

تاريخ الاستلام: 2025/01/19 تاريخ القبول: 2025/06/01 تاريخ النشر: 2025/07/30

فارس غاوي^{*1}

جامعة محمد لمين دباغين سطيف2 (الجزائر)

مخبر المجتمع الجزائري المعاصر

Email: fa.ghaoui@univ-setif2.dz

عيسات العمري²

جامعة محمد لمين دباغين سطيف2 (الجزائر)

مخبر المجتمع الجزائري المعاصر

Email: aissat.lamri@yahoo.fr

الملخص:

أدت التطورات التقنية الحديثة إلى ثورة معلوماتية كبيرة في البيئة الرقمية خاصة فيما يتعلق بالاتصال والتواصل بين مختلف فئات المجتمع ، ومن نتائج هذا التقدم التكنولوجي نجد زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المستخدمين في أنحاء العالم نظرا لما تتميز به هذه المواقع من سرعة وسهولة لنشر الأخبار والمعلومات إضافة إلى توفير بيئة افتراضية للتفاعل بين الأفراد حيث أنها تعتبر على أنها وسيلة إخبارية ومعرفية وتعليمية في المقابل نجد أنها بيئة خصبة لانتشار الشائعات والأخبار المزيفة والتي تدرج ضمن الحروب النفسية. وسنسعى في هذه الدراسة لمعرفة ماهية الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وأهم خصائصها ودوافع نشرها ، والتعرف على تأثير الشائعات على المجتمع وكذا رأي المشرع الجزائري في ظاهرة انتشار الشائعات في هاته المواقع ، وأخيرا محاولة إبرازهم أساليب التصدي لانتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الكلمات المفتاحية: الاتصال ، انتشار ، الشائعات ، مواقع التواصل الاجتماعي ، التصدي .

Abstract:

Modern technical developments have led to a major information revolution in the digital environment, especially with regard to communication and communication between various groups of society, and among the results of this technological progress we find an increase in the use of social networking sites by users around the world. The world due to the speed and ease of disseminating news and information on these sites, in addition to providing a virtual environment for interaction between individuals, as they are considered a news, knowledge and educational means. On the other hand, we find that they are a fertile environment for the spread of rumors. And fake news, which is included in psychological warfare.

In this study, we will seek to know what rumors are on social networking sites, their most important characteristics and the motives for spreading them, and to learn about the impact of rumors on society and the opinion of the Algerian legislator on the phenomenon of the spread of rumors on these sites, and finally, we will try to highlight the methods of confronting the spread of rumors. Through social networking sites.

Keywords: communication, spread, rumors, social networking sites, Counter Introductio.

* المؤلف المرسل

مقدمة

أحدث التطور التكنولوجي الكبير خاصة في البيئة الرقمية نقلة كبيرة في ميدان الاتصال بين المستخدمين حيث ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي واصبحت وسيلة للاطلاع على الاخبار و المعلومات والاحداث اليومية و التعبير عن آرائهم وافكارهم ، وهذا ما جعلها مواقع افتراضية عالمية تتيح للمستخدمين العديد من المزايا من سهولة الاستخدام والسرعة في التواصل والاتصال والتفاعل مع الآخرين ، ورغم المزايا المتعددة لمواقع التواصل الاجتماعي الا انها اصبحت وسيلة لنشر الشائعات والاخبار المضللة والمزيفة .

ان الشائعات قديمة قدم الانسان وهي من اخطر الاسلحة التي تدمر المجتمعات والأمم، وهي نوع من انواع الحروب النفسية وتظهر كثيرا اثناء الازمات والحروب ، لكن مع الاستعمال الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل المستخدمين اصبح هناك تنامي كبير في انتشار الشائعات التي تهدف الى زعزعة امن واستقرار المجتمعات والدول وخلق الفوضى والبلبلة وضرب الروح المعنوية للأفراد والمجتمعات ، حيث انه عند انتشار الشائعات في وسط المجتمع تزداد حالة الشك و الخوف والقلق وانعدام الثقة بين الافراد والدول ، ولقي مروجي الشائعات في هذه المواقع الافتراضية سهولة كبيرة في محاولتهم لتحقيق اغراضهم المختلفة ، حيث يمكن نشر الشائعات بمختلف الوسائط من صوت وصورة وفيديو ورسوم متحركة ، واستغلال تقنيات الفوتوشوب من اجل اعطاء الاشاعة صبغة متقنة لكي تبدو اخبار صحيحة ، ولهذا اصبحت مواقع الاجتماعي بيئة خصبة لنشر الاخبار المزيفة ، وتستخدم الشائعات في عدة مجالات ضمن حروب الجيل الرابع والتي من خلالها تسعى الى تحقيق اهداف معينة من خلال بث معلومات واخبار كاذبة ، بغية استهداف جميع افراد المجتمع وتفكيك الاسر وزرع الفوضى والفتن ، ومن خلال وجود حرية النشر في مواقع التواصل الاجتماعي ظهر الاعلام البديل او بما يسمى

بالمواطن الصحفي الذي يستطيع ان ينتج المعلومات والاخبار و مشاركتها مع المستخدمين الآخرين ، والذي يعمل على نشر الوعي والافكار وقد اصبح يعتمد عليها في الحصول على الاخبار والمعلومات ، حيث يستطيع اي مواطن فتح صفحات او مجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي ونشر ما يريد ، ولكن على الرغم من المزايا هذه الا انها سلاح ذو حدين ، حيث ان هذه المواقع الاجتماعية اصبحت بيئة افتراضية سهلة لنشر الشائعات والاخبار الكاذبة وتغيب الحقيقة وتزييف الوقائع والاحداث .

ونجد ان مروجي الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي لهم اغراض مختلفة من نشرها ، من اجل خلق البلبلة وضرب المجتمعات والدول في امنهم واستقرارهم ، ومن خلال ما تركه الشائعات من اثار سلبية على المجتمعات والافراد وضعت الكثير من الدول قوانين واستراتيجيات متنوعة من اجل مواجهة تحدي انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ، ورصد الشائعات اليومية والبحث عن مصادرها ومن يقف وراءها.

و من هذا المنطلق تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على ظاهرة انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ، من خلال معرفة تأثير الشائعات على المجتمع و اساليب التصدي لها .

اهداف الدراسة :

سعت الدراسة الحالية الى التعرف على انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وطرق التصدي لها ، حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بيئة رقمية خصبة لانتشار الشائعات ، وتهدف دراستنا هذه الى تحقيق جملة من الاهداف وهي :

- 1- التعرف على ماهية الاشاعة في مواقع التواصل الاجتماعي .
- 2- ابراز اهم خصائص الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي .
- 3- معرفة دوافع نشر الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي .
- 4- رصد اهم الانثار التي تخلفها الشائعات على المجتمع .
- 5- رأي المشرع الجزائري في مواجهة ظاهرة تنامي انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي .
- 6- محاولة التعرف على اهم اساليب التصدي لظاهرة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي.

اهمية الدراسة :

تكمن اهمية هذا البحث في تزايد انتشار الشائعات في البيئة الرقمية والتي تؤدي لأضرار كبيرة على امن المجتمع وسلمه واستقراره ، خاصة مع صعوبة تقفي مصدر الاشاعة ومروجيها اللذين يستخدمون تقنيات التخفي ويستعينون بأسماء وهمية ومستعارة وفي بعض الاحيان يستغلون تقنيات الاتصال المتطورة مثل الفوتوشوب من اجل تعديل من محتواها وبالتالي تزييفها .

ان من اهم الاسباب التي جعلتنا نكتب في هذا الموضوع هو كمية الشائعات السلبية المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تخلق حالة من الشك والقلق وسط افراد المجتمع والتي تهدد امنه وسلمه والواقع الاجتماعي والامني والسياسي ، وتعتبر الشائعات سلاح فتاك يخلف اضرار كثيرة على امن المجتمع وتماسكه ولهذا تعمل مختلف الدول على سن قوانين ردعية لمروجي الشائعات وايضا وضع استراتيجيات للتصدي لانتشار الشائعات .

2- الإطار المفاهيمي للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي

2-1- مفهوم الشائعة لغة :

من خلال البحث عن مفهوم الشائعات في كتب اللغة القديمة نلاحظ عدم تطابق تلك التعريفات مع العصر الحديث ، فحتى ابن منظور في كتابه لسان العرب لم يذكر الاشاعة على مسمائها الحالي .

وقد جاء مصطلح الشائعة في معاجم اللغة الحديثة ، حيث جاء في معجم الوسيط والذي هو صادر عن معجم اللغة العربية " شاع الشيء شيوعا ، وشيعانا ، ومشاعا : ظهر وانتشر ، ويقال شاع بالشيء : أذاعه ، و

الإشاعة : هي الخبر الذي ينتشر ويكون غير مثبت منه ، والشائعة : الخبر ينتشر ولا تثبت فيه. (العربية 1983، ص 503)

ويعرفها الاصفهاني على انها " شيع : الشيع بمعنى الانتشار والتقوية ، وعندما يقال شاع الخبر اي كثر وقوي وشاع القوم اي انتشروا وكثروا ، وشيعت بالنار او الحطب قويتها ، والشيعية من يتقوى بهم الانسان وينتشرون عنه ، ولهذا قيل عن الشجاع على انه مشيع ويقال شيعة وشيع وأشيع . (الاصفهاني 2009، ص 270)

2-2 - مفهوم الشائعة اصطلاحا :

هناك الكثير من التعاريف حول الشائعة ، والكثير من التخصصات درست الاشاعة مثل علم الاجتماع وعلم النفس والقانون والاعلام والاتصال والعلوم السياسية ، وسنبرز هنا اهم التعاريف الاصطلاحية من بينها العربية والاجنبية .

