; ; Ċ ¥ ± Ø \ ; ã ú i , \ ; Ú ; k] â Ð] -

; ;] Ă i Ă p \ MĆKùL ; LČc Ĉ ê € ñ ê ¡ õ \ ; ø Ć u i

=ĉ ù ė ¨ b ; ¤ Ć Þ þ ù ; ÿ ù

إعـــداد

ė 6Ć6ĉâ6õ1áú Å

مدرس العلاقات العامة والإعلان

بكلية الآداب جامعة كفر الشيخ

مقدمـــة :

الشائعات :

تعتبر الشائعات من أهم وأخطر الأساليب التي تتخذها الدعاية في الوصول إلى أهدافها وذلك لأنها لا تتقيد بمعايير الصدق الموضوعي الذي يجب أن يلتزم بها الإعلام[١]، لذا فهي أقدر على الغور في أعماق الجماهير خاصة عند افتقارهم إلى الوسيلة الإعلامية التي تمدهم بما هو صادق وحقيقي وموضوعي.

والشائعة في سريانها في عروق الجماهير تخضع لأهمية الحادث الذي تتحدث عنه، والغموض الذي يكتنف هذا الحادث، كما تخضع لنوعية وسيكولوجية الجماهير التي تسري فيها، ومدى وعيه بقضايا مجتمعه المحلي والمجتمع الدولي، وربما يأتي الغموض في الحادث الشائعة من عدة وسائل، منها تضارب الأخبار حول الحادث أو انعدام الأخبار عنه أو نقصانها أو عدم الثقة بها[٢].

الشائعة ظاهرة اجتماعية قل أن يخلو منها مجتمع، فلذا فإن أكثر المجتمعات طهرًا، وأشد الأزمنة نقاء وصفاء شهدت ظهورها في زمن النبي صلى الله عليه وسلم.

وقد رصد السياق القرآني ظهور الشائعة وانتشارها واستهدافها الأنبياء والرسل ونهي المسلم عن أن يكون بوقاً ناقلاً لها حيث قال تعالى**(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ آذَوْا مُوسَىٰ فَبَرَّأَهُ اللَّهُ مِمَّا قَالُوا وَكَانَ عِنْدَ اللَّهِ وَجِيهًا)** الأحزاب/٦٩.

كما رصد السياق القرآني خطورة الشائعة ووجه إنذاراً شديد اللهجة للمنافقين ومرضى القلوب والمشيعين للأخبار الكاذبة إن لم يكفوا عن هذا الأذى **(لَئِنْ لَمْ يَنْتَهِ الْمُنَافِقُونَ وَالَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ وَالْمُرْجِفُونَ فِي الْمَدِينَةِ لَنُغْرِيَنَّكَ بِهِمْ ثُمَّ لَا يُجَاوِرُونَكَ فِيهَا إِلَّا قَلِيلًا مَلْعُونِينَ أَيْنَمَا ثُقِفُوا أُخِذُوا وَقُتِّلُوا تَقْتِيلًا)** الأحزاب ٦٠ – ٦١ [٣].

إن الشائعة لا تتقيد بمعايير الصدق الموضوعي الذي يجب أن يلتزم بها الإعلام كالموضوعية والصدق والنزاهة والدقة ولأنها لا تتميز بالموضوعية والصدق والأمانة، فهي أقدر على الفور في أعماق الجماهير إبان افتقار الجماهير إلى الوسيلة التي تمدهم بما هو صادق أو حقيقي، والمعروف أنه يصعب وجود صحيفة تقدم الصدق كل الصدق أو الحقيقة كل الحقيقة في فترات الحروب والأزمات وخاصة السياسية والاقتصادية وفي الناس ميل إلى تصديق الشائعة دون محاولة منهم للوقوف على الحقيقة.

وتزداد الخطورة حينما لا يكتفي البعض بتصديق الشائعات بل يضيف إليها من عنده وهنا يكمن كل الخطر من أي شائعات مهما كانت بسيطة في أول أمرها، وتخضع الشائعة في سريانها لأهمية الحادث الذي تتحدث عنه[٤].

وهناك من يُؤكد على وجود منظورين متكاملين حول المسئولية عن شيوع وانتشار الشائعات في المجتمع ويرجع ذلك إلى:

١- يعتقد بعض المهتمين والباحثين في الإعلام أن وسائل الإعلام هي المسئول الأول عن نشر الشائعات لأسباب أيديولوجية واقتصادية ودينية، ويؤكد أصحاب هذا الاتجاه على توظيف الإعلام في ترويج الشائعات لا يتوقف عند حدود نشرها في قطاعات عريضة من الرأي العام، بل يمتد كذلك إلى إضفاء الشرعية والمصداقية على تلك الشائعات(٥)، وقد تعاظم دور وسائل الإعلام في نشر الشائعات مع بروز الإعلام الجديد ممثلاً في شبكة الإنترنت التي توفر لمستخدميها اتصالاً فورياً لا يخضع للرقابة، ومن ثم فإن الشائعات والمعلومات التي تروجها شبكة الإنترنت يصعب التحكم في انتشارها، كما أنها لا يمكن تصويبها(٦).

٢- ويشير فريق من الباحثين إلى أن الرأي العام قد يكون مصدراً أوليّاً للشائعات التي تلقيها وسائل الإعلام وتقوم بنشرها فيما يعرف بعملية تدفق الاهتمامات والهواجس الاجتماعية The spill over process من مصادر الرأي العام أي وسائل الإعلام، ووفقاً لأنصار هذا الرأي فإن الشائعة تنطلق في سياق اجتماعي محدود ثم تكتسب مع الوقت بروزاً وانتشاراً لدى قطاعات الرأي العام(٧).

وقد اهتم الباحثون العرب بالتنظير لمفهوم الشائعات وخصائصها وخطورتها على المجتمعات العربية وذلك وفقاً لمداخل فكرية متعددة منها المدخل الديني الذي يطرح الشائعة من مفهوم ديني ويبرز دور القرآن الكريم والسنة النبوية في التصدي للشائعة(٨). وكذلك هناك المدخل الأمني الذي يطرح الشائعة من مفهوم أمني وكذلك المدخل الاقتصادي الذي يوضح آثار الشائعة سلبيًا من وجهة نظر اقتصادية(٩).

وفي آليات مواجهة الحرب النفسية، فإن واجب الإعلام اليوم هو الاهتمام بأدوات التعليم، وواجب قادة الدول الإسلامية وحكوماتها هو إعادة صياغة الخطاب الجماهيري وإعادة صياغة التعليم وكل أشكال التوجه لإيجاد كتلة مؤمنة بإمكانية النجاح ومحصنة ضد عوامل اليأس.

وهذا يحتاج إلى تعاون مفكري وقادة هذه المجتمعات وحكوماتها ومن قادة الرأي والعاملين في الإعلام والتعليم حتى تصبح نظرية الحرب النفسية مفهومة(١٠).

وتعرف الشائعة: أنها كل قضية أو عبارة نوعية مقدمة للتصديق وتتناقل من شخص لآخر عادة بالكلمة المنطوقة أو غير المنطوقة دون أن تكون هناك معايير أكيدة للصدق خصوصاً وقت الأزمات والاضطرابات والثورات والفترات الانتقالية(١١).

ويعرف تايلور أحد أبرز المنظرين لماهية الشائعة وآليات انتشارها لدى الرأي العام إلى أن السمة الرئيسية للشائعة هي كونها رسالة غير معلومة غير مؤكدة أو لم يتم التحقق من صحتها في الوقت الذي يتم انتقالها وتداولها بين الأفراد والجماعات في المجتمع المعين(١٢).

وتوجد تقسيمات عديدة للشائعات مثل: الشائعات الحابية والشائعات الاندفاعية، والشائعات الغاطسة، والشائعات العنصرية، والشائعات المختلفة، والشائعات القائمة على التشويه، والشائعات المستندة، على وقائع، كما توجد شائعات الأمل أو الأماني، والأحلام، وشائعات اليأس والخوف، وشائعات الكراهية وتحويل الولاء(١٣).

لفظ الإشاعات جمع إشاعة، وقد جاء في المعجم الوسيط أن الإشاعة هي الخبر ينتشر ولا تثبت فيه، والمقصود بالإشاعات في الأعم الأغلب: التأثير السلبي في النفوس والعمل على نشر الاضطراب وعدم الثقة في قلوب الأفراد والجماعات، وإذا أردت أن تعرف مقدار الوعي في أمة فتأمل أثر الإشاعات فيها فإذا رأيتها تصدق كل ما يقال لها فاعلم أنها أمة مازالت الغفلة متفشية فيها، وذلك لأن أسرع الأمم تصديقاً للإشاعات والأراجيف هي الأمم الساذجة التي لا قدرة لها على نقد الأخبار وتمحيص الأنباء.

والإشاعات الكاذبة موجودة منذُ وجود الإنسان ينشرها الأعداء ضد من يعادونهم لإضعافهم أو لإنزال الهزيمة بهم(١٤).

