



جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

Naif Arab University For Security Sciences

الشائعات من المنظور النفسي في عصر
المعلومات

د. سامي محمد هاشم

٢٠٠٣م

الشائعات من المنظور النفسي
في عصر المعلومات

د. سامي محمد هاشم

الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات

مر على الإنسان عصور عديدة اختلفت في سماتها وتأثيراتها عليه في شتى مجالات الحياة، وتميز كل عصر عن سابقه بأنه أقصر منه وذلك نتيجة لسرعة التغيرات والاستفادة من الحضارة التي تم بناؤها. وتضاعفت سرعة التكنولوجيا في العصور القريبة، وأسرعت من تغيير الحياة على وجه الأرض. فقد استمر عصر الثورة الصناعية قرابة ٢٠٠ عام من بداية القرن الثامن عشر حتى نهاية القرن التاسع عشر، بينما بدأ عصر الكهرباء منذ بداية القرن العشرين وحتى بداية الحرب العالمية الثانية (٤٠ عاماً تقريباً) واستمر العصر الإلكتروني خمسة وعشرين عاماً، أما منذ بداية السبعينات ولمدة عشرين عاماً فكان عصر ثورة المعلومات أو ما يسمى بالمعلوماتية، والآن يطلق البعض على العصر الحالي عصر الوسائط المعلوماتية أو ما يطلق عليه البعض عصر الانفوميديا (كيلس، ٢٠٠٠).

ويتميز عصر المعلوماتية، الذي بدأ مع بداية السبعينات من القرن الماضي، بإعطاء أهمية وقيمة عظيمة للمعلومة، ووسائل الحصول عليها، والاستفادة بها في شتى المجالات، بل وأصبحت تجارة المعلومات من المصادر الأساسية للثروة في بلدان العالم المتقدم، وأضيف للثروات الطبيعية في أي دولة كم المعلومات المتوفرة لديها في شتى المجالات، والعقول المفكرة المبدعة في هذه الدولة.

وتعد أجهزة الكمبيوتر جزءاً من حياة الأفراد اليومية في هذا العصر، فكل آلات الحساب الرقمية، وألعاب الأطفال، وحتى الساعات الصغيرة التي في أيدينا تعد إلى حد كبير أجهزة كمبيوتر صغيرة ويتميز عصر المعلوماتية بالتقدم السريع لأجهزة الكمبيوتر نظراً للتطورات السريعة

والمذهلة في هذا العصر وابتكار أجيال جديدة ذات كفاءة عالية في فترات زمنية تكاد تكون خيالية، وبعد أن كانت أجهزة الكمبيوتر لا تعالج سوى البيانات، أصبحت تعالج الصور والفيديو والصوت والوسائط الإعلامية بنفس القدر من السهولة (فرانك كيلش، ٢٠٠٠، ٩-١٠).

ويتميز عصر المعلوماتية أيضاً أو عصر الانفوميديا بتقدم الاتصالات وقدرة الأفراد على الحصول على المعلومات بأسرع ما يمكن. ويشير فرانك كيلش (٢٠٠٠) إلى أنه ببناء شبكة الألياف الموجودة في كل مكان يصبح طريق المعلومات فائق السرعة حقيقة واقعة تؤدي مالا حصر له من الخدمات، مثل المشاهدة واللعب والتسوق وانتهاء الأعمال المصرفية من المنزل. ومن ثم فإن عصر صناعات الحوسبة والاتصالات والالكترونيات الاستهلاكية، سيكون محركاً لتقدم التكتلات الاقتصادية التجارية العظمى في آسيا وأوروبا وأمريكا الشمالية في القرن المقبل (كيلش، ٢٠٠٠، ١٢).

وتعتبر المعلومات المورد الإنساني الوحيد الذي لا يتناقص بل ينمو مع زيادة استهلاكه.

ومن ثم فإنه مع زيادة استخدام المعلومات والوسائل التكنولوجية الحديثة ستتضاعف أهميتها وقيمتها، ودورها في التنمية وتحقيق التقدم في شتى المجالات.

ولذا يرى علي (٢٠٠١) أن التنمية البشرية لا تقاس بالتقدم التكنولوجي فقط، ولكن بتوسيع نطاق الخيارات أمام الناهضين بالجهد التنموي، وهي علاقة وثيقة بين التنمية وانتشار تكنولوجيا المعلومات كوسيلة فعالة لتوفير بدائل الخيارات (علي، ٢٠٠١، ص ٥٠).

ونظراً لأن العصر الحالي يتميز بالسرعة في شتى المجالات العلمية والاقتصادية إلخ. فإن الإنسان في هذا العصر عليه أن يتكيف بنفس السرعة مع المستجدات، بل إن عليه أن لا يتظر حدوث التغيير ليتكيف معه، بل عليه أن يدرس طبيعة العصر والآثار التي يتركها على الأفراد والأسر والمجتمعات، وأن يدرس التغير ويهيئ نفسه لتقبله والتكيف معه نفسياً واجتماعياً، وإلا فسوف يعيش في صراعات نفسية قد تؤدي إلى تفكك شخصيته وسيعرض لمظاهر الاحباط والاستغراق في الرغبة للبقاء نفسياً في الماضي ورفض المستقبل وتغيراته، كما أنه يجب على الدول أن تطور أنظمتها التعليمية لمواكبة هذا التقدم والتغير المذهل. حتى لا تصبح هذه الأنظمة عائقاً أمام التقدم بدلاً عن ضرورة كونها أساساً له، ويجب أن تفي هذه الأنظمة التعليمية باحتياجات المجتمع من الكوادر البشرية القادرة على تحقيق التقدم في ظل طبيعة هذا العصر

الآثار النفسية والاجتماعية والتربوية للمعلوماتية

تتعدد الآثار التي يتركها التقدم العلمي والتكنولوجي، وتقدم وسائل الاتصال وتراكم المعرفة وتجدر المعلومات، على الإنسان وما يصدر عنه من سلوك في المواقف المختلفة، ومن هذه الآثار :

- إن انتشار تكنولوجيا المعلومات سيجعل من المعرفة أهم أسس السلطة، وسيؤدي من الناحية النفسية والاجتماعية إلى الترابط الاجتماعي وقوة العلاقات والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد، بينما سيؤدي غياب المعرفة وعمتة المعلومات إلى تفكك المجتمع وتفسخه، كما أن زيادة المعرفة والمعلومات ستؤدي إلى زيادة فاعلية المجتمع وحيويته ومناعته ضد أساليب الاستبداد والغزو الثقافي، وهذا يقتضي من المجتمعات الاستغلال الأمثل لهذا التقدم المعلومات (علي، ٢٠٠١).

