

الشائعات وطرق مواجهتها

■ د / النعمي السائح العالم

أستاذ مساعد - كلية الفنون والاعلام / جامعة طرابلس

المقدمة

تمثل الإشاعة عنصراً مهماً في نسيج كل ثقافة من الثقافات البشرية، وهي وليدة مجتمعها، وتعتبر تعبيراً عميقاً عن ظروفه النفسية، والاجتماعية، والاقتصادية، ولذلك تعد المفتاح الذهبي لدراسة المجهل العميقة لهذا المجتمع وتحديد ملامحه وخصائصه، ولا يوجد مجتمع بشري بدون شائعات فقد عرفها الإنسان منذ فجر التاريخ وأولاهها الباحثون قدراً كبيراً من الاهتمام و هي شكل من أشكال الاتصال الإنساني المنطوقة، أو المكتوبة أو الرمزية تعبر عن مضمون أو رسالة تحتمل الصدق أو الكذب وتتوافر على عناصر الاتصال الأساسية وهي: المرسل (المصدر) والرسالة أو المضمون والأداة التي يتم بها نقل الرسالة ثم المستقبل أو الجمهور الذي يتأثر بشكل أو بآخر بمضمون هذه الرسالة وبخاصة في الظروف غير الطبيعية كما في حالات الأزمات الاقتصادية والحروب وفي حالات الكوارث الطبيعية كالزلازل والعواصف والبراكين. إن الإشاعة وباء نفسي واجتماعي خطير يصعب التخلص منه، وهي أشبه بالفيروسات التي تهاجم جسم الإنسان، فتشل تفكيره وتفتك بحياته و حياة المجتمع، فكل فرد أو جماعة أو مجتمع عرضة للإصابة بهذا الوباء الاجتماعي القديم الحديث، ونظراً لما للإشاعة من آثار نفسية سلبية على حياة الأفراد والجماعات والمؤسسات، بل والمجتمع بكامله. فقد أنشأت الدول المتقدمة أجهزة خاصة لمقاومة الإشاعات والتصدي لها، وبخاصة في حالات الحروب، والاضطرابات، وتصدى لها علماء النفس والاجتماع ورجال السياسة والاقتصاد والإعلام لما لها من نتائج سلبية على نفسية المدنيين والعسكريين في السلم والحرب.

وفي هذه الدراسة سوف نحاول مناقشة واقع الإشاعة وتبيان مخاطرها وسبل احتوائها ومواجهتها والحد منها من خلال عدد من المحاور.

مشكلة الدراسة :

تأتي إشكالية الدراسة في مجال الإشاعة في غياب مفهوم واضح لأهميتها ودورها في التأثير على المجتمعات وغياب المعرفة بالأسس العلمية التي تحكمها، بناء على ما سبق يمكن

صياغة إشكالية الدراسة في «ان الواقع الراهن للعالمين العربي والإسلامي يعكس واقع البلبلة الفكرية والتشويش الذهني والتشتت النفسي الذي نعيشه بفعل الحملات النفسية والدعائية المستمرة والموجهة إلينا من قبل الآخر في إطار الحرب ضد الإرهاب والشرق الأوسط الكبير وصراع الحضارات وفي ضوء هذا الواقع فإن الشائعات التي نتعرض لها لم تبق مجرد فعل تلقائي أو نشاط عفوي ولكنها وسيلة نشاط مخطط ومدبر ومرسوم ومستمر.

أهمية الدراسة:

تتميز هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات باهتمامها بموضوع الإشاعة وبمحاولة المساهمة في تقديم إضافة نوعية متكاملة الأطر والجوانب في دراسة الإشاعة وذلك من خلال البحث والكشف عن دورها وأهميتها ومدى تأثيرها على المجتمعات وتحديد طرق مقاومتها والتصدي لها. كما ان هذه الدراسة تقدم إطارا نظريا ومنهجيا ، يمكن من خلاله التفاعل مع الانعكاسات السلبية والإيجابية لمفهوم الإشاعة، ومحاولة وضع صانعي القرار السياسي والمخططين للإعلام إمام مسؤولياتهم تجاه التداعيات ، التي يمكن ان تترتب على ذلك .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن الأبعاد الاجتماعية والنفسية وراء انتشار الإشاعات في المجتمع، وماهي الأسباب الدافعة لمروجي الإشاعات في تلفيقها والحرص على انتشارها بين قطاعات معينة من أفراد المجتمع وما هي الآثار الاجتماعية والنفسية والسياسية والاقتصادية التي تتسبب فيها الإشاعات التي تنتشر بين الحين والآخر في وسائل الإعلام المختلفة وبين وسائل وقنوات التواصل الاجتماعية وتؤثر بشكل مباشر وغير مباشر في تغيير اتجاهات أفراد المجتمع نحو قضايا مجتمعية وسياسية أو اقتصادية.

تساؤلات الدراسة :

تسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- 1 . ماذا يقصد بالإشاعة وما الأسباب المختلفة لأهمية دراستها ؟.
- 2 . ما المراحل المختلفة لتطورها ؟.
- 3 . ما الوظائف المميزة لها وما خصائصها وما الآثار الناجمة عنها ؟.
- 4 . من ينشر الإشاعة وكيف يتم تداولها بين الناس وماهي الصفات والخصائص النفسية لهؤلاء ؟.
- 5 . ما الأنواع المختلفة للإشاعة ؟.
- 6 . ماهي الطرق المختلفة لمواجهة الإشاعة والتصدي لها ؟.

منهج الدراسة :

تم استخدام المنهج التحليلي كمنهج للمعالجة للوقوف على الجوانب الأساسية للإشاعة مع الاستعانة بالمنهج التاريخي.

أدوات الدراسة :

اعتمد الباحث في جمع أوليات موضوع الدراسة الحالية على الأسلوب المكتبي وذلك للإمام بجميع متطلبات الدراسة نظرياً حيث تم الاطلاع على الجانب المعرفي من الكتب والدراسات والبحوث والأدبيات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة بشكل عام.

محاور الدراسة :

معنى الإشاعة وتعريفها :

هناك معانٍ وتعريفات للإشاعة لغة واصطلاحاً، فالإشاعة لغة: كما ورد في معجم لسان العرب لابن منظور - شاع الخبر: انتشر وذاع وظهر، ويقال رجل مشيع يعني مذياع لا يكتفم سراً، والشاعة: الأخبار المنتشرة⁽¹⁾ وجاء في معجم الوسيط ان الشائعة أو الإشاعة تعني الخبر ينتشر غير مثبت به، فالإشاعة والشائعة والشاعة كلها تحمل نفس المعنى ألا وهو نشر الأخبار والمعلومات دون التثبت منها.⁽²⁾ وأما الإشاعة اصطلاحاً فهناك عدة تعريفات وردت في القواميس المتخصصة وفي كتابات الباحثين المتخصصين في علم النفس وعلم الاجتماع نذكر بعضاً منها:

1 . الإشاعة: رسالة اتصالية غير مؤكدة المصدر تنقل من شخص إلى آخر وجهاً لوجه في حالة التفاعل الاجتماعي وتشير إلى شيء أو شخص أو وضع أكثر من كونها فكرة أو نظرية.

