

شایعه؛ رایج‌ترین شیوه جنگ روانی در انتخابات‌ها

۲۰ دقیقه (زمان تخمینی مطالعه این متن)

▼ **اشاره:** «شایعه» به عنوان یکی از شیوه‌های مهم جنگ روانی، پدیده‌ای است که براساس شنیده‌ها و زمینه‌های قبلی در افکار عمومی شکل می‌گیرد. استکبار جهانی، در کشورهایی که بر اثر انقلاب‌های استقلال‌طلبانه، پایگاه سیاسی و اجتماعی و اقتصادی خود را از دست می‌دهد، با توسل به امکانات تبلیغی و فرهنگی که در اختیار دارد از شایعه به عنوان حربه روانی سیاسی بهره‌برداری می‌کند.

کلیدواژه: شایعه؛ جنگ روانی؛ اطلاعات؛ ترس؛ نگرانی؛ سانسور؛ اعتماد

معنای شایعه

شایعه در لغت از «شَیْعَ» به معنای رواج یافتن و منتشر شدن اخذ شده و کلمات شیوع و شایعه به معنای انتشار و بیان خبر است. در اصطلاح نیز خبری است که فاش شود ولی صحت و نادرستی آن معلوم نباشد.

قرآن مجید از شایعه با لغت «اَرْجَاف» نام برده و شایعه‌پراکنان را به نام «مُرْجِفُونَ» می‌خواند. ارجاف از ریشه رَجَفَ به معنی لرزیدن است و آن دروغ‌پراکنی و انتشار اخباری است که دل‌های مردم را لرزانده و نگران نموده باشد.

قرآن، شایعه‌سازان را با منافقین و کسانانی که در دلشان مرض و ناپاکی است برابر می‌داند و

درباره آنان می‌فرماید: اگر منافقین و بیمار دلان دست از فساد انگیزی برندارند و کسانی که اخبار و شایعات دروغی در بین مردم انتشار می‌دهند تا از آب گل آلود اغراض شیطانی خود را به دست آورند، ما تو را مأمور می‌کنیم تا علیه ایشان قیام کنی و نگذاری در مدینه در جوارت زندگی کنند.... اگر [این] سه طایفه (منافقان، شایعه پراکنان و آنان که در قلوبشان مرض است) دست از فساد برندارند، تو را علیه آنان می‌شورانیم در حالی که این سه طایفه در هر جا یافت شوند ملعون باشند و خونشان برای همه مسلمانان هدر باشد: «لَئِنْ لَمْ يَنْتَهِ الْمُنَافِقُونَ وَالَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ وَالْمُرْجِفُونَ فِي الْمَدِينَةِ لَنُغْرِبَنَّكَ بِهِمْ ثُمَّ لَا يُجَاوِزُونَكَ فِيهَا إِلَّا قَلِيلًا. مَلْعُونِينَ أَيْنَمَا ثَقِفُوا اخِذُوا وَقُتِلُوا نَقْتِيلًا.» (احزاب: ۶۰-۶۱)

همچنین قرآن کریم برای جلوگیری از زمینه‌های بروز شایعه با صراحت از مردم می‌خواهد: «از آنچه به آن علم ندارید پیروی نکنید، چون گوش و چشم و دل، همه‌ی اینها مورد بازخواست قرار خواهد گرفت.» «وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا.» (اسراء: ۳۶)

تاریخ شایعه

شایعه از ترفندهای تاریخی در عملیات روانی است. در تاریخ اسلام "پس از شکست نمایندگان قریش در دربار پادشاه حبشه، آنان با ناامیدی و سرشکستگی به مکه بازگشتند و مهاجران به سرپرستی جعفر بن ابی طالب در آنجا ماندند و به ترویج دین اسلام پرداختند. در ماه مبارک رمضان سال پنجم بعثت، یعنی سومین ماه اقامت مهاجران، مسافرانی از مکه به حبشه آمدند، شایع نمودند که تمامی اهالی مکه در صحن کعبه به محمد (ص) گرویدند و با وی به درگاه خدا به سجده افتادند. این خبر در دل‌های آنان چراغ امیدی روشن کرد؛ زیرا از غم دوری‌ها خسته شده بودند از این رو، تصمیم به بازگشت گرفتند. در اصل، شایعه نیز به همین منظور ترویج گشته بود." (پیامبر (ص)، زین العابدین رهنما، ص ۳۷۱) همچنین مسلمانان از شایعه کشته شدن پیامبر (ص)، ضربات سنگینی را در جنگ احد متحمل شدند؛ تا جایی که قدرت جنگیدن از دست مسلمانان گرفته شد و موجب عقب‌نشینی آنان گردید.

