

چگونه از دام شایعات بگریزیم؟

شایعه، پرداختن به موضوعی است که ملاک‌های اطمینان بخشی برای رسیدگی به صحت آن وجود ندارد.



شایعه، پرداختن به موضوعی است که ملاک‌های اطمینان بخشی برای رسیدگی به صحت آن وجود ندارد. در علم ارتباطات به گفتمان‌های غیررسمی و نامعتبر که بدون بررسی نهایی با دست به دست شدن در هر مرحله دچار تحریف شده است شایعه می‌گویند.

به گزارش ایسنا، روزنامه «جوان» در ادامه نوشت: گاهی این تحریف‌ها و دستکاری‌های اطلاعاتی به حدی زیاد است که وقتی نفر آخر پیام را دریافت می‌کند هیچ شباهتی به پیام اولیه ندارد. این یک پدیده اجتماعی مخرب است که در جامعه ایران هر روز به طرفدارانش افزوده می‌شود. ولی چرا شایعه شکل می‌گیرد؟ چرا بسیاری از مردم یا سازمان‌ها و نهادها از نقطه ضعف شایعه پراکنی و علاقه مردم به کسب خبر برای رسیدن به اهداف خود سوءاستفاده می‌کنند؟ چگونه با در دست داشتن افسار احساس جامعه آن‌ها را برای پذیرش شایعه آماده می‌کنند؟ به نظر می‌رسد این پدیده بیش از آنکه در حد یک شایعه فامیلی یا در حد شهر باشد، در حد یک جامعه گسترش یافته است و مخاطبان خود را به این شیوه از دریافت خبر ولو به دروغ یا اغراق شده سوق می‌دهند. کسی که شایعه ساز است و آن کس که به پراکندن آن در جامعه دامن می‌زند بهتر از هر کس می‌تواند این پدیده را تحلیل کند. گاهی پاسخ در میان حرف‌های عامیانه مردمی است که ناخودآگاه اسیر شایعات می‌شوند و بیش از همه آسیب می‌بینند.

منبع خبری معتبر نداریم

سمانه حلی/ ۴۳ ساله/ خانه دار

سمانه می‌گوید علت اصلی شایعه، وجود نداشتن منبع خبری معتبر است. او می‌گوید اوضاع کرونا نگرانش کرده است و نمی‌داند در مورد مدرسه رفتن بچه‌هایش موضع درست و منطقی بگیرد. از شایعات و حرف و حدیث‌هایی که پشت این بازگشایی است می‌ترسد. شنیده مدرسه‌ها به خاطر مافیای مدارس غیر انتفاعی باز شده‌اند ولی اوضاع همچنان قرمز است. کمی بعد گفته‌اند مدارس را باز می‌کنند تا بازار لوازم التحریر از رکود خارج شود و کمی بعد مدارس بسته می‌شود. او می‌گوید منبع خبری موثق که شفاف پاسخ مردم را بدهد اندک است و اخبار و نظریات شخصی بسیار متنوع است. ویروس در همه جای جهان یک پروسه ابتلا دارد ولی وقتی پای حرف‌ها که می‌نشینی ترس به جانت می‌افتد. یکی می‌گوید پنجره‌ها را ببند. یکی می‌گوید روزانه یک سیر خام بخور. سر سفره همسر نمی‌گذارد ماست بخوریم و می‌گوید طبعش سرد بوده و برای کرونا بد است. یکی می‌گوید شیشه شیشه الکل برای ضد عفونی می‌خورد دیگری می‌گوید شوینده و الکل بیشتر تنفس را دچار اشکال می‌کند. یک پزشک بر اساس باورهای خود به آشنای خود توصیه می‌کند فعالیت‌های اجتماعی را ادامه دهد. از خود قرنطینگی و حتی رفتن به درمانگاه خودداری کند و در عوض ایمنی بدن را با تأمین ویتامین‌های ضروری افزایش دهد. حال این آشنای دکتر زبان به زبان حرف را با اندکی تغییر به نفر بعدی انتقال می‌دهد. نفر آخر وقتی شایعه را می‌شنود دیگر تقریباً چیزی از اصل حرف باقی نمانده است. می‌شنود که من جایی خوانده‌ام درمان و قرنطینه حرف است و خدا نکند مبتلا شوی. با این حساب کارت ساخته است.