2 . الإشاعة تقارير لا أساس لها من الصحة يمكن أن تنتشر عن طريق الكلمة المنطوقة أو المكتوبة في الصحافة.

3 . الإشاعة: عبارة عن معلومات تذاع بطرق غير رسمية وتصدر من مصادر مجهولة.

4 . الإشاعة معلومة لا يمكن التحقق من صحتها ولا من مصدرها وتنتشر مشافهة.⁽³⁾

5 . عرفها البورت وبوسطمان عام 1947، بأنها خبر أو قضية أو اعتقاد محدد قابل للتصديق أو التكذيب يمرر من شخص إلى آخر عادة ما يكون مشافهة دون الإشارة إلى معايير أكيدة الصدق⁽⁴⁾.

ويمكن أن نستخلص تعريفاً عاماً للإشاعة في ضوء التعريفات السابقة فنقول: الإشاعة تقرير خبري مقتضب يتضمن معلومة أو خبراً قابلاً للتصديق والتكذيب غير معروف المصدر يتم تناقله مشافهة بطريقة غير رسمية في حالة الاتصال الشخصي وجهاً لوجه. أو رسمياً بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري: المسموعة والمرئية والمقروءة وذلك لتمرير معنى أو تشويه صورة أو للتأثير في شخص ما أو في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو

1 إبراهيم أحمد أبو عرقوب، سيكولوجية الإشاعة، دار الثقافة، عمان، 1994، ص 20 .

2 ابن منظور، معجم لسان العرب، المجلد الثامن، دار صادر، القاهرة، (ب.ت)، ص 35.

3 معتز سيف عبد الله : الحرب النفسية والشائعات ، دار غريب للطباعة والنشر ، القاهرة ، 1977 م ، ص 164 .

4 محمد عبد القادر حاتم : الإعلام والدعاية نظريات وتجارب ، الانجلو المصرية ، القاهرة ، 1972 ، ص 179 .

الدولي ، تحقيقاً لأهداف جهة المنشأ، سواء أكانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، أو ثقافية أو عسكرية.

أهداف الإشاعة:-

تهدف الإشاعات إلى تحقيق عدة أهداف قد تكون ايجابية إذا كانت موجهة للعدو في الخارج، وقد تكون سلبية مدمرة إذا كانت موجهة نحو الداخل للمجتمع المحلي أو مؤسساته أو بعض شرائحه أو فئاته بما تثيره من فتنة أو اضطراب على مستوى الفرد أو المجتمع.

ولعل أهم الأهداف الإيجابية في حالة توجيهها نحو العدو:

- 1 - خداع العدو وتضليله عن طريق تعقيم الأمور عنه وتعتيمها.
 - 2 - تحطيم إرادة القتال لدى العدو وإشاعة الفرقة والانقسام بين صفوفه: بين القائد والجيش أو بين العدو وحلفائه، أو بين الأغلبية أو الأقلية من سكانه أو بين الرجال والنساء.
- وأما الأهداف الضارة التي يمكن أن تحققها الإشاعة الموجهة نحو الداخل؛ أي نحو المجتمع وأفراده فتتلخص في: ⁽⁵⁾.

- 1 - بث الخوف والرعب والحقد والكراهية والعداوة وزرع بذور الفتنة والشك واليأس في نفوس أفراد المجتمع أو بعض فئاته.
 - 2 - تشويه صورة وسمعة الأفراد وخاصة المرموقين في المجتمع أو بعض الجماعات والمنظمات والتقليل من شأنهم.
 - 3 - إضعاف وحدة الصف بين الأفراد والجماعات والمؤسسات وبث بذور الريبة والشك في الأنشطة والبرامج التنموية والإصلاحية في المجتمع.
- و لا تخلو الإشاعة الموجهة نحو الداخل من تحقيق بعض الأهداف الإيجابية إذا ما أحسن حيكها وصياغتها وتوقيتها ولعل أهمها:

أ - تكوين رأي عام أو جس نبض الشارع، والتعرف على اتجاهاته حول موضوع معين، ومهم يلامس حياة الناس عموماً، فقد تكون الإشاعة عبارة عن بالون تجريبي يطلق للتعرف على ردة فعل الجماهير قبل اتخاذ أي قرار بشأنها، كما تستخدم الإشاعة أيضاً للتعبيئة الجماهيرية.

ب - قد تهدف الإشاعة الداخلية إلى تقوية الروح المعنوية للجماهير خاصة وقت الأزمات والحروب والكوارث الطبيعية.

خصائص الإشاعة:

إن الإشاعة تتسم ببعض الخصائص بعضها يرتبط بحالة الإشاعة وطبيعتها وبعضها

5 محمد كمال القاضي: الدعاية السياسية والحرب النفسية، المركز الاعلامى للشرق الأوسط، القاهرة، 1997، م، ص 127.

الأخر يرتبط بواقع المجتمع وحالته النفسية والاجتماعية، ومن ثم تعكس الإشاعة هذا الواقع وتعبّر عنه.

ومن الخصائص المرتبطة بطبيعة الإشاعة ذاتها:-

1 . الإشاعة هي عملية نشر المعلومات وبخاصة إذا ارتبطت بموضوع هام ونشرت في ظروف يتعذر معها التأكد من صحتها أما إذا عبرت تعبيراً عما يجري في عقول الناس فيمكن استخدامها كمؤشرات للرأي العام، أو كأسلوب وقائي كما يحدث في الحروب النفسية أو المعارك الانتخابية.

2 . أنها تحتل الصدق والكذب، فقد تحتوي الإشاعة على بعض المعلومات الصادقة المتعلقة بموضوع أو موقف ما كالإشاعة حول زيادة مرتبات الموظفين، وقد تكون الإشاعة كاذبة وقد يكون جزءاً من الإشاعة صادقاً والجزء الآخر كاذباً كما يحدث عند تسريب أسماء محتملة وغير محتملة لترشيح أعضاء الحكومات في بعض الدول، وإن كانت بعض الأسماء صحيحة والأخرى كاذبة لغرض جس النبض (للرأي العام) حول أسماء المقبولين وغير المقبولين.

