

تأثير الشائعات الإلكترونية على قيم المجتمعات واستراتيجيات التصدي لها (السودان أنموذجاً)

أ. ندى إبراهيم عبد العاطي إبراهيم*

ملخص الدراسة:

تُعد الشائعات من أخطر الظواهر الاجتماعية وأشدّها فتكاً بالواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي، ولعل السبب الرئيس الذي يقف وراء خطورتها على البناء الاجتماعي فقدانها المصدقية مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات وإجراءات خاطئة، ويترتب على ذلك أن تكون الشائعة هي مصدر الحقيقة، ويتم التعامل معها على هذا الأساس، ومن هذا المنطلق فإنها تعمل على تبديل الحقائق وتؤدي إلى نتائج سلبية لا تقتصر على مجال معين من مجالات المجتمع. وقد ساهم انتشار تطبيقات التواصل الإلكتروني (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، وغيرها) في الحصول على الأخبار والمعلومات حول كثير من الموضوعات، بوصفها أدوات فاعلة لنشر الأفكار والرؤى بقية الوصول إلى أعداد كبيرة من مستخدميها، إلا أنها في كثير من الأحيان تتحول إلى مصدر خصب لاختلاق الشائعات والتضليل والتلاعب بالعقول ونشر الأقاويل الأمر الذي يؤثر على منظومة القيم والأخلاق التي تكون سلوك المجتمعات، لذا فإن تعرضها للمخاطر والتأثير عليها من خلال الشائعات يعتبر أمراً وارداً في ظل انتشار استخدام تطبيقات التواصل الإلكتروني وهيمنتها على الوسائل الإعلامية، لذلك تبحث هذه الدراسة عن تأثير الشائعات الإلكترونية على القيم في المجتمعات واستراتيجيات وسبل التصدي له. وتواجه مجتمعاتنا العديد من المخاطر جراء انتشار الشائعات في تطبيقات التواصل الإلكتروني بصورة غير مسبوقة، وخاصة على تطبيقات الفيس بوك والواتس أب، حيث أتاحت تلك التطبيقات نوافذ إعلامية تصل لقطاع عريض من الجماهير من ملايين المتابعين لها. والعلاقة بين الشائعات وتطبيقات التواصل الإلكتروني علاقة قوية تتمثل في أن تلك التطبيقات أصبحت إحدى وسائل الانتشار لأي معلومة أو خبر أو حدث.

وعليه تتحدد مشكلة هذه الدراسة في الكشف عن الشائعات الإلكترونية وتأثيرها على القيم في المجتمعات والكشف عن سبل مكافحتها، ووضع استراتيجيات للتصدي لها. وتكمن أهمية الدراسة في أنها تلقي الضوء على موضوع مهم ذي صلة بواقع الحياة الاجتماعية وهي الشائعات لها التأثير على قيم المجتمعات، وتأتي أهمية الدراسة وفي هذا الوقت بالتحديد نسبة لكثرة تداول الشائعات أو الأخبار المختلطة ببعض الحقائق في ظل ما يمر به السودان الآن. الهدف العام لهذه الدراسة هو تحديد تأثير الشائعات عبر الوسائط الإلكترونية على القيم في المجتمع السوداني؟ وتنبجس منه عدة أهداف تفصيلية وتنتمي الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية التحليلية، وتستخدم منهج المسح الذي يعرف بأنه أحد الأساليب المتعلقة بجمع المعلومات.

الكلمات المفتاحية: شائعات ، تطبيقات التواصل الإلكترونية، القيم، السودان

* باحثة دكتوراه علوم واتصال بمعهد إسلام المعرفة بجامعة الجزيرة- السودان

The impact of electronic rumors on values and messages and its solution: (Sudan as a model)

Abstract:

Signs of social error and economic price, and perhaps the main reason behind its danger to the social structure is its loss of credibility, which leads to wrong decisions, and it follows from that that it is the source of the truth, and it is dealt with on this basis, and from this standpoint based on its refreshing paragraph and leads to One product is its outcome. And published electronic communication applications (e-e-e-e-it) in the publication on the publication and information and information about many e-mail to publish ideas and insights to publish flyers to publish ideas and insights. Rumors, misinformation and manipulation of media minds, e-commerce, this e-commerce is looking for the influence of rumors. On values in issues and strategies and ways to him. Those international relations are confronted with continuing education practices on social networking pages, especially on media communication pages. And the relationship between rumors and communication applications Accordingly, the problem of this study is determined by revealing electronic rumors and their impact on values in errors, revealing ways to combat them, and developing strategies to address them.

The value of the study value in the study index, which is the value of the study in the evaluation index, which is one value, which is the value of the study, which is the value of the study, and some, and some, with the result of the financial analysis.

The general objective of this study is to determine the impact of rumors through the media on values in Sudanese society. Detailed goals Illustration of grouping in the field of model studies.

Key words: rumors ,Electronic communications, Value, Sudan

مقدمة:

تُعد الشائعات من أخطر الظواهر الاجتماعية وأشدّها فتكاً بالواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي، ولعل السبب الرئيس الذي يقف وراء خطورتها على البناء الاجتماعي فقدانها المصادقية مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات وإجراءات خاطئة تصيب القدرات الفردية والوطنية وتعطل آلية اتخاذ القرار السليم، فتكاد تكون الشائعة وراء تنامي المظاهر السالبة والعنف نتيجة لنقص المعلومات، ويترتب على ذلك أن تكون الشائعة هي مصدر الحقيقة، ويتم التعامل معها على هذا الأساس، ومن هذا المنطلق فإنها تعمل على تبديل الحقائق وتؤدي إلى نتائج سلبية لا تقتصر على مجال معين. وقد أصبحت الشائعات تجد طريقها عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني كونها تستند على معلومة مجهولة المصدر ويحيطها الغموض والأهمية والجادبية، وتثير اهتمام أفراد المجتمع، ويمكن أن تظهر الشائعات في أي موقف أو بيئة اجتماعية ما، حيث يكثر ظهورها وقت الأزمات والضغوط الاجتماعية، كالكوارث الطبيعية والنزاعات والحروب، وقد تظهر أحياناً عقب الاغتيالات والإعدامات والاعتقالات. أو تأتي مترامنة مع بعض الإجراءات التي تتخذها الحكومات تجاه المواطنين أو معارضيتها في الحكم. ساهم انتشار تطبيقات التواصل الإلكتروني (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، وغيرها) في الحصول على الأخبار والمعلومات حول كثير من الموضوعات، بوصفها أدوات فاعلة لنشر الأفكار والرؤى بقية الوصول إلى أعداد كبيرة من مستخدميها، إلا أنها في كثير من الأحيان تتحول إلى مصدر خصب لاختلاق الشائعات والتضليل والتلاعب بالعقول ونشر الأقاويل الأمر الذي يؤثر على منظومة القيم والأخلاق التي تكون سلوك المجتمعات. ومن المعروف أن بناء القيم وتكوين الاتجاهات لم يعد قاصراً على ما تبثه الجماعة أو الجماعات الصغيرة التي ينتمي إليها الأفراد، على الرغم من أن توجيه الأفراد في المجتمع ليصبحوا أفراداً صالحين هدفاً أصيلاً تسعى المجتمعات لتحقيقه، إلا أن هذه العملية لا تتم من فراغ إنما تتم في إطار بيئة معينة وثقافة خاصة ومنهج فكري واضح المعايير والأهداف، وبذلك تعد القيم إحدى الركائز الأساسية في تشكيل سلوك المجتمع، كما أنها تستخدم كمعيار أساسي في توجيه المجتمع، باعتبارها أهم العناصر التي تكوّن سلوك الأفراد، لذا فإن تعرضها للمخاطر والتأثير عليها من خلال الشائعات يعتبر أمراً وارداً في ظل انتشار استخدام تطبيقات التواصل الإلكتروني وهيمنتها على الوسائل الإعلامية، لذلك تبحث هذه الدراسة عن تأثير الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني في قيم المجتمع السوداني.

