

المقدمة من الأشخاص أو المؤسسات الحكومية تكون مادة سهلة للتأويل والانتشار عن المعلومة المؤكدة بأدلة وبراهين.

- الانتشار التصاعدي: لا تنتقل الشائعة بشكل عشوائي بين المواطنين، وإنما تأخذ شكلاً متدرجاً من فرد إلى مجموعة من الأفراد ثم تتسرب الشائعة من مجموعة إلى أخرى يشتركون في بعض الاهتمامات حتى تنتشر على نطاق واسع وتصبح معلومة مؤكدة.

أما عن أنواع الشائعات فتتقسم موضوعاتها في المجتمع المصري إلى ما يلي:

- الشائعات الفردية: وهي الشائعة التي تستهدف فرداً بعينه، ويستهدف هذا النوع من الشائعات إلى النيل من الأشخاص وهدم القيم التي تعبر عنها، وفقد الثقة في تاريخها ونواياها.

- الشائعات الجماعية: وهي التي ترتبط بجماعة معينة يربطها رابط مشترك: سياسي - حزبي - ديني - عرقي - رياضي، وتستهدف تلك الشائعات إثارة الفتن بين فئة أو عدة فئات في المجتمع للنيل من وحدتهم وتأجيج الصراع بينهم لإثارة القلق والتوتر داخل المجتمع.

- الشائعات المجتمعية: وهي الشائعات التي تستهدف إثارة الرأي العام على مؤسسات الدولة وتدعو في باطنها إلى التمرد على سياسات الحكومة وهدم الثقة بينها وبين المواطنين.

ثانياً: الشائعات كأداة للحروب النفسية

تعد الشائعات إحدى أهم أدوات الحروب النفسية، ضمن الصراعات غير العسكرية التي تستهدف الدول لإضعافها والعمل على تفكيك النسيج المجتمعي بها، ومن ثم تأتي الشائعة على قائمة مهددات الأمن القومي لأنها

الجماهيرية والبعث الإنساني. ومن هذا المنطلق، ناقش في هذه الورقة التحليلية خطورة الشائعات على تماسك المجتمع، وكيف تسهم في نشر الإحباط العام وخلق جسور من عدم الثقة بين المواطن وصناع القرار.

أولاً: الشائعات.. المعنى والشروط والأنماط

يعرف الباحثون في علم الاجتماع "الشائعة" بأنها خبر أو مجموعة من الأخبار الزائفة التي تنتشر في المجتمع بشكل سريع وتداول بين العامة ظناً منهم في صحتها، وغالباً يستند الخبر أو المعلومة الكاذبة إلى جزء ضئيل من الحقيقة للمساعدة في تصديقها وسرعة انتشارها. وتتصل الشائعة بأحد الموضوعات محل اهتمام الشرائح المستهدفة لها وغالباً ما تكون سلوكاً مخططاً تقوم به جهة أو شخص تحقيقاً لأهداف معينة سواء "اقتصادية - سياسية - اجتماعية - عسكرية" وتعتبر الشائعات صورة من صور الحرب النفسية وأفدحها؛ حيث تستخدم في القضاء على الروح المعنوية ونشر حالة من الإحباط العام بين المواطنين.

1- محددات وأنواع الشائعات في المجتمع المصري:

هناك عدة شروط يجب توفرها وتحقيقها للإسهام في انتشار الشائعة وترديدها على مدى واسع داخل المجتمع منها ما يلي:

- الاهتمامات المشتركة: تتمثل في استغلال وجود أزمة أو افتعال أزمة يجتمع عليها فئة أو عدة فئات من المجتمع وتشغلهم وتصبح محور حديثهم، مما يهيئ المجال العام لاستقبال الشائعة وتقبلها، ومن الملاحظ تزايد وتيرة الشائعات في حالة الأزمات -الصراعات- التحولات السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية الكبيرة داخل المجتمع.

- الغموض: يلزم توفر جانب من الغموض في الشائعة حتى تسرع وتيرة انتشارها، فالمعلومات المنقوصة

تعمل على إشاعة الفوضى والدعوة إلى العنف والتمرد وبث الفتن، وفي إطارها تتغير مواقف الأفراد والجماعات من تأييد الدولة إلى رفض السياسات بل والوصول إلى التمرد في أحيان كثيرة.