3 . يمكن أن تنطلق الإشاعة بسهولة، ولكن ليس من السهل إيقافها، فالإشاعة إذا ما توفرت التربة الصالحة لها يصعب إيقافها، فهي تسير الآن بسرعة الصوت والضوء عن طريق الأقمار الصناعية.

4 . ومن الخصائص الأساسية للشائعات أنها غالباً ما تكون مشحونة بشحنة انفعالية ووجدانية قوية، فالإشاعات المحايدة لا تنتشر كثيراً أما الإشاعات التي تكون مملوءة بالأمانى والآمال والأحلام ((الإشاعة الوردية)) تنتشر بسرعة كإشاعة انتهاء الحرب في بحر شهر أو منح مكافأة.. كما أن الإشاعات السوداء التي تحمل مشاعر تتضمن الكراهية والعداء أو التفرقة من الشائعات الأكثر انتشاراً والأكثر سرعة في انتقالها من غيرها.⁽⁶⁾

5 . إن مضمون الإشاعة ومحتواها يتعرض دائماً إلى التغيير والتسوية والتعديل أثناء ترويجها، فقد يتم عند الرواية التركيز على بعض الجوانب والمبالغة فيها واستبدال بعضها الآخر، مما يغير من حقيقة الأمر، وتؤكد الدراسات إن الإشاعة أثناء مسيرتها الروائية تميل إلى أن تكون أيسر وأقصر وأسهل فهماً واستيعاباً.

وهناك بعض الخصائص التي تعكس حالة المجتمع وظروفه وتعبّر الإشاعة عنه وهي:-

1 . إن الإشاعة تظهر وتنتشر في المواقف المحرجة وفي حالات الاضطراب وخاصة عندما يسود القلق والفوضى حياة الأفراد، والجماعات أو المجتمع، كما هي الحال في

6 مختار التهامي: الرأي العام والحرب النفسية، دار المعارف، القاهرة، 1982م، صص 114-115 .

حالات الحروب والأزمات الاقتصادية والاجتماعية، وفي حالات الكوارث الطبيعية كالزلازل والبراكين والأعاصير.

2 - عادة ماتكون الإشاعة استجابة للمواقف والظروف التي يسودها الغموض وعدم الوضوح، فحيث لم تتوفر المعلومات أو الحقائق عن الحالة أو الموقف للناس وهم في أمس الحاجة إليها آنذاك تأتي الشائعة لتلبية تلك الحاجة فتكون بمثابة التربة الخصبة لظهورها وانتشارها.

3 - إن الإشاعة عادة ما يكون موضوعها قضايا مهمة تمس حياة الناس الاقتصادية أو السياسة أو الاجتماعية، فالإشاعة تحمل مضموناً أو رسالة لها علاقة مهمة بحياة المجتمع.⁽⁷⁾
وظائف الإشاعة:

1 - الوظيفة الأساسية للإشاعة هي إذكاء روح ومشاعر القلق أو الخوف أو الرعب أو الشك أو التوترات العاطفية أو الشك لدى الجمهور المستهدف في وقت محدد، وفي حالة وجود موقف غامض وبخاصة في أوقات الأزمات والكوارث الطبيعية و الحروب، والرخاء والكساد الاقتصادي، وهي الظروف التي تسهم في إنتاج وترويج الشائعات. ولذلك تعتبر الإشاعة خطراً يهدد المجتمعات فقد تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع من خلال دورها في خفض الروح المعنوية أو في إشاعة الفوضى، ومن خلالها يمكن أن تتبدل وتتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم، ويمكن أن يعزف الناس عن شراء منتج أو زيارة مكان أو تأييد سياسة أو اتخاذ موقف مؤيد.. فالإشاعة يمكن أن تؤثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، والثقافة النفسية، وأيضاً يمكن لها التأثير في العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات.

2. التنفيس:

يمكن للإشاعة أن تساعد على التنفيس عن مشاعر القلق أو الخوف أو الرعب أو الشك أو التوترات العاطفية من خلال وظائفها الفرعية الأخرى: الشرح، التبرير، التفسير، التخفيف، الإسقاط بما يساعد على مواجهة المواقف الطارئة والأزمات وبصورة تؤدي من خلال توفير فرص الحل لتماسك المجتمع ورفع الروح المعنوية، فالإشاعة كما يقول الدكتور لويس كامل مليكة في كتابه سيكولوجية الجماعات والقيادة⁽⁸⁾ تساعد على التنفيس عن التوترات الانفعالية التي يعاني منها الأفراد، فالفرد قد يصدق الإشاعات التي تدور حول خسائر الحرب، كي تشرح له أسباب توتره وقلقه.

هذا ولا تقتصر أهمية موضوع الإشاعة على ارتباطه بإشباع الحاجات العضوية، أو

7 محمد منير حجاب: الحرب النفسية، دار الفجر، القاهرة، 2005، ص 181_190.
8: مركز بحوث الرأي العام، مجلة الرأي العام، كلية الإعلام القاهرة، أغسطس 2005 م، ص 22

الانفعالية فقط، ولكنها ترتبط بحب الاستطلاع والرغبة في المعرفة والجري وراء المعنى. والميكانيزم الرئيسي في هذه الإشاعات هو الإسقاط غير المباشر ولا نعني به نسبة الانفعالات إلى الآخرين. ولكنه شرح المشاعر شرحاً مقبولاً عن طريق النظر إلى السلوك المفترض للآخرين، على أنه سبب معقول للمشاعر، فعندما نصدق أموراً معينة عن الآخرين فإننا نعرب عن شعورنا بالذنب عن ارتكاب بعض الأفعال، ويقل تصديقنا للإشاعة إذا لم نكن في حاجة إلى عملية الإسقاط هذه.

3. الرغبة في الظهور:

وهناك وظيفة أخرى للإشاعة وهي الرغبة النفسية للأفراد من خلال جذب الانتباه عن طريق الظهور بمظهر العالم ببواطن الأمور، ومنها ما يتمثل في مجرد الرغبة في نقل ما يحب الآخرون سماعه من أمور أو فضائح أو جرائم، ومنها مجرد الرغبة في وصل الحديث عن طريق تكرار ما سبق سماعه من مصادر أخرى ومنها أيضاً الرغبة في الظهور بمظهر معين أمام الآخرين⁽⁹⁾.

