

طبيعة الشائعات وإستراتيجية مكافحتها

إعداد
دكتورة

داليا مجدي عبد الغني
رئيس النيابة الإدارية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنِإ فْتَبِنُوا أَن
نُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

صدق الله العظيم

(سورة الحجرات، الآية: ٦)

مقدمة البحث

المقدمة

يتوافق ميلاد الشائعة مع ميلاد البشرية، فهي قديمة قدم البشرية، عاشت وتبلورت وترعرعت في أحضان كل حضارة وثقافة؛ لأن النفس البشرية جبلت على حب الجديد، حتى لو كان مجرد كلام زائف ومحرف، دون أن يحاولوا معرفة مصدر هذا الكلام، والشائعة مرض خطير في جميع المجتمعات، أياً كان مستوى تعليمها، ومؤداها زعزعة المجتمع، سواء كان ثقافياً أو اجتماعياً أو أمنياً أو سياسياً. وتظهر حرب الشائعات في وقت الأزمات، وفي الفترات التي تسبق الأحداث السياسية، وتعد أسلحة تلك الحروب واحداً من أخطر الأسلحة التي ظهرت بعد ثورة ٣٠ يونيو، ويصنفها البعض بأنها من أقوى وسائل التدمير المادي والمعنوي؛ لأنها تستهدف النظم الحاكمة، واستقرار المجتمع.

وتظهر خطورة تلك الحرب في الوقت الراهن في تغير وسائلها، ففي الماضي كانت تستند إلى أخبار من مجلات أو صحف صفراء، أو إذاعة، أو تلفاز، أما اليوم، فقد تطورت الوسائل، وأصبحت أكثر سرعة في التداول، عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، وتويتر، وإنستجرام). ولا خلاف على أن مصر تتعرض منذ فترة الحرب من نوع جديد، هو حرب الشائعات، حيث يستغل أهل الشر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر شائعات عديدة ومتنوعة؛ لتحقيق عدة أهداف، منها بث حالة من الإحباط بين المواطنين، ونشر الذعر، وإثارة البلبله. ونحن كمصريين، لدينا تاريخ حافل من الشائعات، سواء من أطلقها الحكومة، أو بعض أفراد الشعب، بعضها كان يحمل توظيفاً سياسياً، أو دينياً، أو حتى ترفيهاً.

ومصر عاشت خلال الفترة الماضية وحتى الآن، وتحديداً بعد ثورة ٢٥ يناير، انقسامات واتهامات وتكفير؛ بسبب شائعات، رددتها وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي؛ مما خلق حالة من الفوضى الإعلامية والاجتماعية، وتسبب في الترددي الأمني والاقتصادي، وغياب الرؤية المستقبلية لدى صناع القرار. ونظراً لأهمية هذه القضية، وخاصة في هذه الفترة الحرجة التي تمر بها البلاد، فنسأل الله أن يوفقنا في هذا البحث، لإجلاء طبيعة الشائعات، وعوامل تداولها، وأسباب انتشارها، وإستراتيجية التصدي لها، وذلك من خلال الفصلين التاليين:

الفصل الأول: ماهية الشائعات.

الفصل الثاني: أثر الشائعات وطبيعتها القانونية، وإستراتيجية مواجهتها.

الفصل الأول

ماهية الشائعات

(تعريفها – خصائصها – معاييرها – عوامل انتشارها – أسبابها – أنواعها)

تقسيم :

المبحث الأول : تعريف الشائعة، وخصائصها، ومعاييرها.

المبحث الثاني : عوامل انتشار الشائعة، وأسبابها وأنواعها.

المبحث الأول

تعريف الشائعة وخصائصها ومعاييرها

تقسيم :

المطلب الأول: تعريف الشائعة

المطلب الثاني: خصائص الشائعة

المطلب الثالث: معايير الشائعات

المطلب الأول تعريف الشائعة

أولاً: التعريف اللفظي:

شائعة: شاع - شيعا بالخبر: أذاع، ومشاعاً وشيعاً، ومشيوعة - الخبر: أذاع ونشر أشاع إشاعة الغير وبالخبر: إذاعة - الشائع: حديثاً، شاع وشاع أعلى حذب العين بشرف حار، ذائع الشاعة: الأخبار المنتشرة، وهذه جمع شائع، الشاع والمشاع: الذائع رجل مشياح: كذياح فنه^(١).

ثانياً: التعريفات الاصطلاحية:

لقد عرف الشائعة العديد من الفقهاء، وقد وضعوا لها أكثر من تعريف، ومنها:

هي سلوك من المسالك العديدة للجماعة، شأنه في ذلك شأن كل سلوك، لا بد وأن يصدر عن توتر دافع، يستهدف هدفاً بعينه، يسلك سلوكاً تحمل الطابع المميز للجماعة في لحظات حياتها^(٢).

كما عرفها البعض بأنها: ما يطلق من المعلومات والأفكار، التي تنقلها الرواية الكلامية، أو أساليب التواصل غير المألوفة، كالنكتة، أو الرسم الكاريكاتيري، وتوجه طاقتها نحو التأثير على الانفعال الذي يغذي تفكير الإنسان، وخياله، بالشكل الذي قد يصل فيه هذا الإنسان إلى الدرجة التي قد يرى فيها ما ليس موجوداً، فيضيف إليها ما يجعلها سريعة السريان والانتشار^(٣).

كما عرفت كذلك بأنها: هي كل قضية أو عبارة يجري تداولها شفهيًا، وتكون قابلة للتصديق، وذلك دون أن تكون هناك معايير أكيدة لصدقها، وهي كل خبر يحتمل الصدق، مجهول المصدر، يتحرك بالكلمة المنطوقة بين الأفراد، ولا يحمل معه دليلاً على صحته، ويفتقر إلى المسؤولية، وتنفذ بعض تفاصيله من فرد إلى آخر^(٤).

وقد عرفت أيضاً بأنها: عملية نفسية، تتلخص في إدخال فكرة في وجدان شخص أو أشخاص لتترجم نفسها إلى أعمال أو تحرك أو إثارة النفوس، أو إشاحة الخواطر أو الشكوك، أو القضاء على الاتزان النفسي الناتج من اطمئنان الشخص إلى عقائد وقيم مجتمعية، ورضائه بها. وهذه الفكرة قد تكون شفوية، أو تكون بالرسم، أو الكاريكاتير، أو أي أسلوب من أساليب التواصل، وهي قد تحمل شيئاً من الحقيقة^(٥).

(١) راجع: المنجد في اللغة، والإعلامية: دار المشرق - بيروت، توزيع المكتبة الشرقية، ساحة النجم، بيروت، لبنان، الطبعة الثانية والعشرون، ص ٤١١.

(٢) راجع: أولبورت ليوموستمان: سيكولوجية الإشاعة، ترجمة: د. صلاح محييم، دار المعارف، ١٩٦٤م، ص ١١٢.

(٣) راجع: د. محمد طلعت عيسى: الشائعات وكيف نواجهها، مطبعة مصر، ١٩٦٤م، ص ٦٠.

(٤) راجع: د. جمال السيد: أضواء على الحرب النفسية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٣م، ص ٣٠.

(٥) راجع: د. طه أحمد طه متولي: جرائم الشائعات وإجراءاتها، الطبعة الثانية، مكتبة الكتاب العربي، ١٩٩٧م، ص ٤٢، ٤٣.

المطلب الثاني خصائص الشائعات

١- الميل إلى تصديقها:

قد تكون الشائعة صادقة، والأفراد يكونون أكثر ميلاً لتقبل الشائعات، التي تتفق مع معلوماتهم ومعتقداتهم، مثل شائعة حول زيادة الرواتب، أو إقالة مسئول، أو استقالة مدير^(١).

٢- سرعة الانتشار وسهولة التداول:

تتوقف سرعة انتشار الشائعة على خصائص مروجيها، والوسيلة المستخدمة للترويج مع أهميتها بالنسبة لمتلقيها.

٣- قد تحتل الصدق والكذب في آن واحد:

في سنة ١٩٨٢م، قام البيت الأبيض بتسريب أسماء محتملة وغير محتملة لقضاة مرشحين لعضوية المحكمة الدستورية العليا، كوسيلة لجس النبض، والجانب الصادق هو أن عددًا من الأسماء المحتملة، كان صحيحًا والجانب الكاذب منها أن بعض الأسماء غير وارد ترشيحه^(٢).

٤- صعوبة تعقب الشائعة والتأكد من مصدرها:

من الصعب تعقب الشائعة، أو التأكد من مصدرها أثناء انتشارها، مثل شائعة موت فالينو ماتيب، التي انطلقت يوم الاثنين ١/٨/٢٠٠٥م، في أعقاب موت جون قرنق، يوم ٣٠/٧/٢٠٠٥م، مما اضطر الحكومة لإظهار فالينو في التلفزيون القومي، وتوجيهه خطابًا لجماهير شعبه؛ دحضًا لشائعة مقتله، ولم يثبت حتى الآن من أين كان مصدر الشائعة^(٣).

٥- تغير مضمون ومحتوى الشائعة:

يتغير محتوى الشائعة على مر الزمان، كلما انتقلت من المصدر الأصلي إلى ناقلها أو مروجها، وتعتمد كمية التغيير أو التشويه على رغبات ودوافع ومخاوف وذكاء الناقل والمروج.

٦- ارتباط الشائعة بأحداث معينة:

الشائعة تمس وترتبط بأحداث مثل الحروب والفيضانات، وارتفاع الأسعار، وأي ظروف سياسية، وقد تمس أشخاص مشاهير، مثل رئيس الدولة، أو رجال الحكومة، ورجال الصحافة، والفنانين.

٧- لا تعتمد على وسيلة معينة:

لا تعتمد على وسيلة بذاتها، بل تنتقل بوسائل متعددة، إما عن طريق الحديث الشخصي، وهو الأغلب عن طريق وسائل الإعلام، أو عن طريق شبكات الإنترنت، أو وسائل التواصل الاجتماعي.

(١) راجع: أكاديمية نايف: الشائعات في عصر المعلومات، ص ٢٦.

(٢) راجع: منال محمد مراد: الإشاعة، طرق انتشارها ومعالجتها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، ١٩٩٩م، ص ٢٦.

(٣) راجع: مجلة دراسات إعلامية، تصدر عن كلية الإعلام، بجامعة إفريقيا العالمية، بحث بعنوان الشائعات والرسائل المتسلسلة (البناء وإستراتيجيات التصدي)،

للأستاذ: حسام الدين مصطفى، العدد الثاني، ربيع الأول، ١٤٣٨هـ، يناير، ٢٠١٧م، ص ٦.

