



مكافحة الشائعات والوقاية من أخطارها في ظل تطور وسائل الاعلام ووجود شبكات التواصل الاجتماعي



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

دينا علي فالح الزعبي

وزارة التربية والتعليم، مديرية قصبة المفرق، الأردن

نشر إلكترونياً بتاريخ: ٢٠٢٢/١/٢٧

كلمات مفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الشائعات،

وسائل الإعلام، مكافحة الشائعات.

Abstract

The study was based on the inductive and descriptive approach in collecting and deriving information by looking at the available references and sources in order to answer the study's problematic and questions, which is to know the extent of the success of the methods of combating rumors and preventing their dangers in light of the tremendous development in the field of media and the spread of social media means. The study reached a set of results, the most important of which are: that rumors are of various types, some of which are transmitted and spread without intention, without a

الملخص

قامت الدراسة على المنهج الاستقرائي والوصفي في جمع المعلومات واستنباطها من خلال الاطلاع على المراجع والمصادر المتوفرة في سبيل الإجابة على اشكالية الدراسة واستلثها والمتمثلة في معرفة مدى نجاح طرق مكافحة الشائعات والوقاية من اخطارها في ظل التطور الهائل في مجال الاعلام وانتشار وسائل شبكات التواصل الاجتماعي. ولقد توصلت الدراسة إلى مجموعه من النتائج من اهمها: أن الشائعات أنواع متعددة منها ما يتم تناقله وانتشاره دون قصد ولا هدف وبدون غرض معين، ومنها مدروسة ومُخطط لها وذات أهداف معينة وهذه النوعية خطيره جداً، ومن اهم وسائل ترويج الإشاعة والحد منها الإعلام، والرد السريع والحاسم على الإشاعة، من خلال مصدر موثوق وجهة رسمية ومن خلال بيانات رسمية وإحصائيات دقيقة، واشخاص يشهد لهم بالثقة يحد من تأثير الشائعات السلبي.

وبالرغم من الفاعلية والأهمية التي تمتلكها البرامج الإلكترونية في وسائل التواصل الاجتماعي من خلال ربط وتواصل الأفراد، وكذلك نقل المعلومات بسرعة هائلة، إلا أنها تُشكل بيئة ملائمة وأرضية خصبة لزراع الشائعات وانتشارها على نطاق واسع، وذلك لسهولة استخدام هذه المواقع والبرامج وما تمنحه من خدمات ميسره وبسيطة مما يسمح بسرعة انتقال المعلومات بين الأفراد بشكل سريع جداً، وأصبحت هذه البرامج وما تحتويه من تطبيقات متوفرة عند الجميع، ويتم تبادل المعلومات والأخبار من خلالها وانتشارها بسهولة وبسرعة فائقة يصعب السيطرة عليها والتحكم بسيرها، وتنتشر من خلالها الأخبار سواء كانت حقيقة أو كاذبة انتشاراً سريعاً جداً، علماً بأنه يمكن أن تحمل تلك المعلومات والأخبار في طياتها الكثير من الأفكار والرسائل المغلوطة من أجل تحقيق أغراض معينة، مثل الأخبار الكاذبة والمزيفة والتي تنشر بقصد التضليل أو التعتيم بأمر معين ومقصودة.³

* مشكلة الدراسة

في ضوء التطور التكنولوجي في وسائل الاعلام وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت إشكالية الدراسة في الإجابة على السؤال المحوري التالي: ما مدى نجاح وسائل

goal and without a specific purpose, and some of them are studied and planned with specific goals, and this quality is very dangerous, and the most important means of promoting and limiting rumors are the media, and quick response It is decisive for the rumor, through a reliable source and an official body, and through official data, accurate statistics, and people who testify to them with confidence, limiting the negative impact of rumors. **Keywords:** social networks, rumors, media, fighting rumors.

* مقدمة

تُعتبر الشائعات ظاهرة اجتماعية وتنتشر في كل المجتمعات، ويعكس تأثيرها على جوانب الحياة المختلفة في المجتمع بحسب أهداف تلك الشائعات، ولا يخلو أي مجتمع بشري من الشائعات،¹ ولا شك أن سرعة انتشار الشائعات وتبادلها وتناقلها بين افراد المجتمع أحد الوسائل الأساسية لاستهداف المجتمعات، ونتيجة التطور المستمر وتوافر المعلومات الهائل والتقدم العلمي والتكنولوجي أدت إلى زيادة خطورة الشائعات، وتعتبر البرامج الإلكترونية من اقوى وأسرع الوسائل للترويج وانتشار الشائعات.²

² هنداوي، السيد فتوح محمد. 2019. أثر الشائعات على أداء الجهاز الإداري للجولة وسبل مكافحتها، المؤتمر العلمي السادس بكلية الحقوق جامعة طنطا، مصر، ص 3.
³ هنداوي، السيد فتوح محمد، المرجع السابق، ص 3.

¹ هاشم، سامي محمد. 2003. الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ندوة الشائعات في عصر المعلومات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض، ص 55.

مكافحة الشائعات والوقاية من أخطارها في ظل وفرة وتطور وسائل الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي.

* أسئلة الدراسة

- 1- ما هي انواع الشائعات التي يتم نشرها؟
- 2- أهم أسباب الشائعات المنتشرة في المجتمع؟
- 3- ما أهداف نشر الشائعات في المجتمع؟
- 4- ما أهم الطرق التي تساعد في تخفيض معدل انتشار الشائعات؟

* أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على ما يأتي: -

- 1- انواع وأسباب انتشار الشائعات.
- 2- سرعة وتأثير انتشار الشائعات في المجتمع.
- 3- دور وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في الحد من انتشار الشائعات.