وفي ظل الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، مع استمرار ضعف الوعي الرقمي لدى بعض الفئات المجتمعية، تنتقل الشائعات بسرعة غير مسبوقة، وتُحدث تأثيرات بالغة على الرأي العام والسلوك الجمعي. ويكتسب هذا التهديد بُعدًا أكثر خطورة عندما يرتبط بالأمن القومي؛ إذ يمكن للشائعات أن تزعزع الثقة في مؤسسات الدولة، وتبث الإحباط، أو تحرّض على العنف والتمرد، بما يتجاوز مجرد التضليل الإعلامي؛ فأصبحت الشائعات تستخدم في الحروب النفسية لهدم الدول من الداخل بما يسهم في النهاية في تفكيك المجتمعات ونشوب نزاعات مسلحة.

وفي السياق المصري، تكتسب قضية الشائعات بُعدًا خاصًا؛ إذ تُعد مصر دولة ذات كثافة سكانية عالية وتتسارع بها وتيرة التغيرات السياسية والاجتماعية؛ مما يجعلها بيئة خصبة لتداول الشائعات، خاصة في فترات التحولات السياسية أو الأزمات الاقتصادية أو الصحية. وقد أدركت الدولة المصرية منذ عام 2014، تزايد التوظيف السياسي والأمني للشائعات، لا سيما عبر منصات التواصل الاجتماعي؛ حيث تستخدم بعض الأطراف -داخلية كانت أو خارجية- هذه الأداة لضرب المعنويات العامة، والتشكيك في قدرة الدولة على الإنجاز، وخلق حالة من البلبلة المجتمعية.

ثالثًا: الفئات الاجتماعية الأكثر تصديقًا للشائعات

تبرز أهمية فهم الفئات الاجتماعية الأكثر عرضة لتصديق وترديد الشائعة، وذلك لتحديد سرعة انتشار الشائعة المتداولة ومعرفة تأثيرها المحتمل، أيضًا لوضع التدخلات الشاملة والمناسبة لكل فئة على حدة. وفيما يلي عرض لأهم الفئات المجتمعية المستقبلية للشائعة والأكثر تأثرًا بها:

مستخدمو الإنترنت من الشباب والأمينين:

تكشف البيانات الرسمية عن فجوة لافتة بين اتساع رقعة استخدام الإنترنت في مصر ومستوى الوعي بكيفية التعامل مع محتواه، وهي فجوة تسهم مباشرة في تعزيز بيئة الشائعات. فوفقًا لتقرير وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات (مايو 2025)، بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في مصر نحو 86.94 مليون مستخدم، وتشير الإحصاءات إلى أن 89% من الشباب متصلون بالإنترنت. لكن رغم هذه النسبة المرتفعة، فإن بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء توضح أن 75% فقط من هؤلاء الشباب يستخدمون الإنترنت للحصول على المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي، وهو الأمر الذي يسهل معه نقل المعلومات المغلوطة والخاطئة، وتخفض نسبة الشباب ممن يستخدم الإنترنت لأغراض تعليمية أو من مصادر موثوقة عن 25%.

ويزداد الأمر تعقيدًا مع تزايد الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات؛ إذ أظهرت تقارير شركة "ميتا" أن عدد مستخدمي فيسبوك في مصر بلغ 48.7 مليون مستخدم في أوائل عام 2025، وهي منصة تُعد بيئة خصبة لتداول المعلومات الزائفة في ظل غياب أدوات التحقق لدى المستخدمين.

تصل إلى نحو 9.3 مليون نسمة وفقًا لتقرير الجهاز المركزي للتعبيئة العامة والإحصاء (2024)، أي ما يعادل 8.8% من إجمالي السكان مقارنة بنسبة 6.6% في عام 2022. ومع تزايد محاولات إدماج هذه الفئة في الفضاء الرقمي، سواء عبر الهواتف الذكية أو وسائل التواصل الاجتماعي، برز تحدٍ جديد يتمثل في قابليتهم المرتفعة لتصديق الشائعات. فضعف الوعي الرقمي وغياب المهارات اللازمة لتقييم مصادر المعلومات، إلى جانب الميل إلى الثقة بالمحتوى المتداول ضمن دوائرهم الاجتماعية، يجعل كبار السن أكثر عرضة للتأثر بالمعلومات المضللة عبر الإنترنت. وتُعد هذه الظاهرة إحدى الثغرات التي يمكن أن تستغلها حملات التضليل الرقمي، خصوصًا مع اتساع نطاق المستخدمين في هذه الفئة العمرية دون مواكبة كافية لمفاهيم التربية الإعلامية والمعلوماتية.

