



| روزنامه جوان | شماره ۷۰۹ | ۷۰۹

«یک کلاغ چهل کلاغ»‌های شبکه‌های اجتماعی را باور نکنید

ماهگیری شایعه‌سازان از فضای مجازی گل آلود



■ مهدی ارجمند

دیگر باید عادت کرده باشیم به محض اینکه اتفاقی رخ می‌دهد یا نه اصلاً اتفاقی رخ نداده و تنها در خصوص یک موضوع مهم فقط اطلاع‌رسانی شده و هشدار داده شده‌است، آن وقت است که دیگر باید منتظر تولید و انتشار اخبار بی شماری باشیم که در شبکه‌های اجتماعی و در فضای

افزایش مجازی مرگ و میر بر اثر آنفلوآنزا فقط کافی است در اخبار یک موضوعی اعلام شود مثلاً اعلام کنند چند نفر بر اثر ابتلا به آنفلوآنزا در کشور فوت کرده‌اند آن وقت است که این آمار خیلی زود و یک شبه تا ۱۰ برابر در شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد.

چوپان‌های دروغگو کارشان را خوب بلدند، آنها طوری خبر را منتشر می‌کنند که آدم واقعاً باورش می‌شود، با گذشت چند روز از انتشار اولین خبر در خصوص آنفلوآنزا آن وقت است که این آمار روز به روز در شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد، به فرادانگشیده ۱۰ برابر و روز بعد تعداد بیشتر و بیشتر می‌شود و در عرض یک هفته همانطور مدام آمار مرگ و میر بر اثر آنفلوآنزا در استان‌های مختلف بالا می‌رود.

حال اینکه اصلاً چنین چیزی صحت ندارد و نتیجه این شایعه‌سازی می‌شود افزایش ترس و اضطراب در بین مردم.

مثلاً همین روزها و هفته‌های گذشته وقتی خبر فوت

چند نفر در هموطنانمان در یکی از استان‌های کشور بر اثر بیماری آنفلوآنزا منتشر شد، خیلی زود این آمار در

شبکه‌های اجتماعی افزایش یافت.

این همه درحالی است که شبکه‌های رسمی و نیز مراجع ذیصلاح مانند وزارت بهداشت با رسا و بارها درباره این بیماری و تعداد افراد فوت‌شده اطلاع‌رسانی کرده و حتی شخص وزیر بهداشت توضیحات لازم را داده است با این حال این شایعه‌سازان هستند که پیشگام و جلوتر از منابع رسمی آمارهایی را منتشر می‌کنند و تحلیل‌هایی انجام می‌دهند که در قوطی هیچ عطاری پیدا نمی‌شود.

■ **مرگ افراد سرشناس در شبکه‌های اجتماعی**

همان طور که اشاره شد شبکه‌های اجتماعی که این روزها بسیار هم فراگیر شده‌اند به عنوان یکی از اصلی‌ترین کانال‌های رواج این شایعات بی‌اساس مورد استفاده قرار می‌گیرند. ابزار ارتباطی قوی و فراگیر می‌باشد که به جای اینکه در راه اطلاع‌رسانی صحیح، آموزش و فرهنگ‌سازی گام بردارند، مورد استفاده ابزار ازی از سوی برخی کاربران و اعضای این شبکه‌ها قرار گرفته و به محلی برای نشر و گسترش انواع شایعات تبدیل می‌شود.

به عنوان مثال یکی از شایعات رایج در برخی از شبکه‌های اجتماعی خبر فوت ناگهانی چهره‌های

مجازی رد و بدل و خیلی زود نقل مجالس و محافل مردم می‌شود. کافی است وقتی در تاکسی سر صحبت باز می‌شود یا در مترو و اتوبوس چند نفر درباره یک موضوع فراگیر و جدید در جامعه صحبت می‌کنند به دقت به موضوع بحث آنها توجه کنیم آن وقت است که به معنی واقعی کلمه می‌توان متوجه ضرب‌المثل یک کلاغ، چهل کلاغ شد. شایعه‌سازان

سرشناس اعم از بازیگران، فوتبالیست‌ها، مجریان تلویزیون یا افراد مشهور دیگر است که مثل یک بمب صدا می‌کند و یک شبه نقل مجلس می‌شود و دهان به دهان می‌چرخد.