* أهمية الدراسة

- 1- من المؤمل أن تساعد هذه الدراسة في تسليط الضوء على الشائعات من حيث الأسباب والأنواع والدوافع والتقليل من آثارها السلبية.
- 2- ومن المؤمل أن يكون لها تأثيراً إيجابياً لدى القارئ في تلقيه للشائعات وكيفية التعامل معها.
- 3- أنها تناولت موضوعاً ذا أهمية في حياة كل مواطن لأن الشائعات تتعرض لها بشكل مستمر.
- 4- التأكيد على الخطورة الكامنة وراء الشائعات المنتشرة من خلال وسائل الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي.

* مصطلحات الدراسة

- 1- الإشاعة، شبكات التواصل الاجتماعي، وسائل الاعلام.
- 2- استدعت الدراسة تعريف المصطلحات الآتية:
- 3- **الإشاعة**: هي أخبار شفوية أو كتابية ومعلومات غير مؤكدة المصدر، وتظهر الإشاعة لتفسر موقف غامض بسبب غياب الأخبار الدقيقة والموضوعية الكاملة، وموضوع الإشاعة يدور حول شخص أو فكرة أو شيء ما، ويعتمد مدى انتشار الإشاعة على مدى مساس وقرب موضوعها من حياة الناس، وحالة وجود وضع غامض يحتاج إلى تفسير.⁴

- 4- **مواقع التواصل الاجتماعي**: عملية تواصل بين عدد من الناس كالأقارب أو الزملاء، أو جميعهم عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع.⁵

* منهجية الدراسة

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي من خلال عملية الاستنباط بعد الاطلاع على العديد من المراجع والأبحاث والدراسات السابقة والتقارير المختلفة وتحليل ما تحتويه من معلومات ومفاهيم تخص موضوع الدراسة بغية الوصول إلى اجابة لتساؤلات الدراسة واشكالياتها والخروج بنتائج وتوصيات علمية تخدم الدراسة.

⁵ مكاري، حسن عماد. 2006. الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 6، الدار المصرية اللبنانية، ص 397-398.

⁴ الفار، محمد جمال. 2010. المعجم الإعلامي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص 24.

* الدراسات السابقة

الدراسة: أن الشائعة تساعد على نشر الخصومة والعداوة والبغضاء بين أفراد المجتمع، ومن الآثار الاجتماعية للشائعات إيصال المجتمع إلى ذروة الاهتزاز، كما بينت الدراسة أن موقع تويتر مؤثر أساسي بترويج الشائعات وانتشار الإشاعة من خلاله أكثر سرعة منها على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

وقامت دراسة عابدين(2014)⁸ على دراسة الشائعات بين التحليل والمواجهة، ولقد ركزت الدراسة على مفهوم الشائعات العام وأعراضها وأركانها وأنواعها وكيفية تحليلها ومواجهتها، وظهرت الدراسة مجموعة من النتائج من أهمها: من الاغراض التي تسعى الشائعات إلى تحقيقها بليلة الرأي العام وإثارة الفرقة والعداء وتكدير الأمن العام، كذلك بينت الدراسة أن للشائعة أركاناً أساسية هي مروج الشائعة وملتقي الشائعة ومضمون الشائعة.

دراسة Liu and others (2014)⁹ استهدفت تحليل أسباب نشر الافراد الشائعات وترويجها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بعد حدوث الكارثة،

⁸ عابدين، سامي أحمد. 2014. الشائعات بين التحليل والمواجهة، مجلة الفكر الشرطي، مركز بحوث الشرطة القيادة العامة لشرطة الشارقة، الامارات.

⁹ Liu, Fang; Burton-Jones, Andrew; and Xu, Dongming, (2014) "RUMORS ON SOCIAL MEDIA IN DISASTERS: EXTENDING TRANSMISSION TO RETRANSMISSION", PACIS 2014.

أجرى السديري (2014)⁶ دراسة بعنوان مدى توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، ولقد اظهرت هذه الدراسة، أن لطفة مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة أي خبر مثير تُعتبر من اهم المعوقات التي تحد من توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات بدرجة مرتفعة جداً، وكذلك سهولة تأثر بعض مستخدمي الشبكات بما يُنشر من شائعات وضعف الأنظمة، واللوائح العقابية المطبقة ضد مروجي الشائعات.

دراسة الكرناف (2014)⁷ قامت على دراسة تصوراً استراتيجياً لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية، وهدفت إلى التعرف على طبيعة الشائعات الإلكترونية وطرق مكافحتها ومعرفة الآثار الاجتماعية والاقتصادية والنفسية لها، ووضع تصور استراتيجي لمكافحتها على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف حماية المجتمع السعودي، ومن أهم النتائج التي توصلت اليها

⁶ السديري، تركي عبدالعزيز. 2014 . توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

⁷ الكرناف، راند حزام.(2014). تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

المحور الأول: الإشاعة- التعريف، الأهداف، الأنواع،
الأساليب.

أولاً: تعريف الإشاعة

الشائعات لغوياً: ورد في لسان العرب لابن منظور: شاع
الخبر في الناس يشيع شيعاً وشيعاناً ومشاعاً وشيعوعة، فهو
شائع: انتشر وافترق وذاع وظهر، وإشاعة هو اشاع ذكر
الشيء: أطاره وأظهره، وقولهم: هذا خبر شائع، وقد شاع
في الناس، معناه قد اتصل بكل أحد، فاستوى علم الناس
به، ولم يكن علمه عند بعضهم دون بعض.¹⁰

الشائعات اصطلاحاً: هي محل خلاف، حسب طبيعة العلم
الذي يدرس الشائعة أياً كان نوعه، وربما يحدث خلاف
حول تعريف الشائعة داخل العلم الواحد باختلاف المنهج
المستخدم في الدراسة، وأشهر التعريفات الشائعة ينسب إلى
عالم الاجتماع الأمريكي "تي شيبوتاني" (T. Shibutani)،
الذي عد الشائعات أخبار ملفقة تتولد من نقاش جماعي.¹¹
الشائعات: أخبار يتناقلها الناس دون إمكانية التحقق من
صحتها، ويكون فيها مصدر الشائعات الذي يعمل على بناء
الإشاعة وترتيبها، ويكون هناك متلقي الشائعة الذي يعمل
على تلقيها، ويشترط لانتشار الشائعات رغبة المتلقي في
المعرفة ووجود دافع وفائدة لصاحب الشائعة.¹²

وكذلك تم دراسة العوامل التي تؤثر في نشر الشائعة بعد
انتشارها، وكذلك دراسة ما يحدث على الشائعة بعد تداولها
وبالذات في الكوارث الكبيرة، ولتحديد هذه الظاهرة تم
تطوير نموذج لنشر الشائعة في وسائل التواصل الاجتماعي
خلال الكوارث، وخلصت الدراسة إلى التوصل لنموذج
لتفسير العوامل المؤثرة في سرعة انتشار الشائعة في وسائل
التواصل الاجتماعي وقت الكوارث.