٨- حيز الاهتمام بها مؤقت:

الاهتمام بها يكون مؤقتاً، تنطلق الشائعة وفقاً لظرفي الغموض والأهمية، ويقل الاهتمام بها، تبعاً لذلك، وتُعاود الظهور كلما وجدت الأرض الخصبة بها^(١).

٩- الشائعة تتسم بالتناقض:

حيث إنها قد تبدأ بشكل حملات هامية، أو تهب كريح عاتية، وقد تكون مسالمة، لا تحمل أكثر من تمنيات طيبة للمستقبل، أو مدمرة، تحمل بين طياتها كل معاني الحقد والكراهية^(٢).

١٠- لابد أن يكتنفها الغموض:

فالغموض هو الذي يمنحها الأهمية، وصفة الإثارة والتشويق؛ حتى يضمن المروج لفت انتباه الآخرين للشائعة، ورغبتهم في الاستماع إليها.

(١) راجع: مجلة دراسات إعلامية، المرجع السابق: ص ٧.

(٢) راجع: المرجع السابق: ص ٧.

المطلب الثاني معايير الشائعات ومراحل انتشارها

أولاً: معايير الشائعات:

أ- المعيار الزمني:

وهو زمن انتشار الشائعة، وسرعتها، فالشائعة يمكن أن تنتشر ببطء، أو بسرعة هائلة، أو تظهر في فترات أخرى^(١).

ب- المعيار الموضوعي:

وهو الموضوع الذي تدور حوله الشائعة، فالموضوعات التي تدور حولها الشائعات في الأحوال العادية، تختلف عنها في أحوال الحروب^(٢)، كذلك تختلف موضوع الشائعات تبعاً لاختلاف الإقليم، والجماعات المهنية، والمستويات الثقافية، وهذا يستدعي النظر إلى تباين الأقاليم والثقافات.

ج- المعيار النفسي:

وهو يعبر عن بواعث أساسية كامنة داخل الإنسان، وهي الرغبة والخوف والكرهية وهي نوع من الرغبة في الاستطلاع، ففي كتاب "الحرب النفسية معركة الكلمة والمعتقد"، فقد ذكر فيه، ففي التجارب التي أجريت على مجموعة مناسبة من قصص الشائعات، التي انتشرت في الحرب العالمية الثانية، عام ١٩٤٢م، تثبت أن معظم هذه الشائعات كانت تعبر إما عن العداوة، وإما عن الرغبة، وإما عن الخوف، وقليل منها يعبر عن توتر عقلي، أو رغبة في حب الاستطلاع^(٣).

ثانياً: مراحل انتشار الشائعة:

١- **مرحلة ولادة الشائعة:** وهي مرحلة ظهور الشائعة ورواجها، حيث يقوم مروجوها بنشرها وبتبثها في الوقت المناسب، وللأشخاص المستهدفين بها، ويستعملون كافة الأساليب المتاحة؛ من أجل وصول الشائعة.

٢- **مرحلة المغامرة والمجازفة:** وهي مرحلة ذبوع الشائعة وانتشارها بين الناس، وهي الطريق الدائري الذي تستمر فيه الشائعة، ولقد أثبتت عدة دراسات تجريبية بأن انتشار الشائعة يعتمد بشكل رئيسي على فائدتها، وعلى العمل الجماعي، فالأفراد والجماعات يُطلقون الشائعة ويشتركون في توزيعها.

والشائعة يقوم على نشرها عدة أفراد، ولكل منهم دور، يأخذ بعضهم دور الناقل أو المرسل Messenger، فوظيفته إرسال الرسالة إلى الجمهور، هو أهم دور في عملية انتشار الشائعة. أما البعض الآخر فقد يأخذ دور المفسر Interpreter للشائعة، ويتكهن مدى مضمونها محاولاً فهم ما حدث أو ما يجري حوله، وهؤلاء هم العقلانيون، أما المُشككون Skeptics، فيعبرون عن شكلهم فيما سمعوا أو قرأوا، ويحذرون الناس منه، وهؤلاء هم الطبقة الواعية، ويقوم آخرون بدور متخذ القرار Decision، وهؤلاء يتعرفون بناءً على الأخبار أو المعلومات الواردة في التفاصيل الشائعة^(٤).

(١) راجع: د. طه أحمد طه متولي: جرائم الشائعات وإجراءاتها، مرجع سابق، ص ٤٤.

(٢) راجع: د. طه أحمد طه متولي: المرجع السابق، ص ٤٥.

(٣) راجع: صلاح نصر: الحرب النفسية، الجزء الأول، معركة الكلمة، دار القاهرة للطباعة والنشر، ١٩٦٦م، ص ٢٠٦.

(٤) انظر:

٣- مرحلة موت الشائعة

وهي المحصلة النهائية في انتشار الشائعة، فالشائعة منذ ولادتها حتى موتها، تتعرض لكثير من الإضافات والحذف والتبسيط، وإعادة الصياغة، وإلى غير ذلك من أشكال التحريف، التي عبر عنها الباحثان ألبورت وبيستمان، بثلاثة مفاهيم هي (التسوية والإبراز والإساعة).

أ- **التسوية**: تعني كلما راجت الشائعة أصبحت أقل تفصيلاً وأقصر رواية وأكثر دقة^(١)، وهذا الحديث ينفي ما تردد بأن الشائعة تتضخم أثناء انتشارها، وهو قول تنفيه الحقيقة العلمية.

ب- **الإبراز**: هناك عناصر للشائعة تعرض للطمس، فإن هنالك عناصر تتعرض للإبراز والشحذ، ويحدث إغفالاً لبعض التفاصيل وإظهاراً لآخر، واستبدال لبعض الأجزاء مكان البعض الآخر؛ مما يغير من حقيقة الأمر، وتحدث هذه العملية في كل مرة تروى فيها الشائعة^(٢).

ج- **الإساعة**: يتم استيعاب الموضوع الأساسي جراء رواية الشائعة عدة مرات؛ مما يجعلها أيسر وأقصر رواية، وأسهل فهماً واستيعاباً^(٣).

(١) راجع: أكاديمية نايف: الشائعات في عصر المعلومات، مرجع سابق، ص ٩٣.

(٢) راجع: منال محمد مراد: الإشاعة، طرق انتشارها ومعالجتها، مرجع سابق، ص ٦٢.

(٣) راجع: مجلة دراسات إعلامية، مرجع سابق، ص ٢٢.

المبحث الثاني

عوامل انتشار الشائعة وأسبابها وأنواعها

تقسيم :

المطلب الأول : عوامل انتشار الشائعات

المطلب الثاني : أسباب انتشار الشائعات

المطلب الثالث: أنواع الشائعات

المطلب الأول

عوامل انتشار الشائعات

توجد عدة أساليب لانتشار الشائعات، تختلف باختلاف الموضوع، فتنطور بتقدم العلم والتكنولوجيا ومنها على سبيل المثال:

١- الدعاية الكلامية:

ويشترط فيها ألا يكون هناك اختلاف في اللغة والثقافة أو العادات والتقاليد؛ حتى يسهل معها انتشارها، كما أنه يجب أن تكون الألفاظ فيها سهلة وواضحة، وتتضمن معلومات دقيقة، وفي إطار التشويق. والدعاية الكلامية هي سيطرة التضليل والتخريف الكلامي، ركز القوة والسلطة، والسحر والإغواء والإغراء، والاجتذاب والتضليل، بصورة ومظاهره الكاملة غير المنقوصة، تأتي من خلال سيطرة الكلام على الفكر والذهن والرأي والتصور والتوقع للمستقبل، الذي تنشده الأطراف أو القوة التي تقف خلف هذا التضليل أو التحريف للكلام عن مواضعه.

والتضليل بالكلام صورته الإغرائية والإغوائية، أو التحويلية التخريفية التزييفية، تؤثر بأفكارها على الرأي العام أو الخاص، وتتلاعب به لتقنعه وتسخره، ثم تضلله، وتجذبه إلى ساحاتها من خلال القدرة على تشكيل الأفكار والمفاهيم والتصورات التي تخدم الهدف الذي صبغته من أجله.

يستخدم التضليل الكلامي عدة وسائل دعائية مختلفة، منها المكتوب والمرئي، وشبكات الإنترنت، والإذاعات المسموعة، والفضائيات المرئية، والوسائل الإيضاحية، وغيرها من الوسائل الحديثة، كأدوات تخدم أهدافه، وتصيغ أفكاره؛ لعرضها بصورة تعري وتفتع المتلقين وتجعله متأثراً بهذا العرض الذي يجمع بين الذكاء في الصياغة، والبراعة في العرض، من خلال استخدام التقنية الحديثة في تسويق الأفكار، والقيم المراد نشرها في المجتمع، وتعزيزها فيه كبديل عن قيم وأخلاق راسخة فيه، تشكل هويته وعقيدته من قرون طويلة.

كثرت أدوات وطرق التضليل والتزييف والتحريف في هذا العصر، عما كانت عليه طيلة العصور السابقة، حتى صعب حصر أعدادها وصورها وأشكالها، وإن كانت تشترك في استخدام عنصر التهويل والمبالغة، وساهمت وسائل الإعلام، ومن ورائها في التأسيس لمدرسة تضليل كلامي موجه إلى عقول الناس ومشاعرهم، منها ما يستهدف العامة، ومنها ما يستأثر بعقول خاصة^(١).

٢- الدعاية الفكاهية:

تنتشر الشائعات عن طريق إصدار النكت؛ لسهولة نشرها لدى الناس، وخاصة ذوي الثقافة البسيطة والمتوسطة، وبالرغم من أن الشائعة موضوع قابل للتصديق، لتقبل الناس لها، إلا أن النكت تنتشر من وحي الخيال بناءً على الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية لأبناء المجتمع ليضحكوا منها، إلا أنها تجد طريقاً لتلامس طموحاتهم وآمالهم وآلامهم، فتسلك مسلك الشائعة.

٣- شائعات الإنترنت:

تنتشر الشائعات عبر المنتديات ومواقع الإنترنت، ومن أمثلة هذه الشائعات ما حدث في جمهورية مصر العربية عام ٢٠٠٢م، في موقع على الإنترنت، وترويجه لشائعات مفادها وجود سفاح في مدينة نصر

(١) راجع: شبكة الألوكة الثقافية، مقال: "التأثير والتضليل الكلامي"، بقلم/ فرج كندي، في ١٠/٧/٢٠١٧م.

