

اتجاهات الجمهور نحو الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على تنامي الأزمات الاقتصادية في مصر عقب الحرب الروسية - الأوكرانية ٢٠٢٢ م - دراسة ميدانية

أ.م.د. مجدى الداغر *

الملخص:

هدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الجمهور نحو الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على تنامي الأزمات الاقتصادية في مصر عقب الحرب الروسية - الأوكرانية ٢٠٢٢م، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي قوامها (٤٠٠) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى تعرض الجمهور المصرى للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي في مصر بشكل دائم ومكثف، وتتنوع أسباب التعرض للشائعات حيث تصدرت قلة المعلومات الصادرة عن المؤسسات المعنية بالشائعة، والتأخر في الرد، وأن منصات شبكات التواصل الاجتماعي تشارك جميعها في إنتاج ونشر الشائعات، وجاء الفيسبوك أكثر المنصات إنتاجاً ونشراً للشائعات، كما توصلت الدراسة إلى تصدر الأخبار الزائفة وشائعات الخيانة والكراهية بين طوائف المجتمع قائمة الشائعات الأكثر تداولاً في مصر عام ٢٠٢٢، كما تصدرت الشائعات الاقتصادية قائمة الأعلى على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن أزمة التدخل الروسي في أوكرانيا، والأزمة الاقتصادية تصدرت أبرز الأزمات التي يتابعها الجمهور المصرى بعد الحرب الروسية الأوكرانية، وأن قنوات الإخوان الإعلامية والمواقع المعادية للدولة المصرية في الخارج تتصدر مصادر الشائعات، وأن أسباب انتشار الشائعات يتصدرها غياب الشفافية والمصداقية في البيانات الرسمية، أن أهداف مروجي الشائعات تتمثل في التشكيك في إنجازات الدولة وما تقوم به من مشروعات وخدمات، كما تصدر ضرورة توفير المعلومات بشفافية كاملة مقترحات الجمهور لمواجهة الشائعات، وتوصى الدراسة بإفساح المجال أمام الشباب للتعبير عن آرائه في القضايا المختلفة من خلال وسائل الإعلام المختلفة، حيث يرى الباحث أن المشاركة الجماهيرية في قضايا الشأن العام يمكن أن يقلل من انتشار الشائعات في المجتمع.

الكلمات المفتاحية: الشائعات – مواقع التواصل الاجتماعي – الأزمات الاقتصادية

* أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال المساعد -كلية الآداب - جامعة المنصورة

Public attitudes towards Rumors circulating through social media and their effects on the growing economic crises in Egypt after the Russian-Ukrainian war 2022 - A field study

Dr. Magdi Eldagher *

Abstract:

The study aimed to identify public attitudes towards rumors circulating through social networks and their effects on the growing economic crises in Egypt after the Russian-Ukrainian war of 2022 and the study found that the public is exposed to rumors on social media in Egypt permanently and intensively. In addition to the diversity of the reasons for the public's interest in rumors, as the lack of information issued by the authorities and institutions concerned with the rumor, the delay in responding, and the fact that social media platforms all participate in the production and dissemination of rumors, and Facebook came as the most productive and spreading social media platform for rumors in Egypt. Fake news, rumors of betrayal and hatred among the sects of society, the list of the most circulated rumors on social media pages in 2022, and economic rumors topped the list of the highest on social media. The study recommends allowing young people to express their views on various issues through the media and various digital platforms, as the researcher believes that public participation in public affairs issues can reduce the spread of rumors in society.

Key words: Rumors , economic crises , social media

مقدمة الدراسة:

تمثل الشائعات إحدى أدوات الحرب النفسية، وهي تندرج ضمن ما يسمى بحروب "الجيل الرابع"، والذي تُعد فيه الشائعات إحدى الأساليب المهمة في تنفيذ مهامها، كما أضحت ضمن الأدوات التي تلجأ إليها الدول والمنظمات لتبرير سياستها الداخلية والخارجية في أوقات الأزمات، لذا سارعت العديد من الدول المتقدمة إلى وضع استراتيجيات لمحاربة الشائعات بأنواعها، بعد أن أدركت الخطر الحقيقي الذي من الممكن أن تلحقه الشائعات

* Assistant Professor, Department of media, Faculty of Arts, Mansoura University.

بالقطاعات الإنتاجية والأمنية لديها، حيث تأتي الشائعة على قائمة مهددات الأمن القومي، وذلك من خلال اشاعة الفوضى والدعوة إلى العنف والتمرد والتظاهر وبعث الفتن، وفي إطارها تتغير مواقف الأفراد والجماعات وسياسات الدول والنظم الحاكمة من الدعم والتأييد إلى الرفض والمقاطعة والعكس. (١)

والشائعة في مفهومها العام هي أزمة تحتاج إلى إدارة فعالة لمحاصرتها وتقويضها للتقليل من مخاطرها سياسياً واجتماعياً واقتصادياً، وهي كونهما أزمة تهدد المجتمع وتنخر قيمه وسلوكه خصوصاً في المجال الاقتصادي، وهي تزدهر في غيبة المعلومات المؤكدة وسوء الأوضاع الاقتصادية وعدم القدرة على الفصل بين الشائعة والخبر الصحيح، حيث يشهد مجال البورصة والأسواق المالية تجسداً عملياً لدور الشائعات في عملية خلق الأزمات وصناعة الصفقات وتميرير المعلومات لأهداف يرتبط بعضها بمصالح الجهات التي تطلقها، وقد تزداد خطورتها عندما تتعاطى معها وسائل الإعلام، والتي تؤثر بقوة في ظهورها وانتشارها وتأثيرها، وكذلك في إمكانية الوقاية منها، وتعقب مصدرها، ومن ثم كان من المنطقي أن يزداد دورها في تشكيل الرأي العام عبر نقل الحقائق عن الأحداث المثارة وقت الأزمات، وحال غيابها أو ضعفها تنتشر الشائعات ويلجأ الجمهور إلى مصادر بديله تتصدرها شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يصاحبها التدوين والرسائل النصية وإعادة التغريدات وإطلاق الهاشتاجات التي أصبحت أكثر حضوراً داخل الأسواق المالية العالمية .

ويتفق أساتذة الإعلام على أن قوة الشائعة تزداد في المجتمع عندما تكون هناك أهمية لخبر يحقق رغبات الناس أو يرتبط بمصالحهم، أو ترقب شحنة من الأمان والأمال التي تعبر عن الرغبات التي يأمل الفرد حدوثها ويعجز عن تحقيقها، حيث يبحث الإنسان عن الحقيقة وسط حالة الغموض والسرية للأحداث المثارة حوله، فيكون البديل الأسرع هو اللجوء إلى منصات التواصل الاجتماعي التي تسمح بإنتاج المعلومة ونشرها ومشاركتها مع الغير بسهولة لم تكن متاحة من قبل في وسائل الإعلام التقليدية .

وعلى الرغم من أن الشائعة لا تُعد من الظواهر الحديثة، كونها ظلت ملازمة لتطور المجتمعات وحياة الناس على مر العصور، فإنها في الوقت الراهن باتت من أخطر الأدوات التي تهدد اقتصادات الدول، وهناك من يرون أن خطرها يفوق أدوات القوة العسكرية؛ بل إن بعض الدول نجحت في استخدامها في الحروب النفسية قبل التحرك العسكري؛ وقد لا يتوقف تأثيرها عند هذا الحد، بل قد يصاحبها أزمات سياسية كبيرة خاصة في ظل التحولات التي يشهدها العالم منذ أحداث سبتمبر ٢٠٠١م، مروراً بثورات الربيع العربي ٢٠١١م، وأزمة جائحة كورونا ٢٠١٩م، ثم الحرب على أوكرانيا ٢٠٢٢م والأزمات الاقتصادية المصاحبة

لها. (٢)

وعلى هذا باتت وسائل التواصل الاجتماعي تمثل أهم الأدوات التي يتم توظيفها في بث الشائعات والتي يمكن أن تؤثر على اقتصادات دول كبرى أكثر تقدماً، مثل الشائعات التي يتم إطلاقها حول شركات عابرة للقارات فتؤدي إلى تدهور أسهمها في البورصة العالمية، أو من خلال نقل أخبار كاذبة عن منتج لدولة بعينها فتتوقف صادراتها للخارج، أو بث معلومات سرية لإثارة الفتن بين الدول فيكون إعلان الحرب بينهما، ومن ثم فإن من يمتلك آليات توظيف وسائل التواصل الاجتماعي يصبح أكثر قدرة على تحقيق أهدافه والتأثير في سلوك واتجاهات الرأي العام. (٣)

ومن هنا تأتي أهمية دراسة الشائعات الاقتصادية في البيئة الرقمية من كونها أصبحت تعمل في إطار منصات الإعلام الجديد وتتداخل في كافة الجوانب الحياتية على المستوى المحلي والدولي، وهي تنتشر بسرعة كبيرة لا سيما في أوقات الأزمات بأنواعها، ويأتي دورها المهم في التأثير على اتجاهات الناس اهتماماتهم، وهي باتفاق أساتذة الإعلام أصبحت إحدى أدوات تشكيل الرأي العام نحو القضايا والأحداث المختلفة، وذلك نظراً لما تتميز به الشبكات الاجتماعية من قدرة الوصول إلى أبعد مدى وتحقيق التفاعلية النشطة، بل أصبحت تقوم بدور فاعل في تشكيل رأي عام دولي موحد تجاه قضايا بعينها نتيجة التفاعل بين مستخدميها الذين ينتمون إلى ثقافات مختلفة، كما الحال في الأزمة الروسية الأوكرانية الحالية وتفاعل الملايين من دول العالم ضد الحرب في أوكرانيا. (٤)

وفي إطار ذلك لم يُعد إنتاج المعلومات حكراً على جهة معينة، أو شخص يمتنهن صناعة الإعلام ويمتلك أدوات وفنون الكتابة بأشكالها المختلفة، بل أصبح بإمكان من يمتلك بعض مهارات التقنية ولو بسيطة أن يكون منتجاً وناشراً للمعلومات بأنواعها، بل وتبادلها مع الآخرين، ومن ثم تأتي الصعوبة في التمييز بين الحقيقي والشائعة، وخاصة المعلومات التي ترتبط بالأحوال المعيشية للأفراد، حيث تأتي الشائعات الاقتصادية أكثر أنماط المعلومات المغلوطة رواجاً في العالم في أوقات الأزمات والحروب والصراعات وغيرها. (٥)

لقد أوجدت الحرب الروسية على أوكرانيا ٢٠٢٢م أزمات اقتصادية عالمية أدت إلى ارتفاع أسعار الغذاء العالمي وزيادة كبيرة في تضخم أسعار المواد الغذائية في معظم دول العالم، وزيادة فواتير الواردات الغذائية، والضغط على الموازين التجارية واحتياطات النقد الأجنبي في البلدان ذات الدخل المحدود ومن بينها مصر.

وتواجه مصر عقب الحرب الروسية فى أوكرانيا كما كبيراً من الشائعات يرتبط غالبيتها بأزمات اقتصادية نتيجة ارتفاع معدلات البطالة وتوقف حركة السياحة، وقلّة الصادرات وتحويّلات المصريين فى الخارج، وكانت الحرب سبباً فى ارتفاع سعر صرف النقد الأجنبي، وزيادة أسعار المواد الغذائية وموارد الطاقة وأسعار الفائدة، يقابلها زيادة التضخم وتعويم العملة المحلية، وهو ما أثر على الناتج القومى والمستوى المعيشى للأفراد، كما أدت إلى تغيير أنماط التجارة والإنتاج والاستهلاك بطرق يمكن أن تُبقي الأسعار عند مستويات مرتفعة تاريخياً حتى نهاية عام ٢٠٢٤. وقد دفع التراجع الكبير فى الاحتياطى الأجنبي المصرى الحكومة إلى تسريع إجراءات الحصول على قرض من صندوق النقد الدولى، وبيع عدد من الأصول نتيجة عدم قدرة الحكومة جذب تمويلات جديدة داخل السوق المصرى. (٦)

ويعتقد الباحث أن الشائعات زادت من سوء الأوضاع الاقتصادية فى مصر، بالإضافة إلى تنوع مصادرها وأشكالها، حيث جاءت الحرب الروسية الأوكرانية ضمن الأزمات العالمية التى خلفت وراءها العديد من المشكلات الاقتصادية، وخاصة فى نقص السلع والمواد الغذائية وموارد الطاقة، صاحبها المزيد من الشائعات التى تستهدف نشر الفوضى وإثارة الرأى العام والتشكيك فى قدرة الدولة على تجاوز الأزمة بكل أبعادها، ومن هنا تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعى وتأثيراتها على تنامى الأزمات الاقتصادية فى مصر عقب إعلان الحرب الروسية على أوكرانيا.

مشكلة الدراسة :

شهدت وسائل الإعلام فى السنوات الأخيرة تغييرات جذرية وتأثيرات نوعية أحدثتها شبكة الإنترنت بأدواتها ومنصاتنا المختلفة، والتي مكنتها من إحداث تغيير فى المشهد الإعلامى الخاص بإدارة الأزمات، نظراً لما تتمتع به من مزايا تؤهلها للقيادة والتوجيه والتأثير فى الرأى العام، حيث أظهرت الأزمات المحلية والدولية الأخيرة حضوراً بارزاً ومؤثراً لشبكات التواصل الاجتماعى، وكانت مدخلاً فى حل واحتواء العديد من الأزمات قبل تفجرها على نطاق واسع، كما الحال فى تعامل الحكومة المصرية مع جائحة كورونا.

ووفقاً لاستطلاع رأى قامت به منظمة الصليب الأحمر بمشاركة مؤسسات بحثية بالولايات المتحدة والذى خلص إلى نتائج تؤكد أهمية الدور الذى تؤديه شبكات التواصل الاجتماعى فى الاستجابة لحالات الأزمات والطوارئ، حيث أظهر الاستطلاع أن نحو (٧٥%) من المشاركين استخدموا تلك الشبكات فى أوقات الأزمات، وهو ما يسهم فى توفير

قنوات اتصال مع الجهات المعنية بالأزمة للحد من مخاطرها، كما يشير الاستطلاع إلى أن الأزمات الاقتصادية لا يمكن معالجتها إعلامياً من خلال استضافة الخبراء والمسؤولين في الشأن الاقتصادي فقط، وإنما يتطلب الأمر مشاركة المواطنين عبر صفحاتهم ومنصاتهم المختلفة في استكشاف الأسباب وطرح الحلول وتبني وجهات النظر بشأن سيناريوهات المستقبل وفق المعلومات الصحيحة المتاحة.^(٧)

وعلى هذا فقد قسم "sturges" المعلومات التي يحتاج إليها الجمهور وقت الأزمات الاقتصادية إلى **معلومات إجرائية**، وهي تشمل كيفية التعامل مع الأزمة كرد فعل، والإجراءات التي ينبغي إتباعها لحماية الناس من الأضرار المتوقعة، و**معلومات تكييفية**، وهي تقوم على مساعدة الأفراد نفسياً على التعامل مع حالة القلق التي تصاحب الأزمة باعتبارها حادثة وقعت بالفعل، و**معلومات استيعابية**، وتعنى إعادة رصد واقع الأزمة وإعادة بناء السمعة داخل المؤسسة المعنية بالأزمة لحماية تواجدتها ومستقبلها مرة أخرى.^(٨)

وعلى الرغم من أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في إنتاج المعلومات بشكل كبير وظهور ما يُعرف بالمواطن الصحفي، فإن عدم توثيق الأخبار، وصعوبة التحقق من صحتها وسلامة مصادرها قد أسهم في جعل الشبكات الاجتماعية أداة فاعلة في نشر الشائعات، بل إن هذه النمط من الصحافة أصبح يقوم بدور رقابي على أداء الحكومات وكشف مظاهر الفساد في بعض القطاعات المالية والإدارية بالدولة، الأمر الذي دفع العديد من المؤسسات الحكومية تدشين مواقع وصفحات تابعة لها تقوم بالرد على الشائعات التي ترتبط بنشاطها، وهو ما أكدته التقرير الصادر عن مجلس الوزراء حول "الشائعات في مصر" خلال (٢٠٢٢-٢٠١٤م) والذي أشار إلى تعرض مصر إلى نحو (٩٠) ألف شائعة، وذكر أن نسبة الشائعات المتعلقة بالأزمة الاقتصادية بلغت ٣٩,٦٪ من إجمالي الشائعات التي تم رصدها بالتقرير، فيما جاءت نسبة الشائعات المتعلقة بوزارة التموين ٣٢,٥٪، والاقتصاد بنسبة ٣٠٪، والتضامن الاجتماعي بنسبة ١٢,٥٪، والكهرباء والطاقة بنسبة ١١,٣٪، والصحة بنسبة ٨,٧٪، والشائعات المتعلقة بوزارة الزراعة بنسبة ٢,٥٪، والأوقاف بنسبة ١,٢٪، وأخيراً وزارتي التعليم والتعليم العالي والبحث العلمي بنسبة ١,٣٪.^(٩)

ومما سبق يمكن ملاحظة أن الشائعات تتأثر بالأوضاع الاقتصادية للبلاد وتزايد نتيجة سوء الأحوال المعيشية للناس، وقد تضررت مصر شأنها شأن دول العالم بالحرب الروسية على أوكرانيا، ولم تسلم من تداعياتها على الاقتصاد المصري الذي يعاني من أزمت متلاحقة يرجعها البعض إلى الثمانينات من القرن الماضي، فيما ترجعها الحكومة

الحالية إلى ثورة يناير وجائحة كورونا والتدخل الروسي في أوكرانيا، حيث تعتبر مصر من أكثر الدول تضرراً من الحرب الروسية الأوكرانية إذ تستورد حوالى ٨٠٪ من واردتها، بإجمالى ١٢,٩ مليون طن من القمح من الدولتين^(١٠)، وفى ظل الارتفاع الكبير فى أسعار القمح نتيجة للأزمة فإن الموازنة العامة للدولة سوف تتكبد تكلفة كبيرة لتدبير احتياجات البلاد من القمح، بالإضافة إلى ارتفاع أسعار الطاقة "بتترول، غاز، فحم"، فيما يرى آخرون أن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعى كان سبباً فى تنامى الشائعات وخاصة التى تمس حياة المواطنين، وهو ما أثر على سمعة الاقتصاد المصرى نتيجة عجز الحكومة عن توفير احتياجات الناس من السلع الإستراتيجية، يقابلها عجز فى ميزان المدفوعات، وهبوط معدل النمو الاقتصادى، وانخفاض حجم الاحتياطى الأجنبى بالبنك المركزى، وخسائر البورصة، وتراجع معدلات الناتج القومى، وارتفاع نسبة البطالة وغيرها، حيث كانت الشائعات واحدة من الوسائل التى ساهمت فى تنامى الأزمات الاقتصادية فى مصر عقب الغزو الروسى لأوكرانيا فبراير ٢٠٢٢م.

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة فى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو الشائعات المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعى وتأثيراتها على الأزمات الاقتصادية فى مصر عقب الحرب الروسية الأوكرانية، والدور المستقبلى لتطبيقات التواصل الاجتماعى فى التصدي لهذه الظاهرة، التى تزايدت مع تنامى التطبيقات الاتصالية الحديثة، وذلك عكس ما كان يتوقعه خبراء وأساتذة الإعلام من انحسارها والقضاء عليها، وذلك فى إطار علمى يستهدف الوصول إلى تصور جديد يساهم فى معالجة الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعى فى أوقات الأزمات، وخاصة الأزمات الاقتصادية والشائعات المصاحبة لها .

أهمية الدراسة:

بالرجوع إلى الدراسات والبحوث السابقة، قياساً بالفترة الزمنية التى سوف تناولتها هذه الدراسة، والمتمثلة فى فترة الحرب الروسية الأوكرانية التى ازدادت خلالها الأزمات الاقتصادية فى العالم تكمن أهمية الدراسة.

ومن هنا تستمد الدراسة أهميتها من الآتى :

- الاهتمام الكبير الذى توليه القيادة السياسية المصرية ممثلة فى رئيس الجمهورية ورئيس الحكومة برصد الشائعات المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعى والتحقق منها مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء الذى تكمن مهمته الرئيسية فى رصد الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعى والرد عليها .

- تصدر الحرب الروسية الأوكرانية مشهد الصراع الدولي والتي خلفت وراءها الكثير من التداعيات على الوضع العسكري والسياسي لمعظم البلدان العربية كان أبرزها الأزمات الاقتصادية وتحديداً أزمة الغذاء التي أصابت عدد كبير من دول العالم من بينها مصر .
- الإنتشار السريع للشائعات على شبكات التواصل الإجتماعى باعتبارها مجالاً عاماً وساحة للحوار والنقاش حول الموضوعات ذات الاهتمامات المشتركة وخاصة تلك التي تتعلق بالحياة المعيشية للمواطنين .
- تعدد الصفحات والحسابات الوهمية التي تذخر بالشائعات بكل أنواعها، والتي أضرت بمسارات الاقتصاد المصرى منذ ثورة يناير ٢٠١١م وأثرت سلباً على صورة مصر لدى المؤسسات المالية الاقليمية والدولية .
- تسليط الضوء على الشائعات في المواقع الإلكترونية والتي تُعدّ أهم أشكال الإعلام الجديد ودورها الكبير فى تزويد الجمهور بالأخبار باعتبارها الوسيلة الأسرع فى نقل الخبر و تتنافس في ما بينها لنشر المزيد من الشائعات.
- تكتسب شبكات التواصل الإجتماعى أهمية خاصة باعتبارها تنتمى إلى صحافة المواطن أو "إعلام العولمة" الذي لا يلتزم بالحدود الوطنية للدول ويتسم بالتفاعلية والتواصل المباشر مع الغير، وهذا ما جعل هذا النمط من الإعلام أكثر تأثيراً في سلوك الأفراد، وفي تكوين اتجاهاتهم، وتشكيل أفكارهم وغيرها .
- تزايد الاهتمام بالأزمات الاقتصادية من قبل المنظمات والمؤسسات الدولية عقب الحرب الروسية الأوكرانية، الأمر الذى دفع الباحث إلى دراسة الظاهرة ببعدها الاقتصادى باعتبارها مهدداً للأمن الغذائى العالمى.
- حاجة المكتبة العربية إلى دراسات علمية جادة تتناول أبعاد الدور الذى تقوم به شبكات التواصل فى إدارة الأزمات الاقتصادية فى أوقات الحروب والصراعات الدولية وعلاقة ذلك بتنامى الشائعات خلالها .
- تكتسب الدراسة أهميتها من خلال النتائج التى سوف تتوصل إليها والتي تعرض لطبيعة اتجاهات الجمهور المصرى نحو الشائعات على شبكات التواصل الإجتماعى كونها شبكات إعلامية حديثة لها دور كبير فى صناعة الشائعات المؤثرة على اقتصادات الدول من ناحية، وامتلاك آليات الرد عليها من ناحية أخرى .
- يأمل الباحث أن تكون هذه الدراسة تمهيداً لإجراء العدد من الدراسات التي تتناول موضوعات مماثلة بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي للمكتبة العربية، لذا تسعى

الدراسة أن تكون باكورة الدراسات والبحوث المتخصصة في إعلام الأزمات، التي تتناول الشائعات الاقتصادية على شبكات التواصل كأحد متغيراتها .

أهداف الدراسة :

يكمن الهدف الرئيسي للدراسة في محاولتها" التعرف على اتجاهات الجمهور المصرى نحو الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الإجتماعى وتأثيراتها على الأزمات الاقتصادية فى مصر أثناء الحرب الروسية الأوكرانية"، ومن الهدف الرئيس تأتى مجموعة الأهداف الفرعية والتي ترتبط ارتباطاً مباشراً بموضوع الدراسة وهى:

- ١- التعرف على مدى اهتمام الجمهور المصرى بالشائعات على شبكات التواصل الإجتماعى.
- ٢- الكشف عن الأسباب التي تؤدي إلى انتشار الشائعات على شبكات التواصل وقت الأزمات.
- ٣- توضيح أهداف الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الإجتماعى.
- ٤- معرفة الأزمات الاقتصادية الدولية والمحلية التي صاحبت حرب أوكرانيا ٢٠٢٢ على شبكات التواصل.
- ٥- رصد أشكال التفاعل مع الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الإجتماعى.
- ٦- الوقوف على مخاطر الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الإجتماعى.
- ٧- التعرف على اتجاهات الجمهور نحو الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل.
- ٨- تحليل واقع الأداء الحكومى فى الرد على الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية فى مصر.
- ٩- التعرف على مقترحات الجمهور نحو آليات مواجهه الشائعات الاقتصادية المتداولة فى مصر.

تساؤلات الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيسى الآتى "ما اتجاهات الجمهور المصرى نحو الشائعات المتداولة على شبكات التواصل الإجتماعى وتأثيراتها على الأزمات

الاقتصادية فى مصر أثناء الحرب الروسية الأوكرانية"، وينبثق من هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية التالية :

- ١- ما مدى اهتمام الجمهور المصرى بالشائعات على شبكات التواصل الإجتماعى؟
- ٢- ما الأسباب التى تؤدى إلى انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعى؟
- ٣- ما أنواع الشائعات الأكثر تداولاً على شبكات التواصل الاجتماعى وقت الأزمات؟
- ٤- ما الأزمات الاقتصادية الدولية والمحلية التى صاحبت حرب أوكرانيا ٢٠٢٢ على شبكات التواصل؟
- ٥- ما أهداف الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى؟
- ٦- ما أشكال تفاعل الجمهور مع الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى؟
- ٧- ما دور الشائعات فى صناعة الأزمات الاقتصادية المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعى؟
- ٨- ما مدى مصداقية الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل لدى الجمهور؟
- ٩- ما المخاطر الناتجة عن الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى؟
- ١٠- ما اتجاهات الجمهور نحو الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى؟
- ١١- ما تقييم الجمهور للأداء الحكومى فى الرد على الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية فى مصر؟
- ١٢- ما مقترحات الجمهور نحو مواجهه الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية فى مصر؟

فروض الدراسة :

الفرض الأول : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور المصرى للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعى وبين اتجاهاتهم نحو الأزمات الاقتصادية المصاحبة لها.

الفرض الثانى : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الجمهور بمتابعة الشائعات المتعلقة بالأزمات الاقتصادية وبين مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعى على اتجاهاتهم نحوها .

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلومات عن الأزمات الاقتصادية وبين اتجاهاتهم نحو الشائعات المصاحبة لها.

الفرض الرابع : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة وعيهم وتأثرهم تفاعلهم مع الشائعات التي تتناول الأوضاع الاقتصادية في مصر عقب الحرب الروسية الأوكرانية.

مصطلحات ومفاهيم الدراسة :

- **الشائعة:** هي "ترويج لخبر غير صحيح، وقد يقوم على المبالغة أو التهويل أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح بهدف التأثير النفسي على المتلقي"^(١١) والشائعة إجرائياً "خبر يتم نشره على شبكات التواصل الاجتماعي دون التأكد من صحته عن الأوضاع الاقتصادية في مصر، وهو غالباً خبراً يتسم بالغموض أو المبالغة والتهويل في سرده للتأثير على الجمهور وجذب انتباههم اليه، وإثارة القلق بين الناس .

- **الأزمة :** هي "موقف ينتج عن تغيرات بيئية مولدة للأزمات ويتضمن قدرًا من الخطورة والتهديد وضيق الوقت والمفاجأة ويتطلب إدارته استخدام أساليب وحلول مبتكرة وسريعة لتفادي تكراره في المستقبل".^(١٢)

- **الأزمة الاقتصادية :** تأتي نتيجة وجود خلل بين العرض والطلب، وعلى مستوى الدول تأتي الأزمة الاقتصادية نتيجة لتداعيات سلبية في الهيكلة الاقتصادية للدولة، ومن مظاهرها انخفاض الإنتاج، وإفلاس الشركات، وقلة دخل الفرد، وارتفاع معدلات البطالة، وانهيار في سوق الأسهم، وأزمة العملة، وتراجع الناتج القومي للدولة، ومن أشهر الأزمات الاقتصادية والمالية العالمية "انهيار البورصة عام ١٩٢٩، وأزمة نفط أوبك عام ١٩٧٣، والأزمة المالية العالمية عامي ٢٠٠٧-٢٠٠٨م، والأزمة الروسية الأوكرانية في ٢٤ فبراير ٢٠٢٢م".^(١٣)

- **شبكات التواصل الاجتماعي:** هي منصات خدمية مجانية يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين، وهي تستهدف البحث عن تكوين صداقات في دول العالم.

حدود الدراسة :

وهي تتمثل في الحدود الموضوعية والبشرية والمكانية والزمنية وتأتي على النحو

التالي :

- **الحد الموضوعي:** حيث اقتصر موضوع الدراسة على معرفة مدى تأثير الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الإجتماعي على تنامي الأزمات الاقتصادية في مصر واتجاهات الجمهور نحوها عقب الحرب الروسية الأوكرانية ٢٠٢٢م ..
- **الحد البشري:** حيث اقتصرت هذه الدراسة على الجمهور المصري المتابع للشائعات المرتبطة بالأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي، وهم الذين يتفاعلون بشكل مكثف مع الأوضاع الاقتصادية في مصر، وعددهم (٤٠٠) مفردة .
- **الحد المكاني:** حيث اقتصرت هذه الدراسة على أربعة مناطق جغرافية هي: "القاهرة، المنصورة، الاسكندرية، سوهاج"، هي عينة ممثلة للمكان، وهي الأقرب للتمثيل الجغرافي في مصر .
- **الحد الزمني:** اقتصرت هذه الدراسة على فترة زمنية محددة امتدت من ٢٠٢٢/٢/٢٥م وهو اليوم التالي للتدخل الروسي في أوكرانيا، حتى ٢٠٢٣/٢/٢٤م، فيما جاءت المدة الزمنية لجمع بيانات الدراسة وتفرغها خلال شهر فبراير، وذلك بين (٢ - ٢٨ فبراير ٢٠٢٣)، وهو (المدى الزمني لتوزيع الاستبيان وتفرغها).

الإطار النظري للدراسة :

أولاً : الدراسات والبحوث السابقة :

من خلال مراجعته التراث العلمي لموضوع الدراسة تبين للباحث عدم وجود دراسات سابقة تناولت المعالجة الإعلامية للأزمات الاقتصادية المصاحبة للحرب الروسية الأوكرانية، بينما جاءت غالبية الدراسات السابقة أكثر تركيزاً على الإعلام والشائعات والقضايا الاقتصادية، والتي يمكن عرضها في التالي:

المحور الأول : دراسات وبحوث تناولت المعالجة الإعلامية للأزمات الاقتصادية :

دراسة **تيسير يحيى الصديق (٢٠٢٣)**^(١٤) والتي هدفت إلى التعرف على أساليب توظيف الصحافة المتخصصة في معالجة الأزمات الاقتصادية في السودان، ورصدت الدراسة الدور الاستراتيجي للصحافة المتخصصة في دفع حركة الاقتصاد نحو التنمية الشاملة ومعالجة الأزمات التي تصاحبها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة تحليل المضمون للموضوعات والأخبار المنشورة بالصحف السودانية، وتوصلت النتائج إلى أن الصحف المتخصصة حيث تمتلك القدرة على شرح وتفسير الموضوعات وعرض الحقائق المتعلقة بالأزمة بكل أبعادها.

و**دراسة سماح المحمدى (٢٠٢٢)**^(١٥) التي هدفت إلى رصد وتحليل تأثير متابعة الجمهور المصري للمعالجات الصحفية للقرارات الاقتصادية الأخيرة التي أصدرتها الحكومة في إطار

الأزمة الأوكرانية الروسية علي حالة المزاج العام لدى المصريين، وذلك من خلال دراسة تحليلية علي عينة من التقارير الإخبارية بلغت (٧٦٣) و المنشورة بعشرة مواقع الكترونية مصرية، بالإضافة لدراسة ميدانية علي عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من متابعي الأخبار الاقتصادية، وتوصلت النتائج إلى ارتفاع معدل متابعة الجمهور للأخبار الاقتصادية، وأن صدور القرارات الاقتصادية خلال الأزمة الروسية الأوكرانية زاد من معدل متابعتها بين المصريين.

و**دراسة إسراء محمد الحسيني (٢٠٢٢)^(١٦)** التي هدفت إلى تقييم تغطية المواقع الاخبارية العالمية للقضايا العلمية بالتطبيق على أزمة المناخ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة تحليل المضمون بالتطبيق على عينة من المواقع الإخبارية (CNN, RT, France24)، وتوصلت النتائج إلى تباين اهتمامات مواقع الدراسة في تغطية القضايا العلمية الدولية المتعلقة بأزمة المناخ، وجاءت قناة CNN الأعلى اهتماماً بأزمة المناخ، كما أشارت النتائج إلى أن غالبية المواد الصحفية لم تستند إلى أدلة عند عرض الموضوعات التي تتناول أزمة المناخ.

و**هدفت دراسة نورهان فتحى (٢٠٢٢)^(١٧)** إلى رصد وتحليل الأطر الخيرية التي استخدمتها المواقع الاقتصادية العالمية عند تناول وضع مصر المالي بعد قرار تعويم الجنية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة تحليل المضمون بالتطبيق على عدد من المواقع الالكترونية العالمية (BBC-RT-CNN)، وتوصلت النتائج إلى تصدر استخدام إطار النتائج الاقتصادية أطر المعالجة، يليها إطار المسؤولية الاجتماعية والمشاركة الوطنية والاهتمامات الإنسانية.

و**سعت دراسة Mark Jurkowitz (٢٠٢٠)^(١٨)** نحو التعرف على طبيعة تغطية وسائل الإعلام الأمريكية للأزمات الاقتصادية خلال رئاسة "باراك أوباما" للولايات المتحدة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة تحليل المضمون بالتطبيق على عينة من الصحف الأمريكية اليومية، وتوصلت النتائج إلى تصدر موضوعات التضخم حجم التغطية الاقتصادية، وهو ما يشير إلى أن الصحافة الأمريكية أعطت اهتمام أقل للمشكلات الاقتصادية المحلية مقارنة بالأزمات الاقتصادية التي في الصين ومنطقة الشرق الأوسط .

