

The Conceptual Context of the Term “Electronic Rumor” and Related Terms

الإطار المفاهيمي لمصطلح الإشاعة الإلكترونية والمفاهيم المرتبطة بها

راضية لزغد¹

Radia LAZEGHED¹

جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل (الجزائر)

radia.lazeghed@univ-jijel.dz

كاتيا جديد²

Katia DJEDID²

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة (الجزائر)

K.djedid@univ-skikda.dz

تاريخ النشر: 2025/06/26

تاريخ القبول: 2025/04/15

تاريخ الاستلام: 2025/01/17

Abstract: The use of technology in daily life has led to increased reliance on the Internet for the electronic exchange of information and news, which now spreads rapidly to a wide audience—even when the news and information are false or misleading. This has paved the way for the emergence of online rumors, which have replaced the traditional rumors that people used to pass along to one another verbally.

In this context, we will attempt in this paper to address the conceptual framework of online rumors and social security. We will discuss the concept of rumors and the definition of online rumors, and distinguish between related concepts such as propaganda, public opinion, and disinformation. We will also examine their characteristics, which in turn affect social security, as they contribute to misinformation and destabilize society, thereby threatening its social security.

Keywords: rumor, online rumor, traditional rumor, propaganda, public opinion.

الملخص: أدى استعمال التكنولوجيا في الحياة اليومية إلى زيادة الاعتماد على الأنترنت في عمليات تداول المعلومات والأخبار الإلكترونية، حيث أصبحت تنتشر بطرق سريعة إلى عدة متلقين حتى وإن كانت أخبارا ومعلومات كاذبة ومغلوبة، وهذا ما فسخ المجال لظهور الإشاعة الإلكترونية، وإحلالها محل الإشاعة التقليدية القديمة التي كان الأفراد يتداولونها فيما بينهم من قبل عن طريق الكلام.

في هذا السياق، سنحاول من خلال هذه المداخلة أن تناول الإطار المفاهيمي للإشاعة الإلكترونية والأمن الاجتماعي، حيث سنتطرق إلى مفهوم الإشاعة والتعريف بالإشاعة الإلكترونية، والتمييز بين بعض المفاهيم ذات الصلة مثل الدعاية، الرأي العام والتضليل، كما سنتطرق أيضا إلى مميزاتها التي تؤثر بدورها على الأمن الاجتماعي حيث تساهم في التضليل وضرب استقرار المجتمع، مما يهدد أمنها الاجتماعي.

كلمات مفتاحية: الإشاعة، الإشاعة الإلكترونية، الإشاعة التقليدية، الدعاية، الرأي العام.

مقدمة:

ان الإشاعة قديمة قدم الإنسانية، فقد بين الإسلام وجودها منذ عهد الرسول صلى الله عليه وسلم، اين تم تداول إشاعة وفاته لأغراض الحرب، الا أن تأثيرها اليوم بات كبيرا ومساهما في التضليل وتشكيل الراي العام والتأثير على المجتمعات، حيث يمكنها أن تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع، كما يمكنها أن تؤدي إلى تماسكه أيضا وفقا لدورها في خفض أو رفع الروح المعنوية لذلك المجتمع والتأثير النفسي لحالة أفراد. فمن خلال الشائعات يمكن أن تتبدل أو تتغير المواقف والعلاقات. ما يساهم بدوره في التأثير على مختلف النواحي الاقتصادية والاجتماعية، والسياسية، والنفسية، والثقافية للأفراد، وبالتالي التأثير على استقرار المجتمعات وتحقيق أمنها الاجتماعي.

تبرز أهمية تناول موضوع الإشاعة الالكترونية في التعريف بهذا المفهوم وبعض المفاهيم المرتبطة بها، بالإضافة إلى التعرف مميزاتها وتأثيرها على الأفراد والمجتمعات، حيث يمكنها أن تساهم بشكل غير مباشر في تماسك أفرادها وإنارة الراي العام، كما يمكنها أن تساهم أيضا في تدمير طرق التفكير وزعزعة استقرار وأمن المجتمعات، خاصة بوجود ميزة سرعة نشر الخبر وسهولة تداوله من جهة، وكثرة التطبيقات الإلكترونية ومجانيها – او قيم اشتراك فردية- من جهة أخرى.

