المسؤولية المهنية للمنظم الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات: رؤية اجتماعية استشرافية (مصر أنموذجاً)

أ.د. هدى محمود حسن حجازي ●

ملخص:

تُعد الشائعات من أخطر حروب الجيل الرابع لما لها من آثار سلبية على أمن واستقرار المجتمعات، ونظراً لأن مهنة الخدمة الاجتماعية تهتم بالتفاعلات بين الناس وبيئاتهم الاجتماعية، لذلك فإن عليها مسؤولية مهنية في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات. وتحدد تساؤل البحث في: ما المسؤولية المهنية للمنظم الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات؟، وركزت أهداف البحث على: تحديد مفهوم الشائعات وآثارها الاجتماعية وأهم المتطلبات والآليات المهنية لتنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات المستقبلية باستخدام المنهج الاستقرائي وكانت أهم الاستنتاجات: الشائعة هي أخبار غير صحيحة أو مغلوطة بها جانب من الصحة وتم التحريف فيها، وتمس الحاجات الأساسية والأمنية للمواطنين، تنتشر في وقت الأزمات وفي حالة ضعف الوعي الاجتماعي، لها آثار اجتماعية سلبية، يمارس المنظم الاجتماعي عدداً من الأدوار لتنمية الوعي المجتمعي للتصدي للشائعات، تتطلب عملية تنمية الوعي المجتمعي متطلبات معرفية، مهارية، قيمية، مؤسسية، يمارس المنظم

● أستاذ تنظيم المجتمع بكلية الآداب جامعة الملك سعود، وكلية الخدمة الاجتماعية جامعة حلوان

الاجتماعي آليات لتنمية الوعي المجتمعي منها: العمل المرتكز على المجتمع، الحوار المجتمعي، والاتصال الجماهيري، والتنسيق والشراكة المجتمعية، وبناء قدرات المجتمع المحلي، وتنمية رأس المال الاجتماعي، تعزيز المشاركة التطوعية.

الكلمات المفتاحية: الشائعات – المسؤولية المهنية – المنظم الاجتماعي – الوعي المجتمعي – تنظيم المجتمع- حروب الجيل الرابع.

أولا: مدخل لمشكلة البحث

تُعد ظاهرة إطلاق ونشر الشائعات قديمة يتعرض لها الأفراد والمؤسسات والمجتمعات والدول ولها من الآثار السلبية التي تتسبب في الأذى على المستوى الفردي أو المؤسسي أو المجتمعي، فمن منا لم يتعرض لشائعة على المستوى الشخصي، وكيف أثرت عليه هذه الشائعة وعلى أدائه لأدواره الاجتماعية وتوازنه وأمنه النفسي، فكم من أفرادٍ تقطعت علاقاتهم ولحق بهم الأذى المادي والمعنوي نتيجة لإطلاق شائعة مغرضة عليهم من شخص كذاب وحاقد، وكم من أسرٍ تفككت وبيوت هُدمت وأطفال شُردت، وجهود وأموال ضُيعت بسبب الشائعات المغرضة التي تدعو إلى الفرقة والكراهية والعدوان والتنازع والإفساد بين الناس وإثارة الفتن والتناحر، وكلها أفعال مذمومة نهى عنها الدين الإسلامي وتُعد صورة من صور الإفساد في الأرض.

ولا يقتصر إطلاق الشائعات على الأفراد فقط بل يمتد ليشمل الشائعات على المؤسسات والمجتمعات والدول والتي يكون من بين أهدافها زعزعة الاستقرار المجتمعي وتفككه وبث مشاعر الخوف والذعر وعدم الرضا في نفوس المواطنين وانصراف جهود المجتمع عن مسيرة التنمية والتقدم.

وفي الآونة الأخيرة شهدت العديد من الدول العربية انتشاراً واسعاً للشائعاتِ بها، والتي أثرت بشكل أو بآخر على الأوضاع بها مما استوجب تبيان حكم الشريعة الإسلامية للعامة في نشر الشائعات، والإشارة إلى المسؤولية المهنية في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي لها.

وفي هذا الصدد حذرت الأمانة العامة لهيئة كبار العلماء في السعودية من خطر الشائعات وتلقيها وبثها وتداولها؛ لا سيما إذا كانت تمس المصلحة العليا للدين والوطن، أو تضر بتماسك المجتمع ووحدته، أو تمس ولاة أمره وعلمائه ورجال أمنه ورموزه، وقالت: الحذر الحذر من مواقع وقنوات التحريض والفتنة، دعاة تمزيق الأوطان والعبث بوحدتها، وتأجيج الفتنة وإثارة الفرقة. (http://ssa.gov.sa/93292)

كما حذرت دار الإفتاء العام الأردنية وقالت: إن نشر الإشاعات الكاذبة من جملة الكذب، وهو

محرم شرعاً، بل كبيرة من الكبائر، وقد قال الله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ) التوبة/119، والرد على من يسب ويكذب يجب أن يكون بالحكمة والموعظة الحسنة. (http://aliftaa.jo/Question.aspx?QuestionId=3078#.XHpkeYlvZdg

كما بينت دار الإفتاء المصرية حكم الشائعات وأوضحت أن الإسلام حرَّم نشر الشائعات وترويجها، وتوعَّد فاعل ذلك بالعقاب الأليم في الدنيا والآخرة؛ فقال تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾ (النور: 19)، وهذا الوعيد الشديد في من أَحَبَّ وأراد أن تشيع الفاحشة بين المسلمين، فكيف الحال بمن يعمل على نشر الشائعات بالفعل! كما أشارت النصوص الشرعية إلى أن نشر الشائعات من شأن المنافقين وضعاف النفوس، وداخلٌ في نطاق الكذب، وهو محرَّم شرعًا.

http://dar-alifta.org.eg/AR/ViewFatwa.aspx?sec=fatwa&ID=14089

ويرى عاطف (2017) أن الشائعات تنشط في ظروف الحروب والأزمات السياسية والاقتصادية والفقر، وإذا تمعنا جيدا في مصر كدولة ومجتمع على مر العصور التاريخية فسنجد أن هذا البلد لطالما أحاطت به مثل هذه الظروف، فهناك الكثير من القضايا والأزمات والأحداث التي أوجدت الشائعات في مصر وتشكل بسببها رأي عام عريض، لأن هناك الكثير من الأزمات والمواقف صنعتها ووجهتها الشائعات.

فالوظيفة الأساسية للشائعات داخل المجتمع هي «إذكاء روح ومشاعر القلق والخوف والرعب والشك والتوتر والرهبة لدى الجماهير في وقت معين ولتحقيق غاية معينة للجهة التي تُصدر الإشاعة وترويجها» (الضبع،2015: 255).

وفي الآونة الأخيرة واجه المجتمع المصري حملة ممنهجة من الشائعات التي تستهدف النيل من لحمته وتكاتفه وما زالت، والتي تبث عبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي ويتداولها الناس بهدف إحداث حالة من البلبلة وعدم الاستقرار الداخلي وانشقاق وحدة الصف.

ومن الجدير بالذكر أن حرب المعلومات لا تقل خطورة وفتكاً عن الحروب بالطائرات والدبابات والصواريخ والحروب البيولوجية، فهي أخطر بكثير من الحروب التقليدية المعروفة، وإطلاق الشائعات وترويجها هدفه إيقاف مسيرة التنمية الشاملة والمستدامة، حيث تركز الشائعة على وتيرة الحاجات الأساسية للناس وما يمس أقواتهم ويهدد أمنهم النفسي والمادي، وينشر حالة الخوف والهواجس لديهم.

ونظرا لكثرة عدد الشائعات التي انتشرت في مصر في الآونة الأخيرة، حيث تعرضت مصر إلى 21 ألف إشاعة خلال ثلاثة شهور لذلك كانت هناك توجهات سياسية بسرعة الرد والتعامل مع هذه الشائعات حيث تولى مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء مهمة رصد ونفي الشائعات، حيث أصدر رئيس مجلس الوزراء، ووزير الإسكان والمرافق والمجتمعات العمرانية، قراراً بإنشاء مركز إعلامي لمجلس الوزراء، يكون مقره مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بالمجلس، ويتولى طبقا للقرار، القيام بعدد من المهام والأنشطة التي تهدف إلى تحقيق التواصل الفعال بين الحكومة بجميع أجهزتها ووسائل الإعلام المختلفة، وتوضيح الحقائق للرأي العام، ودحض الشائعات حول مختلف القضايا والموضوعات في إطار من الشفافية والمصداقية (رئاسة مجلس الوزراء، 2018).

كما تبنت وزارة التنمية المحلية مبادرة «صوتك مسموع» وهي مبادرة حكومية تهدف إلى تعزيز مشاركة المواطنين المصريين في الشأن العام، وفتح قنوات تواصل معهم، والتحرك السريع لحل المشكلات والشكاوى التي تصل منهم، كما تهدف المبادرة إلى صد الشائعات التي تطلق من وقت لآخر على مواقع التواصل الاجتماعي، فضلاً عن «تحسين صورة أجهزة المحليات في ربوع مصر والمبادرة تتماشى مع استراتيجية مصر لتحقيق التنمية المستدامة (رؤية مصر 2030).

وترتكز المبادرة على محورين رئيسيين: الأول "إدارة محلية مستجيبة للمواطن"، ويهدف إلى جعل المواطن طرفاً فاعلاً ومشاركاً في منظومة محاربة الفساد والإهمال وإهدار الموارد ونقص فاعلية وكفاءة أداء السلطات المحلية للخدمات التي تقوم بها، والثاني "إدارة محلية تتحرك وتعمل من أجل المواطن" وتركز على معالجة المشكلات وحل الشكاوى، والرد على استفسارات المواطنين من خلال المنصة المتكاملة للتواصل مع المواطنين، وذلك عبر وجود آلية دائمة لإدارة المبادرة على جميع المستويات المحلية بالوزارة والمحافظات، يتم من خلالها التعامل مع الشكاوى الواردة إليه أولاً بأول، ومتابعتها والتواصل مع أصحابها لإفادتهم بما تم بصدد شكواهم. http://mld.gov.eg/ar/p/3035/your-voice-is-heard

هذا وتضم وزارة التضامن الاجتماعي في قطاع الرعاية والتنمية عدداً من الإدارات التي يمكن العمل من خلالها على تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات ومنها: الإدارة العامة للأزمات والإغاثة، الإدارة العامة لتنمية المجتمعات المحلية، والإدارة العامة للجمعيات الأهلية. http://www.moss.gov.eg/sites/mosa/ar-eg/Pages/orgnization-chart.aspx

كما أن هناك مشروع قانون ستتم مناقشته بمجلس النواب لإنشاء مرصد حكومي لرصد

الشائعات والرد عليها من مصدرها.

وفي ضوء ما سبق يمكن القول إن زيادة عدد الشائعات وآثارها السلبية أدت إلى استنفار كبرى المؤسسات الحكومية في الدولة باستصدار قرارات وتنفيذ مبادرات وإنشاء مراكز وإدارات للرد على الشائعات ودحضها في مهدها، وهذا يستوجب من المؤسسات القاعدية بأن تنتفض هي الأخرى للقيام بدور فعال في مواجهة الشائعات وتنمية الوعي المجتمعي بمخاطرها، وتبصير الرأي العام على المستوى المحلي بالتصدي لها وعدم ترويجها، والتوعية بالعقوبات القانونية الناتجة عن إطلاق الأكاذيب والشائعات ونشرها، وذلك لأن المؤسسات على المستوى المحلي تكون أقرب إلى المواطنين وأكثر تفاعلاً معهم عند إشباع احتياجاتهم اليومية.

ومن الجدير بالذكر أن الشائعات تجد بيئتها الخصبة للانتشار على مدى واسع في المجتمعات التي تفتقد الوعى الاجتماعي والإدراك بحقيقة المشكلات والقضايا المجتمعية السائدة، ويسودها الجهل وتنتشر فيها البطالة، ولأن الشائعات تُعد من حروب الجيل الرابع Fourth-Generation Warfare واختصاراً "G W 4" فهي أشد خطرًا على المجتمعات من حرب الإرهاب ومواجهة الأعداء، لذلك يجب على التخصصات المهنية والمؤسسات الدينية والتعليمية والاجتماعية والثقافية والإعلامية والفنية أن تتضافر جهودها مع بعضها بعض لغرس القيم والمبادئ الأخلاقية السوية في نفوس المواطنين، وتهيئة المجتمع وتنمية وعيه الاجتماعي بألا يُصدق أو يُردد ما يقرؤه أو يسمعه من أخبار دون التأكد من مصداقيتها، وضرورة التثبت من حقيقة المعلومة قبل المساهمة في نشرها، وبث روح التعاون والثقة بين الحاكم والمحكوم وعدم الالتفات إلى كل ما من شأنه أن يزعزع ثوابت هذه الثقة، إلى جانب ضرورة تكذيب الشائعات إعلامياً وتفنيدها بشفافية وتوضيح خطورتها، فمسؤولية التصدي للشائعات هي مسؤولية جماعية ولا تقتصر على فرد أو مسؤول أو جماعة أو مؤسسة أو جهة أو تخصص بعينه "فكلنا مسؤول" لأننا كلنا شركاء في هذا الوطن، وضرر الشائعة ينال من الجميع بشكل أو بآخر.

وبشكل عام فإن ظاهرة انتشار الشائعات ترتبط بضعف الوعي المجتمعي بخطورتها، والتصدي لها يكمن في: تفعيل دور المؤسسات المجتمعية على جميع المستويات في تنمية الوعي المجتمعي بمخاطرها وآثارها السلبية على وحدة المجتمع واستقراره وجهوده في تحقيق التنمية المستدامة، وتنمية الوعي بالتجريم القانوني لمروجي الإشاعات والأكاذيب، كما يكمن أيضا في تطبيق هذه المؤسسات لمبادئ الحوكمة والتركيز على الشفافية في توفير المعلومات والبيانات

المحددة والواضحة للجمهور في التعامل مع المشكلات والقضايا التي تهم المواطنين.