يعرف حمزة مختار الشائعة على انها " عبارة عن اخبار واحاديث وروايات والتي يتداولها الافراد من دون ان يتحققوا من صحتها او التأكد من مصداقيتها ، حيث نجد ان الكثير من الافراد يصدقون كل ما يسمعون منه من الآخرين بدون البحث عن الحقيقة او التحقق من الاخبار ، ثم بعد هذا يقومون بنقل الاخبار لغيرهم ، كما ان

هناك امكانية لإضافة بعض التفاصيل الجديدة ، ومن خلال هذا يصبح ناقل الاخبار متحمس لما يروونه ويدافعون عنه بشكل كبير حيث لا يتركوا فيه الفرصة للسامع لكي يشكك في صدق ما يقولونه من اخبار ومعلومات ". (مختار 1982، ص 245)

ويرى ايضا أبو زيد على ان الشائعة عبارة عن " رواية يتناقلها الافراد فيما بينهم من دون ان يتأكدوا او يركزوا على مصدرها او صحتها ، او انها عبارة عن اختلاق لقضية او خبر ليس له اساس من الواقع ، او هي مجرد عن تحريف من خلال النقصان او الزيادة في سرد خبر يحتوي على قدر صغير من الحقيقة ، ويعبر عنه احيانا بالنكتة او اللفظ او الرسم ". (محمود 1980، ص 65)

ويعرفها هباس رجاء الحربي على ان الشائعة عبارة عن " ضغط اجتماعي يكون المصدر فيه مجهول ، ويكون الغموض والابهام يحيط به ، ويحظى بالاهتمام من جهات عريضة ، ويقوم الافراد بتداولها ليس بغية نقل المعلومات وانما بهدف خلق البلبلة والتحريض واثارة الناس ". (الحربي 2012، ص80)

من جانب اخرى نجد التعريفات الاجنبية للشائعة كانت على النحو التالي : يرى البورت وبوستمان ان الشائعة هي " قضية او عبارة نوعية قابلة للتصديق من قبل الافراد وتتناقل من شخص لآخر وتكون بالكلمة المنطوقة ومن خلالها لا تكون هناك معايير للصدق والحقيقة ". (Allport 1947, P 504)

كما يعرفها ريبير من خلال قاموسه في علم النفس على ان الشائعة هي عبارة عن " تقرير غامض ومبهم وغير دقيق او قصة او وصفا يتم تناقله بين الافراد ويكون غالبا عن طريق الكلمة المنطوقة ، وتتنشر كثيرا اثناء الازمات ، وتدور حول افراد او احداث ما حيث يمثلون اهمية لأفراد المجتمع وهذا يكون حين تكون المعلومات غامضة عن الاشخاص او عن الاحداث المختلفة ". (Reber 1985, p 654)

من خلال التعريفات السابقة نستنتج ان الشائعة هي عبارة عن رواية او اقوال واخبار يتم تناقلها بين افراد المجتمع بدون التأكد من مصدرها ويتم تداولها على نطاق واسع وفي بعض الاحيان تكون عبارة عن اخبار مبالغ فيها وتعتبر ظاهرة انتشار الشائعات قديمة في كل المجتمعات الانسانية وهناك الكثير من الشائعات القديمة لازالت لحد الساعة تستهلك بين الافراد.

2-3- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي احدى ادوات شبكة الانترنت حيث حظيت باهتمام كبير من قبل جميع فئات المجتمع بمختلف اعمارهم ، حيث تتيح لمستخدميها الكثير من الخدمات مثل التواصل والتفاعل الفوري وهذا يكون بواسطة الصوت والصورة والفيديو .

وقد انتشرت في جميع دول العالم مما ادى الى كسر قيود الحدود الجغرافية مما ادى الى جعل العالم قرية صغيرة .

وقد جاء في قاموس "أدليس " على ان الشبكات الاجتماعية هي عبارة عن خدمة الكترونية تسمح من خلاله للمستخدمين بإنشاء صفحات وتنظيم الملفات الخاصة بهم وتكون شخصية ، وايضا فيها خاصية التواصل والتفاعل مع الافراد الآخرين ومن جميع انحاء العالم وبدون قيود. (Reitz 2002)

تدرج مواقع التواصل الاجتماعي ضمن مواقع الجيل الثاني للويب 2.0 واطلق عليها تسمية اجتماعية لأنها جاءت من مفهوم " بناء المجتمعات " حيث يمكن للمستخدم ان يتعرف على العديد من الاشخاص تكون لديهم نفس الاهتمامات المشتركة في شبكة الانترنت والتعرف على المزيد من المواقع ويستطيع المستخدم ان يشارك كل مذكراته وملفاته من الاصدقاء وزملاء العمل وان يتواصل معهم في جميع المواضيع ويتفاعل معهم في جميع الاحداث ، وتبنى المواقع الاجتماعية على قواعد اي سيرفرات

لتؤمن التواصل بين جميع المستخدمين وتسمح بتبادل الملفات والقيام بالمحادثات الفورية وهناك ايضا الكثير من الخدمات الاخرى". (مبارك 2010، ص 6)

كما يعرف خالد مقدادي مواقع التواصل الاجتماعي على انها " عبارة عن مواقع الكترونية والتي يوفر فيها تطبيقات الانترنت العديد من الخدمات للمستخدمين كما تتيح لهم انشاء صفحة شخصية تكون معروضة للعامة ضمن موقع ما او نظام ما ، والتي توفر من خلالها الاتصال ، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين المستخدمين سواء داخل ذلك الموقع او النظام عبر الانترنت". (المقدادي 2013، ص 72)

وتعرف ايضا على انها " تلك الطرق الجديدة للاتصال في البيئة الرقمية ، مما يسمح للمجموعات الصغيرة من الافراد لإمكانية الالتقاء والتجمع عبر الانترنت والتي من خلاله تتم عملية تبادل المنافع والمعلومات ، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم الى كل انحاء العالم".

ويعرفها ايضا محمد منصور على انها عبارة عن شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح للمستخدمين التواصل فيما بينهم في اي وقت وفي اي مكان ، وقد ظهرت هذه المواقع منذ سنوات فقط على شبكة الانترنت غيرت من خلالها مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب ، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين كل افراد المجتمع ، وتجاوزت في وقتنا الحالي وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية ، ومن ابرز مواقع التواصل الاجتماعي الموجودة نجد موقع فيس بوك و تويتر واليوتيوب وهناك الكثير من هذه المواقع . (رقاب 2021، ص 51)

ان ظهور مواقع التواصل الاجتماعي شكل فتحا ثوريا حيث انه نقل الاعلام الى آفاق غير مسبوقة ، واعطى فرصا كبيرة لمستخدميه للتأثير والانتقال عبر الحدود بدون قيود او رقابة ، حيث وفرت هذه المواقع مساحة كبيرة لقنوات البث المباشر مع الجمهور مما غير جوهر النظريات الاتصالية المعروفة ، ووقفت احتكار صناعة الرسالة الاعلامية ، حيث يمكن نقلها الى مدى اوسع واكثر شمولية وبقدرة تأثيرية

وتفاعلية كبيرة لم يتم تصورها من قبل خبراء الاتصال ، كما وفرت الانترنت تسهيلات كبيرة في مجال التنظيم والاتصال والاعلام وغيرت المعادلة القديمة . (ابراهيم 2017، ص 267)

ومنه فإن مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مواقع افتراضية حيث يتم من خلالها تبادل الاخبار والمعلومات والتواصل بين جميع المستخدمين والتفاعل الدردشة فيما بينهم ، لكن في السنوات الاخيرة اصبح هذا الفضاء الرقمي له ادوار كثيرة ، حيث اصبح منبر مستخدم هذه المواقع للتعبير عن افكارهم ومشاكلهم واحتياجاتهم خاصة وان هذه المواقع تكون بعيدة عن المراقبة مما خلق نوع من الفوضى في نشر الاخبار وفي كثير من المرات تكون هذه الاخبار والاحداث عبارة عن شائعات واخبار كاذبة تكون منتشرة بقوة في البيئة الافتراضية ويقوم رواد هذه المواقع من المشتركين بتداولها ومشاركتها على نطاق واسع ، حيث انهم يعتبرون انها حقائق صادقة ، مما يصعب التحكم في كل ما ينشر في هذه المواقع .

4-2- مفهوم الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي :

تعتبر الاشاعة من اهم الاساليب التي يتم استخدامها في الحروب النفسية وهي عبارة عن اخبار مشكوك في صحتها ، كما يتعذر التحقق من اصلها ، وقد تنامي انتشار الشائعات مع التطور الرقمي الكبير خاصة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ، التي شكلت بيئة حاضنة للشائعات والاخبار المغلوطة والتي يتم تناقلها ومشاركتها بدون التحقق من صحتها او مصدرها ، ومن خلال انتشار الشائعات في شبكات التواصل الاجتماعي فقد تغيرت بنية الشائعة وطريقة انتشارها في المجتمع وهذا بسبب اختلاف طبيعة وخصائص البيئة الحاضنة لهذه الشائعات .

