



جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

Naif Arab University For Security Sciences

الإسلام والشائعة

د. ساعد العرابي الحارثي

٢٠٠١م

الإسلام والشائعة

د. ساعد العرابي الحارثي

الإسلام والشائعة

مقدمة

الإشاعة وسيلة إعلامية ودعائية قديمة قدم حياة الإنسان الاجتماعية، فحيثما كانت هناك مجموعات سكانية ذات مصالح مترابطة ومتداخلة، وحيثما كانت هناك منافسات بين الناس في الحياة تكون هناك الإشاعة، فهي وسيلة يستخدمها الإنسان لغرض له عند إنسان آخر. وتطورت الإشاعة من مستوى الإنسان الذي يطلقها حول إنسان آخر، إلى وسيلة إعلامية ودعائية تستخدم وتستغل على مستوى الدول لا على مستوى الأفراد فحسب، وهي أقسام وأنواع. سنحاول تعريفها أولاً لغة وإصطلاحاً، ومن ثم سنفصل أنواعها، ونحلل شروطها واتجاهاتها وبيئتها وتأثيراتها، ونتعرف على دور الإعلام فيها، ناقلاً نفيّاً أو إثباتاً.

١ . ١ تعريف الإشاعة لغة واصطلاحاً

التعريف اللغوي : قال صاحب اللسان تحت مادة شيع . شيعت فلاناً، اتبعته، وشايعة : تابعه، وقواه، ويقال : شاعك الخير أي لا فارحك، ومنه تشيع النار بإلقاء الحطب عليها، وشيعة، خرج معه عند رحيله ليودعه .
وتشيع في الشيء : استهلك في هواه، والشيع هو ما أوقدت به النار .
ويقال : شيع الرجل بالنار أي أحرقه، والتشيع هو العجول واشاع بالإبل، وشايح وشايعة : أهاب بمعنى صاح ودعا؟
وشاع الشيب : انتشر، وشاع الخبر : ذاع، أشعت المال فرقته والشائعة : الأخبار المنتشرة .
وقال الراغب الأصفهاني : شاع الخبر أي كثر وقوى .

والشيعة : الاتباع : قال تعالى : ﴿ وَإِنَّ مِنْ شِيعَتِهِ لِإِبْرَاهِيمَ ﴾ (٨٣) ..
(الصفات ، ٨٣) ، وقال تعالى : ﴿ ... هَذَا مِنْ شِيعَتِهِ وَهَذَا مِنْ عَدُوِّهِ ..
﴿ ١٥ ﴾ (القصص ، ١٥) ، وقال تعالى : ﴿ ... وَجَعَلَ أَهْلَهَا شِيَعًا .. ﴾ (٤) ،
(القصص ، ٤) ، وقال تعالى : ﴿ ... فِي شِيعِ الْأَوَّلِينَ ﴾ (١٠) (الحجر ، ١٠) ،
والمعنى المشترك البارز بين هذه المعاني لمادة (شيع) هو الانتشار والتكاثر .

التعريف الاصطلاحي : يقول لوبورت الإشاعة هي (كل قضية أو عبارة
مقدمة للتصديق ، تتناقل من شخص إلى آخر ، دون أن تكون لها معايير
أكيدة للصدق ، وعرفتها مجلة الفكر العسكري بأنها : بث خبر من مصدر
ما في ظرف معين ولهدف ما يبغيه المصدر دون علم الآخرين ، أو هي
الأحاديث والأقوال والأخبار التي يتناقلها الناس والقصص التي يروونها
دون التحقق من صحتها أو الثبوت من صدقها .

ويعرفها اللواء جمال محفوظ بأنها : أخبار مشكوك في صحتها ،
ويتعذر التحقق من أصلها ، وتتعلق بموضوعات لها أهمية لدى الجهة الموجهة
إليها ، ويؤدي تصديقهم أو نشرهم لها إلى إضعاف روحهم المعنوية ،
ويلاحظ الوسيط بين المعنى اللغوي والمعنى الاصطلاحي ، وعامل مشترك
بينهما وهو الانتشار والتزايد .

ويعني (مصطلح الإشاعة) تحوير خبر ما عند نقله بالإضافة عليه ما
ليس فيه أو حذف ما لا يخدم هدفه .

وعلى ذلك فالإشاعة ليست إلا رواية تحكى من أجل أن يصدقها من
يسمعاها ، وليس مهما أن تكون صادقة .

والمعروف أن الشائعات تنتقل وتنتشر كلما ارتبطت بأشخاص أو وقائع
مهمة ، وكلما ازداد الغموض حول الوقائع التي تشهدا الشائعة .

والإشاعة لها ما يعرف بسلاسل الإشاعة وهي تلك التي اصطلح على تسميتها عندما تنطلق الإشاعة في حلقات متصلة في أنواع وأشكال متعددة، وفي فترة زمنية محددة. وقد استحدثت في الولايات المتحدة الأمريكية ما يعرف بعيادات الإشاعة (Pumor Clincs) حيث يجري تحليلها لمعرفة مصدرها، ونوعها، واقتراح أسلوب الرد عليها.

إن للإشاعة دائماً من يرويها، وينشرها، ويسعى بها بين الناس لتعم وتنتشر وتملاً الآفاق، وتزدحم بها كل المجالس، وتنطق بها كل الألسن، ومروج الإشاعة، هو الشخص الذي يقوم بنشر الشائعة بين الناس، ومثل هذا الشخص يقوم بهذا العمل، سواء كان جماعة من الجماعات، أو حتى فرداً من البشر، يهمله أن تنتشر تلك الشائعة، وأن تعم وتشغل أذهان العباد، أو أن مروج الإشاعة يقدم على ذلك العمل لاعتبارات شخصية نفسية تتعلق به شخصياً مثل أن يطلق إشاعة ضارة تتعلق بشخص يعاديه، أو ينافسه، أو يتضرر هو منه، كما أن الخوف والفرع والرغبة الشخصية وما إلى ذلك من أسباب ودوافع وحوافز يراها ذلك الإنسان مبررة له للقيام بذلك العمل غير المبرر بمقاييس العقل والعدل.

١ . ٢ أنواع الإشاعة

تتعدد أنواع الإشاعات ومنها :

١- إشاعة الرعب وهي الإشاعات التي تستهدف بث الخوف في نفوس الجنود أو المدنيين أيام الحروب بحيث يدفعهم بث تلك الشائعات إلى الهروب أو اليأس أو التسليم. ومنها كذلك إشاعة الكراهية في المجتمع، وهو تعبير يستخدم ضد من يروجون الإشاعات ضد بلدانهم حتى في أيام السلم.

٢ - إشاعات تتعلق بالأوبئة والأمراض وانتشارهما وخطورتهما وتخويف الناس منها، ومن استعمالات بعض الأشياء في الحياة اليومية، أو الإشاعات التي تتعلق بأضرار سلعة ما، والإشاعات التي تنتشر عن حدوث زلازل أو كوارث بيئية إلى غير ذلك، مما يثير البلبلة والفرع وترويع الأمنين في دورهم، وبلدانهم.

٣ - ومن أنواع الإشاعات كذلك : تلك التي تتعلق بسوء السيرة، والتي ينطلق سببها من عداوة ما بين إنسان وآخر، أو بين زعيم دولة وزعيم دولة معادية، أو رجال الفن والرياضة، والصحافة والتجارة، وكل المجالات والمهن التي تجمع بين ممارستها المنافسات والصراع المستتر أو الجلي.

٤ - كما أن هناك نوعاً آخر من الإشاعات وهو ما يسميه العلماء بالإشاعات الوردية والحاملة أو المتفائلة، وهي الإشاعات التي تترجم رغبة الناس في تحقيق أمنية لهم أو تقرب بعيد إليهم، أو تحسين الصورة الكالحة التي يشاهدونها، أو الواقع المرير الذي يمارسون حياتهم في إطاره، وتتمثل تلك الشائعات في الشائعات الخاصة بقرب انتهاء الحرب، أو نجاح الجميع في الامتحان، أو ارتفاع سعر سلعة يبيعها الغالب الأعم من أهل منطقة ما، أو شائعة انخفاض سلعة معينة يعاني الناس من ارتفاع سعرها.

٥ - ومن أنواع الإشاعات كذلك إشاعة الشغب، وهي تلك التي تهدف إلى إطلاق الشرارة الأولى التي تحول حادثة بسيطة إلى مظاهرات ومشاجرات وتزيد من عنفوانها.

