

شبكة الاعلام العراقي
محاضر كلية دجلة الجامعة
alaahataab@gmail.com

الاشاعة وتأثيرها على الرأي العام وطرق مواجهتها Rumor and its impact on public opinion and ways to confront it

علاء هادي عبود حطاب
Alaa Hadi A. Hattab

الخلاصة

بات واضحاً ان للرأي العام أهمية كبيرة في كل أشكال الحياة وجميع مرافقها، فلا يكاد يخلو مرفق أو اتجاه من التأثير أو التأثير في الرأي العام سلباً أو إيجاباً، فضلاً عن دوره في صنع السياسة العامة، وكل مراحلها، كما ان للاشاعة دوراً كبيراً في تغيير مسارات الرأي العام باتجاهات متعددة، وربما تقود الاشاعة الى صناعة رأي عام بأتجاه قضية محددة، خصوصاً ان وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة ساهمت في تقوية الاشاعة وانتشارها، فوسائل التواصل الاجتماعي اليوم وغيرها من البرامج التكنولوجية الحديثة في متناول (كف اليد) من خلال الهاتف المحمول بأماكنها نقل الاشاعة خلال دقائق الى عشرات الالاف من المتلقين، وهذا ما يساهم ويساعد على امكانية اية مجموعة أو جهة في احداث فوضى واربك، لذا من الضروري مواجهة هذه الاشاعات، ومعالجتها الامر الذي لا يقع فقط على عاتق الدولة واجهزتها، بل تقع ايضاً مسؤولية ذلك على المواطن ومختلف الفعاليات الاجتماعية لتوفير الحقيقة ومن ثم الاستقرار الاجتماعي الداخلي.

الكلمات المفتاحية : الاشاعة – الرأي العام – وسائل الاعلام – مواقع التواصل الاجتماعي

Abstract

It has become clear that public opinion is of great importance in all forms of life and all its facilities. There is hardly any facility or trend free from influencing or influencing public opinion negatively or positively, as well as its role in making public policy, and all stages of its implementation, as the rumor has a significant role in changing The tracks of this opinion have multiple directions, or perhaps the rumor leads to making a public opinion towards a specific issue, especially since modern social media contributed to strengthening the rumor and its spread, as social media today and other modern technological programs found in (the palm

of the hand) through the mobile phone can be used Within a few minutes, the rumor was passed to tens of thousands of recipients, This is what contributes and helps the ability of any group or party to cause chaos and confusion, so it is necessary to confront these rumors, and to address them not only with the state and its apparatus, but also the responsibility of that on the citizen and the various social activities to provide the .truth and then internal social stability

Keywords: rumor - public opinion - media - social media

المقدمة

تمثل الشائعة كظاهرة اجتماعية عنصرا مهما في نسيج كل ثقافة من الثقافات البشرية، فهي وليدة مجتمعيها، وتعتبر تعبيراً عميقاً عن ظروفه النفسية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، أما الرأي العام فهو اتجاه جماعة من الناس حول مشكلة معينة او حادث معين وهو مجرد مجموعة من الآراء الفردية، ويسند الى جمهور نوعي معين بالنسبة لاتجاهاته ازاء موضوع جدل محدد او حاصل جمع الآراء الفردية، وتأتي أهمية دراسة الشائعات من التأثير الكبير الذي تلعبه على المجتمعات فقد تؤدي الى تفكك وتدهور المجتمع، كما تؤدي الى تماسكه وفقا لدورها في خفض ارفع الروح المعنوية لذلك المجتمع، فمن خلال الشائعات يمكن ان تتبدل او تتغير مواقف الافراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم والرأي العام اجمالا، فالشائعات يمكن ان تؤثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والنفسية والثقافية للشعوب، ويمكن ان تؤثر في العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات، ولهذا يتوجب علينا في اطار المواجهة ضرورة العناية بدراسة الشائعة في مختلف المؤسسات والمعاهد والمراكز البحثية، فقد غدت الشائعة علما له قوانين ونظريات ودراسات ونتائج التجريبية والواقعية بحيث يمكن توجيهه لتحقيق مطامع واهداف بعينها في اطار المفهوم الشامل للحرب النفسية.

المطلب الأول : الاشاعة

تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم الاشاعة وانماطها وانواعها، سيما ان مفهوم الاشاعة قديم التداول والاسلوب وشهد تطورا كبيرا نتيجة تطوّر وسائل الاعلام وسرعة انتقال المعلومة بين الناس، ولان الاشاعة هي جزء من (الحرب النفسية) التي تعد من ابرز مفاهيم وادوات ظاهرة التعامل النفسي، لذا سنشرح بتعريف الحرب النفسية قبل الولوج في مفهوم الاشاعة.

الحرب النفسية : عرفها الدكتور حامد ربيع بانها " نوع من القتال لا يتجه الا الى العدو ولا يسعى الا الى القضاء على ايمان المستقر بذاته وبنقته في نفسه، وبعبارة اخرى هي تسعى لا الى الاقناع والاقناع انما تهدف الى تحطيم الارادة الفردية، هدفها اكثر اتساعا من الدعاية فهي تسعى الى القضاء على الارادة، ولكنها لا تتجه الا الى الخصم او العدو" (1) . تهدف الحرب النفسية في النهاية الى شل عقل العدو وتفكيره وقلبه لغرض تحطيم معنوياته والقضاء على كل شكل للمقاومة عنده، ان اخضاع اي شعب بالوسائل النفسية اخص بكثير من اخضاعه بقوة السلاح، خاصة اذا مهدت لذلك الحرب النفسية، اذ تشكل الحرب النفسية اداة هامة لاغلب النظم السياسية المختلفة لانها جزء من الحرب الشاملة، اي الحرب العسكرية والاقتصادية والسياسية(2). والحرب النفسية تقوم – بالاضافة الى استخدام الدعاية السافرة على ثلاث عناصر رئيسية هي (3):- (الشائعات – افتتعال الازمات - اثاره الرعب)

– تعريف الاشاعة ، لغة واصطلاحا واهمية دراستها

أ – تعريف الاشاعة في اللغة :- جاء في لسان العرب لابن منظور في تعريف الاشاعة لغة " هي الشاعة اي الاخبار المنتشرة، وهي جمع شائع، مادة " شيع " : شاع الشيب : انتشر، وشاع الخبر: ذاع، والشاعة: الاخبار المنتشرة، ورجل

شيع: اي مشيع لا يكتم سرا(4).