الفئات المعارضة:

تعتبر تلك الفئة من الفئات الأكثر تصديقًا للشائعات؛ لأنها بشكل أو بآخر تدعم تصوراتهم أو مشاعرهم السلبية تجاه الدولة أمام ذويهم أو المتابعين لهم. في هذا الصدد أصدرت دراسة أمريكية صادرة عام 2017 كانت قائمة على تحليل سلوك الأفراد ذي التوجهات السياسية المختلفة في استقبال الأخبار الزائفة وتعاملهم معها. وخلصت الدراسة إلى ميل المواطنين لتصديق الشائعات والأخبار الزائفة التي تتماشى مع أيديولوجياتهم ومعتقداتهم السياسية والدينية أكثر من تلك التي تعارضها وأن الانتماءات السياسية تلعب دورًا مهمًا في تقبُّل الشائعات السياسية وتداولها، لا سيما عندما تصدر هذه الشائعات من مصادر تبدو موثوقة أو قريبة من توجهات الفرد.

كما تُظهر بيانات "الإحصاء" أن الأمية الرقمية لا تزال مرتفعة في بعض الفئات؛ حيث لا يستخدم الحاسوب أو الإنترنت سوى 3% فقط من الأميين (ممن تبلغ أعمارهم 10 سنوات فأكثر). ويُلاحظ أن ضعف الوعي الرقمي لدى هذه النسبة المحدودة إلى جانب عدم حصول الغالبية العظمى من الأميين على معلومات من مصادر موثوقة، يجعلهم أكثر عرضة لتصديق الشائعات المتداولة شفهيًا، والتي غالبًا ما تفتقر إلى المصدقية أو المصدر المعروف.

في ضوء هذه المؤشرات، يتضح أن ضعف الثقافة الرقمية، وتراجع مهارات التحقق من المعلومات، وانتشار الاستخدام الترفيهي على حساب الاستخدام المعرفي، جميعها تخلق مناحًا مثاليًا لتصديق الشائعات وتداولها على نطاق واسع دون وعي بخطورتها على التماسك المجتمعي والثقة المؤسسية.

الفئات الهشة:

تُعد الفئات الهشة اجتماعيًا واقتصاديًا بيئة خصبة لتصديق الشائعات وانتشارها، لا سيما في ظل غياب قنوات موثوقة ومتاحة لتدفق المعلومات. فالمقيمون في المناطق الريفية أو الحدودية غالبًا ما يتأثرون بالشائعات المرتبطة بالخدمات العامة كالصحة والتعليم والدعم التمويني، مثل شائعات "رفع الدعم" أو "إغلاق المستشفيات"، وذلك بفعل ضعف الاتصال بالمصادر الرسمية. وفي الوقت نفسه، تنساق شرائح من الطبقة المتوسطة ومحدودي الدخل وراء الشائعات الاقتصادية (كارتفاع الأسعار أو فرض ضرائب جديدة) بسبب هشاشة أوضاعهم المالية، والاعتماد المتزايد على وسائل التواصل الرقمي غير الرسمية، التي تغيب عنها المصدقية والتدقيق.

كبار السن:

شهدت مصر خلال السنوات الأخيرة تغيرات ديموغرافية ملحوظة؛ حيث ارتفعت نسبة كبار السن (60 عامًا فأكثر)

(شكل 1) الربط بين استخدام الفئات المختلفة للإنترنت والأمية وانتشار الشائعات “ الجدول من إعداد الباحثة بالاستناد إلى بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء.

