكاذبة وما كان ذلك إلا تثبيتا لقلب النبي صلى الله عليه وسلم حيث بين له أن ما أشاعه المشركون وغيرهم عنه من إشاعات كاذبة يشبه ما أشاعه الأقوام السابقون عن أنبيائهم من غدر وخيانات (سعيد شرف المدوري، 2025، ص191).

- **اصطلاحا:**لقدتنوعت الآراء في تحديد مفهومها، حيث يشير مفهوم الإشاعة حسب أولبورت إلى كل قضية أو عبارة مقدمة للتصديق، تتناقل من شخص إلى أخر دون أن تكون لها معايير أكيدة للصدق (زهران و سامر ، 2013، ص21).

و منه فالإشاعة هي خبر أو مجموعة أخبار زائفة تنتشر في المجتمع بشكل سريع وتتداول بين العامة ظنا منهم على صحتها دائما ماتكون هذه الأخبار شيقة و مثيرة لفضول المجتمع والباحثين وتفتقر هذه الإشاعات عادة إلى المصدر الموثوق الذي يحمل أدلة على صحة الأخبار . وتمثل ٍ الشائعات جزءا كبيرا من المعلومات التي نتعامل معها (محمد إبراهيم طريح، 2022، ص401). وتعرف الإشاعة حسب قول البورت وبوتسمان في كتابه سيكولوجية الإشاعة: هي اصطلاح يطلق على موضوع ذا أهمية ينتقل من شخص لشخص عن طريق الكلمة الشفهية دون أن يتطلب ذلك البرهان أو الدليل أو المصدر (دليمي، 2016، ص 180). ولعل من أسباب انتشار الشائعات هو الجمهور الذي يتوق لمعرفة الأخبار والمواضيع خاصة ما تعلق بالأخرين من أخبار كاذبة حيث تثيره قضية الشائعة إلى الحد الذي يعمل على ترويجها ونشرها على أوسع نطاق فلكل إشاعة جمهورها حيث نجد الإشاعة السياسية والاجتماعية والدينية ...الخ.

وفيما يتعلق بالتعريف الاصطلاحي لمفهوم **الإشاعة الإلكترونية**فإن المصطلح يعد من المصطلحات المعاصرة متعددة الدلالات ويأتي مفهوم الإشاعة الإلكترونية من اندماج مفهومي الشائعة بالمفهوم العام والتقنيات الإلكترونية الحديثة التي استخدمت كوسائل لنشر تلك الشائعات، أي أنها نتاج تزاوج المفهوم التقليدي للشائعات بالثورة التكنولوجية، (أحمد ميدان و عبد الخالق أحمد، صفحة 4، 5).وقد ذهب البعض إلى تعريف الشائعات الإلكترونية بأنها "الأخبار التي تنتشر بين الناس عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تحمل معنى الصدق أو الكذب" (عبد الغني عثمان المغربي، مايو 2025 ، ص 20). فالإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بسرعة الانتشار واتساع نطاق ذيوعها وتكريسها.

2.2. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

أثار مفهوم مواقع التواصل الاجتماعيالجدللتداخل الاتجاهات والآراء في دراسته، وقد عكس هذا المفهوم التطور التكنولوجي والتقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا ، وأطلق

على كل ما يمكن استخدامه للأفراد والجماعات على شبكة الأنترنت، ويشير مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي أنها "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الأفراد بإمكانية التجمع والالتقاء على شبكة الأنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهى بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم بأكمله (رشود علي عنزي و درويش، يناير 2025، ص159)

وتعرف كذلك بأنها عبارة عن: «مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات» (عصام صلاح، 2015، ص 246).

أما زاهر راضي فيعرف مواقع التواصل الاجتماعي أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به ، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات (محمد العوض محمد، 2020، صفحة 34).

3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

ومن مميزات مواقع التواصل الاجتماعي ما يلي: (سعد الله حربي، ص 738-739) ،

- **العالمية** :حيث ألغت الشبكات الاجتماعية الحواجز المكانيةوالجغرافية وتحطمت من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب وذلك ببساطة وسهولة.