4. المساعدة على فهم الواقع الغامض:

فالإنسان منذ أقدم العصور يتساءل ما الحقيقة وما الواقع، والطفل في سن مبكرة يحاول أن يحصل على إجابات متعددة عن أسئلته التي تبدأ بماذا؟ ويتعلم عن طريق ما يروى أمامه من والديه أو من المصادر الأخرى بأنماط مختلفة مثل: يقولون، سمعت اليوم، أظن، تقول الإذاعة كذا، يقول التلفزيون كذا، سمعت من جارنا أن. وبهذا تكون الإشاعة لونهاً من ألوان خلق الرموز، كما أنها نوع من أنواع الحياة الخيالية، يقول روبرت ناب «تقوم الإشاعة عن الرغبة في تفسير العالم تفسيراً ذا معنى، وكذلك من الرغبة في نفس الوقت في إرضاء النزعات الإنسانية أو التعبير عنها».

فوظيفة الإشاعة هي التعبير العاطفي، والتفسير الإدراكي، وهي تعيش على الغموض وعلي النزعات الحادة».

ظهور الإشاعة ومراحل انتشارها:-

تظهر الإشاعات وتنتشر إذا ما توفرت الشروط المناسبة لها، ولعل أهم الشروط التي يجب أن تتوافر لظهور الإشاعة هي⁽¹⁰⁾.

أ - الغموض: ويعني عدم وضوح الموقف أو الحالة، وتضارب الآراء حوله. فعندما يطلب الناس المعلومات عن الموقف ويبحثون عن حقيقته ولا يجدونها، فيكتنف حياتهم الغموض، وقد يصيب مصيرهم القلق، والاضطراب. وهم في هذه الحالة في أمس الحاجة إلى

9 هالة منصور:الاتصال الفعال . مفاهيمه وأساليبه ومهاراته ، المكتبة الجامعية ، القاهرة، ص18 .
10 صلاح مخيمر : سيكولوجية الإشاعة، مكتبة سعيد رافت ، القاهرة ص 298.

تلبية حاجاتهم النفسية للمعلومات، فيقوم مروجو الإشاعات بالاستجابة لمطالبهم فتظهر الإشاعات وتتاقلها الألسن بسرعة هائلة، وذلك لأن الناس قد وجدوا ضالتهم المنشودة في الأخبار التي تحملها الإشاعة حتى وإن كانت كذبة أو مشوهة.

ب. قد لا يكون الغموض وحده كافياً لظهور الإشاعة ؛ بل لابد أن يكون هذا الغموض حول موضوع أو قضية له أهمية في حياة الناس، ويمس جانباً من جوانب حياتهم السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، فالإشاعات التي لاترتبط بحياة المجتمع أو رموزه أو نظمه لا تنتشر كثيراً ولا تعيش طويلاً.

ج. التهيئة النفسية للجمهور كما سبقت الإشارة إلى خصائص الإشاعة التي تعكس حالة المجتمع أو الجمهور، فتظهر الإشاعة عندما يكون المجتمع مهيباً نفسياً لقبول الإشاعة وترديدها، وبخاصة في مواقف الحرج والاضطراب والكوارث.

مراحل انتشار الإشاعة:

تمر الإشاعة عادة بثلاث مراحل وأطوار هي:

1 - مرحلة الولادة والظهور.

2 - مرحلة الانتشار والتمدد.

3 - مرحلة الموت والاندثار.

1 - ففي المرحلة الأولى يتم إنتاج الإشاعة وإظهارها، ويقوم مروجو الإشاعات سواء من الداخل أو من الخارج باختيار الوقت المناسب لحاجة الناس إلى المعلومات والأخبار، فيطلقون الشرارة الأولى للإشاعة، وحسب طبيعة الهدف منها يكون نوعها، فإذا كانت بهدف زرع بذور الفتنة والكراهية مثلاً بين الأفراد والجماعات أو بين الأقلية والأغلبية من السكان أو بين السلطة والجماهير، فإنها ستكون من النوع الأسود المدمر. ويكون مصدرها غالباً الأعداء سواء من داخل أبناء البلد أو من الأعداء في الخارج.

2 - وفي المرحلة الثانية تنطلق الإشاعة، وتبدأ في الانتشار بين الناس ويلعب أغلب الناس دوراً في الإشاعة سواء بالترويج لها عن طريق الحديث والرواية أو بالاستماع والتعليق والتفسير سلباً أو إيجاباً. ويتخذ الانتشار والشيوخ للإشاعة عدة صور وأشكال، فهي قد تكون بطيئة، أي تزحف وتحبو ببطء فيتناقلها الناس همساً وبطريقة سرية إلى أن يعرفها الجميع في نهاية المطاف، وقد ظهرت عدة شائعات أثناء حرب الخليج الثانية عام 1990 عندما اجتاحت العراق الكويت، فشاعت في مصر عام 1991 إرسال جثث المصريين العاملين في الكويت والعراق في توابيت⁽¹¹⁾.

وقد يكون انتشار الإشاعة سريعاً فتنتشر انتشار النار في الهشيم أو تكون بسرعة البرق والصوت، وبخاصة في حالات الحروب والكوارث، حيث تتسابق الأحداث، وبتزايد اهتمام الناس بالأخبار ويترقبون الجديد منها ومن أمثلة ذلك في حرب الخليج الأخيرة ((الجبهة الإسلامية في السودان تطالب بضرب السد العالي والأهرامات في مصر)).

وقد يتخذ الانتشار شكلاً دورياً حيث تظهر الإشاعة فترة ثم تغطس أو تكمن فترة أخرى ثم تظهر من جديد، وذلك عندما تسمح الظروف بذلك، ويكون الموقف مشابهاً للموقف الأول، وهذا يعني أن الإشاعة تبقى مخزونة في ذاكرة مروجيتها ثم تعود لترويجها مرة أخرى بعد فترة الكمون تلك.

ومن أمثلة ذلك تلك الإشاعة التي ظهرت في أمريكا عام 1985 والتي تقول: بأن بعض الأمريكيين والأوروبيين والإسرائيليين يخطفون الأطفال من أمريكا اللاتينية ويذبحونهم من أجل استخدام أعضائهم في عمليات زرع لأفراد آخرين، ولكن هذه الإشاعة لم يتم تناقلها من قبل وسائل الإعلام مما أدى إلى اختفائها، غير أنها عادت إلى الظهور في شهر كانون عام 1987 فتناقلتها الصحافة العالمية ومحطات الإذاعة في أكثر من 50 دولة في العالم، وقد استمر عمر هذه الإشاعة منذ ولادتها حتى نهايتها ثلاث سنوات. (12)

3. مرحلة الموت والاندثار: وهي المحصلة النهائية والمال الأخير لعملية انتشار الإشاعة، فكل إشاعة مهما طال عمرها مألها إلى الزوال والفاء، فبعض الإشاعات قد تحيا ساعات أو أيام أو شهور أو سنوات وقد تستمر عدة قرون ومن الإشاعات التي عاشت قروناً عدة بعض الإسرائيليات الموجودة في بعض كتب التراث الإسلامي، مثل إشاعة صلب المسيح عليه السلام لدى المسيحيين من قبل اليهود في حين أن الحقيقة تقول إن الله قد رفعه إليه كما أخبرنا القرآن الكريم.

