

دور وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات (دراسة استطلاعية تحليلية)

د. فوزية حسين على قناوي

قسم علم الاجتماع/ كلية الآداب/ جامعة بنغازي

مقدمة عامة ومدخل ،،،

تعتبر الإشاعة من أشد أمراض الأمة وأعتها، فقد عانت المجتمعات قديماً وحديثاً من هذا المرض وترتب عليه آثاراً ضارة وخطيرة، حيث برزت الشائعات في الآونة الأخيرة كأحد أهم المظاهر الاجتماعية التي بدأت تطفو على السطح بشكل متفاقم مع ظهور وتطور ما اصطلح على تسميته بالعملة أو ثورة المعلومات التي جاءت بوسائل اتصال حديثة تزايد عددها بسرعة متناهية لدى العديد من شعوب العالم بدءاً من الفضائيات والهواتف الذكية والانترنت إلى أحدث مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وابتكارات أخرى متلاحقة مما جعل مصطلح القرية الكونية حقيقة واقعة. إذ ساهمت هذه التطورات في عالم المعلومات والاتصالات في تمكين وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة من الوصول إلى شتى بقاع العالم، وبالتالي إلى إيصال المعلومات بدقة متناهية إلى ملايين البشر في آن واحد. لا يستطيع أحد أن ينكر أهمية وحيوية وخطورة الدور الذي يقوم به الإعلام في حياة الناس عبر آلياته المختلفة من التواصل وانتشار المعلومات وتلبية الحاجات المعرفية والترفيهية، وقد كان من المتوقع أن يقل انتشار الشائعات مع انتشار وسائل الاتصال وتعدد مصادر الأخبار، إلا أن الغريب في الأمر أن تلك الوسائل أصبحت وسيلة مساعدة لنشر الشائعات، فتبدأ الشائعة على هيئة خبر في ظل ظروف غامضة والتهويل فيه أو الزيادة عليه أو الحذف منه، والكل يتنافس علىسبق الإعلامي والصحفي دون السعي وراء المصادر الأكيدة والموثوق منها في الأنباء لذا تنتشر الشائعات بين شرائح عريضة من أفراد المجتمع عن طريق الاستخدام السلبي لوسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي بما يؤثر على التماسك الاجتماعي والأمن القومي.

اليوم وأكثر من أي وقت مضى نرى حجم حرب الشائعات كبيراً على ديننا وأفراد المجتمع وقادته وعلمائه من قبل الحاقدين ودعاة الفتنة الذين يسعون بكل ما أوتوا من قوة لإضعاف هذا المجتمع وتشويه صورة قادته وشعبه، فبين فترة وأخرى يصحو الشارع الليبي على شائعة تؤذي المشاعر وتستخف بالعقول بشكل تجاوز حدود الدين والعرف والأخلاق وهو ما بات يشكل ظاهرة دخيلة على مجتمعنا وقيمه الأصيلة؛ فمن التعرض بالقذف والتشكيك في ذمم البعض دون بينة أو دليل إلى اختلاق أخبار عن القادة السياسيين وتوجيه ألفاظ بذئية للآخرين ونشر الرسوم المسيئة والمهينة ونشر الصور ذات الخصوصية العالية، وتركيب الصور وتزييفها للإيحاء بمواقف على غير الحقيقة، إضافة إلى إثارة النعرات على أسس مذهبية أو فكرية أو عقائدية أو قبلية أو محلية.

إن خطر الإشاعة عظيم وشرها كبير فكم ظلمت أبرياء، وهدمت من وشائج وشتت من أسر، وأدمت من قلوب، وفرقت بين أحبة، وسببت في انهيار دول ومجتمعات.

وفي كل مجتمع فئات من الناس نفوسها مريضة، وقلوبها فاسدة، وذمها خربة لا تحشى الله ولا تستحي من عباده وظيفتها نشر الشائعات بين الناس وإصدار الأحكام الباطلة، والتلفظ بالألفاظ الجارحة، ونشر الأفكار الهدامة دون تمحيص أو تدقيق، ومن المعروف أن من أعظم الطرق المفضية إلى انتشار الفوضى واضطراب الأمور بث الشائعات المختلفة والافتراءات الأثيمة التي تكون غالباً عارية عن الصحة وعن أي وجه من وجوه الحق، خاصة في أوقات الأزمات والفتن حينما تكون الأمة في أمس الحاجة إلى توحيد الكلمة واتحاد الصف وضبط الأمن.

تتميز المجتمعات العربية في الوقت الراهن بأنها مجالاً خصباً لترويج الشائعات نتيجة للأوضاع التي تمر بها بعض الأقطار (وليبيا ليست استثناءً من ذلك) وفي ظل وسائل الإعلام الجديدة أضحت الشائعات كثيفة جداً تخوض في شتى الأمور من مواقف الناس وأعراضهم إلى أمور الدولة والسياسة، ومما زاد من انتشار وترويج الشائعات أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت متاحة للجميع الكبير والصغير، المتعلم وغير المتعلم، فتأثيرها أقوى بكثير من وسائل الإعلام المتمثلة في القنوات الإعلامية التي يديرها أفراد محددون

ويمكن أن يكون عليها رقابة نسبية، فالخبر عن طريق مواقع التواصل المختلفة جعل الشائعات تأخذ صوراً أقوى لأنها تسوّق بأكثر من وسيلة (من رسالة قصيرة في هاتف محمول إلى مقطع يوتيوب إلى خبر عبر فيسبوك وتويتر .. إلخ).

استخدم الشباب في بداية الأمر وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي للدردشة وتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة النضج سرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية ومن هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية التي انتظمت في تونس مروراً بمصر واليمن وليبيا وسوريا والبحرين والأردن وتخطت تلك الأفكار الراضية للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي - الوطن العربي مستخدمة الإشاعات لتحريك الرأي العام⁽¹⁾.

المهم في الأمر أن الشباب هم أكثر مستخدمي هذه الأجهزة وأول من تطالهم أضرار هذه الشائعات سواء العفوية منها أو المخرطة لها بهدف إحداث البلبلة بشكل ينذر بخطر حقيقي لأن الشائعة تحرك المجتمع وشبابه في اتجاهات مختلفة، وإن كانت في المجتمع فئة قليلة تتبنى إطلاق الشائعات وترويجها، ولكن يوجد الكثير ممن يصدقها ويعمل على نشرها وبثها دون التأكد من مصداقية مصدرها بشكل ينعكس في السلوكيات وإحداث ردّات فعل نحو المجتمع ومؤسساته.

وما الاحتقان الذي نراه بين صفوف غالبية الشباب في الشارع الليبي حالياً إلا كانت الإشاعة وفقدان الثقة في وسائل الإعلام* المحلية ومصداقيتها سبباً مباشراً فيه، فالشائعة في الغالب تروج في المجتمعات التي لا يعود أهلها إلى مصدر رسمي دقيق يمكن الوثوق به والاعتماد عليه والتأكيد على مبادرته قبل أي مصدر آخر، لذا يتسع المجال لمروجي الإشاعات إما لغرض التنفيس أو التشكيك أو لإثارة البلبلة أو لحرب نفسية، أو إعطاء استباقية بحيث تشكل نوعاً من الضغط الجماعي على متخذي القرار: بحيث أن الناس

(1) فيصل محمد عبدالغفار: شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر والتوزيع، السعودية، 2015، ص114.

*كثيراً ما يستخدم مصطلحي الاعلام والاتصال كمرادفان يعكسان نفس المعنى على اعتبار أن كليهما تواصل وتفاعل.

الذين يريدون قراراً معيناً يثيرون الشائعات كوسيلة للضغط على الرأي العام حتى تصل لما تريد.

لا يختلف اثنان على أن صورة الإعلام التقليدي اهتزت كثيراً عند الجماهير بعد أن فتحت أعينها على الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي التي قدمت للمواطن العربي تجربة إعلامية فريدة من نوعها ووفرت له منصة حرة للتعبير عن الرأي والتفاعل مع مختلف الشؤون والقضايا بعيداً عن أجندة وسياسات وسائل الإعلام التقليدية، وبما أن شبكات التواصل الاجتماعي كما هو واضح من اسمها أنها خلقت من أجل التواصل الاجتماعي وتعزيز قدرات تواصل الأفراد مع بعضهم من خلال تقنية تفاعلية، إلا أن تلك الشبكات تم توظيفها في الحراك السياسي الجماهيري المعارض للحكومات فتحوّلت هذه الوسائل إلى أدوات لكشف الحقائق وتبصير الناس بحقوقهم ومطالبهم المشروعة وفي الوقت نفسه يمكن أن تشغل هذه المواقع في المقابل لتأليب الفتن والدعوات الطائفية والتعصب والعنصرية وإطلاق الأحكام بتخوين المخالف والترويج للشائعات، والأمثلة الواقعية على ذلك كثيرة فيمكن أن تسبب شائعة على (فيس بوك أو تويتر أو يوتيوب أو واتس أب) إلى تحريك الشارع وإثارة أزمة سياسية... إلخ.