* تعقيب على الدراسات السابقة

تشابهت الدراسة مع الدراسات السابقة في بيان
أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، وفي بيان
اثر هذه المواقع و وسائل الإعلام في سرعة انتشار الشائعات،
وخطورة الشائعات، واختلفت هذه الدراسة عن الدراسات
السابقة في أنها جاءت بتوضيح مفصل عن الشائعات من حيث
تعريفها وايضاح كيفية انتشارها واساليب دحضها ومحاربتها،
كل هذا جاء بشكل مفصل وشامل.

* مخطط الدراسة

جاءت الدراسة ضمن محورين حتى اتمكن من
الإجابة على إشكالية الدراسة واستلها وتحقيق أهدافها،
كتالي:-

in Rumor Propagation Among Undergraduates' Community. In Proceedings of the 20th international conference on World Wide Web, p422.

¹⁰ ابن منظور. 1997. لسان العرب، دار صادر، بيروت، ص 394.
¹¹ نوبل كابفيرير، جان. 2007. الشائعات الوسيلة الاعلامية الأقدم في العالم، دار الساقي للطباعة والنشر، لندن، ص 20.
¹² Dayani, R.; Chhabra, N.; Kadian, T., & Kaushal, R. 2016. An Exploration of Twitter Role

ثانياً: أهداف الشائعات

هنالك أهداف مختلفة تسعى الشائعات لتحقيقها

منها إيجابية وأخرى سلبية:¹⁶

١- الأهداف الإيجابية: وتمثل هذه الاهداف لغايات ذات فوائد مختلفة مثل إخفاء النشاط العسكري، لغايات التقليل من شأن العدو.

٢- الأهداف السلبية: وتأتي من باب التمهيد لإحداث الإرهاب وأضعاف الروح المعنوية وتدمير النظام السياسي وإثارة الفتن وتعميق الخلاف، وتشويه سمعة الآخرين، وتدمير الاقتصاد القومي، وإشاعة البلبلة.

ثالثاً: طريقة ظهور الشائعات

هناك ثلاث مراحل تمر فيها الشائعة حتى تسري، وتنتشر بين عدد كبير من الناس، حسب رأي العالم الروسي

بايسو وهذه المراحل هي: - (خلف، 2009)¹⁷

١- الإدراك الانتقائي: بمعنى إدراك الحدث أو الخبر من جانب شخص أو عدة أشخاص، ويرجع اهتمام هؤلاء بالحدث أو الخبر لهدفه الاجتماعي وتأثيره في نفوسهم.

وُعُرِّفَت الشائعات أيضاً على أنها الترويج لخبر مفتعل، لا أساس له في الواقع، أو لخبر قُصِد من وراءه التهويل والمبالغة، أو التشويه في نقل خبر فيه جزء ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مخالف للواقع والحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي، تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق الدولة أو دول العالم.¹³

وتُعرف الشائعات كذلك بأنها نقل الأقوال الضارة وعديمة الفائدة، والحوادث الكاذبة، والترويج والتمهيد للأفكار السيئة، وتولد ضرراً جسيماً بالمجتمع من مختلف النواحي، في دينه وديناه وعلاقته وترابطه بغيره من المجتمعات.¹⁴

وتُعرف أيضاً: بأنها الحديث أو القول أو الخبر أو الرواية يتناقله الناس دون التأكد من صحة أو التحقق من صدقة، ويميل الناس إلى تصديق ما يسمعون دون محاولة للتأكد من صحته، ثم يروونه للغير، وقد يضيفون إليه بعض التفاصيل الجديدة.¹⁵

¹⁶ حجاب، محمد منير. 2007. الشائعات وطرق مواجهتها، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 100.

¹⁷ خلف، خلف جمال (2009). اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الشائعة وأثرها على التنمية السياسية في الضفة الغربية وقطاع غزة (حركتا فتح وحماس نموذجاً)، رسالة ماجستير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس. ص 25.

¹³ التهامي، مختار. 1982. الرأي العام والحرب النفسية، دار المعارف، القاهرة، ص 114.

¹⁴ الحذيفي، علي عبد الرحمن. 2003. الشائعات في عصر المعلومات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الامنية، مركز البحوث والدراسات، الرياض، ص 9.

¹⁵ حجاب، محمد منير. 2004. المؤسسة الإعلامية، ج 4، دار الفجر، القاهرة، ص 1425.

٢- التنقيح بالحذف والإضافة: لكي تتجانس العناصر المكونة للشائعة مع بعضها من جهة ومع ثقافة المجتمع من جهة أخرى.

٣- الاستيعاب النهائي والانطلاق والانتشار بين الجماهير: وذلك بعد أن تصبح مستساغة وسهلة الاستيعاب متماشية مع المعتقدات والأفكار والقيم السائدة في المجتمع. ويمكن احباط الشائعة من خلال إفقادها احدی عناصرها الرئيسية، وهما الغموض والأهمية، حيث تلجأ الجهات المتضررة إلى نفيها عبر وسائل الإعلام المتعددة لإزالة حالة الغموض واللغظ حول القضية، وتوجيه المواطنين إلى قلب الحقيقة.