يقتل الفتيات اللاتي يخرجن ليلاً، وخاصة للمقاهي وأماكن الترفيه، حتى أصبحت شوارع مدينة نصر شبه خالية ليلاً، واتضح للأجهزة الأمنية من خلال المتابعة والرصد، أن الموقع لأحد الطلاب، ويدرس بأحد الأكاديميات، وتم القبض عليه، ومحاكمته بتهمة إشاعة أخبار كاذبة، كان من شأنها تكدير الأمن العام، وإلقاء الرعب بين الناس، وإلحاق الضرر بالمصالح العامة^(١).

٤- البريد الإلكتروني ورسائل الهاتف الجوال:

تنتقل الشائعة عن طريق البريد الإلكتروني عبر إرساله رسالة بالبريد الإلكتروني، وتكمن أهمية هذا النوع في أنه يخاطب الطبقات المتوسطة والعليا، لتمتعهم بقدر من الثقافة، كما تأخذ الشائعة انتشارها عبر رسائل الهاتف المحمول، عن طريق ما يسمى برسائل (SMS)، ورسائل (MMS) و (What's up)، والتي لها الأثر الكبير لسرعة انتشارها بين الناس، بفضل زيادة أعداد مستخدمي هذه التقنية، وتأتي في الغالب الشائعة من جوال شخص مجهول، ثم يقوم المستقبل بإرسالها لأقاربه وأصدقائه، دون التأكد من الخبر، أما بالنسبة لأصدقائه وأقاربه المستقبلين للرسالة، فيعتقدون بأن المرسل لم يرسلها إلا وهو متأكد من صحتها؛ لأنهم يعرفونه إما بحكم العلاقة الأسرية أو الصداقة، فيرسلوها بدورهم للآخرين، وهكذا^(٢).

٥- الأمثال الشعبية:

قد يستخدم المثل لتأكيد الشائعة، وتتردد بعض الأمثال، مثل : حاميا حراميا، مفيش دخان من غير نار. ويشمل مواضيع متعددة، بهدف الإساءة، ومثال ذلك عندما تنتشر شائعة عن مسئول مالي، تفيد بأنه يختلس المبالغ، فيؤكد بها البعض بالقول حاميا حراميا، وفي الحقيقة أن التعليق الشعبي هو الطريق الذي تسلكه الشائعة في التلاعب بالعام، وأخيراً اكتشف الخبراء الاستراتيجيون قاعدة للتحرك، وهي روجوا للوشايات، فلا بد من أن يبقى منها شيء^(٣).

٦- الرسم الكاريكاتيري:

ويقصد به الرسم الذي يحاكي بسخرية مبالغ فيها أحياناً بعض الأحداث أو الشخصيات، وغيرها، ليضحك منها المتلقي، وهو يعتبر أسلوباً جذاباً لجميع الأوساط الثقافية، بل إنه يمتد إلى خارج القطر؛ لأنه لا يحتاج لفهم لغة معينة، فهو معبر عنه بالرسم، والرسم ناطق بكل اللغات، وهي تنتشر بسرعة أكبر من الشائعات الكلامية التي تحتاج إلى توحيد في اللغة، ويطلق عليها "الشائعات المصورة"^(٤).

٧- المنشورات:

هي عبارة عن أداة مكتوبة للاتصال بالجمهور، ولها طبيعة خاصة، وتستخدم لتحقيق أهداف معينة؛ للتأثير على الرأي العام، ربما يشتمل المنشور على شائعة، أو أكثر، ويوزع على الناس في تجمعاتهم، مثل المساجد، الجامعات، المدارس، الأسواق، والمنشورات إما أن تكون معلومة المصدر، وهي التي تعلن عن

(١) راجع: الدورة التدريبية بكلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، خلال الفترة من ١٠ - ١٤/٦/١٤٣٤هـ، الموافق ٢٠-٢٤/٤/٢٠١٣م، بعنوان: "أساليب مواجهة الشائعات"، بحث بعنوان: "تأثير الشائعات على الأمن الوطني"، إعداد الرائد/ متعب بن شديد الهماشي، ص ١٤.

(٢) راجع: المرجع السابق: ص ١٣.

(٣) راجع: المرجع السابق: ص ١٢.

(٤) راجع: محمد خيري عبيد: بحث في "دور الشرطة ووسائل الإعلام في مقاومة الشائعات".

مصدرها بشكل واضح، مثل القوة الضاغطة وقادة الرأي العام، أو بعض الأجهزة الاستخباراتية لأهداف معينة، وقد تكون المنشورات مجهولة المصدر، وتصدر عن أحد التنظيمات السرية المعارضة للدولة، أو أشخاص معارضين للدولة، أو طائفة معينة^(١).

٨- فبركة الصور بالتقنيات الحديثة (الفوتوشوب):

يقصد بذلك تعديل الصور، لتبدو كأنها حقيقة سواء بالإضافة أو الحذف أو كليهما، باستخدام برامج معينة؛ لتحقيق هدف معين، ومن تلك الصور، ما نشر للدخان المتصاعد من مركز التجارة العالمي بنيويورك، بعد تفجيرها يوم الثلاثاء الموافق ١١ سبتمبر ٢٠٠١م، وأن الدخان ظهر فيه وجه شخص شرير، وقد كان عنوان الصورة (الشیطان ظهر في نيويورك)^(٢).

٩- كتب السير الذاتية:

وهي الكتب التي تتناول قصة حياة شخص معين، وتتناول أحداث حياته، سواء كانت بقلمه أو بقلم غيره، وهذا النوع كثيراً ما يتضمن شائعات؛ لعدم إطلاع كثير من الناس على بعض القضايا التي اطلع عليها هذا الكاتب، وقد يستغل الكاتب هذه المعرفة، أو المكان الذي كان يعمل به أسوء استغلال لتحريف وتزوير بعض الحقائق التاريخية، وهذا ربما تلاحظ عند بعض الكتاب الذين عاصروا بعض الثورات والحروب، واختلاقم الكثير من الشائعات، ونشرها في كتبهم^(٣).

١٠- أحاديث الناس:

تتناول الأخبار بين الناس، وإشاعتها، هي أكثر وسيلة يمكن من خلالها ترويج الشائعة، لاسيما لو كانت تُروج بطريقة مثيرة، ولافتة للأنظار، فهي تأتي في صورة عبارات قصيرة ومفهومة الكلمات، لنشرها واستيعابها بسهولة وسرعة، وتكون في أماكن كثيرة، كالمقاهي، والنوادي، والاستراحات، والمنازل، ووسائل النقل، وغيرها من الأماكن التي يستخدم فيها الناس الكلام والأحاديث لقتل الوقت.

(١) راجع: الرائد/ متعب بن شديد الهماشي: بحث في "تأثير الشائعات على الأمن الوطني"، مرجع سابق، ص ١١.

(٢) راجع: المرجع السابق: ص ١٣.

(٣) راجع: المرجع السابق: ص ١٠.

المطلب الثاني أسباب انتشار الشائعات

١- الغموض:

إن أهم الأسباب التي تؤدي إلى ترويج الشائعة هي شح المعلومات وانعدامها، وسياج حالة من الغموض عليها؛ مما يجعل الأشخاص تبدأ في التأليف والاستنتاج والاستنباط، وهؤلاء يطلق عليهم المثل القائل "أطلق الكذبة وصدقها"، فتنشر الشائعة عندما تكون معرفة الحقائق بالمخاطر، أو عدم توفر معلومات صادقة ورسمية، ووجود مناخ يُخيم عليه القلق والخوف، وكذلك الشكوك النابعة من وجود معلومات خاطئة وتضارب الأنباء، مع وجود مشاكل تؤرق الناس، وعدم فهم مجريات الأمور.

٢- الفضول وحب الاستطلاع:

هناك رغبة لدى بعض الناس في الاستماع إلى الشائعات، وهي عادة اجتماعية تجعل الناس يميلون إلى تتبع الأخبار، ومراقبة الأحداث والبحث عن المعلومات، خاصة التي تخص المشاهير، أو المجتمع السياسي، وهنا يكون الهدف من نقل الشائعة هو التسلية وإثارة الفضول.

٣- حب الشهرة وتسليط الأضواء:

أحياناً يكون السبب في انتشار الشائعة هو رغبة مروجها في لفت الأنظار إليه، فهناك أشخاص تحب أن تكون تحت دائرة الضوء، فيتظاهرون بالعلم ببواطن الأمور؛ لكي يكونوا محط اهتمام الناس، فيقومون بسرده أخبار غير حقيقية، لكي يُحركوا الشغف لدى مستمعهم.

٤- الحقد والكراهية:

وهو الحقد على المنافسين والخصوم، الذي يحقد ليسعى إلى تحطيمهم، ولو باختلاق الإشاعات ضدهم، أو تفسير سلوكهم تفسيراً يخدم أغراض الجهة المروجة للشائعة، وبالشائعة ينتصر الإنسان على أناس لا يقوى على مواجهتهم وجهاً لوجه^(١)، فالإنسان عندما يشعر بالفشل وعدم قدرته على مواجهة نفسه بهذا الفشل، فيحاول أن ينتحل مبررات لعجزه، رغم علمه بعدم صحة ذلك، وتكون هذه المبررات هي النيل من الشخص الناجح عن طريق ترويج شائعة ضده.

٥- الفراغ:

أحياناً إحساس الإنسان بالفراغ، يجعله يبحث عن طريق لسد هذا الفراغ، فيلجأ إلى الروايات التي لا تمت للحقيقة بصلة، ويظل يسردها حتى تنتشر ويكون لها صدى لدى الآخرين، دون أن يحاولوا التحقق من صحتها، وأحياناً هو نفسه يقع ضحية الاستماع لهذه الشائعات؛ لكي يملأ وقته، ويقتله، ويظل يرددتها، دون تيقن من صحتها، كما أنه كثيراً ما يسعى الإنسان للإضافة في حجم الشائعة؛ لكي تكون متكاملة ومترابطة ومحبوكة؛ ليصدقها الناس^(٢).

(١) راجع: مجلة دراسات إعلامية، المرجع السابق: ص ١٨.

(٢) راجع: صلاح نصر: الحرب النفسية، مرجع سابق، الطبعة الثانية، ص ٣٤٨.

