



حرية التعبير وتداول المعلومات والشائعات

بحث مقدم

للمؤتمر العلمي السادس لكلية الحقوق (القانون والشائعات)

المنعقد في الفترة من ٢٢ - ٢٣ أبريل ٢٠١٩

كلية الحقوق - جامعة طنطا

دكتور

أحمد فؤاد عبد التواب جوهر

كلية الحقوق - جامعة طنطا

١٤٤٠ هـ - ٢٠١٩ م

مقدمة :

تعيش مصر خلال الفترة الأخيرة حرب شائعات لا مثيل لها في مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وقد ساعد على انتشار هذه الشائعات التقدم الهائل في وسائل الاتصال الحديثة وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي ووفقاً لمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء شهد المجتمع المصرى خلال النصف الأول من عام ٢٠١٨ فقط نحو ٥٣ ألف شائعة مما جعل هذه الظاهرة محل دراسات عدة والشائعات هي الترويج لخبر أو معلومة لا أساس لها من الصحة والواقع أو المبالغة في سرد خبر يحتوى على جزء ضئيل من الحقيقة او التقليل من شأن أمر هام .

والشائعات هي عصب الحروب النفسية وتنتشر بشكل كبير في مختلف جوانب الحياة كسرعة النار في الهشيم فتستهدف الفكر والعقدية والروح المعنوية لأفراد الشعب من أجل زعزعة أمنه واستقراره السياسى والاقتصادى والاجتماعى وعلى الرغم من حرب الشائعات هو الاقتصاد بصفة عامة وقطاع الخدمات المالية والمصرفية وسوق الأوراق المالية ومناخ الاستثمار بصفة خاصة .

ولخطورة وبشاعة هذه الحرب القذرة يجب أن تتضافر مؤسسات الإعلام والتعليم ودور العبارة والمجتمع المدنى من أجل العمل على رفع درجة الوعى المجتمعى ونشر ثقافة المعرفة فهي صمام الأمان حتى لا يقع أفراد المجتمع فريسة لهذه الحرب الغوغاء .

وتبرز أهمية هذه الدراسة فى مدى الخطورة التى تعصف بالأمم والشعوب .

أهداف الدراسة :

- الاهتمام بدراسة ظاهرة الشائعات بمختلف أبعادها والتي تمثل محوراً مهماً وفعالاً للحفاظ على الأمن المجتمعي من الانهيار .
- التعرف على الحد الفاصل بين حرية التعبير وتداول المعلومات وبين الحفاظ على أمن واستقرار الشعوب والمجتمعات
- إبراز أهمية مؤسسات الإعلام والتعليم ودور العبادة والمجتمع المدني من أجل رفع درجة الوعي ونشر الثقافة والمعرفة
- التعرف على انعكاسات الشائعات والوقوف على نقاط الضعف وسد الثغرات
- التوصل إلى نتيجة فعالة لتفادي خطر الشائعات .

مبررات اختيار الموضوع :

- هناك الكثير من الناس من يخلط بين حرية التعبير وتداول المعلومات وبين الضمانات الإجرائية التي تتخذها الدولة للحفاظ على أمنه وسلامته فكان لابد من تحديد هذا الفارق
- الفترة الأخيرة التي تمثل الشائعات أشد الأخطار على الأمم والشعوب كانت سبب أساسى لاختيار الموضوع
- التقدم الهائل فى وسائل الاتصالات الحديثة وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعى التى يمكن من خلالها الترويج للشائعات فى أسرع وقت ممكن .

إشكالية الدراسة :

• الاختلاط وصعوبة التمييز لدى الكثيرين من أبناء هذا الوطن بين حرية التعبير وتداول المعلومات وبين الشائعات التي تهدد الأمة فمزال الوعي محدوداً لدى الكثير من الناس ودرجات التحرى والدقة فى نقل المعلومات والتوثيق وبيان الغث من السمين وبيان الحد الفاصل بين الحظر والإباحة فكان لابد من البحث عن تعريف جديد للشائعات ومدى أثرها المباشر والغير مباشر على الأمم والشعوب .

• لذا يمكن طرح إشكاليات هذه الدراسة فى التساؤل الرئيسى التالى :

هل يمكن أن تقوم مؤسسات الإعلام والتعليم ودور العبادة والمجتمع المدنى بالدور اللازم لرفع درجة الوعي ونشر الثقافة والمعرفة حتى تأمن الشعوب من خطر الشائعات ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيسى التساؤلات الفرعية الآتية :

(١) كيف يشعر المجتمع بمسئوليته نحو وطنه ويتمتع بحرية التعبير وتداول المعلومات ويتقى الشائعات ؟

(٢) كيف يضع المجتمع الحد الفاصل بين ما هو معلومة موثقة من مصادرها المعتبرة وبين ما هو شائعة مغرضة ؟

(٣) كيف يتعلم المجتمع مع رد الأمر لأهله امتثالاً لأمر الله عز وجل برد الأمر لأهله عندما ذم المنافقين بهذه الصفة الذميمة (وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ

لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا) " ١ "

• لذا يجب إنشاء جهاز أو هيئة على المساوى الوطنى لمواجهة الشائعات سواء عن طريق وضع الاستراتيجيات والخطط للوقاية منها أو لمواجهةها ، وتحديد الإمكانيات المادية والفنية والبشرية اللازمة لتنفيذ هذه الخطط ومتابعتها والتنسيق بين مختلف الجهات الحكومية ووسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدنى وتحديد دور كل منها فى الوقاية والمواجهة وتقديم النصائح للمسؤولين والمواطنين فى كيفية تحض الشائعات ومواجهتها وتزويد المسؤولين بالمعلومات الكافية والدقيقة عن الموقف حتى يمكن التعامل اللازم والمناسب مع الشائعات فى ظل هذا كله أصبحت مقاومة الشائعات والتصدى لها واقعا ملحا وضرورة من ضرورات الأمن القومى للمجتمع وقد استخدمت فى هذه الدراسة المنهج التحليلى كمنهج للمعالجة للوقوف على الجوانب الأساسية لهذه المشكلة .

^١ سورة النساء الآية ٨٣ قال الإمام القرطبي فى تفسير هذه الآية (والمعنى أنهم إذا سمعوا شيئا من الأمور فيه أمن نحو ظفر المسلمين وقتل عدوهم أو الخوف وهو ضد هذا أذاعوا به أى أفشوه وأظهروه وتحدثوا به قبل أن يقفوا على حقيقته) .
آيات القرآن الكريم Holy Quran مشروع المصحف الالكترونى بجامعة الملك سعود .

خطة الدراسة :

ستكون خطة دراستنا من خلال مباحث أربعة على النحو التالي تعريف الشائعات وأهم دوافعها .

- مبحث تمهيدى : تعريف الشائعات وأهم دوافعها .
- المبحث الأول : أنواع الشائعات وخصائصها ووظائفها
- المبحث الثانى : مدى فعالية مواقع شبكة المعلومات الدولية فى

الترويج للشائعات

- المبحث الثالث : المداخل المختلفة لمواجهة الشائعات والتصدي لها
- النتائج
- التوصيات

المبحث التمهيدي

مفهوم الشائعات والدوافع وراء انتشارها

مصطلح الشائعات حديث نسبياً ، لذلك فقد خلت كتب المصطلحات العربية القديمة من التعريف الاصطلاحي للشائعة بالمفهوم المستخدم في العصر الراهن ، كما أنه من المفاهيم ذات الدلالة الواسعة نظراً لاتصاله بتخصصات عديدة من علم النفس والاجتماع والقانون والسياسة والاقتصاد بالإضافة إلى ارتباطه الوثيق بالتقدم الحادث في ظل ثورة الاتصالات بحيث لا يمكن النظر إلى الشائعات دون النظر إلى وسائل التواصل الاجتماعي .

التعريف اللغوي للشائعة :

الشائعة هي الشاعة أي الأخبار المنتشرة وهي جمع شائع ، مادة (شيع) جاء في لسان العرب لابن منظور : شاع الشيب : انتشر ، وشاع الخبر : ذاع ، والشاعة الأخبار المنتشرة ورجل شياح : أي مشياح لا يكتم سراً " ١ " وعرفها الأصفهاني في المفردات في غريب القرآن تحت مادة شيع ، والشياح : الانتشار والتقوية ، يقال شاع الخبر أي كثر وقوى ، وشاع القوم أي انتشروا وكثروا " ٢ " .

وجاء في الإفصاح في فقه اللغة قوله : الإشاعة : شاع الخبر ، يشيع شيوخاً وشيعاناً وشيع تشايح ، ظهر وانتشر وعلم الناس به وشاع به تشيعه شيعاً وأشاعه وبه أيضاً أظهره ونشره والمشياح من لم يكتم خيراً والشاعة الأخبار المنتشرة وهذه

^١ جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور : لسان العرب ج ١ القاهرة الدار المصرية للتأليف والترجمة ص ٥٦ .

^٢ معتز سيف عبد الله : الحرب النفسية والشائعات دار غريب للطباعة والنشر القاهرة ١٩٧٧ ، ص ١٦٤ .

