

## یاوه‌های مد روز

جلوگیری از بروز شایعات علمی ...



جلوگیری از بروز شایعات علمی

### یاوه‌های مد روز

جام جم آنلاین: #171 جهان در شب یلدای امسال براساس پیش‌بینی اقوام مایا به پایان می‌رسد.؛ #171؛ در یکی از شب‌های زمستانی اشعه‌ای شگفت‌انگیز از مریخ به شما خواهد تابید و بهتر است تلفن‌های همراه خود را خاموش کنید.؛ #171؛ شرکت نوشابه‌سازی پپسی قرار است در اقدامی تبلیغاتی در خاورمیانه دیده شود و لوگوی خود را روی ماه بیندازد.

#171؛ جهان سه روز کامل را در تاریکی فرو خواهد رفت و حتی ناسا این موضوع را اعلام کرده است.؛ #171؛ در یکی از شب‌های تابستانی مریخ به اندازه ماه خواهد شد و در آسمان دو ماه کامل طلوع خواهند کرد.؛ اینها تنها نمونه‌های تازه از شایعات و یاوه‌هایی هستند که با ظاهری علمی و رنگ و لعابی از موضوعات مربوط به حوزه علم در جامعه به طور گسترده شیوع پیدا کرده‌اند. برخی از اینها موارد بی‌خطری هستند که به یک شوخی بی‌ضرر بدل می‌شوند اما برخی از آنها مردم را با نگرانی‌های جدی مواجه می‌کند.

در چند روز گذشته بارها تماس‌هایی را جواب داده‌ام که از صحت و سقم تاریکی سه روزه جهان یا مضرات اشعه مریخ سوال می‌کردند.

برخی از افرادی که پاسخ آنها را می‌دادم بشدت نگران و مضطرب از رویدادی ناشناخته بودند که گویا قرار است سرنوشت آنها را به بازی بگیرد.

همه مواردی که در ابتدای این متن اشاره کردم و البته بسیاری از موارد دیگر هیچ ریشه و ردی در علم ندارند در یک کلام تنها یاوه‌هایی هستند که با ظاهری علمی پوشانده شده و ناگهان موجی عظیم را به راه می‌اندازند.

درباره علت چرایی شیوع این چنین پدیده‌هایی، بحث‌های زیادی صورت گرفته است. جامعه‌شناسان درباره آن صحبت کرده‌اند و درباره علت‌های بروز متعدد و مداوم چنین پدیده‌ای نکات زیادی را مطرح کرده‌اند.

پتانسیل بالای جامعه ما برای انتقال سریع و وسیع چنین شایعاتی نگران‌کننده است. واقعیت این است که این موضوع برای ما به نقطه ضعفی بدل شده است که البته اگر واقعگرا باشیم تنها مختص به ما ایرانیان نیست. در همه جای جهان هنوز بازار خرافه و شبه علم و یاوه‌های مدرن بسیار داغ است.

هنوز فروش کتاب‌های طالع‌بینی بر پرفروش‌ترین کتب علمی پیشی می‌گیرد؛ هنوز در حالی که نویسندگان صفحات علمی روزنامه‌های دنیا باید برای گرفتن جایی برای نشر یک خبر علمی مبارزه‌ای طاقت‌فرسا را پشت سر بگذارند، بخش‌های ثابتی به جداول طالع‌بینی و موارد مشابه اختصاص داده می‌شود.

در پیشرفته‌ترین کشورها که بالاترین تولیدات علمی را دارند اوضاع چندان متفاوت با ایران نیست. البته ویژگی‌ها و دلایل و مختصات هر یک از این موارد با هم متفاوت است.

در همه جای جهان هنوز بازار خرافه و شبه علم و یاوه‌های مدرن بسیار داغ است. هنوز فروش کتاب‌های طالع‌بینی بر پرفروش‌ترین کتب علمی پیشی می‌گیرد

این‌که چرا در ایران چنین مسائلی با سرعت شیوع پیدا می‌کند به عوامل بسیاری وابسته است.