٦- الميل إلى تصديق الشائعة:

الإنسان مهياً لتلقي الشائعات وتصديقها؛ لأنه ليس لديه من الوقت ما يسمح بمراجعة ما يسمعه وطرحه على معايير الصدق، فضلاً عن أنه يصعب عليه إثبات تكذيب الشائعة^(١).

٧- التنفيس:

أحياناً تكون الشائعة ملاذاً للتنفيس عن أنواع من الضغط أو الخوف من التعبير الصريح عن الآراء والاحتياجات، فيكون من شأنها أن تُلطف أو تخفف من حدة التوتر العاطفي، بحكم كونها متنفساً^(٢).

(١) راجع: محمد كمال القاضي: الدعاية السياسية والحرب النفسية، ط٢، القاهرة، المركز الإعلامي الأوسط، ٢٠٠٢م، ص١٣٨.

(٢) راجع: مجلة دراسات إعلامية: أ. / حسام الدين مصطفى، بحث في "الشائعات والرسائل المتسلسلة"، مرجع سابق، ص ١٤.

المطلب الثالث أنواع الشائعات

١- شائعات زاحفة:

هي شائعات تسير ببطء وتنتشر بسرعة تامة، وتنتهي بأن يعرفها الجميع، وهي توجه ضد رجال الحكومة والشخصيات الرسمية؛ بهدف الإساءة إلى سمعتهم، واحتقارهم بين الناس.

٢- الشائعة السريعة (الطائرة):

وهي الشائعة سريعة الانتشار، وسريعة الاختفاء أيضاً، وهي التي تتسم بسرعة انتشارها، فهي تجتاح المجتمع في وقت مدهل؛ لأنها تستند إلى العواطف الجياشة، مثل الذعر والغضب والفرحة المفاجئة، ومن أمثلتها الشائعات التي تروج عن الكوارث، أو عن الانتصار أو الهزيمة^(١).

٣- شائعة الخوف:

وهي الشائعة التي يكون دافعها الخوف من وقوع حدث مأساوي معين في المستقبل.

٤- شائعات حالمة:

وهي التي تعبر عن الأماني والأحلام، وتكون مليئة بالخيالات، مثل عودة حالة السلام، وهذا في حالات الحروب، ومثل عودة الرخاء الاقتصادي للبلاد.. إلخ^(٢).

٥- شائعة التوقع والحدس:

وهي الشائعة التي تنتشر عندما تكون الجماهير مهياً لتقبل أخبار معينة، أو أحداث خاصة، مهدت لأحداث سابقة.

٦- شائعات هادفة لإحداث فتنة أو انفصال:

وهي الشائعات التي تتميز بالخبث والدهاء، بطريقة خبيثة لدق الفرقة وإثارة الكراهية^(٣).

٧- شائعة الكراهية:

وهي الشائعة التي يكون دافعها كراهية شخص، أو جماعة معينة؛ بهدف الإساءة إليهم وتشويه صورتهم أمام الرأي العام.

٨- شائعة غامضة:

ويتضح لنا من تسميتها أنها شائعات تنتشر برهة وتنخفض، وحينما تنتهي لها الظروف تطفو من جديد في وقت لاحق، فغالباً ما تكون هذه الشائعات نائمة في عقول مروجيها، ثم تظهر إذا حدثت ظروف مشابهة للظروف الأولى التي ظهرت فيها، فتصحو وتخرج، ويمكن أن نقول أنها شائعات موسمية، مثل تكرار الشائعات في حالة الحروب وقسوة العدو... إلخ، وكثيرون من هذه الشائعات تأخذ شكل الفكاهة والنكات^(٤).

(١) راجع: د. طه أحمد طه متولي: جرائم الشائعات وإجراءاتها، مرجع سابق، ص ٤٥.

(٢) راجع: المرجع السابق، ص ٤٦.

(٣) راجع: محمد ماهر عبده: أمن وحراسة المنشآت، مطبعة دار الشعب، ١٩٧٤م، الطبعة الأولى، ص ٧.

(٤) راجع: د. محمد طلعت عيسى: الشائعات وكيف نواجهها، مرجع سابق، ص ٩.

٩- الشائعات الهجومية:

وهي الشائعة التي يطلقها شخص بهدف الحط من مكانة منافس له.

١٠- شائعة التبرير:

وهي الشائعة التي يهدف مروجها إلى تبرير سلوكه غير الأخلاقي تجاه شخص أو جماعة معينة.

١١- شائعات وهمية:

وهي تعبر عن خوف وليس عن رغبة، وغالبًا ما تكون شائعات وهمية مبالغ فيها، وتؤدي إلى الإحجام عن عمل أو اليأس^(١).

١٢- شائعة الإسقاط:

وهي الشائعة التي يسقط من خلالها مطلقها صفاته الذميمة على شخص آخر، وأغلب الإشاعات المتعلقة بالشرف هي من هذا النوع^(٢).

١٣- الشائعة الاستطلاعية:

وهي محاولة لاستطلاع رد فعل الشارع والرأي العام، لذلك يطلقها منشؤها للتعريف ماذا يكون رد فعل الشارع لو تم اتخاذ قرار ما.^(٣)

(١) راجع: د. محمود أبو زيد: "دراسات في المجتمع المصري"، الشائعات والضبط الاجتماعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، مطبعة الجيزة بالإسكندرية، طبعة أولى، ١٩٨٠م، ص ٦١.

(٢) راجع: <http://drsabrikhalil.wordpress.com>

(٣) راجع: <http://drsabrikhalil.wordpress.com>

الفصل الثاني

أثر الشائعات وطبيعتها القانونية وإستراتيجية مواجهتها

تقسيم :

المبحث الأول : أثر الشائعات على الرأي العام والأمن الوطني

المبحث الثاني : الطبيعة القانونية للشائعات

المبحث الثالث: آليات مواجهة الشائعات وكيفية التصدي لها

المبحث الأول

أثر الشائعات على الراي العام والأمن الوطني

تقسيم :

المطلب الأول : أثر الشائعات على الراي العام

المطلب الثاني : أثر الشائعات على الأمن الوطني

المطلب الأول أثر الشائعات على الرأي العام

تلعب دوراً كبيراً في تحريك الرأي العام، فهي تدخل في الحروب العسكرية والمعارك السياسية "الحرب الباردة"، على السواء^(١).

ويستخدم سلاح الشائعات أيضاً في الجبهة الداخلية؛ لإثارة الفتنة والفرقة بين طوائف الشعب، وحمل قادتهم على اتخاذ قرارات ومواقف معينة ليست في مصلحة العامة، ولكن في مصلحة طائفة معينة، وإلا أدى غير ذلك إلى إحساس عام بالسخط والاستنكار تجاه هذا الموقف، أو على العكس، قد يؤدي إلى التعاطف وتأييد مواقف معادية تستهدف ضرب الوحدة الوطنية، وقد تؤدي الشائعة إلى الحد من ثقة الجماهير في الإدارة السياسية أو العسكرية، كما في حالات الحروب العسكرية^(٢).

مفهوم الرأي العام:

هو توجيه نظر الأغلبية تجاه قضية هامة معينة في زمن معين، تهم الجماهير، وتكون مطروحة للنقاش والجدل^(٣)، وهذا أحد تعريفات الرأي العام، حيث إنه قد اختلف الكثير من العلماء والمفكرين في وضع تعريف جامع مانع له، فالرأي العام يمثل نبضات الجماهير الموجودة في جسد الأمة، فإذا ما زادت هذه النبضات في اتجاهها الطبيعي، ومعدلها المفروض، فهذا يؤدي إلى أن تسير الأمة في الطريق الصحيح، وأن تكون قراراتها صحيحة ومعدة من الإرادة الواعية للجماهير الموجودة والمكونة لهذه الأمة^(٤).

ولا خلاف على أن من العوامل التي تثير الرأي العام، وتقوده إلى مظاهر سلبية، هي الشائعات التي تعتبر الركيزة الأولى في توجيه فيضان الرأي العام.

ويظهر تأثير الشائعات على الرأي العام في إحداث الشغب، حيث إن جرائم الشائعات دائماً ما تكون حية نشطة ضمن الكيان الاجتماعي، فأحياناً تكون بطيئة الحركة، وبصورة غير سامة، وأحياناً أخرى ما تتفجر عنيفة، في صورة حمى، فالشائعات تلعب دوراً كبيراً في المساعدة على إقامة شغب عن طريق التأثير الواعي في الرأي العام.

مراحل تأثير الشائعات على الرأي العام:

أولاً: الشائعات السابقة على قيام حالة الشغب:

في هذه المرحلة يكون هناك قصص وروايات في صورة هجمات يتم نسبتها إلى جماعة معينة، وهذه الأقايص في ذاتها لن تتمخض عن العنف، وفي هذه المرحلة لا تختلف الشائعات الجارية عن القصص

(١) راجع: د. طه أحمد طه متولي: جرائم الشائعات وإجراءاتها، مرجع سابق، ص ٤٧.

(٢) راجع: د. أحمد أبو زيد: سيكولوجية الرأي العام، ورسالته الديمقراطية، عالم الكتب، ١٩٦٨م، ص ٤٣.

(٣) راجع: د. سعيد سراج: الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٨م، ص ٧.

(٤) راجع: د. طه أحمد طه متولي: جرائم الشائعات وإجراءاتها، مرجع سابق، ص ٥٤.

العدائية، وتبدو وكأنها ثرثرة يومية، ولكن حينما يزيد رواجها، أو يشتد شررها، فنحن نتوقع حالة تسبق الشغب وهي تعبر عن مضمونها عن زيادة التوتر الاجتماعي^(١).

ثانياً: مرحلة التهديد:

والشائعات في هذه المرحلة تشير إلى قرب حدوث الخطر، وهو حالة الشغب والتمرد والتذمر، لذا تلعب الشائعات دوراً خطيراً في هذه المرحلة، فتكون هي النواة التي يبدأ منها الشغب.

ثالثاً: مرحلة حدوث الشغب:

عند حدوث الشغب يكون ترويح الشائعات أسرع من رواجها في أي وقت آخر، وذلك للحفاظ على حالة الشغب، وتفاقم الموقف، وهي في ذلك تعكس التعصب الشديد، فحين يبلغ الهياج درجة عالية من الشدة يأخذ في التزايد في عدد الأفراد المندمجين في السلسلة، فالحروب والاضطرابات والانتخابات كلها تعمل على توليد النمط الخبيث من الشائعات والمعروفة باسم حملات الهمس^(٢). وفي هذه المرحلة لا تملك السلطات التنفيذية عمله إلا العنف والقبض على الزعماء ومختلف الشائعات ومقابلة الشائعات بالحقائق^(٣).