- ٦- وهناك إشاعة (جس النبض الجماهيري) وهي التي تستخدم لرصد ردود فعل الجماهير تجاه شخص ما أو فكرة، أو معرفة اتجاه الرأي العام.
- ٧- وهناك إشاعة (التبرير)، وهي التي يقصد بها تبرير سلوك خاطئ، أو عمل عدائي، أو إجرامي تم ارتكابه.
- ٨- إشاعة (حرب الأعصاب)، وهي التي تهدف إلى زيادة حدة التوتر، والقلق لدى الجمهور المستهدف.
- ٩- هناك إشاعة (سحابة الدخان) (الخداع)، وهي التي تستخدم كستار من الدخان لإخفاء بعض النوايا لخداع العدو.
- ١٠- إشاعة دق الأسافين أو الإشاعة الهدامة، وهي التي تعمل على مبدأ فرق تسد، أي التفريق بين القائد وجنوده، وبين الحاكم وشعبه، وبين الحليف وحليفه، وبين الزوج وزوجته عن طريق إحداث جو يسوده عدم الثقة بين مختلف الأطراف.
- ١١- وتأتي الإشاعة أحياناً على شكل النكته، والغرض من هذا النوع من الإشاعات هو السخرية من فكرة أو شخص أو شيء، وهي إشاعة هدامة بكل معنى الكلمة بما تحتوي من نقد لاذع وسخرية جارحة.
- ١٢- أما ما يعرف بإشاعة التنبؤ فهي الإشاعة التي تستخدم للتنبؤ بوقوع أحداث عسكرية أو سياسية، أو اجتماعية في وقت الأزمات والمعارك الكبرى.
- ويمكن إجمال الإشاعة بأنها : اجتماعية واقتصادية وسياسية، وتشمل كل أوساط الحياة، وكل المجتمعات البشرية، وكل مجال تنافسي كالمجلات الرياضية، والفنية وغيرها.

١ . ٣ الإشاعة السياسية

يعتبر عالم السياسة من أهم المجالات للإشاعة، وهي في ذلك على جانبيين :

١- السياسة الداخلية .

٢- السياسة الخارجية .

وفي مجال السياسة الداخلية، وفي الأنظمة الديمقراطية، تكون هناك أحزاب صحف حرة، ومنافسة مكشوفة تكون الإشاعة حاضرة، وفي الوقت نفسه تكون سريعة الانتشار خاصة في محاولات الكسب السياسي للأحزاب، والنيل من رموز الأحزاب المنافسة بالهمز واللمز، إضافة إلى نشر الشائعات الإيجابية عن الحزب أو الرابطة أو الجماعة الحزبية مصدر الإشاعة بحيث يؤدي نشر الإشاعة إلى إظهار قوة الحزب مصدر الإشاعة، وضعف الأحزاب الأخرى المناوئه له، خاصة في مواسم الانتخابات النيابية أو التمثيلية على مستوى الإقليم (المحافظات)، فمواسم الانتخابات تلعب دوراً كبيراً في التراشق بالألفاظ والإشاعات والحرب النفسية بين الأحزاب المختلفة، ويظهر لنا ذلك جلياً في الانتخابات الأمريكية سواء في انتخابات الكونجرس أو انتخابات الرئاسة الأمريكية التي هي موسم الإشاعة .

وكم من مرشح أمريكي لم يستطع الاستمرار في التنافس الانتخابي بسبب إشاعة ما يقوم الإعلام الأمريكي ذو الآلة الجبارة بتضخيمها والنفخ فيها، وبإشعال حملة قومية قد تكون الإشاعة السبب فيها . الإشاعة كما اتضح لنا تبدأ بخميرة صغيرة للحقيقة أو لجزء منها، ومن ثم يقوم الإعلام الأمريكي وقادة الحملة الانتخابية للمرشح بالنفخ في تلك الجذوة الصغيرة

وجعلها ناراً حامية تزيع المنافس عن الترشيح . كما يظهر لنا من حالة المرشح غري هارت الذي أطاح به الإعلام الأمريكي من منافسة الرئيس كلينتون عام ١٩٩٦م للحصول على ترشيح الحزب الديمقراطي بالنفخ في الحديث عن إدمانه الخمر ، وعلاقاته النسائية ، ولا ننسى الحملة الإعلامية التي أزاحت جاكى جاكسون كذلك وغيره ، إضافة إلى الترشق الإعلامي من منافس جورج بوش الابن والإشاعات المتتالية عن إدمانه الكحول . هذا على المستوى المحلي ، وفي البلدان الغربية ذات الديمقراطية الحرة . أما في البلدان التي تنعدم فيها الديمقراطية وحرية الإعلام والصحافة والنشر ، فإن الإشاعة تجد لها مكاناً كبيراً وسوقاً رائجة وجواً مهياً ، خاصة أن التعقيم عن الأحداث وما يليها من وقائع يؤدي إلى ترك الباب مفتوحاً أمام الشائعات لتروج ، وتتضخم ، وتكبر . يظهر ذلك في التعقيم الذي كان يمارسه الاتحاد السوفيتي (السابق) عن صحة زعماء الكرملين ، وتحركاتهم ، ويظهر ذلك في بعض البلدان العربية والإشاعة في الدول العربية كثيرة ، والسبب هو التعقيم وعدم وجود الشفافية والحرية اللازمة التي تغلق المنافذ أمام الشائعات ومروجيها .

ولا تقف الشائعة في المجال السياسي الداخلي فقط عند حدود الخلافة ، أو استمرارية النظام ، وإنما تتعدى ذلك إلى المجالات التالية :

١- تظهر الإشاعات دائماً عن إعفاء الحكومة وإعادة تشكيلها ، أو تكليف وزارة جديدة .

٢- تظهر الإشاعات دائماً حول الأسماء المرشحة لتولي المناصب بعد نهاية حكومة ما ، أو نهاية تكليف رئيسها وأعضائها .

٣- تظهر الشائعات عندما يحدث الجدل في البرلمان بين أعضائه وأعضاء الحكومة ، وتكون الشائعات هنا عن حل البرلمان أو تعليقه .

٤- تكون الإشاعات السياسية حول البرلمان واتجاه أعضائه نحو طلب استجواب وزير ما .

٥- الإغفاء المفاجئ أو التغيير في قادة الجيوش العربية ، أو وزراء الدفاع ، أو رؤساء الأركان يكون مصدراً للإشاعات عن تحرك ما لهؤلاء ضد السلطة القائمة .

٦- تدور الإشاعات في العالم العربي غالباً حول وجود مراكز قوى داخل السلطة ، أو داخل مجلس الوزراء إذا ما كان النظام ثابتاً وراسخاً .

٧- تتناول الشائعات في العالم العربي كذلك السياسيين وأسرهم وذممهم المالية ، فهي لا تقف عند الشخص المسؤول فقط ، وإنما تتعداه إلى أولاده وإخوانه ، وأحفاده ، وعن استغلالهم النفوذ وتمتعهم بامتيازات تتعدى ما يستحقون .

إن هذه إشارات سريعة إلى دور الإشاعة في عالم السياسة الداخلية والتي يشكل التنافس الديمقراطي الحر ، أو التعتيم الإعلامي المطلق وجهين لها ، وهذا دليل على أن الإشاعة موجودة في كلا النظامين باعتبار أنها تصدر عن شخص متضرر ضد منافس قد يهدد مصالحه بالنسبة للأول ، أو ضد مسيطر يحجب عنه حريته ، أو ربما يكون تنفيساً عن كبت سياسي ، وانعدام للحرية وللصوت الحر ، كما يحدث في الأنظمة الشمولية .

أما على مستوى السياسة الخارجية فإن الإشاعة تمثل - خاصة في زمان الحروب - أحد أهم الأسلحة ، وهي تمثل جزءاً من الحرب النفسية التي هي

(منظومة من التدابير تقوم بها دولة أو مجموعة دول ضد دولة أو مجموعة دول ، بهدف القضاء على الحالة المعنوية والسياسية والنفسية للشعب ، وللقوات المسلحة على حد سواء) ، والتأثير في العدو تأثيراً داخلياً عن طريق بث روح الشك ، واستحكام العداء بين الحكومة والشعب ، وبين مختلف فئات الشعب عن طريق الإشاعة .

