

كلية التدريب
قسم البرامج التدريبية

الدورة التدريبية

(أساليب مواجهة الشائعات)

خلال الفترة من: ١٠ - ١٤ / ٦ / ١٤٣٤هـ

الموافق: (٢٠ - ٢٤ / ٤ / ٢٠١٣م)

(تأثير الشائعات على الأمن الوطني)

إعداد

الرائد / متعب بن شديد الهماش

الرياض

١٤٣٤هـ / ٢٠١٣م

مقدمه

إن النفس الإنسانية على مر العهود و القرون جبلت على حب الجديد. فنرى أن غالبية الناس تستمع إلى الأحاديث اليومية لتعرف ما الجديد إما بالإنصات أو بالمشاركة فيه. ربما يكون هذا الحديث زائفاً أو صحيحاً أو خليطاً من هذا و ذلك. المهم أنه كلام أو رواية أو قصة ... الخ تتناقله أفواه الناس دون أن يعرفوا بدقة مصدر هذا الكلام، فيتداول العامة هذا الحديث الذي إن كان يحوي نسبة عالية من الصحة فسيصبح تقريباً خاوياً من الصحة نتيجة تداوله و إضافة و تحريف الناس له.

هذا الكلام المحرف المزيف هو ما يسمى بالشائعة. فالشائعة مرض خطير نفشى في جميع المجتمعات أياً كان مستوى تعليمها. هذه الشائعات مؤداها زعزعة المجتمع سواء كان ثقافياً أو اجتماعياً أو أمنياً أو سياسياً ... الخ. لاشك بأن تأثير الشائعة غير محدود على الرأي العام و خاصة إذا كان يتقبل الشائعات بشكل كبير. الأدهى و الأمر إذا كان تسريب الشائعة عن طريق مصدر معادي سواء من خارج الوطن أو داخله. لأنه في الغالب تكون الشائعة مدروسة قبل إطلاقها و يسهل أيضاً انتشارها و لكن يصعب علاجها و أضرارها أكبر لو أن مطلقها شخص عادي لا يقصد من ورائها الضرر بأنواعه المختلفة (أمني، سياسي، اقتصادي، اجتماعي... الخ).

في الغالب الشائعة سابقاً تكون منطوقة و كان الناس تتأثر بالكلمة المنطوقة (و لا زال في بعض الأحيان) أكثر من الكلمة المكتوبة فكما قال هتلر(كل الأحداث العظام التي هزت العالم لم تحدثها المادة المكتوبة بل الكلمة المنطوقة). في زمننا الحالي قد يكون الوضع مختلفاً حيث ظهر ما يسمى الإعلام الاجتماعي بوسائله المتعددة والمتنوعة. فأصبح هذا الإعلام الاجتماعي أحد الوسائل الملائمة لانتشار الشائعات بشكل سريع يصعب تحيله. و مما يجعل دراسة الشائعات أكثر صعوبة من غيرها هو أنها تتعلق بالعديد من العلوم و الموضوعات و هي الدين، علم النفس، الإعلام، الاجتماع، الرأي العام.. الخ.

الباحث في هذه الورقة سيتناول الشائعات و الأمن الوطني من خلال ما يلي:

- تعريف الشائعة و مقوماتها.
- خصائص و سمات الشائعة.
- مصدر و مروج الشائعة.
- الأشكال التي تأخذها الشائعات في الانتشار.
- نصائح يجب إتباعها لمواجهة الشائعات.
- خطورة الشائعات على الأمن الوطني.
- الصفات التي يجب توفرها في رجال مواجهة الشائعات.
- دور رجال الأمن الوطني في التعامل مع الشائعات.

تعريف الشائعة:

يذكر أحد الكتاب (La Monica: 1999) بأن الشائعة هي الجملة التي لا يمكن اثباتها أو نفيها.

و يرى الباحث بأن الشائعة هي:

كلام مختلق أو يحمل نسبة من الصحة و يتميز بالأهمية و الغموض و ينتقل بين الناس عن طريق المشافهة أو الكتابة أو عن طريق إحدى وسائل الإعلام و الاتصال سواء بغير هدف أو هدف مضررة الطرف الآخر المستهدف لتحقيق هدف معين سواء على مستوى الشخص أو الجماعة أو المنطقة أو الدولة أو العالم بأكمله مع توفر الأسباب لترديدها و تصديقها من قبل الجمهور.

مقومات الشائعة:

مما سبق يتضح لنا أن الشائعات تقوم على عدة مقومات و هي:

١. سلوك إنساني غير سليم.
٢. ظاهرة اجتماعية قديمة.
٣. مادة الشائعة هي الخبر سواء كان مختلقاً أو يحوي نسبة من الصحة.
٤. ولادة الشائعة و خروجها للحياة عن طريق أهميتها و الغموض الذي يكتنفها و توفر الأسباب لدى الجمهور لتصديقها و ترديدها.
٥. أساس الشائعة هي الكلمة المنطوقة غالباً و ربما تكون غير ذلك خصوصاً مع ظهور الإعلام الاجتماعي.
٦. يصدر الشائعة شخص أو جماعة أو منظمة أو دولة للإضرار بالطرف الآخر المستهدف.
٧. تتعلق الشائعة بموضوعات هامة سواء على مستوى الفرد أو الجماعة أو الدولة أو العالم.

٨. تنتشر الشائعة عن طريق المشافهة و رسائل البريد الالكتروني و الفاكس (وسائل الإعلام والاتصال) ورسائل الهاتف المحمول و المنتديات و تطبيقات المحمول و الأجهزة المختلفة.

٩. يصعب التأكيد المباشر من صحة الشائعة و لا يتم معرفة صحتها إلا بعد فترة قد تطول أو تقصر بناء على الظروف المحيطة بها.

١٠. تهدف الشائعة للتأثير على مستقبلها و على الرأي العام.

١١. مستقبل الشائعة يقوم بترويجها في الغالب.

١٢. أسلوب الشائعة يعتمد على المبالغة في عرضها و تضخيمها و ذلك بمرور الوقت.

١٣. صعوبة المواجهة الأمنية السريعة للشائعة.

١٤. تأخذ البصمة الشخصية أو المؤسسية عند إطلاقها.

١٥. قد تصدر الشائعة بقصد أو بدون قصد.

خصائص و سمات الشائعات

- لا تنبع الشائعات من فراغ في الغالب، و قد تحمل جزءاً من الحقيقة التي ترتبط بحدث معين يمنحها القوة عندما يكون هذا الحدث محوراً لاهتمامات الناس، هذا الجزء على قلته يتساقط تدريجياً خلال تداولها، و قد يصغر لتبقى المبالغيات و التفسيرات المشوهة محوراً لها.
- من يروج للشائعة يملك القدرة على الانتقاء منها، مع الرغبة في الإضافة إليها و تحريفها لما هو مكبوت في داخله.
- تزول بزوال الظروف التي أوجدتها، و تستدعى من الذاكرة كلما توفرت الظروف تلك التي أوجدتها أول مرة فهي مخزنة في ذاكرة الفرد و الجماعة.
- تشكل موضعاً للأحاديث والمناقشات والاتصالات و تحدث ردود أفعال متباينة تتراوح بين التأييد التام و الرفض المطلق.
- تتبدل و تتغير أكثر من مرة، وفقاً لمعطيات الزمان و المكان و في صدد الظروف المعاشة و الأحداث المتوقعة.