جمع شائع " ^١ " ويلاحظ من التعريفات اللغوية السابقة تأكيدها على معنى الشيع والانتشار فى تعريف الشائعة وهو ما يفترض إلى درجة كبيرة من التعريف العلمى للشائعة وهو ما أوضحه أيضاً المعاجم المتخصصة الحديثة فقد جاء فى معجم علم النفس تعريف للشائعة على أنها تقرير غير متحقق منه عن حادثة تناقلتها الأفواه .

التوصيات :

تضع الدراسة مجموعة من التوصيات وتتلخص فى النقاط التالية :

- يتعين على مؤسسات الإعلام والتعليم ودور العبادة والمجتمع المدنى أن تتضافر من أجل العمل على رفع درجة الوعى المجتمعى ونشر ثقافة المعرفة فهى صمام الأمان حتى لا يقع أفراد المجتمع فريسة لهذه الحرب الغوغاء .
- ضرورة الاهتمام بدراسة ظاهرة الشائعات بمختلف أبعادها والتي تمثل محوراً مهماً وفعالاً للحفاظ على الأمن المجتمعى من الانهيار .
- وجوب رد الأمر لأهله (ولو ردوه إلى الرسول وعلى أولى الأمر منهم لعلمه الذين يستنبطونه منهم) والمقصود هنا التوثيق والتحرى فى نقل الأخبار من مصادرها الأصلية .
- ضرورة أن يشعر المجتمع بمسئوليته نحو وطنه .

^١ فهى توفيق مقبل : دور المؤسسات التربوية فى مكافحة الشائعات ، فى الإشاعة والحرب النفسية ، منشورات المركز العربى للدراسات الأمنية والتدريب ، الرياضى ١٤١٠ هـ ص ١٢٥ .

النتائج :

- خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها ما يلي :
- وضع الحد الفاصل بين حرية التعبير وتداول المعلومات وبين الشائعات التي تهدد الأمة.
 - توضيح مفهوم الشائعات والدوافع وراء انتشارها ومدى تأثيرها على مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية .
 - تحديث أنواع الشائعات وخصائصها ووظائفها المختلفة وكيفية علاجها سواء على المستوى الشخصي أو الاجتماعي
 - دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار الشائعات وكونها ذات أثر كبير المباشر منها والغير مباشر على الأمم والشعوب .
 - تحديد أهمية مؤسسات الإعلام ودور العيادة والمجتمع المدني من أجل رفع درجة الوعي ونشر الثقافة والمعرفة .
 - التعرف على انعكاسات الشائعات والوقوف على نقاط الضعف وسد الثغرات .

المفهوم الاصطلاحي للشائعة :

- توجد تعريفات عديدة للشائعة ومن التعريفات التي أوردها العلماء العرب :
- د. مختار التهامي : الإشاعة هي الترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة ، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغيور للواقع والحقيقة ، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقاً لأهداف سياحية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو على النطاق العالمي بأجمعه . " ١ "
 - محمد عبد القادر حاتم : الإشاعة عبارة عن فكرة خاصة بعمل رجل الدعاية على أن يؤمن بها الناس كما يعمل على أن ينقلها كل شخص إلى الآخر حتى تذيع بين الجماهير جميعاً ، ويجب أن تكون قابلة للتصديق غير مبالغ فيها " ٢ "
 - محمد عثمان نجاتي : الشائعات هي الأقوال والأحاديث والروايات التي يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها بل دون التحقق من صدقها " ٣ "

^١ فاخر عقل : معجم علم النفس ج ٤ ، القاهرة ١٩٨٥ ص ٩٩ .

^٢ مختار التهامي : الرأي العام والحرب النفسية ج ١ ط ٤ القاهرة دار المعارف ، ١٩٧٩ م ، ص ١١٤ .

^٣ محمد عبد القادر حاتم : الإعلام والدعاية نظريات وتجارب ، الأنجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٧٢ م ، ص ١٧٩ .

- عبد التواب رضوان : الإشاعة هي رواية تتناقلها الأفواه دون أن تركز على مصدر موثوق به يؤكد صحتها أو ترويح لخبر مختلف أو مبالغة وتحريف لخبر يحتوى على جزء من الحقيقة . " ١ "
- محمد كمال القاضى : مقوله متداولة بين الناس حول موضوع محدد أو شخص معين خلال فترة زمنية معينة " ٢ "
- جمال الدين محفوظ : أخبار مشكوك في صحتها يتعذر التحقق من أصلها وتتعلق بموضوعات لها أهمية لدى المواجهة إليهم ويؤدى تصديقها أو نشرها إلى إضعاف روحهم المعنوية " ٣ "
- محمد شفيق : هي الترويح لخبر مختلف من أساسه يوحى بالتصديق أو المبالغة بسرد خبر يحتوى على جزء ضئيل من الحقيقة وهي تنشر من خلال الكلمة الشخصية ، دون أن تتطلب مستوى من البرهان أو الدليل كما أنها تنتقل من خلال النكتة أو الحركة التعبيرية والثرثرة والتنبؤ والنوادر والطرائف ، وإذا استخدمت في أيام الحرب فإنها تعتبر من أسلحة الحرب النفسية لأنها تثير العواطف الجماهيرية ، وتعمل على بلبلة الأفكار . أما إذا استخدمت بعيداً عن ميدان القتال فتسمى همساً كذلك إذا استعملت بدون تعمد فتسمى ثرثرة أو دردشة . " ٤ "

^١ عبد التواب رضوان : مصر والحرب النفسية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، ١٩٨٨ م

^٢ محمد كمال القاضى : الدعاية السياسية والحرب النفسية ، المركز الإعلامى للشرق الأوسط ، القاهرة ، ١٩٩٧ م ، ص ١٢٧ .

^٣ أحمد توكل : الإشاعة دار الأمة للطبع والنشر ط ٤ ، القاهرة ، ١٩٨٨ ، ص ١٦ .

^٤ هالة منصور : الاتصال الفعال - مفاهيمه وأساليبه ومهاراته ، المكتبة الجامعية ، الإسكندرية ، ٢٠٠٠ م ، ص ١٨٠ .

- محمود أبو زيد : الشائعات هي تلك المعلومات أو الأفكار التي يتناقلها الناس دون أن تكون مستندة إلى مصدر موثوق يشهد بصحتها . " ١ "
- والشائعة ترويح لخبر مختلف لا أساس له من الواقع أو هي المبالغة والتي تكون في سرد خبر يحتوى على جزء ضئيل من الحقيقة وتنتقل عن طريق اللفظ أو من خلال النكته أو الحركة التعبيرية وتهدف إلى التأثير على تفكير الإنسان وعلى إنفعاله وخياله بصورة تجعله يضيف إلى الشائعة كلاماً وفي نفس الوقت تزداد انتشاراً وجاذبية " ٢ "
- البورت ، وبوستمان : الشائعة كل قضية أو عبارة نوعية قابلة للتصديق وتتناقل من شخص إلى آخر بالكلمة المنطوقة وذلك دون أن تكون هناك معايير للصدق . " ٣ "
- ببير في قاموسه لعلم النفس يعرف الشائعة بأنها تقرر غامض أو غير دقيق أو قصة أو وصفاً يتم تناقله بين أفراد المجتمع عن طريق الكلمة المنطوقة غالباً وتمثيل إلى الانتشار في أوقات الأزمات ، وتدور حول أشخاص أو أحداث يمثلون أهمية لأفراد المجتمع في ظل توفر معلومات غامضة عن هؤلاء الأشخاص أو الأحداث . " ٤ "

^١ معتز سيد عبد الله : مرجع سابق ، ص ١٦٥ .

^٢ Allport , G & Postman , Analysis of vumor , New York , Public opinion Quarterly , 1947 , a. 10 – 501 – 517 .

^٣ Reber , A , Dictionary of psychology , London , penguin Books , 1985 , 654.

^٤ Drever , J , Dictionary of psychology , London , penguin Books , 1971 , 250 .

ومن التعريفات السابقة يمكن تحديد مكونات الإشاعة فيما يلي :

(١) الهدف : فالشائعات طبقاً لوظائفها تنشأ وتنتشر بقصد تحقيق أهداف معينة ولهذا فهي غالباً سلوك مدبر ومخطط من قبل مروج الشائعة أو الفاعل أو المستفيد الأساسي من ترويجها وهي بهذا ليست مجرد رواية يتناقلها الأفراد لمجرد الثرثرة أو الدردشة ، وإنما الأغراض معينة مثل حب الظهور أو الرغبة في جذب الانتباه أو في اكتساب مزيد من الأهمية أو التعبير عن الكراهية للغير أو تحقيق مصالح خاصة أو للتنفيس عن التوترات الانفعالية التي يعاني منها الأفراد . وهذه المشاركة الفاعلة من قبل ناقلتي الشائعات تساعد على تحقيق هدف المصدر كما أنها توفر الفرصة للناقلين بالتدخل في الشائعة بالتغيير والتبديل والتحريف أثناء تداولها بما يجعلها أكثر قدرة على التأثير أو الانتشار وأكثر تحقيقاً لأهدافهم النفسية وبخاصة عندما يتوافر للشائعة مصدراً قادراً على التخطيط للشائعة وعلى توفير المتطلبات الأساسية لها من حيث اختيار الفكرة والصياغة والتوقيت المناسب لإطلاقها .

