

الإشاعة السياسية

أ. بلوصيف الطيب جامعة سطيف -2-

الملخص:

الإشاعة السياسية هي إحدى الأساليب الأساسية للحرب النفسية والمستعملة من طرف رجال السياسة نظرا لما لها من قدرة على التحكم في السلوك الإنساني من جهة، ومن جهة ثانية قوتها في التأثير على الجزء المستهدف من الإنسان وهو العقل، وهي صيغة منظمة لنشر وترويج أخبار ومعلومات سواء كانت صحيحة أو كاذبة. هدفها الحصول على نتائج تتوافق والأهداف المرسومة لها، وتشارك في تحديد معالمها وسائل الإعلام المختلفة، هذه الأخيرة التي تساهم في تشكيل عقول الجماهير وتوجيهها وتحميل الأفراد على تحديد مواقفهم من أطراف القضايا السياسية أو الصراعات المختلفة .

Abstract:

The political rumor is one of the most important methods of the psychological warfare witch is used by politicians ,because of its ability to control human behavior on the one hand, and on the other hand, her power to influence the target part of the human mind. And it is an organized formula to publish and promote news and information whether it was true or false .Aimed to get results that match with her set goals and participate to determine its various mass media .The latter contributes in shaping the public minds, directing and holding individuals to determine their position from the political issues and the various conflicts

في معنى الإشاعة:

تشمل الإشاعة على شيء من الحقيقة، لكن يعترئها نوع من التلفيق وهو ما ينجر عنه نشر بلبله داخل المجتمع ومنه إلى نتائج سلبية، وهذا ما جعل الحكومات تعمل على إيجاد حلول وإجراءات لمحاربة هذه الظاهرة في أوقات الأزمات السياسية والاجتماعية والاقتصادية ذلك لما يمكنها من إضعاف قوة الحكومة داخليا .

والإشاعة اصطلاحا تعرف بأنها: تصريح يطلق لتصدقه العامة، ويرتبط بالأحداث الراهنة، وينشر دون التحقق من صحته⁽¹⁾، وهي بذلك تعتبر قيمة غير مؤكدة، أو تفسيراً مضللاً لقضية معينة محل اهتمام جماهيري، ويربطها البعض بالأساطير أو الأساطير المعدلة.

إن حجم تأثير الإشاعة وقوتها مرتبط إلى حد كبير بقوة وسائل الإعلام المختلفة لما لها من دور في زيادة سرعة انتشارها وانتقالها واتساع رقعتها بين الجماهير. وكذلك قدرتها على الوصول إلى أهدافها المحددة.

وعند العودة إلى قواميس اللغة المختلفة المتعلقة بمفهوم المصطلح⁽²⁾ نجد أنها من أقدم وسائل الإعلام، والصوت الذي يعبر الأحياء المجتمعية بصورة فائقة، أي هي نوع من التواصل والتفاعل بين الناس وتعبير عاطفي ومراقبة مستمرة للآخر، ولكل أفراد المجتمع حتى أصبحت مرتبطة بالسمعة والشهرة.

وهي مشتقة من الفعل - شاع - أي ذاع الخبر وانتشر سواء كان صحيحاً أم كاذباً كما يمكن أن تكون عبارات منطوقة أو مكتوبة تبثها جهة معينة، لغرض الإثبات أو التصديق ويتم تداولها عن طريق الاتصال المباشر أو عن طريق الإعلام الجماهيري وتعتمد على المبالغة والترويج والنشر على نطاق واسع، وتظهر فاعلية الإشاعة جماهيرياً أثناء تكرار نقلها بين مجموع الأفراد حتى تتحول إلى مادة ذات مصادر متعددة بمعلومة واحدة.

ونظراً لكون وسائل الإعلام في أغلبها تحمل وجهات نظر القائمين عليها، فإنها تعبر عن تطلعاتهم وأهدافهم في نطاق يصعب على العامة اكتشافه بسهولة. وذلك بتحريف المعلومة عن وجهتها الأصلية وهو ما يؤثر سلباً على سلوك الناس في تصورهم للواقع من خلال ارتباط إدراكهم بالوسيلة الإعلامية المظلمة.