ويأتي مفهوم الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال اندماج مفهومي الشائعات بصورة عامة والتقنيات الالكترونية التي استخدمت كوسائل لنشر تلك

الشائعات ، هنا نستطيع ان نقول انها عملية تزاوج بين المفهوم التقليدي للشائعات بالثورة التكنولوجية ، وعليه يمكن تعريفها بأنها هي كل خبر او معلومة او محتوى رقمي غير متيقن من صحته ، والتي يتم تداوله داخل البيئة الرقمية ويكون الهدف منه زعزعة امن المجتمع واثارة الراي العام والتأثير فيه ، وتعتبر حرب من الحروب النفسية والارهاب النفسي ، وهي تنتشر بشكل كبير في نطاق واسع على شبكة الانترنت ومواقعها الاجتماعية مثل موقع فيس بوك و تويتر ، حيث اصبحت هذه البيئة الرقمية بيئة خصبة لترويج الشائعات ، وقد استفادت الاشاعة من وسائل الاتصال والتواصل الحديثة ، حيث لوحظ مؤخرا انتشار كبير للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وسرعة تداولها وسط المستخدمين ، فلم تعد مجرد شائعات او اخبار كاذبة او معلومات مزيفة ينشرها شخص ما بل اصبحت اكثر من ذلك حيث يجمع المختصون ان الشائعات يقف خلفها مؤسسات متخصصة في وسائل الاعلام احترفت التلاعب بالمعلومات وتقديمها بهدف اضعاف الدولة ، وتكثر اثناء الحروب والازمات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على انها حقائق دامغة . (دعاك 2024) وهناك من يعرفها على انها "محتوى ينتشر دون تثبت ، وهذا من خلال وسائل تقنية ومعالجته الكترونيا عبر شبكة المعلومات او برنامج معلوماتي بغية التأثير على المستخدمين".

فالشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي " نمط اتصالي هدام مشكوك في اغراضه يروج وينتشر عبر وسائط الاتصال التكنولوجية الحديثة ، فقد تكون تحمل جزء من الحقيقة فيضخمها او يقلل من شأنها ، او تكون مغلوطة ، فتصبح موضوعا للتداول والحوار والدرشة في المجتمع الافتراضي لمستخدمي الشبكات العنكبوتية " .

و تعرف ايضا على انها ذلك " الموضوع او الخبر او القضية التي يتم تداولها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي او فضاء الانترنت او الهاتف المحمول ، وتستمد الشائعة

مادتها من مصادر متنوعة حيث انها تختلف عن الشائعة التقليدية من خلال المحتوى والبناء ، ويمكن ان يعبر عنها بالنص المكتوب والمنطوق والصوت والصورة والفيديو والرسوم المتحركة". (رزاقى 2021، ص 380)

من خلال ما سبق من تعريفات وكتعريف مقترح للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي حيث نعرفها على انها : نشر اخبار ومعلومات وافكار غير دقيقة وغير متأكد من صحتها وبدون مصدر موثوق سواء بقصد او بدون قصد ، وهذا باستغلال التطور التكنولوجي الحاصل في البيئة الرقمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي تساهم في زيادة انتشار الشائعات والاخبار المزيفة ، حيث هناك جهة ما مستفيدة من ترويج هذه الشائعات ولها اهداف معينة في الترويج لها ، وغالبا ما يقوم المستخدمين بمشاركة وتداول هذه الشائعات بدون التحري عن صحتها ، مما يؤدي الى اثار كبيرة على امن الافراد والمجتمعات .

3- خصائص الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي :

لقد استفادت الاشاعة من الثورة الرقمية الكبيرة التي ميزت عصرنا الحالي ، بداية بفضاء الانترنت الذي سمح للأفراد لكي يقوموا بالتواصل والتفاعل عبر المواقع الاجتماعية ، حيث يلجأ المستخدمون لهذه المواقع من اجل فهم ما يجري في العالم من احداث يومية ومعرفة اهم الاخبار ، وتختلف الاشاعة في مواقع التواصل الاجتماعي عن الاشاعة التقليدية التي كانت تقوم على الكلام الشفهي المنطوق ، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي اهم ما انتجه الاعلام الجديد هذا العالم الافتراضي الذي يقضي فيه الكثير من الافراد وقتهم فيه ، حيث سمح لهم بالتعبير عن انفسهم وطرح آرائهم في مختلف القضايا ، حيث تعدت هذه المواقع بث الاخبار والمعلومات واصبحت بيئة افتراضية للتفاعل والردشة ومشاركة موضوعات معينة وتداولها على نطاق واسع ، ومن هنا نستطيع القول ان الشائعات في مواقع التواصل

الاجتماعي زادت من قوة انتشارها عبر نطاق واسع وتجاوزت الحدود وحدثت ثورة كبيرة في الاتصال والتواصل كما تركت اثار كبيرة على المجتمعات والدول ، وسنحاول ان نعطي اهم خصائص الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي على شكل نقاط وهي :

3-1- الانتشار السريع : حيث نجد ان الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي تنتقل بشكل سريع وفي مدة زمنية قياسية ، كما يمكن للمستخدم ان ينقلها ويشاركها مع الآخرين في ثواني فقط .

3-2- ارتفاع عدد المتلقين : تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدد المستخدمين الكبير الذي تجاوز المليار ، كما ان هناك صفحات او قنوات على هذه المواقع لديها مشتركين يقدرون بالملايين ، وحين نشر الشائعات هنا تكون كمية الانتشار والمشاركة كبير جدا ، مما تصل صدى الشائعات لعدد كبير من الافراد وتتناقل بسرعة خاصة مع خاصية المشاركة والنسخ .

3-3- لا يجري عليها الكثير من التغيير: حيث نجد ان الشائعات التي تنتقل شفويا عبر المجالس والتي تتعرض للتغيير بالزيادة او النقصان ، اما الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي فهي تنتقل بدون تحريف او تغيير لأنها توجه لأشخاص معينين ويتم استقبال هذه الشائعات عبر تقنية القص واللصق .

3-4- اختراق الحدود : نرى ان الشائعات التقليدية تروج في منطقة معينة وبعد فترة تنتقل للمدن المجاورة ، وتكون الشائعات اسرع اذا كان الخبر مهم ، اما الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي نجدها تتخطى الحدود والبحار والمحيطات في ثواني فقط ، حيث اصبحت هذه المواقع الاجتماعية عالم افتراضي انصهرت فيه الحدود المكانية وتماهت المبادئ الاجتماعية ، ونجد ان كل مستخدم عند استقباله للإشاعة فإنه يشاركها كما هي مما يضمن بقائها على شكلها الاصلي لمدة طويلة ، وهذا ما ينتج عنه احتفاظها بجاذبيتها وهيكلتها لمدة طويلة .

3-5- تعدد الوسائط : ان تعدد الوسائط جعل من المحتوى متنوع ، حيث نجد ان الشائعات هنا لها امكانية نقلها بواسطة الصوت او الصورة او ملحقات ومستندات اخرى ، في حين نجد ان الشائعات التقليدية تعتمد على الاتصال الشخصي والكلام الشفوي من فرد لآخر مما يجعلها عرضة للزيادة او النقصان مما ينتج عن هذا اختلال في المعنى ويفقدها الكثير من الدقة في صياغتها ، هذه الوسائط عملت على تسهيل زيادة انتشار الشائعات واستغل مروجي الشائعات هذه الخدمات من اجل بث الاخبار المزيفة وجعل الشائعات في قالب محكم يتكون من صورة وصوت وفيديو ووسائط متعددة .

3-6- الانتقائية : تنتقي الشائعات الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي مادتها من مصادر ثرية ومتعددة من حيث المحتوى على عكس الشائعة التقليدية ، ومحتوى الشائعة في مواقع التواصل الاجتماعية تتسم بالنص المكتوب والمنطوق والصوت والفيديو والرسوم المتحركة .

(بوسليمان 2023، ص 222-223)

و تتميز ايضا الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي على انها :

- تمتاز الشائعات بسهولة التنقل والانتشار حيث تنتشر الشائعة بسرعة فائقة خاصة مع تطور وسائل الاتصال والمزايا التي تقدمها لمستخدميها .

- في غالب الاحيان تكون الشائعة غير واضحة ومبهمة مما يؤدي الى شعور الافراد بالحيرة .

- تكون الشائعات منتشرة بكثرة في اوقات معينة ، فعندما تغيب الاخبار والمعلومات تظهر الشائعة لتغطي الفراغ ، وتقوم باستغلال الغموض حول موضوع ما وقيام الافراد بنشر اخبار مزيفة لمحاولتهم فك الغموض وتوضيحه .

- عند نشر الفرد للأخبار يشعر براحة نفسية مؤقتة حيث تنفس الشائعة على المشاعر المكبوتة .

- تتخذ الشائعة اشكالا مختلفة ومتعددة مثل الدعاية والنكت الساخرة.