در دوران انقلاب اسلامی نیز شهادت استاد مطهری، مغز متفکر و استوار انقلاب اسلامی، هنگامی صورت گرفت که هنوز دشمن دست به جنگ روانی به عنوان یک حربه قوی نزده بود.

با ترور استاد، افکار و اندیشه‌ها و آثار شهید مطهری که تا زمان حیاتش تقریباً ناشناخته بود، انعکاس و انتشار وسیعی پیدا کرد و دشمنان به اهداف خود نرسیدند. در مرحله دوم، دنبال راهی بودند که به اشتباه اول نینجامد. از این رو، پس از بررسی، دست به اسلحه‌ای بردند که بسیار خطرناک‌تر از ترور بود و آن شایعه‌پراکنی و تبلیغات مسموم درباره شخصیت‌های مسلمان و ارزنده انقلاب اسلامی بود. در این مرحله، شهید مظلوم بهشتی اولین هدف رگبار تهمت‌ها و شایعات قرار گرفت. تهمت‌هایی از قبیل: وابستگی به رژیم شاه، اتهام کاخ نشینی و... و بدتر از همه، تهمت انحصارطلبی به ایشان که وجودشان و روحشان مالا مال از عشق به اسلام و پیاده شدن آن در جامعه اسلامی بود، زدند. هدف آنها از این اعمال، لکه‌دار کردن شخصیت این گونه افراد به منظور خلع سلاح حضرت امام^(ع) و تضعیف جبهه حق بود.

روز دیگری ایادی دفتر همکاری‌های مردم بارییس جمهور در زمان بنی صدر چنین شایع کردند که دولت اسلامی به خاطر فقر مالی، سپرده‌های بانکی مردم را تصاحب می‌نماید. سرمایه‌داران و پول‌پرستان، به محض شنیدن این شایعات، پول‌های خود را از بانک‌ها بیرون کشیدند تا به این وسیله دولت شهید رجایی را به سقوط بکشانند. نمونه دیگری از این شایعات، شایعه بسته شدن تنگه هرمز همزمان با پیروزی‌های رزمندگان اسلام در جبهه‌های جنگ بود تا بدین طریق خلیج فارس را ناامن جلوه داده و ایران را از صدور نفت محروم سازند تا به نحو ممکن به اقتصاد ایران ضربه‌ای مهلك وارد آورند.

در دوران جنگ، برای جلوگیری از ورود نفت کش‌ها به جزیره خارك، تبلیغ می‌کردند که خارك بمباران شده است. مزدوران، ضدانقلاب‌ها، محترکان و سرمایه‌داران، از منابع اصلی انتشار و رواج شایعات در داخل کشور هستند.

❑ عوامل و علل شایعه‌پراکنی

شایعه اغلب در میان گروه‌های همگون و متجانس با منافع یا احساسات مشترك (مانند اعضاء یک صنف و یک تشکّل، اهالی یک شهر، یک کشور و...) گسترش می‌یابد. به عنوان مثال در پدیده جنگ به علت وجود هیجانات مشترك شدید میان کسانی که با آن ارتباط دارند از قبیل امید به پیروزی، ترس از شکست، سرخوردگی ناشی از جدایی عزیزانشان و خصومت نسبت به دشمن و... شایعه با سرعت و شدت ایجاد و منتشر می‌شود.