و**أظهرت دراسة Gillian Doyle (2020)^(١٩)** أطر المعالجة الإعلامية التي يستخدمها الصحفيون الاقتصاديون في الكشف عن الأزمات الاقتصادية بالتطبيق على فضيحة (ENRON)، وهي واحدة من أشهر حالات الإفلاس في الولايات المتحدة، وتأتى الشركة ضمن أكبر عشر شركات في إنتاج الطاقة عالمياً، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة تحليل المضمون لعينة من وسائل الإعلام الأمريكية التي تناولت الأزمة بأبعادها المختلفة،

وأظهرت النتائج عدم وجود رؤية واضحة عند تناول الموضوعات الاقتصادية، وأن الضغوط التي يعمل المحررون الاقتصاديون في ظلها تجعل اكتشافهم للأزمات الاقتصادية يأتي مصادفة .

و**دراسة حسن الهلة (٢٠١٨) (٢٠)** والتي هدفت الى التعرف على المعالجة الإعلامية للأزمة الاقتصادية في الجزائر بالتطبيق على قناة الشروق نيوز، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة تحليل المضمون لبرنامج نقاط على الحروف، وتوصلت النتائج إلى اهتمام قناة الشروق بالموضوعات الاقتصادية، وأن موضوعات الغلاء وزيادة أسعار المحروقات تصدرت الموضوعات التي تناولتها القناة.

وسلطت **دراسة فطيمة إعراب (٢٠١٨) (٢١)** الضوء على أهمية البعد الإعلامي للأزمات الاقتصادية في قطر، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة تحليل المضمون بالتطبيق على عينة من الصحف القطرية، وتوصلت النتائج إلى أهمية دور الإعلام في تغطية الأزمات الاقتصادية في تزويد الجمهور بكل جديد، كما أكدت النتائج أهمية دور الإعلام في تناول التحديات الاقتصادية في إطار معالجة متكاملة لتحقيق المصلحة العامة للمجتمع .

وهدفت **دراسة على القضاة (٢٠١٦) (٢٢)** إلى التعرف على كيفية تناول الصحف البحرينية اليومية للأزمة الاقتصادية العالمية وأثارها على الدول العربية، واعتمدت الدراسة منهج المسح وأداة تحليل المضمون بالتطبيق على عينة من الصحف البحرينية اليومية، وتوصلت النتائج إلى اهتمام الصحافة البحرينية بالأزمة الاقتصادية العالمية، وتصدرت موضوعات قطاع البنوك والأسواق المالية أولويات التغطية الإعلامية .

و**دراسة منى فرج (٢٠١٥) (٢٣)** والتي هدفت إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات الاقتصادية، والاتجاهات الدولية نحوها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قدرها ٢٠٠ مفردة، وتوصلت النتائج إلى تراجع اهتمام النخب المصرية بالبرامج الاقتصادية في التلفزيون المصري، وأن المعالجات الإعلامية للقضايا الاقتصادية جاءت ضعيفة.

أما **دراسة أماني الحسيني (٢٠١٥) (٢٤)** فقد هدفت إلى التعرف على آراء واتجاهات الجمهور ورجال الأعمال نحو أداء القنوات التلفزيونية للأزمات الاقتصادية في مصر، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة تحليل المضمون وصحيفة الاستبيان، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة دالة بين مستوى اعتماد المبحوثين واهتماماتهم بالأزمات الاقتصادية، فيما تصدرت شبكة الانترنت قائمة المصادر التي تعتمد عليها القنوات التلفزيونية كمصدر معلومات في وقت الأزمات الاقتصادية.

فيما كشفت دراسة بسنت عطية (٢٠١٤)^(٢٥) عن مدى اعتماد الجمهور على القنوات الموجهة باللغة العربية خلال الأزمات الاقتصادية في مصر، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وصحيفة الاستبيان بالتطبيق على ٣٠٠ مفردة، وتوصلت النتائج إلى تصدر الاستمالات المنطقية قائمة مسارات الإقناع المستخدمة في معالجة الأزمات الاقتصادية في مصر، فيما جاء التوازن في عرض القضايا لصالح القناة الروسية، وجاءت قناة BBC أكثر تحيزاً للأزمات الاقتصادية بأنواعها .

المحور الثاني : دراسات وبحوث تناولت المعالجة الإعلامية للشائعات والأخبار الزائفة :

دراسة آلاء ممدوح، ورائيا زكريا (٢٠٢٣)^(٢٦) والتي هدفت إلى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو ودورها في مكافحة الشائعات، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها (٢٠٠) مفردة، وأظهرت النتائج تعدد الموضوعات التي تناولتها صحافة الفيديو والتي ترتبط بالشائعات وتصدرت الموضوعات السياسية وموضوعات الجرائم اهتمامات صحافة الفيديو .

أما دراسة رائد حمزة، وسليم أبو حسين (٢٠٢٣)^(٢٧) فقد هدفت إلى التعرف على تأثير الشائعات المصاحبة للقاح كورونا عبر مواقع التواصل الإجتماعي على اتجاهات الناس نحوها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على ٤٠٠ مفردة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت النتائج إلى اقبال المبحوثين على تلقي اللقاح وفقاً للمعلومات المتداولة على مواقع التواصل الإجتماعي .

ودراسة نهله زكريا توفيق (٢٠٢٢)^(٢٨) والتي هدفت إلى رصد وتقييم اتجاهات المتصفحين نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات والأخبار المزيفة وتأثيرها على ثقهم بها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على ٤٠٠ مفردة، وتوصلت النتائج إلى أن اخطاء شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في الاعتماد على مصادر مجهلة والخلط بين الرأي والمعلومة .

وسعت دراسة أسماء عبد الحميد (٢٠٢٢)^(٢٩) إلى التعرف على مدى توظيف الانفوجرافيك في معالجة الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحوها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من متابعي موقع "شائعات وحقائق" التابع لمجلس الوزراء، وتوصلت النتائج إلى تصدر الانفوجرافيك الثابت بنسبة (٩٥٪)، بالإضافة إلى ضعف التفاعلية على الأشكال المنشورة عن الشائعات في تقارير مجلس الوزراء.

ودراسة خالد اسحاق (٢٠٢١)^(٣٠) التي هدفت إلى التعرف على اتجاهات الطلاب نحو انتشار الشائعات على وسائل التواصل الإجتماعى، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها (٣٥٠) مفردة من طلاب جامعة الشارقة، وتوصلت النتائج إلى تصدر الشائعات الفردية التي تطلق على شخص معين قائمة الشائعات المتداولة، يليها الشائعات التي تتعلق بالشخصيات البارزة في الدولة، والشائعات المجتمعية التي تستهدف المجتمع ككل .

وتناولت دراسة شادية الدقاوى (٢٠٢١)^(٣١) تأثير الشائعات عبر مواقع التواصل الإجتماعى على الأمن الفكرى لدى الشباب الجامعى، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها (٣٠٠) مفردة، وأظهرت النتائج تصدر الشائعات الصحية قائمة الشائعات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعى، يليها الشائعات الاجتماعية، وأكدت النتائج عدم وجود فروق دالة احصائيا بين الذكور والإناث فى تأثير الشائعات، وكذلك عدم وجود فروق بين شباب الريف والحضر فى تأثير الشائعات على الأمن الفكرى لديهم.

وهدفت دراسة شيماء زيان (٢٠٢٠)^(٣٢) الى التعرف على استراتيجيات مواجهة الشائعات على المواقع الإلكترونية الرسمية عن فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة تحليل المضمون بالتطبيق على ٣٣ شائعة تم نشرها عام ٢٠٢٠م، وتوصلت النتائج إلى أن المواقع الحكومية واجهت الشائعات من خلال التأكيد و اظهار الحقائق عبر منصاتها الإلكترونية، حيث سعت نحو توفير المعلومات الصحيحة للجمهور بكل شفافية عن فيروس كورونا .

واهتمت دراسة يسرا عبد الخالق (٢٠٢٠)^(٣٣) بالتعرف على الموضوعات والقضايا المتعلقة بالشائعات فى مواقع الصحف المصرية، واستخدمت الدراسة منهج المسح وأداة تحليل المضمون بالتطبيق على (الأهرام، الوفد، المصرى اليوم)، وتوصلت النتائج إلى تصدر أطر النتائج الإقتصادية قائمة الأطر المستخدمة فى المعالجة، كما تصدرت موضوعات غلاء الأسعار أولويات اهتمام صحف الدراسة.

وهدفت دراسة وليد فتح الله بركات (٢٠٢٠)^(٣٤) إلى رصد المعالجات الصحفية للشائعات وانعكاس ذلك على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأى العام، واستخدمت الدراسة منهج المسح وأداة تحليل المضمون بالتطبيق على موقعى الأهرام واليوم السابع، وميدانيا على عينة من الجمهور بلغت (٤٠٠) مفردة، وتوصلت النتائج إلى أن أهم أسباب انتشار الشائعات هو قلة الوعى بطرق التحقق من الأخبار والمعلومات المنشورة .

ودراسة رامي باسم حداد (٢٠٢٠)^(٣٥) والتي هدفت الى التعرف على دور وسائل الإعلام الأردنية في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين بالاتصال، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على ١٥٧ مفردة، وتوصلت النتائج إلى أن الشائعات الاجتماعية هي أكثر الشائعات المتداولة في الأردن، تليها الشائعات الاقتصادية، وأن أهم أسباب انتشار الشائعات ضعف القوانين وانخفاض الوعي بين أفراد المجتمع .

ودراسة : Siqu Li & Zongmin Li (٢٠٢٠)^(٣٦) والتي هدفت إلى التعرف على آليات انتشار الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة تحليل المضمون بالتطبيق على عينة من الشائعات التي تناولت تلوث موارد المياه بمواقع "سينا ويبو وwechat" بالإضافة إلى عينة من الجمهور قوامها ٥٥٧ مفردة، وتوصلت النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة لا يتابعون موضوعات التلوث والموضوعات الجادة بقدر اهتمامهم بالموضوعات الترفيهية والرياضية.

وسعت دراسة محمد عبد الحميد (٢٠١٩)^(٣٧) نحو التعرف على مدى اهتمام النخب بالشائعات المثارة على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على المجتمع، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها ١٠٠ مفردة من النخبة المصرية، وتوصلت النتائج إلى أن النخبة الإعلامية تهتم برصد الشائعات، كما أكدت أن شبكات التواصل الاجتماعي أدت إلى سرعة انتشار الشائعات في المجتمع.

ودراسة رباب رأفت (٢٠١٩)^(٣٨) التي سعت نحو التعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في إنتاج الشائعات في المجتمع، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها ٥٥٧ مفردة من الجمهور، وتوصلت النتائج إلى تصدر تطبيق الواتساب قائمة المنصات الأعلى إنتاجاً للشائعات الاقتصادية.

ودراسة محمد عائض (٢٠١٩)^(٣٩) والتي هدفت الى التعرف على الشائعات وأنواعها وأسلوبها والمستهدفين منها بالتطبيق على تويتر، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة تحليل المضمون لمجموعة من التغريدات بلغت (٦٢) تغريدة على حساب هيئة مكافحة الفساد، وتوصلت النتائج إلى تصدر الشائعات الاقتصادية تلتها الشائعات الاجتماعية اهتماماً بالفساد المالي والإداري في المجتمع.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض نتائج الدراسات السابقة تبين أنها جاءت متنوعة في إجراءاتها المنهجية من حيث الأهمية والأهداف، والأدوات المستخدمة في جمع البيانات واختيار مجتمع الدراسة، وإن كانت في غالبيتها اختارت فئة الجمهور العام والقليل منها تناولت النخب،

كما تنوعت كذلك في عيناتها ونتائجها حيث تراوحت بين ٣٠٠- ٤٠٠ مفردة، واعتمدت الدراسات السابقة في مضمونها على الشائعة وتأثيراتها في المجتمع، وإجرائياً استخدمت غالبية الدراسات منهج المسح الاعلامي، وجاءت أداة الإستبيان وتحليل المضمون والمقابلة أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات، حيث أجمعت غالبية الدراسات السابقة على أهمية دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر الشائعات، كما أظهرت الدراسات السابقة خطورة الشائعات على الأمن القومي، وجاءت منصة الفيسبوك وتويتر الأعلى من حيث إنتاج ونشر الشائعات، فيما تصدرت الشائعات الاقتصادية قائمة الشائعات الأكثر تداولاً على شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة ومتغيراتها، وتحديد أسئلتها وفروضها واختيار منهجها وأدواتها البحثية، وهو ما ساعد في الوصول إلى أفضل النتائج، ومن ثم تتميز الدراسة الحالية كونها تقوم بالتعرف على اتجاهات الجمهور نحو الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاس ذلك على الأزمات الاقتصادية في مصر عقب الحرب الروسية الأوكرانية فبراير ٢٠٢٢م.

ثانياً: النظريات المفسرة للدراسة :

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تشير نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى أن أفراد الجمهور يعتمدون على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام رغبة منهم في إشباع حاجاتهم وتحقيق رغباتهم وأهدافهم في إطار وجود تفاعلات تسير في اتجاهات ثلاثة بين وسائل الإعلام وأفراد الجمهور ثم النظام الاجتماعي؛ ويقصد بالاعتماد على وسائل الإعلام درجة الاعتماد على وسيلة معينة كمصدر عن القضايا المثارة، ولا يرتبط الاعتماد على وسيلة بإستخدامها، فالإستخدام يعني معدل المتابعة، بينما الاعتماد يعني درجة أهمية هذه الوسيلة للفرد كمصدر معلومات له.

وتتصدر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظريات التأثير الإعلامي في هذا النوع من الدراسات التي تقوم على رصد الشائعات والأزمات الاقتصادية، ولا شك أن هذه النظرية تقدم تفسيراً علمياً قوياً في تطبيقها على إعلام الأزمات إذ تفترض أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته المعرفية وبلورة مواقفه السلوكية في ظروف معينة، وأنه كلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور للإعلام. (٤٠)

ويتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في أن الاعتماد على وسائل الإعلام يزيد القدرة على استقبال المعلومات المطلوبة من المصادر الشخصية مع

مراعاة وفرة المعلومات المطلوبة وتقييمها ومقارنتها بالمصادر الشخصية لدى الجمهور، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام خارج مجموعاتهم. ويمكن الاستفادة من هذه النظرية في تفسير النتائج واقتراح الحلول المناسبة، وذلك في ضوء الدور الذي يمكن أن تلعبه شبكات التواصل الإجتماعى فى الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية والتأثير فى اتجاهات الجمهور نتيجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن الأوضاع الاقتصادية فى مصر وخلق مجال عام بين الفاعلين تمكنهم من إبداء آرائهم فى الموضوعات والقضايا ذات الاهتمامات المشتركة بينهم عقب الحرب الروسية الأوكرانية وتداعياتها على الاقتصاد المصرى، والتى صاحبها الكثير من الشائعات والأخبار المضللة والغموض وكانت سبباً فى خلق حالة من الفلق عن الأوضاع الاقتصادية فى مصر لدى الجمهور .

الإجراءات المنهجية للدراسة :

- نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى جملة الدراسات الوصفية التي تستهدف رصد وتحليل وتفسير خصائص مجموعة معينة أو موقف معين أو دراسة حقائق أو ظاهرة ما، للحصول على بيانات كافية عنها، بالإضافة إلى تصنيف هذه البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج منها، ومن ثم تنتمي الدراسة الحالية من حيث القياس إلى نمط البحوث الكمية التي تعنى وتهتم بالحسابات والاستدلالات المنطقية فى جميع مراحلها منذ صياغة ووضع التساؤلات والفروض إلى المرحلة النهائية التي تتمثل فى الإجابة على التساؤلات والفروض المطروحة، حيث تعنى الدراسة برصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور المصرى نحو الشائعات المتداولة على شبكات التواصل الإجتماعى وتأثيراتها على الأزمات الاقتصادية أثناء الحرب الروسية الأوكرانية ٢٠٢٢م .

- منهج الدراسة :

تعتمد الدراسة على منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً يسهم فى الحصول على معلومات عن الظاهرة محل الاهتمام، وقد تم توظيف هذا المنهج للوصول إلى إجابات وافية حول تساؤلات وفروض الدراسة واستخلاص نتائج تفسيرية ذات دلالة، وبذلك تتضمن الدراسة مسحاً لعينة عمدية من الجمهور المصرى بهدف قياس معارفه واتجاهاته نحو الشائعات المثارة على صفحات التواصل الإجتماعى وتأثيراتها على الأزمات الاقتصادية فى مصر، وهى تلك التى صاحبت الحرب الروسية على أوكرانيا ٢٠٢٢م.

أدوات جمع البيانات :

اعتمد الباحث على صحيفة الاستبيان في جمع البيانات باعتبارها الأداة المناسبة لمعرفة رؤى واتجاهات الجمهور المصري حال تعرضهم للشائعات المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرات ذلك على تنامي الأزمات الاقتصادية المصاحبة لها عقب التدخل الروسي في أوكرانيا وإعلان الحرب في فبراير ٢٠٢٢ م .

ونظراً لصعوبة الوصول للعينة المقترحة للدراسة، قام الباحث بتوزيع الإستبيان على النحو التالي (٢٦٠) مطبوع يوزع يدوياً، و(٢٠٠) الكتروني عبر "جوجل درايف" على عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ومن لديهم صفحات وحسابات على منصاتها، وبعد فرز الاستبيانات الواردة استبعد الباحث عدداً منها غير صالح علمياً، وبلغ اجمالي الصحيح (٤٠٠) موزعين كالتالي: ٢٢٠ مطبوع، و ١٨٠ الكتروني.

مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري الذي يتعرض للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي ويتابع تأثيراتها على الأوضاع الاقتصادية في مصر عقب إعلان الحرب الروسية في أوكرانيا ٢٠٢٢ م.

عينة الدراسة :

اختار الباحث أسلوب العينة العمدية باعتبارها الأنسب للدراسة الحالية، حيث يختار الباحث في هذا النوع من العينات حالات يعتقد أنها تمثل المجتمع في الجانب الذي يتناوله البحث، وبذلك طبقت الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي ويتفاعلون مع الأوضاع الاقتصادية في مصر وذلك عقب الحرب الروسية في أوكرانيا، كما تعتمد الباحث أثناء التطبيق الميداني أن تكون العينة موزعة بالتساوي ومراعاة متغير المنطقة الجغرافية من ناحية، وتباين الخصائص والسمات التي تتميز بها هذه المناطق من حيث انتشار الإنترنت وسرعته من ناحية أخرى.

خصائص عينة الدراسة :

الجدول رقم (١) يوضح الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة

عينة الدراسة (٤٠٠) مفردة			
المتغير	الخصائص	العدد	النسبة
النوع – الجنس	ذكر	٢٠٠	٥٠
	أنثى	٢٠٠	٥٠
السن - العمر	من ١٦ – ٣٠ عام	٨٧	٢١,٧٥
	من ٣١ - ٤٥ عام	٧٥	١٨,٧٥
	من ٤٦ - ٦٠ عام	١٧٠	٤٢,٥٠
	من ٦١ فأكثر	٦٨	١٧,٠
مستوى الدخل	بدون دخل	٩٦	٢٤,٠٠
	أقل من ١٠٠٠ جنية	١٤٨	٣٧,٨٠
	من ١٠٠٠ - ٢٠٠٠ جنية	١٣١	٣٢,٨٠
	من ٢٠٠٠ - ٣٠٠٠ جنية	١٩	٤,٨٠
	٣٠٠٠ فأكثر	٦	١,٥٠
الحالة الاجتماعية	متزوج / متزوجة	١٦١	٤٠,٣٠
	عازب/ عازبة	١٩٩	٤٩,٧٠
	مطلق/ أرمل	٣٠	٧,٥٠
	مخلوع	١٠	٢,٥٠
المستوى التعليمي	أمى	١٣	٣,٢٥
	متوسط	١٠٣	٢٥,٧٥
	جامعي	٢٧٧	٦٩,٧٥
	فوق الجامعي	٧	١,٧٥
المنطقة الجغرافية	مناطق ريف	٢٠٠	٥٠
	مناطق حضر	٢٠٠	٥٠

اختبار الصدق والثبات :

وتتم إجراءات الصدق والثبات وفق المحورين التاليين :

- ١- اختبار الصدق: وللتحقق من صدق الأداة قام الباحث بعرضها على مجموعة من المحكمين للتحقق من مدى صلاحيتها للتطبيق الميداني في ضوء الأهداف التي تسعى إليها وقام الباحث بناء على رأى المحكمين بإجراء بعض التعديلات لتصبح صحيفة الاستبيان في صورتها النهائية وصالحه للتطبيق الميداني.^(٤١)

٢- اختبار الثبات: ويعنى التأكد من درجة الاتساق بين المتغيرات والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة سواء من قبل الباحث أو من قبل مبحوثين آخرين في أوقات وظروف مختلفة، حيث قام الباحث بإعادة الاختبار على نحو (٤٠) مفردة بنسبة (١٠%) من حجم العينة الأصلية البالغ (٤٠٠) مفردة، ثم إعادة الاختبار بعد أسبوع من إجراء الاختبار الأول حتى يمكن تجنب عوامل التغيير، والتأكد من قدرة الأداة على القياس مهما تغيرت الظروف وباستخدام معاملات الارتباط ونسب الاتفاق كمقياس للثبات، حيث بلغت (٩٣,٠) وهى نسبة مرتفعة ومؤشر جيد على صلاحية أداة الدراسة .

الأساليب الإحصائية بالدراسة :

تم التعامل احصائياً مع بيانات الدراسة الميدانية من خلال برنامج التحليل الإحصائى (SPSS)، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (٩٣,٠) فأكثر أى عند مستوى معنوية (٠,٠٥) فأقل.

وقد تمت المعالجة من خلال عدد من الأساليب الإحصائية على النحو التالى :

١. استخراج التكرارات والنسب المئوية:
٢. المتوسط الحسابي: لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن متغيرات الدراسة.
٣. الانحراف المعياري: للتعرف على مدى الانحراف في استجابات أفراد الدراسة عن متغيرات الدراسة
٤. اختبار مربع كاي: لتحديد مدى تجانس أو تباين وجهات نظر أفراد مجتمع الدراسة
٥. استخدام معامل الارتباط بيرسون: لقياس صدق أداة الدراسة.
٦. استخدام معامل ألفا كرونباخ: لقياس ثبات أداة الدراسة.

المبحث الأول:

دور شبكات التواصل الإجتماعى فى نشر وتداول الشائعات :

تُعد الشائعة من الظواهر التي عرفتها المجتمعات البشرية منذ القدم، وهي تعتبر من أقدم الوسائل الاتصالية في التاريخ البشرى، حيث كانت وسيلة لنشر القصص والأساطير الخيالية واستهدفت إثارة الفتن وإذكاء الصراعات بين الأفراد والقبائل والشعوب آنذاك .

والشائعة هي مجرد رسالة سريعة الانتقال، الهدف منها هو إحداث بلبلة أو فوضى في المجتمع، حيث تلعب على تطلعات الناس نحو معرفة الأخبار في محاولة لإحداث التأثير المستهدف لمروجيها خاصة في أوقات الأزمات، وقد مرت الشائعة بمراحل تطور عديدة صاحبت فيها كل العصور، وتنوعت معها الأدوات والوسائل المستخدمة في نشرها وتداولها، وكانت البداية مع الحرب العالمية الأولى حيث تم استخدام الدعاية والحرب النفسية، وبلغ هذا الاستخدام ذروته مع الحرب العالمية الثانية إلى أن وصل في عصر المعلومات والاتصالات الحديثة إلى استخدام الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز في إدارة الأزمات بأنواعها. (٤٢)

وعلى الرغم من أن الشائعة هي عملية اتصالية ومظهر من مظاهر التواصل الإنساني الذي يرتبط بواقع الحياة، إلا أنها من منظور آخر نمط من أنماط التفاعل الاجتماعي، ومظهر طبيعي يحدث في كل المجتمعات تقريباً منذ القدم، ومع تطور وسائل الإتصال أخذت الشائعات أنماطاً وأشكالاً مختلفة فهي تظهر "مطبوعة ومسموعة ومرئية وتفاعلية على مواقع شبكة الإنترنت المختلفة"، وتتنافس فيما بينها في سرعة الإنتاج والانتشار بين الناس، وهي تقوم على نقل قضية يبدي حيالها الجمهور حاجة إعلامية، وعندما لا يجد الجمهور لها تفسيراً لدى وسائل الإعلام، تقوم الشائعة بإشباع الحاجات الإعلامية التي تظهر في أوساط الرأي العام، فيما تصبح الشائعة أقل حضوراً في حال وجود المعلومات المؤكدة ومسارات الشفافية، حيث تؤدي الشائعات وظيفة إعلامية في مثل هذه الظروف لما تنتجه من معلومات وأخبار للأفراد بغض النظر عن صحتها ومدى مصداقيتها، فيما تكمن الوظيفة الأساسية للشائعة في إذكاء روح ومشاعر القلق والخوف لدى الجمهور في وقت محدد، وفي حالة وجود موقف غامض وظروف مهيئة لإنتاج ونشر الشائعات في المجتمع. (٤٣)

وعلى هذا يشكل موضوع الشائعات جدلاً واسعاً بين الباحثين في العلوم الاجتماعية والإنسانية، حيث يعتقد البعض منهم أنه يتوجب على وسائل الإعلام تجاهل الشائعات حتى لا تسهم في نشرها والترويج لها، فيما يرى فريق آخر أنه يتوجب على وسائل الإعلام الرد على الشائعات بالحقائق المتاحة، وأن إخفاءها فقد يسهم أحياناً في إضفاء المزيد من الغموض حولها، ورغم أهمية وجهتى النظر السابق الإشارة إليهما إلا أن الإشكالية ما تزال قائمة،

فالشائعة تحكمها طبيعة الظروف التي توجدتها وتوقيتها وموضوعها ومدى جدوى الرد عليها من عدمه.

مراحل نمو الشائعات في المجتمع :

تمر الشائعات بمراحل عديدة قبل أن تصبح متداولة ومنتشرة بين الجمهور أهمها الأتي: (٤٤)

- **مرحلة الادراك الانتقائي:** وفيها تقوم الجهة مصدرة الشائعة بانتقاء نوعيه الخبر ومدى تأثيره في المتلقي.
- **مرحلة التوافق بين عناصر الشائعة :** وتعنى أنه كلما كان مصدر الشائعة على إدراك تام بثقافة المجتمع، كلما استطاع تحقيق الهدف من وراء إنتاجها .
- **مرحلة إطلاق الشائعة :** وتعنى توافق الشائعة مع الأفكار والقيم السائدة في المجتمع، على أن يتم بث الشائعات بين أفرادها وفقاً لأهداف محددة، وفي ظل ظروف تساعد على تطور مضمونها .

خصائص وسمات الشائعات في المجتمع:

تختلف الشائعات عن الأساليب الاتصالية الأخرى في أن الذى يحملها وينقلها هو المجتمع نفسه، فما أن تصل الشائعة إلى بعض أفراد المجتمع المستهدف حتى يقومون بإعادة إنتاجها، حيث لا يقتصر الأمر عند حد النقل فقط ؛ بل يتعدى ذلك إلى أن الشخص الذى ينقل الشائعة غالباً ما يضيف عليها معلومات جديدة، أو ربما يختزل أجزاء من تفاصيلها؛ ومن ثم يتحمل الجمهور المستهدف الجزء الأكبر من نشر الشائعة، وهو ما يساعد على سرعة انتشارها وزيادة فعاليتها وتأثيرها على المجتمع نفسه.

محددات تداول الشائعات فى المجتمع :

حتى تحقق الشائعة أهدافها يلزم إتباع شروط محددة تساهم فى تداولها منها الأتي: (٤٥)

- ١- الاهتمامات المشتركة: حيث يلزم وجود أزمة يكون عليها خلاف وجدل، تجعل الناس مهيبين لتقبل الشائعة، وخاصة فى أوقات الصراعات والتحويلات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها .
- ٢- الغموض: حيث يلزم توافر جانب من الغموض فى الشائعة حتى تنتشر بسرعة بين الناس، فهى لا تقدم معلومة مؤكدة، بل معلومة تحتاج إلى دليل ومصدر يؤكد صحتها أو نفيها .

٣- الانتشار التصاعدي: قد لا تنتقل الشائعة بشكل عشوائي بين الناس، وإنما تأخذ شكلاً متدرجاً من فرد إلى مجموعة من الأفراد لديهم اهتمامات مشتركة، ثم تتسرب الشائعة من شخص إلى آخر، ومن مجموعة إلى أخرى، مثل الشائعات التي انتشرت في المدن المصرية من أن الدجاج البرازيلي الذي استوردته الحكومة عند ارتفاع أسعار الدواجن المحلية مصاب بانفلونزا الطيور، وكذلك الشائعات التي تتعلق بغلق شركات ومصانع قطاع الأعمال العام وتسريح جميع العاملين بها .

أنواع الشائعات المتداولة في المجتمع المصري:

تنقسم الشائعات المتداولة في المجتمع المصري من حيث موضوعها إلى الآتي: (٦)

- **الشائعات الفردية:** وهي تتناول شخص محدد بذاته، وغالباً ما يكون هذا الشخص من النخب وقادة الفكر والرأى، ويحظى بمكانه كبيرة في المجتمع أو من المشاهير في مجال " السياسة، الفن، الرياضة، الثقافة، رجال أعمال..." ويستهدف هذا النوع من الشائعات النيل من مكانه هذا الشخص في المجتمع، وهدم القيم التي يعبر عنها، وفقدان الثقة في تاريخه ونواياه .
- **الشائعات الجماعية:** وهي تهتم غالباً بجماعة معينة يربطها رباط واحد مثل "رابطة مشجعي الأندية، حزب سياسي، طائفة دينية أو عرقية..." ويستهدف هذا النوع من الشائعات إثارة الفتن بين فئة أو بين فئات المجتمع، والنيل من وحدتهم وتماسكهم والوصول بهم إلى حال من الصراع والعنف بينهم.
- **الشائعات المجتمعية:** وهي تعمل في إطار الدولة أو المجتمع الواحد، وتهدف إلى إبراز اتجاه معين لهذه سواء أكان هذا الاتجاه ايجابى أم غير ذلك، مثال ذلك الرأى الذى يؤكد أن ما تراه الحكومة فى المشروعات التى تقوم بها، أنه إصلاحاً اقتصادياً وتنمية مستدامة لأجيال قادمة، يراه المعارضين لها استنزافاً لمقدرات الشعب فى مشروعات لم يستفد منها المواطن شىء، فى ظل قلة الدخل وغلاء المعيشة)، وبالتالي يستهدف هذا النوع من الشائعات إثارة الرأى العام على نظام الدولة والدعوة للتمرد على سياسات الحكومة الاقتصادية.

أشكال الشائعات المتداولة على شبكات التواصل الإجتماعى:

حددت كلير ورادل Claire Wardle، أنواع الشائعات المتداولة على شبكات التواصل الإجتماعى وقت الأزمات تتمثل فى **المحتوى الملفق**، وهو خبر غير صحيح فى معظمه ويهدف للخداع، و**المحتوى المزور**، وهو الذى ينتحل هوية المصادر الحقيقية، و**المحتوى المضلل**، وهو الذى يستخدم المعلومات بطريقة مضللة لتوجيه الاتهام للغير،

والتلاعب بالمحتوى، وهو يقوم على وضع عناوين أو صور ليس لها صلة بالمحتوى، والمحتوى الساخر، ويستهدف التضليل والتأثير على الانفعال الذي يعتري تفكير الإنسان وخياله بأساليب تتضمن الكثير من معانى التهكم والسخرية. (٤٧)

ووفق "الدراسة الاستطلاعية" التي قام بها الباحث قبل إجراء الدراسة الحالية، أمكن رصد عدداً من الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مصر، والتي أخذت الأشكال التالية:

- **المحتوى الساخر** : وهو مخصص للترفيه والمحاكاة الساخرة، ولا يستهدف الإيذاء أو ضرر الغير.
- **المحتوى المضلل** : وهو يقوم على تحريف الأخبار بهدف الإثارة، وخلق محتوى دعائي متحيز.
- **محتوى زائف** : وهو يقوم على تقديم قصص زائفة تضلل المتابعين وتجعلهم يعتقدون بصحة ما يتابعون.
- **محتوى مفبرك** : هو محتوى يستهدف الحصول على أكبر عدد من الإعجابات بهدف الربح المادى.
- **السياق الخاطىء** : وهو يقوم على تقديم محتوى حقيقى وفق سياقات خاطئة بهدف تضليل الجمهور.

آليات التصدى للشائعات المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعي :

يتفق عدد كبير من الباحثين على أن التقنية الحديثة كان لها دوراً فاعلاً في إنتاج وصناعة الشائعات وتنمى الأخبار الزائفة بين الناس، وأنها أيضاً قد وفرت الحلول المناسبة لمكافحة تلك الشائعات ومحاصرتها، وذلك عبر أدوات وتقنيات حديثة ومتطورة منها الآتى: (٤٨)

- **الذكاء الاصطناعي**: وهى تقنية حديثة تعتمد على خوارزميات متطورة، تقوم على تحليل البيانات والمعلومات ورصد الأخبار المزيفة بشكل آلى وفوري، وبإمكانها منع الحسابات الوهمية من التداول.

- **التعقب الرقمي**: حيث لا تكتفى مكافحة الشائعة برصدها، وإنما يلزم تتبع مصدرها، والتحقق من عناصرها بشكل سريع، ويأتى موقع Emergent أبرز منصات رصد الشائعات، وهو يقوم بوضع علامة على المعلومة ان كانت شائعة، وبالضغط عليها يوضح الموقع مصدرها وحجم انتشارها.