مشكلة الدراسة: تواجه مجتمعاتنا العديد من المخاطر جراء انتشار الشائعات في تطبيقات التواصل الإلكتروني بصورة غير مسبقة، وخاصة على تطبيقات الفيس بوك والواتس أب، حيث أتاحت تلك التطبيقات نوافذ إعلامية تصل لقطاع عريض من الجماهير من ملايين المتابعين لها. حيث تُعد تطبيقات التواصل الإلكتروني إحدى تطورات الثورة التقنية التي تحمل بداخلها وفي استخداماتها الجانب الإيجابي والسلبي والذي يتحدد بطبيعتها أو نوعية الاستخدام لها، ولعل من الاستخدام السلبي لها عندما تكون أحد أساليب وطرق نشر الشائعات التي منها ما يمس الجانب الاجتماعي أو السياسي أو الثقافي أو الاقتصادي أو الديني في المجتمع، بالإضافة إلى تعدد الأهداف والصور التي تنقلها فمنها ما يكون لغرض زعزعة الأمن أو إشاعة الخوف أو الكراهية أو تدمير الروح المعنوية بين أفراد المجتمع أو حتى بين

المجتمعات. وكما هو معلوم أن الشائعات معلومات يتناقلها الأفراد وقد تكون في بعض المجتمعات ذات انتشار واسع ، وقد يعود طبيعة ذلك الانتشار إلى عدة عوامل من أهمها الوعي الثقافي الذي في ارتفاعه أو تدنيه يسهم في نشر الشائعات وتداولها أو العكس، حيث إن الشائعات هي السلاح الذي قد ينشر الفوضى المجتمعية أو التذمر أو حتى على سبيل إشعال الغضب المجتمعي خاصة وأن الشائعات تتعدد اتجاهاتها بحسب محتواها؛ فعلى سبيل المثال لا الحصر قد تكون الشائعات ذات اتجاه اقتصادي أو سياسي أو اجتماعي أو ديني أو أممي وغيرها. والعلاقة بين الشائعات وتطبيقات التواصل الإلكتروني علاقة قوية تتمثل في أن تلك التطبيقات أصبحت إحدى وسائل الانتشار لأي معلومة أو خبر أو حدث أو حتى فيركة (fabricated) الأحداث والأخبار، فالشائعات الإلكترونية في ظل التطور التقني ووجود الهواتف الذكية أصبحت لا تحتاج إلى وقت أو عمر زمني طويل.

وعليه تتحدد مشكلة هذه الدراسة في الكشف عن الشائعات في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم المتمثلة في القضايا الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية والكشف عن سبل مكافحتها، ووضع استراتيجيات للتصدي لها.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية موضوع الدراسة من جوانب عدة هي الأهمية العلمية لموضوع الشائعات ومدى تأثيرها وطرق وأساليب مكافحتها في تطبيقات التواصل الإلكتروني التي ستضيف إلى المكتبة الإعلامية مثل هذه الدراسات لقلّة المطروقات عنها في السودان، وكذلك أهمية أخرى وهي يستفيد العاملون المهتمين والمتخصصين بهذا الشأن من نتائجها في وضع خططهم لمكافحة الشائعات.

أهداف الدراسة:

١. تعريف مفهوم الشائعات والكشف عن أنواعها وطبيعتها مضامينها في الوسائط الإلكترونية.
٢. تسليط الضوء على الأثر الذي تحدثه الشائعات الإلكترونية على القيم في السودان.
٣. الكشف عن التطبيقات الإلكترونية التي تروج الشائعات لتجنب خطرها.
٤. توضيح الأساليب المستخدمة في إنتاج الشائعات عبر الوسائط الإلكترونية وكشف أغراضها.
٥. الكشف عن سبل مكافحتها، ووضع استراتيجيات للتصدي لها.

أسئلة الدراسة:

١. ما أسباب دوافع ترويج الشائعات في تطبيقات التواصل الإلكتروني؟
٢. ما أكثر تطبيقات التواصل الإلكتروني ترويجاً للشائعات؟
٣. ما أبرز أنواع ومواضيع الشائعات تأثيراً على القيم؟
٤. ما مخاطر الشائعات في تطبيقات التواصل الإلكتروني على القيم الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية؟
٥. ما الأساليب المستخدمة في مواجهة الشائعات والقضاء عليها في تطبيقات التواصل الإلكتروني للحد من تأثيرها على القيم الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية؟

تعريفات:

الشائعة:

لغة: (شاع - شيع) الخبر، يشيع، شيوعه، ذاع: وسهم مشاع أو شائع أي غير مقسوم. وأشاع الخبر أذاعه^١، وهي خبر ينتشر غير مثبت منه، وهي خبر ينتشر ولا تثبت فيه^٢ شاع الشيب وشباعاً وشيعاناً وشبوعاً وشيعوة ومشيعاً: ظهر وتفرق، وشاع فيه الشيب . وشاع الخبر في الناس يشيع شيعاً، ومشاعاً وشيعوة؛ فهو شائع: انتشر وافترق^٣

اصطلاحاً: قال البعض أن الشائعة في الأغلب الأعم هي: "التأثير السلبي في النفوس، والعمل على نشر الاضطراب، وعدم الثقة في قلوب الأفراد والجماعات"^٤، وإن كانت تلك محاولة لتعريف الشائعات إلا أنها ركزت على أثر الشائعات، فيذكر في بداية التعريف التأثير السلبي في النفوس، وهو أثر للشائعات، ثم يُكمل بأن الشائعات تعمل على نشر الاضطراب، ثم يختم بأن الشائعة تؤدي إلى عدم الثقة، وهو أيضاً من أثر الشائعات^٥.

عرفها ألبرت وبوستمان " أن الشائعة افتراض يرتبط بالأحداث القائمة يُراد أن يصبح موضع تصديق العامة بحيث يتم ترويجه من شخص إلى آخر مشافهةً في العادة، ومن دون أن تتوافر أي ملموسة تسمح بإثبات صحته"^٦

تعريف إجرائي لتطبيقات التواصل الإلكتروني: هي تطبيقات الفيس بوك والواتس أب، التي يستخدمها أفراد المجتمع السوداني للتواصل وأكثرها شهرة ، حيث يسمح لمستخدمها فتح حساب خاص به يمنحه حرية وضع المعرف إما باسمه أو باسم مستعار ويمكن للمستخدم الكتابة فيما يريد، كما يمكنه متابعة حسابات الآخرين من أشخاص أو حتى جهات ومؤسسات على مستوى العالم.

الإطار النظري للدراسة:

يعتمد الإطار النظري لهذه الدراسة على الأفكار الأساسية لنظريات الإعلام المتعلقة بموضوع الدراسة، والنظريات الأقرب في معالجة الظاهرة التي تبحثها، وأكثرها تعبيراً عنها هي نظريتي الاستخدامات والإشباع نظراً للازداد الكبير في استخدام الشبكات الاجتماعية التي أصبحت أدوات اتصالية مهمة للمعرفة من خلال نشر المواضيع المختلفة والأخبار المثيرة ونشر الأخبار والتأثير في مستخدميها، وإشباع حاجتهم إلى المعرفة ونظرية الاطلاع والتي تعتبر فروض مدخل الاستخدامات والإشباع، كما تستفيد الدراسة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في معرفة المتغير الأساس وهي رغبة الفرد في التعرض لتطبيقات التواصل الإلكتروني الذي يفسر التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية للشبكات الاجتماعية، وكذلك التأثيرات التي تحدثها تلك الشبكات على الأفراد .

ثالثاً: دوافع الشائعات وأثارها:

دوافع وأهداف الشائعات: تعددت دوافع وأهداف الشائعات، فهناك شائعات ذات دوافع شخصية عديدة أهمها الحسد، والحسد في علم النفس مؤشر لاضطراب في الشخصية، وهو محصله تحكم العديد من الانفعالات السلبية كالغضب والخوف والكرهية وعدم المقدرة على المواجهة والضعف والشعور بالعجز وعدم الثقة بالنفس على القوى العقلية والنفسية، وقد يتحول عند آخرين إلى فعل رافض للمجتمع، وقد يأخذ هذا الفعل الراض للمجتمع شكل سلبي، وقد يأخذ شكل إيجابي قد يتجسد في مواقف مضادة لقيم المجتمع فتثير استنكاره

واستهجانه. كما أن هناك شائعات ذات أهداف سياسية كالشائعات الهجومية أو الاتهامية التي تطلقها قوه سياسيه معينه ضد قوه سياسيه أخرى، وكالشائعات الانصرافيه والتي تطلقها الحكومات بهدف صرف أنظار الناس عن قرارات وأحداث معينه تود القيام بها، تفترض أنها قد تلقى معارضة منهم، غير أنها في التحليل النهائي تأتي بنتيجة معاكسه، إذ هي بذلك تساهم في إيجاد بيئة مواتيه للشائعات، ومنها الشائعات المضادة لهذه الحكومات، وهناك إشاعات ذات أهداف اقتصاديه كالتأثير على أسعار مواد السوق لتحقيق مزيد من الأرباح، وهناك شائعات ذات أهداف عسكريه، وتعد من أخطر أساليب الحرب النفسية، وقد تستخدم بهدف رفع الروح المعنوية (الدعاية البيضاء)، أو إضعاف الروح المعنوية (الدعاية السوداء).