افزایش سرعت ارتباطات باعث شده تا این شایعات به یکباره در فضای مجازی منتشر شود و خیلی زودتر از آنچه که فکرش را بکنیم در جامعه دهان به دهان می‌چرخد و در لایه لای صفحات شبکه‌های اجتماعی رد و بدل می‌شود.

به طور مثال خبر فوت شهرام لاسمی یا همان شخصیت دوست‌داشتنی قل قلی در برنامه‌های کودک و نوجوان دهه ۶۰ و ۷۰، همین چند وقت پیش در شبکه‌های اجتماعی رواج یافت. در حالی که این شخصیت محبوب و خاطر‌ناکیز صحیح و سلامت در کنار خانواده خود مشغول زندگی بود، به یکباره خبر در گذشت وی تیرت شبکه‌های اجتماعی می‌شود و طولی نمی‌کشد که

در کمتر از چند ساعت حتی پیام تسلیت نیز ارسال می‌شود و تحلیل‌های عجیب و غریب و نوشته‌های مختلف در صفحات شبکه‌های اجتماعی و مجازی نقش می‌بندد.

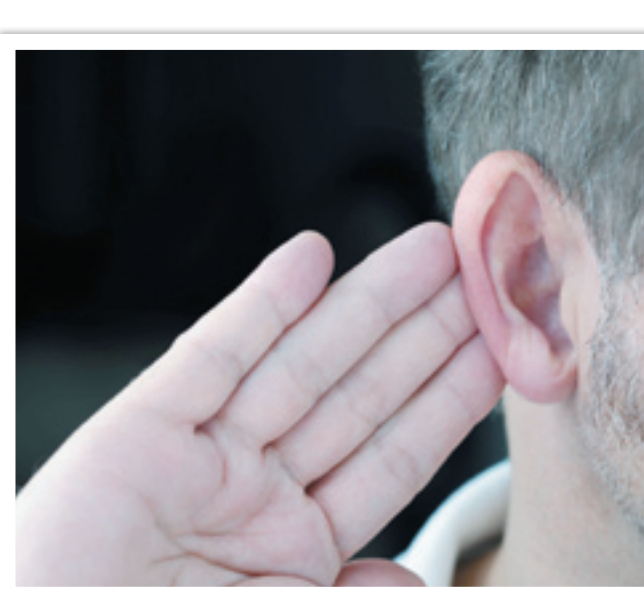
یا مثلاً الناز حبیبی بازیگر سریال‌های جذابی مانند دود کش و در دسرهای عظیم یکباره می‌شود تازه در گذشته شبکه‌های مجازی و طولی نمی‌کشد که خبر جلی فوت این بازیگر جوان در جامعه پخش می‌شود.

درحالی که این بازیگر مشغول تمرین برای بازی در یک سریال جدید است، ناگهان خبر فوت وی به همراه عکس‌هایی از بازی‌های خوب وی در شبکه‌های اجتماعی نقش می‌بندد و برخی از دوستان یا اعضای خانواده وی که شنیدن شایعه فوت این بازیگر را باور

می‌کنند دچار شوک می‌شوند.

رضا داوندزاد هم که امسال به سفر حج مشرف شده بود به یکباره خبر فوت وی در فاجعه غمبار منا منتشر می‌شود و در حالی که این بازیگر در سفر حج به سر می‌برد خبر فوت وی در شبکه‌های اجتماعی رد و بدل می‌شود.

انگار شبکه‌های اجتماعی تمایل خیلی زیادی به مردن آدم‌ها خصوصاً چهره‌های مشهور دارند. شایعه پردازان حتی رعایت سنن و سالال افراد را هم نمی‌کنند و در جدیدترین شایعه‌سازی و دروغ‌پردازی خود خبر فوت بازیگر پیشکسوت و پدرسالار تلویزیون ایران یعنی استاد محمد علی کشاورز را منتشر می‌کنند.