الفئة	استخدام الإنترنت	نسبة الأمية	درجة التعرض للشائعات
الشباب من 18-35	الأعلى 89%.	أمية رقمية 75% من استخدامهم من مصادر غير موثوقة.	الأعلى تعرضًا للشائعات وترديدًا لها ونشرها مرة أخرى.
الأميون	3% ممن تبلغ أعمارهم 10 سنوات فأكثر.	نسبة الأمية التقليدية في مصر 16.1%.	معرضون للشائعات عبر استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي والشائعات الشفهية وليس لديهم القدرة للتحقق.
سكان الريف	نسبة الأسر الريفية المستخدمة للإنترنت 49.5%.	25.80% الأمية التقليدية.	معدل تعرضهم للشائعات وتصديقها وترديدها مرتفع.
كبار السن	غير معلوم.	نسبة الأمية التقليدية 63.4% لمن هم 60 فأكثر.	معدل تعرضهم للشائعات وتصديقهم لها وترديدها مرتفع.

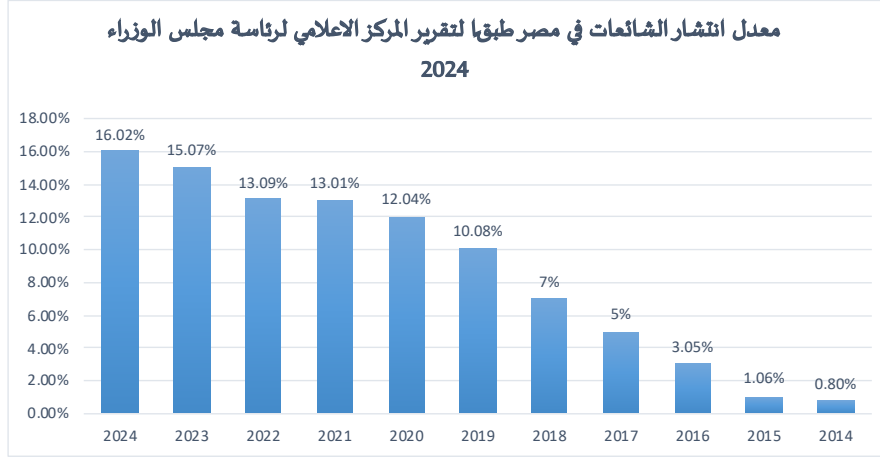
رابعًا: معدلات انتشار الشائعات ومحتواها

أصدر المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء في فبراير 2025 تقريرًا حول “جهود الدولة في مواجهة الشائعات عام 2024” وأشار التقرير إلى تعمد استهداف الشائعات لقطاعات بعينها، وكان الأكثر استهدافًا قطاعا الاقتصاد والصحة، مشيرًا إلى زيادة الشائعات نحو 3 أضعاف خلال الفترة (2020 - 2024) مقارنة بالفترة (2019-2015).

1 - تطور معدل الشائعات (2014-2024):

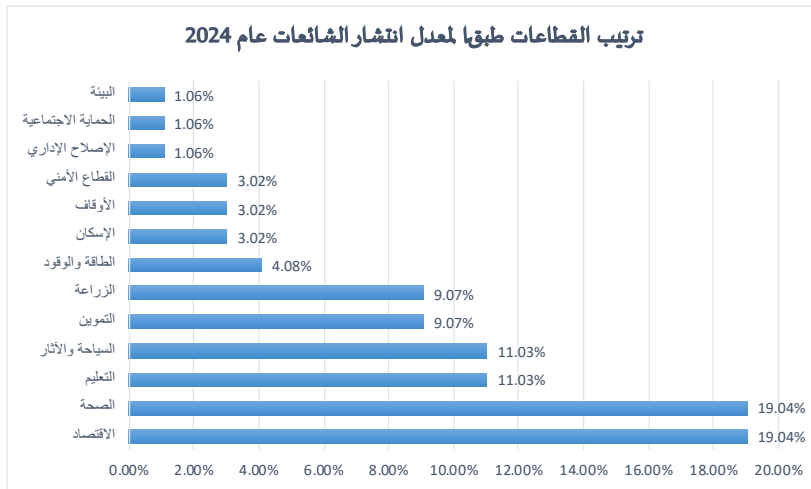
استعرض التقرير ترتيب السنوات طبقًا لمعدل انتشار الشائعات، وفقًا لتوزيع نسبي لإجمالي الفترة؛ حيث بلغ 16.2% عام 2024، مقارنةً بـ 15.7% عام 2023، و13.9% عام 2022، و13.1% عام 2021، و12.4% عام 2020، و10.8% عام 2019، و7% عام 2018، و5% عام 2017، و3.5% عام 2016، و1.6% عام 2015، و0.8% عام 2014.