التحذير من الشائعات: إطلاق الشائعات فعل من لا خلاق له، وقد أورد الله عز وجل في كتابه أن ذلك من صفات الكافرين المكذبين بيوم الدين. فلقد أشاع قوم نوح عنه أن همّة لفتّ النظر إليه والتفضل على قومه، وأشاع قوم هود عليه السلام أنه سفيه، ولقد علموا أنه أعقلهم وخيرهم وأنهم أولى بذلك منه، وأشاع فرعون عن نبي الله موسى: (إِنَّ هَذَا لَسَاحِرٌ عَلِيمٌ يُرِيدُ أَنْ يُخْرِجَكُمْ مِنْ أَرْضِكُمْ بِسِحْرِهِ) ^٦. ولا يخفى على مسلم ما قاله أعداء الله وأشاعوه من شأن سيدنا رسول الله ﷺ، ومن أجل ذلك نهى الشرع وحذر من إطلاق الشائعات. قال ابن كثير: "وفي الصحيحين عن المغيرة بن شعبة: أن رسول الله ﷺ نهى عن قيل وقال. أي: الذي يكثر من الحديث عما يقول الناس من غير تثبت، ولا تدبر، ولا تبيين" . وفيما يتعلق بالأعراض والقدف جاء هذا التحذير: (إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ) ^٧. ومعنى الآية: إن الذين يحبون شيوخ الفاحشة في المسلمين من قدّف بالزنا أو أي قول سيئ لهم عذاب أليم في الدنيا بإقامة الحد عليهم، وغيره من البلايا الدنيوية، ولهم في الآخرة عذاب النار إن لم يتوبوا، والله - وحده - يعلم كذبهم، ويعلم مصالح عباده، وعواقب الأمور. وفي حديث أسماء بن يزيد رضي الله عنها أن النبي ﷺ قال: «أَلَا أُخْبِرُكُمْ بِخِيَارِكُمْ؟ قَالُوا: بَلَى يَا رَسُولَ اللَّهِ. قَالَ: «الَّذِينَ إِذَا رُءُوا ذُكِرَ اللَّهُ تَعَالَى». ثُمَّ قَالَ: «أَلَا أُخْبِرُكُمْ بِشِرَارِكُمْ؟ الْمَشَاءُونَ بِالنَّمِيمَةِ، الْمُفْسِدُونَ بَيْنَ الْأَحِبَّةِ، الْبَاغُونَ لِلزُّرَأِ الْعَنَتِ» ^٨. وقال النبي ﷺ: «بئس مطية الرجل زعموا» ^٩ قال البيهقي رحمه الله: "إنما ذم هذه اللفظة لأنها تستعمل غالبا في حديث لا سند له ولا ثبت فيه، إنما هو شيء يحكى على الألسن، فشبه النبي ﷺ ما يقدمه الرجل أمام كلامه ليتوصل به إلى حاجته من قولهم: زعموا، بالمطية التي يتوصل بها الرجل إلى مقصده الذي يؤمه، فأمر النبي ﷺ بالنتبث فيما يحكيه والاحتياط فيما يروي، فلا يروي حديثا حتى يكون مرويا عن ثقة" ^{١٠}.

الآثار المترتبة على إشاعة الشائعات

الآثار النفسية والاجتماعية للإعلام الدعائي والشائعات على المجتمع: تُعد الشائعات من أهم أساليب ووسائل الحرب النفسية، لأنها تستعمل بفاعلية وقت الحرب وكذلك وقت السلم (الحرب الباردة) وتتميز بشدة تأثيرها على عواطف الجماهير، وقدرتها الكبيرة على الانتشار، وتختلف الشائعات عن الأساليب الأخرى في أن الوسيلة التي تحملها وتنقلها وتزيد من حدتها وفعاليتها هي المجتمع المستهدف نفسه، فما أن تصل الشائعة إلى بعض أفراد المجتمع المستهدف حتى يقومون بروايتها وترويجها، إلى كل من يعرفون، بل لا يقتصر الأمر عند حد الرواية أو النقل فقط بل يتعدى الأمر إلى أن الشخص الذي ينقل الشائعة غالباً ما

يضيف عليها ويبالغ فيها وربما اختلق أجزاء كثيرة من تفاصيلها، مما يجعل الفائدة منها أعظم وأقوى من أي وسيلة أخرى، لأنَّ الجمهور المستهدف قد حمل عبء نقل الشائعة إلى كل فرد من أفراد المجتمع، مما ساعد على سرعة نقلها وكذلك ساعد على زيادة فعاليتها وتأثيرها، ولأنَّ الفرد سمعها من صديقه ومن داخل مجتمعه، وهذا عكس الشائعات التي تُذاع أو تُنشر في الإذاعات والصحف لأنَّ الوسائل المكشوفة غالباً ما تكون محل شك وريبة من قبل الجمهور المستهدف^{١٢}. ومن هنا تتضح العلاقة الوطيدة بين الشائعات والحرب النفسية، وهي علاقة الجزء بالكل، فالشائعة بمثابة الجزء والحرب النفسية بمثابة الكل^{١٣}، وقد اتفق علماء علم الاجتماع وكذلك علماء علم النفس والمختصون والباحثون في هذا المجال على أنَّ الشائعة تُعد أحد أساليب الحرب النفسية فقد ورد في جميع كتب الحرب النفسية أنَّ الشائعة أسلوب من أساليبها أو هي وسيلة من أقوى وسائلها، مثلها في ذلك مثل الدعاية وغسل الدماغ أو افتعال الفتن والأزمات وغير ذلك من الأساليب الكثيرة.

ومع التقدُّم الهائل في وسائل تكنولوجيا الإعلام من إرسال المعلومات تحولت الحرب النفسية إلى حرب نفسية إعلامية استخدمت فيها كل وسائل تقنية المعلومات في الإعلام للوصول إلى الغايات. وأصبحت تطبيقات التواصل الإلكتروني تمثل أكبر خطر في مجالات الغايات والحرب النفسية، حيث أنها تقود إلى هدم الأفكار وتدعيم أفكار أخرى وتبنيها بشتى الطرق والوسائل الكاذبة أو الصحيحة.

ولعل أخطر الوسائل في الحرب النفسية وسيلة إطلاق الشائعات وترديدها وهي دائماً تخرج في حالة الشعور بالانهزامية من الطرف الذي يطلقها وغايتها تضليلية للتأثير في الرأي العام لإشباع الروح الانهزامية، ولا يطلقها إلا إنسان خالٍ من الثقافة والوعي متخصص في إثارة الفتن وغالباً ما يستهدف أشخاصاً لهم كاريزما أو شخصية قيادية محبوبة ومؤثرة يعرف كيف يستميل الناس ويقنعهم بفكرته، ويستخدم أصحاب الشائعات كل الأساليب والوسائل، وتوصف الشائعات في وقت الأزمات بالشائعة السامة أو الهدامة^{١٤}.

آثارها على الأمن: ولا شك أنه يصعب حصر جميع الأخطار أو الأضرار التي تنجم عن انتشار الشائعات، لكن من أعظم هذه الأخطار محاولة إرباك صانعي القرار بصفة عامة واحتمال التسرع أو الإبطاء في إصدار القرارات في بعض القضايا المهمة، إضافة إلى احتمال سوء الحكم على أمور جوهرية أو طمس الحقائق أو الحق، مما يؤدي إلى إحداث البلبلة في الفكر والسلوك وإشغال المسؤولين والمواطنين عن مصالحهم الجوهرية والانشغال بقضايا فرعية، فإنَّ أيّاً من ذلك قد يشكل خطراً على أمن أي مجتمع وله آثاره السلبية على الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والأمنية^{١٥}.

آثار الشائعات على المجتمع: هدف الشائعات دائماً هو عقل الإنسان وقلبه ونفسه فنجد الشائعة تنير روح الانقسام في صفوف المجتمع وتحطم معنوياته وترزع إيمانه بمبادئه وأهدافه وتساعد على تشجيعه على الاستسلام عن طريق بث اليأس حتى يشعر أنه أمام قوة جبارة وأن جهده ضائع دون فائدة. وقد استخدمها أعداء الإسلام قد استفادوا من الشائعات في حربهم النفسية المضادة للإسلام حيث عملوا بكل ما أوتوا من قوة وحيلة، على تفريق صفوف المسلمين وتحييم معنوياتهم وذلك بإظهار رجعية هذا الدين وأنه لا يمكن أن ينتشر، ويزعمون أنهم قوة عظيمة جبارة لا يمكن أن تقهر وأنهم سوف يقضون على كل من لا ينفذ أوامرهم أو

يكون متبعاً لهم^{١٦}، والنظرة الإسلامية عن الشائعات المغرضة لا تختلف كثيراً عن كون اعتبارها كالنميمة التي تؤدي إلى إفساد المجتمع وقد اتفق العلماء على تحريم الشائعات مستمدين ذلك من كتاب الله وسنة رسوله ﷺ استدلالاً على هذا التحريم، وهي في حقيقتها صورة من صور إفشاء السر وإذاعته وهتك السر عما يكره كشفه^{١٧}. ونشر الشائعات وبثها بين أفراد المجتمع يُعد سلوكاً منافياً للفضائل والأخلاق والآداب الإسلامية التي أوصانا بها الرسول ﷺ وأكد على أهمية التمسك بها والعمل بمقتضاها، والشائعات يمكن أن تؤثر على المجتمع من عدة جوانب^{١٨}:

أ/ إن الشائعات كثيراً ما تكون سبباً في خلق التوتر والقلق والفتن والبغضاء التي تؤدي إلى التفرقة والعداوة داخل الجماعة والمنظمة والشركة مما يؤثر على العمل الجماعي.