رابعاً: الظروف المهيئة لانطلاق الشائعات

ترافق ظهور الإشاعة في العادة ظروف تعمل على هينة الجو لانتقال الشائعات، منها ما يلي: -¹⁸

١- الأزمات الاجتماعية: مثل الصحة والبيئة، والمأكل والمشرب، والمسكن، بحيث تشكل عبئ اجتماعي سواء على مستوى الفرد أم الجماعة وتفشي الفقر والبطالة.

٢- الأزمات السياسية والفراغ الإداري، والسلوك القيادي، ومحمل الحراك السياسي المجتمعي، الذي تمارسه الأحزاب والتنظيمات والنقابات، وخاصة عندما تأخذ منحى مخالف لمسيرة الناس وتطلعاتهم وتمنياتهم.

٣- الصراعات المسلحة: والتي ترافق الحروب، والإرهاب، وبعض حالات التطرف الديني والعرفي.

٤- الأزمات الاقتصادية: وما يرافقها من ارتفاع في أسعار المحروقات، وارتفاع أسعار المواد الغذائية وهبوط أسهم البورصات العالمية، واشتعال محرك الأسواق العقارية ما بين ارتفاع وهبوط، والقوانين العمالية، وفي المواسم السياحية، فبعض الشائعات تهدف لشل الحركة السياحية، وهناك منها الإيجابي الذي يندرج ضمن الترويج لتشجيع السياحة الخارجية والمحلية.

٥- محاولة تسليية والهاء الجزء الأكثر منعمامة الشعب بقصص مختلفة أو تسالي أو أخبار، لتمرير حدث سياسي معين أو سن تشريعات وقوانين لها تماس مباشر في حياتهم، وفي الاغلب تظهر هذه الشائعات قبل الانتخابات، أو تعيينات الدولة في المناصب الإدارية، وكلما مست الشائعات أوتار حساسة في حياة الناس كانت أوسع وأسرع انتشاراً.

خامساً: أنواع الشائعات

تُعتبر الشائعات من أخطر أنواع الحروب المعنوية والنفسية، بل من أشد الأسلحة واعظمها تدميراً وتأثيراً ووقعاً على النفس، وليس من باب المبالغة عندما تعتبر الشائعات ظاهرة اجتماعية عالمية، ترمي بخطورتها على كافة المجتمعات البشرية، فالشائعات كثيرة الأنواع، ويصعب حصرها بأنواع محدده فهي تختلف حسب نوع الدراسة أو البحث وتختلف أنواعها تبعاً لأثارها ودوافعها وتبعاً للمجتمع والبيئة التي تظهر من خلالها، وبالتالي فالأنواع لكل دارس تأتي حسب الزاوية التي ينظر إليها للإشاعة، وعليه لا يمكن تحديد أنواع وأصناف

¹⁸ الكايد، هاني. 2009. الإشاعة والمفاهيم والأهداف والآثار، دار الرواية للنشر والتوزيع، عمان، ص 67.

ثابته للشائعات، والسبب في ذلك إلى يرجع لعدم الاتفاق بين المختصين في مجال الشائعات على تعريف محدد لها.¹⁹

* أصناف الشائعات حسب علماء النفس

١- شائعات الخوف: والهدف من هذا الصنف خلق جو من الإثارة والقلق ودب الرعب في نفوس افراد المجتمع المستهدف من الإشاعة.²⁰

٢- شائعات الأمل: وهي الشائعات التي تتناول قضايا مختلفة، وتنتشر عادة في حالات الأزمات والكوارث والحروب بشكل واسع، وتكون تُعبر عن أمان وأحلام مروجيها والتي يتمنون أن تتحقق وتكون حقيقة واقعة.²¹

٣- شائعات الحقد: تعتبر من أشد وأخطر أنواع الشائعات فهي تسعى لدب الخلاف والوقية بين الطوائف الدينية والمذهبية والقومية من أجل ضرب الوحدة الوطنية، بغية الوصول إلى تحطيم معنويات الشعب، وفي الغالب يكون مروجي هذه الشائعات من العملاء والجواسيس والطابور الخامس.²²

* الشائعات من حيث سرعة انتشارها

١- الشائعات الاندفاعية: هذا النوع من الشائعات يجتاح المجتمع في وقت سريع جداً وقصير وتحمل في طياتها إشاعات تحض على العنف أو إشاعات الحوادث أو الكوارث أو النصر الحاسم في وقت الحرب، لذا انتشارها سريعاً، فهي تتعلق بوعيد أو بوعد مباشر.²³

٢- الشائعات الحايبة(البطيئة): هذه الشائعات سميت الحايبة نظراً لبطء انتشارها، فهي تنتشر في جو من السرية، وبالرغم من سريتها وبتطنها تصل لكل فرد كالشائعات العدائية أو الدائرة حول الشخصيات الرسمية.²⁴

٣- الشائعات الغاطسة: هي الشائعات التي تنتشر لفترة ثم تغطس، أو تنسى لفترة ما ثم تعود فتطفو من جديد في وقت لاحق، حين تسمح الظروف لها.²⁵

* الشائعات من حيث مصدرها²⁶

١- الشائعات شخصية: يهدف مروجي هذا النوع من الشائعات إلى تحقيق وجني مكاسب شخصية، أو الحصول

19 نوفل، احمد. 1988. الإشاعة، طبعة 4، دار الفرقان، عمان، الأردن، 78.

20 العبد، عاطف عدلي. 2003. الدعاية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، ص76.

21 القحطاني، محمد دغش. 1418هـ. الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع، دار طويق للنشر والتوزيع، الرياض، ص46.

22 الحربي، ناصر بن جهز. 1412هـ. الشائعات وعلاقتها ببعض سمات الشخصية لدى عينة من طلاب مدينة الطائف، رسالة ماجستير، جامعة ام القرى، ص20.

23 القحطاني، محمد دغش. 1418هـ. الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع، مرجع سابق، ص29.

24 العبيوطي، احمد جبريل. 2015. دور الحس الأمني في محاربة الشائعات، رسالة ماجستير، جامعة الرباط الوطني، 29.