أولاً: الجذور التاريخية للإشاعة:

تواجدت الشائعات منذ القدم، بل منذ ظهور الإنسان، وقد ظهرت من خلال آيات قرآنية ومن خلال قصص الأنبياء أيضا. وتعرف اول إشاعة في التاريخ من قبل مروجها ابليس اين دخل على آدم وحواء كليهما عليهم السلام من باب الخلد في الدنيا والملك فيها قال تعالى: [فَوَسْوَسَ لَهُمَا الشَّيْطَانُ لِيُبْدِيَ لَهُمَا مَا وُورِيَ عَنْهُمَا مِنْ سَوْآتِهِمَا وَقَالَ مَا نَهَاكُمَا رَبُّكُمَا عَنْ هَذِهِ الشَّجَرَةِ إِلَّا أَنْ تَكُونَا مَلَكَتَيْنِ أَوْ تَكُونَا مِنَ الْخَالِدِينَ (20) وَقَاسَمَهُمَا إِيَّيَّكُمْ أَنْ تَكُونَا مِنَ النَّاصِحِينَ (21) فَدَلَّاهُمَا بِغُرُورٍ فَلَمَّا ذَاقَا الشَّجَرَةَ بَدَتْ لَهُمَا سَوْآتُهُمَا وَطَفَفَا خَصِيفًا عَلَيْهِمَا مِنْ وَرَقِ الْجَنَّةِ وَنَادَاهُمَا رَبُّهُمَا أَلَمْ أَنْهَكُمَا عَنْ تِلْكَ الشَّجَرَةِ وَأَقُلْ لَكُمَا إِنَّ الشَّيْطَانَ لَكُمَا عَدُوٌّ مُبِينٌ] (سورة الأعراف: آية 20، 21).

ان الإشاعة " هي أقدم الوسائل الإعلامية في التاريخ، فقبل اعتماد الكتابة، كانت المشافهة هي قناة التواصل الوحيدة في المجتمعات، وكانت الشائعات وسيلة لنقل الأخبار وبناء السمعة أو تفويضها، وتأجيج الفتن والحروب (السعيد، 2011، صفحة 13). وباعتبار الإشاعة قديمة قدم الإنسانية، فانه لا يكاد يخلو أي مجتمع منذ القدم منها، وذلك حسب قابلية أفراد المجتمعات لخلقها وتداولها، ووفق اختلاف درجة استعدادهم وتقبلهم لها. لقد بين تاريخ الأنبياء عليهم السلام من خلال قصصهم التي انتشرت بين قومهم، فإشاعة نوح عليه السلام هي حبه التزم على قومه بهدف ابتزازهم، وأيضا الجنون.

بينت الحضارات القديمة تواجد الإشاعة في مختلف الثقافات، وقد ظهرت في صورتها الأولية كممارسات وأحاديث يومية بين الأفراد، (ففي مصر القديمة استخدمت الشائعة في الحيلة والخديعة والمفاجأة في حروبها، خاصة عند فتح يافا في فلسطين، وفي الصين القديمة استخدم الشائعات كثير من العرافين والعسكريين، وفي اليونان القديمة استخدموا الشتائم والتشهير للتأثير على الروح المعنوية للعدو، ولقد أدت الشائعات الى موت سقراط بتهمة انه كان يفسد اخلاق الشباب في أثينا، ويدفعهم الى التمرد والعصيان، ويعتبر المغول من اشهر من استخدم الشائعات في العصور الوسطى، فقد كانت الشائعات سببا رئيسيا في انتصاراتهم لما أحدثته من رعب في نفوس المسلمين (ابراهيم، 2019، صفحة 5)

ثانيا: مفهوم الاشاعة:

تعد الإشاعة أحد الظواهر الاجتماعية التي يتبناها ويسلكها الأفراد وسط الجماعات، حيث عرفت منذ القدم واعتبرت من بين أهم الوسائل الإعلامية التي تنقل بها المعلومات والأخبار، ومن هنا تعددت محاولات الباحثين حول تعريف الإشاعة وتنوعت مفاهيم دراستها. لغة: جاء في المعجم الوسيط أن الشائعة: (الخبر ينتشر ولا تثبت فيه)، والإشاعة: (الخبر ينتشر غير مثبت منه) (السعيد، 2011، صفحة 19)، كما جاء في معجم علم النفس تعريفاً للشائعة، على أنها تقرير غير متحقق منه عن حادث تناقله الأفواه (عقل، 1985، صفحة 99).