(شكل 2): معدل انتشار الشائعات في مصر 2024 من اعداد الباحثة بالرجوع لتقرير المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء



كما استعرض التقرير ترتيب القطاعات طبقاً لمعدل انتشار الشائعات خلال عام 2024، وجاءت النسبة الأكبر لكل من الاقتصاد والصحة بـ 19.4%، ولكل من التعليم والسياحة والآثار بـ 11.3%، فيما سجل قطاعا التموين والزراعة 9.7% لكل منهما، والطاقة والوقود 4.8%، كما سجلت قطاعات الإسكان والأوقاف والقطاع الأمني 3.2% لكل منهم، بجانب بلوغ نسبة الشائعات المتعلقة بالإصلاح الإداري والحماية الاجتماعية والبيئة 1.6% لكل منهم.

(شكل 3): ترتيب القطاعات المستهدفة من الشائعات، إعداد الباحثة بالرجوع لتقرير رئاسة مجلس الوزراء



هذا وقد ركز التقرير على معدل انتشار الشائعات طبقاً للشهور خلال عام 2024، وفقاً لتوزيع نسبي لإجمالي الفترة؛ حيث بلغت 1.5% في ديسمبر، و8.1% في نوفمبر، و9.7% في أكتوبر، و17.7% في سبتمبر، و8.1% في كل من يوليو وأغسطس، و3.2% في يونيو، و6.5% في مايو، و9.7% في أبريل، و8.1% في مارس، و6.5% في فبراير، و12.8% في يناير.

مما أدى إلى زيادة معدلات تداول الشائعات في محاولة لملء الفراغ المعرفي وتفسير الأحداث الغامضة لدى جزء كبير من الأفراد.

- العلاقة الارتباطية الوثيقة بين الاستقرار ومعدل إطلاق الشائعات: كلما زاد استقرار النظام السياسي تنامت وتيرة الشائعات من الخصوم السياسيين؛ حيث لا يجدون سوى هذا النوع من التضليل الخطابى بسبب عجزهم سلوكيًا.

- القطاعات الأكثر استهدافًا بالشائعات هي الأكثر احتكاكًا بحياة المواطنين اليومية: استهداف الشائعات قطاعات بعينها هو انعكاس لأولويات الرأي العام ودرجة التأثير المجتمعي بالتغيرات داخل تلك القطاعات، فكانت القطاعات الأكثر استهدافًا هما قطاعي الصحة والاقتصاد، والذين يرتبطان بشكل وثيق بالبقاء والأمن الإنساني، علاوة على أنهما مجالان خصبان لترويج الشائعات من قبل أطراف تسعى لإثارة القلق العام أو التشكيك في كفاءة الدولة. وكانت القطاعات التالية هما التعليم والتمويل اللذين يرتبطان بملايين الأسر ويحظيان بمتابعة شعبية واسعة.

- تذبذب معدلات الشائعات خلال شهور معينة ليس محض الصدفة ولكنه يرتبط ارتباطًا قويًا بأحداث سياسية أو اقتصادية: مثل ارتفاع معدل الشائعات خلال شهر يناير تمهيدًا لذكرى أحداث 25 يناير، وخلال شهر أبريل الذي يتزامن مع شهر رمضان وترتفع فيه الشائعات الخاصة بقطاع التمويل والأمن الغذائي، وخلال شهر سبتمبر وهو الشهر الذي يشهد بداية العام الدراسي وما يصاحبه من شائعات حول الرسوم والمناهج ومواعيد بدء الدراسة.

