

مجلة

# بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط



دورية علمية محكمة تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد السادس - يناير / مارس ٢٠١٥

## ملخصات بحوث بلغات أجنبية:

- دراسة شاملة لتطوير الرسائل الموجهة لتوعية الحجاج في مشعر جبل عرفات  
د/ عثمان بن بكر قزاز (جامعة أم القرى) ... ص ٩

## البحوث العربية:

- اتجاهات طلاب جامعة اليرموك بالمملكة الأردنية الهاشمية نحو الدراما المصرية ومدى رضاهم عنها  
د/ عبدالرحيم أحمد سليمان درويش (جامعة دمياط) ... ص ١١
- دور الشائعات في التأثير على الجمهور أثناء الأزمات دراسة تطبيقية على الفترة التي أعقبت ثورة ٢٥ يناير  
د/ محمد زين عبد الرحمن (جامعة المنيا) ... ص ٤٧
- دور هالة توفيق الطلحاتي (جامعة النهضة) ...
- الإستراتيجيات الاتصالية للمنظمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة سمعتها "دراسة تطبيقية على شرطة دبي"  
د/ ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي (جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا) ... ص ٩٣
- ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية: دراسة تطبيقية على جامعة المنوفية  
د/ حاتم محمد عاطف ( الجمعية المصرية للعلاقات العامة ) ... ص ١٣١
- تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية في المملكة العربية السعودية  
دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAUT  
د/ حسن نيازى الصيفى (جامعة الأزهر) ... ص ١٥٧

## ملخصات الرسائل العلمية:

- تصور مقترح لدور أخصائي الإعلام التربوي في المدارس الإعدادية في ضوء المفاهيم الحديثة للتربية الإعلامية  
منى محفوظ طاهر الخياط ... ص ١٨٧
- صورة المجتمع الجامعي في الأفلام السينمائية وعلاقتها بإدراك الشباب الجامعي لها  
أسماء بكر الصديق توفيق الولي ... ص ١٩٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية  
(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٥ @ EPRA

[www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)



# هيئة التحكيم العلمية للبحوث

## أ.د/ علي السيد عوجة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

## Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

## أ.د/ منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

## أ.د/ ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية  
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

## أ.د/ انشراح الشال

أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة (دكتوراه الدولة فى الآداب والعلوم الإنسانية من فرنسا)

## أ.د/ حسن عماد مكاوي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د/ نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

## أ.د/ سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتفرغ - العميد السابق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د/ عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

## أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام لثئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

## أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد طابع

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

## أ.د/ بسيوني إبراهيم حمادة

أستاذ الإعلام السياسى والرأى العام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة  
عميد شعبة الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام ٦ أكتوبر

## أ.د/ شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - كلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د/ حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

## أ.د/ عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

## أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

## أ.د/ حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

## أ.د/ عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

## أ.د/ وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

## أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة اليرموك - الأردن

## أ.د/ محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

## أ.د/ علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

## أ.د/ رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد السادس - يناير / مارس ٢٠١٥

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عوجة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد  
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة  
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس  
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء  
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ. د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة  
جامعة مصر الدولية

أ.م.د/ الصادق رابح

أستاذ الإعلام المشارك بالكلية الإماراتية الكندية  
بالإمارات العربية المتحدة العميد الأسبق لكلية المعلومات  
والعلاقات العامة بجامعة عجمان

د/ السيد عبد الرحمن علي

باحث (مدرس) بمجمع اللغة العربية بالقاهرة

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة  
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة  
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية  
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

**EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg) - [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg)

موقع ويب: [www.jpr.epra.org.eg](http://www.jpr.epra.org.eg) - [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

## مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

### التعريف بالمجلة :

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيم هذه الأبحاث من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترتيبات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تُقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تُقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

### قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: ( العربية - الإنجليزية - الفرنسية ) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد ( ٢ ) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.

- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠\$. .
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصري للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥\$. .
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$. .
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. .
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع.
- ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجزيرة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإميل المعتمد من الجمعية [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg) بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

## الافتتاحية

تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام منذ بداية إصدارها في ديسمبر من العام ٢٠١٣ - ليصدر ثلاثة أعداد تضم أبحاثاً ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم. والآن نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال العدد الرابع من المجلة وهو يتضمن بحثاً ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين وكذلك لطلبة مرحلة الدكتوراه.

وباعتراف اللجنة العلمية (تخصص الإعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس إلى أساتذة وأساتذة مساعدين بالمجلة بعد أن اطلعت على العدد الأول وتم تقييمها بنفس درجة المجالات العلمية لأقسام الإعلام في الجامعات المصرية؛ أتاحت مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الفرصة للنشر العلمي بها كنافذة جديدة لنشر بحوث طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراه - ولبحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي لدرجتي أستاذ مساعد وأستاذ. ولكونها أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط. وجد الأساتذة الراغبون في تقديم انتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته الفرصة للنشر على نطاق العالم العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وأيضاً من خلال موقعها الإلكتروني.

ففي البداية نجد دراسة باللغة الفرنسية قدمها الدكتور سعيد لوصيف أستاذ الإعلام بجامعة الجزائر ٣ عن " الثقة كأداة لتحليل وفهم العلاقات العامة" حيث يوضح الباحث دور الثقة كأداة لتحليل وفهم العلاقات العامة باعتبارها مكوناً من مكونات رأس المال الاجتماعي، وفي توطيد وتقوية علاقات الثقة بين المؤسسة وأطرافها المعنية.

كما يتضمن العدد بحثاً مقدماً للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من شباب أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية من عدة دول مختلفة وهم: د. عثمان بن بكر قزاز من (المملكة العربية السعودية) الذي تقدم بورقة علمية باللغة الإنجليزية تناولت: "مشكلات الحجاج وأنماط الاتصال في حج عام ١٤٣٤هـ دراسة في البيئة الاتصالية لحجاج مجموعة جمهورية مصر العربية"، د. محمد زين عبد الرحمن من (مصر) في موضوع: " شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي: دراسة ميدانية علي عينة من جمهور صعيد مصر"، د. شعبان حسن حمادة الناصري من (العراق) حول: " فاعلية العلاقات العامة الإلكترونية لجمعية الفجيرة الخيرية في دولة الإمارات العربية المتحدة"، أما د. ماجدة عبد المنعم مخلوف من (مصر) فقدمت ورقة علمية حول: " تصميم الإعلان الإلكتروني عبر المواقع الإخبارية المصرية".

وأخيرا تأتي البحوث المقدمة من الطلبة المسجلين لدرجة الدكتوراه لاستيفاء شرط النشر لبحثين من الرسالة قبل مناقشتها. والبحوث المقدمة للنشر في هذا العدد هي: " أثر الشائعات في الرأي العام في ضوء نظرية الفوضى الخلاقة" قدمها د. حاتم محمد عاطف من (مصر)، "سوسيولوجيا الاستخدامات وأطر مقاربتها في علوم الإعلام والاتصال قراءة في التمثلات والاستخدام والتملك"، للباحث إسماعيل بن ديبلي من دولة (الجزائر).

ومن (مصر) تقدم الباحث السيد عبد الرحمن علي بورقة علمية بعنوان: " العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي".

وللاستفادة من الرسائل العلمية تقدمت الباحثة دعاء أحمد محمد البنا من (مصر) لنشر ملخص دراستها للدكتوراه بعنوان: " معالجة مفهوم الوطنية في الدراما السياسية في التلفزيون المصري ". وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول جيل الأساتذة وبحثهم لا تخضع للتحكيم طبقا للقواعد المتبعة للنشر العلمي في المجالات العلمية. أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقية للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

### **رئيس تحرير المجلة**

أ.د/ علي عجوة

**دور الشائعات في التأثير على الجمهور أثناء الأزمات  
دراسة تطبيقية على الفترة التي أعقبت ثورة ٢٥ يناير**

إعداد

د/ محمد زين عبد الرحمن (\*)  
د/ هاله توفيق الطلحاتى (\*\*)

---

(\*) أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب - جامعة المنيا.  
(\*\*) مدرس العلاقات العامة بكلية الإعلام والعلاقات العامة - جامعة النهضة.



## دور الشائعات في التأثير على الجمهور أثناء الأزمات دراسة تطبيقية على الفترة التي أعقبت ثورة ٢٥ يناير

د/ محمد زين عبد الرحمن  
جامعة المنيا  
د/ هالة توفيق الطلحاتي  
جامعة النهضة

### مقدمة:

يعد نشر الشائعات أحد أبرز أشكال الاتصال الاجتماعي والذي يتسم بالتلقائية وعدم الرسمية<sup>١</sup>، ويعتقد خبراء الإعلام والاجتماع أن الشائعة تتطور حتى تمثل مصدراً إعلامياً موازياً يعتقد الرأي العام أنه أكثر شمولاً من مصادر الإعلام الرسمي<sup>٢</sup>. وتكثر الشائعات في أوقات ومناسبات متعددة، منها<sup>٣</sup>:

١. في أوقات الفراغ: فعندما لا يجد بعض الناس ما يشغل به يشغل نفسه بتلقي الأخبار ونشرها دون تثبت منها.
٢. عند الأحداث المستجدة: وهنا تكثر عادة الأقاويل والتحليل ويقول من شاء ما شاء دون تثبت ولا ترو.
٣. عند المحن والشدائد: في مثل هذه الأوقات تضعف نفوس كثيرة وتهتز أما المحنة وتنتقل الألسنة تتحدث دون حدود ولا ضوابط.
٤. عند الهزائم والتراجع في المواقف: وهنا يحاول الناس التعرف على أسباب الهزيمة فتكثر الأقاويل وتنتقل الأذان كل ما يقال ويذاع كثير مما يسمع وبدون تأكيد ولا تثبت.
٥. عند النصر أو الشهرة لفكرة ما أو لشخص ما: وهنا تنطلق الألسن بالثناء والمدح الذي كثيراً ما يتجاوز حده وكثيراً ما ينسب للظافر من الخير ما لا يفعله بل وما لا يؤمن به أحياناً.
٦. في أجواء الخلاف: وفي مثل هذه الأجواء ينشط أهل الأهواء والمرجعون لتميع المواقف واستغلال الخلاف لتوسيع الشقة بين الأطراف المختلفة كما يحاول كل طرف في الخلاف أن يتلقف خبراً يؤيد به موقفه ويضعف به موقف الآخرين. وتتقبل النفوس في مثل هذه الأجواء كثيراً من الأخبار والشائعات دون أدنى تثبت.
٧. في أجواء الظلم والاستبداد: وهنا يحاول الناس أن ينفسوا عن ضيقهم وكتبهم فتوجد الشائعات وتنتشر في الخفاء - غالباً - ويصعب التثبت في أجواء الظلم من كثير من الأخبار والأقاويل التي يتناقلها الناس.

٨. في أجواء ضعف القيادات والإدارات: عندما تكون القيادة المشرفة على عمل ما ضعيفة تتسبب الأمور وتشتت الآراء وتكثر الأقاويل ويشعر كل أحدٍ أو أكثر الناس أن من حقهم أن يقولوا بل ومن الواجب أن يسمع لهم فيكثر اللغط وتزداد الشائعات في صفوف الناس ويصعب السيطرة عليها ما لم يتغير الحال وتوجد القيادة الحكيمة القوية.

٩. في المجتمعات البدائية المتخلفة: ومثل هذه المجتمعات تصدق كل ما يقال وتذيعه كخبر جديد لم تسمع به من قبل، ولعلها تحاول النهوض والتحضر بمثل ذلك.

ولقد شهدت السنوات المبكرة من القرن الحالي تحولاً لدى الباحثين تجاه العلاقة الثنائية بين الإعلام والشائعات في ضوء تحول وسائل الإعلام في أحيان كثيرة إلى مصدر للشائعات في ظل الممارسات السلبية للإعلام، فلا جدال أن الشائعات أصبحت أحد أهم أساليب الحملات النفسية المعادية من جهة كما تعكس في نفس الوقت المظهر السلبي للتعبير عن الرأي خاصة خلال الأزمات وهو الواقع الذي مرت وتمر به مصر منذ ثورة ٢٥ يناير.

كما تعتبر الشائعات من أخطر أساليب العمليات النفسية استخداماً لما لها من تأثير فعال على عواطف واتجاهات الأهداف المخاطبة لكونها تجيب على تساؤلات بأسلوب يرضي جميع الاتجاهات والآراء من جهة وتحقيق أهداف المخطط من جهة أخرى، هذا مع التأكيد على أن الشائعات بأنواعها المختلفة تستهدف في الأساس المفهوم الوجداني والمشاعر والاتجاهات والتي تشكل الركيزة الأساسية في مقومات السلوك الفردي أو الجماعي. هذا وقد لعب التطور غير المسبوق في وسائل الاتصال دوراً بارزاً وأساسياً في سرعة واتساع مدى انتشار الشائعات والذي يعتز به قدر كبير من الغموض والقصور في المعلومات والمواقف، وتنتشر الشائعات على مدى واسع من خلال كافة وسائل الاتصال (الصحف، القنوات التلفزيونية، مواقع الاتصال الاجتماعي "الانترنت"، الفيس بوك، اليوتيوب، تويتر)، وتمثل فترة الأزمات باختلاف أنواعها مجالاً خصباً لانتشار الشائعات وترويجها مما لذلك آثاراً في التلاعب بعقول ومشاعر المتلقي.

### مشكلة البحث وأهميتها:

ينفق أساتذة وخبراء الإعلام والرأي العام والاتصال السياسي على أن وسائل الإعلام هي أبرز وسائط الخبرات غير المباشرة بالواقع الاجتماعي<sup>٥</sup>، إذ أنها المسئول الأول عن بناء الواقع الاجتماعي بأحداثه وقضاياها ومشكلاته وتفاعلاته لدى الرأي العام، وثمة مخاوف من أن تتخلى وسائل الإعلام عن مسؤولياتها الاجتماعية نحو المجتمع وتصبح بدورها أدوات تستخدمها الشائعات بوصفها بناءات معرفية وتفسيرية يشير إليها الرأي العام في فهم الواقع الاجتماعي<sup>٦</sup>، وتشير الممارسات الإعلامية العقلية إلى وجود بعض الوسائل التي تطرح القصص والتقارير الخبرية بصورة غير واقعية معتمدة على الشائعات والتخمينات<sup>٧</sup>.

وترجع أهمية مثل هذه الدراسات الاستكشافية إلى كونها تعتبر أحد أهم عوامل التأثير في بناء المقوم المعرفي (إدراك - وعي) العلمي السليم لدى الأفراد والمجتمع المصري، والتعرف على واحدة من أخطر مظاهر التعبير عن الرأي العام (الشائعات) والتي تتعرض لها الأفراد والمجتمع المصري في واحدة من أخطر الأزمات الاجتماعية والتي أدى تصاعدها إلى أحداث ثورة ٢٥ يناير والعمل على التحكم فيها واحتواء تداعياتها. وفي ضوء ما سبق تتحدد المشكلة البحثية في رصد وقياس اتجاهات الرأي العام المصري نحو الشائعات التي تبث وتنتشر في وسائل الإعلام خاصة الإلكترونية، ورصد أبرز الشائعات التي انتشرت في وسائل الإعلام الإلكترونية والتقليدية أثناء الثورة وما بعدها ودور تلك الشائعات في التأثير على اتجاهات الجمهور أثناء الأزمات.

### أهمية البحث:

١. نظراً لكون الشائعات -وبخاصة التي تصدر عن وسائل الإعلام - قد أصبحت أحد أهم أساليب الحملات النفسية المعادية من جهة، كما تعكس من جهة أخرى المظهر السلبي للتعبير عن الرأي العام خاصة خلال الأزمات وهو الواقع التي مرت وتمر به مصر منذ تصاعد الأحداث في ثورة ٢٥ يناير وما لحقها من أحداث حتى الآن.
  ٢. كما تعتبر الشائعات من أخطر أساليب العمليات النفسية استخداماً لما لها من تأثير فعال وصدد على عواطف واتجاهات الأهداف المخاطبة والجماهير لكونها تجيب على تساؤلات بأسلوب يخص جميع الاتجاهات والآراء من جهة وتحقيق أهداف المخطط من جهة أخرى.
  ٣. كما لعب التطور غير المسبوق في وسائل الاتصال دوراً بارزاً وأساسياً في سرعة واتساع مدى انتشار الشائعات، وهو الأمر الذي يدعمه الغموض والقصور في المعلومات والمواقف وتحسباً لتفاهت النداءات السلبية لهذا الأسلوب من العمليات النفسية والشائعات التي تنتشر عبر وسائل الاتصال المختلفة (صحف. قنوات تلفزيونية. مواقع التواصل الاجتماعي).
- لذا تعود أهمية البحث إلى دوره في متابعة ورصد طرق وأساليب الشائعات والإجراءات التي تتخذ لدرئها واحتوائها وتقنين وتوصية المفاهيم العلمية للشائعات، والتعرف على دورها في التأثير على الجماهير واتجاهاتهم نحو القضايا والمشاركات المختلفة والمواقف الإيجابية أو السلبية تجاه الأحداث يتجه التأثير بهذه الشائعات.

### أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف أولاً على أبرز الشائعات التي انتشرت في وسائل الإعلام المختلفة الإلكترونية والتقليدية أثناء الثورة وما بعدها، ودور هذه الشائعات وتأثيرها على اتجاهات الجماهير

وقرارتهم التي يتخذونها تجاه الأحداث الجارية ومشاركاتهم السياسية المختلفة سواء في الانتخابات أو الاستفتاءات أو المظاهرات أو الاعتصامات وغيرها.

كما تهدف الدراسة إلى التعرف على رأى الجمهور في هذه الشائعات ومدى خطورتها وتأثيرها على المجتمع المصري في أثناء الأزمات.

### الإطار النظري:

يستند الباحثان في دراستهما هذه إلى نظرية الشائعة "The Rumors Theory"، وتتطوي نظرية الشائعة في ضوء علاقتها بالإعلام إلى ثلاثة جوانب هي: الجانب البنائي، الجانب الإجرائي، الجانب الأخلاقي.