شهد العالم تحول فكري بحثي لتأثيرات وسائل الإعلام في السنوات القليلة الماضية التي شهدت تغيرًا في المقولة التقليدية للخبير الإعلامي مارشال ماكلوهان Marshall Mcluhan وذلك عام ١٩٦٤م في كتابه بعنوان "كيف تفهم وسائل الإعلام" والتي أكد فيها على أن الوسيلة هي الرسالة مشيرًا إلى الأهمية البالغة لوسائل الإعلام.

وقد تغيرت تلك المقولة إلى مسار آخر مختلف يؤكد على أن الرسالة هي الوسيلة The Message is the Medium ويعني ذلك أن مضمون الرسالة هو المحدد الأبرز للعملية الاتصالية(١٥).

مما يُشير إلى خطورة الرسائل التي يتم نشرها وبثها عبر وسائل الإعلام وتتعاظم تلك الخطورة عندما تضطلع وسائل الإعلام بدور المروج للشائعات في المجتمع لما لهذه الشائعات من تأثيرات سلبية جسيمة على الرأي العام والمجتمع في مجمله، **ومن ناحية أخرى ثمة سياقان مناخًا مواتيًا لإنتاج الشائعات وترويجها بين قطاعات الرأي العام وهما على النحو التالي:**

- السياق العام The Macro context ويشتمل بدوره على الصراعات ذات الطابعين الدولي والإقليمي وتندرج الحروب والصراعات والنزاعات الدولية والإقليمية ضمن هذا السياق الذي يعضد ثقافة الشائعة The rumor culture لدى الرأي العام في المجتمعات المختلفة(١٦).

- السياق المحدود The Micro context ويقصد به سياق المجتمع المعين الذي يتعرض لتحولات جذرية سياسية واقتصادية واجتماعية مما يساعد بدوره على ترويج الشائعات التي تصبح أمرًا مألوفًا لدى الرأي العام حيثُ تتزايد خبراته بها عبر الزمن(١٧). ويمثل السياق المحدود صورة أصيلة للمجتمع المصري وخاصة بعد التحول الديمقراطي التي شهده المجتمع المصري وما لحق به شائعات متعددة بعد قيام ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م حتى وقتنا الحالي ولم تتوقف الشائعات يوماً من الأيام ولا يكاد يمر يوم إلا وهناك شائعة جديدة يتم تناولها وتناقلتها عبر وسائل الإعلام والأفراد وأصبح ذلك من المعتاد لدى الأفراد ومن الممكن أن يكون هذا التناول من جانب الأفراد أيضًا.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

١ – دراسة أحمد سالم السيد عيسوي ٢٠١٣(١٨):

سعت هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات الجمهور المصري نحو الشائعات التي صدرت خلال ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ وما بعدها وهو ما يعرف بالفترة الانتقالية أو فترة التحول الديمقراطي بالإضافة إلى تأثير تلك الشائعات على الرأي العام المصري، **وذلك من خلال مجموعة من الأهداف منها:**

١- التعرف على مدى مصداقية الأخبار غير الموثقة لدى الجمهور المصري.

٢- التعرف على الشائعات الأكثر تأثيراً في الجمهور المصري الشائعات السياسية – الشائعات الاقتصادية – الشائعات الاجتماعية – الشائعات العسكرية والأمنية – الشائعات الدينية.

٣- التعرف على الوسائل الأكثر فعالية في نقل الشائعات أو الأخبار غير الموثقة وذلك من وجهة نظر الجمهور المصري.

٤- التعرف على رد فعل الجمهور المصري عند سماعه تلك الشائعات أو الأخبار الغير موثقة.

٥- التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو الشائعات التي تم إطلاقها خلال الثورة وخلال الفترة الانتقالية. **كما طرحت الدراسة مجموعة من التساؤلات منها:**

١- ما اتجاهات الجمهور المصري نحو الشائعات التي ظهرت خلال عام ٢٠١١؟

٢- ما مصداقية الأخبار غير الموثقة أو الشائعات لدى الجمهور المصري؟

٣- ما الخصائص الديموغرافية للمبحوثين.

٤- ما مدى مصداقية هذه الشائعات بالنسبة للجمهور المصري؟

٥- ما الأهداف الرئيسة من وراء نقل هذه الشائعات؟

واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي حيث يعد منهج المسح نموذجاً معيارياً لجمع البيانات.

وهذه الدراسة من الدراسات التي استخدمت الأساليب الإحصائية للإجابة على عدد من التساؤلات.

أما بالنسبة للجمهور عينة الدراسة فكانت :

أ – الجمهور المصري في محافظة القاهرة الكبرى.

ب – الجمهور المصري في إقليم القناة والشرقية والإسماعيلية والسويس ومحافظة البحر الأحمر وشمال وجنوب سيناء.

جـ – الجمهور المصري في إقليم الإسكندرية والبحيرة ومطروح.

د – الجمهور المصري في إقليم دلتا النيل دمياط والمنوفية والغربية وكفر الشيخ.

هـ – الجمهور المصري في إقليم جنوب الصعيد الذي شمل أسيوط والوادي الجديد وسوهاج والأقصر وقنا وأسوان. **وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:**

١- أوضحت الدراسة أن نحو (٥٧.٧%) من المبحوثين يلجئون إلى التأكد من مصادر موثقة عندما تعرض أخباراً غير مؤكدة عبر وسائل الإعلام بينما اختار نحو (١٧.٤%) منهم لا يهتموا بمثل هذه الأخبار التي تحتمل الصدق والكذب و (٤.٩%) من عينة الدراسة أنهم يقومون بنقل هذه الأخبار فور سماعهم إلى أصدقائهم.

٢- كانت الشائعات العسكرية هي الأكثر تأثيراً والمتعلقة بالحدود والحرب وكانت الشائعات الأمنية هي في المرتبة الثانية، وجاءت في الترتيب الثالث الشائعات الاقتصادية ثم الشائعات الدينية في الترتيب الرابع، وأخيراً جاءت الشائعات السياسية.

٣- جاءت شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل نقلاً للشائعات والأكثر تأثيراً وجاءت بعد ذلك وسائل الإعلام الحزبية والخاصة ثم جاءت وسائل الإعلام العربية وجاءت وسائل الإعلام العالمية في المركز الرابع ثم الإعلام الحكومي في الترتيب الخامس.

٢ – دراسة شيماء فرج علي جاد ٢٠١٣[١٩]:

استهدفت الدراسة وضع صيغة من الوصف التحليلي لكيفية تناول الصحافة المصرية للشائعات السياسية من خلال تحليل فحوى صحيفتي الأهرام كجريدة قومية والمصري اليوم كجريدة مستقلة، ومدى تكرار الشائعات في الصحيفتين، وكذلك حاولت الباحثة التوصل إلى معرفة مدى أثر التناول على مضمون الحد الأساسي.

أما الإستراتيجية المنهجية للدراسة فتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث، واستخدمت الباحثة فيها المنهج الوصفي والمنهج المقارن في المقارنة بين بعض الصحف المصرية، للتعرف على اتجاه كل منها وأوجه الاتفاق والاختلاف بين طبيعة ونوعية تناول الصحيفتين محل الدراسة للشائعات السياسية، وقد استخدمت الباحثة طريقتي المسح الاجتماعي وطريقة تحليل المضمون مستعينة باستمارة تحليل المضمون كأداة لتحليل البيانات، وقسمت الباحثة عينة الدراسة إلى عينة صحفية متمثلة في جريدة الأهرام القومية وجريدة المصري اليوم المستقلة في الفترة من ١ يناير ٢٠١٢ حتى ٣٠ يونيو ٢٠١٢. واستخدمت الباحثة مفاهيم الشائعة السياسية، والصحافة القومية متمثلة في جريدة الأهرام والصحافة المستقلة متمثلة في جريدة المصري اليوم، كما اعتمدت الدراسة على نظرية المسئولية الاجتماعية لتوضيح مسئولية الصحافة تجاه المجتمع، **وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:**

أن الدراسة كشفت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عدد الشائعات التي نشرتها الأهرام وبين الشائعات التي نشرتها جريدة المصري اليوم كذلك عدم وجود فرق في عدد الشائعات التي نقلتها كل من الجريدتين وكانت وسائل الإعلام عامة والإنترنت على وجه الخصوص من أكثر الوسائل التي ساعدت على ترويج الشائعات السياسية مما كان له من ضرر بالغ على الوحدة الوطنية بين المصريين وكثرة الخلاف بينهم كذلك الاعتماد على أخبار غير موثقة بالأخص المصري اليوم في كثير من الأخبار السياسية سواء شائعات أو أخبار عادية على مصادر مجهولة مما يشكك في صحة الخبر بالإضافة إلى عدم الموضوعية في نشر الأخبار مما يخل بشرط أساس من شروط نجاح الخبر وهذا يعتبر مساعد على ترويج الشائعات.