(٢) مصدر الشائعة : هو المصدر الذي تنطلق منه الشائعة عند أول تداول لها وقد يكون شخصاً أو شركة أو مؤسسة أو حزباً أو حكومة أو إحدى مؤسسات المجتمع المدني أو حكومة دولة أخرى أو شركة أجنبية أو الجماعات الإرهابية مثل وقتنا الحالى بحسب الهدف المقصود من الشائعة فقد يكون فرداً كالشائعات التي تتناول الرياضيين أو الفنانين ويطلقاً أقرانهم فى المهنة لأغراض مختلفة وقد يكون المقصود مؤسسة أو جهة أخرى كنادى أو شركة أو جهة إنتاجية أو خدمية كالشائعات التي تتناول القضاء أو أساتذة الجامعات أو المجتمع بأسره لإضعاف روحه المعنوية أو التفرقة بين

أطرافه وفئاته وقد تتجاوز حدود المجتمع لتمثل المسلمين في كل أنحاء العالم كالشائعات الخاصة بالإرهاب .

(٣) تداول الشائعات : فالتداول والنشر عنصر أساسي للشائعة وبدونه لا تؤتى الشائعة ثمارها ويتم التداول عادة عبر الكلمة المنطوقة أو عبر وسائل الاتصال الجماهيري كالصحف والمجلات والفضائيات ووسائل التواصل الاجتماعي . كما يتم التداول عبر أشكال أخرى مثل الأغاني والنكت والرسوم الكاريكاتيرية .

(٤) محتوى الشائعة : الشائعات في العادة لها مضمون وموضوع يتناول الجوانب الشخصية لفرد أو لجماعة وقد يتناول فئات محدودة من المجتمع بل تتسع لتشمل المجتمع العالمي بأسره ومن الناحية الموضوعية تتناول الشائعات جوانب اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية أو عسكرية أو ثقافية أو دينية ومن ناحية شكل الشائعات فلها أشكال متعددة :

١- أحاديث محرفة

٢- أخبار وتقدير مختلفة لا أساس لها من الحقيقة

٣- أخبار تتضمن جزء من الحقيقة

٤- أخبار مبالغ فيها أو يتم تداولها بصورة أكبر ويتفصيلات مغايرة للواقع

٥- أخبار مجهلة المصدر توحى بالتصديق

(٥) دوافع الشائعة : وتعد أهم الجوانب لانتشار الشائعة فالدوافع النفسية لدى الناس تسهم إلى حد كبير في انتشار الشائعة فالإنسان بطبيعته النفسية ونوازهه يميل إلى تصديق الشائعات حتى لو أدرك بعقله أن جزء من تلك

المقوله غير حقيقى ، إذ أن عواطفه ونوازه تتحكم فى درجة إلى التصديق والانحياز العاطفى وكذلك يساعد عامل الإسقاط النفسى فى تصديق الشائعات وذلك عندما تنعكس الحالة الانفعالية للشخص ، دون وعى منه فى تأويله للبيئة المحيطة كما أنه ليس لديه الوقت لمراجعة ما يسمعه أو يقرأه ويصعب عليه من ناحية أخرى إثبات كذب الشائعات إضافة إلى عادة حب الاستطلاع التى تجعل الكثير من الناس يميلون إلى تقص الأفكار واستغلال المعلومات والاستمتاع إلى المولات والروايات التى تمس المشاهير فى المجتمع أو التى تتعلق بالأمور الغامضة أو الأحداث التى يصعب عليه تفسيرها ، وهذه الدوافع لدى البشر جميعاً وهو ما يفسر وجود الشائعات وانتشارها فى جميع المجتمعات على السواء قديماً وحديثاً ، المتطورة منها والمتخلفة .

المبحث الأول

أنواع الشائعات وخصائصها ووظائفها

من السهل أن تنطلق الشائعة وتنتشر وليس من السهل أن تتوقف فالشائعة تسير بسرعة الصوت والضوء عن طريق الأقمار الصناعية والإنترنت في الوقت الحاضر لتصل إلى جميع أطراف الكون حيث أصبح العالم قرية إلكترونية واحدة :

(١) قد تكون الشائعة صادقة : أي تحتوي على معلومات نواتها حقيقية ومثال ذلك شائعة تقول زيادة في رواتب الموظفين أو ارتفاع في أسعار مواد استهلاكية .

(٢) قد تكون الشائعة كاذبة : أي تركز على معلومات عارية تماماً من الصحة .

(٣) قد تكون الشائعة صادقة وكاذبة : والتي تستخدم كوسيلة لجس النبض الجماهيري أو ردود فعل الجماهير حول أسماء الوزراء أو المحافظين الجدد فالجانب الصادق في هذه الإشاعة هو أن عدد من الأسماء المحتملة كان صحيحاً والجانب الكاذب هو أن بعض الأسماء كان غير وارد ترشيحها على الإطلاق .

(٤) قد تكون الشائعة من الصعب التأكد من مصدرها أثناء انتشارها ولكنه من الضروري الوصول لمصدر الشائعة والتثبت منه من أجل الرد عليها وتغيرها والسيطرة عليها .

(٥) قد تكون الشائعة من الأفكار التي تتناغم مع التقاليد الثقافية للمجتمع حتى ينظر إليها الأفراد بعين الاعتبار سواء كانت من الموضوعات

الموجهة في فترة زمنية معينة ومرتبطة بأزمة معينة طارئة كحرب أو زلزال أو فضيحة مالية .

(٦) وقد تكون الشائعة لها شكلاً محدداً كالرواية والقصة والرسم الكاريكاتوري والأغنية والنكتة .

(٧) وقد تكون الشائعة ليس لها شكلاً محدداً بل تتغير وتتحوّل ويتغير محتوى الشائعة على مر الزمن كلما انتقلت من المصدر الأصلي إلى ناقلها وأمرؤها . وتعتمد كمية التغير أو التشوية على رغبات ودوافع ومخاوف وذكاء وذاكرة الناقل والمروج وعلى رشده ويأخذ التغير والتهور في الشائعات كما انتهى إلى ذلك البورت وبوستمان المؤشرات التالية : " ١ "

أ (التشوية : كلما راجت الشائعة فإنها تصبح أقل تفصيلاً وأقصر رواية وأكثر دقة أي عملية اختصار وفقدن للتفصيلات

ب) الشحض Sharpening يتم اختيار أو انتقاء بعض التفاصيل من السياق الكبير للإشاعة والمبالغة في عرضها أي أن هناك إغفالاً لبعض التفاصيل وإبراز للبعض الآخر واستبدال بعض الأجزاء مكان البعض الآخر مما يغير من حقيقة الأمر.

ج (الاستيعاب Assimilation هنا يتم استيعاب الموضوع الأساسي للإشاعة جراء روايتها عدة مرات مما يجعلها أيسر وأقصر رواية وأسهل فهماً واستيعاباً .

¹ Robert C. Williamson et. Social psychology , F.E. Peacock Publishers . Inc. 1982 . P. 491 .

وظائف الشائعات :

(١) الوظيفة الأساسية للشائعة هي إنكاء 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 في أوقات الأزمات والموارث الطبيعية والحروب والرخاء والكساد الاقتصادي ، وهي الظروف التي تسهم في إنتاج وترويج الشائعات ولذلك تعتبر الشائعة خطر يهدد المجتمعات فقد تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع من خلال دورها في خفض الروح المعنوية أو 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 موقف ما أو اتخاذ موقف مؤيد .. فالشائعات يمكن أن تؤثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والصقافية والنفسية وايضاً لها التأثير على العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات .

(٢) التنفيس : يمكن للإشاعة أن تساعد على التنفيس عن مشاعر القلق أو الخوف أو الرعب أو الشك أو الترتبات العاطفية من خلال وظائفها الفرعية الأخرى (الشرح - التبرير - التفسير - التخفيف - الإسقاط) بما يساعد على مواجهة المواقف الطارئة والأزمات تؤدي من خلال توفير فرص الحل لتماسك المجتمع ورفع الروح المعنوية فالشائعات كما يقول الدكتور لويس كامل في كتابه سيكولوجية الجماعات والقيادة " ^١ " تساعد على التنفيس عن التوترات الانفعالية التي يعاني منها الأفراد فالفرد قد يصدق الإشاعات التي تدور حول خسائر الحرب ، كي تسرح له أسباب توتره وقلقه .

^١ لويس كامل مليكة : سيكولوجية الجماعات والقيادات ص ١٠٢ ، ص ١٠٣ .

