دور مؤسسات التربية في مواجهة الشائعات

أد/ أحمد محمد أحمد محمد

أستاذ أصول التربية – كلية التربية – جامعة المنيا

مستخلص

هدف البحث الحالي إلى تعرف دور مؤسسات التربية في مواجهة الشائعات من خلال رصد أهداف الشائعات في المجال الاجتماعي والاقتصادي والسياسي وإبراز دور الأسرة ومؤسسات التعليم والمؤسسات الدينية والإعلامية في مواجهة الشائعات، وكان من أهم نتائجه أن مؤسسات التربية تقوم بدور مهم في مواجهة الشائعات في المجالات الحياتية المتنوعة.

الكلمات المفتاحية : الشائعات ، مؤسسات التربية ، مواجهة الشائعات

The role of educational institutions in facing rumors

Prof. Dr. Ahmed Mohamed Ahmed Mohamed

Professor of Fundamentals of Education, Faculty of Education, Minia University

Abstract:

The aim of the current research was to investigate the role of Education institutions in facing rumors through identifying their social, economic, and political effects, and then suggesting suitable mechanisms that family, education institutions, religious institutions as well as media institutions can use in facing rumors with respect to the varying life domains.

Keys words : rumors, educational institutions, facing rumors

مقدمة:

تُمثل الشائعات بوصفها ظاهرة اجتماعية عاملاً مهمًّا في نسيج كل ثقافة من الثقافات الإنسانية، فهي نتاج مجتمعها، وقد تُعبر تعبيراً عميقاً عن القوى والعوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية المؤثرة عليه، ولذلك تعد إلى حد ما البعد الجوهري للرصد والوصف لطبيعة هذا المجتمع وتحديد ملامحه وخصائصه لما للشائعات من تأثير فعال على أفراد المجتمع، فقد تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع، كما قد تؤدي إلى تماسكه وفقًا لدورها في خفض أو رفع الروح المعنوية لأفراد المجتمع. فمن خلال الشائعات يمكن أن تتبدل أو تختلف أو تتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم (محمد منير حجاب، 2007) واستجاباتهم، ومن السهل أن تنطلق الشائعات، ولكن ليس من السهل أن تتوقف، فالشائعات لها سرعة انتشار كبيرة جدًا، بل تنطلق بسرعة الصوت والضوء خاصة عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي (صلاح زين العابدين،2019).

مشكلة البحث:

يمكن القول: إن الشائعات التي تتعرض لها بعض المجتمعات ليست مجرد فعل تلقائي أو نشاط عفوي أو عمل غير مقصود، ولكنها وسيلة ونشاط وعمل محقق ومدبر ومرسوم ومستمر ومخطط له يقوم به خبراء وأخصائيون ينتسبون إلى هيئات ومنظمات ودول، ويتوفر لهذا النشاط المعلومات والدراسات والبحوث والإمكانات المادية والبشرية التي تعمل على تحقيق الشائعات لأهدافها المخطط لها بمهارة عالية (محمد منير حجاب، 2007)؛ مما يتطلب من مؤسسات التربية بالمجتمع مواجهة هذه الشائعات التي تهدد أمن المجتمع واستقراره لما تملكه مؤسسات التربية من إمكانات متنوعة ومتعددة تمكنها من القيام بدور فعال في مواجهة الشائعات، خاصة مع تعاظم مشكلة البحث في الوقت الحالي لانتشار الشائعات في المجتمع بشكل كبير، ومن هذا المنطلق تتحدد مشكلة هذا البحث في تساؤل رئيس هو، ما دور مؤسسات التربية في مواجهة الشائعات؟

<u>ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:</u>

1. ما الإطار الفكري للشائعات؟
2. ما الآثار الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للشائعات؟

3. مـا دور الأسـرة ومؤسسـات التعلـيم والمؤسسـات الدينيـة والإعلاميـة فـي مواجهـة الشائعات؟

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق ما يلي:

1. إلقاء الضوء على مفهوم الشائعات وخصائصها وأسبابها وأنواعها.
2. رصد بعض أهداف الشائعات في المجال الاجتماعي والاقتصادي والسياسي.
3. إبراز دور مؤسسات التربية في مواجهة الشائعات.

أهمية البحث:

أولاً الأهمية النظرية:

1. يستمد البحث أهميته من أهمية دور مؤسسات التربية في مواجهة المشكلات التي تواجه المجتمع ؛ لمسئوليتها عن تحقيق جزء كبير من أهداف المجتمع وفلسفته.
2. قد يساعد البحث في توجيه نظر القائمين على العمل بمؤسسات التربية والباحثين في المجال من خلال رؤية تربوية للآثار السلبية للشائعات.
3. قد يسهم البحث في رصد أسباب الشائعات وخصائصها وأنواعها.
4. قد يؤدي البحث إلى تزويد القارئ ببعض المعلومات والمعارف عن واقع الشائعات في المجالات الحياتية المتنوعة.

ثانيًا: الأهمية التطبيقية:

1. قد يسهم البحث في توفير قاعدة معرفية عن بعض مرتكزات وإجراءات مواجهة الشائعات تساعد المخططين والمسئولين عن مؤسسات التربية في تقرير ما يجب أن تكون عليه آليات مواجهة الشائعات.
2. بالنسبة للقائمين على العمل بمؤسسات التربية قد يسهم البحث في توفير رؤية تحليلية مستمدة من فلسفة المجتمع وأهدافه لأسس التعامل مع الشائعات.
3. قد يسهم البحث في ربط دور مؤسسات التربية بالمشكلات التي تواجه المجتمع ،والعمل على التغلب عليها.
4. قد يسهم البحث في توفير صورة تقريرية للتحديات التي تواجه القائمين على مؤسسات التربية في مواجهة الشائعات.