- تتوأم و تنتشر وفقاً للوسائل المستخدمة في توصيلها للآخرين، و يشتد تأثيرها في حالات الصراع و القلق و الإحباط.
- غير محددة المصدر غالباً، يتداولها الناس دون التحقق من صدقها و مضمونها الذي يكشف عن مقاصدها يشير إلى مصدرها و قد يقيم الدليل عليه.
- هي عملية نشر المعلومات و نتاج هذه العملية.
- من السهل أن تنطلق الشائعة و من الصعب أن تتوقف فالشائعات تسير بسرعة النار في الهشيم.
- قد تكون الشائعة صادقة في جزء من محتوياتها.
- قد تكون كاذبة و عارية من الصحة.
- قد تكون الشائعة صادقة و كاذبة و ذلك عند انتشار أسماء محتملة لتولي مناصب معينة.
- تهتم بها وسائل الإعلام و تتداولها صراحة أو باستخدام الأسلوب الرمزي.
- و كما بين جوردون اولبورت و ليوبوستمان (١٩٦٤م) بأن الاشاعة تسري لأهمية الأحداث بالنسبة للأفراد و عند نقصان الأخبار و غموضها.

مصدر و مروج الشائعة

إن وراء كل شائعة تنتشر بين الأفراد و الجماعات مصدراً مستفيداً و مروجاً ناقلاً للشائعة و من أمثلة مصدر و مروج الشائعة:

١. فرد واحد ضد شخص ينافسه.
٢. حزب سياسي ضد حزب آخر مضاد له.
٣. المعارضون السياسيون لنظام الحكم.
٤. خبر إعلامي أو صحفي من وكالة أنباء أو صحافة... الخ.
٥. هيئة دولية، فريق، رسام، رئيس شركة... الخ.
٦. دولة ضد دولة أخرى أو مجموعة دول.
٧. الطابور الخامس ضد الدولة.
٨. المرضى النفسيون.

٩. بالونة اختبار.

١٠. شخص بحسن نية.

الأشكال التي تأخذها الشائعات في الانتشار

الشائعة كخبر أو قصة بها ظل من الحقيقة تحيطه مجموعة من الأكاذيب والمعلومات المغلوطة، وكراريتها الحقيقة أنها قابلة للتصديق من جانب المتلقي لها . كما تحمل إضافة كثير من التفاصيل إليها عند كل مستقبل و مردد لها، وبالتالي تخرج في كل مرة في سياق مختلف حسب طبيعة الشخص الراوي .

والشائعات قد تكون عن قصد أو غير قصد، و تلعب الشائعات المقصودة دوراً رئيساً في وقت الأزمات لأنها تثير العواطف و تترك أثراً معنوياً عميقاً في النفوس. أما الشائعات غير المقصودة والناجمة عن الثرثرة الكلامية بين الناس أو عبر شبكات المعلومات، ففي تناقلها و الاستماع إليها متعة لدى البعض تساعد على نشر هذا الكذب. والأخبار غير الصادقة تثير الشكوك في النفس البشرية وتفقد الثقة و تنشر الفتن و الفرع و الرعب بين طبقات المجتمع مما يؤثر على وحدة البلاد و العباد، و سلامة أراضيها و هبتها و مركزها المالي و السياسي و الاجتماعي. و تنشر الشائعات بتوفر الظروف المناسبة لانتشارها و من أبرزها غياب الحقيقة ودرجة الأهمية وغموض الموضوع والوقت المناسب والملائم والخصائص السيكولوجية للناس والمناخ العام في ظل تطور الاتصالات ومتغيراتها السريعة . وتسبق الإشاعة الشائعة من حيث الزمن إذ يبدأ من له مصلحة في إشاعة موضوع كاذب فيشيعه حتى يشيع الموضوع أو المعلومة الكاذبة بين الناس فتصبح بعد ذلك شائعة و من هنا تكون الشائعة أتي تالية على الإشاعة. وتأخذ الإشاعات و الشائعات في انتشارها عدة طرق ما يسهل تداولها وترويجها وانتشارها عدة طرق ما يسهل تداولها وترويجها وانتشارها بين الناس ويتم اختيار الطريقة غالباً طبقاً للمناخ السائد في المجتمع الذي تستهدفه الشائعة خاصة مدى الثقافة العامة و الوسيلة التي يمكن استخدامها في نشر الشائعة.

تنتشر الشائعات متى ما توفرت الظروف المناسبة لانتشارها بسرعة رهيبية و تأخذ أشكال عدة (المقصود بالأشكال: القالب أو الطريقة التي يختارها من يصدر الشائعة حتى يسهل تداولها و ترويجهها و انتشارها بين الناس ويتم اختيار هذا الشكل غالباً طبقاً للمناخ السائد بالمجتمع الذي تستهدفه الشائعة خاصة مدى الثقافة العامة و الوسيلة التي يمكن استخدامها في نشر الشائعة).

و أبرز أشكال نشر الشائعات ما يلي:

كلام الناس و أحاديثهم.

وسائل الإعلام و أخبارها

المقالات الصحفية.

كتب السير الذاتية

الرسم الكاريكاتيري.

المنشورات.

المثل الشعبي.

النكت والفكاهات.

الصور الملفقة باستخدام التقنيات الحديثة.

رسائل و تطبيقات الهاتف المحمول.

البريد الإلكتروني.

منتديات و مواقع الانترنت.

الأخطاء الفنية.

و من الموجز إلى التفاصيل (الهامش: ٢٠٠٨م)

أولاً/ كلام الناس وأحاديثهم :

يأتي ذلك في عبارات قصيرة مفهومة الكلمات لنشرها واستيعابها بسهولة وسرعة، وتكون في أماكن كثيرة مثل المجالس والاستراحات في المملكة العربية السعودية، والديوانيات بالكويت، والمقاهي والنوادي بمصر. ويؤكد البعض الشائعات بقوله أن هذا الكلام أكيد مائة في المائة بل البعض تجاوز ذلك بقوله مليون في المائة . ومن تلك الأمثلة ما تداوله الناس في

المجالس والمكاتب عن قصة الفتاة العمانية التي تحولت إلى حيوان يبدو كالقردة وذلك إثر مشاجرة مع والدتها وانتهاكها لحرمة القرآن الكريم وذلك برميها المصحف على الأرض حسب زعمهم. وأكدوا كلامهم بذكر المكان وهو المستشفى السلطاني في عمان. وقد ذكر الباحث عدم صدق هذا الكلام ولكن للأسف لم يقتنع أحد من الحضور إلا بعد أن قام بالاتصال بالمستشفى و أكدوا على أنها شائعة. و كان أصل الصورة عبارة عن مجسم مصنوع من مادة السيليكون قامت بصنعه الاسترالية باتريسا.

ثانياً/ وسائل الإعلام و أخبارها:

يشمل هذا النوع كل من الخبر الإذاعي و التلفزيوني و الصحفي و يستخدم الخبر الإعلامي في كثير من الحالات و منها: الحروب أو التهديد بها أو عند وجود المشاكل السياسية وذلك بنشر الشائعات عن قوة تلك الدولة وأسلحتها المتطورة وتأثيرها الكبير . وربما تعيد بعض الوسائل الإعلامية المحايدة أو الصديقة نشر هذه الشائعات على أنها أخبار صحيحة مستقاة من وكالات الأنباء التي أرسلتها ومن أمثلة الأخبار الإعلامية ما أشاعت به دولة العراق أن بوسعها أن تحرق نصف إسرائيل بال سلاح الكيماوي المزدوج وذلك خلال حرب الخليج عام ١٩٩٠م ما أثار حالات من الفزع داخل المجتمع الإسرائيلي وكذلك بعض الدول العربية المجاورة للعراق بل وهاجر البعض من المدن القريبة للعراق خشية تعرضهم لذلك. وربما تم اتخاذ احتياطات أمنية وقائية قد لا يكون هناك داع لاستعمالها. ولم يتم بعد كل هذه الشائعات إلقاء أي نوع من تلك القنابل بل انه بعد التفتيش الذي تم من قبل القوات الأمريكية و البريطانية للعراق لم يجدوا مايدل على ذلك. وكذلك تجد الشائعات طريقها عندما يكون مصدر الخبر غير محدد مثل مصدر مسئول أو مصدر في الحكومة فضل عدم ذكر اسمه وبالرغم من أن احتفاظ الصحفي بسرية مصادره أمر مقبول إعلامياً إلا أن هذا الأمر قد استغل بشكل سيء لنشر الشائعات. إضافة إلى أن بعض الصحفيين يسعون بكامل جهودهم للسبق الإعلامي بغض النظر عن مصداقية الخبر أو أنه ناقص أو ما هي الظروف المحيطة فيصبح لدى الناس اليقين بأنه الحقيقة كاملة.