(١) راجع: د. صلاح نصر: الحرب النفسية - معركة الكلمة والمعتقد، ج ١، مرجع سابق، ص ٣٦.

(٢) راجع: أولبورت لبوموستمان: سيكولوجية الإشاعة، مرجع سابق، ص ٣، ٥، وما بعدها.

(٣) راجع: روبرت كلتمارا: جوهر الأمن، ترجمة: يونس شاهين، ١٩٧٠، ص ١٥.

المطلب الثاني أثر الشائعات على الأمن الوطني

تعتبر الشائعات من أخطر وأفتك الأساليب المستخدمة في التأثير على الأمن والجمهير؛ وذلك لأنها تندس بطريقة أشبه ما تكون بالسحر بين الجماهير، ولأنه من الصعب أيضًا الوصول إلى مصدرها، ولها العديد من الآثار على الأمن الوطني.

أولاً: بلبلة الرأي العام والتشكيك في أجهزة الدولة:

عندما يطلق العدو سواء من الداخل أو من الخارج أي خبر كاذب، فإنه يتسبب في حالة زعر تجتاح المجتمع، ويتم التشكيك في مدى قدرة الحكومة على السيطرة، ولا خلاف على أن ذلك يزعزع حالة الأمن والأمان لدى الجماهير.

ثانياً: تعطيل عجلة الإنتاج:

لا خلاف على أن الكثير من الشائعات التي تستهدف الإساءة إلى الحكام والقيادات السياسية، تتسبب في تعطيل حركة الإنتاج؛ بسبب حالة الرفض والتمرد التي تسود المجتمع، وشعورهم بالاضطهاد، وأنهم يعيشون في مجتمع معبأ بكافة مظاهر الفساد.

ثالثاً: إثارة الفتنة في المجتمع:

كثير من الأشخاص يُروجون شائعات تعمل على إثارة الفتنة، سواء الدينية أو الاجتماعية أو السياسية بين طوائف المجتمع، مثل الحوادث التي كانت تحدث بين المسلمين والمسيحيين؛ بسبب شائعات الفتنة التي كانت تندس بينهم.

رابعاً: إرباك صناع القرار:

الشائعة لها تأثير عام على صانعي القرار، سواء باحتمال التسرع في اتخاذ القرار، أو الإبطاء في بعض القضايا الهامة، أو سوء الحكم على أمور هامة وطمس الحقائق، وكل ذلك بالقطع يؤثر على نظرة المجتمع لرجال النظام والقيادة السياسية بوجه عام.

خامساً: تشتيت المجتمع:

الشائعة تعمل على شغل الفكر والذهن، وبالتبعية إشغال المسؤولين والمواطنين عن مصالحهم الجهرية، والالتفات لقضايا فرعية لا قيمة لها.

سادساً: التأثير على قرارات الدولة:

للجماعات الضاغطة والرأي العام أهمية كبيرة، وذلك لتنفيذ كثير من السياسات العامة المحلية أو الخارجية، وما يتصل منها بالإنتاج والاستهلاك، ولا خلاف أن ترويج الشائعات يؤثر بشكل كبير على قرارات الدولة؛ لأنها تتأثر بشكل أو بآخر بالرأي العام، الذي يتأثر من البداية بالشائعة. ولا نختلف على أن للشائعة دوراً خطيراً في ظل أوقات التحول الديمقراطي، والتي يمثل فيها عدم استقرار الأوضاع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، بيئة خصبة مهياً لها سرعة انتشار الشائعات.

المبحث الثاني

الطبيعة القانونية للشائعات

تقسيم :

المطلب الأول : الشائعات من جرائم أمن الدولة

المطلب الثاني : جرائم الشائعات في القانون الدولي

المطلب الثالث: الشائعات من الجرائم التعبيرية

المطلب الأول الشائعات من جرائم أمن الدولة

أولاً: إجراءات التحقيق في جريمة الشائعة:

لما كانت جريمة الشائعات من جرائم العدوان على أمن الدولة الداخلي والخارجي ومن اختصاص أمن الدولة العليا— طبقاً للمادة الثالثة من القانون ذاته، فيكون للنيابة إذن سلطة قاضي التحقيق في جرائم الشائعات، وبالتالي تملك إصدار الأمر بحبس المتهم احتياطياً لمدة خمسة عشر يوماً، مثلها مثل قاضي التحقيق، لا لمدة أربعة أيام فقط حسب الأصل، وإصدار الأمر بمد الحبس مدة أو مدداً أخرى، لا يزيد مجموعها عن ٤٥ يوماً، دون الالتجاء إلى القاضي الجزئي، شأنها في ذلك شأن قاضي التحقيق في الوقت ذاته.

فإنه طبقاً للفقرة الثانية من المادة في القانون رقم ٣٧ لسنة ١٩٧٢م، لا تراعي النيابة القيود الواردة في بعض مواد قانون الإجراءات الجنائية، وهي قيد أن يكون تفتيش مأمور الضبط لمنزل المتهم جارياً بحضور المتهم أو من ينوب عنه، وإلا بحضور شاهدين^(١).

وقيد عدم جواز فضه للأوراق المختومة أو المغلقة، إذ يجوز له فضها، وقيد إخطار القاضي الجزئي، بوضع أختام على الأماكن التي بها آثار أو أشياء تفيد كشف الحقيقة، وكذا "قيد أن يكون الاطلاع على الخطابات والرسائل والأوراق الأخرى المضبوطة جارياً بحضور المتهم أو الحائز أو المرسل إليه إذا أمكن ذلك"^(٢)، إذ لا يكون حضوره لازماً في جرائم الشائعات.

هذا وقد نصت المادة (٧) من القانون رقم ١٠٥ لسنة ١٩٨٠م، بإنشاء محاكم أمن الدولة في الباب الثالث من هذا القانون، وهو خاص بالاتهام والتحقيق، على أن تختص النيابة العامة بالاتهام والتحقيق في الجرائم التي تدخل في اختصاص محاكم أمن الدولة، ومباشرة هذه الوظيفة وفقاً للقواعد والإجراءات المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجنائية، ما لم ينص القانون على غير ذلك، ويكون للنيابة العامة بالإضافة إلى الاختصاصات المقررة لها سلطات قاضي في تحقيق الجنايات التي تختص بها محكمة أمن الدولة العليا^(٣).

ثانياً: عقوبة جريمة الشائعة:

لقد نصت المادة (١٠٢) مكرر معدلة من قانون العقوبات المصري على عقوبة الحبس من ٢٤ ساعة إلى ثلاث سنوات وغرامة لا تقل عن خمسين جنيهاً، ولا تتجاوز مائتي جنية، وتوقع العقوبة على الفاعل إذا توافرت العناصر المؤسسة لمسئوليته الجنائية عن جريمة الشائعة والفاعل المقصود هو: كل من أذاع شائعات كاذبة أو مغرصة أو ما في حكمها، وذلك طبقاً لما جاء في الفقرة الأولى من المادة (١٠٢) مكررة.

- كل من كان حائزاً للمحررات أو المطبوعات التي تتضمن تلك الشائعات الكاذبة أو المغرصة أو نحوها، وذلك طبقاً لما جاء في الفقرة الثانية من المادة المذكورة.

(١) راجع: د. رؤوف عبيد: مبادئ الإجراءات الجنائية في القانون المصري، الطبعة الحادية عشر، مطبعة الاستقلال الكبرى، ١٩٧٦م، ص ٣٥٣ : ٣٦٦.

(٢) راجع: المادة (٩٧) من قانون الإجراءات القانونية.

(٣) راجع: د. طه أحمد طه متولي: جرائم الشائعات وإجراءاتها، مرجع سابق، ص ٨٦.

- كل حائز لأية وسيلة من وسائل الطبع أو التسجيل أو العلانية المخصصة ولو بصفة وقتية، كما يعاقب بذات العقوبة بصريح الفقرة الثالثة من المادة المذكورة الحائز بالواسطة وهو من يحوز محررات أو مطبوعات تتضمن شائعات كاذبة أو مغرضة أو نحوها لحساب شخص آخر.

وقد أضافت المادة (١٠٢) معدلة ظرفاً مشدداً ارتكاب جريمة الشائعة في زمن الحرب، ما ترتب عليه تغيير طبيعة الجريمة والغرامة لا تقل عن مائة جنيه، ولا تزيد عن ٥٠٠ جنيه.

ويُستثنى من هذا الظرف المشدد كل من حاز المُحررات أو المطبوعات التي تتضمن تلك الشائعات الكاذبة أو المغرضة أو نحوها، أو حاز أية وسيلة من وسائل الطبع أو التسجيل أو العلانية المخصصة، فإنه يحتفظ له في زمن الحرب بالعقوبة المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة (١٠٢).

المطلب الثاني جرائم الشائعات في القانون الدولي

جريمة الشائعة خاضعة لقواعد القانون الجنائي الدولي، مثال ذلك جريمة الشائعة المرتكبة من طرف أجنبي، وجريمة الشائعة المرتكبة في الخارج من طرف مواطن ضد دولته، كما يمكن أن يصدر حكم قضائي أجنبي ضد مواطن ارتكب جريمة الشائعة في الخارج، وهو مقيم في وطنه، ويطلب تنفيذ الحكم عليه من دول أجنبية.

وتطرح في الحالات الثلاث إشكالية جنسية الفاعل في جريمة الشائعة، وما يمكن أن يترتب عليها من علاقات تعاون قضائي بين الدول في مجال تبادل المجرمين، يمكن أيضاً أن ترتبط جريمة الشائعة بجريمة من الجرائم الجسيمة والمصنفة بالدولية، فتحكم فيها الدولة بأحكام قانونها المختص، وهو القانون الجنائي الدولي، وإذا كان الرأي العام يوجه ويستخدم بطريقة سيئة ومضللة تحت تأثير الشائعات، فقد يؤدي ذلك إلى انحراف المجتمع، ما ينتج عنه المساس بمصالحه الحيوية، بما في ذلك أمنه واستقراره، وحماية مصالح أفراد، التي هي الدول، ومن ورائها مصالح مواطني هذه الدول، فالأمن والاستقرار وحماية المصالح هي أمور ضرورية على المستوى الدولي، وكلما كانت الشائعة تتسم بدرجة من الخطورة، من شأنها أن تعرض هذه المصالح العامة الدولية للخطر أو الضرر، كان لزاماً على قواعد القانون الدولي الجنائي التصدي لها بالتجريم، والعقوبة المناسبة، لكن نطاق التجريم في مجال القانون الدولي الجنائي محدود بعدد الجرائم التي تبت فيها المحكمة الجنائية الدولية.