از علل مهم گسترش شایعه، فقدان اطلاعات در مورد موضوعات مهم است. مردم خواهان اطلاعات در مورد موضوعاتی هستند که بیش از همه آنها را نگران می‌کند. هر قدر نگرانی آنها بیشتر باشد، اطلاعات بیشتری را طلب می‌کنند. در این وضعیت، شایعه به راحتی گسترش می‌یابد. همچنین نارضایتی، سرخوردگی، ملال و بی‌کاری موجب گسترش شایعه در اجتماعات کوچک می‌شود.

یکی دیگر از علل گسترش شایعه، انتظارات مردم است. غالب انسان‌ها مشتاق خبرهایی نظیر اخبار عملیات، شنیدن پیروزی، پایان جنگ و... هستند. اگر کسی واقعیات را به آنها نگوید آنها اخبار نیمه واقعی را بر هیچ ترجیح می‌دهند. افراد بدبین، شایعات آمیخته با اضطراب را باور و نقل می‌کنند و افراد خوش بین، شایعات آمیخته با امید را؛ و افراد بیکار ملالت زده و پریشان شایعاتی را که موجب برانگیختگی و رهاسازی از یکنواختی می‌شود باور و نقل می‌نمایند.

وجود سانسور در رسانه‌های همگانی نیز به گسترش شایعات کمک می‌کند؛ زیرا اگر اخبار از منابع اصلی انتشار خبر، یعنی وسایل ارتباط جمعی به طور دقیق منتشر شود، شایعه زمینه انتشار پیدا نمی‌کند.

علل نقل شایعه معمولاً پیچیده است. اما چند شیوه وجود دارد که نیازهای فردی وارد فرایند شایعه پردازی می‌شود.

- ۱- **ترس؛** برخی شایعات به علت مضطرب بودن مردم منتشر می‌شوند.
- ۲- **خصوصیت؛** برخی شایعات به علت نفرت بیش از حد نسبت به شخص یا کشوری، آگاهانه منتشر می‌شود.
- ۳- **آرزو؛** برخی شایعات به سبب ایجاد احساس خوشایند در مردم پخش می‌شوند.
- ۴- **خودنمایی و تلاش برای جلب توجه دیگران؛** فرد ممکن است برای افزایش جاهت (پرستیژ) خود نزد دیگران، شایعه را بازگو کند تا آنها فکر کنند او فرد مطلعی است. یا ممکن است بخواهد بدین وسیله با دیگران مصاحبت کرده یا شنونده‌ای را سرگرم نماید.
- ۵- **اطمینان آفرینی و حمایت عاطفی؛** در اینجا شایعه بدان امید بیان می‌شود که شنونده خواهد توانست آن را تکذیب یا رد نماید، یا این که بازگو کردن شایعه ممکن است تنش گوینده را با شریک کردن دیگران در تحمل آن، کاهش دهد، در این مورد، فرد ممکن است به جای انکار، در پی جلب همدردی باشد.

- ۶- فرافکنی:** فرد ممکن است بدین سبب شایعه را بازگو کند که بخواهد ترس‌ها، آرزوها و خصومت‌هایی را که احتمالاً از وجود آنها در خود آگاه نیست، بیرون کند.
- ۷- پرخاشگری:** ممکن است فردی به منظور صدمه زدن به افراد دیگر، شایعه را انتقال دهد. به عبارت دیگر، او ممکن است قصد تهمت زدن، غیبت کردن و سپر بلا قرار دادن دیگران را داشته باشد.
- ۸- پیشکش کردن مطالب خوشایند:** شایعه ممکن است به منظور خودشیرینی نزد شنونده و یا ارائه اخبار خوشایند به او بازگو شود. این کار ممکن است با اظهارات تمجیدآفرینی که یا میزان کمی از حقیقت را در بر دارد و یا اصلاً حقیقت ندارد شروع و پس از مدتی، این اظهارات به حقیقت مسلم تبدیل شود.

▣ کاربردها و اهداف شایعه

(۱) تخریب روحیه

شایعه می‌تواند برای تخریب روحیه افراد یا گروه‌ها و ملت‌های مورد هدف شایعه به کار گرفته شود.