ثالثاً/ المقالات الصحفية:

المقال الصحفي عبارة عن موضوع يتناوله الكاتب من رؤيته للأحداث الجارية في المجتمع ويعرضها بلغة واضحة للقراء وبأسلوبه الشخصي في الصحيفة. وللمقال عدة أنواع أهمها المقال الافتتاحي والعمود الصحفي والمقال النقدي والمقال التحليلي. ويكمن خطورة هذا النوع لأهمية الكاتب ومتابعة القراء له فكل ما يكتبه يظن القراء أنه صحيح لاعتقادهم أنه مطلع على خفايا الأمور ويعتقد القراء أنه لو كان هذا الكلام غير صحيح لما نشرت الصحيفة هذا المقال.

رابعاً/ كتب السير الذاتية :

وهي الكتب التي تتناول قصة حياة شخص بعينه و تتناول أحداث حياته سواء كانت بقلمه أو بقلم غيره. و هذا النوع كثيراً ما يتضمن شائعات لعدم اطلاع كثير من الناس على بعض القضايا التي اطلع عليها هذا الكاتب أو لوجود هذا الكاتب في منصب أو مكان يساعده و يسمح له بمعرفة الكثير من الأمور. و قد يستغل الكاتب هذه المعرفة أو المكان الذي كان يعمل به أسوء استغلال لتحريف و تزوير بعض الحقائق التاريخية. و هذا ربما ملاحظ عند بعض الكتاب الذين عاصروا بعض الثورات و الحروب و اختلاقتهم الكثير من الشائعات و نشرها في كتبهم.

خامساً / الرسم الكاريكاتيري:

و يقصد به الرسم الذي يحاكي بسخرية مبالغ بها أحياناً بعض الأحداث أو الشخصيات و غيرها ليضحك منها المتلقي. و يتميز الكاريكاتير بقدرته على جذب الناس و سهولة فهم معناه حتى و إن كان مكتوباً بغير لغتهم لأنه يرسخ لدى كل من يشاهده. و يأخذ الكاريكاتير مسار الشائعة عندما يكون موضوع الشائعة ملامساً لرغبات الناس أو آلامهم فيتخيلون أو يخمنون تصوراً معيناً لما سبق. و من الكاريكاتيرات ما نشرته إحدى الصحف اللندنية (Evening Standard) و مضمونه أن أحد الحكام يتحدث (بينما هو في حالة حرب مع دولة أخرى) لشعبه من إحدى المخابئ السرية تحت الأرض و الحراس محيطين به و هو يقول للشعب "أيها الشعب العظيم مستعدون نحن للحرب.. سنقف صامدين في وجه أعوان الشيطان.. النصر لنا أيها الأشاوس" و صورة الشعب في حالة يرثى لها (الشرق الأوسط: ٢٠٠٣م).

سادساً/ المنشورات:

هي عبارة عن أداة مكتوبة للاتصال بالجمهور ولها طبيعة خاصة و تستخدم لتحقيق أهداف معينة للتأثير على الرأي العام. و ربما يشتمل المنشور على شائعة أو أكثر و يوزع على الناس في تجمعاتهم مثل المساجد، الجامعات، المدارس، الأسواق و قد يوزع على السيارات أو يرمى على الأرصفة و الشوارع أو تحت أبواب المنازل.

و المنشورات إما أن تكون معلومة المصدر و هي التي تعلن عن مصدرها بشكل واضح مثل القوى الضاغطة و قادة الرأي العام أو بعض الأجهزة الاستخباراتية لأهداف معينة. و قد تكون المنشورات مجهولة المصدر و تصدر عن أحد التنظيمات السرية المعارضة للدولة أو أشخاص معارضين للدولة أو طائفة معينة. و من أمثلة المنشورات بصفة عامة منشور عنوانه (وصية الشيخ أحمد حامل مفاتيح الحرم النبوي الشريف) و مفاد هذا المنشور الكاذب أن الشيخ أحمد -المزعوم هنا- بينما هو في الحرم النبوي الشريف يقرأ القرآن غلبه النوم فأتاه الرسول صلى الله عليه وسلم و أخبره - كما يدعي - بأنه قد مات خلال ذلك الأسبوع أربعين ألفاً من الناس على غير إيمانهم و أن النساء لا يطعن أزواجهن.. الخ و ذكر في المنشور أيضاً بأن الرسول صلى الله عليه وسلم قال من نشر هذه الوصية سيحظى بشفاعتي يوم القيامة. و تضمن كذلك عظات كثيرة و يطلب في نهاية الورقة تصويرها وتوزيعها لكسب الأجر و البعد عن المصائب التي ستحل بمن لا يفعل ذلك. و ذكر قصة مكذوبة بأن أحد الأشخاص صور هذه الوصية ووزعها فرزقه الله بمبلغ مالي كبير فوراً بينما في نفس الوقت كان هناك شخص آخر كذب هذه الوصية فتوفى ابنه في نفس ذلك اليوم، و أن من لم يصورها سيصاب بمصيبة كبيرة. وكانت هذه الشائعة منتشرة إلى وقت قريب مضى باستمرار و تخرج في كل مره بصيغة مختلفة. وقد كذب المفتي العام للمملكة العربية السعودية هذه الوصية و بين الحقائق في فتوى أصدرها. و قد استغرب سماحة المفتي كيف انطلت هذه الشائعة على الناس (المسند: ٢٠٠٠م).

٧- الأمثال الشعبية:

المثل هو كل جملة أو أكثر تكون متناسقة في البناء و ناتجة عن معارف و تجارب الناس و تتناقل من جيل إلى جيل آخر ومن السهولة حفظه لما به من سجع و لكلماته

المختصرة. و قد يستخدم المثل لتأكيد الشائعة و تتردد بعض الأمثال مثل: حاميها حراميها، ما فيه دخان من غير نار. و يشمل مواضيع متعددة بهدف الإساءة و مثال ذلك عندما تنتشر شائعة عن مسئول مالي تفيد بأنه يختلس المبالغ فيؤكد لها البعض بالقول حاميها حراميها. و يؤكد أحد الباحثين (كابفيرير: ٢٠٠٧م) أن بعض الأمثلة تعتبر شذوذ كقول المأثور (لا دخان بدون نار) فلا معنى لهذا القول إلا إذا كان يُقصد بالنار الانفعال و المخيلة أحياناً للشهود و الأشخاص الذين ييثون الشائعات عمداً. و في الحقيقة أن التعلق الشعبي بهذا القول المأثور هو الطريق الذي تسلكه الشائعة في التلاعب بالعامه. فالمنطق العقلي للناس واضح: وراء كل دخان خيط من الحقيقة. أخيراً اكتشف الخبراء الاستراتيجيون قاعدة للتحرك و هي: روجوا للشائعات، فلا بد من أن يبقى منها شيء.