-**التفاعلية**: فالمستخدم يكون فيها متلقى وقارىء ، فهو يرسل ويكتب ويشارك ، فهى قد ساعدت على إيجاد التفاعلية التى لا توجد فى الإعلام التقليدى ، وأعطت فرصة للمشاركة الفاعلة للمشاهد والقارىء.

- **التنوع وتعدد الإستعمالات** :حيث دخلت هذه الشبكات الإجتماعية في كل مجالات الحياة واستخدمت فى التعليم والسياسة والإعلام والإقتصاد.

-**سهولة الإستخدام** : فالشبكات الإجتماعية وهى تستخدم (بالإضافة للحروف وبساطة اللغة) الرموز والصور التي تسهل التفاعل كما أنها لا تحتاج إلى إجراءات معقدة للإشتراك

- **التوفير والإقتصادية**: الشبكات الإجتماعية توفر الوقت والمال كون التسجيل فيها بالمجان.

4. خصائص الإشاعة الإلكترونية:

من أبرز خصائص الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ما يلي (عاطف جرادات، 2022، ص 38):

- **السرعة** : فهي تستغرق وقتا قصيرا لتنتقل من مصدرها إلى الموقع أو العنوان الإلكتروني المعني، وكذلك يمكن مشاهدتها من قبل أشخاص كثر بمجرد المرور على الحائط الخاص بمصدرها في (الفيسبوك) أو إعادة تغريدها في تويتر.

-**الانتشار**: بما أن الإشاعة تعتمد بصورة كبيرة على خاصية الانتشار والتي تعد هذه الخاصية من الخصائص المهمة في انتشار الإشاعة ، فإن الأنترنت والشبكات الاجتماعية والهاتف الجوال توفر هذه الخاصية بصورة كبيرة جدا، حيث تجعل الإشاعة عابرة للحدود الوطنية بل يصبح جمهورها الفضاء الكوني مما يزيد من خطورتها وتأثيراتها السلبية.

- **النوع**: تتكون الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من مزيج تفاعلي من الصوت والصورة والكلمة والحركة وهذه المميزات تجعل من الإشاعة مادة ذات جاذبية عالية

- **الكلفة**: أي لا تحتاج الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى أي نفقات فهي ذات تكلفة منخفضة جدا .

- **التأثير**: للإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تأثير أقوى على الجمهور المستهدف، مما يزيد من نوعيتها وخصائصها وأهميتها وتزامنها مع الأحداث وبدعمها بالمؤثرات الصوتية والسمعية.

- **التفاعل عن بعد**: تتميز الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بخاصية التفاعل عن بعد، حيث يمكن تناقلها بالصوت والدردشة والتغريدات أو الصور ومقاطع الفيديو. وغالبا تكون الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي مشحونة بشحنات انفعالية ووجدانية.

هذا ويلخص المزاهرة خصائص الإشاعة فيما يلي:

- تتضمن في الغالب شيئا من الحقيقة لتوهم المتلقي بأنها معلومة دقيقة وصحيحة.

- لها أهمية وقتية لأنها نوعية ولها موضوع، وفي الغالب ما تدور حول أحداث او شخصيات معينة.

-تزدهر في غياب المعايير الأكيدة للصدق، وهذا ما يفصل بينها وبين الخبر الذي يمكن أن يتخذ كمعيار أكيد للصدق.

- يمكن ترويجها ونشرها من خلال أسلوب أخر غير مباشر يعتمد على الأغاني الشعبية والدعاية والنكتة أو الرسم الكاريكاتوري.

- تنتشر بسرعة إلا أنها تصل محورة ومحرفة بعد حين.

5. أنواع الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

1.5. الشائعات على حسب بعدها الزمني للشائعات(سعيد عبد العاطي و عصام محمد لغانمي، 2024، ص 1802).

