جامعـــــة طنطا
كليه الحقوق

بحث مقدم للمؤتمر العلمي السادس
"القانون والشائعات"
في الفترة من ٢٢ الى ٢٣ أبريل ٢٠١٩

" دور الإعلام فى مكافحة الشائعات"

إعداد
محمد عبدالرؤف محمد
باحث دكتوراه – قسم القانون الدولي العام
كلية الحقوق – جامعه طنطا
إشراف
أ.د/**مصطفى أحمد فؤاد**

المقدمة:

أيا كانت الأدوار التى تقوم بها وسائل الإعلام فى المجتمع، ومهما كانت الوظائف التى تقوم بها، إلا أن الوظيفة الأهم هى الحفاظ على النسيج الإجتماعى من التفتيت، سواء كان ذلك عبر الدعوات الطائفية، أو الإثنية، إلى جانب الحفاظ على السلم المجتمعى أو تكدير الأمن العام. ولكى تتمكن وسائل الإعلام من القيام بدورها فى الضبط الإجتماعى[١]، وتوحيد الجهود المجتمعية، لابد لها من القضاء على المخاطر التى تهدد هذه الوحدة الاجتماعية والقضاء عليها فى مهدها، ومنها الشائعات، وهى التى تسرى فى المجتمعات مسرى النار فى الهشيم ويتناقلها الأفراد دون أن يدركوا أنهم ضحايا ذلك.

فمثلما يقوم الإعلام بنشر الشائعات على نطاق واسع، كذلك يستطيع مكافحة تلك الشائعات والقضاء عليها إذا ما استطاع القائمون على شئون الاعلام بتوجيه الأخبار توجيها صحيحا، من خلال استخدامها كأداة للتأثير وخلق الانطباعات الإيجابية. فالأخبار سلاحا ذا حدين: تقوم بنشر الشائعات فى حالة تحريفها، أو التعتيم عليها، أو إيراد نصف الحقيقة من خلالها، أو تفسيرها تفسيرا مغرضا، كما يمكن لها أن تكون أداة لمكافحة الشائعات عندما تحافظ على معايير الصدق والموضوعية والدقة فى ايراد المعلومات[٢].

حقيقتا تستطيع السلطات الرسمية توجية الأخبار لمصلحتها بل واحتكارها تفسيرها. غير أن ذلك لا يحقق لها ما تصبو إليه من السيطرة والتأثير لسببين: قوة الإتصال الشفوى الشخصى من جهة، ولوجود الشخص الثالث المتمثل بمصادر المعلومات المعلومات (كالإذاعة الأجنبية، والصحافة، والمعارض)، غير

---

[١]) د. وجدى حلمى عيد عبدالظاهر، دور وسائل الإعلام الحديثة فى التوعية ومواجهة الأزمات الأمنية، بحث منشور على شبه الانترنت
https://www.researchgate.net/publication/309195835_dwr_wsayl_alalam_alhdytht_fy_altwyt_wmwajht_alazmat_alamnyt.

[٢]) د. ابراهيم محمد خضر الداقوقى ،دور الإعلام فى ترويج ومكافحة الشائعات، المركز العربى للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، ١٩٩٠ ، ص١١٤ .

الرسمية التى يلجأ إليها المواطن عندما يشك فى صدق الأخبار التى تذاع عليه من السلطات الرسمية، حيث أن الإسراف فى توجيه الأخبار، والسيطرة عليها يؤدى إلى نشوء موجة من الشائعات، على حساب العزوف عن الأخبار الرسمية ذات الوتيرة الواحدة[1].

ومن ثم فإن مكافحة الشائعات بوسائل الإعلام المختلفة؛ لا تتم إلا من خلال العمل الاعلامى الناجح المستند على العلم، وفق أسس مدروسة، وتخطيط محكم وبرامج مثمرة، ونشر المعلومات الصحيحة، فضلا عن الدور الهام لوسائل الإعلام من خلال زيادة وعى الجمهور وبناؤه ثقافيا، فالوعى هو العنصر الفاعل فى مواجهة الشائعات، وهى الذى يجعل الجمهور قادرا على التمييز والانتقاء من بين ما يتعرض له من عشرات الأحداث اليومية.

أهمية الدراسة:

حيث تعتبر وسائل الإعلام من المصادر الأساسية للمعلومة، والتى يبنى عليها الفرد مواقفه، وتقوم عليها اتجاهات الجماعات حيال الأحداث الجارية، سواء بالقبول أو الرفض، كما تتولى وسائل الإعلام الدور الملوس فى تشكيل موقف الجمهور المتلقى من القضايا المطروحة على الساحة المحلية والدولية، ويواجه العالم عامة ومصرنا خاصه حربا تعد من أشد الحروب وأقساها التى يشنها الأعداء ضد خصومهم، تتمثل فى بث الإشاعات الهادفة إلى النيل من تماسكهم وتشتيت صفوفهم، وبث الفتنه والفرقة بينهم،

وبما أن عامل الغموض والإلتباس الذى يكتنف الوقائع والأحداث التى تدور فى المجتمع، يعد من أهم العوامل التى تساعد على خلق الشائعات، فإن أهم وسيلة لمكافحة هذه الظاهرة هو القيام بعمل مضاد لمنع وقوع حالات الالتباس والغموض، ويحقق ذلك عمليا بتوافر وسائل الإعلام التى تبادر إلى معاجلة

---

[1]) الملفح مبارك عبدالله ، الإشاعة ومخاطرها التربوية من منظور إسلامى، رساله ماجستير، جامعة البرموك، الأردن، ١٩٩٠، ص٧٢ .

المواضيع والمسائل وتقدم الأخبار والمعلومات الصحيحة عنها بدقة والكشف عن ملابساتها أمام الرأى العام، ويمكن اللجوء إلى الإعلانات الرسمية والمنشورات التى تدحض الشائعات.

المشكلة البحثية:

تعتبر الشائعة من الظواهر الإجتماعية التى لها أثار سلبية على كافة جوانب الحياة الاجتماعية، والسياسية، والفكرية، والاقتصادية والأمنية وغيرها من جوانب الحياة المختلفة، فالإشاعة أصبحت علما من العلوم المنضبطة ذات المناهج والقواعد والأسس، وإن من أطلق الإشاعة له أهداف محددة ومخطط لها، ولذا فإنه يسلك فى تحقيقها طريقا منظما من شأنه أن يصل إلى المراد ويصيب الأهداف بدقة، غير أننا لانعنى – بطبيعة الحال– أن كل إشاعة هى بهذه المثابة والتفكير فلسنا ننفى وجود العمل الفوضوى والإشاعة الفوضوية، وإنما نعنى أن من أراد دراسة الإشاعة علما واضحا منضبطا أمكنه ذلك، الأمر الذى يبرز أهمية دور ووسائل الإعلام فى مواجهة الشائعات لقدرتها الكبيرة على الإنتشار وفعاليتها ودورها الفعال فى تفيد الشائعات ونشر الحقائق.

أهداف الدراسة:

وتستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال :

– التعرف على طبيعة الشائعات وبيان مفهومها.

– بيان أنواع الشائعات وأهدافها.

– توضيح أخطار انتشار الشائعات.

– إيضاح أساليب ترويج الشائعات.

– إبراز اساليب مكافحة الشائعات فى وسائل الإعلام.

خطه البحث

المطلب الأول : الإشاعة ..الأهداف والأنواع والمخاطر

المطلب الثانى: أهمية الإعلام فى مكافحة الشائعات

المطلب الأول

الإشاعة ..الأهداف والأنواع والمخاطر

الشائعات " من الأقوال الضارة، ونقل الحوادث الكاذبة، والترويج والتمهيد للأفكار السئية، تضر ضررا كبيرا بالمجتمع من نواح كثيرة، فى دينه ودنياه وعلاقاته وترابطه، وصلته بغيره من المجتمعات[١]. لأنها تقوم على أسس ومضامين غير تربوية، وتسعى إلى تفكيك وحدة المجتمع والنيل من مكتسبات الأمة وزعزعة الثقة فى لبنات الكيان.

وأصبحت الشائعات قدرا إجتماعيا وسياسا لا مفر منه، فأغلب الناس قد تعرض لشائعة أو أكثر فى يوم من الأيام؟ والكثير عانى من كلام الناس بعض الوقت أو معظم؟ واللافت أن الشائعات قد صارت جزءا من فن السياسة، وفن الحرب، وفن الإعلام والترويج التجارى والفنى، بل وصارت فنا من فنون الصراع الإجتماعى والمهنى، حيث يتم توظيف الشائعات بغرض تحطيم المعنويات، وإصطياد الحقائق ، والتغطية على الواقع، والقضاء على مصداقية الخصم، وإيقاعه فى دائرة التفكير المضطرب، وتشويه صورته، ورسم الهالة حول الذات، وفى كثير من الأحيان يتم توظيفها بهدف الوقيعه ، وتعطيل نجاح الأخرين وتشتيت انتباههم[٢] .

١- تعريف الشائعات وأهدافها

الإشاعة عبارة عن كل خبر، مجهول المصدر وليس معه دليل على صحته ، ولكن يحتمل الصدق وأنه قابل للتصديق، ولإثارة الإشاعة أهداف ومأرب، تتنوع هذه الأهداف تماشيا مع مبتغيات مثيروها.

---

١) د.على بن عبدالرحمن الحذيفى، الشائعات فى عصر المعلومات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز البحوث والدراسات، الرياض، ٢٠٠٣ ، ص ٩ .

٢) د.محمد عثمان الخشت ، الشائعات وكلام الناس اسرار التكوين وفنون المواجهة ، مكتبة ابن سيناء للطباعة والنشر، القاهرة ، (د.ت.ن) ، ص٥ .

١/١- تعريف الشائعات

تعرف الشائعات لغويا إذ ورد فى لسان العرب لإبن منظور: شاع الخبر فى الناس يشيع شيعا وشيعانا ومشاعا وشيعوعة، فهو شائع: انتشر وافترق وذاع وظهر. وإشاعه هو واشاع ذكر الشئ : أطاره وأظهره، وقولهم: هذا خبر شائع، وقد شاع فى الناس، معناه قد اتصل بكل أحد، فاستوى علم الناس به، ولم يكن علمه عند بعضهم دون بعض[١]، والإشاعة فيها هذا المعنى وهى ترويج الكلام تبدأ بكلمة أو جملة أو خبر وتنتقل عبر الألسن وكل شخص يضيف لها كلمة حتى تصبح قصة أو رواية[٢]، بما يؤذى الأخرين لإيقاع الشك فى نفوس الناس والخوف وسوء ظن بعضهم ببعض .

أما الشائعة فى التعريف الإصطلاحى، فثمه اختلاف حولها، حسب طبيعة العلم الذى يدرس الشائعة أيا كان نوعه، وربما يحدث خلاف حول تعريف الشائعة داخل العلم الواحد باختلاف المنهج المستخدم فى الدراسة، وأشهر التعريفات للشائعة ينسب إلى عالم الإجتماع الأمريكى " تى شيبوتانى" (T.Shibutani)، الذى عد الشائعات أخبارا ملفقة تتولد من نقاش جماعى[٣]، وعرفها الباحثان جوردون أولبورت (G.W.Allport)، وليوبوستمان (Leo postman) الشائعة على أنها " كل قضية أو عبارة موضوعية نوعية مطروحة للتصديق، وهى تتداول

---

١) جمال الدين محمد ابن منظور ، لسان العرب، ج١ ، الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة ، بدون تاريخ، ص٥٦ .

٢) هانى الكايد، الإشاعة والمفاهيم والأهداف والثار، ط١ ، دار الرواية للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٩ ، ص١٩ .

٣) جان – نويل كابفيرير، الشائعات الوسيلة الاعلامية الأقدم فى العالم ، دار الساقى للطباعة والنشر ،لندن، ٢٠٠٧، ص٢٠ .