من خلال المقدمة السابقة تكمن أهمية هذا البحث في دراسة وتحليل دور وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات، والبحث في الآثار المترتبة على استخدام هذه الوسائل وكيفية الخروج بحلول تنبه الجهات الرسمية المعنية بمضاعفة الجهود للحد من المظاهر المدروسة.

تأسيساً على ما سبق انبثقت فكرة هذه الدراسة علّها تضيف شيئاً إلى التراث الفكري، وتساهم بشكل جاد للارتقاء بترسيخ استخدام أفضل لوسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في معرفة دور وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات من خلال طرح تساؤلات أهمها: ما الأبعاد الاجتماعية لترويج الشائعات في المجتمع؟ وأي من الوسائل تعد أكثر ترويجاً ونشراً لها؟. من هنا تركز الدراسة على الدور السلبي الذي تؤديه وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي في سياق تفاعل شرائح المجتمع معها خاصة شريحة الشباب.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال ما يلي:

- 1- أنها تتناول موضوعاً مهماً للدراسة والتحليل خاصة أن المجتمع الليبي يمر بمرحلة حرجة جعلته مجالاً خصباً لبث ونشر الشائعات التي تنعكس سلباً على الفرد والمجتمع وبالتالي الأمن القومي.
- 2- إنها تعنى بدور وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام باعتبارها إعلام بديل.
- 3- تعطي فكرة عن خطورة الاستخدام السلبي لتلك الوسائل من خلال آراء الخبراء والأكاديميون والإعلاميون.
- 4- تساهم في اقتراح استراتيجية للحد من الظاهرة .
- 5- تساهم في إثراء التراث النظري في مجال الدراسات النوعية في مجال علم اجتماع الإعلام.

أما عن مبررات اختيار موضوع الدراسة، فنظراً لما تمر به بلادنا من ظروف وأوضاع سياسية واقتصادية واجتماعية ونفسية هيأت التربة الصالحة لترويج الشائعات وتناميها، ما دفعني لاختيار هذا الموضوع لتقدم معلومات تكون فاتحة لدراسات ميدانية وتحليلية أعمق تصل إلى نتائج تلبي طموحات مسؤولي الدولة الليبية في تحقيق ضبط الكتروني يقاوم سلبيات الشائعات المغرضة التي تفرق ولا توحد.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى الآتي:

- 1- معرفة ماهية وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي من خلال تأصيل نظري للمفاهيم.
- 2- معرفة الأبعاد الاجتماعية لترويج الشائعات في المجتمع من خلال الآليات المتمثلة في وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- رصد اتجاهات ورؤى بعض الأكاديميون والإعلاميون والخبراء في المجتمع الليبي نحو الظاهرة المطروحة للدراسة.
- 4- محاولة اقتراح إستراتيجية للحد من ترويج الشائعات وتوجيه نتائجه تكون بمثابة تساؤلات تنبثق عنها دراسات لاحقة.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى نمط البحوث النوعية الكيفية (التحليلية) Qualitative Research التي تعتمد على إدراك الباحث، وتمتاز بمرونة شديدة ولا تحتاج إلى نظام استقصاء دقيق بل تجمع البيانات وتحلل بطريقة استقرائية ولا تحتاج إلى بيانات امبريقية من الميدان حيث تعتمد على الكلمات والألفاظ لا على الأرقام، فالباحث يعتبر أداة جمع البيانات⁽¹⁾.

منهج الدراسة:

بما أن الدراسة تنتمي إلى البحوث النوعية فإن المنهج الوصفي يعد أنسب المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الاجتماعية الإعلامية، ويمر المنهج الوصفي في البحوث الكيفية بمراحل محددة:

- أ- مرحلة الاستكشاف والصياغة تتمثل في تلخيص تراث مرتبط بمشكلة الدراسة في مدخل عام - تحليل اتجاهات- ورؤى تدعم من معرفة الباحث بمشكلة البحث.

(1) رجاء محمود أبوعلام: مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، ط6، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2011، ص280.

ب- مرحلة التشخيص والوصف المتعمق، ويتمثل في وصف خصائص وجمع معلومات حول موضوع البحث من خلال عدد محدود من المشاركين (عينة محدودة تختار عمودياً لا عشوائياً - استخدام أدوات كالاستفتاء أو المقابلة أو الملاحظة)⁽¹⁾.

عينة الدراسة:

في البحوث الكيفية يختار الباحث عدد من المشاركين للحصول على البيانات حول موضوع الدراسة باستخدام المقابلات أو التواصل عبر أي وسيلة تواصل (العينة المتاحة).

جمع البيانات وتحليلها:

بعد جمع البيانات من المشاركين عن طريق سؤال مفتوح يفسر الباحث الأفكار والبيانات التي جمعها والتحليل الكيفي تحليل ذو طبيعة تفسيرية، وليس تحليلاً إحصائياً.. وينتهي الباحث بإعداد تقرير يلخص فيه البيانات الكيفية بطريقة قصصية.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما هي وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي؟
 - 2- ما الأبعاد الاجتماعية لترويج الشائعات في المجتمع؟
 - 3- ماهي اتجاهات الأكاديميون والإعلاميون والخبراء نحو دور وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات؟
 - 4- ما الإستراتيجية المقترحة للحد من ترويج الشائعات؟
- التراث النظري لما يتعلق بوسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي وارتباطها بالشائعات.

أولاً: مفهوم وسائل الاتصال وأنواعها.

ثانياً: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وأنواعها.

ثالثاً: دور وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات.

(1) منتديات المنشاوي للدراسات والبحوث: مناهج البحث وأهميتها، متاح على الرابط www.minsha.wi.com

تاريخ التصفح 2016/7/30.

رابعاً: رؤى واتجاهات الأكاديميين والخبراء الإعلاميين.
خامساً: نحو اقتراح إستراتيجية للخروج من الأزمة والحد من الشائعات.
أولاً: مفهوم وسائل الاتصال وأنواعها:

قبل الحديث عن مفهوم وسائل الإعلام والاتصال لابد من اتخاذ مدخل محدد يعتبر إطاراً نظرياً، حيث اتخذت الباحثة من مدخل (الاعتماد على وسائل الإعلام) إطاراً نظرياً باعتباره يركز على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد لكي يستقى معلوماته منها. وكما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها مثل: الصحف - الراديو - التلفزيون⁽¹⁾.

ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً تأثيرات قوية مباشرة، وأحياناً أخرى غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما⁽²⁾.

ومن التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام التأثيرات المعرفية، وتمثل في مجالات عديدة منها: تجاوز الغموض الناتج عن نقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث وتحديد التفسيرات الصحيحة لهذه الأحداث، وكذلك تشكيل الاتجاهات نحو القضايا المثارة في المجتمع والتأثير على معتقدات الأفراد وتوضيح القيم.

تتعدد المؤسسات الاتصالية التي تساهم في التأثير على الأفراد وتكون سبباً من أسباب تبني معلومات وإعادة تداولها، سواء كانت مؤسسات مباشرة ينتمي إليها الفرد مثل الأسرة، المدرسة، الجامعة، المنظمات الأهلية، أو مؤسسات اتصالية غير مباشرة مثل وسائل

(1) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص314.

(2) ملفين ديفلر، ساندرابول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبدالرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص414.

الاتصال الجماهيرية المختلفة⁽¹⁾، مثل الصحافة - الاذاعة - التلفزيون - الفضائيات - الإنترنت .. إلخ.