سیاک زندگی

سیک زندگی ۸۸۴۹۷۱



دکتر مهدوی، جامعه‌شناس و استاد دانشگاه، شایعه پردازان را به چند گروه تقسیم می‌کند: اول گروه ناآگاهی که تنها از روی سرگرمی و با هدف تفریح و سر کار گذاشتن مردم اقدام به انتشار این شایعات می‌کنند، گروه دوم افرادی هستند که در انتشار شایعات خود انگیزه شخصی دارند و گروه سوم شایعه پردازان گروهی هستند که با هدف، بر نامه‌ریزی شده و جهت‌دار فعالیت می‌کنند که حتی احتمال اینکه این افراد، افراد سازماندهی شده نیز باشند وجود دارد که با هدف خاصی و با برنامه‌ریزی کامل اقدام به انتشار این شایعات می‌کنند

خیلی خوب کار خود را بلدند، آنها خوب می‌دانند چگونه یک موضوع را طراحی کنند که دیگران به محض خواندن یا شنیدن آن خیلی زود آن موضوع را باور کنند. در این میان گوشی‌های هوشمند و شبکه‌های اجتماعی نیز به کمک شایعه‌سازان آمده و کمک بزرگی به آنان در انتشار این شایعات می‌کنند.

بر خورد خواهد کرد.

این همه درحالی است که شایعه‌سازان در اقدامی مشابه چند روز قبل از انتشار این شایعه خبری جعلی در خصوص گروه گانگبری در بازار موبایل تهران منتشر کردند که این خبر نیز از سوی پلیس پایتخت تکذیب

و البته بلافاصله عامل انتشار این شایعه شناسایی و دستگیر شد.

شایعه‌سازان، این آدم‌های مردم‌آزار اما دست‌بردار نیستند و انگار از هیچ چیز حتی شوخی با مسائل امنیتی هم هراسی ندارند، برای همین خبر حضور نیروهای دانش در برخی از مناطق و شهرهای مختلف کشور را نیز منتشر می‌کنند که البته خیلی زود همگان متوجه بی‌اساس بودن این ادعاها می‌شوند، هر چند شایعه‌سازان و دروغ پردازان دست بردار نیستند.

■ **باور نکنید، همین!**

به راستی فکر می‌کنید علت این دروغ‌پردازی‌ها چیست و چرا شایعه‌سازان به انتشار این اخبار جعلی می‌پردازند و از همه مهم‌تر نتیجه و آثار این شایعه‌پردازی در جامعه چیست؟

دکتر مهدوی، جامعه‌شناس و استاد دانشگاه، شایعه پردازان را به چند گروه تقسیم می‌کند: اول گروه ناآگاهی که تنها از روی سرگرمی و با هدف تفریح و سر کار گذاشتن مردم اقدام به انتشار این شایعات می‌کنند که اگر چه کار اشتباهی مرتکب می‌شوند

اما خیلی خطرناک به نظر نمی‌رسد و با آموزش اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی می‌توانیم شاهد کاهش اینگونه فعالیت‌ها باشیم.

وی می‌گوید: گروه دوم افرادی هستند که در انتشار شایعات خود انگیزه شخصی دارند مثلاً یک چهره معروف قبلاً با کسی ازدواج کرده و حالا از او جدا شده و فرد برای انتقام گرفتن اقدام به انتشار شایعاتی درباره

وی می‌کند. این استاد دانشگاه ادامه می‌هد: با مثلاً اختلافات مالی یا هر اختلاف دیگری بین دو طرف که یکی از آنها ممکن است انسان شناخته‌شده‌ای باشد می‌تواند عامل و انگیزه‌ای از سوی فرد دوم برای انتشار شایعات بی‌اساس با هدف انتقام گرفتن و تحت فشار قرار دادن فرد مقابل باشد.

به گفته دکتر مهدوی، گروه سوم شایعه پردازان گروهی هستند که با هدف، برنامه‌ریزی شده و جهت‌دار فعالیت می‌کنند که حتی احتمال اینکه این افراد، افراد سازماندهی شده نیز باشند وجود دارد که با هدف خاصی و با برنامه‌ریزی کامل اقدام به انتشار این شایعات می‌کنند.