ونظراً لأن مهنة الخدمة الاجتماعية تهتم بالتفاعلات بين الناس وبيئتهم الاجتماعية التي تؤثر على قدرتهم في إنجاز مهامهم الحياتية وتخفيف الضغوط، وتحقيق تطلعاتهم وقيمهم، ومن إلتزامها بالمسؤولية الاجتماعية والمهنية تجاه المجتمع، لذلك نبعت فكرة البحث الراهنة، ويمكننا صياغة موضوع البحث في التساؤل التالي:

ما المسؤولية المهنية للمنظم الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي لدى سكان المجتمع المحلي بالتصدي للشائعات؟

وترجع أسباب اختيار موضوع الدراسة إلى ما يلي:

- حالة الحراك الاجتماعي والاقتصادي والسياسي التي يعيشها المجتمع المصري بعد ثورتي 25 يناير 2011م ، 30 يونيو 2013م، والعمل الجاد نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة في رؤية مصر 2030 والتي تتطلب تهيئة المناخ المناسب وتكاتف جميع الجهود على مستوى الأفراد والجماعات والمؤسسات والمجتمعات المحلية وكذلك مختلف التخصصات والمهن لدعم مسيرة الدولة في تحقيق التنمية المستدامة.
- حرب الشائعات التي تتعرض لها مصر في الآونة الأخيرة دفع الباحثة لتناول هذه الظاهرة التي تؤثر على التماسك والتقدم المجتمعي بالبحث والتحليل وطرح بعض المساهمات المهنية من زاوية تخصص الخدمة الاجتماعية في العمل مع الوحدات الكبرى (المؤسسات – المجتمعات) كمشاركة مهنية للتصدي لهذه الظاهرة ودعم جهود تحقيق رؤية مصر 2030 في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.
- لأن مهنة الخدمة الاجتماعية في العمل مع المجتمعات تهدف إلى احداث التغيير على مستوى المجتمع، وتحقيق الاستقرار والتضامن المجتمعي وإيجاد مناخ إيجابي في المجتمع يهدف إلى العمل والإنتاج، وبناء الوطن مما يجعل تعاملها مع ظاهرة إطلاق الشائعات التي تؤدي إلى الفرقة والتنازع المجتمعي من المسؤوليات المهنية لها.

ثانيا: أهمية البحث:

ترجع أهمية البحث العلمية والتطبيقية إلى ما يلي:

1. ترجع الأهمية العلمية للبحث إلى إثراء أدبيات الخدمة الاجتماعية في العمل مع الوحدات الكبرى بإلقاء الضوء على موضوع الشائعات وأسبابها وتأثيرها على المجتمع والمسؤولية

المهنية للمنظم الاجتماعي في مواجهتها.

2. كما تفيد نتائج البحث مؤسسات تعليم الخدمة الاجتماعية في تطوير محتوى مقررات تنظيم المجتمع لتشمل المتطلبات المعرفية والمهارية والقيمية التي تمكن المنظم الاجتماعي من القيام بمسؤوليته المهنية في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات وتجنب مخاطرها الاجتماعية.
3. وترجع الأهمية التطبيقية على مستوى ممارسة مهنة الخدمة الاجتماعية إلى استفادة المنظم الاجتماعي الذي يعمل بمؤسسات المجتمع المحلي من استنتاجات وتوصيات البحث في القيام بمسؤولياته المهنية لتنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات وممارسة آليات المهنة في تحقيق ذلك.

ثالثاً: أهداف البحث

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التحليل النقدي للأدبيات التي تناولت مفهوم الشائعات وأسباب انتشارها والهدف من وراء إطلاقها .
2. التعرف على البعد المجتمعي للشائعات (آثارها الاجتماعية على المجتمعات).
3. استخلاص مجموعة من المؤشرات والأفكار النظرية القابلة للتطبيق والممارسة المهنية عن المسؤولية المهنية للمنظم الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات.
4. إلقاء الضوء على المتطلبات المهنية للمنظم الاجتماعي لتنمية الوعي المجتمعي بمواجهة الشائعات.
5. تحديد آليات الخدمة الاجتماعية في العمل مع المجتمعات في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات.

رابعاً: تساؤلات البحث

يسعى البحث إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات هي:

1. ما مفهوم الشائعات وأسباب انتشارها والهدف من وراء إطلاقها؟
2. ما البعد المجتمعي للشائعات (آثارها الاجتماعية على المجتمعات) ؟
3. ما المسؤولية المهنية للمنظم الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بمواجهة الشائعات؟
4. ما المتطلبات المهنية للمنظم الاجتماعي لتنمية الوعي المجتمعي بمواجهة الشائعات؟

5. ما آليات الخدمة الاجتماعية في العمل مع المجتمعات في تنمية الوعي المجتمع بالتصدي للشائعات؟

خامساً: مفاهيم البحث

1 - مفهوم المسؤولية المهنية Professional Responsibility

كلمة مسؤولية تعني الإلتزام بالحقوق والواجبات، و هناك أشكال للمسؤولية نعرض منها:

- المسؤولية الأدبية وترجع إلى الضمير ولا تدخل في نطاق المحاسبة القانونية بل ترجع للشخص نفسه وتأنيب ضميره ولوم ذاته، واستنكار المجتمع .
- المسؤولية القانونية ويرجع عدم الإلتزام بها إلى القانون المدني أو الجنائي.
- المسؤولية المهنية: ويلتزم بها المهني في علاقته بمن يخدمه في نطاق مهنته.
- ومفهوم المسؤولية المهنية ينطلق من جانبين أساسيين هما: الجانب المهني، والجانب القانوني الذي ينبع من الوظيفة التي يشغلها المهني من خلال القيام بالمهام و المسؤوليات في حدود السلطة المخولة له من وظيفته.

ويُقصد بالمفهوم الإجرائي للمسؤولية المهنية للمنظم الاجتماعي بأنها « الإلتزامات والواجبات التي يجب أن يقوم بها المنظم الاجتماعي تجاه المجتمع الذي يخدمه في ضوء مسؤولياته العقدية، و أعراف وأخلاقيات مهنة الخدمة الاجتماعية» وسيتم التركز في هذه الدراسة على الإلتزام بهذه المهام والواجبات، لا الإخلال بها.

2 - مفهوم تنمية الوعي المجتمعي Community awareness

يشير معجم الوجيز إلى أن كلمة الوعي تعني الإدراك والإحاطة ، ووعاه توعية أي أكسبه القدرة علي الفهم والإدراك ، و وعي الأمر أي أدركه علي حقيقته (الوجيز، 1980 :675).

و يُعرف الوعي علي أنه ذلك الإدراك الذهني ، أو هو ذلك الجزء من العقل الذي يدرك الأفكار والمشاعر والبيئة المحيطة (Barker,Robert،1991:48).

كما يُعرف الوعي على أنه إدراك المرء لذاته ولما يحيط به إدراكاً مباشراً وهو أساس كل معرفة ويمكن إرجاع مظاهر الشعور إلى ثلاثة هي: الإدراك والمعرفة ، والوجدان ، والنزوع والإرادة وهذه المظاهر الثلاثة متصلة ببعضها كل الاتصال (بدوي،1993 :81).

ويتضمن الوعي الاجتماعي العناصر التالية : (السنهوري،1997: 14)

- نضج الأفكار والثقافات والتطلعات القائمة في المجتمع المحلي و رأي عام مستنير إزاء المشكلات الاجتماعية.

- إدراك المواطنين في المجتمع المحلي للمشكلات الاجتماعية، والإحساس بها، وتكوين اتجاه إيجابي لديهم لمواجهتها.
- الاستعداد لتحمل المسؤولية الاجتماعية والتعاون والمشاركة في الحياة العامة.

ويمكن تحديد المفهوم الإجرائي لتنمية الوعي المجتمعي فيما يلي:

- إمداد المواطنين في المجتمع المحلي بالمعارف والمعلومات وتثقيفهم بمفهوم وأسباب وأهداف الشائعات والآثار المتنوعة المترتبة عليها سواء على مستوى الفرد أم المجتمع، وتنوير الرأي العام بالآثار الاجتماعية وانعكاساتها.
- إيقاظ الوعي لدى المواطنين بالمجتمع المحلي لإدراك وتفهم مشكلة إطلاق الشائعات وترويجها والإحساس بها والعمل على تكوين اتجاه إيجابي لديهم نحو التصدي للشائعات وعدم المشاركة في ترويجها.
- بناء القدرة لدى المواطنين بالمجتمع المحلي على الشعور بالمسؤولية الاجتماعية وتحملها، والتعاون والمشاركة الفعلية للتصدي للشائعات للحفاظ على استقرار المجتمع وتقدمه.

3 - مفهوم الشائعات

تُعرف الإشاعة اصطلاحا بأنها تلك المعلومات أو الأفكار التي يتناقلها الناس دون أن تكون مستندة إلى مصدر موثوق به يشهد بصحتها، أو الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو المبالغة في سرد خبر يحتوي جزءا ضئيلا من الحقيقة (هاشم، 2001: 55).

ويمكن تحديد المفهوم الإجرائي للتصدي للشائعات هو «عزوف أفراد المجتمع عن إطلاق الشائعات وعدم ترويجها وتحري الدقة في مصداقية ما يقرؤه أو يسمعه ويشاهده والتحلي بالتفكير النقدي عند تلقي الخبر، والمشاركة بالتوعية بمخاطر الشائعات»

سادساً: منهج البحث

اعتمدت دراسة إشكالية البحث على المنهج الاستقرائي الذي اعتمد على جمع وتركيب جزئيات الأفكار من مختلف أدبيات الدراسة المتعلقة بالإطار النظري للشائعات، وممارسة تنظيم المجمع بهدف الوصول إلى استنتاجات.

حيث تهتم الخدمة الاجتماعية بإجراء البحوث من أجل إثراء الممارسة والاسهام في انتاج المعرفة، ولتقديم مساعدة أفضل لمن تقوم بخدمتهم، كما أن الأبحاث تساعدنا في تقييم المعلومات بدقة وإصدار أحكام على أفضل المعلومات المتاحة وتقييم فاعلية الممارسة (Krysik& finn,2010: 25).

سابعاً: نوع الدراسة.

تُعد هذه الدراسة من الدراسات المستقبلية التي لا تتضمن فقط دراسة معلومات الماضي والحاضر والاهتمام بها، ولكنها تتضمن أيضا استحضار واستشراف المستقبلات البديلة والممكنة والمحتملة واختيار البديل المرغوب منها، ثم التخطيط والعمل على تحقيقه لذا فهي تعتمد على التنبؤ الاجتماعي، كما أنها دراسات موجهة في اتجاه عمل معين يختص بالتفكير فيما نريد أن يكون عليه المستقبل وفقا للمعايير التي نرتضيها ومن خلال بعد زمني طويل، بغية مساعدة صناع القرارات السياسية. (زاهر، 2004: 51)

ثامناً: خطة البحث:

ستتم الإجابة عن تساؤلات البحث وتحقيق أهدافها من خلال مناقشة عدد من المحاور هي:

المحور الأول: التحليل النقدي للأدبيات التي تناولت مفهوم الشائعات وأسباب انتشارها والهدف من وراء إطلاقها .

مفهوم الشائعات

تُعرف «الشائعة» على أنها خبر أو مجموعة من المعلومات الكاذبة والمزيفة التي يتم نشرها على نطاق واسع وبشكل سريع بين الناس، وتتسم هذه الأخبار والمعلومات الكاذبة عادة بعنصر الإثارة الذي يلفت انتباه الجميع إليها وتلامس الحاجات الأساسية ومشاعر المواطنين.

أوضح فايد (2015) أن الشائعة سلاح قديم ثبتت فعاليته منذ القدم، واستخدمه الأفراد والدول لتحقيق أغراض معينة، مثل تشويه السمعة والاعتداء المعنوي على الشخص أو الشعب محل الشائعة، والشائعة وسيلة تعبير تصدر عن أحد الأشخاص، سواء أكان شخصا عاديا أم صحفيا، بمعلومة أو خبر قد يكون صادقا وقد لا يكون كذلك، وتتداول هذه المعلومة بين أفراد المجتمع ويتناولها كلٍ بأسلوبه وتتغير تفاصيلها من فرد إلى آخر. والشائعة لها خطورة اجتماعية لا تتوقف على حياة الأفراد الخاصة، ولكن قد تمتد خطورتها لتكون ذات خديعة قومية، عندما تمتزج بعقول مواطنين صالحين وتجتذبهم إليها ويصبحون فريسة لها.

وأكد أحمد (2011) في دراسته التي كان من بين أهدافها توضيح مفهوم الشائعات ومعناها. التأصيل لموضوع الشائعات. الوقوف على أسباب انتشار الشائعات وآثارها. التعرف على دور المؤسسات التربوية في مواجهة الشائعات، واتبع الباحث المنهج الوصفي معتمداً على المصادر المكتبية والإحصائيات اللازمة. وتوصلت الدراسة لنتائج أهمها:- إن الشائعات ليست حديثة

الظهور، بل موجودة في الماضي، وهي قديمة في المجتمعات البشرية، إن للشائعات أضراراً عظيمة على المجتمع المسلم، ما لم يحتاط لها ويتحصن المجتمع من شرها. وأشار إلى أن هناك أسباباً متعددة تؤدي إلى انتشار الشائعات وأن للمؤسسات التربوية دوراً في مواجهة الشائعات.