- إن تقدم وسائل الاتصالات والحصول على المعلومات ، يؤثر على علاقة الأفراد ببعضهم البعض داخل الدولة الواحدة وخارجها ، فقد بلغ عدد مستخدمي شبكة الانترنت عام ١٩٩٨م حوالي (٩٠) مليوناً ، ويزداد هذا العدد بحوالي نصف مليون اسبوعياً (بيتر مارتين ، هارالد شومان ، ١٩٩٨) . وهذا يعني أن هذا العدد تضاعف كثيراً في ٢٠٠٢ ، ويؤثر ذلك على علاقات الأفراد ، فيمكن أن تكون علاقة أحد الأفراد بأخر ببلد ما أقوى من علاقته بأبناء بلده الأصلية . وهذا يعني أن العلاقات الاجتماعية والصدقات والتزود بالأخبار والمعلومات والثقة سوف تتغير تماماً عنها في العصور السابقة .

- إن الصدمة التي سببتها المعلوماتية وثورة الانفوميديا تخطت مجالات الأعمال والمجالات الصناعية لتؤثر في المجتمع على المستوى الشخصي ، حيث نشأت طرق جديدة للتفاعل الاجتماعي والصدقة وتبادل المعرفة والتسلية ، كما تأثر النسيج الاجتماعي والقيم وتبادل الأفكار (كليش ، ٢٠٠٠ ، ١٨) . فالأطفال الذين نشأوا في ظل المعلوماتية وتقدم وسائل الاتصال ، تختلف ردود أفعالهم على الأحداث ، وطرق تفكيرهم ، والتخيلات والصور المذهلة التي لديهم ، بل وتختلف مستويات طموحهم وأساليبهم في التعليم ، حيث اختلفت طرق تربيتهم وتنشئتهم اجتماعياً .

- تأثر الذكاء الجمعي الذي يعتمد على تحديث المعلومات وتنظيمها وارشفتها وعلى إشاعة قيم مجتمع المعلومات وأخلاقياته ، كما أن العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والأخلاق ازدادت وثوقاً ، مما يدعو إلى توثيق العلاقة بين الثقافة وتكنولوجيا المعلومات (علي ، ٢٠٠١ ، ص ٥١) . كما تأثرت العادات والتقاليد وعناصر الثقافة الأخرى بهذا التقدم المعلوماتي .

أصبح الإعلام التربوي في عصر المعلومات مؤسسة تعليم غير رسمية ، لتبادل المعلومات وتوصيلها إلى أبناء المجتمع ، ولذا فقد تم وضع الضوابط المنظمة في هذا الصدد ، وقامت الدول بإنشاء شبكات تعليمية ، بل وأصبح الحصول على الشهادات العلمية لا يعتمد فقط على التحاق الفرد بأنظمة التعليم الرسمية ، وأدى ذلك إلى إعادة توزيع الأدوار على وسائط الإعلام ، فبعد أن قضى التلفزيون على الراديو والصحافة ، أصبحت الانترنت الأولى في هذا المضمار ، بل وقد تحيل ما قبلها من وسائط إلى متحف التاريخ (علي . ٢٠٠١ ، ٣٨٩).

- إنه في ظل المعلوماتية وتقدم وسائل الاتصالات ، بدأت نظرية سيادة الدول على محيطها الفضائي تتآكل باطراد منذ أن فقدت تلك الدول سيطرتها على علميات البث الإذاعي والتلفزيوني في هذا العالم الكوني ذي السماء الفضائية المفتوحة (مفلح ، ١٩٩٩).

ومن ثم فإن وسائل الإتصال المتقدمة أمكن استخدامها لبث الشائعات والحرب النفسية ومحاولة السيطرة على تفكير وسلوك الأفراد ، وتمكنت أيضاً الدول من استخدام الإعلام المضاد والتوضيح والتفسير باستخدام المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات المتقدمة لمحاربة الشائعات . ويشير هربرت أ . شيللر (١٩٩٩) في هذا الصدد إلى أنه في الوقت الحاضر عرفت الرسالة الإعلامية المشبعة المستفزة للمشاعر أو ذات الأثر السلبي المضر طريقها إلى وسائل الاتصال الدولية وخاصة التلفزيون الذي يستولى على المشاهد المسترخي في حال من الأمان الكاذب في غرفة المعيشة .

- إن هذا العصر أدى إلى تغير كمي ونوعي في ما يرسمه من تصورات ذهنية ، أصبح أحلاماً وخيالاً علمياً تحقق في عصر لا يعرف المستحيل ، ويعطي الحرية للتفكير والابتكار والإبداع ، ومن ثم اختلفت طرق تحديد السواء

واللاساوء في السلوك الإنساني ، وطرق تحديد وتشخيص الاضطرابات النفسية وطرق علاجها ، فقد تغير الإنسان في فكره وسلوكه وعاداته وتقاليد وطموحاته إلخ . ومن ثم فإنه يجب أن يعد علم نفس حديث لدراسة السلوك الإنساني في عصر المعلوماتية وتطور وسائل الاتصال .

إن زيادة الاعتماد على استخدام الانترنت من المنزل من شأنه أن يجعل الوجود من الزاوية الاجتماعية والنفسية يتدهور ، فقد ثبت أن مستخدمي الانترنت يقل عدد أصدقائهم عبر الزمن ، ويمضون فترات أقل مع أسرهم ويعانونه ضغوطاً أكثر من حياتهم اليومية ويشعرون بالعزلة والاكتئاب (ياسين ، ١٩٩٩) .