شما به نحوه مخابره اطلاعات توجه کنید. به یکی از دوستانم تلفنی گفتم حال پدرم خوب نیست و برایش دعا کند. پرسید کروناست و من صراحتاً گفتم دکتر برایش تست نوشت ولی خوشبختانه منفی بود. آن دوستم ادامه حرف‌هایم را نشنید. ظاهراً همان کلمه کرونا برای ذهنش آشنا بود. پدر من چند روز بعد بر اثر عارضه قلبی در حالی که بستری بود فوت کرد. آن وقت تازه فهمیدیم یک شهر دهان به دهان چرخیده که پدرم کرونا داشته و الان ما همه ناقل هستیم و اوضاع خیلی خطرناک است و ...

ما بسیاری از مواقع اطلاعاتی را که دلمان می‌خواهد مخابره می‌کنیم نه آنچه واقعیت است. فرض کنید آمار فوتی‌های کرونا ۱۵۰ نفر است. ولی ما می‌خواهیم اوضاع را حادثر نشان دهیم و اضطراب خود را در قالب اعداد و رقم به مخاطب منتقل کنیم. یا شفاهی تعداد فوتی‌ها را زیاد می‌کنیم یا اگر منبع خبری مان رسانه است، آن‌ها را متهم به دروغ‌گویی می‌کنیم و اصرار داریم بگوییم همه دروغ می‌گویند و فقط اطلاعات ما دقیق است.

با هر شایعه ای به فروشگاه ها حمله نکنید

رضا محبی / ۴۷ ساله / فروشنده

او فروشنده یک فروشگاه بزرگ است و موقع گفتگو حسابی خسته به نظر می رسد. او شایعه پراکنی در مورد نایاب یا گران شدن محصولات را بسیار جدی می داند و معتقد است مردم هنوز راهکار درستی برای مبارزه با این شایعات ندارند و تنها راهی که به ذهنشان می رسد این است که به فروشگاه ها هجوم ببرند و مواد مورد نیاز خود را برای مدتی طولانی تهیه کنند. او می گوید سود این شایعات به جیب تولیدکننده ها می رود و مردم بدون اینکه بدانند، خزانه خود را یکجا خالی می کنند و تصور کنید مردم مگر چقدر پودر شوینده مصرف می کنند؟ تعداد و میزان مصرف هر خانوار مشخص است. دوستی می رود فروشگاه و با قفسه خالی پودر مواجه می شود. وقتی علت را می پرسد می گویند شرکت فعلاً تولید ندارد. مشتری ناخودآگاه می پذیرد که علت این نبودن ها تصمیم برای گرانی است. طوری خرید می کند انگار قرار است دچار قحطی شوینده شویم. خب این برند نشد برند دیگری حتماً تولید خواهد کرد. این هجوم های ناگهانی مردم به قفسه فروشگاه ها برای محصولات مختلف نتیجه شایعه پراکنی هایی است که اغلب مواقع با هدف و هوشیارانه در بین مردم رواج داده می شود. اصلاً خیلی از بازارها روی دست شایعه می چرخد. شایعه می کنند فلان جنس قرار است نایاب یا به شدت گران شود. مردم برای خرید هجوم می آورند. شما به سایت ثبت نام خودرو توجه کنید. یا روزی که شایعه کردند پمپ بنزین ها تعطیل می شود همه شبانه به جایگاه های سوخت سرازیر شدند و باک ها را تا می شد پر کردند. به نظرم شایعات اقتصادی مهم ترین دلیلش اشتیاق مردم برای پذیرفتن آن است. مردم عادت ندارند اطلاعات را از منبع درست و موثق دنبال کنند. وقتی زلزله می شود همه علامه دهر می شوند و هر کس ساز خودش را می زند. مردم این وسط بی خبر از آدم ها و اهداف پشت پرده، فقط حرف ها و عقاید را نقل قول می کنند و به شیوع آن دامن می زنند. ما یک ملت شفاهی هستیم که بیش از آنچه با مطالعه بدانیم از طریق شنیدن و گفتگوها آگاه می شویم. پس منطقی است آنچه می شنویم خیلی دقیق و درست نباشد. بعضی شایعه ها اهداف بزرگی پشتشان است. گاهی سیاسی گاهی اعتقادی یا حتی اقتصادی.