-**الشائعات البطيئة**:فهي التي تنتشر ببطيء وبسرية تامة إلىحينينتهي بها الأمر ويعرفها الجميع وتكتمها جعل متلقي تلك الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعييصدق ما تم نشره، وهذه

الشائعة تستهدف عادةالشخصيات الرسمية بالدولة وكذلك الحكومات بغيةتشويه سمعتهمبينعامة الناس .

-**الشائعات الطائرة**: هي الشائعات التي تنشر بسرعة كسرعة الضوء في مواقع التواصل الاجتماعيوالسبب في ذلك يعود؛ لاعتمادهاعلى عواطف متلقي الشائعات و التي تتمثل في غضبه أو استنكاره أو فرحه أو قلقه حيال أمر ما، وتعد من أمثلتها الشائعات التي نشرت بسرعة في فترة جائحة كورونا آنذاك بأن اللقاح يحتوي على خلايا قد تسبب الإجهاض.

- **الشائعات الغاطسة**: يظهر هذا النوع خلال فترة معينة وفي ظروف معينة، ثم يختفي ليعاود الظهور مرة أخرى في حال عودة الظروف التي أنتجته إلى الظهور، كالشائعات التي انتشرت خلال الحرب العالمية الأولى، ثم عادت لتظهر مرة ثانية في الحرب العالمية الثانية لتشابه الظروف (عيد حمودة أكحيل، 2025، ص 34).

2.5. الشائعات على حسب نطاق ومستوى انتشارها:

- **الشائعات الشخصية**: وهي الشائعات التي يطلقها الاشخاص على أنفسهم لتحقيق مكاسب شخصية.

- **الشائعات المحلية**: هي التي تنطفئ جدوتها في محيط الإطار المحلي الذي أطلقت فيه، وقد يكون هذا التحديد راجعا إلى طبيعة الشائعة او لتوقف سريانها لأسباب خارجة عن طبيعتها كوعي الجمهور وصده لها وعدم تعاونه في نشرها أو توسيع إطارها أو بسبب انكشاف جوانب مضللة أو خاطئة بفضل الإعلام السريع أو التحليل والمواجهة الناجحة من جانب الأجهزة والهيئات الجماهيرية في الهيئات المحلية (طلعت عيسى، 2019، ص 5)

.- **الشائعات القومية**: أما الشائعات التي تنتشر في الإطار القومي فهي التي تتناول قضايا ذات طابع قومي، أو التي يهتم بها المجتمع في إطاره القومي فتجد من أسباب الذيوع والانتشار ما يدفع بها خارج الحدود المحلية حتى تسري في جميع أرجاء المجتمع في المستوى القومي، أو لأن الأجهزة المحلية لم تستطع أن توقف سريانها خارج إطار المجتمع المحلي الذي انتشرت لأول مرة في إطاره المكاني (طلعت عيسى، 2019، ص 5).

- **الشائعات الدولية**: تنتشر هذه الشائعات عند حدوث الأزمات الدولية وانتشار الأوبئة والكوارث الطبيعية كالشائعات التي راجت حول أسباب مرض (الإيدز)،وكذلك الشائعات حول انتشار سحابة من المفاعل النووي السوفيتي ...الخ (عامر الدهشني و نيازي الصيفي، 2025، ص 107)، وأيضا صنف «نيكوفيومورينيو» الشائعات التي يتم إطلاقها عبر شبكة التواصل الاجتماعي إلى: (بن غازي مدني، 2017 ، ص 18)

- **شائعات سياسية** :هي التي تعمل على توجيه الشباب والرأي العام ٍ نحو اتجاه أو شخصية سياسية معينة، وهي تلاقي عادة رواج بين الشباب.

- **شائعات اجتماعية**: تهدف إلى تغيير قيم مجتمعية وغرس قيم ومبادئ أخرى بديلة تبعا للتقدم ومقتضيات العصر .
- **شائعات اقتصادية**: تهدف للترويج إلى منتجات معينة أو التشهير بأخرى موجودة بالفعل.
- **شائعات دينية**: وتكون عن طريق نشر فتاوى مشددة أو غير صحيحة ودون وجود سند صحيح من القرآن والسنة الأمر الذي يؤدي إلى نشر أحاديث ضعيفة أو غير صحيحة تضلل أفراد المجتمع وتؤدي إلى ابتداع أمور وسلوكيات لم ترد في صحيح السنة ومن غير دليل يستند إليه (عاطف جرادات، 2022، ص41).