25 سكري، رفيق. 1991. دراسة في الراي العام والاعلام والدعاية، جروس برس، لبنان، ص 182-183.

26 محمد، عبد الرؤف محمد. 2019. دور الاعلام في مكافحة الشائعات، بحث منشور، جامعة طنطا، مصر، ص 16.

على مراكز وظيفية أو اجتماعية مرموقة، ولذا فإنها تُعتبر من الشائعات الحاملة.

٢- الشائعات المحلية: وعادة ما تكون في نفس البلد ويكون محورها يدور حول القضايا الخاصة ببلد معين.

٣- الشائعات القومية: وتدور هذه الشائعات حول القضايا القومية العامة، والأزمات التي تواجهها، وعوامل التدهور والانحطاط، أو نواحي القوة والقدرة على مواجهة التحديات. ٤- الشائعات الدولية: وهي الشائعات التي تنتشر عند حدوث الأزمات الدولية والعالمية وانتشار الأوبئة أو الكوارث الطبيعية.

* الشائعات من حيث دلالتها الوظيفية²⁷

١- الشائعات العدوانية: وعادة ما تطلق هذه الشائعات من خلال الحكايات المفروضة التي يُطلقها البعض في لباس فكاهي وتُعبّر في أغلب الأحيان عن الكراهية أو العنصرية مثل تحقير الزنوج أو السود.

٢- الشائعات المحايدة: هي تلك الشائعات التي بالعادة تكون مصحوبة بشحن انفعالية ووجدانية قوية، وتنتشر في بيئات القلق والاضطراب، لذا فالشائعات التي تختص بحالة معينة، ولا أهمية لها بالنسبة للجمهور، لا تنتشر وإنما تبقى في نطاق ضيق جداً.

٣- الشائعات الفكاهية: في العادة يكون هنالك علاقة وطيدة بين الشائعات والفكاهات لأنهما غالباً لا تستهدفان

الحصول على التصديق بقدر إثارة الضحك والتعبير عن المشاعر الحميمية.

سادساً: أساليب ترويح الشائعات²⁸

هنالك العديد من الأساليب التي يستخدمها مروجي الاشاعات منها:-

١- التكرار: اسلوب يستخدم فيه عادة تكرار بث ونشر نفسها الشائعة بين حين والآخر، خاصة عندما يكون الواقع مفروضاً على المجتمع وبنفس الوقت مفروضاً من قبلهم.

٢- العقيدة والدين: يعتبر اسلوباً خطراً جداً قد يصل إلى أعماق المجتمع، ويحدث التأثير الذي يهدف مصدر الشائعة إلى الوصول اليه، فهو يُركز على عقائد الإنسان وثوابت الدين، ويحاول الوصول من خلالها إلى مصالحه وأهدافه.

٣- العاطفة والاستعطاف: اسلوب يُستخدم للتأثير في نفوس الآخرين، من خلال توظيف مفردات تمس العاطفة، بقصد استعطاف الآخرين من أجل الوصول الى الغاية المنشود.

٤- الشعارات: عبارة عن كلمات وجمل بسيطة، تصدرها في الغالب قيادات الأحزاب والحركات السياسية والاجتماعية، وبعض المنظمات ثم يرددها جمهوره، والشعب، وفي بعض الاوقات يتم الاستعانة في هذه الحالة بالأغاني والأناشيد والقصائد الشعرية.

٥- الاختيار: يتم اتباع هذا الاسلوب في العديد من الدول، حيث يتم نشر الشائعات بهدف استطلاع الرأي العام لمعرفة ما يفكر به الناس حول موضوع ما.

²⁷ محمد، عبد الرؤف محمد. 2019. المرج السابق، ص 17.

²⁸ الكايد، هاني. 2009. الإشاعة المفاهيم والأهداف والآثار، دار الرواية للنشر والتوزيع، عمان، ص 62-66.

المحور الثاني: الوسائل والطرق العملية والوقائية لصد

الشائعات ومكافحة انتشارها

أولاً: طرق مواجهة الشائعة والسيطرة عليها²⁹

نسمع ونشاهد عبر الوسائل المختلفة وبشكل يومي للكثير من الشائعات الهدامة التي تعمل على إثارت الرعب والخوف والشك والبلبله والكرهية والحقد واليأس في نفوسنا، لذلك يجب علينا أن نتعلم كيف نحد من انتشار تلك الشائعات والسيطرة عليها وقتلها في مهدها ومقاومتها بشكل فعلي وكما يقال الوقاية خير من العلاج.

وهنالك العديد من الخطوات التي يجب اتخاذها لمقاومات الشائعات ومنها:-

١- التأكد والتثبت من مصدر الشائعة: وتعتبر الخطوة الأولى في مقاومة الشائعة، فيجب معرفة مصدر الشائعة بدقة حتى نستطيع من تنفيذها ودحضها عن معرفة وعلم وقوة.

٢- عدم نقل الشائعة لأنها قد تؤدي إلى تفكيك وأضعاف الجبهة الداخلية والخارجية وزرع البلبله في الرأي العام وتوتر نفسي لدى أفراد المجتمع، فالأول التروي والتدبر للشائعة قبل نشرها لأنها وباء خطير قد يتسبب بالدمار على الفرد والأسرة والمجتمع والرجوع إلى الجهات الرسمية للتأكد قبل نشر الأخبار.

السرعة في الرد على الشائعة: لأن السرعة في الرد دليل على النفي وعدم الاثبات والتأخير في الرد والنفي يعني إثباتها وتأكيدتها، ولرد عليها يجب اتخاذ الخطوات التالية: -

٦- الاختلاق: يُقصد بذلك نشر أخبار أو تصريحات ليس لها أساس من الصحة، بل مفتعلة بغية تحقيق أهداف لصالح مفتعلها.