ويرى البعض أن أكثر الوسائل الإعلامية خطورة في نشر الإشاعات هي الصحافة المكتوبة لأن أغلب الناس يثقون ثقة عمياء بالكلمة المطبوعة، ولا تعتبر محل مناقشة وتحضاً دائماً بالتأييد والتأكيد⁽³⁾، لذلك فإن الصفة الملاصقة للإشاعة هي صفة السلبية لكونها إحدى الأدوات الفاعلة في الحروب.

وفي الدول المتطورة لا تعتبر الإشاعة ضمن مجال العمل الصحفي الذي يعتمد على مصادر خبر واضحة مباشرة وغير مباشرة، حتى ولو كان الاعتماد على مصادر الأخبار المؤسساتية ولا يعني ذلك الوصول إلى الخبر المطلق أو الصادق، لأن منطلق التأويل وذاتية الصحفي وتركيب الإخبار يطرح إشكالات لا زالت عالقة لحد الساعة في البلدان التي خطت فيها الصحافة تقدماً مهماً ونوعياً، كإشكالية الموضوعية والحياد وكيفية تشكيل الخبر الصحفي وشروط العمل الإعلامي.

يحدد - فيليب ألوران - الإشاعة وإنعكاساتها في نوعين أساسيين⁽⁴⁾

1/ إستفزاز حركة اجتماعية معينة.

2/ نشر الإشاعة من طرف وسائل الإعلام.

كما أن المنظمات والأحزاب السياسية تعمل كذلك على نشر الإشاعة عبر وسائل الإعلام وهذا ما يجعل الإشكالية قائمة حول العلاقة بين الإعلام والسياسة والإشاعة. ويزداد الأمر تعقداً في البلدان التي لم ترسخ فيها تقاليد إعلام مستقل ومؤسسات ديمقراطية .

لذلك تعتبر الإشاعة مجرد بديل يعوض غياب الحقيقة الرسمية، حيث تظهر عندما تغيب أو تتوقف المؤسسات الرسمية المسؤولة عن تقديم الخبر والحقيقة عن مهامها كالمؤسسة التنفيذية.. ويلجأ الكثير من صنّاع القرار السياسيين أثناء الحروب والأزمات إلى بث الإشاعة من أجل رفع المعنويات، وضبط النفس وتوحيد الصفوف، ومنع حدوث الانقسامات لدرء تدهور الأوضاع الأمنية.

كما أن لحالات الفوضى والاحتجاجات أسباب كامنة على صلة بنشر الإشاعات التي تمهد لها. كما أن الإشاعة باعتبارها وسيلة أو أداة لها سلبيات وإيجابيات ويتوقف ذلك على استخدامها حيث يتم اللجوء إلى اختيار الظروف المجتمعية التي تتصف بالغموض لترسيخ الأهداف المسطرة . وتبقى الإشاعة رغم قدمها كوسيلة مرتبطة بسلوكية الإنسان، لكن الاختلاف يبقى حول كيفية تطبيقها أو توظيفها. وهذا طبعا مرده إلى التطور الحاصل في تكنولوجيات وسائل الإعلام والاتصال الذي انعكس إيجاباً على الأوساط السياسية التي حولت تسخيرها لتحقيق أغراضها كفاعل قوي ومؤثر في سلوك الجماهير.

أنواع الإشاعة:

كانت المبادئ العامة لتقسيم أنواع الإشاعات لدى الباحثين على النحو الآتي (5):

أ- سرعة السريان: ويندرج تحته الإشاعات الآتية:

1- الإشاعات البطيئة الزخافة:

هي بطيئة من حيث المدة الزمنية لانتشارها بين الجمهور المتلقي، يعتمد فيها على السرية التامة مما يبطئ عملية انتشارها والفترة الزمنية تزيد من قوة مصداقيتها وتأثيرها وصعوبة في نفيها.