- **التحكم في الشائعة :** وهي إجراءات تقوم بها مراكز مزودة بتقنية رصد للشائعات خاصة في فترات الأزمات، وتقوم على تزويد المستخدمين بالمعلومات الصحيحة من خلال قنوات الإتصال المتاحة لديها مثل: وسائل الإعلام ومواقع الإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي، والرسائل الهاتفية وغيرها .
- **المبادرات السريعة :** وهي مشروعات يتم إطلاقها بهدف مكافحة الشائعات في ظروف محددة مثل: مشروع الفيسبوك لمكافحة الأخبار المزيفة أثناء الانتخابات الفرنسية، حيث تم إغلاق ٣٠ ألف حساب تخصص في إنتاج ونشر أخبار زائفة على منصتها، كما قامت شركة جوجل عندما انتشرت الأخبار الزائفة المصاحبة لوباء كورونا ٢٠٢٠م باستحداث تقنية تقوم على تحويل الرد على الشائعة لموقع منظمة الصحة العالمية.
- **المشاركة المجتمعية :** وهو إجراء يعتمد على مشاركة المستخدم نفسه في مكافحة الشائعات عن طريق إدماجه في عمليات الرد عليها والاستفادة من خصائص الاندماج والتواصل والتشارك في نشر الوعي بخطورة تداول الشائعات على المجتمع، والإبلاغ عن المعلومات المشكوك فيها، وتطبيقاً على ذلك قامت إدارة الفيسبوك، بإضافة إرشادات جديدة للمستخدمين تستهدف ضبط الأخبار المزيفة على تطبيقه للهواتف الذكية في ١٤ دولة حول العالم، وهو ما أتاح للمستخدمين تحديدها والإبلاغ عنها، والتي تنتقل مباشرة إلى جهات معنية ومسئولة عن عمليات التدقيق والتحقق من صحة المعلومات وإعداد الردود المناسبة عليها.
- **إعادة بناء السمعة:** وهو إجراء يعتمد على استخدام وتوظيف النظم الخبيرة وتقنية الواقع المعزز، حيث يمكن الاستفادة منها في رصد الشائعات، وجمع ردود الفعل بشأنها، وصياغة الردود المضادة ونشرها.

الشائعات التي صاحبت الأزمة الاقتصادية في مصر:

تظهر تقارير صندوق النقد الدولي أن الحرب الروسية الأوكرانية ٢٠٢٢م أثرت بالفعل علي اقتصادات البلدان النامية ومن بينها مصر، وجاء التأثير واضحاً في السلع والحبوب وموارد الطاقة وإحتياطي البنك المركزي من النقد الأجنبي، وذلك نظراً لتوقف حركة الاستثمار الأجنبي المباشر، وخروج عدداً من الشركات الأجنبية من البورصة المصرية، وهو ما أثر سلبياً علي سعر صرف الجنية المصري، وظهور أزمات اقتصادية جديدة صاحبها كم كبير من الشائعات على منصات التواصل الإجتماعي، يقابلها بيانات وردود ونفى من المؤسسات الحكومية المعنية بالشائعة كان أبرزها "نفى الرئيس" عبد الفتاح السيسي" نفسه شائعة بيع قناة السويس أو تأجير الموانئ المصرية لدول أجنبية، كما نفى رئيس مجلس الوزراء "مصطفى مدبولي" عدد كبير من الشائعات المتداولة منها نفى شائعة

اعتزام الحكومة خصخصة مستشفيات الدولة والغاء العلاج المجاني، كما نفى شائعة إصدار البنك المركزي تعليمات بوقف استيراد عدد من السلع الاستراتيجية بسبب الحرب في أوكرانيا، ونفى شائعة إلغاء الدعم العيني على الخبز وتحويله لدعم نقدي، ونفى شائعة تقليص أيام العمل بالجهاز الإداري للدولة لـ ٣ أيام أسبوعياً مقابل تقليل الراتب الشهري، ونفى شائعة تقديم "منحة ١٠٠٠ جنيه" للعمالة غير المنتظمة، كما نفى شائعة وقف صرف مستحقات برنامج "تكافل وكرامة"، ونفى شائعة فرض رسوم إضافية على استخدام كارت "ميزة" للسداد الإلكتروني، كما نفى شائعة اهتمام الحكومة بمشروعات البنية التحتية على حساب زيادة الرقعة الزراعية، ونفى شائعة تحمل المزارعين أى تكاليف مقابل تبطين الترع، كما نفى شائعة فرض ٣٠ ألف جنيه على المقبلين على الزواج حديثاً، ونفى شائعة بيع الموائى المصرية لجهات أجنبية، ونفى شائعة انتهاء المخزون الاستراتيجي من القمح المستورد، ونفى شائعة خصخصة التأمين الصحي، ونفى شائعة فرض ضريبة ١٥٠ جنيهاً على تصاريح دفن الموتى.

كما جاءت وزارة التموين أكثر المؤسسات الحكومية تعرضاً للشائعات، وإصداراً لبيانات الرد عليها بعد مجلس الوزراء، باعتبارها المؤسسة المعنية بالسلع والمواد الغذائية التي يحتاج إليها الجمهور بشكل يومي، حيث نفى "على مصيلحي" وزير التموين شائعة إلغاء الدعم العيني للسلع التموينية وتحويله إلى دعم نقدي، كما نفى شائعة وجود عجز في الكميات المعروضة من الأرز الأبيض، ونفى شائعة اقرار ٥ أرغفة لكل فرد يومياً، ونفى شائعة إلغاء فارق نقاط الخبز المدعم من بطاقات التموين، ونفى شائعة نقص السلع الاستراتيجية بالأسواق، ونفى شائعة اختفاء سلع غذائية بسبب أزمة الغذاء العالمية، ونفى شائعة انتشار عبوات زيت طعام غير صالحة بالأسواق، ونفى شائعة تخفيض الدعم في البطاقة التموينية عن ٥٠ جنيهاً، ونفى شائعة تغيير السلع الأساسية المدرجة على البطاقات التموينية بسبب نقص المعروض، كما نفى شائعة استخدام شحنات دقيق فاسدة في إنتاج الخبز المدعم بالمخابز المصرية.

كما نفى عدد من الوزراء الشائعات التي صاحبت قراراتهم في ظل الأزمة الاقتصادية في مصر من بينهم "كامل الوزير" وزير النقل الذي نفى شائعة رفع أسعار تذاكر القطارات والمترو، كما نفى شائعة إصدار قرار برفع أسعار تذاكر أتوبيسات هيئة النقل العام بالقاهرة والمحافظات، كما نفى "محمد معيط" وزير المالية شائعة ارتفاع سعر الدولار في السوق الموازي الى ٣٥ جنية، ونفى شائعة وقف تداول العملات الورقية بالتزامن مع بدء إصدار العملات البلاستيكية، وكذلك نفى "السيد القصير" وزير الزراعة شائعة رفض ليبيا المنتجات

الزراعية المصرية، كما نفت "نيفين القباح" وزيرة التضامن استقطاع جزء من مكافأة نهاية الخدمة لأصحاب المعاشات في الدولة.

ونفت "هالة السعيد" وزيرة التخطيط شائعة إقرار الحكومة قانون يحسن صندوق مصر السيادي ضد الرقابة، كما نفت وجود نية للاستغناء عن موظفي الضرائب تزامنا مع رقمنة المنظومة، وكذلك نفى "خالد عبد الغفار" وزير الصحة شائعة إصابة الفراخ البرازيلية بأمراض خطيرة، وأكد أنها آمنة وأفضل من حيث القيمة الغذائية وأرخص من المنتج المحلي، كما نفى شائعة وجود نقص في الأدوية والمستلزمات الطبية بالمستشفيات الحكومية.

وعلى مستوى الهيئات والمؤسسات نفى رئيس "اتحاد منتجي البيض" شائعة ارتفاع سعر كرتونة البيض لـ ١٢٠ جنيهاً، كما نفى "رئيس قطاع الطب الوقائي بوزارة الصحة" شائعة وجود إصابات بمرض جدري القروء في مصر، ونفى "رئيس شعبة الحاصلات الزراعية" شائعة ارتفاع سعر طن الفول بالسوق المحلي بعد تصديره للخارج، ونفى رئيس "هيئة الدواء" شائعة زيادة أسعار ١٢٠٠ صنف من الأدوية بالصيدليات، كما نفى "أسامة ربيع" رئيس هيئة قناة السويس شائعة عزم الدولة تأجير قناة السويس لموانئ الإمارات العربية المتحدة.

المبحث الثاني

تأثيرات الحرب الروسية الأوكرانية على اقتصادات العالم ومصر

تعرضت غالبية دول العالم عقب التدخل الروسي في أوكرانيا إلى العديد من الأضرار على مختلف المستويات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، حيث شهدت أسعار المواد الغذائية وموارد الطاقة ارتفاعات كبيرة نتيجة اعتماد عدد كبير من الدول النامية على منتجات من روسيا وأوكرانيا لسد احتياجاتها من الحبوب والمواد الغذائية، ووفق تقرير منظمة "الفاو" تقوم روسيا وأوكرانيا بدور مهم في إنتاج الغذاء وإمداداته على مستوى العالم، حيث تأتي روسيا أكبر مصدر للقمح في العالم، وأوكرانيا الترتيب الخامس عالمياً، إذ يساهمان معاً بنسبة ٣٠٪ من إمدادات العالم من القمح، و٣٢٪ من الشعير، و٥٢٪ من زيت عباد الشمس، وبالتالي يشكلان معاً أكثر من ثلث صادرات الحبوب في العالم. (٤٩)

كما تنصدر روسيا سوق الطاقة العالمية، حيث تمثل نحو ١٨٪ من صادرات الفحم العالمية، و ١١٪ من النفط، و ١٠٪ من الغاز، بالإضافة الى تصدرها إنتاج العالم من الأسمدة بأنواعها، حيث تقدر صادرات روسيا بنحو ١٤٪ من إجمالي التجارة العالمية لأسمدة اليوريا

والأمونيا، ونحو ٢١٪ من أسمدة البوتاسيوم، و ١٣٪ من صادرات الفوسفات، فيما تبلغ استثمارات دول أوروبا في السوق الروسي بنحو ٣١١,٤ مليار يورو.^(٥٠)

ومن حيث النفط يصل إنتاج روسيا نحو (١٠-١١) مليون برميل نفط يومياً، وكان إعلان الحرب على أوكرانيا سبباً في ارتفاع أسعار النفط عالمياً، بالإضافة إلى إعلان الإتحاد الأوربي وقف استيراد النفط منها، وهو ما زاد من سعر النفط عالمياً، ونتيجة لذلك أعلنت العديد من دول العالم ارتفاع نسبة التضخم لديها ومنها الولايات المتحدة التي وصل التضخم بها إلى أعلى مستوياته منذ ١٩٨٢م، وهو ما دفع البنك المركزي الأمريكي الإعلان عن أكبر زيادة في أسعار الفائدة منذ ٣٠ عاماً كأحد الحلول المتاحة إزاء ارتفاع التضخم لديها.^(٥١)

أسباب الأزمة الاقتصادية في مصر بعد الحرب على أوكرانيا:

أدى التدخل الروسي في أوكرانيا إلى سوء الأوضاع الاقتصادية في مصر، حيث زادت الحرب من ارتفاع نسبة الفقر، وتزايد البطالة، وعجز الموازنة، وزيادة المديونية، ونقص الاحتياطي الأجنبي، وانخفاض قيمة الجنية أمام الدولار ليتجاوز الـ ٣٠,٨٥ جنيهاً في البنك المركزي المصري، والـ ٣٦,٣٠ في السوق الموازي.^(٥٦)

ويمكن تحديد أسباب الأزمة الاقتصادية في مصر عقب الحرب على أوكرانيا في

التالى:

١- أزمة الجنية المصري : لقد أدت الحرب في أوكرانيا إلى تزايد الضغوط القائمة من قبل على حسابات المعاملات الخارجية. وسجلت الاحتياطيات الرسمية والأصول الأخرى بالنقد الأجنبي تراجعاً حاداً؛ كما تراجع الجنية المصري على خلفية انسحاب الأموال الساخنة من مصر، وانخفاض إيرادات السياحة، وارتفاع تكلفة الواردات الخارجية وخاصة الوقود والمواد الغذائية، ونتيجة الضغط الشديد على النقد الأجنبي وزيادة الطلب على الدولار وضغوط صندوق النقد الدولي قام البنك المركزي المصري بخفض قيمة العملة المحلية أمام الدولار في ٢٤ مارس ٢٠٢٢ بنسبة ١٧٪، في محاولة للحد من تداعيات الحرب الروسية الأوكرانية على الاقتصاد المصري واحتياطي النقد الأجنبي.^(٥٢)

وفى إطار ذلك قام البنك المركزي المصري فى أكتوبر ٢٠٢٢م بالإعلان عن تحرير سعر الصرف، ورفع الفائدة بنسبة ٢٪، وهو ما أدى إلى انخفاض قيمة الجنية مقابل الدولار، والذي تزامن مع إعلان رئيس الوزراء "مصطفى مدبولي" التوصل إلى اتفاق مع صندوق النقد الدولي على قرض بقيمة ٣ مليارات دولار، حيث سبق للصندوق منح مصر قرضاً بقيمة ٥,٢ مليار دولار عام ٢٠٢٠م، إضافة إلى ٢,٨ مليار دولار من جهات مانحة

٢٠٢١م، وهو ما ساعد الحكومة المصرية على تجاوز أزمة كورونا، ومع إعلان الحرب الروسية على أوكرانيا تقدمت مصر بطلب الحصول على قرض جديد بقيمة ٣ مليار دولار من صندوق النقد الدولي في مارس ٢٠٢٢م لاحتواء تأثيرات الحرب على الاقتصاد المصرى.^(٥٣)

٢- **تراجع الاحتياطي الأجنبي** : فى مايو ٢٠٢٠م تراجع الاحتياطي النقدي من العملات الأجنبية لدى البنك المركزى المصرى بنحو ٣,٩١٢ ليصل الى ٣٧,٠٨ فى شهر واحد، بانخفاض قدره ٩,٥، على الرغم من المساعدات النقدية التى قدمتها بعض دول الخليج "السعودية، الإمارات وقطر" والتى بلغت قيمتها ١٣ مليار دولار، وذلك لتعويض خروج الاستثمارات الأجنبية وسد احتياجات السوق من الدولار، وتسديد جزء من الديون الخارجية^(٥٤)، ونتيجة ذلك شهد الاحتياطي الأجنبي فى مصر تحسناً خلال شهرى سبتمبر وأكتوبر ٢٠٢٢م، حيث أعلن البنك المركزى ارتفاع احتياطي النقد الأجنبي إلى ٣٣,٤١١ مليار دولار.^(٥٥)

٣- **ارتفاع معدل التضخم** : فى ديسمبر ٢٠٢٢م ارتفع معدل التضخم إلى ٣,٢١، كما واصل التضخم ارتفاعه ليصل إلى ٣١,٩ مع نهاية يناير ٢٠٢٣م، فى حين ارتفع التضخم الأساسى إلى أكثر من ٤٠%، ويرجع ذلك إلى ارتفاع الأسعار العالمية وانخفاض سعر الصرف، واستجابة لذلك أعلن "حسن عبد الله" محافظ البنك المركزى المصرى رفع سعر الفائدة فى إبريل ٢٠٢٢ إلى ٣٠٠ نقطة، كما أعلنت وزارة المالية عن حزمة مساعدات للحماية الاجتماعية تبلغ قيمتها ٧ مليارات دولار لمواجهة الأزمة الاقتصادية فى مصر.^(٥٦)

٤- **ارتفاع نسبة البطالة** : يظهر تقرير الجهاز المركزى للإحصاء والتعبئة أن قوة العمل فى مصر تبلغ حوالى ٣٠ مليون وفق إحصاء عام ٢٠٢٢م، وعدد العاطلين حوالى ٢,١٥١ مليون، أى نحو ٧,٢٪ من قوة العمل والتى زادت مع توقف الكثير من المصانع والشركات نتيجة عدم وجود المواد الخام وقطع الغيار اللازمة لعملية التشغيل، وبالرغم من ذلك قامت الحكومة بطرح عدداً من المشروعات القومية بهدف استيعاب عدد كبير من العمالة والحد من البطالة، حيث أعلن رئيس الحكومة "مصطفى مدبولى" انخفاض معدل البطالة من ٧,٤ عام ٢٠٢١م، إلى ٧,٢ عام ٢٠٢٢م، أى نحو ٢,١٥ مليون شخص، ليصل معدل البطالة فى نهاية ديسمبر ٢٠٢٢م إلى ٧,٢٪.^(٥٧)

٥- **زيادة الدين العام الداخلى** : حيث واصل الدين العام فى مصر ارتفاعه على الرغم من مخاطره على الاقتصاد والحياة المعيشية للأفراد، حيث سعت الحكومة استقطاب تمويلات

جديدة عبر الاقتراض بقيمة ١,٥ تريليون جنية سنوياً خلال عام ٢٠٢٢-٢٠٢٣م، مقارنة بـ ١,٠٦ تريليون جنية عن العام المالي ٢٠١٢-٢٠٢٢م، وهو ما كان سبباً في ارتفاع الدين الخارجى إلى ١٥٥ مليار دولار فى سبتمبر ٢٠٢٢ م. (٥٨)

٦- **زيادة تكلفة الواردات** : تأتي زيادة أعباء الواردات على احتياطي النقد الأجنبي والميزان التجارى من أبرز ملامح الأزمة الاقتصادية فى مصر، حيث قدرت الحكومة المصرية تكلفة الحرب الروسية على موازنة الدولة بنحو ٤٦٥ مليار جنية، (٥٩)، فيما بلغ عجز الميزان التجارى وفق تقديرات صندوق النقد العربى الى ٢٩,٠٦ مليون دولار ٢٠١٧م، و٢٩,٢٣ مليون دولار عام ٢٠٢٠م، و٣٤,٤٧م عام ٢٠٢١م. (٦٠)

٧- **تراجع معدل النمو**: حيث أدى تراجع احتياطي النقد الأجنبي في مصر إلى وصوله إلى أدنى مستوى له في أغسطس ٢٠٢٢م وذلك عند ٣٣,١٤ مليار دولار، وسجل معدل التضخم الأساسي نهاية يناير ٢٠٢٣ نحو ٣١,٢٪ على أساس سنوي، وخفض صندوق النقد الدولي من توقعاته بشأن نمو الاقتصاد المصرى عدة مرات خلال عام ٢٠٢٢م بسبب التداعيات السلبية للحرب الروسية والتي كانت سبباً في زيادة أسعار السلع، وخفض المعروض بالدولار، حيث يتوقع الصندوق أن تصل جملة خسائر مصر من الحرب الروسية إلى ١٧,٧ مليار دولار. (٦١)

٨- **زيادة معدل الفقر** : حيث أعلن الجهاز المركزى للإحصاء والتعبئة ارتفاع معدلات الفقر فى مصر إلى ٣٢,٥ من اجمالى عدد السكان، ٢٠٢٠م، مقابل ٢٧,٨ عام ٢٠١٦م، (٦٢) ويعزى ذلك الى اتجاه الدولة إلى تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادى، وهو ما أثر على ارتفاع معدل الفقر، حيث أنه ورغم تعدد المشروعات القومية التى تقوم بها الحكومة وتوقف أوكرانيا عن تصدير الحبوب بسبب سيطرة روسيا على الموانى الأوكرانية، وارتفاع أسعار المواد الغذائية عالمياً، لجأت الحكومة المصرية إلى طلب قرض جديد من الجهات المانحة العربية والدولية لسد احتياجاتها من الحبوب بسبب تضاعفت فاتورة استيراد القمح من ٢,٧ مليار دولار عام ٢٠٢١م الى ٤,٤ مليارات عام ٢٠٢٢م، كما تضاعفت تكلفة واردات النفط من ٦,٧ مليارات دولار فى ٢٠٢١م الى ١١,٢ مليار دولار عام ٢٠٢٢م (٦٣)، واستطاعت الحكومة المصرية الحصول على دعم من المؤسسة الإسلامية التابعة للبنك الإسلامى بجدة بقيمة ٦ مليار دولار، ونصف مليار دولار من البنك الدولي، و ١٠٠ مليون دولار من الاتحاد الأوروبى، ومليارى دولار من صندوق التنمية الزراعية التابع للأمم المتحدة، ومليارى دولار من دولة قطر. (٦٤)

تأثيرات الحرب الروسية على الإقتصاد المصرى:

تُعد مصر أكثر دول العالم تضرراً من الحرب الروسية الأوكرانية، وذلك بسبب اعتمادها بشكل كبير على الاستيراد من روسيا وأوكرانيا، ووفق تقرير مجلس الوزراء المصرى "ديسمبر ٢٠٢٢" استوردت مصر العام المالى ٢٠٢١-٢٠٢٢ بقيمة ٣,٢ مليار دولار من روسيا وأوكرانيا، تمثلت في الحديد والصلب، والذرة، والقمح، وزيت عباد الشمس، وفول الصويا، والتبغ^(٦٥)، حيث تُعد مصر من أكثر دول العالم اعتماداً على المواد الغذائية من روسيا وأوكرانيا، وتأتى أكبر مستورد للقمح في العالم بنحو ٨٥٪، كما تستورد من أوكرانيا الأسمدة الزراعية ومنتجات اللحوم والقمح والزيوت وتصدر مصر لأوكرانيا الفواكه والأثاث، ويزداد اعتماد الحكومة المصرية على الاستيراد الخارجى حتى تتمكن من تلبية الاحتياجات الغذائية للسكان البالغ عددهم ١٠٥ ملايين نسمة وفق تقرير الجهاز المركزى للإحصاء فى ديسمبر ٢٠٢٢ م.^(٦٦)

وعلى الرغم من سوء الأوضاع الاقتصادية وتراجع الحالة المعيشية للأفراد فى مصر، قامت الحكومة بتنويع مصادر الإنتاج من خلال فتح منافذ جديدة لبيع السلع بثمن منخفض، بجانب تشجيع المزارعين على زيادة المساحة المنزرعة والإعلان عن سعر البيع قبل الزراعة، بالإضافة إلى المشروعات القومية مثل "الدلتا الجديدة، ومشروع الصوامع" الذى ساهم فى التغلب على حاجة مصر من القمح لنحو ٦ شهور قادمة، حيث تحملت الحكومة المصرية نحو ٤٦٥ مليار جنيه تأثيرات مباشرة منذ اندلاع الحرب الروسية فى أوكرانيا، وهو ما أكدته رئيس مجلس الوزراء "مصطفى مدبولى" أن الإقتصاد المصرى تكلف نحو ١٣٠ مليار جنيه تأثيرات مباشرة تمثلت فى أسعار السلع الاستراتيجية والوقود وأسعار الفائدة، فيما تكلفت نحو ٣٣٥ مليار جنيه تأثيرات غير مباشرة نتيجة زيادة الأجور والمعاشات والحماية الاجتماعية والإعفاءات الضريبية وغيرها.^(٦٧)

تداعيات الحرب فى أوكرانيا على الوضع الإقتصادى فى مصر :

على الرغم من مرور عام على الأزمة الروسية الأوكرانية (فبراير ٢٠٢٣) إلا أن واقع الإقتصاد المصرى ما يزال يعانى من أزمات حادة فى موارد الغذاء والطاقة والسياحة وغيرها وذلك على النحو التالى :

١- تداعيات الأزمة على موارد الغذاء : حيث بلغ متوسط قيمة واردات مصر من الاتحاد الروسى الأوكرانى ٥,٨ مليار دولار خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٢٠) بنسبة ٨,١٪، وتأتى الحبوب على رأس قائمة المنتجات التى تستوردها مصر من الدولتين، إذ تمثل ٦٥٪ من

روسيا، و٧٥٪ من أوكرانيا، يليها استيراد الخشب والحديد، فيما يأتي القمح على قائمة الحبوب التي تستوردها مصر من روسيا وأوكرانيا. (٦٨)

٢- **تداعيات الأزمة على موارد الطاقة** : أدت الحرب الروسية الأوكرانية في ارتفاع أسعار الطاقة التي كانت مرتفعة بالفعل قبل التدخل الروسى فى أوكرانيا، ففي إبريل ٢٠٢١م كان سعر برميل النفط ٦٣,٢٤ دولاراً، واستمر السعر في الارتفاع بسبب زيادة الطلب نتيجة التعافي من جائحة كورونا، واختناقات سلاسل التوريد، وسياسات مواجهة تغير المناخ حتى وصل إلى حوالي ٩٤ دولار قبل الأزمة الروسية الأوكرانية فبراير ٢٠٢٢، ثم ارتفع بسبب الأزمة إلى ١١٣,٤٨ دولار للبرميل في مارس ٢٠٢٢، الأمر الذى زاد من الأعباء على الموازنة العامة للدولة وزادت الأزمة من سعر البرميل حتى تجاوز الـ ١٢٠ دولار مع نهاية ديسمبر عام ٢٠٢٢ م. (٦٩)

٣- **تداعيات الأزمة على السياحة** : تُعد إيرادات السياحة من أهم مصادر النقد الأجنبي للاقتصاد المصرى، وقد بلغت إيرادات السفر والسياحة ٣٢ مليار دولار ٢٠١٩م، ويسهم قطاع السياحة بحوالي ٢,٤ مليون وظيفة بنسبة ٩,٢٪ من إجمالي الوظائف المتاحة فى قطاع الأعمال العام، والتي انخفضت بسبب أزمة كورونا إلى ١٤,٥ مليار جنية عام ٢٠٢٠^(٧٠)، ومع مطلع عام ٢٠٢١ تحسنت السياحة قليلاً حيث بلغ عدد السياح الوافدين الى مصر ١٤,٧ مليون سائح، وبلغت إيرادات السياحة نحو ١٢,٥ مليار دولار، إلا أنها تراجعت مرة أخرى نتيجة الحرب الروسية على أوكرانيا حيث توقف المجال الجوي الأوكراني والروسي على حد سواء وتوقفت السياحة من كلتا الدولتين، وهو ما انسحب على معظم الدول الأوروبية. (٧١)

الأزمات الاقتصادية المصرية المصاحبة للحرب على أوكرانيا:

يمكن تلخيص الأزمات الاقتصادية التي صاحبت الحرب الروسية الأوكرانية فيما يلي: (٧٢)

١. **ارتفاع أسعار السلع والخدمات**: وذلك بسبب قلة العمل وتراجع الإنتاج ونقص السيولة، حيث أعلن مجلس الوزراء "أكتوبر ٢٠٢٢" عدداً من الإجراءات الإصلاحية منها زيادة أسعار الكهرباء للشرائح الأعلى استهلاكاً، وزيادة أسعار الطاقة للصناعات الثقيلة، وتنفيذ حزمة من الإجراءات الاقتصادية المهمة التي تستهدف تنشيط الإنتاج، يقابلها سعي الحكومة الحصول علي قرض جديد من صندوق النقد الدولي في محاولة لسد العجز في الميزانية العامة للدولة، والذي وصل إلى ١١٪ من قيمة الدخل القومي. (٧٣)

٢. **عجز الموازنة العامة للدولة:** يأتي عجز الموازنة نتيجة زيادة النفقات على الإيرادات، حيث تقدر الحكومة معدلات العجز في الميزان التجاري بنسبة ٣٨,٥، والعجز الشهري في حدود ٢,٥ مليار دولار، وذلك بسبب توقف الإنتاج، فيما أشار تقرير البنك المركزي المصري الصادر في مارس (٢٠٢٣) إلى أن ما يقرب من ٦٤,٥ من سكان مصر يندرجون ضمن شرائح الفقر المختلفة^(٧٤)، حيث أدت الحرب الروسية الأوكرانية إلى زيادة عجز الموازنة العامة، ونتيجة لذلك قامت الحكومة بتخصيص موارد إضافية لتعويض العاملين بالدولة، وأعلنت عن زيادة الحد الأدنى للأجور في مارس ٢٠٢٣م، ووفق تصريح رئيس الوزراء "مصطفى مدبولي" تم تقدير الأثر الإجمالي للحرب الروسية على الموازنة العامة للدولة بمقدار ٤٦٥ مليار جنية حتى نهاية مارس ٢٠٢٣م.
٣. **القروض الداخلية والخارجية:** تقدر قيمة القروض التي حصلت عليها مصر بحوالي ٤,٧ تريليونات جنية مصري حتى يونيو ٢٠٢٠م، وهو ما يزيد من حجم الفوائد المركبة على الاقتصاد المحلي، ووفق تقرير البنك المركزي في سبتمبر ٢٠٢٢، وصل حجم الدين الخارجي لمصر نحو ١٥٧,٨ مليار دولار، والذي زاد ٥ أضعاف مقارنة بالفترة التي أعقبت ثورة يناير، حيث بلغ في نهاية عام ٢٠١٢ نحو ٣٤,٤ مليار دولار، مقابل ١٥٧,٨ مليار عام ٢٠٢٢م.^(٧٥)
٤. **زيادة البطالة:** تأتي أزمة البطالة نتيجة توقف أو تصفية بعض الوحدات الإنتاجية وانخفاض الاستثمارات الجديدة، حيث أشار تقرير الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء إلى ارتفاع نسبة البطالة إلى نحو ١٢,٨، وفي المقابل طلبت مصر دعماً من صندوق النقد الدولي بقيمة ٣ مليارات دولار، وقروض آخر من صندوق الطوارئ التابع للصندوق بقيمة مليار دولار، إضافة لتعهد خليجي بتقديم دعم بنحو ١٤ مليار دولار.^(٧٦)
٥. **العجز في الميزان التجاري:** أدت الحرب على أوكرانيا إلى تزايد العجز في الميزان التجاري المصري نتيجة الالتزامات بالعملة الأجنبية الناتجة عن زيادة أسعار السلع الغذائية وموارد الطاقة، فيما أدى انخفاض إيرادات السياحة إلى انخفاض فائض الميزان الخدمي في مصر.
٦. **تراجع الاستثمارات الأجنبية:** لم تستطع الحكومة المصرية سد احتياجاتها من الحبوب والمواد الغذائية عبر المساعدات العربية خلال عام ٢٠٢١-٢٠٢٢م، حيث تمتلك ٤ دول خليجية ودائع دولارية لدى البنك المركزي المصري بقيمة ٢٠ مليار دولار، وتأتي ودائع السعودية في المقدمة بقيمة ١٠,٣ مليارات دولار، يليها الإمارات المتحدة ٥,٧ مليارات دولار، ثم الكويت نحو ٤ مليارات دولار، وأخيراً تأتي الوديعة القطرية بقيمة مليار

- دولار في ١١ نوفمبر ٢٠٢٢م بعد عودة العلاقات بين البلدين وحضور الرئيس اليسبي حفل افتتاح كأس العالم بقطر. (٧٧)
٧. **تراجع النقد الأجنبي** : أدت الحرب على أوكرانيا إلى تراجع النقد الأجنبي إلى نحو ١٥ مليار دولار، وهو ما كان سبباً في توقف عدد كبير من الشركات والمصانع عن الإنتاج، ووفقاً لمؤسسة "موديز" الأمريكية فقد تراجع احتياطي مصر من العملات الأجنبية إلى ٢٦,٧ مليار دولار مع نهاية ديسمبر ٢٠٢٢، مقابل ٢٩,٣ مليار دولار في أبريل ٢٠٢٢، بينما ارتفع صافي المطلوبات الأجنبية من ١٣ مليار دولار إلى ٢٠ مليار دولار خلال نفس الفترة، ونتيجة لضغوط صندوق النقد الدولي قام البنك المركزي المصري (CBE) بتخفيض قيمة الجنيه ثلاث مرات منذ مارس ٢٠٢٢م أي ما يعادل نحو ٥٠٪ من قيمته، وتراجعت قيمة الجنيه من نحو ١٥,٥ مقابل الدولار إلى نحو ٣٤,٨ جنيه للدولار بداية مارس ٢٠٢٣م. (٧٨)
٨. **انخفاض سعر الجنية المصري**: أعلن البنك المركزي المصري في ٢١ مارس ٢٠٢٢، عن تخفيض قيمة الجنية المصري أمام الدولار بحوالي ١٦٪ لامتصاص تداعيات الأزمة الروسية الأوكرانية، ويأتى انخفاض قيمة الجنية مقابل الدولار بسبب زيادة الطلب عليه وانخفاض العائدات من السياحة والاستثمارات والتصدير وتحويلات المصريين في الخارج، حيث انخفضت العملة بأكثر من ١٦٪ في بداية عام ٢٠٢٣، صاحبها تعهد البنك المركزي بالسماح بقدر أكبر من المرونة في سعر الصرف لتأمين مساعدة صندوق النقد الدولي بقيمة ٣ مليارات دولار، وسجل الجنيه المصري مستوى قياسياً منخفضاً أمام الدولار بلغ ٣٥,١٩ جنيه/دولار. (٧٩)
٩. **ارتفاع معدلات التضخم**: أدت الحرب الروسية الأوكرانية إلى ارتفاع في معظم أسعار السلع المستوردة والمحلية في مصر، حيث ارتفع مؤشر التضخم الشهري الصادر عن البنك المركزي من ٨,٨٪ في فبراير ٢٠٢٢ إلى ١٠,٤٩٪ في مارس ٢٠٢٢، وأدى ارتفاع معدلات التضخم الناتجة عن الحرب الأوكرانية إلى انخفاض الدخل الحقيقي للمواطن المصري، حيث لم يعد لديه ما يغطي حاجاته اليومية مقابل الارتفاع اليومي للأسعار. (٨٠)
١٠. **تراجع تعاملات البورصة** : كشفت أزمة الدولار في "مارس ٢٠٢٣" عن تحرك عشوائي لمؤسسات الدولة الاقتصادية، فرغم أن أبعاد الأزمة كانت واضحة منذ ٢٠١١، إلا أن اللجوء لصندوق النقد الدولي لم يكن مدروساً، حيث تلقت مصر ١٢ مليار دولار بموجب اتفاق عام ٢٠١٦، كما تم منح مصر قرضين أحدهما على صورة مساعدات عاجلة بقيمة ٢,٧٧ مليار دولار، والثاني عبر برنامج الاستعداد الائتماني

بقيمة ٥,٤ مليارات دولار ٢٠٢٠، وقدمت المؤسسات المالية الأوروبية ٧ مليارات يورو لدعم الإصلاح الاقتصادي في مصر، وتقدر قيمة السندات الدولية نحو ٢٩ مليار دولار من ديون مصر الخارجية، وتبلغ قيمة السندات على الخزانة نحو ٢,٥ تريليون والأذون على الخزانة حوالي ١,٧ تريليون جنيه من الديون المحلية.^(٨١)

١١. انتشار الشائعات الاقتصادية : استطاعت الشائعات أن تؤثر سلباً على صورة الاقتصاد المصري لدى المؤسسات المانحة، حيث يتفق خبراء المالية والاقتصاد على أن المجتمع الاقتصادي المصري ما يزال يعاني من الإفراط في القوانين والتشريعات التي تعوق خطط التنمية الشاملة، ويأتي التخبط وعدم القدرة على اتخاذ القرار وقت الأزمات من شأنه أن يولد الكثير من الشائعات مما قد يتسبب في المزيد من القلق والخوف لدى الناس، خاصة عندما ترتبط الشائعات بحياتهم المعيشية.