- الجانب البنائي: "The Structural Aspect" ويشتمل على تحديد مفاهيم الشائعة وماهيتها وأساليبها وأنواعها وأهدافها والمستشعدين بها.
  - الجانب الإجرائي: "The operational Aspect" ويشتمل على آليات الشائعات والأطر التفسيرية لها وتأثيراتها على الرأى العام.
  - الجانب الأخلاقي: "The Ethical Aspect" ويشتمل على المعايير والمبادئ التي يجب على وسائل الإعلام الالتزام بها في التعامل مع الشائعات والحد من تأثيراتها السلبية على المجتمع.
- ويشير الجانب البنائي لنظرية الشائعة إلى مستويات متفاوتة من القلق وعدم التوازن لدى الرأى العام، كما تتفاوت تأثيرات تلك الشائعات ما بين التأثيرات الطفيفة العرضية إلى التأثيرات العميقة لينجم عنها خسائر مادية ومعنوية للمجتمع.
- وفي مجال مفاهيم الشائعات تشير النظرية إلى أن السمة الرئيسية للشائعة هي كونها رسالة أو معلومة غير مؤكدة أو لم يتم التحقق من صحتها في الوقت الذي يتم فيه انتقالها وتداولها بين الأفراد في المجتمع وكذلك الجماعات المختلفة.

وهناك أساليب متعددة لبناء الشائعات وترويجها لدى الرأى العام وذلك على النحو التالي:

- الاستناد إلى معلومات زائفة وترويجها في إطار زمني ومكاني محدد.
- الاستناد إلى معلومات منطقية غير مكتملة وترويجها.
- بناء الشائعة على أساس.
- أن تبني الشائعة وتطرح لوصفها أداة للضغط على مصادر معينة لاختبارها أو للكشف عن معلومات مستترة.
- بناء الشائعة للإساءة إلى كيانات محددة سواء كانت شخصيات عامة أو مؤسسات أو هيئات أو رموز.

وتصنف الشائعات من حيث سرعة انتشارها على أساس: الشائعات الزاحفة أو البطيئة والسريعة أو المدوية، كما تصنف من حيث دوافعها إلى شائعات التطهير النفسي وشائعات الخوف، الكراهية، والعداء وشائعات الأمانى والأحلام والطموحات والفضول والتبرير.

ومن حيث الأهداف تنقسم إلى شائعات هجومية مقابل الشائعات الدفاعية. ومن حيث مجالها إلى شائعات دينية، سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، عسكرية، أمنية، وصحية.... إلخ.

كما صنف الشائعات إلى شائعات مستمرة متواترة وشائعات المواقف والأحداث المعينة.

وصنفت أيضاً إلى شائعات تقليدية وهيالتي تتداول عبر وسائل الإعلام التقليدية (صحف . مجلات . راديو . تليفزيون) في مقابل الشائعات الإلكترونية التي يتم تداولها عبر الإنترنت.

ويعتقد الكثيرون أن ظاهرة الشائعات الإلكترونية قد تناست مع ظهور المواقع الإلكترونية المعروفة بالمدونات والتي تمثل روافد بديلة لبناء وترويج الشائعات وبخاصة السياسية منها.

وتستهدف الشائعات الإعلامية كل الكيانات البشرية والاعتبارية في المجتمع وبشير الجانب

الإجرائي في نظرية الشائعة إلى أن الشائعات تتفاوت من حيث الشدة والضعف على النحو التالي:

شدة الشائعة = الأهمية X الغموض (توقيت نشر الشائعة+ نمط الوسيلة الإعلامية + قابلية الرأي

العام للتصديق + الجماعات المرجعية + خبرات المجتمع بثقافة الشائعات).

**وتتمثل الأطر التفسيرية للشائعات في عدة نماذج منها:**

- نموذج التنافر المعرفي: وتشير إلى أن الشائعات السلبية تعد بمثابة مثيرات تحمل معارف تتعارض مع المعارف السائدة لدى الأفراد كما يدفعهم إلى محاولة التقليل من التنافر المدني عبر محاولة اكتشاف تلك الشائعات مما يساعد على بروز وانتشار الشائعات لدى الرأي العام.
- نموذج التأثير القائم: ويشير إلى احتمال اختفاء مصدر الشائعة مع الزمن ويصبح مضمون الشائعة هو الأبرز ومن ثم تحظى الشائعة بالانتشار.
- نموذج الدعاية: وفيه تتزايد احتمالات قبول الرأي العام للشائعة عندما تستند إلى تكتيك الدعاية الرمادية التيتحوي قدراً من الواقع والحقيقة.
- نموذج المؤامرة: ويقدم تفسيراً للشائعة في إطار كونها مؤامرة تستهدف الإساءة إلى الأفراد والجماعات والمؤسسات ذات الأهمية والاعتبارات المجتمعية.

ويعد الجانب الأخلاقي المكون الهام في نظرية الشائعة حيث تتعاضم خطورة بناء وتحرير

القصص الخبرية التيتنطوي على شائعات ويتم بثها ونشرها عبر وسائل الإعلام، وأهمية التمييز بين الشائعات والحقائق خاصة مع خطورة الدور الذي تضطلع به وسائل الإعلام في تكريس ثقافة الشائعات

في المجتمع<sup>٤</sup>.

## نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام:

المسؤولية - في معجم العلوم الاجتماعية - هي تبعة أمر أضرّ بالغير، وللمسؤولية شروط وموجبات ولها موانع ومخففات، وهي إما عقدية وتقصيرية، وأساسها الغالب هو خطأ ثابت أو مفترض<sup>٩</sup>. أما المسؤولية في علم الاجتماع فهي إقرار الفرد بما يصدر عنه من أفعال واستعداده لتحمل نتائج التزاماته وقراراته واختياراته العملية الإيجابية والسلبية أمام الله وأمام ضميره وأمام المجتمع<sup>١٠</sup>. والمسؤولية الاجتماعية هي تلك التي تركز على الحقوق وارتباطها بالواجبات، والمسؤولية الاجتماعية متبادلة بين الأفراد والجماعات، وبين المجتمعات المحلية والمجتمع العام<sup>١١</sup>.

وتناول "محمد حسام الدين" مفهوم المسؤولية الاجتماعية من خلال الكتابات العربية من خلال اتجاهين؛ الأول: يتأثر بأطروحات المدارس الغربية، ويرى أنها مسؤولية الفرد أمام المجتمع، ومصدر الإلزام بها هو "الأنا الاجتماعي"، أما الاتجاه الآخر فيتأثر بمساهمات المدرسة الإسلامية<sup>١٢</sup>، ويرى أصحاب هذا الاتجاه أن مصدر الالتزام في المسؤولية الاجتماعية ينبع من داخل الفرد نفسه، ويعرفها "الدكتور سيد عثمان" بأنها "مسؤولية الفرد أمام ذاته عن الجماعة التي ينتمي إليها، وهي تكوين ذاتي خاص نحو الجماعة التي ينتمي إليها الفرد، وعبارة مسئول أمام ذاته تعني في الحقيقة مسئول عن الجماعة أمام صورة الجماعة المنعكسة في ذاته"<sup>١٣</sup>، أي تداخل الفرد بالجماعة والعكس، ويبرز هذا التداخل بالتناسك، وتحقيق الأهداف المشتركة<sup>١٤</sup>.

ويرتبط مفهوم المسؤولية الاجتماعية بمفاهيم أخرى مثل الأخلاق والثقة والمواطنة والوعي الاجتماعي<sup>١٥</sup>، حيث إن سيادة الأخلاق الإيجابية تؤدي إلى ارتفاع نسبة توافر المسؤولية الاجتماعية، مما يؤدي إلى خلق جوّ من الثقة بين الجماعات وبعضها البعض وعلو قيمة المواطنة، وهذا كلّه يحتاج إلى نوع من الوعي الاجتماعي بهذه القضايا.

### أنواع المسؤولية:

- المسؤولية القانونية: وتعني مراعاة القانون والبعد عمّا يجرمه.
  - المسؤولية الاجتماعية: وتعني مراعاة حقوق الآخرين في المجتمع والمحافظة عليها.
  - المسؤولية الأخلاقية: وتعني مراعاة مكارم الأخلاق مع الناس.
  - المسؤولية الشرعية: وتعني حدود الله، وأوامره ونواهيه<sup>١٦</sup>.
- والمسؤولية الاجتماعية هي جزء من المسؤولية بصفة عامة، وهي ضرورة ملحة للمصلحة العامة، وفي ضوءها تتحقق الوحدة وتناسك الجماعة، حيث تفرض التعاون والالتزام والتضامن، والاحترام، والحب، والديمقراطية، والمشاركة<sup>١٧</sup>.

ويمكن تقسيم المسؤولية الاجتماعية إلى نوعين؛ الأولى: مسؤولية أدبية وهي التي تكون نتيجة الإخلال بواجب أدبي، والثانية: مسؤولية مادية وهي التي تترتب عن الإخلال بالالتزامات القانونية<sup>١٨</sup>.

### ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية:

ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية بعد الحرب العالمية الثانية في الولايات المتحدة الأمريكية، كردّ فعل على الجوانب السلبية التي ظهرت نتيجة "نظرية الحرية" والعمل الإعلامي وفقاً لها، والتي كان أبرزها سوء استخدام مفهوم الحرية، والإفراط في إعلاء حرية الفرد على حساب مصلحة المجتمع، والمبالغة في منح الفرد الحق في التحرر من أي مسؤولية اجتماعية، أو قيمة أخلاقية، مما أدى إلى تحوّل الإعلام إلى صناعة هدفها الربح فقط<sup>١٩</sup>.

ولذا جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية لتؤكد على أنه من الضروري أن تتحرر وسائل الإعلام من القيود المسبقة التي تضعها الحكومة، كما ترى ضرورة التزام هذه الوسائل الجماهيرية بخدمة الصالح العام بدلاً من خدمة من يملكونها فقط<sup>٢٠</sup>.

وبينما يرى "سايبيرت" أن نظرية المسؤولية الاجتماعية هي عبارة عن تطوير وتهذيب لنظرية الحرية، وهي محاولة لضبط جنوح الحرية المطلقة حتى لا تتحوّل إلى فوضى تضرّ المجتمع، وأن نظرية المسؤولية الاجتماعية حماية للحرية من الانزلاق في برائن الحرية المطلقة أو الرقابة المطلقة<sup>٢١</sup>، يرى "محمد سيد محمد" أن نظريتي الحرية والمسؤولية الاجتماعية وجهان لعملة واحدة هي الليبرالية، وكلاهما يقوم على الكتابات التي أشعلت الثورة الفرنسية، وأن النظريتين تتّسمان بالطابع الفردي الذي يحول دون سيطرة الدولة على الإعلام<sup>٢٢</sup>.

وترتكز نظرية "المسؤولية الاجتماعية" على تحقيق الموازنة بين حرية الرأي والتعبير، وصالح المجتمع وأهدافه، وأن للإعلام وظيفة اجتماعية، مما أدى إلى بروز مبدأ رئيسي في مهنة الإعلام هو: ضرورة إيجاد التزام إعلامي ذاتي تحكمه مجموعة من المبادئ الأخلاقية التي تستهدف تحقيق الموازنة بين حرية الإعلام وحرية الفرد ومصالح المجتمع العامة<sup>٢٣</sup>، أي تحقيق التوازن بين حرية وسائل الإعلام ومسئوليتها<sup>٢٤</sup>.

وقد أهتم مدخل المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام بالقيم التي ينبغي أن تحكم عملية جمع وتحرير الأخبار، وأشار إلى ضرورة احترام الحياة الخاصة للأفراد، مع عدم التفریط في الكشف عن أي فساد يهدّد المجتمع<sup>٢٥</sup>.

### مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية:

يشير "ماكويل" إلى مجموعة من الأسس والمبادئ التي تركّز عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية

وهي:

- أن وسائل الإعلام لديها التزامات تجاه المجتمع يجب أن تضطلع بها حتى تحظى بثقة الجمهور.
- أن ما تنشره وسائل الإعلام لا بدّ أن يتمييز بالحقيقة، والعدالة، والدقة، والموضوعية والتوازن.
- ضرورة أن تتمتع وسائل الإعلام بالحرية، وأن تعمل على تنظيم نفسها ذاتياً.
- التزام وسائل الإعلام بمجموعة من القوانين ومبادئ الشرف الأخلاقية والمعايير المهنية، بحيث تتجنّب ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى وتوجيه إهانات إلى الأقليات.

● تحتمّ بعض المواقف تدخّل الحكومة لحماية ورعاية المصلحة العامة<sup>٢٦</sup>.

ويتيح الالتزام بمبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية طرح وجهات النظر المختلفة، وعلى وسائل الإعلام مسؤولية التعبير عن مختلف الأفكار وأن تطرح القضايا الخلافية للنقاش، وعلى الجهات الحكومية أن تراقب قيامها بهذا الدور<sup>٢٧</sup>.

وتشير المقولات العلمية لنظرية المسؤولية الاجتماعية إلى أن وسائل الإعلام تمارس دوراً مهماً في المجتمع، يتمثل في حمايتها للنسيج الاجتماعي والتعبير الحرّ عن مطالب الجماهير ورغباتهم، ومن ثمّ لا بدّ أن تلتزم هذه الوسائل أخلاقياً بطرح ومناقشة القضايا الملحة والبارزة في المجتمع، حيث تضطلع هذه الوسائل بدور النائب الذي ينوب عن الجماهير في التعبير عن اهتماماتهم واحتياجاتهم المختلفة، وفي ضوء ذلك تقتضي المسؤولية الاجتماعية أن تقوم وسائل الإعلام بمراعاة عادات المجتمع وتقاليده وأعرافه، بالإضافة إلى الحفاظ على سلامة المجتمع وصيانة مقدّراته الفكرية والثقافية<sup>٢٨</sup>.

وقد دفع الجدل الفكري حول معايير التمييز بين الشائعات والحقائق في الممارسات الإعلامية الباحثين والمهتمين إلى طرح مفهومين لهما في إطار المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام: أولهما: الاعتدال وضبط النفس من قبل المحررين خلال عملية بناء وتحرير القصص الخبرية التي تنطوي على شائعات أو معلومات غير مؤكدة. ثانيهما: اتباع استراتيجية الشفافية للحد من انتشار الشائعات وزيادة آلتها السلبية لدى الرأي العام فضلاً عن حث مؤسسات المجتمع وأنظمتها إلى المزيد من الوضوح والمكاشفة والبعد عن الغموض والتعتيم<sup>٢٩</sup>.

ويعتقد كثير من الباحثين أن منظومة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تقتضي التزاماً مهنيّاً من قبل المحررين في وسائل الإعلام المختلفة لنشر الحقائق ونقل الواقع بصورة أمينة<sup>٣٠</sup>.

### الدراسات السابقة:

قام الباحثان بتتبع الدراسات التي اهتمت بشكل مباشر بالشائعات والرأي العام والإعلام.

#### أولاً: الدراسات العربية:

##### دراسة عبد الفتاح الهمص وفايز شلدان<sup>٣١</sup>:

سعت إلى الكشف عن الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي وتوصلت إلى أن الفرد الذي يعيش في مجتمع مستهدف بالإشاعات فإنه يكون معرضاً دائماً لكثير من الأمراض النفسية والاجتماعية التي تسيطر عليه وتتحكم في تصرفاته وأفعاله، لأن سياقات تطبيق الحرب النفسية في كثير من الأحيان تعتمد على التعامل مع ميول الإنسان وحاجات ورغباته ومن ثمّ غرائزه، كما أثبتت الدراسة أن الإذاعة من أبرز الوسائل الإعلامية المساعدة في نشر الإشاعات لتمييزها بالعديد من الأمور المساعدة للحرب النفسية، كسرعة الانتشار واتساع الاستخدام

وسهولة الفهم وبساطة التكلفة، وكذلك التلغاف لتميزه بالجاذبية والقدرة التوجيهية وأكثر ألفة وقبولاً لدى الأفراد.

### دراسة خالد صلاح ٢٠٠٨:٣٢:

حول اتجاهات الرأي العام المصري نحو ثنائية الشائعات للإعلام في إطار التحليل الاجتماعي لمحددات الوعي الإعلامي، واهتم الباحث برصد وقياس اتجاهات الرأي العام المصري نحو دور وسائل الإعلام في بث ونشر الشائعات السلبية في المجتمع في إطار محددات الوعي الإعلامي التي تهتم بالتحليل الاجتماعي للممارسات غير المسئولة لوسائل الإعلام والتي تعد الشائعات أخطر مخرجاتها ومظاهرها. وقد أكدت الدراسة وجود وعي متزايد لدى الرأي العام المصري لمحددات الوعي الإعلامي المرتبطة بتورط وسائل الإعلام في نشر الشائعات على نطاق عريض وممتد في المجتمع المصري.

### دراسة خلف جمال يوسف ٣٣:

استهدفت رصد ظاهرة الإشاعة وتفسيرها في الصحافة الحزبية الفلسطينية وأثرها في التنمية السياسية وأثرها على عملية السلام الداخلي، كما استهدفت بحث طبيعة الإشاعة وأنواعها وأهدافها وأساليبها ودور الصحافة الحزبية فيها، وتمثلت عينة الدراسة في صحيفتي الكرامة والرسالة وتمثلان حركتي فتح وحماس على الترتيب وذلك خلال الفترة من ١ يناير وحتى ٣٠ مايو ٢٠٠٧. وتوصلت الدراسة إلى أن كلا الصحيفتين عملتا على تأجيج الأوضاع الداخلية، ورسخت الفجوة بين أطراف الحياة السياسية حول القواسم الوطنية المشتركة، عندما كثر اعتمادها على المعلومات المضللة والإشاعات، وغابت الأجندة الوطنية تماماً عن صفحاتهما، ومعها التعددية السياسية والفكرية واحترام سيادة القانون، كما حلّ مبدأ التشهير مكان المساءلة، واستبدل بالنقد البناء التجريح والتخوين والتشكيك، مما قاد لإحداث تأثيرات سلبية على الإنسان الفلسطيني وعلى الاستقرار الداخلي والاندماج الوطني.