(قادم 2022، ص 304)

كما يتقبل الافراد الشائعات التي تتوافق مع معتقداتهم ومعلوماتهم ، ومن الصعب تعقب الاشاعة او التأكد من مصدرها في وقت انتشارها وقد تكون مسالمة او عاتية وقوية ومدمرة تحمل معها معاني الحقد والكراهية ، كما انه من السهل ان تنطلق وليس من السهل ان تتوقف ، و يمكن ان تكون صادقة او جزء منها يحتوي على معلومات صحيحة ، كما تتضمن الصدق او الكذب معا في نفس الوقت من اجل جس نبض الجمهور المستهدف من هذه الشائعات ومدى تقبله او رفضه للمعلومات المراد توصيلها للعامة او للجمهور، ومن خلال خصائصها المتعددة يلاحظ ان لها تأثير مدمر على الافراد والجماعات ومؤثرة على الراي العام ولها اثار كبيرة على الروح المعنوية للأفراد والمجتمعات. (السعيدة 2019، ص 330-331)

- نستنتج ان الشائعة في مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بالسرعة والانتشار وتكون مرفقة بالمشاركة والتعليق والاعجاب ، كما تتميز ايضا بالفاعل والتأثير حيث يتفاعل المستخدمون في هذه البيئة الافتراضية مما تتخطى الحدود العالمية ، وتتسم ايضا بالقابلية للتعديل حيث نجد ان مروج الاشاعة يستطيع التحكم فيها من خلال اعادة نشرها او التعليق عليها او اضافة اخبار اخرى جديدة مع الاخبار السابقة ، ويعتبر ارتفاع عدد المتلقين في البيئة الرقمية عامل مهم اذ انه يساهم بشكل كبير في التفاعل مع الشائعة مما يجعلها تنتشر وتتداول بين المستخدمين حيث يقومون بمشاركتها مع الآخرين عن طريق ارسالها لأصدقائهم وزملائهم .

4- دوافع نشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

عندما تيقنت الدول الكبرى مثل امريكا والمانيا وبريطانيا والصين لخطورة الشائعات واهميتها في نفس الوقت قامت هاته الحكومات بدراسة حيثياتها وملابستها من اجل الكشف عن ماهيتها وطبيعتها والبحث عن العوامل التي تقف وراء فكرة ترويجها وايضا الكشف عن البواعث الكامنة التي تقف وراء عملية سرعة انتشارها التي تؤدي الى تبعات سلبية والتي من شأنها ان تعصف بالماضي والمستقبل للدول والافراد والاسرة والجماعة ، حيث اكد علماء النفس وغيرهم على مدى تأثير الدوافع السيكلولوجية في سلوك كل من الافراد والجماعات ، وديناميكية الدور الذي تلعبه الحاجات والدوافع في حياة الانسان من حيث سعيه المتواصل لإشباع حاجاته المختلفة ، ويمكن تقسيم دوافع نشر وتداول الشائعات الى نوعين :

4-1- دوافع عامة : في كثير من الاحيان تكون الشائعات تكون لها دوافع عامة اي شائعات موجبة ، سواء من قبل الحكومات او الاحزاب او المعارضة او مؤسسات المجتمع المدني او الشركات التجارية بمختلف انشطتها المتنوعة سواء كان نشاطها خدماتي او تجاري او عسكري ، وتكون هذه الشائعات سياسية اذا كانت تتمحور حول المجال السياسي او الاقتصادي او الاجتماعي او العسكري ، وهنا تعتبر دوافع هذه الشائعات عامة وتستهدف المجتمع كله او فئات من المجتمع كالمؤسسات الاجتماعية و الاقتصادية والقوات المسلحة بهدف القضاء على روحها المعنوية وبث الروح الانهزامية او من اجل التفرقة بين افراد المجتمع وقواته المسلحة ، ومن البديهي ان نعلم ان من خلال تحديد الدوافع العامة يمكن معرفة هذه النوعية من الشائعات ويساعد على تحديد الجهة التي تقف وراءها ومعرفة اهدافها وتحديد طرق الوقاية منها وكيفية مواجهتها .

4-2- دوافع شخصية : نستطيع ان نضع الدوافع الشخصية في نشر الشائعات الى مجموعة من الدوافع وسنضعها على شكل نقاط :

- استطلاع الاخبار والمعلومات حيث تعتبر من الحاجات النفسية المهمة في حياة الانسان ، حيث نجد ان الفرد دائما ما يبحث عن كل ما هو جديد من اخبار ومعلومات وخاصة في القضايا التي لها علاقة بحياته اليومية ، ودائما ما يكون لديه الفضول والاستعداد لتقبل كل ما يقال وينشر على مواقع التواصل الاجتماعي حتى وان كانت هاته الاخبار كاذبة ومزيفة وعارية من الصحة ، خاصة اذا كانت المنظومة الاعلامية فشلت في توضيح الامور الغامضة ، والمستقبل لهذه لأخبار دائما ما يسعى للتفاعل معها ومع مصادرها وينتج هذا مواقف لها ابعاد اجتماعية ونفسية واقتصادية وسياسية ، من هنا تجد الشائعات الطريق سهلا للقيام بدور الاشباع ، خاصة مع تدخل الميول والرغبات الذاتية للأفراد .

- وجود حاجات مدفونة عند الكثير من الافراد ينجلون من التصريح بها واليوق بها والتي يطلق عليه بمصطلح الكبت ، حيث نجد هنا ان مروجي الشائعات الكاذبة يسيئون الظن بالآخرين من اجل تشويه سمعتهم ، نجد ان المشاعر المكبوتة تتحول الى شائعات ، ويعتبر الكبت الجنسي من اهم الدوافع الرئيسية في نشر الاخبار الكاذبة والشائعات خاصة اذا كان المجتمع مغلق على نفسه وعلى العالم الخارجي ، ويكون هنا موضوع الجنس عاملا مهما في التنفيس عن النفس ونشر كبتهم الجنسي عن طريق النكت والقصص الكاذبة .

- الكراهية والحسد يعتبران من العوامل النفسية التي تخلق نوع من الحقد على الآخرين ، كما نجد ايضا عدم الثقة بالنفس والعجز والخوف وعدم القدرة على المواجهة ، كل هذا يزيد لمروجي الشائعات الدافع من اجل بث ونشر ما يريدونه هنا نستطيع ان نقول عنها انها دوافع انتقامية .

- حب الظهور ولفت الانتباه وادعاء المعرفة ، حيث نجد ان ناشر الشائعة يتظاهر بالمعرفة والعلم ويتوهم انه شخصية كبيرة في المجتمع ، حيث يدعي ان له معارف ومعلومات سمعها من مصادر حكومية او من جهات نافذة ، حيث يريد ان يضع نفسه في مكانة مرموقة بدافع جلب الانتباه .

- يعمل الكثير من مروجي الشائعات على تحقيق المنفعة وخدمة مصالحهم من خلال بثهم اخبار كاذبة ، وهذا ما نلاحظه اثناء الحملات الانتخابية ، تكون الشائعة هنا ذات منفعة شخصية ذاتية .

- الميل للعدوان حيث نجد ان بعض الافراد تكون طبائعهم عدوانية ولديهم علاقات سيئة مع الاشخاص الآخرين ، يكون دافعهم من نشر الشائعات هو إلحاق الأذى بالآخرين والتشهير بهم وضرب سمعتهم ومكانتهم داخل المجتمع اضافة الى زعزعة ثقة الناس بهم من اجل اشباع رغباتهم النفسية المريضة التي يتصفون بها .

- ضعف الوازع الديني او الدافع الديني ، حيث يكون ناشر الشائعات لم يتلقى تعليمه الديني او عدم قيام المؤسسات الدينية بدورها وواجباتها بشكل صحيح قصد التوعية بدور الدين في حياة الافراد ، كما ان هناك من يستخدم الكلام الجميل للتأثير على الآخرين من خلال خلطه بين الحق والباطل ويلتجأ للكذب والبهتان بسبب ضعف هذا الشيء لديه .

- من اهم الدوافع المهمة التي تؤثر على الفرد وتؤدي به لنشر الشائعات نجد عامل الفراغ الذي له دور كبير في نشر وبث الاخبار الكاذبة والمزيفة ، والخوض في النميمة واعراض الناس .

- ميل الاشخاص الى استباق الاحداث ، حيث يكون الفرد في حالة نفسية تدفعه الى استباق الاحداث قبل وقوعها مما يجعله يقوم بنشر الشائعات وترويجها ، خاصة اذا

كان الآخريين ينتظرون الاخبار وفي حالة ترقب مما يجعلهم في حالة استعداد لتلقي مثل هذه الشائعات خاصة في حالة الغموض الذي يميز الاحداث .

- تهدئة التوترات الانفعالية خاصة لأولئك اللذين يتصفون بكراهيتهم للآخرين واستعدادهم النفسي لبث الشائعات وترويجها لنشر الفتنة والبغضاء بين الافراد وداخل المجتمع مما يعطيه الراحة ويخفف عنه من توترات انفعالية .

- دافع الفضول اي التدخل في شؤون الآخرين والشؤون العامة للمجتمعات ، حيث نرى بعض الافراد يعطون الحق لأنفسهم في التدخل في امور لا تعنيهم لا من قريب ولا من بعيد .

- عدم ادراك العواقب الوخيمة التي تتركها الشائعات في نفسية الافراد ، اي عدم التفكير في اضرارها واللامبالاة لاسيما اذا كانت صعوبة في وجود الادلة والبراهين .