من فرد إلى أخر بالكلمة الشفهية فى العادة، دون أن تستند إلى دلائل مؤكدة على صدقها، وتحتوى كل شائعة دائما على شئ من الحقيقة "[١].

عرفها البعض[٢] بكونها " الترويج لخبر مختلق، لا أساس له من الواقع، أو لخبر تعمد المبالغة والتهويل، أو التشويه فى سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسى فى الرأى العام المحلى أو الإقليمى أو العالمى، تحقيقا لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة، أو عدة دول، أو على نطاق العالم بأجمعه"[٣]. وأيضا "عملية نقل خبر مرتبط بواقعة أو رأى أو صفة مختلقه من خلال الكلمة المسموعة الشفهية، تعبيرا عن حالة معينة من حالات القلق، أو الكبت الجماعى"[٤]. وأيضا " الحديث أو القول أو الخبر أو الرواية يتناقله الناس دون التأكد من صحته أو التحقق من صدقه، ويميل الناس إلى تصديق مايسمعونه دون محاولة للتأكد من صحته، ثم يروونه للغير، وقد يضيفون إليه بعض التفصيلات الجديدة"[٥].

ويعد أكثر التعريفات رجحان ووضوحا الذى عرفها "الشائعة عبارة عن رواية مصطنعة عن شخص أو جماعة أو دولة، يتم تداولها شفهيا أو إعلاميا. وهى

---

١) مشار اليه فى .د. نايف بن محمد المروانى ، الشائعات وأثارها السلبية فى بنية المجتمع وتماسكه،الندوة العلمية مجابهة الشائعات، مركز الدراسات والبحوث،جيبوتى،٢٠١٠، ص٤ .

٢) عرفت بأنها "معلومة أو خبر أو قصة قابلة للتصديق أو التكذيب وغير معروفة أو مؤكدة المصدر يتم تناقلها مشافهة بطريقة غير رسيمة فى حال الاتصال الشخصى وجها لوجه او رسميا كما هو الحال فى الاتصال الجماهيره السمعى كالإذاعة أو البصرى كالمطبوعات أو السمعى والبصرى كالتلفزيون" .منال محمد مراد، الإشاعة طرق انتشارها ومعالجتها، رساله ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، ١٩٩٩ ، ص٢٥ .

٣) د. مختار التهامى ، الرأى العام والحرب النفسية، دار المعارف، القاهرة، ١٩٨٢ ، ص١١٤ .

٤) حامد ربيع، مقدمة فى العلوم السلوكية، دار الجيل ، دمشق ، ١٩٨١ ، ص٢٩٧ .

٥) د.محمد منير حجاب، المؤسسة الإعلامية ، ج٤ ، دار الفجر، القاهرة ، ٢٠٠٤ ، ص١٤٢٥ .

مطروحة لكى يصدقها الجمهور دون أن تتضمن مصادرها، ودون أن تقدم دلائل مؤكدة على كونها واقعية"[١]، وأنها " كلام أو صورة أو مقطع فيديو أو مادة مسجلة مختلق كاذب بأكمله أو يحمل نسبة من الصحة، يتميز بالأهمية والغموض والجاذبية، ينتقل أو يروج له بين الناس عن طريق المشافهة أو الكتابة أو عن طريق إحدى وسائل الاتصال والإعلام التقليدية والالكترونية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعى، بهدف التأثير على الجمهور لغرض ترديده أو المشاركة بنشرة لتحقيق هدف معين سواء على المستوى الشخصى أو المؤسساتى أو المحلى أو العالمى"[٢] .

من التعاريف السابقة نلاحظ وجود ترابط بين المعنى اللغوى والمعنى الإصطلاحى، بسبب وجود عامل مشترك بينهما هو الانتشار والتكاثر.

٢/١- خصائص الشائعات

إن الإشاعة تتسم ببعض الخصائص بعضها يرتبط بحالة الإشاعة وطبيعتها، وبعضها الأخر يرتبط بواقع المجتمع وحالته النفسيه والإجتماعية، ومن ثم تعكس الإشاعة هذا الواقع وتعبر عنه.

ومن الخصائص المرتبطة بطبيعة الإشاعة ذاتها:

- الإشاعة هى عملية نشر المعلومات، وبخاصة إذا ارتبطت بموضوع هام ونشرت فى ظروف يتعذر معها التأكد من صحتها، أما إذا اعتبرت تعبيرا عما يجرى فى عقول الناس فيمكن استخدامها كمؤشر للرأى العام، أو كأسلوب وقائى كما يحدث فى الحروب النفسية أو المعارك الانتخابية[٣].

---

١) د.محمد عثمان الخشت، الشائعات وكلام الناس، المرجع السابق، ص١٢ .

٢) د. حمدان خضر سالم ، جاسم محمد شبيب ، طرائق مواجهة الشائعات فى موقع التواصل الاجتماعى الفيس بوك ، مجلة الباحث الإعلامى، كلية الإعلام ،جامعة بغداد، العدد ٤١ ،٢٠١٨، ص ١٥٨ .

٣) د.النعمى الشائح العالم، الشائعات وطرق مواجهتها، مجلة الجامعى،النقابة العامة لهيئة التدريس الجامعى ،ليبيا، العدد٢١ ، ٢٠١٥، ص٨١ .

– أنها تحتمل الصدق والكذب، فقد تحتوى الإشاعة على بعض المعلومات الصادقة المتعلقة بموضوع أو موقف ما كالإشاعة حول زيادة مرتبات الموظفين، وقد تكون الإشاعة كاذبة، وقد يكون جزءا من الإشاعة صادقا والجزء الأخر كاذبا؛ كما يحدث عند تسريب أسماء محتملة وغير محتملة لترشيح أعضاء الحكومات فى بعض الدول، وإن كانت بعض الأسماء صحيحة والأخرى كاذبة لغرض جس النبض (للرأى العام) حول أسماء المقبولين وغير المقبولين[١].

– يمكن أن تنطلق الإشاعة بسهولة، ولكن ليس من السهل إيقافها، فالإشاعة إذا ما توفرت التربة الصالحة لها يصعب إيقافها، فهى تسير الأن بسرعة الصوت والضوء عن طريق الأقمار الصناعية[٢].

– ومن الخصائص الأساسية للشائعة أنها غالبا ما تكون مشحونة بشحنة انفعالية ووجدانية قوية، فالإشاعات المحايدة لا تنتشر كثيرا، أما الإشاعات التى تكون مملوءة بالأمانى والأمال والأحلام ((الإشاعة الوردية)) تنتشر بسرعة، كإشاعة انتهاء الحرب فى بحر شهر أو منح مكافأة.. كما أن الإشاعات السوداء التى تحمل مشاعر تتضمن الكراهية والعداء أو التفرقة من الشائعات الأكثر انتشارا والأكثر سرعة فى انتقالها من غيرها[٣].

– إن مضمون الإشاعة ومحتواها يتعرض دائما إلى التغيير والتسوية والتعديل أثناء ترويجها، فقد يتم عند الرواية التركيز على بعض الجوانب والمبالغة فيها واستبدال بعضها الأخر، مما يغير من حقيقة الأمر[٤]، وتؤكد الدراسات أن

---

١) فى سنه ١٩٨٢ قام البيت الأبيض بتسريب اسماء محتملة وغير محتملة لقضاة مرشحين لعضوية المحكمة الدستورية العليا كوسيلة لجس النبض والجانب الصادق هو أن عددا من الأسماء المحتملة كان صحيحا والجانب الكاذب منها أن بعض الأسماء غير وارد ترشيحة.منال محمد مراد، الإشاعة طرق انتشارها ومعالجتها، المرجع السابق، ص ٢٦ .

٢) حسام الدين مصطفى، إستخدام تكنولوجيا الإتصال فى إنتشار الشائعات: دراسة حالة على مستخدمى الإنترنت والهاتف السيار ، رساله ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة أم درمان الإسلامية، ٢٠٠٧، ص٧٠ .

٣) مختار التهامى ، الرأى العام والحرب النفسية، المرجع السابق ، ص ١١٤ -١١٥ .

٤) حسام الدين مصطفى، الشائعات والرسائل المتسلسلة (البناء واستراتيجيات التصدى) ، مجلة دراسات إعلامية، كلية الإعلام، جامعة أفريقيا العالمية، يناير ٢٠١٧ ،ص٧ .

الإشاعة أثناء مسيرتها الروائية تميل إلى أن تكون أيسر وأقصر وأسهل فهما واستيعابا.

وهناك بعض الخصائص التى تعكس حالة المجتمع وظروفه وتعبر الإشاعة عنه وهى :

– إن الإشاعة تظهر وتنتشر فى المواقف المحرجة، وفى حالات الإضطراب وخاصة عندما يسود القلق والفوضى حياة الأفراد، والجماعات أو المجتمع، كما هى الحال فى حالات الحروب والأزمات الإقتصادية والاجتماعية، وفى حالات الكوارث الطبيعية كالزلازل والبراكين والأعاصير

– عادة ما تكون الإشاعة استجابة للمواقف والظروف التى يسودها الغموض وعدم الوضوح، فحيث ما تتوفر المعلومات أو الحقائق عن الحالة أو الموقف للناس، وهم فى أمس الحاجة إليها أنذاك تأتى الشائعة لتلبية تلك الحاجة فتكون بمثابة التربة الخصبة لظهورها وانتشارها[١].

– إن الإشاعة عادة ما يكون موضوعها قضايا مهمة تمس حياة الناس الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية، فالإشاعة تحمل مضمونا أو رساله لها علاقة مهمة بحياة المجتمع[٢].

٢– أهداف الشائعات

لقد أصبح من المسلم به أن الشائعات سلاح فتاك من أسلحة الحرب النفسية الخطيرة، وأنها تلعب دورا كبيرا فى التأثير على الروح المعنوية، من خلال سعى مروجيها إلى تحقيق عديد من الأهداف المتنوعة والتداخل مع بعضها البعض[٣].

---

[١]) الرائد / متعب بن شديد الهماش، تأثير الشائعات على الأمن الوطنى،الرياض ،الدورة التدريبية(أساليب مواجهة الشائعات)، كلية التدريب ،الرياض،٢٠١٣، ص ٥ .

[٢]) د.محمد منير حجاب، الحرب النفسية ، دار الفجر، القاهرة ، ٢٠٠٥، ص١٩١ – ١٩٠ .

[٣]) حسين بن صديق حسين عقيل، إسهامات معلم التربية الإسلامية بالمرحلة الثانوية فى مواجهة الشائعات ، رساله ماجستير، كلية التربية، جامعة أم القرى ، ١٤٢٩/١٤٢٨ هـ، ص٣٣ .

وهذه الأهداف نستطيع تصنيفها للمساعدة فى تحليل الشائعة وضبطها ومواجهتها، وفقا لما تصبو إلى تحقيقة، ويمكن بلورة أهداف الشائعات بالأتى:

– أهداف معنوية:

إن الأهداف المعنوية للشائعات متعددة " فإذا كانت الحرب النفسية تعد فى هذه الأيام حجر الزاوية بالنسبة لسياسة العدو العدوانية، أدركنا مدى فاعلية وخطورة الشائعات، وهى من أخطر أسلحة الحرب النفسية فى التأثير على الروح المعنوية للأفراد والجماهير فى السلم والحرب، وذلك بإيجاد جو من البلبلة والشك وزعزعة الثقه بالنفس، وبث الروح الانهزامية والتفرقة والتشكيك بكل شيئ"[١].

– أهداف سياسية:

وهى تشمل الرموز السياسية فى الدول، والمواقف السياسية تجاه القضايا المختلفه، وذلك عن طريق " التشكيك بالمواقف والخطط التى يضعها النظام السياسى[٢]، ويعتمد هذا النوع من الشائعات على أسلوب التهويل والتضخم والتشويش والتشكيك، وأخطرها ما يطلق أثناء الحرب والإضطرابات الداخلية، التى تلعب هذه الشائعات دورا بارزا فى إثارتها و وإشغال النظام السياسى بها لكى ينصرف عن مهمته الأساسية فى البناء الداخلى فى كافة المستويات والمجالات، وكذلك البناء الخارجى"[٣].