ب - تعريف الاشاعة في الاصطلاح:- ليس من السهل وضع تعريف دقيق لمفهوم الاشاعة، لانها تحمل معاني متعددة الاغراض، وهذه التعريفات وان اختلفت في صيغها ومصادرها الا انها تعطي معنى واحد، فهي في اوسع معانيها تعني "الانطلاق بفكرة معينة مرتبطة بواقعة معينة وسريان هذه الفكرة في مجتمع معين تُحدد من حيث الزمان والمكان"، فيغلب عليها ان لم يكن عدم الصحة فعلى الاقل الصحة الجزئية، وبهذا المعنى فالاشاعة تختلط بالاسطورة تارة وبالنكتة والفكاهة الشعبية تارة اخرى، فهي في جميعها صور لاختلاق كلي او جزئي، يرتبط باتجاهات الرأي العام في معناه العام، بحيث يمكن القول بانها وسيلة من وسائل التعبير عن حالات الكبت النفسي الفردي او الجماعي، فقد عرفت استاذة الرأي العام الدكتورة حميد سميسم بانها "عملية نقل خبر مرتبط بواقعة او رأي او صفة مختلفة من خلال الكلمة المسموعة الشفهية تعبيراً عن حالة معينة من حالات الكبت الجماعي"(5). وعرفها الدكتور مختار التهامي بانها "هي الترويج لخبر مختلق لا اساس له من الواقع، او تعتمد المبالغة او التهويل او التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة او اضافة معلومة كاذبة او مشوهة لخبر معظمه صحيح، او تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي او الاقليمي او العالمي او النوعي، تحقيقاً لاهداف سياسية او اقتصادية او عسكرية على نطاق دولة واحدة او عدة دول، او النطاق العالمي بأجمعه"(6). كما عرفها جولدن اولبورت وليويوستانمان :- "بانها اصطلاح على رأي موضوعي معين مطروح كي يؤمن به من يسمعه، وهي تنتقل عادة من شخص الى اخر عن طريق الكلمة الشفهية دون ان يتطلب ذلك مستوى من البرهان او الدليل"(7). اما الدكتور حامد ربيع فيرى ان تعريف الاشاعة من خلال مفهومها الوظيفي وتكوينها السلوكي هي عبارة عن :- "عملية نقل خبر مرتبط بواقعة او رأي او صفة مختلفة من خلال الكلمة المسموعة شفاهياً تعبيراً عن حالة من خلال الكلمة المسموعة شفاهياً تعبيراً عن حالة معينة من حالات القلق او الكبت الجماعي"(8). وعرفها اخرون "هي مضمون اتصال غير مثبت ينتقل عادة بالكلمة المنطوقة في مواقف الكبت او القلق وخاصة في المواقف عندما تشتد الحاجة الى المعلومات ولا تتوفر القنوات الصادقة التي يمكن الركون اليها"(9). ان الشائعة :- معلومة متداولة غير مثبتة للعامة ان يتعرفوا عليها بدرجة اقل مما لو كانت عموماً مصحوبة بخاصية الطريقة المثلى للتحقق من صحتها، اي الشاهد المباشر وان ما يميزها ليس طابعها المثبت او غير المثبت وانما مصدرها غير الرسمي وعليه استنادا الى طابعها غير المثبت يؤدي بحكم المنطق الى طريق مسدود ويثبت استحالة تمييز الشائعة من معلومة اخرى تنتقل مشافهة او عبر وسائل الاعلام"(10).

مكونات الاشاعة:

من التعريف السابق يمكن تحديد مكونات الاشاعة كالآتي (11):

- 1 - الهدفية : الشائعات طبقاً لوظائفها تنشأ وتنتشر بقصد تحقيق اهداف معينة ولذلك فهي سلوك مدبر ومخطط من قبل مروج الشائعة او الفاعل او المستفيد الاساسي وهي لهذا ليست مجرد رواية يتناقلها الافراد لمجرد الثثرة او الدردشة.
- 2 - مصدر الاشاعة : هو المصدر الذي تنطلق منه الشائعة عند اول تداول لها وقد يكون شخصاً او شركة او مؤسسة او حزب او حكومة، او احدى مؤسسات المجتمع المدني او حكومة دولة اخرى او شركة اجنبية.
- 3 - تداول الشائعة: التداول والنشر عنصر اساسي للشائعة وبدونه لا تؤدي الشائعة انتشارها.
- 4 - محتوى الشائعة : الشائعة في العادة نوعية ولها موضوع، وبالنسبة للشكل الذي يأخذه المحتوى فقد يكون عبارة عن (احاديث محرفة-اخبار وتقارير مختلفة لا اساس لها من الحقيقة-اخبار تتضمن جزءاً من الحقيقة-اخبار مبالغ فيها او يتم تداولها بصورة اكبر وبتفصيلات مغايرة للواقع-اخبار مجهولة المصدر توجي بالتصديق).
- ب - اهمية دراسة الشائعة : تساعد دراسة الشائعة على تحقيق التوازن النفسي والعقلي للمجتمع من خلال تحديد الاسباب المختلفة لرواجها وانتشارها وتحديد مصادرها، وتوضح اهمية دراسة الشائعات من التأثير الكبير الذي

لها على المجتمعات، فقد تؤدي الى تفكك وتدهور المجتمع، كما قد تؤدي الى تماسكه وفقا لدورها في خفض ارفع الروح المعنوية لذلك المجتمع فمن خلال الشائعة يمكن ان تتبدل او تتغير مواقف الافراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم، الذي ميز طابع هذا العصور زاد من اهمية وانتشار الشائعات، فالشائعات مازال متداولة بشكل كبير لدى العديد من المجتمعات المعاصرة على الرغم من الانتشار السريع لاجهزة الاعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، وما يسمى بثورة المعلومات التي اتاحتها وهيئات ارضيتها شبكة الانترنت، والتي اصبحت هي نفسها اقوى وسيلة لترويج الشائعات وتفريخها(12).

– نشأة الشائعة وخصائصها ووظائفها :

أ – نشأة الاشاعة :

لا يستطيع الانسان ان يتخيل مجتمعا منذ بدء الخليقة يخلو من الشائعات فهذه كغيرها من احاديث الانسان ظاهرة اجتماعية لازمة، والواقع ان في تاريخ البشرية امثلة واضحة تبين ان الشائعة وجدت على الارض مع الانسان، والشائعات عرفت القرون الوسطى، فالاشاعة " للمثال وليس الحصر " هي التي ساقطت سقراط الى الموت، اذ اتهمته بأفساد الشباب وحضهم على الثورة(13). حتى الانبياء والمرسلين من السماء، وقد تعرض النبي يوسف الصديق (ع) لحملة شائعات كاذبة، فهذه امرأة العزيز تقول ﴿ مَا جَزَاءُ مَنْ أَرَادَ بِأَهْلِكَ سُوءًا إِلَّا أَنْ يُسْجَنَ أَوْ عَذَابٌ أَلِيمٌ ﴾ " سورة يوسف: الاية 25" فيظهر الله براءته، ولكنه يسجن ثم تعاود الشائعات لتطول امرأة العزيز فيظهر الله براءته مرة اخرى امام المجتمع الذي سارت فيه الشائعات(14). وفي العصر الحديث " للمثال وليس للحصر " استخدم المصريون عند قتالهم ضد المستعمر الانكليزي اثناء احتلاله لقناة السويس وذلك بتجنيد المتعبدن والموظفين والعمال المصريين لبث بعض الشائعات التي كان منها شائعة نجاح المفاوضات الجارية بين مصر وانكلترا مما ادى الى تراخي الجنود الانكليز في حراستهم المعسكرات والمنشآت فأنتهز الفدائيون الفرصة وقاموا بهجوم على الجيش الانكليزي والحقوا به خسائر فادحة(15).