- عدم البحث عن مصادر المعلومات و والتحري والتثبت من صحتها ، حيث يميل الكثير من الافراد الى تصديق كل ما يقال ولا يكلفون انفسهم بالبحث عن صدق هذه المعلومات ، اضافة الى نشرهم لهذه الشائعات ومشاركتها مع الآخرين . (رقاب 2021، ص ص 102 105)

وعليه نستطيع القول ان هناك دوافع مختلفة لنشر الشائعات تختلف حسب السياق وحسب الفرد الذي يقوم بنقلها ، لكن في الغالب يسعى مروجي الشائعات لتوجيه الراي العام عن طريق التأثير فيه وتحفيزهم للخوف والقلق ، وكذا ضرب سمعة الاشخاص عن طريق تشويه سمعتهم بنشر افتراءات و اخبار كاذبة لزرع الشك في نفسيتهم ، كما قد تكون الشائعات موجهة لضرب سمعة منظمة او حزب سياسي او حكومة للتأثير فيهم واطعافهم معنويا ، كما ان هناك دوافع شخصية لمروجي الشائعات من اجل ربح مكاسب معينة سواء كانت سياسية او مالية ، و يكون دافع التسلية والفضول من نشر الشائعات في بعض الحالات من دون التفكير في العواقب المترتبة من تداول ونشر الشائعة وهناك من يروج الشائعات من اجل

جذب الانتباه ، وتنتشر الشائعات بكثرة اثناء غياب المعلومات او الاحداث الغامضة وايضا عند غياب الرقابة مما يدفع المتربصين لبث وترويج الشائعات لخدمة اهدافهم

5- اثر الاشاعة في مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع :

تعتبر الشائعة سلوك عدواني ضد المجتمع وتعبير عن العقد النفسية المترسبة في العقل الباطن ، وتضرب الشائعات امن المجتمع من خلال ادخاله في دوامة القلق ، ويصعب احصاء اثار الشائعات على المجتمع لكن اعظم اثر هو ذلك الذي يمس صانعي القرار وايضا طمس الحقائق واحداث البلبلة ، ان الشائعة من اخطر الاسلحة المدمرة للمجتمع وللإنسان ، وكما اقلقت الاشاعة من ابرياء وحطمت عظماء وهدمت وشائج وتسببت في جرائم وفككت من علاقات وصداقات وكما هزمت من جيوش واخرت من سير الاقوام ، وفي القديم حطم امبراطوريات ، وللشائعة تأثير على معنويات المواطنين وان اختلفت درجة تأثيرها تبعا لنوعها والدوافع التي تكون خلفها وتشيع ايضا عدم الثقة بين الافراد وزرع الشك بينهم ، والهدف من الاشاعة هو عقل الانسان وقلبه وليس جسده اي انها تضرب المعنويات وتستهدف الشخصية اي ضرب الفكر والعقيدة والروح و تحطيم معنويات الافراد سواء كانوا مدنيين او عسكريين . (القحطاني 1997، ص 63-66)

ان من نتائج انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ظهور شخصيات غير موثوقة على الصعيد الاعلامي او في الحياة الواقعية التي نعيشها ، حيث يعملون على الاستفادة من الازمات والعمل على توظيفها من اجل خدمة مصالحهم الضيقة كما يعمل تجار الحروب من خلال بث الشائعات على اثاره البلبلة على الصعيد المجتمعي والاقتصادي مما يسفر على تقسيم المجتمع والتأثير عليه سلبا .

ان من سلبيات الشائعة على المجتمع انها تعمل على استنزافه على صعيد الفكر واستنفاد الخطط الاحتياطية على مستوى الفرد والجماعة ، وتعمل ايضا على خلق

مشكلات استنادا على الوهم والتهويل مما ينتج عنه التأثير سلبيًا على التوقعات المستقبلية ، ومن سلبيات الشائعة على المجتمع خلق مشكلات نفسية وضرب المجتمع المستهدف ومحاولة ابتزازه وإحداث شرخ بين افراد العائلة من خلال حل الروابط الوجدانية بين الاهل ونجد ان الكثير من الشائعات فككت الكثير من البيوت ، وتعمل ايضا على المساس بالأمن الوطني وخلق الفوضى والبلبلة داخل المجتمع ، ومن الاثار الكبيرة ايضا على المجتمع زرع الشك بين الافراد وبين الافراد وصناع القرار ونشر الذعر والرعب في نفوس المواطنين ، وتؤثر ايضا على الرأي العام حيث تجعله الشائعات رأيا مضللا . (بكار 2019)

وقد اتفق المختصين في علم الاجتماع والنفس على خطورة الشائعات ، نظرا لما تخلفه من اثار رهيبة على امن واستقرار المجتمعات حيث ان لها تأثير كبير على كل مجالات الحياة اجتماعيا ونفسيا واقتصاديا وعسكريا وامنيا ، وهناك اثار اخرى سنضعها على شكل نقاط :

5-1- زعزعة الثقة : حيث نلاحظ ان انتشار الشائعات في وسط المجتمع يؤدي الى فقدان الثقة بين الافراد والمؤسسات ، فعند انتشار المعلومات المضللة والكاذبة يشعر الناس بالقلق والريبة والخوف ، كل هذه الاثار من شأنها ان تؤثر على الحياة اليومية للأفراد وتغرس في نفوسهم الاحباط وعدم الثقة بالآخرين .

5-2- الفتنة والانقسام : نجد في بعض المرات ان الشائعات تكون لها دوافع سياسية او اجتماعية ، مما ينتج عن هذا حدوث انقسامات ونزاعات داخل المجتمع ، فالشائعات التي تدور حول قضايا معينة قد توجب الصراعات وتزيد التوترات ، لهذا يحذر الخبراء من خطورة الشائعات التي قد تعصف بالمجتمع من خلال ضربه في أمنه واستقراره وتماسك شعبه ، وخلق البلبلة والفتنة والصراعات بين الافراد والمجتمعات وزرع الطائفية والعنصرية بين المجتمعات والدول ، وهذا ما نلاحظه في بعض دول العالم المليئة بالصراعات والحروب ، حيث عملت الشائعات الموجهة

لضرب كيان هذه المجتمعات والتفريق بينهم من خلال العمل على بث السموم في الاخبار لأغراض سياسية يكون الخاسر فيها هو الشعب والوطن .

3-5- الهدر الاقتصادي : في بعض الاحيان تؤدي الشائعات الى اتخاذ قرارات غير مدروسة وغير ناجحة ، خاصة في المجال الاقتصادي ، فيمكن ان تؤدي شائعة حول انهيار احد البنوك الى سحب الاموال من طرف المواطنين ، مما قد يخلق ازمة مالية قد تعصف بالدولة اقتصاديا ، ومثل هذه الأمثلة موجودة بكثرة في دول العالم.

4-5- التأثير على الصحة العامة : التأثير هنا يكون اثناء الامراض والابوة ، مما ينتج عن هذا اثار كبيرة وخطيرة على الصحة العامة للمجتمع ، وقد نراها حول علاجات معينة او ادوية مما يؤدي الى تجنب الافراد للعلاج المناسب ، ومثل هذه الشائعات مرت على العالم كله من خلال ازمة جائحة كورونا والانقسام الكبير بين الافراد حول فعالية الدواء والحقن التي استعملت في معالجة الوباء حيث كان الرأي العام متخوف من هذه العلاجات والادوية ومنهم من لم يذهب للعلاج رغم انه يحمل الفيروس خوفا من مضاعفات هذه الادوية واللقاحات ، كل هذا كان للشائعات دور كبير في تغيير اتجاهات الافراد حول مدى فاعلية الدواء مما احدث ضجة كبيرة وانقسامات داخل المجتمع . (الهاجري 2024)

يقولون على ان الاشاعة يؤلفها الحاقد وينشرها الاحمق ويصدقها الغبي ، وهي نوع من انواع الحرب النفسية التي تستخدم ضد الدول والحكومات والاشخاص والمؤسسات ، وعملت مواقع التواصل الاجتماعي على تنامي ظاهرة انتشار الاخبار المزيفة والمضللة بدون البحث والتحري عن مصدر المعلومة ، والشائعة تعمل على النيل من اخلاق المجتمع وافساده مما يؤدي الى انهيارها وتلاشيها ، وتعمل على بث وتشجيع الفرقة والتناحر بين ابناء الوطن الواحد عقائديا وطائفيًا ، كما تؤدي الشائعات الى اعاقه الفكر وشله عن التفكير ، ومن اثار الشائعات ايضا انها تؤثر

على مستوى رفاهية الافراد وهذا ما نلاحظه اثناء الازمات والكوارث حيث ان مسار الحياة الاجتماعية يتغير جراء الشائعات والايخبار الكاذبة ، كما تعمل الشائعات على خلق وتأجيج الكراهية ومشاعر العداة بين افراد المجتمع الواحد حيث تختلط الآراء وتتعارض الاديان والمذاهب والمهن وتنتشر الايديولوجيات والانانية ، وتزرع ايضا الخوف والرعب والارتباك وايضا تستهدف الشائعة الاقتصاد القومي مثل سعر الفائدة والاسهم والعملة المحلية ، وتؤثر ايضا على الروح المعنوية من خلال التأثير عليها سلبيا وتدمير النظام القيمي والسلم الاجتماعي ، ونشر مشاعر الاحباط والفشل داخل المجتمع .(قشطي 2022، ص207)

ان للشائعات اثر كبير في تغيير مسار الكثير من شعوب العالم وهذا الامر معروف منذ القديم ، حيث هناك الكثير من الامم هزمت بالشائعات هزيمة نفسية ثم جاءت بعدها الهزيمة الحربية ، وفي هذا الشأن يقول الرئيس الفرنسي الاسبق شارل ديغول " لكي تنتصر اي دولة في اي حرب عليها ان تشن حرب نفسية قبل ان تتحرك قواتها الى ميادين القتال ، وتبقى هذه الحرب النفسية تساند القوات حتى تنتهي مهمتها " ، كما يقول رئيس وزراء بريطانيا تشرشل " كثيرا ما غيرت الحرب النفسية وجه التاريخ ". (عليوي 2019، ص10)

من خلال ما سبق يتضح ان الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي لها اثار متعددة على كل جوانب حياة المجتمع سواء على الجانب الاجتماعي او النفسي او الاقتصادي او العسكري ، ونظرا لخطورة الشائعات في البيئة الرقمية والاثار المترتبة عنها ، يستوجب على الافراد ان لا يكونوا سذج في تلقي المعلومات وان يمتازوا بالوعي، والبحث عن مصدر المعلومات والتحري عن صدقها لكي لا يكون الفرد مشارك في زيادة انتشارها .