ب/ تساعد على مظاهر التعقيد والعزلة والانفصال التي أصبحت تسود المجتمعات الحديثة مما يزيد الحساسية الاجتماعية واتجاهات الرأي العام حيالها.

ج/ يتحدد استقرار المجتمع بمدى التوافق بين العادات والقيم الاجتماعية ورغبات الأفراد فيقبل لمراكزهم وأدوارهم الاجتماعية والشائعات كقيلة بأن تمس ذلك كله بالنظر إلى اختلاف الأهداف والوسائل من ناحية، وأن الشائعات كثيراً ما تكون تعبيراً عن مشاعر التنافس والغيرة والحقد وغيرها.

خلاصة القول فإن للشائعات دوراً كبيراً في تقويض الأمن وتهديد المجتمع، فهي سلاح الكلمة الفعّال الذي يخاطب العقول والقلوب ويؤثر أيمتاً تأثير على الأفكار والآراء والمعتقدات والأخلاق والصفات الحسنة التي يؤمن بها أفراد المجتمع، لذلك نجد أن الكثير من الدول تعمل على مكافحة الشائعات والتصدي لها والرد عليها بسرعة لإثبات بطلانها وإظهار مدى تشويهها وتحريفها للحقائق، والمجتمع السوداني والله الحمد مجتمع تربي على الأخلاق الكريمة والصفات الحميدة، لذلك نجده مجتمعاً متماسكاً بدينه مترابطاً ومتعاوناً فيما بين أفراد، يكافح كل ماله أثراً سلبياً على الأمن والمجتمع.

الإجراءات المنهجية للدراسة.

أولاً: منهج الدراسة: في ضوء موضوع الدراسة، وما تسعى إلى تحقيقه من أهداف، تستخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يُعرف بأنه والمنهج التاريخي الذي يمكننا من استخدام تحليل المضمون، بقية الوصول إلى فهم دقيق للظاهرة محل الدراسة ومعرفة تأثيرها على القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية في السودان.

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من عينة من بعض مستخدمي شبكات التواصل الإلكتروني بولاية الخرطوم في المدن الثلاث دون الأرياف، على مختلف مستوياتهم وفقاً لأسلوب العينة العشوائية البسيطة من مجتمع الدراسة.

أدوات جمع البيانات: تعتمد الدراسة في جمع البيانات على المصادر الأولية كالملاحظة، المقابلة، والاستبانة (Questionnaire)، على أن تغطي الاستبانة موضوع الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني وتأثيرها على القيم من خلال تغطية الجوانب التي تبحث فيها الدراسة؛ بحيث تغطي العبارات في كل مدخل الجوانب المعرفية، والوجدانية، والسلوكية. هذا وخضعت الاستبانة للتحكيم، واختبارات الصدق والثبات حسبما معمول به في الطرق الإحصائية.

عرض وتحليل البيانات: وفق الاستمارة التي أعدت بطريقة استخدام نموذج ليكرت الثلاثي وتم تقسمها على عدة محاور وفق متغيرات الدراسة وقد عرضت على المشرفين لمراجعتها وعدد من المختصين وتم إدراج كافة الملاحظات والتعديلات التي أبدتها المحكمين ثم عمل إجراءات للتجريب ثم قياس الصدق والثبات للاستمارة.

أبرز موضوعات الشائعات المنتشرة عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال الموضوعات السياسية عددهم (١٤٥) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٦.٧%) وقد جاءت الاستجابات في المرتبة الأولى بعدد بلغ (١١٧) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٧٨.٠%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أن إلى حد ما الموضوعات السياسية هي الأبرز بعدد (٢٣) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٥.٣%)، أما الذين لا يوافقون على أن الموضوعات السياسية هي الأبرز قد بلغ عددهم (٥) بنسبة (٣.٣%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٥) بنسبة بلغت (٣.٣%)، ومن هذا يتضح أن الموضوعات السياسية هي الأبرز من بين موضوعات الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني اذ انها بلغت نسبة ٩٣.٣% من الاستجابات ويعزى هذا الأمر للأوضاع السياسية التي مر بها السودان خلال فترة الدراسة.

أبرز الموضوعات الاجتماعية

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال الموضوعات الاجتماعية عددهم (١٤٩) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٩.٣%) وقد جاءت استجابة أوافق في المرتبة الأولى بعدد بلغ (٩٧) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٦٤.٧%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أن إلى حد ما الموضوعات الاجتماعية هي الأبرز بعدد (٤١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٧.٣%)، أما الذين لا يوافقون على أن الموضوعات الاجتماعية هي الأبرز قد بلغ عددهم (١١) بنسبة بلغت (٧.٣%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (١) بنسبة بلغت (٠.٧%)، ومن هذا يتضح أن الموضوعات الاجتماعية أيضاً هي بارزة من بين موضوعات الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني بنسبة بلغت ٩٤% من الاستجابات، ويعزى هذا الأمر للأوضاع الاجتماعية التي صاحبت الأوضاع السياسية في الفترة التي مر بها السودان خلال فترة الدراسة.

أبرز الموضوعات الاقتصادية

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال الموضوعات الاقتصادية عددهم (١٤٨) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٨.٧%)، وقد جاء في المرتبة الأولى الذين يوافقون أن الموضوعات الاقتصادية هي الأبرز بعدد بلغ (٧٣) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٤٨.٧%)، أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أن إلى حد ما الموضوعات الاقتصادية هي الأبرز بعدد (٥٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٣٧.٣%)، أما الذين لا يوافقون على أن الموضوعات الاجتماعية هي الأبرز قد بلغ عددهم (١٩) بنسبة بلغت (١٢.٧%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٢) بنسبة بلغت (١.٣%)، ومن هذا يتضح أن الموضوعات الاقتصادية أيضاً هي الأبرز من بين موضوعات الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني ويعزى هذا الأمر للأوضاع الاقتصادية التي صاحبت الأوضاع السياسية والاجتماعية في الفترة التي مر بها السودان خلال فترة الدراسة.

أبرز الموضوعات الأمنية

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال الموضوعات الأمنية عددهم (١٤٦) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٧.٣%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى الذين يوافقون على أن الموضوعات الأمنية هي الأبرز بعدد بلغ (١٠١) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٦٧.٣%)، أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أن إلى حد ما الموضوعات الأمنية هي الأبرز بعدد (٣٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٣.٣%)، أما الذين لا يوافقون على أن الموضوعات الأمنية هي الأبرز قد بلغ عددهم (١٠) بنسبة بلغت (٦.٧%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٤) بنسبة بلغت (٢.٧%)، ومن هذا يتضح أن الموضوعات الأمنية أيضاً هي بارزة من بين موضوعات الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني نسبة لموافقة عدد كبير من المبحوثين على ذلك بنسبة استجابات بلغت ٩٠.٦%، ويعزى هذا الأمر للأوضاع الأمنية التي صاحبت الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية في الفترة التي مر بها السودان خلال فترة الدراسة.

رابعاً: أسباب انتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني :

صعوبة التحري عن مروجي الشائعات عبر تطبيقات التواصل

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أسباب انتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني هي صعوبة التحري عن مروجي الشائعات عبر تلك التطبيقات و عددهم (١٤٨) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٨.٧%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى الذين يوافقون على أن صعوبة التحري عن مروجي الشائعات هي الأبرز بعدد بلغ (٩٧) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٦٤.٧%)، أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أن إلى حد ما صعوبة التحري عن مروجي الشائعات هي السبب بعدد (٢٧) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٨.٠%)، أما الذين لا يوافقون على أن صعوبة التحري عن مروجي الشائعات سبب قد بلغ عددهم (٢٤) بنسبة بلغت (١٦.٠%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٢) بنسبة بلغت (١.٣%)، ومن هذا يتضح أن صعوبة التحري عن مروجي الشائعات من أكبر أسباب انتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني نسبة لما ورد في الجدول أعلاه.

عدم فاعلية القوانين الخاصة بمروجي الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أسباب انتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني هي عدم فاعلية القوانين الخاصة بمروجي الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني و عددهم (١٤٧) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٨.٠%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن عدم فاعلية القوانين هي السبب بعدد (١٢٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٨٢.٧%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أن إلى حد ما عدم فاعلية القوانين هي السبب بعدد بلغ (١٩) مبحوثاً، ونسبة بلغت (١٢.٧%)، أما الذين لا يوافقون على أن عدم فاعلية القوانين الخاصة بمروجي الشائعات هي السبب قد بلغ عددهم (٤) بنسبة بلغت (٢.٧%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٣) بنسبة بلغت (٢.٠%)، ومن هذا يتضح أن عدم فاعلية القوانين الخاصة بمروجي الشائعات من أكبر أسباب انتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني نسبة لما ورد في الجدول أعلاه.