منهج البحث:

يعتمد هذا البحث في جملته على المنهج الوصفي؛ لأنه من أفضل المناهج التي تتناسب وطبيعة البحث الحالي لتعرف واقع الشائعات في المجتمع ودور مؤسسات التربية في مواجهتها من خلال الإفادة من الرؤى التنظيرية والواقعية. وهذا المنهج لا يقتصر على جمع البيانات وتنظيمها، وإنما يتعدى ذلك إلى تحليلها، والربط بين مدلولاتها، للوصول إلى استنتاجات تسهم في فهم الواقع وتطويره، وفي إطار هذا المنهج يمكن تحديد العوامل والعلاقات المرتبطة بمشكلة البحث وتفسيرها (ديوبولد فان دالين،1996) من أجل استنتاج رؤى مستقبلية تسهم في تطوير دور المؤسسات التربية لمواجهة الشائعات التي تواجه المجتمع في المجالات الحياتية المتنوعة، ورصد الآثار السلبية للشائعات في المجال الاجتماعي والاقتصادي والسياسي.

مصطلحات البحث:

- الشائعات

(أ) لغويًا: يشير أحد المعاجم اللغوية إلى أن "شيع" – "شاع" الخبر، يشيع، شيوعه، ذاع. و"أشاع" الخبر أذاعه (محمد بن أبي بكر الرازي، 1976) ويذكر معجم آخر أن "شاع الخبر": انتشر وذاع وظهر، ورجل مشياع: مذياع لا يكتم سرًّا، والشاعة: الأخبار المنتشرة (ابن منظور الأفريقي، د.ت) وفي المعجم الوسيط "الإشاعة": خبر ينتشر غير مثبت منه، والشائعة: خبر ينتشر ولا تثبت فيه (مجمع اللغة العربية، 1993).

(ب) اصطلاحًا: تنوعت الشائعة بتنوع تخصصات العلماء الذين تناولوها، فيرى بعضهم أنها "كل قضية أو عبارة نوعية صادرة للتصديق، وتتضمن ايماءة موضوعية تتناقل من شخص إلى آخر بالكلمة المنطوقة بدون أن تكون ذات معايير مؤكدة للصدق" (Allport, J.W & Postman, L.1948)، بينما يرى آخرون أن الشائعة هي "موضوع خاص يتناوله الأفراد بواسطة الكلمات بهدف تصديقه، أو الاعتقاد بصحته دون توفر ما يدل على حقيقته" (حامد عبد السلام زهران،1984).

ومن خلال ما سبق يمكن استنتاج أن الشائعة هي أخبار أو معلومات يصعب تصديقها أو تكذيبها، وإن كان مصدرها معلومًا أو مجهولاً لها أهمية لدى متلقيها تنتشر

بسهولة ويسر بين من لهم علاقة بها خاصة الأميين منهم والجهلاء والمستفيدين من مضمونها وترويجها.

خطة السير في البحث:

لتحقيق أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته يسير البحث وفقًا للخطوات التالية:

1. بدأ البحث بمقدمة ثم مشكلة البحث وأهدافه وأهميته والمنهج المستخدم ومصطلحات البحث وخطة السير في البحث.
2. يتناول البحث الإطار الفكري للشائعات للإجابة عن التساؤل الأول للبحث.
3. للإجابة عن التساؤل الثاني للبحث يتم تناول الآثار الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للشائعات.
4. للإجابة عن التساؤل الثالث يتم تناول دور الأسرة ومؤسسات التعليم والمؤسسات الدينية والإعلامية في مواجهة الشائعات، وفيما يلي تناول لذلك.

أولاً: الإطار الفكري للشائعات:

يعكس الإطار الفكري للشائعات المضمون المعلوماتي المعرفي لقضية الشائعات من حيث: المفهوم والخصائص وأسباب الانتشار لقلة وعي عدد غير قليل من أفراد المجتمعات في الدول النامية بالآثار السلبية للشائعات على الفرد والأسرة والمجتمع خاصة في ظل انتشار الشائعات في المجالات الحياتية المتنوعة بشكل يهدد أمن المجتمع واستقراره، ويؤكد ذلك المركز الإعلامي لمجلس الوزراء المصري في تقريره الصادر عام (2019) الذي يقرر أهمية حصول المواطن المصري على المعلومة الصحيحة وخلق حالة من الوعي داخل المجتمع بعدم الانسياق وراء مروجي الشائعات وإحباط مخططاتهم لاستهداف أمن الوطن واستقراره ، ونشر المركز الإعلامي انفوجرافاً سلط من خلاله الضوء على حصاد مواجهة الشائعات وتوضيح الحقائق على مدار عام (2019م)، حيث جاء القطاع الاقتصادي في المقدمة بنسبة (27.1%)، ثم قطاع الصحة (18.5%)، ثم التعليم بنسبة (17.6%)، ثم قطاع التموين (8.9%)، ثم قطاع السياحة والآثار بنسبة (6.5%)، ثم الاصلاح الإداري بنسبة (4.8%)، ثم قطاع الوقود والكهرباء والتضامن الاجتماعي بنسبة (3.3%)، ثم قطاع النقل والمواصلات بنسبة (2.4%)، وأخيرًا احتلت

باقي القطاعات الأخرى نسبة (1.8%) (المركز الإعلامي لمجلس الوزراء، 2020)، مما يعكس انتشار الشائعات في جميع المجالات الحياتية للمجتمع.