هناك من يسمي الشائعة أيضاً بالإرجاف، وهو "بث ونشر الأخبار المثبّطة والمحبطة؛ بغرض إحداث الاضطراب، وزعزعة الثقة، والأمن والإيمان في نفوس المؤمنين. ويتشكل الإرجاف من ثلاثة أشكال هي: الأخبار الكاذبة التي لا أساس لها من الصحة -والأخبار المشكّكة، التي أصلها صحيح، وفروعها لا أساس لها من الصحة، وهي عناوين صحيحة فقط، والمضامين كاذبة، الأخبار السيئة التي أصلها وفروعها صحيح (السحبي، بلا تاريخ)

اصطلاحاً: عرف الدكتور حمزة مختار الإشاعات بقوله: "الإشاعات هي الأحاديث والأقوال والأخبار والروايات التي يتناقلها الناس دون تأكد صحتها، ودون التحقق من صدقها، ويميل كثير من الناس إلى تصديق كل ما يسمعون دون محاولة للتأكد من صحتها، ثم يأخذون يروون بدورهم إلى الغير، وقد يضيفون إليه بعض التفضيلات الجديدة، وقد يتحمسون لما يروونه، ويدافعون عنه بحيث لا يدعون السامع يتشكك في صدق ما يقولونه" (السعيد، 2011، صفحة 19، 20)

إن أشهر تعريفات الإشاعة، ينسب لعالم الاجتماع الأمريكي تي شيبوتاني (Shibutani.T) الذي اعتبر الشائعات أخباراً ملفقة تتولد من نقاش جماعي، ويؤكد شيبوتاني في هذا الإطار أن مصدر الشائعات حدث مهم وملتبس. ومن ثم تجسد الشائعة مساراً لنشر المعلومات، وفي الوقت نفسه مساراً لتأويلها والتعليق عليها، ويبدو جلياً أن شيبوتاني يرى في الشائعة فعلاً جماعياً الهدف منه إضفاء معنى على الحقائق التي تفتقر إلى شروح (اقيرش، 2024، صفحة 638)

الإشاعة هي "الترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع، أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويق في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة وذلك بهدف التأثير النفسي في الراي العام المحلي أو الاقليمي هو العالمي أو النوعي، تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول، أو النطاق العالمي بأجمعه (التهامي، 1979، صفحة 103)

أيضاً، هناك من يعتبر الإشاعة سلاح من أسلحة الحرب النفسية، إن لم تكن من أفكك أسلحة الحرب النفسية لما لها من خاصية الانتشار السريع، لا سيما وأن الإشاعة معلومة مجهولة المصدر عادة، إذ يتم صياغتها وانتاجها وتسويقها في أوكار سرية يحيطها الغموض والإبهام (السعيد، 2011، صفحة 14)

عموماً، غالباً ما يتم تداول الإشاعة ليس بهدف نقل الأخبار فقط، بل بهدف خلق البلبلة والإثارة، وأحياناً التحريض كون الإشاعة مجهولة المصدر ولا ترتكز على أدلة وبراهين، خاصة وأن الأفراد يتناقلونها فيما بينهم بمختلف طرق الاتصال الممكنة، وبين غالبية طبقات المجتمع. هنا يتأثر الفرد بها وبمدى سرعة انتشارها، حيث تجذب المستمع وتنومه مغناطيسياً، كونها مصدر إغواء بالنسبة له.

ثالثاً/ الإشاعة والمفاهيم المرتبطة بها:

تعكس الاشاعة واقع المجتمعات وحالة أفرادها النفسية والاجتماعية، وهي تحتمل الصدق أو الكذب، أو الصدق والكذب معا، كما تعبر عن ذهنيات الأفراد وطرق تفكيرهم، لذلك يمكن استعمالها لقياس الراي العام في بعض المواضيع. ترتبط الإشاعة ببعض المفاهيم مثل:

1. الأسطورة:

الأسطورة إشاعة مجمدة، وعلى وجه الدقة فان الأسطورة قطعة من أقاويل تتميز بقدرة غير عادية على المقاومة، قطعة قد توقفت بعد تاريخ من التغييرات والتبديلات، عن أن تتغير في انتقالنا عبر الأجيال (...). وهي إشاعة استحالت جزءا من التراث الشفوي لشعبنا (عويضة، 1996، صفحة 115) وبقاء الأساطير يجسد حقائق أبدية عن العقل البشري، كونها تتيح إجابات عن ألغاز متداولة في حياة الأفراد والجماعات.