ومن البديهي أن الشائعة لا تدخل في هذا التعداد لكن تهديدها للأمن الداخلي، يمكن أن ينقلب تهديداً للأمن الدولي، ويحصل ذلك عند ارتباط جريمة الشائعة بإحدى الجرائم الدولية، عندما تكون من شأنها تكدير الأمن العام أو إلقاء الرعب بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة، فيصبح كل من أذاع عمداً أخباراً أو بيانات أو شائعات كاذبة أو مغرصة، أو بث دعايات مثيرة من شأنها أن تتسبب في إبادة جماعية أو جرائم ضد الإنسانية أو جرائم حرب أو جريمة عدوان مرتكب بالفعل لجريمة دولية، نظراً لجسامتها ووسع دائرة تأثيرها، إلا أن محدودية اختصاص المحكمة الجنائية الدولية تحول دون مثول الفاعل أمامها، ما يبقي الاختصاص للمحاكم الوطنية التي يجب أن تعتبر ارتباط الشائعة بإحدى الجرائم الدولية الأربعة ظرفاً مشدداً، نظراً للجسامة العالية لما من شأنها أن تحقق من تكدير للأمن أو إلقاء الرعب بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة^(١).

(١) راجع: موقع صوت الأمة، في ١٩ يوليو، ٢٠١٨م. www.soutalomma.com

المطلب الثالث الشائعات جرائم تعبيرية

تعتبر جرائم الشائعات من الجرائم ذات التأثير النفسي؛ لأنها تتم بمجرد طرق المضمون النفسي لنفسية الآخرين، حيث إن السلوك منها هو مجرد التعبير الواعي، وبهذا يكون محور هذه الجريمة هو التعبير الواعي.

وطرق التعبير، فالمراد بها الطرق التي ينفذ بها النشاط الإجرامي لجريمة الشائعات، وهي عبارة عن صفة تلاحق بذات النشاط، ولما كان السلوك المادي في جرائم الشائعات ليس إلا محض التعبير الواعي، يمكن حصر طرقه في الآتي:

أولاً: قول (أي مشافهة).

ثانياً: كتابة (أي إبلاغ مضمونها للغير فحسب دون هدف آخر).

ثالثاً: حركة جسمية تعبيرية تطرق نفسية الغير دون مساس بجسمه.

رابعاً: رسم أي تعاريج خط على مادة لا تتكون منها جمل لغوية مفيدة، وإن أفصحت عن مضمون معين^(١)، ويغلب في النموذج الإجرامي لجرائم الشائعات أن تخلو من أي تحديد لأداة معينة يلزم استخدامها في تنفيذ الجريمة، فيكون مفهوماً إمكان ارتكاب إياها بأية أداة.

ويدخل في باب القول الكلام وأجزأؤه من الجملة التامة إلى اللفظ الواحد، ويجب أن يكون المقصود بالحركة أو الإشارة التعبيرية مجرد إبلاغ مضمون معين للغير، دون استهداف حدث مادي يتعدى نفسيات الآخرين، وإلا صارت الجريمة فيما لو تحقق هذا الحدث المادي جريمة حدث مادي لا حدث نفسي، وخرجت من نطاق جرائم الشائعات، التي هي بطبيعتها جرائم حدث نفسي دائماً.

وتفسير التعبير هو عملية عقلية تهدف إلى البحث والتوضيح للمعنى الذي يرمي إليه التعبير، وهو عملية ضرورية لاستخلاص مضمون التعبير، وذلك لاعتبارين هما:

الأول: أن وضوح التعبير من عدمه هو أمر نسبي يختلف من شخص إلى آخر، فما هو واضح بالنسبة لشخص قد لا يكون كذلك بالنسبة للآخر.

الثاني: عدم تفسير التعبير اكتفاء بالمعنى الظاهر، يؤدي إلى الفهم الخاطئ لهذا التعبير، والقاعدة العامة في تفسير الكلام أو الرسم أو غير ذلك من طرق التعبير، هي حمل ذلك على معناه الطبيعي العادي المستفاد مباشرة، وبغير تكلف من جملة الكلام أو الرسم، إلا إذا قامت قرينة توجب صرفه إلى معنى آخر، وتدل على أن صاحبه قد قصد هذا المعنى الآخر، دون المعنى الطبيعي أو العادي وأن من سمعه أو قرأه أو رآه قد فهم، أو كان من الممكن أن يفهم منه هذا المعنى المقصود الذي يخالف الطبيعي أو العادي^(٢).

(١) راجع: د. طه أحمد طه متولي: جرائم الشائعات وإجراءاتها، مرجع سابق، ص ٩٠ : ٩٢.

(٢) راجع: أ. محمد عبد الله محمد: جرائم النشر، طبعة ١٩٥١م، ص ١٦٠.

المبحث الثالث

إستراتيجية مواجهة الشائعات

تقسيم :

المطلب الأول : أساليب مقاومة الشائعات اجتماعياً

المطلب الثاني : التصدي للشائعات أمنياً

المطلب الثالث: التصدي للشائعات إعلامياً

المطلب الأول أساليب مقاومة الشائعات

١- التشكيك في مصدر الشائعة:

يستخدم هذا الأسلوب للتأثير على القابلية للتصديق والأهمية، فالمعلومات التي يتم الحصول عليها من مصادر مشكوك في صدقها، لا تقبل التصديق، كما تفقد أهميتها، وهذا من أنجح أساليب مقاومة الشائعات^(١).

٢- التجاهل:

أسلوب التجاهل من أقوى الأساليب التي يمكن أن يستخدمها الإنسان التجاهل، أي أقوال مرسلة، أو حملات عدائية تشن ضده؛ لأن مواجهة الكلام بالكلام، يجعل الموضوع تحت دائرة الضوء، ومحل اهتمام، ولا يجعله يهدأ أو يستكين.

٣- أسلوب الشائعة المضادة:

هذا الأسلوب يكثر استخدامه في عصر التكنولوجيا المعلوماتية، استناداً إلى توافر كم كبير من المعلومات والمعلومات المضادة التي يمكن صناعتها من خلال استغلال وسائل المعالجة المتطورة، ويعاب على هذا الأسلوب أنه يقدح في مصداقية الجهة الناشرة للشائعة المضادة، ومن ثم يؤدي إلى عدم تصديقها في حال تكرار الشائعات^(٢).

٤- نشر الحقائق والمعلومات:

يهدف هذا الأسلوب إلى تكذيب الشائعة، وقد أكد الإسلام هذه الطريقة، حيث قال تعالى في كتابه العزيز: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ)^(٣)، والإسلام هنا ينبهنا إلى اعتماد الثقات في تصديق الأخبار، وسرعة نشر الحقائق والمعلومات المتعلقة بالشائعة على شبكة الإنترنت يجعل مواجهتها بصورة فعالة وسريعة، والقضاء عليها فور ظهورها سهلاً ومتاحاً^(٤).

(١) راجع: أ. حسام الدين مصطفى: الشائعات والرسائل المتسلسلة (البناء وإستراتيجية التصدي)، مرجع سابق، ص ٢٧.

(٢) راجع: المرجع السابق: ص ٢٦.

(٣) سورة الحجرات: الآية (٦)

(٤) راجع: سامي محمد هاشم: الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ط ١، الرياض، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، ٢٠٠٣م، ص ٦٨.

المطلب الثاني التصدي للشائعات أمنياً

هناك ثلاث مراحل للتصدي للشائعات من الناحية الأمنية^(١):
أولاً: مرحلة قبل ظهور الشائعة:

- ١- يجب على رجال الأمن أن تكون لديهم خبرة بالشعب ومتطلباته، وأن يكونوا مختلطين به، وأن يكونوا من سكانه، وموزعين على جميع الأحياء.
- ٢- يلزم رجال الأمن الوطني البحث عن جميع المشاكل التي يعاني منها المجتمع، وتورق راحته لكونها بيئة خصبة لظهور ورواج الشائعات، ورفعها للجهات المختصة، للنظر في حلها.
- ٣- السعي لجمع الشائعات من خلال ما يلي:
 - تواجد رجال الأمن الوطني في المجتمع بمختلف فئاتهم من ضباط وموظفين وأفراد.
 - شبكة المصادر المختلفة المتعاونة مع القطاع الأمني والعاملين فيه.
 - وسائل الإعلام والمراسلين.
 - ضباط وأفراد الأمن والشرطة بمختلف الأقسام.
 - الإنترنت ومواقع المنتديات.
- ٤- يجب على رجال الأمن الوطني تقصي الرأي العام، وخاصة حصول الناس على الخدمات العامة مع إجراء تحليل للرأي العام؛ للوقوف على احتمالات ظهور الشائعات، خاصة عند الأحداث الهامة والكبرى بأنواعها مثل:
 - صدور أنظمة جديدة.
 - تغييرات وزارية.
 - تهديد بالحرب.
 - كوارث طبيعية أو صناعية.
- ٥- يجب أيضاً على رجال الأمن تقدير الموقف عن تلك الأحداث، وما هو متوقع من انطلاق بعض الشائعات على ضوء متابعة الأنشطة المعارضة، والتي لها حركة ملموسة، تجري متابعتها بصورة فعلية، وإبداء اقتراح الرأي والحلول للوقاية من الشائعات المحتمل ظهورها، ومتابعة الشائعات.

ثانياً: مرحلة رواج الشائعة:

- ١- جمع ورصد الشائعة، من خلال مراكز رصد الشائعات المقترح، ونقاط الاستقبال عليها رصد الشائعات رسداً مكانياً وزمانياً، ورصد نصها وشكلها وحجمها ونوعيتها، ويتم ذلك بطرق مبسطة.
- ٢- الإبلاغ الفوري بمجرد صدور الشائعة للقيادات المختصة، ولا يلزم في تلك المرحلة القيام بأعمال التحري، أو السعي لضبط مروج الشائعة، ويمكن بعد إتمام الإبلاغ معرفة الظروف والمناخ الذي نتج عنه انطلاق الشائعة، والوقوف على خلفياتها، وبالإمكان السعي لمعرفة مصدر الشائعة والإبلاغ مرة أخرى.