كما أوضح قيراط (2017) أن الشائعة جزء لا يتجزأ من الفضاء الإعلامي لكل مجتمع حيث إنها وجدت منذ وجود البشرية وما زالت تفرض وجودها اليوم فهي جزء من المجتمع؛ إذ تعبر تعبيراً عميقاً عن ظروفه النفسية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية. ولذلك تُعد متغيراً محورياً لدراسة المجتمع وفهمه وتحديد ملامحه وخصائصه. كما تتضح أهمية دراسة الشائعات من تأثيرها الكبير على المجتمعات فقد تؤدى إلى تفكك وتدهور المجتمع كما قد تؤدي إلى تماسكه وفقا لدورها في خفض أو رفع الروح المعنوية لذلك المجتمع. فمن خلال الشائعات يمكن أن تتبدل أو تتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم. فالشائعات يمكن أن تؤثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، والسياسية، والنفسية، والثقافية للشعوب ويمكن أن تؤثر في العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات.

وهناك قانون للإشاعة يتلخص في المعادلة التالية : (ش دالة أ ×غ)

وبعبارة أخرى : شدة الإشاعة = الأهمية ×الغموض

بمعنى أن إطلاق الشائعات يعتمد على شرطين أساسيين وفقا لهذا القانون هما:

الأهمية: يجب أن ينطوي موضوع الإشاعة على قدر كبير من الأهمية بالنسبة لناقل ومتداول الإشاعة

الغموض: ويعني ندرة أو قلة المعلومات عن الشخص أو الموضوع المثار

وعلى الرغم من مصداقية هذا القانون إلا أنه واجه انتقادا بأنه لم يضع في الاعتبار مجتمع وزمن الشائعة و تم اقتراح قانون يتلخص في:

ق ش = (أ × غ) + (ز × م) ومعناه :

قوة الشائعة = (الأهمية × الغموض) + (زمن الشائعة × مجتمع الشائعة)

ومن ثم فإن قوة الشائعة أو ضعفها يعتمد على أربعة عناصر أساسية هي : أهمية موضوع الشائعة بالنسبة لناقلها ومتداولها، غموض موضوع الشائعة بالنسبة لسامعها ومصدقها، زمن سريان الشائعة في مجتمعها، حجم المجتمع الذي انتشرت فيه الشائعة (القاضي، 2002: 141-142)

وأشارت دراسة رينار و زين العابدين (2008) إلى أن نماذج الشائعات تتشكل حسب علاقتها بالواقع بعد أن تكون قد تأكدت صحتها. والشائعات الصحيحة تصبح معلومات. ويجرى تصنيف الشائعات غير الصحيحة على أنها شائعات مؤكدة، أو شائعات نافية؛ والشائعات المؤكدة تذكر واقع الحقائق المتخيلة، في حين أن الشائعات النافية تقلل من صدق أو واقع الحقائق الثابتة المستقرة. ونماذج الإشاعات النافية يجرى تمييزها ومناقشتها تحت مسميات البقاء المزعوم، والبدائل والأحداث الزائفة. وما إلى ذلك، وكذلك من خلال سماتها المتميزة من التفكير المفرط في النقد، والبوح بالواقع المستتر، وإدانة المؤامرات وشجبها. وفي عالم لم تعد تعتبر فيه المعرفة موضوعية أو نهائية، وأصبحت فيه الجماهير تشك في الحكومات، ووسائل الإعلام، كما لم يعد من الممكن غالبا التمييز بين الصور الحقيقية والصور التوليفية، يكون من المتوقع أن تظهر الإشاعات والأفكار النافية بشكل أكثر وضوحا في سوق المعلومات، كما يتمثل حاليا في نشاطها على الشبكة (الإنترنت).

حيث لوحظ في الآونة الأخيرة انتشار الشائعات وسرعة تداولها بين أفراد المجتمع وخاصة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي أدى إلى تغير فحوى الشائعة وطريقة انتشارها في المجتمع، وذلك بسبب اختلاف طبيعة وخصائص البيئة الحاضنة لتلك الشائعات. فقد سمحت تلك الشبكات لانتشار الشائعات التي ربما تؤدي إلى تهديد الأمن العام وتثير البلبلة والفتن في المجتمع. وذلك لما تتميز به من خصائص مثل سهولة إعادة نشر المحتوى وسرعة إرساله للجماهير المختلفة. وفي ظل غياب المعلومات والأخبار الصحيحة والموثقة في القضايا التي تهم المجتمع تنتشر الشائعات الاجتماعية التي تغلب عليها العاطفة والمبالغة أو السياسية التي تهدف لأثارة الفتن والبلبلة، كما أسهمت الشبكات الاجتماعية أيضاً بظهور أشكال جديدة للشائعة أبرزها: إما قصاصة ورقية من صحيفة، أو مقطع فيديو، أو نشرة أخبار، وكذلك رسوم كاريكاتيرية. ومن ثم نقل هذه الشائعة إلى جمهور عريض في الوقت نفسه وبسرعة فائقة. (الشريف، 2015)

وهذا يتطلب من أفراد المجتمع وعياً تاماً بما يجب تداوله ونشره من أخبار ومعلومات خلال شبكات التواصل الاجتماعي وما يجب التحفظ عليه. وذلك عن طريق التأكد من روابط تلك الأخبار ومرجعيتها الصحيحة وعدم تبني تلك الشائعات ونشرها فقط لأنها تتناسب مع الأهواء الشخصية.

وفي هذا الصدد أوضح زكريا (2014) الدور السالب الذي يمكن أن تقوم به الوسيلة الإعلامية في تكوين الإشاعة وأن انعكاسات الممارسة المهنية الإعلامية السالبة تؤدي إلى تكوين الإشاعة؛ فإن بعض الممارسات الإعلامية التي يقوم بها القائم بالاتصال بقصد أو بدون قصد وتساهم في تكوين الشائعة مثل الاعتماد على مصادر مجهولة وغير معلنة، أو الاعتماد على مصادر ثانوية في المعلومات وتكوين الخبر، وعدم التوازن في المادة الإعلامية كأن يقوم القائم بالاتصال بعكس وجهة نظر دون الطرف الآخر، وأن طريقة استخدام الصورة سواء كانت في الإعلام التقليدي أم الإعلام الجديد تُعد مكون للإشاعة إذا تم استخدامها بصورة بعيدة عن أخلاقيات مهنة الإعلام، وأن الإيحاء في الكتابة الإعلامية والتلميح والتعريض قد يكون جزءاً من التكوين الأولي للإشاعة.

كما أكد العزعزي (2015) أن أبرز سلبيات استخدام الفيسبوك يكمن في ترويج الشائعات، وتشويه وتحريف الحقائق، وقذف بعض الأفراد والتشهير بهم.

ولابد من التنويه إلى أن إطلاق الشائعات وترويجها يُجرمه القانون حيث أشار فايد (2015) إلى أن الشائعة في القانون المدني تمثل اعتداء على حرمة الحياة الخاصة وكيفية اعتبار الشائعة خطأ مدنيا كما تناولت الدراسة معاقبة ترويج الشائعات بواسطة نصوص القانون الجنائي من زاوية قانون العقوبات ومن زاوية القوانين الخاصة بالصحافة والإعلام فقانون العقوبات يعتبر الشائعة نشراً لأخبار كاذبة ويعاقب عليه بالحبس كما هو واضح في القانون المصري والقانون الفرنسي ويشترط لتطبيق العقاب باعتباره جريمة النشر: عدم صحة المنشور، وإمكانية تكدير السلم العام، وتوافر سوء النية، بينما يمكن أن تعتبر الشائعة قذفا طبقا لقانون الصحافة الفرنسي، وكذلك طبقا لقانون العقوبات المصري.

أسباب انتشار الشائعات:

لم يأت إطلاق الشائعات بشكل عشوائي ولكنها مُغرضة، وهناك عدد من الأسباب أدت إلى انتشارها كما أوردها الباحثون حيث كشفت دراسة الجهني (2014) عن دور وسائل الاتصال الحديثة في نشر الشائعات ودور التضارب في الأخبار حول موضوع ما في نشر الشائعات حوله وانتهت الدراسة بجملة من التوصيات لعل أهمها تطبيق مبدأ الشفافية في الأجهزة المعنية وسرعة تقديم المعلومة الصحيحة للمتلقي.

وأشار محمود (2008) إلى أن من الأسباب التي تؤدي إلى تردد الشائعات ونشرها في المجتمع:

عدم إدراك خطورة ترديد الشائعات وكراهية الحق، والدعاية الكاذبة، وادعاء معرفة بواطن الأمور، واتباع الظن، والرغبة في التشهير بالآخرين، والحرب النفسية، وإثارة البلبلة، ثم تناول البحث المنهج الإسلامي في حماية المجتمع من الشائعات ومن جوانبه: تربية الإنسان على تقوى الله، والتحذير من الشائعات، والتفكير فيما يقال وتحليله، والاعتماد على المنطق والبرهان في تصديق أو رفض ما يقال، والتحقق من صحة ما يقال، والرجوع للمصادر الأصلية لأخذ الأخبار منها، وعدم التسرع في إصدار الأحكام، وعقاب من يروج الشائعات.

كما أوضح عمر (2004) أن من العوامل التي تساعد على نشر الشائعات ربطها بالحاجات الأساسية للناس، حيث تأتي الشائعة في هذا المجال كتحد سلبي لهذه الحاجات وكمحرض على اتخاذ موقف عدائي.

وأضاف النجار (2014) أن من أسباب ودوافع الشائعات توافر مناخ الجهل أو الأمية الثقافية، الفراغ والخمول والملل، والغموض يساهم في ترويج الشائعات.

كما أوضح الرواس والحايس (2016) أن من العوامل المهيئة لانتشار الشائعات وتُسهم في قبول أفراد المجتمع للشائعات والأخبار يأتي على رأسها: قصور الوعي الاجتماعي، والجهل بالأوضاع الاجتماعية السائدة، وضعف برامج التوعية وندرتها في المجتمع، وقصور برامج الإعلام الجماهيري - التقليدي والحديث – في تطوير برامج توعوية ناجحة حيال قضايا المجتمع وأخباره، مما يجعل المناخ الاجتماعي بيئة مواتية لانتشار الشائعات وقبولها لدى المواطنين.

وأضاف عاطف (2017) سبباً آخر في دراسته التي استهدفت التعرف على رأي النخبة تجاه جدلية الشائعات والأزمات وأيهما يتسبب في افتعال الآخر؟، كما يهدف إلى التعرف على الأسباب الرئيسة في انتشار وحدوث الأزمات وكيفية التغلب عليها تجنبا لتولد وانتشار الشائعات، وأخيرا التعرف على دور قادة الرأي وصناع القرار في تقييم وتقويم الأزمات ومقاومة انتشار الشائعات. استخدم الباحث منهج المسح Survey Method، والمنهج الكيفي Qualitative Method. أما مجتمع الدراسة فهو النخبة المجتمعية في مصر، وعينة البحث (20) مفردة من أساتذة الجامعات ورجال الإعلام والصحفيين. واستخدم الباحث التحليل الكيفي، والملاحظة العلمية المباشرة، والمقابلات؛ والاستقصاء الإلكتروني كأدوات بحثية في دراسته. وقد تبين من النتائج أن العلاقة بين الأزمة والشائعة تبادلية فأحيانا تخلق الشائعة أزمة وفي كثير من الأحيان يرافق الأزمة مجموعة من الشائعات بسبب نقص المعلومات الموثقة من المتحدثين باسم فريق الأزمة. وعن أهم

أسباب حدوث الأزمات: غياب الوعي بالأزمة وعدم التخطيط السابق لها وعدم توحيد الآراء بشأن حلها. وأن للأزمات دوراً رئيساً في انتشار الشائعات في المجتمع المصري، حيث إنها بيئة خصبة لانتشار الشائعات، ولها دور كبير في انتشارها خاصة في حالة عدم توافر معلومات.

وتوصلت دراسة شتلة (2017) إلى أن أهم أوقات بروز الشائعات في المجتمع بالترتيب كما يلي: أثناء وجود عمليات إرهابية في المجتمع ، يليه بروزها وقت الحروب، يليه أنها تبرز وقت الثورات، وأخيراً أنها تبرز وقت الأزمات.

ويُعد أيضا تزييف الوعي الجماهيري أحد العوامل المساعدة على تقبل الناس للشائعات، ذلك التزييف الناتج عن ظهور وسائل الاتصال الجديدة التي تتسم بالخصوصية، الإعلام الذاتي (إعلام المواطن) الذي يمنح كل فرد في المجتمع أن ينشر ما يشاء دون رقابة أو توجيه. (الرواس والحايس، 2016)

وتمكن الإشارة إلى أن هناك حالة مجتمعية مدعمة لانتشار الشائعات في المجتمع ومنها:

- زيادة عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ساعد على نشر الشائعات و ترويجها.
- حالة الفراغ الفكري.
- حالة عدم الرضى لدى المواطنين عن الحياة في المجتمع
- وجود حالة من التوتر النفسي والقلق و الخوف من المستقبل.
- انتشار الجهل وضعف المستوى الاقتصادي.
- ضعف تطبيق العدالة الاجتماعية و تهميش بعض فئات المجتمع .
- ضعف رأس المال الاجتماعي الإيجابي بين المواطنين.
- ضعف تطبيق مؤسسات الدولة لمبادئ الحوكمة مثل الشفافية المعلوماتية والمساءلة والمحاسبة وتعزيز المشاركة.
- ضعف ثقة المواطنين في أداء المسؤولين.
- غموض الدور المؤسسي على جميع الصعد في الحد من الشائعات.
- التراخي في التعامل مع الأزمات المجتمعية والتي يكون فيها المجتمع في حالة من القلق والخوف الشديد والتوتر وفقد التوازن مما يجعل ذلك مجالاً خصباً لإطلاق الشائعات وترويجها.
- التراجع القيمي والأخلاقي يُسهل عملية ترويج الشائعات.