جهود الحكومة في حل الأزمة الاقتصادية في مصر:

أدى سوء الأوضاع الاقتصادية في مصر عقب الحرب على أوكرانيا إلى إعلان الحكومة المصرية عن حزم اجتماعية للتخفيف من واقع الأزمة على الناتج القومي شملت توسيع مظلة تغطية برنامجي تكافل وكرامة للتحويلات النقدية وزيادة المعاشات وأجور العاملين في القطاع العام، وطرح المزيد من الإعفاءات الضريبية للتخفيف من ارتفاع أسعار المواد الغذائية، وفي إطار ذلك طالبت الحكومة المصرية قرض جديد من صندوق النقد الدولي لاستكمال برنامج الإصلاح الاقتصادي، من خلال مجموعة من الإجراءات على النحو التالي:

١. إعلان الحكومة المصرية بيع عدداً من أصول الدولة ممثلة في مجموعة من الشركات والبنوك الكبرى، وكانت البداية ببيع أسهم من شركاتها بقيمة ٣,٣ مليار دولار للصندوقين "السعودي والإماراتي"، ثم الإعلان عن عزمها بيع ٣٢ شركة خلال عام ٢٠٢٣م.^(٨٢)

٢. تخفيف الضغط على موارد النقد الأجنبي من خلال فرض قيود على الواردات من سلع ومنتجات، لا سيما السلع الكمالية التي لها بديل محلي، وفتح الاعتمادات لقطاع الصناعة واستيراد المواد الخام .

٣. عودة التفاوض مع صندوق النقد الدولي للحصول على قرض جديد بقيمة ٣ مليار دولار، بالإضافة إلى ١٤ مليار دولار تمويلاً إضافياً من دول ومؤسسات إقليمية ودولية أخرى.^(٨٣)

٤. التنسيق مع عدد من دول الخليج لضخ المزيد من المساعدات النقدية لدعم احتياطي البنك المركزي المصرى لتجاوز أزمة نقص الدولار، وهو ما تحقق عبر دعم قطر بقيمة ٣ مليار دولار، والإمارات بقيمة ٥ مليار دولار، والسعودية بقيمة ٥ مليار دولار. (٨٤)
٥. مشاركة القطاع الخاص فى الحياة الاقتصادية من خلال إطلاق المبادرات التى تقوم على دعم الصناعات الوطنية، وطرح عدداً من الشركات المملوكة للدولة فى البورصة، ودمج القطاع الخاص فى الأنشطة ذات القيمة المضافة الأعلى والموجهة نحو التصدير لتوفير فرص العمل وتحسين مستويات المعيشة، بما يعنى مضاعفة دور القطاع الخاص فى الاقتصاد ليصل إلى ٦٥٪. وجذب نحو ٤٠ مليار دولار من الاستثمارات الخاصة بحلول عام ٢٠٢٦ م. (٨٥)
٦. مبادرة الحكومة نحو الاكتفاء الذاتى من السلع الإستراتيجية تقوم على إطلاق مشروعات قومية للإنتاج الزراعى والحيوانى والبحث عن بدائل السلع الغذائية الإستراتيجية لاسيما القمح سواء من خلال زيادة المساحة المنزرعة محلياً، أو التوجه نحو دول شرق آسيا مثل باكستان والهند لاستكمال الحاجة من القمح، وكذلك الإصدار الناجح لأول سند ساموراي فى مصر.
٧. طرحت الحكومة عبر بنكا "مصر والأهلى المصرى" شهادات إدخار جديدة لأجل عام واحد بفائدة ٢٥٪ تصرف بنهاية فترة الاستحقاق وأخرى بـ ٢٢,٥ تصرف شهرياً، بعد أن وصل حجم الدين الخارجى لمصر إلى نحو ١٥٥,٧ مليار دولار، مما يعنى الزيادة بنحو ٥ أضعاف مقارنة بما كان عليه الدين الخارجى عام ٢٠١٢ م حيث قدر حينها بنحو ٣٤,٤ مليار دولار. (٨٦)

المبحث الثالث :

عرض وتحليل بيانات الدراسة

- مدى تعرض المبحوثين للشائعات على شبكات التواصل الإجتماعى :

جدول رقم (٢): تعرض الجمهور للشائعات على شبكات التواصل الإجتماعى

مدى التعرض	العدد	النسبة
دائماً	٢٠٦	٥١,٥
أحياناً	١٠٧	٢٦,٨
نادراً	٨٧	٢١,٧
المجموع	٤٠٠	١٠٠

تظهر بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة تعرض المبحوثين للشائعات على شبكات التواصل الإجتماعى والتي جاءت بصفة دائمة بنسبة (٥١,٥)، ويتعرضون أحياناً بنسبة (٢٦,٨)، ويتعرضون نادراً بنسبة (٢١,٧)، وهو ما يعنى أن غالبية الجمهور المصرى يتعرضون للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعى بصورة دائمة دون التحقق من مصدر المعلومات التى يتم تداولها، وذلك نتيجة وفره المعلومات المتداولة فى أوقات الأزمات والأحداث المهمة، بالإضافة إلى حداثة الوسيلة التى أصبحت تمثل مصدراً رئيساً للمعلومات للعديد من شرائح المجتمع وخاصة فئة الشباب، حيث صاحب هذا الثراء المعلوماتى وجود الملايين من الحسابات الوهمية لكثائب الكترونية تضخ الكثير من التدوينات والتغريدات والأخبار الزائفة، ساهم فى ذلك ما تتميز به شبكات التواصل الاجتماعى من سهولة إنتاج المعلومات وسرعة نشرها وتداولها، الأمر الذى يتطلب ضرورة وجود مدونات سلوك وقواعد منظمة لضبط النشر الإلكتروني على شبكة الانترنت وفق قانون كل دولة .

- مدى كثافة تعرض المبحوثين للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعى:

جدول رقم (٣) كثافة تعرض الجمهور المصرى للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعى

النسبة	العدد	كثافة التعرض للشائعات
٧٢,٠	٢٨٨	بدرجة مرتفعة
١٨,٥	٧٤	بدرجة متوسطة
٩,٥	٣٨	بدرجة منخفضة
١٠٠	٤٠٠	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق تعرض المبحوثين للشائعات على شبكات التواصل الإجتماعى بكثافة عالية، حيث جاءت مرتفعة بنسبة بلغت (٧٢,٠)، ومتوسطة بنسبة (١٨,٥)، ومنخفضة بنسبة (٩,٥)، وهو ما يفسر اهتمام مستخدمو شبكات التواصل بالتعرض للشائعات وتداولها فيما بينهم بغض النظر عن مصداقيتها، بما يعنى أن سهولة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعى ومرونة التقنية الحديثة وإمكانية امتلاكها من شأنه أن يدفع بعض الساخطين على الوضع الاقتصادى فى مصر إلى توظيفها فى إثارة الفتن وتهيج رأى العام ضد الحكومة ومؤسساتها لتحقيق إشباعاتهم لديهم، وخاصة فى أوقات الأزمات، ومنها الأزمة الاقتصادية التى تعانى منها مصر حالياً نتيجة الحرب الروسية - الأوكرانية، ومن قبلها جائحة كورونا ٢٠٢٠ م .

- أسباب إقبال المبحوثين نحو متابعة الشائعات على شبكات التواصل الإجتماعي:
جدول رقم (٤) أسباب اقبال الجمهور المصرى نحو متابعة الشائعات على شبكات التواصل الإجتماعي.

النسبة	العدد	اسباب اقبال الجمهور نحو الشائعات
٥١,٨	٢٠٧	قلة المعلومات الرسمية عن الأزمة
٣٠,٠	١٢٠	تأخر نشر الحقائق حول الأزمة المثارة
١٠,٠	٤٠	اتفاقها مع ميولى واتجاهاتى
٨,٣	٣٣	موضوعات تثير الرأى العام
١٠٠	٤٠٠	المجموع

تظهر بيانات الجدول السابق تنوع أسباب إقبال المبحوثين نحو الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي في مصر عقب إعلان الحرب الروسية الأوكرانية ٢٠٢٢م، حيث تصدرت قلة المعلومات الصادرة عن الجهات الرسمية نتيجة ارتفاع الأسعار في الأسواق بنسبة (٥١,٨)، يليها التأخر في الرد الرسمي على الشائعات المتداولة عن الأزمة الاقتصادية المثارة بنسبة (٣٠,٠)، ثم كونها تتفق مع ميولى واتجاهاتى كأحد الراضين لكل ما يصدر من بيانات عن الحكومة بنسبة (١٠,٠)، ثم القيام بالترويج لها عبر حسابى وصفحات الأصدقاء باعتبارها تثير اهتمامات الرأى العام بنسبة (٨,٣)، وهو ما يعنى أن اقبال الجمهور المصرى على نشر الشائعات وتداولها فيما بينهم على منصات التواصل الاجتماعي يأتى نتيجة قلة المعلومات التى يتم نشرها عن الأزمة المثارة، حيث قد يدفع زخم إهتمام الجمهور بالأزمة على شبكات التواصل الحكومة إلى سرعة الرد على الشائعة بالنفى المطلق أحياناً، أو النفى مع تقديم معلومات جديدة أحياناً أخرى، وهو ما ينطبق على إعلان مجلس الوزراء عن تحريك أسعار البنزين والغاز والسولار صباح الخميس ٢ مارس ٢٠١٣م، الذى أعقبه إعلان الحكومة بعد أقل من ثلاثة ساعات موافقة رئيس الجمهورية على زيادة الحد الأدنى للأجور لموظفى الدولة الى ٣٥٠٠ جنية، وذلك تحسباً لارتفاع مماثل قد يطال بعض السلع نتيجة تفاقم الوضع الإقتصادي فى البلاد، وتجاوباً مع الضغوط التى يمارسها صندوق النقد الدولى، وتنفيذ سياسة نقدية تهدف الى تخفيض معدلات التضخم تدريجياً تماشياً مع أهداف البنك المركزى بما فى ذلك إلغاء دعم برامج الإقراض.

- استجابات المبحوثين نحو شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر اهتماماً بنشر وتداول الشائعات:

جدول رقم (٥) شبكات التواصل الأكثر اهتماماً بنشر وتداول الشائعات كما يراها الجمهور المصري.

شبكات التواصل الاجتماعي	اتفق	محايد	لا اتفق	المتوسط الحسابي
الفيسبوك	٤٥,١	٤٢,٧	١٢,٢	٢,٠٦
اليوتيوب	٣٣,٩	٤٩,٩	١٦,٢	١,٩٣
تويتر	٤٥,٦	٣٢,٦	٢١,٨	١,٩٢
التيك توك	٣١,٨	٤٠,٣	٢٧,٩	١,٥٦
الواتساب	٣٧,٧	٢٨,١	٣٤,٢	١,٤٦
الانستجرام	٤٤,٠	١٩,٤	٣٦,٦	٠,٩١
المتوسط : ١,٩٩				

توضح بيانات الجدول السابق تراوح المتوسطات الحسابية حول شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر اهتماماً بنشر وتداول الشائعات ما بين (٢,٠٦-٠,٩١)، فيما بلغ المتوسط الحسابي الكلي للشبكات الاجتماعية الأكثر اهتماماً بالشائعات (١,٩٩)، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الثانية على مقياس ليكرت الثلاثي (١,٦٧-٢,٣٣)، مما يوضح أن المبحوثين من الجمهور المصري موافقون إلى حد ما على أن شبكات التواصل الاجتماعي تقع ضمن الوسائل الاتصالية التي تساهم في نشر وتداول الشائعات، حيث تظهر النتائج تصدر الفيسبوك الترتيب الأول بمتوسط (٢,٠٦)، يليه اليوتيوب في الترتيب الثاني بمتوسط (١,٩٣)، ثم تويتر في الترتيب الثالث بمتوسط (١,٩٢)، والتيك توك بمتوسط (١,٥٦)، والواتساب بمتوسط (١,٤٦)، وأخيراً الانستجرام بمتوسط (٠,٩١)، وهو ما يعني تفوق شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، اليوتيوب، تويتر) في إنتاج ونشر الكثير من الشائعات التي تتناول الشأن الاقتصادي في مصر، ويفسر الباحث تصدر الفيسبوك شبكات التواصل الاجتماعي اهتماماً بنشر الشائعات باعتباره المنصة الأكثر سهولة من حيث الاستخدام لدى الجمهور المصري، وكونها لا تتطلب مهارات إضافية أو مستوى تعليمي للتعامل معه، وهو ما كان سبباً في وجود ملايين الحسابات الوهمية على الفيسبوك والتي ساهمت إلى حد كبير في نشر الشائعات والأخبار الزائفة حول الأوضاع الاقتصادية في مصر، وهو ما تتفق فيه النتائج مع دراسة مجدى الداغر، (٢٠٢٠) التي اظهرت أن الفيسبوك ساهم في صناعة الأزمات الأمنية في مصر بعد ثورة يناير ٢٠١١م، ودراسة حسن الهلة (٢٠٢٠) التي أكدت على أن شبكات التواصل الاجتماعي نوعت من شكل ومضمون

الشائعات، وأن الكثير منها يحمل أغراضاً سلبية، فيما جاء القليل منها ايجابياً وخاصة في النواحي المعرفية وتنمية المهارات الشخصية لرواد ونشطاء شبكات التواصل الاجتماعي.

- استجابات المبحوثين نحو أنواع الشائعات الأكثر تداولاً على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٦) أنواع الشائعات الأكثر تداولاً على شبكات التواصل الاجتماعي كما يراها الجمهور المصري

المتوسط الحسابي	لا اتفق	محايد	اتفق	الشائعات الأكثر تداولاً على شبكات التواصل
٢,٤١	٩,٥	٢٦,٠	٦٤,٥	شائعات الأخبار الزائفة
٢,٢٤	١٥,٩	٣٤,٧	٦٧,٤	شائعات الخيانة والكراهية
٢,١٧	١٨,٨	٢٩,٧	٥١,٥	شائعات الأحلام والأمانى
٢,١٦	١٥,٦	٣١,٠	٥٣,٤	شائعات الظهور والاختفاء
٢,٠٣	٢٦,٠	٢٦,٣	٤٧,٨	شائعات الخوف والرعب
١,٩٦	٢٢,٥	٤٤,٨	٣٢,٧	شائعات الأمراض والأوبئة
المتوسط ٢,١٦				

تظهر بيانات الجدول السابق تراوح المتوسطات الحسابية حول أنواع الشائعات الأكثر تداولاً على شبكات التواصل الاجتماعي ما بين (١,٩٦-٢,٤١)، فيما بلغ المتوسط الحسابي الكلي لعبارة أنواع الشائعات الأكثر تداولاً على شبكات التواصل الاجتماعي (٢,١٦)، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الثانية على مقياس ليكرت الثلاثي (١,٦٧-٢,٣٣)، وهو ما يعنى أن المبحوثين من الجمهور المصري موافقون إلى حد ما على عبارات "أنواع الشائعات الأكثر تداولاً على شبكات التواصل الاجتماعي"، حيث تصدرت شائعات الأخبار الزائفة بمتوسط (٢,٤١)، يليها شائعات الخيانة والكراهية بمتوسط (٢,٢٤)، وشائعات الأحلام والأمانى بمتوسط (٢,١٧)، والشائعات الغاطسة التي تختفى ثم تظهر بمتوسط (٢,١٦)، وشائعات بث الخوف والرعب لدى المواطنين بمتوسط (٢,٠٣)، وأخيراً الشائعات التي ترتبط بالأمراض وانتشار الأوبئة بمتوسط (١,٩٦)، ويلاحظ من التحليلات الإحصائية للبيانات السابقة أن الشائعات التي ترتبط بالأخبار الزائفة والخيانة والكراهية والأحلام والأمانى هي أكثر أنواع الشائعات حضوراً على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمة الاقتصادية في مصر، بينما تراجع الشائعات الغاطسة وشائعات الخوف والرعب والأمراض والأوبئة باعتبارها شائعات تذهب وتعود ثم تظهر وتختفى وليس لها ثبات واضح

على منصات التواصل الإجتماعي، الأمر الذي يدل على أن الشائعات التي صاحبت تدنى الأوضاع الاقتصادية في مصر وما خلفته الحرب الروسية الأوكرانية من أزمات انعكست بصورة كبيرة على شبكات التواصل الإجتماعي والتفاعل مع صفحاتها والمعلومات التي تقدمها، ويعتقد الباحث أنه نظراً لحاجة الناس إلى أى معلومات جديدة مثلاً عن حقيقة ارتفاع أسعار السلع والمواد الغذائية في الأسواق، وعدم كفاية البيانات التي تصدرها الحكومة عن تطورات الأزمة تنامت الشائعات التي تظهر عندما يسود القلق والفوضى حياة الناس، كما هو الحال في أوقات الحروب وفي حالات الزلازل والأعاصير والأزمات المالية والاقتصادية وغيرها .

- استجابات المبحوثين نحو مضامين الشائعات المتداولة على شبكات التواصل الإجتماعي
جدول رقم (٧) مضامين الشائعات المتداولة على شبكات التواصل الإجتماعي كما يراها الجمهور المصري

مضمون الشائعات المتداولة	اتفق	محايد	لا اتفق	المتوسط الحسابي
شائعات اقتصادية	٥٤,٣	٣٠,٥	١٥,١	٢,٢٧
شائعات سياسية	٦١,٢	٢٤,٩	١٣,٨	٢,١٩
شائعات اجتماعية	٦٦,٠	٢٣,٣	١٠,٦	٢,١٢
شائعات دينية	٥٦,٢	٢٨,٩	١٤,٩	٢,١٠
شائعات علمية	٤٧,٢	٣٥,٣	١٧,٥	٢,٠٧
شائعات طبية	٣٩,٧	٣٤,٥	٢٥,٧	١,٩٩
شائعات ثقافية	٣٦,٤	٣٩,٥	٢٤,١	١,٨٨
المتوسط الكلي = ٢,٠٩				

تظهر بيانات الجدول السابق تراوح المتوسطات الحسابية حول "مضامين الشائعات المتداولة على شبكات التواصل الإجتماعي" ما بين (٢,٢٧-١,٨٨)، فيما بلغ المتوسط الحسابي الكلي لعبارات "مضامين الشائعات المتداولة على شبكات التواصل الإجتماعي" (٢,٠٩)، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الثانية على مقياس ليكرت الثلاثي (٢,٣٣-١,٦٧)، وهو ما يعنى أن المبحوثين من الجمهور المصري موافقون إلى حد ما على عبارات "مضامين الشائعات المتداولة على شبكات التواصل الإجتماعي"، حيث تظهر النتائج تصدر الشائعات الاقتصادية بمتوسط قدره (٢,٢٧)، يليها الشائعات السياسية بمتوسط (٢,١٩)، ثم الشائعات الإجتماعية بمتوسط (٢,١٢)، والشائعات الدينية بمتوسط (٢,١٠)، والشائعات

العلمية بمتوسط (٢,٠٧)، والشائعات الطبية بمتوسط (١,٩٩)، والشائعات الثقافية بمتوسط (١,٨٨)، ويفسر ذلك أن الجمهور المصري على صفحات التواصل الاجتماعي ليس لديه ثمة فروق بين أنواع الشائعات المثارة، وخاصة عندما ترتبط بظروف حياتهم، حيث لا يهتم الجمهور كثيراً بالقضايا السياسية إلا إذا انعكس ذلك علي دخله بالسلب، فيما يلاحظ الباحث أن هناك تقارباً بين الشائعات السياسية والأوضاع الاقتصادية في مصر والعكس، حيث يتبع كل منهما الآخر، بالإضافة إلى أن الشائعة عادة ما تحمل مضموناً مهماً يؤثر اهتمامات الناس، ويتزايد هذا الاهتمام عندما يرتبط بأحوالهم المعيشية، وأنه مع تزايد الشائعات الاقتصادية التي صاحبت الحرب الروسية الأوكرانية زادت معاناته الناس من حيث قلة الدخل وغلاء المعيشة وارتفاع الأسعار أضعاف ما كانت عليه أثناء أزمة كورونا، ومن ثم ظهرت شائعات تنبأ بوجود ثورة جياح، وأن مصر في طريقها للإفلاس، وأن الحكومة عرضت أصول الدولة للبيع بما فيها قناة السويس والموانئ المصرية وحديقة الحيوان والأورمان وغيرها، وهي شائعات يرى الباحث أنها نالت كثيراً من مكانة الدولة سياسياً، كما نالت من إنجازات الحكومة ومشروعاتها التي يراها الباحث أنها مهمة لأجيال قادمة، ويعتقد أنه من الحكمة ضرورة إرجاء هذه المشروعات مؤقتاً إلى أن تنتهي أو تتوقف الحرب الروسية الأوكرانية وعودة النشاط الاقتصادي في البلاد من جديد .

- مدى متابعة المبحوثين للأزمات الاقتصادية في مصر على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٨) مدى متابعة الجمهور للأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي في مصر

النسبة	العدد	مدى متابعة الأزمات الاقتصادية
٥٨	٢٣٢	إلى حد كبير
٢٧,٥	١١٠	إلى حد ما
١٤,٥	٥٨	نادراً
١٠٠	٤٠٠	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق ارتفاع معدل متابعة المبحوثين للأزمات الاقتصادية في مصر، حيث جاء ما نسبته (٥٨,٠) يتابعون إلى حد كبير الأزمات الاقتصادية في مصر، وأن ما نسبته (٢٧,٥) يتابعونها الى حد ما، و(١٤,٥) يتابعونها نادراً، وتعكس هذه النتائج حقيقة مهمة وهي أن غالبية الجمهور المصري يتابعون بشكل كبير الأوضاع الاقتصادية في مصر على صفحات التواصل الاجتماعي ويتفاعلون مع أخبارها، باعتبارها موضوعات تمس حياتهم اليومية ووضعهم المعيشي بشكل مباشر، وهي مؤشرات تؤكد قوة شبكات

التواصل الإجتماعى وتأثيراتها فى حياة الأفراد وخاصة فى أوقات الأزمات، ويعتقد الباحث إمكانية استخدام هذه المنصات بشكل ايجابى لتشكيل موقف داعم لخطه الإصلاح التى تتبناها الدولة ممثلة فى المشروعات القومية الكبرى وفتح مجالات الاستثمار فى كل قطاعات الدولة لتفادى الأزمات الاقتصادية الصعبة التى خلفتها الحرب الروسية الأوكرانية، أو أزمات أخرى مستقبلاً.

- تقييم المبحوثين للأزمات التى كانت محل إثاره للشائعات على شبكات التواصل الإجتماعى ٢٠٢٢م:

جدول رقم (٩) ترتيب الأزمات التى كانت محل إثاره للشائعات على شبكات التواصل كما يراها الجمهور

الأزمات الاعلى اثاره على شبكات التواصل	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الوزن المرجح
أزمة التدخل الروسي فى أوكرانيا	٤٥,٢٥	٣١,٢٥	١٥,٠	٨,٥	١٠٠
الأزمة الاقتصادية فى مصر	٤٢,٢٥	٢٩,٧٥	١٨,٠	١٠,٠	١٠٠
أزمة الأمن الغذائى العالمى	٦,٥	١٦,٠	٢٨,٠	٤٩,٥	١٠٠
أزمة جائحة وباء كورونا	٥,٧٥	١٢,٢٥	٣٦,٧٥	٤٥,٢٥	١٠٠
المجموع	ن=٤٠٠				١٠٠

تظهر بيانات الجدول السابق تعدد الأزمات التى كانت محل إثارة للشائعات على شبكات التواصل الإجتماعى ويدركها المبحوثين من الجمهور المصرى، ففى الترتيب الأول حصلت أزمة التدخل الروسي فى أوكرانيا على نسبة (٤٥,٢٥)، يليها الأزمة الاقتصادية فى مصر بنسبة (٤٢,٢٥)، ثم أزمة الأمن الغذائى العالمى بنسبة (٦,٥)، وأخيراً حصلت أزمة كورونا على نسبة (٥,٧٥)، وفى الترتيب الثانى تصدرت أزمة التدخل الروسي فى أوكرانيا بنسبة (٣١,٢٥)، يليها الأزمة الاقتصادية فى مصر بنسبة (٢٩,٧٥)، ثم أزمة الأمن الغذائى العالمى بنسبة (١٦,٠)، وأخيراً حصلت أزمة كورونا على نسبة (١٢,٢٥)، وفى الترتيب الثالث حظيت أزمة كورونا على نسبة (٣٦,٧٥)، يليها أزمة الأمن الغذائى العالمى بنسبة (٢٨,٠)، ثم الأزمة الاقتصادية فى مصر بنسبة (١٨,٠)، وأخيراً جاءت أزمة التدخل الروسي فى أوكرانيا بنسبة (١٥,٠)، وفى الترتيب الرابع تصدرت أزمة الأمن الغذائى العالمى بنسبة (٤٩,٥)، يليها أزمة كورونا بنسبة (٤٥,٢٥)، ثم الأزمة الاقتصادية فى مصر بنسبة (١٠,٠)، وأخيراً جاءت أزمة التدخل الروسي فى أوكرانيا بنسبة (٨,٥)، وهو ما يفسر اهتمام شبكات التواصل الاجتماعى الكبير بالقضايا الاقتصادية فى العالم عقب إعلان الحرب الروسية الأوكرانية وقبلها، حيث تصدرت أزمة التدخل الروسي فى أوكرانيا، والأزمة الاقتصادية فى مصر، وأزمة الأمن الغذائى العالمى ترتيب الأزمات المثيرة

للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي مؤخراً، بينما جاءت أزمة وباء كورونا في ترتيب متأخر باعتبارها أزمة انتهت مؤقتاً، على الرغم من ظهور أجيال ومتحورات وصفقتها منظمة الصحة العالمية بأنها ضعيفة منها "دلنا وأوميكرون وجدرى القروء" حيث أثرت أزمة كورونا بشكل كبير على اقتصاديات الدول خلال ٢٠٢٠م و٢٠٢١م، إلا أن العالم فوجيء مع بدايات ٢٠٢٢م بالتدخل الروسي في أوكرانيا ليخلق هذا التدخل أزمات عالمية جديدة، انعكست على الوضع الاقتصادي للدول النامية ومن بينها مصر التي تعاني من أزمات في قطاعات الإنتاج المختلفة، فارتفاع معدل التضخم وارتفاع الأسعار لمختلف المنتجات ساهم في ارتفاع تكلفة المعيشة، في نفس الوقت الذي تقل فيه القوة الشرائية لأصحاب الدخل الثابتة، وتقل القيمة الحقيقية للمدخرات النقدية، خاصة في ظل ارتفاع معدل التضخم السنوي عن معدل الفائدة في البنوك، وهو ما يتطلب ضرورة إجراء إصلاحات هيكلية واسعة لتقليص دور الدولة في الاقتصاد، وهو ما تكفلت به وثيقة سياسة ملكية الدولة، أو طرح أصول الدولة للبيع، ودخول القطاع الخاص مجال الاستثمار المحلي بشكل لم يكن من قبل .

- ترتيب المبحوثين للأزمات الاقتصادية التي تفاعلت معها شبكات التواصل الاجتماعي في مصر :

جدول رقم (١٠) الأزمات الاقتصادية التي تفاعلت معها شبكات التواصل الاجتماعي كما يراها الجمهور .

ترتيب الأزمات	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الوزن المرجح
أزمة ارتفاع أسعار السلع والخدمات	٣٩,٧٥	٣١,٢٥	٢٠,٠	٩,٠	١٠٠
أزمة زيادة معدل التضخم	٢٥,٧٥	٣٣,٥	٢٢,٥	١٨,٢٥	١٠٠
أزمة تراجع الاحتياطي النقدي	١٨,٢٥	١٦,٥	٢٥,٥	٣٨,٢٥	١٠٠
أزمة ارتفاع معدل البطالة	١٦,٢٥	١٨,٧٥	٣٢,٠	٣٤,٥	١٠٠
مجموع الأوزان المرجحة	ن=٤٠٠				١٠٠

تظهر بيانات الجدول السابق تنوع الأزمات الاقتصادية التي تفاعل معها رواد ونشطاء شبكات التواصل الاجتماعي عقب إعلان الحرب الروسية الأوكرانية ٢٠٢٢م، ففي الترتيب الأول تصدرت أزمة ارتفاع أسعار السلع والخدمات الحكومية بنسبة (٣٩,٧٥)، يليها أزمة زيادة معدل التضخم بنسبة (٢٥,٧٥)، وأزمة تراجع الاحتياطي النقدي بنسبة (١٨,٢٥)، وأخيراً حصلت أزمة ارتفاع معدل البطالة على نسبة (١٦,٢٥)، وفي الترتيب الثاني حصلت أزمة ارتفاع معدل التضخم على نسبة (٣٣,٥)، ثم أزمة ارتفاع أسعار السلع والخدمات بنسبة (٣١,٢٥)، وأزمة ارتفاع معدل البطالة بنسبة (١٨,٧٥)، وأزمة تراجع

الاحتياطي النقدي بنسبة (١٦,٥)، وفي الترتيب الثالث حصلت أزمة ارتفاع معدل البطالة على نسبة (٣٢,٠)، وأزمة تراجع الاحتياطي النقدي بنسبة (٢٥,٥)، وأزمة زيادة معدل البطالة بنسبة (٢٢,٥)، وأزمة ارتفاع أسعار السلع والخدمات بنسبة (٢٠,٠)، وفي الترتيب الرابع حصلت أزمة تراجع الاحتياطي النقدي على نسبة (٣٨,٢٥)، وأزمة ارتفاع معدل البطالة بنسبة (٣٤,٥)، وأزمة زيادة معدل التضخم بنسبة (١٨,٢٥)، وأزمة ارتفاع أسعار السلع والخدمات بنسبة (٩,٠) من مجموع الأوزان الترجيحية، وهو ما يعنى أن أزمات "ارتفاع أسعار السلع والخدمات الحكومية، وارتفاع معدل التضخم ومعدلات البطالة" كانت هي أبرز الأزمات الاقتصادية التي صاحبت الشائعات على منصات التواصل الاجتماعي، ويرى الباحث أن الاقتصاد المصري لم ينجح في تخطي تداعيات الحرب الروسية الأوكرانية، حيث ما يزال يواجه زيادة حادة في أسعار المواد الغذائية والوقود والأسمدة وتعطل سلاسل التوريد والتجارة العالمية، بالإضافة إلى انخفاض الجنيه المصري ليصل إلى أدنى مستوى له أمام الدولار، يصاحبه كساد اقتصادي يولد حالة من الاستياء الاجتماعي وينذر بأزمات سياسية جديدة، ويعتقد الباحث أن التعويل على تخفيض قيمة الجنيه لجذب مزيد من الاستثمارات قد لا يكون له أثر فاعل في الأزمة الحالية، نتيجة وجود عوامل أكثر تأثيراً على مناخ الاستثمار تتطلب التعامل معها من بينها موضوعات سيادة الأمن والاستقرار المالي، وتسهيلات في إجراءات الضرائب وغيرها من العوامل المؤثرة على مناخ الاستثمار.

- اتجاهات المبحوثين نحو دوافع الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (١١) دوافع الاهتمام بمتابعة الأزمات الاقتصادية في مصر من وجهة نظر الجمهور المصري.

ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	منخفضة		متوسطة		كبيرة		درجة الاهتمام	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
١	٢,٧٩	٠,٥٦٢	٣١,٥	١٢٦	٣٩,٥	١٥٨	٢٩,٠	١١٦	التعرف على وجهات نظر أخرى عن طبيعة الأزمات الاقتصادية في مصر	
١	٢,٧٩	٠,٥٨٧	٤٤,٢	١٧٧	٢٨,٢	١١٣	٢٧,٥	١١٠	أشارك في التوعية حول مخاطر الأزمات الاقتصادية وتأثيراتها على الأمن القومي	
٢	٢,٥٧	٠,٨٠٩	٢٢,٠	٨٨	٥٤,٠	٢١٦	٢٤,٠	٩٦	اهتم بمتابعة موضوعات الأزمات	

العبارة	درجة الاهتمام		كبيرة		متوسطة		منخفضة		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ت
	%	ك	%	ك	%	ك					
الاقتصادية في مصر والعالم											
أنشر كل جديد من معلومات حول الأوضاع الاقتصادية في مصر	١٩,٠	١٢٧	٣١,٨	١٩٧	٤٩,٢	١٩٧	٤٩,٢	١٩٧	٠,٧٥٦	٢,٥٣	٣
أتفاعل مع موضوعات الأزمات الاقتصادية وأناقشها مع الآخرين.	١٧,٠	١٦٣	٤٠,٨	١٦٩	٤٢,٢	١٦٩	٤٢,٢	١٦٩	٠,٨٢٧	٢,٤٣	٤
المتوسط العام : ٢,٤١											

تظهر بيانات الجدول السابق تراوح المتوسطات الحسابية حول "دوافع الاهتمام بالأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي" ما بين (٢,٩٧-٢,٤٣)، فيما بلغ المتوسط الحسابي الكلي لعبارات "دوافع الاهتمام بالأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي" (٢,٤١)، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الأولى على مقياس ليكرت الثلاثي (٢,٣٤-٣,٠)، ويدلل على أن المبحوثين من الجمهور المصري يهتمون بدرجة كبيرة على عبارات "دوافع الاهتمام بالأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي"، حيث تصدر دافع التعرف على وجهات نظر أخرى عن طبيعة الأزمات الاقتصادية بدرجة كبيرة وذلك بما نسبته (٢٩,٠) من المبحوثين، ومتوسطة بنسبة (٣٩,٥)، ومنخفضة بنسبه (٣١,٥)، يليه دافع المشاركة في التوعية حول مخاطر الأزمة الاقتصادية على الأمن القومي بدرجة كبيرة بنسبة (٢٧,٥)، ومتوسطة بنسبة (٢٨,٢)، ومنخفضة بنسبه (٤٤,٢)، ثم جاء دافع الاهتمام بمتابعة موضوعات الأزمات الاقتصادية في مصر والعالم بدرجة كبيرة بنسبه (٢٤,٠)، ومتوسطة بنسبة (٥٤,٠)، ومنخفضة بنسبه (٢٢,٠)، ثم دافع نشر كل جديد من معلومات حول الأوضاع الاقتصادية في مصر بدرجة كبيرة بنسبه (١٩,٠)، ومتوسطة بنسبه (٣١,٨)، ومنخفضة بنسبه (٤٩,٢)، وأخيراً جاء دافع التفاعل مع موضوعات الأزمات الاقتصادية ومناقشتها مع الآخرين بدرجة كبيرة بنسبه (١٧,٠)، ومتوسطة بنسبة (٤٠,٨)، ومنخفضة بنسبه (٤٢,٢)، ويفسر هذه النتائج حقيقة أن المبحوثين من رواد صفحات التواصل الاجتماعي في مصر يهتمون ويتفاعلون مع القضايا الاقتصادية باعتبارها موضوعات تمس أحوالهم المعيشية، وهو ما يؤكد على الدور الذي سوف يعول على صفحات التواصل الاجتماعي بعد أزمة التدخل الروسي في أوكرانيا، ففي البلدان التي تتمتع بقدر كبير من حرية الرأي والتعبير يتشارك الجمهور مع المؤسسات الاقتصادية

الحكومية في استكشاف الأسباب وطرح الحلول وتبنى وجهات النظر المختلفة بشأن سيناريوهات المستقبل للخروج من الأزمات التي تتعرض لها المجتمعات النامية غالباً .

- رأى المبحوثين حول مصادر الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية في مصر على شبكات التواصل .

جدول رقم (١٢) مصادر الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل لدى الجمهور

النسبة	العدد	مصادر الشائعات الاقتصادية في مصر
٣٣,٢٥	١٣٣	قنوات الإخوان وأذرعها الاعلامية
٢٤,٥٠	٩٨	المواقع المعادية للدولة في الخارج
٢٠,٠	٨٠	الصفحات مجهولة المصدر
١٣,٧٥	٥٥	صفحات البلوجرز الموالين للإخوان
٨,٥٠	٣٤	صفحات المدونات الاقتصادية
١٠٠	٤٠٠	المجموع

تظهر بيانات الجدول السابق تصدر قنوات جماعة الإخوان مصادر الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية في مصر عقب الحرب على أوكرانيا ٢٠٢٢م وذلك بنسبة (٣٣,٢٥)، يليها المواقع المعادية لمصر في الخارج بنسبة (٢٤,٥٠)، ثم الصفحات مجهولة المصدر بنسبة (٢٠,٠)، وصفحات البلوجرز الموالية للإخوان بنسبة (١٣,٧٥)، والمدونات الاقتصادية بنسبة (٨,٥٠)، ويفسر ذلك أن الجمهور المصري عادة لا يهتم بمصدر واحد للشائعات لإشباع حاجاته المعرفية، حيث يلجأ لصفحات جماعة الإخوان والمواقع المعادية لمصر في الخارج، وهما أكثر الصفحات تصديراً للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي عن الأوضاع الاقتصادية في مصر، وهي نتيجة منطقية نظراً لحالة الصراع والعداء بين جماعة الإخوان وعناصر المعارضة في الخارج مع الدولة المصرية والنظام الحاكم، وتعكس هذه الصفحات صورة غير صحيحة عن الاقتصاد المصري وعن مستقبل الاستثمار في مصر، حيث كثيراً ما ينفى رئيس الوزراء ما يتم تداوله على قنوات وصفحات جماعة الإخوان وخاصة ما يتعلق منها بالوضع الاقتصادي في مصر وأحوال الناس المعيشية .

- رأى المبحوثين فى الأسباب التى تؤدى إلى انتشار الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى
جدول رقم (١٣) أسباب انتشار الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى كما يراها الجمهور.

النسبة	العدد	أسباب انتشار الشائعات الاقتصادية كما يراها الجمهور
٦٩,٠	٢٧٦	غياب الشفافية والمصداقية فى البيانات الرسمية
٥٩,٢٥	٢٣٧	انخفاض مستوى المعيشة لدى الناس
٥٠,٨	٢٠٣	قلة الوعى بخطورة الشائعات على الاقتصاد القومى
٢٥,٨	١٠٣	غياب المسؤولية المجتمعية لدى مروجى الشائعات
١٤,٣	٥٧	ضعف أداء المتحدث الرسمى للحكومة
١٢,٣	٤٩	تجاهل الاعلام الرسمى للأوضاع الاقتصادية
١٢,٠	٤٨	الاستخدام السلبي لشبكات التواصل الاجتماعى
٩,٠	٣٦	عدم وجود رقابة على شبكات التواصل
٦,٥	٢٦	كثرة الصفحات الوهمية على شبكات التواصل
٥,٥	٢٢	معرفة اتجاهات الجمهور تجاه الأزمة المثارة
		ن=٤٠٠

تشير بيانات الجدول السابق تعدد أسباب انتشار الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية فى مصر وتداولها على شبكات التواصل الاجتماعى، حيث تصدر غياب الشفافية والمصداقية فى البيانات الحكومية الرسمية بنسبة (٦٩,٠)، يليها انخفاض مستوى المعيشة لدى المواطنين بنسبة (٥٩,٢٥)، وقلة الوعى بخطورة الشائعات على الاقتصاد المصرى بنسبة (٥٠,٨)، ثم غياب المسؤولية المجتمعية لدى مروجى الشائعات بنسبة (٢٥,٨)، وضعف أداء المتحدث الرسمى للحكومة بنسبة (١٤,٣)، وتجاهل الإعلام الرسمى للأوضاع الاقتصادية فى البلاد بنسبة (١٢,٣)، والاستخدام السلبي لشبكات التواصل الاجتماعى بنسبة (١٢,٠)، عدم وجود رقابة على شبكات التواصل الاجتماعى بنسبة (٩,٠)، وكثرة الصفحات الوهمية على شبكات التواصل الاجتماعى بنسبة (٦,٥)، ومعرفة اتجاهات الجمهور تجاه الأزمة الاقتصادية بنسبة (٥,٥)، وهو ما يعنى أن غياب الشفافية والمصداقية فى البيانات الحكومية الرسمية، قد يدفع الناس نحو اللجوء إلى المشاركة فى الشائعات المتداولة على صفحات التواصل الاجتماعى، ويعزو ذلك الى عدم إدراكهم لخطورة الشائعات التى يتم نشرها وتداولها حول الأزمات الاقتصادية فى مصر، حيث يتفاعلون معها ويعلقون على بعضها دون التحرى عن مصدر المعلومة وأسباب إطلاقها، وأخرون تحركهم نوازعهم

النفسية والاجتماعية، وتعتمد نشر المزيد من الشائعات من باب التسلية وإثارة اهتمامات الناس للتعرف على اتجاهاتهم نحو الأزمات الاقتصادية المثارة .

- استجابات المبحوثين نحو أهداف مروجى الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل

جدول رقم (١٤) أهداف مروجى الشائعات الاقتصادية على شبكات التواصل من وجهة نظر الجمهور

أهداف نشر الشائعات الاقتصادية	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي
التشكيك فى انجازات الدولة	٣٧,٥٠	٣٣,٢٥	١١,٥٠	١٠,٥٠	٧,٢٥	٤,٦١
التضليل والتشويه للنظام الحاكم	٥٩,٥٠	٢٥,٥٠	٣,٢٥	٧,٥٠	٤,٢٥	٤,٤٢
زعزعة الأمن والاستقرار الداخلى	٨٢,٥٠	١٠,٠	٦,٥٠	١,٠	٠,٠	٤,٣٤
إثارة الرأى العام ضد الحكم	٧٠,٠	٢٢,٠	٢,٥٠	٥,٥٠	٠,٠	٤,٣٠
بث الرعب والقلق بين الناس	٥٢,٧٥	٣٤,٧٥	٥,٠	٤,٧٥	٢,٧٥	٤,١٣
التنبؤ بالأحداث المستقبلية (السلبية)	٤٨,٧٥	٤٠,٠	٩,٠	٢,٢٥	٠,٠	٤,١١
الحصول على السبق الإعلامى	٤٠,٠	٣٣,٧٥	١٥,٠	١٠,٠	١١,٢٥	٤,٠٨
المتوسط الحسابى العام	٤,٤٣					

توضح بيانات الجدول السابق تراوح المتوسطات الحسابية حول " أهداف مروجى الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى" ما بين (٤,٠٨-٤,٦١)، فيما بلغ المتوسط الحسابى الكلى لعبارات "أهداف مروجى الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى" (٤,٤٣)، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الأولى على مقياس ليكرت الخماسى (٤,٢٠-٥,٠)، وهو ما يعنى أن المبحوثين من الجمهور المصرى موافقون بشدة على عبارات" أهداف مروجى الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى"، حيث تشير البيانات تنوع أهداف نشر وتداول الشائعات المرتبطة بالوضع الاقتصادى فى مصر عقب الحرب على أوكرانيا، حيث ترى النسبة الغالبة من المبحوثين (٤,٦١) أن هناك افتعال فى الوضع الاقتصادى فى مصر يستهدف التشكيك فى انجازات الدولة، وأن السبب يكمن فى تشدد صندوق النقد الدولى وقله خبره الحكومة المصرية مع هذه النوعية من الأزمات، بينما يذكر

ما نسبته (٤,٤٢) أن الهدف هو التضليل وتشويه صورة النظام الحاكم في الخارج، وذلك من خلال بث معلومات منقوصة وغير مكتملة عن أزمات وأحداث اقتصادية ليس لها وجود في الحقيقة، كما يرى ما نسبته (٤,٣٤) أن الهدف يكمن في زعزعة الأمن والاستقرار الداخلي وأن الشائعات المرتبطة بالأزمات الاقتصادية تصب في فشل حكومة "مصطفى مدبولي" في عملية الإصلاح الاقتصادي، كما يرى ما نسبته (٤,١٣) أن الهدف هو بث الرعب والقلق بين الناس عبر إثارة الشائعات حول الوضع الاقتصادي في مصر نتيجة الحرب على أوكرانيا والتي أثرت على ارتفاع أسعار الغذاء والطاقة بمعدلات كبيرة، ويرى ما نسبته (٤,١١) أن الهدف هو التنبؤ بالأحداث المستقبلية (السلبية) وأن هناك تحديات جديدة على الاقتصاد المصري تتمثل في إعلان إفلاس الدولة وعجزها عن الإصلاح، وأخيراً يرى ما نسبته (٤,٠٨) أن الهدف هو الحصول على سبق الإعلامى وكسب المزيد من المتابعين وهو ما يتم ترجمته إلى أرباح يتحصل عليها مالك الصفحة من شركة جوجل، الأمر الذي يتطلب ضرورة وضع قوانين وتشريعات عاجله لوقف تنامي الصفحات التي تعج بالشائعات وتؤثر على صورة مصر أمام المؤسسات المالية العالمية بشكل سلبي، وهو ما دفع "كرسيالينا جورجيفا" المدير العام لصندوق النقد الدولي مطالبة الحكومة المصرية ضرورة التخفيف من مشاريع البناء الضخمة الجارى تنفيذها مثل العاصمة الإدارية الجديدة ومدينة العلمين الجديدة والقطار السريع .

- اتجاهات المبحوثين نحو أشكال المحتوى الأكثر استخداماً في عرض الشائعات الاقتصادية في مصر

جدول رقم (١٥) أشكال المحتوى المستخدمة في الشائعات الاقتصادية كما يراها الجمهور المصري

الترتيب	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	أشكال المحتوى المستخدم في الشائعات
١	٣,٦٠	١,١٧٠	الأخبار الزائفة
٢	٣,٥١	١,١٨٨	قصص خبرية
٣	٣,٤٩	١,١٤٣	انفوجرافيك
٤	٣,٤٨	١,٨٣٨	صور ورسوم
٥	٣,٤٦	١,١٧٦	مقاطع فيديو
٦	٣,٤٥	١,١٧٦	مقالات رأى
٧	٣,٤٣	١,١٣٢	تقارير وتحليلات
٨	٣,٤١	١,١٨٦	خدمة البث المباشر
			المتوسط العام = ٣,٤٥

تظهر بيانات الجدول السابق تنوع آراء الباحثين حول الأشكال التي تأتي عليها الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الإجتماعي، حيث تصدرت الأخبار بمتوسط قدره (٣,٦٠)، يليها القصص الخبرية بمتوسط قدره (٣,٥١)، والانفوجرافيك بمتوسط (٣,٤٩)، والتي تستخدم الصور والرسوم بمتوسط (٣,٤٨)، والتي تعتمد على مقاطع الفيديو بمتوسط (٣,٤٦)، ثم تأتي الشائعات داخل المقالات بمتوسط (٣,٤٥)، وداخل التقارير والتحليلات بمتوسط (٣,٤٣)، وأخيراً خدمة البث المباشر للشائعات بمتوسط (٣,٤١)، ويفسر ذلك أن مستخدمى صفحات التواصل الإجتماعي يميلون إلى تنوع المحتوى بما يتناسب مع أذواق ورغبات زوار الصفحات الذين ينتمون فى الغالب إلى فئة الشباب وما يتمتعون به من سمات تجعلهم أكثر انفتاحاً على الثقافات العالمية، حيث يأتي الاهتمام بأسلوب العرض والقالب الفنى الذى يتضمن محتوى الشائعة عبر استخدام كافة الوسائط بداية من النص ومقاطع الفيديو والرسوم بأنواعها، وهى مؤشرات تؤكد على سهولة صناعة محتوى الشائعة، وأن هناك ما يحرصون على أن تقدم الشائعة بصور جذابة بهدف التأثير والإقناع، يساهم فى ذلك حالة الالتباس والغموض التى تحيط بالمعلومات المتداولة وعدم التمييز بين الصحيح منها وغير الصحيح، يعزز ذلك استخدام قوالب فنية عديدة يتصدرها الخبر والقصص الخبرية والانفوجرافيك والتقارير وغيرها.

- رأى الباحثين حول أسباب الاهتمام بمتابعة الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل

جدول رقم (١٦) أسباب الاهتمام بمتابعة الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية كما يراها الجمهور

الترتيب	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	اسباب اهتمام الجمهور بمتابعة الشائعات
١	٣,٨٣	١,١٣١	سهولة التقنية والاستخدام
٢	٣,٨٠	١,١٢١	سهولة التواصل مع الأيمن
٣	٣,٧٨	١,١٧١	سرعة نشر الشائعة وقت الأزمات
٤	٣,٧٦	١,١٤١	تعدد خيارات النشر حسب الطلب
٥	٣,٧١	١,١٢١	التنوع فى المحتوى الزائف
٦	٣,٤٩	١,٢٠١	المشاركة فى حسابات أخرى
٧	٣,٣٧	١,٢٥	عدم وجود الرقابة على المحتوى
المتوسط = ٣,٧٢			

توضح بيانات الجدول السابق تباين وجهات نظر الباحثين حول "أسباب الاهتمام بمتابعة الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي"،

حيث تصدرت سهولة التقنية والاستخدام بمتوسط قدره (٣,٨٣)، يليها سهولة التواصل مع الأدمن بمتوسط (٣,٨٠)، وسرعة نشر الشائعة وقت الأزمات بمتوسط (٣,٧٨)، وتعدد خيارات النشر حسب الطلب بمتوسط (٣,٧٦)، والتنوع فى المحتوى الزائف بمتوسط (٣,٧١)، والمشاركة فى حسابات أخرى بمتوسط (٣,٤٩)، وعدم وجود رقابة على المحتوى بمتوسط (٣,٣٧)، وهو ما يعنى أن سهولة التقنية ومهارة استخدامها أبرز دوافع الاهتمام بصفحات الشائعات الاقتصادية فى مصر، الأمر الذى دفع المجلس الأعلى للإعلام إلى وضع مسودة قانون للنشر الإلكتروني يتضمن فرض ضرائب على امتلاك واستخدام موقع أو حساب شخصى على شبكات التواصل الإجتماعى أو الشبكة العامة، وهى محاولة جادة نحو الحد من تجاوزات الصفحات الوهمية التى تضج الشائعات الاقتصادية بكل أشكالها، مما قد يؤثر على أمن استقرار البلاد وصورتها أمام المجتمع الدولي.

- استجابات المبحوثين نحو أساليب التفاعل مع الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (١٧) أساليب تفاعل الجمهور مع الشائعات الاقتصادية المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	العدد	اساليب تفاعل الجمهور مع الشائعات
٥٩,٢	٢٣٧	أحاول التأكد من الخبر من مصادر ثقة
١٧,٥	٧٠	أصدق المعلومة دون التحقق منها
٨,٠	٣٢	أسأل الأصدقاء عن الخبر المنشور
٨,٠	٣٢	أقوم بتعديل الخبر و أنشره عبر صفحتى خاصة
٧,٢	٢٩	أتجاهل الخبر ولا اهتم به
١٠٠	٤٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى تنوع آراء المبحوثين حول أساليب تفاعلهم مع الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية فى مصر، حيث تصدر التأكد من مصدر المعلومة وتحرى مصداقيتها بنسبة (٥٩,٢)، بينما يرى ما نسبته (١٧,٥) أنهم يصدقون الشائعة ويتعاملون معها على أنها صحيحة إلى أن يثبت العكس، ويرى ما نسبته (٨,٠) من العينة أنهم يلجأون إلى الأصدقاء للتأكد من مصداقية الشائعة المتداولة، وأحياناً يقومون على تعديلها، فيما يرى ما نسبته (٧,٢) ضرورة تجاهل هذه النوعية من الأخبار، وهو ما يشير إلى وجود قدر من الوعي لدى الجمهور المصرى بالشائعات التى تحاول النيل من الدولة وثوابتها، ورغم أن النسبة ليست كبيرة إلا أنه يمكن البناء عليها فى إيجاد قاعدة رفض قوية للشائعات بكل أنواعها، بجانب أهمية التحقق من المعلومة غير المؤكدة قبل مشاركتها الغير،

وهو ما تتفق فيه النتائج مع دراسة سماح المحمدى (٢٠٢٢)، والتي أشارت إلى ضرورة الرجوع إلي المصادر الرسمية، وعدم نشر الشائعات وترويجها قبل التأكد منها.
- رأى المبحوثين في أدوات التفاعل التي تصاحب الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (١٨) أدوات التفاعل المصاحبة للشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية كما يراها الجمهور .

النسبة	العدد	الأدوات التفاعلية المستخدمة في تفاعل الجمهور مع الشائعات
٢٦,٢٥	١٠٥	الكتابة والتدوين Post
٢٥,٢٥	١٠١	علامات الإعجاب Like
٢٢,٠	٨٨	مشاركة الغير Share
١٠,٢٥	٤١	التواصل مع الأدمن Admin
٩,٢٥	٣٧	خيارات الإشعارات Notifications
٧,٠	٢٨	تعبيرات الوجه (Emotion)
١٠٠	٤٠٠	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق اختلاف آراء المبحوثين حول " أدوات التفاعل التي تصاحب الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي"، حيث تصدرت أدوات الكتابة والتدوين (بوست، تغريدة، تعليق) بنسبة (٢٦,٢٥)، يليها علامات الإعجاب بمحتوى الشائعة بنسبة (٢٥,٢٥)، ثم مشاركة الغير بنسبة (٢٢,٠)، والتواصل مع إدارة الصفحة بنسبة (١٠,٢٥)، وخيارات الإشعارات بنسبة (٩,٢٥)، واستخدام تعبيرات الوجه بنسبة (٧,٠)، وهو ما يفسر إمكانية التفاعل مع الشائعات المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعي بالتدوين وعلامات الإعجاب والمشاركة والتواصل مع أدمن الصفحة، فيما يلاحظ الباحث أن غالبية المبحوثين يهتمون بالتدوين والكتابة بما يعنى أن الكثير منهم قد يشاركون في صناعة الشائعة أو جزء منها عن طريق إضافة بعض المعلومات عليها، أو وضع عنوان مثير ثم مشاركتها مع الغير.

- رأى المبحوثين فى شكل التفاعل مع الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل

جدول رقم (١٩) أشكال التفاعل مع الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية كما يراها الجمهور

النسبة	العدد	أشكال تفاعل الجمهور على الشائعات
٤٩,٥	١٩٨	اكتفى بالتعليق بنص
١٨,٧	٧٥	التعليق بصورة (فوتوغرافية، فيديو)
١٤,٧	٥٩	التعليق بمقطع فيديو
٨,٨	٣٥	التعليق برابط عن الشائعات المشابهة
٥,٨	٢٣	استخدام الأشكال والرموز التعبيرية
٢,٠	٨	نسخ التدوينية وطبعها
٠,٥	٢	استخدام الجرافيك والرسوم الساخرة
١٠٠	٤٠٠	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق تنوع وجهات نظر المبحوثين حول "أشكال التفاعل مع الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى"، حيث تصدر الإكتفاء بالتعليق بنص بنسبة (٤٩,٥)، يليها التعليق بصورة (فوتوغرافية، مرسومة) بنسبة (١٨,٧)، والتعليق بمقطع فيديو بنسبة (١٤,٧)، والتعليق برابط عن شائعات مشابهة بنسبة (٨,٨)، واستخدام الأشكال والرموز التعبيرية بنسبة (٥,٨)، ونسخ التدوينية وطبعها بنسبة (٢,٠)، واستخدام الجرافيك والرسوم الساخرة بنسبة (٠,٥)، وهو ما يفسر حقيقة تنوع أشكال التفاعل على مضمون الشائعات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى، حيث تصدر النص باعتباره المعلومة التى تحمل مضمون الشائعة بكل تفاصيلها، فيما تأتى الصور والرسوم ومقاطع الفيديو والروابط والأشكال والرموز عناصر تضيف للشائعة المزيد من عناصر الجذب والإبهار ولفت الانتباه، حيث ما يزال النص هو الرسالة التى تبنى عليها الشائعة المراد توصيلها لأكثر عدد من الناس .

- استجابات المبحوثين نحو مظاهر الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل:

جدول رقم (٢٠) مظاهر الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية في مصر كما يراها الجمهور المصري

الترتيب	النسبة	العدد	مظاهر الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية
١	٥٦,٥٠	٢٢٦	إعادة تصريحات قديمة
٢	٨,٧٥	٣٥	التلاعب في الصوت للتضليل
٣	٨,٢٥	٣٣	التلاعب في الفيديو
٤	٧,٧٥	٣١	إعادة فيديوهات قديمة
٥	٦,٢٥	٢٥	نشر قرارات مزورة
٦	٦,٠٠	٢٤	التلاعب بالصور
٧	٥,٧٥	٢٣	بيانات مغلوطة
	١٠٠	٤٠٠	المجموع

تظهر بيانات الجدول السابق تنوع آراء المبحوثين حول "مظاهر الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي"، حيث تصدر احتواء الشائعة على تصريحات قديمة بنسبة (٥٦,٥٠)، يليها التلاعب في الصوت بنسبة (٨,٧٥)، والتلاعب في الفيديو بنسبة (٨,٢٥)، وإعادة فيديوهات قديمة بنسبة (٧,٧٥)، ونشر قرارات مزورة بنسبة (٦,٢٥)، والتلاعب بالصور بنسبة (٦,٠٠)، ونشر بيانات مغلوطة بنسبة (٥,٧٥)، وهو ما يفسر ما تتسم به الشائعات من مظاهر على شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تتخذ أشكالاً عديدة منها "إعادة تدوير تصريحات قديمة لمسؤولين على أنها حديثة ودعمها باسقاطات تستهدف السخرية من أشخاص ومؤسسات حكومية بعينها، ثم التلاعب بالصورة والصورة ومقاطع الفيديو" وهي أدوات تم توظيفها عند التعاطي مع الشائعات الاقتصادية في مصر، والتي قد تضيف على الشائعة الكثير من المصدقية والتأثير بمقارنة بالصور الفوتوغرافية والأصوات المتداخلة أو المقلدة تلك التي يتم التلاعب في مستوياتها عبر برامج صوت عالية الجودة حتى تتشابه مع الأصوات الأصلية، بهدف التضليل وإثارة الفتنة.

- رأى المبحوثين فى مدى نجاح شبكات التواصل فى صناعة الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى:

جدول رقم (٢١) مدى نجاح شبكات التواصل فى صناعة الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية كما يراها الجمهور

النسبة	العدد	مؤشرات نجاح شبكات التواصل فى صناعة الشائعات
٧٠,٠	٢٨٠	نجحت بدرجة كبيرة
٢٩,٠	١١٦	نجحت إلى حد ما
١,٠	٤	لم تحقق أى نجاح
١٠٠	٤٠٠	كأ ^٢ = ٠,٢١٠ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٩٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى تباين وجهات نظر المبحوثين حول "مدى نجاح شبكات التواصل الاجتماعى فى نشر الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية فى مصر"، والتي أظهرت نجاحاً بدرجة كبيرة بنسبة (٧٠,٠)، ونجاح إلى حد ما بنسبة (٢٩,٠)، بينما يرى ما نسبته (١,٠) أنها لم تحقق نجاحات ملموسة فى نشر الشائعات وتداولها، وهو ما يعنى وعى الجمهور بالأزمات الاقتصادية فى مصر وأن ما يتم تداوله شائعات ومعلومات غير مؤكدة، إلا أن ذلك لم يمنع الجمهور من التعامل معها ونشرها والتعليق عليها أيضاً، كما يتضح من البيانات السابقة أن مستوى الدلالة حول مدى نجاح شبكات التواصل الاجتماعى فى صناعة الشائعات من وجهه نظر المبحوثين كانت أكبر من (٠,٠٥)، والتي بلغت (٠,٩٠٠) مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) بين متوسطات استجابات المبحوثين، والتي جاءت مؤكدة على نجاحها فى صناعة الشائعات، فى الوقت الذى يؤيدون فيه ضرورة وجود تشريعات وقوانين للحد من تجاوزات صفحات الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعى مع عدم الإخلال بمبدأ حرية الرأى والتعبير وهى أهم ما يميز الإعلام الجديد.

- استجابات المبحوثين لمظاهر نجاح شبكات التواصل فى نشر الشائعات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى

جدول رقم (٢٢) مظاهر نجاح شبكات التواصل الاجتماعى فى نشر الشائعات الاقتصادية كما يراها الجمهور

ت	المتوسط الحسابى	الإحراف المعيارى	مظاهر نجاح شبكات التواصل فى نشر الشائعات الاقتصادية
١	٣,٠	١,١٨٣	أقوى وأسرع تأثيراً من وسائل الإعلام التقليدية
٢	٢,٩٣	١,٢٢٢	تقوم بدور الناقل للشائعات فقط

ت	المتوسط الحسابي	الإحتراف المعياري	مظاهر نجاح شبكات التواصل في نشر الشائعات الاقتصادية
٣	٢,٩٢	١,٢٣٦	تقوم على استكمال القصص الإخبارية الناقصة
٤	٢,٩١	١,٢٠٣	تقوم على إضفاء الجاذبية على المعلومات غير المؤكدة
٥	٢,٩٠	١,١٧٢	تقوم على سرعة نقل الشائعات لبيئات ومنصات أخرى
٦	٢,٨٨	١,١٥٢	تركز أكثر على الشائعات المحلية والداخلية
٧	٢,٨٧	١,١٨٨	تقوم على إنتاج الشائعات والترويج لبعضها
٨	٢,٨٦	١,٢٣٢	تقوم على تنوع مضامين الشائعات في المجتمع
٩	٢,٧٤	١,٢٦٠	تقوم على نشر الشائعات على نطاق أوسع
١٠	٢,٧٣	١,٢٥٨	تقلل من أهمية الأجهزة الرقابية في السيطرة عليها
المتوسط = ٢,٥٨			

تشير بيانات الجدول السابق إلى تنوع آراء الباحثين حول "مظاهر نجاح شبكات التواصل الإجتماعي في نشر الشائعات الاقتصادية في مصر"، حيث تصدر كونها "أنها أقوى وأسرع تأثيراً من وسائل الإعلام التقليدية" بمتوسط قدره (٣,٠)، يليها أنها "تقوم بدور الناقل للشائعات فقط" بمتوسط (٢,٩٣)، واستكمال القصص الإخبارية الناقصة بمتوسط (٢,٩٢)، وإضفاء الجاذبية على المعلومات المتداولة بمتوسط (٢,٩١)، وتقوم على سرعة نقل الشائعات لمنصات أخرى بمتوسط (٢,٩٠)، بينما تراجعت أدوارها في كونها: تركز أكثر على الشائعات المحلية والداخلية بمتوسط قدره (٢,٨٨)، وإنتاج الشائعات والترويج لبعضها دون الأخرى بمتوسط (٢,٨٧)، وتنوع مضمون الشائعات بين السياسي والاقتصادي بمتوسط (٢,٨٦)، ونشر الشائعات على نطاق أوسع بمتوسط (٢,٧٤)، وأخيراً تقلل من أهمية الأجهزة الرقابية في السيطرة عليها بمتوسط (٢,٧٣)، وهو ما يعنى اتفاق الباحثين على نجاح شبكات التواصل الاجتماعي في سرعة إنتاج ونشر الشائعات والتفاعل مع مضمونها، بالإضافة إلى قدرتها على استكمال القصص الناقصة، وهي مؤشرات تحكم اتجاه الأفراد نحو إعادة نشر محتوى الشائعات مرة أخرى، فقد تعبير عما يشعر به مما يدفعه لإعادة نشرها، وقد تعبير عن تجربة شخصية، إذ يميل الأفراد للتأثر بالمحتوى الذي يتضمن صوراً أو فيديو إلى جانب التدوين والتغريد والتعليق .

- اتجاهات المبحوثين حول تأثيرات الشائعات على الأوضاع الاقتصادية في مصر على شبكات التواصل

جدول رقم (٢٣) تأثيرات الشائعات على الأوضاع الاقتصادية في مصر على شبكات التواصل الاجتماعي كما يراها الجمهور .

الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	تأثيرات الشائعات على الاقتصاد المصري
١	٣,١٨	١,٢٧٦	أدت الى زعزعة الثقة في القيادة السياسية
٢	٣,١١	١,٣٣٤	قللت من مستوى المشاركة المجتمعية
٣	٣,٠٨	١,٢٩٧	أدت الى زيادة حالات الاحباط بين المواطنين
٤	٣,٠٧	١,٢٨٧	سعت نحو التقليل من جهود الدولة والحكومة
٥	٣,٠٤	١,٤١٢	أدت الى سيادة الروح السلبية بين الناس
			المتوسط العام = ٣,٠٤

توضح بيانات الجدول السابق تنوع آراء المبحوثين حول "تأثيرات الشائعات على الأوضاع الاقتصادية في مصر على شبكات التواصل الاجتماعي"، حيث تصدر التأثير القائم على "زعزعة الثقة في القيادة السياسية" بمتوسط (٣,١٨)، يليه التقليل من مستوى المشاركة المجتمعية مثل تكافل وكرامة وحياة كريمة بمتوسط (٣,١١)، ثم زيادة حالات الإحباط بين المواطنين بسبب سوء الأحوال المعيشية بمتوسط (٣,٠٨)، والتقليل من جهود الدولة في الإصلاح الاقتصادي بمتوسط (٣,٠٧)، وسيادة روح السلبية بين الناس بسبب فشل الحكومة في حل الأزمة بمتوسط (٣,٠٤)، وهو ما يفسر حقيقة تزايد حالة القلق على الوضع الاقتصادي في مصر عقب إعلان الحرب على أوكرانيا والذي أثر في نقص السلع وارتفاع أسعار غالبية المواد الغذائية بصورة غير مسبوقة، الأمر الذي ساهم في تزايد حالات السخط لدى البعض نتيجة الفشل في توفير حاجات أسرهم وأطفالهم من الطعام، يقابل ذلك نفي من الحكومة ما يتم تداوله، باعتباره شائعات، وهو ما تؤكدته دراسة "جامعة أوكسفورد" ٢٠٢٠م التي ترى أن بإمكان شبكات التواصل الاجتماعي أن تتحول إلى أدوات في أيدي الحكومات للتأثير على الرأي العام في الداخل، خاصة أثناء الأزمات حين يتم توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في إطلاق شائعات وأخبار تحاول الحكومات من وراءها، إما صرف الانتباه عن الوضع الاقتصادي المتأزم في البلاد، أو التأثير على صورة أحد الأطراف لتحقيق مصالح أطراف أخرى. (٨٧)

- مدى اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل كمصدر لمعلومات عن الأزمات الاقتصادية في مصر :

جدول رقم (٢٤) اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية في مصر.