٨- النكت:

لا يخلو مجتمع من المجتمعات غالباً من روح الفكاهة و التي تعبر عن تصوراتها الاجتماعية و تبين أخلاقهم و عاداتهم و سلوكياتهم للتنفيس عنهم. و تنتشر الشائعات عن طريق اصدار النكت بسهولة نشرها لدى الناس و خاصة ذوي الثقافة البسيطة و المتوسطة الذين هم بالطبع الأغلب في المجتمع. و على الرغم من أن الشائعة موضوع قابل للتصديق لتقبل الناس لها إلا أن النكت تنتشر من وحي الخيال بناء على الظروف السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية لأبناء المجتمع ليضحكوا منها إلا أنها تجدد طريقاً لتلامس طموحاتهم و آمالهم و آلامهم فتسلك مسلك الشائعة. و يبين أحد الكتاب (مالك مخول: ١٩٨٥م) بأنه ليس هناك خط فاصل بين الشائعات و الفكاهة و لو أن الثانية تميل إلى الخيال و الأولى إلى الجدية. و من هذه الفكاهات ما يسمى كذبة أبريل و مثالها عندما بعث مراسل وكالة الأنباء اليونانية في بروكسل ببرقية تشير إلى أن المجموعة الأوروبية قررت بصورة مفاجئة شق نفق تحت البحر يربط بين ايطاليا و اليونان بهدف تقريب اليونان من المجموعة الأوروبية، ولسوء حظ المراسل وجدت إدارة الوكالة أن الخبر معقول نسبياً فأذاعته الوكالة. و المراسل كان يقصد من إرساله للخبر مجرد الدعابة بمناسبة أول أبريل. و كذبة أول ابريل ليست دائماً في هذا اليوم ففي بعض الدول تكون في تواريخ أخرى مثل الهند ٣١ مارس و المكسيك ٢٨ ديسمبر.

٩- فبركة الصور بالتقنيات الحديثة:

يقصد بذلك تعديل الصور لتبدو كأنها حقيقية سواء بالإضافة أو الحذف أو كليهما باستخدام برامج معينة و منها الفوتوشوب لتحقيق هدف معين. و من تلك الصور ما نشر للدخان المتصاعد من مركز التجارة العالمي بنيويورك (الأهرام: ٢٠٠١) بعد تفجيرها يوم الثلاثاء الموافق ١١ سبتمبر ٢٠٠١م. و أن الدخان ظهر فيه وجه شخص شرير و قد كان عنوان الصورة (الشیطان ظهر في نيويورك). و من الأمثلة كذلك شريط الفيديو الذي عرض في بعض القنوات التلفزيونية عام ٢٠٠٤م و مضمونه أن أمريكياً أظهر نفسه كرهينة مكتوف الأيدي و أبو مصعب الزرقاوي يقوم بذبحه بسكين و كان عنوان الشريط (أبو مصعب الزرقاوي يذبح أمريكياً). و كان اسم الضحية واضحاً بالشريط و بعدها بادرت إحدى وكالات الأنباء بالبحث عن معلومات تخص الضحية فتوصلت إلى رقم تليفونه عن طريق الانترنت فاتصلوا به و كانت المفاجأة عندما رد الضحية بنفسه و قال أنه هو الذي أعد الشريط بهدف دعم حملته للترشيح لمنصب سياسي محلي داخل الولاية و برر إقدامه على إعداد ذلك الشريط المفبرك لسببين الأول لجذب الانتباه و الثاني للإشارة إلى سهولة فبركة مثل هذا النوع من الأشرطة (الحطيم: ٢٠٠٤م).

١٠- رسائل و تطبيقات الهاتف المحمول:

و تأخذ الشائعة انتشارها عبر رسائل الهاتف المحمول عن طريق ما يسمى برسائل (SMS) و رسائل (MMS) و التطبيقات المختلفة كتطبيق (What's up) و التي لها الأثر الكبير لسرعة انتشارها بين الناس بفضل زيادة أعداد مستخدمي هذه التقنية، و تأتي في الغالب الإشاعة أولاً من جوال مجهول يعنون في بعض الأحيان مثلاً ب (فاعل خير) و بعد ذلك يقوم المستقبل بإرسالها لأقاربه و أصدقائه دون التأكد من الخبر. أما بالنسبة لأصدقائه و أقاربه المستقبلين للرسالة فيعتقدون بأن المرسل لم يرسلها إلا و هو متأكد من صحتها لأنهم يعرفونه إما بحكم العلاقة الأسرية أو الصداقة فيرسلوها بدورهم للآخرين و هكذا. و من أمثلة هذا النوع ما تردد من شائعات عن تهريب كميات كبيرة من الشمام المحقون ب حقن الإيدز إلى السعودية عن طريق الحدود الشمالية كما تزعم هذه الشائعات و أنها من مصدر موثوق و هو ما نفاه المتحدث الرسمي لوزارة الصحة مؤكداً أن ذلك غير صحيح و

حتى من الناحية العلمية غير صحيح حيث أن فيروس الايدز لا ينتقل إلا عن طريق الاتصال الجنسي غير المشروع كما أنه لا ينتقل الفيروس بالأكل أو الشرب حيث أنه ضعيف رغم خطورته و لا يعيش خارج بيئة الدم أبداً. وكذلك بعد انتشار الرسوم المسيئة للرسول محمد صلى الله عليه وسلم ظهرت رسالة على الهواتف المحمولة مضمونها الاتصال برقم دولي معين للاشتراك في استفتاء حول إدانة هذه الرسوم و في نهاية الرسالة رجاء بسرعة الاشتراك قبل انتهاء موعد الاستفتاء.

١١- البريد الإلكتروني:

تنتقل الإشاعة عن طريق البريد الإلكتروني عبر إرسال رسالة بالبريد الإلكتروني. و تكمن أهمية هذا النوع في أنه يخاطب الطبقات المتوسطة و العليا لتمتعهم بقدر من الثقافة. و من أمثلة هذا النوع: شائعة عبارة عن رسالة بالبريد الإلكتروني تحذر من وجود فيروس يحمل اسم (SULFNBK.EXE) و ترغب من المستخدمين حذفه فوراً و مضمون الرسالة هو أحد البرامج الفرعية الموجودة ضمن ملفات نظام تشغيل ويندوز ٩٨ و ويندوز ميلينيوم و من الخطأ إلغاؤه (الأهرام: ٢٠٠١).

١٢- منتديات و مواقع الانترنت:

هي مواقع الكترونية يمكن لروادها طرح آرائهم و مواقفهم تجاه قضية معينة و مناقشتها و ربما تشمل موضوعاً واحداً أو عدة مواضيع و تنشر الاشاعات عبر المنتديات حيث تختلف ثقافة الأفراد و تختلف طرق تعبيرهم. و من أمثلة هذه الشائعات ما حصل في جمهورية مصر العربية عام ٢٠٠٢م في موقع على الانترنت و ترويجه لشائعات مفادها وجود سفاح في مدينة نصر يقتل الفتيات اللاتي يخرجن ليلاً و خاصة للمقاهي و أماكن الترفيه حتى أصبحت شوارع مدينة نصر شبه خالية ليلاً. و اتضح للأجهزة الأمنية من خلال المتابعة و الرصد أن الموقع لأحد الطلاب و يدرس بأحد الأكاديميات و تم القبض عليه و محاكمته بتهمة إشاعة أخبار كاذبة كان من شأنها تكدير الأمن العام و القاء الرعب بين الناس و إلحاق الضرر بالمصالح العامة (حسن: ٢٠٠٢م).

١٣- الأخطاء الفنية:

ينتج عن بعض الأخطاء الفنية شائعات تؤثر في الناس و تلحق الضرر بالمصالح العامة و الخاصة. و من هذه الشائعات برنامج تسجيلي في إحدى القنوات العربية عن (الإرهاب) و قد أثار موجة من الشائعات بأن ما يظهر في البرنامج من هجمات إرهابية هي فعلاً تغطية حية لهجمات إرهابية جديدة و ذلك بسبب كلمة (مباشر) في أعلى البرنامج و تسبب ذلك في عزل رئيسة القناة. و قد انتقلت إحدى وكالات الأنباء لتغطية الخبر الذي يؤكد بوقوع هجوم إرهابي على حافلة بها سياح أجانب و لكن عند وصولهم للموقع أفاد رجال الأمن بأنها شائعات نتيجة للبرنامج التسجيلي (اسماعيل: ٢٠٠١).