(۲) وسیله پوشش (تکنیک ایجاد هاله دود رسانه‌ای)

شایعه می‌تواند حقیقت را بپوشاند. یکی از تکنیک‌های شایعه‌سازان و شایعه‌پراکنان این است که در میان انبوه اطلاعات ضد و نقیض، اطلاعات اصلی قابل تشخیص نباشد.

(۳) بی‌اعتبار کردن منابع خبری

در این تکنیک، اخبار غیر موثقی مبنی بر موفقیت اقدام کشور مقابل تولید می‌شود. بعد با ارائه کذب بودن خبر منتشره از سوی کشور مقابل، منبع خبری آنها را بی‌اعتبار می‌کند. «به عنوان مثال، در سال ۱۹۴۱ م، انگلستان سعی کرد ایستگاه اصلی راه‌آهن آلمان را بمباران کند. آنها در این کار شکست خوردند اما آلمانی‌ها خبرهای غیر موثقی را پخش کردند مبنی بر این که انگلستان در این کار موفق شده است. هنگامی که این شایعه به انگلستان رسید، آنها گمان کردند این خبر صحت دارد و آن را به طور رسمی منتشر کردند. بعد از این واقعه، وزارت تبلیغات آلمان روزنامه‌نگاران امریکایی را برای بازدید از صحنه دعوت کرده ضمن اثبات دروغ بودن اظهارات بریتانیایی‌ها، رسانه‌های انگلیسی را بی‌اعتبار کردند.» (تبلیغات و جنگ روانی، رابرت ناپ، ج ۱، ص ۵۱)

(۴) وسیله کشف حقیقت

شایعه می‌تواند به منظور آگاهی یافتن از حقیقت مورد استفاده قرار گیرد. به این منظور، اخبار غیر واقعی پخش شده تا کشور مقابل در پاسخ ناچار شود حقایقی را پخش کند.

(۵) دلسرد کردن مردم و افزایش نگرانی‌های عمومی

(۶) جبران شکست‌ها

(۷) ایجاد جوّ بدبینی و بدگمانی

(۸) ایجاد رعب و هراس بین مردم

■ انواع شایعه

شایعات که عمدتاً در ابعاد اجتماعی، سیاسی، نظامی، اقتصادی، عقیدتی تولید و توزیع می‌شوند، از لحاظ محتوایی نیز، به دو نوع «شایعه خبری» و «شایعه تحلیلی» تقسیم می‌شود. همانطور که از اسم این دو نوع پیدا است، در شایعه خبری، خبرهای گوناگون اعم از اخبار ضد و نقیض و اخبار راست و دروغ توسط شایعه‌سازان و شایعه‌پراکنان تولید و ترویج می‌گردد، اما در شایعه تحلیلی، تحلیل‌های مختلف است که در جامعه شیوع می‌یابد. شایعه‌های تحلیلی نیز به دو گونه تحلیل روز و تحلیل آینده دسته‌بندی می‌گردد.

■ شایعه و فضای مجازی

شایعه در فضای مجازی همه خصوصیات فضای واقعی را دارد، با این ویژگی که سرعت و تعداد انتشار آن بیشتر است و چون مخاطب و فرستنده یکدیگر را نمی‌بینند این به تقویت شایعه کمک می‌کند.

■ عواقب شایعه‌پراکنی

شایعات بسان میکروب‌ها قوی هستند و اشخاصی که دارای آگاهی کمتر و بصیرت و اراده ضعیف هستند، در مقابل میکروب شایعات، قدرت و توان مقابله ندارند و در اثر عدم آگاهی، کم‌کم سوءظن در وجودشان رسوخ می‌نماید و به مصداق این ضرب‌المثل که «تا نباشد چیزی کم مردم نگویند چیزها» کم‌کم اسیر جوشده و در اولین برخورد و استماع اولین شایعه، باورشان می‌آید

و به تدریج آنچنان در مقابل شایعات بی‌اراده خواهند شد که توان برخورد صحیح با آن را نخواهند داشت.