٣) الرغبة في الظهور : وهناك وظيفة أخرى للشائعة 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 الآخريين سماعه من أمور وفضائح أو جرائم ومنها مجرد الرغبة في وصل الحديث عن طريق تكرار ما سبق سماعه من مصادر أخرى ومنها أيضاً الرغبة في الظهور بمظهر بمظهر معين أمام الآخريين . " ١ "

٤) 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 بـ " لماذا ؟ " ويتعلم عن طريق ما يروى أمامه من والديه أو من المصادر الأخرى بأنماط مختلفة عن : يقولون ، سمعت ، أظن ، تقول الإذاعة كذا ، يقول التلفزيون كذا سمعت من جارنا كذا ، وبهذا تكون الشائعة لون من ألوان خلق الرموز ، كما أنها نوع من أنواع الحياة الخيالية يقول روبرت ناب (تقول الشائعة عن الرغبة في تفسير العالم تفسيراً ذا معنى ، وكذا من الرغبة في نفس الوقت في إرضاء النزاعات الإنسانية إذ التغيير عنها) فوظيفة الشائعة هي التعبير العاطفي والتفسير الإدراكي وهي تعيش على الغموض وعلى النزاعات الحادة . " ٢ "

^١ محمود أبو ليل : علم النفس والشائعات ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر ١٩٨٦ م ، ص ١٢ - ١٨ .

^٢ صلاح نصر : الحرب النفسية ، معركة الكلمة والمقصد ، دار القاهرة للطبع والنشر ، القاهرة ، ١٩٦٧ م ، ص ٣٤٧ - ٣٥٠ .

المبحث الثاني

مدى فاعلية مواقع شبكة المعلومات الدولية فى الترويج للشائعات

لقد باتت وسائل التواصل الاجتماعى إحدى الأدوات التى يتم استخدامها بشكل سلبى فى نشر الشائعات بل وأهمها على الإطلاق بدليل أن معدلات انتشار الشائعات تتناسب طردياً مع التقدم فى تكنولوجيا الاتصال وانتشار وسائل التواصل الاجتماعى بين أفراد المجتمع . حيث يلجأ مستخدموا هذه الوسائل فى التخفى أو من خلال هويات غير حقيقية فى نشر بعض الأخبار الكاذبة التى تجد رواجاً لدى كثيرين ، وخاصة إذا تم الأخر فى الاعتبار هنا أن سيكولوجية الشائعات تشير إلى انتفاء الفوارق الثقافية بين المتلقين عند تداول الشائعة والتعاطى معها فى أحيان كثيرة .

والخطر فى الأمر أن الشائعات تنتشر هذه الأيام بسهولة ، ليس لتنامى مستخدمى وسائل التواصل الاجتماعى فقط وإنما لأن الأحداث والتطورات المتصاعدة التى تشهدها المنطقة من حولنا تجعل من الأكاذيب بيئة خصبة للنمو والتكاثر أيضاً خاصة إذا كانت هذه النوعية من الشائعات تستهدف رجال السياسة والإعلام والشائعات حول الأمراض والوبئة ، وغيرها من القضايا التى لا تنفصل عن الأمور الحياتية لأفراد المجتمع . سواء كانت هذالشائعات مع سبق الإصرار والترصد وهى المعلومات التى ينشرها أصحابها وهم على يقين ودراية تامة بكون هذه الأخبار عارية عن الصحة وعادة ما يكون لدى هؤلاء هدف أو غرض محدد من نشر هذه الأخبار بحسب نوع الخبر وطبيعته فإما أن يكون الغرض تجارياً بحثاً يسعى إلى زيادة الإقبال على منتج معين عن طريق استخدام الإشاعة كآلية تسويقية مبتكرة ، أو لغرض التشويش أو الإساءة إلى شركة أو شخص منافس عن طريق تحريف الحقائق ، فى بعض الحالات يتم بناء مواقع كاملة ، هدفها الأول تسويقى .

وهناك شائعات يتم نشرها عن قلة دراسة وضعف خبرة وهذا النوع من الشائعات ينتشر بشكل عفوى غير مقصود سواء بسبب التسرع فى نشر الأخبار دون التحقق من مصادرها الأصلية أو عن طريق تحريف الكلام الصادر عن المصدر الأسمى نتيجة التجزئة أو الاقتباس المخل بالمعنى .

وتشير نتائج دراسة سعودية نشرتها جريدة الرياض إلى أن حوالى ٨٢ % من المشاركين فى الدراسة الاستطلاعية التى أجرتها وحدة استطلاعات الرأى فى (مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطنى) حول واقع الشائعات فى المجتمع السعودى وشملت (١٠٤٩) فرداً منهم (٧٤٠) من الذكور و (٣٠٩) من الإناث يرون أن الرأى العام يتأثر بالشائعات وشدد (٨٢.٩ %) من المشاركين على أن الشائعة تسهم فى التأثير على الرأى العام بينما أجاب (١٧.١ %) منهم بالعبارة (لا) ورأى نحو (٦٩.٢ %) من أفراد عينة الدراسة إلى أن الشائعات واسعة الانتشار بين أفراد المجتمع فى حين أكد نحو (٢٣.١ %) منهم أنها متوسطة الانتشار ، ونحو (٧.٧ %) يرون أن انتشار الإشاعات فى أوساط المجتمع قليلة .

وعلى الرغم من فاعلية وسائل التواصل الاجتماعى ودورها الإيجابى فى نشر الأخبار وخدمة الجمهور فإنها تلعب دوراً سلبياً موازياً فى نشر الشائعات والأخبار الكاذبة التى لا يمكن تصنيفها كشائعات ولكنها ربما تمتلك هى الأخرى تأثيرات سلبية تفوق الشائعات وإن اختلفت عنها فى نوايا مصدر المعلومات . إذ تمثل وسائل التواصل الاجتماعى بطبيعتها بيئة خصبة لتناقل الأخبار بغض النظر عن صحتها كونها تعمل من كونها موثيق شرف أو قواعد أو معايير ، ولا يخضع تناقل الأخبار فيها غالباً إلى أى نوع من المساءلة القانونية .

ويمكن تصنيف الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي من حيث أهداف نشرها إلى قسمين الأول شائعات موجهة لهدف محدد ينشرها أصحابها وهم على يقين ودراية تامة بكون هذه الأخبار عارية تماماً عن الصحة . والثاني من الشائعات فهو الذي يفرز تداعيات على الأمن الوطني للدول الوطنى للدول والمجتمعات وفى الغالب فإن هذه النوعية تتنوع مصادرها وأهدافها وفى الغالب فإن دوافع وأهداف هذه النوعية من الشائعات تتمثل فى الآتى :

- زعزعة الاستقرار الداخلى للدول والمجتمعات خاصة إذا استهدفت رموزاً أو قيادات دولة ما أو تطرقت إلى قضايا ترتبط بالأمن المجتمعى للمواطنين فى دولة ما ، هنا يظل تأثير الشائعات قائماً ومستمراً لفترة ما خصوصاً فى زمن الاتصال السريع والتواصل عبر الشبكات الاجتماعية التى تنتشر انتشار النار فى الهشيم .
- إثارة الفتن والخصومات وتعميق الخلافات القائمة بين فئات المجتمع والتى تعمل الشائعات على إيجادها محاولة استغلال الظروف والمواسم والمناسبات بغرض النيل من سمعة الشخص المقصود أو المساس بمركزه الاجتماعى أو التعرض لمكانته .
- تهديد الأمن الاقتصادى للدول والشركات الكبرى من تركيز مروجى الشائعات على المنشآت الاقتصادية والتجمعات العمالية وأسواق البورصة وغيرها من السلع التى تلعب دوراً استراتيجياً فى حياة الناس بقصد خلق كل ما من شأنه إعاقة سير الإنتاج والتنمية الاقتصادية .

الشائعات إحدى أدوات حروب الجيل الرابع :

تمثل الشائعات إحدى أدوات الحرب الحديثة وتندرج ضمن ما يسمى (الجيل الرابع) من الحروب والذي تعد فيه الإشاعة أحد الأساليب المهمة وترويجها في موضوع معين لا يتم بشكل عشوائي إنما قد توظف أجهزة معينة تابعة لبعض الدول بترويج بعض الإشاعات عن قيادات دولة ما أو الوضع الاقتصادي لدولة ما لتحقيق مجموعة من الأهداف التي تخدم الدولة التي روجت هذه الإشاعة .

وقد ظلت الحروب تدار بتكتيكات متعارف عليها خلال عقود القرن العشرين إلى أن حدثت عدة حوادث تنبه لها (أندرومارك) في مقاله شهيرة في عام ١٩٧٥ حول أسباب انتصار الدول الضعيفة على الدول القوية وكان يتحدث بشكل مباشر عن سبب هزيمة الولايات المتحدة الأمريكية في حربها في فيتنام وضرب أمثلة متعددة من تاريخ صراعات كبرى تنتهي بانتصار الأضعف مادياً وتسليحياً وترك سؤلاً للاستراتيجيين وهو كيف تنجح الولايات المتحدة في علاج هذه المعضلة لأنها دائماً ما ستكون الأقوى عسكرياً واقتصادياً وقد تنتهي إلى الهزيمة ؟

هناك عوامل متعددة ذكرها (أندرومارك) وكانت الأساس لما اصطلح على تسميته (الحروب غير النمطية) التي لا يكون الحسم فيها لمن يملك قوة نيرانية أكبر . وإنما يكون الجسم فيها لمن هو على استعداد لمزيد من المعاناة أو تحمل تكاليف أعلى ، وعادة ما يكون الأضعف أكثر استعداداً لتحمل الخسائر في الأرواح من الأقوى الذي عادة ما يكون أكثر انفتاحاً وديمقراطية ما يجعل خسائره المادية والبشرية أداة ضغط عليه من الداخل ، كما أن الأضعف عادة ما تكون له ارتباطات قوية بجهات أجنبية تكون صاحبة مصلحة في استمرار الصراع كما أن العقيدة القتالية في كثير من المعارك تكون محدداً مهما لثبات الأضعف .