٣ – دراسة خالد صلاح الدين حسن علي ٢٠٠٨م(٢٠):

تتمثل مشكلة الدراسة في أن هناك سياقان يمثلان مناخاً مواتياً لإنتاج الشائعات وترويجها بين قطاعات الرأي العام وهما على النحو التالي:

وتتزايد أهمية المشكلة البحثية في ضوء ارتباطها الوثيق باحتياجات المجتمع ونظراً لكون الشائعات وبخاصة تلك التي تصدر عن وسائل الإعلام قد أصبحت من الظواهر الاجتماعية البارزة في المجتمع المصري في الآونة الأخيرة واستخدم الباحث نظرية الشائعة وكذلك التحليل الاجتماعي لمحددات الوعي الإعلامي، **وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:**

١- إن الاستخدامات غير المسئولة لوسائل الإعلام في تمرير الشائعات وتعضيدها في المجتمع قد يؤدي عبر الوقت إلى تكريس ثقافة الشائعات لدى الرأي العام.

٢- إن الشائعات الطارئة التي ذكرها المبحوثين قد ارتبطت أساساً بالقيادات السياسية والرموز الحزبية، ورجال الأعمال والمستثمرين.

٣- إن معدل التعرض لكل من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة ومستويات الاعتماد عليها ومصداقيتها لدى الرأي العام المصري من المتغيرات الوسيطة التي يتوقف عليها تقييم الرأي العام للطرح الخاص بالربط بين الإعلام والشائعات بهدف الحد من حرية الإعلام في التعبير.

٤- على الرغم من وجود تحفظات لدى الرأي العام المصري حول بعض الممارسات السلبية لوسائل الإعلام والشائعات أي ثنائية الإعلام والشائعات إنما يستهدف تكبيل التطور الإعلامي في مصر وممارسة ضغط اجتماعي على وسائل الإعلام للحد من حريتها.

٥- الرأي العام المصري يعتقد أن الوسائل الإعلامية التقليدية، مثل: الصحف والتليفزيون هي الأكثر تورطاً في نشر الشائعات في المجتمع المصري .

ثانياً- الدراسات الأجنبية:

١ – دراسة ماريه لكيتا – روب بروكتر – كالينانيتشينا – بيتر تولمي ٢٠١٤[٢١]:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الشائعات الزائفة التي تنتشر في الظروف الطارئة والأحداث المفاجئة وأوضحت الدراسة أنها تمثل خطورة على كافة المواطنين وأنها تكون بمثابة سيل من الشائعات ينتشر بين الأفراد وذلك عبر وسائل الإعلام المجتمعية وشبكات التواصل الاجتماعي وأنها تمس أحداث الساعة وتصف ما يحدث بانتظام وترتيب منسق وبسيط ويظهر في محادثات الأفراد والجماعات وتصف الاضطرابات والقلق الموجود في الوقت الحاضر.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك العديد من التأثيرات المركبة لوسائل الإعلام تظل باقية عندما يتم تناولها من جانب وسائل الإعلام. وكذلك نحتاج إلى مخرج عملي للشائعات أو بدايات الأحاديث الصحيحة.

٢ – دراسة أورنالدو ريفيرو ٢٠١٣ [٢٢]:

تمثلت مشكلة الدراسة في انتشار الشائعات في العديد من أماكن العمل وتجمعات العمال وأن الشائعات تتخطى آلاف الأميال ونجدها تنتشر في المصانع والتجمعات العمالية وفي أغلب المنظمات في الولايات المتحدة الأمريكية.

وأوضحت نتائج الدراسة أن الشائعات السياسية من وجهة النظر الأمريكية لها تأثير كبير في أغلب المنظمات ونجد أن هناك قبول لموضوعات الشائعات وهو قبول مبدئي للأفكار التي تدور حول الشائعات وأن أغلب الأفراد لا يرغبون في الأخبار والمعلومات التي تغضب البشرية، كما أوضحت نتائج الدراسة أن معرفة الحقيقة شيء غريزي وفطري في الإنسان وعلى كل رئيس في مؤسسة أو منظمة أن يوضح ويشرح الحقيقة للعمال والجماهير.

٣ – دراسة يوكو تاناكا ٢٠١١ (٢٣):

استهلت هذه الدراسة في بدايتها بافتراض واقتراح اختبار العوامل الفسيولوجية والنفسية للشائعات بمجموعة من الانتقادات في وسائل الاتصال والإعلام المجتمعية وشبكات التواصل الاجتماعي خلال كارثة زلزال اليابان العظيم عام ٢٠١١ والذي وقع في ١١ مارس وأجريت الدراسة على ٤٠ من طلاب جامعة تشيبا متضمنة الدراسة عشرة أحداث وقعت أثناء وقوع الزلزال في ١١ مارس ٢٠١١ باليابان محتوية العوامل النفسية والفسيولوجية للأفراد، كما ترجع أهمية هذه الدراسة إلى تناولها نشر الشائعات العشرة منفردة شائعة تلو الأخرى حسب أهمية موضوع الشائعة وعامل الغرابة في الشائعة.

وكشفت النتائج أن نشر الشائعات المتعلقة بالكوارث كانت بدرجة عالية جداً عندما تكون ذات أهمية بالغة وعلى مستوى مرتفع من الأهمية والشائعات تنتشر عندما تتعدد الأحداث والكوارث أيضا.

وتوصلت الدراسة أيضاً إلى أن وسائل الإعلام والاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي لها دورها في نشر الشائعات المتعلقة بالأحداث المأسوية والكوارث، كما أشارت النتائج إلى أن الحكومة اليابانية لفتت الانتباه إلى عدم الانسياق وراء الشائعات الكاذبة التي تنتشر وضرورة توخي الحذر في توخي ونقل هذه الشائعات.

٤ – دراسة سي جونج كاون – كيومان شا – وي شين – ياجن وينج ٢٠١٠ (٢٤):

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على أهم الصفات المميزة والشهيرة للشائعات المذاعة والمنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي والتحقق والتعرف على الشائعات السياسية الهامة خصوصاً على مواقع التواصل الاجتماعي منذ بداية إذاعة الأخبار التي تنتشر بسرعة وبكثرة، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم الخصائص المميزة للشائعات وذلك بواسطة اختبار تتابع نشر وإذاعة الشائعات بشكل بنائي مركب ومتسلسل واعتمدت الدراسة في ذلك على العديد من اللغات المختلفة للشائعات وغير الشائعات أيضاً، وتم اختيار نسق مرتب للشائعات لإحكام وضبط وإعادة العديد من الشائعات بنفس المعدل من ٨٧% حتى ٩٢%.

وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في نشر العديد من الشائعات والغير شائعات أيضا ويمكن التمييز بينها حيث أشار ما يقرب من ٧٠ إلى أنها شائعات بينما أشار ما يقرب من ٦٠ أنها غير شائعات من أفراد عينة الدراسة.

٥ – دراسة: برنارد جيرين ويوشيكيمو ميازاكي٢٠٠٦ (٢٥):

يشير الباحثان إلى شيوع دراسة الشائعات وترويجها بشكل واسع في الدراسات الإنسانية على مدار التاريخ، ومع ذلك ينطلق الباحثان من مبحث أنه برغم ذلك فشلت الدراسات في تأسيس نظرية محكمة عن الشائعات والنميمة والأساطير الشعبية، كما **أشار** الباحثان إلى النظرية التي قدمها البرت وبوستمان عام ١٩٤٧ من حيث أنها أثرت وقتها وقد اهتم الباحثان بالشائعات في إبان الحرب العالمية الثانية، وأثرت تلك الشائعات على الروح المعنوية للقوات المتحاربة وللمدنيين على السواء.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن ما تحتويه الشائعات قد تم تداوله بين الأفراد في محادثتهم وأن الناس ظهر لديهم الاستعداد لمحاولة إضفاء المنطقية عليها للعثور على معنى بينها.

وتوصل الباحثان إلى مدخل يطلق عليه مدخل محادثي خطابي يمكن تفسير انتشار الشائعات والأساطير الحضرية والنميمة، كما تنشأ من مكوناتها الخطابية المحادثية وليس من خلال الآثار الجانبية للمعالجة المعرفية أو السعي وراء المعنى؛ وأن الوظيفة الرئيسية لتداول الشائعات والنميمة والحكايات ليس إفضاء معلومات للمستمع أو تهدئة قلقه بخصوص موضوع المحادثة، ولكن للتسلية أو الاستحواذ على اهتمام المستمع ومن ثم زيادة الروابط الاجتماعية، كما توصلا إلى أن النقاش المقدم في هذه الدراسة من الأهمية بمكان لأنها تقدم وسيلة للهروب من التفسيرات الداخلية والمعرفية.