- ضعف الوعي المجتمعي، وقلة المعلومات حول موضوع الشائعة.
- ارتباط موضوع الشائعة باحتياجات المواطنين الضرورية واهتماماتهم الأساسية والأمنية.

الهدف من نشر الشائعات

أوضح عبدالرحمن (2015) أن من يطلق الإشاعة له أهداف محددة ومخطط لها، ولذا فإنه يسلك في تحقيقها طريقاً منظمة من شأنه آن يصل إلى المراد ويصيب الأهداف بدقة، وأن الشائعات تظهر وتنتشر في أوقات الأزمات الاجتماعية، ولذلك فإن الفترة التي أعقبت ثورة 25 يناير 2011 كانت أنسب وقت لتلك الشائعات ونشرها حيث يكون أفراد المجتمع في حالة استعداد نفسي لتصديق كثير من الأخبار والأقاويل التي يقرؤونها في الصحف أو يسمعونها في التلفزيون نظراً لحالة التوتر النفسي التي يعيشونها خلال هذه الفترة، حيث تهدف أغلب الشائعات التي تم ترويجها عبر وسائل الإعلام إلى تعميم مشاعر الإحباط بين المصريين، ومن ثم تؤدي إلى إثارة الرغبة في إيذاء الذات والعزلة والاكتئاب، أو نحو إيذاء الآخرين، أشخاصاً كانوا أو مؤسسات ودوائر حكومية، حيث الميل إلى التخريب المادي المباشر مثل التعدي على الممتلكات العامة والخاصة، أو التخريب النفسي غير المباشر مثل الإضراب عن العمل ووضع العراقيل أمام أداء الآخرين لأعمالهم وغيرها من أعمال متنوعة تنتج عن التأثر بالشائعات.

وأشار شتلة (2017) في دراسته أن من أهم أهداف الشائعات التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو إثارة العنف والصراع السياسي داخل المجتمع في الترتيب الأول، يليه تفكك وحدة المجتمع في الترتيب الثاني، يليه إثارة البلبلة والفوضى بين الأفراد في المجتمع في الترتيب الثالث، وجاء في الترتيب الأخير تدمير النظام القيمي والسلام المجتمعي، بالإضافة إلى إثارة الاحتجاجات وتظاهرات الأفراد ضد القرارات السياسية في الدولة و صناعة الأزمات والارتباك في الدولة.

وفي ضوء ما سبق يمكن استنتاج أن الهدف من إطلاق الشائعات على المستوى المجتمعي يتمثل في:

- إضعاف الروح المعنوية للمواطنين وانتشار الشعور السلبي.
- هدم الدولة وتفكيكها على جميع الصعد وخلخلة الاستقرار وزعزعة الأمن المجتمعي.
- إشاعة الفوضى وإرباك المجتمع وصرفه عن جهوده التنموية.
- انهيار منظومة القيم والأخلاق على المستوى الفردي والمجتمعي.

- زعزعة الثقة بين المواطنين ومؤسسات الدولة ومسؤوليها.
- تقسيم المجتمع إلى شيع و أحزاب و جماعات متعارضة و متفرقة و متناحرة.
- الإضرار بمصالح المجتمع الداخلية و الخارجية و الإضرار بالعلاقات الدولية.
- دفع أفراد المجتمع إلى التخريب المادي والمعنوي، والتعدي على الممتلكات الخاصة والعامة.

المحور الثاني : البعد المجتمعي للشائعات (آثارها الاجتماعية على المجتمعات).

تسعى دول العالم إلى ضمان أمنها الوطني مُسخرة كل إمكانياتها لتحقيق ذلك وإن أحد أهم مهددات ألامن الوطني السياسية والاقتصادية والاجتماعية هي الشائعات التي تعتبر ظاهرة قديمة جدا قابلة للانتشار والفتك بالشعوب عندما تجد الأرض الخصبة لنموها وانتشارها، وأن الشائعات قادرة على اختراق مرتكزات الأمن الوطني في الأوقات التي تجد فيها هناك أرضاً خصبة للانتشار. (حسن، 2016)

وللشائعات أثار جسيمة على المجتمع حيث أكد قيراط (2017) أن للإشاعة دوراً مؤثراً في مسار التغيرات السياسية والاجتماعية والثقافية وصناعة القرار في العديد من المجتمعات، و في تشكيل الوعي ومنظومة القيم بداخلها عبر التلاعب بالعقول وصناعة الكذب خاصة وأنها تنمو وتتطور في بيئة تنعدم أو تضعف أو تتأخر فيها المعلومات الكافية عن موضوعات تهم الجمهور. فالإشاعة تنتشر وتجد ضالتها في غياب المعلومة والشفافية والوضوح والصراحة التي تهم الفرد والمؤسسات ومكونات المجتمع بصفة عامة. الشائعة كالنار تنتشر بسرعة فائقة إذا توافرت لها عوامل الانتشار، فهي تمتاز بالإيجاز والسهولة في التذكر وسهولة النقل والرواية وتزدهر في المجتمعات الضعيفة أكثر مما تنتشر في المجتمع المتماسك المثقف تبعا لطبيعة الاستعداد النفسي. ويجب التصدي لمواجهتها ونشر الوعي اللازم وإشراك كل فرد في المجتمع وكل مؤسسة ذات صلة كالمدرسة والمسجد والجامعة والأسرة وخاصة وسائل الإعلام للتعامل مع الإشاعة بمسؤولية ومنطق وذكاء لتجنب تداعياتها الخطيرة على المجتمع.

وأكد عبدالجيد (2015) أن هناك أضراراً اجتماعية مترتبة على انتشار الشائعات ومنها: زعزعة الأمن، وبث الفرقة بين أبناء المجتمع.

كما أشار السبيعي (2016) أن الشائعات معول هدم لجوانب عدة في المجتمع، وتحدث بعض وسائل الإعلام تأثيرا كبير في ثقافة المجتمع وتوجهه، بحسبان ما تحمله الشائعات المغرضة التي تبثها هذه الوسائل من أساليب تهدد أمن الوطن والمواطن، وذلك في ظل لجوء بعض ضعفاء النفوس

إلى توظيف تلك الشائعات لنشر الأكاذيب والأخبار المغرضة والبيانات المضللة، وتعد مطيتهم الذلول في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، ومن هذا المنطلق كان لابد من إلقاء الضوء على جهود المؤسسات الدعوية في تبصير الدعاة بوسائل وقف الشائعات، وبيان زيفها، ودفع أباطيلها.

وأوضح الطيار (2014) أن الشائعة تقع في المجتمع بين طرفين، دافع نفسي يطلقها ويتقبلها، وأثر اجتماعي نتيجة لها وتطبع المجتمع به، إلا أن الأثر الاجتماعي للشائعة يتسم باتساع المدى والقدرة على الامتداد إلى كثير من القطاعات، فهو يمتد ليشمل الموقف والاتجاهات والأفكار والسلوك، كما أنه يترك أثراً في الأمن، والاقتصاد والقرار السياسي. وأن أهم الآثار الاجتماعية الناتجة عن انتشار الشائعات هو زعزعة الاستقرار والنيل من الأمن الاجتماعي، وأفراد عينة الدراسة يدركون مفهوم الشائعة بدرجة كبيرة : ومن أهم دوافع انتشار الشائعات؛ جذب الانتباه نحو قضية معينة، والعدوان من قبل فئة معينة ضد أخرى، والفراغ والملل والحاجة إلى التسلية، وتوصلت الدراسة إلى بعض التوصيات، منها : نشر الوعي الديني الذي يشكل في شخص المسلم وثقته بنفسه، وتعميق قيمة المسؤولية وأمانة إطلاق الكلمة في نفوس الشباب عن طريق مناهج التربية والأنشطة الاجتماعية المختلفة، وتدريب الشباب على التعامل السليم مع الشائعات، والرد عليها، والسعي إلى إحباط آثارها في المجتمع.

وللشائعات تأثير أكبر على الشباب والمراهقين لأنهم يمثلون قطاعاً عريضاً من المجتمع المصري، و الأكثر ترددا على شبكة الإنترنت وأحياناً ما يثقون فيما يقرؤونه أو يسمعونه ويشاهدونه كما يُساهمون في نشره بعد أن تكون تشكلت اتجاهاتهم بالإيجاب نحو موضوع الشائعة، وتؤكد على ذلك دراسة عبدالحميد (2017) التي بحثت في العلاقة بين تعرض المراهقين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل اتجاهاتهم السياسية، وأظهرت النتائج اعتماد المراهقين عينة الدراسة بنسبة 50 % على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار، وأحياناً ما يثقون فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي، كما توجد علاقة دالة إحصائياً بين تعرض المراهقين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاهات السياسية لديهم.

وكذلك دراسة قام بها الرحيلي (2017) هدفت إلى التعرف على الآثار السلبية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب المرحلتين الثانوية والجامعية، وتوصلت النتائج إلى أن للشائعات آثاراً سلبية وأن أكثرها تأثيراً الآثار الدينية، كانتشار الغيبة والنميمة بين أفراد المجتمع، ونشر أحاديث ضعيفة وموضوعة، وكذلك الآثار الاقتصادية، والآثار الاجتماعية.

ودراسة (عبدالحميد، وآخرون، 2016) التي هدفت إلى التعرف على معالجة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للشائعات وعلاقتها بإدراك المراهقين لواقعهم الاجتماعي والسياسي، وكانت أهم النتائج: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين معدل تصفح المبحوثين للمواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية ومستوى الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن بعض الشائعات بها، ووجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين معدل تصفح المبحوثين على المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية ومستوى إدراك الواقع السياسي والاجتماعي.

وتمكن الإشارة هنا إلى الدور المزدوج للإعلام ، فكما أن له دوراً في نشر الشائعات وترويجها، أيضاً له دور في مواجهة هذه الشائعات والتصدي لها، وفي هذا الصدد أجرى سليمان (2016) دراسة هدفت إلى بلوره رؤية لتعزيز وتفعيل دور وسائل الإعلام الجديد لمواجهة تأثيرات الشائعات المرتبطة بالإرهاب باستخدام استراتيجية معلوماتية تعتمد على المنصات المتعددة، عبر مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الإلكتروني، ووضع تصور لضبط استخدام المواقع، والمبادرة بالمعلومات الوقائية، التي تعد بناء على اتجاهات «التنقيب على المعلومات عبر الإنترنت Web Mining لدى الجمهور"، سواء على الحواسب الشخصية أم الهواتف الذكية، وتوفير نظام معلوماتي يمتلك القدرة على رصد الشائعات في توقيت مبكر لحظة إطلاقها من خلال "نقاط رصد" Monitor Nodes على تلك المواقع، على أن تكون عملية تداول المعلومات الصحيحة للرد على هذه الشائعات من خلال منظومة المنصات المتعددة Multi-Platforms التي تمتلك القدرة على الوصول بالمعلومة لكل فئات الجمهور.

واستنتاجاً مما سبق في هذا المحور يمكن توضيح البعد المجتمعي للشائعات والتأثير السلبي لها على المجتمع من الناحية الاجتماعية، ومنها:

- ضعف الروح المعنوية والدافعية للإنجاز لدى المواطنين.
- زعزعة الاستقرار و الأمن الوطني والاجتماعي في المجتمع.
- ضعف الانتماء الوطني لدى الأفراد تجاه مجتمعهم.
- التأثير سلبا على مستوى التكيف الاجتماعي لدى المواطنين في المجتمع.
- ضعف المشاركة المجتمعية للمواطنين في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.
- التشكيك وضعف الثقة في إنجازات التنمية في المجتمع.
- زيادة الصراع والنزاع بين جماعات المجتمع المتعارضة، وانتشار الفرقة بينهم.

- ضعف المسؤولية المجتمعية لدى أفراد المجتمع، وسيادة روح الأنا مالية.
- تشويش وتراجع قيم وأخلاقيات غالبية أفراد المجتمع.
- تراجع مستوى رأس المال الاجتماعي على مستوى الأفراد و الأسر والمؤسسات والمجتمع.
- تشكيل الاتجاهات السلبية الهدامة لأفراد المجتمع تجاه النواحي السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والقيمية.....الخ

المحور الثالث: المسؤولية المهنية للمنظم الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات.

إن عملية تنمية الوعي المجتمعي من أهم العمليات التي تساهم في التصدي للشائعات وعدم ترويجها حيث أكدت دراسة اسماعيل (2017) على ضرورة نشر الوعي المجتمعي بين صفوف المواطنين بمخاطر التعامل مع المواقع السيئة على شبكة الأنترنت، ونشر الوعي العام بمخاطر الشائعات من خلال المؤسسات الاجتماعية الرسمية وغير الرسمية، ودعوة المؤسسات الإعلامية والمجتمعية الرسمية منها والأهلية على اختلاف مستوياتها للتصدي للشائعات باعتبار ان مكافحتها و التصدي لها مسؤولية المجتمع كله.

وتُعد عملية تنمية الوعي المجتمعي مسؤولية جماعية حيث أشار العزعزي (2016) إلى أهمية تثقيف المجتمع، وضرورة بث الوعي الاجتماعي، لأن الوقود الفاعل لنجاح الإشاعة هو قلة الوعي الاجتماعي، وفقدان بُعد النظر للخبر والعواقب التي تترتب على نشر أي خبر دون تثبت، وضرورة توعية الأسرة بأهمية التربية الدينية للأبناء وغرس الوازع الديني والأخلاقي فيهم، كما يمكن للمدارس المساهمة في عملية محاربة الشائعات الإلكترونية، كما أن للمؤسسات الأهلية والتطوعية والمساجد والأندية الشبابية والرياضية والمنتديات والجمعيات التعاونية والمؤسسات الأكاديمية مساهمات في فضح الشائعات التي يتم تداولها على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها، وتوعية الشباب بضرورة الاستفادة من وسائل الاتصال بشكل إيجابي، وضرورة التحلي بالتفكير النقدي.