### دراسة إبراهيم المراشي ٢٠٠٦:٣٤:

اهتمت برصد ديناميات وسائل الاعلام العراقية عقب الغزو الأمريكي للعراق، وقد جرى الباحث تحليلاً لأطر الخطاب السياسي لوسائل الإعلام العراقية التي تم تصنيفها ضمن فئات أربع من حيث الملكية والتي اشتملت على: الوسائل الحكومية والوسائل المملوكة لكل من الأحزاب السياسية والطوائف الدينية، فضلاً عن الوسائل المستقلة. وقد تم إجراء التحليل عقب حادث تفجير مرقد أئمة الشيعة محمد الهادي والحسن العسكري في سامراء في فبراير عام ٢٠٠٦ والذي كان قطب الرحى في الصراع الطائفي في العراق. وقد أبرزت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام قد انتهجت خطاباً سياسياً يعتمد بشكل أساسي

على ترويج الشائعات وتعزيد نظرية المؤامرة للتأثير في الرأي العام المستهدف، مما أدى بدوره إلى تأجيج الصراع الطائفي وتكريس العداء والكراهية فيما بين الطوائف العراقية المختلفة.

### ثانياً: الدراسات الأجنبية:

#### دراسة ستيفاني كيلي ٢٠٠٥<sup>٣٥</sup>:

أجريت بهدف رصد الشائعات البارزة في العراق بعد حوالى عام من الغزو الأمريكي لها، وقد أجرى الباحث تحليلاً للشائعات السائدة في العراق معتمداً على البيانات الثانوية المستمدة من المسوح التي أجراها معهد جالوب وشبكة سي إن إن الإخبارية وصحيفة يو إس إيه توداي منذ إبريل عام ٢٠٠٤. وقد أبرزت نتائج الدراسة أن الشائعات السياسية هي الأبرز بين الشائعات التي سادت المجتمع العراقي، وتعلقت معظمها بشرعية الحكومة الجديدة والمؤامرات الدولية ضد العراق والمخاوف من شن حرب أمريكية ضد سوريا وإيران من الأراضي الأمريكية، فضلاً عن الشائعات الخاصة بالجواسيس الإيرانيين ودورهم الاستخباري في العراق.

كما أشار التحليل إلى وجود شائعات بارزة أخرى تتعلق بالأمن والإرهاب ومساوئ القوات العسكرية الأمريكية، ومن ناحية أخرى أكدت الدراسة أن الشائعات تنتشر بين العراقيين معتمدة على وسائل الإعلام السرية وآليات كل من الاتصالين الشخصي والجمعي.

#### دراسة ماركي روث ٢٠٠٤<sup>٣٦</sup>:

أجريت بهدف قياس اتجاهات الصحفيين الأمريكيين نحو المدونات السياسية على شبكة الإنترنت وقد أجرى الباحث مسحاً على مائة صحفي بمختلف الصحف الأمريكية خلال الربع الأخير من عام ٢٠٠٤. وقد أبرزت نتائج الدراسة تبايناً في اتجاهات الصحفيين نحو المدونات السياسية، إذ أشار ٥٥% من الصحفيين أن المدونات السياسية لا تتدرج ضمن مفهوم الصحافة الإلكترونية وأن المدونين لا يحررون الأخبار بشكل مهني، ومن ثم فإن تلك المدونات تميل إلى الاعتماد على التخمينات والشائعات السياسية التي تسيء إلى السياسيين البارزين والمؤسسات السياسية في المجتمع الأمريكي، ومن ناحية أخرى أكد نحو ٤٥% من الصحفيين أن المدونات هي وسيلة مبتكرة يتفاعل من خلالها الرأي العام مع القضايا المصيرية في المجتمع ومن ثم فهي أي . المدونات . تمثل نمطاً مستحدثاً من المشاركة السياسية.

#### دراسة مينا جيا ٢٠٠٤<sup>٣٧</sup>:

اهتمت برصد تأثيرات المعالجة الإخبارية للأزمات على شبكة الإنترنت في أداء الحكومة الصينية لمواجهة تلك الأزمات. وقد استندت الدراسة الحالية إلى أسلوب دراسة الحالة على أزمتي مرض الإلتهاب الرئوي الحاد "السارس" والحركة السياسية المعارضة والمعروفة باسم منظمة فالون جونج. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن الشائعات الإلكترونية الخاصة يتنامى أعداد المصابين بمرض السارس، وتلك الخاصة بتزايد أتباع وأنصار منظمة فالون جونج المعارضة داخل الصين وخارجها قد دفعت الحكومة

الصينية لاتخاذ التدابير الفنية والهندسية للتحكم في سريان تلك الشائعات لدى الرأي العام الصيني، كما أصدرت الحكومة الصينية مجلات إلكترونية تحوى خطاباً إعلامياً رسمياً يدحض تلك الشائعات ويحد من انتشارها وتأثيراتها السلبية على المجتمع الصيني.

#### دراسة دومينيك لاسورسا ٢٠٠٣:٣٨

سعت إلى سبر أغوار معالجة الإعلام الأمريكي لأحداث الحادي عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١، وقد أجرى الباحث تحليلاً لمضمون وسائل الإعلام لمدة أسبوع عقب الهجمات على مركز التجارة العالمي في نيويورك ومقر وزارة الدفاع "البنجاجون". وقد اشتمل التحليل على القصص الخبرية الخاصة بالهجمات والتي نشرت في الصحف والمجلات الرئيسية وتلك التي أذيعت بالشبكات التلفزيونية والتلفزيون الكابلي فضلاً عن مواقع الإنترنت.

وقد أبرزت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام كانت على قدر المسؤولية الاجتماعية إذ تمكنت تلك الوسائل من الفصل بين الحقائق والشائعات، كما اتبعت تكتيك التصحيح الفوري للمعلومات الكاذبة والشائعات الزائفة، ومن ناحية أخرى كانت مواقع الانترنت الرافد الإعلامي الأبرز للشائعات سواء السلبية التي تتعلق بالتحذير من هجمات إرهابية محتملة أو تلك الإيجابية التي تتعلق بالعثور على أحياء تحت أنقاض مبنى مركز التجارة العالمي بنيويورك.

#### دراسة ليمنج شن ٢٠٠٣:٣٩

استهدفت التعرف على مدى إلمام ممارسي العلاقات العامة بالاستراتيجيات والتكتيكات التي يوظفها مروجو الشائعات ضد مؤسساتهم عبر شبكة الانترنت. وقد أجرى الباحث مسحاً على عينة متاحة قوامها ١٦٦ من ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة بولاية كاليفورنيا الأمريكية. وقد أبرزت نتائج الدراسة أن ممارسي العلاقات العامة يعتقدون أن مروجي الشائعات الإلكترونية يستخدمون أساليب مبتكرة تستند إلى الإمكانيات الفائقة للوسائط المتعددة، كما أشار المبحوثون إلى أن هذه الشائعات تؤثر سلباً في الصورة الذهنية لمؤسساتهم لدى الجماهير من ناحية أخرى أكد ممارسو العلاقات العامة أنه بالإمكان توظيف استراتيجيات الرصد المبكر والشفافية وتوظيف الحجج المنطقية لمواجهة تلك الشائعات والحد من انتشارها وتأثيراتها السلبية على المؤسسات المختلفة في المجتمع.

#### دراسة روبرت ستيفنسون ٢٠٠٢:٤٠

اهتمت بقياس تأثيرات وسائل الإعلام الأمريكية في الرأي العام الأمريكي بشأن الأعراض المرضية التي أصابت الجنود المشاركين في حرب الخليج الثانية التي عرفت بعاصفة الصحراء عام ١٩٩١. وقد اعتمدت الباحثة على بيانات ثانوية مستمدة من أرشيف فاندربيلت حول القصص الخبرية التي أذاعتها الشبكات القومية الثلاث، فضلاً عن شبكة "سي إن إن" حول ذلك المرض الغامض الذي يفضي إلى فقدان جزئي للذاكرة لدى الجنود، كما اعتمدت الباحثة على الأرشيف الإلكتروني لتحليل مضمون القصص الخبرية التي تناولت شائعة المرض بالصحف القومية.

وقد تم قياس بروز الشائعة الخاصة بمرض حرب الخليج لدى الرأي العام عبر رصد عدد المكالمات التليفونية التي يتلقاها قسم الاستعلامات بوزارة الدفاع من المواطنين على مدار اليوم. وقد توصلت الدراسة إلى أن الشائعة الخاصة بأعراض مرض حرب الخليج قد أضحت أزمة حقيقية حال انتقالها إلى وسائل الإعلام التي اهتمت بها اهتماماً بالغاً مما أثر في الاهتمام العريض من قبل الرأي العام بذلك المرض.

#### دراسة فاندانا سنغ في ٢٠٠١<sup>٤١</sup>:

أجريت بهدف تحديد الأوزان النسبية لمنظومة المتغيرات الاقتصادية التي تؤثر في القرارات الاستثمارية من قبل رجال الأعمال والمستثمرين الأمريكيين. وقد أجرى الباحث مسحاً على عينة عمدية قوامها مائة من المستثمرين ورجال الأعمال بهدف قياس اتجاهاتهم نحو الاستثمار في القطاعات الإنتاجية والخدمية المختلفة، فضلاً عن تحديد المصادر التي يعتمدون عليها في اتخاذ قراراتهم الاستثمارية. وقد توصلت الدراسة إلى أن ثمة متغيرات أخرى تؤثر في قرارات المستثمرين لا تقل في أهميتها عن المتغيرات الاقتصادية الرئيسية، وقد تمثلت تلك المتغيرات في الشائعات الخاصة بعزوف المستهلكين عن بعض السلع والخدمات. من ناحية أخرى أكدت الدراسة على أن التغطية الإعلامية الداحضة أو على العكس الداعمة لتلك الشائعات كان لها تأثيرات بالغة في تكريس تأثيرات الشائعات الاقتصادية في سوق الاستثمار الأمريكي.

#### دراسة بامبلا دونوفان ٢٠٠١<sup>٤٢</sup>:

أجريت هذه الدراسة في إطار مشروع بحثي تتبعي يستهدف قياس ورصد مدى رسوخ السمات والدلالات الخاصة بالأساطير والشائعات المتعلقة بالجريمة في المجتمع الأمريكي. وقد تم الاستناد إلى أسلوب دراسة الحالة من خلال إعادة بناء تفاصيل شائعات الجريمة ونشرها إلكترونياً عبر شبكة الانترنت ليتم استخدامها من قبل عشرين جماعة من الجماعات الإخبارية، كما قام الباحث بتحليل مضمون التقارير الإخبارية التي تناولت تلك الشائعات في وسائل الإعلام، وقد تم قياس تداعي المعاني والدلالات الخاصة بالشائعات عبر إجراء مقابلات متعمقة مع المبحوثين في الجماعات الإخبارية. وقد توصلت الدراسة إلى أن الدلالات المرتبطة بشائعات الجريمة تنتقل شفاهة عبر شبكات الاتصال الشخصي فضلاً عن الاتصال الجمعي وأن وسائل الإعلام لا تمارس دوراً ذا دلالة في عملية ترسيخ سمات الشائعات ودلالاتها لدى الرأي العام. من ناحية أخرى أبرزت الدراسة أن الخوف والقلق الشخصي والقابلية للتصديق كانت من المتغيرات التي دعمت تكريس ملامح الشائعات والأساطير لدى المبحوثين.

### دراسة ليون إدواردز ٢٠٠١<sup>٤٣</sup>:

اهتمت بقياس مدى التزام الصحفيين بأخلاقيات النشر خلال تغطيتهم الإخبارية لكل من فضيحة ووترجيت خلال الأعوام من ١٩٧٢ إلى ١٩٧٤ وفضيحة المتدربة في البيت الأبيض مونیکا لوينسكي خلال الأعوام من ١٩٩٨ إلى ٢٠٠١. وقد أجرى الباحث تحليلاً لمضمون ٩١ مقالاً بصحي8فتي نيويورك تايمز والواشنطن بوست فضلاً عن مجلة تايم وقد استند الباحث في قياس متغير الالتزام بأخلاقيات النشر إلى ميثاق الشرف الأخلاقي الذي أعدته جمعية الصحفيين المحترفين بالولايات المتحدة الأمريكية. وقد أظهرت نتائج الدراسة قدراً متزايداً من التزام الصحف محل الدراسة بالمعايير الأخلاقية في حالة فضيحة ووترجيت التي تورط فيها الرئيس نيكسون على حين لم تلتزم تلك الصحف بأخلاقيات النشر في حالة فضيحة الرئيس كلينتون مع المتدربة لوينسكي، إذ كانت الشائعات المكوّن الأبرز الذي استند إليه الصحفيون في بناء وتحرير القصص الخبرية المتعلقة بتلك الفضيحة السياسية.

### دراسة برنارد هيجرتي ٢٠٠٠<sup>٤٤</sup>:

استندت إلى المنهج التاريخي لرصد التحولات الفكرية والسلوكية التي طرأت على الرأي العام البريطاني خلال عشر سنوات من العام ١٩٣٥ وحتى العام ١٩٤٥؛ وهي الفترة التي أنخرطت فيها بريطانيا في الأزمات الدولية والحرب العالمية الثانية وقد اعتمد الباحث على البيانات الثانوية المستمدة من مراكز المسموح ودراسات الرأي العام والوثائق المتعلقة بالفترة الزمنية محل الدراسة. وقد أبرزت نتائج الدراسة أن الشائعات الخاصة بالحرب كان لها الدور الأبرز في تحول الرأي العام من تجاهل الشؤون والسياسات العامة إلى الاهتمام بها، وقد بلغت ذروة هذا الاهتمام عبر التواصل المباشر مع صناعات السياسات منذ أواخر عام ١٩٣٨؛ بغية التحقق من صحة الشائعات الخاصة بالحرب والحد من تأثيراتها السلبية على المجتمع البريطاني، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن مشاركة الرأي العام في صنع القرار كان لها الأثر البالغ في تدشين مرحلة دولة الرفاهية في أوروبا.

### دراسة كابفيرير ١٩٨٩<sup>٤٥</sup>:

اهتمت برصد استجابات الرأي العام الفرنسي نحو التحذيرات التي تضمنتها إحدى النشرات المطبوعة حول المخاطر الصحية لمكسبات الطعم واللون التي تضاف إلى الأغذية والمشروبات التي تنتجها الشركات متعددة الجنسيات. وقد أجرى الباحث مسحاً على عينة عشوائية قوامها ٩٣٩ مبحوثاً من الجمهور العام فضلاً عن مائتي مبحوث من الأطباء والمعلمين. وقد أظهرت الدراسة أن الشائعات التي تضمنتها النشرة المطبوعة قد انتشرت على نطاق محدود بين قطاعات الرأي العام وقادة الرأي على حين اكتسبت بدورها ذيوماً بينهم عند انتقالها إلى الصحف الفرنسية، كما أبرزت الدراسة أن متغير الغموض كان له الدور الأبرز في تنامي الشائعات الحالية، إذ أن الشركات العالمية تعبر عن الإضافات الغذائية برمز كيميائي مما دفع الرأي العام لإدراكها، أي تلك الإضافات بوصفها مواداً سامة تضر بصحة الأطفال وقد تسبب السرطان لمستهلكيها على المدى البعيد.

## تساؤلات الدراسة وفروضها:

### أولاً: التساؤلات:

- ما أهم المصادر وما ترتيب المصادر التي يعتقد المبحوثون أنها تساعد على انتشار الشائعات في المجتمع المصري؟
- ما اتجاهات المبحوثين نحو هذه الشائعات؟
- ما أهم الشائعات التي يعتبر المبحوثون أنها أثرت عليهم؟
- ما مستوى إدراك المبحوثين لخطورة الشائعات المتداولة؟
- ما الفئات التي يعتقد المبحوثون أنها الأكثر استهدافاً للشائعات؟

### ثانياً: الفروض:

1. تختلف اتجاهات المبحوثين نحو الوسائل المختلفة للشائعات باختلاف الخصائص الديموجرافية (النوع . السن . التعليم . الدخل).
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو خطورة الشائعات ومدى تصديقها.
3. تختلف اتجاهات المبحوثين نحو اتخاذ سلوك معين والاعتقاد به والتصرف بناءً عليه باختلاف خصائص الشائعة وأهدافها.

## الإجراءات المنهجية:

### منهج الدراسة:

يعرف المنهج بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة من أجل الكشف عن الحقيقة<sup>٦٤</sup>، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح (Survey) الإعلامي الذي يعرف بأنه محاولة منظمة لتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لنظام معين، ويهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للإفادة منها في المستقبل خاصة في الأغراض العملية<sup>(٤٧)</sup>، وهو أيضاً مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها<sup>٤٨</sup>، وذلك بشقيه الوصفي والتحليلي.

فضلاً عن الأساليب الرياضية والإحصائية التي تعتمد عليها الدراسة في الإجابة على التساؤلات المطروحة واختبار الفروض العلمية كما تتيح أيضاً مجالاً لسرد التفسيرات العلمية لها بأسلوب كفي وتوظف الدراسة الحالية منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي.

### نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة تحت نوع الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تقرير خصائص ظاهرة معينة تغلب عليها صفة التحديد وتعتمد على الحقائق وتفسيرها لاستخلاص نتائج ودلالات تمكن المتخصصين من إصدار تعليمات بشأن الظاهرة محل الدراسة<sup>٤٩</sup>.

## مجتمع الدراسة:

وفقاً لأهداف الدراسة الموضحة سابقاً ينقسم مجتمع الدراسة إلى قسمين هما:

**الأول:** يتمثل في مجتمع الدراسة التحليلية ويتمثل في وسائل الإعلام التي أسهمت في نشر الشائعات التي تم الترويج لها بعد الثورة.