یادتان است که نوسترادموس پیش بینی کرده بود آخرالزمان می شود و دنیا تمام می شود؟ مردم چه هجومی به فروشگاه های سراسر دنیا بردند و آنچه بود با قیمتی گزاف تهیه کردند. یا امسال شایعه آمدن موج سرمایگی که در ۱۰۰ سال گذشته بی سابقه است موجب شد تا مردم از ترسشان برای حداقل سه ماه مواد غذایی در خانه تلمبار کنند و، چون تقاضا زیاد بود نیازها را با قیمتی گزاف تهیه کردند. عطش و طمع خودمان موجب این بازارگرمی ها می شود.

او دوباره به شایعه قرنطینه شدن در ایام کرونا اشاره کرد که مردم ترسیدند نتوانند از خانه ها بیرون بیایند و برای کم کردن اضطرابشان به قفسه فروشگاه ها هجوم بردند و تا می توانستند مایحتاج ضروری و غیر ضروری خریداری کردند. حالا خودتان را بگذارید جای این شرکت های تولیدکننده که گاهی به دلیل قیمت بالا و پایین بودن قدرت خرید مردم دچار نوسان می شوند، چگونه با این شایعات داغ و عطش مردم بازارشان سکه می شود؟ باز هم دودش توی چشم مردم می رود نه آنها.

هیچ حرفی را بدون سند نپذیریم

حدیثه کمالی / دانشجو

حدیثه کمی تر با شایعه برخورد می کند و معتقد است شایعه دلایل زیادی دارد که هر کدام هدفشان با دیگری متفاوت است. گاهی شایعه ترسناک می سازند که با روح و روان مردم بازی می شود. زمانی شایعه کرده بودند تعدادی داعشی وارد ایران شده اند و خانواده ها طبق شناختی که از فرهنگ آن ها داشتند دچار ترس و اضطراب زیادی شدند. گاهی شایعه می سازند که بدبینی درست کنند. متأسفانه این روزها قوت گرفته و افراد زیادی در دام بدبینی گرفتار می شوند. به نظر می رسد بیشترین آسیبی که از این نوع شایعه حاصل می شود ضربه به آموزه های دینی است که با میل و نظر عده ای غیر کارشناس دستخوش تغییر و تحریف می شود و مردم را نسبت به دینداری مردد می کند.

گاهی هم شایعه را برای تفرقه افکنی می سازند. همان ضرب المثل معروف تفرقه بینداز و حکومت کن! مثل دوستی هایی که تا دونفره است خوب و خوش هستند ولی به محض وارد شدن شخص سوم بنای ناسازگاری و اختلاف میانشان نهاده می شود و دو تا دو تا پشت آن نفر سوم صفحه می گذارند و فاتحه این دوستی خوانده می شود. شایعات فریب دهنده و اقتصادی هم که مردم با آن خو گرفته اند و هر از گاهی بازار با این شایعات یک تکان اساسی می

خورد؛ و در آخر نباید فراموش کرد اغلب ایرانی ها تمایل به بزرگنمایی دارند و همین خصلت موجب می شود که هر روز شاهد یک کلاغ چهل کلاغ های عرصه های مختلف باشیم. پس باید خودمان را عادت بدهیم حرفی را بدون منطق و استدلال نپذیریم و خودمان نیز از اشاعه حرف هایی که در تأیید آن به یقین نرسیده ایم بپرهیزیم. گاهی در این شایعه ها چیزی که از بین می رود آبروی یک انسان است و خدا هرگز از حق الناس نمی گذرد. اگر یک بار کسی با شما سخن گفت و حرف های عجیبی زد از او بخواهید منبع کلامش را معرفی کند. اگر به عنوان مخاطب یاد بگیریم که هیچ حرفی را بدون سند نپذیریم بساط شایعه پراکنی جمع می شود.