ومما لاشك فيه أن مهنة الخدمة الاجتماعية تقع على عاتقها مسؤولية الاستجابة للعواقب الاجتماعية المترتبة على الأضرار المجتمعية الناجمة عن إطلاق الشائعات ونشرها. ويمكن أيضا القول بأن الخدمة الاجتماعية، بوصفها مهنة تتبنى حقوق الإنسان والعدالة الاجتماعية، تتحمل مسؤولية القيام بأكثر من مجرد تخفيف عواقب هذا التغيير، ولكن ينبغي أن تكون جزءًا من الحركة المجتمعية للتصدي للشائعات وتوجيه الإنسانية نحو مستقبل مزدهر مستقر ومستدام.

خاصة وأن مهنة الخدمة الاجتماعية تدعم وتشجع التغيير الاجتماعي وتساهم في حل

مشكلات في العلاقات الإنسانية وتمكين الأفراد والمجتمعات وتعزيز تحقيق الرفاهية، وذلك باستخدام نظريات السلوك الإنساني والأنساق الاجتماعية، فالخدمة الاجتماعية تتدخل في النقاط التي يتفاعل فيها الناس مع بيئاتهم، وتُعد مبادئ حقوق الإنسان والعدالة الاجتماعية أساسية للخدمة الاجتماعية (Lawler and Bilson,2010:163).

وتعريف الخدمة الاجتماعية عكس مسؤولتها المتكاملة تجاه من تقوم بخدمتهم وهي "مساعدة الناس على تحسين قدرات حل المشكلات وتعزيز قدراتهم، وتأسيس روابط بين الناس وأنظمة الموارد، وتسهيل التفاعل وتعديل وبناء العلاقات بين الناس ونظم الموارد المجتمعية، وتسهيل التفاعل وتعديل وبناء العلاقات بين الناس داخل نظم الموارد، والمساهمة في تطوير وتعديل السياسة الاجتماعية، وتعزيز الموارد المادية، وتعمل كأداة للضبط الاجتماعي" (Sheldon& Macdonald, .2009: 185)

كما أنها "تهتم بالتفاعلات بين الناس وبيئتهم الاجتماعية التي تؤثر على قدرتهم في إنجاز مهامهم الحياتية وتخفيف الضغوط، وتحقيق تطلعاتهم وقيمهم. كما أن هدف الخدمة الاجتماعية هو: تعزيز قدرات الأفراد على حل المشكلات ومواجهتها، وربط الناس بالنظم التي تزودهم بالموارد والخدمات والفرص، وتعزيز فعالية وإنسانية عملية هذه النظم، والمساهمة في تطوير وتحسين السياسة الاجتماعية" (Higham، 2006: 6).

والاختصاصي الاجتماعي يمكن أن يساعد في تسهيل الانتقال والتغيير من خلال العمل المجتمعي، والمبادرات الشعبية ورأس المال الاجتماعي وبناء القدرات، والتعليم، ومبادرات العدالة، والمدافعة، والتخطيط متعدد القطاعات وتغيير السياسة الاجتماعية (Gray, Coates, and Hetherington، 2013: 81).

ومن أهم الأدوار التي يقوم بها المنظم الاجتماعي عند العمل مع المجتمعات والمنظمات ما يلي: (Berg-Weger,2010: 281)

الوسيط: Broker

حيث يعمل الاختصاصي الاجتماعي الذي يعمل مع المنظمات والمجتمعات على تكوين الصلات من خلال بناء التعاون والتحالفات والشبكات والشراكات.

الممكن: Enabler

يقوم الاختصاصي الاجتماعي على مستوى المجتمع بتمكين العملاء وغيرهم من المشاركة في

التغيير من خلال تنظيم وتنسيق جهود الأفراد والجماعات التي تعاني من مسألة مشتركة ويتم ذلك من خلال اجتماعات جماعية، كما يشمل دور التمكين أيضا التقييم، حيث إن مصادر التمويل تحتاج بشكل متزايد إلى التحقق من أن التمويل يدعم البرامج التي تحدث تأثيراً إيجابياً.

المدافع: Advocate

تنطوي المدافعة على توضيح احتياجات أفراد المجتمع لأولئك الذين يشغلون مناصب اتخاذ القرار باستخدام (على سبيل المثال، النشرات الصحفية، الرسائل، الضغط، حملات التثقيف العام، المظاهرات، الضغط السياسي، والإلتماسات).

القائم بعملية التعبئة Mobilizer

حيث يشمل هذا الدور تطوير البرنامج والتخطيط وإنشاء برامج جديدة، عند الحاجة إليها، ووضع تصور للبرنامج وتصميمه، وتأمين التمويل أو الدعم الإداري، والإشراف على البرنامج، العمليات، وتقييم نتائج البرنامج.

دور الوسيط أو المفاوض: Mediator or negotiator

يمكن للاختصاصي الاجتماعي مساعدة الجماعات المتعارضة في إيجاد أرضية مشتركة وقرار متفق عليه بشكل متبادل للقضايا محور الخلاف، حيث يعمل الاختصاصي الاجتماعي في دور الوسيط كطرف غير متحيز .

المدير: Administrator

تشمل أنشطة الإدارة في الخدمة الاجتماعية ومنها الإشراف على تطوير البرامج والعمليات والميزانيات وجمع الأموال والموظفين.

وفي ضوء ما سبق يمكن للمنظم الاجتماعي ممارسة عدد من الأدوار في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات ومن هذه الأدوار: المساعد، والممكن، والخبير، والإداري، والمخطط، وجامع المعلومات والبيانات، ومحلل البيانات، والوسيط، والمفاوض، والمنسق، والقائم بعمليات الاتصال، والمصمم ومقوم برامج توعوية ،والقائم بعملية التعبئة، التربوي.

المحور الرابع: المتطلبات المهنية للمنظم الاجتماعي لتنمية الوعي المجتمعي بمواجهة الشائعات.

أن تواكب مهنة الخدمة الاجتماعية مع التغيرات السريعة يُحتم عليها أن تُعيد تكوين نفسها، كما يجب عليها إعادة التركيز على المهارات والمعارف الموجودة لديها بالإضافة إلى تعلم مهارات

جديدة مثل المهارة في صنع واستخدام العلاقات لدعم التغير، التفاوض، التحديد والتعامل مع الصراع ووجهات النظر المتعارضة في الموقف نفسه كلها تعد ضرورية، زيادة التركيز على فهم كيف يتعلم الأطفال والشباب كموارد لحل المشكلة أيضا ستكون ضرورية، كما تحتاج إلى المزيد من الخبرة في العمل مع الفريق متعدد التخصصات ومتعدد التنظيم والذي يركز على نتائج محددة ويشرك المستفيدين من الخدمات كفريق عمل (Cree،2033 : 150)

المتطلبات المعرفية :

المعرفة المهنية تشمل الحقائق ونتائج البحث جنباً إلى جنب مع الوعي الثقافي فالاختصاصي الاجتماعي الممارس قد تتطلب الحاجة منه أن يعرف حقائق عن تاريخ النظريات، واتجاهات التنمية البشرية والسياسة، والأبحاث والممارسة، ومعارف بيولوجية نفسية اجتماعية "biopsychosocial knowledge" ومعارف ونظريات متنوعة عن السلوك الإنساني والبيئة الاجتماعية theories of human behavior and the social environment ، و تاريخ الخدمة الاجتماعية، و الأساس القيمي والأخلاقي للمهنة، والسياسات والخدمات الاجتماعية، وتشمل المعرفة أيضا خبرة الاختصاصي الاجتماعي في استخدام النظرية والأفكار حتى المعرفة المنبثقة من خبرته الذاتية وخبرات الممارسين أو ممارسة الحكمة، ومعارف عن الثقافة والروحانيات (Birkenmaier, Berg-Weger and Dewees، 2011 :4).

ومن أهم المتطلبات في تعليم الخدمة الاجتماعية هي دمج وسائل الاتصال الحديثة في تعليمها خاصة وأن تطور مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تغيير طريقة تفكير الطلاب وتفاعلهم وتواصلهم وأن دمج وسائل التواصل الاجتماعي في المناهج الدراسية سوف يؤدي إلى زيادة مستوى التطور التكنولوجي والقدرات التكنولوجية لدى الاختصاصي الاجتماعي . (Mugisha،2018)

وفي هذا الصدد اكدت دراسة Mugisha (2018) إلى حاجة معلمي وصناع القرار في مجال الخدمة الاجتماعية لتقييم استخدام التكنولوجيا الرقمية الجديدة في تعليم الخدمة الاجتماعية والنظر في دمج وسائل الإعلام الاجتماعية في المناهج الدراسية.

المتطلبات المهارية

تتعدد المهارات اللازمة للممارسة المهنية للخدمة الاجتماعية مع المجتمعات ومنها:(نوح، 1998:137)

أ. مهارات العملية process skills ومنها: المهارة في إقامة وتدعيم العلاقة مع سكان المجتمع المحلي، المهارة في تنمية إدراك المجتمع المحلي بمشكلاته، المهارة في استثارة سكان المجتمع للمشاركة، والمهارة في اكتشاف و تدريب القيادات الشعبية، والمهارة في تنظيم سكان المجتمع.

ب. مهارات التخطيط planning skills ومنها: المهارة في تحديد وتنمية الموارد، المهارة في وضع وتصميم البرامج والمشروعات .

ج. مهارات التنسيق coordination skills ومنها المهارة في العمل بين المنظمات.

د. مهارات الدفاع Advocacy Skills مثل المهارة في تنظيم الفئات المظلومة للدفاع عنهم.

هـ. المهارات العامة General Skills ومنها: المهارة في إجراء البحوث، والمهارة في تصميم المقاييس واختبارها، والمهارة في التقييم، والمهارة في استخدام الاستراتيجيات، والمهارة في استخدام الأدوات والوسائل .

كما أن هناك مجموعة من المهارات الأساسية التي يجب أن يتقنها المنظم الاجتماعي مثل مهارات التنسيق، ومهارات التخطيط وحل المشكلة، ومهارات العملية، ومهارات المدافعة، والمهارات التشريعية والسياسية مثل: التفاوض واللوبي، ومهارات التمكين وبناء القدرة، ومهارات المشورة، وهناك بعض المهارات العامة مثل مهارات الاتصال والملاحظة والعلاقة المهنية ومهارات التحليل والتسجيل والتقويم، والمهارات الإدارية والتنظيمية ومهارات المساعدة الأساسية، ومهارة القياس والبحث، والمهارة في استخدام الأدوات والاستراتيجيات (hegazy، 2006:306). ومهارة إعداد وقيادة الاجتماعات الجماعية ومهارة الحوار المجتمعي.

وكما يتطلب من المنظم الاجتماعي إتقان المهارات اللازمة لدعم عمليات التغيير الاجتماعي التي تحدث في المجتمع فبعض هذه المهارات ذاتية وتتضمن فن استثارة الناس للمشاركة في جهود وأنشطة المنظمات أو تعديل مسار عملية اتخاذ القرارات في المؤسسات الحكومية والأهلية، ومهارات تحليلية وتتضمن قدرة المنظم الاجتماعي على جمع وتفسير البيانات وتحليلها والقدرة على استخدام أكثر الاستراتيجيات تأثيراً في عمليات التغير الاجتماعي، ومهارات التخطيط والتقويم، والقدرة على استخدام الأنترنت خاصة وأن الأنترنت يحتوي علي مصادر متعددة لبحث المشكلات الاجتماعية، وسياسات الحكومة، والتشريع، وتمويل الحملات الانتخابية، والعملية التشريعية، تقدير الاحتياجات، العمل البحثي المشترك، التحليل السياسي، تحليل القوة، تحليل

العوامل الاجتماعية، وتطوير وتخطيط البرامج، وتنمية الموارد (Hardina، 2002: 1 -3).

وفي ضوء ما سبق فإن المنظم الاجتماعي يستطيع توظيف مهارته الأساسية والمهنية في التعامل مع المجتمع من أجل تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات.

المتطلبات القيمية

نظراً لأن الاختصاصي الاجتماعي الممارس لا يعمل في فراغ معزولاً عن المجتمع لذلك فإن ممارسة الخدمة الاجتماعية مع قضايا المجتمع لا يمكن فصلها عن المجتمع وقيمه. والمجتمع الصحي يتطلب بعض القيم المشتركة كالتضامن والمشاركة والترابط ، فالتضامن يُشجع الود، ويبني الولاءات ويلهم الوفاء من خلال الدعم المتبادل والتعاون في العلاقات والمشاركة تُمكن المواطنين من المساهمة في طموحات وأنشطة حياة المجتمع الجماعية، والترابط بين أفراد المجتمع يؤدي إلى تشجيعهم على فهم أنفسهم وبيئتهم الاجتماعية وينمي قاعدة المعارف المجتمعية، وإن كل قيمة تؤثر وترتبط بالآخرين، و أن الضعف يؤدي إلى ضعف في كل المكونات فالمجتمع الصحي يحتاج إلى قائمة أخلاقيات قوية والتي يجب أن تكون جزءاً لا يتجزأ من تخطيط وتطوير جميع الأنشطة و الخدمات المجتمعية (Day & Schuler، 2004 :12).

هذا وتعتبر قيم الخدمة الاجتماعية غاية في الأهمية وذلك بسبب شبكة العلاقات المعقدة بين الاختصاصي الاجتماعي والجمهور والتي تقوم على مجموعة من الحقوق والواجبات المتبادلة فللاختصاصي الاجتماعي مجموعة من الحقوق والواجبات، وهناك ثلاث مجموعات على الأقل المتعلقة بالأشخاص الذين يخدمهم الاختصاصي الاجتماعي، والمتعلقة بأصحاب العمل، والمتعلقة بالمهنة ككل (Shardiow،2005: 1).