**الثاني:** يتمثل في الشباب المصري كمجتمع له أهمية خاصة لاسيما بعد أن كان الشباب في مصر - هم قادة ثورة ٢٥ يناير ومشعلوها.

## عينة الدراسة:

نظراً لضخامة حجم مجتمع الدراسة كان من الضروري اللجوء إلى أسلوب المسح بالعينة كالتالي:

### أ. بالنسبة للعينة التحليلية:

تم تحليل المادة الإعلامية المقدمة في عينة من الوسائل المطبوعة (الصحف) والوسائل المرئية (التلفزيون) الخاصة، وذلك لأنها كانت الأكثر إسهاماً في نشر الشائعات في فترة ما بعد الثورة (٢٠١١-٢٠١٣)، وتمثلت في:

• الصحف: ركزت الدراسة على تحليل صحف المصري اليوم والدستور والشروق واليوم السابع والفجر وصوت الأمة.

• القنوات: ركزت الدراسة على تحليل قنوات دريم، والمحور، والنهار، و TVOn، و CBC، والحياة.

### أ. بالنسبة للعينة الميدانية:

تم تطبيق هذه الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (١٠٠ مفردة) من الشباب الجامعي بجامعة المنيا وبني سويف بواقع ٥٠ مفردة لكل جامعة، تم توزيعهم على ١٠ مجموعات وأجرى الباحثان المقابلات مع كل مجموعة على حده.

## أدوات جمع البيانات:

في إطار منهج المسح وأهداف الدراسة والأطر النظرية الموضحة فيما سبق اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على الأدوات التالية:

• استمارة تحليل المضمون: لجمع البيانات من الوسائل الإعلامية محل الدراسة للتعرف على أبرز الشائعات التي نشرتها خلال فترة الدراسة ومضمون هذه الشائعات وتصنيفها من حيث معايير التصنيف المختلفة.

• دليل المقابلة البؤرية: لجمع البيانات من الشباب الجامعي للتعرف على وجهات نظرهم في الشائعات التي نشرتها وسائل الإعلام ومدى تأثيرها بها وكيف تؤثر الشائعات في توجيه سلوكهم في حياتهم اليومية.

## اختبارات الصدق والثبات:

قام الباحثان باختبار صدق وثبات أدوات الدراسة التحليلية والميدانية من خلال عدة أساليب

كالتالي:

• **صدق المضمون أو الصدق الظاهري:** حيث قام الباحثان بعرض أدوات الدراسة على عدد من الأساتذة المحكمين في مجال الإعلام والعلوم السياسية والاجتماع السياسي ومناهج البحث، وبناء على إرشاداتهم وتوصياتهم قام الباحثان بالتوفيق بين الآراء وإجراء التغييرات التي أشاروا بها بعد عرضها على المحكمين وأصبحت الصحيفة صالحة للتطبيق<sup>(٥٠)</sup>.

أما بالنسبة لاختبار الثبات فقد قام الباحثان باختبار ثبات استمارة التحليل من خلال أسلوب إعادة الاختبار، وهو أسلوب لتقييم مدى ثبات المقياس من خلال تطبيقه في فترتين مختلفتين، ولذا قام الباحث بإعادة تطبيق صحيفة الاستقصاء على عينة تمثل نسبة ١٠% من إجمالي العينة، وبعد تحليلها اتضح أن نسبة الاتساق بلغت ٨٢% في الإجابة على بنود الاستمارة وهي نسبة مرتفعة.

## نتائج الدراسة:

### أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

الأصل أن رواج وانتشار الشائعات لا يحتاج إلى وسائل الإعلام لأن الشائعات تعتد أساساً على الرواية والنقل والثرثرة بين الناس وهو ما يطلق عليه "الاتصال المباشر"، إلا أن الشائعة بالنقل المباشر لم تعد مطلقة في هذا العصر وهو عصر وسائل الإعلام، ومن ثم يمكن أن نجد شائعات تم إعدادها وبثها من خلال وسائل الإعلام. ولم يقف الأمر في تأثير وسائل الإعلام على الانتشار السريع للشائعات من خلال وسائل الإعلام التقليدية بل تعدى الأمر إلى وسائل الإعلام الحديثة وعلى رأسها شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت"، حيث استطاع الأفراد والمنظمات بل الدول استخدام هذه الوسيلة في بث المعلومات وتوجيه الأوامر والتعليمات والشائعات.

تنوعت الشائعات من حيث طريقة وسرعة انتشارها إلى عدة أنواع وكان من أكثر الشائعات

شيعاً واستخداماً التالية:

- شائعات الخوف: والتي يحمل مضمونها انذاراً بالخطر مثل (شائعة نقص السلع الغذائية والتموينية في الأسواق المصرية).
- شائعات العنف: من هذا النوع تلك التي تروج من الحوادث والكوارث والأزمات وقد يكمن دوافعها في عدم الإحساس بالأمن ومن أبرز أمثلتها (تحديد ساعة الصفر لاقتحام مصر يوم الأحد ٢٤ يونيو ٢٠١٢ فوز إعلان الفريق أحمد شفيق رئيساً للجمهورية وتهديد الولايات المتحدة الأمريكية لمصر بأسطولها).

- شائعات دق الإسفين: وهي تهدف لإحداث فرقة وانفصال بين أفراد الشعب أو بين الدول ومن أبرز أمثلتها خلال الأحداث الأخيرة "نشر أخبار بوجود خلافات داخل إحدى المؤسسات الهامة كالمؤسسة العسكرية ودق الأسافين من السلطات المختلفة.
- شائعات الكراهية والحقد: وهي موضوعات مادتها الأساسية الفشل والخيانة وفي المواقع التي تكثر فيها المشاحنات ومن أبرز أمثلتها في الأحداث (ربط المحكمة العربية السعودية مساعدتها لمصر بالعفو عن الرئيس السابق).
- الشائعات الحاملة: وهي تعبر عن الأمانى والأحلام ومحاولة تصدق الشائعات والتي يأمل أن تكون واقعة مثل الشائعات التي تكررت لعدة مرات بأشكال مختلفة عن وفاة الرئيس السابق محمد حسنى مبارك.
- الشائعات الزاحفة: وهي التي تروج ببطء ويتناقلها الناس همساً وبطريقة سرية مثل حوار خيرت الشاطر مع الرئيس مرسي وكيف تم الاتفاق عليه لكي ينجح.
- الشائعات الوهمية: وهي تعبر عن الخوف وليس الرعب ومن أمثلتها الشائعات عن أعداد مبالغ فيها من القتلى والجرحى أثناء المظاهرات (ماسبيرو . أحمد محمود . وزارة الدفاع. الإتحادية. بورسعيد.. الخ).
- الشائعات الغائصة: وهي التي تروج في أول الأمر ثم تغوص تحت السطح لتظهر مرة أخرى عندما تنتهي لها الظروف للظهور ومن أبرز أمثلتها خلال الأحداث الأخيرة نقص المواد التموينية ورفع الدعم عنها.
- كانت أهداف تلك الشائعات التي انتشرت خلال فترة الدراسة تتراوح بين إثارة الفتن، دعم المظاهرات، وكثرة الإساءة لشخصيات محددة وإثارة الرعب والخوف، وحصر الثقة ببعض المؤسسات.
- وقد اتسمت الشائعات بعدد من الخصائص أبرزها:
- أنها تتضمن جزء من الحقيقة.
- لا تحتاج لمستوى ثقافي معين سواء في تداولها أو تصديقها.
- تعتمد على استغلال مشاكل ومعنويات الجماهير.
- توقف سرعة ومدى انتشارها على أهمية الموضوع ومدى غموضه.
- تستخدم من قبل المخطط لقياس الرأي العام في موضوع معين (بالونات اختبار) أو إضعاف الرأي العام.
- اعتماد المخطط على شخصيات معينة لها ميل إلى حب الظهور والعلم بباطن الأمور في نقلها وانتشارها.
- تعتمد على الغموض وإخفاء المصدر.

ارتكزت نشأة الشائعات على عاملين أساسيين هما:

١. عوامل متصلة بموضوع الشائعات، واعتمدت على:

- أهمية موضوع الشائعة وتداعياته مع حاجات الفرد والجماعة.
- عدم توفر معلومات ووجود درجة من الغموض في الموقف أو الحدث وتنوع وسائل نشر موضوع الشائعة.

٢. عوامل متعلقة بالأفراد أو الجماعات، وركزت على خصائص الجمهور والمستوى الثقافي علاوة على الرغبة في اشباع الحاجة إلى المعلومات.

وجاءت من أبرز الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية خلال الفترة من ٢/١ - ٣/١ -

٢٠١١ ونوعها كالتالي:

تم رصد عدد (٥٤٢٩) شائعة على كافة المستويات وتم التحليل على أبرز هذه الشائعات

وجاءت كالتالي:

جدول رقم (١)  
أبرز الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية

النسبة المنوية	١ تكرار	الشائعات
٩٢.٧	١٣٩	على المستوى المحلي
٣.٣	٥	على المستوى الإقليمي
٤	٦	على المستوى الدولي
١٠٠	١٥٠	الإجمالي

**يتضح من بيانات الجدول السابق:** أن (الشائعات على المستوى المحلي) جاءت في مقدمة أبرز

الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية بنسبة بلغت ٩٢.٧%، ثم جاءت (الشائعات على المستوى

الدولي) في المرتبة الثانية بنسبة ٤%، وأخيراً جاءت (الشائعات على المستوى الإقليمي) بنسبة بلغت

٣.٣%.. وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك المستويات كما يلي:

## ١- على المستوى المحلي:

جدول رقم (٢)  
أبرز الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوى المحلي وفقاً للفترة الزمنية

النسبة المئوية	١ تكرار	الشائعات
١٣.٦	١٩	من ٢٥ يناير- ١١ فبراير ٢٠١١
٨.٧	١٢	من ١١ فبراير- ٢٧ مايو ٢٠١١
١٠.٧	١٥	من ٢٧ مايو - ٩ أكتوبر ٢٠١١
١٥.٨	٢٢	من ٩ أكتوبر ٢٠١١ - حتى ٢٣-٢٤ مايو ٢٠١٢
٢٠.٢	٢٨	من ٢٤ مايو ٢٠١٢- حتى إعلان رئيس الجمهورية
١٥.٨	٢٢	من ١٥-٣٠ نوفمبر ٢٠١٢
١٥.٢	٢١	خلال شهر مارس ٢٠١٣
١٠٠	١٣٩	الإجمالي

**يتضح من بيانات الجدول السابق:** أن الفترة (من ٢٤ مايو ٢٠١٢- حتى إعلان رئيس الجمهورية)

جاءت في مقدمة الفترات الزمنية التي برزت فيها الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية بنسبة بلغت ٢٠.٢%، ثم جاءت الفترة (من ٢٧ مايو - ٩ أكتوبر ٢٠١١، ومن ١٥-٣٠ نوفمبر ٢٠١٢) في المرتبة الثانية بنسبة ١٥.٨% لكل منهما، ثم جاءت الفترة (من خلال شهر مارس ٢٠١٣) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥.٢%، ثم جاءت الفترة (من ٢٥ يناير - ١١ فبراير ٢٠١١) في المرتبة الرابعة بنسبة ١٣.٦%، ثم جاءت الفترة (من ٢٧ مايو - ٩ أكتوبر ٢٠١١) في المرتبة الثانية بنسبة ١٠.٧%، وأخيراً جاءت الفترة (من ١١ فبراير - ٢٧ مايو ٢٠١١) بنسبة بلغت ١٠.٧%.. وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك الفترات كما يلي:

**أولاً: في الفترة من ٢٥ يناير - ١١ فبراير ٢٠١١ (خطاب التنحي)، وأثناء الأزمة (دعم قرار الثورة)**

وشملت هذه المرحلة فكرة أن هناك محاولات النيل من الثورة كما أدعى البعض الحفاظ على دعمها وتأييدها للتأكيد على كونها خطوة تاريخية تشهدها مصر في طريق التغيير والديموقراطية:

جدول رقم (٣)  
نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوي المحلي في الفترة من ٢٥ يناير- ١١ فبراير ٢٠١١

النسبة المنوية	التكرار	نوع الشائعات
٢٦.٣	٥	إندفاعية
٢٦.٣	٥	تخوينية
١٥.٨	٣	زاحفة
١٥.٨	٣	أمل
١٥.٨	٣	خوف
١٠٠	١٩	الإجمالي

- يتضح من بيانات الجدول السابق:** أن الشائعات (الإندفاعية والتخوينية) جاءت في مقدمة نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوي المحلي في الفترة من ٢٥ يناير - ١١ فبراير ٢٠١١ بنسبة بلغت ٢٦.٣% لكل منهما، ثم جاءت الشائعات (الزاحفة، والأمل، والخوف) في المرتبة الثانية بنسبة ١٥.٨% لكل منهم،.. وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك النوعيات كما يلي:
- ثروة آل مبارك تتراوح بين ٤٠ و ٧٠ مليار دولار، وأوضحت أن هذه الثروة موزعة ما بين أرصدة في بنوك سويسرية وبريطانية، وعقارات في بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية ومصر (وهي شائعة إندفاعية تنتشر بسرعة فائقة مستندة إلى مشاعر إنفعالية عنيفة).
  - شارك جمال مبارك في خطة إطلاق مجموعة من البلطجية على المتظاهرين والمعتصمين بميدان التحرير وهي الخطة التي تم تطبيقها يوم الأربعاء ٢٠١١/٢/٢ (وهي شائعة تخوينية تنتشر بصفة خاصة في أوقات الحروب والأزمات المصرية، وترتكز عادة على الفئات المسنولة عن المواجهة مثل القادة السياسيون والعسكريون).
  - وقوع مشادة حادة بين جمال وعلاء نجلي الرئيس المصري السابق حسني مبارك داخل القصر الرئاسي عقب تسجيل مبارك لخطابه الأخير (شائعة زاحفة حيث تنتشر ببطء وبسرية).
  - محاولة جمال مبارك الإنتحار بالسلم بعد إصابته بإحباط معنوي ومطاردة الأجهزة المصرية له لإسترجاع الأموال التي هربها خارج (شائعة زاحفة).
  - وفاة الرئيس المصري حسني مبارك ( شائعة إندفاعية).
  - تعرض نائب رئيس الجمهورية السابق عمر سليمان لمحاولة إغتيال قتل فيها إثنان أو أحد حراسه كما أصيب هو شخصياً في ذراعه اليمنى (شائعة إندفاعية).
  - وصول الرئيس المصري السابق حسني مبارك إلى مدينة إيلات (شائعة تخوينية).
  - التحفظ على أموال وأرصدة ٢٧ من الشخصيات العامة ورجال الأعمال والمسؤولين السابقين في نظام الرئيس السابق تمهيداً لصدور قرارات بمنعهم من السفر ومنهم جمال مبارك- رجل الأعمال مجدى

- راسخ- رجال الأعمال نجيب ساويرس وشقيقه سميح (شائعة أمل وهي تنتشر في الأوساط التي تتمنى صحة هذه الشائعة).
- ضبط كونتر يحمل كمية ضخمة من الدولارات داخل الميناء أثناء تهريبها إلى الخارج (شائعة تخوينية).
- أن قيادة الجيش منحت الرئيس مبارك فرصة أخيرة لإستيعاب تداعيات الموقف المتفجر قبل أن تحسم الأمور بخروج الملايين إلى الشارع وحصار قصور الرئاسة ومبنى التلفزيون المصري، وهو ما أدى إلى سرعة إصدار بيان التنحي (شائعة زاحفة).
- وجود صراع محتدم داخل النظام المصري (الجيش والمؤسسات المدنية) حول كيفية إدارة الأزمة والأوضاع المتدهورة داخل مصر (شائعة خوف وهي تنتشر في أجواء التهديد المولدة للمخاوف).
- تواجد الرئيس السابق حسني مبارك حالياً في مدينة تبوك في السعودية وتحديداً داخل القاعدة العسكرية الموجودة بالمدينة، حيث يخضع لجلسات علاج من سرطان في القولون والبنكرياس (شائعة تخوينية).
- تم حذف أجزاء من بيان الجيش الثاني دون أن توضح مضمون ما تم حذفه(شائعة تخوينية).
- تعترم الحكومة السويسرية التوصل إلى ما يمكن أن يكون أرصدة محتملة للرئيس المصري «المتنحي» حسني مبارك وتجميدها (شائعة أمل).
- إن إدارة الرئيس باراك أوباما كانت على علمبان العسكريين المصريين قرروا إعفاء الرئيس مبارك «في الحال» وكان ذلك قبل قرابة يوم من خطاب مبارك الذي فوض فيه بعض سلطاته إلى نائبه عمر سليمان وقبل يوم ونصف يوم من خطاب سليمان الذي أكد فيه أن مبارك قد تخلى عن كل مناصبه (شائعة خوف).
- وجود حالة من الغضب لدى العسكريين المصريين لأن مبارك لم يستقل وإنهم نقلوا غضبهم إلى مبارك وخيروه بين أن يعلن إستقالته أو أنهم سيجبرونه على أن يستقيل (شائعة إندفاعية).
- احتمالية قيام إسرائيل بالتعاون مع الولايات المتحدة الأمريكية بشن ضربة عسكرية على سوريا من مرتفعات الجولان (شائعة خوف مبالغ).
- طلب حسني مبارك الذهاب إلى ألمانيا للعلاج (شائعة أمل).
- الدول التي من المحتمل أن يتوجه إليها مبارك ألمانيا والولايات المتحدة وبريطانيا والإمارات والسعودية (شائعة إندفاعية).