ب – خصائص الشائعات :

- 1 – الشائعة هي عملية نشر المعلومات ونتاج هذه العملية اذا ربطت بموضوع مهم ونشرت في ظروف يعتذر معها التأكد من صحتها.
- 2 – من السهل ان تنتطلق الشائعة وليس من السهل ان تتوقف والشائعة تسير بسرعة الصوت والضوء عن طريق الاقمار الصناعية والانترنت في الوقت الذي اصبح العالم قرية الكترونية واحدة .
3. قد تكون الشائعة صادقة اي تحتوي المعلومات الواردة في الشائعة على نواة للحقيقة.
- 4 – قد تكون الشائعة كاذبة اي ترتكز على معلومات غير مؤكدة او عارية عن الصحة(16).
5. قد تكون الشائعة صادقة او كاذبة .
6. من الصعب تعقب او التأكد من مصدر الشائعة اثناء انتشارها.
7. تتناغم الشائعات مع التقاليد والثقافة للمجتمع الذي تسري.
8. الشائعة تتلاءم مع الموضوعات التي تتوجه اليها اهتمامات الجمهور الموجهة اليه في فترة زمنية معينة وبخاصة الموضوعات المرتبطة بأزمة معينة طارئة (حرب – زلزال – فضيحة مالية).
9. البيانات كأسماء الاعلام والارقام والاماكن، هي العناصر الأكثر بعدا عن الثبات في كل شائعة.
10. تكون موجزة ولغرض التذكروالنقل.
11. تستخدم اساليب مختلفة في البث منها الخبر الذي لا اساس له من الصحة او الملفق بجزء من الحقيقة او المبالغ فيه، كما تأخذ اشكالا أخرى للبث كالرواية والقصص الرسم الكاريكاتوري والاغنية والنكت.
12. التغيير والتحوير، اذ يتغير محتوى الاشاعة على مر الزمن كلما انتقلت من المصدر الاصلي الى ناقلها او مروجها(17).

ج - وظائف الشائعات

- 1 - الوظيفة الأساسية للشائعات هي اذكاء روح ومشاعر القلق او الخوف او الرعب او الشك او التوترات العاطفية او الشك لدى الجمهور المستهدف في وقت محدد وفي حالة وجود موقف غامض.
- 2 - التنفيس ويمكن للشائعات ان تساعد على التنفيس عن مشاعر القلق او الخوف او الرعب او الشك او التوترات العاطفية من خلال وظائفها الفرعية الاخرى (الشرح - التبرير - التفسير - التخفيف - الاسقاط) بما يساعد على مواجهة المواقف الطارئة والازمات وبصورة تؤدي من خلال توفير فرص الحل لتماسك المجتمع ورفع الروح المعنوية (18).
- 3 - الرغبة في الظهور فهناك وظيفة اخرى للشائعات وهي الرغبة النفسية للأفراد من خلال جذب الانتباه عن طريق الظهور بمظهر العالم ببواطن الامور (19).
- 4 - المساعدة في فهم الواقع الغامض فالانسان منذ اقدم العصور يتساءل ما الحقيقة وما الواقع؟ والطفل في سن مبكرة يحاول ان يحصل على اجابات متعددة عن اسئلته التي تبدأ بـ لماذا؟ ويتعلم عن طريق ما يروى امامه من والديه او من المصادر الاخرى بانماط مختلفة عن (يقولون - سمعت اليوم - اظن - تقول الاذاعة كذا - يقول التلفزيون كذا - سمعت من جارنا ان...) "ومؤخرا قرأت في مواقع التواصل الاجتماعي كذا وكذا" (20).

- انواع الشائعات ودوافع انتشارها :

أ - انواع الشائعات (21):

أ - تصنف الاشاعة حسب الترتيب الزمني الى :-

- 1 - الاشاعة الزاحفة: هذه الاشاعة تنمو وتنتشر ببطء حتى تصل في النهاية الى مرحلة بحيث يعرفها الناس وغالبا ما تتناول مواضيع تتوجه ضد مسؤولي الحكومة.
- 2 - اشاعات العنف: يمتاز هذا النمط بالقدرة السريعة على الانتشار بين صفوف الجمهور.
- 3 - الاشاعات الغائصة: وهي التي تمتاز بالظهور والاختفاء خلال مدد زمنية معينة، وهي ترقد في حالة سبات في عقول الناس ثم تستخرج بعد سنوات عندما يجدون انفسهم في موقف بيئي مشابه للاشاعة التي سمعت لأول مرة.
- ب - تصنف الاشاعة حسب موضوعها الى:-
- 1 - اشاعة الخوف (الوهمية): الهدف منها اثارة القلق في نفوس الجماهير وغالبا ما يزدهر هذا النوع من الاشاعات في الظروف غير العادية مثل الحروب والكوارث، وهذا النوع من الاشاعات يثير اليأس والقلق في صفوف الجماهير ويجعل من هدف الخصوم في تحطيم الجبهة الداخلية امرا سهلا.
- 2 - اشاعات الامل او الاشاعات الحاملة: وتتضمن وقائع واحداثا يأمل الفرد عند ترويجها، او اختلاقها تحقيق الراحة والطمأنينة الى نفسه، وهو نمط يهدى الاعصاب.
- 3 - اشاعات الحقد او الاشاعات (داقة الاسافين): الهدف منها خلق الارتباك والاضطراب في الرأي العام ويقصد منها تفريق المجتمع واثارة النعرات الطائفية والعنصرية فيه.

ب - دو افع انتشار الشائعات: يمكن تقسيم دو افع الشائعات الى نوعين:

- اولا- دو افع عامة: فالشائعات ذات الدوافع العامة غالبا ما تكون شائعات موجهة من قبل جهات حكومية او احزاب معارضة او مؤسسات مجتمع مدني او شركات تجارية على مختلف انشطتها التجارية والعسكرية والخدمية سواء اكانت داخلية او عابرة للحدود وايضا الحكومات والدول الاجنبية، وتكون هذه الشائعات سياسية اذا كانت تدور في المجال السياسي او الاقتصادي او اجتماعي او عسكري، ودوافع هذا النوع من الشائعات تعتبر دوافع عامة وتستهدف المجتمع ككل او فئات محددة منه كالمؤسسات السياسية او الاجتماعية او الاقتصادية او القوات المسلحة فعن تحديد الدوافع العامة لهذه النوعية من الشائعات يساعد على تحديد الجهات التي تقف خلفها واهدافها ولتحديد سبل الوقاية منها ومواجهتها .