ويُعد الميثاق الأخلاقي لمهنة الخدمة الاجتماعية مدونة شاملة للمعايير الأخلاقية والمبادئ التوجيهية وتكون مفاتيح أساسية لتحديد ما يلي: (Birkenmaier, Berg-Weger and Dewees، 2011:38)

- التأكيد على مشروعية ممارسة مهنة الخدمة الاجتماعية.
- الإمداد بالتوجيه للمواقف المتنوعة في الممارسة.
- تفسير المعايير التي يمكن للجمهور من خلالها محاسبية المهنة.

وكل من أنشطة الاختصاصي الاجتماعي ومهاراته ومبادئه وخصائصه الشخصية و اتجاهاته ترتبط ارتباطا وثيقا بقائمة المعايير الأخلاقية الواردة في الميثاق الأخلاقي و المتمثلة في ستة عناصر هي: (Birkenmaier, Berg-Weger and Dewees، 2011:38)

1. المسؤولية الأخلاقية للاختصاصيين الاجتماعيين تجاه العملاء.
2. المسؤولية الأخلاقية للاختصاصيين الاجتماعيين تجاه الزملاء.
3. المسؤولية الأخلاقية للاختصاصيين الاجتماعيين تجاه مؤسسة الممارسة.
4. المسؤولية الأخلاقية للاختصاصيين الاجتماعيين كمهنيين.
5. المسؤولية الأخلاقية للاختصاصيين الاجتماعيين تجاه مهنة الخدمة الاجتماعية.
6. المسؤولية الأخلاقية للاختصاصيين الاجتماعيين تجاه المجتمع ككل.

ومازال الميثاق الأخلاقي للجمعية القومية الأمريكية للاختصاصيين الاجتماعيين (NASW) هو الأكثر قبولاً في ممارسة الخدمة الاجتماعية في جميع أنحاء العالم. (https://www.socialworkers.org/newhomepage)

ويمكن القول إن أخلاقيات مهنة الخدمة الاجتماعية هي الأساس الذي تقوم عليه المسؤولية المهنية للمنظم الاجتماعي في عمله بشكل عام مع المجتمعات والمؤسسات، وفي تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات بشكل خاص.

المتطلبات المؤسسية :

من المعروف أن الشائعات تنتشر عندما تضعف أو تعجز مؤسسات المجتمع عن القيام بدورها الموصوف أو المتوقع منها والتي أنشأها المجتمع بغية القيام به تحقيقا لوظيفته الأساسية وهي اشباع احتياجات أفراده، هذا الخلل في الأداء يستوجب تدخل الخدمة الاجتماعية لمساعدة هذه المنظمات الاجتماعية على القيام بأدوارها وذلك تماشيا مع فلسفة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية.

ومن المتطلبات المؤسسية اللازمة للمنظم الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات ما يلي:

- منح الصلاحيات للمنظم الاجتماعي وتسهيل مهمته في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات.
- توفير الموارد و الإمكانيات اللازمة لعمل المنظم الاجتماعي لتنمية الوعي المجتمعي.
- تفهم المديرين وفريق العمل لطبيعة دور المنظم الاجتماعي.
- توفير التدريب المهني لتزويد المنظم الاجتماعي بالمهارات اللازمة للعمل مع المجتمعات والمؤسسات و تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات.
- التشبيك وبناء الشراكات مع منظمات المجتمع على المستوى المحلي و القومي.

ومن المؤسسات القائمة في المجتمع المحلي والتي يعمل من خلالها المنظم الاجتماعي على القيام بمسؤوليته المهنية في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات ما يلي:

منظمات المجتمع المدني وعلى رأسها الجمعيات الخيرية – الوحدات الاجتماعية - جمعيات تنمية المجتمع المحلي - مجالس الأحياء – المدارس – مراكز الشباب.

المحور الخامس: آليات الخدمة الاجتماعية في العمل مع المجتمعات لتنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات.

1 - العمل المرتكز على المجتمع: Community- Based Intervention

إن العمل المبني أو المرتكز على المجتمع يقوم على فلسفة مهمة وهي أن واقع أي مجتمع هو نتاج للعمل البشري، وفهم هذا الاتجاه سوف يُساعد الممارسين على حل أي مشكلات قد تنشأ عندما يبدؤون في التصميم والتنفيذ والتقويم للتدخل، وضرورة المشاركة، وذلك لأن المشاركة في التخطيط المرتكز على المجتمع ليست فكرة جيدة فحسب ولكنها هي الطريقة الوحيدة للحصول على المعرفة الدقيقة، خاصة وأن واقع المجتمع يُخلق ويُستدام من خلال المشاركة .(Murphy، 2014)

2 - الحوار المجتمعي Community dialogue

حيث يقوم المنظم الاجتماعي بجمع المعلومات عن المجتمع وخصائصه وموضوع الشائعات ومخاطرها واستثارة وتشجيع الأفراد على الحضور لجلسة الحوار المجتمعي على مستوى المجتمع المحلي ويحاول خلق فهم مشترك بين جماعات المجتمع للموضوع محور جلسة الحوار لأن غالبا ما تكون هناك آراء متضاربة ثم العمل على توحيد أصوات المواطنين في المجتمع من أجل فهم وإدراك مخاطر إطلاق ونشر الشائعات في المجتمع وآثارها على مستوى الأفراد والمجتمع ككل وبناء تصورات إيجابية لديهم حول التصدي للشائعات بعدم ترويجها والتفكير النقدي عند تلقي الأخبار والتثبت من حقيقة الخبر وعدم المساهمة في نشره إذا ثبت الشك في مصداقية مصدره، ويلتزم المنظم الاجتماعي في ذلك بمراحل اجراء الحوار المجتمعي و التي تبدأ بمراحل تمهيدية تشمل القيام بعدد من الأنشطة لتهيئة وتعبئة المجتمع للحوار حول ظاهرة الشائعات وكيفية التصدي لها. ومن هذا المنطلق، تتيح أنشطة الحوار المجتمعي الفرصة أمام منظمات المجتمع المدني، والمنظمات الحكومية والمجتمعات المحلية وممثلي الجهات الحكومية للاشتراك في الحوار على المستوى المحلي والذي يتميز بالشفافية والمساءلة. ومن أهم نتائج الحوار المجتمعي في هذه القضية بناء قنوات تواصل واضحة بين فئات المجتمع وجماعاته، وزيادة معرفة المواطنين

بإمكانيات مجتمعهم من خلال الرؤية المتكاملة للمجتمع، وتنمية التفكير والوعي الناقد لدى المواطنين في المجتمع بالشائعات ومخاطرها وآليات التصدي لها.

وفي هذه الجلسات الحوارية يقوم المنظم الاجتماعي أيضا برفع الروح المعنوية والدافعية للإنجاز لدى المواطنين، ورفع مستوى الانتماء الوطني، وبناء الاتجاهات الإيجابية لدى المواطنين نحو الاستقرار ودعم جهود التنمية، والعمل على زيادة مستوى رأس المال الاجتماعي بين الأفراد، وبين المؤسسات، وبين المجتمعات المحلية .

3 - الاتصال الجماهيري والإعلام الاجتماعي. Mass communication and social media

يُعد استخدام المُنظم الاجتماعي للاتصال الجماهيري والإعلام الاجتماعي من الآليات المهمة في التصدي للشائعات وذلك تواكباً مع التغيرات التكنولوجية الحديثة، ونظرا لان الغالبية العظمي من أفراد المجتمع هم من المراهقين والشباب و هم يمثلون الفئات الأكثر استخداما لوسائل التواصل الاجتماعي والأنترنت، والأكثر مشاركة وتفاعلا في الإعلام الاجتماعي، كما أنهم يتلقون الأخبار والمعلومات من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية والمشاركة في إعادة توجيهها مرة أخرى.

وبالتالي فإن استخدام المنظم الاجتماعي لهذه الآلية يساعد بشكل كبير في تنمية الوعي المجتمعي بخطورة نشر الشائعات وعدم التدقيق في محتوى المعلومات أو التثبت من موثوقية مصدرها وبالتصدي للشائعات خاصة مع وجود صفحات للأفراد والجماعات والروابط والمؤسسات والجيرة و المجتمعات المحلية على الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

4 - التنسيق و الشراكة المجتمعية Coordination and community partnership

يُعد التنسيق coordination هو عملية للعمل معاً لتجنب تكرار وازدواج الجهود وتجنب الصراع، وتربط بين الناس والمؤسسات والقوى لدعم وتقوية بعضها ببعض في زيادة فعالية خدماتها (Skidmore, & others 1994 : 98).

يُعرف التنسيق بأنه عملية إقامة علاقة مناسبة بين عدة وحدات، وهذا بدوره يتضمن محاولة ربط تلك الوحدات في إطار تعاوني للتوصل إلى سياسات وإجراءات عمل متفق عليها بين المنظمات (يعقوب والسلمي، 2005 : 46).

كما أنه على المنظم الاجتماعي من خلال المؤسسة التي يعمل بها بناء شراكات مجتمعية مع مؤسسات المجتمع المحلي بهدف علاج المشكلات المجتمعية أو التخفيف من حدتها و الآثار المترتبة عليها، بالإضافة إلى تنمية وعي المجتمع بهذه المشكلات ومخاطرها وضرورة التصدي لها.

وتتضح المسؤولية المهنية للمنظم الاجتماعي في هذه الآلية بالتنسيق بين جهود جماعات المجتمع ومؤسساته الحكومية والأهلية على المستوى المحلي ومستوى المجتمع الأكبر في التصدي للشائعات ومواجهة آثارها الاجتماعية على المجتمع، وإقامة الشراكات المجتمعية بين مؤسسات المجتمع للتوعية بمخاطر نشر الشائعات وضرورة التصدي لها .

5 - بناء قدرات المجتمع المحلي Building community capacity

تشتمل عملية بناء قدرات المجتمع على أبعاد تتمثل في: التمكين الشخصي للأفراد، والتمكين الاجتماعي: يركِّز على إعادة الترتيب أو التغيير الجذري للقيم والمعتقدات المرتبطة بصنع القرار، التمكين الاقتصادي: هو قدرة كلِّ فرد في المجتمع في الحصول على الدخل الكافي ليعيش حياة كريمة، التمكين التعليمي: يركِّز على تنمية الموارد الإنسانية من خلال الفَهم الكامل للنَّسَق التعليمي و على مستوى المجتمع تعمل الخدمة الاجتماعية على مواجهة مشكلة التسرُّب من التعليم، محو الأمية، إعداد المشاريع التعليمية، التمكين السياسي: يشير إلى مشاركة المواطنين بأسلوب قد يؤثِّر في تخطيطِ السياسة التي تؤثِّر في حياتهم، وتمر عملية بناء قدرات المجتمع المحلي بمراحل أولها : بناء وعي سكان المجتمع (عمر،100:2015).

ولعملية بناء قدرات المجتمع مستويات متعددة منها: مستوى الوعي الذي يركِّز على رفع قدرة الأفراد على التحليل النقدي الواعي لنُظم التمييز السائدة ضد الأفراد والممارسات الاجتماعية الخاطئة التي تؤدي إلى استمرار تلك النظم، ويتطلَّب ذلك معرفة الفَرْق بين الإدارة التي يُمارِسها الأفراد، والتي لا يمكن تغييرها، وهي ما تَفرِضه الثقافة الاجتماعية والتقليدية في المجتمع. (السروجي،34:2004). وتُعد عملية بناء قدرات المجتمع المحلي من الآليات التي يعتمد عليها المنظم الاجتماعي لتنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات.

6 - تنمية رأس المال الاجتماعي social capital

يُشير رأس المال الاجتماعي إلى مدى ونوعية العلاقات بين الأشخاص أو المجموعات ذات مستويات الثقة الشخصية ،وتم تناول رأس المال الاجتماعي خلال العقد الماضي في العديد من التخصصات بما في ذلك التعليم، والاقتصاد، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، والعلوم السياسية، وأن رأس المال الاجتماعي أمر لا غنى عنه لبناء المجتمع، فكما تتراكم فوائد الأفراد من الارتباط مع عائلاتهم وجيرانهم، فإنه يُحسن انسجام المجتمع مع زيادة الزمالة والاعتماد المتبادل بين أعضائه (Cox،2009 :24). ورأس المال الاجتماعي يحتاج إلى مواصفات دقيقة: هل هو خاص

بالأفراد والمنظمات والمجتمعات، أو للعلاقات بينهم؟ أو يتمثل في المشاركة المدنية، والعضوية في المنظمات المدنية (Schuller، 2007). هذا وتُركز نظرية رأس المال الاجتماعي على الاستثمار في العلاقات الاجتماعية للحصول على عوائد متوقعة (Hsung, Lin, and Breiger، 2009 : 163).

واختلف الباحثون في عدد مؤشرات قياس رأس المال الاجتماعي والتي حددها بعضهم في المكونات الأربعة الرئيسية لرأس المال الاجتماعي: الثقة الاجتماعية والمعايير، والشبكات الاجتماعية، والبنية الاجتماعية، كما ركزت معظم الدراسات على المكونات الفردية لرأس المال الاجتماعي، مثل الثقة في السلوك والمعايير الاجتماعية والتفاعلات الجماعية (Lee , Jeong & Chae، 2011: 386).

أما على مستوى الجيرة فإن رأس المال يُقاس بالمؤشرات التالية: هل يمكن الوثوق بالناس في مجتمعك (الثقة الاجتماعية)، هل المجتمع مترابط (التماسك)، هل الناس في مجتمعك مستعدون لمساعدة جيرانهم (المساعدة المتبادلة) (Nawa, Isumi and Fujiwara, 2018).