كيف تتصرف القوى الكبرى والحال كذلك ؟ كيف تردع قوة أضعف منها لا تخشى الهزيمة ولديها ميول انتحارية ؟ ما الفائدة لو كان السلاح الذى معك هو قبلة ذرية وأسرتك مخطوفة فى كهف جبل ؟ وكانت الإجابة هى أن تجعل العدو يقتل نفسه بنفسه . لماذا أقتله ، وهو يمكن أن ينتحر ؟ لماذا أوحده ضدى وانقسامه فى مصلحتى ؟ لماذا أطلق عليه الرصاص والقنابل فى حين أننى لو استثمرت واحد بالمئة مما أنفقه على الإعلام الخبيث والشائعات المضرة لتمزق ؟ ومن هنا انطلقت الفكرة وبدأت وانتشرت . وتعتمد تكتيكات حروب الجيل الرابع فى أغلبها على حروب الدعاية والحروب السرية عبر أفراد وجماعات مدربة لإحداث قلاقل واضطرابات .

والعمليات الإرهابية والتفجيرات وأنشطة التسلل والغزو الثقافى ونشر الشائعات وغير ذلك من أنشطة تعبوية قائمة على تدمير الروح المعنوية والتأثير نفسياً فى الخصم . ثم تطورت هذه الممارسات وأصبحت تشكل نظريات لجيل جديد من الحروب التى تدور بين الدول أو بين دول وجماعات والعكس وتعتمد على كسر إرادة الطرف الآخر وتحطيم معنوياته وإفشال مؤسسات الدول وإحداث قدر هائل من الفوضى والارتباك والذعر الداخلى بحيث يسمح ذلك بتدخلات خارجية لتحقيق وتنفيذ مخططات معينة أو استمرار هذه الفوضى الداخلية لشغل الدولة عن الخارج ودفعها إلى الاكتفاء على الذات والانشغال داخلياً بما يخدم أهداف قوى إقليمية أو دولية.

ويستند الجيل الرابع من الحروب على تشتيت الانتباه والاتصالات التى تعمل على إزالة جبهة القتال تماماً ، والاكتفاء بالهجوم الثقافى اعتماداً على مقاتلين جدد على هذه الجبهة المستخدمة عبر وسائل الإعلام مع شن أعمال عنق مبرمجة بدقة لشل الإرادة والإرباك ثم انهيار العدو السياسى بدلاً من السعى إلى عمليات قتالية حاسمة ويتضح أن حروب الجيل الرابع تنطوى على متغير حيوى هو أن التهديد ينبع

من الداخل بحيث يتم توظيف عناصر وعوامل داخلية معينة لتوظيفها وتحريكها عن طريق الشائعات وغيرها من أدوات من أجل تحقيق أهداف هذه الحروب والقائمين عليها . ومن هنا تتبع أهمية تعميق قيم الولاء والانتماء إلى الوطن ، وتبرز كذلك أهمية الالتفاف والتوحد والالتحام حول رايه الوطن وقياته ، كما تتضح كذلك خطورة التنظيمات والجماعات عابرة الوطنية التي تتجاوز الولاءات الوطنية والانتماءات الجغرافية للأرض والمكان ، حيث تصبح مثل هذه الجماعات أداة طبيعية يمكن توظيفها بسهولة في شن حروب ضد الأوطان من الداخل .

المبحث الثالث

المدائل المختلفة لمواجهة الشائعات والتصدي لها

نظراً لما تمثله الشائعات من خطر يهدد الأمن الوطني للدولة فإن هناك ضرورة ملحة للتعامل الفعال والسريع مع أى شائعة ، والعمل على وقف انتشارها وهذا يقتضى التحرك على المستويات الآتية :

أولاً : المستوى الرسمى :

وذلك بصور بياناً من الجهة المختصة ، لتوضيح طبيعة هذه الشائعة (صادقة / كاذبة) فإذا كانت لها أساس ينبغى ضرورة توضيح ما تمثله من خطورة على المجتمع واستقراره وإن كانت كاذبة ينبغى المسارعة بنفيها ، وهذا ينبغى أن يكون النهج الذى تتعامل به مختلف مؤسسات الدولة الرسمية مع مختلف الشائعات والرد عليها بسرعة حتى لا تجد من يصدقها بين افراد المجتمع لتفادى تأثيراتها السلبية فإن الرد على الشائعات اصبح أمراً ضرورياً لو أدها والقضاء عليها فى مهدها ولا نتجاهلها وننتظر إنتهاء مفعولها لأن انتشار وسائل التواصل الاجتماعى والهواتف الذكية قد جعل من تبادل الأخبار وأحياناً الشائعات مادة مسلية للكثيرين .

ثانياً : المستوى الشعبى :

ويتعلق هذا الجانب بأفراد المجتمع ، إذ عليهم قبل ترويج أى خبر يأتى عليهم عبر وسائل التواصل الاجتماعى أو هواتفهم الذكية ضرورة العودة لمصادر الأخبار الرسمية فى الدولة ، وتوخى الحيطة والتثبت فى نقل المعلومات والأخبار ، حتى يضى قطع الطريق على أولئك الذين يسعون إلى إثارة البلبلة والفوضى فى المجتمع . كما يتعين على أفراد المجتمع أيضاً أن يتعاملوا مع استخدام وسائل

التواصل بحذر ومسئولية اجتماعية وبوعى بخطورة تأثيرها السلبي ، لأن ما ينشره قد يحدث أضراراً بالغة بالمجتمع أو يسهم في استشراف بعض الأمور السلبية ، والمؤكد أن الولاء والانتماء إلى الدولة يسهم في الحد من آثار الشائعات واحتوائها ولكن يبدو أن جزءاً ما من تبادل هذه الأخبار السلبية يعبر عن قلق ورغبة في معرفة البناء فضلاً عن الميل الفطري للإنسان كي يضطلع بدور إعلامي ، وهذا الميل هو السبب المباشر في كثير من الأحيان في رغبة البعض في لعب دور العالم ببواطن الأمور ، ولكن هذا الميل سرعان ما يتم وأده في حال إذا قامت الجهات الرسمية المعنية بتوضيح حقيقة أي أخبار أو شائعات .

ثالثاً : المستوى الأمني :

وذلك من خلال تشديد الجهات المعنية على ملاحقة مروجي هذه الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتقديمهم للمحاكمة لأن ترك مروجي الشائعات من دون ملاحقتهم قد يغري الآخرين بإطلاق شائعات جديدة تهدد أمن المجتمع واستقراره.

رابعاً : على المستوى التشريعي والقانوني :

ويكون ذلك من خلال الحزم في تطبيق أقصى العقوبات التي يقرها القانون على مروجي الإشاعات سواء بقصد أو من دون قصد ، لينالوا جزاءهم العادل جراء ما أقدموا عليه واعتبار الشائعات بلاغات كاذبة إذا تعلقت بأمن الدولة وبمصالح الوطن العليا ولعل التوعية بتجريم نشر الشائعات يسهم كثيراً في الحد منها نظراً لإحساس البعض بعدم خطورة تبادل ما يصل إليه عبر الهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي من شائعات أو أكاذيب .

خامساً : على المستوى الدينى :

وذلك من خلال مزيد من التوعية الدينية لأفراد المجتمع وذلك من منطلق أن الشائعات أمر مناف لما جاءت به الديانات السماوية لأن الدين يحرص دائماً على سلامة المجتمع من كل ما يصيب أفراده من أخلاق فاسدة أو عقائد باطلة أو سلوك سلبى ففى الدين الإسلامى الحنيف حذر القرآن الكريم فى كثير من آياته كما حذرت السنة النبوية المطهرة .

فمن ذلك قوله تعالى : (إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِنْكُمْ لَا تحْسَبُوهُ شَرًّا لَكُمْ بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَكُمْ) ، (وَلَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُمْ مَا يَكُونُ لَنَا أَنْ نَتكَلَّمَ بِهَذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَانٌ عَظِيمٌ يَعِظُكُمُ اللَّهُ أَنْ تَعُودُوا لِمِثْلِهِ أَبَدًا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ)

وقال تعالى (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم (المسلم من سلم المسلمون من لسانه ويده) فقدم اللسان على اليد لأن من المعروف أن جروح السنام لها التنام ولا يلتئم ما جرح اللسان .