- الدوافع الشخصية ومنها:
- 1 - الدافع لاستطلاع الاخبار والمعلومات: اذ ان الحاجة الى استطلاع الاخبار والمعلومات ومن اهم تلك الحاجات السايكولوجية في واقع حياة الانسان (22).
 - 2 - التنفيس عن حالة الكبت
 3. التنفيس عن حالة القلق
 - 4 - دوافع الاسقاط: نتحدث عن " الاسقاط " عندما تنعكس الحالة الانفعالية للشخص، دون وعي منه في تأويله للبيئة المحيطة به (23).
 - 5 - الميل الى الاستباق
 - 6 - جذب الانتباه
 - 7 - تهدئة التوترات والانفعالات
 - 8 - تحقيق المصالح الشخصية
 - 9 - الهرب من الشعور بالذنب
 - 10 - الميل للعدوان
 - 11 - الفراغ: الذي يعيشه البعض من الرجال والنساء له تأثير قوي على بث الاشاعات وسريانها بين الناس.
 12. الترهيب والتخويف
 - 13 - ضعف الدافع الديني وغياب رقابة الله
 14. الجهل او تجاهل العواقب الوخيمة: التي قد تتأتى نتيجة اطلاق سهام الشائعات.
 15. دوافع الميول لتصديق الاشاعة: ان من الدوافع القوية المؤيدة لانتشار الاشاعة في مجتمعنا بصورة كبيرة، هي ان الناس يميلون غالبا لتصديق كل ما يُقال وعدم التثبت والتأكد من صحته (24).
- ج- الشائعات والمفاهيم المقاربة :
- 1 - الشائعة والالتهام: الشائعة عبارة عن اقوال او عبارات او معلومات تنتشر بين الناس بوسائل الاتصال المختلفة دون ان ترتكز على مصدر موثوق يؤكد صحتها وتتصل بموضوع اهتمام الناس في وقت محدد ومجتمع محدد، اما الالتهام فيشترط فيه الدليل على صحته.
 - 2 - الشائعة وحق النقد: الشائعة اقوال مرسله لا دليل على صحتها وتأخذ شكل الغيبة والنميمة وتعرض مروجها للعقاب، اما النقد فيشمل تصرفات الانسان العامة التي تتعلق بخصوصيته وتخرج عن نطاق ذاته، وذلك بأبداء الرأب بالحكم او التعليق على قضية عامة او فكرة جديدة.
 - 3- الشائعة والحرب النفسية: الشائعات صورة من صور الحرب النفسية وهي اوضح صورة للحرب النفسية و افدحها واحد ادواتها الهامة (25).
 - 4- الشائعات والدعاية: تعتبر الشائعات احد الاشكال المؤثرة التي تستخدمها الدعاية، لكنها تختلف عنها، فالشائعات اخبار مبالغ فيها او غير حقيقية.
 - 5 - الشائعات والاخبار: يتميز الخبر في حالته المثالية بمسايرته للمعايير الوثيقة، اما الشائعات فتتميز بانعدام هذه المعايير (26).

المطلب الثاني - الرأي العام

- تعريف الرأي العام وتأريخ نشأته:

أ - تعريف الرأي العام

1 - تعريف الرأي العام لغة: يقال (رأي ورؤية، رأيا ورواة) والرؤية لها معنيان اولهما (الرؤية بالعين) اي المشاهدة

وثانيهما (العلم) وهي تختلف عن (الرؤيا) بالالف الطويلة وتبني الحلم او ما يراه النائم في منامه (27).

2. تعريف الرأي العام اصطلاحاً: " هو الرأي السائد بين اغلبية الشعب الواعية في فترة معينة القضية او اكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الاغلبية او قيمها الانسانية الاساسية مسا مباشراً، وعرفه اخرون بانه " رأي الجماعة التي تربطها رابطة الاعتماد المتبادل حول قضايا جدلية تخص مصلحة او ربما مصير تلك الجماعة (28). وعرفه الاستاذ الدكتور عامر حسن فياض بانه " رأي الجماعة التي تربط عناصرها رابطة الاعتماد المتبادل حول قضية جدلية تخص مصلحة وربما مصير تلك الجماعة " (29). وعرفه لبونارد دول " الرأي العام هو اتجاه جماعة من الناس حول مشكلة معينة او حادث معين"، كما عرفه هارولد تشايلدر " الرأي العام هو مجرد مجموعة من الآراء الفردية، وهو يسند الى جمهور نوعي معين بالنسبة لاتجاهاته ازاء موضوع جدل محدد او هو حاصل جمع الآراء الفردية" (30). كما عرفه الدكتور عبد القادر حاتم "بانه الحكم الذي تصل اليه الجماعة في قضية ذات اعتبار واشترط لتحقيق ذلك: ان يكون هناك مناقشات حول القضية - ان تكون القضية مثارة بكل حقائنها - ان يكون الاتجاه الذي تتخذه الجماعة في القضية متفقاً تمام مع المعتقدات العامة للناس مثل العقيدة الدينية او الوطنية او القومية وغيرها من العقائد (31). كما عرفه ليم البيج بانه " تعبير عن موضوع معين يكون محل مناقشة من جماعة ما" (32). فيما يرى لينارد دوب بانه " موقف جماعة من الناس نحو مشكلة معينة او حادث معين" (33). ويعرفه الدكتور احمد بدر بأنه " اتفاق ضمني او توافق قسط معين من المجتمع يمثل درجة معينة من الاهمية على مواجهة مشكلة معينة بطريقة معينة" (34).

ب - نشأة الرأي العام:

مع ان الرأي العام من المصطلحات الحديثة التي لم تُعرف الا مع اواخر القرن الثامن عشر، ابان الاستقلال الامريكي والثورة الفرنسية، فلا يمكن القول بأن الحضارات القديمة لم تعرف المفاهيم المشابهة للرأي العام، وقد عرف اليونان المفاهيم القريبة من فكرة الرأي العام، كالاتفاق العام او الاتجاهات السائدة وكانوا يحتفون بها اشد احتفاءً حتى انهم خلدوها في معبد البانتويون، وتحدث الرومان ايضا عن الآراء الشائعة بين الناس ووصلوا في اواخر عهود امبراطوريتهم الى مفهوم صوت الجمهور او صوت الشعب، ولعله يقترب كثيراً من اصطلاح الرأي العام في التأريخ الحديث، وقد عرفت العصور الوسطى عبارة الاتفاق العام او الاجماع وهي مبنية على المفهوم الراقى لفكرة الشعور العام او الجماعي التي كان يستعملها انصار البابا وخصومهم انصار الامبراطور للتعبير عن التقاليد السائدة والاتجاهات العامة للرأي في المناطق المتنازع عليها، وفي مستهل العصور الحديثة كان مكيا فيلي اول من وجه الانظار الى ضرورة الاهتمام بصوت الشعب واتجاهاته وكثيراً ما كان يردد العبارة القائلة " بان صوت الشعب هو صوت الله" (35).

