

المفاهيم المشابهة للإعلام والاتصال: الإشاعة

1/تعريفها:

هي نشر الخبر بصفة غير منتظمة وبدون تحقق من صحة الخبر ،

2/الإشاعة ووسائل الإعلام:

وفي تنقلها فإن الإشاعة لا تحتاج إلى وسائل الإعلام لان أساسها الاتصال الشخصي وتعتمد عليه في شيوعها وانتشارها بشكل كبير وهي تنفشي بسرعة البرق بدون استعمال التقنيات العصرية لأنها خفيفة وسهلة وقليلة التكلفة.

والإشاعة ظاهرة اجتماعية قديمة قدم الإنسان قامت بوظيفة الإعلام لفترات زمنية طويلة من حياة الإنسان قبل وجود الإعلام بمفهومه العصري فقد عرفتها الحضارات القديمة ومازالت موجودة إلى حد اليوم . وقد كانت الإشاعات في القديم تتطور حتى تصبح اعتقادا راسخا لدرجة ان المؤرخين لم يفرقوا بين الحقائق التاريخية والإشاعات.

3/أغراض الإشاعة:

تظهر الإشاعة انطلاقا من خبر وقع بالفعل فتحرفه وتحوله حسب الأهواء والاحتياجات التي يشعر بها مجتمع معين في ظرف وزمان معين ، كما تظهر الإشاعة وتنطلق أحيانا من وهم لا علاقة له بحدث ولكن له علاقة بالاحتياجات والأهواء التي توجد في مجتمع ما ، وكيفما كانت هذه الظروف فإنها في الغالب مرتبطة بنفسية المجتمع وظروفه الخاصة ، وتتلخص أغراضها :
*إذا كانت المصالح المادية مهددة فإن تزييف الخبر يرمي إلى إعطاء برهان للدفاع عن المصالح المذكورة فمثلا العامل الذي يكون مدخوله بسيط أو متدني لا يريد أن تكون هناك زيادات في الأسعار لذلك هو يقيم إشاعات حول ارتفاع الأسعار.

*إذا كانت الإحساسات والمطامح مهددة فإن التزييف للدفاع عن هذه الإحساسات مثاله: في عام 1979 انتشرت إشاعة تقول ان الجزائر تلتفت تويخا من اليونيسكو نظرا لرداءة التعليم الموجود

في المدارس الجزائرية وبالرغم من أن الخبر ليس له أساس من الصحة و اليونيسكو لا تخول لها صلاحيتها توجيه توبيخ لأي عضو ينتمي إليها إلا أن الإشاعة تقبلها الناس بالتصديق حتى من طرف المثقفين ، والحقيقة أن الإشاعة انتشرت لأنها صادفت مطمحا من مطامح الشعب وهو الحق في وجود تعليم رفيع .

*إذا كان الخبر يتعلق بقضية تهم المجموعة فإن تحريفه يرمي إلى تثبيت وحدة المجموعة وتأييد كفاحها وهنا تدخل جميع قضايا الشعوب المستضعفة كما أنها تشمل حالات الحرب فإن الإشاعة في هذه الأمثلة تنتشر لتعزز وجود وبقاء المجموعة المهددة .

*الإشاعة تكون دائما ضعيفة إذا كانت عن وهم أو ناتجة عن سؤال لا يستند إلى حدث وقع بالفعل فالتحريف الذي يطرا على هذا الخبر يضعف بقدر ما يكون السؤال أدق .

4/ مقدرا التحريف في الإشاعة:

قام بعض العلماء بإجراء دراسات وتجارب ميدانية لمعرفة مقدار التحريف الذي تحمله الإشاعة في نقل الخبر ، وقد أجرى العالم ألبورت تجربة رواها في كتابه "نفسية الإشاعة" حيث جمع 6 أشخاص فأظهر للأول صورة تمثل واقعة حربية لكن بعض ملامحها غير واضحة ثم طلب منه ان يقوم بوصفها للشخص الثاني وهكذا ينقلها للموالي حتى تصل للشخص السادس فكان الوصف مختلفا . هنا لاحظ :

*أن الخبر في تنقله يصبح ضعيفا ويضيع منه كثير من التفاصيل التي لها أهمية وقدر هذا الضياع وفقا للتجربة كما يلي بالأرقام :1-كانت 100 عند 2-67 وعند 3 تصبح 54 ثم تصبح عند 4-36 حتى تصبح ضائعة عند السادس .

*بعض التفاصيل تأخذ أهميتها بعد نقلها من شخص لآخر وأخرى تم تشويهها وتم تضمين أحداث لم توجد في الصورة .

*التفاصيل التي تضيع هي تلك التي لا تمثل في اعتقاد الأشخاص شيئاً أما التفاصيل التي تبقى فهي تلك التي يجد لها الأشخاص مدلولاً وقد يصل مقدار التحويل إلى قلب الحقائق تماماً . قصة الزنجي الذي وقع ضحية المجرم ذو الجنس الأبيض وكيف رواها البيض وتحول الزنجي إلى مجرم.

5/علاقة الإشاعة بالاتصال:

الإشاعة لها صلة وثيقة بالاتصال فهي تنشر بين عدد كبير من الناس خبر أو مجموعة أخبار غير أن الاختلاف يكمن في كون الاتصال يكون علانية عكس الدعاية التي تتبنى السرية إذ لا يتم فيها ذكر مصدر الخبر ، كما أن الأخبار فيها قد تكون وهمية أو حقيقية ولكن تلبسها كثير من التحريف والتحويل وهي تكون عبر تدرج زمني وتنتقل من شخص إلى آخر.

وبما أن الإشاعة تكتسي صفة السرية فهي إعلام موازي يعيش بجانب الإعلام الرسمي يغذيه ويتغذى منه ويواجهه أحيانا .

الدعاية والإشاعة:

كل من الدعاية والإشاعة لهما علاقة ببعضهما البعض فكلاهما تنهج منهجا متشابهاً في التحريف والتضخيم غير أن الفرق بينهما في كون الدعاية تخدم أهدافاً صريحة في حين أن أهداف الشائعات نفسية محضة وسواء كانت الدعاية والإشاعة فأن مفهومهما يبتعد عن مفهوم الاتصال بعد الخيال عن الواقع.