سابعاً: الأسباب الفعلية لانتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني في المجتمع

السوداني

الأسباب الاقتصادية

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أسباب انتشار الشائعات في السودان هي أسباب اقتصادية (١٤٦) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٧.٣%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أنها أسباب اقتصادية عدد (٩٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٦٥.٣%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أنه إلى حد ما تعتبر أنها أسباب اقتصادية بعدد بلغ (٣٤) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٢٢.٧%)، أما الذين لا يوافقون على أن أنها أسباب اقتصادية بلغ عددهم (١٤) بنسبة بلغت (٩.٣%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٤) بنسبة بلغت (٢.٧%). هذا يؤكد أن غالبية أفراد العينة يؤكدون على أن الأسباب الاقتصادية أسباب فعلية لانتشار الشائعات في المجتمع السوداني وتأتي في الدرجة الثانية بعد الأسباب السياسية من بين الأسباب الفعلية لانتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني في المجتمع السوداني.

الأسباب السياسية

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أسباب انتشار الشائعات في السودان هي أسباب سياسية (١٤٨) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٨.٧%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أنها أسباب سياسية عدد (١٣٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٩٠.٠%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أنه إلى حد ما تعتبر أنها أسباب سياسية بعدد بلغ (١٠) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٦.٧%)، أما الذين لا يوافقون على أن أنها أسباب سياسية بلغ عددهم (٣) بنسبة بلغت (٢.٠%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٢) بنسبة بلغت (١.٣%). هذا يؤكد أن غالبية أفراد العينة يؤكدون على أن الأسباب السياسية أسباب فعلية لانتشار الشائعات في المجتمع السوداني وتأتي في الدرجة الأولى من بين الأسباب الفعلية لانتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني في المجتمع السوداني. ويعود ذلك للأوضاع السياسية السائدة في السودان خاصة الفترة التي تعتمدها الدراسة.

الأسباب الاجتماعية

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أسباب انتشار الشائعات في السودان هي أسباب اجتماعية (١٤٦) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٧.٣%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أنها أسباب اجتماعية عدد (٨٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٥٣.٣%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أنه إلى حد ما تعتبر أنها أسباب اجتماعية بعدد بلغ (٤٨) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٣٢.٠%)، أما الذين لا يوافقون على أن أنها أسباب اجتماعية بلغ عددهم (١٨) بنسبة بلغت (١٢.٠%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٤) بنسبة بلغت (٢.٧%). هذا يؤكد أن غالبية أفراد العينة يؤكدون على أن الأسباب الاجتماعية ليست أسباب فعلية لانتشار الشائعات في المجتمع السوداني وتأتي في الدرجة الثالثة من بين الأسباب الفعلية لانتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني في المجتمع السوداني. ويعود ذلك للأوضاع الاجتماعية السائدة في السودان التي لم تتأثر

بشكل كبير بالأوضاع التي مرت بها البلاد خلال فترة الدراسة. فما زال السودان يتمتع بضبط اجتماعي يحمي قيمه السائدة.

ثامناً: أكثر موضوعات الشائعات التي تؤثر في قيم المجتمع السوداني الموضوعات الاقتصادية

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أكثر موضوعات الشائعات التي تؤثر في قيم المجتمع السوداني هي الموضوعات الاقتصادية (١٤٣) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٥.٣%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن الموضوعات الاقتصادية أكثر موضوعات الشائعات عدد (١٤٣) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٩٥.٣%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أنه إلى حد ما تعتبر أنها بسبب الموضوعات الاقتصادية بعدد بلغ (٥٠) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٣٣.٣%)، أما الذين لا يوافقون على أن أنها بسبب الموضوعات الاقتصادية بلغ عددهم (١٧) بنسبة بلغت (١١.٣%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٧) بنسبة بلغت (٤.٧%). هذا يؤكد أن غالبية أفراد العينة يؤكدون على أن أكثر موضوعات الشائعات موضوعات اقتصادية وهذا يتوافق تماماً مع أن الأسباب الاقتصادية السائدة أيضاً تُعد سبب من أسباب انتشار الشائعات في السودان.

الموضوعات السياسية

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أكثر موضوعات الشائعات التي تؤثر في قيم المجتمع السوداني هي الموضوعات السياسية (١٤٦) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٧.٣%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن الموضوعات السياسية أكثر موضوعات الشائعات عدد (١١٣) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٧٥.٣%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أنه إلى حد ما تعتبر أنها بسبب الموضوعات السياسية بعدد بلغ (٢٨) مبحوثاً، ونسبة بلغت (١٨.٧%)، أما الذين لا يوافقون على أن أنها بسبب الموضوعات السياسية بلغ عددهم (٥) بنسبة بلغت (٣.٣%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٤) بنسبة بلغت (٢.٧%). هذا يؤكد أن غالبية أفراد العينة يؤكدون على أن أكثر موضوعات الشائعات موضوعات سياسية وهذا أيضاً يتوافق تماماً مع أن الأسباب السياسية السائدة أيضاً والتي تُعد سبب من أسباب انتشار الشائعات في السودان.

الموضوعات الاجتماعية

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أكثر موضوعات الشائعات التي تؤثر في قيم المجتمع السوداني هي الموضوعات الاجتماعية (١٤٦) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٧.٣%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن الموضوعات الاجتماعية أكثر موضوعات الشائعات عدد (١١٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٧٤.٧%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أنه إلى حد ما تعتبر أنها بسبب الموضوعات الاجتماعية بعدد بلغ (٢٣) مبحوثاً، ونسبة بلغت (١٥.٣%)، أما الذين لا يوافقون على أن أنها بسبب الموضوعات الاجتماعية بلغ عددهم (١١) بنسبة بلغت (٧.٣%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٤) بنسبة بلغت (٢.٧%). هذا يؤكد أن غالبية أفراد العينة يؤكدون على أن أكثر موضوعات الشائعات الموضوعات الاجتماعية وهذا يختلف عن ما

اتضح من أن الأسباب الاجتماعية أقل درجة في نشر الشائعات. مما يؤكد أن الموضوعات الاجتماعية تأخذ درجة عالية في نشر الشائعات أكثر من الأوضاع الاجتماعية.

الموضوعات الأمنية

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أكثر موضوعات الشائعات التي تؤثر في قيم المجتمع السوداني هي الموضوعات الأمنية (١٤٣) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٥.٣%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن الموضوعات الأمنية أكثر موضوعات الشائعات عدد (١٠٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٦٨.٠%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أنه إلى حد ما تعتبر أنها بسبب الموضوعات الأمنية بعدد بلغ (٣١) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٢٠.٧%)، أما الذين لا يوافقون على أن أنها بسبب الموضوعات الأمنية بلغ عددهم (١٠) بنسبة بلغت (٦.٧%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٧) بنسبة بلغت (٤.٧%). هذا يؤكد أن غالبية أفراد العينة يؤكدون على أن أكثر موضوعات الشائعات التي تؤثر في قيم المجتمع السوداني هي الموضوعات الأمنية، وقد يُعزى ذلك للأوضاع التي كانت تسود البلاد طيلة فترة الدراسة.

الموضوعات الدينية

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أكثر موضوعات الشائعات التي تؤثر في قيم المجتمع السوداني هي الموضوعات الدينية (١٤٦) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٧.٣%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن الموضوعات الدينية أكثر موضوعات الشائعات عدد (٧٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤٩.٣%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أنه إلى حد ما تعتبر أنها بسبب الموضوعات الدينية بعدد بلغ (٤٢) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٢٨.٠%)، أما الذين لا يوافقون على أن أنها بسبب الموضوعات الدينية بلغ عددهم (٣٠) بنسبة بلغت (٢٠.٠%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٤) بنسبة بلغت (٢.٧%). هذا يؤكد أن غالبية أفراد العينة يؤكدون على أن موضوعات الشائعات التي تؤثر في قيم المجتمع السوداني أيضا بصورة كبيرة هي الموضوعات الدينية. وذلك لاختلاف كثير من المذاهب الدينية الرائجة في السودان في كثير من الموضوعات الدينية.

تاسعاً: الأحداث والوقائع التي تساعد في انتشار الشائعات في المجتمع السوداني

عند توقع قرارات جديدة

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أكثر الأحداث والوقائع التي تساعد في انتشار الشائعات في المجتمع السوداني هي عند توقع قرارات جديدة (١٤٨) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٨.٧%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أنه عند توقع قرارات جديدة تنتشر الشائعات عدد (١٢٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٨٣.٣%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أنه إلى حد ما تعتبر توقع القرارات الجديدة سبب في نشر الشائعات بعدد بلغ (٢٠) مبحوثاً، ونسبة بلغت (١٣.٣%)، أما الذين لا يوافقون على أن توقع القرارات الجديدة سبب في نشر الشائعات بلغ عددهم (٣) بنسبة بلغت (٢.٠%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٢) بنسبة بلغت (١.٣%). هذا يؤكد أن غالبية أفراد العينة يؤكدون على أن توقع القرارات الجديدة سبب في نشر الشائعات التي تؤثر في قيم المجتمع السوداني.