النسبة	العدد	مدى الاعتماد على شبكات التواصل كمصدر للمعلومات
٥٦,٠	٢٢٤	إلى حد كبير
٣٣,٢	١٣٣	إلى حد ما
١٠,٨	٤٣	نادرًا
١٠٠	٤٠٠	كا=٠,٠٠٦ درجة الحرية = ١ مستوى المعنوية = ٠,٩٣٨

توضح بيانات الجدول السابق أن ما نسبته (٥٦,٠) من المبحوثين يفضلون الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية إلى حد كبير، وأن ما نسبته (٣٣,٢) يعتمدون عليها إلى حد ما، وما نسبته (١٠,٨) يعتمدون عليها نادرًا، وهو ما يدل على أن المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تُعد حاليًا مصدرًا مهمًا للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية على الرغم من كثرة المعلومات المجهلة وغير معروفة المصدر، كما يتضح من البيانات السابقة أيضاً أن مستوى الدلالة الإحصائية كانت قيمته أكبر من (٠,٠٥) مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) بين متوسطات استجابات عينة الدراسة، حيث كان مستوى الدلالة الإحصائية بالنسبة للاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية قيمته (٠,٩٣٨)، وهو ما يدل على أن المتغير لم يكن له دور في التباين بين متوسطات عينة الدراسة فيما يتعلق بدرجات الاعتماد على شبكات التواصل كمصدر للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية في مصر.

- مدى ثقة المبحوثين في المعلومات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٢٥) مدى ثقة الجمهور في المعلومات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي في مصر كما يراها الجمهور.

النسبة	العدد	مدى الثقة في المعلومات
٦٦,٠	٢٦٤	إلى حد كبير
١٧,٢	٦٩	إلى حد ما
١٦,٨	٦٧	نادرًا
١٠٠	٤٠٠	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق أن ما نسبته (٦٦,٠) من المبحوثين يثقون في المعلومات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية عبر شبكات التواصل الاجتماعي إلى حد كبير، وأن ما نسبته (١٧,٢) يثقون فيها إلى حد ما، وما نسبته (١٦,٨) يثقون فيها نادراً، وهي نتيجة منطقية تدل على أن الجمهور المصري يثقون بدرجة كبيرة في المعلومات المتداولة عن الأوضاع الاقتصادية في مصر، باستثناء الموضوعات المتعلقة بمؤشرات البورصة وحركة التداول اليومي للأوراق المالية، وهو ما تتفق فيه النتائج مع دراسة إسراء الحسيني (٢٠٢٢)، التي ترى أن أخطر ما يهدد اقتصاد الدول هو عدم توافر المعلومات بشفافية عن أحوالهم المعيشية في ظل ما تتعرض له البلاد من شائعات، وهو ما أكده الرئيس السيسي عند افتتاحه لمدينة المنصورة الجديدة (٢ ديسمبر ٢٠٢٢م) من أن مصر تعرضت في عام فقط إلى أكثر من ٩٠ ألف شائعة عام ٢٠٢٢م تستهدف نشر الفوضى وبث الإحباط لدى فئات المجتمع وزعزعة الثقة في عملية الإصلاح الاقتصادي في مصر.^(٨٨)

- مدى مصداقية الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٢٦) مدى مصداقية الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية في مصر لدى الجمهور

النسبة	العدد	مدى مصداقية الشائعات
٣٧,٧	١٥١	تتمتع بمصداقية كبيرة
٣١,٨	١٢٧	تتمتع بمصداقية محدودة
٣٠,٥	١٢٢	لا مصداقية لها
١٠٠	٤٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق أن (٣٧,٧) من المبحوثين يصدقون بنسبة كبيرة الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي، بينما يرى (٣١,٨) منهم أنها تحظى بمصداقية محدودة للغاية باعتبارها معلومات مجهولة المصدر، كما يرى (٣٠,٥) من المبحوثين أنها لا تحظى لديهم بأى مصداقية باعتبارها شائعات تستهدف إثارة الرأي العام ضد الحكومة ومؤسساتها الاقتصادية، ومن ثم تقوم شبكات التواصل بإنتاج كميات ضخمة من المعلومات عن الوضع الاقتصادي في مصر، وكانت سبباً في خلق أزمات جديدة في الأسواق وخاصة ما يرتبط منها بأسعار السلع والخدمات التي تقدمها مؤسسات الدولة .

- اتجاهات المبحوثين نحو عدم مصداقية الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل

جدول رقم (٢٧) معايير عدم مصداقية الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية كما يراها الجمهور

الترتيب	المتوسط الحسابى	الإنحراف المعيارى	معايير عدم مصداقية الشائعات
١	٣,٢١	١,٣٠٦	معلومات مجهولة المصدر
٢	٣,١٣	١,٢١٧	بعيدة عن الواقع فى مصر
٣	٣,٠٧	١,٢٠٧	سريعة الانتشار بين الناس
٤	٢,٩٩	١,٣٥١	لم تصدر من حساب رسمى
٥	٢,٩٨	١,٢٦٣	تتنطوى على مؤامرة إسقاط الدولة
٦	٢,٩٠	١,١٦٧	تتعتمد تشويه انجازات الحكومة
المتوسط العام = ٣,٠٤			

تظهر بيانات الجدول السابق تنوع اتجاهات المبحوثين نحو عدم مصداقية الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى فى مصر، حيث تصدر كونها "معلومات مجهولة المصدر" بمتوسط قدره (٣,٢١)، يليها كونها بعيدة عن الواقع الحقيقى فى مصر بمتوسط قدرة (٣,١٣)، وسريعة الانتشار بين الناس بمتوسط (٣,٠٧)، وكونها لم تصدر عن حساب حكومى رسمى بمتوسط (٢,٩٩)، وتنطوى على مؤامرة تستهدف إسقاط الدولة بمتوسط (٢,٩٨)، وتعتمد تشويه انجازات الحكومة وبرامج الإصلاح الاقتصادى التى يتم تنفيذها بمتوسط (٢,٩٠)، ويعنى أن الشائعات ليست جميعها تحظى بمصداقية لدى المبحوثين وان كان البعض يعتبرها تأتى ضمن الأوراق التى تستهدف إسقاط الدولة من خلال تشويه الانجازات الى تقوم بها الحكومة منذ ثورة ٣٠ يونية ٢٠١٣م وحتى الآن، وهى مؤشرات تؤكد على أن الشائعات قد تُعد ظاهرة صحية إذا ما قادت فى النهاية إلى رد الحكومة على الشائعات المثارة نفيًا أو تصحيحًا، بالإضافة إلى أنها على الجانب النفسى تقوم على اشباع حاجات لدى الأفراد يصعب الوصول إليها فى الواقع.

- استجابات المبحوثين نحو مخاطر الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل:

جدول رقم (٢٨) مخاطر الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية في مصر لدى الجمهور

مخاطر الشائعات على الاقتصاد المصرى	موافق	محايد	غير موافق	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ت
الغش في السلع الاستهلاكية	٩٢,٨٦	٢,٨٦	٤,٢٩	٠,٤٣٦	٢,٨٩	١
احتجاز بعض الحبوب والأعلاف بالميناء	٩٠,٠٠	٥,٧١	٤,٢٩	٠,٤٦٠	٢,٨٦	٢
ارتفاع صرف العملات الأجنبية	٨٨,٥٧	٤,٢٩	٧,١٤	٠,٥٤٦	٢,٨١	٣
تزايد الهجرة غير الشرعية	٧٢,٨٦	١٠,٠٠	١٧,١٤	٠,٧٧٣	٢,٥٦	٤
ارتفاع نسبة الفقر	٧٠,٠٠	١٤,٢٩	١٥,٧١	٠,٧٥٥	٢,٥٤	٥
ارتفاع تكلفة المعيشة	٧٥,٧١	٢,٨٦	٢١,٤٣	٠,٨٢٩	٢,٥٤	٥
ترجع النشاط السياحي	٦٤,٢٩	٢٢,٨٦	١٢,٨٦	٠,٧١٧	٢,٥١	٦
خروج الاستثمارات الأجنبية	٧٠,٠٠	١,٤٣	٢٨,٥٧	٠,٩٠٩	٢,٤١	٧
زيادة معدلات البطالة	٥٥,٧١	٢٠,٠٠	٢٤,٢٩	٠,٨٤٣	٢,٣١	٨
المتوسط = ٢,٦٦						

تظهر بيانات الجدول السابق تراوح المتوسطات الحسابية حول "مخاطر الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي" ما بين (٢,٨٩-٢,٣١)، فيما بلغ المتوسط الحسابي الكلي لعبارات "مخاطر الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي" (٢,٦٦)، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الثانية على مقياس ليكرت الثلاثي (١,٦٧-٢,٣٣)، ويعنى أن المبحوثين من الجمهور المصرى موافقون إلى حد ما على عبارات "مخاطر الشائعات المتعلقة بالأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل في مصر"، حيث تصدر خطورة الغش في السلع الاستهلاكية بمتوسط قدره (٢,٨٩)، يليه احتجاز بعض السلع والحبوب والأعلاف بالموانئ بمتوسط (٢,٨٦)، وارتفاع العملات الأجنبية مقابل الجنية المصرى بمتوسط (٢,٨١)، وتزايد أعداد الهجرة غير الشرعية بمتوسط (٢,٥٦)، وارتفاع نسبة الفقر بمتوسط (٢,٥٤)، وارتفاع تكلفة المعيشة بمتوسط قدره (٢,٥٤) وترجع النشاط السياحي بمتوسط (٢,٥١)، وخروج الاستثمارات الأجنبية في مصر بمتوسط (٢,٤١)، وزيادة معدلات البطالة إلى ٧,٤ بمتوسط (٢,٣١)، وهو ما يفسر حقيقة تأثير الحرب على أوكرانيا على الاقتصاد المصرى، كما كانت سبباً في تأزم الأوضاع الاقتصادية في عدد من بلدان العالم، حيث تُعد مصر أهم الدول التي

تأثرت من وقف التصدير وتعطل حركة الطيران مما أدى لتراجع النشاط السياحي من الدولتين الى مصر.^(٨٩)

- اتجاهات المبحوثين نحو مضامين الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي في مصر :

جدول رقم (٢٩) اتجاهات الجمهور نحو مضامين الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل في مصر كما يراها الجمهور

ت	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاتجاه
		%	ك	%	ك	%	ك	
١	٢,١٤	٢٨,٧	١١٧	٢٨,٥	١١٦	٤٢,٨	١٧٤	تراجع الاحتياطي النقدي
٢	٢,٠٣	٤١,٠	١٦٧	١٤,٥	٥٩	٤٤,٥	١٨١	ارتفاع أسعار المواد الغذائية
٣	١,٩٢	٤٦,٩	١٩١	١٤,٣	٥٨	٣٨,٨	١٥٨	ارتفاع سعر البنزين والسيولار
٤	١,٨٩	٤٨,٢	١٩٦	١٤,٧	٦٠	٣٧,١	١٥١	وقف قرض صندوق النقد الدولي
٥	١,٧٨	٢١,٠	٨٤	٣٦,٣	١٤٥	٤٢,٨	١٧١	هروب رجال الاعمال للخارج
٦	١,٧٦	١٨,٣	٧٣	٣٩,٨	١٥٩	٤٢,٠٠	١٦٨	الغاء دعم رغيف الخبر
٧	١,٧٤	١٧,٨	٧١	٣٨,٨	١٥٥	٤٣,٥٠	١٧٤	ارتفاع أسعار المياه والكهرباء
٨	١,٦٥	٤٧,٣	١٨٩	٤٠,٣	١٦١	١٢,٥٠	٥٠	تدهور وخسارة البورصة
٩	١,٦٣	٥٧,٢	٢٣٣	٢٢,٤	٩١	٢٠,٤	٨٣	عودة العمالة من الكويت
١٠	١,٥٦	٥٢,٥	٢١٠	٣٩,٥	١٥٨	٨,٠٠	٣٢	الاستيلاء على ودائع البنوك
١١	١,٥٥	٥٤,٣	٢١٧	٣٦,٣٠	١٤٥	٩,٥٠	٣٨	بيع المصانع وتسريح العمال
١٢	١,٥٣	٥٦,٠	٢٢٤	٣٤,٥٠	١٣٨	٩,٥٠	٣٨	حرائق المصانع و المخازن
١٣	١,٥٢	٦٢,٤	٢٥٤	٢٣,١	٩	١٤,٥	٥٩	أزمة الغاز الطبيعي
١٤	١,٥١	٦٢,٤	٢٥٤	٢٤,٣	٩٩	١٣,٥	٥٤	توقف الدعم الخليجي لمصر
١٥	١,٥١	٦٠,٠	٢٤٤	٢٩,٠	١١٨	١١,١	٤٥	توقف العمل بالعاصمة الإدارية
١٦	١,٤٩	٦٧,٨	٢٧٦	١٥,٧	٦٤	١٦,٥	٦٧	توقف مجانية التأمين الصحي
١٧	١,٤٨	٦٥,٦	٢٦٧	٢١,١	٨٦	١٣,٣	٥٤	نهب شركات رجال الاعمال
١٨	١,٤٥	٦٥,٨	٢٦٨	٢٢,٩	٩٣	١١,٣	٤٦	سيطرة الجيش على الاقتصاد
المتوسط العام = ١,٦٨								

تظهر بيانات الجدول السابق تراوح المتوسطات الحسابية حول "اتجاهات المبحوثين نحو مضامين الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي في مصر" ما بين (٢,١٤-١,٤٥)، فيما بلغ المتوسط الحسابي الكلي لعبارات "اتجاهات

المبجوثين نحو مضامين الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي في مصر" (١,٦٨)، وهو متوسط يقع ضمن الفئة الثانية على مقياس ليكرت الثلاثي (١,٦٧-٢,٣٣)، وهو ما يعنى أن غالبية الجمهور المصري موافقون إلى حد ما على عبارات " اتجاهات المبجوثين نحو مضامين الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي في مصر"، حيث تظهر البيانات تصدر نسبة الموافقة على الشائعات التي ارتبطت بتراجع الإحتياطي النقدي بمتوسط قدره (٢,١٤)، يليها ارتفاع أسعار المواد الغذائية بمتوسط قدره (٢,٠٣)، وارتفاع أسعار البنزين والسولار بمتوسط قدره (١,٩٢)، وشائعات وقف قرض صندوق النقد الدولي بمتوسط قدره (١,٨٩)، بالإضافة إلى هروب رجال الأعمال العرب والمستثمرين الأجانب بمتوسط قدره (١,٧٨)، والغاء دعم رغيف الخبر من بطاقة التموين بمتوسط قدره (١,٧٦)، وارتفاع فاتورة المياه والكهرباء بمتوسط قدره (١,٧٤)، ثم تزايد خسائر البورصة وتراجع معدلاتها بمتوسط قدره (١,٦٥)، وأزمة عودة العمالة المصرية من الكويت بمتوسط قدره (١,٦٣)، واستيلاء الحكومة على ودائع المصريين بالبنوك بمتوسط قدره (١,٥٦)، وبيع الشركات والمصانع وتسريح العاملين بها بمتوسط قدره (١,٥٥)، ثم تعرض المنشآت الصناعية والمخازن للتخريب والحريق بمتوسط قدره (١,٥٣)، وأزمة الغاز الطبيعي بمتوسط قدره (١,٥٢)، ثم الشائعات التي ارتبطت بتوقف الدعم الخليجي لمصر بمتوسط قدره (١,٥١)، وتوقف العمل بالعاصمة الإدارية الجديدة ومدينة العلمين والقطار السريع بمتوسط قدره (١,٥٢)، ووقف التأمين الصحي المجاني بمتوسط قدره (١,٤٩)، الاستيلاء على مصانع رجال الأعمال المصريين بمتوسط قدره (١,٤٨)، وأخيراً الشائعات التي صاحبت سيطرة الجيش على اقتصاد الدولة بمتوسط قدره (١,٤٥).

ويلاحظ مما سبق أن المتوسط العام لاتجاه المبجوثين نحو مضامين الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي في مصر بلغت (١,٦٨) وهي نسبة متوسطة، وتعنى أن الجمهور المصري قد يتعرض للشائعات والمعلومات غير الصحيحة في أوقات الأزمات، وهو يدرك حقيقتها، إلا أنه يتعامل معها في حدود ما يحتاجه منها، ومن ثم فهو يتقبلها شكلاً في إطار معرفة الحدث والإحاطة به، ويتعامل مع مضمونها على أنها معلومات محل شك، قد تصبح يوماً حقيقة أو جزء من تفسير الحقيقة عن الأزمات الاقتصادية التي صاحبت الحرب على أوكرانيا في مصر .

- رأى المبحوثين فى الجهات التى لها حق الرد على الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعى
جدول رقم (٣٠) الجهات التى تملك حق الرد على الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية لدى الجمهور

الترتيب	المتوسط الحسابى	الإتحراف المعيارى	ما الجهات التى تملك الرد على الشائعات
١	٣,١٣	١,٢١	المتحدث باسم مجلس الوزراء
٢	٣,٠٧	١,٢٠	مركز المعلومات بمجلس الوزراء
٤	٢,٩٩	١,٣٥	المؤسسات الاعلامية الحكومية
٥	٢,٩٨	١,٢٦	المتحدث الاعلامى بالوزارة
٦	٢,٧٨	١,٤٣	الهيئة العامة للاستعلامات
٣	٢,٠٩	١,١٦	متحدث رئاسة الجمهورية
المتوسط العام = ٢,٩٩			

توضح بيانات الجدول السابق تباين وجهات نظر المبحوثين حول "الجهات التى لها حق الرد على الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية فى مصر" حيث تصدر المتحدث الإعلامى باسم مجلس الوزراء بمتوسط قدره (٣,١٣)، ومركز المعلومات واتخاذ القرار بمجلس الوزراء بمتوسط قدره (٣,٠٧)، والمؤسسات الإعلامية الحكومية بمتوسط قدره (٢,٩٩)، والهيئة العامة للاستعلامات بمتوسط قدره (٢,٩٨)، وأخيراً المتحدث باسم رئاسة الجمهورية بمتوسط قدره (٢,٠٩)، وهو ما يفسر أهمية الرد على الشائعات المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعى والتى تتناول تراجع الأوضاع الاقتصادية فى مصر، حيث يأتى الرد على الشائعات فى الغالب من المتحدث الرسمى باسم مجلس الوزراء، ثم المعلومات الواردة بالتقرير الذى يصدره مركز المعلومات واتخاذ القرار وتتابع الشائعات فى وسائل الإعلام، بينما جاء الرد من المتحدث الرسمى باسم رئاسة الجمهورية فى الترتيب الأخير، وهو ما يفسر بُعد مؤسسة الرئاسة عادة عن الرد نيابة عن المؤسسات والوزارات المعنية، فيما يقوم الرئيس السيسى نفسه بطريقة غير مباشرة بالرد على الشائعات من خلال اللقاءات والندوات التى يدعى إليها .

- استجابات المبحوثين حول التحديات التي تواجه المؤسسات الحكومية عند الرد على الشائعات الاقتصادية

جدول رقم (٣١) التحديات التي تواجه المؤسسات الحكومية في الرد على الشائعات الاقتصادية كما يراها الجمهور

الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التحديات التي تواجه نشر الشائعات
١	٣,٩٨	١,٢٦	افتقاد المصداقية في تصريحات المسؤولين
٢	٣,٢١	١,٣٠	ضعف أداء صفحات الحكومة على الانترنت
٣	٣,١٨	١,٢٧	بطيء الرد الرسمي على الشائعات المتداولة
٤	٣,١١	١,٣٣	التضارب بين آراء المسؤولين والصفحات الرسمية
٥	٣,٠٨	١,٢٩	كثرة الصفحات الوهمية المنسوبة للمسؤولين في الحكومة
٦	٣,٠٧	١,٢٨	عدم وجود مدونة سلوك لضبط النشر الإلكتروني
٧	٣,٠٤	١,٤١	ضعف الولاء والانتماء الوطني لدى جيل من الشباب
			المتوسط العام= ٣,٠٤

توضح بيانات الجدول السابق تنوع آراء المبحوثين حول "التحديات التي تواجه المؤسسات الحكومية عند الرد على الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية في مصر" حيث تصدر افتقاد المصداقية في تصريحات المسؤولين بمتوسط قدره (٣,٩٨)، يليها ضعف أداء صفحات الحكومة على الانترنت بمتوسط قدره (٣,٢١)، وبتأخر الرد الرسمي على الشائعات المتداولة بمتوسط قدره (٣,١٨)، والتضارب بين آراء المسؤولين والصفحات الرسمية بمتوسط قدره (٣,١١)، وكثرة الصفحات الوهمية للمسؤولين بمتوسط قدره (٣,٠٨)، وعدم وجود مدونة سلوك لضبط النشر الإلكتروني بمتوسط قدره (٣,٠٧)، وضعف الولاء والانتماء الوطني لدى الكثير من الشباب بحكم تأثير العولمة على سلوكياتهم بمتوسط قدره (٣,٠٤)، وهو ما يفسر حقيقة عدم نجاح مؤسسات الدولة في الرد على الشائعات التي تتناول الوضع الاقتصادي في مصر، والتي تمثلت مظاهرها في افتقاد المصداقية في تصريحات المسؤولين، وضعف أداء صفحات الحكومة على الانترنت، الأمر الذي يتطلب ضرورة إعادة تأهيل إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية باعتبارها الجهة المعنية بالمعلومات داخل المؤسسة، أما ضعف الولاء والانتماء الوطني فيأتي ضمن سلبات الشبكات الاجتماعية عموماً التي توصل لفكرة ارتباط الإنسان بعيداً عن فكرة الدولة القومية والمجتمع الوطني، وتعزز من فكرة الخروج من المجتمع المحدود إلى العالم الكوني،

مع ما يعنيه ذلك من ذوبان الهوية والشخصية الوطنية في قالب هوية وشخصية عالمية يفقد فيها الفرد ولانته وانتمائه لوطن محدد .

- تقييم المبحوثين للأداء الحكومي حول دورها في مواجهة الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (٣٢) تقييم الأداء الحكومي في الرد على الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الجمهور .

الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	تقييم الأداء الحكومي في مواجهة الشائعات
١	٣,٧٩	٠,٩٧	اعتماد مصدر رسمي للأخبار والبيانات الرسمية
٢	٣,٧٧	٠,٩٤	التأكد من صحة المعلومات قبل التعامل معها
٣	٣,٧٤	٠,٩٣	سرعة الرد على الشائعات فور ظهورها بمعلومات مؤكدة
٤	٣,٧٣	٠,٩٥	سرعة نشر الأخبار الصحيحة التي تحظى بمصداقية لدى الجمهور
٥	٣,٦٥	١,٠٤	العمل على تحديد مصدر الشائعات وأسباب ظهورها وقوة تأثيرها
٦	٣,٦٣	١,٠١	التنسيق مع وسائل الإعلام الرسمية في الرد على الشائعات
٧	٣,٥٦	١,٠٧	وضع تشريعات وقوانين رادعة للحد من تنامي الشائعات
٨	٣,٥٢	١,١٦	تشكيل لجان إلكترونية للرد على الشائعات في الحال
			المتوسط = ٣,٥٠

تشير بيانات الجدول السابق حول "تقييم المبحوثين للأداء الحكومي ودورها في مواجهة الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي"، حيث تصدر اعتماد مصدر رسمي للأخبار والبيانات الرسمية حول الأوضاع الاقتصادية في مصر بمتوسط قدره (٣,٧٩)، يليها التأكد من صحة المعلومات قبل التعاطي معها بمتوسط قدره (٣,٧٧)، وسرعة الرد على الشائعات فور ظهورها بمعلومات صحيحة بمتوسط قدره (٣,٧٤)، ثم نشر الأخبار الصحيحة والتي تحظى بمصداقية إزاء الأحداث الجارية بمتوسط قدره (٣,٧٣)، بينما تراجعت أدوار الحكومة في: صعوبة تحديد مصدر الشائعات، وأسباب ظهورها بمتوسط قدره (٣,٦٥)، يليها ضعف التنسيق مع أجهزة الإعلام للرد على الشائعات بمتوسط قدره (٣,٦٣)، بالإضافة إلى عدم إمكانية وضع تشريعات وقوانين رادعة للحد من انتشار الظاهرة بمتوسط قدره (٣,٥٦)، وتشكيل اللجان الإلكترونية بالمؤسسات الرسمية في الرد على الشائعات عبر صفحات التواصل الاجتماعي بمتوسط قدره (٣,٥٢)، وهو ما يعني تنوع تقييمات المبحوثين للأداء الحكومي في الرد على الشائعات المتعلقة بالأزمات الاقتصادية في مصر، حيث جاءت غالبية الردود الحكومية بالنفي والتصحيح، وفي إطار

ذلك أعلنت وزارة المالية أنه لا صحة لإقرار أي زيادة جديدة على ضريبة الدخل تزامناً مع الأزمة الاقتصادية العالمية، وأنه لا يتم فرض ضرائب جديدة إلا بقانون يوافق عليه مجلس النواب، وأن الدولة تسعى إلى استقرار السياسات الضريبية بما يضمن دعم رجال الأعمال، وتبسيط الإجراءات لتنفيذ مشروعاتهم الاستثمارية.^(٩٠)

ويعتقد الباحث أن آليات مواجهته قد تحتاج إلى ضوابط مهنية وأخلاقية، حيث لم تُعد شبكات التواصل وسيلة للتسلية والترفيه والتخفيف من ضغوطات الحياة اليومية، وإنما أصبحت منصات يمتلكها المواطن، وهي تضخ يومياً ملايين القصص الإخبارية التي تحتاج إلى فرز وتنقيح على المستوى المهني، وتشريعات وقوانين للحد من تزايد المعلومات غير المؤكدة، كما أنها تُعد من أفضل مصادر المعلومات حول مجمل القضايا التي تهم الأشخاص في المجالات كافة، الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية.

- مقترحات المبحوثين نحو آليات مواجهة الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (٣٣) مقترحات مواجهة الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي لدى الجمهور

الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مقترحات مواجهة الشائعات الاقتصادية المتداولة
١	٤,٠٢	١,٣٨٩	توفير المعلومات بشفافية كاملة لكافة وسائل الإعلام
٢	٣,٧٦	١,٣٠٣	وضع تشريعات رادعة واعتبار الشائعات عمل إجرامي
٣	٣,٥٧	٠,٩٩٢	عمل برامج توعوية بمخاطر الشائعات في وسائل الإعلام المختلفة
٤	٣,٢٠	١,٣٨٥	التنسيق بين شركات الإتصال والجهات الأمنية في أوقات الأزمات
٥	٢,٤٢	١,٥٥٦	ضرورة تبني الجامعات مقرر دراسي يتناول الشائعات ومخاطرها
٦	٢,٠٣	١,٦٢٧	تشكيل لجان إلكترونية لدعم الحكومة ومشروعاتها القومية
٧	٠,٥٦	٠,٩٩٠	تدشين هيئة حكومية مؤهلة علمياً ومهنيًا للرد على الشائعات
٨	٠,٣٣	٠,٧٩٥	استخدام التقنية الحديثة في تتبع مروجي الشائعات وحساباتهم
٩	٠,١٤	٠,٤٢٠	إغلاق المواقع المشبوهة التي تروج للشائعات على شبكات التواصل
المتوسط= ٣,١٦			

تظهر بيانات الجدول السابق مقترحات المبحوثين نحو "آليات مواجهة الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي"، حيث تصدر ضرورة توفير المعلومات بشفافية كاملة لكافة الوسائل الإعلامية بمتوسط قدره (٤,٠٢)، يليها وضع تشريعات رادعة واعتبار الشائعات عمل إجرامي بمتوسط (٣,٧٦)، ثم عمل برامج توعوية

بمخاطر الشائعات في وسائل الإعلام بمتوسط (٣,٥٧)، والتنسيق بين شركات الإتصال والجهات الأمنية في أوقات الأزمات بمتوسط (٣,٢٠)، وضرورة تبنى الجامعات مقررأ دراسياً يتناول الشائعات ومخاطرها بمتوسط (٢,٤٢)، بينما تراجعت مقترحات مثل: العمل على تشكيل لجان الكترونية لدعم الحكومة ومشروعاتها القومية بمتوسط (٢,٠٣)، وتدشين هيئة حكومية مؤهلة علمياً ومهنياً للرد على الشائعات بمتوسط (٠,٥٦)، يليها استخدام التقنية الحديثة في تتبع مروجى الشائعات ولجانها النوعية بمتوسط (٠,٣٣)، وأخيراً إغلاق المواقع المشبوهة التى تروج للشائعات على شبكات التواصل بمتوسط (٠,١٤)، وهو ما يعنى اتفاق المبحوثين على أن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في بروز قادة رأي مؤثرين في مصر لديهم منابرهم الإعلامية التي تحظى بمتابعة الملايين من المستخدمين في العالم، حيث بإمكان هؤلاء التأثير في متابعتهم بدرجة أو بأخرى فيما يتعلق بالقضايا الاقتصادية المثارة، الأمر الذى يشكل تحدياً سياسياً للقوى السياسية عبر منازعتها في حق امتلاك وسائل الإعلام، والرد عليها حيث لم تُعد تستخدم في التعبئة والحشد وتزييف الوعي فقط، بل أصبحت تقوم بدور رقابي على أداء الحكومات وكشف مظاهر الفساد في بعض القطاعات الإنتاجية لديها .

- نتائج فروض الدراسة :

الفرض الأول : توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين معدل تعرض الجمهور المصرى للشائعات على شبكات التواصل الإجتماعى وبين اتجاهاتهم نحو الأزمات الاقتصادية المصاحبة لها .

جدول رقم (٣٤) العلاقة بين معدل تعرض الجمهور للشائعات وبين اتجاهاتهم نحو الأزمات الاقتصادية المصاحبة لها.

المتغير	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
معدل تعرض الجمهور للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي	٩,٤	٢,٠٦	٠,٣٢٥	دالة ٠,٠١
اتجاهات الجمهور نحو الأزمات الاقتصادية فى مصر	١٠,٣	٣,٢٤		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائياً بين معدل تعرض الجمهور المصرى للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم نحو الأزمات الاقتصادية فى مصر عقب الإعلان الحرب على أوكرانيا، وجاءت قيمة $t = ٠,٣٢٥$ وهى دالة عند مستوى دلالة (٠,٠١)، وهو ما يشير إلى أن تعرض الجمهور الدائم للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي يؤثر على اتجاهاته نحو المعرفة بالأزمات الاقتصادية التى

صاحبته مما يعنى صحة الفرض، حيث تشير القاعدة إلى أنه كلما زادت فترات التعرض للشائعات زادت فرص حدوث التأثير بها والعكس صحيح .

جدول رقم (٣٥) العلاقة بين كثافة تعرض الجمهور المصري للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو الأزمات الاقتصادية في مصر .

البيان	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	نوع الدلالة
بين المجموعات	٩٨٦٤,٨٨	٩٩٣٢,٤٤٤	١٥,٧١٠	٠,٠٠١	دالة
داخل المجموعات	١٠١٤,٠٠	٥٣٩,٦٦٧			
المجموع	١٠٨٧٨,٨٨				

تظهر بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو الأزمات الاقتصادية في مصر عقب اعلان الحرب على أوكرانيا (مؤيد، محايد، معارض)؛ حيث بلغت قيمة (ف) ١٥,٧١٠ بمستوي دلالة ٠,٠٠١ عند مستوي معنوية ٠,٠٥ وهذا يعني عدم تساوي متوسطين علي الأقل من المتوسطات الثلاثة، وفي هذه الحالة سيتم استخدام المقارنات البعدية post hoc باستخدام معامل LSD للوقوف علي هذه الفروق .

جدول (٣٦) مصدر التباين بين كثافة التعرض للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو الأزمات الاقتصادية في مصر.

كثافة التعرض	متوسط		منخفض	
	الفرق في المتوسط	مستوى الدلالة	الفرق في المتوسط	مستوى الدلالة
مرتفع	٧١,٠	٠,٠٠٢	٩١,٦٦	٠,٠٠٠
منخفض	-	-	١٤	٠,١٩٦

من تحليل بيانات الجدول السابق وبإجراء الاختبارات البعدية لمعرفة مصدر التباين بين كثافة التعرض للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو الأزمات الاقتصادية في مصر، تم استخدام اختبار LSD لإجراء المقارنات المتعددة بين متوسطات كثافة التعرض للشائعات (مرتفع، متوسط، منخفض) وتبين أن هناك فروقاً ذات دلالة، وأن أكبر فرق (٩١,٦٦) كان بين فئتي مرتفع كثافة التعرض، ومنخفض كثافة التعرض بمستوي دلالة ٠,٠٠٠ وهي أصغر من مستوي معنوية، ٠,٠٥ مما يعني أن هذا الفرق دال إحصائياً، كما تبين وجود فرق دال إحصائياً بين كثافة التعرض المرتفع، وكثافة التعرض المتوسط وكان الفرق ٧١,٠ بمستوي دلالة ٠,٠٠٢ وهو دال إحصائياً عند مستوي معنوية ٠,٠٥، كما تبين عدم وجود فرق دال إحصائياً بين كثافة التعرض المتوسط، وكثافة التعرض

المنخفض والاتجاه نحو الأزمات الاقتصادية، حيث كان الفرق في المتوسط (١٤) بمستوي دلالة ٠,١٩٦ وهو أكبر من مستوي معنوية ٠,٠٥ مما يعني أنه غير دال إحصائياً عند مستوي معنوية ٠,٠٥.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام الجمهور بمتابعة الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية وبين مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهاتهم نحوها.

جدول رقم (٣٧) العلاقة بين مدى اهتمام الجمهور بمتابعة الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية في مصر وبين مدى تأثير الشائعات على اتجاهاتهم نحوها..