شایعه‌پراکنان درعین مظلوم‌نمایی، با پخش اخبار دروغ خود را حق‌گو معرفی می‌کنند و از این طریق عملاً افراد يك جامعه را متمایل به خود نموده یا در نهایت آنان را بی‌تفاوت و بی‌هویت و شناور بار می‌آورند. در چنین جامعه‌ای اعتماد مردم کم‌رنگ شده و ریشه تعاون و همکاری در هدف‌های مقدس اجتماعی و ملی ضعیف می‌شود.

▣ راه‌های تشخیص شایعه

پرسیدن این سوالات به تشخیص شایعه کمک می‌کند:

- منبع اصلی این پیام کجاست؟
- چه کسی این حرف را زده؟
- آیا فرد اعتبار کافی دارد؟
- ذینفعان دخیل در این شایعه چه کسانی هستند و از این آب گل آلوده چه ماهی قرار است گرفته شود؟
- چرا الان؟ چرا این موضوع؟ و...

به طور خلاصه در جواب این سؤال «چطور در فضای رسانه‌ای و مجازی، شایعه را از واقعیت تشخیص دهیم؟» باید یادآور شد سه عنصر «منبع»، «اعتبار» و «ذی‌نفعان» را در محتواهای رسانه‌ای بررسی کنید. شایعه معمولاً یک تلاش جمعی برای تفسیر یک موقعیت مبهم ولی جذاب است. مخاطبان نیز به علت عدم دسترسی به اطلاعات دقیق به آن پناه می‌برند و آن را دهان به دهان نقل می‌کنند و گاه بر آن می‌افزایند. دو شرط «اهمیت» و «ابهام» قانون اصلی شایعه هستند.

▣ راه‌های پیشگیری از شایعات

- الف- بالا بردن سطح آگاهی مردم
- ب- برطرف کردن نقاط ضعف
- ج- تبلیغات صحیح
- د- ایجاد حس اعتماد بین مردم و حاکمیت

▣ راه‌های مقابله با شایعات

(الف) تحقیق و بررسی اخبار و گزارش‌ها

برای مقابله با پخش شایعات، لازم است اخبار و گزارش‌ها مورد بررسی و تحقیق قرار گیرد. خداوند تبارک و تعالی نیز به این مهم، امر فرموده است: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ.» (حجرات: ۶۰) - ای اهل ایمان، هرگاه فاسقی خبری را به شما بدهد در مورد خبر وی تحقیق کنید مبادا (بر اثر گزارش بی اساس او) ندانسته به گروهی آسیب برسانید و بعداً از کرده خود پشیمان شوید. - به محض شنیدن شایعه‌ای، از گوینده آن، سند و مدرک درخواست کنید.

(ب) رجوع به مطلعان و آگاهان

گروه هدف یا فرد مورد شایعه پس از شنیدن شایعات باید برای اطلاع یافتن از صحت و سقم آن به آگاهان و مطلعان رجوع نماید. قرآن مجید در این رابطه می‌فرماید: «وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولَى الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ الْأَقْلِيلَ.» (نساء: ۸۳) - آنگاه که خبری از پیروزی یا شکست به آنها برسد بدون تحقیق آن را شایع می‌سازند؛ در حالی که اگر آن را به پیامبر و صاحبان امر که قدرت تشخیص کافی دارند ارجاع کنند، از ریشه مسائل آگاه خواهند شد و اگر فضل و رحمت خدا بر شما نبود همگی جز عده کمی از شیطان پیروی می‌کردید. -

(ج) معاشرت نکردن با شایعه‌پراکنان

(د) کنترل زبان و بیان

(هـ) و (ز) - افشا و رسوا نمودن شایعه‌پراکنان و اجرای حدود الهی

(ح) اعتمادسازی نسبت به ارتباطات رسمی

اگر مردم و گروه‌های مورد هدف شایعه، نسبت به موثق بودن اعلامیه‌ها و اخبار رسمی کشور اعتماد داشته باشند، شایعات کمتر گسترش خواهد یافت. ##