وهكذا تظهر الإشاعة وتنتشر بين الناس؟ وتساعد في ذلك مراحل وأطوار متعددة، وماكان للإشاعة أن ترى النور وتنتشر لو لم تجد آذاناً صاغية وألسنة حداد وأفواه تمتلئ بعبارتها وتردد حكاياتها، والأسئلة المطروحة الآن:

من ينشر الإشاعة؟ وكيف يتم تداولها بين الناس، وماهي الصفات والخصائص النفسية لهؤلاء الناس الذين يلعبون أدواراً متعددة في الترويج للإشاعة وانتشارها؟
لاشك أن الناس أفراداً وجماعات يختلفون في قدراتهم ويتميزون في سماتهم الشخصية، فظاهرة الفروق الفردية ظاهرة طبيعية وحقيقة واقعة بين الأفراد، ولكن إذا أردنا المقاربة بين هذه الشخصيات والأدوار التي يمكن أن تلعبها في نشر الإشاعة يمكن القول:

12 عزت الشريفي: مصدر سابق، ص 60.

- إن هناك نمطاً أو فئة من الناس تلعب دور الناقل أو المبلغ فحسب، وتكمن وظيفتها في إبلاغ الرسالة الاتصالية (الإشاعة) إلى الجمهور المستهدف وهو أهم الأدوار في عملية انتشار الإشاعة وتداولها بين الناس، وغالباً ما يتسم هؤلاء الناس بالسطحية في التفكير والسذاجة وعدم القدرة على النقد، ويميلون إلى الثرثرة وسرعة الحديث والاندفاع في إصدار الأحكام الجزافية، وتقبل الإيحاء من الآخرين والرغبة في إظهار الزهو بأنفسهم والافتخار بمواقفهم في الحياة وتقدير ذاتهم بصورة أعلى من الذات الواقعية لديهم.

- ونمط آخر أو فئة أخرى من الناس تأخذ دور المفسر للإشاعة حيث تقوم بشرح وتفسير الإشاعة وأبعادها، وتحليل مضمونها، ومحاولة فهم ما حدث، وما يمكن أن يحدث في المستقبل، ومثل هؤلاء غالباً ما يكونون أكثر عقلانية، ويتسمون بالتروي في إصدار الأحكام، والنظر إلى المستقبل والاستفادة من خبراتهم السابقة، ومحاولة صياغة مواقف الحياة وتصويرها عقلياً ولديهم قدرة على التفكير الناقد وإظهار الحجة والدليل.

وهناك فئة ثالثة تلعب دور المشكك في صحة الإشاعة، وهؤلاء هم الأكاديميون المثقفون والفئة الواعية في المجتمع، حيث يميلون إلى التشكيك في صحة الإشاعة لما سمعوا أو فرأوا، ويحذرون الناس منها، ويتسم هؤلاء باستخدام المنهج العلمي في التفكير، والتفكير الناقد، والقدرة على التحليل والاستنباط في ضوء خبراتهم العلمية ومهاراتهم العقلية.

وهكذا تصدق على هذه الفئات الثلاث الحكمة القائلة ((الجاهل يجزم، والعاقل يتروى، والعالم أو الباحث يشك؛ أي شكاً علمياً منهجياً في صحة الإشاعة)).⁽¹³⁾

وبالإضافة إلى ذلك فهناك فئة أخرى تلعب دوراً في ترسيخ صحة الإشاعة (الكاذبة) وهي فئة الانتهازيين أو متخذي القرارات كما يحلو للبعض تسميتهم، حيث تنتهز هذه الفئة الأخبار والمعلومات الواردة في تفاصيل الإشاعة لاتخاذ قرارات لصالحهم، فإذا ماسمعوا بأن هناك سلعة ما ستفقد من السوق أو سيرتفع سعرها، فيهرعون إلى شرائها بكميات كبيرة لغرض تخزينها إما لبيعها أو استعمالها، ومثل هؤلاء ينقصهم الوعي الكافي، وعادة ما يتسم هؤلاء بالاندفاعية والحرص الزائد عن حده ويميلون إلى الأنانية وتقدير مصلحتهم الشخصية دون الاهتمام بمصلحة الآخرين.

تصنيف الإشاعات وأنواعها:

هناك عدة تصنيفات للإشاعات تختلف باختلاف الأساس التي تعتمد عليه أو الزاوية التي ينظر إليها، فقد تصنف الإشاعات من حيث سرعة انتشارها إلى :-
إشاعة زاحفة وإشاعة دورية أو غاطسة وإشاعة اندفاعية سريعة كما سبقت الإشارة.
وتصنف الإشاعة من حيث موضوعها ودوافعها إلى إشاعة الخوف وإشاعة الكراهية

وإشاعة الشغب وإشاعة جس النبض الجماهيري (البالون التجريبي) إشاعة التبرير، إشاعة حرب الأعصاب، إشاعة دق الإسفين، إشاعة الخداع، إشاعة النكتة، إشاعة الأمل والحلم (الوردية) إشاعة قذف الأعراض.

ونتناول باختصار بعض هذه الإشاعات مع ذكر بعض الأمثلة عنها:-

1 . إشاعة الخوف والرعب:

وتهدف إلى بث الرعب والخوف في نفس الجمهور المستهدف، ومثال ذلك ماظهر في الحرب العالمية الثانية عندما أذاع راديو المحور (في ألمانيا) بأن النساء الأمريكيات العاملات أصبن بالعقم نتيجة عملهن في مصانع الإنتاج الحربي.

2 . إشاعة الكراهية والعداء:-

تهدف إلى إشاعة روح الحقد والكراهية لشخص أو جماعة أو مجتمع بعينه، ومن أمثلة ذلك ماشاع من أخبار عن مقتل الرسول ﷺ في معركة أحد، وكان مروج هذه الإشاعة أحد الكفار يدعي ابن قميئه الذي كان يكره الرسول ﷺ ولكن سرعان ما رد الرسول على هذه الإشاعة وكذبها حين أقبل إلى المسلمين ونهضوا معه لمتابعة القتال.

3 . إشاعة الشغب:

وتهدف إلى إطلاق الشرارة الأولى التي تؤدي بحادثة بسيطة إلى مظاهرات ومشاجرات ومن أمثلة ذلك ظهور إشاعة في مصر عام 1986 بزيادة مدة الخدمة الإلزامية من ثلاث سنوات إلى أربع سنوات مما أدى إلى احتجاج آلاف المجندين بسلك الشرطة المصرية وأدت إلى المصادمات ومقتل 25 فرداً.