– أهداف إجتماعية:

ويمكن إدراكها من خلال تلك الشائعات التى يوجهها الأفراد إلى بعضهم، أو توجهها فئات اجتماعية معينة (هيئة، فئة، عائلة، نادى أو غير ذلك) والغرض

---

[١]) أحمد حسن سليمان، شبكات التواصل الإجتماعى ودورها فى نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس فى جامعة ديالى،رساله ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٧، ص ٢٥ .

[٢]) على بن عبدالله الكلبانى،الحرب النفسية حرب الكلمة والفكر ، عالم الكتب، القاهرة ، ٢٠١٥ ، ص٢٦ .

[٣]) محمد دغش القحطانى،الإشاعة واثرها على أمن المجتمع، دار طويق للنشر والتوزيع، الرياض ،١٤١٨ هـ، ص٤٥ .

منها إثاره الفتن وتعميق الخلافات القائمة، وبعض هذه الشائعات الغرض منها النيل من سمعة وشرف من توجه إليه بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر للمساس بمركزه الإجتماعى أو الشخصى أو التعرض لمكانته[١]، كما يحصل فى الانتخابات النيابية، أو تلك التى عرفها التاريخ، مثل الشائعة التى مست السيدة عائشة بنت ابى بكر – رضى الله عنهما– زوجة الرسول صلى الله عليه وسلم – حادثة الإفك– وتلك التى مست السيدة مريم العذراء –عليها السلام–[٢] .

– أهداف اقتصادية:

يعد الإقتصاد من جوانب الحياة المهمة التى تحظى باهتمام بالغ بين كافة فئات المجتمع، والأغراض الإقتصادية التى تترتب على انتشار الشائعة تأخذ أشكالا متعددة، تختلف باختلاف طبيعة المجال الإقتصادى الذى يراد لها أن تؤثر فيه سلبا او إيجابا[٣]، فيمكن أن تستهدف الشائعة نشاطا معينا من أنشطة الاقتصاد الجزئى فيكون أثرها على المتعاملين فى هذا النشاط، ويمكن أن تستهدف الشائعة أحد متغيرات الإقتصاد الكلى التى تؤثر فى الإقتصاد القومى[٤]، كسعر الفائدة، والعملة المحلية فيكون أثرها على كافة افراد المجتمع[٥].

– أهداف عسكرية:

---

[١]) د. عبدالفتاح عبدالغنى الهمص، د. فايز كمال شلدان، الأبعاد النفسية والإجتماعية فى ترويج الإشاعات، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية) المجلد الثامن عشر، العدد الثانى، يونيو ٢٠١٠، ص ١٦٣ .

[٢]) إبراهيم بن مبارك الجوير ،الشائعات ووظيفة المؤسسات الإجتماعية فى مواجهتها، مكتبة العبيكان، الرياض،١٩٩٥ ، ص١٩ .

[٣]) مفرح بن سعد الحقبانى، الأثار الإقتصادية المحتملة لانتشار الشائعات، مجلة البحوث القانونية والإقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، العدد٣٠ ، ٢٠٠١، ص ٤٨٦ .

[٤]) عبدالرحيم محمد المذورى ، الإشاعة واثارها فى المجتمع "دراسة وصفية تحليلية "، المدينة المنورة، الجامعه الإسلامية بالمدينة المنورة، ٢٠١٠ ،ص٧٩ .

[٥]) مفرج بن سعد الحقبانى،الشائعات فى عصر المعلومات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، مركز البحوث والدراسات، الرياض،٢٠٠٣، ص١٢٣ . د. مفرح بن سعد الحقبانى، الأثار الإقتصادية المحتملة لانتشار الشائعات، المرجع السابق ،ص ٤٨٦ .

تهدف الشائعات فى هذه الحالة إلى إضعاف الروح المعنوية، والتأثير على الحالة النفسية للجنود والمواطنين[١]، وتهدف إلى التفتيت، ويقصد بالتفتيت: تفتيت المعنويات أو الصنوف وبث الفرقة والشقاق، وتحيد القوى الأخرى واستخدامها كستاره دخان فى سبيل طمس الحقيقة أو الأخبار الصحيحة، واستخدامها كطعم تتصيد به المعلومات والأنباء التى يتكتم عليها العدو[٢]، ومثال ذلك أن ينشروا اخبارا وشائعات عن خسائر ضخمة فى صنوف العدو، فتضطره أمام ضغط شعبه أن يعرب عن الحقيقة فيقدم معلومات مهمة لناشر الشائعة[٣].

ومن أغراض وأهداف الشائعات أيضا التى يسعى وراءها مروجوها قياس الرأى العام، وذلك لمعرفه ميوله تجاه ما قد تتخذه الدولة، ويكون ذلك بتسريب خبر إيجابى هو فى الأصل شائعة تلمح إلى ذلك القرار، ومن ثم يرصد رد الفعل تجاه هذا الخبر، أو قد يكون الهدف صرف نظر الرأى العام عن أمر من الأمور، أو قد تهدف الشائعة إلى لفت النظر إلى أمر من الأمور مثلا حققته الدولة من إنجازات لموظفيها لكنها لم تجذب الانتباه[٤].

وهكذا تختلف الشائعات حسب الغرض الذى تسعى إلى تحقيقه وهى تعمل بكفاءة وتصل إلى هدفها إذا تم بناؤها وصياغتها بشكل متقن، واستخدمت الوسائل اللازمة لنشرها، وضمنت بأجزاء من الواقع.

– أهداف تربوية:

---

[١] وديع محمد العزعزى، الإشاعات وشبكات التواصل الإجتماعى، المخاطر وسبل المواجهة، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية،المعهد العلمى للتدريب والدراسات المتقدمة، ماليزيا، المجلد١ ، العدد ٣، ٢٠١٦، ص٣٢.

[٢] لؤى مجيد حسن ، الشائعات وسقوط مدينة الموصل " دراسة فى انواع الشائعات التى رافقت سقوط المدينة والإجراءات الحكومية لدحضها"، مجلة أداب المستنصرية،كلية الأداب، الجامعة المستنصرية، العدد٧٣ ، ٢٠١٦ ،ص٢٨٦ .

[٣] د. أحمد نوفل ، الإشاعة ،ط٤،دار الفرقان ، الأردن،١٩٩٨ ، ص٩٩ .

[٤] ساعد العربى الحارثى ، أساليب مواجهة الشائعات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، مركز البحوث والدراسات،الرياض،٢٠٠١ ، ص٢٣ .

وتتمثل فى التشكيك بالمبادئ والقيم التربوية وذلك من خلال نشر الأقوال والشائعات ومحاولة الإرجاف بين فئات المجتمع[١]، وتعويد المجتمع على الخوض فى الكذب والغيبة والنميمية وسوء الظن ببعض فئات المجتمع وهذه بعض الأضرار التربوية للشائعات[٢].

ثانيا: أنواع الشائعات ومخاطرها

الشائعات من أخطر الحروب المعنوية، والأوبئة النفسية، بل من أشد الأسلحة تدميرا، وأعظمها وقعا وتأثيرا، وليس من المبالغة فى شئ إذا عدت ظاهرة اجتماعية عالمية، لها خطورتها على المجتمعات البشرية.

١- أنواع الشائعات

الشائعات كثيرة الأنواع، وكل باحث وكاتب ، له مجال فى تصنيفها وله منطلقات فى كتابة أنواع الشائعات، و"يصعب تقديم حصر منضبط عن الإشاعة وأنواعها وأصنافها، لاختلاف أثارها ودوافعها والبيئات التى تظهر فيها، ولذلك فإن أقصى ما يستطيعه الباحث هو أن يقدم تقسيمات كلية لأنواع الإشاعة حسب زاوية النظر التى يقف عندها الباحثون"[٣].

لذلك لا يمكن تحديد عدد معين لأنواع وأصناف الشائعات، ويرجع ذلك إلى عدم الاتفاق بين المختصصين فى مجال الشائعات على تعريف محدد لها، وكل باحث له اهتمامات فيصنفها حسب موضوع دراسته، وأيضا اختلاف البيئات التى تظهر فيها الشائعات، وكذلك اختلاف الدوافع والأثار للشائعة لكل مجتمع، وأخيرا التقدم التكنولوجى السريع[٤].

---

[١]) نايف بن محمد لمروانى، الشائعات وأثارها السلبية على بنية المجتمع، مجلة الأمن والحياة ،الرياض، جامعة نايف للعلوم الأمنية، العدد ٣٥٦ ، ٢٠١٠ ، ص٧٤ .

[٢]) سامى أحمد عابدين، الشائعات بين التحليل والمواجهة، مجلة الفكر الشرطى،شرطة الشارقة، المجلد ١٣ ، العدد ١، السنه ٢٠٠٤ ، ص٥٣ .

[٣]) أحمد نوفل ، الإشاعة، المرجع السابق ، ص٧٨ .

[٤]) محمد على حسن الدوسرى ، العلاقة بين مستوى الصحة النفسية وتصديق وترديد الشائعات، رساله ماجستير، قسم علم النفس، كلية التربية ، جامعة ام القرى، ١٤١٣ هـ ، ص٤٠ .

فيصنف علماء النفس الشائعات إلى ثلاثة أصناف رئيسية:

شائعات الخوف: تستهدف إثارة القلق والرعب فى نفوس السكان[١]، كالشائعات التى بثتها وسائل الإعلام الغربية حول سحابة الغبار الذرى المتجهة نحو أوروبا الشمالية نتيجة انفجار المفاعل النووى السوفيتى .

شائعات الأمل: وهى الشائعات التى تعبر عن أمانى وأحلام مروجيها والتى يتمنون أن تكون حقيقة واقعة، وهى تتناول قضايا مختلفة، وتنتشر فى حالات الأزمات والكوارث والحروب بشكل واسع[٢]، كالإشاعة التى راجت حول موت هتلر نتيجة غارات الحلفاء على برلين، وذلك قبل موته بشهرين.

شائعات الحقد: وهى أخطر أنواع الشائعات حيث تسعى للوقيعه بين الطوائف الدينية والمذهبية والقومية من أجل ضرب الوحدة الوطنية، وصولا الى تحطيم معنويات الشعب، ويقوم عملاء العدو وجواسيسه والرتل الخامس، بترويج هذه الشائعات[٣]، ومن ذلك ما رددته وسائل الاعلام الايرانية من أن القوات العراقية لم تنسحب من إيران وفق إرادتها، وإنما بسبب اضطراها الى ذلك، فى محاولة لتحطيم إرادة الشعب العراقى وتحطيم معنويات القوات المسلحة.

كما يمكن تقسيم الاشاعات وفق المعيار الزمنى من حيث سرعة انتشارها ورواجها الى ثلاثة قسام هى :

الشائعات الاندفاعية: التى تنشر إنتشار اللهب فى الهشيم، لأنها تتعلق بوعيد أو بوعد مباشر، ولذلك فإنها تجتاح المجتمع فى وقت مذهب فى القصر وتنطوى

---

[١]) عاطف عدلى العبد ، الدعاية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية ، دار الفكر العربى،القاهرة ، ٢٠٠٣ ، ص٧٦ . محمد زين، دور الشائعات فى التأثير على الجمهور أثناء الأزمات: دراسة تطبيقية على الفترة التى أعقبت ثورة ٢٥ يناير، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مصر، العدد ٦، ٢٠١٥ ، ص٦٢ .

[٢]) محمد دغش سعيد القحطانى ، الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع، المرجع السابق، ص٤٦ .

[٣]) ناصر بن جهز الحربى ، الشائعات وعلاقتها ببعض سمات الشخصية لدى عينة من طلاب مدينة الطائف، رساله ماجستير، جامعه ام القرى ، كلية التربية، ١٤١٢هـ ، ص٢٠ .