هذا وتصنف الإشاعات إلى: شائعات الخوف، شائعات الكره والعدوان، الشائعات الحالمة.....الخ.

6. أساليب نشر الإشاعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تتنوع الأساليب التي تستخدمها مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج ونشر الشائعات ومنها:

1.6.أسلوب التكرار:

يعد أسلوب التكرار من الأساليب النفسية والتقنية التي تستخدم في نشر الشائعات الإلكترونية، حيث تقوم الجهات القائمة على ترويج الشائعة بإعادة نشرها بشكل دوري، بهدف ترسيخ المعلومات والبيانات المغلوطة في أذهان المتلقين. ويؤدي التكرار المستمر إلى رفع احتمالية تصديق الشائعة من طرف الجمهور، نظرا لتأثير التكرار في تكوين قناعة نفسية بمدى صحتها وهو ما يشكل إحدى صور التضليل العمدي التي قد تنطوي على تجريم قانوني في إطار الجرائم الإلكترونية (عبد الغني عثمان المغربي، 2025 ، ص 2109).

فتكرار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والصفحات الإلكترونية عبر خاصية الصور والفيديو يسهم في غرسها وتصديقها دون تكون الحاجة لدى الجمهور للبحث عن مصدرها فالتكرار هو احد الأساليب الإقناعية التي ترسخ الإشاعة في عقول مستخدمي الواقع الافتراضي.

2.6. أسلوب الانحراف في الممارسة الإعلامية: يعد الانحراف في الممارسة الإعلامية، سواء بصورة عمدية أو غير عمدية من الأساليب الرائجة في الترويج للشائعات الإلكترونية عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي . يتجسد هذا الانحراف في نقل المعلومات دون التحقق من صحتها أو نسبتها إلى مصادر واضحة ومعتمدة ...وتعد هذه الممارسة التي تنشر في مواقع مثل التويتر والفيسبوك والانستغرام أحد أوجه التضليل الإعلامي الذي يرتقي إلى مستوى الفعل المجرم ... (المرجع السابق، ص2019)

إن اللامصداقية التي تنتهجها هذه المواقع في نشر وبث الشائعات دون التحقق من صحتها ومصدرها يصعب الوصول إلى هوية المروج للشائعة كان صفحة أو موقعا.

3.6. أسلوب التحريض الإلكتروني: يكيف التحريض الإلكترونيعلى ازدراء وكره طائفة من الناس عبر وسائل التواصل الاجتماعي :أنه ضرب من ضروب الدعوة إلى الفتنة والاقتتال

والتفريق بين المجتمع؛ . حيث إن إظهارالتحقير والدناءة وانتهاك عرض من وجه إليه والتهوين من شأنه والحط من قدره يفسد العلاقة بين من وجه إليه ومن قام بالازدراء والتحقير كما عليه الأمر على سائر المجتمع. الأمر يؤدي إلى حدوث الفتنة بين الناس والقيام بأعمال الانتقام وارتكاب أعمال العنف وإثارة الفوضى (نعمان الحياني ، 2020، ص74) فالمروج للشائعات الإلكترونية هو بصدد التحريض على الكيان الموجهة ضده الشائعة فقد تكون مؤسسات الدولة أو الشخصيات أو رجال الأعمال...

4.6. **أسلوب العاطفة والاستعطاف**: وهذا الأسلوب يستخدم للتأثير في نفوس الأخرين من خلال توظيف مفردات العاطفة واستعطاف الأخرين من أجل الوصول إلى الهدف

5.6. **أسلوب الشعارات**: وهي كلمات وجمل بسيطة تصدر من قيادات الأحزاب والقيادات السياسية والاجتماعية وبعض المنظمات ثم يرددها جمهور أو الشعب وربما يتم الاستعانة هنا بالأغاني والقصائد الشعرية (خضر سالم و محمد شبيب، ص 159) .