عند حدوث الأزمات

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أكثر الأحداث والوقائع التي تساعد في انتشار الشائعات في المجتمع السوداني هي عند حدوث الأزمات (١٤٧) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٨.٠%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أنه عند حدوث الأزمات تنتشر الشائعات عدد (١٣٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٩٢.٧%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون أنه إلى حد ما تعتبر حدوث الأزمات سبب في نشر الشائعات بعدد بلغ (٧) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٤.٧%)، أما الذين لا يوافقون على أن حدوث الأزمات سبب في نشر الشائعات بلغ عددهم (١) بنسبة بلغت (٠.٧%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٣) بنسبة بلغت (٢.٠%). هذا يؤكد أن غالبية أفراد العينة يؤكدون أيضاً على أن حدوث الأزمات سبب في نشر الشائعات التي تؤثر في قيم المجتمع السوداني.

عاشراً: العوامل التي ساعدت على ترويح الشائعات في المجتمع السوداني

بسبب طبيعة الوضع السياسي

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن العوامل التي تساعد على ترويح الشائعات في المجتمع السوداني في فترة الدراسة هي طبيعة الوضع السياسي (١٤٨) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٨.٧%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن طبيعة الوضع السياسي ساعدت على ترويح الشائعات في السودان عدد (١٣٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٩٢.٠%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون إلى حد ما أن طبيعة الوضع السياسي ساعدت على ترويح الشائعات في السودان بعدد بلغ (٨) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٥.٣%)، أما الذين لا يوافقون على أن طبيعة الوضع السياسي ساعدت على ترويح الشائعات في السودان بلغ عددهم (٢) بنسبة بلغت (١.٣%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٢) بنسبة بلغت (١.٣%). هذا يؤكد أن كل ما يتعلق بالسياسة من موضوعات وشخصيات وأوضاع مدعاة لنشر الشائعات وترويحها في السودان.

بسبب طبيعة الوضع الأمني

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن العوامل التي تساعد على ترويح الشائعات في المجتمع السوداني في فترة الدراسة هي طبيعة الوضع الأمني (١٤٦) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٧.٣%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن طبيعة الوضع الأمني ساعدت على ترويح الشائعات في السودان عدد (١٣٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٨٦.٧%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون إلى حد ما أن طبيعة الوضع الأمني ساعدت على ترويح الشائعات في السودان بعدد بلغ (١٠) مبحوثاً، ونسبة بلغت (٦.٧%)، أما الذين لا يوافقون على أن طبيعة الوضع الأمني ساعدت على ترويح الشائعات في السودان بلغ عددهم (٦) بنسبة بلغت (٤.٠%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٤) بنسبة بلغت (٢.٧%). هذا يؤكد أن الأوضاع الأمنية أيضاً ساعدت بصورة كبيرة في ترويح الشائعات في السودان.

بسبب طبيعة الوضع الاقتصادي

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن العوامل التي تساعد على ترويح الشائعات في المجتمع السوداني في فترة الدراسة هي طبيعة الوضع الاقتصادي (١٤٧)

مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٨.٠%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن طبيعة الوضع الاقتصادي ساعدت على ترويج الشائعات في السودان عدد (١١٧) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٧٨.٠%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون إلى حد ما أن طبيعة الوضع الاقتصادي ساعدت على ترويج الشائعات في السودان بعدد بلغ (٢٧) مبحوثاً، ونسبة بلغت (١٨.٠%)، أما الذين لا يوافقون على أن طبيعة الوضع الاقتصادي ساعدت على ترويج الشائعات في السودان بلغ عددهم (٣) بنسبة بلغت (٢.٠%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٣) بنسبة بلغت (٢.٠%). هذا يؤكد أن الأوضاع الاقتصادية أيضاً ساعدت بصورة كبيرة في ترويج الشائعات في السودان.

بسبب ضعف وسائل الإعلام السودانية في عرض الحقائق

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن العوامل التي تساعد على ترويج الشائعات في المجتمع السوداني في فترة الدراسة هي ضعف وسائل الإعلام السودانية في عرض الحقائق (١٤٧) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٨.٠%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن ضعف وسائل الإعلام السودانية في عرض الحقائق ساعدت على ترويج الشائعات في السودان عدد (١٢٧) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٨٤.٧%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون إلى حد ما أن ضعف وسائل الإعلام السودانية في عرض الحقائق ساعدت على ترويج الشائعات في السودان بعدد بلغ (١٩) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٢.٧%)، أما الذين لا يوافقون على أن ضعف وسائل الإعلام السودانية في عرض الحقائق ساعدت على ترويج الشائعات في السودان بلغ عددهم (١) بنسبة بلغت (٠.٧%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٣) بنسبة بلغت (٢.٠%). وهذا يتوافق أيضاً مع الجدول السابق في أن إخفاء الحقائق والتعتيم علي بعضها يساعد في انتشار الشائعات في السودان.

بسبب المطامع الإقليمية والدولية في السودان

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن العوامل التي تساعد على ترويج الشائعات في المجتمع السوداني في فترة الدراسة هي المطامع الإقليمية والدولية في السودان (١٤٧) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٨.٠%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن المطامع الإقليمية والدولية في السودان ساعدت على ترويج الشائعات في السودان عدد (١٠٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٧٢.٧%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون إلى حد ما أن المطامع الإقليمية والدولية في السودان ساعدت على ترويج الشائعات في السودان بعدد بلغ (٢٧) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٨.٠%)، أما الذين لا يوافقون على أن المطامع الإقليمية والدولية في السودان ساعدت على ترويج الشائعات في السودان بلغ عددهم (١١) بنسبة بلغت (٧.٣%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٣) بنسبة بلغت (٢.٠%). هذه النتيجة تؤكد على أن المطامع الإقليمية والدولية ساعدت على ترويج الشائعات لإضعاف الدولة وشعبها.

الحادي عشر: أثر الشائعات على القيم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في السودان:

أنها تؤدي إلى الريبة وانعدام الثقة

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أثر الشائعات على القيم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في السودان تؤدي إلى الريبة وانعدام الثقة (١٤٦) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٧.٣%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن أثر الشائعات على القيم في السودان يؤدي إلى الريبة وانعدام الثقة عدد (١٢٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٨٠.٠%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون إلى حد ما أن أثر الشائعات على القيم في السودان يؤدي إلى الريبة وانعدام الثقة بعدد بلغ (٢١) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٤.٠%)، أما الذين لا يوافقون على أن أثر الشائعات على القيم في السودان يؤدي إلى الريبة وانعدام الثقة بلغ عددهم (٥) بنسبة بلغت (٣.٣%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٤) بنسبة بلغت (٢.٧%). وتعد هذه نسبة كبيرة جداً تؤكد على أن أثر الشائعات على القيم يؤدي إلى الريبة وانعدام الثقة تجاه القضايا في السودان.

أنها تزعزع قيم الفرد وتكامله مع الآخرين داخل المجتمع

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن أثر الشائعات على القيم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في السودان تزعزع قيم الفرد وتكامله مع الأفراد الآخرين داخل المجتمع وغيره (١٤٧) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٨.٠%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن أثر الشائعات على القيم في السودان تزعزع قيم الفرد وتكامله مع الأفراد الآخرين داخل المجتمع عدد (١١٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٧٣.٣%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون إلى حد ما أن أثر الشائعات على القيم في السودان اتخاذ إجراءات عدوانية ضد المجتمع من قبل الفرد كتخريب الممتلكات العامة وغيره بعدد بلغ (٢٨) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٨.٧%)، أما الذين لا يوافقون على أن أثر الشائعات على القيم في السودان يؤدي إلى زعزعة قيم الفرد وتكامله مع الآخرين داخل المجتمع بلغ عددهم (٩) بنسبة بلغت (٦.٠%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٣) بنسبة بلغت (٢.٠%). وتعد هذه نسبة كبيرة جداً تؤكد على أن أثر الشائعات على القيم تعمل على زعزعة قيم الفرد وتكامله مع الآخرين داخل المجتمع.