على إشاعات العنف أو إشاعات الحوادث أو الكوارث أو النصر الحاسم فى وقت الحرب[١].

الشائعات الحابية: وهى تنمو ببطء ويتسع انتشارها فى جو من السرية، حتى يكاد أن يسمع بها كل فرد كالشائعات العدائية أو الدائرة حول الشخصيات الرسمية[٢].

الشائعات الغاطسة: أنها الشائعات التى تنتشر برهة ثم تغطس، أو تنسى ريثما تعود فتطفو من جديد فى وقت لاحق، حين تسمح الظروف بها[٣]، وتعد إشاعة (طابع البريد واللسان المقطوع) التى انتشرت فى الحرب العالمية الأولى، ثم ظهرت مرة ثانية فى الحرب العالمية الثانية (فى معسكر يابانى) خير مثل على هذا النوع من الشائعات[٤].

يمكن تقسيم الشائعات من حيث مصدرها الى الأقسام التالية:

شائعات شخصية: يرمى مروجوها الى تحقيق مكاسب شخصية، أو الحصول على مراكز مرموقة، ولذلك فإنها تعد من الشائعات الحالمة.

الشائعات المحلية: التى تدور حول القضايا الخاصة ببلد معين، فقد ذكرت جريدة الأنباء الكويتية شائعة حول الكويت قالت فيها (أدت المخاوف من وقوقع حوادث عسكرية دامية فى بلد عربى تمزقة الحرب الأهلية الى سقوط كبير فى عملته).

الشائعات القومية: وهى الشائعات التى تدور حول القضايا القومية العامة، والأزمات التى تواجهها، وعوامل التدهور والانحاط، أو نواحى القوة والقدرة على

---

[١]) محمد دغش القحطانى، الإشاعة واثرها على امن المجتمع ،المرجع السابق ، ص٤٧ .

[٢]) أحمد جبريل العيوطى، دور الحس الأمنى فى محاربة الشائعات، رساله ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة الرباط الوطنى، ٢٠١٥، ص٢٩ .

[٣]) رفيق سكرى ، دراسة فى الراى العام والإعلام والدعاية ، جروس برس، لبنان ، ١٩٩١ ، ص١٨٢ -١٨٣ . د. رضا عبدالواجد أمين، مواقع التواصل الإجتماعى والشائعات (النار والهشيم) المعاجات والحلول، مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الإجتماعى فى الإسلام،الجامعة الإسلامية المدينة المنورة، ٢٢- ٢٣ /١١/٢٠١٦ ، ص٤٣٥ .

[٤]) أحمد نوفل ، الإشاعة، المرجع السابق ، ص٨٠ .

التحدى، فقد ترددت إشاعات قوية عن قرب إجراء محادثات سرية بين اسرائيل والأردن، مما دعا ذلك ياسر عرفات الى القول بأنه سيطالب القمة العربية المقبلة بمناقشة المحادثات الأردنية الاسرائيلية السرية؟[1] .

الشائعات الدولية: تنتشر هذه الشائعات عند حدوث الأزمات الدولية، وانتشار الأوبئة أو الكوارث الطبيعية، كالشائعات التى راجت حول أسباب انتشار مرض (الإيدز) الذى يعد لعنه اللة التى حلت بالمنحرفين والشاذين خلقيا، وكذلك الشائعات الخاصة حول انتشار سحاب من المواد المشعة من المفاعل النووى السوفيتى فوق شمال أوروبا.

كما يمكن تقسيم الشائعات من حيث دلالتها الوظيفية الى:

الشائعات العدوانية: وهى الحكايات المفروضة التى يطلقها البعض فى لباس فكاهى أو تعبر عن الكراهية أو العنصرية مثل (تحقير الزنوج أو السود، كراهية للعرب) أو تتضمن تقولات عاهرة أو تشتمل على لدغة متميزة للحط من شأن البعض بقصد التجريح، كالشائعات المنتشرة فى الغرب حول حب العرب للجنس وعدم الثقة بالزنوج[2].

الشائعات المحادية: ذلك أن الشائعات عادة ما تكون مصحوبة بشحنه انفعالية ووجدانية قوية، وتنتشر فى ظروف القلق والإضطراب، ومن ثم فالشائعة التى تنصب على حالة خاصه، لا أهمية لها بالنسبة للجمهور، لا تنتشر وانما تبقى فى نطاق ضيق جدا.

الشائعات الفكاهة: ثمة علاقة وثيقة بين الشائعات والفكاهات لأنهما أحيانا لا تستهدفان إثارة التصديق وأنما اثارة الضحك فقط وللتعبير عن المشاعر الحميمية ، وهناك قصة انتشرت فى معظم الأقطار الأوروبية خلال الحرب العالمية الثانية

---

[1]) د. إبراهيم محمد خضر الداقوقى ، دور الاعلام فى ترويج ومكافحة الشائعات، المرجع السابق، ص١٠٦ .

[2]) ربيعة سعيد خليفة، الاستجابة للشائعات وعلاقتها بسمات شخصيات مروجيها من وجهة نظر الفئات الاجتماعية بمنطقة الخمس: دراسة إمبريقية، رساله ماجستير، كلية الأداب والعلوم، جامعة المرقب، ليبيا ، ٢٠١٢، ص ٢٠ .

تقول: إن أحدهم كان يسير على ضفة نهر الراين فسمع استغاثة رجل يكاد أن يغرق فقفز فى الماء وأنقذه وعندئذ قدم الغريق نفسه باعتزاز قائلا أنا موسولينى (أو هتلر أو ستالين) فاطلب ما تشاء لقاء انقاذ حياتى فأجاب المنقذ: ليس لى غير مطلب واحد فقط هو أن لا تقول لأحد أننى أنا الذى أنقذتك[١].

٢- أخطار الشائعات

تلعب الشائعات دورا خطيرا فى مختلف البيئات والمجتمعات الإنسانية قديما وحديثا، لذا فإنها تؤثر على الأمن الاستقرار، لاسيما فى فترات الأزمات والكوارث الطبيعية أو الإنسانية، وكلما زاد الغموض زاد حجم الشائعات وعظم انتشارها، وتأخذ الشائعات أشكالا، مختلفة تبعا للأوساط التى تنشر فيها، وهى تهدد تماسك المجتمع وأمنه، وتحرك الانفاعلات والعواطف لدى الجماهير[٢].

وتتنوع خطورة الشائعات مثل أهدافها وأغراضها، فلها أخطار سياسية واقتصادية وعسكرية واجتماعية ونفسية.

وتبدأ أخطار الشائعات من الفرد مروج الشائعة، فهو إنسان مهزوز الشخصية، يسعى من خلال الترويج للشائعات إلى ترقيع جوانب النقص فى شخصيته، وهو أيضا يتحلى بصفة الكذب، ومعلوم خطورة الكذب فى أى مجتمع.

والشائعة لها القدرة على تفتيت المجتمع والصف والرأى الموحد، وتعمل على بعثرة الصفوف وتضارب الأراء، فيغدو المجتمع الواحد والفئة الواحدة امامها فئات متعددة[٣].

وتظهر خطورة الشائعات على عقل الإنسان من خلال الأراجيف والأكاذيب والترويج للأفكار الهدامة، التى تجعل المرء إزاءها فى حيره من أمره بين التصديق والتكذيب. وتكمن خطورتها أيضا فى عدم خلق الثقة بين أفراد المجتمع وقيادته

---

[١]) د. ابراهيم محمد خضر الداقوقى ، دور الاعلام فى ترويج ومكافحة الشائعات، المرجع السابق، ص١٠٩ .

[٢]) عبدالعزيز بن صقر الغامدى ، أساليب مواجهة الشائعات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز البحوث والدراسات، الرياض،٢٠٠١ ، ص٣ .

[٣]) أحمد نوفل ، الإشاعة، المرجع السابق ، ص ٢٢٨ .

الفكرية والعلمية، وذلك من خلال اللمز والغمز والتشكيك فى النيات، حتى تخلو الساحة من القيادات العلمية، والسياسية،والاجتماعية التى يحترمها المجتمع.

وتبدو خطورتها أيضا على الدين، بالتشكيك فى اصول الدين والشرع وبث الشبهات والتأويل المذموم. وتكمن خطورتها على المال، لأن أى مجتمع يسود فيه الخوف من خلال بث الأراجيف، والشكوك، والمخدعات، والشائعات، فهو مجتمع ساكن لا يتحرك ولا ينمو اقتصاديا، لأن المال والخوف لا يلتقيان، فالشائعات طالما حبست العقول، فكيف لا تحبس المال؟ وبذلك تتاثر مصالح المجتمع[١] .

ومن أخطار الشائعات على المجتمع ما يلى:

– محاولة إرباك صانعى القرار بالإبطاء أو التسرع فى إصدار القرارات فى بعض القضايا المهمة.

– محاولة النيل من الجبهة الداخلية وتفكيكها.

– محاولة إشاعة الروح الإنهزامية، والتأثير على معنويات الشعب، أثناء الحرب، بإشاعة عدم جدوى المجهودات العسكرية.

– لها اضرار فادحة على الأرواح والمعدات أثناء الحروب.

– أنها تخاطب قلب الإنسان وعواطفه، فهو يندفع معها دون وعى أو عقل ضباط، لنها تعزف على أوتار العاطفة.

– أنها تثير روح الانقسام فى صفوف المجتمع أو تزعزه إيمانه بمبادئه وقيمه.

تسعى إلى خلق التوترات داخل العمل الجماعى لكى تعرقل الإنجازات[٢].

٣– أساليب ترويج الشائعات[٣]:

تتعدد أساليب الترويج للشائعات :

---

[١]) على مهدى دومان ، أساليب مواجهة الشائعات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز البحوث والدراسات، الرياض، ٢٠٠١ ، ص٢٠٢ .

[٢]) محمد دغش القحطانى، الإشاعة واثرها على امن المجتمع ،المرجع السابق ، ص٦٣ .

[٣]) هانى الكايد، الإشاعة المفاهيم والاهداف والأثار، المرجع السابق ، ص٦٢ -٦٦ .

أسلوب التكرار: وهو إعادة بث ونشر نفس الشائعة بين حين وأخر، خاصة عندما يكون الواقع مفروض على المجتمع وبذات الوقت مرفوضا من قبلهم.

أسلوب العقيدة والدين: وهو أسلوب خطر جدا قد ينفذ إلى أعماق المجتمع، ويحدث التأثير الذى يريده مصدر الشائعة، حيث يركز على عقائد الإنسان وثوابت الدين، ويحاول النفوذ من خلالها إلى مصالحه وأهدافه.

أسلوب العاطفة والاستعطاف: وهذا الأسلوب يستخدم للتأثير فى نفوس الأخرين، من خلال توظيف مفردات العاطفة، واستعطاف الأخرين من أجل الوصول الى الهدف.

أسلوب الشعارات: وهى كلمات وجمل بسيطة، تصدر عادة من قيادة الأحزاب والحركات السياسية والاجتماعية، وبعض المنظمات ثم يرددها جمهوره، والشعب وربما يتم الإستعانة هنا بالأغانى والأناشيد والقصائد الشعرية[1].

أسلوب الاختيار : وهو أسلوب متبع فى عدد من الدول، ومنها نشر شائعات يهدف استطلاع الراى العام عما يفكر به الناس حول موضوع ما.

أسلوب الإختلاق: وهو تعمد نشر أخبار أو تصريحات مفتعلة ليس لها أساس من الصحة لتحقيق هدف ما لصالح مفتعلها.

أسلوب الاستنكار: وهو أسلوب شائع تستخدم به محتوى يثير عند الأخرين تحفيزا استنكاريا، مما يدفعهم الى استقبال الشائعة وترويجها أو الوقوف ضدها فى الحالات المعاكسة.

أسلوب التربية: وهو أسلوب شائع فى المجتمعات التى تكون فيها المعتقدات والقصص الخرافية والأوهام منتشرة، وتستخدم الأسر الشاعات المعتمدة على الأساطير والخرافات، لاسيما مع من هم فى سن الطفولة لزرع الخوف والرعب وتبقى تتناقلها الأجيال.