(١) راجع: الرائد/ متعب بن شديد الهماشي: بحث في "تأثير الشائعات على الأمن الوطني"، مرجع سابق، ص ١٩ : ٢٣.

٣- يتولى أعمال الجمع والرصد القطاع الأمني باعتباره المسئول الأول عن مكافحة الشائعات، وأيضًا يتولى بجانبه عدة أجهزة أخرى رسمية، ولا مانع من قيام بعض المواطنين العاديين بتلك العملية سواء كانوا مرشدين، أو المصادر أو الأشخاص العاديين الذين تدفعهم الوطنية، أو التزامهم الأخلاقي أو الديني للإبلاغ.

٤- إشعار الأجهزة الأمنية الأخرى، وذلك حسب نوع الشائعة لإعادة مراجعة خطط القائمين على تلك الحراسات، ومداومة المرور عليهم، وإشعار الأجهزة المختصة بمكافحة الشغب وفض المظاهرات؛ للاستعداد والتأهب إذا ما كان هناك احتمالات للشغب؛ نتيجة الشائعات نفسها، أو نتيجة الرد عليها.

٥- التعرف على ظروف انطلاق الشائعة ورواجها، ومدى انتشارها والمناخ السائد، ومدى ملاءمته للانتشار.

٦- القيام بالسعي لفهم خطورة الشائعة، وخاصة على الأمن، وما هو متوقع من مخاطر نتيجة لذلك.

٧- المشاركة في فريق تحليل الشائعات، وإجراء تحليل أولي للشائعة من حيث الشكل والمضمون والمكان والزمان والفئة أو الفئات، والطوائف الموجهة لهم.. وبحث أسلوب التصدي من الناحية السياسية والإعلامية والأمنية، وعرض الاقتراحات في ذلك على اللجنة العليا التي تتولى أعمال التحليل النهائي على ضوء المعلومات أو الحقائق التي أمكن جمعها.

٨- السعي لتحديد المستفيد من انطلاق الشائعة.. على ضوء ما سبق جمعه من تحريات ومعلومات عن الأنشطة المضادة بصفة عامة، والذي له تحرك فعلي بصفة خاصة، لاحتمال أن يكون أحد تلك الأنشطة المتحركة وراء انطلاق الشائعة.

٩- الاستمرار في الرصد وخاصة بحث مدى الانتشار المكاني، وهل ظهرت الشائعة في عدة أماكن في وقت واحد.. ومدى قوة الانتشار وتقبل الناس.

١٠- تنشيط المصادر والمرشدين في محيط الناس، والأنشطة المضادة المتحركة، وتوجيههم إلى تحري من أطلق الشائعة، وجمع أي أدلة تفيد إدانتهم، ويمكن لرجال الأمن سؤال أو مناقشة من سمع الشائعة.. ومن الذي رواها له أو من روجها.

١١- تشكيل مجموعة عمل أو لجنة من الضباط الذين لهم صلة بنوع تلك الشائعة مع الاستعانة بالجماعة التي توجه إليهم، مثلًا الشائعة الاقتصادية، الاجتماعية، الطلابية، العمالية... إلخ.

ثالثًا: مرحلة ما بعد معالجة الشائعة:

١- البحث عن أي آثار لتلك الشائعات.

٢- البحث عن ردة الفعل.

٣- البحث عن الدروس المستفادة، وتدريب هذه الشائعات في معاهد الأمن وأكاديمياته.

٤- التركيز على مدة ومدى نجاح المواجهة.

٥- معرفة فعالية المصادر المستخدمة وسرعتها في الإبلاغ ودقتها في المتابعة.

٦- معرفة مدى تطابق تقدير الموقف مع الواقع الفعلي.

٧- معرفة مدى فعالية التنظيم المضاد وقوته وأسلوب تحركه، وإمكانياته البشرية.

٨- معرفة مدى كفاءة التصدي الأمني، وسرعة تلبية الأحداث.

٩- متابعة احتمال ظهور الشائعة مرة أخرى أو مدتها.

١٠- النظر في الإعلان عن مرتكبي تلك الجريمة من عدمه.

١١- قيام المتحدث الأمني بإيضاح الشائعة بعد المعالجة للرأي العام والإعلام.

المطلب الثالث التصدي للشائعات إعلامياً

لابد من إمداد وسائل الإعلام بالمعلومات الصحيحة بسرعة، والتعاون القوي بين مراكز المعلومات ووسائل الإعلام؛ لسرعة المكاشفة، والرد عليها من جانب أجهزة الدولة المعنية، قبل انتشارها، ويجب أيضاً ألا ينساق الإعلام وراء الشائعات، أو يكون مصدره وسائل التواصل الاجتماعي. وعلى وسائل الإعلام أيضاً أن تسهم في إكساب المواطن مهارات تمكنه من فحص أي مادة، والتأكد من أنها ليست مزيفة أو مفبركة، وليس فقط العمل على تصحيح المعلومات المغلوطة. كما أنه لابد من تخصيص برامج لهذا الموضوع، يسهم في إعداد مادتها خبراء من الإعلام والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات^(١).

ولابد من وضع إستراتيجية وطنية وتضافر الجهود؛ للتصدي للشائعات المغرضة التي تأتي من جهات معادية، تستهدف مصر ومقدراتها وأمنها واستقرارها. كما أنه يجب توعية الرأي العام بأن مصر مستهدفة من جانب أعدائها، عبر بثهم لتلك الشائعات والأكاذيب، ولأخذ الحيطة والحذر، وعدم ترديد تلك المعلومات المغلوطة التي تهدف إلى المساس بوحدة أبناء مصر والإضرار بوطنهم. ومن الضروري أن تعزز الدولة دور المتحدثين الرسميين في الوزارات والمؤسسات للتعامل مع المعلومات بشكل صحيح وسريع؛ حتى يتم قتل أي شائعة في مهدها. والواقع أن مركز معلومات مجلس الوزراء بدأ العمل الممنهج للتصدي للشائعات منذ عام ٢٠١٤م، ولكن حجم الشائعات بدأ بالتزايد بشكل كبير خلال الآونة الأخيرة.

وإن مجلس الوزراء لا يقوم بنفي كل الشائعات التي يتم تداولها، بل يتعامل معها بناءً على خطورتها، ومدى انتشارها؛ حتى لا يؤدي الرد عليها أحياناً إلى تفاقمها، كما أن القطاعات الحكومية بدأت تولي أهمية وجهداً لنفي الشائعات التي تمس طبيعة عملها.

وإن آليات متابعة مركز المعلومات تتم من خلال الرصد الميداني، ومتابعة وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى استحداث خط ساخن، وبريد إلكتروني لتلقي تساؤلات المواطنين لتقديم المعلومات وإتاحتها؛ للتصدي لنشر المعلومات غير الصحيحة.

وإن أكثر نسب الشائعات تتعلق بمعلومات حول قطاعات التمويل بنسبة ٢٠%، يليه التعليم بنسبة ١٨%، والاقتصاد بنسبة ١٦%، والنقل والمواصلات بنسبة ١٣%، والصحة بنسبة ١٢%، والطاقة والوقود بنسبة ١١%، ثم الأمن بنسبة ٧%، يليها التضامن الاجتماعي بنسبة ٥%، وهذه النسب يتم تحديثها، وفقاً للتصدي إلى طبيعة الشائعات التي تتداول.

وعلى وسائل الإعلام أن تلتزم بالصدق قبل السبق، فليس من المهنية سرعة نشر الخبر على حساب دقته؛ لأن دور وسائل الإعلام هو توفير المعلومة وتوضيحها، وليس تحويلها إلى مصدر للشائعات وترويجها^(٢).

(١) راجع: مقال بعنوان: "حول دور الإعلام في التصدي للشائعات ومواجهتها"، بقلم/ شريف محمود، في ٢٦ يوليو، ٢٠١٨م، جريدة الأهرام،

س٤٢، العدد ٤٨٠٧٩. www.ahram.org.eg

(٢) راجع: مقال بعنوان: "إعلاميون وخبراء يحددون طرق وآليات التصدي للشائعات"، بقلم/ أحمد البهنساوي، جريدة الوطن، في ٧/٨/٢٠١٨م.

خاتمة البحث

الخاتمة

الحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على رسل الله أجمعين
وبعد

لقد استعرضنا في هذا البحث طبيعة الشائعات وإستراتيجية مكافحتها، وذلك من خلال فصلين:
الفصل الأول: قمسناه إلى مبحثين، درسنا من خلالهما ماهية الشائعة، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى تعريف الشائعة لغويًا واصطلاحًا، كما سردنا خصائص الشائعات بشكل من التفصيل، وتطرقنا كذلك إلى معايير الشائعات ومراحل انتشارها وتداولها، وأيضًا أنواعها وكافة أشكالها.

والفصل الثاني: فقد تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث، تطرقنا في المبحث الأول إلى أثر الشائعات على الرأي العام، وكذلك على الأمن الوطني، وفي المبحث الثاني، درسنا الطبيعة القانونية للشائعات، وأوضحنا من خلاله أن الشائعات جريمة من جرائم أمن الدولة، وأنها مجرمة دوليًا، وتخضع لأحكام القانون الدولي، كما أنها جرائم تعبيرية، وأخيرًا سردنا في المبحث الثالث إستراتيجية مواجهة الشائعات، وذلك من خلال سرد أساليب مقاومتها اجتماعيًا وكيفية التصدي لها أمنيًا وإعلاميًا.

هذا، وقد توصلنا إلى مجموعة من النتائج والتوصيات، وهي كالآتي:

أولاً : النتائج :

- ١- لم يتم وضع تعريف محدد للشائعة، فقد اختلف في تعريفها الكثير من الفقهاء؛ نظرًا لطبيعتها التي تختلف تبعًا لنوع الشائعة.
- ٢- الشائعات قد تحتل الصدق والكذب في آن واحد، ومضمونها يتغير باختلاف مروجيها، وبمرور الزمن.
- ٣- الشائعات لها حيز زمني ومكاني، وعادة ما تتسم بالتناقض.
- ٤- الشائعات تخضع لمعايير زمنية وموضوعية ونفسية.
- ٥- عوامل انتشار الشائعات عديدة، ولا يمكن حصرها؛ بسبب التطور التكنولوجي، ووسائل التواصل الاجتماعي.
- ٦- الغموض والفضول والفرغ، هم أحد أهم أسباب انتشار الشائعة.
- ٧- الشائعات لها دور كبير وفعال في تأليب الرأي العام، وتكوين معتقداته، علاوة على تأثيرها على قرارات الدولة، وإرباك صناعات قراراتها.
- ٨- الشائعة جريمة من جرائم أمن الدولة، وبالتالي تخضع لأحكام قانون أمن الدولة.
- ٩- الشائعة تخضع لأحكام القانون الجنائي الدولي، إذا تعدت حدود القطر، ومست أمن الدولة من الخارج.
- ١٠- الإعلام سلاح ذو حدين، إما أن يكون سبب بث وترويج الشائعة، وإما أن يقضي عليها في المهد.