6.6. **أسلوب الاختبار**: وهو أسلوب معتمد في العديد من الدول ومنها نشر الشائعات بهدف استطلاع الرأي العام عما يفكر الناس حول موضوع ما.

7.6. **أسلوب الاختلاق**: وهو تعمد نشر الأخبار أو تصريحات مفتعلة ليس لها أساس من الصحة لتحقيق هدف ما لصالح مفتعلها.

8.6. **أسلوب الاستنكار**: وهو أسلوب شائع تستخدم به محتوى يثير عند الأخرين تحفيزا استنكاريا مما يدفعهم إلى استقبال الشائعة وترويجها والوقوف ضدها في الحالات المعاكسة.

9.6. **أسلوب الإثارة والتشويق في التأثير والإقناع**: سواء من خلال الصوت أو الموسيقى ... إلخ.

الخاتمة

ختاما يمكن القول أن الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي من الظواهر التي صاحبت التقدم التكنولوجي لكن ظهورها وتكريسها لا يرتبط فقط بخصائص منصات التواصل الاجتماعي وإنما هناك عوامل أخرى ترتبط بمستخدمي هذه التطبيقات الذين لديهم فضول ورغبة في التأثير ولفت الانتباه إلى القضايا المجتمعية خصوصا في الأحداث الطارئة والأزمات (كورونا، كوارث طبيعية....الخ) ولمواجهة الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لابد من :

-توفير بيئة افتراضية أكثر أمانا عن طريق تعزيز المراقبة الأمنية وحماية الخصوصية و تكريس الأخلاقيات الرقمية.

- تصميم برامج وسياسات تحد من انتشار الاشاعة الالكترونية والتي تشكل أحد العوامل المهددة لاستقرار المجتمعات.

-تنمية الوعي بمدى خطورة الإشاعة الإلكترونية،وبأهم العقوبات التي وردت بشأنها على المستوى المحلي والدولي.

-توجية المستخدمين لهذه المواقع خصوصا الشباب لاستخدام هذه المواقع في أنشطة مفيدة تعزز غرس القيم الأخلاقية، والقيم التي تدعم الابتكار والإبداع واستثمار طاقاتهم بما يخدم تنمية المجتمع.

- استثمار دور المؤسسات التربوية والمناهج التعليمية من خلال تصميم برامج تعليمية ترتبط بالجرائم الإلكترونية ومخاطرها وأليات الحد منها.

قائمة المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

1. - عبد الرزاق محمود دليمي. (2016). الدعاية والشائعات والرأي العام. دار اليازوري للنشر والتوزيع.
2. ابن منظور . (بلا تاريخ). لسان العرب (المجلد 7).
3. -- أحمد سيف نعمان الحياني. ((يوليو، ديسمبر) ، 2020). جريمة التحريض الإلكتروني على ازدراء وكره طائفة من الناس عبر مواقع التواصل الاجتماعي . مجلة جامعة الناصر، 10(20).
4. - أسامة بن غازي مدني. (مارس 2017). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية - تويتر نموذجا- . مجلة أم القرى للعلوم الاجتماعية، 9(2).
5. - إيهاب عبد الغني عثمان المغربي. (مايو 2025). الجوانب الجنائية للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة مقارنة . مجلة الشريعة والقانون (45).

6. - حمدان خضر سالم، و جاسم محمد شبيب. (بلا تاريخ). طرائق مواجهة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك ، بحث مستل من أطروحة الدكتوراه. مجلة الباحث الإعلامي(41).
7. - ذياب البدانية. (2012). التوثيق العلمي دليل النشر العلمي. عمان الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
8. - رضا عيد حمودة أكحيل. (2025). الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين . مذكرة لاستكمال متطلبات الماجستير في الإعلام. جامعة الشرق الأوسط، قسم الإعلام كلية الإعلام.