2- الإشاعات العاطفية:

ينتشر هذا النوع من الإشاعات في فترات الحروب والتراعات حيث تضعف فيها المجتمعات وتتفكك، ويقل فيها الوعي الجماهيري، وينتشر هذا النوع من الإشاعة في فترة زمنية محدودة ثم تختفي في انتظار هبة الأجواء للظهور من جديد لتعويض النقص الحاصل في المعلومات (6)

3- الإشاعات المندفعة:

تتميز بقصر الفترة الزمنية وتستعمل لجس النبض ومعرفة ردود الأفعال تجاه قضايا معينة وهي بذلك طريقة لقياس اتجاه الرأي العام.

ب/ إشاعات حسب الموضوع:

ويختلف هذا النوع من الإشاعات حسب المحتوى، فهناك الإشاعة الاقتصادية والاجتماعية، العسكرية والسياسية.

ج - الدوافع والبواعث لدى المتلقي:

مصدر الإشاعة هو التنفيس عن كبت يعانيه الإنسان حيث يبحث عن محطات للتفريغ عن مشاعره وأحاسيسه ويعني ذلك أنها مرتبطة بسلوكية الإنسان فأى حاجة بشرية يمكن أن تكون دافعة لانبثاق الإشاعة وتوجد ثلاث تقسيمات لهذا النوع:

1- إشاعات الخوف :

يعمل هذا النوع من الإشاعة على زعزعة ثقة الفرد بنفسه، وبث النظرة الانهزامية في النفوس، فالخوف يهيئ الفرد لاستقبال الأوهام ويعطي تفسيرات غير منطقية للأمر كما يصدق كل ما هو متداول دون إبداء رأي أو تحفظ . (7)

2- إشاعات الحقد: وهي أخطر أنواع الإشاعات وتهدف إلى تمزيق وحدة الصف وينتج عنها غالباً أفاقيص ملفقة عارية عن الصحة، وهدفها قد يكون شخصاً ما، أو حزباً أو منظمة من المنظمات.

3- إشاعات الآمال والطموحات: وهي التي تقوم على أساس زرع بذور التفاؤل وانتظار الفرج.

الإشاعة السياسية:

الإشاعة كمعلومة ملتبسة تنتشر أكثر في الأنساق السياسية المغلقة أو تلك التي تعاني من الاختناق السياسي، وتكون أكثر انتشاراً في الأنساق التي تتعطل فيها قنوات التواصل بين صناع القرار وباقي مكونات المجتمع السياسي، مما يعني أن الانتشار الواسع للإشاعة هو تعبير عن أعطاب وأزمات متراكمة داخل المجال السياسي للمجتمع وخارجه، والحقل السياسي يعتبر مهذاً لظهور الإشاعة لتوفره على عاملين ضروريين لنشوتها :

أولهما: الغموض وحساسية الأحداث، وثانيهما : الأهمية بالنسبة للجمهور الذي يعتمد في أغلب الأحيان في تحليلاته وتوقعاته على المعلومات التي تصله من وسائل الإعلام، وبالتالي فإن أبواب التكهّن تبقى مفتوحة لانبثاق الإشاعات السياسية بنوعيتها، الداخلية والخارجية والنوع الأول، يكثر في الأنظمة السلطوية الشمولية نتيجة الغموض والتعتيم، والرقابة على كل ما يصدر في وسائل الإعلام، ولذلك تبقى الإشاعات المتنفس الوحيد للجمهور (8) .

ورغم ذلك لا يمكن اعتبار الأنظمة الديمقراطية بمنأى عن ظهور الإشاعات، وإن كان ظهورها بنسبة أقل لديها، إلا أنه يشكل خطراً قائماً، فوسائل الإعلام داخل هذه الأنظمة تتمتع بفضاء أوسع للحرية، معتمدة في ذلك على المنافسة الإعلامية كمحدد ما يعني أن الإشاعة تصبح أسرع في انتشارها وقوية في تأثيرها اضافة إلى المصدقية الإعلامية في تلك الأنظمة.