المتغير	المتوسط	الانحراف	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
اهتمام الجمهور المصري بمتابعة الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي	٢,٥٠	٠,٤٤	٠,٠٧٥	٠,٥٢٧ غير دالة
تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات الجمهور نحو الأزمات الاقتصادية في مصر	٨,٢٢	٣,٧٧		

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين معدل اهتمام الجمهور بمتابعة الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي وبين مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الاتجاه نحوها، حيث جاءت قيمة (ت) – ٠,٠٧٥، وهي غير داله عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، وهو ما يشير إلى أن الاهتمام بمتابعة الشائعات ليس شرطاً أن يعقبها حدوث تأثير على اتجاهات الجمهور نحوها، حيث توجد وسائل اتصالية أخرى قد تكون ضمن العوامل المؤثرة في ذلك، وهو ما يدل على عدم صحة الفرض السابق.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات عن الأزمات الاقتصادية وبين اتجاهاتهم نحو الشائعات المصاحبة لها.

جدول رقم (٣٨) العلاقة بين معدل اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات عن الأزمات الاقتصادية في مصر، واتجاهاتهم نحو الشائعات المصاحبة لها.

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
اعتماد الجمهور على شبكات التواصل كمصدر للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية في مصر	٢,١٨	٦٧٩,٠	٢,٤٣٢	٠,٠١٦ دالة
اتجاهات الجمهور نحو الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي المصاحبة لها	٢,٩٥	٦٥٤,٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل اعتماد الجمهور المصري على شبكات التواصل كمصدر للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية واتجاهات الجمهور نحو الشائعات المصاحبة لها، حيث جاءت قيمة = ٢,٤٥١ وهي دالة عند مستوى دلالة (٠,٠١) وهو ما يدل على وجود علاقة قوية بلغت ٠,٠١٦ وهي وتؤكد على أنه كلما زاد معدل اعتماد الجمهور على شبكات التواصل كمصدر للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية، زاد تأثيرها على اتجاهات الجمهور نحوها، وقد يرجع ذلك إلى ثقة المستخدم بالمصدر المفضل لديه، وبالتالي فقد ثبت وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد الجمهور على شبكات التواصل كمصدر معلومات عن الأزمات الاقتصادية واتجاهات الجمهور نحو الاعتماد على هذه الشائعات، وهو ما يدل على صحة الفرض السابق .

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة وعيهم وتأثرهم تفاعلهم مع الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية في مصر عقب الحرب الروسية الأوكرانية :

جدول رقم (٣٩) العلاقة بين معدل استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة وعيهم وتأثرهم وتفاعلهم مع الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية في مصر.

استخدام شبكات التواصل الاجتماعي		التفاعل مع الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية
مستوى الدلالة	قيمة بيرسون	
٠,٨١٠	٠,٠٠٤	الوعي المعرفي
٠,٠١٤	٠,١٢٥	التفاعل الوجداني
٠,٦١١	٠,١٢٧	التفاعل السلوكي

تظهر بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الجمهور المصري لشبكات التواصل الإجتماعى ومستوى المعرفة بالشائعات التى تتعلق بالأوضاع الاقتصادية فى مصر عقب الحرب على أوكرانيا، حيث جاء مستوى الدلالة أعلى من (٠,٠٠٥)، وهو ما يعنى أن استخدام الجمهور لشبكات التواصل الإجتماعى لم يكن له تأثير حقيقى فى رفع مستوى الوعى لديهم بالشائعات الاقتصادية فى مصر، كما تشير بيانات الجدول أيضاً وجود علاقة ارتباط عكسية بين معدل استخدام الجمهور لشبكات التواصل والتفاعل الوجدانى مع الشائعات الاقتصادية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,١٢٥)، عند مستوى معنوية قدره (٠,٠١٤)، وكذلك عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام شبكات التواصل والتفاعل السلوكى مع الشائعات التى تتناول الأوضاع الاقتصادية فى مصر، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,١٢٧)، عند مستوى معنوية قدره (٠,٠١١)، وهى مؤشرات تؤكد على درجة الوعى الكبيرة نسبياً لدى الجمهور المصرى ومعرفتهم بخطورة الشائعات المتداولة حول الأوضاع الاقتصادية وتأثير ذلك على الأمن القومى، ويفسر ذلك أن معدل الاستخدام المرتفع لشبكات التواصل الإجتماعى لا يعنى بالضرورة التأثير السلبى بضمون الشائعة والأهداف التى يسعى إليها مروجيها، مما يدل على صحة الفرض السابق .

خاتمة الدراسة:

تأتى أهمية الدراسة الحالية من كون الشائعات أصبحت فى الوقت الحاضر تعتمد على علوم ونظريات وتخطيط ودراسات جدوى وغيرها، حيث أصبح لها مؤسسات وشركات متخصصة فى إدارتها، يشترك فى وضعها والتخطيط لها خبراء متخصصون فى العلوم المختلفة مثل علم النفس والاجتماع والإعلام والسياسة وغيرها، ونظراً لأهمية شبكات التواصل الاجتماعى والدور الذى تقوم به على مستوى صناعة الشائعات وتسويقها فى المجتمعات النامية ودورها فى خلق وتنمى الأزمات الاقتصادية لدى الكثير منها، فقد ركزت الدراسة على الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية فى مصر والتى صاحبت الحرب على أوكرانيا ٢٠٢٢م، واتجاهات الجمهور المصرى نحوها، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج يمكن رصدها وتفسيرها فيما يلى :

مناقشة نتائج الدراسة :

١. أظهرت نتائج الدراسة تعرض المبحوثين من الجمهور المصرى إلى الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعى بشكل دائم، وهو ما يدل على أهمية شبكات التواصل الاجتماعى والخدمات التى تقدمها فى تقديم المحتوى المتنوع ومواكبة الأحداث والإحاطة

بالمعلومات دون النظر إلى كونها تنتمي إلى فئة الشائعات أم الأخبار الحقيقية غير الزائفة، ويفسر الباحث ذلك كون شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت البديل السهل للإعلام التقليدي، حيث تنمو وتنتشر في مجال مفتوح يسمح لكل من يملك معلومة أو جزء منها إمكانية نشرها وتداولها على صفحته أو مشاركتها مع الغير، الأمر الذي يدل على أن التعرض الدائم لشبكات التواصل الاجتماعي لا يعنى أنهم يتأثرون بالشائعات الاقتصادية المتداولة، يقابل ذلك رغبة من الجمهور في معرفة كل جديد، وخاصة تلك التي ترتبط بأحوالهم المعيشية وانعكاس ذلك على مستوى الدخل لديهم .

٢. كشفت نتائج الدراسة تنوع أسباب إقبال الجمهور على الشائعات عموماً، حيث تأتي قلة المعلومات الصادرة عن الجهات والمؤسسات المعنية بالشائعات، والتأخر في نشر الحقائق والرد عليها في صدارة الأسباب، وهو ما يعطي فرصة لمنتجي الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي التفاعل معها على أنها معلومات صحيحة، ومن ثم يتم تداولها عبر المنصات الرقمية بكثافة عالية طالما ارتبطت الشائعات بحياتهم اليومية، حيث يعتقد الباحث أن الشائعات من هذا النوع هي رسالة اتصالية سريعة الانتقال، الهدف منها إثارة الرأي العام لاتخاذ موقف وسلوك معين ضد مؤسسات الدولة باعتبارها الجهة المعنية بالأزمة وحلها في نفس الوقت، ويفسر الباحث ذلك كون الشائعات لم تعد بمعناها السياسي والاجتماعي بمعزل عن ظروف نشأتها، حيث ترتبط بثقافة المجتمع وأنماط التفكير السائدة وبمصالح وأهداف الجمهور والمؤسسات التي تقوم عليها، ويعتقد الباحث أن الجمهور ليس معنياً بالبحث عن المعلومات الصحيحة التي يتلقاها عبر صفحات التواصل الاجتماعي، وإنما على المؤسسات الرسمية المعنية بالشائعات سرعة الرد بالنفي أو التوضيح حتى لا تتحول الشائعات إلى أزمة يصعب حلها في المستقبل.

٣. أوضحت النتائج أن منصات شبكات التواصل الاجتماعي تشارك جميعها في إنتاج ونشر الشائعات، بل تسمح بالتفاعل مع محتواها، وجاء الفيسبوك وتويتر ويوتيوب أكثر منصات التواصل الاجتماعي من حيث الترتيب إنتاجاً ونشراً للشائعات في مصر، وهو ما تتفق فيه النتائج جزئياً مع دراسة (آلاء ممدوح ٢٠٢٣، ورائد حمزة ٢٠٢٢، ونهله زكريا ٢٠٢٢) باعتبار الفيسبوك أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداماً في مصر، حيث تصدر الفيسبوك قائمة المنصات الأكثر استخداماً لدى الجمهور والأعلى اهتماماً بالشائعات، حيث يسمح بإنتاج المعلومات وإبداء الرأي والتعليق عليها، ومناقشة الآخرين فيما يطرحونه حولها، فيما لا تزال القضايا الاقتصادية هي الأكثر تداولاً بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما يشير إلى أن أغلب الموضوعات والأخبار المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعي عقب الحرب على أوكرانيا ترتبط أكثر بالوضع

الاقتصادي داخل البلاد، حيث يرى الباحث أن الفيسبوك بيئة خصبة لانتشار الشائعات وتداولها بشكل فائق السرعة بفعل خصائصه التفاعلية وامكانية البث الفوري، وهو ما يتطلب جهودًا جادة من أجل البحث عن حلول جديدة ومبتكرة لمواجهة توابك تطور أدوات الشائعات ونشرها وخاصة في أوقات الأزمات.

٤. أكدت النتائج أن الشعب المصري تعرض لكم كبير من الشائعات الاقتصادية خلال عام ٢٠٢٢م، وهو ما أكدته تقرير مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء وأحصاها بنحو (٩٠) ألف شائعة خلال عام واحد، فيما توصلت الدراسة إلى تصدر الأخبار وشائعات الخيانة والكراهية بين طوائف المجتمع قائمة الشائعات الأكثر تداولاً بين الناس على صفحات التواصل الاجتماعي في مصر خلال عام ٢٠٢٢، بينما تراجع شائعات الأحلام والأمني مثل الحديث عن زيادة الرواتب والعلاوات المستحقة، والشائعات التي تظهر ثم تختفي ومنها أسعار البنزين والغاز، وشائعات الخوف والرعب مثل الخوف من تكرار زلزال تركيا في مصر، وأخيراً شائعات الأمراض والأوبئة التي ارتبطت أغلبها بوباء كورونا ومتحوراته، ويعزو الباحث هذه النتائج إلى تنوع الأشكال التي تظهر عليها الشائعات على صفحات التواصل الاجتماعي والتي جاء أغلبها أخبار ودراسة وتوقعات تستهدف الإحباط والتخوين، وهو ما تتفق فيه الدراسة مع نتائج دراسة خالد اسحاق، (٢٠٢٣) والتي ترى أنه كلما زادت الأهمية وكان الخبر مثيراً للجدل وشديد الغموض انتشر في المجتمع أكثر من غيره.

٥. أشارت النتائج إلى تنوع مضامين الشائعات المصاحبة للحرب الروسية الأوكرانية على صفحات التواصل الاجتماعي في مصر، حيث تصدرت الشائعات الاقتصادية، يليها الشائعات السياسية والاجتماعية والدينية، فيما تراجعت الشائعات العلمية والطبية والثقافية، ويفسر الباحث ارتفاع المضامين الاقتصادية الواردة بالشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال عام ٢٠٢٢م إلى الأزمة الاقتصادية العالمية التي أصابت معظم دول العالم عقب الحرب على أوكرانيا، والتي ظهرت تداعياتها على الاقتصاد المصري باعتباره الأكثر اعتماداً على هذين البلدين في المواد الغذائية وموارد الطاقة، بالإضافة إلى متطلبات صندوق النقد الدولي ومشروعات الإصلاح والتنمية المستدامة التي تعتمدها الحكومة استكمالها على الرغم من سوء الأحوال المعيشية للمواطن وتزايد حجم الدين الداخلي والخارجي، ويرى الباحث أن انتشار شائعة حول سلعة ما قد يتسبب في نقصان الطلب عليها وتحول المستهلكين إلى السلع البديلة، وهو ما انعكس على تصرفات الحكومة عندما سمحت باستيراد قمح روماني، ودجاج برازيلي، وسمك

روسي، وأرز صيني، ولحوم سينغالي، وفول سوداني، على الرغم من توافر هذه المنتجات محلياً .

٦. كشفت الدراسة أن متابعة الجمهور المصري للأزمات الاقتصادية المصاحبة للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي جاءت كبيرة جداً، وأن أزمة التدخل الروسي في أوكرانيا، والأزمة الاقتصادية في مصر تصدرت ترتيب الأزمات لديهم، فيما تراجعت الأزمات التي تناولت الأمن الغذائي العالمي ووباء كورونا، وهو ما يعنى أن الحرب الروسية الأوكرانية كانت سبباً مباشراً في تنوع الأزمات الاقتصادية في مصر، فيما يعتقد الباحث أن الأزمة الاقتصادية في مصر وسوء الأوضاع المعيشية جاءت مع التعويم الأول للجنية المصري ٢٠١٦، ثم تنامت مع متطلبات صندوق النقد الدولي برفع الدعم عن بعض السلع تدريجياً، وهو ما كان سبباً في توقف العديد من المصانع الكبرى عن الانتاج، وعرض الكثير منها للبيع، الأمر الذي دفع مروجي الشائعات إلى استغلال سوء الأوضاع الاقتصادية والتشكيك في جدوى الإصلاح الاقتصادي حتى أن الكثير من الشائعات تداولت بيع قناة السويس وتأجير أهرامات الجيزة وبيع محطات الكهرباء وغيرها، إلا أن الباحث يعتقد أن الأزمة الروسية الأوكرانية قد زادت من معاناة الاقتصاد المصري وزادت معها الشائعات التي تناولت تجاهل الحكومة معاناه الناس في ظل الارتفاع المتنامي في الأسعار، فيما حذر تقرير برنامج الغذاء العالمي التابع للأمم المتحدة (٢٠٢٢) من احتمال ارتفاع عدد الجياع في دول شمال أفريقيا من ١٥ مليون إلى ٢٠ مليون هذا العام، كما قد لا يتمكن أكثر من ٤٠ مليون شخص في غرب ووسط أفريقيا من تلبية احتياجاتهم الغذائية الأساسية .

٧. أظهرت النتائج تنوع الأزمات الاقتصادية التي صاحبت الحرب على أوكرانيا، حيث تصدرت أزمة ارتفاع الأسعار بالنسبة للسلع والخدمات الحكومية، بينما تراجع الاهتمام بالاحتياطي النقدي وارتفاع معدل البطالة باعتبارهما أزمات يراها الجمهور أنها تأتي نتيجة لزيادة معدل التضخم، ويفسر الباحث ذلك كون الأزمات الاقتصادية تلامس حياة الناس المعيشية، فالشائعات التي تناولت ارتفاع الأسعار ليست خبراً كاذباً أو قصة مختلفة دوماً، وإنما قد تكون واقعية تستحق الكتمان وغير مسموح بنشرها لما في نشرها من أضرار على المجتمع، مثل فتح باب الاستثمار في قناة السويس، وليس بيع قناة السويس، واتجاه الحكومة نحو بيع أصول الدولة مقابل تسديد جزء من الدين الخارجي، وهو ما يتطلب ضرورة إشاعة أجواء من الثقة بين المواطن والمسؤولين، وهذا يشكل من وجهة نظر الباحث دعامة أساسية لبث روح التفاؤل، بالإضافة إلى عدم حجب المعلومات

المتعلقة بكل ما له علاقة بالأزمة الاقتصادية المثارة حتى لا يكون هناك فرصة لبث شائعات قد تضر بسمعة الوطن من ناحية، وإثارة الفوضى بين الناس من ناحية أخرى.

٨. كشفت النتائج تصدر قنوات الإخوان الإعلامية والمواقع المعادية للدولة المصرية في الخارج مصادر الشائعات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي خلال عام ٢٠٢٢م، بينما تراجعت الصفحات مجهولة المصدر وصفحات البلوجرز الممولة من الإخوان وصفحات المدونين الاقتصاديين، وهو ما يعنى أن جماعة الإخوان وأذرعها الإعلامية من قنوات ومواقع وصفحات هي المصدر الأول للشائعات التي تناولت سوء الأوضاع الاقتصادية في مصر عقب اعلان الحرب على أوكرانيا، وتأتي صدارة جماعة الإخوان والمعارضة الخارجية كونها على عداء مباشر مع النظام المصري منذ ٢٠١٣، حيث تسعى هذه القنوات إلى بث الشائعات لخلق أزمات اقتصادية من شأنها إثارة الرأي العام على النظام ودفعه نحو التنحي عن السلطة، وكانت البداية بظاهرة المقول "محمد على" والقصور الرئاسية التي تقوم الحكومة على إنشائها في مدينة العلمين الجديدة، ثم "عبدالله الشريف" وتناوله لمشاهد مفرقة تظهر عنف تعامل الجيش مع أهالي سيناء بقناته على اليوتيوب، بالإضافة إلى الصفحات الممولة والخاصة بكل من أيمن نور، معتز مطر، محمد ناصر، حمزة زوبع، عماد البحيري، وأحمد الطنطاوي" الذي أعلن عبر حسابه على تويتر عودته إلى مصر حتى يكون المرشح المعارض للنظام الحالي عام ٢٠٢٤م.

٩. أوضحت النتائج أن أسباب انتشار الشائعات التي تناولت الأزمات الاقتصادية في مصر قد تصدرها غياب الشفافية والمصداقية في البيانات الرسمية التي تصدرها الحكومة، يليها انخفاض مستوى المعيشة لدى غالبية الناس، ثم قلة الوعي بخطورة الشائعات على الاقتصاد القومي، وغياب المسؤولية الاجتماعية لدى مروجي الشائعات، بينما تراجعت أسباب "ضعف أداء المتحدث الرسمي للحكومة، وتجاهل الإعلام للأوضاع الاقتصادية، وإفساح المجال لشبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى الاستخدام السلبي لشبكات التواصل الاجتماعي، وعدم وجود رقابة عليها، وكثرة الصفحات الوهمية للمسؤولين والمشاهير، واستخدامها لمعرفة اتجاهات الجمهور نحو أزمة معينة، وهو ما يفسر أهمية إمداد وسائل الإعلام بالمعلومات الصحيحة بسرعة وقت الأزمة، والتعاون بين مراكز المعلومات ووسائل الإعلام لسرعة الرد على الشائعات من جانب مؤسسات الدولة المعنية قبل انتشارها على شبكات التواصل، وتقديم الحقائق وتصحيح ما يتم تداوله من معلومات، وهو ما يتطلب وضع ضوابط وقوانين رادعة لمروجي الشائعات، مقابل ضرورة توعية

مستخدمي منصات الإنترنت بالحفاظ على الأمن القومي وتعزيز قيم الولاء والانتماء الوطني لديهم .

١٠. أظهرت النتائج تنوع اتجاهات الجمهور نحو الأزمات الاقتصادية في مصر، حيث تصدر التعرف على وجهات نظر أخرى عن طبيعة الأزمة الاقتصادية، يليها المشاركة في التوعية بمخاطر الأزمات الاقتصادية على الأمن القومي، والاهتمام بمتابعة موضوعات الأزمات الاقتصادية في مصر والعالم، ونشر كل جديد عن الأوضاع الاقتصادية، وأخيراً التفاعل مع موضوعات الأزمات الاقتصادية ومناقشتها مع الآخرين، وهو ما يفسر اتجاه المبحوثين نحو الجوانب المعرفية، وهو مؤشر ايجابي يؤكد وعي الجمهور عند التعاطي مع الموضوعات التي تتناول الشائعات الاقتصادية باعتبارها موضوعات تحتاج إلى إدراك ووعي بعلوم الاقتصاد، فيما يعتقد الباحث أن الأزمات الاقتصادية العالمية قد تكون أحد الدوافع نحو اهتمام الجمهور العام بمتابعة الشأن الاقتصادي في مصر، طالما تحولاته تنعكس على وضعه المعيشي وارتفاع أسعار عدد من السلع والمواد الغذائية، وعدم توافر بعضها بالسوق المحلي.

١١. كشفت النتائج تنوع أهداف مروجي الشائعات المتعلقة بالأزمات الاقتصادية في مصر، حيث تصدر التشكيك في إنجازات الدولة وما تقوم به من مشروعات وخدمات، يليها تضليل النظام الحاكم بتصدير رسائل من شأنها التأثير على صانعي القرار سواء باحتمال التسرع في اتخاذ القرار أو الإبطاء منه، ثم زعزعة الأمن والاستقرار الداخلي، وإثارة الرأي العام ضد نظام الحكم، فيما تراجعت أهداف "بث الرعب والقلق بين الناس، والتننبؤ بأحداث مستقبلية سلبية، والحصول على سبق إعلامي"، وهي مؤشرات تؤكد تنوع أهداف مروجي الشائعات بين التشكيك في إنجازات الدولة والسبق الإعلامي الذي يسعى إليه مروج الشائعة "الترند" ومن ثم تحقيق أرباح نظير مشاهدات محتوى الشائعة، وهو ما يفسر حقيقة أن مصادر الشائعات قد يكون منها مدونين يسعون إلى تحقيق عوائد مالية دون أن يكون لهم أهداف سياسية محددة من وراء الشائعة التي تم إنتاجها ونشرها والتي قد تحظى بنسب تتخطى أحياناً الملايين من المشاهدات، حيث أظهرت دراسة أجرتها جامعة كولومبيا عام ٢٠١٥ أن عددًا كبيرًا من المواقع الإلكترونية الحكومية الأمريكية ساهمت في التضليل لتحصن مزيدًا من المشاهدات لمواقعها على حساب الحاجات الأساسية للمواطن .

١٢. أكدت النتائج تنوع الأشكال والقوالب الفنية التي تأتي عليها الشائعات المتداولة عن الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي في مصر، حيث تصدرت فنون "الأخبار، القصص الخبرية، والإنفوجرافيك" فيما تراجعت (مقاطع الفيديو، والمقالات

والتقارير، والبيث المباشر) وهو ما يعنى أن الشائعات المتداولة حول الأزمات الاقتصادية قد استخدمت عددا كبيرا من الفنون الإعلامية عند انتاج محتواها، وهى مؤشرات تؤكد أن التنوع في تقديم المعلومات بأشكال وقوالب مختلفة من شأنه تحقيق الإثارة وجذب الانتباه، فيما يرى الباحث أن الفنون الخبرية ما تزال الفن السائد في صياغة الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يسعى الجمهور نحو الحصول على المعلومة الكاملة، دون النظر إلى مصداقيتها، وهو ما يعنى أن متابعة الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي قد يأتي نتيجة عوامل منها مرونة التقنية وسهولة الاستخدام وامكانية التواصل مع أدمن الصفحة وتعدد خيارات النشر، بينما تراجعت قيم التنوع في المحتوى، ومشاركة الآخرين حساباتهم، وهو ما تنفق فيه الدراسة مع نتائج دراسة سماح المحمدى، (٢٠٢٢)، ووليد بركات (٢٠٢٠) فى حرص القائمين على انتاج الشائعة أن تأخذ فى شكلها قالباً فنياً يسهل تداوله بين المنصات الرقمية مثل "الأغاني ومقاطع الفيديو، والموسيقى والمؤثرات الصوتية، الخطب والتصريحات.. " دون أدنى تفكير فى أسباب هذه الشائعات وأهدافها وتأثيراتها على أمن المجتمع .

١٣. أشارت نتائج الدراسة إلى تنوع أساليب التحقق من المعلومات التي تتضمنها الشائعات المصاحبة للأزمات الاقتصادية في مصر، حيث تصدر التأكد من المعلومة من مصادر ثقة، يليها تصديق المعلومة أو الشائعة إلى أن يثبت العكس، ثم سؤال الأصدقاء عن المعلومة ومدى مصداقيتها، ثم تعديل المعلومة ونشرها على الحساب الشخصي، وأخيراً التجاهل التام عندما لا تقع الشائعة فى دائرة اهتمامه، وهى قيم تؤكد تنوع أساليب تعامل الجمهور المصري مع الشائعات الاقتصادية، حيث يسعى الجمهور نحو التأكد من مدى مصداقية الشائعة، وفى حالة الفشل يصدقها، وعند الشك يتم سؤال الأصدقاء، وهو ما يفسر أن كثرة التعرض للشائعات ومتابعة ما ينشر حول الأزمات الاقتصادية قد يدفع المستخدمين نحو التفاعل معها باعتبار أنها معلومات إن لم تكن صحيحة بشكل كامل، فإن بها جزء من الحقيقة، الأمر الذى يتطلب من المؤسسات المعنية سرعة الرد وتوضيح حقيقة المعلومات المتداولة باعتبارها معلومات تمس أمن المجتمع .

١٤. أوضحت النتائج تفاعل الجمهور المصري مع الشائعات التي تتناول الأزمات الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي بأدوات عديدة، حيث تصدر التدوين والتعليق، وعلامات الإعجاب، والمشاركة، فيما جاء التواصل مع الأدمن وخيارات الإشعارات وتعبيرات الوجه في ترتيب متأخر، وهو ما يشير إلى أهمية التدوين عند

التفاعل مع الشائعات الاقتصادية المتداولة، يليها الإعجاب والمشاركة وهي مؤشرات تؤكد على تنوع أدوات التفاعل التي يستخدمها الجمهور عند التعاطي مع الشائعات بأنواعها، وتطبيقاً على الأزمة الاقتصادية في مصر، فإن الباحث يرى أن مروجي الشائعات قد استغلوا ارتفاع الأسعار ونقص المواد الغذائية في الأسواق في التجهيز على الدولة بمؤسساتها والتشكيك في نوايا القيادة السياسية نحو الإصلاح، يقابل ذلك اعلان رئيس الحكومة عدم ادراج مشروعات جديدة مؤقتاً، مع استكمال مشروعاتها القومية الكبرى التي بدأت فيها سلفاً على رأسها العاصمة الادارية الجديدة، يقابلها الاتجاه نحو دعم الزراعة المحلية، وتوسيع مساحة زراعة محصول القمح لزيادة الاكتفاء الذاتي، وأجبرت الحكومة المزارعين على بيع حصة معينة من محاصيلهم للحكومة، ووفرت لهم امتيازات في نفس الوقت لم تكن متاحة من قبل .

١٥. أظهرت النتائج أن التفاعل على الشائعات يأخذ أشكالاً عديدة في أوقات الأزمات الاقتصادية منها" التعليق بنص، ثم التعليق بصورة، والتعليق بمقطع فيديو، والتعليق برابط لشائعات مشابهة"، بينما تراجعت أشكال " استخدام الرموز التعبيرية، ونسخ التدوينة وطبعها، واستخدام الجرافيك والرسوم الساخرة"، وهي أدوات تفاعلية يتم توظيفها تعبر عن الحالة الشعورية التي تصاحب التعرض للشائعات، حيث يأتي التعليق بنص أبرز الاشباعات التي يحققها الجمهور عند التفاعل مع الشائعات، وهو ما يفسر أن الإعلام الجديد لم يعد مغلقاً على نفسه، وإنما أصبح يمتلك من الأدوات والوسائط الحديثة ما يعطى الأخبار والمعلومات الاقتصادية تأثيراً أقوى، بجانب أن المواطن نفسه أصبح مشاركاً في إنتاج المعلومات المتداولة وهو يدرك أنها معلومات ربما تكون غير مؤكدة.

١٦. كشفت النتائج تنوع مظاهر الشائعات المصاحبة للأزمات الاقتصادية في مصر، حيث تصدر "إعادة تصريحات قديمة وإسقاطها على الواقع، يليها التلاعب في الفيديو، وإعادة فيديوهات قديمة"، بينما تراجعت مظاهر " نشر قرارات مزورة، والتلاعب بالصور، ونشر بيانات مغلوطة"، وهي مظاهر تعتمد في الأساس على الغموض وإخفاء المصدر، واستهداف مستوى ثقافي معين، ويرى الباحث أن تصدر إعادة تصريحات قديمة وإسقاطها على الواقع" يعنى أن الكثير من الشائعات يتم إعادة انتاجها من جديد ومن وقت لآخر، وقد يعزو البعض ذلك لضعف التشريعات أو عدم الجدية في تنفيذها، وكذلك إلى التقصير في التوعية بخطورة الشائعات على الأمن القومي، وهو ما يستلزم استحداث منصات تستخدم التكنولوجيا في رصد الشائعات ومكافحتها دون الاكتفاء بالرصد الأمني وأساليب المعالجة التقليدية، فعلى المستوى الدولي وافقت الحكومة

الألمانية على مقترح قانون يجبر شبكات التواصل الاجتماعي المشاركة في محاربة خطاب الكراهية على شبكة الإنترنت، وإلا واجهت غرامات تصل إلى ٥٠ مليون يورو، وقد ساهم هذا الاجراء في غلق الاف الحسابات المزيفة، وتغيير سياسات الاستخدام بما يقلل من فرص ظهور النشاطات المشبوه من جديد .

١٧. توصلت نتائج الدراسة الى نجاح شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة الشائعات بدرجة كبيرة، ومنها التي ترتبط بالأزمات الاقتصادية، وقد تمثل هذا النجاح في مظاهر عديدة تصدرها" كونها أقوى وأسرع انتشارا وتأثيرا من وسائل الاعلام التقليدية، وأنها تقوم بدور الناقل للشائعة فقط، وتقوم على استكمال القصص الإخبارية الناقصة، بالإضافة إلى أنها قد تضيف جاذبية على المعلومات غير المؤكدة، وتتسع لبيئات ومنصات أخرى"، بينما تراجعت مظاهر" أنها تركز على الشائعات المحلية، وتقوم على إنتاج شائعات وتروج لبعضها، وتقوم على تنويع مضامينها، وامكانية النشر على نطاق واسع، وأخيراً التقليل من دور المؤسسات الرقابية في عدم قدرتها السيطرة عليها أو الوصول إلى مصدرها، وهو ما يفسر حقيقة امتلاك شبكات التواصل الاجتماعي للعديد من المنصات التفاعلية وسهولة استخدام الأجهزة اللوحية ومنها الهواتف الذكية والآيباد والتابلت والآيفون، والتي يمكن من خلالها إرسال واستقبال الشائعات في ثواني قليلة، وهو ما يتطلب ضرورة أن يكون للمؤسسات الحكومية حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي يمكن الرجوع إليها في حالة ظهور شائعة تخص نشاطها، خاصة مع انتشار الحسابات الوهمية التي قدر الفيسبوك عددها بنحو ١١٥ مليون حساب عام ٢٠٢١، إلى جانب توافر أدوات تزيف الصور وفبركة الفيديوهات التي تضيف نوعاً من المصداقية على محتوى الشائعة.

١٨. أظهرت النتائج تنوع اتجاهات الجمهور نحو تأثيرات الشائعات على الأوضاع الاقتصادية في مصر، حيث تصدرت تأثيرات الشائعة في" زعزعة الثقة في القيادة السياسية، يليها التقليل من مستوى المشاركة المجتمعية عبر المبادرات التي تقوم بها مؤسسات المجتمع المدني، وزيادة حالات الإحباط بين المواطنين"، فيما تراجعت تأثيرات"التقليل من جهود الدولة والحكومة، وسيادة روح السلبية بين الناس"، وهو ما يعنى تعمد استهداف الشائعات للقيادة السياسية ومحاولة التقليل من الجهود التي تقوم بها الحكومة من مشروعات تنموية سوف تأتي ثمارها مستقبلاً، وبالتالي تقوم على استنزاف قدرات ووقت الحكومة ومؤسساتها في الرد على شائعات ضعيفة التأثير، الأمر الذي يزيد من انتشارها وتداولها، ويرى الباحث ضرورة الاهتمام بالإعلام الأمني وتقدير الشائعة قبل الرد عليها كأحد الحلول المتاحة لمواجهة الشائعات والأخبار الزائفة.

١٩. كشفت النتائج اعتماد الجمهور على الشائعات كمصدر معلومات عن الأزمات الاقتصادية إلى حد كبير، بالإضافة إلى ارتفاع معدلات الثقة في المعلومات التي تتضمن الأوضاع الاقتصادية في مصر، وهي مؤشرات تؤكد على الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتداول الشائعات التي تمس الأحوال المعيشية للناس، يقابلها حالة عدم الثقة فيما تنشره الحكومة من نفي وتصحيح للمعلومات، حيث يعتقد الباحث أن انتشار الشائعة يعتمد جزئياً على أن الإدراك الحسي للأشياء يميل نحو البساطة والإحساس بالاكتمال، ومن ثم تأتي الشائعة لتشرح المواقف التي تهم الفرد وترিحه نفسياً من التوتر والقلق، وتعتمد على استغلال الاحتياجات الأساسية للناس، وهو ما قد يسهم في سرعة انتشارها وتأثيرها في المجتمع .

٢٠. أكدت النتائج وجود درجة كبيرة من الوعي لدى الجمهور حول الأوضاع الاقتصادية في مصر، تمثلت في عدم مصداقية كل الشائعات الاقتصادية المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأن ذلك يعزو إلى كونها "معلومات مجهولة المصدر، وبعيدة عن الواقع، وسريعة الانتشار بين الناس، بالإضافة إلى كونها" لم تصدر عن حساب رسمي، وتنطوي على مؤامرة إسقاط الدولة، وتعتمد على تشوية إنجازات الحكومة"، وهو ما يفسر حقيقة تعمد اللجان الإلكترونية التابعة لجماعة الإخوان خلق "عدد مشاهدات، تريندات" وهمية على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة على تويتر مثل هاشتاغ "ارحل يا سيبي" بالإضافة إلى تعمد السخرية من إنجازات الحكومة من خلال فقرات برنامج "جو شو" على قناة العربي التي تبث من قطر، بالإضافة إلى موقع "خمسة بالمصري" الذي يعتمد على تصريحات متجزأة من سياقها للرئيس السيسي والسخرية منها، ومعظمها يتضمن موضوعات ارتفاع أسعار السلع، ونقص بعض المواد الغذائية من الأسواق، وإلغاء الدعم على رغيف الخبز، وهو ما نفته الحكومة وأكد عليه الرئيس السيسي عندما قال صراحة "لا تصدقوا حد غيري".