- تميل خصائص المحتوى المضلل من الشائعات إلى إثارة البلبلة والهلح وترتبط أغلبها بالمؤسسات الحيوية للدولة كما تتضمن صورًا أو مقاطع صوتية منسوبة لمؤسسات أو شخصيات مسئولة؛ لزيادة الإقناع وتعتمد أحداث فجوة في الثقة بين المواطن ومؤسسات الدولة المختلفة؛ مما يؤدي إلى التشكيك دومًا في الإجراءات الحكومية أو السياسات العامة.

أما عن المحتوى المضلل للشائعات فقد اتصف بالتنوع والتدرج في الخطورة وكان أبرزها:

- رصد حالات إصابة بسلالات جديدة من إنفلونزا الخنازير داخل مصر.
- تداول منشور منسوب لوزارة الصحة يحذر المواطنين من ظهور متحور جديد لفيروس كورونا مميت وشديد الخطورة ويصعب اكتشاف أعراضه.
- شائعة إصدار قرار بإغلاق المجال الجوي المصري بشكل طارئ.
- تداول منشورات تزعم انتشار عصابات لتجارة الأعضاء تضم من بين أعضائها أطباء يقومون باستدراج الأطفال واختطافهم لبيع أعضائهم بعدد من محافظات الجمهورية.
- تداول مقطع صوتي يزعم اعتزام الحكومة بيع قناة السويس مقابل تريليون دولار.
- تسرب فيروس تنفسي جديد إلى مصر عبر الوافدين من الخارج.
- اعتزام الحكومة بيع المطارات المصرية لجهات أجنبية.
- قيام صندوق النقد الدولي بإلغاء مناقشة الملف الخاص بمصر.

2- دلالات أساسية:

يشير التقرير الصادر عن المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء إلى ما يلي:

- وجود اتجاه تصاعدي لمعدلات انتشار الشائعات من عام 2014 إلى عام 2024؛ وهو ما يمكن تفسيره إلى عدة محاور؛ أولها: تصاعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي واختلاف منصاتهما في تلك السنوات تحديداً. ثانياً: ارتباط تلك الفترة بعدة تغيرات سياسية واجتماعية وأزمات عالمية؛

خامسًا: مضامين الشائعات.. حالة يوليو 2025

يُعنى هذا المحور برصد وتحليل الاتجاهات السائدة للشائعات التي تم تداولها خلال شهر يوليو 2025، والتي قام بالرد عليها ونفيها من رئاسة مجلس الوزراء أو الوزارات المعنية بالشائعة. وذلك لفهم طبيعتها والقطاعات المستهدفة والدوافع وراء تصاعدها في تلك الفترة.

1- الاتجاهات السائدة للشائعات:

المجال	الشائعة	تأثيرها المتوقع	خلفية الشائعة
الداخلية	فيديو مفبرك بشأن احتجاج ضابط بأحد أقسام الشرطة بالقاهرة ونشر وثائق لا تمت بصلة للواقع.	خلخلة الثقة بين المواطن ومؤسسات الدولة وصنع حالة من التحفيز لاقتحام مقرات الأمن الوطني، وأقسام الشرطة ومؤسسات الدولة.	وجود وقفات احتجاجية من عناصر تنظيم الإخوان الإرهابي أمام عدد من السفارات المصرية في الخارج للمطالبة بفتح معبر رفح.
استهداف استقرار الدولة	شائعات متتالية عن غلق مصر معبر رفح أمام المساعدات الإنسانية المتجهة لأهالي غزة.	تشويه دور وموقف الوساطة المصرية بشأن الحرب في غزة هدفه إشاعة الفوضى.	محاولات متكررة لشائعات مفادها غلق معبر رفح من الجانب المصري .
الصحة	انتشار لحالات التهاب سحائي بين الأطفال.	تثير خوف ملايين الأسر حول إرسال أطفالهم إلى المدارس خوفًا من انتشار المرض؛ مما يؤدي لعرقلة سير العملية التعليمية. الضغط على المنظومة الصحية لطلب التطعيمات.	وفاة أب و٦ أطفال من أسرة واحدة في المنيا.
التمويل	اتجاه الحكومة لرفع سعر رغيف الخبز إلى ٦٠ قرشًا.	تمس وتثير قلق قطاع كبير من المواطنين متوسطي ومحدودي الدخل.	شائعة موسمية متكررة الظهور في أوقات مختلفة.
النقل	حدوث انهيار لأحد كباري المشاة بطريق بنها القاهرة الزراعي.	محدودة التأثير لوجستيًا ولكن تأتي بعد حوادث متكررة تخص الوزارة.	خلفية حادث الطريق الإقليمي.
النقل	وقوع حادث تصادم بين قطارين بالزقازيق.	تداول صور مفبركة للحادثة	خلفية حادث الطريق الإقليمي.
النقل	تداول مقطع صوتي مفبرك منسوب لوزير النقل يتحدث فيه عن هشاشة البنية التحتية وعدم كفاية الميزانيات المخصصة لذلك.	تقويض الثقة في مؤسسات الدولة وإحراجها.	“حادثة الطريق الدائري الإقليمي - حريق سنترال رمسيس”.
الإسكان	طرح صندوق الإسكان الاجتماعي وحدات سكنية بالإيجار التملكي ضمن مبادرة سكن لكل المصريين.	استغلال بعض المواطنين المنساقين وراء تلك المنشورات مادّيًا. إحباط مجموعة أخرى من المواطنين.	تزامنت الشائعة مع تعديلات قانون الإيجار القديم.