1) المفهوم:

تشير إحدى الدراسات إلى أن الشائعة سلوك مخطط ومدبر تقوم به جهة ما أو شخص ما؛ لنشر معلومات أو أفكار غير دقيقة أو أحاديث أو نوادر وطرف ونكات وأغاني أو بنشر أخبار وتقارير مختلفة ومجهولة المصدر وتوحي بالتصديق أو مبالغًا فيهًا أو تتضمن جزءًا ضئيلاً من الحقيقة تتعلق بالأحداث الراهنة وباهتمامات الجمهور الموجهة إليهم (محمد منير حجاب، 2007)، بينما ترى دراسة أخرى أن الشائعة "رواية مصطنعة عن شخص أو جماعة أو دولة يتم تداولها شفهيًا أو إعلاميًا، وهي مطروحة لكي يصدقها الجمهور دون أن تتضمن مصادرها، ودون أن تقدم دلائل مؤكدة على كونها واقعية، وبعضها يشتمل على نواة من الحقيقة، لكن معظمها مختلقة، ودوافعها إما أن تكون نفسية أو سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية، وأهدافها غالبًا سلبية، وتتعرض أثناء تداولها لتحريف بالزيادة و النقصان، غير أن معدل الزيادة غالباً أكبر من معدل النقصان، " (محمد عثمان الخشت، 2014). بينما يذهب "حامد عبد السلام زهران" إلى أن الشائعة "موضوع خاص يتناوله الأفراد بواسطة الكلمات بقصد تصديقه أو الاعتقاد بصحته دون توافر الأدلة اللازمة على حقيقته" (حامد عبد السلام زهران، 1977) وترى "رانيا عبد الله الشريف" أن الشائعات "كل قول يتم الترويج له وذلك بهدف إقناع الناس بذلك القول لتحقيق أهداف معينة، وتساهم الظروف في انتشار الشائعات من خلال وسائل وأساليب مخطط لها" (رانيا عبد الله الشريف، 2014) بينما يرى "ساعد العرابي الحارثي" أن الشائعة "تحوير خبر ما عند نقله بالإضافة عليه ما ليس فيه أو حذف ما لا يخدم هدفه" (ساعد العرابي الحارثي، 2001)، بينما يرى "عبد الفتاح الهمص وفايز شدان" أن الشائعة "أية معلومة غير محققة وليس بالضرورة أنها غير صحيحة تنتقل من شخص إلى آخر أو من وسائل الإعلام إلى أفراد المجتمع" (عبد الفتاح الهمص وفايز شدان، 2010) .

يُستنتج مما سبق أن الشائعات معلومات أو أفكار أو أخبار كاذبة وذات أهداف غير إيجابية غالبًا ومخطط لها ،وترتبط بفرد أو مجموعة أفراد أو مؤسسة أو دولة أو مجموعة دول مصدرًا وترويجًا وتأثيرًا.

2) خصائص الشائعات:

تتميز الشائعات بمجموعة من الخصائص تتمثل فيما يلي:

(أ) عمل جماعي: فالشائعات تعتمد على مشاركة عدد من الأفراد لكل منهم دور متميز في هذا المسار الديناميكي، وتتمثل هذه الأدوار فيما يلي:

- المحرض، وهو غالبًا دولة أو مجموعة دول أو تنظيم أو عدة تنظيمات تهدد الوجود والاستقرار والاستمرارية والمكانة القيادية والمصالح الذاتية للمجتمعات المستهدفة.
- المترجم، وهو فرد أو مجموعة أفراد يجيبون عن أسئلة المحرِّض ويقترحون تفسيراً قوياً ومقنعاً لبعض الناس خاصة الذين تتوافق احتياجاتهم مع مضمون الشائعة.
- قائد الرأي العام، وهو الشخص الذي يتحدد رأي المجموعة طبقاً لوجهة نظره لأن انفتاح المجموعة على الشائعة مرتبط بحكمه عليها.
- المبشرون، وهم الذين يتماهون مع الشائعة ويسعون إلى إقناع الآخرين بها.
- المنعشون، وهم الذين يجدون منفعة ما تتحقق لهم في استمرار الشائعة من دون ان يضطروا إلى تصديقها مثل الأحزاب المتصارعة على نظام الحكم وقيادة المجتمعات وهم كُثر في مجال الشائعات السياسية.
- الانتهازي الذي يُجسد شكلاً ملطفًا من أشكال الإنعاش.
- المغازل، وهو الذي لا يصدق الشائعة، وإنما يتلذذ بها، فيلهو بالحديث عنها في محيطه ومع أسرته وأصدقائه، ويجد متعة في إحداث حالة من القلق لدى المستمع.
- ناقلو الشائعة غير الناشطين، وهم الذين يصرحون بعدم تصديقهم للشائعة، لكن لديهم شعور بالارتياب، فلا يعارضون الشائعة، وكذلك لا يلزمون الصمت، بل يسألون من حولهم مدفوعين بعدة شكوك.
- المقاومون، وهم الذين يقودون رفض الشائعة، ويشكلون أبطال الشائعة المضادة (جان– نويل كابفيرير ،2007).

- ويمكن القول: إن محاولات تعريف السمات الشخصية لأصحاب كل دور يمكن وصفها، فعلى سبيل المثال من سمات ناقلي الشائعات القلق والايحائية المزمنة فضلاً عن أن ناقل الشائعة يعاني بالضرورة من مشكلة شخصية ونفسية، ويمكن القول إن طبقة المثقفين تقوم دائماً بدور المقاوم (جان- نويل كابفيرير ،2007).

(ب) كاذبة غالبًا: أي ترتكز على معلومات وأخبار غير مؤكدة أو ليس لها أي أساس من الصحة، مثل: الشائعات التي تستهدف المجتمعات والدول أو رموزها أو التي تطلق على الفنانين والمشاهير بصفة عامة وأصحاب السلطة والنفوذ.

(ج) نادراً ما تكون صادقة: فكثير من الناس يكونون أكثر ميلاً لتقبل الشائعات التي تتفق مع معلوماتهم ومتطلبات حياتهم واحتياجاتهم وأمنياتهم مثل الشائعات حول زيادة الرواتب أو إقالة مسئول أو استقالة مدير.

(د) وقد تكون الشائعة صادقة وكاذبة، مثل: شائعة بتسريب أسماء محتملة لتعيين وزراء أو محافظين أو مديرين جدد كوسيلة لجس النبض، والجانب الصادق هو أن عدداً من الأسماء المحتملة يكون صحيحاً والجانب الكاذب منها أن بعض الأسماء غير وارد ترشيحه.

(هـ) لا تتطلب إثباتاً، لأن الرأي العام يرتكز غالباً على الانطباعات أكثر من الوقائع، والاتهام وحده كاف.