إن انتشار الإشاعة في المجال السياسي الذي يعتبر حقلاً للصراع والتنافس بين مختلف القوى السياسية، أصبح فيه أسرع، على اعتبار أنها وسيلة هجومية ودفاعية في وقت واحد، من أجل فرض التوجهات وتعزيز المواقف السياسية تجاه القضايا محل النزاع، وبذلك تكون موجهة للتأثير على أطراف بدرجة عالية في إطار تصفية الحسابات أو التأثير على مسار مشروع ما، أو إطفاء شرعية سلوكات ما.

كما يمكن اعتبارها في المجال السياسي كذلك على أنها وسيلة لقراءة توقعات وأراء واحتمالات الرأي العام ومعرفة ميولاته، كما يمكن توظيفها كذلك في امتصاص الاحتجاجات والغضب من سياسات محددة وهي بذلك تؤدي وظائف نفسية في الحقل السياسي.

وهي مرتبة في الكثير من الأحوال بالتنفيذ والتغيير في السياسات العامة أي بصانع القرار. فالإشاعة التي تنتشر حول الزيادات في الرواتب والأجور أو التخفيض من أسعار المواد الاستهلاكية هي إشاعات تؤدي وظائف نفسية، والإشاعات المرتبطة بالتغيير في السياسات العامة أو المناصب الحكومية هي إشاعات موجهة في الأساس إلى امتصاص الغضب والتأثير على المعارضة.

كما أن لوسائل الإعلام دوراً في التركيز على إخبار دون غيرها وجعلها بارزة من شأنه أن يؤثر على النموذج المعرفي لدى الأفراد من خلال تقليص معيارهم الانتقائي حيث تتشكل لديهم صورة منقوصة عن قراءة الواقع، مما يؤثر على معيار مصداقية الأحكام الصادرة عن الأفراد. كما يمكن لوسائل الإعلام نشر إشاعات سياسية بصيغة مجازية عبر الإشارة بصورة توقعية بألفاظ "تتوقع أوساط سياسية... من المنتظر تغيير الحكومة."

"هذه العبارات أو الإشارات تفتح المجال أمام الإشاعات ونشرها، ومما يزيد في مصداقيتها اعتمادها لخاصية الإسقاط "قال مراقبون"، كما يمكن أن يكون معيار الصدق مائلاً "كشفت مصادر مطلعة أو موثقة" ويجري الاعتماد على هذه الصيغة عندما يحس الكاتب أن القارئ لا يصدق الخبر فيلجأ بذلك إلى أشخاص محل ثقة.

النوع الثاني: هي الإشاعات في مجال السياسة الخارجية، والتي عادة ما تكون بين دولتين، بين تكتلات دولية، أو بين تكتل دولي ضد دولة - حلف الشمال الأطلسي ضد العراق، وفي الفترة الحالية ضد إيران - ويتنفس هذا النوع من الإشاعات في وقت الأزمات السياسية والمشاكل الإقليمية وتهدف إلى زيادة بؤر التوتر وزعزعة الثقة لدى الجمهور لدولته.

الإشاعة والرأي العام:

باعتبار أن الرأي العام هو حصيلة آراء مجموعة من الناس والرأي والاعتقاد السائد الذي يمثل الاتفاق الجماعي لدى غالبية الفئات الاجتماعية تجاه أمر ما، أو قضية معينة اجتماعية، اقتصادية،

سياسية. أو ذات طابع محلي أو قومي، إقليمي أو دولي، حيث يكون هذا الإجماع بمثابة قوة وتأثير على القضية.

وهناك علاقة تبادلية وثيقة بين الإشاعة والرأي العام، فكلاهما يشكل الآخر. بمنطق جدلي تفاعلي لأن من أبرز شروط ظهور الإشاعة أهمية الموضوع المقدم الى الجمهور حيث لا يمكن للإشاعة أن تستمر دون أن تلقى اهتماما جماهيريا والذي يشكل إحدى ركائز تشكيلها، وتبرز خطورة تناقل الإشاعة في وسائل الإعلام عامة كونها تستطيع أن تحدد توجهات الرأي العام في أي قضية، هذا التأثير يتعاظم حيال القضايا التي لم تكن حولها اتجاهات ثابتة لدى الجمهور.