- العوامل المؤثرة في الرأي العام ومراحل تكوينه واسباب تغييره

أ- العوامل المؤثرة في الرأي العام: يحدد البعض ان العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام الجمهور نفسه، كما يرى الدكتور عامر حسن فياض والدكتور غالب جواد الدعي وكذلك الكاتبان جان ستوتزل والآن جيرار ان هناك عوامل اساسية متعددة تؤثر في عملية تكوين الرأي العام يمكن ذكرها بالاتي (36):

- 1 - العامل الثقافي: وهي تمثل مجموعة العادات والتقاليد والقيم واساليب الحياة التي تنظم حياة الانسان داخل البيئة التي يعيش فيها، فيما تعد العقيدة الدينية من اقوى العوامل المؤثرة في اتجاهات الرأي العام، بل يمكن القول انها الاساس الي تبني عليه الاتجاهات لدى الفرد.
2. الاحداث والمشكلات: تعتبر الحوادث والمشكلات والازمات التي يتعرض لها مجتمع معين من العوامل التي تعمل على تكوين اتجاهات الرأي العام.
3. القادة والزعماء: اذ ان لقادة الرأي العام في المجتمع من السياسيين ورجال الدين والكتاب والادباء والمصلحين الاجتماعيين دور في تكوين الرأي العام والتأثير فيه.

4. وسائل الاعلام والدعاية: الاعلام هو العمليات التي يترتب عليها نشر المعلومات واخبار معينة تقوم على اساس الصدق والصراحة اما الدعاية فهي تحاول تكوين الرأي العام عن طريق تأثير شخصيات الافراد من خلال دو افعهم وانفعالاتهم ومفاجأتهم بالاخبار والتأويل.
5. شبكات التواصل الاجتماعي : الانتشار الحر للمعلومات عبر هذه الشبكات اسهم في تكوين الرأي العام والتأثير به، وتتخذ هذه الشبكات موقفا فريدا في هذه العملية اذ تمارس تأثيرات قوية على صانعي القرار وتشكيل الرأي العام.
6. العوامل النفسية: تؤثر العوامل النفسية في الفرد وفي سلوكه وتلعب الاهواء دورا بالغ الاهمية في بلورة الرأي العام، فضلا عن العوامل الوراثية فهي مؤثرة في تكوين الرأي العام واتجاهاته.
7. العوامل المكتسبة: وتتمثل في الخبرات التي يكتسبها الفرد باعتباره اجتماعيا بطبعه من خلال تجاربه في الحياة، ومن خلال قراءته ومشاهدته اذ لها تأثير كبير في تكوين الاراء والاتجاهات.
8. المؤسسات التعليمية: اذ تلعب المدرسة دورا في تشكيل ثقافة الفرد وتكوين رأيه واتجاهه وتوجيه طريقه في الحياة.
9. النظام السياسي: يؤدي النظام السياسي دورا مهما في تكوين الرأي العام، فالمواطن يتأثر بالايديولوجية السائدة لدى النظام السياسي.
10. العوامل الفسيولوجية الوظيفية: هناك مثلا سمات جسمية تؤثر في عقلية الفرد وافكاره، فالمرضى تكون نظرتهم متشائمة للحياة.
- ب- اساليب تغيير الرأي العام : يهتم المختصون في الاعلام والاجتماع وعلم النفس والسياسية اهتماما كبيرا في معرفة واجادة وابتداع الاساليب الفاعلة في توجيه الرأي العام، لفرض دعم ومساندة قضية معينة او رفضها. لذا تعددت اساليب تغيير الرأي العام فهناك اساليب سلبية وهناك اساليب ايجابية وهذه الاساليب بينها الدكتور مختار التهامي في الاتي (38): (اسلوب التكرار والملاحظة - اسلوب الاثارة العاطفية - اسلوب عرض الحقائق - اسلوب تحويل انتباه الجماهير - اسلوب الاشاعات).

– الرأي العام ووظائفه واهدافه وخصائصه

- أ – انواع الرأي العام: يقسم الرأي العام الى انواع متعددة طبقا للعديد من المعايير التي تعتمد في التصنيف او التقسيم مع ملاحظة تشابه وتكرار الانواع طبقا لأسس التقسيم(39):
- 1 – تقسيم الرأي العام حسب طبيعته الى : (الرأي العام الكامن والرأي العام الظاهر)
2. تقسيم الرأي العام حسب ثباته الى : (الرأي العام الثابت والرأي العام المؤقت)
- 3 – تقسيم الرأي العام حسب تأثيره ومشاركته السياسية الى : (الرأي العام السلبي والرأي العام الايجابي)
4. تقسيم الرأي العام حسب الانتشار الجغرافي الى (الرأي العام المحلي – الرأي العام الوطني – الرأي العام الاقليمي – الرأي العام الدولي)
- 5 – تقسيم الرأي العام حسب حجم الجمهور الى : (رأي الاغلبية – رأي الاقلية – الرأي الانتلافي – الرأي العام الساحق)
- 6 - تقسيم الرأي العام بحسب عنصر الزمن الى: (الراي العام اليومي – الرأي العام المؤقت – الرأي العام الدائم)
- 7 – تقسيم الرأي العام حسب درجة الوضوح الى : (الرأي العام الواضح – الرأي العام الغامض)
8. تقسيم الرأي العام حسب درجة صراحته الى : (الرأي العام الصريح – الرأي العام الباطني)
- 9 – تقسيم الرأي العام حسب درجة ظهوره الى : (الرأي العام الظاهر – الرأي العام غير الظاهر)
- 10 – تقسيم الرأي العام حسب طريقة التوافق والاجتماع الى : (رأي عام عن طريق التراضي – رأي عام عن طريق التصويت - رأي عام عن طريق الضغط)