أهمية دراسة الشائعات في عصر المعلوماتية:

يشير عمار (١٩٩٩) إلى أن الحديث عن ثورة المعرفة أو المعلوماتية إنما هو إدراك للنمو المستمر والتراكم المزدحم للمعلومات في مختلف النشاط الإنساني وأحوال المجتمعات وعوامل الطبيعة والألوان ، وهذا الرصيد المعلوماتي في حالة تغير وتطور

وقد أثر هذا التغير والتطور في الرصيد المعلوماتي على الأفراد والمجتمعات ، والشائعة هي معلومة أو خبر أو قصة ومن ثم فقد خضعت أيضاً للتغير والتطور تبعاً للتطور والتغير الذي يميز هذا العصر

وترجع أهمية دراسة الشائعات لما لها من أثر كبير على المجتمعات ، فقد تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع ، كما قد تؤدي إلى تماسك مجتمع آخر حسب دورها في خفض أو رفع الروح المعنوية في هذا المجتمع أو ذلك ،

فمن خلال شائعة يمكن أن تتبدل وتتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم ورفاهياتهم ، ويمكن أن يعزف الناس عن شراء منتج ما أو زيارة مكان ما ، فالشائعات يمكن أن تؤثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والنفسية والثقافية ، ويمكن أن تؤثر في العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات .

ولا يوجد مجتمع بشري دون شائعات ، فقد عرفها الإنسان منذ فجر التاريخ ، وأولها الباحثون بالاهتمام ، ودرسوا أسبابها وسمات مروجيها وطرق محاربتها عبر العصور المختلفة .

ولم ولن تنتهي الشائعات ، ولكنها تتغير مع التغيرات التي تتعرض لها البشرية ، ومن ثم فإن الدراسة الحالية محاولة لفهم طبيعة الشائعات في عصر المعلوماتية وتقدم وسائل الاتصال . وهي محاولة للإجابة على تساؤل مهم وهو : ما هي التغيرات التي طرأت على الشائعة في عصر المعلوماتية؟ وتحاول الدراسة الإجابة على هذا التساؤل من خلال وجهة نظر ناقدة للتراث السيكلوجي في هذا المجال ، من خلال تحليل وتفسير في ضوء خصائص عصر المعلوماتية وما يتميز به من تقدم علمي وتكنولوجي .

مفهوم الشائعة (Concept of Rumor):

هناك تعريفات متعددة لهذا المفهوم حيث تعرف الشائعة بأنها تلك المعلومات أو الأفكار التي يتناقلها الناس دون أن تكون مستندة إلى مصدر موثوق به يشهد بصحتها ، أو هي الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع ، أو هي المبالغة في سرد خبر يحتوي جزءاً ضئيلاً من الحقيقة ، أو هي أحاديث غير مؤكدة يتناقلها الناس عن أحوالهم وأحوال بلدتهم خلال الشبكة الاجتماعية نتيجة تعميم الأخبار ، وهي قصة غير متحقق منها تنتشر

في مجتمع ما، ويزعم فيها حدوث واقعة معينة، وهي فكرة معينة يعمل أحد الأفراد على الدعاية لها واقناع الناس بها، وأن ينقلها كل شخص للأخرين حتى تشيع بين الجماهير، وقد تكون الشائعات نوادر أو طرائف يتم نقلها دون التأكد من صحتها (السيد، ٢٠٠٠) و(مخيمر، ١٩٦٤) و(أبو النيل، ١٩٨٦، ص ٩-١٠).

وبتحليل التعريفات السابقة للشائعة نجد أنها تركز على مجموعة من الخصائص التي تعرضت لآثار التقدم التكنولوجي والمعلوماتي وهي:

١- أن الشائعة معلومة أو خبر أو قصة، ومن ثم فإن كل ما توصف به المعلومات في العصر الحالي يمكن أن تنطبق على الشائعة، أي أن الشائعة يمكن أن تتغير ويتجدد أسلوب ترويجه وادوافعها وأهميتها، بسرعة فائقة هي سرعة تجديد وتحديث المعلومات وتبادلها.

٢- عدم الصدق، فالشائعة خبر مختلق لا أساس له من الواقع، أو مبالغة في سرد خبر جزء منه صحيح أو هي قصة غير حقيقية، ونظراً لتقدم الوسائل التكنولوجية وقدرة الكمبيوتر على معالجة الصور والأصوات، والكم المتراكم من المعلومات، فإنه يمكن تدعيم الأخبار والقصص الكاذبة وترويجهما بإتقان لم يكن موجوداً قبل عصر المعلوماتية.

٣- أنها فكرة يعمل رجل الدعاية على ترويجهما، ونظراً لما يتميز به عصر المعلوماتية من الانفتاح الفكري، وما يتعرض له الإنسان من خبرات في هذا العصر، فإن استعداد الإنسان لتقبل الأفكار الجديدة أصبح يميز هذا العصر دون التأكد أحياناً من مصادر هذه الأفكار، فكل شيء أصبح ممكناً في عصر التكنولوجيا المتقدمة.

كما أن عجز الإنسان في هذا العصر عن الإلمام بكل ما هو موجود من

أفكار ومعلومات في شتى المجالات حتى في مجال تخصصه واهتماماته الدقيق ، يجعل هذا الإنسان على استعداد لتقبل أي أفكار مدعومة بالاسانيد (الكاذبة) أو على أنها نوع من الخيال العلمي القابل للتطبيق .

ولذا فإنه يمكن القول بأنه نظراً للتقدم العلمي والتكنولوجي في معالجة المعلومات والصور والأصوات ، ونظراً لسرعة نقل الرسائل عبر القنوات المتعددة ، وتوافر كم من المعلومات يتضاعف باستمرار ، فإن ذلك يوفر مناخاً صالحاً لصناعة ونشر الشائعات حيث أنه باستخدام التكنولوجيا يمكن خداع الحواس . ومن ثم فإنه يجب أن لا يقتصر تعريف الشائعة على المعلومات التي تتناقلها الافواه كما كان في السابق ، ويجب أن يضاف إلى هذا التعريف (المعلومات غير الصادقة التي يتم معالجتها وتناقلها عبر الوسائط المتطورة أو غيرها ، بطريقة تثير الاهتمام وتخضع الحواس ، فيقتنع الأفراد بصدقها دون التأكد من مصدرها أو صحتها) .