4 . إشاعة جس النبض الجماهيري:

تهدف هذه الإشاعة إلى رصد ردود الأفعال لدى الجماهير تجاه شخص أو فكرة أو تطبيق قرار أو قانون معين ومحاولة قياس ردود الأفعال أو الرأي نحو ذلك الموضوع أو الشخص.

5 . إشاعة دق الإسفين:

تهدف هذه الإشاعة إلى التفريق بين الأفراد أو الجماعات أو بين الرئيس والمرؤوس، بين الحليف وحليفه أو بين الزوج وزوجته، وذلك عن طريق إحداث جو يسوده عدم الثقة بين تلك الأطراف.

ومن أمثلة ذلك ما أشاعه الصهاينة عام 1967 بعد احتلال غزة بأن النصارى ((المسيحيين الفلسطينيين)) طلبوا من سلطات الاحتلال تحويل الجامع الكبير بغزة إلى كنيسة)) فالهدف هو التفريق بين العرب من مسلمين ومسيحيين في فلسطين.⁽¹⁴⁾

وبالإضافة إلى ذلك فهناك أنواع أخرى من الإشاعات وهي حسب الجمهور المستهدف

14 عبد التواب إبراهيم رضوان: مصر والحرب النفسية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1988، ص 130

يمكن أن تصنف إلى:

الإشاعة الضردية: يدور موضوعها حول فرد مهم أو أسرة معينة أو مؤسسة بعينها.
الإشاعة الجماعية: كالتي يدور موضوعها حول جماعة أو تنظيم معين أو أقلية من السكان أو فئة بعينها وهناك
الإشاعة الدولية: التي يدور موضوعها حول شيء يهم الرأي العام العالمي.
مقاومة الإشاعة والسيطرة عليها:

يلاحظ أن جميع المجتمعات (وبدون استثناء) تتعرض لسيل من الإشاعات بعضها ايجابي مثل إشاعات جس النبض الجماهيري وإشاعات رفع الروح المعنوية وإشاعات الرد على العدو بإشاعة أقوى منها، والبعض الآخر إشاعات سلبية هدامة يجب التصدي لها ومقاومتها بكل السبل المتوفرة، وهذه مسؤولية جماعية تضامنية يتعاون في مقاومتها الأفراد والجماعات والمؤسسات في المجتمع لأن تأثيرها لا يقتصر على فرد أو جماعة، بل يمتد آثارها وأضرارها إلى المجتمع بكامله أو الأمة أو العالم أجمع.

وما انتشر الشائعات في أي مجتمع إلا دليل على وجود التربة الخصبة لنموها وانتشارها، ولقد اهتم علماء النفس بدراسة الشائعات وشائعات الحرب واعتبروا إن انتشار الشائعات يشير إلى مستوى الروح المعنوية ويدل عليها وقامت أغلب الدراسات التي تناولت الشائعات على أساس البحث في العناصر التالية:

- دراسة محتوى أو مضمون الإشاعة.

- دراسة دوافع الإشاعة.

- اتجاهات الناس نحو الإشاعة لمعرفة رأيهم عنها وردة أفعالهم.

- دراسة الآثار النفسية للإشاعة.

وقد استهدفت بعض الدراسات معرفة أنماط العلاقات الاجتماعية التي تنتشر فيها الشائعات بصور أوسع، والتعرف على الطرق التي يصدق بها الناس الشائعات، وأي العوامل النفسية والاجتماعية التي تساعد على انتشار الإشاعة.

ولكي نستطيع أن نتصدى للإشاعة ونعمل على مقاومتها لا بد أن نتعرف على طبيعة وشكل العلاقات الاجتماعية التي تنتشر فيها الشائعات أكثر من غيرها ونتعرف أيضاً على العوامل النفسية والاجتماعية التي تساعد على انتشارها. (15)

وقد تفيدنا نتائج الكثير من الدراسات التي تناولت موضوع الإشاعة حيث أنها توصلت إلى النتائج التالية:

- إن الشائعات تنتشر بسرعة أكبر داخل الجماعات التي توجد بينها علاقات اجتماعية

15 محمد عثمان الخشب - الشائعات وكلام الناس - أسرار التكوين وفنون المواجهة ، ، مكتبة ابن سينا ، القاهرة، 1996، ص 45.

على شكل شبكة، بينما يقل هذا الانتشار بين الجماعات ذات العلاقة الاجتماعية الأخرى. إن الإشاعات تنتشر بين الأفراد الذين يشاركون في النشاطات ذات العلاقة بموضوع الإشاعة؛ فالإشاعة المتعلقة بالبورصة أو التجارة أو أسعار الذهب تكون أكثر انتشاراً أو اهتماماً بها لدى المهتمين بمثل هذه المناشط.

ومن هنا يجب التركيز على هذه الفئة في حالة مقاومة الإشاعة والعمل على إزالة الغموض والتضارب الحاصل عن الموقف الذي تشارك فيه أو تهتم به. ولمقاومة الإشاعة لابد أن نتعرف أيضاً عن الطرق التي يصدق الناس بها الإشاعة، وفي هذا الصدد أوضحت نتائج إحدى الدراسات إن الناس أكثر تصديقاً للإشاعة إذا كانت تقدم على أنها واقعة حدثت فعلاً وليس مجرد أنها تمثل خبراً مثل: ((قالوا أن)) أو ((قيل إن)).

ويزداد تصديق الناس لها إذا ما اقترنت بواقعة واحدة حقيقية حتى ولو كانت بطريق الصدفة.

كما أن تكرار سماع الإشاعة يساعد على انتشار تصديقها وعلاوة على ذلك فإن العوامل النفسية والاجتماعية لحالة المجتمع تلعب دوراً في انتشار الإشاعة؛ بل وفي تصديقها ففي حالة الاضطرابات النفسية كالخوف والقلق والفوضى الناتجة عن الحروب والأزمات والكوارث الطبيعية يزداد انتشار الشائعات ويميل الناس إلى تصديقها لأنهم في حالة نفسية مهيأة لقبول الإيحاء دون نقد وتمحيص.

وهنا تلعب التوعية دوراً في بعث روح الاطمئنان لدى الأفراد والجماعات وبعث الثقة في النفس، وذلك بتقديم المعلومات والحقائق في وقتها المناسب فالوعي بما يجري من مواقف وأحداث من أفضل الطرق لمواجهة الإشاعة.

كما يجب التأكيد عند مقاومة الإشاعة على التعرف على حاجات الأفراد واتجاهاتهم نحو موضوع الإشاعة.