ثانياً: في الفترة من ١١ فبراير - ٢٧ مايو ٢٠١١ التمهيد لتوسيع الفجوة بين الشعب والمجلس العسكري وتشويه صورة المجلس العسكري، لبدء تصعيد الانتقادات والرفض للمرحلة الإنتقالية وإدارتها وإثارة الرأي العام ضد المجلس:

جدول رقم (٤)

نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوي المحلي في الفترة من ٢٥ يناير - ١١ فبراير ٢٠١١

النسبة المئوية	١ تكرار	نوع الشائعات
٥٠	٦	تفريقية
١٦.٦	٢	تخوينية
١٦.٦	٢	عنف
٨.٤	١	حالة
٨.٤	١	كراهية وحقد
١٠٠	١٢	الإجمالي

**يتضح من بيانات الجدول السابق:** أن الشائعات (التفريقية) جاءت في مقدمة نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوي المحلي في الفترة من ٢٥ يناير - ١١ فبراير ٢٠١١ بنسبة بلغت ٥٠%، ثم جاءت الشائعات (التخوينية، والعنف) في المرتبة الثانية بنسبة ١٦.٦% لكل منهم، ثم جاءت الشائعات (الحالة، والكراهية والحقد) في المرتبة الثالثة بنسبة ٨.٤% لكل منهم، .. وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك النوعيات كما يلي:

- وجود خلافات داخل المؤسسة العسكرية للتعامل مع المتظاهرين (شائعة تفريقية).
- إعتزام السلفيين الإعتداء وفرض الجزية على غير المسلمين (شائعة عنف).
- ظهور جمال مبارك في إحدى نوادي رجال الأعمال بجاردن سيتي (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- سفر الرئيس السابق "حسني مبارك" للعلاج بالسعودية (شائعة تخوينية).
- قيام عناصر من القوات المسلحة بالتعدي على المتظاهرين وفض إعتصام جامعة القاهرة بالعنف (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- توفير التليفونات المحمولة للمسؤولين بسجن طرة (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- وجود ضغوط خارجية من المملكة العربية السعودية والإمارات على مصر لعدم محاكمة الرئيس السابق "حسني مبارك" (شائعة كراهية وحقد).
- إيفاد مبعوث إيراني بدرجة نائب وزير خارجية إيران إلى مصر لبحث العلاقات الثنائية (شائعة حالة).
- وجود شروخ في جسم السد العالي (شائعة تخوينية).
- إستخدام القوات المسلحة الذخيرة الحية في فض الأعتصامات (شائعة تفريقية ودق أسافين).

- إتجاه المجلس الأعلى للعفو عن الرئيس السابق حسني مبارك (شائعة تفريقية ودق أسافين).
  - قيام المجلس بعملية اعتقال ضد شباب الثورة (شائعة عنف).
- ثالثاً: في الفترة من ٢٧ مايو - ٩ أكتوبر ٢٠١١ التصعيد (ماسبيرو - محمد محمود - وزارة الداخلية ومجلس الشعب)، حيث شهدت هذه المرحلة شائعات تحريضية أدت في مجملها إلى إثارة الرأي العام وتصعيد الأوضاع بين المجلس الأعلى والشعب وترسيخ فكرة سير المجلس الأعلى على نهج حبيب العادلي والنظام السابق ويتضح ذلك فيما يلي:

جدول رقم (٥)

نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوي المحلي في الفترة من ٢٧ مايو - ٩ أكتوبر ٢٠١١

النسبة المئوية	ا ل تكرار	نوع الشائعات
٣٣.٣	٥	تخوينية
٢٦.٦	٤	تفريقية
٢٠	٣	حالة
٦.٧	١	عنف
٦.٧	١	وهمية
٦.٧	١	كراهية وحقد
١٠٠	١٥	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن الشائعات (التخوينية) جاءت في مقدمة نوعية الشائعات

المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوي المحلي في الفترة من ٢٧ مايو - ٩ أكتوبر ٢٠١١ بنسبة بلغت ٣٣.٣%، ثم جاءت الشائعات (التفريقية) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٦.٦%، ثم جاءت الشائعات (الحالة) في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٠%، ثم جاءت الشائعات (العنف، والوهمية، والكراهية والحقد) في المرتبة الرابعة بنسبة ٦.٧% لكل منهم .. وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك النوعيات كما يلي:

- طائرة إسرائيلية إختزقت الحدود المصرية وحلقت فوق أراضي سيناء (شائعة تخوينية).
- ضخ الغاز المصري لإسرائيل مجدداً (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- وجود خلافات بين مصر فلسطين بسبب فتح وغلق معبر رفح (شائعة الحقد والكراهية).
- وجود أزمات وتوتر في العلاقات مع الولايات المتحدة الأمريكية (شائعة حالة وأمل).
- إنهيار صحة مبارك وعلاجه بأجهزة التنفس الصناعي (شائعة حالة وأمل).
- اختراق طائرات إسرائيلية للمجال الجوي المصري (شائعة تخوينية).
- تقديم الدكتور شرف باستقالته من رئاسة الحكومة (شائعة حالة).
- هبوط ٣ طائرات هليكوبتر على سجن مزرعة طره وإختفاء جمال وعلاء مبارك (شائعة تخوينية).

- تهريب كميات كبيرة من الأسلحة إلى غزة عبر الأنفاق المصرية (شائعة وهمية).
  - وجود لتنظيم القاعدة على أرض سيناء (شائعة عنف).
  - المشير صاحب قرار قطع الاتصالات أثناء الثورة (شائعة تفريقية ودق أسافين).
  - تججير إنتحارى قرب جنود مصريين على الحدود المصرية الفلسطينية بالقرب من معبرى رفح وكرم أبو سالم (شائعة تخويقية).
  - وجود ميلشيات سلفية مسلحة مسيطرة في سيناء توازي دور الدولة (شائعة تخويقية).
  - تهريب الرئيس حسني مبارك من السجن عنوة (شائعة تفريقية ودق أسافين).
  - الأردن أبلغت إسرائيل بوجود مجموعة إرهابية تخطط لإرتكاب عملية إرهابية في مدينة إيلات قبل وقوع العمليات الثلاث بدقائق قليلة (شائعة دق واسافين).
- رابعاً: في الفترة من ٩ أكتوبر ٢٠١١ - حتى ٢٣-٢٤ مايو ٢٠١٢ (ال الجولة الأولى من الإنتخابات) (التشريط)، وأنتسنت هذه الفترة بإقتزان الصورة الذهنية للمجلس الأعلى بالصورة السلبية والتشكيك في نزاهة العملية الإنتخابية ونتائجها وتدهور الأوضاع داخل مصر:

جدول رقم (٦)

نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوي المحلي في الفترة من ٩ أكتوبر ٢٠١١ - حتى ٢٣-٢٤ مايو ٢٠١٢

النسبة المئوية	١ تكرار	نوع الشائعات
٢٧.٢	٦	تخويقية
٢٧.٢	٦	تفريقية
١٣.٧	٣	حالمة
١٣.٧	٣	عنف
١٣.٧	٣	وهمية
٤.٥	١	كراهية وحقد
١٠٠	٢٢	الإجمالي

- يتضح من بيانات الجدول السابق: أن الشائعات (التخويقية، والتفريقية) جاءت في مقدمة نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوي المحلي في الفترة من ٩ أكتوبر ٢٠١١ - حتى ٢٣-٢٤ مايو ٢٠١٢ بنسبة بلغت ٢٧.٢% لكل منهما، ثم جاءت الشائعات (الحالمة، والعنف، والوهمية) في المرتبة الثانية بنسبة ١٣.٧% لكل منهم، ثم جاءت الشائعات (الكراهية والحقد) في المرتبة الثالثة بنسبة ٤.٥%.. وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك النوعيات كما يلي:
- تحذيرات بريطانية من السفر إلى مصر (شائعة تخويقية).

- وجود فرق قناصة لدى القوات المسلحة أمام ماسبيرو وأعلى كويري ٦ أكتوبر (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- تصنيع ملابس الجيش الإسرائيلي في مصر (شائعة تخويفية).
- أخفاء مبارك من المركز الطبي العالمي (شائعة حقد وكرامية).
- تقديم حكومة دكتور كمال الجنزوري باستقالتها (شائعة حالمة وأمل).
- مراقبة جهاز الأمن الوطني لاجتماعات ٦ إبريل (شائعة وهمية).
- قطع التيار الكهربائي عن التحرير (شائعة تفريقية ودق الأسافين).
- إحتجاز ضابطين و ١٧ جندياً من شرطة مدنية في شمال سيناء بواسطة إحدى قبائل البدو المصرية (شائعة عنف).
- وجود قنبلة على الطائرة المصرية القادمة من السعودية (شائعة تخويفية).
- أنباء عن نقل صلاحيات "المجلس العسكري" لرئيس المحكمة الدستورية أو رئيس المجلس الأعلى للقضاء (شائعة حالمة وأمل).
- إقامة حركة المقاومة الإسلامية حماس قواعد ومنشآت لتصنيع الصواريخ داخل سيناء لحمايتها من الغارات الجوية الإسرائيلية (شائعة عنف).
- تسلم المخابرات الحربية صفقة غاز من نوع مجهول لاستخدامه ضد المتظاهرين (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- قطع خدمات شركات المحمول في بعض المناطق بالقاهرة (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- قيام قوات الأمن بقتل أحد المتظاهرين واختباء جثمانه بداخل مجمع التحرير (شائعة عنف).
- الفتاة التي سحلت بأحداث مجلس الوزراء عضوة بجماعة الإخوان المسلمين (شائعة وهمية).
- تهنئة أحمد فتحى سرور رئيس مجلس الشعب السابق مبارك بخراب البلد (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- صدور بيان رسمي عن الجماعة تضمن أن الإخوان سيحاسبوا وزارة الداخلية عنالفترة الماضية (شائعة تخويفية).
- وجود تنظيمات إرهابية أو تنظيم تابع للقاعدة فى سيناء (شائعة تخويفية).
- ممارسة الضغوط على أطباء عيادات الطوارئ لتعديل التقارير الطبية لمصابين التحرير (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- إلغاء إحتفالات رأس السنة نتيجة تهديدات تلقاها الأنبا "كيرلس" أسقف نجع حمادي بالكنيسة القبطية الأرثوذكسية بتكرار حادث نجع حمادي (شائعة وهمية).
- أنباء بوجود رسائل تهديد وصلت إلى الفندق الذي كان من المفترض أن يقيم فيه المشير طنطاوى بطرابلس (شائعة حالمة /أمل).

- رفع الدعم عن بنزين (٩٥ - ٩٨) مما تسبب في أزمة البنزين (شائعة تخويفية).  
خامساً: في الفترة من ٢٤ مايو ٢٠١٢ - حتى إعلان رئيس الجمهورية (الدعاية الانتخابية الغير مشروعة) وهي أكثر المراحل تكثيفاً وانتشاراً للشائعات، ودعمت بعضها التأكيد على تزوير الانتخابات لصالح شفيق، وبعد نجاح محمد مرسي دعمت تأكيد ثقة بين الأخوان والمجلس العسكري وتعرض المجلس لضغوط خارجية:

جدول رقم (٧)

نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوي المحلي في الفترة من ٢٤ مايو ٢٠١٢ - حتى إعلان رئيس الجمهورية

النسبة المئوية	١ تكرار	نوع الشائعات
٤٢.٨	١٢	تخوينية
٢٨.٥	٨	تفريقية
١٠.٧	٣	كراهية وحقد
٧.٢	٢	حالمة
٧.٢	٢	وهمية
٣.٦	١	عنف
١٠٠	٢٢	الإجمالي

**يتضح من بيانات الجدول السابق:** أن الشائعات (التخوينية) جاءت في مقدمة نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوي المحلي في الفترة من ٢٤ مايو ٢٠١٢ - حتى إعلان رئيس الجمهورية بنسبة بلغت ٤٢.٨%، ثم جاءت الشائعات (التفريقية) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨.٥%، ثم جاءت الشائعات (الكراهية والحقد) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٠.٧%، ثم جاءت الشائعات (الحالمة، والوهمية) في المرتبة الرابعة بنسبة ٧.٢% لكل منهما، ثم جاءت الشائعات (العنف) في المرتبة الخامسة بنسبة ٣.٦%.. وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك النوعيات كما يلي:

- المسيحيون خائفون من مرشح لحزب ذي مرجعية إسلامية (شائعة وهمية).
- إنسحاب محمد سليم العوا من انتخابات رئاسة الجمهورية عقب ترشيح المهندس خيرت الشاطر (شائعة تخويفية).

- إنسحاب المهندس خيرت الشاطر لصالح اللواء عمر سليمان (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- إنسحاب الفريق أحمد شفيق من سباق الرئاسة (شائعة حالمة وأمل).
- وجود تنسيق بين مرشحي الرئاسة لتشكيل مجلس رئاسي (شائعة حقد وكراهية).
- وفاة حازم أبو إسماعيل في حادث على الطريق الدائري (شائعة تفريقية ودق أسافين).

- المجلس الأعلى للقوات المسلحة يستتكر ما يقوم به مجلس الشعب من محاولات لإصدار قانون العزل السياسي لمنع رموز النظام السابق من الدخول فيانتخابات الرئاسة (شائعة تخوينية).
- الهدف من زيارة كلينتون هو إلغاء الإعلان الدستوري المكمل- إقالة المجلس العسكري- إعلان دستوري جديد (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- توجيه أمريكي عن طريق نائب وزير الخارجية بالقرار الجمهوري لعودة مجلس الشعب (شائعة حقد وكراهية).
- مرسي صرح في أحد مؤتمراته أنه سيدوس بالأحذية من لم ينتخبه وأنتخب شفيق وخصوصاً أبناء المنوفية (شائعة تخوفية).
- عدم تمكن المجلس الأعلى للقوات المسلحة من نشر عدد (٧) كتائب داخل سيناء بعد التصديق على ذلك من إسرائيل نتيجة لإنشغال تلك الكتائب بالعمل في الوضع الداخلي (شائعة تخوفية).
- إذا أصبح مرسي رئيساً فسيكون المرشد هو الحاكم الفعلي لمصر (شائعة تخوفية).
- حصل مرسي على الاصوات بتوزيع الزيت والسكر على الناخبين (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- في ظل حكم مرسي سوف يحبسون النساء فى البيوت ويمنعهن عن العمل رغم أن الكثيرات ينفقن على بيوتهن وستيفرض عليهم زي محدد (شائعة تخوفية).
- الفريق شفيق مسئول عن موقعة الجمل وقتل الثوار (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- تزوير الإنتخابات لصالح شفيق (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- داعمو حملة الفريق شفيق مالياً هم رجال مبارك وسياسياً هم رجال الحزب الوطني المنحل في كل المحافظات (شائعة تخوينية).
- سيترك شفيق من لايزالون يnehون أموال الشعب ولن يفتح أى ملفات فساد جديدة بل سيغلق القديمة (شائعة تخوفية).
- قام شفيق بتعيين أكثر من لواء وعميد متقاعد بمصر للطيران بلغت مرتباتهم الشهرية ٩ ملايين جنيه (شائعة وهمية).
- قام شفيق بنقل ثلاثة من المقربين له للعمل بالخارج كمديرين بمصر للطيران (شائعة حقد وكراهية).
- الفريق شفيق سيحذف آيات القرآن من مناهج اللغة العربية إرضاءً للمسيحيين (شائعة تخوفية).
- هروب الفريق شفيق خارج البلاد (شائعة تخوينية).
- القبض على الشاطر والبلتاجي بتهمة تزوير الإنتخابات (شائعة حالمة وأمل).
- إبطال عدد ٢ مليون صوت لصالح الفريق أحمد شفيق (شائعة تخوينية).
- المجلس الأعلى سيقوم بإنقلاب عسكري حيال فوز د. مرسي (شائعة عنف).
- الرئيس السابق بصحة جيدة وتم نقله إلى المستشفى العسكري ليعيش في فندق ٥ نجوم (شائعة تفريقية ودق أسافين).

- شائعة حظر التجوال قبل إعلان نتيجة الانتخابات في جولة الإعادة (شائعة تخويفية).  
- إسرائيل على الحدود المصرية والمجلس الأعلى يسعى لإغتصاب السلطة (شائعة تفريقية ودق أسافين).

سادسًا: في الفترة من ١٥-٣٠ نوفمبر ٢٠١٢ جاءت أبرز الشائعات والحملات النفسية بعد الإعلان الدستوري الثاني للرئيس "محمد مرسي" والذي قسم مصر إلى قسمين ويعتبر من أشد وأخطر أسباب الأزمة السياسية والاجتماعية في مصر، وهنا سنجد الشائعات تنقسم إلى ثلاث أقسام وهي شائعات محايد ومعارضة أو مؤيدة لهذا الإعلان الدستوري.

جدول رقم (٨)

نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوى المحلي في الفترة من ١٥-٣٠ نوفمبر ٢٠١٢

النسبة المئوية	التكرار	نوع الشائعات	
١٨.٢	٤	تفريقية	المحايدة
١٣.٧	٣	تخوينية	
٢٢.٧	٥	تحريضية	المعارضة
٤.٥	١	تفريقية	
٤.٥	١	خوف	
٤.٥	١	تخوينية	
١٣.٧	٣	عنف	المؤيدة
١٣.٧	٣	تفريقية	
٤.٥	١	تحريض	
١٠٠	٢٢	الإجمالي	

- يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوى المحلي في الفترة من ١٥-٣٠ نوفمبر ٢٠١٢ كما يلي:
- بالنسبة للشائعات المحايدة: جاءت الشائعات (التفريقية) في المقدمة بنسبة بلغت ١٨.٢%، ثم جاءت الشائعات (التخوينية) في المرتبة الثانية بنسبة ١٣.٧%.
  - بالنسبة للشائعات المعارضة للإعلان الدستوري والإخوان المسلمين: جاءت الشائعات (التحريضية) في المقدمة بنسبة بلغت ٢٢.٧%، ثم جاءت الشائعات (التخوينية، والخوف، والتفريقية) في المرتبة الثانية بنسبة ٤.٥% لكل منهما.

- بالنسبة للشائعات المؤيدة للإعلان الدستوري والإخوان المسلمين: جاءت الشائعات (العنف والتفريقية) في المقدمة بنسبة بلغت ١٣.٧% لكل منهما، ثم جاءت الشائعات (التحريضية) في المرتبة الثانية بنسبة ٤.٥%.

وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن عرض تلك النوعيات من الشائعات كما يلي:

#### • الشائعات المحايدة:

- موافقة بعض القضاة على الإشراف على الإستفتاء الدستوري (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- بعض ضباط الجيش يدعمون المظاهرات ضد الرئيس "مرسي" من خلال توزيع بعض المنشورات بشرعية تلك الإعتصامات والمظاهرات (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- إنفصال كلاً من محافظة المحلة - المنصورة - الأسكندرية عن حكم الرئيس "مرسي" (شائعة تخويقية).
- الدستور إنتهى منذ شهر تقريباً (شائعة تخويقية).
- إستقالات جماعية بحزب الحرية والعدالة إعتراضاً على موقف الرئيس "مرسي" (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- لم يحضر الرئيس "مرسي" الحوار الوطني وإنما نائبه هو من تولى قيادة الحوار (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- مصر غير مستعدة لحرب مع إسرائيل والولايات المتحدة الأمريكية وما يقوم به الرئيس "مرسي" ما هو إلا تدمير لمصر (شائعة تخويقية).

#### • الشائعات المعارضة للإعلان الدستوري والإخوان المسلمين:

- حزب الحرية والعدالة يحاول أن يسيطر على الوظائف القيادية لتصبح ملكاً للإخوان المسلمين والبدء في تطبيق قوانينهم الخاصة (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- مصر لن تتقدم ولن تتخلص من الفساد والفوضى إلا بثورة جديدة (تحريض وإثارة ودق أسافين).
- يحاول الرئيس "محمد مرسي" وحزب الحرية والعدالة بإعلان الدولة الإسلامية ثم التخلص من الأقليات ذو الديانات الأخرى (تحريض وإثارة ودق أسافين).
- لم يحدث مثل تلك الحرب الأهلية في عهد الرئيس "مبارك" وإذا إستمر الرئيس "مرسي" سيحدث المزيد من الفوضى والعنف (شائعة خوف وعنف).
- الرئيس مرسي قد أنتخب ليكون رأس للجهاز التنفيذي للدولة وكل تجاوز في هذه السلطة يفقد الرئيس شرعيته (شائعة تخويقية).
- الرئيس "مرسي" لا يتخذ القرارات بنفسه ولكن ما هو إلا وسيلة لإعلانها وأن من يحكم مصر هو مرشد الإخوان المسلمين وأعوانه (شائعة تحريض ودق أسافين).
- لا يصلح الرئيس المصري للرئاسة ولا بد من رحيله (شائعة تحريض وإثارة ودق أسافين).

- فقد الرئيس "مرسي" شرعيته حيث أنه لم يعلن قرار إلا ورجع فيه (شائعة تحريض وإثارة ودق أسافين).

• الشائعات المؤيدة للإعلان الدستوري والإخوان المسلمين:

- مليونية "الشريعة والشرعية" التي قام بها الجماعات الإسلامية ما هي إلا تهديد بقدرتهم في السيطرة على مثل هذه الفوضى، كذا أنهم الأغلبية (شائعة خوف وعنف).

- الإفتاء الدستوري سيتم في موعده مهما كلفهم الأمر (شائعة خوف وعنف).

- العنف هو الحل للقضاء على بقايا الفلول المحاربين للرئيس "محمد مرسي" (شائعة خوف وعنف).

- القضاة الراضين للدستور ما هم إلا فلول من النظام السابق الذي حكم بالبراءة للرئيس "مبارك" وأعوانه (شائعة تفريقية ودق أسافين).

- الإعلان الدستوري طهر القضاء وسيطهر باقي مؤسسات الدولة (شائعة تفريقية ودق أسافين).

- إذا أقيم الحد على واحداً فقط منهؤلاء المجرمين لإستقامت الدولة ولما وجدنا بلطجة أو إرهاب (شائعة تفريقية ودق أسافين).

- أن ما يتم بالإعلام هدفه الأساسي تشوية صورة الإخوان والتشكيك في مبادئ تطبيق الشريعة (شائعة تحريض وإثارة ودق أسافين).

سابعاً: أبرز الشائعات المرصودة خلال شهر مارس ٢٠١٣:

جدول رقم (٩)

نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوي المحلي خلال شهر مارس ٢٠١٣

النسبة المئوية	١ لتكرار	نوع الشائعات
٥٠	١١	تحريضية
٢٧.٣	٦	تخوينية
١٣.٦	٣	تفريقية
٤.٥	١	زاحفة
٤.٥	١	حاملة
١٠٠	٢٢	الإجمالي

ينضح من بيانات الجدول السابق: أن الشائعات (التحريضية) جاءت في مقدمة نوعية

الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية علي المستوي المحلي خلال شهر مارس ٢٠١٣ بنسبة بلغت

٥٠%، ثم جاءت الشائعات (التخوينية) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٧.٣%، ثم جاءت الشائعات (التفريقية)

في المرتبة الثالثة بنسبة ١٣.٦%، ثم جاءت الشائعات (الزاحفة، والحاملة) في المرتبة الرابعة بنسبة

٤.٥% لكل منهما.... وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك النوعيات كما يلي:

- إقالة الفريق السيسي وزير الدفاع والإنتاج الحربي خلال ساعات (شائعة زاحفة).
- تعيين أبنه الفريق السيسي في الشركة القابضة للمطارات أسوة بأبن الرئيس مرسي (شائعة تخوينية).
- الفريق السيسي هو رجل الإخوان الاول في القوات المسلحة وهو المسئول أو المشارك في تنفيذ خطة إقالة المشير طنطاوي والفريق عنان (شائعة تخوينية).
- استمرار تواجد الجيش داخل الميادين "عودة الجيش للشارع" (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- نقل تدريبات النجم الساطع من مصر للأردن بسبب أحداث السياسية في مصر (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- أفراد القوات المسلحة هم قتلة الطفل عمر "بائع البطاطا" عمداً (شائعة تحريض وإثارة ودق أسافين).
- هناك قواعد عسكرية أمريكية في مصر (شائعة تحريض ودق أسافين).
- مشاركة القوات المسلحة في مظاهرات ذكرى التحي (شائعة تحريض وإثارة ودق أسافين).
- دخول القوات المسلحة لحماية الميدان من هجمات ميلشيات الإخوان (شائعة حالمة وأمل).
- تولي أيمن نور رئاسة الحكومة التوافقية الجديدة (شائعة تفريقية ودق أسافين).
- استمرار التمويل القطري لحماس لحماية نظام الحكم في مصر (شائعة تحريض ودق أسافين).
- قيام ألتراس المصري بإقتحام المؤسسات الحكومية في بورسعيد (شائعة تحريض ودق أسافين).
- قرب حصول دولة قطر على حقوق إمتياز قناة السويس "نية جماعة الإخوان المسلمين الحاكمة في مصر منح إمتياز قناة السويس لقطر" (شائعة تخوينية).
- قيام القوى الثورية بمحافظات بورسعيد والسويس بإعلان إستقلالهما عن مصروسيطرة الثوارعلى مبنى المحافظتين ومديرية الأمن وتغيير العلم (شائعة تخوينية ودق أسافين).
- الكنيسة تحشد الأقباط لإسقاط الرئيس (شائعة تحريض ودق أسافين).
- إنهاء عقود العمالة المؤقتة في وزارة البترول (شائعة تحريض وإثارة ودق أسافين).
- بيع وإيجار الأثار المصرية لدولة قطر (شائعة دق أسافين).
- أخونة الجيش والشرطة (شائعة تحريض وإثارة ودق أسافين).
- مسئولية حماس وضلوع عناصر فلسطينية في عملية رفح وقتل الجنود المصريين (شائعة تحريض وإثارة ودق أسافين).
- استعانة الإخوان بحركة حماس ضد المتظاهرين (شائعة تخوينية وتحريض وإثارة ودق أسافين).
- وجود عناصر من حماس والإخوان داخل قوات الأمن ومعسكراتها (شائعة تخوينية وتحريض وإثارة ودق أسافين).
- تهريب الملابس العسكرية لاستخدامها في عمليات ضد الشعب المصري وسيتم نسبها للعسكريين لإثارة الشعب ضد الجيش، وإثارة الضباط والجنود على قيادتهم وإحداث العديد من الانقسامات والفوضى داخل المجتمع أو صفوف القوات المسلحة (تحريض وإثارة ودق أسافين).

## ٢- على المستوى الإقليمي:

جدول رقم (١٠)  
نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية على المستوى الإقليمي

النسبة المئوية	١ تكرار	الشائعات
٤٠	٢	تخوينية
٢٠	١	خوف
٢٠	١	زاحفة
٢٠	١	أمل
١٠٠	٥	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن الشائعات (التخوينية) جاءت في مقدمة نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية على المستوى الإقليمي بنسبة بلغت ٤٠%، ثم جاءت الشائعات (الخوف، والزاحفة، والأمل) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠%... ويناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك الشائعات كما يلي:

- أن قيادة الجيش منحت الرئيس مبارك فرصة أخيرة لإستيعاب تداعيات الموقف المتفجر قبل أن تحسم الأمور بخروج الملايين إلى الشارع وحصار قصور الرئاسة ومبنى التلفزيون المصري، وهو ما أدى إلى سرعة إصدار بيان التنحي (شائعة زاحفة).
- وجود صراع محتدم داخل النظام المصري (الجيش والمؤسسات المدنية) حول كيفية إدارة الأزمة والأوضاع المتدهورة داخل مصر (شائعة خوف وهي تنتشر في أجواء التهديد المولدة للمخاوف).
- تواجد الرئيس السابق حسنى مبارك حالياً في مدينة تبوك في السعودية، وتحديداً داخل القاعدة العسكرية الموجودة بالمدينة حيث يخضع لجلسات علاج من سرطان في القولون والبنكرياس (شائعة تخوينية).
- تم حذف أجزاء من بيان الجيش الثاني دون أن توضح مضمون ما تم حذفه (شائعة تخوينية).
- هبوط طائرة الرئيس المصري السابق حسنى مبارك في مطار الشارقة الدولي (شائعة أمل).

## ٣- على المستوى الدولي:

جدول رقم (١١)  
نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية على المستوى الإقليمي

النسبة المئوية	١ تكرار	الشائعات
٣٣.٣	٢	إندفاعية
٣٣.٣	٢	خوف
٣٣.٣	٢	أمل
١٠٠	٦	الإجمالي

- يتضح من بيانات الجدول السابق:** أن الشائعات (إندفاعية، والخوف، والأمل) جاءت في مستوى واحد من حيث نوعية الشائعات المرصودة حول الأزمة المصرية على المستوى الدولي بنسبة بلغت ٣٣.٣% لكل منهم... وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك النوعيات كما يلي:
- تعترم الحكومة السويسرية التوصل إلى ما يمكن أن يكون أرصدة محتملة للرئيس المصري «المتنحي» حسني مبارك وتجميدها (شائعة أمل).
  - إن إدارة الرئيس باراك أوباما كانت على علم بأن العسكريين المصريين قرروا إعفاء الرئيس مبارك «في الحال» وكان ذلك قبل قرابة يوم من خطاب مبارك الذي فوض فيه بعض سلطاته إلى نائبه عمر سليمان وقبل يوم ونصف يوم من خطاب سليمان الذي أكد فيه أن مبارك قد تخلى عن كل مناصبه (شائعة خوف).
  - وجود حالة من الغضب لدى العسكريين المصريين لأن مبارك لم يستقل وإنهم نقلوا غضبهم إلى مبارك وخيروه بين أن يعلن إستقالته أو أنهم سيجبرونه على أن يستقيل (شائعة إندفاعية).
  - إحتمالية قيام إسرائيل بالتعاون مع الولايات المتحدة الأمريكية بشن ضربة عسكرية على سوريا من مرتفعات الجولان (شائعة خوف مبالغ).
  - طلب حسني مبارك الذهاب إلى ألمانيا للعلاج (شائعة أمل).
  - الدول التي من المحتمل أن يتوجه إليها مبارك ألمانيا والولايات المتحدة وبريطانيا والإمارات والسعودية (شائعة إندفاعية).

## تحليل مضمون الشائعات:

- وقد تنوعت أنواع وأهداف هذه الشائعات على المستوى المحلي كالتالي:

جدول رقم (١٢)  
أنواع وأهداف الشائعات على المستوى المحلي

النسبة المنوية	١ تكرار	الأنواع والأهداف
٥٠	٦	تقارب وصدقة من الرأي العام
١٦.٦	٢	تخويف وردع كافة الأحزاب والإئتلافات والرموز السياسية المحرضة لإسقاط النظام
٣٣.٤	٤	التحريض والإستثارة من أجل تحريض الرأي العام لرفض كافة القرارات الحكومية أو البنود الدستورية
١٠٠	١٢	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن (التقارب والصدقة من الرأي العام) جاءت في أنواع وأهداف الشائعات على المستوى المحلي بنسبة بلغت ٥٠%، ثم جاءت (التقارب والصدقة من الرأي العام) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٣.٤%، ثم جاءت (تخويف وردع كافة الأحزاب والإئتلافات والرموز السياسية المحرضة لإسقاط النظام) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٦.٦%... وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك الأهداف كما يلي:

- ١- **تقارب وصدقة من الرأي العام وجاء ذلك من خلال الآتي:**
  - مناشدة وزارة الداخلية في بيان للقوى السياسية والثورية بتغليب المصلحة الوطنية للبلاد للخروج من تلك الأزمة.
  - تأكيد الدكتور "جمال حشمت" عضو الجمعية التأسيسية للدستور أن الدستور الجديد أشاد به كل أعضاء اللجنة حتى المنسحبون من الجمعية التأسيسية أشاروا بأنه دستور سيكون فخراً للعالم كله.
  - تجميد زيادة الأسعار لمعظم السلع والضرائب المفروضة على بعض المصالح إلى المناقشة فيها.
  - توقف العمل بالإعلان الدستوري الأول ولكن عدم الرجوع في أية قرار تم إتخاذه في هذه الفترة.
  - تأكيد إحترام الرئيس للقضاء وإصراره على مشاركتهم في الإشراف على الإستفتاء الدستوري.
- ٢- **تخويف وردع كافة الأحزاب والإئتلافات والرموز السياسية المحرضة لإسقاط النظام بالوقوف أمامه إما بالتحذير أو بالإستخدام الفعلي للعنف من خلال:**
  - مطالبة الداعية الإسلامي الدكتور "وجدي غنيم" الرئيس "مرسي" والمسئولين بالدولة إقامة حد الحراية على كل من يخرج عن الشرعية وأن تقطع أيديهم وأرجلهم من خلاف الشريعة.
  - إعلان حزب النور بإمهاله بضع ساعات لكل معارضين الرئيس وقراراته ولكل من يحرض الرأي العام ضده وبعد ذلك اللجوء إلى العنف.

### ٣- التحريض والإستثارة من أجل تحريض الرأي العام لرفض كافة القرارات الحكومية أو البنود الدستورية والتي تتمثل في:

- تأكيد العديد من الرموز السياسية والإعلامية أن الإعلان الدستوري الذي أصدره الرئيس "محمد مرسي" يعد كارثة كبرى في تاريخ البلاد، والتحذير بأن الثورة المصرية أصبحت في خطر شديد، وأن الإعلان الدستوري الثاني ما هو إلا تحايل على الشعب.
- إعلان رئيس قضاة أسيوط أنه لا يحق للرئيس المصري "محمد مرسي" إصدار إعلانات دستورية.
- حمل المنسق العام لجهة الإنقاذ المصري الدكتور "محمد مرسي" المسئولية عن سقوط قتلى وجرحيين صفوف الرأي العام المعارض للإعلان الدستوري.
- دعوة الإعلامي "علاء الأسواني" جموع المصريين إلى التواصل معه لكي يتم التصدي لديكتاتورية الرئيس "مرسي".

### وقد تنوعت أنواع وأهداف هذه الشائعات على المستوى الإقليمي والعالمي كالتالي:

- حث واشنطن للحكومة في مصر على احترام آراء جميع المصريين والسماح بالاحتجاج والمعارضة السلميين والشفافية.
- التأكيد على جميع من لديهم مخاوف بضرورة التعبير عن آرائهم سلمياً وأن تكون المظاهرات من أي جانب أو آخر سلمية وغير عنيفة.
- إقناع جميع المصريين للمشاركة بشكل إيجابي فيعملية الإستفتاء الدستوري للتعبير عن وجهة نظره.
- أهم الوسائل المستخدمة في بث ونشر هذه الشائعات:

جدول رقم (١٣)  
أهم الوسائل المستخدمة في بث ونشر هذه الشائعات

النسبة المئوية	ا لتكرار	الوسائل
٤٥.٦	٥	وسائل الإعلام المرئية المسموعة
٢٧.٢	٣	وسائل الاعلام المرئية المطبوعة
٢٧.٢	٣	وسائل التواصل الإجتماعي
١٠٠	١١	الإجمالي

**يتضح من بيانات الجدول السابق:** أن (وسائل الإعلام المرئية المسموعة) جاءت في مقدمة

أهم الوسائل المستخدمة في بث ونشر هذه الشائعات بنسبة بلغت ٤٥.٦%، ثم جاءت (وسائل الاعلام

المرئية المطبوعة، وسائل التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٧.٢%... وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك الوسائل كما يلي:

### ١- وسائل الإعلام المرئية (المطبوعة):

- الصحف العالمية (مجلة نيوزويك الأمريكية- صحيفة "يديعوت أحرونوت" الإسرائيلية- صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية- صحيفة الفايننشال تايمز - صحيفة الديلي تليجراف- صحيفة تاجس تسايونج).
- الصحف القومية (الدستور - الشروق - روزاليوسف-الوفد-المصري اليوم).
- المنشورات.

- البوسترات- البانرات- اللافتات- اللوحات التي تضمنت كافة الشائعات والشعارات.

### ٢- وسائل الإعلام المرئية المسموعة:

- البيانات- الخطابات- المؤتمرات.
- القنوات الفضائية وبرامج التوك شو.
- الإتصال الشخصي Face To Face متضمن (اللقاءات والمناظرات والندوات).
- وكالة الأسوشييتدريس- وكالة الأنباء الألمانية.
- رسائل المحمول (SMS).