الشائعات و الأمن الوطني

تعتبر الشائعات من أخطر و افتك الأساليب المستخدمة في التأثير على الأمن و الجماهير وذلك لأنها تندس بطريقة أشبه ما تكون بالسحر وسط الجماهير. و لأنه من الصعب أيضاً معرفة مصدرها بالإضافة إلى أن ضحاياها يسمعونها من أصدقائهم مما يعطيها صورة الخبر الصادق. بل ان بعض الأحيان يكون ضحاياها هم نفس مروجيها (كحيل: ١٩٩٨م)

لذا فإن خطورة الشائعات أمر لا يستهان به، و يجب ألا يغفل دراسة خطورته على الأمن الوطني. و الشائعات تخلخل المجتمع من عدة زوايا أهمها ما يلي:

١. ربما تكون الشائعات سبباً في تعثر العمل الجماعي المنسق بما يعرقل انجاز العمل بأكمله. فكل مجتمع أو عمل جماعي يدور فيه قدر معين من الشائعات. ففي بعض الأحوال يتعثر هذا المشروع لانتشار الشائعات فيعرق العمل الجماعي المنسق.
٢. تساعد مظاهر التعقيد و العزلة و الانفصال السائدة في التنظيم الحديث على زيادة دور الشائعات سواء داخل التنظيم أو خارجه مما يزيد الحساسية الاجتماعية حيالها و السبب في ذلك نقص الحقائق الموضوعية الواجب توفرها.
٣. التوافق و الانسجام بين الميكانيزمات الاجتماعية و رغبات الأفراد في تقبل مراكزهم الاجتماعية حيث أنه بوضوح هذه الأدوار يتحدد الإطار التنظيمي. و الشائعة تمس كل ذلك فالشائعات تكون تعبيراً عن مشاعر التنافس و الغيرة و الحقد و الحسد.

٤. إن أغلب الناس يسعون إلى العيش بطريقة عاقلة معتمدين على الحقائق و المعلومات الصحيحة باعتبار أنه يستحيل تأسيس مثل هذه الحياة على الأكاذيب. فالشائعات تمثل من هذه الناحية خطراً كبيراً يهدد المجتمع خاصة فيما يتعلق بصدقها أو درجة الثقة في ناقلها، و إذا كان هناك اطمئنان بالنسبة للأصدقاء. فلن يكون هناك ذلك بالنسبة إلى ما نسمعه من الآخرين (أبو زيد: ١٩٨٠م).

خطورة الشائعات يعتمد على نوعية الشائعة و مصدرها و هدفها.. الخ. و تتمثل خطورتها على المجتمع فيما يلي:

- تثير روح الانقسام في صفوف المجتمع.
- تحطم معنويات المجتمع و تزعزع إيمانه بمبادئه و أهدافه.
- تشجيع المجتمع على الاستسلام عن طريق بث اليأس حتى يشعر أنه أمام قوة عظيمة و أن جهده ضائع دون أي فائدة (القحطاني: ١٤١٨هـ).
- يفقد المجتمع ثقته في المسؤولين و إيجاد فجوة بينهم و بين أفراد المجتمع.
- الأثر الاقتصادي الذي تخلفه الشائعة من حيث إنهاك اقتصاد الدولة عن طريق عرقلة العمل الجماعي داخل المشاريع.
- اقرار جريمة الكذب المحرم و ترويج الظن بين الناس.

خطورة الشائعات على الأمن الوطني

١. حوادث المظاهرات و الشغب داخل الدولة:

إن الصلة وثيقة بين الشائعات من جهة و بين الشغب من جهة أخرى. في بعض الأحيان الشائعات تسبب المظاهرات و الشغب في البلد و خصوصاً عندما تتعلق الشائعة ببعض الفئات و الطوائف المضطهدة (جوردون: ١٩٦٤م).

٢. بلبلة الرأي العام و نقص الثقة في الحكومة و أجهزتها:

ينتج عن الشائعات مظاهر عديدة من البلبلة الناتجة عن قيام الرأي العام سواء في حالة الحروب أو التهديد بها و ينتج عن ذلك الاستماع للأخبار و الإذاعات. عندما يقوم العدو بإطلاق الشائعات فإنه غالباً ما يسري في المجتمع حالة من الذعر و الخوف و ربما تعطل الإنتاج و تخزين المواد التموينية. و ربما في حالة الكوارث العامة سواء كانت طبيعية أو

صناعية فهذه الكوارث تستغل لإطلاق الإشاعات سواء بقصد أو بدون قصد. أو في حالة التغييرات الوزارية و الحديث عن الذمم المالية للوزراء الجدد أو السابقين.

٣. التأثير على قرارات الدولة:

إن للجماعات الضاغطة و الرأي العام أهمية كبيرة و ذلك في تحقيق أو تعطيل البرامج السياسية أو قرارات الدولة. كما أن الرأي العام مهم في وقت السلم و ذلك لتنفيذ كثير من السياسات العامة المحلية أو الخارجية و ما يتصل منها بالإنتاج و الاستهلاك... الخ (بدر: ١٩٩٨م).

٤. محاولة إرباك صانعي القرار:

الشائعة لها تأثير عام على صانعي القرار سواء باحتمال التسرع في صنع القرار أو الإبطاء في بعض القضايا الهامة أو سوء الحكم على أمور هامة و طمس الحقائق أو اضعاف الحق.

٥. اشغال المسؤولين و المواطنين عن مصالحهم الجوهرية و الالتفات لقضايا فرعية

(القحطاني: ١٤١٨هـ):

٦. صعوبة التحكم في سرعتها:

أصبح من الصعوبة التحكم في سرعة الشائعة و ذلك لعدة أسباب أهمها تطور وسائل الإعلام والاتصال فأصبحت سرعة الشائعة بعض الأحيان كسرعة الأثير.. و هذا ما نلاحظه في الشائعات (الانترنتية) التي تظهر في شبكة الانترنت.

الصفات التي يجب توفرها في رجال مواجهة الشائعات

يجب توفر صفات و خبرات خاصة لدى القائمين على مكافحة الشائعات و خاصة المكلفون بجمع الشائعات او الدعايات المضادة التي يستخدمها العدو و يمكن أن نركز ذلك فيما يلي:

١. الصفات العامة.

٢. الصفات الخاصة.

و من الموجز إلى التفاصيل:

أولاً/ الصفات العامة:

- # الالتزام الديني السليم.
- # عدم إفشاء أي معلومات يعلمون بها أو يجمعونها.
- # التدريب الجيد على الكتمان و تطبيق مبدأ المعرفة بقدر الحاجة و حسب الرتب و المراتب.
- # ألا يكون في سلوكهم الحالي ما قد يؤثر عليهم بحيث يستغل أي عيب في سلوكهم للتأثير و السيطرة عليهم (شرب المسكرات، المخدرات، النساء، الضعف المالي... الخ).
- # الموالاة للنظام الحاكم الشرعي و التأيد له.
- # ألا يكون في ماضيهم ما يتعارض مع ولائهم.. و بالإمكان الاستفادة ممن رجع إلى الخط المستقيم.
- # دقة الملاحظة.
- # حسن التعامل مع الناس بذكاء.
- # أن يكونوا من الناس الذين يتواصلون مع الناس و يعرفون احتياجاتهم و ظروفهم العامة.. فالذي يجلس على كرسي عاجي لا يحس بالناس و آلامهم.. أما الذي يعايشهم و يحس فيهم فهو قادر على جمع الشائعات و معرفة ظروف تكوينها و انتشارها.
- ثانياً/ الصفات الخاصة:
- # النضوج العاطفي و التوازن الفكري بحيث لا يتأثرون بما يجمعونه من شائعات مضادة للدولة.. فعليهم الجمع و الإبلاغ بدون تأثر.
- # توفر الأساس الكافي من العلوم السياسية و الإعلامية و الاجتماعية و الإنسانية عموماً و خصوصاً مبادئ تقصي الرأي العام.. حتى يمكن لأي منهم التمييز بين الحقيقة و الشائعة بسهولة و يسر و يسهل عليهم جمع و تقصي الشائعة.
- # تفهم الأحداث الجارية بالدولة و ما يحاط بها من أفكار معادية لها من قبل المعارضة أو الأعداء.
- # القدرة على التحليل و الاستنباط و حسن تقدير الموقف.
- # الامام باللغات الأجنبية الشائع استخدامها خاصة في محيط الجاليات الأجنبية العاملة بالبلاد و كذلك اللهجات الدارجة و أية أمثال شعبية رائجة.