أما عن مفهوم وسائل الاتصال وأنواعها:

فوسائل الاتصال Concept of communication means تعرف بأنها الوسيط الذي يتيح للجمهور أن يرى أو يسمع أو يرى ويسمع في آن واحد رموز الرسالة الاتصالية، أي أنها الوسيط الناقل للرسالة وهي في الوقت نفسه تحت تحكم المستقبل إلى حد ما، وأنها الوسيلة التي يمكن بواسطتها توجيه رسائل الجمهور وتوصيل الأفكار والآراء والمعلومات في كل مكان يوجدون فيه أو أنها ثقافة تروج لقيم ومعايير اجتماعية وأنماط حياتية قد لا تتلاءم مع الواقع الاجتماعي ولها القدرة العالية على اختراق عقول الناس⁽²⁾، وهذه القدرة تتجسد في تطور وتقانة الأقمار الصناعية وشتى القنوات الفضائية⁽³⁾.

أما التعريف الإجرائي لوسائل الاتصال فهي مجموعة من الآليات التي يتبعها الأفراد للاتصال فيما بينهم، وقد تكون هذه الآليات مكتوبة كالرسائل والمجلات والصحف أو مسموعة كالراديو وأجهزة الهاتف أو النقال أو مسموعة ومرئية كأجهزة البث الفضائي والإنترنت.

ولكل مجتمع وسائله الخاصة التي تعمل على حدوث الاتصال بين أفرادها، فالمجتمعات التي لا تمتلك وسائل اتصال حديثة تغطي كامل رقعتها الجغرافية تعتمد على الاتصال المباشر بين الأفراد في مواجهة شخصية كاملة كما هي الحال في المجتمعات الصغيرة والبدائية، والمجتمعات التي تتسع فيها فرص الاتصال عن طريق الآليات المختلفة تستعين

(1) وديع العزري: دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، دراسة ميدانية على طلبة الجامعات، كلية الإعلام، جامعة صنعاء، 2007، ص2..www.pdfactory.com تاريخ الدخول 2016/6/5.

(2) فلاح جابر الغرابي: وسائل الاتصال الحديثة ودورها في إحداث التغيير الاجتماعي، مجلة القادسية في الآداب والعلوم التربوية، عدد (2)، المجلد (8)، 2009، ص207.

(3) محمد خليل الرفاعي: تحدث الوسيلة وإشكالية التعرض (تأثير الفيديو في المراهقين)، دراسة حالة سوريا، مجلة المستقبل العربي، العدد 94، بيروت، لبنان، 1995، ص20.

بوسائل ثانوية وغير مباشرة لتحقيق التواصل الاجتماعي المنشود. ومن أبرز هذه الوسائل اليوم:

أ- الصحف والمجلات.

ب- الإذاعات المسموعة والمرئية.

ج- الأقمار الصناعية ودورها بنقل الأحداث بصورة مباشرة.

د- شبكات الاتصال السريعة (الانترنت) بوسائله المتعددة.

هـ- البث الفضائي بمختلف أنواعه.

وتعتبر الوسيلة الأخيرة من أكثر الوسائل انتشاراً واعتماداً في كل المجتمعات لإمكانية استخدامها بسهولة وإمكانية توفرها في كل بيت، كما أنها الأكثر تأثيراً في تكوين الاتجاهات والتأثيرات المعرفية.

وللعملية الإعلامية والاتصالية^(*) مكونات خمس أجمع عليها العلماء والباحثين وهي (المرسل، الرسالة، الوسيلة، المتلقي، الأثر)، ولا يستطيع أحد أن ينكر أهمية وحيوية وخطورة الدور الذي تقوم به وسائل الاتصال في حياة الناس باعتبارهم متلقين ولهم خصائص تختلف من مجتمع لآخر تتوقف عليها درجة التأثير ووصول الرسائل الإعلامية التي تتوافق أو تختلف مع هذه الخصائص (الاجتماعية، الديموغرافية، النفسية، الدينية، الثقافية) فمن حيث الخصائص الاجتماعية نجدها ترتبط بالمكانة الاجتماعية وينقسم الناس فيها إلى قادة وعامة، والقسم الثاني منهما هو الأكثر استجابة وتأثراً.

أما الخصائص الديموغرافية فهي المرتبطة بالخصائص الأولية للأفراد من ناحية الجنس (ذكور وإناث)، والسن (أطفال، مراهقون، شباب، شيوخ)، والتعلم ... إلخ.

ومن حيث الخصائص النفسية فتتمثل في الصفات المتصلة بشخصية الإنسان التي تؤثر على قبوله أو رفضه للوسيلة الإعلامية، وترتبط بالخصائص الدينية يكون الشخص مسلماً أو يهودياً، أم نصرانياً أم غيرها، بينما ترتبط الخصائص الثقافية بمقدار الثقافات والوعي العلمي لدى الأفراد.

(*) الاعلام والاتصال كلمتان متقاطعتان يمكن أن تستخدم الواحدة بدل الأخرى حسب الدراسات الاجتماعية الاعلامية.

ووسائل الإعلام والاتصال ليست جميعها على نفس الدرجة من التأثير، لأن كل وسيلة لها خصائصها المميزة لها عن الوسائل الأخرى (وسيتضح ذلك في مناقشتنا لمحور تأثير وسائل الاتصال على المتلقي المحور الثالث في هذا البحث).

ثانياً: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وأنواعها:

تسمى^(*) شبكات التواصل الاجتماعي بمسميات عديدة منها مواقع التواصل الاجتماعي، الشبكات الرقمية الاجتماعية، وكلها تؤدي نفس المعنى من حيث أنها مواقع مختلفة على شبكة الإنترنت تجمع بين عدد كبير من البشر في علاقات افتراضية.

يعرف مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي بأنه كل ما يمكن استخدامه على الشبكة العنكبوتية من طرق جديدة في الاتصال بما يخلق بيئة رقمية تسمح لأكثر عدد ممكن من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المعلومات وهي بيئة تعطي لجميع شرائح المجتمع بإسراع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع⁽¹⁾.

ويعرف "زاهر راضي" مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"⁽²⁾.

ويصف عبدالكريم على الدببسي وزميله شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بأنها عبارة عن مواقع على شبكة الإنترنت توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية والبومات الصور وغرف الدردشة وغير ذلك، ومن الأمثلة على هذه الشبكات مواقع: Facebook, Twitter, You Tube، والشبكة الاجتماعية الرقمية هي مجموعة هوايات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي، ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي

(*) شبكات التواصل الاجتماعي المتاحة في ليبيا: facebook -instagram-twitter-snabchat -viber -whatsapp

(1) <http://computing dictionary the freediction.com tnet media>

(2) زاهر راضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

لجماعة اجتماعية، وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة، ومن أبرز شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية التي يستخدمها الناس خاصةً الشباب (الفيس بوك، وتويتر، ويوتيوب) (1).

ويمكن تقسيم (*) مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها المختلفة إلى الآتي :

أ- شبكة الانترنت وتطبيقاتها مثل (الفيسبوك، وتويتر، واليوتيوب، والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الالكتروني). فهي بالنسبة للإعلام تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث التي تطرقنا إليها سابقاً.

ب- تطبيقات قائمة على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف الذكية والمساعداً الرقمية الشخصية وغيرها؛ وتعد الأجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكيل.

ج- أنواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية (الراديو- التلفزيون - مواقع التواصل الاجتماعي للقنوات والإذاعات والبرامج) التي أضيفت إلى مشيرات الاتصال مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب (2)، إضافةً إلى أشكال الإعلام الالكتروني الأخرى المتمثلة في المواقع الإعلامية على شبكة الانترنت - الصحافة الالكترونية وخدمات النشر الصحفي الالكتروني - الإذاعة الالكترونية والتلفزيون الالكتروني، خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة ومن خلال حزم البث الإذاعي والتلفزيوني التي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرةً وإلى مختلف المواقع وخدمات البث عبر الهاتف النقال مثل: البث الحي على الهاتف وبث

(1) عبدالكريم علي الديسي، زهير ياسين الطاهات: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (1)، المجلد (40)، جامعة البتراء، الأردن، 2013، ص 68.

(*) هناك تداخل بين مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ومفاهيم مثل الإعلام الجديد والإعلام البديل، ووسائل الاتصال التقليدية والحديثة ويمكن أن يحل مفهوم بدل الأخر حسب سياق الحديث.

(2) بشرى جميل الداوي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مجلة تواصل، عدد 58، مركز الإعلام والاتصالات، 2014، ص 44.

الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة الـ SMS والـ MIM وغيرها، وبث الأخبار العاجلة.... إلخ⁽¹⁾.

كل التطبيقات الالكترونية المذكورة سابقاً يتم استخدامها عن طريق شبكة الانترنت internet، وهي الكلمة المشتقة من شبكة المعلومات الدولية اختصاراً للاسم الإنجليزي international net work. ويطلق عليها عدة تسميات منها (الشبكة the net) أو (الشبكة العالمية world net) أو (شبكة العنكبوت the web) أو الطريق الالكتروني السريع (Electronic super high way)⁽²⁾.

وعرفت شبكة الانترنت بأنها شبكة اتصالات دولية تتألف من مجموعة من شبكات الحواسيب تربط أكثر من (35) ألف شبكة من مختلف شبكات الحواسيب في العالم وتؤمن الاشتراك فيها نحو (33) مليون مستعمل وهناك مئات الدول في العالم لديها نوع من الارتباط وإمكانية الوصول إلى الشبكة؛ فهي من أوسع شبكات الحواسيب وإحدى الوسائط الفعالة في تقديم المعلومات في شكلها الايجابي والسلبي وبإمكانها إحداث تغيير جوهري في قيم المجتمعات⁽³⁾.

إن الدور الذي تقوم به وسائل الاتصال الحديثة (القنوات الفضائية، الانترنت) يتزايد باستمرار وان ما تعرضه من برامج وأخبار وما يث على شبكة الاتصالات الدولية اصبح يؤدي دوراً كبيراً في حياة الأفراد لأنه مقرون بالصوت والصورة علماً بان ما يحصل عليه الإنسان من معرفة يأتي بنسبة 98% عن طريق السمع والبصر، فكيف الحال إذا اجتمعتا الحاستان في جهاز واحد يراه كل يوم ويخضع لما يقوله ويقدمه.

(1) فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 267.

(2) فلاح جابر الغرابي، مصدر سابق، ص 208.

(3) زين الدين محمد عبد الهادي: العالم على شاشة الكمبيوتر، المكتبة الأكاديمية بالقاهرة، 1996، ص 52.

ثالثاً: دور وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات:

تعتبر وسائل الاتصال من المصادر الأساسية للمعلومة والتي يبني عليها الفرد مواقفه وتقوم عليها اتجاهات الجماعات حيال الأحداث الجارية سواء بالقبول أو الرفض. كما تتولى وسائل الاتصال الدور الملموس في تشكيل موقف الجمهور المتلقي من القضايا المطروحة على الساحة المحلية والدولية ويواجه العالم عامة حرباً من اشد الحروب وأقساها وتتمثل في بث الشائعات⁽¹⁾.

وكلمة إشاعة مصدر من الفعل (أشاع) تعني إذاعة الخبر وإفشاءه بين الناس وكلمة شائع اسم فاعل من الفعل شاع بمعنى ذاع.

فالإشاعة هي تضخيم للأخبار الصغيرة وإظهارها بصورة تختلف عن صورتها الحقيقية فهي إذن أخبار موحودة ولكن تم إظهارها بصورة تهويل وتعظيم تصبح (إشاعة).

أما الشائعة فهي أقوال وأخبار وأحاديث يختلقها البعض لأغراض خبيثة و يتناقلها الناس بحسن نية دون التثبت من صحتها ودون التحقق من صدقها. فكلا الكلمتين يفهمان باستخدامهما مجردتين مستقلتين نحو أنتشرت (شائعة بين الناس) أو انتشرت (إشاعة بين الناس)⁽²⁾.

إن منشأ الإشاعة وأساسها غالباً ما يكون خبيراً من شخص أو من جريدة أو من مجلة أو من إذاعة أو من تلفاز أو من رسالة خطية أو عن طريق القنوات الفضائية والانترنت وهذه الأخيرة هي من أخطر وسائل تناقل الأخبار بين الناس وانتشارها بينهم بما يتيح فرصاً كثيرة لإشاعة الفرقة والتشتت والتعرض لأعراض الناس بالسب والقذف، كما إن الانتشار الواسع للهواتف المحمولة بأنواعها المختلفة والمدعمة ببرامج تسهل انتقال المعلومات (وبالتالي الشائعات) وتتيح لكل من تسول له نفسه ترويج ما يشاء من شائعات بسرعة فائقة وعلى أوسع نطاق دون رقيب أو حسيب.

(1) عبدالفتاح عبد الغني، فايز كمال: الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، مجلة الجامعة الإسلامية، العدد (2)، المجلد (18)، 2010، ص145.

(2) محمد المهلكي أيهما أصح إشاعة أم شائعة منتدى الصمان phpwww.al.soman.com.ivblshowthred

والإشاعة لها أشكال عديدة فمنها ما يكون مدحاً ومنها ما يكون ذمماً ومنها ما يكون خليطاً ومنها ما يكون للوقية ومنها ما يكون للإضرار بالناس. ومنها ما يكون على سبيل التشفي ومنها أشياء لا يقصدون من ورائها إلا شهوة الحديث ونقل الأفكار وحب الاستطلاع وصاحبها ومروجها يكون فيه من الخفة والاستهتار وقلة التحرج ما يجعله يتناول أعظم الأمور وأخرجها وأخطرها مما يوقعه في الذنب لأنه يروج لشيء فيه خطورة على الفرد والمجتمع وهو لا يحسب لذلك حساب. فقد قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ (الحجرات آية 6)، وقال صلى الله عليه وسلم (كفى بالمرء كذباً أن يحدث بكل ما سمع).

في الآونة الأخيرة كثر ترويج الشائعات حتى أصبحت تدخل كل بيت بسهولة ويسر بسبب التساهل في نقلها وكثرة وسائل الاتصال التي تنقلها فبين الحين والآخر تظهر شائعات سياسية واقتصادية وصحية وغيرها ولكل إشاعة جمهورها مثلاً الإشاعة المالية تنشر بصورة أساسية بين هؤلاء الذين يمكن لشراقتهم أن تتأثر بارتفاع وانخفاض الأسعار في الأسواق.

والإشاعات المتصلة بتعديل في قانون الضرائب والدخل تعنيهم كذلك وهكذا في مختلف أنواع الشائعات. ويختلف أثرها وهدفها والغرض منها ومن يروجها تبعاً لنوعية الموضوع أو الوزن الاجتماعي للشخص والمكان المستهدف أو الغرض المطلوب عندما تتردد الإشاعة بين فئات كبيرة من الناس، ودائماً تبدأ الإشاعة بنجر وعند تداولها يزداد مفهومها وكفاءة ناقلها وقد يكون مصدرها مجهولاً وبسؤال ناقلها يجيب انه سمعها من أكثر من مصدر ولا يذكر المصدر .

وأخطر ما في موضوع الإشاعة انها تظهر في ظروف استثنائية وحرجة كفترات الحروب والأزمات وانتشار مرض وبائي أو وقوع حادث إرهابي معين، وهو الأمر الذي يحدث بلبلة عامة قد تخرج عن السيطرة في حال استمرت الحقائق غائبة أو ناقصة.

في الماضي كانت الإشاعة تحاصر ولا يمكنها الانتشار بالسرعة والكيفية التي عليها الآن والسبب ضعف الاتصال بين المدن والقرى، ولكن وسائل الاتصال الحديثة تعد من العوامل الأساسية في سرعة وانتشار الإشاعة. أصبح الشارع الليبي على موعد شبه يومي وعلى مدار الساعة يتلقى أنواعاً مختلفة من الشائعات على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي محدثة أنواعاً من التشويش والسخط والإرباك، إلى جانب سيل من التساؤلات عن ماهية هذه الشائعات ومن يقف خلفها ويعمل على تغذيتها وإنه لمن المحزن أن نسمع بعض القصص التي يختلف عليها الناس ثم تتحول إلى معارك تستدعي التقاطع والتدابير والمهجران وحين تبحث عن السبب تجده أتفه الأسباب ...

رابعاً: رؤى واتجاهات الأكاديميين والمتخصصين حول أسباب انتشار الشائعات وطرق الحد منها:

في الدراسات الاستطلاعية التحليلية يتم الاعتماد على اتجاهات ورؤى علمية مختلفة باعتبارها دراسات سابقة تشكل تراثاً نظرياً لموضوع الدراسة حيث أكد عدد من التربويين والأكاديميين أن انتشار الشائعة مرتبط بغياب المعلومة الموثقة في وقتها المحدد.