(و) صعوبة تعقب الشائعة، أو التأكد من مصدرها أثناء انتشارها، ولكن من الضرورة الحرص على تتبع مصدر الشائعة والتأكد منها.

(ز) التغيير في محتوى الشائعة: بمرور الزمن كلما انتقلت الشائعة من مصدرها الأصلي إلى ناقليها أو مروجيها، ويعتمد حجم التغيير والتشويه على دوافع ورغبات ومخاوف الناقل والمروج وقدرتهم العقلية ومكانتهم الاجتماعية ومواقعهم الوظيفية.

(ح) التناقض، تتصف الشائعة بالتناقض، فقد تبدأ في صورة حملات هامسة أو تهب كريح شديدة وقوية، وقد تكون مسالمة لا تحمل سوى تمنيات طيبة للمستقبل أو مدمرة تحمل في مضمونها كل معاني الحقد والكراهية والرغبة في تدمير المستهدفين.

(ط) الارتباط بالأحداث: فالشائعة ترتبط بأحداث، مثل الحرب، ارتفاع الأسعار، موت أشخاص أو هروبهم، وقد تمس أشخاصاً مثل رجال الحكومة أو الرؤساء أو العاملين في

مجالات متميزة اجتماعياً أو اقتصاديًا أو سياسيًا أو اعلامياً أو فنياً أو نساء ورجال من المشاهير.

(ي) مؤقتة الاهتمام: فالشائعة يكون الاهتمام بها مؤقتاً، وتنطلق وفقاً لظرفي الغموض والأهمية، ويقل الاهتمام بها طبقًا لغموضها وأهميتها، وتعاود الظهور كلما وجدت أرضاً خصبة ومناخاً مناسباً.

(ك) الغموض: يُعد الغموض شرطاً أساسياً لاكتمال الشائعة مع أهمية الحدث أو الأحداث أو الأشخاص الذين يتضمنهم مضمون الشائعة ومحتواها، فضلاً عن خلق الشائعة وترويجها ونقلها بوسائل متعددة إما عن طريق الحديث الشخصي أو وسائل الإعلام أو الوسائل الإلكترونية والتكنولوجيا المعاصرة.

(ل) تعدد وسائل ترويجها: فالشائعات لا تعتمد على وسيلة واحدة في ترويجها، بل يتم ترويجها ونقلها بوسائل متعددة إما عن طريق الحديث الشخصي أو وسائل الإعلام أو الوسائل الإلكترونية والتكنولوجيا المعاصرة.

(م) ذات أهداف غير أخلاقية غالبًا: فهي دائماً تحمل القلق والاضطراب والحقد والكراهية وإثارة الفتنة وعدم الاستقرار وإسقاط المجتمعات وتدميرها والترويج للممارسات الشاذة وغير الموضوعية والإحباط، وإشاعة الفوضى والخروج عن القوانين والنظم وفقدان القدرة على الحوار والنقد البناء، وفهم الآخر، وإعمال الفكر والعقل ، ونشر السلام النفسي والمجتمعي والعالمي (حسام الدين مصطفي محمد، 2017).

3) أنواع الشائعات:

تتنوع الشائعات، ومنها: (ساعد العرابي الحارثي، 2001)

(أ) شائعة الرعب: وهي شائعات تستهدف بث الخوف في نفوس الأفراد من المدنيين أو الجنود سواء كان ذلك وقت الاضطرابات المجتمعية أو الحروب أو عدم الاستقرار الاجتماعي أو الاقتصادي أو السياسي، بحيث يؤدي بث تلك الشائعات إلى اليأس أو الفزع أو الاضطراب والقلق أو الهروب أو التسليم بالهزيمة، ومنها كذلك إشاعة الكراهية في المجتمع.

(ب) شائعة الأوبئة والأمراض: وهي شائعات تبث الخوف من انتشار أمراض وأوبئة وتضخم من خطورتها وتثير الخوف لدى الناس من انتشارها بينهم ومن استخدام بعض

الأدوات والأشياء، وأنواع من المأكولات والمشروبات، وبعض الأدوية وأساليب العلاج المرتبطة بهذه الأمراض، والشائعات المرتبطة بحدوث زلازل أو كوارث طبيعية وبيئية وغير ذلك؛ مما يتسبب في إثارة الفزع والخوف والبلبلة وترويع الآمنين في منازلهم وحياتهم وأوطانهم.

(ج) شائعة سوء السيرة: وهي شائعات تتعلق بسوء السمعة والسيرة والخروج عن قيم المجتمع وعاداته وتقاليده ، والتي تنطلق بسبب عداوة ما بين إنسان وآخر أو بين حزب وآخر أو بين زعيم دولة وآخرين داخل الوطن أو خارجه أو رجال الفن والرياضة والصحافة والتجارة، وكل المجالات الأخرى التي تجمع بين ممارسيها المنافسات والصراع المستتر أو المعلن.

(د) شائعة الشغب: وهي شائعات تستهدف إطلاق الشرارة الأولي التي تحول واقعة أو حادثة بسيطة إلى مظاهرات ومشاجرات، وتزيد من إثارة الشغب ومن عنفوانها واستمرارها.

(هـ) الشائعة الوردية أو المتفائلة: وهي شائعة تعكس وتترجم أحلام الناس ورغباتهم وأمنياتهم أو تقريب بعيد إليهم، أو تحسين الصورة الظالمة أو المرفوضة التي يشاهدونها أو يعيشونها، أو الواقع المرفوض أو المرير الذي يمارسون حياتهم في إطاره، وتتمثل تلك الشائعات في الشائعات المرتبطة بقرب انتهاء الحروب أو المظاهرات أو نجاح جميع الطلاب في الامتحانات، أو شائعة انخفاض أسعار سلعة معينة يعاني الناس من ارتفاع سعرها.

(و) شائعة جس النبض: وهي شائعة تستخدم لرصد ردود فعل الجماهير تجاه شخص ما، أو فكرة أو معرفة تجاه الرأي العام ، وقد تكون مرتبطة بتغيير قيادات أو محافظ أو وزير، أو ارتفاع في أسعار بعض السلع أو إصدار قوانين.