٧- الاستنكار: اسلوب شائع وذكي يتم من خلاله أستخدم محتوى يُثير عند الآخرين تحفيزاً استنكارياً، مما يدفعهم إلى استقبال الشائعة وترويجها أو الوقوف ضدها في الحالات المعاكسة.

٨- التريبة: من الأساليب الشائعة التي يتم استخدامها في المجتمعات التي يكثر فيها انتشار المعتقدات والقصص الخرافية، وتستخدم بعض الأسر الإشاعات المعتمدة على الأساطير والخرافات، خاصة مع الصغار في سن الطفولة لزرع الخوف والرعب ويستمر تتناقلها مع الأجيال.

٩- الأسلوب الفني: ويهدف هذا الاسلوب إلى التصدي ضد الثقافات الأخرى الدخيلة على المجتمع والتي وصلت اليه بسبب التكنولوجيا، وبالعادة تسعى هذه الثقافات لتحقيق أهداف معينة، تم صياغتها وفق قوالب اعلامية معينة، وبأشكال جميلة وجذابة لإشاعة مفاهيمهم وقيمهم الغريبة، عن مجتمعنا مثل التشبه بملابسهم وشعائرهم وسلوكياتهم الاجتماعية، والتجاوز على حرمت الدين والعقدية والناس، وزعزعة الأمن النفسي و اشاعة الخوف وغير ذلك من الثقافات الدخيلة على مجتمعنا والتي ترمي لزعزعة النسيج المجتمعي.

²⁹ أبو عرقوب، إبراهيم أحمد . 1994. سيكولوجية الشائعة، عمان، دار الثقافة، ص 39-44.

أ- تحليل الشائعة من حيث المصدر والقوة وضعفها وخطورتها قب الرد عليها ونفيها.

ب- تجاهل الشائعة إذا كانت بسيطة فأحياناً الرد يعطيها قيمة.

ج- إذا كانت الشائعة قوية يجب الرد عليها بأسلوب لبق وطريقة غير مباشرة دون ذكر موضوع الشائعة الأصلي أو كشف مصدرها أو مروجيها.

د- من يتولى الرد على الشائعة وتكذيبها ونفيها يجب أن يكون من الشخصيات المسؤولة والتي تتسم بالمصداقية لدى المجتمع.

٤- نشر الأخبار الدقيقة والموضوعية والشاملة: فنشر الأخبار حول أي موقف على أوسع مدى في جميع وسائل الإعلام، فالشائعة تنتشر إذا فقد الخبر وتموت وتنتهي بظهور الخبر الحقيقي والصحيح، كما يجب بناء الثقة في المسؤولين وما يصدر عنهم من بلاغات رسمية لأنهم أعرف الناس بحقائق الأمور وبواطنها.

٥- إنشاء مركز للسيطرة على الشائعات: ويتم ذلك من خلال إنشاء عيادات متخصصة لتشخيص الشائعات وعلاجها، لهدف تحديد مصدر ومحتوى ومروج الشائعة ونفيها على أساس علمي معرفي ومدروس.

ثانياً: الأساليب الإدارية لمكافحة الشائعات³⁰

يجب على الجهة الإدارية أن تمتلك القدرة الكافية في التعامل السريع والفوري مع كافة أنواع الشائعات والتصدي لها لتجنب آثارها، وكل ما كان التعامل مع الشائعة سريعاً كل ما كان التعامل أكثر فعالية، وبالرغم من أن الشائعات لا تعتمد على أدلة تؤكدها بشكل قاطع إلا أنها تفعل فعلها وتُحقق آثارها خاصة عندما تكون ناتجة عن حملة مُنظمة ومُخططة ومدروسة من قبل هيئات أو منظمات يتوفر لديها المعلومات الكافية التي تساعد على تحقيق أهدافها المرسومة والمُحددة بدقة وعناية.

وبسبب الشائعات قد يتغير أو يتبدل مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم داخل المجتمع، وربما يبتعد الناس عن شراء منتجات معينة أو التوقف عن زيارة أماكن معينة، وكذلك تؤثر على الروح المعنوية لموظفي الدولة وربما تُروج للخطر وعدم الرضاء وفقد الانتماء الوظيفي ما لم يتم تداركها.

وعلى الجهات الإدارية وضع إجراءات استباقية

للتعامل مع الشائعات تلجأ لتحديثها

وتطويرها، وكذلك تطوير أساليب التواصل

الفعال مع الموظفين لتمكين من محاربة أي شائعات مبنية

على معلومات غير صحيحة وغير دقيقة.

³⁰ هنداوي، السيد فتوح محمد. 2019. أثر الشائعات على أداء الجهاز الإداري للجولة وسبل مكافحتها، المؤتمر العلمي السادس بكلية الحقوق جامعة طنطا، مصر، ص 22-19.

وتستطيع الإدارة حصر الأساليب الإدارية التي يمكن من خلالها التعامل مع الشائعات، ورصدها واكتشافها وإبلاغ المسؤولين، كما يمكن الإدارة تشكيل وحدة خاصة للتعامل مع الشائعات، وتوعية الموظفين وتقديم الإيضاحات للمواطنين، وتوجد اجراءات عديدة تساعد في منع حدوث الشائعات، ومُجابهة أثارها في حال حدوثها والسيطرة عليها نورد منها ما يلي -

١- التأكيد على الإدارة بضرورة التوعية المستمرة من خطورة الشائعات: على الإدارة العمل على تعزيز التوعية بين الموظفين وبيان خطورة الشائعات على سير العمل في مختلف المستويات الإدارية بكافة الطرق والوسائل المباشرة وغير المباشرة.

٢- الشفافية الإدارية: عندما تقوم الإدارة باتباع اسلوب الشفافية والمُصارحة في بيئة العمل، فهذا بذلك تستطيع التعامل مع الإشاعة بسهولة من خلال الاجتماعات مع الموظفين وتوضيح الصورة.