وهنا يمكن للمنظم الاجتماعي استثمار وتنمية رأس المال الاجتماعي على مستوى الأفراد والجماعات والمؤسسات والمجتمعات في التوعية المجتمعية بالتصدي للشائعات وتحقيق التماسك والترابط المجتمعي.

7 - تعزيز المشاركة التطوعية Voluntary participation

يعتبر مبدأ مشاركة المواطنين هو أحد المبادئ المهنية الأساسية لطريقة تنظيم المجتمع (عبد العال وبشري، 1986: 209). والذي يؤكد على ضرورة مشاركة الموطنين في أمور مجتمعاتهم وفي عمليات اتخاذ القرار التي تهم مصالحهم. والمشاركة المباشرة للمواطنين في حياة مجتمعاتهم تعتبر جزءاً أساسياً مكملاً للمجتمع الديمقراطي حيث إن مشاركة أفراد المجتمع مرتبطة بالديمقراطية فبوجود مشاركة واسعة توجد ديمقراطية واسعة والعكس صحيح (German، 1979 :309).

وهناك صور للمشاركة تتمثل في: المشاركة بالمال (المشاركة المادية)، بالرأي، بالجهد، حث الآخرين على بذل الجهد والمشاركة، الحضور (حضور الاجتماعات والندوات واللقاءات)، المشاركة في دراسة المشكلات التي يعاني منها المجتمع، المشاركة في وضع الخطط لمواجهة المشكلات، المشاركة في اتخاذ القرارات المتصلة بحاجات المجتمع، المشاركة في تنفيذ الحلول التي تم التوصل إليها، المشاركة في عمليات التقويم والمتابعة لما تم التوصل

إليه من حلول (عبد اللطيف ،2011: 97-99).

وهنا يقوم المنظم الاجتماعي بتعزيز المشاركة التطوعية لأفراد المجتمع المحلي في التصدي للشائعات والتوعية بمخاطرها وذلك من خلال صور المشاركة المتعددة.

ومن الأدوات والوسائل التي يستخدمها المنظم الاجتماعي في تطبيق الآليات السابقة لتنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات هي: (الاجتماعات – المقابلات الجماعية – الندوات – المؤتمرات الشعبية – المناظرات – المناقشات الجماعية – النشرات – الكتيبات – الفيديوهات التوعوية- المقاطع الصوتية التوعوية- وسائل الاتصال التقليدية مثل (الصحف – المجلات – الاذاعة والتليفزيون) – وسائل الاتصال الحديثة، ومواقع وبرامج التواصل الاجتماعي) .

تاسعاً: الاستنتاجات العامة

من خلال العرض السابق لمحاور البحث تم التوصل إلى عدد من الاستنتاجات التي تُجيب عن تساؤلاته، ومنها:

التساؤل الأول: ما مفهوم الشائعات وأسباب انتشارها والهدف من وراء إطلاقها؟

1. الشائعات ظاهرة قديمة يتم إطلاقها ونشرها بهدف التأثير السلبي سواء على الأفراد أم الجماعات أم المؤسسات أم المجتمع أم الأمة، وقوة الشائعة تعتمد على أهميتها والغموض المحاط بها ، وزمن إطلاقها وانتشارها، وخصائص المجتمع الذي انتشرت فيه.
2. الشائعة هي عبارة عن أخبار غير صحيحة أو مغلوطة، بها جانب من الصحة وتم التحريف فيها، وتتم بعنصر الإثارة الذي يلفت انتباه الجميع وغالبا ما تمس الحاجات الأساسية والأمنية للمواطنين، وتسعى إلى إيجاد حالة التوتر والصراع وعدم الثقة.
3. أدت وسائل الاتصال التقليدية بممارستها المهنية السالبة، وكذلك وسائل الاتصال الحديثة دورا في إطلاق الشائعات وسرعة نشرها بين جمهور عريض، ويعظُم التأثير بها بين المراهقين والشباب.
4. هناك عوامل وأسباب تساعد على انتشار الشائعات وتوسع نطاق التأثر ومنها:
   - وسائل الاتصال الحديثة وعدد المترددين عليها خاصة من فئة المراهقين والشباب.
   - حالة عدم الرضا التي تنتشر بين عدد من المواطنين، وسيادة حالة من التوتر النفسي.
   - انتشار الجهل وضعف المستوى الاقتصادي وتهميش بعض الفئات في المجتمع.
   - ضعف راس المال الاجتماعي بين الأفراد وبيئاتهم الاجتماعية وبين المؤسسات وبعضها بعض.

- نقص المعلومات والبيانات حول موضوع الشائعة مما يخلق حالة من الغموض حولها.
- ضعف الوعي المجتمعي ووقت الأزمات .
- ضعف ثقة المواطنين في مؤسسات الدولة ،وأداء المسؤولين.

5. ترتكز عملية إطلاق ونشر الشائعات على تحقيق أهداف ذات تأثير سلبي على المستوى المجتمعي، وتتمثل في:

- نشر الشعور السلبي وخفض الروح المعنوية للمواطنين.
- زعزعة الاستقرار والأمن المجتمعي، وتفكيك وهدم الدولة.
- خلق الصراع والتفرقة بين جماعات المجتمع.
- دفع بعض أفراد المجتمع إلى التخريب والتعدي على الممتلكات الخاصة والعامة.
- الإضـرار بمصالح المجتمع الداخلية والخارجية والتأثير السلبي على العلاقات الدولية.
- إضعاف ثقة المواطنين في مؤسسات الدولة.

التساؤل الثاني: ما البعد المجتمعي للشائعات (آثارها الاجتماعية على المجتمعات)؟

6. إن إطلاق ونشر الشائعات له بعد مجتمعي يعكس آثاراً اجتماعية جسيمة على النسيج المجتمعي، ومنها:

- بث الفرقة والصراع بين جماعات وفئات المجتمع وزعزعة الأمن الاجتماعي.
- ضعف الروح المعنوية والدافعية للإنجاز وضعف الانتماء الوطني لدى المواطنين.
- ضعف المشاركة المجتمعية وتزداد بين فئة الشباب.
- تشكيك المواطنين في إنجازات الدولة وجهودها في التنمية.
- تراجع النسق القيمي والأخلاقي في المجتمع.
- سوء التكيف الاجتماعي لدى المواطنين .
- تراجع رأس المال الاجتماعي الفردي والأسري والمؤسسي والمجتمعي.
- ضعف المسؤولية الاجتماعية الفردية والمؤسسية، ونشر روح الأنا مالية.
- بناء اتجاهات سلبية لدى المواطنين تجاه المجتمع.

التساؤل الثالث: ما المسؤولية المهنية للمنظم الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي

بمواجهة الشائعات؟

7. تُعد تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات مسؤولية جماعية تكاملية تقوم فيها مهنة الخدمة الاجتماعية بتزويد المواطنين بالمعارف والمعلومات عن الآثار الاجتماعية المترتبة على إطلاق ونشر الشائعات وحتمية التصدي لها ، ومن ثم توجيه وتعزيز سلوك التصدي لها.
8. يساهم المنظم الاجتماعي بعدد من الأدوار في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات تجنباً لآثارها الاجتماعية السلبية على المجتمع ومنها: المساعد، والممكن، والخبير، والإداري، والمخطط، وجامع المعلومات، والبيانات، ومحلل البيانات الوسيط، والمفاوض، والمنسق، والقائم بعمليات الاتصال، ومصمم ومقوم برامج توعوية، والقائم بعملية التعبئة، والتربوي.

التساؤل الرابع: ما المتطلبات المهنية للمنظم الاجتماعي لتنمية الوعي المجتمعي بمواجهة الشائعات؟

9. تستلزم المسؤولية المهنية للمنظم الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات عدداً من المتطلبات المهنية تتمثل في: متطلبات معرفية ، ومهارية، وقيمية، ومؤسسية.
10. تتحدد المتطلبات المعرفية للمنظم الاجتماعي للقيام بالمسؤولية المهنية في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات في ضرورة إلمامه بمعارف ونظريات السلوك الإنساني والبيئة الاجتماعية، والتنمية البشرية، والسياسة الاجتماعية، ووسائل الاتصال الحديثة والتكنولوجيا الرقمية، والأساس النظري للخدمة الاجتماعية وأدبيات تنظيم المجتمع المتعلقة بالعمل مع المؤسسات والمجتمعات، بالإضافة إلى الوعي الثقافي بقضايا وإمكانيات المجتمع، والمعارف عن الجانب الروحاني، والمعارف المرتبطة بطبيعة الشائعة محور التدخل.
11. تتحدد المتطلبات المهارية في إتقان المنظم الاجتماعي للمهارات العامة للممارسة في الخدمة الاجتماعية مثل مهارة البحث، والتخطيط، والمهارة في تصميم وتطبيق المقاييس والأدوات والوسائل والاستراتيجيات، وحل المشكلة، ومهارة الاتصال الجماهيري، والمهارات المهنية المرتبطة بالعمل مع المجتمعات ومنها: مهارة التنسيق، والتخطيط، والمدافعة، والتفاوض واللوبي، وبناء القدرات المؤسسية والمجتمعية، ومهارة المشورة،

ومهارة الحوار المجتمعي، ومهارة إقامة وبناء علاقة مع سكان المجتمع المحلي وغيرها من المهارات العملية في تنظيم المجتمع.

12. تتحدد المتطلبات القيمية في التزام المنظم الاجتماعي بقيم وأخلاقيات مهنة الخدمة الاجتماعية وقيم وأخلاقيات المجتمع عند القيام بمسؤوليته المهنية في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات.

13. تتحدد المتطلبات المؤسسية للمنظم الاجتماعي في قيامه بمسؤوليته المهنية في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات على المستوى المحلي في: اهتمام المؤسسات بالتشبيك وبناء الشراكات مع منظمات المجتمع المحلي، ومنح المنظم الاجتماعي، والصلاحيات التي تمكنه من العمل، والمجتمعات وتنمية الوعي المجتمعي، وتوفير الموارد والإمكانيات اللازمة لعمل المنظم الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات، وتفهم المديرين وفريق العمل لطبيعة دور المنظم الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي، وتوفير التدريب المهني الذي يمكنه من الاتصال الجماهيري وتنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات.

14. من المؤسسات الاجتماعية على المستوى المحلي التي يمارس فيها المنظم الاجتماعي دوره ومسؤولياته المهنية في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات ما يلي: منظمات المجتمع المدني وأكثرها تأثيراً: (الجمعيات الأهلية – الوحدات الاجتماعية - جمعيات تنمية المجتمع المحلي - مجالس الاحياء – المدارس – مراكز الشباب).

التساؤل الخامس: ما آليات الخدمة الاجتماعية في العمل مع المجتمعات في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات؟

15. للخدمة الاجتماعية في العمل مع المجتمعات آليات مهنية متعددة يمكن للمنظم الاجتماعي تطبيقها عند القيام بمسؤولياته المهنية في التصدي للشائعات على مستوى المجتمع المحلي ومنها:

- العمل المرتكز على المجتمع.
- الحوار المجتمعي.
- الاتصال الجماهيري والإعلام الاجتماعي.
- التنسيق والشراكة المجتمعية.

- بناء قدرات المجتمع المحلي.
- تنمية رأس المال الاجتماعي .
- تعزيز المشاركة التطوعية

عاشراً: أقتراحات البحث:

من خلال عرض محاور البحث والاستنتاجات الخاصة به؛ يمكن صياغة الأقتراحات التالية وتوجيهها للجهات المعنية كما يلي:

- أن يتضمن تعليم مهنة الخدمة الاجتماعية إضافة مقرر أو موضوعات علمية تحتوى معارف متعلقة بمفهوم الشائعات، وأسباب انتشارها، والهدف من ورائها، وتأثيرها على مختلف الصعد، ومعارف وقيم ومهارات وآليات الخدمة الاجتماعية في التعامل مع الشائعات والتصدي لها.
- ضرورة إلمام وتطبيق الاختصاصي الاجتماعي الممارس في المؤسسات الاجتماعية على المستوى المحلي للأساس المعرفي والمهاري والقيمي للخدمة الاجتماعية في العمل مع المجتمعات واللازم لتنمية وعي المواطنين بالتصدي للشائعات كالتزام مهني ووطني .
- أن تقوم المؤسسات الاجتماعية على المستوى المحلي ببناء شراكات مجتمعية، ومنح المنظم الاجتماعي الصلاحيات المهنية والإدارية اللازمة وإمداده بالموارد المتاحة لتطبيق آليات الخدمة الاجتماعية في تنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات وآثارها الاجتماعية على المجتمع.
- تفعيل دور المؤسسة الدينية في نشر الثقافة الدينية وتبيان الرأي الشرعي في الكذب بإطلاق الشائعات ونشرها، وتنمية الوعي المجتمعي بالتصدي للشائعات والتخفيف من آثارها الاجتماعية على المجتمع.
- اهتمام وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بالتحلي بالمصداقية والموضوعية في عرض المعلومات والأخبار والموضوعات التي تهم الرأي العام، وعدم التصريح أو التلميح بأخبار مجهولة غير موثوقة المصدر وذلك لحماية الأمن المجتمعي.
- تنمية مستوى الوعي المجتمعي لدى مختلف فئات المجتمع، وبخاصة المراهقون والشباب بعدم نشر أي معلومات أو أخبار مجهولة المصدر، أو مختلقة وليس لها أساس من الصحة وضرورة التحلي بالتفكير النقدي عند سماع أو مشاهدة أو قراءة أي معلومة وعدم اعادة

نشرها دون التثبُّت من مصداقيتها.