سادساً : على المستوى الإعلامى :

ولاسيما أن بعض المنافذ الإعلامية تحول فى الآونة الأخيرة من دون قصد إلى مروج للشائعات يتداولها معلومات غير موثقة . وهذا يتطلب أولاً ضرورة تدقيق وسائل الإعلام من صحة المعلومات التى تنشرها وذلك من الجهات الرسمية وثانياً وضع استراتيجية إعلامية وقائية تستخدم وسائل الإعلام كافة من أجل توعية أفراد المجتمع بمفهوم الشائعات والظروف المرتبطة بنشأتها وتطورها والمخاطر والآثار الناجمة عنها وكيفية تحليلها للكشف عما تتضمنه من أكاذيب ومغالطات . كما

ينبغي بذل مزيد من الجهود الإعلامية لتوعية الأفراد بشأن خطر تناقل الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، حيث يقوم كثيرون بتناقل ما يصل إليهم دون تثبت وإدراك لحجم انتشار هذا المحتوى وتأثيره السلبي سواء على صعيد آثاره البلبلة أو تحقيق أهداف الجهة التي قامت بنشر هذا المحتوى للمرة الأولى كما أن من الضروري أيضاً تبنى نهج إعلامي إيجابي مبادر بكلمات واضحة وصريحة .

وهذه هي الخطوط العريضة التي ينبغي التحرك من خلالها بينما يرى اتجاه آخر أن الطريقة المثلى لمواجهة الشائعات والتصدي لها هي الوقوف على الدوافع لتداول الشائعات وضح منها فمثلاً : " ١ "

(١) للدوافع الشخصية على وجه الخصوص دافع التنفيس عن حالة الكبت في أعماق كل فرد:

كثير من الأشياء الدفينة يخجل من الاعتراف بها حتى لنفسه ، هذه الحالة يطلق عليها اصطلاح الكبت ، وهذه الحالة تجعلنا نميل إلى التخيل أو غلى المغالاه في وجود هذه المشاعر في الآخرين ، نحن نظن أن العيب موجود في غيرنا وليس فينا على حد قول الشاعر :

نعيب زماننا والعيب فينا * * وما لزماننا عيب سوانا

فنحن مثلاً لا نريد أن نعترف بخطئنا ، ولذلك نقوم بأعمال عنيفة ونلقى باتهامات واسعة لنعطي تلك الحقيقة ونحب أن لا نعترف بأننا ضيقوا الأفق أو بأننا متحيزون أو أننا أنانيون فلا نحب أن نعترف بعيوبنا ، نحفظ بكل هذه الصفات لسريتها ونتهم بها الآخرين للمحافظة على احترامنا لأنفسنا

^١ بتصرف وائل مصطفى أبو الحسن : الإشاعة في واقعنا العربي والفلسطيني واستخداماتها الأمنية والوطنية .

والتسرية عنها ، هذا هو التفسير الحقيقي لكثير من الشائعات الكاذبة فليست الحقائق الخارجية التي تدفعنا لأن نسئ الظن ونلطح سمعة الآخرين ولكنها مشاعرنا الداخلية التي كبتناها فتتسرب عن طريق الشائعات الخاصة بنقائص الآخرين وانحلالهم ويعد الكبت الجنسي أيضاً أحد الدوافع الأساسية لنشر الشائعات فعندما يكون المجتمع مقفولاً لا يصبح الجنس عاملاً هاماً في حياة الأفراد بحيث يشغل جزءاً ضخماً من تفكيرهم فيحاول الأفراد أن ينفثوا عن كبتهم الجنسي إما بالنكات المكشوفة وإما بترك خيالهم ينسج من القصص ما يروى ظمأهم العاطفي ويفسر رغباتهم الدفينة ، مثال ذلك العانس التي تقدمت بها السن وفاتها قطار الزواج ، لا تكاد تجلس إلى أحد حتى ترد الشائعات عن كل سيدة وفتاة تعرفها وتنسج من خيالها قصصاً زائفة عن سوء أخلاقهن وارتمائهن في أحضان الرذيلة وهي في ترديدها لمثل هذه الشائعات تكشف عما لم تستطيع دونه بل تحاول تغذيته لإشباع أحلام يقظتها .¹

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(٢) التنفيس عن حالة القلق :

حالة القلق والخوف التي يعاني منها الإنسان تعد دافعاً لترويج الشائعات وهي تجعل الإنسان مستعداً لأن يتوهم أموراً كثيرة ليس لها أساس من الصلة ويطلق عليها شائعات الخوف أو الوهم وتسبب الشائعات التي تنسب إلى ذلك أضراراً جسيمة لأنها تعمل على نشر الخوف وإشاعة الذعر في الناس وإذا استولى الخوف والذعر على الناس ضعفت معنوياتهم وانهارت ثقتهم بأنفسهم

¹ صلاح نصر : مرجع سابق ، ص ٣٦١ .

ولعل حالة انفلونزا الطيور التي أصابت المجتمع المصري خير دليل على دور دوافع الخوف والقلق من غموض موقف الحكومة قبل الإعلان عن هذا المرض ثم أزمة الثقة وما عكسته من قلق من الإعلان عنه تفسير هذا السيل من الشائعات الذي عم المجتمع المصري وساعد على هذا الانتشار بتدخل وسائل الاتصال الحديثة كالانترنت والقنوات الفضائية فضلاً عن تناول الصحف المختلفة لمعالجة هذه المشكلة ولكن بصورة مبالغ فيها ساعدت جميعها على هذا الانتشار وقد رصدت مرصد الشائعات التي أنشأتها وزارة الإعلام " ١ " وعددها ٢٧ مرصداً للشائعات في محافظات مصر رصدت ١٨٧ شائعة في اليوم الأول للإعلان عن ظهور انفلونزا الطيور وفي اليوم التالي ١٠٣ شائعة وكان أخطرها شائعة تلوث مياه النيل إلى أحداث زعراً كبيراً بين المواطنين نتيجة حالة القلق والخوف على الصحة .

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(٣) دوافع الإسقاط :

نتحدث عن الإسقاط عندما تنعكس الاحالة الانفعالية للشخص دون وعى منه في تأويله للبيئة المحيطة به ، مثل هذا الشخص يعجز في نظره إلى الواقع المحيط به عن أن يقتصر على استخدام البيانات الموضوعية والخالية من التحيز وفي الأحلام يضطلع كل واحد بالإسقاط وإنما بعد اليقظة فحسب نستطيع أن نتبين أن رغباتنا الخاصة ، أو مخاوفنا أو نزعاتنا الانتقامية هي

^١ السيد نعيم ، تكنولوجيا الشر في خدمة المعلومات ، الجمهورية ، ٢٥/٢/٢٠٠٦ م

المسئول عما حدث فى أحلامنا ، فالطفل النائم يحلم أنه عثر على جبل من الحلوى والأم الخائفة القلقة تحلم بموت طفلها .

وأحلام اليقظة إسقاطية هى الأخرى ، فحين نضطجع على الأريكة نطلق العنان لخيالنا يصور لنا الأحداث التى تجسد آماننا ورغباتنا ومخافنا . ومن ثم نجد أنفسنا فى الخيال مظفرين وأحياناً خاسرين ، وكل ذلك بحسب مزاجنا أو حسب نوع الانفعال الذى يوجه حين ذلك تداعياتنا الفكرية .

إن الشائعة إذا أشبه ما تكون بحلم اليقظة فإذا كانت الأفضوة التى نسمعها تتيح لنا تأويلاً للواقع يتفق مع حياتنا الحميمة فإننا نميل إلى تصديقها وإلى نقلها فى إطار ذلك يقوم الفرد بنقل الشائعة لأنه يشعر أنها تبعده عن المخاوف وتجعله يسيطر عليها فليس الإسقاط المتمم أن يلصق الشخص مشاعره الإنفعالية بالآخرين وإنما بالأحرى يتلمس الشخص فى المسالك التى يفترضها فى الآخرين مادة تفسير معقوله لمشاعره . " ١ "

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

٤) إ دعاء المعرفة وحب الظهور :

يحدث فى كثير من الأحيان أن يكون الدافع لنشر الإشاعة حب الفرد للظهور والتظاهر بالعلم ببواطن الأمور متوهماً أنهم بذلك يصبحون مهمين أمام الناس فيقومون بسرد أخبار عن موضوعات لا يعرفها المستمع كأن يقول أحدهم سمعت من مصدر مسئول أن الحكومة قررت كذا وكذا وهناك فئة من

^١ معتز سيد عبد الله : مرجع سابق ، ص ٢٦٨

الناس تتابع وسائل الاتصال الجماهيري أو عبر مواقع الإنترنت وتعمل على نقل دعاياتها المسممة إلى أصدقائهم لمجرد الزهو أمامهم وأنهم أكثر علماً بما يجرى من أحداث .

إن معرفة شيء من الأشياء يرضى في الإنسان الرغبة في أن يكون مهماً لأن الشخص وهو يقص هذه القصة يكون في أثناء ذلك مسيطراً على سامعية وهذا الإشباع لا يستطيع أن يقاومه كل من كانت حياتهم باهته خالية من الأحداث أما المستمع الذي يقوم بتريد الشائعة التي سمعها من مثل أولئك الناس فغالباً لا يكثرث للشائعة نفسها بقدر ما يروجها لمجرد الثثرة .