أنواع الشائعات

تتعدد أنواع الشائعات ، وتصنف حسب سرعة سريانها إلى حابية وماندفة وغانسة (السيد، ٢٠٠٠)، (أبو النيل، ١٩٨٦) . والشائعة الحابية هي التي تنتشر ببطء شديد ويتسع نطاقها حتى تصل إلى جميع الأفراد في جوسن السرية ، وفي ضوء خصائص عصر المعلوماتية فإن هذه الشائعة يمكن أن تقتصر على المجتمعات المغلقة والصغيرة ، التي تعتمد في نقلها للأخبار والمعلومات على الأفراد دون أن تتوفر لها وسائل الاتصالات المتقدمة ، كما يمكن أن توجد في المجتمعات التي لا تتمتع بالانفتاح ، والتي لا يثق فيها الأفراد في سرية وخصوصية وسائل الاتصال .

الشائعة المندفعة : هي الشائعة التي تنتشر بسرعة مذهلة حتى تغطي المجتمع المقصود من وراء ترويج الشائعة في وقت قياسي . وتعتمد هذه الشائعة على أهمية الموضوع الذي تتناوله ، والتي يمكن كما سبق وأوضحنا أن يتم خلقها عن طريق معالجة المعلومات وتزويد الأفراد بها لزيادة أهمية الموضوع ، كما يمكن استخدام وسائل الاتصالات المتقدمة للإسراع من انتشارها (مثل شائعات الحوادث والعنف والانتصارات أثناء الحرب) .

الشائعة الغاطسة : هي الشائعة التي تنتشر في فترة معينة ثم تختفي وتعاود الظهور في فترة أخرى ، وهذه الشائعة يمكن التحكم فيها بالظهور أو الاختفاء من خلال التحكم بالمعلومات حول موضوع الشائعة ، ومن ثم بيان التذكير ببعض الشائعات والتلميح بها قد يؤدي إلى رواجها في أوقات معينة لتحقيق أهداف محدودة (مثل ترديد بعض المعلومات حول منتجات بعض الشركات ، ثم اختفائها فإذا زاد التنافس في فترة تالية تم ترديد المعلومات عن تلك الأشياء وإيقاظها مرة أخرى) .

ففي عصر المعلوماتية لا يمكن تفسير ظهور واختفاء الشائعة بأنها كامنة في عقل أصحابها لفرات ما ، بل من المنطق إطلاق هذه الشائعة حسب الاحتياج لها ، ومن ثم التحكم بالقدر من المعلومات ومعالجتها للتحكم في ظهورها أو اختفائها .

وتصنف الشائعات حسب موضوعها إلى سياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية ودينية (القاضي ، ١٩٩٧) . ويمكن القول في ظل الثورة المعلوماتية ، والعلاقات التفاعلية بين المجالات المختلفة ، وعدم وجود استقلالية كاملة لهذه المجالات في العصر الحالي ، فإن الشائعة في عصر المعلومات يمكن أن تكون

خليطاً من هذه الأنواع بل يمكن أن تتضمنها جميعاً، ومن أمثلة ذلك ما يصدر من شائعات حول مخالفة بعض المنتجات للمعايير الدينية .

ويمكن تصنيف الشائعات حسب دوافعها إلى شائعات الخوف، وشائعات الكراهية والحقد وشائعات الأمانى والأحلام، والشائعات الجنسية، وشائعات الفضول والرغبة في المعرفة (القاضي، ١٩٩٧)، ويزداد استخدام أحد هذه الأنواع لتحقيق أهداف المروج حسب ما يمتلكه من معلومات حول موضوع الشائعة، وما لديه من مصادر ووسائل لنقل هذه المعلومات، وقدرته على معالجة المعلومات والصور والبيانات المتعلقة بموضوع الشائعة، أي أن المعلومات ودقة مصادرها ووسائط نقلها هي المحددات الأساسية لانتشار أي نوع من هذه الشائعات .

وفي دراسة ليوكر وبلان (١٩٩١) (Walker & Blaine) أتضح أن شائعات الخوف والفرغ تنتشر بسرعة أكبر من شائعات الأمانى والأحلام، وذلك لأن شائعات الفرغ ترفع مستوى القلق لدى الأفراد لأنها تذيع معلومات عن نتائج غير سارة للأشخاص محدودي القدرات، الذين لا يمتلكون القدرة على التحكم في الأحداث والسيطرة عليها .

قانون الشائعة

حاول البعض تحديد المتغيرات التي تسهم في قوة الشائعة، وقدم (فستبخر، ١٩٤٨) تفسيراً للقوة الشائعة على أساس عدم الوضوح المعرفي . حيث يرى أن الشائعة تميل للظهور في المواقف التي تكون الجوانب العقلية فيها غير منتظمة، ولا تتوافر فيها المعلومات والمعارف الكافية، أي أن الناس تكون معرفتهم بأسباب الشائعة مشوشة، وأضاف (ألبورت) إلى هذا عاملاً آخر هو

أهمية موضوع الشائعة، وصاغ على هذا الأساس قانوناً على النحو التالي :
قوة الشائعة = الغموض X الأهمية . (محمود السيد أبو النبل ، ١٩٨٦ ، ١٢)
حيث تزداد قوة الشائعة تبعاً لزيادة الغموض الذي يكتنفها ، أي التعقيم
وعدم الحصول على المعلومات ، وزيادة أهميتها بالنسبة للمجتمع الذي
تسرى فيه الشائعة .

ويرى روزناو (Rosnow) أن هناك أربعة متغيرات تحدد الشائعة وليس
متغيرين فقد كما أشار ألبورت ويوستمان وفستنجر ، وهذه المتغيرات هي :
- الغموض العام (General Uncertainty) والذي أشار إليه فستنجر بعدم
الوضوح المعرفي (Cognitive Unclarity) .