المراجع العربية

- أحمد زكي بدوي ، (1993).معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ، بيروت : مكتبة لبنان.
- أحمد محمد السنهوري ،. (1997). نحو نموذج للخدمة الاجتماعية لتنمية الوعي الاجتماعي في المجتمعات المحلية ، دراسة نظرية تحليلية منشورة بالمؤتمر العلمي العاشر ،القاهرة : كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان .
- اعتماد خلف معبد عبدالحميد، و هبة أمين أحمد شاهين. (2017). تعرض المراهقين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهاتهم السياسية، دراسات الطفولة: جامعة عين شمس – معهد الدراسات العليا للطفولة مج20، ع74: 109 – 114.
- اعتماد خلف معبد عبدالحميد، إيناس محمود حامد، و غادة عطية محمد. (2016). معالجة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للشائعات وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع السياسي والاجتماعي، دراسات الطفولة: جامعة عين شمس – معهد الدراسات العليا للطفولة مج19، ع73: 87 – 92.
- أنور بن محمد الرواس، ، و جودة عبدالوهاب الحايس عبدالوهاب. (2016). وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بانتشار الشائعات في المجتمع العماني: دراسة استطلاعية للأنماط وعوامل الانتشار، حوليات آداب عين شمس: جامعة عين شمس – كلية الآداب مج44: 401 – 443.
- أيمن إسماعيل يعقوب، وعبد الله حضيض السلمي،.(2005) . إدارة العمل التطوعي واستفادة المنظمات الخيرية التطوعية ورؤية للخدمة الاجتماعية(ط1) .الرياض :فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر .
- تهاني محمد ضيف الله الجهني، (2014). عوامل انتشاء الشائعات عند الشباب السعودي من وجهة نظر طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الانسانية: جامعة حلوان – كلية الخدمة الاجتماعية ع37، ج9 2767 – 2797.
- جان برونو رينار، و سيد محمد زين العابدين. (2008). نفى الشائعات وإنكارها، مجلة ديوجين: المجلس الدولي للفلسفة والعلوم الإنسانية ع213: 59 – 82.
- حاتم محمد عاطف، (2017). رأى النخبة حول جدلية الشائعات أولاً أم الأزمات: مصر أنموذجاً، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط: الجمعية المصرية للعلاقات العامة ع15: 197 – 239.
- خالد بن سعد النجار، (2014). الشائعات: إرباك للمجتمعات، الوعي الإسلامي: وزارة الاوقاف والشؤون الاسلامية س52، ع593: 82 – 83.

- رانيا عبدالله الشريف، (2015). دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار الشائعات، مجلة العلاقات العامة والاعلان: الجمعية السعودية للعلاقات العامة والاعلان ع3: 88 – 99.
- رشاد أحمد عبد اللطيف، (2011). التنمية المحلية، ط1، الإسكندرية: دار الوفاء.
- رفعت عارف الضبع، (2015). إدارة الأزمات ، القاهرة: المكتب المصري للمطبوعات.
- سامي محمد هاشم، (2001). الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، بحث منشور ضمن مؤتمر " الشائعات في عصر العولمة"، الرياض، اكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات و البحوث.
- سناء محمد عمر، (2015). التمكين الاجتماعي: الأهداف والأدوات، مجلة الخدمة الاجتماعية- (الجمعية المصرية للاختصاصيين الاجتماعيين)، مصر، ع53.
- سهير صفوت عبدالجيد، (2015). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات وسبل مواجهتها: دراسة ميدانية على عينة من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في مصر، مجلة كلية التربية – القسم الأدبي: جامعة عين شمس – كلية التربية مج21، ع3: 577 – 647.
- السيد أحمد مصطفى عمر، (2004). الشائعات والجريمة في عصر المعلومات، مجلة الأمن والقانون: أكاديمية شرطة دبي مج 12، ع 2: 159 – 191.
- ضياء الدين زاهر، (2004). مقدمة في الدراسات المستقبلية : مفاهيم – أساليب – تطبيقات، ط1، القاهرة: مركز الكتاب للنشر المركز العربي للتعليم والتنمية.
- طلعت السروجي، (2004). السياسة الاجتماعية في إطار المتغيرات العالمية الجديدة، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي.
- عابد فايد عبدالفتاح فايد، (2015). القانون في مواجهة الشائعات، الفكر الشرطي: القيادة العامة لشرطة الشارقة – مركز بحوث الشرطة مج24، ع92: 175 – 197.
- عباس بله محمد أحمد أحمد، (2011). الشائعات: نظرة تأصيلية تربوية. مجلة المنبر: هيئة علماء، السودان ع15: 20 – 41.
- عبد الحليم رضا عبد العال، وفوزي بشري، (1986) . تنظيم المجتمع" نظريات وقضايا". القاهرة : دار الثقافة للطباعة والنشر.
- عبدالله بن محمد بن عبدالعزيز السبيعي، (2016). مسؤولية الدعوة تجاه إعداد الدعاة للتصدي للشائعات: دراسة ميدانية لآراء عينة من الدعاة والمسؤولين في المؤسسات الدعوية والمختصين في

الدراسات الدعوية بمدينة الرياض، مجلة البحوث والدراسات الشرعية: عبد الفتاح محمود ادريس مج6، ع60: 103 – 177.

- فهد بن علي عبدالعزيز الطيار، (2014). الشائعات بين الدوافع النفسية والآثار الاجتماعية: دراسة ميدانية على طلاب الصف الثالث الثانوي بمدينة الرياض، مجلة البحوث الأمنية: كلية الملك فهد الأمنية – مركز البحوث والدراسات مج23، ع59: 75 – 130.
- لؤي مجيد حسن، (2016). الشائعات تهديد للأمن الوطني، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية: الجامعة المستنصرية – مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية ع53: 428 – 467.
- مجمع اللغة العربية. (1980). المعجم الوجيز ، القاهرة: دار المعارف.
- محمد بن سليم الله بن رجاء الله الرحيلي، (2017). الآثار السلبية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب المرحلتين الثانوية والجامعية بالمدينة المنورة ودور المؤسسات التربوية في مواجهتها، مجلة التربية: جامعة الأزهر – كلية التربية ع175، ج1 : 744 – 804.
- محمد زين عبدالرحمن، (2015). مصداقية التناول الإعلامي لمشروع قناة السويس الجديدة عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بتدعيم الانتماء الوطني لدى الجمهور، دراسات الطفولة: جامعة عين شمس – معهد الدراسات العليا للطفولة مج18، ع69: 59 – 71.
- محمد صادق اسماعيل، (2017). الإعلام الأمني والشائعات عبر الشبكات الاجتماعية، الرياض: دار جامعة نايف للنشر.
- محمد عبد الحي نوح، (1998). الطريقة المهنية لتنظيم المجتمع، القاهرة: دار الفكر العربي.
- محمد قيراط، (2017). الشائعات والتضليل، والأمن المجتمعي، مجلة الدراسات المالية والمصرفية: الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية – مركز البحوث المالية والمصرفية مج25، ع2: 32.
- محمد كمال القاضي، (2002). الدعاية السياسية و الحرب النفسية، القاهرة: المركز الإعلامي للشرق الأوسط.
- محمود يوسف محمد محمود، (2008). المنهج الاسلامي في تربية المجتمع على مواجهة الشائعات، المجلة التربوية: جامعة الكويت – مجلس النشر العلمى مج 22 ، ع 87: 113 – 148.
- ممدوح السيد عبدالهادي شتلة، (2017). الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق

الأوسط: الجمعية المصرية للعلاقات العامة ع16: 119 – 192.

- هشام محمد عباس زكريا، (2014). انعكاسات الممارسة الإعلامية السالبة على تكوين الشائعة: دراسة على القائم بالاتصال في مجال الصحافة، المجلة السودانية لدراسات الرأي العام: مركز الرؤية لدراسات الرأي العام ع4: 143 – 158.
- وديع محمد سعيد العزعزي، (2015). استخدامات الشباب الجامعي لشبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك): دراسة مسحية على طلبة كليات وأقسام الإعلام في أربع جامعات عربية، المجلة العربية للإعلام والاتصال: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ع14: 79 – 134.
- وديع محمد سعيد العزعزي، (2016). الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي المخاطر وسبل المواجهة،مجلة الإعلام و العلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، ع (3) مجلد 1 :50 – 29

المراجع الأجنبية

- Barker Robert. L(1991) .The Social Work Dictionary ,USA :NASW Press.
- Berg-Weger, Marla.(2010).Social Work and Social Welfare :An Invitation, New York, Routledge.
- Birkenmaier, Julie, Berg-Weger, Marla and Dewees, Marty.(2011). The Practice of Generalist Social Work, Second Edition, New York, Routledge, Taylor & Francis Group.
- Cox, Michaelene, (2009). Social Capital and Peace- Building Creating and resolving conflict with trust and social networks, USA, Routledge.
- Cree, Viviene E.(2003). Becoming a Social Worker, London: Taylor & Francis.
- Day, Peter and Schuler, Doug .(2004). Community Practice in the Network Society ; Local action/global interaction, London, Routledge, Taylor & Francis Group.
- German ,Carel B.(1979).Social Work Practic, People and Environments an Ecological Perspective, N.Y:Columbi University Press.
- Gray, Mel, Coates, John, and Hetherington, Tiani.(2013). Environmental Social Work, New York: Routledge.
- Hardina, Donna. (2002) .Analytical Skill for Community Organization Practice , New York:

Columbia University Press.

- Hegazy, Huda M.(2006) The Skill Base of Community Organization in Nabeel Sadek and others: Community Organization, 3th,ed., Cairo :Faculty of Social Work.
- Higham, Patricia.(2006). Social Work: Introducing Professional Practice, London: SAGE Publications Ltd
- Hsung, Ray-May, Lin, Nan and Breiger, Ronald L.(2009). Contexts of Social Capital ,Social Networks in Markets, Communities, and Families, N.Y, Routledge , the Taylor & Francis Group.
- Krysik, Judy L. & Finn, Jerry.(2010). Research for Effective Social Work Practice, Second Edition, New York, Routledge, Taylor & Francis Group.
- Lawler, John and Bilson, Andy.(2010). Social Work Management and Leadership: Managing complexity with creativity, New York, Routledge, Taylor & Francis Group.
- Lee ,Dan, Jeong, Kap-Young & Chae, Sean(2011). Measuring Social Capital in East Asia and Other World Regions: Index of Social Capital for 72 Countries, Global Economic Review, Vol. 40, No. 4, 385407-.
- Mugisha, C. (2018). Social work in a Digital Age: The need to integrate social media in social work education in the UK. (A. Paul, Ed.) Journal of Social Work Education and Practice, III(4), 110-.
- Murphy, John W.(2014). Community-Based Interventions: Philosophy and Action, New York :Springer
- Nawa, Nobutoshi, Isumi, Aya and Fujiwara, Takeo.(2018). Community-level social capital, parental psychological distress, and child physical abuse: a multilevel mediation analysis, Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology , 53:1221–1229
- Schuller, Tom.(2007). Reflections on the Use of Social Capital, Review of Social Economy, Vol. LXV, NO. 1,
- Shardiow, Steven.(2005). The Values Of Change In Social Work, New York, The Taylor &

Francis.

- Sheldon, Brian and Macdonald, Geraldine.(2009). A Textbook of Social Work, New York, Routledge, Taylor & Francis Group.
- Skidmore , Rex A & others (1994) : Introduction to Social Work ,6th ed , N.J, prentice – Hall .

الروابط الالكترونية :

- http://www.moss.gov.eg/sites/mosa/ar-eg/Pages/default.aspx وزارة التضامن الاجتماعي آخر زيارة 1/ / 2019
- http://mld.gov.eg/ar/p/3035/your-voice-is-heard وزارة التنمية المحلية آخر زيارة 1/ 1/ 2019
- رئاسة مجلس الوزراء آخر زيارة في 16 / 2/ 2019 http://www.cabinet.gov.eg/arabic/ MediaCenter/CabinetNews/Pages/default. aspx
- (https://www.socialworkers.org/newhomepage)الجمعية القومية الأمريكية للاختصاصيين الاجتماعيين
- http://ssa.gov.sa/93292 المملكة العربية السعودية الأمانة العامة لهيئة كبار العلماء آخر استرجاع في 2 / 3/ 2019
- http://aliftaa.jo/Question.aspx?QuestionId=3078#.XHpkeYlvZdg دار الإفتاء العام الأردنية آخر استرجاع 2/ 3/ 2019
- http://dar-alifta.org.eg/AR/ViewFatwa.aspx?sec=fatwa&ID=14089 دار الإفتاء المصرية آخر استرجاع 2/ 3/ 2019

The Professional Responsibility of Community organizer in developing Community Awareness in dealing with Rumors: A future social vision "Egypt as a model"

PROFESSOR HUDA MAHMOUD HASSAN HEGAZY •

Abstract

Rumors are the most dangerous of the fourth generation wars(4GW) because their negative effects on the security and stability of communities, and because the social work profession is concerned with the interactions between people and their social environments, so it has a professional responsibility to develop community awareness against rumors. The question of research is; What is the professional responsibility of the community organizer to develop community awareness in dealing with Rumors, The objectives of research was; defining the concept of rumors and their social effects, and requirements, professional mechanisms to develop community awareness against rumors. This study belongs to future studies that using the inductive approach. The important conclusions was: The rumors are incorrect or false news that has a part of truth and has been distorted, and often affects the basic and security needs of citizens, spread in times of crisis and in the weak social awareness, have negative social effects, community organizer practice many roles to develop community awareness against rumors to avoid their negative social effects. community awareness development requires knowledge, skill, value, and institutional requirements, community organizer practices mechanisms to develop community awareness, including: community-based work, community dialogue, mass communication, community coordination and partnership, community capacity building, Developing social capital, promoting voluntary participation.

Keywords: Rumors - Professional Responsibility - Social Organizer - Community Awareness – Community organization- Fourth-Generation Warfare (4GW).

• Professor of Community Organization, Faculty of Arts, King Saud University, Faculty of Social Work, Helwan University