إن المتابع للصراع العربي الإسرائيلي يجد أن إسرائيل قد حاربت العرب عسكرياً ونفسياً ، ودائماً يكون الصراع على الفكر ، أو العقيدة ، أو المبدأ جزءاً لا يتجزأ من الحرب النفسية ، وكانت حرب العرب مع إسرائيل حرباً على الأرض وعلى المبادئ ، ولذلك كانت إسرائيل تقول دائماً نستهلك كمية كبيرة من الذخيرة الغالية لندمر موقعاً واحداً من مواقع العدو ، ولكن أليس من الأفضل أن نستعمل الدعاية والحرب النفسية لشل الأصابع التي تضغط على زناد المدفع ، ومن أجل ذلك دأبت إسرائيل على نشر المقولات والإشاعات عن جيشها الذي لا يقهر ، وعن خط بارليف الذي يمثل قلعة لا يمكن عبورها إلى غير ذلك من إشاعات عن الحق التاريخي لليهود في فلسطين . ولقد جندت إسرائيل لذلك الصهيونية العالمية ومؤسساتها الإعلامية المختلفة مثل السينما ، ودور النشر والإذاعة والتلفاز لإدراكها الدور الكبير لهذه الوسائل في التأثير في الرأي العام جندتها لخدمتها إعلامياً ولبث إشاعاتها وللتلاعب في المنطقة ، وتزوير التاريخ وجذب المهاجرين إليها بإشاعة أن أرض الميعاد أرض إسرائيل هي أرض اللبن والعسل .

وسعت إسرائيل كذلك للإشاعة من أجل تفتيت وحدة التضامن العربي بين الدول العربية كلها ، وإلى التأثير في الوحدة الوطنية داخل الدول

العربية، وإلى التأثير كذلك في العقل العربي عن طريق إخضاعه إلى التخلي عن إرادة الصراع العربي وكل ذلك من أجل تحقيق هدفها لكسب صراعها ضد العرب، وتأكيدا على ما تشيعه دائما من أن لإسرائيل الحق التاريخي في فلسطين، وأن العودة إلى فلسطين هو حق اليهود الثابت، بالإضافة إلى إشاعة أن تجمع اليهود في فلسطين تم بإرادة إلهية يضاف إلى ذلك تأكيد الإشاعة الكبرى فيما يقال عما حدث لليهود على يد هتلر لاستدراج عطف العالم، وكسب تأييده لحق اليهود في العيش بسلام على أرض إسرائيل المزعومة. كما أن إسرائيل تدعي أنها تمثل وحدها الديمقراطية في منطقة الشرق الأوسط ذات الأنظمة الدكتاتورية.

١ . ٤ . الإشاعات الاقتصادية

إن الإشاعة الاقتصادية تهدف إلى إحداث حالة من القلق والخوف والبلبة في السوق المالي، خاصة وقت الأزمات والحروب، وقد تستهدف ما تتعرض له أسواق البورصة والنفط وغيره من السلع الاستراتيجية، كما أنها قد تتعرض لمنتج بعينه.

١ . ٥ . خصائص الإشاعة

لقد خصص العالمان (فاسن، ورونسو) وغيرهما من العلماء الخصائص التالية للإشاعة :

- ١- الإشاعة هي عملية نشر المعلومات ونتائج هذه العملية .
- ٢- من السهل أن تنطلق الإشاعة، وليس من السهل أن تتوقف، فالإشاعة

تسير بسرعة النار في الهشيم، بل بسرعة الضوء والصوت عن طريق الأقمار الصناعية في الوقت الحاضر .

٣ - قد تكون الإشاعة صادقة أي تحتوي المعلومات الواردة في الإشاعة على نواة الحقيقة، ومثال ذلك إشاعة حول زيادة في رواتب الموظفين، أو استقالة شخص، أو ارتفاع أسعار مواد استهلاكية، أو الهزيمة، أو النصر في الحرب التي قد تتحقق في بعض الأحيان .

٤ - قد تكون الإشاعة كاذبة، أو قد تركز على معلومات غير مؤكدة أو عارية من الصحة .

٥ - قد تكون الإشاعة صادقة وكاذبة، وذلك مثلما حدث في أمريكا عندما قام البيت الأبيض الأمريكي بتسريب أسماء محتملة وغير محتملة لمرشحي المحكمة العليا، كوسيلة لجس النبض الجماهيري، أو ردود فعل الجماهير حول أسماء القضاة المقبولين، أو المرفوضين، فالجانب الصادق من هذه الإشاعة هو أن عدداً من بعض الأسماء المحتملة كان صحيحاً، والجانب الكاذب هو أن بعض الأسماء كان وارداً ترشيحه .

١ . ٦ مصدر ومروج الإشاعة

إن وراء كل إشاعة تنتقل بين الناس وتنتشر بين الأفراد والجماعات البشرية مصدراً مستفيداً ومروجاً ناقلاً، والمروج لا يخرج عن أن يكون واحداً من التالي :

١- قد يكون كل مصدر الإشاعة فرداً واحداً خلف إشاعته ورواجها ضد شخص آخر ينافسه .

٢- قد يكون مروجها حزباً سياسياً أطلق الإشاعة ضد حزب آخر مضاد له في حملة انتخابية ما .

- ٣ - قد تخرج الإشاعة من جانب المعارضة اليائسة لنظام حكم ما .
 - ٤ - قد يكون مصدر الإشاعة خبيراً إعلامياً على مستوى الدولة ضد دولة أخرى، خاصة في أيام الحروب .
 - ٥ - قد يكون مصدر الإشاعة ومروجها على مستوى المعسكرات الدولية، كما كان يحدث في الحرب الباردة بين الشرق والغرب وحلفي الأطلسي ووارسو .
 - ٦ - قد يكون مصدر الإشاعة فريقاً أو نادياً لكرة القدم ضد لاعب ناد آخر .
 - ٧ - قد يكون المصدر المروج فنانا في حروب الشهرة بين الفنانين .
- لذلك فإن مصدر الإشاعة يتغير تبعاً للمصلحة المقصودة من تلك الإشاعة من الفرد إلى الجماعة، ومن الإنسان البسيط إلى القادة السياسيين والعسكريين، حيث تلعب الحروب بين الأجهزة الاستخباراتية أيضاً دورها الغامض في بث الإشاعات وترويجها، إضافة إلى تطور المروج عادة من مستوى الشخص العادي إلى مستوى الأجهزة ذات الآلة الإعلامية الجبارة والواسعة الانتشار .

١ . ٧ الفرق بين الشائعة والدعاية

إن الدعاية عملية منظمة هدفها التأثير في الرأي العام ولم تظهر إلا في أوائل القرن العشرين، وقد تكونت تبعاً لتوافر مجال العمل الملائم لها وهو مجال الجمهور، فتوافرت لها إمكانيات استعمال التقنيات الحديثة، والاتصال والدعاية كمنشأ يهدف إلى محاولة التأثير والأفراد والجماهير والسيطرة عليه عرفت منذ زمن بعيد مثل الإشاعة .

ويعود أصلها كما يقول د . محمد منير حجاب إلى العصور الوسطى عندما أنشأ البابا إربان الثامن إدارة تعني بالمهام الخارجية للكنسية الكاثوليكية ، أو بالتبشير فيما وراء البحار وهي (Congregations of Propaganda) ، والتي أصبحت كلمة الدعاية مقرونة بأداة التعريف تنصرف إليها ، وهي مشتقة من الفعل (at eprogr) ، ومعناه التنشئة والتنمية ونشر الآراء والعادات ، ونقلها من شخص إلى آخر فهي تعني نشر الحق وترويجه اعتماداً على المنطق ، ولذلك كانت ترفض الكذب والتشويه لأنها كانت عبارة عن صدق موجه من عقيدة إلى من يؤمن بها بالفعل . وقد استخدمت الدعاية بهذا المفهوم لدى كل من المسلمين والمسيحيين في العصور الوسطى ، ومن ذلك رسالة الرسول ﷺ إلى المقوقس عظيم القبط في مصر (أدعوك بدعاية الإسلام) أي بدعوة الإسلام . إن الدعاية عكس الإشاعة فالدعاية هادفة إلى خير ، أما الإشاعة فغالباً ما تكون سلبية الهدف .

والدعاية أنواع ، منها السياسية والاقتصادية ، وهي تستخدم الأساليب والوسائل الفنية وغيرها ، كما أنها تحرص على عدم شعور الفرد المستهدف بها ، وبأنها هدف نهائي .

ولذلك تكون السرية من الأساسيات في الدعاية ، والدعاية تكون سلبية إذا ما تأثرت بالأنظمة السياسية حيث أنها غالباً ما تكون حول شخص الزعيم في الأنظمة الدكتاتورية ، وغالباً ما تكون فاقعة تملأ صفحات الصحف والمجلات وأثير التلفاز والراديو .