- الاهتمام بالنتائج (Outcome Relevant Involvement) والذي يقابل المتغير الثاني
في القانون السابق ، وهو الأهمية . وقد أشار إليه (روزنام) أيضاً بأهمية
الموضوع (Topical Importance) .

- القلق الشخصي (Personal Anxiety) .

- سرعة التصديق (Credulity) . (Rosnow, 1988) .

ويرى القاضي (١٩٩٧) أن قوة الشائعة تتحدد بعدة متغيرات ، هي :
الأهمية والغموض ومجتمع الشائعة ، وزمن الشائعة ، ومن ثم فقد صاغ
قانون الشائعة في صورة جديدة على النحو التالي :

قوة الشائعة = (الأهمية X الغموض) + (زمن الشائعة X مجتمع الشائعة)
(القاضي . ١٩٩٧ ، ص ١٤٢) .

ويمكن توجيه نقد موضوعي لهذا القانون حيث أنه لم يضع في الاعتبار
أن الأهمية والغموض من العوامل الأساسية لانتشار الشائعة وقوتها ، كما

أعتبر أنهما مرتبطان ببعضهما رغم أنه يمكن أن يكون الموضوع مهماً وليس غامضاً والعكس ، ولم يوضح ما يقصده بهذا الارتباط . كما أنه أشار إلى أن زمن الشائعة يرتبط بمجتمع الشائعة ، فالمجتمعات الصغيرة تسرى فيها الشائعة أسرع من المجتمعات الكبيرة ، ونظراً لهذا الارتباط كان يجب الاكتفاء بأحد المتغيرين لأنه يعبر عن الآخر بصورة غير مباشرة حتى لا تكون هناك قيمة غير حقيقية مضافة للمعادلة تؤثر على الناتج العام (قوة الإشاعة) .

كما أهمل القانون عدة متغيرات ذات أهمية كبيرة خاصة في عصر المعلوماتية وثورة وسائل الاتصالات ، وتطوير وتحديث وتضاعف المعلومات خلال فترات قصيرة ، وأثار ذلك على الحياة الاجتماعية والاقتصادية والشخصية إلخ .

وقد توصلت العديد من الدراسات إلى متغيرات جديدة في ضوء خصائص العصر الحالي يمكن أن تؤثر في الشائعة ، حيث توصل شيبيل (Scheibel) (١٩٩٩) إلى أن الضغوط النفسية والمشكلات التي يواجهها الفرد والمناخ السائد تعتبر من العوامل التي تساعد على استخدامه للشائعات ، فطلاب الجامعة يستخدمون الشائعات للتكيف مع المشكلات الأكاديمية والعلاقات الاجتماعية والعلاقات مع الجهاز الإداري .

كما أشار انتوني (Anthony) (١٩٩٢) في دراسة عن عدد الشائعات التي يعرفها الشخص وعدد الناس الذين ينقل لهم هذه الشائعات ، إتضح أن ذلك يتأثر بالقلق الشخصي والانبساطية والجنس ، حيث اتضح أن الأكثر قلقاً وأكثر انبساطية ، هم الأكثر ترديداً للشائعات .

كما أشار بورديا وروزناو (Bordia & Rosnow, 1998) إلى أن ترويج

الشائعات تفاعل جمعي (Collective)، يتميز بصيغة حل المشكلات (Problem-Solving) ويدعمه القلق والغموض والقابلية للتصديق .

وفي ضوء ما سبق فإنه يمكن القول بأن هناك متغيرات أساسية تحدد الشائعة ووصول أي منهما إلى درجة (صفر) يؤدي إلى عدم وجود الشائعة ، وهي الغموض العام والأهمية ، كما أن هناك متغيرات ثانوية أو يمكن أن نطلق عليها عوامل مساعدة على تقوية وانتشار الشائعة ، إلا أن وصول أي منهما إلى درجة (صفر) في المعادلة لا يؤدي إلى زوال الشائعة إلا إذا أصحبت جميعها مساوية للصفر ، وهذه المتغيرات هي :

القلق الشخصي . وسرعة انتشار الشائعة ، وسرعة وقابلية تصديق الشائعة ، ومن ثم فإنه يمكن صياغة قانون الشائعة في عصر المعلومات على النحو التالي :

قوة الشائعة = الغموض العام X الأهمية (القلق الشخصي + سرعة انتشار الشائعة + قابلية التصديق) .

ووصول أي متغير من هذه المتغيرات إلى (صفر) افتراض نظري لا يتحقق في الواقع في ضوء طبيعة الإنسان والمجتمع وخصائص عصر المعلوماتية .

ويمكن توضيح هذه المتغيرات في ضوء خصائص عصر المعلوماتية فيما يلي :

الغموض العام

والذي يقصده عدم وضوح موضوع الشائعة ، وعدم توافر المعلومات الضرورية التي تمحو التشويش المعرفي لدى الأفراد ، ويمكن أن يتضمن القدر من التشويه المتعمد لبعض المعلومات ، والمعالجة الذكية لبعض البيانات بصورة

تثير التضارب والإرباك والتشويش وتوحي بفكرة معينة مستهدفة، وقد يكون تعنياً متعمداً لموضوع ما عن طريق التحكم في وسائل ومصادر المعلومات .

الأهمية

وتحدد الأهمية بمدى تقدير الفرد للنتائج المترتبة على موضوع الشائعة، ومدى اتصاله بحاجاته ورغباته وطموحاته، ومدى تأثيره على الآخرين المهمين بالنسبة للفرد، وبالنظر إلى طبيعة الأفراد والمجتمعات ومبدأ الفروق فإنه يمكن القول أن أي موضوع سيجد من يهتم به ويشعر بأثره عليه، ومن ثم فإن الأهمية لا يمكن أن تصل إلى الصفر خاصة في عصر المعلوماتية حيث إنه يمكن معالجة المعلومات بطريقة توحى بأهميتها للمجتمع المستهدف كما يمكن تزويد الشائعة ببعض المعلومات المتوافرة والمتراكمة التي تدعم هذه الفكرة، فلن يعجز سروج الشائعة عن الإيحاء بأهمية المعلومات أو صناعة معلومات وأخبار مهمة باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة والمتطورة، وأبسط مثال الإعلانات التي تخلق اهتمامات وحاجات جديدة لدى الأفراد موضوع الإعلان .