- الباحث الدكتور حميد بن محمد الأحمدى (مدير مكتب التربية والتعليم بالمدينة المنورة) حذر من عدم وجود آلية واضحة تحدد من نشاط مروجي ومطلقي الشائعة المعرضة عبر الفضاء الإلكتروني أو برامج التواصل الاجتماعي واستمرار الصمت رغم تهديدهم الواضح للوحدة الوطنية.

- الدكتور أبوبكر باقادر (المختص في علم الاجتماع) يرى أن الشائعات تروج فيما فيه غموض أو مالا تتوفر حوله معلومات رسمية ولذلك فكثيراً ما يقال (الغامض يفتح باب التأويل).

- الدكتور وديع الكابلي (أستاذ الاقتصاد في جامعة الملك عبدالعزيز) يرى أن انتشار الشائعات في المجتمع من الظواهر التي تستحق الدراسة من جوانبها كافة موضحاً أن

- سبب انتشار الشائعة في أي مجتمع له سببان .. أولهما: ضعف المستوى التعليمي والثقافي لدى أفراد المجتمع، والثاني: غياب المعلومة الصحيحة والشفافية.
- الدكتور خالد الرديعان (أستاذ علم الاجتماع بجامعة الملك سعود) يرى أن للشائعات تأثيراً قوياً على المشاهير والسياسيين بحكم شهرتهم وتبعية الجماهير لأخبارهم مما يلغي الحياة الخاصة للشخصيات المشهورة، كما أن الشائعة قد تسبب الطلاق والعداوات والحقد لأنها قابلة للتصديق .
- الداعية الدكتورة إبراهيم الحمود (أستاذ مشارك بمعهد القضاء السعودي) يرى أن الشائعات آفة من الآفات التي لها خطر عظيم على الفرد والمجتمع لأنها تعمل على تقويض المجتمع ونشر الفوضى⁽¹⁾.
- أيضاً يمكننا استعراض مجموعة من الرؤى التي تم تداولها في أحد المؤتمرات العلمية المهمة، وهو مؤتمر وسائل الإعلام والشائعات الذي عقد برحاب جامعة الملك خالد بمدينة أبها بالمملكة العربية السعودية، ومن أهم ما توصل إليه المؤتمر الذي جذب اهتماماً أكاديمياً وإعلامياً كبيراً لتبادل الرؤى حول الشائعات باعتبارها كابوساً أصبح يهدد الأمن القومي لعدد كبير من الدول العربية ويقض مضاجع الحكومات والأفراد على حد سواء خاصة بعد ظهور وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي أو ما يطلق عليه وسائل الإعلام الجديدة؛ ورغم تباين المداخل والحالات التي تناولها باحثون من دول عربية عديدة للشائعات ودور وسائل الإعلام المختلفة في خلقها وترويجها إلا أنه توجد حالة من الإجماع على حقيقة تقول أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أخطر وسائط الإعلام في هذا المجال إلى حد وصفها بمصانع الشائعات خاصة بعد أن أصبح بإمكان أي شخص يمتلك هاتفاً ذكياً وحسابات على هذه الشبكات أن يؤلف الشائعة وينشرها في دقائق معدودة لأكثر عدد من المتابعين دون النظر إلى الآثار المدمرة التي يمكن أن تترتب عليها.

(1) www.alforgan.net/articles/pnit,1.9.2016

وعلى مستوى الواقع الليبي وتطبيقا لحيثيات الدراسة الاستطلاعية التحليلية قامت الباحثة بطرح تساؤلات تتمثل في: ما الأبعاد الاجتماعية لترويج الشائعات ..؟ وما دور وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات؟، وما الآلية المقترحة للحد من هذه الظاهرة؟

وتم طرح التساؤلات عبر الفيسبوك والفايبر والوتس أب على مجموعة ملتقى الإعلاميين والفنانين والمثقفين والأكاديميون في المجتمع الليبي، وكذلك إجراء مقابلات مع بعض أساتذة الجامعات والمهتمين حيث جاءت الاستجابات والرؤى في شكل حوارات ومناقشات طويلة قامت الباحثة بتصنيفها في الآتي:

- الأستاذ صابر الطيب .. المدير التنفيذي لشركة إتش دي ميديا الإعلامية - طبرق: يرى أن الشائعات أصبحت من وسائل الفتن وإيذاء الناس والتشهير بهم نتيجة للحرية المتاحة في الاستخدام، ويرى أن شائعات الانترنت تتميز بالانتقال السريع عكس الإشاعات التي تنتشر بين الناس في المجالس وأماكن العمل .. ويقترح علاج للحد من الانتشار متمثل في التوعية بخطورة الشائعات من خلال التعليم.

- الدكتورة سلطنة المسماري، عضو هيئة تدريس قسم علم الاجتماع، جامعة بنغازي: ترى أن الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي ترويجاً للشائعات، وأن غالبية مستخدميها من الشباب الذين يجمعهم هدف واحد وهو التمرد على ما هو موجود بالمجتمع مع التركيز على الجانب السياسي.. وتطرح علاجاً يتمثل في التوعية بمخاطر الشائعات وخلق رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي.

- الدكتور مفتاح اجبارة، عضو هيئة تدريس بكلية القانون ، بني وليد: يرى أن الشائعات التي تتداول عن طريق الإنترنت تخترق الحدود بطبيعة الشبكة العنكبوتية التي تتجاوز الحدود الجغرافية والاجتماعية والسياسية، ويدلل بأن المشاكل التي يعاني منها المجتمع الليبي حالياً للشائعات دور كبير وفعال فيه.

- الأستاذة عائشة البدري إعلامية ومذيعة برامج: ترى أن للإعلام دور سلبي في انتشار الشائعات حيث تتنافس القنوات من أجل السبق الإعلامي دون التحقيق من مصدر الخبر، كما أن عدم الرقابة على وسائل الاتصال ومواقع التواصل التي أصبحت بمثابة إعلام بديل يؤثر في المجتمع، وخاصة فئة الشباب باعتبارهم أكثر مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي .
- الدكتورة سائلة الشاعري، رئيس قسم علم الاجتماع، جامعة طبرق: ترى ان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في ترويج الشائعات أكثر من غيرها من وسائل الاتصال المتاحة، وهي سلاح ذو حدين وتتوقف على نوع عقلية المستخدم ونوع الاستقطاب الذي يتعرض له، فذوي النفوس المستقرة والمتقفين لا يكثرثون بما يخص جانب الشائعات.
- الدكتور أبوبكر فضل الأمين، رئيس قسم علم النفس، جامعة طبرق: يرى أن وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي من المحركات الأساسية التي تساهم في زعزعة السلم الاجتماعي، والتأثير السلبي على الاقتصاد والتحريض ضد مؤسسات الدولة. ويمكن الحد منه عن طريق تقوية الوازع الديني، وزيادة التوعية بمخاطر وسلبيات تلك الشبكات.
- الدكتور مجدي جمعة حمد، عضو هيئة تدريس قسم علم الاجتماع جامعة طبرق: يرى أن وسائل الاعلام بشكل عام وشبكات التواصل بشكل خاص تلعب دوراً كبيراً في ترويج الشائعات بين شرائح المجتمع المختلفة بتناقل المعلومات غير الموثوق في صحتها والتعامل معها على أنها صحيحة، كما يقول من الصعب القضاء على الظاهرة، ولكن يمكن الحد منها عن طريق توعية المستخدمين لهذه المصادر بخطورة نقل المعلومات دون التحقيق منها، كما يمكن توجيه المستخدمين بعدم الاعتماد على هذه المصادر في استقصاء المعلومات والاعتماد على مصادر أخرى أكثر ثقة (الأخبار مثلاً).

- الدكتورة سعدة الحضيري، عضو هيئة تدريس قسم علم النفس جامعة بنغازي: ترى أن الإشاعة ظاهرة سيكولوجية لها دوافع خاصة فهي قد تعبر عن حالات الخوف والعدوان، أو قد تحمل في طياتها العديد من الحيل الدفاعية التي قد يستخدمها الأفراد للتخفيف من حالة التوتر والشعور بعدم الاتزان على سبيل المثال (الإسقاط أو التبرير أو القلق أو الصراع أيضاً)، وقد يستخدمها البعض رغبة في الظهور أو مضيعة الوقت. ويزداد انتشار الشائعات في أوقات الأزمات كالحروب أو الكوارث، وفي وقتنا الحالي تلعب هذه الوسائل والشبكات دوراً أساسياً وسريعاً نظراً لتوفر هذه الوسائل في يد كل الأفراد في أي مكان وزمان، لذا تستغل لغرض تحقيق إشباع نفسي أو اجتماعي أو سياسي والحد من انتشار هذه الظاهرة يتم من خلال برامج توعوية توضح التأثير السلبي للشائعات على الفرد والمجتمع.