وعن علاقة الأسطورة بالإشاعة، فإنه كلما تطورت الإشاعات أكثر فأكثر إلى صورة الأقوال المأثورة أو إلى صورة الأساطير، ازداد حظها من هذا الطابع التقييبي والمجازي (عويضة، 1996، صفحة 119)، هذا وتكون الشائعة أكثر واقعية وبعدا عن الخيال في عملية تداولها مقارنة بالأسطورة، والأسطورة كفرة عامة هي إشاعة تحولت عبر الزمن إلى أسطورة قريبة من الخيال بتعبير أو صيغة أكثر مجازية وتصورية جذابة لنقل الأفكار.

2. الدعاية:

عملية منظمة هدفها التأثير على الراي العام، ولم تظهر الدعاية الا في أواخر القرن العشرين، بينما ظهرت الإشاعة منذ زمن قديم، تكونت الإشاعة تبعا لتوافر مجال العمل الملائم لها، وهو الجمهور. الدعاية عكس الإشاعة، فالدعاية تهدف إلى الخير أما الإشاعة فغالبا ما تهدف إلى الشر (ابراهيم، 2019، صفحة 5)

ان الدعاية تعني التحكم بآراء ومواقف الأفراد بواسطة شعارات والتحكم في تصرفاتهم بواسطة تشغيل الشعارات، وقد عرف "لاسويل" الدعاية بأنها "محاولة التأثيرات على عدة مواقف أو مواضيع مختلفة عليها بواسطة استعمال شعارات ورموز والامتناع عن استعمال القوة (كنعان، 2014، صفحة 279)، وعموما فان الدعاية تهدف إلى التأثير على الغير من أجل جعلهم يتبنون نفس المواقف والتوجهات دون استعمال القوة لأن مصدرها ومضمونها يكونان معلومان.

3. الاخبار الكاذبة او المزيفة:

تم التلاعب بالأخبار والأنباء المتداولة والمدرجة في الأنظمة الرقمية والإعلامية عبر تصميمها عن قصد على انها كاذبة أو خاطئة أو مضللة من أجل كسب دعم المتلقي أو الجمهور. هنا يبرز امرين هما التصريح بأخبار خاطئة أو اخفاء بيانات صحيحة لغرض التضليل.

4. الراي العام:

ترتبط الإشاعة بالراي العام من ناحية التأثير على رأي الأفراد، كون مواضيعها ترتبط بمواضيع الساعة، فالراي العام يساهم في خلق أو صناعة الاشاعة، خاصة منها الالكترونية، والتي تصنع بدورها الراي العام وتوجهه كيفما تريد توجيهه. من بين أمثلة الإشاعة الإلكترونية نشر خبر تنصيب شخص ما في منصب معين لمعرفة الراي العام أو رأي الأفراد فيه، ومحاولة قياس درجة تقبلهم لهذا الشخص ولو بشكل غير رسمي.

5. التضليل الإعلامي:

التضليل هو عرض جزء من الحقيقة أو البناء الخاطئ على حقائق واضحة وثابتة وموثقة، وذلك للوصول إلى تحقق الهدف من وجود هذا البناء الخاطئ في المفاهيم، أو الخلط بين مفهومين أو أكثر على اعتبار أنها مترادفات لمعنى واحد وذلك في غياب وتغييب مفهوم كل عنصر من عناصر الخليط على حده، فإن كانت وسائل الاعلام قادرة على نشر المعرفة وتزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم، فإنها تستطيع أيضا تزييف الحقائق، ومن ثم نستطيع أن نفرض على الناس مفاهيم وآراء هابطة مضادة لما يتطلعون اليه من اهداف وقيم اجتماعية سامية (قادم، 2022، صفحة 307).