6- رأي المشرع الجزائري لنشر الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

لقد كانت ظاهرة نشر وترويج الاخبار الكاذبة محل نقاش داخل المجلس الشعبي الوطني الجزائري من خلال تجريم هذه الظاهرة و وضع المروجين للشائعات والاخبار المضللة امام مسؤولياتهم وتكييف الاطار القانوني الوطني مع تطور المجتمع ، لا سيما من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وباقي الوسائل الالكترونية للتواصل ، وهذا بوضع تشريع واضح بدون نقاط مبهمة لمكافحة انتشار المعلومات المغلوطة والاخبار الكاذبة او اي محاولة تضليل اعلامي والذي من شأنه ان يؤثر سلبا على حياة المواطنين من خلال تهديد أمنهم واستقرارهم وايضا المساس بالنظام والأمن العموميين وكذا المس بأمن الدولة والوحدة الوطنية ، وقد تنامت الاخبار المغلوطة مع استعمال بعض الافراد لشبكة الانترنت بهدف المساس بالحياة الخاصة للآخرين ولهم اهداف اخرى ، واكد حينها وزير العدل وحافظ الاختام بلقاسم زغماتي على ان ظاهرة ترويج الانباء الكاذبة والمزيفة عرفت انتشارا كبيرا في الآونة الاخيرة وهذا راجع للتطور الكبير في وسائل الاعلام والتكنولوجيا حيث نلاحظ استغلال مروجي هذه الاخبار المغلوطة منصات التواصل الاجتماعي لبث الخوف والرعب لدى الافراد ، كما تزداد هذه الظاهرة خلال وجود ازمة او ازمات او لظروف استثنائية اخرى ، وهذا ما لوحظ اثناء تفشي وباء كورونا والذي تخلله تفشي ظاهرة انتشار الاخبار الكاذبة . (الجزائرية 2020)

يرى المشرع الجزائري على ان الاخبار الكاذبة الشائعات على انها اخبار تفتقد الى المصدر والدقة ، والتي يسعى من مروجيها الى لفت انتباه الجمهور ، ويمنع القانون الجنائي الحالي من نشر وترويج الشائعات نظرا للأضرار التي تخلفها على الجماهير وايضا على سلامة وامن المجتمع ، وهذا اعتبارا على سرعة انتشارها بين الافراد

ونشرها ومشاركتها على نطاق واسع ، ومن اجل هذا تمنع القوانين الجزائرية بث الاخبار المزيفة والمغلوطة بهدف التأثير على امن واستقرار الوطن .

6-1- الأسس القانونية لجريمة نشر وترويج الاخبار الكاذبة :

عالج المشرع الجزائري مجموعة من القوانين التي تنص على ترويج ونشر المعلومات المزيفة عن طريق سلسلة من التشريعات القانونية المعدلة من قانون العقوبات الجزائري بقرار القانون رقم 6/20 المؤرخ في 28 أفريل 2020 من خلال الفصل 6 مكرر تحت عنوان " بث ونشر معلومات او اخبار تؤثر على المجال العام والأمن الوطني " والذي يتضمن على نص المادة 196 مكرر التي جاء فيها انه " يتم معاقبة بالسجن من عام الى ثلاث اعوام وبمبلغ مالي قدره من 100000 دج الى 300000 دج كل من يروج عمدا ، بأية طريقة كانت معلومات او اخبار مزيفة او هادفة بين الافراد ويكون الهدف منها التأثير على الامن الوطني او النظام العام ، المحاسبة في حالة الرجوع لها " ، والملاحظ من خلال المادة السالفة الذكر ان القانون الجزائري استخدم مصطلح الاخبار الكاذبة ليعطي توضيحا عن الشائعات المنتشرة بين الجماهير ، لذلك فقد عرف الاخبار الكاذبة بأنها " اذاعة معلومات او شائعات مزيفة مستخدمة عدة طرق من شأنها ان تمس بالأمن العام والتأثير على الجماهير ، بث الرعب بين افراد المجتمع " ، وقد اطلق المشرع الجزائري على هذه الجريمة اسم جرائم التضليل لما تبثه من اخبار كاذبة ومعلومات زائفة تؤثر على الراي العام .

6-2- حصر المشرع الجزائري لنطاق السلوك الاجرامي لنشر الشائعات :

يرى المشرع الجزائري على ان العمل الاجرامي على حسب النص القانوني الجزائري يتجسد في ان يقوم المجرم بالترويج للشائعات بشكل مقصود ، مستخدما بذلك عدة اساليب ، فقد تكون معلومات او اخبار كاذبة ، والتي من شأنها ان تمس باستقرار البلد ، وهذا ما جاءت به المادة 196 مكرر من قانون العقوبات رقم 6/20 ، ويدل هذا النشر الى الاعتماد على وسائل الاعلام المتنوعة في ترويج او تلقي الاخبار او نقل

المعلومات المدونة قد تكون منشورا او لقطات او صور متداولة ، وعند الرجوع الى المادة 196 مكرر من قانون العقوبات الجزائري ، نلاحظ ان القانون الجزائري لم يشير الى أداة محددة للقيام بجريمة ترويج الاخبار ، خاصة عن طريق استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف اشكالها ، ومثال على هذا ترويج اخبار متعلقة بالأمزات الصحية المنتشرة مثل فيروس كورونا حيث لاحظنا اثناء هذا الوباء ترويج شائعات على مواقع التواصل الاجتماعي تعالج طريقة انتشار الفيروس او شائعات تتعلق بكيفية استعمال الادوية وايضا طرق التخلص من هذا الفيروس ، ورغم ان القانون الجزائري لم يوضح الوسيلة المعتمدة في ترويج الاخبار الكاذبة والمزيفة مما يبين على انه وسع نطاق التجريم ، ومن ناحية اخرى فقد اغفل مجالات اخرى للعملية الاجرامية .(ياسين 2024، ص 80 - 81)

من خلال ما سبق نلاحظ ان المشرع الجزائري جرم نشر الشائعات التي تؤثر على أمن المجتمع وتهدد استقراره ، حيث وضع قوانين لهذه الجريمة ، ونرى ان مواقع التواصل الاجتماعي اصبحت بيئة خصبة لنشر وترويج الاخبار الكاذبة ولهذا وجب ردع ناشري الشائعات لكي يحافظ المجتمع على امنه واستقراره .

7- اساليب التصدي لانتشار الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي :

تلاحظ الباحثة سامية الساعاتي وهي استاذة في علم الاجتماع بجامعة عين الشمس ان الوسط البيئي والاجتماعي له دور كبير في تنامي الشائعات ، حيث انه كلما انخفض المستوى الثقافي والتعليمي ازداد انتشار الشائعات ، كما يطالب الدكتور علي عجوة بضرورة وجود أجهزة لرصد الراي العام ، تقوم هذه الاجهزة برصد الشائعات ونقلها للمسؤولين من اجل الرد عليها سريعا ، اي ان الرد السريع للشائعات يشكل اهم طريقة للمواجهة ، كما يؤكد حسن عماد على اهمية وسائل الاعلام والدور الذي تستطيع ان تؤديه من خلال استضافة المتخصصين من اجل

نقل المعلومات صحيحة وبأسلوب سهل ومبسط للجماهير ، وايضا يجب على الجهات التنفيذية المطالبة بتوفير المصدقية وتوضيح الرؤية والنظرة المستقبلية لأي قرار قد يتخذ من اجل ان لا تترك اي فرصة سانحة لمروجي الشائعات لتأويل القرارات وفق الاهواء الشخصية . (نجيب و صلاح محمد 2022، ص 90)