11. تقسيم الرأي العام حسب وجوده الى : (الرأي العام الموجود بالفعل – الرأي العام المتوقع ظهوره)
12. تقسيم الرأي العام حسب درجة تأثيره وتأثره الى : (الرأي العام القائد – الرأي العام المثقف – الرأي العام المنساق)
13. تقسيم الرأي العام حسب درجة ثباته الى : (الرأي العام الثابت نسبيا – الرأي العام المتغير)
14. تقسيم الرأي العام حسب حركته الى : (الرأي العام المتحرك ” الديناميكي “ – الرأي العام غير المتحرك ” الاستاتيكي “)
- ب- وظائف واهداف الرأي العام(40):
يقصد بوظيفة الرأي العام هي ما يمليه الرأي العام من مقاصد واهداف او برامج وتفضيلات حيث تحدد المهام المنوطة بالرأي العام في المجالين التاليين (في المجال السياسي – في المجال الاجتماعي)
1 – وظائف الرأي العام في المجال السياسي، اذ يعد الرأي العام احدى القوى السياسية الفعالة داخل الوجود السياسي من خلال : (التأثير على القرار السياسي – التأثير على الانتخابات – انجاح خطط الدولة – تحديد ملامح السياسة الخارجية – التحديث السياسي – اقرار القوانين والتصديق عليها)
2 – وظائف الرأي العام في المجال الاجتماعي من خلال : (وظيفة الرقابة الاجتماعية – تطوير الحياة الاجتماعية – التعبئة الاجتماعية)
ج – خصائص الرأي العام: يحدد هادلي كانتريل خصائص الرأي العام في مجموعة من النقاط نستعرضها فيما يلي (41):
1 – يعد الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للاحداث الهامة
2. تؤدي الاحداث الاستثنائية الى تغيير الرأي العام بصفة مؤقتة من موقف الى اخر.
3. يتقرر الرأي العام بصفة اساسية من خلال الاحداث اكثر من تقريره بالاقتوال والتصريحات.
4. تظهر اهمية التصريحات الشفهية وبيان طرق العمل في حالة ما اذا كان الرأي العام غير مبلور، وعندما تكون الجماعة قابلة للايحاء والاستهواء.
5. لا يقوم الرأي العام بتوقع الحوادث مقدما، و انما يستجيب لها فقط.
6. يتقرر الرأي العام بالمصلحة الذاتية لأفراد الجماعة وعلى هذا فالحوادث والخطب او اي دوافع اخرى لا تؤثر في الرأي الا بمقدار ارتباطها بهذه المصالح.
7. لا يستمر الرأي العام مثارا لفترة طويلة من الزمن الا اذا شعر الافراد بأن مصالحهم الذاتية مهددة، او اذا صاحب هذه الاثار مجموعة من الحوادث او الاقوال التي تدعمها باستمرار.
8. يصعب تغيير الآراء المستندة على اساس من المصالح الذاتية بينما يسهل تغيير الآراء او تعديلها اذا كان هذا لا يمس المصلحة الذاتية لأفراد جماعة الرأي العام.
9. اذا ما اثرت المصلحة الذاتية فان الرأي العام في الدولة الديمقراطية يتقدم السياسة الرسمية ويسبقها.
10. عندما يكون الرأي العام مؤيدا بأغلبية قليلة، او اذا كان قائما على اساس غير صلبة فان ظهور حقيقة واحدة تمثل الواقع تعمل على جذب الرأي تجاهها.
11. يتماسك الرأي العام عند الازمات وتقل معارضة افراد جماعته للقرارات التي يتخذها زعماءهم اذا كان هؤلاء الزعماء يحظون بثقة الجماعة اما اذا فقد الزعماء هذه الثقة فانه يقل في الغالب تسامح الافراد معهم .
12. تقل معارضة الافراد للقرارات الخطيرة التي يتخذها زعماءهم اذا ساهموا معهم في اتخاذ هذه القرارات .
13. من السهل على جماعة الرأي العام تحديد الاهداف التي تبغي الوصول اليها بينما يصعب عليها تحديد الوسائل اللازمة لتحقيق هذه الاهداف .
14. من الممكن ان يتلون الرأي العام ويتأثر بالهوى مثله في هذا مثل الرأي الفردي وحينما يكون الرأي العام هكذا

فأنه من المحتمل ان يتغير تغيرا كبيرا مع الحوادث.
15. يصير الرأي العام قويا واكثروعيا وموضوعية اذا وفر لافراد الجماعة فرص التعليم والثقافة وتم اعلامهم بكافة المعلومات التي توضح لهم مجريات الامور.

المطلب الثالث - تأثير الشائعة على الرأي العام والمعالجات :

– تأثير الشائعة على الرأي العام

تلعب الشائعات دورا مهما في تحريك او تغيير مسارات الرأي العام لما تمتلكه من خصائص انفة الذكر اضافة الى ذلك سرعة انتشار الشائعة في الوقت الحاضر مع وجود وسائل التواصل الاجتماعي الموجودة داخل الهواتف المحمولة الذكية (كالفيس بوك – تويتر – الواتساب – اليوتيوب – التلكرام – الانستكرام – الفاير – السناب شات – الكوكل بلاص – رسائل الاس ام اس – البريد الالكتروني – المنتديات – مواقع الويب) وغيرها كثير من البرامج التي تنقل المعلومة او الخبر بثوان معدودات، فالاشاعة كما يطلق عليها البعض هي الرأي العام الطارئ حيث يمكن الوصول الى اجماع حول قضية ما بمجرد اطلاق الاشاعة ودون الحاجة الى عمليات مطولة ومدرسة (42). من ناحية اخرى فأن هناك تبادلا تأثيريا مشتركا بين الفرد والجماعة، ولما كان السلوك يتأثر بالاشاعة فتصبح الشائعة بالتالي وسيلة من وسائل تكوين الرأي العام والتأثير في سلوكه فردا وجماعة والشائعة ايضا انما تعبر عن اهتمامات وتطلعات الرأي العام، وهي بالتالي ترجمانه النفسي والفكري والخلقي ومصور قيمه وعاكس مسارها المهمة للرأي العام (43).
لذا فأن الشائعات تؤثر على جوانب الحياة السياسية والاقتصادية والامنية وحتى الثقافية، وكل ما يمس الحياة والافراد والجماعة من مجمل ما تأثره الشائعات على الرأي العام من خلال (44):-

- 1 – تكمن خطورة الاشاعات في انها تساعد على نشر الخصومة والبغضاء بين افراد المجتمع تمهيدا لتدمير استقراره من خلال نشر الفتن وتفكك المجتمع.
2. تدني للمعلومات واعاقة للفكر فان انتشار الاشاعات في المجتمع يعتبر وسيلة لانتشار تدني الحالة المعنوية.
- 3 – تدمير النظام القيمي والسلم.
4. تعميم مشاعر الاحباط في المجتمع.
5. للشائعات الاثر الاقتصادي الكبير من حيث انها تقتصد الدولة عن طريق عرقلة العمل الجماعي داخل المشاريع او من خلال التنافس غير المشروع داخل المنظومة الاقتصادية او بين المنظومة الاقتصادية الداخلية والخارجية .
6. للشائعات خطورة على الامن الوطني ولاسيما خلال الازمات الداخلية او في حالة عدم الاستقرار داخل النظام السياسي او تسويقها من قبل الخصوم بأثارات عرقية او قومية او دينية.
7. تتسبب الشائعات في بليلة للرأي العام ونقص الثقة في الحكومة والنظام.
8. تحاول الشائعات ارباك صانعي القرار فلها تأثير على صانعي القرار سواء باحتمال التسرع في صنع القرار او الابطاء في بعض القضايا الهامة سواء الحكم على امور هامة وطمس الحقائق او اضعاف الحق.
9. اقتراف جريمة الكذب المحرم وترويع الظن بين الناس.