المجال	الشائعة	تأثيرها المتوقع	خلفية الشائعة
السياحة	حدوث حريق بفندق سوفتيل الجزيرة بالقاهرة.	إثارة الهلع بين المواطنين.	حريق سنترال رمسيس.
السياحة	حريق الإسكندرية مول.	انتشار صور مفبركة وغير حديثة.	حريق سنترال رمسيس.
وزارة الاتصالات	حرق مبنى سنترال رمسيس لتنفيذ مخطط الحكومة لبيعته.	فقد ثقة المواطن في الحكومة.	حريق سنترال رمسيس.
النقل	حدوث حريق بأحد القطارات الروسية الدرجة الثالثة.	تداول صور مفبركة.	حريق سنترال رمسيس.
الكهرباء	حدوث حريق بعدة محطات للمحولات على مستوى الجمهورية.	إثارة البلبلة بين المواطنين.	حريق سنترال رمسيس.
السياحة	وقوع تسونامي في البحر المتوسط نتيجة تقلبات مناخية.	تؤثر في السكان في المدن الساحلية وتثير القلق والتوتر - تؤثر في المجال السياحي.	تتزامن مع وجود انتعاشة سياحية في شهر يوليو "السياحة الشاطئية".
رئيس الحكومة	تداول صورة ثنائية لرئيس الوزراء المصري مع نظيره الإثيوبي بعد تصريح أبي أحمد باكمال أعمال سد النهضة.	تصدير الصورة وكأن الدولة المصرية قد وافقت على السد؛ مما يؤدي إلى فقد وزعة ثقة المواطن في الحكومة.	اجتزاء الصورة من الصورة الجماعية الرسمية لقمة البريكس. وتوظيفها بطريقة مضللة.
اقتصاد	تدخل رئيس الوزراء لرفع سعر الأراضي بالساحل الشمالي.	فقد الثقة بين المستثمرين.	تصريح لرجل الأعمال حبتور.
النقل	تداول مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي عبر المنصات المختلفة، فيديو يظهر تعدي كمسري قطار على أحد الطلاب الجامعيين، بسبب انتهاء الاشتراك الخاص به.	تداول فيديو حدث منذ 3 سنوات.	تكرار الشائعات الخاصة بوزارة النقل.

شكل (4) الجدول من إعداد الباحثة بالاستناد إلى الشائعات التي قام بنفيها رئاسة مجلس الوزراء وبعض الوزارات بشكل منفرد.

2 - ملاحظات أساسية:

- وتيرة الشائعات: تم إطلاق 17 شائعة بمعدل شائعة كل يوم وربع، ويعتبر هذا المعدل مرتفعًا نظرًا لطبيعة الشهر "إجازة دراسية وصيفية" ومقارنته بشهر يوليو 2024 في تقرير رئاسة مجلس الوزراء الذي كانت نسبته 8% مقارنة بشهور أخرى مثل سبتمبر 17.7% ويناير 12.8% ويمكن أن تشير تلك النسبة إلى تكثيف متعمد في بث معلومات مضللة خلال فترة زمنية قصيرة. مما يقود التحليل إلى أن هذا النمط لا يبدو عشوائيًا بل أقرب إلى سلوك منظم وموجه يستغل التكرار والانتشار لإحداث أثر تراكمي على الوعي العام.