---

[1]) د. حمدان خضر سالم، جاسم محمد شبب، طرائق مواجهة الشائعات فى موقع التواصل الإجتماعى الفيس بوك، المرجع السابق، ص١٥٩ .

الأسلوب الفنى: ويستهدف الوقوف ضد الثقافات الأخرى التى وصلت إلى المجتمع فى ظل التكنولوجيا الحديثة، والتى تهدف تحقيق أهداف معينة، ثم صياغتها على وفق قوالب اعلامية واتصاليه، وبأشكال جميلة وجذابة لإشاعة مفاهيمهم وقيمهم الغريبة، عن مجتمعنا مثل الاعجاب بشخصياتهم أو التشبة بملابسهم وشعائرهم وسلوكياتهم الاجتماعية، والتجاوز على حرمات الدين والعقدية والناس، وزعزعة الأمن النفسى وإشاعة الخوف وغير ذلك[1].

[1]) منال محمد مراد ، الإشاعة انتشارها ومعالجتها،المرجع السابق، ص٧١ .

المطلب الثانى

أهمية الإعلام فى مكافحة الشائعات

تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا فى نشر الشائعات، وترويجها بمختلف الأساليب والأنماط، وإن الشائعات التى تنتقل بصورة صريحة أو مجازية عبر الهمسات سرعان ما تنتقل إلى وسائل الإعلام التى تقوم بنشرها على نطاق واسع. ومثلما يقوم الإعلام بنشر الشائعات على نطاق واسع، كذلك يستطيع مكافحة تلك الشائعات والقضاء عليها إذا ما استطاع القائمون على شئون الاعلام، بتوجيه الأخبار توجيها صحيحا خلال استخدامها كأداة للتأثير وخلق الانطباعات الايجابية[١].

ومن هنا يمكن للأخبار أن تكون سلاحا ذو حدين: تقوم بنشر الشائعات فى حالة تحريفها، أو التعمتيم عليها، أو ايراد نصف الحقيقة من خلالها أو تفسيرها تفسيرا مغرضا، كما يمكن لها أن تكون أداة لمكافحة الشائعات عندما تحافظ على معايير الصدق والموضوعية والدقة فى ايراد المعلومات.

أولا: ظهور الإشاعة ومراحل انتشارها:

إن الغموض فى الإشاعة يخاطب جانبا مهما لدى الإنسان هو الرغبة فى المعرفة حسب الاستطلاع، فنجد أن الإنسان يتبادل الحديث حول الشائعة مع الأخرين كى يتأكد من موقفهم تجاهها وفيما إذا كانوا يصدقونها أو يرفضونها[٢]. كما أن حب المعرفة والاستطلاع يدفع المستمع إلى الإصغاء للإشاعات لمعرفة ما يدور حوله من أحداث بما يعمل على انتشار الإشاعة داخل المجتمع، فمردود الإشاعة ومستقبلها يساعدان على نشرها مدفوعان بحب الاستطلاع. كما قد تعمل عواطف الإنسان على نشر الإشاعات وتعميمها فهو قد يرددها مدفوعا بالأمال

---

[١]) طارق دريدى، أساليب الدعاة فى التعامل مع الإشاعة الإعلامية، رساله ماجستير، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر -الوادى، ٢٠١٥/٢٠١٤ ، ص٤٨ .

[٢]) حسام الدين مصطفى، إستخدام تكنولوجيا الإتصال فى إنتشار الشائعات: دراسة حالة على مستخدمى الإنترنت والهاتف السيار ، المرجع السابق، ص ٧٧ .

العريضة التى تبشر الإشاعة بتحقيقها، حيث تسود حالة من الفرح والاغتباط غير الصحيحة المبشرة بأن يحقق الإنسان أحلامه، كما يمكن أن تؤثر حالة الخوف التى تثيرها والأخطار التى تحملها إلى السعى للبحث عن مخرج من خلال مشاركة الأخرين والتشاور معهم، مما يؤدى إلى انتشار الإشاعة[١].

١- ظهور الشائعات:

تظهر الإشاعات إذا ما توافرت الشروط المناسبه لها، ولعل أهم الشروط التى يجب أن تتوافر لظهور الإشاعة هى :

الغموض : ويعنى عدم وضوح الموقف أو الحالة، وتضارب الأراء حوله. فعندما يطلب الناس المعلومات عن الموقف ويبحثون عن حقيقته ولا يجدونها ، فيكتنف حياتهم الغموض، وقد يصيب مصيرهم القلق، والإضطراب. وهم فى هذه الحالة فى أمس الحاجة إلى تلبية حاجاتهم النفسية للمعلومات، فيقوم مرجو الإشاعات بالاستجابة لمطالبهم فتظهر الإشاعات وتناقلها الألسن بسرعة هائلة[٢]، وذلك لأن الناس قد وجدوا ضالتهم المنشودة فى الأخبار التى تحملها الإشاعة حتى وإن كانت كذبة أو مشوهة.

- قد لايكون الغموض وحده كافيا لظهور الإشاعة، بل لابد أن يكون هذا الغموض حول موضوع أو قضيه له أهمية فى حياة الناس، ويمس جانبا من جوانب حياتهم السياسية أو الإقتصادية أو الإجتماعية، فالإشاعات التى لا ترتبط بحياة المجتمع أو رموزه أو نظمه لاتنتشر كثيرا ولا تعيش طويلا.

---

[١]) د. نايل محمود البكور، الأساليب الحديثة فى التحصين النفسى والإجتماعى ضد الشائعات، مركز الدراسات والبحوث، أكاديمة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠٠١، ص٨٣ .

[٢]) حمود احمد على محمد ، الشائعة أنواعها وأثارها المجتمعية ودور وسائل الإعلام فى مواجهتها: دراسة وصفية تحليلية، رساله ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، ٢٠١٦، ص٣٧ .

– التهيئة النفسية للجمهور، حيث تظهر الإشاعة عندما يكون المجتمع مهيئا نفسيا لقبول الإشاعة وترديدها، وبخاصة فى مواقف الحرج والاضطرابات والكوارث[1].

٢- مراحل انتشار الإشاعة:

تمر الإشاعة بثلاث مراحل وأطوار هى :

– مرحلة الولادة والظهور: خلال هذه المرحلة 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 مثلا بين الأفراد والجماعات أو بين الأقلية والأغلبية من السكان أو بين السلطة والجماهير، فإنها ستكون من النوع الأسود المدمر. ويكون مصدرها غالبا الأعداء سواء من داخل ابناء البلد أو من الأعداء فى الخارج[2].

– وفى المرحلة الثانية تنطلق الإشاعة، وتبدأ فى الانتشار بين الناس ويلعب أغلب الناس دورا فى الإشاعة سواء بالترويج لها عن طريق الحديث والرواية أو بالاستماع والتعليق والتفسير سلبا أو إيجابا. ويتخذ الإنتشار والشيوع للإشاعة عدة صور وأشكال، فهى قد تكون بطيئه، أى تزحف وتحبو ببطء فيتناقلها الناس همسا وبطريقة سرية إلى ان يعرفها الجميع فى نهاية المطاف.

وقد يكون انتشار الإشاعة سريعا فتنتشر انتشار النار فى الهشيم أو تكون بسرعة البرق والصوت، وبخاصة فى حالات الحروب والكوارث، حيث تتسابق الأحداث ، ويتزايد اهتمام الناس بالأخبار ويترقبون الجديد منها.

---

[1]) د. سامى محسن، د. فاطمة عبدالرحيم النوايسه ، علم النفس الإجتماعى ، مطبعة الحامد ،الأردن ، ٢٠١١ ، ص ٢٤١ .

[2]) د. عبدالله بن متعب بن ربيق، محددات الإشاعة فى السلم والحرب (شرعا ونظاما) مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع،القاهرة، ٢٠١٥ ، ص٨٥ .

وقد يتخذ الإنتشار شكلا دوريا حيث تظهر الإشاعة فترة ثم تغطس، أو تكمن فترة أخرى ثم تظهر من جديد، وذلك عندما تسمح الظروف بذلك، ويكون الموقف مشابها للموقف الأول، وهذا يعنى أن الإشاعة تبقى مخزونة فى ذاكرة مروجيها ثم تعود لترويجها مرة أخرى بعد فترة الكمون تلك.

ومن أمثلة ذلك تلك الإشاعة التى ظهرت فى أمريكا عام (١٩٨٥)م والتى تقول : بأن بعض الأمريكين، والأوروبين، والإسرائيلين، يخطفون الأطفال من أمريكا اللاتينية، ويذبحونهم من أجل استخدام أعضائهم فى علميات زرع لأفراد أخرين. ولكن هذه الإشاعة لم يتم تناقلها من قبل وسائل الإعلام مما أدى إلى إختفائها، غير أنها عادت إلى الظهور فى شهر الكانون عام (١٩٨٧)م تناقلتها الصحافة العالمية ومحظات الإذاعة فى اكثر من (٥٠) من دولة فى العالم، وقد استمر عمر هذه الإشاعة منذ ولادتها حتى نهايتها ثلاث سنوات[١].

– مرحلة الموت والإندثار : وهى المحظة النهائية والمال الأخير لعملية انتشار الإشاعة، فكل إشاعة مهما طال عمرها مألها إلى الزوال والفناء[٢]، فبعض الإشاعات قد تحيا ساعات أو أيام أو شهور أو سنوات وقد تستمر عدة قرون ومن الإشاعات التى عاشت قرونا عدة بعض الإسرائيليات الموجودة فى بعض كتب التراث الإسلامى، مثل إشاعة صلب المسيح عليه السلام لدى المسيحين من قبل اليهود فى حين أن الحقيقة تقول إن الله قد رفعه إليه كما أخبرنا القرأن الكريم[٣].

---

[١]) د. محمد أحمد النابلسى، سيكولوجية الشائعة، مجلة شبكة العلوم العربية، العدد ٣ ، سبتمبر ٢٠٠٤، ص٧٤ .

[٢]) د. عبدالله بن متعب بن ربيق، محددات الإشاعة فى السلم والحرب (شرعا ونظاما)،المرجع السابق، ص٨٦

[٣]) رضا عيد حمودة اكحيل، الشائعات فى المواع الإخبارية الأردنية وتأثيرها فى نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين،رساله ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٥، ص ٣٣ .

وهكذا تظهر الإشاعة وتنتشر بين الناس، وتساعد فى ذلك مراحل وأطوار متعددة[1]، وما كان للإشاعة أن ترى النور وتنتشر لو لم تجد أذانا صاغية، وألسنه حداد، وافواة تمتلئ بعباراتها وتردد حكايتها، فمما لاشك أن الناس أفرادا وجماعات يختلفون فى قدراتهم ويتمايزون فى سماتهم الشخصية، فظاهرة الفروق الفردية ظاهرة طبيعية، وحقيقة واقعة بين الأفراد، ولكن إذا أردنا المقاربة بين هذه الشخصيات والأدوار التى يمكن ان تلعبها فى نشر الإشاعة يمكن القول:

إن هناك نمطا أو فئة من الناس تلعب دور الناقل أو المبلغ فحسب، وتكمن وظيفتها فى إبلاغ الرسالة الاتصالية (الإشاعة) إلى الجمهور المستهدف، وهو أهم الأدوار فى عملية إنتشار الإشاعة وتداولها بين الناس، وغالبا ما يتسم هؤلاء الناس بالسطحية فى التفكير والسذاجة وعدم القدرة على النقد، ويميلون إلى الثرثرة وسرعة الحديث والإندفاع فى إصدار الأحكام الجزافية، وتقبل الإيحاء من الأخرين، والرغبة فى إظهار الزهو بأنفسهم، والإفتخار بمواقفهم فى الحياة، وتقدير ذواتهم بصورة أعلى من الذات الواقعية لديهم.