ثانيًا : التوصيات :

- ١- نشر الوعي بين الجمهور، حول أخطار الشائعات وأهداف مروجيها، وبث الثقة فيما تقدمه أجهزة ومؤسسات الدولة من معلومات وبيانات، وإطلاع الجمهور على الحقائق والمعلومات في الوقت المناسب، وعلى الجوانب القانونية والمنطقية، التي استندت إليها خطط الدولة وإجراءاتها.
- ٢- كشف وإظهار الأطراف التي يتوقع أن تكون مصدرًا للشائعات، كجهات ذات أهداف غير سلمية ومخططات مشبوهة، لا يمكن الثقة بها.

- ٣- التطبيق الصارم لقانون الصحافة والنشر دون هوادة على المستوى المحلي والقومي.
- ٤- تنمية الوعي الديني، وإبراز دور الشائعات الهدام، ومدى نبذ كافة الأديان لهذا السلوك المشين.
- ٥- دعوة الجهات المختصة لإنشاء مراكز تحليل الشائعات، لدعم الأجهزة المعنية بمكافحة الشائعات.
- ٦- إنشاء جهاز أو هيئة، يكون دورها هو مكافحة الشائعات على كافة المستويات الاجتماعية والأمنية والإعلامية.
- ٧- تجريم الشائعات، وذلك بالنص عليها صراحة في قانون العقوبات، مع سن عقوبة جنائية رادعة لمرتكبيها، وأيضاً غرامة مالية كبيرة.
- ٨- وضع آليات لتقييد السلوكيات الشاذة، التي يتم بثها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ومعاينة من يروجون للأخبار الكاذبة، التي تعمل على زعزعة الأمن في البلاد، وتشتيت الدولة؛ وذلك بفرض تعليمات، وسن قوانين صارمة على هذه المواقع والمنتديات.
- ٩- شن حملات مكثفة في جميع وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، وغيرها، يكون هدفها هو إجلاء الحقائق، والرد على الشائعات الكاذبة.
- ١٠- إبلاغ المسؤولين بكل الأخبار الكاذبة، التي تعمل على بلبلة الدولة والشعب، وذلك فور نشر أي خبر غير موثوق فيه، مع الإبلاغ عن مصدره.
- ١١- اهتمام المواطن العادي بملاً فراغه، وذلك بالعمل الجدي، لكي لا يكون لقمة سائغة وفريسة سهلة في أيدي مروجي الشائعات؛ لأن الفراغ هو بداية ترويج الشائعة، ونهايته تكون بتصديقها.
- ١٢- اهتمام أجهزة الأمن بعمل التحريات اللازمة عن الأشخاص المشكوك في كونهم أحد مصادر ترويج الشائعات، لاسيما في الفترة الحرجة التي تمر بها البلاد في الآونة الأخيرة؛ بسبب ظهور فصيل جديد من الشعب له انتماءات فكرية متطرفة.
- ١٣- توقيع العديد من الاتفاقيات والمعاهدات الدولية، التي تؤكد على تجريم الشائعات دولياً، والتي تؤكد على حرص الدول وتضامنها لمكافحة هذه الآفة على كافة الأصعدة.
- ١٤- نشر العديد من الكتب التي تبرز تاريخ الشائعات، ومدى قدرتها على هدم كيان الدول.
- ١٥- اهتمام الجمعيات الأهلية والمؤسسات القومية بتوعية وتنقيف المواطن العادي؛ لأن أحد أهم أسباب انتشار الشائعات، يرجع إلى انخفاض نسبة الثقافة، التي تؤدي إلى تصديق كل الأقاويل التي يتم ترديدها، دون البحث عن المصدر والمرجعية.

تم بعون الله

والله ولي التوفيق

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً : القرآن الكريم . ثانياً : الكتب المتخصصة :

- ١- المنجد في اللغة والإعلامية: دار المشرق، بيروت، توزيع المكتبة المشرقية، ساحة النجم، بيروت، لبنان، الطبعة الثانية والعشرون.
- ٢- د. أحمد أبو زيد: سيكولوجية الرأي العام ورسائله الديمقراطية، عالم الكتب، ١٩٦٨م.
- ٣- د. جمال السيد: أضواء على الحرب النفسية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٣م.
- ٤- د. رؤوف عبيد: مبادئ الإجراءات الجنائية في القانون المصري، الطبعة الحادية عشر، مطبعة الاستقلال الكبرى، ١٩٧٦م.
- ٥- سامي محمد هاشم: الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ط١، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، ٢٠٠٣م.
- ٦- د. سعيد سراج: الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٨م.
- ٧- صلاح نصر: الحرب النفسية، الجزء الأول، معركة الكلمة والمعتقد، ط١، ٢، دار القاهرة للطباعة والنشر، ١٩٦٦م.
- ٨- د. طه أحمد طه متولي: جرائم الشائعات وإجراءاتها، الطبعة الثانية، مكتبة الكتاب العربي، ١٩٩٧م.
- ٩- د. محمد طلعت عيسى: الشائعات وكيف نواجهها، مطبعة مصر، ١٩٦٤م.
- ١٠- محمد عبد الله محمد: جرائم النشر، طبعة ١٩٥١م.
- ١١- محمد كمال القاضي: الدعاية السياسية والحرب النفسية، ط٢، المركز الإعلامي الأوسط، القاهرة، ٢٠٠٢م.
- ١٢- محمد ماهر عبده: أمن وحراسة المنشآت، ط١، مطبعة دار الشعب.
- ١٣- د. محمود أبو زيد: دراسة في المجتمع المصري، الشائعات والضبط الاجتماعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط١، مطبعة الجيزة، الإسكندرية، ١٩٨٠م.

ثالثاً : الرسائل العلمية :

- ١- حسام الدين مصطفى: بحث بعنوان: "الشائعات والرسائل المتسلسلة البناء وإستراتيجيات التصدي"، مجلة دراسات إعلامية عن كلية الإعلام بجامعة إفريقيا العالمية، العدد الثاني، ربيع الأول، ١٤٣٨هـ، يناير، ٢٠١٧م.
- ٢- الرائد/ متعب بن شديد الهماشي: بحث بعنوان: "تأثير الشائعات على الأمن الوطني"، الدورة التدريبية بكلية التدريب، قسم البرامج التدريبية بعنوان: "أساليب مواجهة الشائعات"، بحث بعنوان: "تأثير الشائعات على الأمن الوطني"، خلال الفترة من ١٠ - ١٤/٦/١٤٣٤هـ، الموافق ٢٠-٢٤/٤/٢٠١٣م.
- ٣- منال محمد مراد: الإشاعة طرق انتشارها ومعالجتها، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، ١٩٩٩م.
- ٤- محمد خيرى عبيد: بحث في "دور الشرطة ووسائل الإعلام في مقاومة الشائعات".

رابعاً : المراجع الأجنبية :

- Ian Roberston: Sociology, 2ed, (New York: Worth Publishers, 1981).

خامساً : الكتب الأجنبية المترجمة :

- ١- أولبورت ليوموستمان: سيكولوجية الإشاعة، ترجمة: د. صلاح مخيمر، دار المعارف، ١٩٦٤م.
- ٢- روبرت كلتمارا: جوهر الأمن، ترجمة: يونس شاهين، ١٩٧٠م.

سادساً: المقالات:

- ١- أحمد البهنساوي: مقال "إعلاميون وخبراء يحددون طرق وآليات التصدي للشائعات"، جريدة الوطن، في ٢٠١٨/٨/٧م.
- ٢- شريف محمود: مقال: "حول دور الإعلام في التصدي للشائعات ومواجهتها"، في ٢٦ يوليو، ٢٠١٨م، جريدة الأهرام، س١٤٢، العدد ٤٨٠٧٩.

سابعاً: المواقع الإلكترونية :

- ١- <http://drsabrihalil.wordpress.com>
- ٢- موقع صوت الأمة www.soutalomma.com
- ٣- www.ahram.org.eg
- ٤- <https://elwatannews.com>

الفهرس

الفهرس :

الصفحة	الموضوع
١	المقدمة
٢	الفصل الأول: ماهية الشائعات (تعريفها - خصائصها - معاييرها - مراحل انتشارها - عوامل انتشارها - أسبابها - أنواعها)
٢	المبحث الأول: تعريف الشائعة وخصائصها ومعاييرها
٢	المطلب الأول: تعريف الشائعة
٣	المطلب الثاني: خصائص الشائعة
٥	المطلب الثالث: معايير الشائعة ومراحل انتشارها
٧	المبحث الثاني: عوامل انتشار الشائعة وأسبابها وأنواعها
٧	المطلب الأول: عوامل انتشار الشائعات
١٠	المطلب الثاني: أسباب انتشار الشائعات
١٢	المطلب الثالث: أنواع الشائعات
١٤	الفصل الثاني : أثر الشائعات وطبيعتها القانونية وإستراتيجية مواجهتها
١٤	المبحث الأول: أثر الشائعات على الرأي العام والأمن العام
١٤	المطلب الأول: أثر الشائعات على الرأي العام
١٦	المطلب الثاني: أثر الشائعات على الأمن الوطني
١٧	المبحث الثاني: الطبيعة القانونية للشائعات
١٧	المطلب الأول: الشائعات من جرائم أمن الدولة
١٩	المطلب الثاني: جرائم الشائعات في القانون الدولي
٢٠	المطلب الثالث: الشائعات من الجرائم التعبيرية
٢١	المبحث الثالث: إستراتيجية مواجهة الشائعات
٢١	المطلب الأول: أساليب مقاومة الشائعات اجتماعياً

٢٢	المطلب الثاني: التصدي للشائعات أمنياً
٢٤	المطلب الثالث: التصدي للشائعات إعلامياً
٢٥	الخاتمة
٢٧	قائمة المراجع
٢٩	الفهرس