

بشتابید... بشتابید... اختلاس... اختلاس...

« اختلاس جدیدی امروز توسط بانک ملی ایران به وقوع پیوست... » عجله نکنید! این شروع پیامکی است که دیروز از طریق نرم افزارهای ارتباطی در فضای مجازی، همچون وایبر و لاین و واتس آپ به دست میلیون ها ایرانی رسید اما پیش از آنکه نتیجه بگیرید یک اختلاس تازه در بانک ملی رخ داده است و باید اقدامی کنید، یادداشت ما را تا انتها بخوانید.

حکایت کسر 5 هزار تومانی از حساب مشتریان بانک ملی

بشتابید... بشتابید... اختلاس... اختلاس...

« اختلاس جدیدی امروز توسط بانک ملی ایران به وقوع پیوست... » عجله نکنید! این شروع پیامکی است که دیروز از طریق نرم افزارهای ارتباطی در فضای مجازی، همچون وایبر و لاین و واتس آپ به دست میلیون ها ایرانی رسید اما پیش از آنکه نتیجه بگیرید یک اختلاس تازه در بانک ملی رخ داده است و باید اقدامی کنید، یادداشت ما را تا انتها بخوانید.

در ادامه این پیامک نوشته شده است که « امروز بانک ملی از تمامی حساب های مشترکین خود بدون اجازه مبلغ 5 هزار تومان بعنوان آبونمان برداشت کرده و بعد با یک پیامک به مشترک اطلاع رسانی کرده قرار شده تمام کسانی که حساب بانک ملی دارند به نشانه این اعتراض موجودی حساب های خود در بانک ملی را خالی کرده و به حساب بانکی دیگری انتقال داده تا درس عبرت برای این بانک و دیگر بانک ها شود. »

با گذشت یک روز از ارسال این پیامک اما بانک ملی بالاخره به زبان آمد و اعلام کرد که هزینه کسر شده از حساب های مردم بر اساس اطلاع رسانی قبلی به آنها از طریق فرستادن پیامک، سایت بانک و روزنامه های کثیرالانتشار بوده و در ازای سرویس ارسال پیامک برای عملیات بانکی است؛ همان پیامک هایی که در سال 93 این بانک برای ارسال شان 24 میلیارد تومان و در سال 94 ، 50 میلیارد تومان هزینه پرداخت کرد.

سرویس پیامکی بانک ملی بنابر اعلام این بانک در دو سطح عمومی و ویژه دسته بندی شده است که سرویس عمومی فقط شامل برخی پیام های بانکی درباره برداشت مبالغ با اهمیت است و برای مشتری ها هزینه ای ندارد اما سرویس ویژه که همان ارسال پیامک برای تمامی عملیات بانکی مشتری هاست آبونمانی 10 هزار تومانی دارد و بانک ملی آن را در دو نوبت 5 هزار تومانی از مردم دریافت می کند.

با این همه اگرچه روابط عمومی بانک ملی اعلام کرده است که پیش از اقدام به کسر آبونمان به شیوه های مختلف به مشتریان اطلاع رسانی کرده بود، به نظر می رسد این اطلاع رسانی ناکارآمد و بسیار محدود بوده است و شمار زیادی از مشتریان از این اقدام بانک بی خبر بوده اند و به همین علت تحت تاثیر پیام جعلی قرار گرفتند.

به عبارتی دیگر در این ماجرا اطلاع رسانی غیر رسمی با هدف ساخت شایعه ، از اطلاع رسانی رسمی بانک حرفه ای تر و اثرگذارتر بود. نکته دیگر این است که اگر مسئولان بانک ملی تصمیم داشتند کسر آبونمان را اعلام کنند چرا باید ابتدا آن را عملی می کردند و سپس ، یعنی بعد از انتشار پیامکی که درباره اختلاس بانک هشدار می داد ، به شکل رسمی و گسترده ای از طریق انتشار اطلاعیه در خبرگزاری ها حقیقت موضوع را به گوش مردم می رساندند در حالی که طبیعتا می دانستند چنین رفتاری باعث بدبینی مشتریان شان می شود.

از سوی دیگر باید توجه داشت که پیامک جعلی اختلاس بانک ملی ، هدفمند طراحی شده بود و به همین علت به سرعت در فضای مجازی منتشر شد و شمار دریافت کنندگانش به شکلی تصاعدی بالا رفت.

کمترین هدف طراح یا طراحان این پیامک می تواند کاهش اعتماد مردم نسبت به بانک ملی به عنوان یکی از بانک های دولتی معتبر و مرجع در کشور باشد ضمن این که ترغیب مردم به خالی کردن حساب های شان در صورت اعتماد به این پیامک ضرر مالی بزرگی به این بانک می زد.

این پیام البته اولین پیام در شبکه های مجازی نیست که مردم را ترغیب به تحرکی عمومی برای برهم زدن آرامش عمومی می کند و وضعیت نشان می دهد که فعلا شبکه های مجازی شهرهایی بی قانون شده اند که در آنها مراجعی ناشناس در دنیای مجازی مردم را به واکنش های شتابزده در دنیای واقعی ترغیب می کنند و بنابر این باید هرچه زودتر نظارتی جدی درباره این شبکه ها اعمال شود و مرجع انتشار چنین پیام هایی از سوی پلیس فتا پیگیری شود تا اهداف دراز مدت طراحان و انتشار دهندگان شان مورد بررسی قرار گیرد.

مریم یوشی زاده - خبرنگار جام جم آنلاین