التضليل الإعلامي هو صرف انتباه الجمهور عن عنصر الحقيقة من مواضيع معينة أو إخفاء الحقائق، والتضليل هو من يحاول قلب الحقائق، والمضلل إعلاميا هو من لا يهتدي الى وجه الصواب، كما يعني مصطلح التضليل الإعلامي الفبركة، وهي التأثير في جماعة أو شخص أو هيئة أو أمة بطريقة تنطوي على التموهية والخداع والتلاعب، فتكمن الخطورة من تغييب الصورة الذهنية لدى المخدوعين بالتضليل إلى درجة شعورهم بأن الواقع المضلل هو الواقع الحقيقي (كيلاني، 2015، صفحة 222، 223). أي ان التضليل الإعلامي يرتبط بتزويد وسائل الاعلام بمعلومات مغلوبة وكاذبة بشكل قصدي ومتعمد وذلك لعدة اهداف ابرزها السلسلة (الانتقال من السلبية الفردية الى السلبية الجماعية)، توجيه الثقافة (استدراج العقول نحو ثقافة ما)، وأيضا تعميم الحقائق وتبرير الوضع الراهن.

6. الدعاية:

تعتبر الشائعات أحد الأشكال المؤثرة التي تستخدمها الدعاية، لكنها تختلف عنها فالشائعات أخبار مبالغ فيها أو غير حقيقية ولكنها قد تستخدم بانتظام كدعاية أما الدعاية السياسية فهي تدخل منظم يقوم على أسس فنية وتهدف لأغراض معينة.

تختلف الإشاعة عن الدعاية في كون: (اقريرش، 2024، صفحة 645)

1.6 الإشاعة غامضة ملتبسة أما الدعاية فهي سلوك واضح ومخطط له.

2.6 تهدف الإشاعة النشر والتلاعب بصدقية أخبار أو أحداث ما بهدف البلبلة والفوضى، أما الدعاية فهي عبارة عن إيديولوجية أو سلوك تحريضي منظم.

3.6 تتجاوز الدعاية الإشاعة من خلق الفوضى المعلوماتية والتلاعب الفكري إلى تغييرها العملي لسلوك الجماهير واتجاههم وحصول الاقتناع بمضامينها وخطابها والاعتقاد بواقع الحال.

4.6 الإشاعة قد تموت بموت الغايات الذي صممت من أجلها، أما الدعاية فهي وليدة الحروب والأزمات فهي خلقت خصيصا للحروب النفسية، فهي قد تولد وتعيش قبل الحرب وبعدها.

7. الإشاعة الإلكترونية:

في ظل تغير المجتمعات وظهور مجتمع المعلومات، تغير نوع الإشاعة فانتقل من الإشاعة التقليدية التي غالبا ما يتم تداولها بين الأفراد عن طريق الكلام، إلى الإشاعة الإلكترونية التي يتم تداولها عبر الأقمار الصناعية والانترنت، وهذا ما زاد من سرعة انتشارها، مما قد يهدد الأمن الاجتماعي للفرد والمجتمع، وهذا ما أعطى هذا المفهوم دلالات واسعة.

عرف عبد العزيز صقر (2015) الإشاعة الإلكترونية بأنها: "هي الخبر أو الموضوع أو القضية التي يتم تداولها من خلال الانترنت أو شبكات التواصل الاجتماعي والهاتف الجوال، وتنتقي مادتها وادواتها من مصادر متنوعة، وتختلف من الشائعة التقليدية من حيث

المحتوى والبناء، حيث يعبر عنها بالنص المكتوب والمنطوق والصورة المرفقة والصوت والرسوم المتحركة والفيديو" (غاوي و العمري، 2025، صفحة 218).

كما عرفها الباحث اقيرش جواد اجرائيا بأنها "خبر أو مجموعة أخبار وأحداث مزيفة يشوبها التشويه والنقصان، كما يعوزها التفسير والتأكيد، تنتشر في المجتمع الشبكي بشكل سريع وتتداول بين العامة ظنا منهم على صحتها، ودائما ما تكون هذه الأخبار شيقة ومثيرة لفضول المجتمع والباحثين، تتسم بالغموض والإلتباس في مسارات تنقلها، حيث تفتقر هذه الإشاعات عادة إلى المصدر الموثوق الذي يحمل أدلة على صدقيتها وصحتها." (اقيرش، 2024، صفحة 639)