الايمان بالعمل الجماعي و انكار الذات في تحقيق المصلحة العامة.
القدرة على استخدام الوسائل الفنية المساعدة (تصوير- تسجيل) مع اتقان أعمال
التحري و أساليبه المتعدده.

دور رجال الأمن الوطني في التعامل مع الشائعات

إن القارئ و المتمعن في التاريخ سيجد أن الشائعات مرتبطة ارتباطا وثيقا بالأمن.
فكما ذكر أحد المتخصصين (أبو النيل: ١٩٨٤م) في كتابه علم النفس الاجتماعي بأن
أباطرة الروم استخدموا عمال يطلق عليهم حراس شائعات و ذلك لأنهم كانوا يعانون معاناة
شديدة من الاشاعات التي تمس وطنهم. و قد كان عمل هؤلاء الحراس هو الاندماج في
المجتمع و الناس. بالإضافة إلى رصد و نقل ما يدور في المجتمع و بإمكانهم أيضاً القيام بحملة
مضادة من الاشاعات متى ما استلزم الامر ذلك.

تنفرد إدارات الأمن الوطني عن جميع أجهزة الدولة بتحمل العب الأكبر في التعامل
مع الشائعة سواء قبل ظهورها أو أثناء رواج الشائعة أو بعد معالجة أو انتهاء الشائعة و
سوف نتطرق إلى ما يلي:

— دور رجال الأمن الوطني قبل ظهور الشائعة.

— دور رجال الأمن الوطني أثناء ظهور الشائعة.

— دور رجال الأمن الوطني بعد معالجة الشائعة.

و من الموجز إلى التفاصيل (الهماش: تحت النشر):

أولاً/ قبل ظهور الشائعة:

- يجب على رجال الأمن أن تكون لديهم خبرة بالشعب و متطلباته و أن يكونوا
مختلطين به و أن يكونوا من سكانه و موزعين على جميع الأحياء.
- يلزم رجال الأمن الوطني البحث عن جميع المشاكل التي يعاني منها المجتمع و تؤرق
راحتهم لكونها بيئة خصبة لظهور و رواج الشائعات و رفعها للجهات المختصة للنظر
في حلها.

- السعي لجمع الشائعات من خلال ما يلي:

تواجد رجال الأمن الوطني في المجتمع بمختلف فئاتهم من ضباط و موظفين و أفراد.

شبكة المصادر المختلفة المتعاونة مع القطاع الأمني و العاملين فيه.

وسائل الاعلام و المراسلين.

ضباط و أفراد الأمن و الشرطة بمختلف الأقسام.

الإنترنت و مواقع المنتديات.

فمن خلال ما سبق من المصادر أعلاه يمكن لرجال الأمن الوطني الرفع عن تلك المشاكل للمسؤولين أولاً بأول مع اقتراح الحلول المناسبة لمعالجتها بحكم أنهم أقرب للمجتمع و يعرفون مطالبه.

يجب على رجال الأمن الوطني تقصي الرأي العام و خاصة حصول الناس على الخدمات العامة مع إجراء تحليل للرأي العام للوقوف على احتمالات ظهور الشائعات خاصة عند الأحداث الهامة و الكبرى بأنواعها المختلفة مثل:

صدور أنظمة جديدة.

تغييرات وزارية.

تهديد بالحرب.

كوارث طبيعية أو صناعية.

- يجب أيضاً على رجال الأمن تقدير الموقف عن تلك الأحداث وما هو متوقع من انطلاق بعض الشائعات على ضوء متابعة الأنشطة المعارضة و التي لها حركة ملموسة تجري متابعتها بصورة فعلية.. و ابداء و اقتراح الرأي و الحلول للوقاية من الشائعات المحتمل ظهورها. و متابعة الشائعات بناء على النماذج المقترحة في نهاية هذا البحث.
- تنفيذ التعليمات و الأوامر الصادرة بهذا الشأن كل حسب دولته.

ثانياً/ أثناء رواج الشائعة:

- جمع و رصد الشائعة:

يتم جمع و رصد الشائعات من خلال مراكز رصد الشائعات (المقترح) ونقاط الاستقبال، و عليها رصد الشائعات رسداً مكانياً و زمانياً و رصد نصها و شكلها و

حجمها و نوعيتها و يتم ذلك بطرق علمية مبسطة (راجع النماذج حول تحليل الشائعات حسب الموضوع/ المكان/ الزمان/ الحجم/ الخ).

- الابلاغ الفوري بمجرد صدور الشائعة للقيادات المختصة و لا يلزم في تلك المرحلة القيام بأعمال التحري أو السعي لضبط مروج الشائعة. و يمكن بعد اتمام الابلاغ معرفة الظروف و المناخ الذي نتج عنه انطلاق الشائعة و الوقوف على خلفياتها و بالإمكان السعي لمعرفة مصدر الشائعة و الابلاغ مرة أخرى.
- يتولى أعمال الجمع و الرصد القطاع الأمني باعتباره المسئول الأول عن مكافحة الشائعات و أيضاً يتولى بجانبه عدة أجهزة أخرى رسمية و لا مانع من قيام بعض المواطنين العاديين بتلك العملية سواء كانوا مرشدين أو المصادر أو الأشخاص العاديين الذين تدفعهم الوطنية أو التزامهم الاخلاقي أو الديني للإبلاغ.
- اشعار الأجهزة الأمنية الأخرى و ذلك حسب نوع الشائعة لإعادة مراجعة خطط القائمين على تلك الحراسات و مداومة المرور عليهم.. و اشعار الأجهزة المختصة بمكافحة الشغب و فض المظاهرات للاستعداد و التأهب إذا ما كان هناك احتمالات للشغب نتيجة الشائعات نفسها أو نتيجة الرد عليها.
- التعرف على ظروف انطلاق الشائعة و رواجها و مدى انتشارها و المناخ السائد و مدى ملائمتها للانتشار.
- القيام بالسعي لفهم خطورة الشائعة و خاصة على الأمن و ما هو متوقع من مخاطر نتيجة لذلك.
- المشاركة في فريق تحليل الشائعات.. و اجراء تحليل أولي للشائعة من حيث الشكل و المضمون و المكان و الزمان والفئة أو الفئات و الطوائف الموجهة لهم.. و بحث أسلوب التصدي من الناحية السياسية و الإعلامية و الأمنية وعرض الاقتراحات في ذلك على اللجنة العليا التي تتولى أعمال التحليل النهائي على ضوء المعلومات أو الحقائق التي أمكن جمعها.