ب- طرق مواجهة الشائعات :

يمكن استعراض بعض الوسائل التي من خلالها يمكن مواجهة الاشاعة وكالاتي (45):-

- 1 – قيام الاجهزة الامنية بتتبع مصادر الاشاعات ومروجيها والتحذير والتنبيه من اخطارها من خلال الاتصال المباشر بالناس وتوعيتهم والاستماع لهم وتقبل ملاحظاتهم، والعمل على توظيف وسائل الاعلام والتنسيق مع مؤسسات المجتمع المدني.
2. لا بد من التأكيد على اهمية تنمية الحس الامني عند المواطن لتحسينه وتقوية مناعته ضد خطر الاشاعة وذلك من خلال دمج واشراكه في المنظومة الامنية.

3. التأكيد على أهمية دور وسائل الاعلام في مقاومة الاشاعة من خلال المبادرة والسبق وكشف الحقائق للجمهور.
4. التنشئة الاجتماعية والتأكيد على أهمية الدور الذي تلعبه الاسرة في عملية الضبط الاجتماعي وتوجيه مما ينعكس على سلوك الافراد وممارستهم فهي الخلية الخلية الاولى التي ينشأ فيها الفرد ويتعلم منها.
5. عدم المساهمة في ترديد الاشاعة وتناقلها.
6. اشاعة اجواء من الثقة بين المواطن وبين المسؤول اساسها المصارحة والمكاشفة.
7. التوعية القانونية من خلال بيان العقوبات وتحديدها والاعلان عنها، مما يجعل منها وسيلة ردع من شأنها منع تداول الاشاعات من قبل مروجيها.
8. ايجاد مراكز متخصصة في هذا الشأن بالاعتماد على علوم النفس والاجتماع والسياسة وما الى ذلك من الاساليب والطرق العلمية الحديثة مهمتها التصدي للاشاعات.
9. ما ان تنطلق الاشاعة من هذا النوع ينبغي ان تتصدى لها جهات مخولة بالتصريحات لشرحها للشعب وفضحها بالادلة والتوثيق الدامغ كالتصوير والشواهد وسواها.
10. نشر ثقافة التحليل الخبيري على مستوى الجمهور، وعدم الايغال بالتضليل او السكوت.

الهوامش

- 1 - رفيق السكري، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة، المؤسسة الحديثة للكتاب، بيروت، 2012، ص 268.
2. صالح خليل ابو الاصبع، الاتصالات والاعلام في المجتمعات المعاصرة، ط6، دارمجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 322.
3. مختار التهامي، عاطف عدلي العبدلي، الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام في جامعة القاهرة، القاهرة، 2000، ص 122.
4. جمال الدين محمد ابن منظور، لسان العرب، ج 10، القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة، 1999، ص 56.
5. حميدة سميسم، الحرب النفسية، الدار الثقافية للنشر، بغداد، 2004، ص 19.
6. مختار التهامي، عاطف عدلي العبدلي، الرأي العام، مصدر سبق ذكره، ص 122.
7. جوردون البورت، ليوبوسنجان، سيكلوجية الاشاعة، ترجمة: صلاح مخيمر، ب.د، 1965، ص 15.
8. حامد ربيع، مقدمة في العلوم السلوكية، دار الفكر العربي، القاهرة، ب.ت، ص 113 وما بعدها.
9. علي عواد، الاعلام والرأي العام، بيسان للنشر والتوزيع، 2000، ص 255.
10. جان- نويل كافيرير، الشائعات الوسيلة الاعلامية الاقدم في العالم، دار الساق، بيروت، 2007، ص 46.
11. معتز سيف عبد الله، الحرب النفسية والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 1977، ص 164-165.
12. سامي محمد هاشم، الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ندوة الشائعات في عصر المعلومات، اكااديمية نايف للعلوم الامنية، الرياض، 2003، ص 55.
13. جوردون البورت، ليوبوسنجان، سيكلوجية الاشاعة، مصدر سبق ذكره، ص 137-138.
14. محمد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 18.
15. محمود السيد ابو النيل، علم النفس والشائعات، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1986، ص 173.
16. ابراهيم احمد ابو عرقوب، الاشاعات في عصر المعلومات، اعمال ندوة الشائعات في عصر المعلومات، اكااديمية نايف للعلوم الامنية، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2003، ص 93-94.
17. محمد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، مصدر سبق ذكره، ص 34.
18. لويس كامل ملكية، سيكلوجية الجماعات والقيادة، الهيئة المصرية للكتاب، 1989، ص 102-103.
19. محمود ابو النيل، علم النفس والشائعات، مصدر سبق ذكره، ص 12-18.
20. صلاح نصر، الحرب النفسية-معركة الكلمة والمقصد، دار القاهرة للطباعة والنشر، القاهرة، 1967، ص 347-350.
21. احمد نوفل، الاشاعة، ط 3، دار الفرقان للنشر والتوزيع، جمعية عمال المطابع، عمان، 1987، ص 78 وما بعدها.
22. صلاح نصر، الحرب النفسية-معركة الكلمة والمقصد، مصدر سبق ذكره، ص 36-37.
23. معتز سيف عبد الله، الحرب النفسية والشائعات، مصدر سبق ذكره، ص 268-269.
24. محمد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، مصدر سبق ذكره، ص 167 وما بعدها.
25. عزت الشربيني، قضايا تشغل الرأي العام، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 2003، ص 51-52.
26. محمد منير حجاب، الحرب النفسية، دار الفجر، القاهرة، 2005، ص 181-169.
27. محمد بن ابي بكر الرازي، مختار الصحاح، الكويت، دار الرسالة، 1982، ص 226-228.
28. رفيق السكري، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة، مصدر سبق ذكره، ص 25.
29. عامر حسن فياض، مقدمة منهجية في الرأي العام وحقوق الانسان، ط 1، موسوعة القوانين العراقية، بغداد، 2003، ص 10.
30. نعمة العبادي، الرأي العام ودوره في العمل السياسي، المركز العراقي للبحوث والدراسات الانسانية والاستراتيجية، بغداد، 2006، ص 14.
31. محمد منير حجاب، اساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 2، القاهرة، 2000، ص 23.
32. خليل ابراهيم رسول، سايكولوجية الرأي العام وطرق قياسه، دار الحرية، بغداد، 1986، ص 19.
33. احمد بدر، الرأي العام وطبيعة تكوينه، مكتبة الانجلو المصرية، ط 2، القاهرة، 1987، ص 27.
34. المصدر السابق.
35. مختار التهامي، عاطف عدلي العبدلي، مصدر سبق ذكره، ص 17-15، وكذلك ينظر: رفيق السكري، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة، مصدر سبق ذكره، ص 21-15.
36. غوستاف لوبون، سايكولوجيا الجماهير، ترجمة: هاشم صالح، ط 3، دار الساق، بيروت، 2010، ص 99. وكذلك ينظر: - عامر حسن فياض، مقدمة منهجية في الرأي العام وحقوق الانسان، مصدر سبق ذكره، ص 18. وكذلك ينظر: رفيق السكري، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة، مصدر سبق ذكره، ص 53-48.
37. صالح خليل ابو اصبع، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، مصدر سبق ذكره، ص 287 وما بعدها. وكذلك ينظر: رفيق السكري، الرأي العام بين