يأتي مفهوم الإشاعة الالكترونية من اندماج مفهومي الشائعات بصورة عامة والتقنيات الالكترونية التي استخدمت كوسائل لنشر تلك الشائعات، أي أنها نتاج تزاوج المفهوم التقليدي للشائعات بالثورة التكنولوجية، وعليه يمكن تعريفها بأنه كل خبر أو معلومة أو محتوى رقمي غير متيقن من صحته، والذي يتم تداوله خلال البيئة الالكترونية (...) الهدف منها زعزعة امن المجتمع واثارة الرأي العام والتأثير فيه (ميدان و عبد الخالق أحمد، صفحة 4، 5)

8. مميزات الإشاعة الإلكترونية:

تتميز الاشاعة الالكترونية عن غيرها من الاشاعات التقليدية التي تنتشر بين الأفراد والجماعات بعدة مميزات أبرزها:

1. تؤثر على الأفراد والجماعات أكثر من الإشاعة التقليدية، خاصة أنها تمتلك خاصية التفاعل عن بعد بين المتنقلين إما بالصوت أو الصورة، أو بالمنشورات الكتابية.
 2. تنتقل الاشاعات عبر طريق الأقمار الصناعية والانترنت بشكل سريع حيث من الممكن نقلها لآخر عند استلامها خلال ثوان ودقائق معدودة.
 3. كثرة المتلقين، وإمكانية نشرها بين الأفراد دفعة واحدة، فبكسبة زر فقط من المرسل تصل إلى عدة أفراد ومجموعات تجتمع معه، خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة والحرّة.
 4. تخطي الحدود وتنقلها من مدينة لمدينة ومن بلد لبلد، ومن محيط لمحيط أيضا بسرعة البرق. ما يعطيها صفة العالمية حتى وان كانت موجّهة لفئة معينة أو جمهور معين.
 5. المجانية أو التكلفة المنخفضة، حيث تنتقل إلكترونيا بكلفة منخفضة أو مجانية في بعض الأحيان.
 6. صعوبة التعرف على مروجها، بالأصح مصدرها
 7. ثبات الشائعة الإلكترونية أكثر من التقليدية، فغالبا ما يكون نشر الاشاعة الالكترونية في شكل رسائل او منشورات كما هي، على عكس الاشاعة الالكترونية التي تتعرض للتزييف والتحريف بين ناقلها، فكل فرد ينقلها حسب فهمه لها أو تصوره من بين مميزات الإشاعة الإلكترونية التي يمكن إضافتها أيضا ما يلي (ابراهيم، 2019، صفحة 6):
1. من السهل أن تنطلق الشائعات، وليس من السهل أن تتوقف، فالإشاعة تسير بسرعة انتشار النار في الهشيم، بل تسير بسرعة الصوت والضوء عن طريق الأقمار الصناعية في الوقت الحاضر.
 2. قد تكون الاشاعة صادقة، أي تحتوي المعلومات الواردة في الاشاعة على نواة حقيقية ومثال ذلك: إشاعة حول زيادة رواتب الموظفين (...)