### ٣- وسائل التواصل الاجتماعي(الفيس بوك face book- اليوتيوب you tube- تويتر twitter).

- التنبؤات والتوقعات لردود الأفعال على هذه الشائعات:

إذا وافقت الأغلبية الشعبية على تطبيق المسودة الدستورية يوم الإستفتاء الموافق ١٥ ديسمبر

٢٠١٢ سيعترب عليه الأتي:

- إتهام الرئيس "مرسى" وحكومته بتزوير عملية الإستفتاء كما حدث في الإنتخابات الرئاسية من قبل.
- تصاعد التظاهرات والإعتصامات وزيادة العنف بين المؤيدين والمعارضين.
- إستمرار المحرضين ضد الرئيس وحكومته بهدف إقالاته.
- تشوية صورة القوات المسلحة نظراً لإشرافها على الإستفتاء وإتهامها بالتواطؤ مع الرئيس مرسي وحكومته لتطبيق الدستور الخاص بهم.
- إنتشار الفوضى والإنفلات الأمن.
- دخول المزيد من العناصر الإرهابية والبلطجية بين صفوف الشعب وإستخدام العنف الذي سيؤدي إلى العديد من الضحايا.
- تصاعد الإحتجاجات والإضرابات والإعتصامات ضد الرئيس "محمد مرسي" وحكومته.
- صعوبة التوافق على التوصل إلى حل للأحداث الحالية إذا ما أسقط الرئيس "مرسي" الإعلان الدستوري وأعاد تأسيس لجنة لصياغة مسودة دستورية جديدة.

- إستمرار الجماعات الدينية في إستخدام العنف ضد كل من يعارضهم مما يزيد من حدة الضغوط الدولية على القيادة السياسية.
- زيادة إجراءات وحملات التيارات الإسلامية في حشد وتعبئة الرأي العام المنساق مع التركيز على الأميين ثقافياً وسياسياً للموافقة على الدستور.
- **التقييم والدلالات النفسية لهذه الشائعات:**
- تهدف نسبة كبيرة من الشائعات المرصودة (٦٥%) إلى حشد الرأي العام ضد شخص الرئيس السابق حسني مبارك وبقايا نظامه، الأمر الذي أدى إلى تصاعد المطالبة بإقالة حكومة الدكتور أحمد شفيق بهدف التخلص من كل رموز النظام القديم.
- سيطرة المشاعر الإنفعالية على الأغلبية العظمى (٧٣%) من الشائعات، وذلك يعكس مدى قوة الجانب الوجداني لدى المجتمع العربي وخاصةً المصري، الأمر الذي قد يؤدي إلى سرعة تقلبه وتغييره.
- تصاعد الشعور بالأمل والتفائل داخل المجتمع العربي من إمكانية تصدير الثورة المصرية إلى باقي الدول العربية، مما يؤدي إلى تحسين الأوضاع داخل المنطقة.
- وجود حالة من الخوف والقلق داخل المجتمعات الأوروبية من قدرة الجيش المصري على السيطرة على الأوضاع داخل مصر وتنفيذ الإنتقال السلمي للسلطة.
- **دوافع الشائعات في ظل الظروف الراهنة:**

جدول رقم (١٤) دوافع الشائعات في ظل الظروف الراهنة

النسبة المئوية	ال تكرار	الدوافع
٥٠	٨	علي المستوى المدني
٥٠	٨	على المستوى العسكري
١٠٠	١٦	الإجمالي

**يتضح من بيانات الجدول السابق:** أن دوافع الشائعات في ظل الظروف الراهنة جاءت مناصفة بين المستوى المدني والمستوى العسكري ... وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك الوسائل كما يلي:

- ١- **على المستوى المدني:**
  - إثارة مشاعر القلق والخوف أو الرعب أو الشك.
  - دق الأسافين بين المجتمع والجمهور المخاطب وإستثاره مشاعر الغضب والتحريض والتعصب وإستمرار أعمال العنف.
  - جذب الإنتباه وحب الظهور لدى العديد من وسائل الإعلام.

- التفتيس عن مشاعر القلق أو الخوف.
- خفض الروح المعنوية.
- إستمرار حالة الفوضى والاحتجاجات والعصيان وعدم الإستقرار على كافة مستويات المجتمع.
- إثارة الفتن المذهبية والطائفية ودق الأسافين بين طبقات وأعراق المجتمع.
- إحباط محاولات مواجهة الازمات الراهنة.
- ٢- **على المستوى العسكري:**
- تشويه صورة القوات المسلحة وإظهارها بمظهر أستغلال الظروف الراهنة في تحقيق مصالحها الخاصة.
- زيادة الفجوة بين الشعب والمجلس العسكري وإظهار تورط الجيش في العديد من حوادث القمع ضد المتظاهرين وسقوط العديد من الشهداء.
- خلخلة التوازن النفسي والروح المعنوية وخلق حالة من عدم الثقة بين الوحدات والتشكيلات وقيادتها ونشر روح الإنهزامية.
- زيادة عمليات الشغب ضد المجتمع العسكري وبالتالي حدوث إنقسام بين الجيش والشعب وتصيد أعمال الشغب والعنف بين الطرفين.
- إستمرار التحريض على القيام بثوره أخرى ضد المجتمع العسكري ورفض عودته مرة أخرى إلى الشارع المصري.
- التشكيك وخلق حالة من عدم الرضا في قرارات المتحدث العسكري.
- ضعف الشعور بالإنتماء والرغبة في الإنتقام والأخذ بالتأثر.
- دق أسافين بين أفراد القوات المسلحة والمدنيين.
- **المقومات النفسية للشائعات المرصودة:**

جدول رقم (١٥) المقومات النفسية للشائعات المرصودة

النسبة المئوية	التكرار	المقومات
٤٦.٢	٦	الأهداف المخاطبة
٣٨.٤	٥	الرسائل النفسية
١٥.٤	٢	الأهداف النفسية
١٠٠	١٣	الإجمالي

**يتضح من بيانات الجدول السابق:** أن (الأهداف المخاطبة) جاءت في مقدمة المقومات النفسية للشائعات المرصودة بنسبة بلغت ٢٧.٢%، ثم جاءت (الرسائل النفسية) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت

٣٨.٤%، ثم جاءت (الأهداف النفسية) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٥.٤%... وبناحية أكثر تفصيلاً يمكن توضيح تلك المقومات كما يلي:

#### ١- الأهداف النفسية لهذه الشائعات:

- دق الأسافين والعمل على تفكيك في المجتمع وأستكمال مخطط تنفيذ الانقسامات الداخلية وتحقيق الفوضى الخلاقة.

- التنوع في استخدام أساليب التحريض المتبادل بين أطراف الصراع.

#### ٢- الأهداف المخاطبة لهذه الشائعات:

- قيادات القوات المسلحة.

- الرأي العام المنساق "تدني مستوى الثقافي والاقتصادي".

- قيادات وأعضاء جماعة الإخوان المسلمين.

- التيارات الدينية المتطرفة وقوى المعارضة.

- الشباب في سن التجنيد والمؤيدة للقوات المسلحة "سرعة وسهولة الاستثارة".

- الرأي العام العربي والإقليمي.

#### ٣- الرسائل النفسية:

- هناك خلافات بين القوات المسلحة والنظام الحاكم.

- أن القلق النفسي والإحباط والإكتئاب أصبحوا سمة أساسية من سمات الشخصية المصرية.

- الرئيس مرسي فقد شرعيته.

- العصيان المدني والإحتجاجات حق مشروع للتعبير عن مدى الرفض للأوضاع الحالية.

- الشائعات صفة أساسية من حياة المجتمع المصري.

وفي سياق ما سبق من عرض للعوامل التي أثرت في نشأة الشائعات يمكن الإشارة إلى ما يلي:

• معظم وسائل الإعلام غير محايدة وغير موضوعية منذ الثورة وخلال الفترة الانتقالية وذلك بالنسبة لكافة الأطراف.

• عدم وجود ميثاق شرف إعلامي بلا مراقبة ولا محاسبة على ترويج الشائعات فلا ضابط للمضمون ولا عقوبة للمتجاوز وذلك من كافة الأطراف وليس من طرف واحد.

• أن فترة الانتخابات كانت تمثل أنسب التوقيتات لإطلاق الشائعات وترويجها ضد المتنافسين وأنصارهم والتلاعب باتجاهات الناخبين للتأثير عليهم وتعديل أفكارهم واتجاهاتهم.

• نقص وغموض تطورات الأحداث سواء نقص في المعلومات أو الاعتماد على قدر قليل من الحقائق.

• انقسام الرأي العام من مؤيد ومعارض سواء لثورة ٢٥ يناير أو الحركات أو المنظمات أو الائتلافات.... الخ.

• أهم الوسائل المستخدمة في نشر وترويج الشائعات حيث اعتمد مخطوطو ومروجو الشائعات على المزج والتعدد بين الوسائل المستخدمة لنشر الشائعات سواء بين قنوات فضائية أو صحف قومية مستقلة معارضة أو مواقع إلكترونية، ويمكن القول بأن أبرز الوسائل التي استخدمت في ذلك:

### ١. القنوات الفضائية:

قناة Cbc، قناة دريم، قناة الحياة المصرية، قناة المحور، قناة الجزيرة القطرية، قناة العربية، قناة CNN الأمريكية، قناة بي بي سي BCC البريطانية.

ومثال ذلك إذاعة خبر فوز الدكتور محمد مرسي برئاسة الجمهورية في جولة الإعادة على جميع تلك القنوات قبل الانتهاء من فوز الأصوات بالكامل.

### ٢. الصحف والمجلات (القومية، المعارضة، العالمية):

الأهرام، الجمهورية، الشروق، الدستور، الشرق الأوسط، الحياة، الحرية والعدالة، الوطن، المصري اليوم، روز اليوسف.

ومثال ذلك شائعة جريدة الجمهورية مساء يوم الخميس الموافق ٢٨ يونيو ٢٠١٢ بخلو منصب رئيس الجمهورية.

### ٣. المواقع الإلكترونية:

مواقع التواصل الاجتماعي: الفيس بوك، تويتر، وكالة رويترز للأخبار، موقع اخوان بوك، موقع مصرأوي، عرب أون لاين، ومن أمثلة ذلك خبر وفاة الرئيس السابق محمد حسنى مبارك على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من مرة، كذا النقص الحاد في المواد التموينية وسرقة البنوك.

### نتائج الدراسة الميدانية:

أشارت نتائج الدراسة إلى أن القنوات الفضائية قد جاءت على رأس قائمة المصادر التي يعتقد الباحثون أنها تدعم انتشار الشائعات في المجتمع المصري يليها وسائل الإعلام الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة خاصة الفيس بوك والتويتر واليوتيوب ثم الاتصال الشخصي علماً بأن الشائعة قد تنتشر على المستوى المجتمعي أو الإلكتروني ثم تنتقل إلى وسائل الإعلام مما يعقد انتشار الشائعة في المجتمع.

كما أشارت النتائج أيضاً إلى أن الباحثين يرون أن انتشار هذه الشائعات يؤثر في معنويات الأفراد وأفكارهم واتجاهاتهم ومشاعرهم وسلوكهم كما أنها تنتشر أكثر في وقت الأزمات وفي الظروف الضاغطة أو المغيرة للخلق.

أكد الباحثون أن الشائعات تنتشر أكثر حين يكون هناك تعميماً إعلامياً أو غموضاً في المواقف أو كذباً معتاداً ومتعمداً على السنة المسؤولين الحكوميين أو تضليلاً متعمداً عبر وسائل الإعلام المختلفة.

كما أكدت الدراسة على أن التغطية الإعلامية الداحضة أو على العكس الداعمة لتلك الشائعات كان لها تأثيرات بالغة في تكريس تأثيرات الشائعات الاقتصادية.

عبر المبحوثون عن معظم وسائل الإعلام على أنها -في رأيهم- غير محايدة وغير موضوعية مما يوقع المتلقين في حيرة ويكون المجال أوسع للشائعات.

### خلاصة القول إن الدراسة الحالية أكدت على:

■ أن من يطلق الإشاعة له أهداف محددة ومخطط لها، ولذا فإنه يسلك في تحقيقها طريقاً منظماً من شأنه أن يصل إلى المراد ويصيب الأهداف بدقة.

● أن الشائعات تظهر وتنتشر في أوقات الأزمات الاجتماعية، ولذلك فإن الفترة التي أعقبت ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ كانت أنسب وقت لتلك الشائعات ونشرها حيث يكون أفراد المجتمع في حالة استعداد نفسي لتصديق كثير من الأخبار والأقاويل التي يقرأونها في الصحف أو يسمعونها في التلفزيون نظراً لحالة التوتر النفسي التي يعيشونها خلال هذه الفترة.

● تعد القنوات التلفزيونية من أبرز الوسائل الإعلامية لنشر الشائعات، لتمييزها بالعديد من الأمور المساعدة للحرب النفسية، كسرعة الانتشار واتساع الاستخدام وسهولة الفهم والجاذبية والقدرة على التوجيه فضلاً عن أنها الأكثر تأثيراً في الرأي العام.

● تهدف أغلب الشائعات التي تم ترويجها عبر وسائل الإعلام إلى تعميم مشاعر الإحباط بين المصريين، ومن ثم تؤدي إلى إثارة الرغبة في إيذاء الذات والعزلة والاكنتاب، أو نحو إيذاء الآخرين، أشخاصاً كانوا أو مؤسسات ودوائر حكومية، حيث الميل إلى التخريب المادي المباشر مثل التعدي على الممتلكات العامة والخاصة، أو التخريب النفسي غير المباشر مثل الإضراب عن العمل ووضع العراقيل أمام أداء الآخرين لأعمالهم وغيرها من أعمال متنوعة تنتج عن التأثير بالشائعات.

● كما أن الشائعات التي انتشرت عبر وسائل الإعلام هدفت إلي تدني معنويات المواطنين، وبناء حواجز نفسية تحجب انتشار الحقيقة فيحدث نوع من البلبلة في التعرف على الحقائق وربما يصعب تصديقها.

وقد أدى انتشار الشائعات عبر وسائل الإعلام في مصر خلال الفترة التي أعقبت ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ إلى مجموعة من النتائج السلبية يأتي على رأسها:

● عرقلة إمكانية خلق جسد سياسي متناغم الأطراف، تعمل أجزاؤه بتعاون وتكامل.

● فتحت الأبواب على مصراعيها أمام الفتنة وانتشار الفوضى فضلاً عن بث ثقافة التخوين والاتهامات المتبادلة بين عناصر الشعب المختلفة، الأمر الذي دفع كثير من المواطنين إلى التحرك في اتجاهات سلبية لا تصب في مصلحة الوطن.

ولعل وجه الخطورة في هذه الشائعات أنها تؤسس لحالة من عدم الاستقرار في الوقت الذي تحتاج فيه مصر لتكثيف الجهود والتكامل من أجل الخروج من الأزمة الطاحنة.

كما أسهمت وسائل الإعلام من خلال الشائعات التي نشرتها في زيادة حدة الخلافات الداخلية، وأسهمت في تغذية العنف في المجتمع، كما أسهمت في خلق مواقف سلبية لدى أطراف المجتمع تحول دون تقاربها.

وأوضح من التحليل العام لنتائج الدراسة أن كماً كبيراً من المواد التي جرى تصنيفها كشائعات استندت إلى مصادر خاصة، ويمكن الإشكالية أن هذه المواد افتقرت إلى دلائل ووثائق تثبت مصداقيتها، فحين يكون الحديث عن قضايا تمس المجتمع وبنائه ليس مدعماً بالوثائق ويكون الذي قدم المعلومات شخصاً مجهولاً لا يمكن التثبت من مصداقيته، عندئذٍ تنثور الشكوك حول الخبر والوسيلة التي نشرته، الأمر الذي يحول دور الإعلام إلى عامل سلبي في المجتمع.

### التوصيات

ولما كانت نتائج الدراسة قد توصلت إلى إن أهم أسباب انتشار الشائعات هو غموض تطورات الأحداث، ونقص في المعلومات، أو الاعتماد على قدر قليل من الحقائق، لذا فإن الدراسة توصي بما يلي:

١- فتح قنوات اتصال مستمرة بين كافة الجهات والجمهور المتصل بها، وتوفير وإتاحة كل المعلومات بشفافية وحيادية حتى لا يستغل مروجو الإشاعات هذا التعيم الإعلامي بإطلاق وترويج الشائعات الهدامة.

٢- مناشدة الحكومة وكبار المسؤولين سرعة عرض الحقائق على المواطنين والإفصاح عن كافة تفاصيلها، وجهود المسؤولين لمواجهة المواقف والأزمات بما يعاون على إيجاد مناخ من الشفافية ووضوح الرؤية لدى الرأي العام.

٣- ضرورة تعيين متحدث رسمي لجميع الوزارات والجهات الرسمية، مع الحرص على الدقة والسرعة في الرد على كل الموضوعات والأحداث المثارة والتي تتناولها الشائعات، وأن تحوي خطاباً إعلامياً رسمياً يدحض تلك الشائعات ويحد من انتشارها وتأثيراتها السلبية، وذلك في إطار التصدي لها ولكل ردود الأفعال السلبية لدى المواطنين.

٤- تفعيل أداء المختصين عن الصفحات الإلكترونية والمواقع لكافة الوزارات والجهات الحكومية الهامة وذات النشاط المؤثر على قطاعات عريضة من المواطنين لمدائمة نشر حقائق الأمور والأحداث وإخماد الشائعات في مهدها.

٥- ضرورة التزام كافة وسائل الإعلام المقروء/ المرئي/ المسموع/ الإلكتروني بمراعاة الدقة والموضوعية في نقل وإذاعة الأخبار وتطورات الأحداث مع التدقيق والوقوف على قوة ومصداقية مصدرها.