- الدكتورة سليمة زيدان، وكيل كلية الاعلام ، جامعة بنغازي: ترى أن وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي من أخطر مصادر ترويج الشائعات لأنها متاحة للجميع مما يساهم في زعزعة الأمن في المجتمع وتشويه الحقائق والرموز، ومن أحد أسباب ترويج الشائعات الغموض في بعض المعلومات التي يتداولها الناس، وكذلك غياب دور وسائل الإعلام التقليدية في نقل الأخبار بصورة صحيحة. وفي وقتنا الحالي أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي المصدر الأول للمعلومات رغم انعدام مصداقيتها وعدم خضوعها للرقابة وانعدام الإطار القانوني كل هذا خلق مناخاً مناسباً وأرض خصبة لانتشار الشائعات والمسؤول الأول والأخير وسائل الاعلام التي تحضر حيناً وتغيب أحياناً أخرى، وتنقل خبراً ثم تقوم بنفيه.

- الدكتور إدريس محمد علي، عضو هيئة تدريس بقسم العلوم السياسية جامعة اجدايبيا: يرى أن وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي من أهم عوامل تغيير المجتمعات محلياً ودولياً، وذلك بما تتيحه من إمكانيات التواصل والسرعة في إيصال المعلومة وعلى الرغم من الإيجابية في إلغاء الفروق الثقافية بين المجتمعات إلا أنها ساهمت إلى حد كبير في زعزعة الاستقرار والأمن في المجتمع على كافة الأصعدة ونشرت قيم سلبية مثل الفتن

بين أبناء المجتمع وهددت السلم الأهلي والأمثلة على ذلك كثيرة في الدول العربية، وبالذات ليبيا فالشائعات أصبحت تمثل نوع من التسلية وأحياناً تكون إشاعات موجهة، ويمكن السعي للحد من الظاهرة بتضافر الجهود ما بين الدولة والأفراد من حيث تركيز الدولة على خلق الوعي السياسي بين أفراد المجتمع لمخاطر الإشاعة، ونشر الوعي المعرفي العلمي بين أفراد المجتمع لأنه كلما ارتفع المستوى العلمي لأفراد المجتمع كلما قلت الإشاعة به.

- الدكتور أيمن احميدة القطعاني رئيس قسم اللغة الإنجليزية، كلية الآداب، جامعة طبرق: يرى أن الفيسبوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً، ويستخدمها كافة شرائح المجتمع بما فيهم النساء الغير متعلمات مما يجعل عملية وصول المعلومة أكثر سهولة وسرعة دون وجود مرجعية للتأكد من المصدقية، ويرى أنه أصبح خطر الشائعة يهدد الجميع حتى لغير مستخدمي وسائل وشبكات التواصل الاجتماعي.. ويرى أنه لا يمكن إيقاف الشائعات وإنما يمكن الحد منها عن طريق التوعية بمخاطرة النقل دون التبين والتأكد.

- الدكتور محجوب عطية الفايدي، أستاذ علم الاجتماع، جامعة عمر المختار، البيضاء: يرى أن للشائعات دور كبير في تضارب المعلومات والتأثير على الجمهور بسرعة تصديقها دون التأكد، ويعتبر ان دور خبراء علم الاجتماع وعلم النفس كبير في التصدي للظاهرة، ويرى أن بداية دراسة الظاهرة تكون استطلاعية لتجميع أكبر قدر من المشاهدات والمقاربات التي على ضوءها تقام دراسات ميدانية موسعة.

- الدكتور عبدالله عامر الهماي، أستاذ علم الاجتماع جامعة بنغازي: يرى أن الشائعات موضوع كبير جداً يحتاج لدراسات من تخصصات مختلفة لأن التكنولوجيا المتاحة حالياً تمكن أي شخص من نسج موضوع لا يمت للحقيقة سواء بالكتابة أو بالصورة (الفوتوشوب)، واستخدامه للضرر بالأشخاص أو بأمن المجتمع، ويرى أن موضوع كهذا يمكن أن يدرس بمناهج عدة كيفية وكمية.

من خلال استعراض وتحليل مجموعة الرؤى النظرية التي أتيح للباحثة الاطلاع عليها، والتي تم تداولها لدى المختصين والمهتمين في مجال وسائل الاتصال والتواصل الاجتماعي، وكذلك الرؤى والتوجهات النظرية التي جمعتها الباحثة من خلال المقابلات وطرح التساؤلات من خلال وسائل التواصل المختلفة، وتوصلت الباحثة إلي جملة من الخلاصات تتمثل في الآتي:

- 1- أكد أغلب التربويون والأكاديميون على المستوى النظري أن الشائعات تفتك بالمجتمع وتنمى العداوات، كما أنها ترتبط في ظهورها بغياب المعلومة الموثقة في وقتها المحدد، وارجع البعض منهم أن أسباب الانتشار ترجع إلي ضعف المستوى التعليمي والثقافي لدى أفراد المجتمع، وغياب الوعي الديني.
- 2- أما من حيث آلية العلاج فاتفقت أغلب الرؤى في ضرورة وجود آلية واضحة تحد من نشاط مروجي ومطلقى الشائعة المعرضة عبر الفضاء الالكتروني، وكذلك تفعيل دور رجال الدين في التوعية من منطلق أن الشائعات أمر مناف للإسلام.
- 3- أكد المختصون والإعلاميون والمهتمون على مستوى الواقع الليبي (العينة المتاحة) أن الشائعات ظاهرة اجتماعية سيكولوجية تظهر في أوقات الأزمات والحروب كردات فعل وقد تستخدم لتدمير المجتمع إذا استغلت من قبل الأعداء على المستوى السياسي كالتحريض ضد مؤسسات الدولة.
- 4- ركز الأكاديميون من أساتذة الجامعات على دور الشائعات في زعزعة السلم الاجتماعي، والاستقرار والأمن في المجتمع على كافة الأصعدة والمستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية .
- 5- ركز الإعلاميون والمهتمون بهذه الظاهرة من أفراد العينة المتاحة أن الشائعات تشوه الرموز والشخصيات القيادية في المجتمع، إضافة إلى أحداث المشاكل الاجتماعية كالطلاق مثلاً، مرجعين الأسباب إلى ضعف النفوس، ومحاولة الوصول للسبق الإعلامي، وكذلك التنافس الغير شريف بين الناس.

6- اتفق غالبية المشاركين في العينة المتاحة أن خطورة الشائعات تأتي عندما تستخدم من قبل فئة تحترف صياغة الخبر وترويجه، وأكد الغالبية أن أكثر مستخدمي الفيسبوك باعتباره أكثر موقع للتواصل السهل والسريع هم من الشباب.

7- أرجع غالبية المشاركين أن الحد من انتشار وترويج الشائعات يأتي من خلال القضاء على الأسباب والدوافع وتكررت النداءات بضرورة التوعية والتثقيف بخطورة وسائل الاتصال والشبكات المتاحة، كما تمت الدعوة إلى المعالجة الواعية من قبل الدولة كمرقبة مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك باعتباره أكثر استخداماً.

8- أكد الجميع على ضرورة الحد ومحاربة الظاهرة بدءاً من الأسرة والمدرسة والداعية (كل في مجاله).

ومن خلال المقاربة النظرية بين الرؤى التي جمعت على المستوى النظري والحقلي يتضح أن هناك قاسماً مشتركاً في الرؤى والاتجاهات حول الموضوع المدروس ويمكن إبرازها في نقاط.

