



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكرو فيلم

بسم الله الرحمن الرحيم



MONA MAGHRABY



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



MONA MAGHRABY



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

جامعة عين شمس

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
علي هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيدا عن الغبار



MONA MAGHRABY



جامعة القاهرة

كلية الإعلام

قسم الصحافة

**معالجة الصحافة المصرية للشائعات
وانعكاساتها على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام:
دراسة تحليلية وميدانية
(رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام)**

إعداد

محمد وليد فتح الله مصطفى بركات

المعيد بقسم الصحافة

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

إشراف

أ.د. / راجية أحمد قنديل

د. / خالد زكي أبو الخير

الأستاذ بقسم الصحافة

المدرس بقسم الصحافة

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

١٤٤١ هـ - ٢٠٢٠ م

”
أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَسَالَتْ أَوْدِيَهُ بِقَدَرِهَا فَاحْتَمَلَ السَّيْلُ زَبَدًا
رَابِيًا وَمِمَّا يُوقِدُونَ عَلَيْهِ فِي النَّارِ ابْتِغَاءَ حِلْيَةٍ أَوْ مَتَاعٍ زَبَدٌ مِثْلَهُ كَذَلِكَ
يَضْرِبُ اللَّهُ الْحَقَّ وَالْبَاطِلَ فَأَمَّا الزَّبَدُ فَيَذْهَبُ جُفَاءً وَأَمَّا مَا يَنْفَعُ
النَّاسَ فَيَمْكُثُ فِي الْأَرْضِ كَذَلِكَ يَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ ﴿١٧﴾

”
(سورة الرعد : ١٧)

شكر وتقدير

يتقدم الباحث بأسمى آيات الشكر والتقدير لكل من عاونه على إنجاز هذا العمل، وعلى رأسهم الأستاذة الدكتورة/ راجية قنديل، الأستاذ بقسم الصحافة، بكلية الإعلام جامعة القاهرة، التي قدمت له من خبرتها العلمية والبحثية الهائلة، وقراءتها المتأنية الدقيقة، وتعاملها الإنساني الراقي. كما يتقدم بخالص الشكر والتقدير للدكتور/ خالد زكي، المدرس بقسم الصحافة، بكلية الإعلام جامعة القاهرة، الأستاذ والصدیق والأخ، الذي أولاه اهتمامه البالغ خلال الإشراف على الرسالة، وأفاض عليه من جهده الوافر، وملاحظاته المتميزة، التي أعلت من قيمة هذا العمل.

ويتقدم الباحث بجزيل الامتنان للجنة مناقشة الرسالة على تفضلها بقبول المناقشة، وما أبدته من ملاحظات علمية قيمة، أضافت المزيد من العمق والدقة للدراسة.

ويتقدم بوافر الشكر والتقدير للأستاذة الدكتورة/ آمال كمال طه، الأستاذ بقسم الإعلام، كلية الآداب جامعة حلوان، على تفضلها بالموافقة على مناقشة الرسالة، حيث أسهمت بخبرتها البحثية الكبيرة، في تدعيم جوانب قوتها، وتلافي قصورها، والارتقاء بمستواها إلى أسمى ما يمكن.

ويخص بالذكر والشكر والامتنان للأستاذة الدكتورة/ هناء فاروق، الأستاذ بقسم الصحافة، بكلية الإعلام جامعة القاهرة، التي شرف الباحث بتدريسها إياه مادة "الرأي العام" منذ كان طالبا في الفرقة الثانية، وها هي اليوم تعود لتقدم له، بكل الرقي، ملاحظاتها القيّمة لترفع من شأن هذه الدراسة.

كما يتقدم الباحث بعظيم الشكر والتقدير لأسرة كلية الإعلام جامعة القاهرة، وفي مقدمتها أ.م.د/ منى عبدالوهاب، ود. / محمد منصور هيبة، وأ.د/ شريف درويش اللبان، أ.د/ نجوى كامل، وأ.د/ محمد حسام، أ.م.د/ إيمان حسني، أ.د/ عادل عبدالغفار، أ.م.د/ سهير عثمان، أ.د/ أمل السيد متولي، أ.د/ ثريا البدوي، أ.د/ إيناس أبويوسف، أ.د/ خالد صلاح الدين، أ.م.د/ كريم فريد، أ.د/ أيمن منصور ندا.