وسائل مقاومة الإشاعة:

إن وسائل مقاومة الإشاعة هي وسائل الإعلام بأكملها وكذلك خبراء العلاقات العامة وهي الوسائل التي تأخذ على عاتقها مهمة تنفيذ خطة مقاومة الإشاعة.

1. دور الصحف في مقاومة الإشاعة:

إذا ما أخذنا في الاعتبار أن الإشاعة هي الوجه الآخر للخبر أو أنها ((الخبر المكذوب)) وأن أسلوبها المبالغ في عرض الخبر وتضخيم تفاصيله فإن الواجب الأساسي الذي يجب على الصحف أن تقوم به في مقاومة الإشاعة هو أن تسعى سعياً حثيثاً وراء الأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الصادقة حتى تكون قادرة على الحد من تأثير الإشاعات ((

و حين تنشيط الأخبار وتفسر وتوضح تتجح في زحزحة الإشاعات عن محيط تأثيراتها، بل نراها تقضي عليها في مهدها أي قبل سريانها وجريانها⁽¹⁶⁾ إلا أن نشر الأخبار وتداولها قد لا يقضي على الإشاعة لذلك فإن تفسير الأنباء وتوضيح أركانها وحدودها يؤثر في تغلبها على الإشاعة، كما أن كم الأخبار وحده لا يكفي لمحاربة الإشاعة بمقدار نوعية هذه الأخبار لذلك فإن على الصحيفة أن لا تستमित في سبيل الحصول على الأخبار والفوز بالسبق الصحفي دون السعي وراء المصادر الأكيدة والموثوق منها في الأنباء ذلك أن الاندفاع وراء نشر الخبر بسرعة قد يدفع الصحيفة فيما بعد إلى تكذيبه والذي - أي التكذيب - لا يترك نفس الأثر الذي يتركه الخبر الأول والذي أصبح إشاعة وهنا تخسر الصحيفة الكثير من مكانتها. كما أن قدرة الصحف على مخاطبة قطاع عريض من الجماهير سواء بالكلمة المباشرة أو بالرسم الكاريكاتيري يوجب عليها أن تستخدم هذه الأساليب في مقاومة الإشاعات، وأخيراً فإن على الصحف أن لا تندفع وراء التشهير والتحطيم وإنما يجب أن تجعل من صفحاتها مجال لتبادل الأفكار دون أن تسمح بتصارع الأشخاص.

2. دور الإذاعة والتلفزيون في مقاومة الإشاعة:

إن ما للإذاعة والتلفزيون من قوة في الانتشار لمخاطبتها أكبر جمهور ممكن متعلم أو غير متعلم بالكلمة المسموعة والصورة المتحركة وأيضاً لما لها من قدرة على الانتشار السريع بين المجتمعات يجعلها من أهم وسائل مقاومة الإشاعة ناهيك عن بثها أيضاً، لذلك فإن دورها يقوم على تقديم البرامج الهادفة التي تسعى إلى خلق روح التفاهم والثقة بين الجماهير وبعضها البعض وبين الجماهير وقيادتها. وذلك يتم أيضاً عن طريق تقديم الأغاني الهادفة والتمثيلات التي تعالج الأمور المتطورة في المجتمع والتي قد ينتابها بعض الغموض أحياناً. كما يمكن لهاتين الوسيلتين أن تستضيفا أصحاب الفكر والرأي خاصة في أوقات الأزمات والكوارث أو الحوادث. ومن المهم أن تأخذ في الاعتبار أن يكون هناك اتساق بين البرامج حتى لا يحدث تضارب في المعلومات التي تقدم إلى الجمهور من خلالهما.

3. دور السينما والمسرح في مقاومة الإشاعة:

يجب أن يسعى كل من السينما والمسرح لأن تكون لديه الجاذبية الكافية لدفع الجماهير باتخاذ قرار بالذهاب إليه ومشاهدة ما يعرض، ولذلك فإن عليهما أن يجتبا الأفلام والمسرحيات الهزلية غير الهادفة، فعلى الرغم ما للكوميديا من قدرة على الإضحاك إلا أنها قد تكون وسيلة لنشر الإشاعات الخطيرة ولو بحسن نية ولذلك فإن الكوميديا يجب أن يتم من خلالها العمل على محاربة الإشاعات المنتشرة في المجتمع ومحاولة محاربتها

16 محمود أبو زيد - الإشاعات والضبط الاجتماعي - دراسة سوسيومترية في قرية مصرية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1980، ص75

بنفس أسلوبها. كما أنه على هذه الأعمال السينمائية والمسرحية أن تلعب دورها في ترسيخ القيم والمفاهيم الجديدة المصاحبة لعمليات التغيير وتقديمها للجمهور بأسلوب شيق، وأن تعمل هذه الأعمال على طرح المتناقضات وكيفية حلها حتى تساعد الجماهير في الوصول إلى الشخصية السوية القادرة على محاربة الإشاعة والحد من رواجها.

4. دور خبراء العلاقات العامة:

إن العلاقات العامة هي الجهاز الذي يقوم بعمليات الاتصال بين الجماهير والمؤسسات سواء أكان منها حكومياً أو ما كان منها خاصاً. فالعلاقات العامة هي الأداء الصادق والإعلان عنه، وهي كما عرفها المعهد البريطاني ((الجهود المقصودة والمخططة والمستمرة لإقامة واستمرار الفهم المتبادل بين أي منظمة وجماهيرها)).⁽¹⁷⁾

إذاً في ضوء هذا التعريف للعلاقات العامة فإن دورها يقوم على التفاعل مع الجماهير والوقوف على آرائهم ومواقفهم وبالتالي معرفة ما يتداولونه من إشاعات تمس المؤسسة سواء أكانت خاصة أو حكومية وبالتالي رسم وتحديد خطة مواجهة هذه الإشاعات بإظهار الحقائق جلية واضحة مدعومة بالأرقام والإحصائيات الصادقة وذلك حتى تتم محاربة الإشاعة والقضاء عليها. ((ويبدأ دور العلاقات العامة في محاربة الإشاعات التي تنطلق في أوقات الكوارث والمشكلات الطارئة وذلك بوضع برنامج لمواجهتها والقضاء عليها ومحاربتها)).⁽¹⁸⁾

5. الندوات :

على الأجهزة الرسمية التي تحارب الإشاعة أن توجه إلى رجال الفكر والأدب وأصحاب الرأي الدعوات الجماهيرية للاتصال بالجماهير مباشرة من خلال الندوات وذلك لتفسير وتوضيح ما غمض من الأمور الهامة على هذه الجماهير وذلك لتمكينها من محاربة الإشاعة وعدم الاندفاع وراءها، وهنا يجب أن تكون المعلومات المقدمة صحيحة ومؤكدة حتى لا يساء استخدامها من قبل مروجي الإشاعات في الإساءة إلى سمعة المتحدث ومكانته.