٣- ضرورة إثبات كذب الإشاعة بالطرق الرسمية: يجب على الإدارة أن تقوم وبشكل رسمي إصدار تكذيب للإشاعة لمنع انتشارها، يشمل هذا الاصدار أرقاماً وإحصائيات توضح موقفها من هذه الإشاعات وتكذيبها ويتم الإعلان عنها بكافة الوسائل المتاحة بما فيها الأماكن المُخصصة للإعلانات.

٤- تعزيز الانتماء الوطني لدي الموظفين: من أفضل الطرق التي تتبعها الإدارة لمقاومة الشائعات هي تعزيز الانتماء لدى موظفيها، فهي بذلك تجعل بيئة العمل سليمة وتنمي انتماءه وعليه سوف يرفض أن يشارك في أي شائعات هدامة.

٥- رسم الحدود للموظفين: بمعنى على الإدارة أن تُبين بشكل واضح لكل موظف الحدود الوظيفية له بحيث لا يتجاوز على الآخرين مما شأنه خلق جو مودة وهدوء والابتعاد عن الاجواء المشحونة التي تساعد على إنشاء وحلق الشائعات والسماح بسماعها.

٦- السرعة في الرد علي الشائعة وتكذيبها: في هذه الحالة يجب أن يكون المصدر المُكذّب للشائعة صادقاً ومسئولاً يمتاز بالثقة ومتخصص بالأدلة والإحصائيات، وتُنشر الحقائق الصحيحة بالإحصائيات لتكذيب الأخبار المزيفة والتلميح في الرد للشائعة من ذكرها المبار وذلك بعدم تكرار ألفاظ الشائعة، وفي حالة النشر تستبعد العبارة المُلققة، بحيث يتم ذكر الشائعة من خلال سياق الحديث والرد من خلال الأفكار والأدلة والبراهين المؤكدة، والاعتراف بالحقيقة وذكرها يُعتبر أول الخطوات في معالجة الأزمات وتجاوزها، ويتم ذلك من خلال توضيح عنصري الغموض العام والقابلية للتصديق.

٧- التأكيد على الموظفين ضرورة التجاهل والإهمال للشائعات: لأن التوقف عن متابعة الشائعات مع توفر المعلومات الصحيحة والدقيقة؛ يُحد من انتشارها، وبين عدم أهميتها؛ فلا أحد ينشرها أو يتحدث بها، والعمل على اتخاذ آليات تحد من عمل مروج الشائعات وتدمير مصدر الشائعات وإظهار مدى كذبها.

٨- ضرورة وجود وحدة أو إدارة للشائعات: مسؤولية هذه الوحدة تفقد وتتبع الشائعات من خلال تخصيص مساحة تخصص لها في وسائل الإعلام، فُتحللها بدقة وترد عليها، وهذا هو المعمول به في مقاومة شائعات الإنترنت؛

فيخصص موقعٌ موثوقٌ به يتضمَّن عدد من المتخصصين في الكشف والتحليل والرد على الشائعات، والتحذير منها.

ثالثاً: تفعيل شبكات التواصل في مواجهة الشائعات

لغاية الاستفادة من توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية ضد مخاطر الشائعات، يجب العمل على تطوير استخدام التقنيات الحديثة في رصد وتتبع مصادر ترويج الشائعات للتعرف على مواقعهم وإغلاقها وإلقاء القبض عليهم، كما يجب العمل على استضافة العلماء والمتخصصين للتوضيح لمستخدمي الشبكات بالمخاطر الدينية والاجتماعية والاقتصادية لنشر الشائعات حتى لو كانت على سبيل المزاح والفكاهة، ويمكن الاستعانة بالمؤسسات الدينية في مكافحة نشر الشائعات الهدامة وتوضيح إثم هذه الشائعات من الوجه الشرعي مع الأخذ بالدور التربوي للمؤسسات التعليمية لتساهم بفعالية في غرس القيم المناوئة لنشر الشائعات.³¹

رابعاً: طرق مواجهة الشائعات عند علماء النفس

يلعب الإعلام دوراً هاماً في توعية الأفراد بالمخاطر التي تهدد مصالح الأمة وتعرضها للخطر بسبب الشائعات، وذلك من خلال العمل على مساعدة المجتمع في فهم الشائعات وأساليبها وطرق ترويجها وطبيعة الأشخاص القائمين عليها ووسائلهم واساليبهم المختلفة ومعرفة الظروف التي ساعدت على انتشارها ومتابعة

حركتها في الأوساط الاجتماعية، وهناك توافق بين العلماء المهتمون بموضوع الشائعات وخاصة علماء النفس على أن طرق مواجهة الشائعات هي: -³²

١- **عبادة الشائعات**: يتم في هذه الطريقة العمل على تخصيص مساحة مناسبة في الصحف اليومية، أو برنامج إذاعي أو تليفزيوني، بحيث يتم تحليل الشائعات نفسياً واجتماعياً، ومنطقياً، تحليلاً متكاملًا وتفنيداً بطريقة علمية وبحجج قوية ومقنعة.

٢- **التكذيب**: يتم عادة من خلال وسائل الإعلام ويجب عدم استخدام الفاظ الشائعات نفسها، ويجب أن يصدر التكذيب من شخصيات بارزة ذات ثقل في المجتمع.

٣- **إطلاق شائعات مضادة**: يحتاج إطلاق الشائعة إلى جهود مكثفة وعالية وقدرات عقلية متطورة واشخاص يمتلكون القدرة في التأثير على الناس والرأي العام.

٤- **عرقلة الوسائل التي يستخدمها المنافس**: ويتم ذلك على سبيل المثال من خلال قطع الاتصالات بالعالم الخارجي، ولكن يمكن أن يؤدي هذا إلى فقدان الثقة في الوسيلة الإعلامية الوطنية.

* الخاتمة

وفي نهاية الدراسة توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات نوردتها تالياً:-

³² الفتوح، عبد القادر بن عبد الله، 2003. الشائعات في عصر المعلومات، ط1، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، مركز البحوث والدراسات، ص175.

³¹ M. Nekovee and others ,2007. Theory of rumour spreading in complex social networks, Physica A 374 (2007). p 457-470.