3. قد تكون الإشاعة كاذبة، أو قد تركز على معلومات غير مؤكدة، أو عارية من الصحة
4. قد تكون الإشاعة صادقة وكاذبة في نفس الوقت، مثل ما تقوم به بعض الحكومات من تسريب أسماء محتملة وغير محتملة لشغل منصب معين، وذلك بهدف معرفة مدى قبول الناس لهذه الشخصيات، فالجانب الصادق في هذه الإشاعة هو وجود شخصيات محتملة فعلاً لشغل هذا المنصب، والجانب الكاذب هو وجود شخصيات غير محتملة لهذا المنصب.
- يمكن للإشاعة الإلكترونية أن تنشأ وفق غايات ومخططات فردية أو جماعية، وقد تصدر كخبر بين الأشخاص أو بين الجماعات، أو كخبر ينشر الكترونياً كرسالة في أجهزة الانترنت والهواتف النقالة، وما يميز الإشاعة الإلكترونية هنا هو تعرض الأخبار والمعلومات المراد نقلها إلى عملية تحوير أو تحريف، أو إعادة النشر دون التحري عن صدقها من كذبها، بل حتى يمكن أن يكون نشرها بهذه الطريقة مقصوداً لأهداف وغايات حددت سابقاً، خاصة وإن كانت من قبل أفراد يعيشون فراغاً في مجتمع غير عقلائي لا يمكنه التمييز بين الصدق والكذب، لدرجة تجعله أحد الأفراد المتطوعين لنشر الشائعات للتعبير عن النفسية وافرغ المكبوتات السلبية، والتعبير عن التمرد أو السخط أو الضعف النفسي والفكري.
9. الإشاعة الإلكترونية كوسيلة تهديد للأمن الاجتماعي:
لقد خلق التطور التكنولوجي بيئات إعلامية واجتماعية جديدة، بسبب التدفق الهائل للمعلومات في مختلف أرجاء العالم الذي بات قرية صغيرة،
تعتبر الإشاعة الإلكترونية خطر يهدد المجتمعات، فقد تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع من خلال دورها في خفض الروح المعنوية أو في إشاعة الفوضى، ومن خلالها يمكن أن تتبدل وتتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم. ويمكن أن يعزف الناس عن شراء منتج أو زيارة مكان أو تأييد سياسة أو موقف ما أو اتخاذ موقف مؤيد. فالشائعات يمكن أن تؤثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، والثقافية والنفسية، وأيضاً يمكن لها التأثير في العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات.
يقول شكسبير: "الإشاعة في وقت الأزمات والحروب تحظى من قطاعات عريضة أو أفراد عديدين بالاهتمام، ويتداول الناس الإشاعة لا بهدف نقل المعلومات بل بهدف التحريض والإثارة وبلبله الأفكار" ويتمثل سلاح الإشاعة في خبر مدسوس كلياً أو جزئياً، وينتقل شفهاياً أو عبر وسائل الإعلام دون أن يرافقه أي دليل أو برهان، ويقصد به تحطيم المعنويات (السعيد، 2011، صفحة 14)
من جانب آخر، فقد لعبت البيئة الإلكترونية دوراً كبيراً في خلق ونشر الشائعات الإلكترونية ودعم القائمين بها أحياناً،
تعد الإشاعة الإلكترونية أحد أبرز الوسائل المستعملة في الحروب النفسية التي تؤثر على استقرار المجتمعات وتهدد أمنهم الاجتماعي،
يمكن أن تكون صدفة كما يمكن أن يكون مخطط لها من قبل صانعوها، نظراً لما توفره لهم من خدمات، وهذا ما زاد من خطورة انتشارها وتداولها على نطاق واسع، محلياً، إقليمياً، وحتى دولياً مما جعلها خطراً على الأمن الوطني والدولي للمجتمعات، ومن بين الآثار التي تحدثها الشائعات:
1. التأثير النفسي: عند تلقي الأفراد العديد من الشائعات، فإن لذلك تأثيراً نفسياً سلبياً يعكر المزاج ويشتت التفكير والانفعال عن الأعمال المشروعة، كذلك تعمل على تعميم مشاعر الإحباط في المجتمع، وتدني المعنويات وإعاقة التفكير.
2. التأثير الاجتماعي: أي تأثيرها على وحدة المجتمع وتماسكه، والترابط بين مكوناته.

3. التأثير الاقتصادي: وقد تستهدف الشائعة نشاط معين او أحد متغيرات الاقتصاد الكلي التي تؤثر في الاقتصاد القومي كسعر الفائدة والعملية المحلية والاسهم
 4. التأثير السياسي: مثل التأثير على الانتخابات بتشويه سمعة المترشح
 5. التأثير على الامن الوطني للدول: منة خلال الحث على اعمال الشغب والمظاهرات
- وقد حدد الدكتور قادم تأثيرات وسلبات الإشاعة الإلكترونية ومخاطرها في المجتمع كالاتي:
- خاتمة:

نظرا لسرعة انتشار الاشاعة الالكترونية وخطورة تأثيرها على الأفراد والمجتمعات، فإنه لابد على الأفراد التحلي بالوعي الكافي للتمييز بين ما يتم نشره وتداوله عبر الأقمار الصناعية والانترنت، خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة، والمتاحة لكل الأفراد مهما اختلفت مستوياتهم، وجنسياتهم، طبقاتهم، مستوياتهم وانتماءاتهم الاجتماعية، ما يفرض تبني مرجعية أو ثقافة توعوية دينية وأخلاقية للمجتمع المعلوماتي بشكل عام، والمجتمع الافتراضي بشكل خاص، كونه يركز على الحرية في مختلف المجالات.