ومن الضروري أن تتوفر كافة الحقائق والمعلومات عن القضايا المطروحة للجدل والنقاش حتى يستطيع الرأي العام أن يعبر عن وجهة نظر صحيحة كما أن أي إشاعة تطلق تحمل في طياتها ثقافة وتوجهات المجتمع الذي تتردد فيه ومضمونها يعبر عن اهتماماته، ومصالحه، وتكون متأثرة بعاداته وقيمه وعقليته ونفسيته وأنماط حياته وتسمى بـ "الرأي العام الطارئ"، والذي عادة ما يلجأ السياسيون إليه لتقدير توجهات الجمهور العام، وبخاصة حينما يكون الوقت غير ملائم لإجراء دراسات أو لجمع بيانات ومعطيات دقيقة عن تطلعات وآراء الجمهور، وينساق صناع القرار لتبني قرارات منسجمة مع الرأي العام، لأن ذلك سيزيد من شعبيتهم ويوفر أرضية لنجاح سياساتهم.

ومن المهم الإشارة إلى أن تأثير الإشاعة يكون أكثر فاعلية على الأفراد الموجودين في مجتمع غير متماسك وغير مستقر، كون الفرد يختار في التمييز بين الخطأ والصواب، عندما يدخل في حالة من الاضطراب النفسي.

والإشاعة باعتبارها معلومة ينتابها خلل، فهي بذلك تمهد لفهم فعل به عيب ما، ولذا فهي غير مبررة علميا. إلا أن غالبية صناع القرار يرون أن القرارات التي يصعب فهمها لدى الرأي العام ومن ثمة إقناعهم بها، يجوز إطلاق إشاعات -حميدة- حولها لإقناع المجتمع بفوائدها، ودفعه لتقبلها، نظرا لكونها ذات نتائج مفيدة لكنها بعيدة المدى.

ويعتمد هؤلاء في تبريرهم على أن الجمهور غالبًا ما يكون غير عالم بالتفاصيل والمعطيات التي تتوفر لدى محلي السياسات وأصحاب القرار، وبالا اعتماد على معظم الحالات التي أتت عليها الدراسات السياسية والإعلامية⁽¹⁰⁾، يتضح أن للأجهزة الحكومية، ورئيس الدولة قدرة على التأثير في الرأي العام بشكل كبير نتيجة الاعتماد على وسائل الاتصال ولذلك فإن اغلب القرارات السياسية تتخذ في ظروف يكون فيها الرأي العام أقل خبرة ومعرفة بموضوعاتها وأقل فهما لإدراك نتائج القرار.

الإشاعة وصناعة القرار السياسي:

تستند ممارسة العملية الإعلامية في وسائل الإعلام الحديثة على مفهوم الخبر news كمنطلق يحدد الأولوية في الاهتمامات المتعددة التي يفرزها التدفق الإعلامي الضخم وتعدد قنوات

الاتصال، غير أن هذا المفهوم يخضع في الواقع إلى شبكة من المعايير القيمية والسلطوية بحسب المجال السياسي والاجتماعي الذي تمارس فيه، بكيفية تجعل للعملية الإعلامية وظائف مختلفة، حيث يسعى صناع القرار إلى توظيف المادة الإعلامية إلى أقصى قدر ممكن، من خلال:

- الحصول على المعلومات المفيدة لصناعة القرار ومعرفة المستجندات

- تركيز الاهتمام وخلق مناخ مناسب لتلقي القرار .

- إعلان القرار ومتابعته.

ويتجلى ذلك في استثمار للمادة الإعلامية من خلال تلقي المعلومات والأخبار من مصادر مختلفة وكيفية توظيفها، والجزء الأهم يكمن في حشد الإمكانيات والموارد الإعلامية التي تتوفر عليها المؤسسة السياسية لتركيز اهتمام الرأي العام أو الجزء المعني منه بالقرار حول القضايا التي يرغب صاحب القرار في إثارتها، نظرا لما لها من أهمية في تشكيل الآراء سواء بالإقناع أو التهدة من خلال سيل متدفق من الأخبار والمعطيات.