تمس العقيدة والقيم والبنیان المجتمعي مما يؤدي إلى اختلال قيم (الصدق، المصداقية،

الأمانة، الإيثار، التكافل)

تبين من خلال أفراد العينة الذين يعتقدون أن أثر الشائعات على القيم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في السودان تمس العقيدة والقيم مما يؤدي لاختلالها وغيره (١٤٦) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٧.٣%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن أثر الشائعات على القيم تمس العقيدة والقيم مما يؤدي لاختلالها عدد (١١٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٧٧.٣%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون إلى حد ما أن أثر الشائعات على القيم في السودان تمس العقيدة والقيم مما يؤدي لاختلالها بعدد بلغ (٢١) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٤.٠%)، أما الذين لا يوافقون على أن أثر الشائعات على القيم في السودان تمس العقيدة والقيم مما يؤدي لاختلالها بلغ عددهم (٩) بنسبة بلغت (٦.٠%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٤) بنسبة بلغت (٢.٧%). وتعد هذه نسبة كبيرة جداً تؤكد

على أن أثر الشائعات على القيم تمس العقيدة والقيم والبنیان المجتمعي مما يؤدي إلى اختلال قيم (الصدق، المصداقية، الأمانة، الإيثار، التكافل).

الثاني عشر: أنسب الطرق للتصدي للشائعات في إطار المجتمع السوداني : طريقة الرد الحاسم والسريع الذي يبين الحقيقة

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن انسب الطرق للتصدي للشائعات في إطار المجتمع السوداني طريقة الرد الحاسم والسريع الذي يبين الحقيقة (١٤٧) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٨.٠%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن انسب الطرق للتصدي للشائعات طريقة الرد الحاسم والسريع عدد (١٣٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٩٢.٠%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون إلى حد ما أن انسب الطرق للتصدي للشائعات طريقة الرد الحاسم والسريع بعدد بلغ (٨) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٥.٣%)، أما الذين لا يوافقون على أن انسب الطرق للتصدي للشائعات طريقة الرد الحاسم والسريع بلغ عددهم (١) بنسبة بلغت (٠.٧%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٣) بنسبة بلغت (٢.٠%). وتعد هذه أيضاً نسبة كبيرة جداً تؤكد على أن انسب الطرق للتصدي للشائعات طريقة الرد الحاسم والسريع الذي يبين الحقيقة .

طريقة أسلوب الشائعة المضادة

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن انسب الطرق للتصدي للشائعات في إطار المجتمع السوداني طريقة الشائعة المضادة (١٤٤) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٦.٠%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين لا يوافقون على أن انسب الطرق للتصدي للشائعات طريقة الشائعة المضادة عدد (٧٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٥٢.٧%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يوافقون أن انسب الطرق للتصدي للشائعات طريقة الشائعة المضادة بعدد بلغ (٣٥) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٢٢.٣%)، أما المرتبة الثالثة فقد كانت للذين يعتقدون إلى حد ما أن انسب الطرق للتصدي للشائعات طريقة الشائعة المضادة وقد بلغ عددهم (٣٠) بنسبة بلغت (٢٠.٠%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٦) بنسبة بلغت (٤.٠%). هذه النتيجة تؤكد على أن هذه الطريقة غير مجدية بدليل رفض غالبية المبحوثين لها مما يعني أن الرد بمنع إطلاق الشائعة هو الأجدى والأنسب للتصدي للشائعات.

الثالث عشر: الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة انتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني:

طريقة المعالجة بتشجيع مستخدمي التطبيقات على التعاون مع الأجهزة ذات الصلة

بحماية المجتمع

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن انسب الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة انتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني هي تشجيع مستخدمي التطبيقات على التعاون مع أجهزة حماية المجتمع (١٤٤) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٦.٠%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن انسب الحلول التعاون مع أجهزة حماية المجتمع (١٢٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٨٤.٠%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون إلى حد ما أن انسب الحلول التعاون مع أجهزة حماية المجتمع بعدد بلغ (١١) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٧.٣%)، أما الذين لا يوافقون على أن انسب الحلول التعاون مع

أجهزة حماية المجتمع بلغ عددهم (٧) بنسبة بلغت (٤.٧%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٦) بنسبة بلغت (٤.٠%). هذه النتيجة تؤكد على أن انساب الحلول والمعالجات للحد من ظاهرة انتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني هي التعاون مع أجهزة حماية المجتمع.

طريقة المعالجة بسن ونشر القوانين التي تضبط وتحكم ما يُنشر عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن انساب الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة انتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني هي بسن ونشر القوانين التي تضبط وتحكم ما يُنشر عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني (١٤٥) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٦.٧%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن انساب الحلول بسن ونشر القوانين التي تضبط وتحكم ما يُنشر عبر تلك التطبيقات (١٣٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٨٦.٧%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون إلى حد ما أن انساب الحلول بسن ونشر القوانين التي تضبط وتحكم ما يُنشر عبر تلك التطبيقات بعدد بلغ (١٢) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٨.٠%)، أما الذين لا يوافقون على أن انساب الحلول بسن ونشر القوانين التي تضبط وتحكم ما يُنشر عبر تلك التطبيقات بلغ عددهم (٣) بنسبة بلغت (٢.٠%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٥) بنسبة بلغت (٣.٣%). هذه النتيجة تؤكد على أن سن القوانين التي تضبط ما ينشر عبر التطبيقات احد المعالجات والحلول التي تحد من انتشار الشائعات.

طريقة المعالجة بحجب حسابات التطبيقات التي تسهم في نشر الشائعات

تبين من خلال أن أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن انساب الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة انتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني هي حجب حسابات التطبيقات التي تسهم في نشر الشائعات (١٤٢) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٤.٧%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن انساب الحلول هي حجب حسابات التطبيقات التي تسهم في نشر الشائعات (١٠١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٦٧.٣%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين لا يوافقون على أن انساب الحلول هي حجب حسابات التطبيقات التي تسهم في نشر الشائعات وقد بلغ عددهم (٢٣) بنسبة بلغت (١٥.٣%)، وجاء في المرتبة الثالثة الذين يعتقدون إلى حد ما أن انساب الحلول هي حجب حسابات التطبيقات التي تسهم في نشر الشائعات بعدد بلغ (١٨) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (١٢.٠%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٨) بنسبة بلغت (٥.٣%). هذه النتيجة تعني أن بعض من أفراد العينة لا يعتبرون حجب الحسابات واحداً من الحلول والمعالجات للحد من انتشار الشائعات.

طريقة المعالجة بتفعيل دور مؤسسات ومنظمات المجتمع المدني لمواجهة خطر انتشار الشائعات

تبين من خلال أفراد العينة الذين اجابوا على سؤال أن انساب الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة انتشار الشائعات عبر تطبيقات التواصل الإلكتروني تفعيل دور مؤسسات

ومنظمات المجتمع المدني لمواجهة خطر انتشار الشائعات (١٤٤) مبحوثاً بنسبة بلغت (٩٦.٠%)، وقد كان الأكثر منهم في المرتبة الأولى للذين يوافقون على أن انساب الحلول بتفعيل دور مؤسسات ومنظمات المجتمع المدني لمواجهة خطر انتشار الشائعات (١٣٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٩٠.٠%) أما المرتبة الثانية فقد كانت للذين يعتقدون إلى حد ما أن انساب الحلول بتفعيل دور مؤسسات ومنظمات المجتمع المدني لمواجهة خطر انتشار الشائعات بعدد بلغ (٨) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (٥.٣%)، أما الذين لا يوافقون على أن انساب الحلول بتفعيل دور مؤسسات ومنظمات المجتمع المدني لمواجهة خطر انتشار الشائعات بلغ عددهم (١) بنسبة بلغت (٠.٧%)، والذين كانت بياناتهم مفقودة بلغ عددهم (٦) بنسبة بلغت (٤.٠%). هذه النتيجة تؤكد على أهمية دور منظمات المجتمع المدني للحد من انتشار الشائعات. وفعاليتها في حل الإشكالات المجتمعية.

وتستنتج الباحثة من الإفادات التي تمت من خلال جميع الأساليب التي استخدمتها في الدراسة من تحليل مضمون واستبيانته ومقابلات إلى التالي:

١. الدعوة إلى تطبيق استراتيجيات مكافحة الشائعات بمحاورها الوقائية والعلاجية والتنظيمية بغية القضاء عليها، وهو ما يجيب عليه التساؤل الأول في المشكلة.
٢. دعوة وسائل الإعلام المحلية إلى التصدي لخطر الشائعات من خلال صفحاتها الرسمية في تطبيقات التواصل الإلكتروني وكذلك مواقعها الرسمية والإلكترونية الأخرى، وهذا ما يجيب على التساؤل الثاني في مشكلة البحث.
٣. وجود طرق عديدة لمكافحة الشائعات بغية القضاء عليها منها الدعوة على وجود هيئة أو مركز مستقل ومتخصص برصد وتحليل ومكافحة الشائعات، ودعوة الجهات التشريعية والقضائية إلى تشديد العقوبات القانونية بحق كل من يبث ويروج ويستخدم الشائعات لكافة أغراضها السيئة، والاستعانة بالمصادر الحكومية والإعلامية الموثوقة للتحقق من مصداقية ما ينشر في تلك التطبيقات والاستعانة بتطبيقات إلكترونية للتحقق من محتوى ما ينشر، ومتابعة الصفحات والمجموعات التي تبث الشائعات والإبلاغ عنها، الدعوة إلى منظمات المجتمع المدني لغرض التوعية بمخاطر الشائعات، وهذا ما يجيب على التساؤل الخامس في مشكلة البحث.
٤. وجود أساليب عديدة يمكن استخدامها لمكافحة الشائعات منها اتخاذ المصداقية والشفافية منهج عمل في بث المعلومات ونشر الأخبار، والسرعة في الرد على الأخبار الكاذبة والمزيفة من قبل المصادر المعتمدة، وكشف الغموض عن الأحداث الغامضة التي تحتاج إلى الشرح والتفسير، وتحذير الأصدقاء في التطبيقات الإلكترونية من منشورات الشائعات، والمشاركة الفردية والجماعية والمؤسسية في توعية أفراد المجتمع من مخاطر الشائعات، وهذا ما يجيب على التساؤل السادس في مشكلة البحث.