كما لا يفوت الباحث أن يشكر زملاءه من أسرة الهيئة المعاونة في كلية الإعلام جامعة القاهرة، على المعاونة الطيبة والإرشادات القيّمة، ويخص بالذكر أ.الزهراء رشاد، أ.آلاء فوزي، أ.محمد خليل، أ.منة حسين، أ.نوران عبدالرحمن، أ.آية جمال، أ.ندى إيهاب، وأ.وداد محمدي، أ.إلهام أبويزيد، أ.سارة المشمشي، أ.هالة السيد، أ.أسماء رمضان، أ.أمل جمال، أ.ندى عبدالله.

كما يتقدم الباحث بخالص التقدير للسادة الأساتذة الدكاترة محكمي استمارتي الدراسة التحليلية والميدانية، ومصادر المقابلات المتعمقة من الخبراء والقيادات الصحفية، الواردة أسماؤهم في الإجراءات المنهجية للدراسة. هذا بالإضافة إلى أ.د/ أحمد جاد، وأ.وفاء إبراهيم، من كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة القاهرة، على المعاونة في إجراء التحليل الإحصائي للدراسة.

ويتقدم الباحث بخالص الشكر والتقدير والامتنان لكل من عاونه من الإداريين بالكلية والجامعة، ويخص بالذكر أ.عائشة حسن، سكرتيرة قسم الصحافة، وأ.ميرفت عبدالحميد، وأ.هدى، وأ.سعيد هاشم، بإدارة الدراسات العليا، وأ.عزت إسماعيل، مدير إدارة الكلية.

وشكر الباحث وتقديره موصولان لخبراء المكتبات، وفي مقدمتهم من أسرة مكتبة كلية الإعلام جامعة القاهرة، د. تغريد مصطفى، أ. فواكه، وكذلك أ.د/ سرفيناز حافظ، مديرة المكتبة المركزية بجامعة القاهرة، وأ.د/ هشام عزمي، رئيس دار الكتب والوثائق القومية، وأ.داليا سامي، بالمكتبة التراثية بجامعة القاهرة، وأ. عبير علي إسماعيل، بالمكتبة المركزية بجامعة القاهرة.

ويشكر الباحث أيضا كل من قدم له يد العون من خارج أسرة كلية الإعلام، ويخص بالذكر: أ.د/ وائل عبدالباري، أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس، وأ.د/ سهير صالح، وأ.م.د/ رامي عطا، ود.إلهام يونس، أعضاء هيئة التدريس بمعهد الإعلام بأكاديمية الشروق، ود.حاتم محمد عاطف، رئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ود. / محمد شعبان، الصحفي بالأهرام، وأ.محمد كمال، معلم أول بمدرسة السعيدية الثانوية، وأ.سارة أمين بكلية الإعلام بجامعة فاروس، وأ.سعيد إبراهيم عبيد، وأ.ميادة عادل، بمدرسة طلائع المستقبل بالقليوبية، ود.غادة ممدوح، مدرس الإعلام بجامعة بنها، وأ.تسنيم عادل رشدي، بوزارة التضامن الاجتماعي، وأ.لبنى الديكي، بقسم الإعلام بجامعة المنيا، وأ.أحمد محسن، بكلية الحقوق جامعة عين شمس، ود.أميرة الزهيري، بكلية الآداب جامعة القاهرة، ود. / سماح عبدالله، وأ.سالي بركات، بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، وأ.لجين عفيفي، باحثة الإعلام بجامعة القاهرة، وأ.دينا محمدي، بالمركز الإعلامي العربي، وأ.سارة يحيى، باحثة الاجتماع بجامعة القاهرة، وأ.آيات صلاح، بكلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية، وأ.شيرين إبراهيم منصور، باحثة الإعلام بجامعة الإسكندرية، وأ.سارة شلتوت، الصحفية باليوم السابع، ود.أحمد طه، مدرس الإعلام بجامعة أسيوط، وأ.سمر فواز، بمجلس الوزراء، وأنبال الأشقر، الصحفية بالأهرام والباحثة بجامعة كارديف، وأ.أحمد الشيخ، صحفي، وأ.أحمد عصمت، رئيس منتدى الإسكندرية للإعلام، وأ.مي أحمد سلامة، وأ.سلمة علام، وأ.نورة السيد، وأ.شهددة علي، خريجات كلية الإعلام جامعة القاهرة، وأ.أسماء أبوبكر، الطالبة بكلية الآداب جامعة القاهرة.