ويعرف البعض الدعاية بأنها وسيلة للإقناع أما أسلوب هذا الإقناع فقد يكون علمياً فنياً ، أو احتيالياً قهرياً يهدف إلى التأثير في المكونات النفسية للفرد ، ويقول د . منير حجاب أيضاً كانت المفاهيم للدعاية فهي لا تعني سوى

حقيقة واحدة وهي خضوع الإنسان المعاصر للهيمنة الكاملة لصفوة القوة في المجتمع سواء كانت هذه الصفوات سياسية أو اقتصادية أو عسكرية أو فكرية دينية أو غيرها . وكل هذه الصفوات تستهدف من خلال الدعاية تغيير موقف الأفراد والجماعات ، أو التأثير فيها على نحو يتوخى تحقيق أهداف أو مصالح هذه الصفوات وهنا تتفق الدعاية مع الإشاعة في تحقيق مصلحة ما .

١ . ٨ اتجاهات ومسارات الإشاعة

للإشاعة بعد أن تنطلق دروب ومسالك ومسارات ، فهي قد تنطلق رأسياً في مؤسسة أو دائرة معينة تهتم بهذه الإشاعة ، وتكون دائرة انتشارها المحدودة ، أو قد تنطلق أفقياً لتشمل بلداً بأكمله عندما تتناول موضوعاً سياسياً ما ، أو عندما تبث من خلال وسائل الإعلام المعادية ، وقد تأتي الإشاعة من خارج الحدود ، أو قد تطلق من الريف إلى المدن ، أو من المدن إلى القرى أو من العواصم إلى العواصم فهي ما إن تخرج من فم حتى تقع في آذان تعلق إلى آذان أخرى وفم ثالث ، وحتى تعم الآذان المقصودة كلها .

١ . ٩ تأثير الإشاعة

لا يقف تأثير الإشاعة عند حد معين فهي وسيلة فتاكة في نشر البلبلة وزعزعة الفكر والتنمية على الحقيقة وفي زرع الإحباط في النفوس وفي هدم صروح الحقيقة وتكريس الباطل من الرأي والخبر والفكر ، وهي بذلك إنما تزرع اليأس في النفوس ، وتحاول محو الصورة المثالية من الأذهان وصرف الفكر عن الموالات لقيم معينة ، كما أن الإشاعة قد تحاول أن تغير

الصورة الراسخة بصورة إيجابية مستحدثة، ويكون ذلك في مواسم الانتخابات في شتى بلاد العالم عندما تلجأ أحزاب المعارضة لتجميل صورتها وتحسينها أمام الجماهير .

أو قد تكون الإشاعة تحسينا لواقع بائس وتجميلا لصورة قاتمة أو محاولة للتنفيس أو الإسقاط النفسي فهي وسيلة وربما تكون غاية لمن في نفسه غرض وهوى ومحاولة لتعكير صفو حياة الآخرين .

١ . ١٠ أهداف الإشاعة

من أهداف الإشاعة التي يسعى وراءها مروجوها قياس الرأي العام، وذلك لمعرفة ميوله تجاه قرار ما قد تتخذه الدولة، ويكون ذلك بتسريب خبر إيجابي هو في الأصل إشاعة تلمح إلى ذلك القرار، ومن ثم يرصد الأصل رد الفعل تجاهه .

أو قد يكون الهدف صرف نظر الرأي العام عن أمر من الأمور، أو صرف نظر نقابات العمال مثلاً عن المطالبة بزيادة الأجور على سبيل المثال، وذلك ببث إشاعات عن شروط خدمة عامة جديدة تعود بالفائدة على العمال، أو عن تحسين شروط العمل، أو زيادات في الرواتب، أو في أجر ساعات العمل الإضافي، أو قد تهدف الإشاعة إلى لفت النظر إلى أمر من الأمور مثل ما حققته الدولة من إنجازات لموظفيها لكنها لم تجذب الانتباه، أو عن الحديث عن تنمية قطاع مهني، أو إقليم من أقاليم البلاد .

١ . ١١ بنية الإشاعة

لكل إشاعة بنيتها وجمهورها، فالشائعات المالية تنتشر بصفة أساسية بين هؤلاء الذين يمكن لثرواتهم أن تتأثر بارتفاع أو انخفاض الأسعار في الأسواق، والإشاعات المتصلة بتعديلات في قانون التجنيد، أو في ضرائب الدخل، أو المتعلقة بخطط التطور العمراني، إنما تنتشر بصورة خاصة بين الناس الذين يحتمل أن يتأثروا بها، وتلاميذ المدارس وكلهم تطلع إلى العطلات يتلقفون بلهفة أي خبر وشيك يتصل بالإجازات وكذلك نجد الأطباء والسياسيين وغيرهم كلهم يهتمون بأي إشاعة تتناول مجالهم فحيثما هناك جمهور وصلة مشتركة هناك إشاعة تدور بينهم، ويلاحظ أن الإشاعات يكثر انتشارها في الأوساط العمالية والطلابية لسهولة التأثير فيهم ولهذا فإن وسط الإشاعة أما أن يكون :

١- محلياً يشمل القرية والحى والمدينة .

٢- إقليمياً على مستوى المحافظات .

٣- وطنياً على نطاق الدولة .

٤- عالمياً على مستوى الشعوب .

وقد اتضح للباحث أن نسبة كبيرة من الشائعات تبدأ في القرى، ثم تنتشر في المدن الكبيرة، والسبب أن هذه المجتمعات المنعزلة أو المتخلفة على درجة كبيرة من التواصل بين أفرادها لوجود فرص التجمع والالتقاء ولقدرتها على سرد المعلومات التي تفوق قدرة سكان المدينة، إضافة إلى تعرض الإشاعة للتحوير من مكان إطلاقها إلى دوائر أوسع منها.

١ . ١٢ شروط الإشاعة

إن حياة البشر لا تكاد تخلو من الحاجات والمشكلات التي تثير اهتماماتهم ويستغلون عليهم مع ذلك سبيل المعرفة الصحيحة عنها، لذلك كان لا بد من أن تكون الإشاعة بعداً من أبعاد هذه الحياة . إن أرض الناس لا تكاد تتلبد فوقها سحب الغموض ، وتنتشر فيها بذور الاهتمامات حتى تستحيل تربة خصبة تزدهر فيها نباتات الإشاعات ، ولن تلبث هذه الإشاعات حتى تتصاعد في سرعة إلى عنان السماء ، حتى تحجب الرؤية أمام الأنظار ، فلا يرى الإنسان جبال الحقائق الموضوعية الراسخة التي تحدد قممها في سماء صافية من المنطق ، وقد تكون الإشاعة نتاجاً للغموض ، وعدم كشف الحقائق الناصعة ، أو لرغبة شخصية وغرض خاص ، أو محاولة لجلب الرضى هنا خاصة في مجال الإشاعات الحاملة التي تهدف إلى تزيين صورة ما لشخص أو بلد أو موضوع .

إذن فالشرط الأساسي للإشاعة يكمن في إنعدام الحقيقة ، إضافة إلى وجود هدف ما ، وإنسان مستفيد ، وآخر مستهدف ، وجمهور يقبل هذه الإشاعة ، ويجمال الاختصاصيون الإشاعة في السلسلة التالية :

- ١ - الخبر .
- ٢ - المصدر .
- ٣ - الهدف .
- ٤ - المتلقي .
- ٥ - وسيلة الانتقال .

إن الإشاعة في النهاية هي خبر ينقله مصدر معين بهدف معين لمتلق معين، أما وسيلة انتقالية فتبدأ في وحدتها الصغرى بالفرد الناقل لتتحول، إلى وسائل أخرى، وهي وسائل إعلامية مؤثرة، كالراديو، والتلفاز والصحيفة، ووكالة الأنباء، أو حتى الهاتف، وفي هذا العصر قد تستعمل شبكة الإنترنت في بث إشاعة عبر أثير العالم في مجال الاقتصاد، أو السياسة، أو الرياضة، أو الفن، أو غيرها من مجالات أخرى.

١٣. ١ كيف عالج الإسلام الإشاعة؟

سنأخذ من ديننا الإسلامي الحنيف ومن كتاب الله الكريم نموذجاً واحداً على محاربة الإسلام للشائعة، وهو نموذج إعلامي وتربوي في آن واحد.

ولنتل قوله تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿١١﴾ لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنْفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ ﴿١٢﴾ لَوْلَا جَاءُوا عَلَيْهِ بِأَرْبَعَةِ شُهَدَاءَ فَإِذْ لَمْ يَأْتُوا بِالشُّهَدَاءِ فَأُولَئِكَ عِندَ اللَّهِ هُمُ الْكَاذِبُونَ ﴿١٣﴾ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ لَمَسَّكُمْ فِي مَا أَفَضْتُمْ فِيهِ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿١٤﴾ إِذْ تَلَقَّوهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُم بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ ﴿١٥﴾ وَلَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُمْ مَا يَكُونُ لَنَا أَنْ نَتَكَلَّمَ بِهَذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَانٌ عَظِيمٌ ﴿١٦﴾ يَعِظُكُمُ اللَّهُ أَنْ تَعُودُوا لِمِثْلِهِ أَبَدًا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿١٧﴾﴾ (النور، ١١-١٧).