- السعي لتحديد المستفيد من انطلاق الشائعة.. على ضوء ما سبق جمعه من تحريات و معلومات عن الأنشطة المضادة بصفة عامة و الذي له تحرك فعلي بصفة خاصة لاحتمال أن يكون أحد تلك الأنشطة المتحركة وراء انطلاق الشائعة.
- الاستمرار في الرصد و خاصة بحث مدى الانتشار المكاني و هل ظهرت الشائعة في عدة أماكن في وقت واحد.. و مدى قوة الانتشار و تقبل الناس.
- تنشيط المصادر و المرشدين في محيط الناس و الأنشطة المضادة المتحركة و توجيههم إلى تحري من أطلق الشائعة و جمع أي أدلة تفيد إدانتهم.. و يمكن لرجال الأمن إجراء سؤال أو مناقشة من سمع الشائعة.. و من الذي رواها له أو من روجها.
- تشكيل مجموعة عمل أو لجنة من الضباط الذين لهم صلة بنوع تلك الشائعة مع الاستعانة بالجماعة التي توجه إليهم مثلاً: الشائعة الاقتصادية، الاجتماعية، الطلابية، العمالية،... الخ.
- قيام ضباط الأمن الوطني بالمناطق أو الامارات و الفروع المنتشرة بها الشائعة إلى إجراء مناقشة سريعة للمرردين و المروجين لها لمعرفة ظروف علم كل منهم بها و من نقلها إليهم.. و جمع أي أدلة تفيد في إدانة من أصدرها.
- حصر الاشتباهات على ضوء ما يظهر من الخطوات السابقة و الكشف عن المعلومات المسجلة للمشتبه فيهم و معرفة اتجاهاتهم السياسية و نشاطهم المضاد.
- التعامل النهائي بالضبط و التفتيش و الاستجواب و ذلك بعد مراجعة القيادات و طبقاً لما استقر عليه الرأي باللجنة العليا و مراعاة اتباع الأنظمة الشرعية القانونية.
- تنفيذ أي أمر صادر من القيادة الأمنية تجاه التعامل مع الشائعة.
- ظهور المتحدث الأمني للجمهور و وسائل الإعلام و إبلاغهم بما استجد و يستجد حيال الشائعة.

ثالثاً/ دورهم بعد معالجة الشائعات

- البحث عن أي آثار لتلك الشائعات.
- البحث عن ردة الفعل.

- البحث عن الدروس المستفادة و تدريس هذه الشائعات في معاهد الأمن و أكاديمياته.
- التركيز على مدة و مدى نجاح المواجهة.
- معرفية فعالية المصادر المستخدمة و سرعتها في الابلاغ و دقتها في المتابعة.
- معرفة مدى تطابق تقدير الموقف مع الواقع الفعلي.
- معرفة مدى فعالية التنظيم المضاد و قوته و أسلوب تحركه و إمكانياته البشرية.
- معرفة مدى كفاءة التصدي الأمني و سرعة تلبية الأحداث.
- متابعة احتمال ظهور الشائعة مرة أخرى أو موتها.
- النظر في الاعلان عن مرتكبي تلك الجريمة من عدمه.
- قيام المتحدث الأمني بإيضاح الشائعة بعد المعالجة للرأي العام و الاعلام.
- أي أمر اضافي من القيادة الأمنية تجاه التعامل مع الشائعة.

أخيراً كما ذكرنا سابقاً من الضرورة تشكيل فريق لجمع و تحليل الشائعات و تكون مهامه جمع الشائعات المختلفة التي يتداولها الناس بمختلف فئاته في البلد.. و يتكون هذا الفريق من محللين للمعلومات و لديهم خبرة بالشعب و متطلباته و أن يكونوا مختلطين به و يكونوا من سكان الأحياء المختلفة (و ليسوا في مجتمعات سكنية خاصة لفئة بعينها) و يمثلوا كذلك مختلف الفئات العمرية الناضجة. و من الأفضل أن يكون لديهم الاطلاع و الثقافة الواسعة لتحليل الشائعات التحليل المنطقي العلمي.. و الوقوف على خلفيات هذه الاشاعات مع معرفة دوافعها و درجة مصداقيتها و رفع التقارير الشاملة الصادقة مع اقتراح الحلول المناسبة للجهات العليا لاتخاذ المناسب حيالها.

مثال:

في ١١ سبتمبر ٢٠٠٩م ذكرت بعض المحطات التلفزيونية الأمريكية (Browne:2009) أن خفر السواحل في الولايات المتحدة الأمريكية قد أطلق النار على قارب مشتبه به وذلك على نهر بوتوماك في واشنطن دي سي العاصمة و الذي لا يبعد عن وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاغون) كثيراً. في ذلك الوقت كان الرئيس الأمريكي باراك اوباما حاضراً لحفل إحياء ذكرى ضحايا الهجمات الارهابية التي حدثت في ١١ سبتمبر

٢٠٠١م. و قد استخدمت احدى القنوات شبكة التواصل الاجتماعي تويتر لإذاعة الخبر الذي يقول (خفر السواحل يتصدى لزورق مشبوه خلال زيارة اوباما للبتاغون).
إن الأمر استغرق حوالي ٣٠ دقيقة حتى استطاعت بعض القنوات أن تحدد أنهم سمعوا بثاً إذاعياً مفتوحاً قالوا فيه أن رجال خفر السواحل بأنه أطلق ١٠ رصاصات و كان ذلك جزءاً من تدريبات روتينية و ليس هجوماً. و لقد انتقد السكرتير الصحفي للبيت الأبيض روبرت غييز التغطية الاعلامية لتسببها في زعر الجمهور و الجهاز الأمني الأمريكي و أكد هذا السكرتير بأنه من الأفضل قبل أن يتم بث مثل هذه التقارير التحقق منها.. و في نفس السياق ذكرت إحدى القنوات أنها اتصلت بمكتب الشؤون العامة التابع لخفر السواحل و ذلك قبل نشر الخبر عن الحادث و قيل لها أن خفر السواحل لا علم له بأي نشاط على النهر.. كما أن إدارة خفر السواحل لم تعتذر عن دورها في هذا الحادث.. و لكنها وعدت بأن تعيد النظر في كل إجراءات و توقيت هذه التدريبات.

مثال آخر:

قامت القوات الأمريكية في العراق عام ٢٠٠٤م بإنشاء فريق استخباراتي يقوم بجمع الشائعات المتداولة هناك و تحليلها و الوقوف على خلفياتها و دوافعها و درجة مصداقيتها. بالإضافة إلى رفع تقارير بالنتائج للجهات العليا الأمريكية في العراق و الاستخبارات الأمريكية. و قد كان الفريق مكون من:
٦ محللين من الاستخبارات الأمريكية.
مترجمين أمريكيين من أصل عربي.
١١ عراقي من بينهم طبيب و استاذ جامعي.

معظم العاملين مع الفريق من سكان الأحياء الشعبية و يمثلون جميع الأطياف العراقية. فمن شروط العمل أن يكون جزء من العاملين يتبعون المنهج السني و الشيعي بالإضافة إلى المسيحيين. و قد شكّل الفريق الأمريكي عندما شعر القادة العسكريون الأمريكيون من أن الاشاعات أوشكت أن تشكل خطراً أمنياً عليهم حيث يروون أن جهاز الدولة العراقية السابق تحول إلى جهاز لبث الشائعات. و أوضح رئيس هذا الفريق بأنهم يعكفون على دراسة و تحليل ٣ شائعات (وقت التصريح) و هي:

- ١- تتعلق بعملية تفجير فندق جبل لبنان في وسط بغداد حيث تقول إحدى الشائعات أن صاروخاً أمريكياً تائهاً هو الذي ضرب الفندق.
 - ٢- أن فندق جبل لبنان كان يقطنه الشخص الذي ابلغ القوات الأمريكية عن نجلي صدام حسين.
 - ٣- حزب البعث عاد ليمارس العمل السياسي بشكل كبير في العراق من خلال مقر سري في لندن. و أنه سوف يقوم بتنفيذ العديد من العمليات المشابهة لما تم في فندق جبل لبنان.
- و قد ذكر أحد القادة الأمريكيين أن مما يُصعب مهمة مواجهة الشائعات أن هناك شائعات سابقة في العراق نشرها العراقيون أنفسهم و تم التأكد من صحتها. فمثلاً العراقيون كانوا يقولون أن صدام حسين كان يعيش في مكان رث و متواضع في مخبئه و قد ثبت صحة هذه الشائعة (عبدالله: ٢٠٠٤م).