وهي الفئات الأكثر اعتمادًا على الخدمات التي تقدمها الدولة بهدف إحداث أزمة ثقة جماعية في وعود الدولة الاجتماعية لتلك الفئة؛ مما يؤدي إلى تأليب تلك الشريحة الحرجة في المجتمع أو دفعها إلى الاحتجاج أو على الأقل نشر حالة من الإحباط العام بين تلك الفئة.

أخيرًا، تمثل الشائعات أحد أخطر التهديدات التي تواجه الأمن القومي وتماسك المجتمع في أي دولة، ليس فقط لما تحمله من معلومات مضللة، بل لما تسببه من إحداث فقدان للثقة بين الدولة ومواطنيها. والتصدي لتلك الظاهرة لا يقع على عاتق الدولة ومؤسساتها فقط، بل يتطلب وعيًا مجتمعيًا حقيقيًا، يبدأ من دور الأفراد أنفسهم في التحقق من صحة ما يُنشر، وتفنيد ما يُداول، فالمعركة ضد الشائعات تعتبر معركة وعي في المقام الأول، والانتصار فيها مرهون بقدرة كل فرد على إدراك ما يُحك من مخططات واستراتيجيات تستهدف استقرار الدولة وتماسكها الداخلي.

- تزايد وتيرة الشائعات بعد حادث الطريق الإقليمي وحريق سنترال رمسيس: يظهر محاولة توظيف الكوارث الإنسانية لصالح خلق موجة ذعر وغضب شعبي واستغلال لحظة ارتباك مجتمعي، لزرع مزيد من البلبلة والمعلومات الكاذبة. بما يخدم صناعة الفوضى في الشارع المصري.
- طبيعة القطاعات المستهدفة: استهدفت الشائعات القطاعات الحيوية للدولة مثل " النقل - الداخلية - الصحة - التموين - السياحة - الطاقة - التعليم" منها خمس شائعات موجهة لقطاع النقل ولشخص وزير النقل كامل الوزير". يهدف هذا التركيز إلى زعزعة ثقة المواطنين في قدرة الدولة على تقديم الخدمات الأساسية.
- الطبقات المستهدفة اجتماعيًا من الشائعات: تشير طبيعة الشائعات التي تنوعت بين: إلغاء الدعم - خصخصة المواصلات - رفع أسعار الخبز - رفع أسعار الوقود - تفشي الأمراض" إلى استهداف الطبقة المتوسطة ومحدودة الدخل في المجتمع المصري،

المراجع:

1. أمل جمال حسن عبد العظيم، "الشائعات السياسية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي" الفيس بوك وتويتر؛ ودور المؤسسات الرسمية في الدولة في مواجهتها: دراسة تحليلية. "المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال 2022 (38): 202-
2. أسماء رفاعي. 2021. " فن صناعة الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي". مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلة آفاق اجتماعية. العدد الثاني.
3. المركز الديمقراطي العربي. 2019. "تأثير الشائعات على الاستقرار السياسي في مصر خلال الفترة (2019-2013)". المركز الديمقراطي العربي.
4. السيد هندواوي. 2019. " أثر الشائعات على أداء الجهاز الإداري للدولة وسبل مكافحتها". جامعة الأمير سلطان بن عبد العزيز. المملكة العربية السعودية.
5. وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. "تقرير موجز عن مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات". مايو 2015. عدد شهري.
6. الإحصاء. تقرير معدل الأمية في مصر 2023. سبتمبر 2024.
7. "المعلومات: حرب المعادي والتضليل والتأثير وتقنيات تكتيكات المعلومات حرب التأثير وتقنيات تكتيكات المعادي والتضليل." n.d. Accessed July 27, 2025.
7. مجدي الداغر. 2024 اتجاهات الجمهور نحو الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على تنامي الأزمات الاقتصادية في مصر عقب الحرب الروسية الأوكرانية 2022. دراسة ميدانية. كلية الآداب. جامعة المنصورة.