- القوة الناعمة والقوة الخشنة، مصدر سبق ذكره، ص 43-41.
38. عامر حسن فياض، مصدر سبق ذكره، ص 21-20. وكذلك ينظر: مختار التهامي، عاطف عدلي العبدلي، مصدر سبق ذكره، ص 124-109.
39. غالب كاظم جواد الدععي، التلفزيون وصناعة الرأي العام، ط 1، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 68-61. وكذلك ينظر: محمد منير حجاب، اساسيات الرأي العام، مصدر سبق ذكره، ص 38.
40. صالح خليل ابو اصبع، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، مصدر سبق ذكره، ص 300. وكذلك ينظر: محمد منير حجاب، اساسيات الرأي العام، مصدر سبق ذكره، ص 41 وما بعدها.
41. خضر خضر، مفاهيم اساسية في علم السياسية، ط 2، المؤسسة الحديثة للكتاب، بيروت، 2014، ص 300. وكذلك ينظر: علي عواد، الاعلام والرأي العام، مصدر سبق ذكره، ص 63. وكذلك ينظر: صالح خليل ابو اصبع، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، مصدر سبق ذكره، ص 288.
42. احمد نوفل، الاشاعة، مصدر سبق ذكره، ص 115-114.
43. المصدر نفسه، ص 116-115.
44. متعب بن شديد الهماش، اساليب مواجهة الشائعات، كلية التدريب قسم البرامج والتدريب، الرياض، 2013، ص 17-15. وكذلك ينظر موقع مجلة العلوم الاجتماعية على الرابط التالي: <https://www.swmsa.net/art/s/2311>.
45. احمد نوفل، الاشاعة، مصدر سبق ذكره، ص 133 وما بعدها. وكذلك ينظر: محمد ابو حسن، تحصين الرأي العام من الاشاعات، على الرابط التالي <https://www.makalcloud.com/post/grltwy78e>.

المصادر والمراجع

اولا- القواميس والموسوعات

- جمال الدين محمد ابن منظور، لسان العرب، ج 10، القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة، 1999.
- محمد بن ابي بكر الرازي، مختار الصحاح، الكويت، دار الرسالة، 1982.

ثانيا- الكتب والمراجع العربية والاجنبية

- رفيق السكري، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة، المؤسسة الحديثة للكتاب، بيروت، 2012.
- صالح خليل ابو الاصبع، الاتصالات والاعلام في المجتمعات المعاصرة، ط 6، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- مختار التهامي، عاطف عدلي العبدلي، الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام في جامعة القاهرة، القاهرة، 2000.
- حميدة سميسم، الحرب النفسية، الدار الثقافية للنشر، بغداد، 2004.
- جوردون البورت، ليوبوسنحان، سيكلوجية الاشاعة، ترجمة: صلاح مخيمر، ب. د، 1965.
- حامد ربيع، مقدمة في العلوم السلوكية، دار الفكر العربي، القاهرة، ب. ت.
- علي عواد، الاعلام والرأي العام، بيسان للنشر والتوزيع، 2000.
- جان- نوبل كابفيرير، الشائعات الوسيلة الاعلامية الاقدم في العالم، دار الساق، بيروت، 2007.
- معتر سيف عبد الله، الحرب النفسية والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 1977.
- محمد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- محمود السيد ابو النيل، علم النفس والشائعات، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1986.
- لويس كامل ملكية، سيكلوجية الجماعات والقيادة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1989.
- صلاح نصر، الحرب النفسية- معركة الكلمة والمقصد، دار القاهرة للطباعة والنشر، القاهرة، 1967.
- احمد نوفل، الاشاعة، ط 3، دار الفرقان للنشر والتوزيع، جمعية عمال المطابع، عمان، 1987.
- عزت الشريبي، قضايا تشغل الرأي العام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003.
- محمد منير حجاب، الحرب النفسية، دار الفجر، القاهرة، 2005.
- عامر حسن فياض، مقدمة منهجية في الرأي العام وحقوق الانسان، ط 1، موسوعة القوانين العراقية، بغداد، 2003.
- نعمة العبادي، الرأي العام ودوره في العمل السياسي، المركز العراقي للبحوث والدراسات الانسانية والاستراتيجية، بغداد، 2006.
- محمد منير حجاب، اساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 2، القاهرة، 2000.
- خليل ابراهيم رسول، سايكولوجية الرأي العام وطرق قياسه، دار الحرية، بغداد، 1986.
- احمد بدر، الرأي العام وطبيعة تكوينه، مكتبة الانجلو المصرية، ط 2، القاهرة، 1987.
- غوستاف لوبون، سايكولوجيا الجماهير، ترجمة: هاشم صالح، ط 3، دار الساق، بيروت، 2010.
- غالب كاظم جواد الدععي، التلفزيون وصناعة الرأي العام، ط 1، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

- خضير خضير، مفاهيم أساسية في علم السياسية، ط2، المؤسسة الحديثة للكتاب، بيروت، 2014.
- متعب بن شديد الهماش، أساليب مواجهة الشائعات، كلية التدريب قسم البرامج والتدريب، الرياض، 2013.

ثالثاً- المؤتمرات والندوات

- سامي محمد هاشم، الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ندوة الشائعات في عصر المعلومات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2003.
- إبراهيم أحمد أبو عرقوب، الإشاعات في عصر المعلومات، أعمال ندوة الشائعات في عصر المعلومات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2003.

رابعاً - الانترنت

- موقع مجلة العلوم الاجتماعية على الرابط التالي: <https://www.swmsa.net/art/s/2311>.
- محمد أبو حسن، تحصين الرأي العام من الإشاعات، على الرابط التالي <https://www.makalcloud.com/post/grltwy78e>.

دراسات لغوية وأدبية