تعتمد الأنظمة السياسية المعاصرة حسب طبيعتها على مجموعة من الأدوات والأساليب في إطار - مدخلات ومخرجات النظام السياسي - والتي على أساسها يتم التوصل إلى اتخاذ القرارات، حيث أن القرار الصائب هو القرار المعتمد على المعلومة الصحيحة والدقيقة، التي تمكنه من المفاضلة بين خيارات عديدة لكل قضية واختيار الأنسب بناء على " من يملك المعلومة يملك القرار".

ونظرا لأهمية المناخ الإعلامي المناسب لاتخاذ القرار فان الجهات المقابلة -المعارضة- تعتمد بدورها على بث قضايا وموضوعات ذات اهتمامات مغايرة ومن أخطر الرسائل التي يستعملها الطرف الآخر إشاعات حول ملابسات أو فضائح شخصية، تدفع الطرف الآخر للتعديل أو استفزازه للتردد في اتخاذ قرار دون ترك الفرصة للإحاطة اللازمة بالمعطيات .

فالمعلومة الخاطئة أو الصحيحة هي من التقديرات التي يجب على صانع القرار أخذها بعين الاعتبار لأنها المحدد الرئيسي لكل عملية، فالمعلومة الناقصة من شأنها أن تخلق خللا في بناء المواقف والقرارات. وعليه فان النظام السياسي أو صانع القرار لا يمكنه تخطي الحدود العامة التي يرسمها الرأي العام في ظل الأنظمة الديمقراطية، إلى جانب ذلك فان وسائل الإعلام تعتمد على الإشاعة وتروجها في محاولة لصياغة الرأي العام من جهة، ومن جهة ثانية توجيه السياسات من خلال الضغط في تنفيذ أهداف معينة، ويحصل ذلك من خلال استثارها لمشاكل وقضايا معينة وجدولتها للأحداث التي تنشرها من حيث درجة الأهمية، فالدفاع عن القضايا عن طريق المجموعات المستفيدة منها أو عن طريق النخبة هو الذي يرشحها للتموقع ضمن اهتمامات صانع القرارات السياسية وعلى مدار عقود مضت بقيت وسائل الإعلام وما تزال هي الطريقة المثلى لترتيب أجندة الرأي العام، وعليه فهي تؤثر بشكل كبير في صنع القرارات من خلال طريقة عرضها للقضايا والأحداث والحقائق.

لا تعتبر وسائل الإعلام كقناة لعرض المطالب على صانعي القرار - فقط - ولكنها تساهم في بناء مداخل عملية صنع القرار، وما يدعم هذه المعادلة أن صناع القرار ليست لديهم المعلومة اللازمة حول اتجاهات ورغبات الجماهير إلا من خلال وسائل الإعلام والتي يتم فيها تداول الآراء بين أوساط الجماهير وعلى أساس هذا التداول الذي يعتبر مؤشرا على اهتمامهم ورغبتهم تتم صياغة القرار السياسي - تنافس المشاكل يلفت انتباه صانعي القرار -.

إن الدور المتزايد لوسائل الإعلام في القرارات السياسية، خصوصا القنوات التلفزيونية التي أبرزت أدوارا هامة خاصة خلال أزمة الخليج، ساهمت في إذكاء الاهتمام بدورها في صياغة السياسات وشكلت ظاهرة الاتصالات نموذجا للدراسات الإعلامية، حيث ركزت على دراسة حجم وتدفق المعلومات ومحتوى الرسائل، ويأتي تأثير وسائل الإعلام في القرارات السياسية كبعد أساسي للهيئات الإعلامية في النظام السياسي رغم أن العلاقة يمكن أن تكون تأثير وتأثر. وينقسم اهتمام الدراسات الإعلامية لصناعة القرار السياسي إلى مستويين:

مستوى داخلي: يركز على طبيعة التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام من خلال الاتصال والرسائل التي تبثها على صناعة القرارات في مجال السياسة الداخلية ونتائج هذا التأثير في مدى مشاركة الأفراد والجماعات السياسية في القرارات.