- ٦- سرعة إعداد ميثاق شرف إعلامي بمعرفة خبراء الإعلام والمختصين في كافة المجالات المتعلقة بالإعلام بما يضمن ويعاون على تحقيق الحيادة والموضوعية والدقة في عرض الأحداث على الرأي العام، مع بيان العقوبات المناسبة للمخالفين.
- ٧- أهمية إضطلاع نقابة الصحفيين والمجلس الأعلى للصحافة بدورها في متابعة مدى التزام أعضائها بالمهنية وميثاق الشرف الصحفي مع مساءلة المخالفين.

## مراجع الدراسة:

- <sup>١</sup>- Henry B. Dunn & Charlotte A. Allen: Rumors, Urban Legends and Interest Hoaxes. *Paper presented to the Annual Meeting of The Association of Collegiate Marketing*, August 1-3, 2005, P: 87.
- ٢- خالد صلاح الدين: اتجاهات الرأي العام المصري نحو ثنائية الإعلام والشائعات في إطار التحليل الاجتماعي لمحددات الوعي الإعلامي، *المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر "الإعلام بين الحرية والمسؤولية"* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو ٢٠٠٨) ص: ١٣٩.
- <sup>٣</sup>موسى إبراهيم: الشائعات. دراسة وتحليل، *متاح على الشبكة الدولية للمعلومات على الرابط التالي:*  
<http://www.odabasham.net/show.php?sid=39560>
- <sup>٤</sup>خالد صلاح الدين: مرجع سابق، ص: ١٣٩٠.
- <sup>٥</sup>خالد صلاح الدين: مرجع سابق، ص: ١٣٩٣.
- <sup>٦</sup>- Stefeu Weber: Media and the Construction of Reality, 2002, PP: 6-7, *available online at:*  
<http://www.mediamannual.at/en/pdf/wber-etran.pdf>
- <sup>٧</sup>خالد صلاح: مرجع سابق، ص: ١٣٩٣.
- <sup>٨</sup>خالد صلاح الدين: مرجع سابق، ص: ١٤٠٢.
- <sup>٩</sup>إبراهيم مدكور: معجم العلوم الاجتماعية (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٥) ص: ٥٣٨.
- <sup>١٠</sup>محمد عقلة: النظام الأخلاقي في الإسلام (عمان -الأردن: مكتبة الرسالة الحديثة، ١٩٨٦) ص: ١١٢.
- <sup>١١</sup>محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام (القاهرة: مكتبة الخانجي للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٨٣) ص: ٢٧.
- <sup>١٢</sup>محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣) ص: ٤٨.
- <sup>١٣</sup>سيد عثمان: علم النفس الاجتماعي التربوي، الجزء الأول: التطبيع الاجتماعي (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٥) ص: ١٧.
- <sup>١٤</sup>سيد عثمان: المسؤولية الاجتماعية. دراسة نفسية اجتماعية (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٣) ص: ١٥-١٦.
- <sup>١٥</sup>زايد بن عجير الحارثي: المسؤولية الشخصية الاجتماعية لدى عينة من الشباب السعودي بالمنطقة الغربية وعلاقتها ببعض المتغيرات، *مجلة مركز البحوث التربوية*، السنة الرابعة، العدد السابع (جامعة قطر: ١٩٩٥) ص: ٩٩.
- <sup>١٦</sup>حصه أحمد الغزالي: المسؤولية والجزاء في الكتاب والسنة، *حولية كلية أصول الدين بالقاهرة*، العدد ١٧، المجلد الثاني، جامعة الأزهر، ٢٠٠٠، ص: ٥١٨.
- <sup>١٧</sup>ميسون محمد عبد القادر مشرف: التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة، *بحث تكميلى لدرجة الماجستير* (الجامعة الإسلامية بغزة: كلية التربية، قسم علم النفس) ص: ١١١.
- <sup>١٨</sup>حسن علي محمد: نظريات الاتصال (القاهرة: دار البيان، ٢٠٠٢) ص: ٢٤٣.
- <sup>١٩</sup>صبري محمد خليل: فلسفة الإعلام. مفاهيمها وقضاياها، *متاح على شبكة الانترنت في الموقع التالي:*  
<http://www.sudanile.com/2008-05-19-17-39-36/252-2009-09-06-09-34-16/28489-2011-06-05-19-14-08.html> (تم الدخول بتاريخ: ٨ أكتوبر ٢٠١١)
- <sup>٢٠</sup>حسن عماد مكاوي: أخلاقيات العمل الإعلامي. دراسة مقارنة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٤) ص: ١٤٢.
- <sup>٢١</sup>- Fred Seaton Siebert, Theodore Peterson & Wilbur Schramm; *Four theories of the press: the authoritarian, libertarian, social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do* (Urbana and Chicago: university or Illinois Press, 1963) PP: 39-73.
- <sup>٢٢</sup>محمد سيد محمد: مرجع سابق، ص: ٢٨.

- <sup>٢٣</sup>- حازم أنور محمد البنا: أخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصري، *المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر "الإعلام بين الحرية والمسئولية"* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو ٢٠٠٨) ص: ١٨٩.
- <sup>٢٤</sup>- أميرة سمير: التأثيرات السياسية للتقنيات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسئولية الاجتماعية، في: *المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر "الإعلام بين الحرية والمسئولية" الجزء الأول* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١-٣ يوليو ٢٠٠٨) ص: ١٣٤.
- <sup>٢٥</sup>- CA: Erick P. Bucy; *Living in the Information age: A New Media Reader*, 2<sup>nd</sup> ed. (Belmont-Wadsworth/Thomson Learning, 2005) P: 289.
- <sup>٢٦</sup>- Denis McQuail; *Mass Communication Theory*, 4<sup>th</sup> ed. (London: Sage Publication, 2000) PP: 149--150.
- <sup>٢٧</sup>- Janet E. Ramsey & Ronald D. Smith: *Media Writing: Print, Broadcast, and W. Richard Whitaker-Public Relations* (London: Longman Inc., 2000) P: 11.
- <sup>٢٨</sup>- Deni Elliott; *Responsible Journalism* (Beverly Hills: Sage Publication Inc., 1986) PP: 101-106.
- <sup>٢٩</sup>- Jane Singer: Temperance and Transparency, pp: 2-8. *Available Online At:* <http://www.mediaethicsmagazine.com/media/paper655/news/2004/04/04/analysiscommentary/temperance.and.transperncy-688914.shtml>
- <sup>٣٠</sup>- Mary M. Cronin & James P. Mepheron: Pronouncements and Denunciations "an analysis of state press association ethics codes from the 1920s, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol.72, no.4, 1995, PP: 890-901.
- <sup>٣١</sup>- عبد الفتاح عبد الغني الهمص، فايز كمال شلدان: الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، *مجلة سلسلة الدراسات الإنسانية*، المجلد ١٨، العدد ٢ (فلسطين - غزة: الجامعة الإسلامية، يونيو ٢٠١٠) ص ص: ١٤٥-١٧٤.
- <sup>٣٢</sup>- خالد صلاح الدين: مرجع سابق، ص ص: ١٣٨٩-١٤٦٣.
- <sup>٣٣</sup>- خلف جمال يوسف خلف: اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الإشاعة وأثرها في التنمية السياسية في الضفة الغربية وقطاع غزة "حركتا فتح وحماس نموذجا"، *رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير* (فلسطين- نابلس: جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، ٢٠٠٨).
- <sup>٣٤</sup>- Ibrahim Al-Marashi: The Dynamics of Iraq's Media "Ethno-Sectarian Violence", *Political Islam, Public Advocacy and Globalization*, 2006.
- <sup>٣٥</sup>- Stephaney Kelly: Rumors in Iraq "A Guide to wining Hearts and Minds", *Strategic Insights*, vol.15, no.2, pp: 20-21.
- <sup>٣٦</sup>- Marci M. Roth: How Journalists See the Blogosphere", 2004, *Available Online At:* <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.121.9805&rep=rep1 &type=pdf>
- <sup>٣٧</sup>- Jia Minna: The Impact of Internet on Chinese Authoritarian Rule During SARS and Falun Gong Incidents, 2004, *Available Online at:* <http://wwwdemoc.uci.edu>
- <sup>٣٨</sup>- Dominic Lasorsa: News Media Perpetuate few Rumors about 9/11 Crisis, *Newspaper Research Journal*, vol.24, no.1, 2003, pp: 10-21.
- <sup>٣٩</sup>- Liming Chen: Rumors Control on the Internet "Are Public Relations Ready For Dealing With Rumors On The Internet", 2003, *Available Online at:* <http://parteners.nytimes.com/liberery/tec>
- <sup>٤٠</sup>- Robert L. Stephenson: The Influence of News Coverage on Gulf War Syndrome, *Association for education in journalism and mass communication meeting in Miami*, August 5-6, 2002.
- <sup>٤١</sup>- Vandana Singhvi: Investor Sentiment; its measurement and Dimensions, *Journal of Media Economics*, vol.5, No.2, 2001, PP: 60-74.
- <sup>٤٢</sup>- Pamela Donovan: Crime Legends in old and new Media, *Dissertation Abstracts International*, vol. 61-12A, no. AA19997086, 2001, p: 4951.
- <sup>٤٣</sup>- Leon D. Edwards: Ethics and Press Coverage of A third-rate Burglary and a Tawdry Sex Scandal: A Content analysis of coverage of the Watergate and Lewinsky Scandals in "the New York Times". "Washington Post" and "Times" magazine, 2001.
- <sup>٤٤</sup>- Bernard G. Hagerty: War and Rumors of war, *Available Online at:* [http://panel\\_study/retrospective\\_analysis/Greate\\_Britain/intercries/pdf](http://panel_study/retrospective_analysis/Greate_Britain/intercries/pdf)
- <sup>٤٥</sup>- N J Kapferer: A Mass Poisoning Rumor in Europe, *Public Opinion Quarterly*, vol. 53, no. 4, P: 475.
- <sup>٤٦</sup>- عبد الرحمن بدوي: *مناهج البحث العلمي*، ط ٣ (الكويت: وكالة المطبوعات، ١٩٧٧) ص: ٤.

- <sup>٤٧</sup>- عبد الباسط محمد حسن: أصول البحث الاجتماعي، ط ١٢ (القاهرة: مكتبة وهبة، ١٩٩٨) ص: ٢١٢.
- <sup>٤٨</sup>- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط ١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠) ص: ٢٤٣.
- <sup>٤٩</sup>- عبد الباسط محمد حسن: مرجع سابق، ص: ١٨.
- <sup>٥٠</sup>\* قام بتحكيم صحيفة الإستبيان السادة :
- أ.د/ جمال النجار: أستاذ الإعلام جامعة الأزهر.
  - أ.د / محمود حسن إسماعيل . أستاذ ورئيس قسم الإعلام، جامعة عين شمس.
  - د / زكريا إبراهيم الدسوقي. أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال المساعد، جامعة عين شمس.
  - د/ ممدوح عبدالله: مدرس بكلية الإعلام، جامعة بني سويف.



**The research objectives:** This study aims to **first** recognize the most remarkable rumors that discussed in the various media tools during the 25<sup>th</sup> January revolution and the period following it, **second** recognizing the audience opinion about these rumors and its effect on the Egyptian society during crises.

**The research type:** This study is considered as a descriptive study.

**The research society:** Divided into two parts: **First** the media tools that played the major role in the rumors spreading, **Second** the Egyptian youth who are the audience of these rumors.

**The statistical sample:** Analysis are made to a sample of the published media tools, the visual media tools and internet and social media tools.

- **Journals:** the study focused on analyzing the following journals:  
El Masry El youm – El Dostoor – El Shorouq – El youm 7 – El fajr – Sout El omma.
- **TV channels:** the study focused on analyzing the following channels:  
Dream – El Mehwar – El nahar – On TV – CBC – El Hayah.

**The research results:** this research has proved that the rumors have a major role in affecting the audience and this role increases in crises times and incase of the scarcity of the dataflow, the audience uses the rumors to keep up with the evolution of the current events and the role of rumors has increased rapidly after 25<sup>th</sup> January revolution when the communications have been cut and the study also concludes that the friends and colleagues are the most common tool for this rumors spreading and incase of the existence of the communications, the social media networks represents a major source for these rumors.

## **"Rumors role in affecting the audience during crises times – Applied study on the period following 25th January revolution"**

Dr. Mohamed zain abdelrahman

Assistant Professor - Faculty of Arts - Mass Communication Dep.  
Minia University

Dr. Hala Tawfik Talahaty

Lecture Public Relations - Nahda University

### **Abstract**

This research is concerned with the rumors which are one of the most dangerous psychological techniques and its effective effect on the emotions and orientations of the targeted audiences, as it is answering lots of questions with an attitude that satisfies all the parties and all the opinions and also on the other hand achieving the targets of the plan.

The rumors are to be spread in a several times and occasions such as: in the spare time, during any serious current event, during crises times, during the harsh times and in the uncivilized societies.....etc.

The early years of the current century have witnessed a transformation from the researchers towards a dual relationship between the media and the rumor as a result of the transformation of the media tools to become a rumors source in many cases, so there is no argument that the rumors have become one of the most offensive psychological campaigns and a negative method for expressing an opinion especially during crises times which is what Egypt encountered and still encountering since the 25<sup>th</sup> of January.

The unprecedented evolution of the communication techniques has played a vital role in the rumors' spreading speed, as it can be spread through all the communication techniques (Journals – Magazines – TV Channels – social networks).

**The research problem:** The problem of the research is to observe and measure the Egyptian public opinion towards the rumors that are broadcasted in the media tools and recognizing the most remarkable rumors during the period after 25<sup>th</sup> of January, 2011.

**The research importance:** The importance of these exploration studies is represented in being one of the most important factors affecting the construction of both (awareness – perception) and recognizing one of the most dangerous techniques of expressing the opinion (Rumors) which the Egyptian society is suffering from it since the 25<sup>th</sup> January revolution.

## Copyright © EPRA 2014

---

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

### **EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg) - [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg)

Web: [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg) - [www.jpr.epra.org.eg](http://www.jpr.epra.org.eg)

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

### **Address:**

Egyptian Public Relations Association,  
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Saray, 2 Ahmed El-zayat Street.  
 And also to the Association email: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg), after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

# Journal of public relations research Middle East

**I**t is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

## **Publishing rules:**

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



Journal of Public Relations Research Middle East  
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

- Sixth issue - January / March 2015

Founder & Chairman

**Dr. Hatem Saad**

Chair of EPRA

Editor in Chief

**Prof. Dr. Aly Agwa**

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty  
of Mass Communication - Cairo University  
Chairman of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

**Prof. Dr. Mohamed Moawad**

Media Professor  
Faculty of Mass Communication – Ain Shams University

Editorial Assistants

**Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty**

Professor of Public Relations  
Misr International University

**Dr. Sadek Rabeh (Algeria)**

Associate Professor of mass communication - Emirati  
Canadian faculty - United Arab Emirates - the former dean  
of Faculty of information and Public Relations - Ajman  
University

**El-Sayed Abdel-Rahman Ali**

Senior editor - Academy of The Arabic Language  
Ph.D. candidate - Faculty of mass communication - Cairo University

Address

**Egyptian Public Relations Association**

Arab Republic of Egypt  
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jpr@epra.org.eg

## Scientific Board \*\*

JPRR.ME

**Prof. Dr. Aly Agwa** (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer**

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

**Prof. Dr. Mona Al-Hadedy** (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Yas Elbaiaty** (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information  
and Humanities, Ajman University of Science

**Prof. Dr. Enshirah el SHAL** (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University (State Doctorate in Arts and  
Humanities from France)

**Prof. Dr. Hassan Mekawy** (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Nesma Younes** (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Mohamed Moawad** (Egypt)

Media professor at Ain Shams University and dean of the Institute of High Aljazeera Media Sheroq Academy

**Prof. Dr. Samy Abd Elaziz** (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of  
Information, Cairo University

**Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned** (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

**Prof. Dr. Mahmoud Yousef** (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Samy Taya** (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

**Prof. Dr. Basyouni Hamada** (Egypt)

Professor of media and public opinion, political - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban** (Egypt)

Professor of printing press at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Hassan Aly** (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of  
Arts - Mina University

**Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael** (Egypt)

Media professor & Head of Department of Culture Media and Children at Ain Shams  
University

**Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen** (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Asun and Mass Communication, Vice President of the  
International University of Egypt

**Prof. Dr. Yasen Lasheen** (Egypt)

Professor of public relations and public opinion at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Othman Al Arabi** (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King  
Saud University

**Prof. Dr. Abden Alsharef** (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

**Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat** (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Tahseen Mansour** (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

**Prof. Dr. Mohamed Elbokhary** (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek  
national Ulugbek Beck

**Prof. Dr. Ali Kessaissia**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**Prof. Dr. Redouane BoudJema**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

\*\* Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.



# Journal



# of P R research

## Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association – Sixth issue – January / March 2015

### Researches in English:

- **Dr. Osman B. Gazzaz** – *Umm al-Qura University*  
An Exploratory KAP Survey of the Pilgrims on the Issue of Thronging Mount Arafat: Toward Developing Messages for Crowd Management 7

### Abstracts Researches in Arabic:

- **Dr. Abdelrheem Darweesh** - *Damietta University*  
Yarmouk university students' attitudes towards Egyptian drama and their degree of satisfaction about it 51
- **Dr. Mohamed Zen Abd Elrahman** - *Minia University*
- **Dr. Hala Tawfik Talahaty** – *Nahda University*  
Rumors role in affecting the audience during crises times – Applied study on the period following 25th January revolution 53
- **Dr. Merhan Mohsen Mohammed Alsayed Tantawy** - *Ajman University of science & technology*  
Corporate Communicative Strategies for reputation management via social media. Applied Study on Dubai police 55
- **Dr. Hatem Mohamed Atef** – *Egyptian Public Relations Association*  
Communication Practioner Practices of E-Public Relations in Governmental Universities: an Applied Study on Menofiya University 57
- **Hassan Niazi Alsify** – *Azhar University*  
The Adoption of Social Media by Public Relations Practioners in Saudi Government Organizations A Field Study within the framework of UTAUT 59

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical  
Information Network  
(ENSTINET)

Copyright ©2015 EPRA

[www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)