أولاً: النتائج

١- الشائعات أنواع متعددة منها ما يتم تناقله وانتشاره دون قصد ولا هدف وبدون غرض معين، ومنها مدروسة ومخطط لها وذات أهداف معينة وهذه النوعية خطيره جداً.

٢- لا يمكن تحديد عدد معين لأنواع وأصناف الشائعات، وذلك لعدم الاتفاق بين المتخصصين في مجال الشائعات على تعريف محدد للشائعات، وكل باحث له اهتماماته ويصنفها حسب دراسة، وأيضاً لاختلاف البيئات التي تظهر فيها الشائعات، وكذلك اختلاف الدافع والأثر للشائعة في كل مجتمع، وكذلك التقدم التكنولوجي السريع.

٣- إن من أهم وسائل ترويج الإشاعة الإعلام، ومن أهم وسائل الحد من خطر الإشاعة الإعلام، وذلك بالرد السريع والحاسم على الإشاعة.

٤- الرد السريع على الشائعات من خلال مصدر موثوق وجهة رسمية ومن خلال بيانات رسمية وإحصائيات دقيقة، وأشخاص يشهد لهم بالثقة يحد من تأثيرها السلبي.

ثانياً: التوصيات

١- العمل على إقامة ورشات عمل وندوات عمل تناقش موضوع الشائعات وكيفية التعامل معها من خلال مؤسسات المجتمع المحلي المختلفة.

٢- ضرورة توعية الشباب وتنمية حرصهم في التأكد من صحة المعلومات والأخبار والتحقق منها والمنتشرة على شبكات التواصل.

٣- ضرورة مسايرة التطوير التكنولوجي في سبل منع ومكافحة الشائعات، لمواجهة الأساليب الحديثة في انتشار الشائعات.

٤- نشر الحقائق وعدم التعتيم الإعلامي على الأخبار الحقيقية إلا ما كان يتعلق بالآداب والأخلاق العامة.

* المراجع

أولاً- المراجع العربية

ابن منظور. 1997. لسان العرب، دار صادر، بيروت.

ابو عرقوب، إبراهيم أحمد. (1994). سيكولوجية

الشائعات، عمان، دار الثقافة.

تركي عبد العزيز..(2014) توظيف شبكات التواصل

الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر

الشائعات، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم

الأمنية.

التهامي، مختار. (1982). الرأي العام والحرب النفسية، دار

المعارف، القاهرة.

حجاب، محمد منير. (2007). الشائعات وطرق مواجهتها،

دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة.

حجاب، محمد منير. (2004). المؤسسة الإعلامية، ج4، دار

الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

الحديفي، علي عبد الرحمن. (2003). الشائعات في عصر

المعلومات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الامنية،

مركز البحوث والدراسات، الرياض.

الحربي، ناصر بن جهز. (1412هـ). الشائعات وعلاقتها

ببعض سمات الشخصية لدى عينة من طلاب مدينة

الطائف، رسالة ماجستير، جامعة ام القرى.

خلف، خلف جمال (2009). اعتماد الصحافة الحزبية

الفلسطينية على الشائعة وأثرها على التنمية

الكرناف، رائد حزام. (2014). تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

محمد، عبد الرؤف محمد. 2019. دور الإعلام في مكافحة الشائعات، بحث منشور، جامعة طنطا، مصر.

مكاوي، حسن عماد. (2006). الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، الدار المصرية اللبنانية.

نوفل، احمد. (1988). الإشاعة، طبعة 4، دار الفرقان، عمان، الأردن.

نويل كافييرير، جان. (2007). الشائعات الوسيلة الاعلامية الأقدم في العالم، دار الساقى للطباعة والنشر، لندن.

هاشم، سامي محمد. (2003). الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ندوة الشائعات في عصر المعلومات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض.

هنداوي، السيد فتوح محمد. (2019). أثر الشائعات على أداء الجهاز الإداري للجولة وسبل مكافحتها، المؤتمر العلمي السادس بكلية الحقوق جامعة طنطا، مصر.

ثانياً- المراجع الأجنبية

Dayani, R.; Chhabra, N.; Kadian, T., & Kaushal, R. (2016). *An Exploration of Twitter Role in Rumor Propagation Among Undergraduates' Community*. In Proceedings of the 20th

السياسية في الضفة الغربية وقطاع غزة (حركتنا فتح وحماس نموذجاً)، رسالة ماجستير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس.

السديري، تركي عبدالعزيز. 2014. توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

سكري، رفيق. (1991). دراسة في الرأي العام والاعلام والدعاية، جروس برس، لبنان.

العبد، عاطف عدلي. 2003. الدعاية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة.

عابدين، سامي أحمد. 2014. الشائعات بين التحليل والمواجهة، مجلة الفكر الشرطي، مركز بحوث الشرطة القيادة العامة لشرطة الشارقة، الامارات.

العيوطي، احمد جبريل. (2015). دور الحس الأمني في محاربة الشائعات، رسالة ماجستير، جامعة الرباط الوطني.

الفار، محمد جمال. (2010). المعجم الإعلامي، عمان، دار أسامه للنشر والتوزيع.

الفتوح، عبد القادر بن عبد الله. (2003). الشائعات في عصر المعلومات، ط1، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، مركز البحوث والدراسات.

القحطاني، حمد دغش. (1418هـ). الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع، دار طويق للنشر والتوزيع، الرياض.

الكايد، هاني. (2009). الإشاعة والمفاهيم والأهداف والآثار، دار الرواية للنشر والتوزيع، عمان.

international conference on
World Wide Web.

Liu, Fang; Burton-Jones, Andrew; and
Xu, Dongming, (2014)

"RUMORS ON SOCIAL
MEDIA IN DISASTERS:
EXTENDING TRANSMISSION
TO RETRANSMISSION",
PACIS 2014.

M. Nekovee and others ,2007. *Theory
of rumour spreading in
complex social networks*,
Physica A 374 (2007) 457–470