إن هذه الآيات الكريمة إضافة إلى وضعها التشريعي الخاص بالقذف فإنها عالجت الإشاعة، خاصة تلك التي تتعرض إلى السمعة الشخصية، والتي يمكن أن يؤدي وجودها ونشرها إلى خراب وفساد وتدمير للشخصية

قد لا تقف عند جيل واحد، بل تتجاوزه إلى جيل الأبناء والأحفاد، ولا هدف ولا برهان مبين، ولقد قطع الوحي الإلهي دابر إشاعة الإفك التي شاعت عن أم المؤمنين السيدة عائشة بنت أبي بكر رضي الله عنها.

إن الإعلام الحق هو الذي يتصدى بالكلمة الظاهرة لكل الإشاعات المغرضة وبالقول الفصل، وباللسان البين، وبعد عرض حديث الإفك يتبين لنا أن الإعلام الأفضل والأقوى وما يقصده به من التهذيب والتقويم والتعليم هو ذلك الذي يتصل بالوقائع اليومية والطارئة، ويتصدى لكل طارئ حادث من محدثات الأيام بكل الوضوح والبيان والمنطق والحجة.

ليس واجب الإعلام أن تستفزه الأحداث، فتأتي معالجته للشائعات قراءة لها حرفا حرفا، أو الرد عليها وتفنيدها بالكلام المرصوص المصنوع المدبج، وإنما مقارعة الحجة بالحجة، وإعلان الحقيقة الناصعة، والخبر اليقين الذي لا يعرف الاختلاف، والتأتأة، أو بهرجة الألفاظ.

إن الإسلام عالج الإشاعة بإبانة الحقيقة كما حدث في قصة الإفك وحارب الإشاعة بطلب التثبت والتبين ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾ (الحجرات، ٦) ولم يأخذ الإسلام الناس بالشبهات، وإنما طلب أربعة شهود كما في قضية إثبات الزنا، وهذا هام وحاجز، وسد منيع أمام الإشاعة التي يمكن أن تدمر سمعة الإنسان رجلاً كان أو امرأة، ويمكن أن تدمر الأسرة، ويمكن أن تدمر المجتمع، ويمكن أن تمزق أو اصر العلاقات الإنسانية والصلات الأسرية التي تقوم على الثقة والاحترام والسمعة الحسنة، وكما في الحديث (إذا أتاكم من ترضون دينه وخلقه فزوجوه) وهذا الرضا نتاج للسمعة الحسنة التي يمكن للإشاعة أن تعصف بها، وتجعلها سمعة سيئة منفرة.

١ . ١٤ وسائل الإعلام كمصدر للإشاعة

إن وسائل الإعلام تلعب دوراً كبيراً في ترويج الإشاعات ونشرها بمختلف الوسائل فالشائعات التي تنتقل بصورة مباشرة أو مجازية عبر الهمس ، وسرعان ما قد تنتقل إلى وسائل الإعلام التي تقوم بنشرها على نطاق واسع .

فالصحافة مثلاً بنشرها صيغاً مستقبلية للالفاظ توحى بالإشاعة ، مثل قولها : تردد في الأوساط السياسية ، أو قولها : تردد في الأوساط الاقتصادية ، أو قولها من المنتظر فيلم الزعيم . . . كذا .

كما تنشر الصحف زوايا معينة فيها مثل : زوايا وخفايا ، وأسرار ، وسري جداً ، ونقاط ساخنة . . . وهذه الزوايا قد تكون مصدراً لاختلاق الإشاعات .

أيضاً هنا التحليلات السياسية في الصحف والمجلات وبعض رسوم الكاريكاتور ، فهناك علاقة بين الرسوم والشائعات لأن كليهما يعبر عن بعض المشاعر الانفعالية . كذلك تشكل الإذاعة مصدراً للإشاعات خاصة تلك الإذاعات السرية .

والتلفاز يمكن أن ينشر الشائعات من خلال شاشته أيضاً ، ولا نهمل وكالات الأنباء العالمية التي تبث الأخبار والتعليقات التي تستطيع من خلالها تحويل الأخبار اليومية إلى أخبار مستقبلية تتضمن الكثير من المفردات التي تحمل سمعات الشائعة ، أو أن تقوم الوكالات بالتعتيم على الأخبار عن قصد ، بإبراز نصف الحقيقة ، وترك الباب مفتوحاً لدخول الشائعات ومروجيها .

وهكذا ندرك أن وسائل الإعلام قد تكون مصدراً ومروجاً للإشاعة في الوقت نفسه، وهذا أمر خطير لأن وسائل الإعلام خاصة في عصرنا الراهن منتشرة وواسعة المد، وتصل إلى كل بقاع، ومتغلغلة التأثير في النفوس، وهذا ما يؤكد أهمية تأثير الإعلام، غير أن هذا لا ينفي الدور الإيجابي لوسائل الإعلام وشجاعته في محاربة الإشاعة.

١ . ١٥ الإعلام والإشاعة : والتصدي والعلاج

إن الإعلام المسؤول أو الإعلام الرسمي أو غير الرسمي يجب عليه أن يواجه مسؤولية التصدي للإشاعة، إن وسائل الإعلام المختلفة من إذاعة وتلفاز وصحافة وكتاب ووكالات أنباء وغيرها يقع على عاتقه دور مهماً في دحض الإشاعات التي تنتشر في مجتمع ما .

فعلى سبيل المثال : الصحافة عليها مسؤولية التصدي للإشاعات التي تتناول شؤون السياسة والاقتصاد، أو المجتمع في مجالات الفن والشباب والرياضة بنشر التحقيقات الميدانية المصورة التي تنفي الشائعات التي أثارته البلبلة وشغلت الرأي العام، وعليها أن تتحرك إلى موقع الحدث وتغطي كل جوانب الخبر والإشاعة بما يدحضه تماماً ويفنده تفنيداً مقنعاً، وذلك بعرض الوقائع والأحداث من مصادرها الحقيقة، بالصورة المناسبة التي تقنع القارئ وتبديد كل السحب التي تجمعت في ذهنه، وكل الحجب التي غطت فكره وكل التشويش الذي ألم بعقله، وبهذا تؤكد أنها مرآة الحقيقة . وناطقة بالحق، وساعية وراء المصلحة العامة .

والصحافة إن فعلت ذلك فإنها تؤكد أنها في خدمة القارئ، وأنها عاملة على مده بالمعلومة الصحيحة، ونشرها لواء الإبانة والافصاح وجاهرة

بالصدق وناطقة بلسان غير كذوب ، وهذا الأمر يحتم على القارئ احترام الصحافة ، ويؤكد مصداقيتها لديه ، وسيكون لمثل هذا العمل الإيجابي ما بعده في مستقبل الأيام التي هي حبلى بالأحداث ، والملاحظ أن الصحف تكتسب احترامها من مصداقيتها ، ولذلك فإن الإشاعة القادمة ستجد النفي المصدق ، إذا كانت الصحافة ذات مصداقية عند القراء أو كانت جهينة الذي عنده الخبر اليقين لا الخبر الكذوب .

إن رأسمال الصحافة هو صدقها ، ولذلك فإن دورها مهم وضروري ناجز وناجح ، ومطلوب في التصدي للإشاعة .

أما إذا لم تمتلك الصحافة الحيوية والرغبة الصادقة والحركة الضرورية لمواقع الإشاعة وكشف خطئها وشدة ضررها وبشاعة تأثيرها ولا تملك الأدوات والوسائل التحريرية والفنية أو المبادرة والمبادأة بالتصدي للإشاعات ، فإنها تصير صحافة باهتة بلا مؤهلات لكسب ثقة الناس أو تنويرهم في الإعلام والتوجيه وتحري المصداقية من الأحداث .

كما أن هناك صحافة تلعب الدور النقيض ، وهي صحافة الإثارة التي تعيش على نشر الشائعات والأخبار المختلفة والوقائع الملفقة ، ومثل هذه الصحافة ضارة ومخربة وغير جديرة بأن تكون في الساحة الإعلامية ، فهي مثل مصدر الإشاعة تعاني من خلل نفسي ، واضطراب مسلكي وفشل مهني ، فرسالة الصحافة رسالة سامية ، أو هكذا يجب أن تكون .