” ١ ”

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(٥) الميل إلى الاستباق :

هو حالة من التوقع الديناميكي القوي تدفع الإنسان إلى التسرع في نشر شائعات عن أحداث مقبلة كإعلان عن الهدنة وقت الحرب أو انتظار أحداث سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية لها تأثير على حياتهم كالإعلان عن تغيرات سياسية متوقعة أو اصلاحات اقتصادية أو اجتماعية إن حالة الانتظار الطويلة تجعلنا على استعداد لتلقى الخير وفي هذه الحالة نكون أشبه بالحيوانات التي تجرى ساعية إلى صندوق طعامها فهي لا تزيد من سرعتها عند اقترابها إلى النهاية ولأن النهاية المتوقعة تكون على جانب كبير من الأهمية بالنسبة لأناس كثيرين ، إننا عندما نكون في انتظار خبر هام

^١ صلاح نصر : مرجع سابق ص ٢٧٢

نكون فى حالة ترقب فإذا ما دق جرس الباب أسرعنا اعتقاداً بأن القادم هو الشخص الذى ننتظره وإذا ما وصل إلينا خطاب أسرعنا بفضه بأعصاب متوترة فى محاولة لمعرفة ما فى الخطاب فى أسرع وقت وفى هذه الحالة لدى الإنسان حالة من الاستباق للحوادث توفر أساساً قوياً ودافعاً لانتشار الشائعات للقضاء على حالة الغموض التى تكتنف هذه الأحداث ، وكمثال على أهمية الميل إلى الاستباق أو التوقع كعامل لانتشار الشائعات حالة الهدنة عام ١٩٢٨ م وقد سبقها فى الصحف قبل الهدنة بأربعة أيام إعلان غير صحيح .

وفى عام ١٩٤٥ م تكرر نفس الشيء قبيل يوم النصر فى أوروبا وفى جميع هذه الحالات تمخض الأمر عن احتفالات سابقة لأدائها فبالإضافة إلى ما يمكن أن نفهمه من رغبات الإعلاميين فى ألا يتهمه بالغفلة وفى رغبتهم فى تقدير الأنباء الطيبة فى أقرب وقت ممكن فهناك أسباب نفسية تكمن وراء الميل الشائع عند الجميع إلى الاستباق وذلك بقدر ما يتعلق الأمر بأنباء هامة ونفس الشيء يحدث عند الإعلان عن تغييرات وزارية أو فى المحافظين تكثر الشائعات والتوقعات لأننا نواجه بعامل نفسى قوى هو التوقع فى الحياة العقلية للأفراد فعندما يطول الانتظار لا يبقى سوى عنصر واحد فحسب لينحل اللغز عندها يكون كلنا تحفزاً للإكمال بواسطة الشائعات .

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(٦) جذب الانتباه :

ويرتبط هذا الدفع لنشر الشائعات بدافع حب الظهور وإدعاء المعرفة والعلم فجذب الانتباه هنا يحقق لمروج الشائعات لأنه يعرف معرفة ويرفع من شعوره بأهمية ذاته فالشخص وهو آخذ في سرد قصته يكون طوال ذلك الوقت مهيمناً على مستمعيه ، كما أن مردود الشائعات يتيح لنفسه ساعة على صدق شعوره بتذوق النصائح أو الأقاويص الملفقة أضف إلى ذلك أن الشخص يمكن أن ينقطع به حبل الحديث أن يحد من الملائم أن يملأ الفراغ بتردد ما سمعه منذ لحظات وعلى ذلك فإن الأشخاص الذين لا يتجاوبون مع المشاعر الانفعالية التي ينطوى عليها الشائعة يعملون مع ذلك على استمرار سريانها .

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(٧) تهديئة التوترات الانفعالية :

وتكون هذه التوترات نتيجة لدوافع عديدة فالشعور بالكراهية والبغض والشائعات الناتجة عن هذا الدافع هي شائعة الكراهية أو الخوف أو الوهم وتعمل على نشر الخصومة والبغضاء بين الأفراد وفئات المجتمع المختلفة ، وقد يكون الدافع هو الخوف الذي يجعل الناس على استعداد لتوهم أمور كثيرة لا أساس لها من الصحة ويطلق عليها شائعات الخوف او الرغبة في الشعور بالطمأنينة والأمن فتنتشر بين الناس شائعات الأمل التي تشعرهم بالرضا ومن أمثلة هذه الشائعات التي تهدئ التوترات الانفعالية الناتجة بإتاحتها ما يحقق التفرغ للشائعة كالتى انتشرت فى أغسطس عام ١٩٤٥ "

^١ " ومؤداها أن روسيا أعلنت الحرب على اليابان وذلك مقابل أنها حصلت على أسرار القنبلة الذرية .

وكان المصدقون والمروجون لهذه الأقصوصة من الأشخاص الذين يمقتون الروس كان الحقد المرهق الدافع إلى الشائعة ولكن ناشر الشائعة بدلاً من أن يقول الطرحة (إنى أكره روسيا) فإنه تشبث بأقصوصة تخفف وتبرر وتفسر توتره الانفعالي الدفين . وجدير بالاهتمام هنا أن نلاحظ الغموض المتعدد الجنبات الذى تعمل الشائعات فى خدمته فهى إذ تتيح للشخص أن يصنع ما يكرهه فإنها تفرج عن (دافع انفعالى) أساسى ولكنها فى الوقت نفسه ترد ما يشعر به الشخص إزاء الموقف وتفسر له أمام نفسه وأمام الغير علة ما يدفعه إلى هذا الشعور .

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(٨) تحقيق المصالح الشخصية :

المصالح المتحققة من وراء الشائعات عديدة وتختلف وفقاً للمصدر ، فالحكومات تنشر الشائعات لكسب التأييد الشعبى أو لإلهاء المواطنين عن قضايا حقيقية أو لإضعاف الخصوم وأحزاب المعارضة فعل الشيء نفسه لتحقيق الأهداف والدول والجهات الخارجية لها مصالح أيضاً فى ترويج الشائعات كتدعين صورتها الذهنية كدول كبرى لا تقهر أو للتفرقة بين الشعوب أو لإضعاف الروح المعنوية وإشاعة روح الانهزامية ، والأفراد ينشرون الشائعات للتنفيس عن مشاعر الكراهية والكبت او للعدوان على

^١ معتز سيد عبد الله : مرجع سابق ، ص ٢٦٩

الآخرين أو للانتقام والتشهير كالشائعات التي تطلق على الفنانين ورجال الأعمال أو لتحقيق مصالح منافع ومصالح مادية كالأرباح التي جناها أصحاب شركات المحمول وشركات المياه المعدنية في مصر عقب انتشار شائعاتها .

وهناك شائعات تنشرها الصحف لزيادة المبيعات كأن تستغل شغف الناس بتتبع حياة الفنانين والمشاهير والشائعات الدينية كالشائعات التي تنشرها صحيفة توينسب ومواقع الانترنت العربية حول إسلام بيل جيتس مؤسس شركة مايكروسوفت لأنظمة الكمبيوتر وشائعة إسلام مايكل جاكسون والتي نشرتها صحف خليجية وشائعة ثالثة انتشرت منذ سنوات ونشرتها العديد من الصحف لإلهاب عواطف الكثيرين في العالم الإسلامي لتضمن استمرار مسيرة بيع وتوزيع الصحيفة إضافة إلى الرغبة في استغلال الفراغ الفكري والهاء الناس عن المشاكل الحقيقية مثل شائعة أرمسترونج رائد الفضاء الأمريكي قالت الصحيفة الإسلامية أنه سمع الأذان على سطح القمر ولما زار مصر سمع الأذان وتذكر أنها نفس الكلمات التي سمعها على سطح القمر وأشهر إسلامه وكل هذه شائعات ثبت عدم صحتها ولكن صحف الإثارة روجت لها لتحقيق مصالحها الخاصة في الترويج لزيادة المبيعات المهم وراء كل شائعة مستفيد له دوافعه الخاصة به لترويج الشائعة وله مصالحه المتعددة والمتشابكة وأنه فهم هذه الدوافع عند تحليل الشائعة ضرورة لإجراءات الحد منها وانتشارها .

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(٩) التهرب من الشعور بالذنب :

توجد بعض الأدلة التجريبية تتعلق بأهمية الإفلات من مشاعر الإثم في تصديق الشائعات " ١ " فقد كشف البورت وليكن Allport & Lepkin عن وجود ميل عند الأشخاص الذين يصدقون شائعة معينة تتصل بالتبذير والامتيازات الخاصة لبعض المسؤولين على أن يكونوا أناساً ممن يستبيحون الغش في حياتهم وممن ينكرون في الوقت نفسه أى شعور الإثم والعار نتيجة ذلك . وفى مقابل ذلك تبين أن الأشخاص الذين يسلمون بالغش ويعترفون بأنهم (يستشعرون الخزي) أقل تصديقاً للشائعات المتصلة بأخطاء الآخرين .