ويشكر الباحث كل من قدم له العلم والمعرفة والخبرة في كافة المراحل الدراسية، وفي مقدمتهم روح أ.إبراهيم المغازي، وكل من تكرموا بحضور مناقشة الرسالة من الأهل، ومن تمنوا حضورها وأعاقهم عن ذلك وباء "كوفيد ١٩"، ومن تقدموا بالتهنئة بعدها، وفي مقدمتهم أ.د/ هويدا مصطفى.

ويتقدم الباحث بكل الشكر والعرفان لعائلته آل بركات، وآل النبيلي، وآل زيدان، ويتقدم الباحث بخالص الشكر والامتنان والعرفان بالجميل لأسرته الحبيبة، والده ووالدته وأخته، التي لولاها ما أنجز شيئا ولا حقق نجاحا قط.

وختاماً يرفع أكف الضراعة إلى المولى عز وجل، شاكرًا نعمه، حامداً فضله، حمداً كثيرا طيبا مباركا فيه، كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه، داعيا إياه العون على مواصلة المسيرة، وأن يجعل هذا العمل علما يُنتفع به.

الباحث،

رقم الصفحة	قائمة المحتويات
١٣-١١	المقدمة
٤٨-١٤	الفصل الأول: الأطر المنهجية والنظرية والإجرائية
١٥	مراجعة الدراسات السابقة والتراث العلمي
٣٣	الدراسة الاستطلاعية (التحليلية والميدانية)
٣٩	مشكلة الدراسة
٣٩	متغيرات الدراسة
٣٩	أهداف الدراسة وتساؤلاتها
٤٠	فروض الدراسة
٤١	التعريفات الإجرائية
٤١	مجتمع الدراسة وعيناتها
٤٢	مناهج الدراسة
٤٣	أدوات جمع البيانات وأساليب التحليل
٤٤	المعالجة الإحصائية للبيانات واختبارات الصدق والثبات
٤٥	الإطار النظري
٩١-٤٩	الفصل الثاني: الشائعات.. المفهوم والخصائص وعوامل الانتشار
٥٠	تمهيد
٥١	المحور الأول: مفهوم الشائعات والمفاهيم المتقاطعة معه
٦٩	المحور الثاني: خصائص الشائعات
٧١	المحور الثالث: أنواع الشائعات
٧٣	المحور الرابع: صناعة الشائعات وأنماط انتشارها
٧٦	المحور الخامس: العوامل المؤثرة في انتشار الشائعات
٨٨	المحور السادس: مخاطر الشائعات وتأثيراتها
٩١	خلاصة
١٤٠-٩٢	الفصل الثالث: الإعلام والشائعات وصورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام
٩٣	تمهيد
٩٤	المحور الأول: جدلية العلاقة بين الإعلام والشائعات
١٠٥	المحور الثاني: جهود المؤسسات الإعلامية لتحقيق التعامل المهني مع الشائعات

١١٤	المحور الثالث: الشائعات وصورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام
١٤٠	خلاصة
٢٣١-١٤١	الفصل الرابع: الدراسة التحليلية "معالجة الصحافة المصرية للشائعات"
١٤٢	تمهيد
١٤٤	المحور الأول: الشائعات البارزة في معالجة الصحف والمواقع عينة الدراسة
١٥٦	المحور الثاني: سياق الشائعات كما يتضح في المعالجة الصحفية
١٦٤	المحور الثالث: مؤسسات الدولة المستهدفة بالشائعات وفقا للمعالجات الصحفية للشائعات
١٧٦	المحور الرابع: المعالجات الصحفية للشائعات.
١٩٩	المحور الخامس: الاستمالات المستخدمة في معالجة الصحف والمواقع للشائعات
٢٠٦	المحور السادس: مصادر الشائعات ومصادر الرد عليها وفقا للمعالجات الصحفية
٢٢٢	المحور السابع: فئات الشكل في المعالجات الصحفية للشائعات
٢٨٢-٢٣٢	الفصل الخامس: الدراسة الميدانية "صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام"
٢٣٣	تمهيد
٢٤٢	المحور الأول: مصادر معلومات الرأي العام
٢٥٢	المحور الثاني: مدركات الرأي العام للشائعات ومصادرها
٢٦٢	المحور الثالث: الوعي والقدرات النقدية في التعامل مع الشائعات
٢٦٩	المحور الرابع: تأثير الشائعات على صورة مؤسسات الدولة
٢٧٦	نتائج اختبارات الفروض
٣١٢-٢٨٣	مناقشة النتائج العامة للدراسة
٢٨٤	تمهيد
٢٨٥	نتائج الدراسة التحليلية
٢٩٦	نتائج الدراسة الميدانية
٣٠٩	حدود التكامل بين الدراستين التحليلية والميدانية.. رؤية نقدية
٣١٧-٣١٣	خاتمة الدراسة ومقترحاتها
٣١٤	خاتمة الدراسة
٣١٥	رؤية مقترحة لتفعيل دور مؤسسات الدولة والمجتمع في مواجهة الشائعات
٣١٧	تحديات الدراسة وصعوباتها