إن أهمية الصحافة تنبع من أنها اتصال يومي ومباشر بالناس ، اتصال هدفه الرئيسي هو نقل الخبر والرأي والتحليل والصورة ، وعبر هذه الوسيلة الهامة سواء كانت يومية أو أسبوعية ، أو حتى دورية يقوى الاتصال إلى

درجة تصبح ذات تأثير كبير في الرأي العام . لذلك فإن دورها في محاربة الإشاعة مهم وحيوي وضروري كما أشرنا .

إن الصحافة - كغيرها من وسائل الإعلام - تلعب دوراً مقدراً في مهمة التوجيه والإعلام وتكوين المواقف والاتجاهات لدى الناس ، وإن توجيه المجتمع إلى الصواب هو دور الصحافة مع وسائل الإعلام الأخرى ومسؤوليتها التي يجب أن تقوم بها ، ولا شك أن دورها في محاربة الإشاعة بكتابة المعلومة الصحيحة والخبر الأكيد الموضوعي دور مستمر مرغوب ومطلوب .

١٦ . ١ الإذاعة والتلفاز

إذا كانت الصحافة وسيلة إعلام فعالة إلى درجة أنها تعتبر وسيلة رئيسية لدى المجتمعات الحديثة فإنها في بعض المجتمعات النامية والمتخلفة على السواء تترك مكانها لوسائل إعلامية تقنية حديثة أيضاً هي الإذاعة والتلفاز وغيرها ، وسبب ذلك عائد إلي أن الصحافة تفترض وجود مستوى ثقافي معين لدى جمهوري القراء . أما الإذاعة والتلفاز فوسائل سمعية وبصرية بإمكانهما التوجه إلى جمهور واسع لا يهم إذا كان يعرف القراءة والكتابة أم لا . هذا إلى جانب أنهما وسيلتان جذابتان ولأنهما وسائل ترفيه . ومن هنا فإن دور الإذاعة والتلفاز كبير وهام في القضاء على الإشاعة ، إذا وضعنا في الاعتبار مساحة انتشارهما الواسعة ، وديناميكية الاستفادة منهما على مدار ساعات البث فيمكن في حال انتشار شائعة ما تناول الرجل الأول في البلاد مثلاً أو حدوث كارثة ما في بلدة ، أو أي حدث مهم يمكن قطع الإرسال ، وظهور الشخص محور الإشاعة إن كان رجلاً مهماً جداً

على الشاشة مباشرة، أو سماع صوته عبر أثير الإذاعة في الوقت نفسه، ويكون هذا قطعاً لدابر الإشاعة وقبراً لها في مهدها.

كما يمكن استضافة شخصيات متخصصة تتمتع باللباقة على الهواء مباشرة تتناول بالشرح والعرض والتحليل الإشاعة المطلوبة نفيها للناس، أو إجراء مقابلات حية من موقع الإشاعة تدحض كل إشاعة وتخرس لسان الكذب وترفع راية الحقيقة.

إن ميزة الإذاعة والتلفاز، أنهما يتماشيان مع عصر السرعة، وأن الإعلام اليوم يغطي الأحداث أثناء وقوعها، ينطبق ذلك على النقل الحي لمباريات كرة القدم، والمنافسات الرياضية بشكل عام، وعلى المؤتمرات الصحفية، وعلى البرامج التي تبث على الهواء ويشترك فيها أناس من خارج الاستديو، بل ومن قارات أخرى قريبة وبعيدة بحساب المسافات، إنه إعلام عصر السرعة المذهلة.

وإذا أدركنا أن الإذاعة والتلفاز يصلان إلى الجماهير العريضة إلى درجة القول دون مبالغة إنهما يعملان على مستوى الكوكب الأرضي حيث أصبحت الكرة الأرضية القرية الإلكترونية، وإذا أدركنا أننا في عصر السرعة فإن عامل السرعة نفسه حاسم ومهم في القضاء على الإشاعة، ذلك لأن دور السرعة في الرد على الإشاعة مهم جداً في نفيها، لأن عدم السرعة أو التواطؤ في نفي الإشاعة قد يعني إثباتها، أو إتاحة المجال الزمني لها كي تمتد وتنتشر، وبالتالي يمتد ضررها وتأثيرها السالب.

إن الاستفادة من التطور التقني في الإعلام وسرعته عامل حاسم في القضاء على الإشاعة، وذلك بانتهاز الفرصة العاجلة والسريعة للرد الحاسم على الإشاعة، وتأكيد الحقيقة، وإبانة الواقع الفعلي للحدث، فالعصر عصر

السرعة ، والإعلام سلاح ذلك العصر والسرعة هي أداة ذلك السلاح ، وطلقاته التي توجه إلى الهدف ، لذلك فإن دور الإعلام وسرعة تغطيته للأحداث خاصة الإذاعة والتلفاز كبير وذو تأثير ناجح وفعال في القضاء على الإشاعة .

إن دور وسائل الإعلام ، من صحافة وإذاعة وتلفاز وغيرها من وسائل مقروءة ، أو مطبوعة أو مسموعة ، أو مرئية لا يقف عند حدود النفي السريع للإشاعة والبرهان على خطئها وتفنيدها ، وإثبات وجودها بالصورة والصوت والكلمة فقط ، وإنما هناك دور وقائي لهذه الأجهزة ، ودائماً الوقاية خير من العلاج .

وإذا لاحظنا أن الرأي العام في كل مجتمع من المجتمعات يقوى ولا يسهل خداعه إذا كان متعلماً ، أو كان عارفاً بأطراف موضوع ما من الموضوعات التي تشغل بال الناس ، فإن دور وسائل الإعلام كبير في ترسيخ المعلومات الحقيقية في أذهان الناس حتى لا ينساقوا وراء الإشاعات ، كما أن وسائل الإعلام نفسها مطالبة بأن تتصدى للإشاعة بإهمالها وعدم نشرها ونقلها . وبهذا يكون الإعلام قد لعب دور الحاجز الذي يقف بين الإشاعة وبين الناس ، إنه يصددها ويعتم عليها ويمنع عنها الهواء الذي تتنفس منه فتموت على ألسنة مطلقها بدلاً من أن تنطلق فتصيب وتؤذي .

إن الوقاية من الإشاعة كذلك تكون في توفير المعلومة الصحيحة ، ومن أهل الخبرة والاختصاص ، إن ترك الناس للإشاعات ، كما يقولون دون الرجوع إلى أهل العلم والدراسة والخبرة والمسؤولية فيه الكثير من اللامبالاة ، وفيه الكثير من إتاحة الفرص للشائعة كي تنتشر وتعم .

إن وجود مراكز توعية أيام المحن والكوارث والحروب يجعل الناس يلجؤون إلى أهل الدراية ولا يتيح المجال واسعاً أمام الشائعات التي هي نتاج الجهل والتعتيم وصمت ألسن أصحاب المعرفة عن الجهر بها .

١ . ١٧ من هو الإعلامي القادر على محاربة الإشاعة ؟

إذا كانت الإشاعة عدواً فلا بد من وجود من يتصدى لهذا العدو ، وإذا كان الإعلام هو الوسيلة للتصدي للإشاعة فإن رجل الإعلام هو الذي يخوض المعركة ضد الإشاعة ، فما المطلوب ممن يتصدى لهذه المهمة الصعبة والهامة؟

إن رجل الإعلام المعد إعداداً جيداً والمتدرب تدريباً سليماً ، والذي يمتلك اللباقة والثقافة والكفاءة المهنية والمصدقية عند الناس هو الذي يجب أن يتصدى لهذه المهمة ، إنه ذلك الإعلامي الذي يفهم عمله ويدرك خصائص الوسيلة الإعلامية التي يعمل فيها ، ويحيط بالمهمة التي كلف بها ، أنه الذي يسأل أهل العلم ، ويقرأ الكتب ، ويقابل الناس ، ويدرس اهتماماتهم ، ومستوياتهم ، وبالتالي يقدم عملاً مدروساً مقنعاً معززاً بالصوت والصورة وحديث أهل الخبرة من السياسيين أو الاختصاصيين ، وي طرح كل الأسئلة التي في الأذهان ، أو يغطي كل جوانب الحدث ، أو الشخصية مصدر الإشاعة ، ولا يكتفي بالأمور التقليدية ، بل يحاول أن يخلص المجتمع من الشائعات وشروها .