(ز) شائعة التبرير: وهي شائعة تستهدف تبرير سلوك خاطئ، أو عمل عدائي، أو إجرامي تم ارتكابه أو ارتفاع في الأسعار.

(ح) شائعة حرب الأعصاب: وهي شائعة تستهدف زيادة حدة القلق والاضطراب والتوتر لدى الجمهور المستهدف.

(ط) شائعة سحابة الدخان أو الخداع: وهي شائعة تستخدم كستار من الدخان للتمويه ، وإخفاء بعض النوايا والأغراض لخداع العدو.

(ي) شائعة الهدم: وهي شائعة تعمل على مبدأ فرّق تَسُد، أي التفريق بين القائد وجنوده، وبين الحاكم وشعبه، وبين الحليف وحليفه، وبين الزوج وزوجته عن طريق إحداث مناخ يسوده عدم الثقة والخيانة والاختلاف وتعميق فجوات الصراع بين مختلف الأطراف.

(ك) شائعة السخرية: وهي شائعة تهدف إلى السخرية من فكرة أو شخصية، أو شيء ما ، وغالباً تبث هذه الشائعة على شكل نكتة، وهي إشاعة هدامة بكل معني الكلمة بما تحتوي من نقد لاذع وسخرية جارحة، والتقليل من شأن المستهدفين.

(ل) شائعة التنبؤ: وهي شائعة تستخدم للتنبؤ بوقوع أحداث اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية أو عسكرية في وقت الأزمات والكوارث والمعارك الكبرى في حياة الأمم والمجتمعات.

ويمكن القول: إن الشائعات تشمل جميع مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية، وكل المجتمعات البشرية، وجميع ميادين التنافس كالرياضية والفنية والوظيفية والإدارية والقيادية والثقافية والعلمية والمهنية وغيرها.

ثانياً: الآثار الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للشائعات:

إن النظام التربوي وثيق الصلة بالنظم المجتمعية الأخرى ماضيًا وحاضرًا ومستقبلاً يؤثر فيها ويتأثر بها، ومن خلال دراسة الشائعات بصفتها مشكلة مجتمعية يتحدد دور مؤسسات التربية والنظم الأخرى تجاه مشكلة الشائعات من حيث: أسبابها وإمكانات الوقاية منها وأساليب علاجها، ويعد تناول الآثار الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للشائعات من الآليات التي تسهم في فهم كيفية تفاعل التربية كنظام مع سائر نظم المجتمع لمواجهة المشكلة وكيفية إثراء هذا التفاعل وزيادة فاعليته، وكيفية تقليص سلبياته ونقاط ضعفه، وفيما يلي تناول لذلك:

(أ) الآثار الاجتماعية للشائعات:

يُعد البعد الاجتماعي لأيّة مشكلة بُعداً رئيسيًّا ومهمًّا وذلك لأن أية مشكلة لها بُعد اجتماعي يتمثل في تأثيرها على الممارسات الاجتماعية العامة للأفراد، أي في تأثيرها على الحياة الاجتماعية للفرد والمجتمع (شكري عباس حلمي وآخرون، 1988). وتتمثل الآثار الاجتماعية للشائعات فيما يلي:

1. إثارة الاختلافات والفتن العرقية أو الطائفية أو المذهبية داخل المجتمع؛ لإضعاف وتفكيك الجبهة الداخلية للمجتمع أو من أجل إخفاء فضيحة، أو تمرير حلول بعينها أو الوقاية من هزيمة.
2. إضعاف مقومات التماسك الاجتماعي بين أفراد المجتمع.
3. تغيير الاتجاهات السائدة بين الأفراد لصالح الجهة أو الفئة أو الدولة صاحبة الهدف.
4. نشر الاضطرابات وزعزعة الاستقرار بهدف اجراء تغييرات تحقق أهداف الفئة أو الجهة المستفيدة.
5. نشر عادات وتقاليد وممارسات تتنافي مع قيم المجتمع وتقاليده وعاداته ؛مما يدعم الصراعات بين أبناء المجتمع الواحد.
6. بث مشاعر الإحباط في المجتمع.
7. تقويض الروح المعنوية للفرد والمجتمع.
8. تعوق خروج المجتمعات من أزماتها في الوقت المناسب.
9. تضعف من ثقة أفراد المجتمع بعضهم ببعض.
10. تمثل إساءة إلى العقائد والمبادئ التي هي قوام الحياة الكريمة (عطيه الويشي، 2019).

(ب)الآثار الاقتصادية للشائعات:

يمكن القول: إن معظم المشكلات الاجتماعية لها بُعد اقتصادي من حيث: أسبابها والعوامل التي تسهم في تشكيل مضمونها وتكوينها، والبُعْد الاقتصادي للمشكلة يضفي أضواء واقعية على مدى ارتباطها بهيكل الاقتصاد العام ومدى تأثيرها على المتغيرات الاقتصادية. وعلى ذلك يساعد في وضوح الرؤية وتحليل المشكلة. والشائعات تؤثر بشكل سلبي واضح على اقتصاد المجتمعات (شكرى عباس حلمي وآخرون، 1988).

ويتمثل ذلك فيما يلي:

1. التسويق لسلع ومنتجات على حساب سلع ومنتجات أخرى.
2. تغيير اتجاهات المستهلكين من أجل الإقبال على خدمات أو سلع أخرى، واستغلال الشائعات لجذب المستهلك وإغرائه.

3. إشاعة مناخ من عدم الثقة، واضعاف الجبهة الداخلية للعدو أو المستهدف أو بث إشاعة التضخم الاقتصادي أو ضياع واستنزاف الأرصدة النقدية في مشروعات غير ضرورية أو استهلاكية، وارتفاع الأسعار بشكل غير مبرر، ونقص المنتجات والسلع الضرورية، ونقص الوقود.