دو متهم اصلی در این زمینه مردم و سطح دانش و فرهنگ مردم و دیگری ابزارهای ارتباط جمعی و رسانه‌های نوینی هستند که امکان پخش چنین پیام‌هایی را بدون نیاز به رسانه‌های سنتی و رسمی مهیا می‌کنند.

اشاره به هر يك از این دو مورد خطاي بزرگي در درك مساله است. اولاً اگر مردم این مسائل را می‌پذیرند و آن را منتقل می‌کنند به دلیلی این کار را می‌کنند و کل مساله سر پیدا کردن این دلیل است. این‌که همه چیز را به گردن مردم بیندازیم مانند این است که مسأله را در يك دور باطل قرار دهیم.

درباره رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی، اشتباه حتي از این امر هم فاحش‌تر است. موبایل، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، پیامک، ای‌میل و... راه‌های مدرنی هستند که زندگی امروز ما را شکل داده است. اینها ابزار انتقال پیام هستند و به خودی خود خنثی به شمار می‌روند. از این ابزار می‌توان داده‌های مفید منتقل کرد یا به‌ترویج شایعه پرداخت.

ممکن است در پشت این داستان دلایل اجتماعی و فرهنگی زیادی وجود داشته باشد که در نگاه اول دیده نشود. اگرچه برخی از دلایل را می‌توان با نگاهی به اوضاع عمومی حدس زد و چندان پنهان به شمار نمی‌روند.

برای مثال به سرانه مطالعه در کشور و تیراژ متوسط کتاب‌ها نگاه کنید. بعد از آن نگاهی به وضع آموزش و پرورش بیندازید و سیستم آموزش امتحان محور و در نهایت کنکورمحور آموزشی که همه دانش‌آموزان – که بزودی به بدنه جامعه تبدیل می‌شوند – را بدل به ماشین‌های تست‌زنی و نکته‌ای خواندن می‌کند و سرعت را بر عمق مطالعه ارجحیت می‌دهد بررسی کنید. دلیل دیگر شاید بی‌اعتمادی به رسانه‌های رسمی باشد.

شاید گاهی دقت نکردن ما در گزارشگری از آنچه مردم به طور روزانه با آن دست به گریبانند باعث شود تا آنها تفاوتی میان واقعیت و آنچه منتشر شده است، ببینند و این يك نقطه لغزش كافي است تا اعتماد كلي خود را به تمامیت رسانه از دست بدهند به همین دلیل وقتی میان دو پیام قرار می‌گیرند که یکی از يك روزنامه یا مجله که سابقه چنان اشتباهی را داشته آمده و می‌گوید مثلاً شایعه تاریکی سه روزه جهان بی‌معنی و اشتباه است و از سوی دیگر پیامکی از دوستی قابل اعتماد می‌گیرند و ترجیح بدهند به گفته آن پیامک یا ایمیل اعتماد کنند به خصوص اگر نام‌های معتبری به عنوان منبع در آن ذکر شده باشد. مثلاً داستان از قول جایی مانند ناسا بیان شده باشد.

دلیل دیگر شاید بی‌تحریکی سازمان‌ها و نهادهای موجودی باشد که وظیفه مبارزه با این شایعات و خرافات را بر عهده دارند. انجمن‌های علمی، گروه‌ها و دپارتمان‌های تخصصی دانشگاه‌ها یکی از وظایف‌شان ارائه دیدگاه‌های درست درباره مواردی است که ذهنیت اشتباهی درباره موضوعی علمی میان مردم ایجاد می‌کنند.

انجمن ترویج علم ایران یکی از مکان‌هایی است که به طور خاص وظیفه مبارزه با این بدفهمی‌ها را بر عهده دارد. به دلایل مختلف و شاید به دلایل دیوان‌سالاری‌های رایج و هزار و يك مشکل دیگر آنها نتوانسته‌اند کار خود را در این بخش بدرستی انجام دهند. (جام جم - ضمیمه سیب)

پوریا ناظمی