ومثل هذا الشخص يجب ألا يعمل وحده بل يجب أن يكون ضمن فريق عمل متخصص من ذوي الاحتراف المهني ، حتى يخرج العمل الذي يناقش إشاعة ما ، ويتناولها بالتحليل والعرض متكاملًا من كل النواحي

الفنية والإبداعية، لأن الإعلام يجب أن يكون في إطار جذاب يقنع بالقول الحق وبالصورة الناطقة وبالمشهد المتكامل سواء في الصحافة أو في الإذاعة أو التلفاز، ولا يقتصر على مرحلة بعينها (زمن ومكان الإشاعة)، وإنما يخطط ليكون رائداً ذا مصداقية، وعملاً إعلامياً متكاملًا بذخيرة معلوماتية رائعة مفيدة، وبقية منيرة ومرجعية، ويرجع إليها الناس كلما تنهت إلى أسماعهم شائعة مغرصة، فيقوم أهل الإعلام باقتفاء أثر أولئك الرواد في تقديم الدواء الناجح للإشاعات التي لن تتوقف ما دامت الحياة تسير بالناس وبأحلامهم وأطماعهم، وبطموحاتهم، وبمخاوفهم، وبآمالهم، وتطلعاتهم، وبتناقضاتهم، وتداخل مصالحهم ووجود المنافسة بين الأفراد والجماعات والأمم والشعوب.

وأخيراً: إن الإشاعة عمل مضر لا يقتصر ضرره على الأفراد، بل قد يشمل المجتمع كله، فلا أحد يسلم من شرورها وانتشارها ما دام هناك تنافس في الحياة في مختلف المجتمعات ومصالح متداخلة، وغيره، وسوء قصد، ونفوس مريضة تسعى لتحطيم صورة مثالية عن إنسان تعاديه.

ودائماً الوقاية خير من العلاج، وخير وسيلة لمقاومة الشائعة على مستوى الدولة هي تحصين شعب تلك الدولة عن طريق دعم إيمانه بوطنه وأهدافه، بل يجب أن يكون ذلك بين كل الشعوب، كما يجب توعية الجماهير، وإيقاظ الضمائر وكل تلك الواجبات مسؤولية تقع على عاتق الإعلام بالتضامن والتعاون والتنسيق مع جهات أخرى فاعلة في مجالات التوجيه والإرشاد والثقافة.

وبالطبع والتربية والتعليم التي هي الأساس حتى ينشأ المواطن عارفاً بأمور وأحوال وطنه معطياً العهد على حمايته عاقداً أصراً فكره بوطنه رابطاً

لها بالولاء الواعي موثوقا برباط فكري متين مبني على الحقائق الناصعة .
يمكن للدراما أن تتناول الشائعات بطريقة غير مباشرة فتفندھا
وتدحضھا ، يضاف إلى ذلك دور الإعلام الرئيسي في مواجهة الأكاذيب
والشائعات بالحقائق الناصعة التي تؤيدھا الوثائق ، والمستندات عن طريق
الأفلام التسجيلية والدرامية .

ويجب أن تكون محاربة الإشاعات بالتحصين الذي أشرت إليه من
قبل ، وبالتعبئة النفسية للجماهير على أن يتم كل ذلك في إطار من التخطيط
حتى يتم العمل في نظام دقيق مدروس بعيد عن الارتجال المربك .

لكي تنجح وسائل الإعلام في حرب الإشاعة ، لابد من توافر عناصر
الاحترام ، والثقة بينهما وبين المتلقين لأن توافر ذلك الاحترام يساهم في
إحداث التأثير بشكل مباشر في المتلقين كما يشير المختصون في الإعلام
ومنهم الباحثان (فرنش ورافين) اللذان اقترحا أشكالا بديلة للعلاقة بين
المرسل والمتلقي (الوسيلة الإعلامية والجمهور) وهي العلاقة التي تتم فيها
المبادرة إلى بسط النفوذ والتأثير من قبل المرسل ، ويتم قبول ذلك التأثير من
قبل المتلقي وأساس ذلك التأثير النظري هو أن التأثير الشخصي من خلال
الاتصال هو شكل من أشكال استخدام القوة ويعتمد هذا الاستخدام للقوة
على خصائص ومميزات محددة عند الطرف المؤثر بالعملية الاتصالية
(المرسل) ، ومن هذه المميزات ما يتطلب وجود نوع من الإشباع يحصل
عليه متلقي الرسالة الاتصالية . وقد يكون ذلك الإشباع شعوراً بالسرور
والارتياح ، أو اقتناعاً بنصيحة مفيدة أو غير ذلك ، وهذه الميزة تترك الباب
واسعاً أمام أجهزة الاتصال ، أو الإعلام لتلعب دورها الحاسم في درء
ومحاربة الإشاعة ، وذلك بلجمها من خلال إيراد الحقائق المقنعة التي تثار

في قالب يوصل إلى ذلك الإشباع الذي أشرنا إليه ، ومن ثم الإقناع بخطر الإشاعة السائدة في فترة زمنية ما .

أما الميزة الثانية فتقتضي وجود نوع من العواقب السلبية يتأثر بها متلقي الرسالة الاتصالية في حال عدم إذعانه .

أما الميزة الثالثة فتتعلق بجاذبية المرسل ومكانته ومنزلته وفي هذه الحال فإن المتلقي قد يتعاطف مع الشخص المرسل ويخضع طواعية للتأثير به لأسباب عاطفية . وهذا جانب هام في حرب الإشاعة إعلامياً فإذا كانت العوامل النفسية وربما العاطفية تلعب دوراً كبيراً في انطلاق الإشاعة فإن العوامل النفسية من أكثر الأسباب في إنطلاق الإشاعة والإشاعة في ذاتها نوع من أنواع الحرب النفسية ، والحرب النفسية من أقسام الحرب التقليدية الهامة . ودور وسائل الإعلام فيها مهم وحاضر دائماً ومشهود ، كما لا يخلو جيش ما من إدارة للتوجيه المعنوي ويأتي دورها الكبير في الحث على الصمود ورفع روح الجنود المعنوية ومحاربة الأعداء إعلامياً والرد على الحملات الإعلامية المعادية كواحد من أهم وسائل التأثير في الحرب ، بل وواحد من أهم الأسلحة الفتاكة : حرب بالكلمات ، والمنشورات ، والأرقام ، والصور ، والأفلام ، والأناشيد ، والأغنيات الوطنية ، والموسيقى الحماسية ، وأنها حرب إعلامية متكاملة .

لذلك فإن الحديث عن خضوع المتلقي وتأثره العاطفي من أهم الدلائل على دور الإعلام في محاربة الإشاعة بالنظر إلى الإدراك بأن للوسائل النفسية وربما الإيحائية دورها المؤثر في كسب الرهان ضد الإشاعة .

فالإشاعة إنما تستهدف عواطف الناس سواء من ناحية جذبهم واستقطابهم إلى جهة ما أو تنفيرهم وإبعادهم لجهة ما لجذبهم إلى فكرة أو إبعادهم عنها لتجميل صورة ما أو لتشويه سمعة بلد، أو جيش، أو زعيم، أو فنان، أو حتى شخص عادي فالغرض في النهاية تنفيرهم وإبعادهم لجهة ما لجذبهم إلى فكرة أو إبعادهم عنها لتجميل صورة ما أو لتشويه سمعة بلد أو جيش، أو زعيم أو فنان، أو حتى شخص عادي، فالغرض في النهاية نفسي تدميري عاطفي، ومثل هذا الجهد المخرب لا تصده إلا محاربهته بسلاحه نفسه بأن يصل الإعلام إلى عقل وعاطفة الجمهور حتى يسمح الصور البغيضة التي رسختها الإشاعة في الأذهان، وأراد لها الثبات والبقاء والديمومة حتى تصبح واقعاً مسلماً به وحقيقة لا تتغير بديلاً عن الصورة الحقيقية التي عرفها الناس، وترسخت في أذانهم، وفي بقاء هذه الصورة الحقيقية ضرر لأصحاب الإشاعة، ولذلك فإنهم يحاولون تشويهها بإطلاق إشاعاتهم حولها باستدراج عاطفة الناس وتشويه الحقائق على عقولهم وتزيين أو محاولة رسم صورة جديدة ما هي إلا في الحقيقة رسم مزيف ومشهد مصنوع، وهنا يأتي دور الإعلام ليمحو تلك الشائعة عن الأذهان باتباع العقل والعاطفة معاً، ويعمل مدروس منظم منسق وبجهد متقن وبكفاءة عالية ليمحو تلك الصورة ويعيد الحقيقة ناصعة إلى الأذهان والعواطف الإنسانية.