ويمكن القول إن من الأهداف التي يسعي وراءها مروجوها قياس الرأي العام، وذلك لرصد ومعرفة ميول أفراد المجتمع تجاه قرار ما تتخذه الدولة، ويتم ذلك من خلال تسريب خبر إيجابي هو في الأصل شائعة تلمح إلى ذلك القرار، ومن ثم يرصد رد الفعل تجاهه من خلال سلوك الأفراد واتجاهاتهم وقبولهم أو رفضهم لهذا القرار ومدى هذا القبول أو الرفض.

وقد يكون الهدف صرف نظر الرأي العام عن أمر من الأمور، أو صرف نظر فئة معينة أو أصحاب مهنة بعينها مثلاً عن المطالبة بزيادة أجورهم على سبيل المثال، وذلك من خلال بث شائعات عن اشتراطات أعمال خدمة عامة جديدة لها عائد إيجابي على أصحاب مهنة معينة أو تحسين مناخ وبيئة العمل، أو زيادة في الرواتب الشهرية، أو في أجر ساعات العمل الإضافي، أو قد تهدف الشائعة إلى تركيز ولفت نظر المستهدفين إلى بعض الأبعاد المجتمعية والاقتصادية مثل ما حققته الدولة لموظفيها؛ لكنها لم تجذب الانتباه بشكل مناسب، أو عن لفت نظر تجاه تنمية قطاع مهني أو مناطق سكنية، أو محافظة من المحافظات أو مجموعة من القرى أو تجديد الخدمات الأساسية.

(ج) الآثار السياسية للشائعات:

تحتل الشائعات بوصفها مشكلة اجتماعية مكاناً مهمًا بين رجال السياسة في أي مجتمع محاولين بذل أقصى جهد ممكن للتغلب عليها وتحقيق حالة من الرضا والأمن والكفاية لدى أفراد المجتمع، ومن ثم فالرجوع إلى البعد السياسي للمشكلة يمكننا من تحليل الأوضاع والعوامل السياسية والجهود المبذولة من رجال السياسة ونظرتهم لها ومدى اهتمامهم بها ودرجة أولوياتها. وغياب البعد السياسي لتحليل أية مشكلة اجتماعية إنما في حقيقة الأمر يعمل على غياب بعض ملامحها (شكري عباس حلمي وآخرون، 1988).

والشائعات تؤثر بشكل واضح على السياسة، ويتمثل ذلك فيما يلي:

1. تضعف الحصول على تأييد الرأي العام تجاه القضايا المحلية، أو الإقليمية، أو الدولية.
2. نشر الفوضى والتمرد، وعدم الاستقرار، لإجراء تغيير ما مستهدف.
3. التخلص من قيادة أو قيادات سياسية أو حزبية أو اجتماعية.
4. التشكيك في توجه ايدولوجي أو عقائدي.
5. تعرف آراء واتجاهات الرأي العام حول قضية من القضايا السياسية.
6. تؤثر بشكل سلبي على صناع القرار في الدولة.
7. تضعف المناعة الوطنية للفرد والمجتمع.
8. تضعف الثقة بين المواطن وأجهزة الدولة.

يتضح مما سبق أن للشائعات آثاراً اجتماعية واقتصادية وسياسية تمثل معوقات تحول دون امكانية تحقيق المجتمع لأهدافه في المجالات الحياتية المتنوعة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية مما يترتب عليه كثير من الآثار السلبية في حياة أفراد المجتمع تسبب لهم عدم الشعور بالأمن والاستقرار وعدم السعادة والقلق والتوتر والاحباط وعدم الثقة بالنفس وبالآخرين ويعوق المجتمع عن تقدمه والتفرغ لتنمية أفراده ويؤدي إلى التكاسل وكراهية الحياة وعدم القدرة على تحقيق الآمال والطموحات والوقوع في دائرة الطاقة السلبية، لذلك يُعد التغلب على الشائعات في المجالات الحياتية من أهم الآليات التي تسهم في تمتع الأفراد والمجتمع بحياة مستقرة هادئة.

ثالثاً: دور مؤسسات التربية في مواجهة الشائعات

إن التربية في أبسط معانيها يُقصد بها إعداد الفرد للتكيف مع بيئته، وهي عملية تحدث نتيجة مشاركة الفرد في الحياة الاجتماعية الواعية، وباستمرار المشاركة تتشكل عادات وتقاليد واتجاهات الفرد وقيمه الفكرية والخلقية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، فأساليب التربية المنشودة التي يتعرض لها الفرد من خلال مؤسسات التربية تشكل شخصيته السوية الواعية التي يصعب أن تؤثر عليها الشائعات فضلاً عن دور مؤسسات التربية في تمكين الأفراد من التمييز بين الحق والباطل، والخير والشر، والجمال والقبح، والبناء والهدم، والعدو والصديق، ومن هنا تستطيع مؤسسات التربية أن تتخذ من الاجراءات ما يكفل وقاية أفراد المجتمع من الانسياق وراء الشائعات، كما تستطيع القيام

بدور مناسب في عرض الحقائق وتوضيحها والشفافية في تناول كل ما يرتبط بالمجتمع من قضايا ومشكلات وأزمات وآليات مواجهة كل ذلك، فضلاً عن اختيار الأساليب المناسبة التي تمكن الأفراد من تحقيق أهداف المجتمع وفلسفته، ويمكن تناول دور مؤسسات التربية في مواجهة الشائعات على النحو التالي:

(3) دور الأسرة في مواجهة الشائعات:

تمثل الأسرة أهم المؤسسات التربوية التي تؤثر بشكل واضح في جميع مؤسسات المجتمع وتتأثر بها، حيث تُعد الأسرة خلية أولية من مجموعها يتكون الجسم المجتمعي، فاذا تمتعت هذه الخلية بالوعي والقيم والمبادئ والانتماء والمواطنة، والحيوية في أداء دورها بفاعلية داخل المجتمع، كانت النتيجة مجتمعاً مستقيماً في مبادئه وقيمه يتمتع بالاستقرار والأمن والتوافق والتجانس والولاء والانتماء؛ لأن من أدوار مؤسسات التربية دعم قيمة الولاء والانتماء في نفوس أفراد المجتمع، ولمواجهة الأسرة للشائعات يمكن قيامها بما يلي:

- تبصير وتوعية الأبناء بمضامين الشائعات وأهدافها وآليات مواجهتها.
- توفير الكتب والمراجع والمجلات التي تتناول الشائعات وأهدافها والآثار السلبية المترتبة عليها وآليات مواجهتها.
- بث الوعي لدى الأبناء بالجهود والإنجازات التي يقوم بها المجتمع في جميع مجالات الحياة.
- غرس روح الولاء والانتماء للوطن والمجتمع في نفوس الأبناء.
- مناقشة القضايا والمشكلات والأزمات المجتمعية بأساليب بسيطة وسهلة تناسب المراحل العمرية المتنوعة للأبناء.
- إبراز قيمة حب الوطن والولاء والانتماء له من منظور عقائدي، مما يسهم في ترسيخ هذه القيمة في نفوس أفراد الأسرة.
- القيام بأنشطة أسرية لزيارة المناطق الأثرية والسياحية والجمالية والترفيهية في جميع أنحاء المجتمع.

- مشاركة الأبناء والآباء والأمهات في احتفالات المجتمع بأعياده القومية ومناسباته الاجتماعية والدينية والتاريخية والاحتفال بانتصاراته وبرموزه وقياداته في الماضي والحاضر.
- مشاركة الآباء والأمهات للأبناء في المناقشات والحوارات والقضايا والمشكلات المجتمعية بشفافية وموضوعية فيما يرتبط بالشائعات.
- التعاون مع الأبناء في رصد ما يتم تداوله على مواقع التواصل الاجتماعي من شائعات ومناقشته برؤية موضوعية، والتأكد من حقيقته أو عدم صدقه بأساليب منطقية لوقاية أفراد الأسرة من الأكاذيب والوقوف على الحقائق منعاً من الانزلاق في الأخطار وإساءة الفهم.
- مشاركة الأسرة في المبادرات الاجتماعية التي تشجع على العمل التطوعي في مجال محاربة الشائعات ومروجيها.

(ب) دور مؤسسات التعليم في مواجهة الشائعات:

تُعد مؤسسات التعليم من مدارس وجامعات في حياتنا المعاصرة من المؤسسات المزدهرة التي تزداد باستمرار أعداد الملتحقين بها، كما ازدادت كذلك السنوات الدراسية الإلزامية، وهي بدون شك مؤسسات يعطيها المجتمع المعاصر أهمية كبرى، لدورها الأساسي والقيادي في مواجهة مشكلات المجتمع، لذلك يمكن أن تواجه الشائعات من خلال ما يلي:

- تضمين بعض المناهج الدراسية محتوي موضوعيًا عن الشائعات وأضرارها وخصائصها ودوافعها وآليات مواجهتها.
- نشر ثقافة الرؤية النقدية لكل ما يتعرض له الفرد من معلومات وأفكار وشائعات.
- بث الوعي بين التلاميذ والطلاب بآليات التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي بما لا يسبب أية مشكلات للفرد والمجتمع.
- تكوين فرق عمل تطوعية من التلاميذ والطلاب والمعلمين وأعضاء هيئة التدريس بالجامعات لمواجهة الشائعات.
- عقد ندوات ومؤتمرات وورش عمل تتناول قضية الشائعات بأساليب تربوية تستهدف بث الوعي بالآثار السلبية للشائعات على الفرد والمجتمع.

- إعداد كوادر علمية متخصصة في مجال رصد الشائعات ومواجهتها.
- طبع ونشر الكتب والدوريات والمجلات والملصقات التي تسهم في الوعي بأضرار الشائعات وطرق نشرها وأساليب مواجهتها.
- تشجيع البحوث والمسابقات المرتبطة بمشكلة الشائعات من خلال الكوادر المتخصصة بمؤسسات التعليم.
- إنشاء مراكز لرصد الشائعات والرد عليها بمديريات التربية والتعليم بمحافظات الجمهورية، وكذلك بكل جامعة على مستوى المجتمع، ويُعد المركز الإعلامي لمجلس الوزراء نموذجاً لذلك ممثلاً لمركز رئيسي يتم تبليغه أولاً بأول الشائعات عن طريق المراكز الفرعية ليصبح الرد على الشائعات من خلال مركز موحد والرصد من خلال مراكز متعددة.

(ج) دور المؤسسات الدينية في مواجهة الشائعات:

من منطلق أن التربية تعكس فلسفة المجتمع وأهدافه، وهي تعبير عن مجتمع معين، وانعكاس لحياة مجتمعية خاصة، فلا بد أن تمثل المؤسسات الدينية المصدر الأول لمواجهة مشكلات المجتمع ومنها مشكلة الشائعات، وبمراجعة الدساتير والوثائق الرسمية للدول العربية يتضح صدارة الأصول الدينية في التشريعات التي تحكم الدولة والتعليم ومؤسسات المجتمع الأخرى بشكل عام؛ لأن مجتمعنا العربي متدين فلا بد أن ينعكس ذلك على تربيته، فالدين منظومة تربوية وقوة مؤثرة في الممارسات البشرية فردياً وجماعياً، وقوة مؤثرة على اتخاذ القرار، ويمتد تأثيره من خلال المؤسسات الدينية باعتباره من دوافع الممارسات التي تؤثر في عقول الأفراد وشخصياتهم، وسلوكهم ورؤيتهم لجميع الأمور الحياتية التي تحقق سعادتهم في الدنيا والآخرة (أحمد محمد أحمد،2014) ولمواجهة المؤسسات الدينية للشائعات يمكن أن يتم من خلال ما يلي:

- تحديد موقف العقيدة من الشائعات ومروجيها.
- بث الوعي في نفوس أفراد المجتمع بالآثار السلبية للشائعات.
- تحفيز المواطنين على المشاركة في حفظ أمن المجتمع واستقراره.
- ابراز دور وواجبات المواطن تجاه وطنه في مواجهة الشائعات من منظور عقائدي.
- القيام بحملات توعية في القرى والنجوع والعزب والمناطق الفقيرة ضد الشائعات.