القلق الشخصي

ويقصد به الحالة الوجدانية التي يقترن بها الخوف من النتائج السيئة (للشائعة) للأحداث المتوقعة، أو الأخبار التي تم سماعها (معتز السيد، ٢٠٠٠)، وفي ضوء عصر المعلوماتية، وما يتميز به من الضغوط النفسية والتوتر والقلق فإنه يمكن القول أن الأفراد لديهم القدر من القلق والتوتر الذي يمكن استشارته عن طريق التقييم المبالغ فيه لنتائج بعض الأحداث، وتدعيم ذلك بالمعلومات . والشائعة في هذه الحالة تتيح الفرصة للتنفيس عن مشاعر القلق والتوتر والخوف .

سرعة انتشار الشائعة

وتوقف سرعة انتشار الشائعة وترديدها بين أفراد مجتمع ما على خصائص مروجي الشائعة، والوسيلة المستخدمة في نشر الشائعة، والمناخ الاجتماعي السائد، فالأشخاص الذين يتميزون بالحاجة للظهور والاستعراض وحب الاستطلاع، والذين لديهم قدرة على استخدام المنطق والاقتناع والإيحاء، ومن لديهم دوافع مكبوتة، والمقربون من مصادر المعلومات ويمتلكون القدرة على الحصول على المعلومات ومعالجتها، هم أكثر قدرة على ترويج الشائعة بسرعة وكفاءة عالية، كما أن استخدام وسائل متعددة في نقل الاخبار المتعلقة بالشائعة (المصطنعة والكاذبة) قد يؤدي أيضاً إلى سرعة انتشار الشائعة، وأخيراً فإن المناخ المتوتر الذي يسوده الصراع وعدم الاستقرار، والبيئة غير المشبعة، والمجتمعات المغلقة المحرومة والمهددة التي ينقصها العلم والمعرفة ووسائل الاتصالات الجيدة والمتطورة، تعتبر مناخاً جيداً لسرعة انتشار الشائعات.

القابلية للتصديق

ويطلق عليها سرعة التصديق، وهي تعتمد على طبيعة الأفراد ومستوى تعليمهم فالأمة أكثر قابلية لتصديق الشائعة من المتعلم الذي يستخدم التحليل العقلاني والمعرفي لموضوع الشائعة ويمكن الحصول على المعلومات من مصادر متعددة بطرق متعددة، ويقارن المعلومات الجديدة بما لديه من معلومات قديمة، كما تعتمد على قابلية الفرد للإيحاء، حيث أن بعض الأفراد يسهل إقناعهم حتى بأنهم مرضى ويعانون من ارتفاع الحرارة، بينما آخرون ليس لديهم هذه القابلية ويحتاجون إلى الدليل والحجة

والبرهان ، وتعتمد قابلية التصديق أيضاً على تعدد مصادر المعلومات ووسائلها ، فكلما سمع الفرد الشائعة من مصادر متعددة بروايات متعددة وأشخاص مختلفين كلما كانت قابليته للتصديق أكبر

علاوة على ذلك فإن هذه القابلية تعتمد على القدر من الصدق في المعلومات الخاصة بالشائعة ، وفي ضوء عصر المعلوماتية فإنه يمكن صناعة الشائعة عن طريق جزء بسيط من الصدق يتم إحاطته بكم من المعلومات الكاذبة التي يتم معالجتها .

ويمكن أن يوصف عصر المعلوماتية بأنه عصر القابلية للتصديق والاقتناع بأي شيء ، فأفلام الخيال العلمي وألعاب الأطفال ، والبرامج المختلفة وضعت الأساس من التفكير الإنساني ، لقبول أي شيء فيه جزء من الحقيقة ، ويمكن تفسير ما تبقى على أنه خارج نطاق قدرة العقل على التفكير أو أنه سيثبت صحته مع تقدم الزمن والتطور ، وهذه سمة تختلف عن العصور السابقة التي لم يكن فيها التفكير يتمتع بحرية الانطلاق ، فعلى سبيل المثال طالب مفوض مكتب براءات الاختراع في الولايات المتحدة عام ١٨٩٩ بإنهاء أعمال المكتب حيث أن كل شيء يمكن اختراعه تم اختراعه بالفعل (بعد اختراع القاطرة) . (جيتس ، ١٩٩٨) وهذا يوضح عدم وجود الاستعداد العقلي للتصديق بالأشياء الجديدة نظراً لعدم توافر المعلومات كما هو في العصر الحالي . الذي صدق فيه الناس شائعة مفادها أن شركة للمياه الغازية سوف تمد أنابيب المياه الغازية للمنازل في المناطق ذات الاستهلاك الكبير وذلك استناداً إلى دراسة جدوى أوضحت أن الشركة سوف توفر بذلك مصروفات النقل والتعبئة التي يتحملها المشتري (توفيق ، ٢٠٠٢) .

فعصر المعلوماتية يجعل من السهل تصديق مثل هذه الشائعات التي

تستند إلى بعض الحقائق العلمية (مثل دراسات الجدوى في المثال السابق). ويشير معتز السيد عبد الله (٢٠٠٠) في هذا الصدد إلى أن الأفراد يكونون أكثر ميلاً لتقبل الشائعات التي تتفق مع معلوماتهم ومعتقداتهم وقيمهم حتى وإن كانت هذه المعلومات خاطئة.