- أن الشائعات تعتبر ظاهرة لها دوافع نفسية اجتماعية تزعزع الأمن والاستقرار.
 - أن الأسباب المؤدية لانتشارها الفراغ، غياب المعلومة وقت الأزمات، غياب الثقة في وسائل الإعلام التقليدية، السبق الصحفي والإعلامي، ضعف المستوى التعليمي، تدني المستوى الثقافي، ضعف الوازع الديني، غياب الرقابة على المواقع الإلكترونية.
 - مستخدمي المواقع أكثرهم من فئة الشباب.
 - أكثر وسائل الاتصال وشبكات التواصل استخداماً (الواتس أب، الفاير، الفيسبوك).
 - برزت وسائل الحد من الانتشار من خلال تبني استراتيجيات رتبت على التوالي تبدأ بالتوعية الدينية وتنتهي بالرقابة على مستوى أجهزة الدول الأمنية.
- ويتضح الاتفاق في رؤية كل من د. إدريس محمد علي، و د. أبوبكر الأمين في تبنيهما لاتجاه يرى أن الشائعات تزعزع الأمن والسلم الاجتماعي في المجتمع.

وتتفق وجهة نظر الدكتور إبراهيم محمود (السعودية) والدكتورة سعدة الحضيرى (ليبيا) في لعب دور وسائل الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي دوراً أساسياً وسريعاً في اضطراب المجتمع ونشر الفوضى.

كما اتفق كلاً من الدكتور عبدالله الهماي والدكتور محبوب الفايدى في طريقة دراسة موضوع الشائعات حيث اتفقا في أن المنهج الكيفي الاستطلاعي نقطة انطلاق لدراسة أشمل.

باستقراء الواقع الحالي لمجتمعنا نستطيع القول أنه عندما يفتقد الناس ثقتهم في رموز السلطة والقنوات الإعلامية المحلية فإنهم يتكثرون في جماعات من البشر يشتركون في غاية واحدة ومجموعة من المشكلات ويقومون بتعميق معرفتهم وخبراتهم عن طريق التفاعل بصورة مستمرة وهذا ما يسميه العالم (وينجنز) مجتمعات الممارسة فقد أظهر تحليل تكنولوجيا الاتصال على الحياة اليومية أن "المجتمعات المحلية لا تتشكل فقط في المساحات الجغرافية المحددة بل أيضاً في الفضاء الإلكتروني وتسمى المجتمعات الافتراضية"⁽¹⁾.

وبما أن الشائعة هي عبارة عن خبر أو قصة أو حدث يتناقله الناس دون تمحيص أو تحقق من صحته، وغالباً ما يكون غير صحيح أو يكون مبالغاً فيه سواء بالتهويل أو بالتقليل - فمن الناحية النظرية كان من المتوقع أن تراجع الشائعات مع هذا الانتشار الرهيب لوسائل الاتصال حيث لم يبق هناك شيئاً مخفياً، ولكن الواقع أن الشائعات تتزايد باستمرار، بل وتستفيد من وسائل الاتصال العادية والإلكترونية في مزيد من الانتشار، ويبدو أن هذا عائد على أحد عاملين أو كليهما:

الأول: زيادة ميل الناس (خاصة في المواقع الهامة) إلى تزييف الحقائق أو إخفاء أجزاء منها مما يزيد من ضبابية وغموض الأشياء رغم الإعلان عنها أو عن جزء منها، إضافة إلى ضعف المصدقية في التصريحات والأخبار المعلنة وتناقضها مع الواقع .

الثاني: رغبة الناس في معرفة المزيد وانفتاح شهيتهم لارتداد مناطق مجهولة أكثر فأكثر⁽²⁾.

(1) أولجا جوديس وآخرون، فهم الإعلام البديل، ترجمة علا أحمد صلاح، مجموعة النيل المصرية، القاهرة، 2009، ص 29.

(2) محمد المهدي: الشائعات في عصر المعلومات www.elazyem.com 2016/8/20.

ومن خلال الملاحظة بالمشاركة في استخدام الباحثة لهذه الوسائل يلاحظ عزوف الناس عن الإعلام بقنواته التلفزيونية واستحداث إعلام بديل. إذا تطرقنا لما يسمى بالإعلام البديل المتمثل في آليات وسائل الاتصال والتواصل التي يستخدمها ويلجأ إليها الناس بمختلف طبقاتهم ومستوياتهم الثقافية والحضارية خاصة الشباب للتعبير عن سخطهم نحو قضايا المجتمع وتلمس سير الأحداث، ويلجأ الناس إلى تلك الوسائل بشكل أكثر كثافة وأشد قوة في زمن الأزمات وحينما يحدث خلل مفاجئ يضطرب معه نظام الحياة الروتيني وتتلاحق الأحداث وتتشابك وتتعدد حتى تخرج عن السيطرة وتتطور إلى تهديد مباشر للمجتمع أو النظام السياسي وما نراه اليوم في مجتمعنا الليبي من إشاعات ونكت شعبية وسياسية ورسوم ساخرة (كاريكاتير) وتحكم على أبرز الشخصيات القيادية - يمثل جزء من الأدوار السلبية لوسائل الاتصال والتواصل، فالإشاعات والنكت الشعبية والسياسية تعتمد عليها بعض الفئات الاجتماعية عندما تشعر أن الإعلام الرسمي لا يمنحها فرص التعبير عن مواقفهم أو لا يستجيب لرغبتهم. وأهم ما يميز النكت السياسية هو ظهورها الموسمي والمرتبط بالتظاهرات السياسية الكبرى مثل الانتخابات والزيارات الرسمية وعادة ما يكون موضوعها معاكساً لما نجده في الإعلام الرسمي.

أما من يستعمل الإعلام البديل فهم ثلاث فئات:

- المهمشون وفاقدو الزاد المعرفي والتعليمي حيث تمثل الشائعات والنكت الشعبية السياسية إعلامهم البديل المفضل لما يوجزه لهم من حماية وحصانة ويجنبهم المسائلة القانونية.
- النخبة نظراً لامتلاكها الزاد المعرفي والتعليمي والموقع الاجتماعي فإن إعلامها البديل يكون أكثر تطوراً و انسجاماً مع مستحدثات المجتمع لذا فهم يفضلون الانترنت كإعلام بديل.
- النخبة الشبابية المهمشة وتحديداً خريجي الجامعات والتي تعاني من تهميش مزدوج يستعملون الانترنت كإعلام بديل وبأسماء مستعارة⁽¹⁾.

(1) الإعلام البديل ودوره في المجتمعات: منتديات ستار تايمز. www.startimes.com. 2016/9/30.

خامساً: نحو اقتراح إستراتيجية للخروج من الأزمة والحد من الشائعات:

في ظل التقدم الهائل الذي حظيت به تكنولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام وفي ظل الواقع المرير لانتشار الشائعات وتغلغلها في مختلف جوانب الحياة وعلى جميع المستويات، أصبحت مقاومة الشائعة ومواجهتها واقعاً ملحاً وضرورة من ضرورات الأمن والأمان للأفراد والمجتمعات وقضية شاغلة لكافة العلماء والمختصين في علوم النفس والاجتماع والسياسة والاقتصاد والإدارة والدين، ولكل مساهماته واجتهاداته الإيجابية والبناءة في مجال التصدي للشائعة ومواجهتها ولهذا فإن أي تصور لمواجهة الشائعات يجب أن ينطلق من الاعتماد على المنهج التكاملي في التعامل مع الشائعات، وفي ضوء هذا التصور فإن إستراتيجية التصدي للشائعات يجب أن تتضمن عدة مداخل بدءاً من المدخل التنظيمي الذي يحدد خطط وأهداف ومستلزمات للتصدي للشائعة ويليه المدخل الوقائي الذي يحدد المحاور اللازمة لتوفير بيئة رافضة وكابحة للشائعات ومقاومة سريلانها ثم المدخل العلاجي لتحديد سبل ووسائل وأدوات المواجهة والتصدي لها والقضاء عليها.

ومن الخطوات الفعلية التي يمكن تطبيقها على أرض الواقع كحل نسبي

للأزمة:-

- 1- انشاء جهاز أو هيئة أو مركز أو لجنة يكون اختصاصها الأساسي هو التوعية والتصدي للشائعات وتتكون الهيئة من أخصائيين في علوم النفس والاجتماع والإعلام والسياسة والاقتصاد والتاريخ والجغرافية البشرية والقانون، ومن ممثلين للهيئات الدينية ومن مستشارين ذوي مكانة ومن متطوعين من أفراد الشعب.
- 2- تجميع الشائعات وتحليلها وتحديد مصدرها داخلي أم خارجي وتنظيم حملات مضادة.
- 3- التوعية أو المواجهة عن طريق وسائل الإعلام والمؤسسات الدينية والجمعيات الأهلية.
- 4- تنظيم دورات تدريبية لقادة الرأي المحلي والإعلاميين ووضع ميثاق شرف مهنة الإعلام لبناء رسائل إعلامية تتسم بالجدية والجادبية والمصدقية.