للد ما انتشار الإشاعة الإلكترونية، لا بد من فرض رقابة قانونية على الأفراد في الفضاءات الافتراضية ومختلف المواقع الالكترونية، وعلى الصفات الإلكترونية أيضا، وفرض عقوبات على كل الافراد والجماعات التي تهدد استقرار المجتمعات وتعيق تحقيق أمنها الاجتماعي، ومن بين أبرز هذه التهديدات التشهير، القذف، والإبتزاز. أي تفعيل مسؤولية القائمين على وسائط الاعلام وشبكة الانترنت/ ومراقبة المحتويات الرقمية للأفراد، مع ضرورة خلق توعية إعلامية من حين لآخر عبر حملات تحسيسية بخطورة نشر الشائعات الالكترونية

في الأخير يبقى انتشار الإشاعة الإلكترونية مرتبط بأهمية مواضيع الساعة المرتبطة بالأفراد، أو المجتمعات باختلاف انتماءاتها العالمية، وأيضا بغموض مواقف هؤلاء الأفراد وآرائهم حولها، واختلاف دوافع نشرها أيضا، والتي يمكن أن تكون نتائج ومخلفات إيجابية مثل بعث الثقة والطمأنينة في حياة الأفراد وقياس اتجاهاتهم حول بعض المواضيع المهمة قبل اتخاذ أي قرارات، أو تحسين علاقات اجتماعية، كما يمكن أن تكون نتائج ومخلفات سلبية كخلق البلبلة، الأذى والتشهير بالأفراد، أو حب الظهور وجلب الانتباه والمشاهدات.

قائمة المراجع:

1. القرآن الكريم
2. جميلة قادم. (ماي، 2022). الشائعات الالكترونية ودورها في تضليل الراي العام. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية*، المجلد 7 العدد 3.
3. جواد اقيرش. (نوفمبر، 2024). ظهرة الاشاعة الرقمية ما بين المفهوم والمفاهيم ذات الصلة. *مجلة المعرفة*.
https://www.josoor.com/pdfs/twentyone_one/first/49.pdf في 6 مارس 2026
4. حسن السعيد. (2011). *سيكولوجية الإشاعة، رؤية قرآنية*. الأردن: دار دجلة.
5. حنان كيلاني. (العدد 4 المجلد 14، 2015). التضليل الاعلامي وعلاقته بالآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي. *المجلة المصرية لبحوث الراي العام*. المجلد 15، العدد 3
6. سلوى أحمد ميدان، و نهى عبد الخالق أحمد. (بلا تاريخ). *الشائعات الالكترونية ودور المرجعية الدولية في التصدي لها*. تم الاسترداد من
file:///C:/Users/pc/Desktop/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B4%D8%A7%D8%B9%D8%A9/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A7%D8%A6%D8%B9%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9%20%D9%88%D8%AF%D9%88%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B1%D8%AC%D8%B9%: 1
7. صفاء عباس عبد العزيز ابراهيم. (2019). *الاشاعة واثرها على الفرد والمجتمع*. *مجلة البحث العلمي في الآداب*، الجزء الثامن، العدد 20، جامعة السودان المفتوحة، الخرطوم
8. عبد السلام السحيمي. (بلا تاريخ). تم الاسترداد من
https://x.com/Alsuhaimy_net/status/1880209286414103025?lang=ar يوم 10 مارس 2026
9. علي عبد الفتاح كنعان. (2014). *الاعلام والمجتمع*. الاردن: دار اسامة للنشر.
10. فاخر عقل. (1985). *معجم علم النفس*. القاهرة.
11. فارس غاوي، و عيسات العمري. (2025). أسباب تنامي ظاهرة الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2. *مجلة التنمية وادارة الموارد البشرية -بحوث ودراسات المجلد 12 العدد 1-*.
12. كامل محمد محمد عويضة. (1996). *علم النفس الاشاعة*. لبنان: دار الكتب العلمية.
13. مختار التهامي. (1979). *الرأي العام والحرب النفسية*. دار المعارف.