ويتميز العصر الحالي (المعلوماتية) بتعدد وسائل الإتصال وتنوعها، وأثرها في قابلية الفرد لتصديق المعلومة، وقد أشار مخيمر (١٩٦٤) في هذا الصدد إلى أن بعض الناس يميلون إلى تصديق الراديو، والبعض يميل إلى تصديق الصحف نظراً لأنها تنشر الموضوع مدعماً بالوثائق، والبعض وصل إلى مرحلة الشك المزمن في وسائل الإعلام لكثرة ما تعرض له من أكاذيب جعلته يعتبر كثيراً مما يقال مجرد دعاية. ولكن إذا كان ذلك يصدق على ما قبل ١٩٦٤ فإن عصر المعلوماتية وتقدم وسائل الاتصال بدأ في السبعينيات وغير في طبيعة الحياة وقوانينها ولم يعد حال الأفراد كما كان قبل هذه الفترة، يرى خضيرى (٢٠٠٠) أن العصر الحالي يتميز بعنصر الاتصالية القصوى القائم على توفير وسائل الاتصال ودورها وفعاليتها غير المحدودة في نقل الصوت والصورة والحس المباشر إلى الأطراف الثنائية والمتعددة، وبما يحقق التواجد والحضور الفوري، وينمي أحساس الوحدة العالمية (خضيرى، ٢٠٠٠، ص ٩٨).

وهذا يساعد على قابلية الأفراد في هذا العصر للثقة في مصادر المعلومات وتصديقها.

من العرض السابق لمتغيرات قانون الشائعة ومحدداتها فإنه يمكن القول بأن عصر المعلوماتية هو عصر يمكن فيه صناعة الشائعات بصورة محكمة، إلا أنه أيضاً عصر يمكن فيه محاربة الشائعة بصورة قاطعة، فهو يملك من

المعلومات ووسائل نقلها ومصادرها وطرق معالجتها ما يتيح الفرصة لنشر الشائعة بسرعة البرق وأيضاً القضاء عليها بسرعة البرق . وقد توصلت دراسة أنتوني وجينبنز (Anthony & Gibbins.1995) إلى أهمية المعلومات للشائعة ، حيث أشارت النتائج إلى أن كم المعلومات التي يحصل عليها الفرد عن موضوع الشائعة تؤثر على تكرار ترديد الشائعة ونقلها للآخرين ، حيث أن هذه المعلومات تؤثر في مستوى القلق الشخصي ومعدلات القابلية للتصديق وأهمية الشائعة وتوجهات واهتمامات الأفراد .

ونظراً لتوافر كم هائل من المعلومات ، فإنه يصعب على الإنسان في العصر الحالي الإلمام بكل المعلومات ، ففي هذا العصر وأمام هذا التطور الهائل والتحديث والتطوير المستمر يمكن أن يوصف الإنسان إلى حد ما بالجهل مقارنة بين كم المعرفة المتاح والمعرفة التي لديه ومن ثم فإن الإنسان أمام احساسه ومعرفته لهذا العجز يميل إلى تصديق كل شيء فيه جزء من الصدق أو المنطق أو العقلانية ، يساعد ذلك الحرية الفكرية وتقديم وسائل الاتصالات ، واتساع القدرة على التخيل والتصور والخبرات السابقة .

مقاومة الشائعة

إذا كانت الشائعة في العصر الحالي تختلف عنها في العصور السابقة ، فهل يمكن أن تختلف طرق محاربتها أيضاً في ضوء خصائص عصر المعلوماتية؟ ويعرض القاضي (١٩٩٧) عدة أساليب لمقاومة الشائعة من خلال نتائج الدراسات التي أجريت في هذا المجال ، ومن هذه الأساليب : نشر الحقائق ، الصمت ، والتجاهل والمواجهة بشائعة مضادة ، التشكيك في المصدر ، والتجريم . وفيما يلي شرح لهذه الطرق في ضوء عصر المعلوماتية .

نشر الحقائق والمعلومات

ويهدف هذا الأسلوب إلى تكذيب الشائعة من خلال التأثير على عنصرَي الغموض العام والقابلية للتصديق ، وقد أكد الإسلام على هذه الطريقة منذ أربعة عشر قرناً حيث يقول الله تعالى في كتابه الكريم : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾ (الحجرات) .

كما حددت الآية أيضاً الثقة من مصدر المعلومات ، فالفاسق مصدر لا يوثق به في نقل المعلومات ، ومن ثم فإنه في العصر الحالي يمكن استغلال الكم المتراكم من المعلومات ، والوسائل المتعددة وسهولة استخدامها للحصول على المعلومات الكافية لإدانة الغموض حول الشائعة ومن ثم ظهور الحقيقة ، وذلك لما يبدية الأفراد من رغبة في الحصول على المعلومات واحترامهم لقيمتها خاصة عندما تكون من مصادر معلوماتية موثوق بها .

كما أن سرعة نشر هذه الحقائق والمعلومات المتعلقة بالشائعة اعتماداً على الوسائل التكنولوجية المتطورة ، وشبكات المعلومات واسعة الانتشار (الانترنت) يمكن أن يؤدي إلى مواجهة الشائعة بصورة سريعة وفعالة والقضاء عليها فور ظهورها وقبل أن تترك أثراً لدى الأفراد .

أسلوب الصمت أو التجاهل

ويعتمد هذا الأسلوب على خفض عامل الأهمية ، فالصمت والتجاهل يمكن أي يوحي بأن الموضوع غير مهم ، ومن ثم يفقد الأشخاص الذين يروجون الشائعة دافعيتهم للاستمرار وتنتهي الشائعة ، وإذا كان هذا الأسلوب يجدي في العصور السابقة ، فإن عصر المعلوماتية وما يتميز به

من رغبة في الحصول على المعلومات ويسهل الحصول عليها من مصادر متعددة، لا يترك مجالاً للصمت أو التجاهل الذي قد يعني أنه ليس هناك معلومات للدفاع ضد موضوع الشائعة ومن ثم يؤدي إلى ترسيخ الشائعة.

أسلوب الشائعات المضادة

ويستخدم هذا الأسلوب للتأثير في القابلية للتصديق والقلق الشخصي، وأهمية الشائعة، ويكثر في عصر المعلوماتية استخدام هذا الأسلوب استناداً إلى توافر كم كبير من المعلومات والمعلومات المضادة، التي يمكن صناعتها من خلال استغلال وسائل المعالجة المتطورة.