9. - رنا سمير إبراهيم الحنفي . (أبريل 2023). التوجهات الحديثة لدراسات التي تناولت وسائل التواصل الاجتماعي، دراسة مسحية تحليلية للدراسات العربية والاجنبية من عام 2010-2020، ، كلية التربية، جامعة حلوان، المجلد الثامن والعشرون، العدد أبريل 2023 ،. مجلة دراسات تربوية واجتماعية، 28(3)، 180.

10. - زيد محمد عبد الكريم القيسي. (حزيران 2022). المسئولية المدنية عن ترويج الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص. كلية الحقوق جامعة الشرق الأوسط.
11. - سلوى أحمد ميدان، و نهى عبد الخالق أحمد. (بلا تاريخ). الشائعات الإلكترونية ودور المرجعية الدولية في التصدي لها . مجلة الحقوق.
12. - عبد الرزاق محمد الدليمي. (2011). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية (المجلد ط1). الأردن: دار وائل للطباعة والنشر.
13. - عبد السلام الجعافرة. (2013). التربية والتعليم بين الماضي والحاضر. عمان الأردن: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
14. - عثمان محمد الدليمي . (2020). مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب. دار المنهل للنشر والتوزيع.

15. - عمر بوالنوار . (2019). المستوى الغوي واللهجي في مواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة اللغة العربية في الجامعة الجزائرية ، كتاب لغة الشباب المعاصر أعمال الندوة الوطنية (المجلد 2). إعداد المجلس الأعلى للغة العربية.
16. -- فلاح عامر الدهشني، و حسن نيازي الصيفي. (2025). الاتصال الجماهيري. دار شركة المتنبي المحدودة.
17. - محمد سعيد عبد العاطي، و رهايف عصام محمد الغانمي. (أغسطس2024). جريمة نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي- دراسة مقارنة-. مجلة قطاع الشريعة والقانون(16).
18. - محمد طلعت عيسى. (2019). الشائعات وكيف نواجهها . عمان: دار وكالة الصحافة العربية.
19. - محمد عبد الحميد، و أحمد سامر العايدي. (يناير 2019). أساليب مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما تراها النخبة الإعلامية الأكاديمية : المصرية- والسعودية . مجلة البحوث الإعلامية، 2(51).
20. - مروى عصام صلاح. (2015). الإعلام الإلكتروني (المجلد ط1). عمان: دار الإعصار للنشر والتوزيع.
21. - منذر عاطف جرادات. (2022). الاستقرار السياسي في ظل الإشاعة والإعلام. الأردن: دار ورد للنشر والتوزيع.
22. - نصر رمضان سعد الله حربي. (بلا تاريخ). نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، (آثارها- المسئولية المترتبة عليها- سبل التصدي لها، دراسة مقارنة. مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات، 6(37).

23. - هالة محمد إبراهيم طريح. (2022). الرأي العام ومدى تأثره بالإشاعات. مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، 56(3).
24. - هاني كمال محمد جعفر. (2019)، أثر الشائعات في تفكيك المجتمعات، وسبل المواجهة والاستقرار في الشريعة الإسلامية، بحثمقدم للمشاركة في المؤتمر االعلمي السادس القانون والشائعات الذي تعقده كلية الحقوق.
25. - وداعة الله محمد العوض محمد. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي. دار الخليج للنشر والتوزيع.
26. - وفاء محمد الخطيب ، أشرف محمد أبو خيران.(2022). الإشاعة الكاذبة وتأثيراتها السلبية على المجتمع، مجلة فلسطين لأبحاث المجلس القومي، 1 (2).
27. - ياسمين حسين مسلم. (ديسمبر 2022). دور وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج السياحي- المتحف القومي للحضارة المصرية وطريق الكباش في مصر نموذجا. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، 7(6).

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

28. Benjamin, D., &Tobias , F. (2012). Experimental Analysis of Rumor Spreading in Social Networks. Design and Analysis of Algorithms, 20(7).