وهناك ميزة أخرى (وهي تسمى قوة الخبرة) وهي التي يعزا فيها إلى المرسل معرفة ودراية واسعة وإطلاع شامل على الأمور، الأمر الذي يجعل قبول ما يصدره من آراء أمراً مقبولاً وميسراً وهذه الحال موجودة في مجال وسائل الإعلام بدورها في نشر (المعرفة بين الناس) ولنا أن نتصور أنها تلعب

دوراً مهماً في مدى قبول (الأخبار) والاهتمام بها والاستئناس بآراء أهل الخبرة واحترام توصياتهم وتعليقاتهم .

إن قوة الخبرة لها دور كبير في السجال أو الحرب بين الإعلام والإشاعة، فإذا كانت الإشاعة اقتصادية فما على وسائل الإعلام إلا استضافة المختصين وأهل الخبرة في الاقتصاد وطرح المسألة أمامهم وأخذ آرائهم ومرئياتهم حول الإشاعة موضوع الساعة وشاغلة الناس، وعلى هؤلاء إضافة إلى خبراتهم في مجال عملهم وتخصصهم أن يكونوا من ذوي اللباقة والقدرة على الإقناع وتحليل الأمور تحليلاً علمياً سلساً يخلو من النظريات العلمية المعقدة والمصطلحات الأجنبية الصعبة والرموز العلمية الغامضة، بل يجب أن تكون لغتهم لغة إعلامية مباشرة هادفة مفيدة مختصرة وشاملة في الوقت نفسه تتحدث عن الإشاعة موضوع الساعة، وتوضح الحقائق الكاملة الشاملة للجمهور بدون مواراة أو تردد، أو لغة أكاديمية متعالية .

يقول الله تعالى : ﴿... فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿٤٣﴾﴾ (النحل، ٤٣)، إن رجوع أهل الإعلام لأهل الخبرة في حرب الإشاعة يؤكد حقائق عدة منها الآتي :

- ١- إن الإعلام يسعى فعلاً للحقيقة .
- ٢- إن الإعلام يحارب الإشاعة .
- ٣- إن الإعلام يعتمد على العلم في محاربة الإشاعة .
- ٤- إن الصلة بين وسائل الإعلام وأهل الخبرة في كل مجالات الحياة صلة راسخة ومنتجزة .
- ٥- إن لأهل الخبرة في المجتمع التقدير والكلمة المسموعة والمرجعية التي تقطع قول كل خطيب .

٦ - إن لكل كذب نهاية ، ولكل شائعة من يسفها ويدحضها ويفندها بالإثبات الحقيقي والبيان الراسخ والعمل الكامل .

هناك اتجاه عام في المدرسة الإعلامية يرى أن الناس من الحماسة بمكان بحيث يصبحون عرضة وفريسة سهلة للتأثر بكل أشكال التعبير القوية كالدعاية ، أو الإشاعة ، ولذلك فإن خطر الإشاعة ما حق ، خاصة إذا صدرت عن وسائل إعلام قوية ماكرة وماهرة لها خبراء على درجة عالية من الكفاءة والدراية والأساليب الجذابة .

إن إعلام هتلر أو الإعلام النازي في الحرب العالمية الثانية قد يكون نموذجاً لهذا الإعلام الماهر فقد كان ندا بارزاً للإعلام المناوئ ، إن وسائل الإعلام تؤثر ومن تلك التأثيرات كما يشير (دنيس ماكوين) :

١ - الهلع الذي ينتشر بين الجماهير استجابة منهم لأخبار مضللة أو مشوهة تنذر باحداق الخطر بهم .

٢ - توسع وانتشار الشغب والغوغائية ، ويمثل تأثير العدوى جانباً مهماً في كلتا الحالتين ، ليضرب المثل عادة للنوع الأول من التأثيرات لردود الفعل المشهورة من الجماهير أثناء إذاعة (أورسون ويلز) عام ١٩٣٨ م ، للحرب العالمية الثانية ، وقد افتعل في هذا البرنامج الإذاعي نشرات اخبارية تعلن غزواً من أهل المريخ للأرض .

أما الثاني فيمثل له بالتأثيرات المفترضة لوسائل الإعلام في إثارة الشغب والعصيان المدني في بعض المدن الأمريكية في السنوات الأخيرة في ستينيات القرن العشرين .

إننا علي ما يبدو نتعامل مع نوع معين من الإشاعة ، وما يميز هذه الإشاعة هو دور وسيلة الإعلام فيها ، فهي تصل إلى عدد كبير من الجمهور

وفي اللحظة نفسها، وتنتج ردود فعل الجماهير عن الهلع والريبة ومشاعر الخوف والشك والقلق، خاصة إذا كانت هناك معلومات خاطئة أو مشوهة أو ناقصة، الأمر الذي يضطر أفراد الجمهور لمواصلة بحثهم عن المعلومات من خلال قنواتهم الشخصية، وهذا الأمر نفسه يعمل بشكل أو آخر على تعزيز وشيوع الرسالة الأصلية (الشائعة) ذات المعلومات الخاطئة.

أما موضوع العصيان المدني فقد وجد الباحثون الأمريكيون أن التلفاز وأخباره يعملان على نشر الشغب، ودائماً ما تكون الشائعات أساس تلك الأخبار.

١ . ١٨ . الخلاصة

مما عرضنا نعرف المدى البعيد من الضرر الذي توصل إليه الإشاعة، فالإشاعة ضارة بالفرد وضارة بالمجتمع وضارة حتى بالعلاقات بين الدول وهي وسيلة (في أغلب الأحيان عدائية) ليس الهدف من إطلاقها إلا مصلحة مضادة، وهي بالقطع ليست مصلحة من أطلقت ضده الإشاعة إن كان فرداً أو مصلحة البلد الذي صوبت اتجاهه الإشاعة إن كانت الإشاعة على مستوى الدول لذلك فلا بد من وجود ضوابط تكبح جماح الإشاعة وتقضي عليها في مهدها ودائماً الوقاية خير من العلاج.

إن دور وسائل الإعلام كبير في نفي ومحاربة وإهمال وعدم بث الإشاعة بين أفراد المجتمع وبين جمهور المتلقين على مستوى العالم، خاصة في هذا العصر الذي تحول العالم فيه إلى قرية كونية صغيرة مترابطة بالاتصالات الحديثة، لكن تقع على وسائل الإعلام نفسها مسؤولية وقائية ضد الإشاعة وعليها هي أن تبادر بأن تضع ميثاق شرف إعلامياً وخطوطاً حمراء لا تتعداها حتى لا تجرد الإشاعة سبيلاً إلى الناس.

- ١ - إهمال الإشاعة .
- ٢ - عدم عرض الموضوعات التي تغذي الإشاعات .
- ٣ - التثبت من الأخبار قبل بثها .
- ٤ - اعتماد مصدر رسمي للأخبار .
- ٥ - عدم ترك المجال أمام الهواة وصغار المحررين في إدارات الأخبار لإعداد نشرات الأخبار .
- ٦ - الرجوع إلى أهل الخبرة عند مناقشة شائعة ما لمحاولة نفيها .
- ٧ - التحرك الميداني لمواقع الأحداث مثار الشائعة وإجراء التحقيقات الإعلامية المباشرة للراديو والتلفاز والصحافة .
- ٨ - في أيام الحروب يجب عدم تلقي الأخبار من جهات يشك في حيادها .
- ٩ - الإبانة والإفصاح عن حقيقة المواقف في أوقات الحروب .
- ١٠ - الاستفادة من الدراما والأناشيد والأغاني والكاريكاتور في تأكيد الحقيقة ونفي الإشاعة .
- ١١ - إنتاج الأفلام التسجيلية وطباعة الملصقات الإرشادية التي توضح الحقائق .
- ١٢ - النفي السريع للإشاعة .

المراجع

المراجع

إبراهيم أحمد أبو عرقوب، سيكولوجية الإشاعة، عمان، الأردن، دار الثقافة .

إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية .

أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية . الإشاعة والحرب النفسية، الرياض . رمضان لاوند، من قضايا الإعلام في القرآن، الرياض، مطابع الهدف . طالع محمد العمري، وسائل الإعلام والحرب النفسية، الرياض، جامعة الملك سعود كلية التربية .

طلعت هشام، مائة سؤال عن الإعلام، بيروت، دار الرسالة .

عثمان العمير (ترجمة) الإعلام وتأثيراته، الرياض، دار الشبل .

محمد فريد محمود عزت، قاموس المصطلحات الإعلامية، دار الشرق .

محمد منير حجاب، الدعاية السياسية وتطبيقاتها، دار الفجر .

محمد نوفل، الإشاعة، عمان، الأردن، دار الفرقان .

محمد نوفل، الحرب النفسية بيننا وبين العدو الإسرائيلي، عمان الأردن، دار الفرقان .