التشكيك في مصدر الشائعة

ويستخدم هذا الأسلوب للتأثير على القابلية للتصديق والأهمية، فالمعلومات التي يتم الحصول عليها من مصادر مشكوك في صدقها لا تقبل التصديق بسرعة، كما أنها تفقد أهميتها لدى الأفراد، ومن ثم ينخفض مستوى القلق الشخصي. ولذلك فقد أكد الإسلام على معالجة الشائعات باللجوء إلى المصادر الصادقة لتخفيف الخوف والقلق والتوتر

تجريم الشائعة

ويعتبر هذا الأسلوب من أساليب العلاج التي تهدف إلى استخدام العقاب لكف السلوك، وقد كان للإسلام السبق في الإشارة إليه، ففي القرآن الكريم يقول الله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ يَرْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ ثُمَّ لَمْ يَأْتُوا بِأَرْبَعَةِ شَهَادَةٍ فَاجْلُدُوهُمْ ثَمَانِينَ جَلْدَةً وَلَا تَقْبَلُوا لَهُمْ شَهَادَةً أَبَدًا وَأُولَئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ﴾ (النور).

وهي نفس الصفة (الفسق) التي وصف بها من يأتي بنبأ غير صحيح ،
وهناك محاولات عديدة في عصر المعلومات لوضع الضوابط لاستخدام
المعلومات وتداولها والحصول عليها والملكية الفكرية والأمانة العلمية
وغيرها من القيم ، وهذا ما تم الإشارة إليه في مقدمة الدراسة من ضرورة
توثيق العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والأخلاق والثقافة .

من العرض السابق يتضح أن الشائعة في عصر المعلوماتية تختلف في
بعض جوانبها عنها في العصور السابقة ، وأن الإمكانيات المتاحة في هذا
العصر يمكن أن تساعد في نشر الشائعات وأيضاً يمكن أن تساعد في
محاربتها ، وأفضل المجتمعات في هذا العصر التي تسمح بانتشار مصادر
المعلومات وتيسر الحصول عليها ، ففي هذا المناخ يصعب إنتشار الشائعات
ويسهل مقاومة ما قد ينشأ منها .

والدراسة الحالية تدعو الباحثين إلى الاهتمام بهذا المجال والتأصيل النظري
اعتماداً على النقد الموضوعي والتحليل وإجراء البحوث التطبيقية ، وتطوير
أدوات قياس صادقة وثابتة تصلح للاستخدام في ظل المتغيرات الجديدة .

المراجع

المراجع

- السيد ياسين (١٩٩٩): الجحيم المعلوماتي المرفوض، جريدة الأهرام المصرية، العدد ٤١٢٤٧، السنة ١٢٤ بتاريخ ١١/١١/١٩٩٩
- بيل جيتس (١٩٩٨): المعلوماتية بعد الانترنت : طريق المستقبل، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة العدد ٢٣١، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب .
- حامد عمار (١٩٩٩): دراسات في التربية والثقافة (٧): في التنمية البشرية وتعليم المستقبل، القاهرة، الدار العربية للكتاب .
- صلاح مخيمر (١٩٦٤): سيكولوجية الاشاعة، القاهرة، مكتبة سعيد رأفت .
- عبد الرحمن توفيق (٢٠٠٢): التفكير بزمان المستقبل، جريدة الأهرام المصرية، العدد ٤٢٠٨٠، السنة ١٢٦، بتاريخ ٢١/٢/٢٠٠٢م
- عصام مفلح (١٩٩٩): النظام العالمي الجديد وحرب الاتصالات، مجلة الكويت، العدد (١٨٩) يوليو، ص ٦٨-٦٩
- فرانك كليش (٢٠٠٠): ثورة الانفوميديا: الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتك؟، ترجمة حسام الدين زكريا، عالم المعرفة، العدد ٢٥٣، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب .
- محسن أحمد الخضيرى (٢٠٠٠): العولمة : مقدمة في فكر وإقتصاد عصر اللادولة، القاهرة، مجموعة النيل العربية .
- محمد كمال القاضي (١٩٩٧): السياسة والحرب النفسية، القاهرة، مركز الإعلام للشرق الأوسط .

محمد عثمان الخشت (١٩٩٦): الشائعات وكلام الناس : أسرار التكوين
وفنون المواجهة، القاهرة، مكتبة ابن سينا .

محمود السيد أبو النيل (١٩٨٦): علم النفس والشائعات، القاهرة، دار
غريب للطباعة والنشر والتوزيع .

نبيل على (٢٠٠١): الثقافة العربية وعصر المعلومات : رؤية لمستقبل
الخطاب الثقافي العربي، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٢٧٦،
الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب .

هانس بيتر مارتين، هارالد شومان (١٩٩٨): فح العولمة : الاعتداء على
الديمقراطية والرفاهية، ترجمة عدنان عباس علي . عالم المعرفة،
العدد ٢٣٨، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب .

هربرت أ. شيلر (١٩٩٩): المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام
رضوان، عالم المعرفة، عدد ٢٤٣، الكويت، المجلس الوطني
للثقافة والفنون والآداب .

Anthony, S. (1992): The influence of personal characteristics
on rumor knowledge and transmission among the deaf;
American Annals of the Deaf, v. 137, ni pp. 44-47.

Anthony, S. & Gibbins, S. (1995): Believability and impor-
tance as determinants of trumor among deaf college
students; American Annual of the Deaf; V. 140, n3 pp.
271-278.

Bordia, P. & Rosnow, R.L. (1998). Rumor rest stops on the
information highway: Transmission patterns in a com-
puter - Mediated rumor chain; Human Communica-
tion Research, V25 n2 pp. 163-179.

- Rosnow, R.L. (1988). Rumor as Communication: A Contextualist Approach; *Journal of Communication*, V38, n1 pp. 12-28.
- Scheibel, D. (1999). "If your Roommate dies, you get a 4.0" من Reclaiming rumor with Burke and Organizational Culture: *Western Journal of Communication*; V63 N2 pp. 168-192.
- Walker, C. & Blaine, B. (1991): The virulence of dread rumors : A field experiment; *Language and Communication*, v 11 n4 pp. 291-297.