إن المعلومات الصحيحة تساعد على استقطاب الجماهير وضمان حسن تصرفها في الأمور التي تمس حياة الشعوب وحضارتها ((أعطني معلومات صحيحة أعطيك تصرفاً سليماً والعكس صحيح))⁽¹⁹⁾ ومحاولة تلبية حاجاتهم، فإذا كانت حاجتهم إلى المعلومات والحقائق فيجب أن تقدم لهم في حينها، وإذا كانت حاجتهم إلى بضاعة أو سلعة فيجب أن توجه إليهم وتعريفهم بطريقة الحصول عليها وهكذا.

17 محمود السيد النيل - علم النفس والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر، 1986، القاهرة. ص 130-133
18 كامل عبداً لسلام زهزان: علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب القاهرة، الطبعة السادسة، 2003، ص 13-20
19 كامل محمد عويضة: علم نفس الإشاعة، دار الكتب العلمية، بيروت الطبعة الثانية، 2010، ص 145-146.

الخاتمة:-

يتوجب علينا في إطار المواجهة ضرورة العناية بدراسة الإشاعات في مختلف مؤسساتنا ومعاهدنا. فقد أصبحت الإشاعة علماً له قوانينه ونظرياته ودراساته ونتائجها التجريبية والواقعية بحيث يمكن توجيهها لتحقيق أهداف بعينها في إطار المفهوم الشامل للحرب النفسية الوقائية وللحماية من أخطار الحرب المستمرة ضدنا.

كما يتوجب الأمر إنشاء جهاز أو هيئة على المستوى الوطني لمواجهة الإشاعات، سواء عن طريق وضع الاستراتيجيات أو الخطط للوقاية منها أو لمواجهتها، وتحديد الإمكانيات المادية والفنية والبشرية اللازمة لتنفيذ هذه الخطط ومتابعتها، وتقويم النتائج، وتحديد الأطر المستقبلية للمواجهة، وخطط الحملات المضادة، والتنسيق بين مختلف الجهات الحكومية ووسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني، وتحديد دور كل منها في الوقاية والمواجهة، وتقديم النصائح للمسؤولين والمواطنين في كيفية دحض الإشاعات ومواجهتها، وتزويد المسؤولين بالمعلومات الكافية والدقيقة عن الموقف حتى يمكن توجيه الأحداث وتقديم النصائح للمواطنين، واقتراح إجراء الدراسات اللازمة حول الإشاعات، وعلاقتها بالحرب النفسية والدعائية لتوفير قاعدة علمية يمكن الاستفادة منها لمواجهة الإشاعات وتدريب الفنيين والأخصائيين والخبراء.

إن الاقتصار على مجرد جمع الإشاعات ورصدها على مستوى الإدارات الأمنية في أغلب الدول العربية، أو على مستوى مراكز مؤقتة كما حدث في مصر عند انتشار إشاعة انفلونزا الطيور عندما أنشئت الحكومة مرصداً لتجميع هذه الإشاعات لم يعد كافياً في ظل التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال ووسائله، وفي ظل الواقع المرير لانتشار الإشاعات في المجتمع العربي في جميع جوانب الحياة وعلى جميع المستويات.

في ظل هذا كله أصبح مقاومة الإشاعة والتصدي لها واقعاً ملحاً وضرورة من ضرورات الأمن القومي للمجتمع لتحقيق الأمان والاستقرار للأفراد والجماعات.

ولكي تكون الأساليب والوسائل السابقة لمقاومة الإشاعة فعالة ومجدية يجب الاعتماد على الأسلوب العلمي في التصدي للإشاعات ومقاومتها نظراً لما لها من أضرار واثار نفسية واجتماعية واقتصادية على المجتمع ومؤسساته في الحرب والسلام، وذلك بإنشاء مراكز بحثية متخصصة لرصد الإشاعات وقياس اتجاهات الرأي العام، والقيام بدور التوعية والتثقيف للجماهير وتزويدهم بالمعلومات والحقائق المحتاجين لها، وهي من الظواهر التي أصبحت شائعة في المجتمعات المتقدمة الآن.

المراجع

- 1 - إبراهيم أحمد أبو عرقوب، سيكولوجية الإشاعة، دار الثقافة: عمان، 1994.
- 2 - ابن منظور، معجم لسان العرب، المجلد الثامن، دار صادر: القاهرة، (ب.ت).

- 3 . معتز سيف عبد الله : الحرب النفسية والشائعات ، دار غريب للطباعة والنشر ، القاهرة، 1977م .
- 4 . محمد عبد القادر حاتم : الإعلام والدعاية نظريات وتجارب ، الانجلو المصرية ، القاهرة ، 1972 .
- 5 . محمد كمال القاضي : الدعاية السياسية والحرب النفسية ، المركز الإعلامى للشرق الأوسط ، القاهرة ، 1997 م .
- 6 . مختار التهامي : الرأي العام والحرب النفسية ، دار المعارف ، القاهرة ، 1982م .
- 7 . محمد منير حجاب : الحرب النفسية ، دار الفجر القاهرة ، 2005 .
- 8 . مركز بحوث الرأي العام: مجلة الرأي العام، كلية الإعلام القاهرة ، أغسطس 2005 م
- 9 . هالة منصور:الاتصال الفعال - مفاهيمه وأساليبه ومهاراته ، المكتبة الجامعية ، الإسكندرية 200م .
- 10 . صلاح مخيمر : سيكولوجية الإشاعة، مكتبة سعيد رأفت القاهرة .
- 11 . عزت الشريفى : قضايا تشغل الرأي العام . الهيئة المصرية العامة لكتاب القاهرة ، 2003 .
- 12 . د. سعد ألببيدي: مجلة النبأ، الحرب النفسية في النظام الدولي الجديد ، عدد 55 مارس 2011م .
- 13 . عبد التواب إبراهيم رضوان: مصر والحرب النفسية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ، 1988 .
- 14 . محمد عثمان الخشب - الشائعات وكلام الناس - أسرار التكوين وفنون المواجهة ، مكتبة ابن سينا ، القاهرة، 1996 .
- 15 . محمود أبو زيد- الشائعات والضبط الاجتماعي - دراسة سو سيو مترية في قرية مصرية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1980 .
- 16 . محمود السيد النيل - علم النفس والشائعات ، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 1986 .
- 17 . كامل عبدا لسلام زهران: علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب القاهرة، الطبعة السادسة، 2003 .
- 18 . كامل محمد عويضة: علم نفس الإشاعة ، دار الكتب العالمية ، بيروت الطبعة الثانية، 2010 .