- استهداف الضعفاء من الأميين والفقراء ومرضي المستشفيات ونزلاء السجون بالزيارات الميدانية والندوات والتوعية بالشائعات وأهدافها وأضرارها.
- عقد الندوات والمؤتمرات وفرق العمل واللقاءات المتعددة لبث الوعي بأضرار الشائعات وما يرتبط بها من آليات.
- بث الوعي بإنجازات المجتمع وجهود أبنائه في جميع المجالات الحياتية.
- الإسهام في تحقيق الدعم المادي والمعنوي لمساعدة أبناء المجتمع على النجاح وتحقيق أهدافهم في المجالات الحياتية المتنوعة.

(د) دور المؤسسات الإعلامية في مواجهة الشائعات:

تمثل المؤسسات الإعلامية بأنواعها المتنوعة مؤسسات مهمة في تشكيل شخصية أفراد المجتمع بمختلف مستوياتهم العمرية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية من خلال ما تبثه من آراء وبرامج وأعمال فنية وحوارات ومناقشات في المجالات الحياتية المتنوعة، وتزداد أهمية دورها من خلال التنسيق والتعاون مع المؤسسات التربوية الأخرى من أجل تحقيق الأهداف المنشودة للمجتمع، ويمكن للمؤسسات الإعلامية الإسهام في مواجهة الشائعات من خلال ما يلي:

- الرصد المستمر للشائعات ومروجيها وتبصير المواطنين بالحقائق بشفافية.
- النشر والتوضيح المستمر لحقائق القضايا والمشكلات والأزمات التي تواجه الوطن والمواطنين.
- الإعلان عن القوانين والقرارات المرتبطة بالمجتمع بوضوح وشفافية وفي الوقت المناسب.
- تكوين حملات تطوعية بمعرفة المؤسسات الإعلامية لمواجهة الشائعات في جميع أنحاء المجتمع.
- إنشاء مراكز إعلامية في جميع الوزارات لنشر الحقائق والقوانين والقرارات بكل وضوح وشفافية.
- إصدار نشرات أسبوعية للرد على الشائعات ومروجيها وأهدافها.
- إبراز أهداف وتناقضات مروجي الشائعات من أعداء الوطن.
- تكوين مناخ إعلامي يبرز إنجازات وجهود بناء المجتمع في المجالات الحياتية المتنوعة.
- إجراء مسابقات متنوعة لنشر ثقافة الوعي بالشائعات وأضرارها.
- التنسيق والتعاون والتكامل مع المؤسسات التربوية الأخرى في مجال الشائعات وما يرتبط بها من آليات.

المراجـــع:

محمد منير حجاب (2007): الشائعات وطرق مواجهتها، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص3.

صلاح زين العابدين (2019): الشائعات الاقتصادية في شبكات التواصل الاجتماعي، مؤتمر كلية الحقوق جامعة طنطا في الفترة من 22: 23 ابريل، طنطا، مصر، ص 13.

محمد منير حجاب (2007): الشائعات وطرق مواجهتها، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص15.

ديو بولد ب فان دالين (1996): مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط6 ، ترجمة محمد نبيل نوفل وآخرون، القاهرة، الأنجلو المصرية، ص304.

محمد بن أبي بكر الرازي (1976): مختار الصحاح، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ص353

ابن منظور الأفريقي المصري (ب، ت): معجم لسان العرب، المجلد (8)، بيروت ، دار صادر، ص 191.

مجمع اللغة العربية (1993): المعجم الوسيط، الجزء (3)، القاهرة، المطبعة الحسينية، ص47.

Allport, J.W & postman, L (1948): The psychology Rumor, Newyork, Huneryholt and Co,P.211.

حامد عبد السلام زهران (1984): علم النفس الاجتماعي، ط5، القاهرة، عالم الكتب، ص402

المركز الإعلامي لمجلس الوزراء (2020): انفوجراف إحصاء مواجهة الشائعات خلال عام (2019م)، القاهرة، المركز الإعلامي لمجلس الوزراء.

محمد عثمان الخشت (2014): الشائعات أسرار التكوين وفنون المواجهة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ص16.

حامد عبد السلام زهران (1977): علم النفس الاجتماعي، الطبعة الخامسة، القاهرة، عالم الكتب، ص360.

رانيا عبد الله الشريف (2014): دور شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار الشائعات، المؤتمر الدولي لكلية الآداب والعلوم الانسانية بجامعة الملك خالد بعنوان "الإعلام والإشاعة المخاطر الاجتماعية وسبل المواجهة" المنعقد في الفترة من 14-16 سبتمبر.

ساعد العرابي الحارثي (2001): أساليب مواجهة الشائعات، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ص10.

عبد الفتاح عبد الغني الهمص وفايز كمال شدان (2010): الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الشائعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد (18)، العدد (2)، فلسطين، ص 145-147.

جان- نويل كابفيرير (2007): الشائعات الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم، ط1، ترجمة تانيا ناجيا، بيروت، دار الساقي، ص117-119.

حسام الدين مصطفي محمد (2017): الشائعات والرسائل المتسلسلة- البناء واستراتيجيات التصدي، مجلة دراسات اعلامية، العدد (2)، كلية الإعلام بجامعة افريقيا العالمية، الخرطوم- السودان، ص5-7.

ساعد العرابي الحارثي (2001): الاسلام والشائعة، ط1، الرياض، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، ص11: 13.

شكرى عباس حلمي وآخرون (1988): التربية والمجتمع، القاهرة، كلية التربية، جامعة عين شمس، ص54.

عطيه الويشي (2019): وباء الشائعات يعوق التقدم الحضاري، مجلة الوعي الإسلامي، العدد (655)، الكويت، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، ص20.

أحمد محمد أحمد (2014): أصول التربية، المنيا-مصر، دار أبو هلال للطباعة والنشر، ص23.