ونمط أخر 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 فى المستقبل، ومثل هؤلاء غالبا ما يكونون أكثر عقلانية، ويتسمون بالتروى فى إصدار الأحكام، والنظر إلى المستقل والإستفادة من خبراتهم السابقة، ومحاولة صياغة مواقف الحياة وتصويرها عقليا ولديهم قدرة على التفكير الناقد وإظهار الحجة والدليل[2].

وهناك فئة ثالثة تلعب دور المشكك فى صحة الإشاعة، وهؤلاء هم الأكاديميون المثقفون، والفئة الواعية فى المجتمع، حيث يميلون إلى التشكيك فى صحة الإشاعة لما سمعوا أو قرأوا، ويحذرون الناس منها، ويتسم هؤلاء باستخدام

---

[1]) د. إبراهيم أحمد أبو عرقوب، سيكولوجية الشائعة، دار الثقافة، عمان ، ١٩٩٤ ، ص٨ .

[2]) حسام الدين مصطفى، الشائعات والرسائل المتسلسلة،المرجع السابق، ص٢٥ .

المنهج العلمى فى التفكير، والتفكير الناقد، والقدرة على التحليل والاستنباط فى ضوء خبراتهم العلمية ومهاراتهم العقلية.

وهكذا تصدق على هذه الفئات الثلاث الحكمة القائلة (الجاهل يجزم، والعاقل يتروى، والعالم أو الباحث يشك؛ أى شكا عمليا منهجيا فى صحة الإشاعة).

وبالإضافة إلى ذلك فهناك فئة أخرى تلعب دورا فى ترسيخ صحة الإشاعة (الكاذبة) وهى فئة الانتهازيين أو متخذى القرارات كما يحلو للبعض تسميتهم، حيث تنتهز هذه الفئة الأخبار والمعلومات الواردة فى تفاصيل الإشاعة لاتخاذ قرارات لصالحهم، فإذا ما سمعوا بأن هناك سلعة ما ستفقد من السوق، أو سيرتفع سعرها، فيهرعون إلى شرائها بكميات كبيرة لغرض تخزينها إما لبيعها أو استعمالها، ومثل هؤلاء ينقصهم الوعى الكافى، وعادة ما يتسم هؤلاء بالاندفاعية والحرص الزائد عن حدة، ويميلون إلى الأنانية وتقدير مصلحتهم الشخصية دون الاهتمام بمصلحة الأخرين.

ثانيا- أساليب مكافحة الشائعات فى وسائل الإعلام

تعتمد هذه الأساليب بالدرجة الأولى على الخبرة المتراكمة لدى الجهات المعنية بمكافحة الشائعات، والظروف المحيطة بالوطن، إضافة إلى تقنيات الاتصال وكفاءة العالمين فيها. غير أن تحصين المواطن وبناء الإنسان الواعى والمدرك لخطورة الشائعات وانتشارها أو نشرها، يعد الحجر الأساسى فى صرح البنيان الرئيسى لمحاولة مكافحة الشائعات.

١- طرق مكافحة الشائعات:

يتفق علماء النفس والإجتماع والإعلام على أن ثمة ثلاث طرق لمكافحة الشائعات تتمثل فى :

١/١- تحليل الإشاعات من خلال إجراء يعرف باسم " عيادة الشائعات" من خلال [١]:

- تعيين لجنة فحص تقوم بتحديد الوقائع والأحداث المرتبطة بموضوع الشائعة، وكتابة تقرير تدحض فيه مثل هذه الوقائع والأحداث.

- استغلال وسائل الإعلام المختلفة لكشف زيف الشائعات، بالاستعانة بخبرات يكون مهمتهم تناول مضمون الشائعات والعمل على تحليلها بيان أوجه التناقض قيها.

- استخدام الملصقات التى تصور الشائعة على أنها مصدر إعلام يخدم العدو من شأنه أن يؤدى إلى إحجام الناس عن ترويج الشائعات.

- استخدام النشرات والكتيبات المطبوعة كوسائل لنقل الأخبار.

- استخدام الأفلام السنمائية والتلفزيونية لمحاربة مخاطر الشائعات.

تلك الطريقة التى استعملها الحلفاء لمدة سنتين خلال الحرب العالمية الثانية، ثم نبذوها بعد أن استطاعوا تبديل هزائمهم إلى انتصارات حربية، وبذلك اختفت الشائعات السوداء من تلقاء نفسها، وكانت هذه الطريقة تعتمد على تخصيص عمود فى صحيفة يومية لتحليل الشائعات تحليلا نفسيا ومنطقيا لتفنيدها بطريقة عملية وبحجج قوية.

٢/١- تكذيب الشائعه : وهو من الطرق الناجحة فى مكافحة الشائعات، وأكثرها شيوعا غير أنه لا يكتب لها النجاح إلا إذا استندت على أساسين:

- عدم تكرار الشائعه نفسها عند تكذيبها باستخدام الألفاظ نفسها التى استخدمت فيها، وإنما يجب الاقتصار على الألفاظ المقتضبة الدالة عليها.

---

[١]) سامية أبو النصر، الإعلان والعمليات النفسية فى ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة، القاهرة، دار النشر للجامعات، ٢٠١٠ ، ص١٩٢ . د. نايل محمود البكور، الأساليب الحديثة فى التحصين النفسى والإجتماعى ضد الشائعات، المرجع السابق، ص١٠٠ .

– قيام شخصية لها مكانتها الاجتماعية أو السياسية أو العسكرية بتكذيبها ويستحسن أن يكون ذلك من خلال التلفزيون وليس الراديو لأن المستمع سيكتفى بسماع الشائعة فى الراديو ثم يهمل سماع التكذيب .

٣/١– قتل الشائعة بشائعة أخرى أكبر منها حجما : وهى الطريقة التى استخدمها النازيون على نطاق واسع خلال الحرب العالمية الثانية، فعندما انتشرت الشائعات عن قيام هتلر باعدام معظم قادة النازية عام (١٩٤٣)م، لاتهامهم بالمؤامرة ضده. قام جوبلز بمناورة مشورة، فقد أضاف الى الشائعة المعروفة ماهو أشد فظاعة، فأوغز إلى أجهزة الأعلام أن تذيع خبر مقتل هتلر نفسه، فضرب الشائعتن الصغيرة بشائعة كبيرة ألفها وروجها وكذبها بأسلوبه الخاص[١].

٢– أساليب مكافحة الشائعات فى وسائل الإعلام

بما أن الغموض والإلتباس الذى يكتنف الوقائع والأحداث التى تدور فى المجتمع، يعد من أهم العوامل التى تساعد على خلق الشائعات وتعددها، فإن الأهم وسيلة لمكافحة هذه الظاهرة هو القيام بعمل مضاد لمنع وقوع حالات اللالتباس والغموض، ويحقق ذلك عمليا بتوافر وسائل الإعلام التى إلى معاجة المواضيع والمسائل، وتقديم الأخبار، والمعلومات الصحيحة عنها بدقة والكشف عن ملابساتها أمام الرأى العام[٢]، ويمكن اللجوء إلى الإعلانات الرسمية والمنشورات التى تدحض الشائعات، كما يمكن اللجوء إلى مصدر رسمى، ومسئول فى أن واحد لدحض الشائعة بما يفيد الإقناع[٣].

إن وسائل مقاومة الإشاعة، هى وسائل الإعلام بأكملها وكذلك خبراء العلاقات العامة، وهى الوسائل التى تأخذ على عاتقها مهمة تنفيذ خطة مقاومة الإشاعة.

---

[١]) د. فتحى حسين عامر، الرأى العام الإلكترونى، دار النشر للجامعات ، القاهرة ،٢٠١٢ ، ص٥٨ .

[٢]) إيمانويل طائب، الشائعات فى الصحافة، مجلة ديوجين، المجلس الدولى للفلسفة والعلوم الإنسانية، العدد ٢١٣ ، ٢٠٠٨ ، ص ١٥٢ .

[٣]) د. صلاح عبدالحميد، الإعلام وإدارة الأزمات ، مؤسسة طيبة للطباعة والنشر، القاهرة ،٢٠١٣ ، ص١٦٠ .

١/٢ – دور الصحف فى مقاومة الإشاعة:

إذا أخذنا فى الاعتبار أن الإشاعة هى الوجه الأخر للخبر، أو أنها (الخبر المكذوب) وأن أسلوبها المبالغة فى عرض الخبر وتضخم تفاصيله، فإن الواجب الأساسى الذى يجب على الصحف أن تقوم به فى مقاومة الإشاعة، هو أن تسعى سعيا حثيثا وراء الأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الصادقة، حتى تكون قادرة على الحد من تأثيرا الإشاعات (وحين تنشط الأخبار وتفسر وتوضح، تنجح فى زحزحة الإشاعات عن محيط تأثيراتها، بل نراها تقضى عليها فى مهدها أى قبل سريانها وجريانها)، [١] إلا أن نشر الأخبار وتداولها قد لا يقضى على الإشاعة، لذلك فإن تفسير الأنباء وتوضيح أركانها وحدودها يؤثر فى تغلبها على الإشاعة، كما أن كم الأخبار وحده لا يكفى لمحاربة الإشاعة بمقدار نوعية هذه الأخبار. لذلك فإن على الصحيفة أن لا تستميت فى سبيل الحصول على الأخبار، والفوز بالسبق الصحفى دون السعى وراء المصادر الأكيدة والموثوق منها فى الأنباء، ذلك أن الاندفاع وراء نشر الخبر بسرعة قد يدفع الصحيفة فيما بعد إلى تكذيبه والذى – أى التكذيب– لا يترك نفس الأثر الذى يتركه الخبر الأول والذى أصبح إشاعة وهنا تخسر الصحيفة الكثير من مكانتها[٢]. كما أن قدره الصحف على مخاطبة قطاع عريض من الجماهير سواء بالكلمة المباشرة أو بالرسم الكاريكاتيرى، يوجب عليها أن تستخدم هذه الأساليب فى مقاومة الإشاعات، وأخيرا فإن على الصحف أن لا تندفع وراء التشهير

---

[١]) محمود أبوزيد، الشائعات والضبط الإجتماعى –دراسة سوسيومترية فى قرية مصرية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٠ ، ص٧٥ . عباس بله محمد أحمد ، الشائعات :نظرة تأصيليه تربوية، مجلة المنبر، هيئة علماء السودان، العدد ١٥ ، ٢٠١١، ص٣٧ .

[٢]) د. ساعد العرابى الحارثى،الإسلام والشائعة، المرجع السابق، ص٣٠ .

والتحطيم، وإنما يجب أن تجعل من صفحاتها مجال لتبادل الأفكار دون أن تسمح بتصارع الأشخاص[1].

٢/٢ – دور الإذاعة والتلفزيون فى مقاومة الإشاعة:

إن ما للإذاعة والتلفزيون من قوة فى الانتشار لمخاطبتها أكبر جمهور ممكن متعلم أو غير متعلم بالكلمة المسموعة والصورة المتحركة، وأيضا لما لها من قدرة على الإنتشار الواسع بين المجتمعات، يجعلها من أهم وسائل مقاومة الإشاعة ناهيك عن بثها أيضا، ويتم تطويع الصوت البشرى بما يتماشى والمضمون لتقوية المادة المقدمة، حتى تتمكن من إحداث الأثر المطلوب . ومن خلال الصوت يمكن إظهار المحتوى، ولفت الإنتباه إلى بعض المواطن أو صرفها عنها، فتلوين الصوت والضغط على بعض المواضع يساعد فى توصيل المادة ودعمها بصورة جيدة[2]. لذلك فإن دورها يقوم على تقديم البرامج الهادفة التى تسعى إلى خلق روح التفاهم والثقة بين الجماهير، وبعضها البعض وبين الجماهير وقيادتها، وذلك يتم أيضا عن طريق تقديم الأغانى الهادفة والمسلسلات التى تعالج الأمور المتطورة فى المجتمع، والتى قد ينتابها بعض الغموض أحيانا. كما يمكن لهاتين الوسيلتين أن تستضيفا أصحاب الفكر والرأى، خاصة فى أوقات الأزمات والكوراث أو الحوادث. ومن المهم أن تأخذ فى الاعتبار أن يكون هناك اتساق بين البرامج، حتى لا يحدث تضارب فى المعلومات التى يقدم إلى الجمهور من خلالهما.