٦ – دراسة إبراهيم المراشي Ibrahim El-Marashi (٢٠٠٦)(٢٦):

اهتمت الدراسة برصد متغيرات وسائل الإعلام العراقية عقب الغزو الأمريكي على العراق، وقد أجرى الباحث تحليلاً لأطر الخطاب السياسي لوسائل الإعلام العراقية التي تم تصنيفها ضمن فئات أربع من حيث الملكية والتي اشتملت على الوسائل الحكومية والوسائل المملوكة لأحزاب سياسية والوسائل المملوكة للطوائف الدينية فضلاً عن الوسائل المستقلة، وقد تم إجراء الدراسة عقب حادث تفجير مرقدي أئمة الشيعة محمد الهادي والحسن العسكري في سامراء مطلع فبراير ٢٠٠٦ والذي كان قطب الرحى في الصراع الطائفي في العراق، وقد أبرزت نتائج هذه الدراسة أن وسائل الإعلام قد انتهجت خطاً سياسياً يعتمد بشكل أساسي على ترويج الشائعات وتعضيد نظرية المؤامرة للتأثير في الرأي العام المستهدف مما أدى إلى تأجيج الصراع الطائفي وتكريس العداء والكراهية بين طوائف الشعب العراقي الدينية والإثنية والمذهبية والعرقية.

٧ – دراسة ستيفاني كيلي Stephane Kelley (٢٠٠٥)(٢٧):

هدفت الدراسة إلى رصد الشائعات البارزة في العراق بعد حوالي عام من الغزو الأمريكي للعراق وقد قام الباحث بتحليل الشائعات السائدة في العراق بعد عام من الغزو الأمريكي لها، واعتمد التحليل

للشائعات على البيانات الثانوية المستمدة من المسوح التي أجراها معهد جالوب، وشبكة سي إن إن الإخبارية وصحيفة يو إس توداي منذ أبريل عام ٢٠٠٤.

وأوضحت نتائج الدراسة أن الشائعات السياسية هي الأبرز بين الشائعات التي سادت المجتمع العراقي وتعلقت أغلبها بشرعية الحكومة الجديدة والمؤامرات الدولية ضد العراق والمخاوف من شن حرب أمريكية ضد سوريا وإيران من الأراضي العراقية، فضلاً عن الشائعات الخاصة بالجواسيس الإيرانيين ودورهم الاستخباراتي في العراق. كما أشارت الدراسة إلى وجود شائعات بارزة تتعلق بالأمن والإرهاب ومساوئ القوات الأمريكية في العراق.

ومن ناحية أخرى أكدت الدراسة أن الشائعات تنتشر بين العراقيين معتمدة على وسائل الإعلام السرية وآليات كل من الاتصال الشخصي والجمعي معاً.

٨ – دراسة ماركي روث Marci M. Roth (٢٠٠٤)(٢٨):

اهتمت هذه الدراسة بقياس اتجاهات الصحفيين الأمريكيين نحو المدونات السياسية على شبكة الإنترنت The Blogosphere، وقد أجرى الباحث مسحاً على مائة صحفي بمختلف الصحف الأمريكية خلال الربع الأخير من عام ٢٠٠٤.

وقد أوضحت نتائج الدراسة أن هناك اختلاف وتباين في اتجاهات الصحفيين نحو المدونات السياسية، إذ أشار ٥٥% من الصحفيين أن المدونات السياسية لا تندرج ضمن مفهوم الصحافة الإليكترونية، وأن المدونين لا يحررون الأخبار بشكل مهني، ومن ثم فإن تلك المدونات تميل إلى الاعتماد على التخمينات والشائعات السياسية التي تسيء إلى السياسيين البارزين والمؤسسات السياسية المعروفة في المجتمع الأمريكي، ومن ناحية أخرى، أكد نحو ٤٥% من الصحفيين أن المدونات هي وسيلة مبتكرة يتفاعل من خلالها الرأي العام مع القضايا المصيرية في المجتمع، ومن ثم فهي أي المدونات تمثل نمطاً مستحدثاً من المشاركة السياسية.

٩ – دراسة مينا جيا Minna Jia (٢٠٠٤)(٢٩):

هدفت هذه الدراسة إلى رصد ومتابعة تأثيرات المعالجة الإخبارية للأزمات على شبكة الإنترنت، في أداء الحكومة الصينية لمواجهة تلك الأزمات، وقد استندت الدراسة إلى أسلوب دراسة الحالة على أزمتي مرضى الالتهاب الرئوي الحاد (السارس) والحركة السياسية المعارضة والمعروفة باسم منظمة فالون جونج.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الشائعات الإليكترونية الخاصة بتنامي أعداد المصابين بمرض (السارس)، وتلك الخاصة بتزايد إتباع أنصار منظمة فالون جونج المعارضة داخل الصين وخارجها، قد دفعت الحكومة الصينية لاتخاذ التدابير الفنية والهندسية للتحكم في سريان تلك الشائعات لدى الرأي

العام بالصين، كما أصدرت الحكومة الصينية مجلات إلكترونية تحوي خطاباً إعلامياً رسمياً يكذب ويدحض تلك الشائعات ويحد من انتشارها وتأثيراتها السلبية على المجتمع الصيني.

١٠ – دراسة ليمنج شن Liming Chen (٢٠٠٣)(٣٠):

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى الإلمام من جانب ممارس العلاقات العامة بالإستراتيجيات، والتكنيكات التي يوظفها مروجو الشائعات ضد مؤسساتهم عبر شبكة الإنترنت.

وقد أجرى الباحث مسحاً على عينة قدرها ١٦٦ مفردة من ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة بولاية كاليفورنيا الأمريكية، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن ممارس العلاقات العامة يعتقدون أن مروجي الشائعات الإليكترونية يستخدمون أساليب مبتكرة تستند إلى الإمكانيات الفائقة للوسائط المتعددة The Multi Media.

كما أشارت إجابات المبحوثين إلى أن هذه الشائعات تؤثر سلباً على الصورة الذهنية لمؤسساتهم لدى الجماهير من ناحية أخرى – أكد ممارسي العلاقات العامة أنه بالإمكان توظيف إستراتيجيات الرصد المبكر، والشفافية، وتوظيف الحجج المنطقية لمواجهة تلك الشائعات والحد من انتشارها وتأثيراتها السلبية على المؤسسات المختلفة في المجتمع.

١١ – دراسة دومينيك لاسورسا Dominic Lsorsa (٢٠٠٣)[٣١]:

هدفت الدراسة لكيفية معالجة الإعلام الأمريكي لأحداث الحادي عشر من سبتمبر، وقد أجريت الدراسة على تحليل مضمون وسائل الإعلام لمدة أسبوع عقب الهجمات على مركز التجارة العالمي في نيويورك، ومقر وزارة الدفاع الأمريكي "البنتاجون"، وقد اشتمل التحليل على القصص الإخبارية الخاصة "الخبرية" الخاصة بالهجمات والتي انتشرت وتناولتها الصحف والمجلات الرئيسية، وتلك التي أذيعت بالشبكات التليفزيونية – والتليفزيون الكابلي – فضلاً عن مواقع الإنترنت.

وقد أبرزت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام كانت على قدر من المسئولية الاجتماعية إذ تمكنت تلك الوسائل من الفصل بين الحقائق والشائعات الزائفة من ناحية أخرى كانت مواقع الإنترنت الرافد الإعلامي الأبرز للشائعات سواء السلبية التي تتعلق بالتحذير من هجمات إرهابية محتملة أو تلك الإيجابية التي تتعلق بالعثور على أحياء تحت الأنقاض في مبنى مركز التجارة العالمي بنيويورك.

التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من عرض التراث العلمي المتصل بالشائعات أن هناك عدد من الدراسات التي قامت بدراسة تأثير الشائعات التي تناولتها وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة، وأن هناك اهتمام من جانب الباحثين بدراسة موضوع الشائعات، وهذا يرجع إلى الصراعات التي تشهدها كافة الدول العربية

والتحول الديمقراطي في هذه البلدان العربية، وكذلك نظراً للقضية الإعلامية في الدولة الواحدة كما هو الحال في مصر إعلام الإخوان المسلمين وإعلام قومى، ومن الملاحظ خلال الدراسات السابقة أن هناك تأثيرات سلبية للشائعة الإعلامية في الرأي العام وأن الرأي العام يعتمد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات المتعددة . **وفي دراستنا هذه** نقوم بوضع تصور من منظور إسلامي لكيفية مواجهة الشائعات التي يمكن محاربتها للحد من أضرارها داخل المجتمع المصري.

مشكلة الدراسة :

تعاني البيئة الاجتماعية في مصر من انتشار العديد من الشائعات التي وجدت بيئة صالحة لها للانتشار وفي ظل الواقع المرير لانتشار الشائعة وتغلغلها في مختلف جوانب الحياة، وعلى جميع المستويات في ظل هذا كله أصبحت مقاومة الشائعة ومواجهتها واقعاً ملحاً[٣٢].

ويتفق أساتذة الإعلام والاتصال والرأي العام والاتصال السياسي على أن وسائل الإعلام هي أبرز وسائط الخبرات غير المباشرة بالواقع الاجتماعي بأحداثه وقضاياه ومشكلاته وتفاعلاته لدى الرأي العام[٣٣].