٢١. أظهرت النتائج وجود مخاطر للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي صاحبت سوء الأوضاع الاقتصادية في مصر عقب اعلان الحرب على أوكرانيا، حيث تصدر "الغش في السلع الاستهلاكية، واحتجاز الحبوب والأعلاف في الموانيء لعدم قدرة رجال الأعمال توفير الدولار اللازم للافراج عنها، بالإضافة إلى" تزايد أعداد الهجرة غير الشرعية، وارتفاع سعر الدولار، وزيادة تكلفة المعيشة، وتزايد معدل البطالة، وتراجع السياحة وهروب الاستثمارات الخارجية، وأخيراً ارتفاع نسبة الفقر بين الناس، وهي مؤشرات تؤكد على أن الحالة المعيشية للمواطن المصري قد ساءت عقب الاتفاق مع صندوق النقد الدولي الذي طالب برفع الدعم عن السلع والخدمات الحكومية، وأن يتم

التعامل وفق الأسعار العالمية في "الغاز، البنزين، السولار، المواد الغذائية.." يقابل ذلك التشكيك في المشروعات القومية التي تنفذها الحكومة والمبادرات التي تطلقها لرفع المعاناة عن محدودي الدخل مثل مبادرة "حياة كريمة، تكافل وكرامة، صندوق تحيا مصر، والتحالف الوطنى للعمل الأهلى التنموى، وكلنا واحد" وغيرها وذلك بهدف إثارة الرأي العام ضد القيادة السياسية، وتصدير صورة زائفة للخارج توحى بوجود حالة من الغضب والسخط الشعبي ضد النظام، وعدم قدرة الدولة على سداد الديون الخارجية، ومن هنا تأتي أهمية أن يعى مروجى الشائعات بظروف المجتمع ومشكلاته قبل تعمد نشرها وتداولها بين الناس.

٢٢. أوضحت النتائج تنوع اتجاهات الجمهور المصري نحو مضامين الشائعات المصاحبة للأزمات الاقتصادية في مصر عقب الحرب الروسية الأوكرانية، والتي تصدرها" تراجع الاحتياطي النقدي، وارتفاع أسعار المواد الغذائية وأسعار الوقود، وبالإضافة إلى وقف قرض صندوق النقد الدولي، وهروب عدد من رجال الأعمال للخارج بعد القبض على بعضهم بتهم مختلفة مثل "حسن راتب، صفوان ثابت، محمد الأمين، السيد السويركى، صلاح دياب، ومصطفى رجب..."، كما شملت المضامين أيضاً إلغاء الدعم عن رغيف الخبز، وارتفاع أسعار الكهرباء والمياه، وعودة العمالة من الخارج واستيلاء الحكومة على ودائع العاملين في الخارج، وبيع المصانع الكبرى وتسريح العمالة، وتزايد الحرائق بالمخازن والمستودعات الحكومية، وأزمة الغاز الطبيعي، ووقف الدعم الخليجي، وتوقف العمل بالعاصمة الإدارية الجديدة، ووقف التأمين الصحي المجاني، وسيطرة الدولة على شركات القطاع الخاص الناجحة، وأخيراً امتلاك شركات الجيش جزء كبير من الاقتصاد القومي، وهو ما يعني ارتباط مضامين الشائعات بسوء الأوضاع الاقتصادية، حيث يأتي ارتفاع الأسعار وخفض قيمة العملة والتضخم المتزايد، وتخطى سعر صرف الدولار الـ ٣٦ جنيهاً لأول مرة في تاريخه، وفي المقابل يأتي تدخل الجيش في اقتصاد الدولة بتكليف من الرئيس السيسي نتيجة تدهور مؤسسات الدولة بعد ثورة ٣٠ يونية ٢٠١٣، والتي أصبحت عاجزة عن القيام بمهامها، ولما تعرض الجيش للشائعات نتيجة مشروعاته التنموية داخل الدولة، قام الرئيس بالرد وقوله" لا يتم صرف أى أموال داخل القوات المسلحة إلا بأمر منى" ويعتقد الباحث أن امتلاك القوات المسلحة نحو ٧٪ من الاقتصاد القومي، نسبة ليست كبيرة كما روجت لجان الإخوان وقنواتها في الخارج، حيث يمتلك الجيش محطات للوقود لكنه لا ينافس شركة مثل توتال في مصر، كما يشارك في مصنع للمياه المعدنية بـ ٣٠٪، مقابل ٧٠٪

لشركة نستلة، وفي المقابل يمتلك قطاع الأعمال العام والقطاع الخاص الحصة الأكبر من الاقتصاد القومي والتي تقدر بنحو ٦٠٪ .

٢٣. أظهرت النتائج اتفاق الجمهور على أن الرد على الشائعات التي صاحبت الأزمة الاقتصادية في مصر بعد التدخل الروسي في أوكرانيا كان الفاعل فيها هو " المتحدث الرسمي باسم مجلس الوزراء، يليه مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء أيضاً، والمؤسسات الإعلامية الحكومية، فيما تراجع" دور المتحدث الرسمي باسم الوزارة المعنية بالشائعات المثارة، والهيئة العامة للاستعلامات، والرد على الشائعات الخارجية، والمتحدث باسم رئاسة الجمهورية"، وهي مؤشرات تؤكد حرص الحكومة الرد على الشائعات المتداولة حول الأوضاع الاقتصادية في مصر، ويعتقد الباحث أن الرد على كل الشائعات ليس عملاً إيجابياً دائماً، فهناك من الشائعات ما لا يستحق الرد عليه، وأخرى مهمة ربما يتم تجاهلها، الأمر الذي يعنى ضرورة وجود جهة متخصصة تقوم بتقدير حالة الشائعة ومجالات تأثيرها قبل الرد عليها.

٢٤. كشفت النتائج وجود تحديات تواجه مؤسسات الدولة عند الرد على الشائعات التي تتعلق بالأزمات الاقتصادية في مصر، يتصدرها" افتقاد المصداقية في تصريحات المسؤولين في الحكومة، وضعف صفحات مؤسسات الدولة في الرد على الشائعات المتداولة، فيما تراجعت تحديات" التضارب بين آراء المسؤولين والصفحات الرسمية، وكثرة الصفحات الوهمية المنسوبة لمسؤولين في الحكومة، وعدم وجود مدونة سلوك لشبكات التواصل الاجتماعي، وأخيراً ضعف الولاء الوطني لدى بعض الشباب نتيجة تأثيرات العولمة والانفتاح على العالم، وهي مؤشرات تؤكد وجود تحديات تمنع وصول المعلومة كاملة للجمهور، تتصدرها افتقاد المصداقية في تصريحات المسؤولين في الحدث الواحد، حيث يأتي هذا التضارب ضمن العوامل التي تزيد من تداول الشائعة، فقد نفى وزير الصحة خصخصة مستشفيات الحكومة، بينما أكد "مصطفى مدبولي" رئيس الحكومة أن الدولة بالفعل اتخذت إجراءات الخصخصة في بعض المستشفيات التابعة لها، وقام وزير النقل بنفى رفع أسعار تذاكر القطارات بعد زيادتها وتطبيقها بالفعل، ونفى وزير التموين اختفاء بعض السلع، ثم أعلن أن لدينا عجز فيها، ونفى مجلس الوزراء بيع جزيرة الوراق، ثم إعلان الحكومة فتح باب الاستثمار فيها، وهي ردود قامت مؤسسات الدولة بنفيها باعتبارها شائعات فيما جاءت الإجراءات الرسمية تؤكد أنها لم تكن شائعات، حيث يراها الباحث أنها جاءت أشبه ببالونة اختبار تتعرف من خلالها الحكومة على اتجاهات الناس، فتقوم بتسريب شائعة حول ارتفاع سلعة معينة على صفحات التواصل الاجتماعي، حيث تتلقفها لجان إلكترونية تابعة لها، وتقوم بنشرها على مختلف المنصات

الرقمية، وتتولى هي بطريقة مختلفة رصد اتجاهات الرأي العام نحوها، بما يمكنها من اتخاذ القرار، وإعداد التبرير المناسب لعملية تحريك أسعار بعض السلع في هذا التوقيت بالتحديد .

٢٥. أظهرت النتائج تنوع اتجاهات الجمهور نحو أداء المؤسسات الحكومية في الرد على الشائعات المصاحبة للأزمات الاقتصادية في مصر عقب الحرب على أوكرانيا، حيث تصدر " اعتماد مصدر رسمي موثوق للرد على الشائعات، يليها التأكد من صحة المعلومات قبل التعامل معها، وسرعة الرد على الشائعات فور ظهورها، ونشر الأخبار الصحيحة التي تحظى بمصداقية لدى الناس، فيما تراجعت آراء المبحوثين في " العمل على تحديد مصدر الشائعة وأسباب ظهورها، والتنسيق مع وسائل الإعلام في الرد على الشائعة، ووضع تشريعات رادعة لوقف الشائعات على شبكات التواصل، وأخيراً تشكيل لجان إلكترونية داعمة لرؤية الدولة للرد على الشائعات في الحال، وهي مؤشرات تؤكد ضرورة المواجهة واعتبار الشائعة مهدد للأمن المجتمعي، في المقابل تأتي الشائعات التي تستند أحد محاورها على حدث حقيقي، أو معلومة جزء منها صحيح وتلامس معاناة الناس، هي بلا شك الشائعات التي تجد فرصة كبيرة للإنتشار بين فئات المجتمع قبل تداولها عبر شبكات التواصل الإجتماعي، وهو ما يمنح أهمية خاصة لمفاهيم المسؤولية الاجتماعية والوعي الاعلامي من ناحية، وتقييم الأداء الاعلامي للمؤسسات الحكومية من جانب آخر.

٢٦. توضح النتائج تنوع مقترحات الجمهور نحو آليات مواجهة الشائعات المصاحبة للأزمات الاقتصادية عقب اعلان الحرب على أوكرانيا في مصر، حيث تصدر " ضرورة توفير المعلومات بشفافية كاملة لكل وسائل الإعلام، يليها وضع تشريعات رادعة للحد من تداول الشائعات الاقتصادية، وعمل برامج توعوية بمخاطر الشائعات يقدمها خبراء محترفين عبر وسائل الاعلام المملوكة للدولة، بالإضافة إلى "ضرورة التنسيق بين شركات الاتصالات والمؤسسات الأمنية للرقابة على الجهات المصدرة للشائعة، وضرورة تبني الجامعات والمدارس وضع مقررات دراسية حول مخاطر الشائعات على الأمن القومي، فيما تراجعت مقترحات " تشكيل لجان إلكترونية لدعم مشروعات الدولة، وتدشين هيئة حكومية مستقلة مؤهلة علمياً للرد على الشائعات بعيداً عن مركز مجلس الوزراء، واستخدام التقنيات الحديثة في تتبع مسار الشائعات، وإغلاق المواقع المشبوهة التي تبث الشائعات ضد الدولة من الداخل وبالتنسيق مع مؤسسات دولية، وهي مؤشرات تؤكد أن الجمهور المصري لا يملك من الوقت ما يسمح لهم بمراجعة ما يتعرضون له من شائعات وفقاً لمعايير المصداقية والدقة، وحين تتوفر

لديهم المعلومات الصحيحة من الجهات المعنية بالشائعات يكون هو الحل المنطقي لمواجهة الشائعات، يقابل ذلك ضرورة وضع قوانين وتشريعات للحد من تنامي الظاهرة، واعداد كوادر بشرية بالمؤسسات الحكومية للرد على الشائعات المثارة وتفنيدها وخاصة تلك التي تستهدف حياة الناس المعيشية والوضع الاقتصادي للدولة.

٢٧. كشفت النتائج وجود علاقة قوية بين معدل تعرض الجمهور المصري للشائعات على شبكات التواصل الإجتماعى والاتجاه نحو الأزمات الاقتصادية فى مصر؛ حيث كلما زاد معدل التعرض، زادت دوافع التعرض للشائعات المتداولة على شبكات التواصل الإجتماعى وتأثرهم بها، كما تظهر النتائج أيضاً عدم وجود علاقة دالة احصائياً بين معدل اهتمام الجمهور بمتابعة الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعى وبين مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعى على الاتجاه نحوها، وهو ما يشير إلى أن الاهتمام بمتابعة الشائعات ليس شرطاً فى حدوث تأثير على اتجاهات الجمهور نحوها.

٢٨. أوضحت النتائج وجود علاقة دالة احصائياً بين معدل اعتماد الجمهور المصرى على شبكات التواصل كمصدر للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية واتجاهات الجمهور نحو الشائعات المصاحبة لها، وهو ما يشير إلى أنه كلما زاد معدل اعتماد الجمهور على شبكات التواصل كمصدر للمعلومات عن الأزمات الاقتصادية، زاد تأثيرها على اتجاهات الجمهور نحوها، وقد يرجع ذلك إلى ثقة الجمهور بالمصدر المفضل لديه عند الحصول على المعلومة دون النظر الى صحتها، كما أثبتت النتائج أيضاً عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل استخدام شبكات التواصل والتفاعل السلوكى مع الشائعات التى تتناول الأوضاع الاقتصادية فى مصر، وهى مؤشرات تؤكد على درجة الوعى الكبيرة نسبياً لدى الجمهور المصرى بالشائعات المتداولة حول الأزمات الاقتصادية التى تتعرض لها البلاد عقب الحرب الروسية الأوكرانية، ويفسر ذلك أن معدل الاستخدام المرتفع لشبكات التواصل الاجتماعى لا يعنى التأثير السلبى بمضمون الشائعات والأهداف التى يسعى إليها مروجيها .

مقترحات الدراسة :

١. إفساح المجال أمام الشباب للتعبير عن وجهه نظرهم فى القضايا المختلفة من خلال وسائل الاعلام والمنصات الرقمية الخاصة بهم، حيث يرى الباحث أن المشاركة الجماهيرية فى قضايا الشأن العام يمكن أن يقلل من انتشار الشائعات فى المجتمع.
٢. ضرورة إنشاء مراكز مستقلة تساهم فيها مؤسسات المجتمع المدنى تقوم على رصد وتحليل الشائعات تضم خبراء ومتخصصين فى علوم السياسة والاقتصاد والقانون وعلم

- النفس والإعلام، وتسعى نحو دراسة التجارب الناجحة في العالم في مواجهه الشائعات وكيفية توظيف الجمهور في احتوائها.
٣. ضرورة التنسيق بين وسائل الإعلام الرسمية ومنصات الإلكترونية وحسابات المسؤولين من أجل عرض الحقائق في وقتها، بهدف توعية الرأي العام وتحصينه ضد الشائعات وخاصة المرتبطة بأحوالهم المعيشية
٤. ضرورة الاستفادة من تقنية الذكاء الاصطناعي في التصدي للشائعات في أوقات الأزمات خاصة، حيث تقوم الخوارزميات المعتمدة على الذكاء الاصطناعي بتصنيف الشائعة والتحقق من صحتها، ومصدرها وتاريخها، ومراقبة مسارات انتشارها على المواقع المختلفة، بل تقوم على تعطيل التفاعل علي محتواها وحذفها.

هوامش الدراسة :

١. كامل عويضة، (٢٠٠٥) علم نفس الشائعة، بيروت، دار الكتب العلمية، ص ٦٢
2. Heng Chen, The Power of Whispers (2012) Theory of Rumor, Communication, Hong Kong University of Science and Technology, September 14, 2012
٣. إيهاب خليفة، (٢٠١٤) القوة الإلكترونية وأبعاد التحول في خصائص القوة، سلسلة أوراق، الإسكندرية، عدد رقم (١٢)، ص ٧
٤. خضير البياتي، (٢٠١٤) الشائعة والاقتصاد، جريدة العرب، لندن، عدد ٨ يناير ٢٠١٤م، ص ١٤
٥. منير حجاب، (١٩٩٨) الدعاية السياسية وتطبيقاتها، القاهرة، دار الفجر للنشر، ص ١٥٣
٦. فاطمة الزهراء عبدالفتاح، (٢٠١٧) آليات مكافحة الشائعات في الفضاء السببراني، مركز المستقبل للدراسات المتقدمة، ابوظبي، ٢٩ مايو ٢٠١٧، متاح على الرابط التالي:
<https://bit.ly/2o5KiJg>
٧. محسن الإفرنجي، (٢٠٢٢) استراتيجيات استخدام الشبكات الاجتماعية خلال الأزمات والكوارث، مركز دراسات الجزيرة، الدوحة، قطر، في ١١ نوفمبر ٢٠٢٢.
8. Sturges dl. (1994) communication through crisis a strategy on organization survival, management, communication quarterly, p 297
٩. حصاد الشائعات لعام ٢٠٢٢م، متاح على موقع اليوم السابع، اطلاق في ٥ مارس، ٢٠٢٢م
١٠. أحمد حمدي هاشم (٢٠٢٢) تداعيات الأزمة الروسية - الأوكرانية علي الاقتصاد العالمي والمصري، جريدة السياسة الدولية، متاح على الرابط التالي، ٢٦-٢-٢٠٢٢
<http://www.siyassa.org.eg/News/18242.aspx>
١١. هويدا مصطفى، (٢٠١٠) الإعلام والأزمات المعاصرة"، القاهرة، دار المحروسة للنشر، ٢٠١٠، ص ٣٣
١٢. هيثم أبو السعود، (١٩٩٨) المجتمع وإدارة الأزمات، مجلة معلومات دولية، القاهرة، العدد ٥٧، صيف ١٩٩٨، ص. ٢٤
13. Tejvan Pettinger (2010), Types of Economic Crisis", www.economicshelp.org, Retrieved 22-5-2021. Edited. <https://mawdoo3.com/>
١٤. تيسير يحيى الصديق (٢٠٢٣) توظيف الصحافة المتخصصة في معالجة الأزمات الاقتصادية في السودان، مجلة علوم الاتصال، جامعة أم درمان، المجلد ٧ العدد ٣، سبتمبر ٢٠٢٣
١٥. سماح الحمدي (٢٠٢٢) تأثير التعرض للأخبار الاقتصادية المنشورة بالمواقع الإلكترونية أثناء الأزمات على إتجاهات المواطنين نحو الحكومة والمزاج العام لهم، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد ٨٠، يوليو.

١٦. اسراء محمد الحسيني (٢٠٢٢) تغطية القضايا العلمية المتعلقة بأزمة المناخ بالمواقع الاخبارية العالمية دراسة للمضمون والأدلة والأبعاد الأخلاقية، ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة .
١٧. نورهان فتحى عباس (٢٠٢٢) الأطر الاخبارية لتناول المواقع العالمية للشأن الاقتصادى المصرى واتجاهات النخبة نحوها، دكتوراة غير منشورة، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس .
18. Mark Jurkowitz, Covering the great recreation: How the media have depicted the economic crisis during Obamas presidency ،pew research centers project for excellence in journalism, October 2020) <http://www.journalism> .
19. Gillian Doyle, "Enron analysis of approaches towards economic and financial news production in the UK, " journal of communication, 2020, sage vol .7, No .4 . P.P 433-452
٢٠. حسن الهلة، (٢٠١٨)، المعالجة الاعلامية لاتجاهات الأزمة الاقتصادية فى الجزائر بالتطبيق على قناة الشروق نيوز، ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدى مرباح، الجزائر، ٢٠١٨م .
٢١. فطيمة إعراب، (٢٠١٨) معالجة وسائل الإعلام للأزمات الاقتصادية: دراسة فى الأسس والمقومات"، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، جامعة الجلفة، الجزائر، المجلد ١١، العدد ١، ٢٠١٨، ص ٢٧-٤٤ .
٢٢. علي منعم القضاة، (٢٠١٦) تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية فى الصحافة البحرينية دراسة تحليلية، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، مجلس النشر العلمى، جامعة الكويت، العدد ١٤٥، أبريل ٢٠١٦، ص ص ١٦١ – ٢١٠ .
٢٣. منى فرج، (٢٠١٥) تقييم الأداء الاعلامى المصرى خلال الأزمات الاقتصادية – دراسة حالة على البرامج التلفزيونية، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، الجامعة الكندية بالقاهرة، عدد ديسمبر ٢٠١٥م .
٢٤. أماني الحسينى، (٢٠١٥) اتجاهات الجمهور ورجال الأعمال نحو أداء القنوات التلفزيونية للأزمات الاقتصادية فى مصر، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، عدد ٥٢ .
٢٥. بسنت عطية، (٢٠١٤) اعتماد الجمهور على القنوات الموجهة باللغة العربية خلال الأزمات الاقتصادية فى مصر، دكتوراة غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٤م .
٢٦. آلاء ممدوح، ورائيا زكريا (٢٠٢٣) اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو ودورها فى مكافحة الشائعات الالكترونية، مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، العدد ٧٢، يناير ٢٠٢٣م .
٢٧. رائد حمزة خضره، سالم أبو حسين (٢٠٢٣) أثر شائعات خطورة لقاح كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعى على اتجاهات الناس نحو تلقيه، مجلة الدراسات الاعلامية، برلين، ألمانيا، عدد ٢٢ فبراير ٢٠٢٣م،

٢٨. نهله زكريا توفيق (٢٠٢٢) تداول الشائعات والأخبار المزيفة على مواقع التواصل الإجتماعى وتأثيراتها على ثقة المتصفحين، دكتوراة غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
٢٩. أسماء عبد الحميد حسين (٢٠٢٢) توظيف الانفوجرافيك فى معالجة الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعى واتجاهات الجمهور نحوها، ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة .
٣٠. خالد اسحاق (٢٠٢١) اتجاه الطلبة الجامعيين نحو انتشار الشائعات فى وسائل التواصل الاجتماعى، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الاعلام، جامعة الأزهر، العدد ٧٥ مارس ٢٠٢١م
٣١. شادية الدفتاوى (٢٠٢١) الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعى وتأثيرها على الأمن الفكرى للشباب، مجلة البحوث الإعلامية كلية الاعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٧ ابريل ٢٠٢١م
٣٢. شيماء محمد زيان (٢٠٢٠) " استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية " دراسة تطبيقية على موقعى وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية " مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، القاهرة، عدد ٢٩، أكتوبر ٢٠٢٠م، ص ٧٣٣
٣٣. يسرا عبد الخالق (٢٠٢٠) الأطر الخبرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومى " مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، عدد ٥٤، يوليو ٢٠٢٠م ص ٣٩٠٨- ٣٩٧٠
٣٤. محمد وليد فتح الله (٢٠٢٠) " معالجة الصحافة المصرية للشائعات وانعكاساتها على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأى العام، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٢٠.
٣٥. رامى باسم يوسف حداد، (٢٠٢٠) دور الإعلام الأردنى فى مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاتصال فى الأردن"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

36. Siqi Li, Zongmin Li, Prediction Of Rumors Wide-Spreading On Social Media By Logistic Regression Modeling: Taking Water Resource Pollution Rumors Spreading As An Example ،International Conference On Management Science And Engineering Management, 2020, Vol.1001, Pp134-146.

٣٧. محمد عبد الحميد، وأحمد سامي (٢٠٢٠) أساليب مواجهة الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعى كما تراها النخبة الإعلامية الأكاديمية: المصرية – والسعودية، مجلة البحوث الإعلامية ؛ كلية الإعلام، جامعة الأزهر، عدد ٥١، يناير
٣٨. رباب رأفت محمد، (٢٠١٩) اتجاهات الرأى العام نحو دور مواقع التواصل الاجتماعى فى نشر الشائعات، المركز القومى للبحوث بغزة، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، المجلد ٥، العدد ٢، يونيو ٢٠١٩، ص ص ٢٧-٥١.
٣٩. محمد بن عائض التويمى، (٢٠١٩) الشائعات فى وسائل التواصل الاجتماعى، تويتر نموذجاً"، مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، المجلد (٤)، العدد (١)، جامعة الحدود الشمالية، السعودية .

٤٠. ميليفين ل، وساندرا بول (١٩٩٣) *نظريات وسائل الإعلام*. ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣، ص٤١٤ - ٤١٥.
٤١. *قام بتحكيم الاستبانة الأستاذة* : د. شريف درويش اللبان، د. فوزى عبد الغنى، د. عبد المنعم سعيد، د. نيفين مسعد، د. على عجوة، د. محمود حسن اسماعيل، د. ضياء رشوان، د. على الدين هلال .
٤٢. معتز عبد الله، (١٩٩٧) *الحرب النفسية والشائعات*، القاهرة، دار غريب للنشر، ص ٣٢
٤٣. كامل عويضة، (٢٠٠٥) *علم نفس الشائعة*، بيروت، دار الكتب العلمية، ص ٣٢١
٤٤. عبد الوهاب كحيل، (٢٠٠٣) *العلاقات العامة والشائعات*، القاهرة، دار الفجر للنشر، ص ١٧
٤٥. كامل عويضة، (٢٠٠٥) *علم نفس الشائعة*، بيروت، دار الكتب العلمية، ص ٢٣
٤٦. غادة رياض (٢٠٢٢) *تداعيات الحرب الروسية الاوكرانية على الاقتصاد المصري، المجلة الاجتماعية*، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية والجنائية، القاهرة، العدد ٣، سبتمبر، ٢٠٢٢م
٤٧. نمو الاقتصاد المصري ٤,٤٪ في الربع المالي الأول.. وارتفاع معدل البطالة لـ ٧,٤٪ متاح على الرابط التالي: <https://www.cnbcarabia.com/103826/2022/11/28>
٤٨. فاطمة الزهراء عبدالفتاح (٢٠١٧) *آليات مكافحة الشائعات*، مركز دراسات المستقبل، دبي، مايو، ٢٠١٧
٤٩. منظمة الاغذية والزراعة "الفاو" التقرير السنوي، متاح على الرابط التالي: www.fao.org ٢٠٢٣/٢/١٢
٥٠. داليا يسري، (٢٠٢٢) *روسيا وأوكرانيا من الأزمة الى الحرب*، المركز المصري للفكر والدراسات الاستراتيجية، متاح على الرابط التالي، ١٠-٣-٢٠٢٢، <https://ecss.com.eg/18808>
٥١. حاتم سعيد، (٢٠٢٢) *أسباب الصراع بين روسيا وأوكرانيا، الأزمة بدأت ببناء سد مائي*، متاح على موقع جريدة المصري اليوم التالي: ٢٤-٢-٢٠٢٢، <https://www.almasryalyoum.com/news/details/2533555>
52. Egypt's Currency. France 24, 21/3/2022, Access on 12/10/2022, at: <https://bit.ly/3ZhL9T5>
53. Egypt: IMF Reaches Staff-Level Agreement on a Three-Year US\$12 Billion Extended Fund Facility Press Release, no. 16/375, IMF, 11/8/2016, Access on
54. <https://tinyurl.com/yc3yy5d6>, at 12/10/2022
55. Goldman's \$15 Billion View of Egypt IMF Needs too High for Maait Bloomberg, 1/8/2022, accessed 12/10/2022, at: <http://bit.ly/42GcrFL>
56. The World Bank in Egypt: Overview," World Bank, 1/11/2022, Access on 27/3/2023, at: <http://bit.ly/3KceR7G>

٥٧. السكان في مصر، تقرير الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء اطلاق في ٢٧/٣/٢٠٢٣. متاح على الرابط التالي : <http://bit.ly/3LUMUmq>
٥٨. رئيس وزراء مصر، حرب أوكرانيا تكبد ميزانية مصر ٤٦٥ مليار جنية، وكالة بلومبرج في ١٥/٥/٢٠٢٢ متاح على الرابط التالي: <http://bit.ly/3TJkPQT>
59. IMF, World Economic (2022): Countering the Cost-of-Living Crisis Washington, DC: 2022, p. 45, Access on 27/3/2023, at: <https://bit.ly/40gJizx>
٦٠. الدين الخارجي، موقع سي ان ان، متاح على الرابط التالي: <https://tinyurl.com/2p954564>
٦١. صندوق النقد العربي، التقرير السنوي، متاح على الرابط التالي : <https://bit.ly/40jJKNo>
٦٢. معدل الفقر في مصر، موقع البي بي سي، متاح على الرابط التالي : <http://bit.ly/40BVWZt>
63. Egypt Get \$2 Billion IFAD Climate Funds to Boost Food Security,” Bloomberg, 31/10/2022, accessed on 27/3/2023
64. <http://bit.ly/3KahHdo>: ٢٧/٣/٢٠٢٣ &<https://ecss.com.eg/33373/>
65. United Nation, Global Impact of War in Ukraine on Food, Energy and Finance Systems. United Nation, 2022, p3
٦٦. عمر حسين الصديق، (٢٠٢٢) تأثير الأزمة الأوكرانية الروسية علي الأمن الغذائي وتداعياتها علي الدول العربية، اصدارات المركز الديمقراطي العربي برلين متاح على الموقع التالي، ١٤ أبريل ٢٠٢٢، <https://democraticac.de/?p=81697>
٦٧. أحمد حمدي هاشم (٢٠٢٢)، تداعيات الأزمة الروسية الأوكرانية علي الاقتصاد العالمي والمصري، متاح على موقع جريدة السياسة الدولية، القاهرة متاح على الرابط، ٢٦-٢٠٢٢، <http://www.siyassa.org.eg/News/18242.aspx>
68. United Nation, Global Impact of War in Ukraine on Food, Energy and Finance Systems”. United Nation, 2022, p3
69. Wally. A.& O. Olutayo. Import Challenges and High Prices Reduces Egypt’s Wheat and Corn Imports, Untied States Department of Agriculture – Foreign Agricultural Service, (2022), p.g10
٧٠. كيف أثرت حرب أوكرانيا على اقتصاد مصر؟ جريدة العين الاخبارية، ١٥/٥/٢٠٢٢، <https://al-ain.com/article/how-did-ukraine-war-egypt-economy-shocking-number>
٧١. تقارير البنك المصري المصري، ٢٠٢٢م، تقارير متفرقة، متاحة على الرابط التالي: <https://www.sis.gov.eg/Story/232663>
٧٢. أمينة حلمي، (٢٠١٦) الاقتصاد المصري ٢٠١٤-٢٠١٥، القاهرة، المركز المصري للدراسات

الاقتصادية، ص ١١

٧٣. تراجع عجز الميزان التجاري في مصر ٣٨,٥٪ خلال نوفمبر الماضي (٢٠٢٣)، متاح على الرابط التالي: <https://www.cnbcarabia.com/106324/2023/02/07/>
٧٤. سحر الزرقاني، (٢٠١٥) هل يصمد الاحتياطي النقدي أمام تراجع عوائد السياحة وقناة السويس؟، متاح على موقع جريدة البورصة، ١٤ نوفمبر ٢٠١٥.
٧٥. ما هو حجم إجمالي ديون مصر ومواعيد سدادها وأكبر المقرضين؟ متاح على الرابط التالي <https://arabicpost.net/>
76. Mazloun, Alaam et.al, Addressing Food Insecurity in Egypt: Toward Sustaining Food Access for All, AUC Knowledge Foundation, American University in Cairo, 2021, pp. 17-18.
٧٧. البنك المركزي: ارتفاع احتياطي النقد الأجنبي إلى ٣٤,٢ مليار دولار، متاح على الرابط التالي: <https://www.cairo24.com/1742934>
78. Lu, Yujiam, et.al, Experiences and Lessons from Agri- Food System Transformation for Sustainable Food Security: A Review of China Practices. MDPI, Basel, Switerland, 2022, pp.5-9
٧٩. صندوق النقد الدولي، متاح على الرابط التالي: <https://www.albankaldawli.org>
٨٠. البنك المركزي المصري، متاح على الرابط التالي: <https://www.cbe.org>
٨١. عيد رشاد عبد القادر (٢٠٢٢) الآثار المتوقعة للزمة الروسية الأوكرانية على الاقتصاد المصري، *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، كلية التجارة، جامعة عين شمس، العدد ٥٤، فبراير، ٢٠٢٢م
82. 500 Million Project will Help to Strengthen Egypt Food and Nutrition Security,” The World Bank, 29/6/2022
83. World Economic (2022): Countering the Cost-of-Living Crisis. Washington DC: 2022
84. I-Anani, Khalil. “Egypt and the IMF: Greater Foreign Debt and Deeper Economic Decline. Arab Center Washington DC. 172022/11/. at: <http://bit.ly/3z7I6IR>
85. <https://www.albankaldawli.org/ar/country/egypt/publication/economic-update-april-2022>
٨٦. المركزي " المصري يكشف عن مفاجأة بخصوص احتياطي النقد الأجنبي، متاح على الرابط التالي: <https://www.alarabiya.net/aswaq/special-stories/2023/01/17>

87. Difonzo, N., & Bordia, P. (2015). Twitter Influence: Twitter's Role in Rumor Propagation Among University Students In Terms of Social Theories, *Journal of Communication*; 3 (16).
٨٨. الرئيس السيسي : ٢١ الف شائعة استهدفت مصر خلال ٣ أشهر، القاهرة، *جريدة اليوم السابع*، عدد ٢٢ يوليو ٢٠١٨م
٨٩. أحمد حمدي هاشم (٢٠٢٢)، تداعيات الأزمة الروسية - الأوكرانية علي الاقتصاد العالمي والمصري، *جريدة السياسة الدولية* متاح على الرابط، ٢٦-٢-٢٠٢٢
<http://www.siyassa.org.eg/News/18242.aspx>، ٢٠٢٢
٩٠. عيد رشاد عبد القادر (٢٠٢٢) الآثار المتوقعة للازمة الروسية الاوكرانية على الاقتصاد المصري، *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، جامعة عين شمس، العدد ٥٤، فبراير، ٢٠٢٢م