٣/٢– دور السينما والمسرح فى مقاومة الإشاعة:

يجب أن يسعى كل من السينما والمسرح، لأن تكون لدية الجاذبية الكافية لدفع الجاهير، باتخاذ قرار بالذهاب إليه ومشاهدة ما يعرض، ولذلك فإن عليها أن

---

[1]) هشام محمد عباس، انعكاسات الممارسة الإعلامية السابة على تكوين الشائعة: دراسة على القائم بالاتصال فى مجال الصحافة، المجلة السودانية لدراسات الرأى العام،العدد٤، ٢٠١٤ ، ص١٥٠ .

[2]) د. إيمان عبدالرحمن أحمد محمود ، دور الإذاعة فى مجابهة الشائعات، الأمن والحياة ، العدد ٣٦٢ ،رجب ١٤٣٣هـ، ص٥٨ .

يجتنبا الأفلام والمسرحيات الهزلية غير الهادفة. فعلى الرغم مما للكوميديا من قدرة على الإضحاك، إلا أنها قد تكون وسيلة لنشر الإشاعات الخطيره، ولو بحسن نية، ولذلك فإن الكوميديا يجب أن يتم من خلالها العمل على محاربة الإشاعات المنتشرة فى المجتمع، ومحاولة محاربتها بنفس أسلوبها. كما أنه على هذه الأعمال السينمائية والمسرحية أن تلعب دوها فى ترسيخ القيم والمفاهيم الجديدة المصاحبة لعمليات التغيير، وتقديمها للجمهور بأسلوب شيق، وأن تعمل هذه الأعمال على طرح المتناقضات، وكيفية حلها حتى تساعد الجماهير فى الوصول إلى الشخصية السوية القادرة على محاربة الإشاعة والحد من رواجها[١].

٤/٢ – دور خبراء العلاقات العامة:

العلاقات العامة هى الجهاز الذى يقوم بعمليات الإتصال بين الجماهير والمؤسسات سواء أكان منها حكوميا أو ما كان خاصا، فالعلاقات العامة هى الأداء الصادق لإقامة والإعلان عنه، وهى كما عرفها المعهد البريطانى (الجهود المقصودة والمخططة والمستمرة لإقامة واستمرار الفهم المتبادل بين اى منظمة وجماهيرها) [٢].

ومن ثم فإن دور العلاقات العامة يقوم على التفاعل مع الجماهير والوقوف على أرائهم ومواقفهم[٣]، وبالتالى معرفة ما يتداولونه من إشاعات تمس المؤسسة سواء أكانت خاصة أو حكومية. وبالتالى رسم وتحديد خطة مواجهة هذه الإشاعات بإظهار الحقائق جلية واضحة مدعمة بالأرقام، والإحصائيات الصادقة وذلك حتى تتم محاربة الإشاعة والقضاء عليه[٤]. (ويبدأ دور العلاقات العامة

---

[١]) د. النعى الشائح العالم، الشائعات وطرق مواجهتها، المرجع السابق ، ص٩٠ .

[٢]) د.محمود السيد النيل، علم النفس والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٨٦، ص١٣٠ – ١٣٣ .

[٣]) د. زهير عبداللطيف عابد، د. أحمد العابد ابو السعيد، إدارة العلاقات العامة وبرامجها، دار اليازورى ، عمان، ٢٠١٤، ص١٥٢ .

[٤]) د. عبدالناصر احمد جرادات، د. لبنان هاتف الشامى، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق،دار اليازورى، عمان، ٢٠١٤، ص٧٣ .

فى محاربة الإشاعات التى تنطلق فى أوقات الكوارث، والمشكلات الطارئة، وذلك بوضع برنامج لمواجهتها والقضاء عليها ومحاربتها) [1].

٥/٢ – الندوات

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

إن المعلوماتت الصحيحة تساعد على استقطاب الجماهير وضمان حسن تصرفها فى الأمور التى تمس حياة الشعوب وحضارتها (أعطنى معلومات صحيحة أعطيك تصرفا سليما والعكس صحيح) [2] ومحاولة تلبية حاجاتهم، فإذا كانت حاجتهم إلى المعلومات والحقائق فيجب أن تقدم لهم فى حينها، وإذا كانت حاجتهم، إلى بضاعة او سلعة فيجب ان توجه إليهم وتعريفهم لبطريقة الحصول عليها وهكذا.

---

[1]) د. كامل عبدالسلام زهران، علم النفس الاجتماعى، عالم الكتب القاهرة، ط٦ ، ٢٠٠٣ ، ص١٣ -٢٠ .

[2]) د. كامل محمد عويضة، علم نفس الإشاعة، دار الكتب العالمية،ط٢، بيروت ، ٢٠١٠ ، ص١٤٥ -١٤٦ .

الخاتمة

لوسائل الإعلام أدوار بارزه فى مواجهة الشائعات، فيكون لها دور فى كشف المصدر الخاص بالإشاعة لأن مصدر الإشاعة غالبا مخفى وغير معلوم، وعلى الانترنت يمكن إرسال الإشاعة من مصادر غير محدودة ولا معلومة الهوية ومن مواقع بريد إلكترونى لاتظهر فيه هوية المرسل، أما الجانب الأخر الذى يمكن أن يلعبه الإعلام كشف محتوى الإشاعة لأن الإشاعة تعتمد على الغموض فى تكوينها، فعند بيان أن محتوى الإشاعة غير صادق أو أن مرسلها مغرض، أو أنها تهدف الإساءة، لهذا يساهم فى وأد الإشاعة، غموض الإشاعة عنصر هام فى نقلها للأخرين لأنه يشكل نوعا من التحدى الشخصى (سمعت ... كذا وكذا ... هل سمعت ما سمعت أنا بأن ..) وهذا يؤدى إلى تناقل الإشاعة.

ويمكن للإعلام التصدى للإشاعات بوسائلة المختلفة ومن خلال الصحافة الإلكترونية على الإنترنت أو البريد الإلكترونى للجماعات المستهدفة، ومن خلال وكالات الأنباء الرسمية والإذاعة والتلفزيون والمطبوعات ...

ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

– الإشاعة ظاهرة اجتماعية قديمة قدم الإنسان وهى أفة مرضية تهدد كيان المجتمع، وهى موجودة فى كل مكان، وستظل موجودة إلى ان يرث الله الأرض ومن عليها.

– لا يمكن تحديد عدد معين لأنواع وأصناف الشائعات، ويرجع ذلك إلى عدم الاتفاق بين المتخصصين فى مجال الشائعات على تعريف محدد للشائعات، وكل باحث له اهتمامات فينصفها حسب موضوع دراسته، وأيضا اختلاف البيئات التى تظهر فيها الشائعات، وكذلك اختلاف الدافع والأثر للشائعة لكل مجتمع، واخيرا التقدم التكنولوجى السريع.

– تلعب الشائعات دورا خطيرا فى مختلف البيئات والمجتمعات الإنسانية قديما وحديثا، لذا فإنها تؤثر على الأمن والاستقرار لاسيما فى فترات الأزمات والكوارث

الطبيعية، أو الإنسانية، وكلما زاد الغموض زاد حجم الشائعات وعظم انتشارها، وتاخذ الشائعات اشكالا مختلفة تبعا للأوساط التى تنتشر فيها، وهى تهدد تماسك المجتمع وأمنه، وهى تحرك الانفعالات والعواطن لدى الجماهير.

– إن من أهم وسائل ترويج الإشاعة هو الإعلام، ومن أهم وسائل الكف من خطر الإشاعة هو الإعلام، وذلك بالرد السريع والحاسم على الإشاعة.

– تنوعت وسائل نقل الشائعات بتطور وسائل الاتصال، وقد شهدت الاتصالات ثورة فى تقنياتها فى السنوات الأخيرة، ساهمت بشكل رئيس فى سرعة انتشارها ومن امثلتها الهاتف المحمول والانترنت وغيرها.

– يعد التلفزيون من اكثر وسائل الإعلام فاعلية فى الرد على الشائعات، ومكافحتها نظرا لنقلة الصورة والصوت معا، ولأن الوقائع المشاهدة أكثر ثباتا فى الذهن من الاستماع أو القراءة، لاسما إذا تولت ذلك شخصيات اجتماعية مرموقة.

التوصيات:

– يجب أن تقوم الجهات المعينة بمكافحة الإشاعات، وذلك بتعريف الناس بمخاطرها وتحذيرهم من أضرارها، وبشتى الوسائل والأساليب المتاحة، مثل (وسائل الإعلام، والمحاضرات، والندوات، والكتيبات ،،،الخ) وذلك كى يأخذوا حذرهم منها، فلا يقعوا ضحية لها بسبب قلة الوعى بمضارها ومخاطرها.

– ضرورة أن تقدم وسائل الإعلام المختلفة أخبارا وأقوالا وأحداثا صحيحة لأفراد المجتمع، وعليها التثبت قبل نشر أى خبر ، لأنه من الثابت أن الإشاعة تنتشر فى وسط ينعدم فيه الخير الصادق والتعليق الأمين.

– ضرورة توعية المجتمع بمخاطر الإشاعات التى تروج عن طريق الشبكة العنكبوتية (الانترنت) والعمل على الحد منها، ومحاسبة كل من يرتكب مثل هذا الجرم، والعمل على ضبط المواقع التى تلجأ إلى ذلك لإغلاقها أو حجبها.

– ضرورة النظر إلى الإشاعة على أساس أن لها اثارا ضارة بالأفراد والمجتمعات، كما أن لها جوانب ايجابية أيضا تتمثل فى استخدامها لجس نبض الشارع داخل المجتمع.

– تنمية الوعى بالشئون العامة عن طريق نشر الخبر الدقيق والصحيح والصادق والموضوعى.

– نشر الحقائق وعدم التعتيم الإعلامى على الأخبار إلا ما كان يتعلق بالأداب والأخلاق العامة وقضايا الأمن الوطنى

– الاعتماد على الحوار فى القضايا العامة بديمقراطية ومرونة .

– منح المواطن حق الإعلام للتعبير عن أرائه وأفكاره ضمن الضوابط والقواعد القانونية والدستورية من أجل بناء الوعى والشعور بالمسئولية.

– اعتماد اساليب الإعلام الموجه: التوعية فى الصحافة، برامج مواجهة فى الإذاعة، عقد الندوات المفتوحة فى التليفزيون لغرض وضع الحقائق أمام الجمهور وجعله يقوم هو بالاختيار الرشيد بين الحقائق الناصعة.