نموذج تحليل محتوى الشائعات (حسب المجال الجغرافي للشائعة)

خلال الأسبوع من يوم السبت الموافق / / ١٤٣ هـ

إلى يوم الجمعة الموافق / / ١٤٣ هـ

المجموع	عالمي	عربي	خليجي	داخلي	المجال الجغرافي المناطق
					الرياض
					مكة المكرمة
					المدينة المنورة
					المنطقة الشرقية
					القصيم
					الباحة
					عسير
					المنطقة الشمالية
					جازان
					نجران
					حائل
					الجوف
					المجموع

و يكون أيضاً هناك نموذج لكل منطقة فمثلاً منطقة الرياض تقسم إلى العديد من المدن والمحافظات و المراكز كمدينة الرياض، محافظة الخرج، محافظة الجمعة، وادي الدواسر، الأفلاج... الخ.

نموذج تحليل محتوى الشائعات (حسب الموضوع للشائعة)

خلال الأسبوع من يوم السبت الموافق / / ١٤٣ هـ

إلى يوم الجمعة الموافق / / ١٤٣ هـ

الموضوع المناطق	سياسية	اقتصادية	دينية	اجتماعية	أخرى	المجموع
الرياض						
مكة المكرمة						
المدينة المنورة						
المنطقة الشرقية						
القصيم						
الباحة						
عسير						
المنطقة الشمالية						
جازان						
بجرا						
حائل						

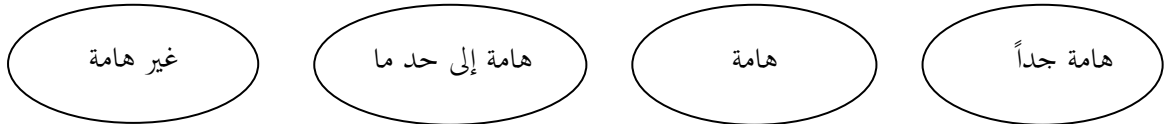
						الجوف
						المجموع

نموذج تحليل محتوى الشائعات (حسب حجم الشائعة)
 خلال الأسبوع من يوم السبت الموافق / / ١٤٣ هـ
 إلى يوم الجمعة الموافق / / ١٤٣ هـ

المجموع	أكثر من %٧٥	بين ٥٠% إلى ٧٥%	بين ٢٥% إلى ٥٠%	أقل من %٢٥	الحجم المناطق
					الرياض
					مكة المكرمة
					المدينة المنورة
					المنطقة الشرقية
					القصيم
					الباحة
					عسير
					المنطقة الشمالية
					جازان
					نجران

					حائل
					الجوف
					المجموع

نموذج عام لرصد الإشاعة



الموضوع:

نوع الإشاعة

- سياسية ()
 أمنية ()
 اقتصادية ()
 دينية ()
 اجتماعية ()

مصدر الإشاعة:

- أحد أفراد العائلة ()
 أحد الأصدقاء ()
 أحد الأقارب ()
 أحد الجيران ()

أحد الزملاء في العمل ()
أخرى أذكرها ()

.....
.....
.....

الجنس

ذكر ()

أنثى ()

كلاهما ()

العمر

تحت سن ١٨ سنة ()

١٨ - ٢٢ سنة ()

٢٣ - ٣٠ سنة ()

٣١ - ٤٠ سنة ()

٤١ - ٥٠ سنة ()

٥١ سنة فأكثر ()

عدد الأشخاص الذين تداولوا الشائعة

واحد ()

اثنين ()

من ٣ - ٥ ()

من ٦ - ١٠ ()

١١ فأكثر ()

المستوى التعليمي للذين تداولوا الشائعة

- غير متعلم ()
 ابتدائي ()
 متوسط ()
 ثانوي ()
 جامعي ()
 دراسات عليا ()

نوع العمل

- حكومي ()
 خاص ()

الجنسية

- سعودي ()
 خليجي حدد ()
 عربي حدد ()
 أجنبي حدد ()

مكان الشائعة

- العمل ()
 المنازل أو الاستراحات ()
 المدارس/ الجامعات/ المعاهد ()
 المساجد/ الجوامع ()

حجم الانتشار

- بسيط
 متوسط
 كبير

تقبل الناس للإشاعة

- محدود
 متوسط
 كبير

المرتبة/ المرتبة الاسم التاريخ التوقيع

المراجع

ابو النيل، محمود (١٩٨٤). علم النفس الاجتماعي. القاهرة: دار النهضة العربية.
أبو زيد، محمود (١٩٨٠). الشائعات والضبط الاجتماعي. القاهرة: الهيئة المصرية العامة
للكتاب.

اسماعيل، جمال (٢٠٠١). "إقالة رئيسة التلفزيون المصري بسبب كلمة مباشر". جريدة
الوطن: ١٢ أكتوبر ٢٠٠١م، عدد ٣٧٨.
الحطيم، مرفت (٢٠٠٤). "أبو مصعب الزرقاوي يذبح أمريكياً"، القاهرة: روز اليوسف،
عدد ٣٩٧٥.

القحطاني، محمد (١٤١٨). الإشاعة و أثرها على المجتمع. الرياض: دار طويق.
المسند، محمد (بدون تاريخ). كتاب فتاوى اسلامية. الرياض: دار الوطن.
الهماش، متعب (٢٠٠٨). "الشائعات و طرق انتشارها"، مجلة الأمن و الحياة، الرياض:
جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٣٠٧ : ٥٦-٥٩.

الهماش، متعب (٢٠١٣). الشائعات، الرياض: تحت الطبع.
أولبورت، جوردون و ليوبوستمان ترجمة صلاح مخيمر و عبده رزق (١٩٦٤). سيكولوجية
الإشاعة. القاهرة: دار المعارف بمصر.
بدر، أحمد (١٩٩٨). الرأي العام. القاهرة: دار قباء.

جريدة الشرق الأوسط (كاريكاتير) من جريدة Evening Standard اللندنية،
٢٠٠٣م، عدد ٨٨٠٨.

حسن، حسين (٢٠٠٢). "أندي.. أول مروج شائعات على الانترنت"، القاهرة: مجلة
الأسرة ص ١١.

جريدة الأهرام. " للمرة الثانية نؤكد فيروس (sulfnbk Exe) إشاعة كاذبة لا تصدقها".
بتاريخ ٥/٦/٢٠٠١م، ص ٢٣.

عبدالله، حميد (٢٠٠٤). "تشكيل فريق استخباراتي أمريكي لجمع و تحليل الاشاعات في
الشارع العراقي"، الرياض: جريدة الجزيرة عدد ١١٥٠٥.

عسل، هاني (٢٠٠١). "هلوسة أمريكية على الانترنت و حكاية الشيطان الذي ظهرت
صورته فوق مركز التجارة العالمي"، القاهرة: جريدة الأهرام، عدد ٤١٩٣٣.

كابفيرير، جان ترجمة تانيا ناجيا (٢٠٠٧). الشائعات الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم.
بيروت: دار الساقى.

كحيل، عبدالوهاب (١٩٨٦). الحرب النفسية ضد الاسلام. القاهرة: مكتبة القدس.

Browne, Sarah (2009). Potomac River 'shooting' rumors
spark social media, from www.examiner.com

Kimmel, Allan (2004). Rumors and rumor control: A
manager's guide to understanding and combating
rumors. New Jersey: Lawrence Erlbaum.

La Monica, P. R. (1999). On the wings of rumor, from
www.smartmoney.com.