٣٤٢-٣١٨	مصادر الدراسة ومراجعتها
٣٦٤-٣٤٣	ملاحق الدراسة

قائمة الجداول		
رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
١٤٤	الشائعات البارزة في معالجات الصحافة المصرية	١
١٥٦	السياق السببي للشائعات	٢
١٦٠	السياق الجغرافي للشائعات	٣
١٦٤	مؤسسات الدولة المستهدفة بالشائعات كما ظهرت في المعالجة الصحفية	٤
١٧٤	الصفات المنسوبة لمؤسسات الدولة المستهدفة بالشائعات	٥
١٧٦	المسارات العامة المعالجة الصحفية للشائعات	٦
١٨٠	استراتيجيات وأساليب المعالجة الصحفية للشائعات	٧
١٩٦	شمول المادة الصحفية	٨
١٩٩	الاستمالات المستخدمة في المعالجات الصحفية للشائعات	٩
٢٠٦	مصادر الشائعات وفقا للمعالجات الصحفية	١٠
٢١٢	مصادر الرد على الشائعات وفقا للمعالجات الصحفية	١١
٢٢٢	موقع نشر المادة الصحفية في الجريدة المطبوعة	١٢
٢٢٤	الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة الشائعات	١٣
٢٣٤	خصائص العينة الميدانية	١٤
٢٣٥	توزيع العينة وفقا لمحل الإقامة	١٥
٢٤٢	تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام	١٦
٢٤٤	أسباب متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام المختلفة	١٧
٢٤٥	وسائل الإعلام التي يفضلها المبحوثون للحصول على المعلومات وقت الأحداث العاجلة والأزمات	١٨
٢٤٧	أسباب تفضيل المبحوثين لوسائل إعلام محددة أكثر من غيرها	١٩
٢٤٩	الصحف والمواقع الإخبارية الإلكترونية التي تحظى بثقة المبحوثين	٢٠
٢٥٢	مفهوم الشائعة من وجهة نظر المبحوثين	٢١
٢٥٣	مجالات الشائعات التي تعرض لها المبحوثون	٢٢
٢٥٦	المصادر التي عرف المبحوثون من خلالها الشائعات	٢٣
٢٥٧	أسباب انتشار الشائعات من وجهة نظر المبحوثين	٢٤
٢٥٩	علاقة وسائل الإعلام ومؤسسات الدولة بانتشار الشائعات	٢٥

٢٦٢	عوامل ثقة المبحوثين في خبر أو معلومة	٢٦
٢٦٤	تصرف المبحوثين حال تعرضهم لخبر مثير	٢٧
٢٦٦	متابعة المبحوثين للمواقع المتخصصة في التحقق من الشائعات	٢٨
٢٦٧	رد فعل المبحوثين عند تصديق شائعة ثم اكتشاف عدم صحتها	٢٩
٢٦٩	تأثير الشائعات من وجهة نظر المبحوثين	٣٠
٢٧٢	العوامل المؤثرة على صورة مؤسسات الدولة لدى المبحوثين	٣١
٢٧٣	تأثير المعالجة الصحفية للشائعات على صورة مؤسسات الدولة لدى المبحوثين	٣٢
٢٧٤	تقييم المبحوثين لأداء مؤسسات الدولة	٣٣
٢٨٠	الشائعات الأكثر بروزا في كل من الصحف والمواقع عينة الدراسة ولدى الجمهور	٣٤