ويمكن إرجاع عوامل ظهور الشائعة بين الناس وانتشارها إلى عدة مستويات من التفاعل الاجتماعي وبصفة عامة، حدد الباحثون في علم النفس الاجتماعي حول موضوع الشائعة مجموعة من العوامل المؤثرة في ظهور الشائعة منها، طبيعة الدوافع الموجودة لدى الأفراد، وطبيعة الاتجاهات الشائعة بين الجمهور المستهدف والعوامل المؤثرة في ظهور الشائعات، وأخيراً أهمية موضوع الشائعة ومدى اتصاله بحاجات الناس واهتماماتهم اليومية في رواج الشائعة[٣٤].

ومن هنا كان لابد من التعرف على أهم الشائعات في المجتمع المصري بعد التحول الذي شهده المجتمع المصري وكذلك عوامل انتشار هذه الشائعات وأهم مصادر هذه الشائعات وكذلك التعرف على وجهات نظر الرأي العام تجاه هذه الشائعات وتأثيراتها على هؤلاء الأفراد ودراسة هذه الشائعات في ظل نظرية التنافر المعرفي في محاولة لمعرفة عوامل انتشار هذه الشائعات في ظل وجود ثنائية أو قضية إعلامية إعلام حكومي وخاص معارض لجبهة الإخوان المسلمين وإعلام مساند لحكم الإخوان مثل قنوات إعلامية خارجية مثل قناة الجزيرة وقنوات دينية مساندة لحكم الإخوان مثل القنوات الدينية التي تعتبر بمثابة أبواق دعائية للإخوان وحكمهم.

وأخيراً الوصول إلى نسق اجتماعي في محاولة لرأب الصراع ومقاومة الشائعات في ظل نظرية الأنساق الاجتماعية، ولذلك تتمثل مشكلة الدراسة في انتشار الشائعات وتداولها بين طلاب الجامعات المصرية منها الشائعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية مع وضع تصور لمواجهة هذه الشائعات من منظور إسلامي.

أهمية الدراسة :

يهدف القائمون على تصميم الشائعات وبثها في الجمهور المستهدف إلى تفكيك القوى المعنوية للشعب وإثارة العداء الدفين من جديد أو خلق عداء بحيث تنتشر البلبلة والاضطرابات وشد الأعصاب والقابلية للصدام بين الجماعات المختلفة المكونة للمجتمع(٣٥).

وتتزايد المشكلة البحثية في ضوء ارتباطها الوثيق باحتياجات المجتمع ونظراً لكون الشائعات وبخاصة التي تصدر عن وسائل الإعلام قد أصبحت من الظواهر الاجتماعية البارزة في المجتمع المصري في الآونة الأخيرة، لذا كان من الضروري تتبع هذه الظاهرة نظرياً ومنهجياً للوقوف على المتغيرات التي تدعمها وتكرس تأثيراتها السلبية في الرأي العام والمجتمع المصري ولذلك ترجع أهمية هذه الدراسة نظراً لوجود فئتين داخل المجتمع المصري، فئة جماعة الإخوان المسلمين وفئة معارضة لوجودهم في سدة الحكم، وكان ذلك عامل مساعد لانتشار ونشر العديد من الشائعات داخل كافة أرجاء المجتمع وخاصة الجامعات المصرية وما شهدته من مظاهرات واحتجاجات بعد إقصاء جماعة الإخوان المسلمون، وترجع أهمية هذه الدراسة إلى مجموعة من العوامل، **منها:**

١- التعرف على مصدر الشائعات من الجانبين ومدى تأثر الأفراد والطلاب بهذه الشائعات.

٢- ما هي الشائعات الصادرة من وسائل الإعلام من كلا الطرفين والقطبية الإعلامية (الازدواجية والثنائية الإعلامية)؟

٣- العمل على وضع تصور من منظور إسلامي لمواجهة الشائعات الضارة بالمجتمع.

٤- إبراز وتوضيح خطورة الشائعات على الأفراد والطلاب والمجتمع بشكل عام.

٥- تحديد أهم الجهات المسئولة عن مواجهة الشائعات وإبراز دور وسائل الإعلام والمسئولين والجهات مثل قادة الرأي في مواجهة انتشار مثل هذه الشائعات بالمجتمع.

وسيكولوجية الشائعات تمثل فراغاً كاملاً في علم النفس وهي تستخدم في أوقات الصراع سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع الواحد أو على مستوى الشعوب، وبالحديث عن المشهد المصري هناك قوتان متصارعتان هما قوى النظام والقوى الحالمة بالتغيير، كما أن لدينا جماعات متعارضة المصالح ومن الطبيعي أن تعتمد على سلاح الشائعة بهدف الاستحواذ على الحكم وفي ظل الصراع السياسي، وبالطبع ليست كل الشائعات تستهدف تشويه الخصوم، فهناك شائعات تستخدم لجس نبض الشارع وتعمل كبالونات اختبار لمعرفة رد فعل الرأي العام(٣٦).

أهداف الدراسة :

إذا كانت المجتمعات الديمقراطية تهتم بالرأي العام وتحمله مسؤوليات جساماً وتمنحه سلطات واسعة لأنه صاحب المصلحة الفعلية في كل ما يدور في المجتمع من أحداث تمس حاضره وتؤثر على مستقبله فهو المستفيد وهو المتضرر من كل قرار يصدر أو إجراء يتخذ أو نشاط يتم.

وعلى الجانب الآخر الأنظمة الاستبدادية تتعامل مع الرأي العام من منظور آخر، فهي تخطط لمحاصرته والسيطرة عليه وتوجيهه الوجهة التي تحقق أهدافها في السيطرة والحكم والاحتواء، أي أن الأنظمة الاستبدادية تتهم هي الأخرى بالرأي العام ولكن لترويضه أو خداعه أو تخديره[٣٧].

وبما أن الشائعات تنتشر أثناء التغيرات الاجتماعية والثورات الشعبية، حيث يكون المناخ مهيئاً لذيوعها وانتشارها فقد وضع الإسلام لهذه الظاهرة الفتاكة بالمجتمعات حلولاً تئد الشائعات في مهدها[٣٨]، لذلك هذه الدراسة تهدف إلى:

١- التعرف على المصادر الأساسية لنشر الشائعات في المجتمع المصري والوقوف عليها.

٢- إيجاد رؤية وتصور إسلامي لمواجهة الشائعات.

٣- توضيح الدور الذي تؤديه الشائعات في تفتيت أواصر المجتمع التي تنتشر فيه.

٤- محاولة رأب الانشقاق في المجتمع المصري نتيجة لانتشار الشائعات عن طريق استخدام نظرية الاتساق الاجتماعية.

٥- اجتماع كافة أفراد المجتمع على كلمة سواء ونبذ الشائعات والانشقاق.

المدخل النظري للدراسة :

تمثل نظرية النسق (الفعل الاجتماعي) عند بارسونز إطاراً مرجعياً لعلم موسوعي، ذلك أن الفعل البشري يشتمل على كائنات عضوية وأنماط من الشخصية وعالم من الرموز وعلم الاجتماع يحدده بؤرة اهتمامه في دراسة الجوانب الاجتماعية للفعل أي أن مكان علم الاجتماع هو النسق الاجتماعي.

ذلك لا يعني أن النسق الاجتماعي ينفصل عن إنسان الفعل الأخرى فقد أشرنا إلى أن هناك اعتماد متبادل بين هذه الأنساق. والنسق الاجتماعي ينقسم بدوره إلى أنساق فرعية أربعة كل منها يحقق وظيفة من الوظائف الأربعة (التكيف – وتحقيق الهدف – التكامل والمحافظة على النمط) وسوف نرى أن هذه الأنساق الأربعة ترتبط بروابط تبادلية بحيث يظهر المجتمع في النهاية وكأنه قائم على درجة عالية من التنظيم والاستقرار[٣٩].

وقد حلل بارسونز علاقات الاعتماد المتبادل بين أنساق المجتمع في ضوء ما أسماه بأنساق التبادل حيث افترض أن كل شق له مدخلاته Inputs ومخرجاته Output ويظهر النسق الاجتماعي وفقاً لهذا الضرب من التحليل على أنه كيان كلي أكبر من مجموع أجزائه، وتبدو وحدات المجتمع وكأنها وحدات متراصة بجانب بعضها البعض تنظمها جميعاً علاقات على درجة عالية من الاستقرار والنظام[٤٠].