ومن خلال دراسة قامت بها الباحثة سالي بكر الشلقاني والتي كانت تحت عنوان " الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في استقطاب الشباب " حيث يرى المبحوثين من خلال هذه الدراسة فيما يخص آليات التصدي للشائعات التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي على ضرورة الاعتماد على عدة آليات من أهمها ان تنشر الاخبار الدقيقة التي تتسم بالموضوعية والتأكد من صحة المعلومات والاخبار والروابط الواردة مع اي خبر منشور على مواقع التواصل الاجتماعي ، واستخدام الوسائل التقنية الحديثة من اجل رصد وتتبع مصدر الشائعات ، كما يجب ان يتم تحديد مصادر الشائعات ومروجيها والتشهير بهم ومحاسبتهم ، والسرعة في الرد على الشائعات المنتشرة في هذه المواقع الاجتماعية وتنفيذها ، ووجوب التعاون بين الافراد والامن من اجل مكافحة الشائعات وملاحقة مروجيها داخل البيئة الافتراضية ، كما اكدت الدراسة على ضرورة رفع المستوى الثقافي والمعرفي لمستخدمي هذه المواقع من خلال التحلي بالتفكير العقلاني والنقدي عند رؤية اي خبر او معلومة عبر هذه المواقع ، كما نهت الدراسة بضرورة تبني وزارة التعليم في مختلف الاطوار وضع مقرر دراسي يتناول فيه خطورة الشائعات واثارها الخطيرة على المجتمع وكيفية مواجهتها والتصدي لها ، ووضع تشريعات رادعة للجرائم المعلوماتية ومضاعفة العقوبات على مروجيها وفرض رقابة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وحظر ما ينشر عبرها من شائعات واخبار مضللة مع اغلاق المواقع المشبوهة والمهمة التي تقوم بترويج الشائعات داخل المواقع الاجتماعية . (اللبان و سالي 2018)

- و قد تستطيع الدول ارغام الشركات العملاقة مثل غوغل و موقع الفيس بوك والمواقع الاخرى على تنصيب برامج فلترة على متصفحاتها يعمل من خلاله على الحد من انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعية ، و توجد الكثير من الدراسات ترى ان هاذين الموقعين تجد فيهم الشائعات ارض خصبة لانتشارها وهذا راجع لعدم وجود حارس بوابة او محرر يمنع من خلالها ظهور الشائعات على هذه المواقع ، على غرار ما قامت به الشركتين من منع المحتوى الذي يحرض على العنف والكراهية ، كما يجب التعرف على الأسباب الحقيقية من ترويج الشائعات ودوافعهم وتقديم معلومات موثقة تخص تلك الشائعة من اجل اخماد الشائعة والحد من انتشارها .
(الحميد و عبد الوهاب العايدي 2019، ص 757)

- وقد اعترفت شركة فيس بوك في شهر افريل لسنة 2017 باستخدام جهات خبيثة لخدماته من اجل نشر وبث اخبار ومعلومات كاذبة تهدف للتأثير على الانتخابات الرئاسية الأمريكية ، ليثير هذا حملة عالمية حول سبل مكافحة انتشار الشائعات والمعلومات المضللة والاخبار المزيفة عبر الفضاء الرقمي خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعتبر بيئة خصبة لانتشار وترويج الشائعات وتداولها بشكل فائق السرعة بفضل خصائص التشبيك والبث الفوري والتداول الجماعي ، واذا كان التطور التكنولوجي الكبير في مجال الاتصال عاملا فعلا في زيادة انتشار الشائعات وتناميها فإنها وفرت الحلول لمكافحة الاخبار الكاذبة ومحاصرتها وهذا عبر ادوات جديدة استحدثتها شركات التكنولوجيا ومعامل الابحاث ويمكن تحديد بعض منها فيما يلي :

1-7- تطبيقات الذكاء الاصطناعي : تعتمد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على خوارزميات متطورة لتحليل المعلومات ورصد الاخبار المزيفة والمضللة للجُمهور وهذا يكون بشكل فوري واوتوماتيكي ، وقد قامت شركة غوغل سنة 2016 بتمويل 20

مشروع اوروبي بغرض التحقق من المعلومات وقد تضمنت من خلاله مشروعين في دولة بريطانيا استخدم فيها تقنيات الذكاء الاصطناعي من اجل محاربة الاخبار الكاذبة، وفي شهر افريل سنة 2017 نشر موقع فيس بوك ورقة تمحورت حول تطوير خوارزميات قادرة على رصد الحملات المنظمة الهادفة لبث ونشر الشائعات ، والتي تمنع الحسابات الوهمية ورصد الخبر المتكرر .

2-7- **التعقب الرقمي** : وهذا يكون من خلال تتبع انتشار الشائعة وتعقب مصدرها والتحقق من كامل عناصرها بشكل منظم وفوري .

3-7 - **مركز التحكم في الشائعات** : وتمتاز هذه المراكز بتوفرها على التقنيات والتطبيقات التقنية اللازمة لمتابعة الفضاء السيبراني ورصد الشائعات ، خاصة اثناء فترة الطوارئ والازمات ، وتسمح هذه المراكز بدحض التضليل وتزويد الافراد بالمعلومات والاخبار الصحيحة من خلال قنوات الاعلام والتواصل المختلفة .

4-7 **المبادرات المتخصصة** : وتعمل هذه المشاريع لمكافحة الشائعات في فترة او نطاق محدد ، ومن امثلة هذا ما قام به موقع الفيس بوك في مكافحته للشائعات اثناء الانتخابات الهولندية والفرنسية ، حيث قام بإغلاق اكثر من 30 الف حساب في فرنسا قاموا بنشر و مشاركة اخبار مزيفة .

5-7 **المكافحة التشاركية** : والتي تتم على ادماج المستخدمين في التصدي للشائعات عن طريق نشر الوعي بين المستخدمين وتشجيعهم على الابلاغ على المحتوى المشكوك فيه .

6-7 **نظم إدارة السمعة الرقمية** : وهي عبارة عن نظم مرتبطة بالعلاقات العامة وبيئة الشركات والاعمال ، يمكن الاستفادة منها في رصد الموضوعات ، وجمع ردود الفعل بشأنها وصياغة الردود او محتوى مضاد ونشرها . (المتقدمة 2017)

من خلال ما سبق نستنتج ان ظاهرة انتشار الشائعات هي آفة خطيرة على امن واستقرار المجتمع ، ومن اجل التصدي لها يجب تظافر جهود المواطنين مع الدولة

من اجل كشف المروجين لها والتبليغ عنهم وعدم مشاركتها مع الآخرين ، والتحري عن مصدرها والاشخاص اللذين يقفون وراءها ، وتعمل التوعية والحملات التحسيسية من خطورة الشائعات دورا بارزا في الحد من انتشارها وتناقلها داخل المواقع الاجتماعية الافتراضية والعمل على التنسيق بين المؤسسات التعليمية والدينية بغرض اظهار الآثار السلبية لهذه الظاهرة على تماسك المجتمع واستقراره ، كما يجب على الاعلام اعطاء المعلومات الصحيحة والموضوعية والشاملة في وقتها لكي لا يجد المغرضون حرية لتأويل الاحداث و بث الشائعات ونشرها على نطاق واسع ، مع ضرورة وجود رقابة دائمة على مواقع التواصل الاجتماعي وفتح منابر اعلامية وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لتفنيد الشائعات ودعم الصفحات التي تكشف الشائعات والاكخبار المغلوطة ، وسن قوانين ردعية على المروجين واستغلال التطبيقات التي مثل شأنها ان تكشف الأخبار المضللة والاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي لرصد الاخبار المزيفة ، وانشاء مراكز لمراقبة الشائعات والتحكم فيها لكي لا تتوغل داخل المجتمع ، وتبقى الاشاعة وسيلة خطيرة تهدد امن واستقرار المجتمع والدولة ولهذا يستوجب وضع استراتيجيات لمكافحة والتصدي لها بكل قوة من اجل خلق بيئة رقمية خالية من التزييف والتضليل .

وهناك جملة من النتائج التي توصل اليها الباحث وهي :

- لقد استغل مروجي الشائعات مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق اغراضهم المختلفة ، حيث اصبحت هذه المواقع بيئة خصبة لانتشار الشائعات وهذا راجع لخصائص هذه المواقع من سهولة الاستخدام وسرعة انتشار الاخبار وارتفاع عدد المتلقين من الجمهور واختراق الحدود وتعدد وسائط بثها من صوت وصورة وفيديو ، كما سمحت للأفراد بالتعبير عن آراءهم والتفاعل مع هذه الاخبار وتداولها مع الآخرين ، وترى معظم الدراسات السابقة ان موقع الفيس بوك يأتي في المرتبة الاولى

عالميا من حيث الاستعمال ، كما انه اكبر موقع اخباري يستقي منه المستخدمين الاخبار والمعلومات من اجل اشباع حاجاتهم المختلفة .

- هناك دوافع متعددة لنشر الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ، فقد تكون شائعات موجهة من قبل الحكومات والاحزاب ومؤسسات المجتمع المدني او الشركات التجارية ، كما قد تكون شائعات لها دوافع شخصية مثل الانتقام وحب الظهور او دوافع اخرى مثل الفراغ والكبت والكراهية والحسد وغياب الوازع الديني .

- تترك الشائعات آثار سلبية متعددة على المجتمع من خلال تهديد أمنه واستقراره وتماسكه وايضا ضرب الروح المعنوية للأفراد والمجتمع ، وايضا زرع الشك والقلق والخوف والكراهية ، ونشر الفتنة والبلبله والطائفية وزعزعة الثقة ، حيث نلاحظ ان انتشار الشائعات يؤثر على جميع مناحي حياة المجتمع سواء اجتماعيا او نفسيا او اقتصاديا او عسكريا .