قائمة الأشكال		
رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
١	المفاهيم التقليدية ذات الصلة بالشائعات	٥٥
٢	المفاهيم الحديثة ذات الصلة بالشائعات	٥٦
٣	أنماط الخلط المعلوماتي.. والفروق بينها	٦٢
٤	محورا "درجة الحقيقة" و"النية في الخداع" كمؤشر لتصنيف الأخبار المزيفة	٦٦
٥	المفاهيم التقليدية والجديدة المتقاطعة مع الشائعات	٦٨
٦	العوامل المؤثرة على انتشار الشائعات	٧٨
٧	تطوير معادلة قانون الشائعات	٨٧
٨	أسباب نشر الشائعات في وسائل الإعلام	١٠٠
٩	آليات نشر الشائعات في وسائل الإعلام	١٠٤
١٠	الفروق بين "تدقيق الحقائق" fact-checking، و"التحقق" Verification	١٠٧
١١	نموذج نظري لتأثير الأخبار المزيفة على صورة السياسيين	١١٩
١٢	آليات تعامل مؤسسات الدولة مع الشائعات	١٢١
١٣	المواجهة المجتمعية للشائعات	١٣٠
١٤	مضمون الشائعات الاقتصادية البارزة في معالجات الصحافة المصرية	١٤٦
١٥	مضمون الشائعات الاجتماعية البارزة في معالجات الصحافة المصرية	١٤٨
١٦	مضمون الشائعات الثقافية البارزة في معالجات الصحافة المصرية	١٥٠
١٧	مضمون الشائعات السياسية البارزة في معالجات الصحافة المصرية	١٥٢
١٨	مضمون شائعات الكوارث والحوادث البارزة في معالجات الصحافة المصرية	١٥٤
١٩	المحافظات التي مثلت السياق الجغرافي لبعض الشائعات في المعالجات الصحفية	١٦١
٢٠	المؤسسات المستهدفة بالشائعات وفقا لتحليل المعالجات الصحفية	١٦٧
٢١	العلاقة التكاملية بين المسارات والاستراتيجيات والأساليب في المعالجات الصحفية للشائعات	١٩٨
٢٢	توزيع العينة وفقا لمحل الإقامة "ريف / حضر"	٢٣٦
٢٣	اختلاف درجة بروز فئات الشائعات في معالجات الصحافة عن إجابات الجمهور	٢٨١

المقدمة:

منذ بدايات نشأة المجتمعات، مارس الإنسان الاتصال المباشر، واعتمد عليه كأساس للتواصل، وعندما تضخمت أعداد الأفراد، وزاد اشتباك ما بينهم من علاقات اجتماعية، ومصالح مادية، تحكمها دوافع نفسية مختلفة، بدأت ظاهرة "الشائعات"، تعرف طريقها إلى حياة بني آدم.

ومع تطور الحياة الإنسانية، اتخذت تلك الظاهرة أشكالاً متنوعة بحسب الظروف، فتم استخدامها في الاغتيال المعنوي للمعارضين، وفي الدعاية لتعبئة الجماهير إلى جانب نظام الحكم، وغيرها.

وإذا كانت الشائعات قد عرفت طريقها إلى المجتمع الإنساني منذ فجر التاريخ، وانتقلت عبره باستخدام الاتصال المباشر، فإن وسائل الاتصال الجماهيري قد زادت تلك الظاهرة تعقيداً، ومنحتها وسيلة جديدة للذيع والانتشار، في المقابل تبنت بعض وسائل الإعلام منهاجاً مهنيًا في التحري من المعلومات، وتدقيق الحقائق، لترشيح معارف الجمهور من الأكاذيب.

ومن هنا نشأت إشكالية الدور المزدوج لوسائل الإعلام في نشر الشائعات من جانب، وفي دحضها من جانب آخر، والمحددات التي تحكم هذا الدور وتوجهه، سياسياً واقتصادياً واجتماعياً، وتأثير القيم المهنية، والسياسات التحريرية، في هذا الصدد.