١- نظرية التنافر المعرفي Cognitive Dissonance Theory :

ويمكن توظيف نظرية التنافر المعرفي في تفسير علاقات الاتصال داخل إطار وسائل الإعلام والوظائف التي تنهض بها اعتماداً على أن الإنسان عندما يقع تحت تأثير أفكار متنافرة خلال اتصالاته ومشاركاته فإنه يتولد بداخله نوع من التوتر من شأنه أن يجعله يسعى لتغير حالته هذه عن طريق التعديل لأفكاره أو سلوكه أو التقليل من زحمة هذه الأفكار المتنافرة مما يؤدي إلى العودة إلى حالة التوافق الفكري والمزاجي بما يجعله يدعم نوع علاقاته التعاملية والاتصالية التوافقية في مجال استخدامه لوسائل الإعلام وأشكاله المتعددة، ويرى فستنجر أن التنافر في المعرفة ينشأ نتيجة لأحد **الأسباب التالية**[٤١]:

١- وجود تعارض أو عدم اتفاق منطقي .

٢- الأنماط الثقافية الشعبية المقبولة لدى عامة الناس لأنها تعكس وجهات النظر الأخلاقية للجماعة .

٣- وجود تعارض بين الرأي والسلوك .

٤- الخبرات السابقة .

٢- نظرية المؤامرة The Conspiracy Theory :

تقدم نظرية المؤامرة تفسيراً للشائعة في إطار كونها مؤامرة تستهدف الإساءة إلى الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات ذات الأهمية على الاعتبار في المجتمع حيث يستند الرأي العام إلى هذا التفسير التآمري لفهم الواقع الاجتماعي وتوجيه العداء نحو جهات أو دول أو جماعات بعينها على الجانب الآخر وتشير نظرية المؤامرة إلى مقاومة الرأي العام للشائعة التي يعتقد أنها صادرة عن جهات بعينها داخلية أو خارجية تستهدف الإضرار بالمجتمع ومكتسباته[٤٢]، وهذا ما نلاحظه في المجتمع المصري الآن حيث أن الشائعات تصدر من خلال جانبين: الإخوان المسلمين وكذلك الأفراد الرافضين لسياسات الإخوان بشكل عام ويمثلون حائط صد رافض لحكم جماعة الإخوان بشكل عام وأن رأيهم أن حكم الإخوان خطأ كبير وقع فيه كافة أفراد الشعب المصري، **وفي ضوء** الأطر التفسيرية السابقة يمكن التعبير عن الاتجاه الإجمالي للرأي العام نحو الشائعة المعنية، **من خلال الصيغة التالية:**

الاتجاه نحو الشائعة = (القلق الشخصي + تقييم مصدر الشائعة + السمات الدعائية للشائعة – التقييم بمنطق المؤامرة).

٣- نموذج التأثير النائم The sleeper Effect :

يطرح هذا النموذج احتمالات قبول الرأي العام للشائعة على المدى الطويل، ووفقاً للنموذج الحالي فإن الرأي العام قد يقاوم الشائعة التي تصدر من مصادر لا تحظى بالثقة لديه ولكن مع الوقت قد

يختص المصدر من الذاكرة الجمعية للرأي، وفي ذات الوقت يصبح مضمون الشائعة هو الأبرز، ومن ثم تحظى الشائعة بالانتشار بين قطاعات الرأي العام ويعني ذلك أن انتشار الشائعة سيعتمد أساساً على تأثيرات الرسالة "محتوى الشائعة"، في الرأي العام تراكمياً وعلى المدى الزمني الممتد نسبياً(٤٣).

٤- نموذج الصراع الاجتماعي:

يستخدم علماء الاجتماع نموذج الصراع الاجتماعي على نطاق واسع ويفترض هذا النموذج أن الصراع، وليس الاستقرار أو التطور، هو أهم العمليات الاجتماعية، والفكرة هنا أن المجتمع يتكون من عناصر اجتماعية متصارعة، وهي فكرة على قدر كبير من الجاذبية للرأي القائل بأن التوازن هو أساس المجتمع، وركزت كتابات "هيجل" و"كارل ماركس" و"فريدريك انجلز" على تجميع أفكار الصراع الاجتماعي والعملية الجدلية ووضعتها في صورة تحليل للتغير الاجتماعي(٤٤). **ويركز نموذج الصراع الاجتماعي على الافتراضات الأساسية التالية:**

١- يتكون المجتمع من فئات وجماعات من البشر تختلف مصالحهم بشدة.

٢- تحاول كل جماعة داخل المجتمع تحقيق مصالحها الخاصة في إطار المنافسة مع الآخرين.

٣- يتعرض المجتمع المنظم بهذه الطريقة لصراع مستمر، حيث تحاول العناصر المكونة له تحقيق مكاسب جديد أو الحفاظ على مكاسبها وبالتالي يظل الصراع موجوداً في كل زمان ومكان.

٤- تحدث عملية التغيير المستمر من ثنايا العملية الجدلية للمصالح المتنافسة والمتصارعة، وهكذا فإن المجتمعات ليست في حالة توازن وإنما هي في حالة صراع وتغير مستمر.

المنظور الإسلامي لمواجهة الشائعات:

الإسلام بلور منهج للوقاية من الشائعات ومواجهتها في جوانب عديدة يمكن حصرها في الجوانب الآتية(٤٥). ويشير الأستاذ الدكتور/ منير حجاب أنه للوقاية من الشائعات **يجب أن يكون:**

١- عدم ترك المجال لإثارة الشائعة ومن هذا الباب قوله عليه الصلاة والسلام لرجلين من الأنصار وقد مرا به ومعه صلى الله عليه وسلم صفية رضي الله عنها فقال علي رسلكما إنما هي صفية بنت حيى فقالا سبحان الله يا رسول الله وكبر عليهما فقال النبي صلى الله عليه وسلم إن الشيطان يبلغ من الإنسان مبلغ الدم وإني خشيت أن يقذف في قلوبكما شيئاً" رواه البخاري ومسلم.

٢- الابتعاد عن مواطن التهم قال عمر رضي الله عنه: من تعرض للتهمة فلا يلومن من أساء به الظن.

٣- إحسان الظن بالمسلمين والتماس الأعذار لهم.

٤- زيادة الوعي والتحذير من الخوض في أعراض عباد الله.

المدخل العلاجي :

يختص هذا المدخل بتحديد آلية التصدي للشائعات ومكافحتها ووقف سريانها وذلك من خلال الخطوات الآتية[٤٦]:

١- **اكتشاف وتحديد الشائعات:**

من خلال المختصين من فريق العمل الذين يقومون بتجميع الشائعات من الصحف والمجلات ومحطات الإذاعة والتليفزيون والقنوات الفضائية والشائعات عبر الإنترنت، ومن خلال أفراد العمل المتطوعين أو العاملين المنتشرين بأنحاء البلاد أو من خلال تشجيع المواطنين بسرعة التبليغ عن الشائعات.

٢- **دراسة وتحليل الشائعة:**

وذلك من خلال الشكل والمضمون ودراستها والمكان والدوافع والأسباب والجمهور والآثار ويجب أن تتضمن عملية دراسة الشائعات الآتي: مصدر الشائعة، شكل الشائعة نوعها وعوامل التصديق عليها وزمنها وظروف انتشارها ومكان الانتشار وجمهور الشائعة وهدفها ودوافعها ووسائل انتشارها وآثار الشائعة **كما أن هناك مجموعة من القواعد لمقاومة الشائعات والتصدي لها من منظور إسلامي وهي**[٤٧]:

أ – أن مسئولية مقاومة الشائعات على كل فرد من أفراد المجتمع وذلك بتجنب ترديدها ونشرها بين الناس وضرورة بلاغ المسئولين بها فور سماعها وذلك لقول الله تعالى **(إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُم مَّا لَيْسَ لَكُم بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِندَ اللّهِ عَظِيمٌ)** سورة النور١٥.

والدليل على الرجوع إلى المسئولين قوله تعالى **(وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَىٰ أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ ۗ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا)** النساء ٨٣.لذا على الإعلاميين تجنب إذاعة الخبر إلا بعد التوثق من مصدره.

ب– يكون تكذيب الشائعة بطريق غير مباشر دون أن يعيد ذكر الشائعة أو يكشف مصدرها وقصد مروجيها منها وهذا يتطلب مهارة لمن يتصدى لهذه المهمة. كما ظهر ذلك في حادث الإفك يقول تعالى**(إِنَّ الَّذِينَ جَاؤُوا بِالإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنكُمْ لا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُم مَّا اكْتَسَبَ مِنَ الإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ)** النور١١، لذلك يجب تجنب تكرار الشائعة بالنسبة للمؤسسات الإعلامية في النشرات الإخبارية مع ضرورة تأكيد تكذيب الشائعة دون التصريح بالتلميح لها. **أما عن الأدوات التي يمكن عن طريقها مواجهة الشائعات كما تصورها رسول الله صلى الله عليه وسلم وهو تصور علينا محاكاته والاستفادة منه وتمثل أدواته وأساليبه**[٤٨]:

١- الإعلام عن الخطط والسياسات حيث أرسى النبي صلى الله عليه وسلم مبدأ الاطلاع من جانب الناس على الخطط والسياسات قبل حدوثها بوقت كافي حيث لا يحدث فراغ في المعلومات يؤدي إلى انتشار الشائعات، فقد أعلم الرسول صحابته في المرحلة السرية من تاريخ الهجرة إلى المدينة فقد قال لأبي ذر الغفاري وهو من السابقين إلى الإسلام "إنما قد وجهت إلى أرض ذات نخل لا أراها إلا يثرب".