المراجع

أ) كتب عربى:
١- إبراهيم أحمد أبو عرقوب، سيكولوجية الشائعة، دار الثقافة، عمان ، ١٩٩٤.
٢- إبراهيم بن مبارك الجوير ،الشائعات ووظيفة المؤسسات الإجتماعية فى مواجهتها، مكتبة العبيكان، الرياض،١٩٩٥ .
٣- ابراهيم محمد خضر الداقوقى ،دور الإعلام فى ترويج ومكافحة الشائعات، المركز العربى للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، ١٩٩٠.
٤- أحمد نوفل ، الإشاعة ،ط٤،دار الفرقان ، الأردن،١٩٩٨.
٥- جان – نويل كابفيرير، الشائعات الوسيلة الاعلامية الأقدم فى العالم ، دار الساقى للطباعة والنشر ،لندن، ٢٠٠٧.
٦- جمال الدين محمد ابن منظور ، لسان العرب، ج١ ، الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة ، بدون تاريخ.
٧- حامد ربيع، مقدمة فى العلوم السلوكية، دار الجييل ، دمشق ، ١٩٨١.
٨- رفيق سكرى ، دراسة فى الراى العام والإعلام والدعاية ، جروس برس، لبنان ، ١٩٩١.
٩- زهير عبداللطيف عابد، د. أحمد العابد ابو السعيد، إدارة العلاقات العامة وبرامجها، دار اليازورى ، عمان، ٢٠١٤.
١٠-ساعد العربى الحارثى ، أساليب مواجهة الشائعات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، مركز البحوث والدراسات،الرياض،٢٠٠١.
١١- سامى محسن، د. فاطمة عبدالرحيم النوايسه ، علم النفس الإجتماعى ، مطبعة الحامد ،الأردن ، ٢٠١١ .
١٢- سامية أبو النصر، الإعلان والعمليات النفسية فى ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة، القاهرة، دار النشر للجامعات، ٢٠١٠.
١٣- صلاح عبدالحميد، الإعلام وإدارة الأزمات ، مؤسسة طيبة للطباعة والنشر، القاهرة ،٢٠١٣.
١٤- عاطف عدلى العبد ، الدعاية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية ، دار الفكر العربى،القاهرة ، ٢٠٠٣ .
١٥- عبدالرحيم محمد المذورى ، الإشاعة واثارها فى المجتمع "دراسة وصفية تحليلية "، المدينة المنورة، الجامعه الإسلامية بالمدينة المنورة، ٢٠١٠ .
١٦- عبدالله بن متعب بن ربيق، محددات الإشاعة فى السلم والحرب (شرعا ونظاما) مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع،القاهرة، ٢٠١٥.
١٧- عبدالناصر احمد جرادات، د. لبنان هاتف الشامى، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق،دار اليازورى، عمان، ٢٠١٤.
١٨- على بن عبدالرحمن الحذيفى، الشائعات فى عصر المعلومات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز البحوث والدراسات، الرياض، ٢٠٠٣.
١٩- على بن عبدالله الكلبانى،الحرب النفسية حرب الكلمة والفكر ، عالم الكتب، القاهرة ، ٢٠١٥.
٢٠- فتحى حسين عامر، الرأى العام الإلكترونى، دار النشر للجامعات ، القاهرة ،٢٠١٢.
٢١- كامل عبدالسلام زهران، علم النفس الاجتماعى، عالم الكتب القاهرة، ط٦ ، ٢٠٠٣ .
٢٢- كامل محمد عويضة، علم نفس الإشاعة، دار الكتب العالمية،ط٢، بيروت ، ٢٠١٠.

٢٣- متعب بن شديد الهماش، تأثير الشائعات على الأمن الوطنى،الرياض ،الدورة التدريبية(أساليب مواجهة الشائعات)، كلية التدريب ،الرياض،٢٠١٣.
٢٤- محمد دغش القحطانى،الإشاعة واثرها على أمن المجتمع، دار طويق للنشر والتوزيع، الرياض،١٤١٨.
٢٥- محمد عثمان الخشت ، الشائعات وكلام الناس اسرار التكوين وفنون المواجهة ، مكتبة ابن سيناء للطباعة والنشر، القاهرة ، (د.ت.ن).
٢٦- محمد منير حجاب، الحرب النفسية ، دار الفجر، القاهرة ، ٢٠٠٥.
٢٧- محمد منير حجاب، المؤسسة الإعلامية ، ج٤ ، دار الفجر، القاهرة ، ٢٠٠٤.
٢٨- محمود أبوزيد، الشائعات والضبط الإجتماعى –دراسة سوسيومترية فى قرية مصرية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٠.
٢٩- محمود السيد النيل، علم النفس والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٨٦.
٣٠- مختار التهامى ، الرأى العام والحرب النفسية، دار المعارف ، القاهرة، ١٩٨٢.
٣٥- مفرج بن سعد الحقبانى،الشائعات فى عصر المعلومات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، مركز البحوث والدراسات، الرياض،٢٠٠٣.
٣١- نايف بن محمد المروانى ، الشائعات وأثارها السلبية فى بنية المجتمع وتماسكه،الندوة العلمية مجابهة الشائعات، مركز الدراسات والبحوث،جيبوتى،٢٠١٠.
٣٢- نايل محمود البكور، الأساليب الحديثة فى التحصين النفسى والإجتماعى ضد الشائعات، مركز الدراسات والبحوث، أكاديمة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠٠١.
٣٣- هانى الكايد، الإشاعة المفاهيم والاهداف والأثار، ط١ ، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان ، ٢٠٠٩.

ثانيا: الرسائل العلمية:

١- أحمد جبريل العيوطى، دور الحس الأمنى فى محاربة الشائعات، رساله ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة الرباط الوطنى، ٢٠١٥.
٢- حمود احمد على محمد ، الشائعة أنواعها وأثارها المجتمعية ودور وسائل الإعلام فى مواجهتها: دراسة وصفية تحليلية، رساله ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة القرأن الكريم والعلوم الإسلامية، ٢٠١٦.
٣- ربيعة سعيد خليفة، الاستجابة للشائعات وعلاقتها بسمات شخصيات مروجيها من وجهة نظر الفئات الاجتماعية بمنطقة الخمس: دراسة إمبريقية، رساله ماجستير، كلية الأداب والعلوم، جامعة المرقب، ليبيا ، ٢٠١٢.
٤- رضا عيد حمودة اكحيل، الشائعات فى المواع الإخبارية الأردنية وتأثيرها فى نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين،رساله ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٥.
٥- طارق دريدى، أساليب الدعاة فى التعامل مع الإشاعة الإعلامية، رساله ماجستير، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر -الوادى، ٢٠١٤/٢٠١٥.
٦- محمد على حسن الدوسرى ، العلاقة بين مستوى الصحة النفسية وتصديق وترديد الشائعات، رساله ماجستير، قسم علم النفس، كلية التربية ، جامعة ام القرى، ١٤١٣.
٧- ناصر بن جهز الحربى ، الشائعات وعلاقتها ببعض سمات الشخصية لدى عينة من طلاب مدينة الطائف، رساله ماجستير، جامعه ام القرى ، كلية التربية، ١٤١٢هـ.

ثالثا: الدوريات العربية:
١- أحمد حسن سليمان، شبكات التواصل الإجتماعى ودورها فى نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس فى جامعة ديالى،رساله ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٧.
٢- إيمان عبدالرحمن أحمد محمود ، دور الإذاعة فى مجابهة الشائعات، الأمن والحياة ، العدد ٣٦٢ ،رجب ١٤٣٣هـ.
٣- إيمانويل طائب، الشائعات فى الصحافة، مجلة ديوجين، المجلس الدولى للفلسفة والعلوم الإنسانية، العدد ٢١٣ ، ٢٠٠٨.
٤- حسام الدين مصطفى، إستخدام تكنولوجيا الإتصال فى إنتشار الشائعات: دراسة حالة على مستخدمى الإنترنت والهاتف السيار ، رساله ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة أم درمان الإسلامية، ٢٠٠٧.
٥- حسام الدين مصطفى، الشائعات والرسائل المتسلسلة (البناء واستراتيجيات التصدى) ، مجلة دراسات إعلامية، كلية الإعلام، جامعة أفريقيا العالمية، يناير ٢٠١٧.
٦- حسين بن صديق حسين عقيل، إسهامات معلم التربية الإسلامية بالمرحلة الثانوية فى مواجهة الشائعات ، رساله ماجستير، كلية التربية، جامعة أم القرى ، ١٤٢٨/١٤٢٩.
٧- حمدان خضر سالم ، جاسم محمد شبيب ، طرائق مواجهة الشائعات فى موقع التواصل الاجتماعى الفيس بوك ، مجلة الباحث الإعلامى، كلية الإعلام ،جامعة بغداد، العدد ٤١ ،٢٠١٨.
٨- النعمى الشائح العالم، الشائعات وطرق مواجهتها، مجلة الجامعى،النقابة العامة لهيئة التدريس الجامعى ،ليبيا، العدد٢١ ، ٢٠١٥.
٩- سامى أحمد عابدين، الشائعات بين التحليل والمواجهة، مجلة الفكر الشرطى،شرطة الشارقة، المجلد ١٣ ، العدد ١، السنه ٢٠٠٤ .
١٠- عباس بله محمد أحمد ، الشائعات :نظرة تأصيليه تربوية، مجلة المنبر، هيئة علماء السودان، العدد ١٥ ، ٢٠١١.
١١- عبدالفتاح عبدالغنى الهمص، د. فايز كمال شلدان، الأبعاد النفسية والإجتماعية فى ترويج الإشاعات، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية) المجلد الثامن عشر، العدد الثانى، يونيو٢٠١٠.
١٢- لؤى مجيد حسن ، الشائعات وسقوط مدينة الموصل " دراسة فى انواع الشائعات التى رافقت سقوط المدينة والإجراءات الحكومية لدحضها"، مجلة أداب المستنصرية،كلية الأداب، الجامعة المستنصرية، العدد٧٣ ، ٢٠١٦ .
١٣- محمد أحمد النابلسى، سكولوجية الشائعة، مجلة شبكة العلوم العربية، العدد ٣ ، سبتمبر ٢٠٠٤.
١٤- محمد زين، دور الشائعات فى التأثير على الجمهور أثناء الأزمات: دراسة تطبيقية على الفترة التى أعقبت ثورة ٢٥ يناير، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مصر، العدد ٦، ٢٠١٥.
١٥- مفرح بن سعد الحقبانى، الأثار الإقتصادية المحتملة لانتشار الشائعات، مجلة البحوث القانونية والإقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، العدد٣٠ ، ٢٠٠١.
١٦- الملفح مبارك عبدالله ، الإشاعة ومخاطرها التربوية من منظور إسلامى، رساله ماجستير، جامعة البرموك، الأردن، ١٩٩٠.
١٧- منال محمد مراد، الإشاعة طرق انتشارها ومعالجتها، رساله ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، ١٩٩٩.

١٩- نايف بن محمد لمروانى، الشائعات وأثارها السلبية على بنية المجتمع، مجلة الأمن والحياة ،الرياض، جامعة نايف للعلوم الأمنية، العدد ٣٥٦ ، ٢٠١٠ .
٢٠- النعى الشائح العالم، الشائعات وطرق مواجهتها، مجلة الجامعى، النقابة العامة لأعضاء هيئة التدريس الجامعى، العدد٢١ ، ٢٠١٥.
٢١- هشام محمد عباس، انعكاسات الممارسة الإعلامية السابة على تكوين الشائعة: دراسة على القائم بالاتصال فى مجال الصحافة، المجلة السودانية لدراسات الرأى العام،العدد٤، ٢٠١٤.
٢٢- وديع محمد العزعزى، الإشاعات وشبكات التواصل الإجتماعى، المخاطر وسبل المواجهة، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية،المعهد العلمى للتدريب والدراسات المتقدمة، ماليزيا، المجلد١ ، العدد ٣، ٢٠١٦.

رابعا: الندوات والمؤتمرات:

١- رضا عبدالواجد أمين، مواقع التواصل الإجتماعى والشائعات (النار والهشيم) المعاجات والحلول، مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الإجتماعى فى الإسلام،الجامعة الإسلامية المدينة المنورة، ٢٢- ٢٣ /١١/٢٠١٦.
٢- ساعد العرابى الحارثى،الإسلام والشائعة، أعمال ندورة أساليب مواجهة الشائعات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ٢٠٠١.
٣- عبدالعزيز بن صقر الغامدى ، أساليب مواجهة الشائعات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز البحوث والدراسات، الرياض،٢٠٠١.
٤- على مهدى دومان ، أساليب مواجهة الشائعات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز البحوث والدراسات، الرياض، ٢٠٠١.
٥- نايل محمود البكور، الأساليب الحديثة فى التحصين النفسى والإجتماعى ضد الشائعات، أعمال ندوة أساليب مواجهة الشائعات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ٢٠٠١.