النتائج:

١. الفيس بوك هو التطبيق الأكثر استخداماً في السودان من بين التطبيقات الأخرى ويمثل البديل الواقعي لكل وسائل الإعلام.
٢. كلما زادت سنين خبرة الفرد في مجال عمله تقل درجة استخدامه لتطبيقات التواصل الإلكتروني وبالتالي يكون أقل عرضه لمحتوى الشائعات.

٣. تظل الأخبار الكاذبة والحسابات المزيفة وظاهرة البطالة المتفشية في المجتمع السوداني من أخطر المهددات التي تحدد بالمجتمع وهي أحد أهم أسباب انتشار الشائعات.
٤. أصبح انتشار تطبيقات التواصل الإلكتروني وسهولة إنتاج الحقائق وانعدامها في بعض الأحيان، أرضاً خصبة لجميع المعلومات الخاطئة والمضللة بما في ذلك انتهاك الخصوصية وتأتي في الدرجة الأولى في انتشار الشائعات.
٥. حدوث الأزمات وعدم الاستقرار السياسي والتغيير المستمر في الحكومات والحروب الأهلية والنزاعات القبلية وتوقع القرارات الجديدة والأحداث الناتجة عن الانحلال الأمني والتقلبات الأمنية وانتشار الجريمة تُعد سبباً من أسباب انتشار الشائعات.
٦. عدم فاعلية القوانين الخاصة بتجريم الشائعات ومروجيها وصعوبة التحري عنهم سبباً من أسباب انتشار الشائعات.
٧. اتضح أن الأوضاع والموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية والثقافية والدينية والتفكك الأسري الناتج عن العوز والفقر والجوع لها دوراً بارزاً في انتشار الشائعات في السودان فترة الدراسة.
٨. عدم خضوع محتوى التطبيقات الإلكترونية لقوانين الرقابة وعدم معرفة أماكن وعناوين مرجو الشائعات والحصول على السبق الصحفي لكثير من مرئادي التطبيقات وسهولة التأثير على بعض المستخدمين لما ينشر من معلومات ساهم بقدر كبير في نشر الشائعات.
٩. التدخل في الشؤون الأسرية للأفراد وغياب الوعي بخطورة الشائعات بغرض الفتنة لدى بعض مستخدمي التطبيقات الإلكترونية ساهم في انتشار الشائعات.
١٠. إخفاء الحقائق والتعتيم على بعضها وغياب الشفافية وتأخر المعلومات لدى بعض المسؤولين ساهم في انتشار الشائعات.
١١. أثر الشائعات على القيم يؤدي إلى ضعف الانتماء الوطني، تولد الكراهية بين أفراد المجتمع، تعمل على اختلال القيم وإثارة الشك وعدم الثقة في المعلومات والحقائق الصحيحة المنشورة.
١٢. تعتبر شركات الاتصالات أحد العوامل التي ساعدت في ترويج الشائعات لبيعها لكثير من الشرائح دون تسجيلها وضبطها، حيث أن ضبطها يعتبر من انصب الطرق للتصدي للشائعات.
١٣. التحذير من ترديد الشائعات من غير علم ولا وعي والعمل على سد النوافذ التي تطل منها أحد أهم الطرق للتصدي للشائعات.
١٤. من أنصب الطرق للتصدي للشائعات الاستقرار السياسي وقيام حكومة ومؤسسات قوية تعالج الجانب الاقتصادي وتسهم في رتق النسيج الاجتماعي، مع استيعاب الشباب في وظائف ليست صورية أو وهمية.
١٥. تلعب منظمات المجتمع المدني وفعاليتها في حل الإشكالات المجتمعية دوراً بارزاً في الحد من الشائعات.
١٦. توضيح الحقائق للرأي العام حول قضاياها المجتمعية والتعاون مع أجهزة حماية المجتمع أحد الحلول للحد من انتشار الشائعات.
١٧. اتخاذ طرق تجريم الشائعات والتشكيك فيها والتحذير من ترديدها وإشغال المجتمع بأمر مهم والرد الحاسم ضدها وتنمية المجتمع فكرياً تحد من انتشار الشائعات.

المصادر والمرجع

المصادر:

١. الراغب الأصفهاني ، المفردات في غريب القرآن ، ط٤ ، دمشق: دار القلم ، ٢٠٠٩م.
٢. محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٧٦م،
٣. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ج١، ط٢ ، المكتبة العلمية، طهران ، ١٩٧٢م،
٤. بن منظور محمد جمال الدين ، لسان العرب ، ٢٠٠٣م .

المراجع:

٥. إبراهيم أحمد أبو عقرب، الإشاعات في عصر المعلومات، الرياض ، جامعة نايف العربية، ٢٠٠٣م.
٦. عبد القادر، حسنين، ١٩٨٠م، الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة ، ط٤، القاهرة: دار النهضة العربية.
٧. أبو زيد ، محمود ، ١٩٨٠م، الشائعات والضبط الاجتماعي، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
٨. جان-نويل كابيرير، الشائعات الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم، ترجمة تانيا ناجيا، ط١، دار الساقى، بيروت، ٢٠٠٧م.
٩. صادق، عباس مصطفى ، الإعلام الجديد: دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الإعلام والإعلان.
١٠. عبد الوهاب كحيل ، الحرب النفسية ضد الإسلام، بيروت، عالم الكتب ، د.ت.
١١. مبارك عبد الله الملفح، الإشاعة ومخاطرها التربوية من منظور إسلامي، الأردن، جامعة اليرموك ، ١٩٩٣م.
١٢. محمد بن دغش القحطاني ، الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع، دار طريق للنشر والتوزيع، السعودية، ١٩٩٦م.
١٣. محمد سيد طنطاوي ، الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام، مصر، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠١م.
١٤. محمود أبو زيد، الشائعات والضبط الاجتماعي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٠م.

هوامش الدراسة

- ¹ محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٧٦م، ص ٣٥٣.
- ² مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ج ١، ط ٢، المكتبة العلمية، طهران ، ١٩٧٢م، ص ٥٠.
- ³ ابن منظور محمد جمال الدين ، لسان العرب ، ٢٠٠٣م ، ص ٢٤٩.
- ⁴ إبراهيم أحمد أبو عقرب، الإشاعات في عصر المعلومات، الرياض ، جامعة نايف العربية، ٢٠٠٣م ، ص ٧٨.
- ⁵ محمد سيد طنطاوي ، الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام، مصر، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠١م ، ص ٨.
- ⁶ جان-نوئيل كابفيرير، الشائعات الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم، ترجمة تانيا ناجيا، ط ١، دار الساقى، بيروت ، ٢٠٠٧م، ص ١٤-١٥.
- ⁷ سورة الشعراء، الآية ٣٥
- ⁸ سورة النور، الآية ١٩
- ⁹ رواه أحمد بن حنبل في كتابه
- ¹⁰ رواه البخاري في الأدب وأبي داؤد
- ¹¹ كتاب شرح السنة ، الجزء ٣، ص ٤١٣
- ¹² عبد الوهاب كحيل ، الحرب النفسية ضد الإسلام، بيروت ، عالم الكتب ، د ت ، ص ٧١.
- ¹³ مبارك عبد الله المفلح ، الإشاعة ومخاطرها التربوية من منظور إسلامي ، الأردن، جامعة اليرموك، ١٩٩٣م ص ٦٠.
- ¹⁴ المرجع نفسه ، ص ٦٠.
- ¹⁵ محمد بن دغش القحطاني ، الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع، دار طريق للنشر والتوزيع، السعودية، ١٩٩٦م ، ص ٦٣.
- ¹⁶ عبد الوهاب كحيل ، مرجع سابق ، ص ٣٠.
- ¹⁷ حامد عبد السلام زهران ، مرجع سابق ، ص ٣٦٠.
- ¹⁸ محمود أبوزيد ، الشائعات والضبط الاجتماعي ، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٠م، ص ٦٨.