ومع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، كمنصات للتواصل البشري، أمست الظاهرة أكثر تعقيداً وتشابكاً، خصوصاً بعد أن تحول الجمهور، من مستهلك للرسائل الإعلامية، إلى صانع لها، وفي ظل غياب الوعي النقدي، لدى نسب لا يُستهان بها من الجمهور، انتقلت قوة التأثير، ومعها مركز الخطورة، إلى الوسائل الجديدة، على حساب الوسائل التقليدية، التي عملت على الاستفادة من المنصات الاجتماعية، وتوظيفها للاحتفاظ بالقراء والمشاهدين، وبذلك أمست بيئة تداول الشائعات تتمثل في ثلاثية (الإعلام - التواصل الاجتماعي - الجمهور) كوسائل لنقل الشائعات، تتبادل الأدوار فيما بينها.

ومن ثمّ اتخذت ظاهرة الشائعات منحىً جديداً في تاريخها، حيث تغلغت في جميع الوسائل والوسائط، ومع ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، وإتاحة أدوات إنتاج المحتوى، وتعتش المجتمع الإنساني إلى المعلومات، وتتابع الأزمات بين الحروب والإرهاب والثورات، والكوارث بين الأوبئة والزلازل والفيضانات، أدى كل ذلك إلى تطور ماهية ظاهرة الشائعات، واتخاذها مسميات جديدة كالأخبار المزيفة، وأشكالاً متعددة كالرسوم الساخرة، ووظائف مستجدة كالخضم من شرعية أنظمة الحكم، وتدمير السلام المجتمعي، في إطار الجيل الرابع من الحروب.

ومن ناحية أخرى تتخذ علاقة مؤسسات الدولة بالشائعات عدة أشكال، فإما تعمل على مواجهتها عبر تقديم المعلومات، أو نفي الشائعات. أو تتسبب في انتشارها أحيانا عبر سوء إدارة المعلومات والتعامل معها وعرضها.

وقد دفع كل ذلك الباحثين إلى تسليط الضوء على هذه الظاهرة، التي تقع بين دوائر متقاطعة ومتكاملة من مختلف العلوم، من علم النفس إلى علم الاجتماع، ومن العلوم السياسية إلى العلوم الأمنية، حتى إن علوم الحاسب الآلي والبرمجة أولتها مؤخرًا اهتمامًا واسعًا بهدف الكشف عن مساراتها عبر شبكات المعلومات والاتصالات، وكيفية تعقبها والسيطرة عليها.

وإلى جانب كل هذه العلوم، اهتم علم الإعلام والاتصال بدراسة تلك الظاهرة، للوقوف على كيفية انتشارها في وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي المختلفة، ودور القائمين بالاتصال في مواجهتها، بالإضافة إلى تأثيراتها المختلفة على الجمهور والرأي العام.

وفي هذا السياق تأتي هذه الدراسة، التي تستهدف رصد وتحليل وتفسير معالجة الصحافة المصرية للشائعات، وانعكاساتها على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام، عبر إجراء دراستين تحليلية على عينة من الصحف والمواقع الإخبارية المصرية، وميدانية، على عينة من الرأي العام المصري.

واستعرض الباحث التراث البحثي من الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة، والتراث المعرفي الخاص بالموضوع متضمنا مفهوم الشائعات والمفاهيم المتقاطعة معه، وكذلك خصائصها وأنواعها وأنماط انتشارها، والعوامل المؤثرة عليه، وتأثيراتها. كما استعرض جدلية العلاقة بين الإعلام والشائعات، وجهود المؤسسات الإعلامية لتحقيق التعامل المهني مع الشائعات، وأخيرا الشائعات وعلاقتها بصورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام.

بما يجعل تلك الدراسة ذات أهمية على المستوى الأكاديمي يتمثل في تقديم أدوات بحثية لدراسة تناول الإعلام للشائعات، وكذلك اختبار فرضية "التهيئة المعرفية" على ظاهرة الشائعات، وهو أمر قليل التكرار في الدراسات الإعلامية العربية.

كما تتمثل الأهمية التطبيقية "المهنية" للدراسة في كشف آليات التعامل المهني، وغير المهني، من وسائل الإعلام عموما، والصحافة خصوصا، مع الشائعات، وما يمكن أن تقوم لتجنب ظهورها كمرحلة أولى، ولمحاصرة انتشارها كمرحلة تالية. كما تقدم الدراسة عدة مقترحات