٢- معالجة الظواهر الناجمة عن سوء الفهم كان يحدث أحياناً أن يفهم البعض أموراً على غير ما قصده الرسول أو يدرك أمراً إدراكاً لا يستقيم مع روح الإسلام ومبادئه عند ذلك كان النبي لا يدع هذه المواقف تمر دون أن يوضح للناس ما خفي عليهم أمره حتى لا تسري الشائعات بينهم.

٣- التصدي السريع للشائعات علمنا الرسول أن نتصدى للشائعة على وجه السرعة حتى لا يتفاقم تأثيرها السلبي عن طريق الإعلام الصادق في غزوة حنين.

٤- إرساء قواعد المهنية الإعلامية وضع الإسلام قواعد الممارسة الإعلامية التي تكفل توافر المعلومات الصادقة، قال تعالى **(وَجِئْتُكَ مِن سَبَإٍ بِنَبَإٍ يَقِينٍ)** سورة النمل/٢٢، ونوه الرسول إلى ضرورة ألا يتحرك الإعلامي أو ناقل الخبر من دوافع غضب أو حقد على من يتحدث عنهم فقد قال لزيد بن أرقم وهو ينقل مقولة السوء التي قالها "عبدالله بن أبي" يا غلام لعلك غضب عليه.

٥- عدم التعجل في الحكم على الأحداث وجه القرآن الكريم أولئك الذين بظواهر الأمور قبل التحقق منها فينشرونها إلى ضرورة أن ترد الأمور إلى أصحاب المعرفة وأصحاب الأفكار القوية الواضحة وإلى المسئولين فإنهم أدري وأعرف ببواطن الأمور، **(وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ ۖ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَىٰ أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنبِطُونَهُ مِنْهُمْ)** النساء/٨٣.

فـروض الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى التحقق من صحة أو خطأ مجموعة من الفروض في ضوء الهدف الرئيسي وهو انتشار الشائعات وتداولها بين أفراد المجتمع المصري وخاصة طلاب الجامعات بعد فترة التحول الديمقراطي وانتهاء حكم جماعة الإخوان المسلمين والتعرف على دور وسائل الإعلام المعارضة والمؤيدة للإخوان في نشر الشائعات، **وتمثلت هذه الفروض في الآتي:**

١- الفرض الأول وجود حالة من الانفلات المعرفي وانتشار العديد من الشائعات دون التحقق من صحتها.

٢- الشائعات تنتشر في أي مجتمع من المجتمعات خاصة إذا كان هناك قطبية أو فئتين متصارعتين أو ذو اتجاهين مختلفين ووجود قطبية داخل المجتمع الواحد.

٣- توجد علاقة ذات دلالة معنوية إحصائية بين انتشار الشائعات عبر وسائل الإعلام وكل فئة مؤيدة للأيديولوجية الفكرية الخاصة بها والتي تتبناها.

٤- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة معنوية بين الشائعات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والأمنية وانتهاء حكم جماعة الإخوان المسلمين.

٥- انتشار العديد من الشائعات المتعلقة بالأمن لإعطاء الإحساس بعدم الأمن والأمان للمواطنين.

٦- الشائعات تعمل على تفتيت أواصر أي مجتمع من المجتمعات.

٧- يمكن مواجهة الشائعات بالمنطق وإبراز الحقائق والأرقام.

٨- الإسلام دين واجه الشائعات بالحجة والبرهان.

تساؤلات الدراسة :

اقترحت الدراسة عدة تساؤلات وذلك أيضاً في ضوء الهدف الرئيسي للدراسة هو انتشار وتـداول الشائعات بين طلاب الجامعات في المجتمع المصري وذلك أثناء فترة التحول الـديمقراطي ومـرور مصر بثورتين غيرتا مسارات الديمقراطية في المجتمع المصري وكذلك فـي المجتمعـات العربيـة الأخرى، **وهذه التساؤلات كالآتي:**

١- ما هي أهم المصادر الرئيسية لنشر الشائعات والعمل على نشرها بين طلاب الجامعات المصرية؟

٢- هل هذه الشائعات لها هدف سياسي أم اجتماعي أم أمني أم اقتصادي؟

٣- ما مدى الاعتقاد بصدق هذه الشائعات من جانب طلاب الجامعات؟

٤- هل توجد جماعات مرجعية تعمل على نشر هذه الشائعات ومن أغراضها نشر هذه الشائعات؟

٥- هل طلاب الجامعات يتقبلون الشائعات على مجملها دون إعمال العقل حول هذه الشائعات؟

٦- ما هي أهم الشائعات التي تداولها طلاب الجامعات المصرية خلال فترة التحول الديمقراطي؟

٧- هل الشائعات السياسية هي الأكثر انتشاراً أم الشائعات الاقتصادية أم الشائعات العسكرية والحربية أم الشائعات الاجتماعية؟

٨- ما هي الجهات المعنية بالرد على الشائعات المنتشرة، وهل وجدت جهة معينة قامت بذلك أم لا ؟

٩- ما هي وجهة النظر الإسلامية حول انتشار هذه الشائعات وكيفية مواجهتها من منظور إسلامي؟

منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

هـذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية الكمية التي تعتمد على منهج المسح وذلك عن طريق مسح عينة من جمهور افراد الدراسة وهم طلاب الجامعات باستخدام استمارة استبيان حيث يعد منهج المسح نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية ويمكن تعريفه بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم(٤٩)، ويعتبر منهج المسح بمستواه الوصفي وهذا المنهج من المناهج الرئيسية لدراسة الجمهور حيث يسمح بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد(٥٠).

كما أن هذا النوع من الدراسات تتيح استخدام الأساليب الإحصائية مثل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والخطأ المعياري وتحليل البيانات في اتجاه واحد ANOVA في الإجابة على أسئلة الدراسة وكذلك للتحقق من فروض وتساؤلات الدراسة لتحقيق المزيد من الدقة في النتائج والعرض المتزن، وتتيح الفرصة للباحث للشرح والتعليق والتفسير وسرد النتائج العلمية وربط المتغيرات ببعضها في حالة وجود علاقة والتحقق من النتائج بأسلوب كمي، ويعد هذا التكامل من سمات المنهجية المميزة لدراسات الرأي العام والاتصال السياسي والاجتماعي.

تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جزءين رئيسيين هما:

١ – المجـــال البشـــري:

وهم طلاب الجامعات المصرية ومدى انتشار تداول وتناقل الشائعات بينهم والتعرف على أهم مصادر الشائعات بالنسبة لهؤلاء الطلاب وما هي أكثر الشائعات رواجاً بين مجتمع الطلاب الجامعيين.

وتم اختيار طلاب جامعة القاهرة طلاب جامعة المنصورة وطلاب جامعة الأزهر بالقاهرة وطلاب جامعة الزقازيق وطلاب جامعة كفر الشيخ للتعرف على أهم الشائعات ومصدرها وتأثيراتها على هؤلاء الطلاب.

٢ – المجـــال المكانـــي:

جامعة القاهرة، وجامعة الأزهر بالقاهرة، وجامعة الزقازيق، وجامعة المنصورة، وجامعة كفر الشيخ ويمثلون خمس جامعات مصرية ضمن نطاق جمهورية مصر العربية، ويعتبرون أكثر الجامعات تداولاً للشائعات وكذلك وقوعاً لأحداث العنف فيهم أيضاً وذلك لأن الباحث ينتمي إلى محافظة الشرقية ويعمل بجامعة كفر الشيخ.

ومما يدل على أن هذه الجامعات شهدت أعمال عنف عديدة ما تناولته صحيفة الأهرام تحت عنوان "الهدوء يسود الامتحانات بجامعة الأزهر، عزب لن نسمح بالشغب ولا تهاون مع مخالف"(٥١). وأيضاً خبر تحت عنوان "حريق بالمدينة الجامعية بالأزهر والقبض على ٩ وإصابة ٣ وضابط في اشتباكات الأمن وطلاب الإخوان، هدوء بعين شمس ومشاغبات في الزقازيق والمنصورة وأمن نسائي في القاهرة"(٥٢). وكذلك ما شهدته جامعة القاهرة من تفجيرات وعنف وجامعة الزقازيق ووفاة طالب بهندسة الزقازيق في أعمال عنف وشغب. **وأجريت الدراسة** في هذه الجامعات الخمس على حد سواء وتم اختيار ١٠٠ مفردة من كل جامعة على حد سواء لضمان تمثيل متساو لكل جامعة من حيث عدد المفردات. **واعتمدت الدراسة** على العينة العارضة Accidental sample وهي العينة المتاحة من طلاب الجامعات الخمس التي تم تحديدهم وتم إجراء الدراسة على الطلاب الذين تم مصادفتهم وأتيحت مقابلتهم(٥٣)، ويسمى هذا بأسلوب العينة المتاحة أو العارضة لأنه هو ما أتيح بالفعل للباحث أو لأن أفرادها جاءوا دون ترتيب مسبق(٥٤).