- 5- استخدام قنوات إعلامية تابعة للدولة لتوضيح مخاطر الشائعات وتحليلها والرد عليها خاصة تلك الشائعات التي تتداولها بعض القنوات الخاصة لتنفيذ أجندة الدولة الممولة لها.
- 6- توقيع العقوبات الرادعة على من يشيعون المعلومات الكاذبة والإكثار من مراكز الأخبار التي تدعمها الدولة لتقوم بنشر أخبار صحيحة وموثوق بها توحد الصف وتلم الشمل .
- 7- تنظيم حملات ضد الشائعات من قبل الشباب عن طريق وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي انطلاقاً من مقولة (لا يفل الحديد إلا الحديد).
- 8- تقوية الوازع الديني عن طريق المنزل والمسجد والخطباء والوعاظ وتوضيح موقف الإسلام من الشائعات، امثالاً لقوله تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ (الحجرات: آية 6).
- 9- عدم التهويل والإثارة في التعليقات والمبالغة في التحليلات.
- 10- توعية المسؤولين بأهمية سرعة التفاعل عبر وسائل الإعلام الجديد للتخفيف من آثار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي لخطورتها على الأمن الوطني وقدراتها التأثيرية العالية وللحد من قيام جهات مغرضة باختراق المجتمع عبر وسائل التواصل ونشر الشائعات في المجتمع.
- 11- قيام الإعلام بالتخطيط لمكافحة الشائعات بمحاربتها والرد عليها ومحاصرتها ثم القضاء عليها بالحقائق.
- 12- قيام منظمات المجتمع المدني بإشراك أكبر عدد من المواطنين في حملات التصدي للشائعات عن طريق مختلف وسائل الإعلام لإظهار الهدف والغرض الحقيقي لبث سموم الشائعات المغرضة بين الناس.

- 13- إقامة الندوات والمؤتمرات وورش العمل للتوعية بخطور الشائعات وطرق الحد منها كتابياً وإلكترونياً، والقيام بدراسات ميدانية لموضوع الشائعات على مستوى الدولة.
- 14- على الأجهزة الرسمية التي تحارب الإشاعة أن توجه إلى رجال الفكر والأدب وأصحاب الرأي والدعوات الجماهيرية للاتصال بالجماهير مباشرة من خلال الندوات وذلك لتفسير وتوضيح ما غمض من الأمور الهامة على هذه الجماهير لتمكينها من محاربة الإشاعة وعدم الاندفاع ورائها.
- 15- لا بد من مواجهة الشائعات التي تمس أجهزة ومؤسسات الدولة المهمة بالمعلومة الصحيحة لأن غياب المعلومة هي البيئة الخصبة لانتشار الشائعات وتكتم الدولة عن المعلومات يؤدي إلى ظهور الشائعات، وعلى أصحاب القرار سحب بعض المواقع الإلكترونية المروجة للشائعات.
- 16- وضع قوانين ملزمة للقنوات الإعلامية ووكالات الأنباء تراعى فيها أخلاقيات المهنة ومحاسبة كل وسيلة إعلامية تثير الفتن والشائعات بنود قانونية واضحة.

خاتمة:

إذا يجب على أي أمة محاربة هذه الآفة الفتاكة واستئصالها وانتزاعها من جذورها لتبقى الأمة متماسكة مترابطة ذات هدف واحد وتقف ضد أي أخطار تعترض مسيرتها، وهذا لا يتأتى إلا عن طريق تضافر جهود جميع مؤسسات الدولة خاصة الإعلامية ، فكم من إشاعة أطلقها مغرض وسمعها وصدقها متعجل أدت إلى تباغض الإخوان والأصدقاء والأصحاب والزلاء وإساءة سمعة الفضلاء وتشتيت أسر وتفريق جماعات ونكبة شعوب وهزيمة جيوش فترك ذلك جراحاً عميقة لا تندمل، وفرقة دائمة لا تجتمع وحالنا اليوم كمجتمع ليبي بعيداً ليس عن هذا، فالوعي وإتباع أوامر الدين وسلامة العقيدة لها دور كبير جداً في الحد من انتشار الشائعات والقضاء عليها.

وبما أن النصوص الشرعية أظهرت أن الإشاعة هي كذب وافتراء وقذف ونميمة ورمي فإن الحكم الشرعي هو عدم جواز نشر الشائعات وترويجها بين المسلمين لحرمة المسلم، ولقد جاء القرآن الكريم ما ينهى الشائعات بالآتي:

1- الرد الحاسم السريع الذي يبين الحقيقة بكل وضوح ﴿أَمْ يَقُولُونَ افْتَرَاهُ قُلْ فَأْتُوا بِسُورَةٍ مِّثْلِهِ وَادْعُوا مَنِ اسْتَطَعْتُمْ مِّنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ﴾ (سورة يونس : آية (38)).

2- الحث على عدم إذاعة أي خبر أمانة كان أو خوفاً بل رده إلى أولى الأمر ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدْعَاؤُهُ بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا﴾ (سورة النساء، آية (83)).

3- التحذير من تزويد الإشاعات من غير علم أو وعي لأبعادها وأهدافها ﴿إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ﴾ (سورة النور، آية (15)).

المراجع والمصادر

أولاً: القرآن الكريم.

ثانياً: المراجع:

1. أولجا جوديس، وآخرون: فهم الاعلام البديل، ترجمة علاء أحمد صالح، مجموعة النيل المصرية، القاهرة، 2009.
2. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
3. زين الدين محمد عبدالمهدي، العالم على شاشة الكمبيوتر، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1996.
4. فيصل أبو عشيبة: الاعلام الالكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
5. فيصل محمد عبد الغفار: شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر والتوزيع، السعودية، 2015.
6. ملفين ديلفر، ساندرابولروكيتش: نظريات وسائل الاعلام، ترجمة كمال عبدالرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993.
7. وديع العززي: دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني؛ دراسة ميدانية على طلبة الجامعات، كلية الاعلام، جامعة صنعاء، 2007.

ثالثاً: الدوريات:

8. بشرى جميل الراوي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مجلة تواصل، عدد(58)، مركز الاعلام والاتصالات، الأردن، 2014.

9. زاهر راضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد(15)، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.
10. سنان سعيد: خصائص وسائل الاعلام في الاتصال الهاتفي، مجلة التوثيق الاعلامي لدول الخليج، عدد(2)، مجلد(8)، بغداد، 1989.
11. عبدالفتاح عبدالغني، فايزكمال: الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الاشاعات عبر وسائل الاعلام وسبل علاجها من منظور اسلامي، مجلة الجامعة الاسلامية، عدد(2)، مجلد(18)، 2010.
12. عبدالكريم علي الديسي، زهير ياسين الطاهات: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد(1)، مجلد(40)، جامعة البتراء، الأردن، 2013.
13. فلاح جابر العرني: وسائل الاتصال الحديثة ودورها في احداث التغيير الاجتماعي، مجلة القادسية في الآداب والعلوم التربوية، عدد (2)، المجلد(8)، كلية الآداب، جامعة القادسية، 2009.
14. محمد خليل الرفاعي: تحدث الوسيلة واشكالية التعرض، مجلة المستقبل العربي، عدد(94)، بيروت، لبنان، 1995.

رابعاً: الرسائل العلمية:

15. آلاء محمد هاشم، الاعلام، مقوماته، ضوابطه، أساليبه في ضوء القرآن الكريم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية أصول الدين، الجامعة الاسلامية، غزة، 2009م، متاح على الرابط:

<http://computingdictionarythefreedictionary.comtntnetmedia>

خامساً: شبكات التواصل الاجتماعي:

16. محمد المهدي، الشائعات في عصر المعلومات، www.elazayem.com

17. الاعلام البديل ودوره في المجتمعات، منتديات تايمز

<http://cmoputinqdictionarythefreedictioncomtentmedia>.

18. منتديات المنشاوي للدراسات والبحوث: مناهج البحث وأهميتها

www.minshawi.com.

19. محمد المهلكي: أيهما أصح إشاعة أم شائعة؟ منتدى الضمان.

[www;al.soman.com\vp\showthradphp](http://www.al.soman.com\vp\showthradphp)