وباختصار فإننا حين نصدق أسوأ الأمور بالنسبة للآخرين ، فإننا نتحايل للإفلات من إثم لا شعورى عندنا أما حين تتجه باللوم إلى أنفسنا فإننا نكون أقل استعداداً لتقبل الشائعات .

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(١٠) الميل للعدوان :

ويعد من الدوافع المهمة لانتشار الشائعات وخاصة بالنسبة للأشخاص العدوانيين بالطبع أو الذين تكون بينهم وبين الآخرين علاقات سيئة فيقوم بنشر الشائعات ضدهم وتحمل هذه الشائعات في طيها إيقاع الأذى والتشهير بسمعة ومكانه الشخص وزعزعة ثقة الناس به إشباعاً للنفسية المريضة ،

^١ مرجع سابق ، ص ٢٧٠ .

بل إن انتشار الشائعات وفقاً لهذا الدافع أدى إلى رواج الشائعات فالمشاكل الكثيرة بين العائلات والجماعات والهيئات والدول أدى إلى تقوية شوكة هذه الشائعات الرامية إلى العدوان والتدمير وبخاصة عند تغلف هذه الدوافع بنزعة عنصرية أو دينية كالشائعات العدوانية التي يطلقها اليهود ضد العرب والمسلمين والشائعات التي تطلقها الجامعات التبشيرية ضد المسلمين وغيرها من الشائعات التي تحمل طابع إيقاع الأذى والتشهير والتدمير .

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(١١) الفراغ الذي يعيشه البعض سواء من الرجاء أو النساء :

له تأثير قوى على بث الإشاعات وسريانها بين الناس وهذا ما نلمسه بصورة واضحة فى المجالس كل يوم عند إحدى الجارات يقضين أوقات فراغهن ويرتشفن القهوة التي ترافق أطباق الغيبة والنميمة والخوض فى أعراض الناس وكل واحدة تعرض بضاعتها الكلامية التي جمعتها من هنا أو هناك لتجمع فى تلك الجلسات حصيلة بضائع فاسدة لا تغنى ولا تسمن من جوع فلا يكاد أحد يسلم من ضرب حديثهن سواء بالهمز أو اللمز أو السخرية أو عن طريق يقولون كذا سمعت كذا ... هل عرفت أن .. هل سمعت ... وغيرها من لغو الكلام واللغظ الذى لا أراه إلا سهاماً صائبة لا يمكن أن تخطئها مدفعية الشائعات هذه الحالة بالنسبة للشباب العاطل عن العمل ، فالبطالة والرتابة والفراغ تساعد على تكوين الشائعات ونقلها ولهذا فإن توفير فرص عمل للشباب وتأمين وسائل شغل أوقات الفراغ للمواطنين فى أعمال اجتماعية مجدية تساعد على القضاء على الشائعات ، ويمكن القول بأن

الدوافع الشخصية التي نحن بصددنا هي العامل الحاسم في تداول الشائعات فبرغم أن ناقل الشائعات يعلم عدم مصداقيتها أو على الأقل يكون واثقاً من أنها مبالغ فيها إلى حد كبير لكنه برغم ذلك يرددها بين الناس بدافع نفس محصن .

ويلاحظ أن تحديد الدوافع الأساسية للشائعات وقت الحرب أيسر منه بكثير وقت السلم لتعدد الدوافع وتداخلها إذ أن أغلبها وقت الحرب تعبر تقريباً عن العدائية والخوف والرغبة بخلاف وقت السلم الذي تتعدد فيه وتكثر الدوافع التي تساعد على انتشار الشائعات .

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(١٢) الترهيب والتخويف :

أحد الدوافع الأساسية للشائعات وبخاصة أوقات الحروب وجد عالم النفس الكندي أرفنج عام ١٩٤٣ م أن إشاعات وقت الحرب في كندا كانت تدور حول ستة موضوعات رئيسية يأتي الرعب في مقدمتها وفي دراسة أخرى أجريت لتحليل ألف شائعة عن الشائعات المنتشرة عام ١٩٤٢ م وجد أنها تعبر تقريباً عن العدائية أو عن الخوف وتأخذ الشائعات عن فداحة الخسائر في الأرواح والمعدات جزءاً كبيراً من شائعات الحرب وكذلك شائعات الأزمات والكوارث ، ويرجع ذلك إلى التوتر العاطفي للشعب نتيجة الخوف والقلق النفسى الناجم عن الحرب أو الكارثة ، وهنا يبذل مرجوا هذه الشائعات جهداً كبيراً لبث هذه النوعية من الشائعات لتعويض الروح المعنوية وإحداث حالة البلبلة والعجز عن التفكير في المواجهة أو التصرف ، وهنا يكون للعملاء

والخونة دور كبير فى ترويج رياح الشائعات العدوانية إلى كل اتجاه للتأثير والإضرار .

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(١٣) ضعف الدافع الدينى وغياب رقابة الله :

مما يجعل المتحدث بالإشاعة (يشرق ويغرب) بإشاعة يضيف عليها وينقص حسب أهوائه ، يخلط الأمور ببعضها ، الحق بالباطل والصدق بالكذب وأحياناً يتفنن ببث حديثه ومعسول كلامه ليوحى للسامعين بأنه صاحب السبق فى معرفة القصة التى يرويها أو الإشاعة التى يبثها للآخرين. لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(١٤) جعل أو تجاهل العواقل الوخيمة :

التي قد تأتى نتيجة إطلاق سهام الشائعات فعد إدراك عواقب الأمور والقييل والقال بلا بينة أو برهان تجعل من صاحب الإشاعة يسترسل فى كلامه فيقذف بهذا ويقدم بذاك ويصول ويجول فى حديثه وكأنه طاحونه تجرش أى حب يلقى إليها دون أن تحقق من نوع الحب الذى تطحنه .

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(١٥) من الدوافع القوية المؤدية لانتشار الإشاعة في مجتمعنا بصورة كبيرة أن الناس غالباً يميلون إلى تصديق كل ما يقال وعدم التثبت والتأكد من صحته:

بل في كثير من الأحيان وعندما تثور موجة إشاعة ما فالعبارة التي يرددونها في الحال أنه لا دخان بلا نار فما أن تثار كلمة أو شائعة حتى تنتشر بين الجميع انتشار النار في الهشيم لتصبح علكة تضيفها الألسن ولكن ليست بنكهة النعناع الطيبة وإنما بنكهة ننته ، وأحياناً تصبح مصدر تسلية بين الناس أثناء جلساتهم الاعتيادية فهذا يضيف عليها قليلاً من الملح وآخر قليلاً من الفلفل وثالث يضيف بعض البهارات التي تضيف عليها مذاقاً ونكهة جذابة تجعل الحديث عن تلك الشائعة هي الطبق اللذيذ التي يقدم في تلك الجلسة .

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

(١٦) دوافع الفضوا وحب الحديث والتدخل في شئون الآخرين :

وهذه مثيرة وللأسف الشديد لها جذورها في مجتمعاتنا حيث نجد الكثير من أفراد المجتمع يمنحون أنفسهم الحق في التدخل بشئون الغير بما يعنيهم وما لا يعنيهم ولاشك أن التوسع في الحديث بلا حاجة ونقل الكلام من فرد إلى آخر ومن مجلس إلى مجلس يولد الخطأ ويولد الزلل ، والكلام الذي يسير من فرد لآخر ويتناقله الناس لابد له من إضافة وزيادة كما ذكرنا حتى يغدو حديثاً مثيراً مشوقاً فلا يكاد يمشى خطوات معدودة حتى يصبح ككرة الثلج التي لا تزال تتزايد كلما دحرجتها (كما جاء في وصف الإشاعة للدكتور أحمد نوفل في دراسته حول الشائعات)

لذا يجب على الإنسان أن يكبح جماح نفسه وأن يجعل لعقله سلطان على لسانه وهواه .

وفى النهاية يرى الباحث أن مصر تعيش خلال الفترة الأخيرة حرب شائعات لا مثيل لها فى مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية وأن الذى ساعد على انتشار هذه الشائعات هو التقدم الهائل فى وسائل الاتصالات الحديثة وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعى وأن الشائعات هى عصب الحروب النفسية وتنتشر بشكل كبير فى مختلف جوانب الحياة كسرعة النار فى الهشيم وتستهدف العقيدة والفكر والروح المعنوية لأفراد الشعب من أجل زعزعة أمانة واستقراره السياسى والاقتصادى والاجتماعى وأن حرب الشائعات تعد من حروب الجيل الرابع لذا ينبغى الاهتمام بدراسة ظاهرة الشائعات بمختلف أبعادها للحفاظ على الأمن المجتمعى من الانهيار .

ولابد من التعرف على الحد الفاصل بين حرية التغير وتداول المعلومات وبين الحفاظ على أمن واستقرار الشعوب والمجتمعات .

ولابد من إبراز أهمية مؤسسات الإعلام والتعليم ودور العبادة والمجتمع المدنى من أجل رفع درجة الوعى ونشر الثقافة والمعرفة .