المجـال الزمني للدراسة:

تم تحديد الفترة الزمنية منذ ٢٠١٣/٦/٣٠ حتى ٢٠١٣/١٢/٣١ وذلك لأن هذه الفترة شهدت مصر تحولاً كبيراً بعد انتهاء حكم جماعة الإخوان المسلمين وعزل رئيسهم محمد مرسي، وشهدت مصر الكثير من الشائعات والأقاويل التي تناثرت في كل أرجاء مصر بعد انتهاء حكم الإخوان. تدخلت بعض الدول في تأجيج الموقف داخل مصر وكان ذلك بدوره عامل رئيس لنشر الشائعات والفتن داخل المجتمع المصري، وأن هذه الفترة شهدت العديد من الشائعات التي روج لها في كل جامعات مصر.

اختيار عينة الدراسة:

أجرى الباحث هذه الدراسة على عينة من طلاب الجامعات المصرية قوامها ٤٥٨ طالب وطالبة جامعية بهدف التعرف منهم على أهم الشائعات تداولاًوانتشارا وتم تضمين الاستمارة لمجموعة من الاسئلة التى تتناول موضوعات عن الشائعات فى المجتمع المصرى بينهم وتأثيراتها عليهم وكيفية مواجهة هذه الشائعات في حالة كذبها أو عدم صدقها ورؤية وتصور الإسلام لمواجهة الشائعات.

وتم استبعاد ٤٢ استمارة استبيان لعدم اتساق الإجابات التي جاءت من جانب الطلاب والطالبات ونظراً لوقوع أخطاء بالاستمارات أثناء تنفيذ الاستبيان على الطلاب والطالبات، **وكانت أهم خصائص عينة الدراسة كالآتي:**

جدول (١) يوضح خصائص عينة الدراسة من حيث النوع والجامعة

النوع ك، % / الجامعة	ذكور	إناث	ك	%
جامعة القاهرة	٦٨	٢٧	٩٥	٢٠.٨
جامعة كفر الشيخ	٥٣	٣٨	٩١	١٩.٨
جامعة المنصورة	٦٥	٣٢	٩٧	٢١.٢
جامعة الأزهر	٧٤	١٤	٨٨	١٩.٨
جامعة الزقازيق	٤٨	٣٩	٨٧	١٩
الإجمالـــي	٣٠٨	١٥٠	٤٥٨	%١٠٠

تصميم استمارة الاستبيان:

اعتمدت الدراسة الميدانية في الإجابة على تساؤلاتها على استمارة الاستبيان التي تم تصميمها لجمع البيانات من المبحوثين بطريقة منهجية معدة مسبقاً ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكـار معينـة وذلـك للوصول إلى أسباب تناقل وتداول الشائعات وتأثيراتها على طلاب الجامعات وما هي مصادرها ومـن أجل التحقق من فروض وتساؤلات الدراسة أيضاً بشكل علمي دقيق.وتم تطبيق استمارة الاستبيان على طلاب الجامعات الخمس وذلك بهدف التعرف على ارائهم ووجهة نظرهم فـي موضـوع الشـائعات وانتشارها فى المجتمع المصرى بعد ثورة يناير والاحداث التى شهدها المجتمع المصرى خلال فتـرة التحول الديمقراطى حيث تم تطبيق الاستبيان على الجامعات الخمسوكانت كالاتى٠ جامعـة تاقـاهرة (٩٥) استمارة استبيان جامعة كفر الشيخ(٩١) استمارة جامعة المنصورة(٩٧) وجامعة الازهـر(٨٨) استمارة واخيرا جامعة الزقازيق(٨٧) استمارة

اختبار صدق صحيفة الاستبيان:

لقيـاس صدق صحيفة الاستبيان واستمارة الاستقصاء تم الاعتماد على أسلوب الصدق الظـاهري وذلك من خلال عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين(*) لمعرفة صـحة ومنطقيـة أسـلوب القياس ومدى ملائمة الأسئلة لطلاب الجامعات المصرية وهل تتماشى الأسئلة معهـم، وتـم إجـراء التعديلات المطلوبة بناءاً على حذف وإضافة بعض الأسئلة لتكون بشكلها النهائي.

اختبار ثبات صحيفة الاستبيان:

ويتمثل في الوصول إلى نفس النتائج السابقة التي تم الوصول إليها من قبل ولذلك تم إعادة نفـس الاستبيان على مجموعة من طلاب جامعة كفر الشيخ قوامها ٣٠ مفردة، وتم الحصول على إجابـات متسقة مع الإجابات السابقة بنسبة ٩٥% وتتماشى مع سابقتها لذلك كان هناك دقة في الاستبيان القبلي والبعدي أثناء تطبيقه على طلاب جامعة كفر الشيخ، وتناسبت الإجابات البعدية مع الإجابات الأوليـة أثناء تطبيق استمارة الاستقصاء على الطلاب من عينة مماثلة للعينة الأصلية التي تم إجـراء البحـث عليها وذلك بهدف فهم مفردات العينة للأسئلة ودرجة وضوحها وسهولتها ومدى تجاوب المبحوثين مع أسئلة الاستبيان(٥٥).

نتائج الدراسة الميدانية :

جدول رقم (٢) يوضح درجة أهمية موضوعات الشائعات

درجة الاهمية / موضوع الشائعات	درجة الأهمية						الإجمالي		المتوسطات الحسابية		
	بدرجة كبيرة		متوسطة		غير هامة						
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	المتوسط الحسابي	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري
اغتيالات لعدد من المسئولين	٢٦٤	٥٧.٦	١٤٢	٣١	٥٢	١١.٤	٤٥٨	١٠٠	١.٥	٠.٣٢	٠.٦٩
عودة الرئيس مبارك للحكم	٧٠	١٥.٣	١٥٨	٣٤.٥	٢٣٠	٥٠.٢	٤٥٨	١٠٠	٢.٣	٠.٣٤	٠.٧٣
انقسام داخل الجيش	٢٨١	٦١.٤	٥٣	١١.٦	١٢٤	٢٧	٤٥٨	١٠٠	١.٦	٠.٤٠	٠.٨٧
وصول قوات أمريكية لمصر	٢٦٤	٥٧.٦	٨٧	١٩	١٠٧	٢٤.٤	٤٥٨	١٠٠	١.٦	٠.٣٨	٠.٨٣
تغيير وزاري	١٩٥	٤٢.٦	١٩٤	٤٢.٤	٦٩	١٥.١	٤٥٨	١٠٠	١.٧	٠.٠٣٣	٠.٧٠
إقالة وزير الداخلية	٢٨٢	٦١.٦	١٢٤	٢٧.١	٥٢	١١.٤	٤٥٨	١٠٠	١.٤	٠.٣٢	٠.٦٩
انهيار الاقتصاد المصري	٤٤٠	٩٦.١	١٨	٣.٩	–	–	٤٥٨	١٠٠	١.٠	٠.٠١٨	٠.٣٨
انفلات أمني وأخلاقي	٣٦٩	٨٠.٦	٧١	١٥.٥	١٨	٣.٩	٤٥٨	١٠٠	١.٢	٠.٠٢	٠.٥٠
ارتفاع في الأسعار	٣٣٤	٧٢.٩	٨٨	١٩.٢	٣٦	٧.٩	٤٥٨	١٠٠	١.٣	٠.٠٢	٠.٦٢
حوادث اختطاف	٣٣٣	٧٢.٧	١٢٥	٢٧.٣	–	–	٤٥٨	١٠٠	١.٢	٠.٠٢	٠.٤٤
حدوث فتنة داخل المجتمع	٣٨٨	٨٤.٧	٧٠	١٥.٣	–	–	٤٥٨	١٠٠	١.١	٠.٠١	٠.٣٦
عدم صرف مرتبات الموظفين	٣٥٠	٧٦.٤	٧٢	١٥.٧	٣٦	٧.٩	٤٥٨	١٠٠	١.٣	٠.٠٢	٠.٦١
انتشار عمليات التحرش	٣٨٨	٨٤.٧	٥٢	١١.٤	١٨	٣.٩	٤٥٨	١٠٠	١.١	٠.٠٢	٠.٤٨
إلغاء دعم التموين	٢٦٤	٥٧.٦	١٥٩	٣٤.٧	٣٥	٧.٦	٤٥٨	١٠٠	١.٥	٠.٠٢	٠.٦٣
إلغاء دعم المواد البترولية	٣٨٣	٦١.٨	١٤٠	٣٠.٦	٣٥	٧.٦	٤٥٨	١٠٠	١.٤	٠.٠٢	٠.٦٣

توضح بيانات الجدول أن نحو (٩٦%) من أفراد عينة الدراسة أ[illegible]