- من خلال ما سبق ذكره من خطورة ظاهرة الشائعات على امن المجتمع ، سن المشرع الجزائري قوانين لردع مروجي الشائعات ونشر المعلومات المزيفة بشكل مقصود ، و قد تراوحت العقوبات بين السجن وغرامات مالية ، وهذا من اجل الحفاظ على امن واستقرار المجتمع والدولة .

- هناك العديد من الآليات التي من شأنها التصدي لانتشار الشائعات داخل مواقع التواصل الاجتماعي ، مثل رصد الشائعات ونقلها للمسؤولين للإجابة عليها ونشر الاخبار الصحيحة من قبل الاعلام لكي لا تكون الاحداث مهمة للجمهور ، اضافة الى وضع رقابة على هذه المواقع وسن قوانين ردعية على مروجي الشائعات

- واخيرا تعتبر الشائعات نوع من انواع الحرب النفسية والتي تستخدم اثناء الحروب والازمات ، لكن مع التقدم التكنولوجي في مجال الاتصال وكان من نتائجه ظهور مواقع التواصل الاجتماعي هذه البيئة الافتراضية عملت على تنامي الشائعات وشكلت تحديا صعبا لجميع دول العالم لمواجهتها .

خلاصة :

في الاخير يمكن القول ان الشائعات ازداد انتشارها بظهور مواقع التواصل الاجتماعي ، هذه البيئة الرقمية التي استغلت في نشر الشائعات من طرف المغرضين والذين لهم دوافع مختلفة في نشرها ، ومن خلال الاثار السلبية التي تتركها الشائعات على المجتمع ، سن المشرع الجزائي قوانين من اجل مواجهة مروجيها ومكافحة انتشارها ، ومن خلال ما سبق يوصي الباحث ببعض المقترحات وهي كالتالي :

- انشاء غرف اخبار يسيروها خبراء ومختصون في امن المعلومات مهمتها تكون التحقق من صدق المعلومات ومواجهة الشائعات وتنوير الراي العام بالأخبار الصحيحة ، واستحداث مرصد وطني للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تكون مهمته احصاء الشائعات المتداولة وتحديد الجهات المروجة لها .
- تفعيل دور المؤسسات الاعلامية الرسمية وزيادة قدرتها في نقل الاخبار الهامة والصحيحة بهدف الحد من انتشار الشائعات وكذا الرد عليها وتبيان الحقيقة لكي لا يكون هناك تأويل للأحداث من قبل مستخدمي المنصات التي تشوبها الاخبار الكاذبة .
- ضرورة تطبيق العقاب الردعي لمروجي الشائعات من اجل مكافحة هذه الجرائم الالكترونية .
- التوعية الدينية لأفراد المجتمع ، باعتبار ان الشائعات أمر منافي لما جاء به الدين الاسلامي .
- الاهتمام بشريحة الشباب من خلال التعرف على اهدافهم ورغباتهم ، واعطائهم فرصة للتعبير لما يحقق لهم المرونة في استجاباتهم للمشكلات والازمات التي تواجه حياتهم .

- يجب تضافر جهود الجميع من اجل كشف المروجين للشائعات وهذا بإظهار الجهة التي تقف وراءها وكشف اهدافها والتحري عن مصدرها والعمل على توعية الجمهور من خلال الإكثار من الحملات التحسيسية والاستعانة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي لرصد الاخبار المزيفة والمضللة من اجل التصدي لها ومحاربتها .
- اقامة الندوات العلمية والملتقيات وبث البرامج الاعلامية التي تبرز الآثار السلبية للشائعات على الافراد والمجتمع .
- تشجيع الفكر النقدي للمستخدمين ، من خلال التحري على المعلومات ومصادرهما لكي لا يقع الافراد في فخ تصديق الشائعات ومشاركتها مع الآخرين .
- اجراء دراسات وابحاث جدية للتعرف على اساليب التصدي للشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي .
- فتح صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ، بهدف تكذيب الشائعات والرد عليها بأخبار صحيحة من اجل تنوير الراي العام وتكذيب الشائعات بالحجة والبراهين.

الإحالات والمراجع :

الكتب باللغة العربية :

- 1- ابو زيد ، م. (1980) . الشائعات والضبط الاجتماعي. القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب.
- 2- الاصفهاني، ا. (2009). المفردات في غريب القرآن. ط 4. دمشق: دار القلم.
- 3- حمزة ، م. (1982). أسس علم النفس الاجتماعي. ط 2. جدة: دار البيان العربي.
- 4- خالد ، ا. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية. ط 1. عمان: دار النفاس.
- 5- عبد الله ، ن. (2022). الشائعات والحرب النفسية. ط 1. القاهرة: مؤسسة طبية للنشر والتوزيع.
- 6- علي ، ح. (2017). التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد. ط 1. الاردن: دار المعترف للنشر والتوزيع.
- 7- فضل الله ، و. (2010). أثر الفيس بوك على المجتمع. ط 1. الخرطوم: مدونة شمس النهضة.
- 8- مجمع اللغة العربية. (1983). المجمع الوسيط. ط 2. القاهرة: دار المعارف.
- 9- القحطاني، م. (1997). الاشاعة واثرها على امن المجتمع. ط 1. دار طويق.
- 10- هباس ، ر. (2012). الشائعات ودور وسائل الاعلام في عصر المعلومات. عمان: دار أسامة للنشر.

المجلات :

- 1- جميلة ، قادم. (ماي، 2022). "الشائعات الالكترونية ودورها في تضليل الراي العام - الفضاء السيبراني نموذجاً -". مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، ص 304.
 - 2- جهاد ، علي السعايدة. (25 10، 2019). "الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية". مجلة العلوم الانسانية، ص 330-331.
 - 3- فيصل محمد عليوي. (0 11، 2019). "الاثار الاجتماعية والنفسية للشائعات على المجتمع وسبل معالجتها". مجلة المحكمة للدراسات الاقتصادية، العدد 11، ص: 10.
 - 4- محمد عبد الحميد أحمد عبد الحميد، و أحمد . (جانفي، 2019). "أساليب مواجهة الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي كما تراها النخبة الاعلامية الأكاديمية المصرية والسعودية". مجلة البحوث الاعلامية، ص 757.
 - 5- نبيلة رزاق. (8 6، 2021). "تجريم نشر وترويج الشائعات الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية من منظور القانون الجزائي المصري". المجلة الاكاديمية للبحوث القانوني، ص 380.
 - 6- نبيلة عبد الفتاح قشطي. (2022). "الأطر المفاهيمي للشائعات". مجلة التطوير العلمي للدراسات والبحوث، ص 207.
- اطروحات الدكتوراه :
- 1- ابراهيمي، ياسين. (2024). "انتشار الشائعات اثناء الازمات عبر الشبكات لاجتماعية والتحكم في الراي العام رقمية ، دراسة ميدانية على عينة من ممثلي الجمعيات الشبابية". أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال. جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم - ، ص 80 - 81.

- 2- محمد رقاب. (2021). "الشائعة والراي العام الافتراضي في الجزائر". أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال. مستغانم: جامعة عبد الحميد ابن باديس. ص. 51.
- 3- وهيبة بوسليماني. (2023). "تأثير الشائعات السياسية على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة ميدانية على عينة من الطلبة مستخدمي فاسيوك بجامعة تبسة". أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث تخصص اعلام واتصال. تبسة: جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، ص 222-223.
- المواقع الالكترونية :

- 1- المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة. (29 ماي، 2017). التشارك الالكتروني ، آليات مكافحة الشائعات في الفضاء السيبراني. <https://futureuae.com> (تاريخ الوصول 2، 1، 2025).
- 2- انتصار، موسى دكاك. (25، 12، 2024). الشائعات الالكترونية وتأثيرها على الراي العام، دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان. بحث منشور على الموقع الالكتروني : https://jsa.journal.ekb.eg/article_20766.
- 3- جلال ، بكار. (24، 12، 2019). انتشار الشائعات مخاطرها والمستفيد منها. الجزيرة. <https://www.aljazeera.net/blogs> (تاريخ الوصول 27، 12، 2024).
- 4- شريف اللبان، و الشلقاني سالي. (4، 8، 2018). آليات التصدي وكيفية المواجهة شبكات التواصل الاجتماعي والشائعات. المركز العربي للبحوث والدراسات. (تاريخ الوصول 1، 2، 2025). <http://www.acrseg.org/40856>.
- 5- وكالة الانباء الجزائرية. (22، 04، 2020). اجراءات جزائية جديدة لوضع مروجي الأنباء الكاذبة أمام مسؤولياتهم وسد فراغ قانوني.. <https://www.aps.dz/ar/algerie/86444-2020-04-22-14-02-04> (تاريخ الوصول 1، 1، 2025).
- 6- يوسف راشد الهاجري. (28، 9، 2024). الإشاعة وتأثيرها على المجتمع. <https://alseyassah.com> / (تاريخ الوصول 30، 12، 2024).

المراجع الأجنبية :

- 1- Allport. Analysis of rumo. New York: public opinion Quarterly, 1947.
- 2- Reber. dictionary of psychology. london: penguin biiks, 1985.
- 3- Reitz, Joun M. Online Dictionary for Library and Information Society. 2002. <https://products.abc-clio.com/ODI.IS/odlis/about.aspx>.