مستوى خارجي: يعالج دور أو وظيفة وسائل الإعلام في القرارات السياسية أو القرارات المتعلقة بالدول الأخرى حيث يتعلق الأمر بعمليات الاتصال التي تقوم بها مع مختلف المؤسسات والفعاليات المؤثرة في صناعة القرار السياسي، سواء للتأثير أو لمعرفة الآراء والأفكار التي ستشكل ضمن العملية الإعلامية سيلا متدفقا من المعلومات التي تستعمل لتسويق رسائل معينة تحقق مصالح النظام السياسي.

وكنتيجة يمكن القول إن عملية اتخاذ أي قرار سياسي تسبقها مرحلة بحث وتقص للمعلومات بهدف اختيار أفضل البدائل، وإذا ما تداولت وسائل الإعلام والرأي العام إشاعة ما حول قضية معروضة لاتخاذ قرار فيها، فإن أثرها سيدخل في صلب معايير صنع القرار إذ أن هناك صلة وثيقة بين العملية السياسية والعملية الاتصالية، وبين الاتصال الجماعي والسياسي، والإعلاميين والسياسيين، وتمثل وسائل الاتصال المؤسسات السياسية في المجتمع المعاصر التي يجب أن تتكيف معها بقية مؤسسات المجتمع وعلى هذا النحو، فوسائل الإعلام التي تعتمد أحيانا على الإشاعة لتحقيق أهدافها، بإمكانها أن تؤثر في توقيت صنع القرار أو في وضع السياسة من خلال خلق الأزمات وافتعالها أو عن طريق التركيز على الموعد النهائي لإنجاز الأعمال.

إن صانعي القرارات لا يمكنهم اتخاذ موقف أو قرار يواجه معارضة شديدة من الجمهور الذي تعمل وسائل الإعلام على توجيهه بالصورة التي ترتبها، فعملية صنع القرار واتخاذها ليست قضية آنية كما يعتقد البعض، بل هي عملية مستمرة من الاتصال والتغذية الإرجاعية.

المراجع :

- 1- الشائعة: الخطر القادم، عبد الفتاح ، جريدة الرياض 2003/03/30
<http://www.alriyadh.com/2003/03/30/article22432.html>
- 2- بدر، أحمد : الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، القاهرة : دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع . 1998. ص 168
- 3- البكر، نائل محمد : الأساليب الحديثة في التحصين النفسي والاجتماعي ضد الشائعات، أعمال ندوة أساليب مواجهة . الشائعات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض : مركز الدراسات والبحوث . 2001. ص 8
- 4- محمد نبيل: مقدمات أولية في فهم الإشاعة.
<http://www.almaghreb-almouahd.comc=25&c=1399>
- 5- نوفل، أحمد : الإشاعة، دراسات إسلامية هادفة، الجامعة الأردنية، كلية الشريعة : دار . الفرقان للنشر والتوزيع . 1998 ص 79
- 6- المرجع السابق، ص 81
- 7- جوردون أولبورت، وليز سمان : سيكولوجية الإشاعة، ترجمة صلاح مخيمر وعبد ميهائيل رزق، مصر : دار المعارف. 1964 ص 15
- 8- بسيوني إبراهيم حمادة : الرأي العام وأهميته في صنع القرار . أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة : مركز الإمارات للدراسات والبحوث 2002 .
- 9- حجاب، محمد منير : الدعاية السياسية وتطبيقها قديما وحديثا، سلسلة دراسات بحوث إعلامية (7) ، مصر : دار الفجر . للنشر والتوزيع . 1998. ص 153
- 10- أندرسون، جيمس : صنع السياسات العامة : ترجمة : عامر الكبيسي، جامعة هيوستن - تكساس، عمان : دار المسيرة للنشر . والتوزيع والطباعة . 1999. ص 105