وی می‌گوید: این افراد معمولاً در حوزه‌های سیاسی و امنیتی نسبت به انتشار شایعه اقدام می‌کنند که با توجه به فراگیر شدن ابزارهای ارتباطی مانند شبکه‌های اجتماعی خیلی زود این شایعات در جامعه می‌پیچد و آنها تا حدودی در رسیدن به اهداف خود در انتشار این شایعه موفق هستند.

وی با بیان اینکه البته درصد اندکی از شایعه پردازان‌ها مربوط به گروه سوم است و گروه اول و دوم بیشترین درصد شایعه پردازان را به خود اختصاص می‌دهند می‌افزاید: هوشیاری، آگاهی، عدم توجه و اطمینان اخبار منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی و... می‌تواند به کاهش فعالیت شایعه پردازان بینجامد.

وی خاطر نشان می‌کند: از قدیم گفته‌اند شونده باید عاقل باشد، برای همین انتظار می‌رود مردم در هنگام شنیدن اخبار گوناگون و صحبت‌های مختلف خیلی زود این موضوعات را باور نکنند و با هوشیاری و آگاهی خود شایعه‌سازان را در دستیابی به اهدافشان ناامید و ناکام بگذارند.

نگاه

از امنیت تا احساس امنیت

وقتی جامعه را ناامن‌تر از آنچه هست می‌بینیم

■ بهنام صدقی

زمانی که بحث از امنیت اجتماعی و احساس امنیت در جامعه به میان می‌آید ناخودآگاه اذهان و افکار عمومی به سمت تهدیدهای جانی و مالی و اعمال جنایی از قبیل زورگیری، وقوع قتل، سرقت و بزهکاری سوق پیدا می‌کند و عینی‌ترین و صوری‌ترین حالت برهم زنده آرامش به ذهن مردم متبادر می‌شود. این مسئله نه تنها در بین مردم رایج است که به وفور در گفتمان‌های مدیریتی و همچنین در برنامه‌ریزی‌ها و حتی رسانه‌های تخصصی یافت می‌شود. این موضوع بهانه‌ای است تا مسئله را از نگاهی دیگر بررسی کنیم.

■ **امنیت و احساس امنیت**

اگر چه صورتهای رایج ناهنجاری‌ها، انحرافات و بزهکاری‌ها بدون تردید سامان طبیعی جامعه را به چالش می‌کشند و موجبات ناآرامی و اختلال در جامعه را فراهم می‌کنند اما مطمئناً مسئله امنیت و احساس آن به این موارد ختم نمی‌شود. این مسئله ساختارها و مکانیسم‌های پیچیده‌تری را درگیر خود کرده‌است که انحرافات و آسیب‌های اجتماعی بخشی از پیامدهای بیرونی آن به حساب می‌آیند. باید دانست که مفهوم امنیت اجتماعی دارای دو

بعد ذهنی و عینی است که بعد عینی آن به معنای ایجاد شرایط و موقعیت امن برای افراد جامعه و بعد ذهنی به معنی احساس امنیت است. چرا که اگر مردم جامعه احساس کنند میزان امنیت اجتماعی آنها کم‌رنگ شده یا کاهش یافته‌است در مرحله اول آن را پدیده ذهنی یافته و در مرحله بعد به صورت ناخودآگاه آن را پدیده‌ای بیرونی تلقی می‌کنند که می‌تواند میزان اعتماد و امنیت خاطر آنها را نسبت به جامعه کاهش دهد.

بر همین اساس است که اندیشمندان و برنامه‌ریزان این حوزه نقش بسزایی در تأمین احساس



امنیت دارند. زندگی آرام و بدون دلمشغولی در روستایی دورافتاده تأییدی است بر این مسئله، چرا که علی‌القاعده زندگی در خانه‌های خشتی و آسب‌پذیر، دوری از مراکز درمانی، دست و پنجه نرم کردن با طبیعت و حیوانات مودی و گاهی درنده و مشکلات بی‌شمار دیگر قاعدتاً نباید احساس امنیت خاصی را به ار مغان بیابرد اما سطح احساس امنیت روستاها نسبت به شهرهای مدرن و مجهز و روز به روز با افزایش آن است.

■ **عوامل تأثیرگذار در احساس امنیت**

نتایج مطالعات انجام گرفته در خصوص احساس امنیت در شهرها وضعیت مناسبی را نشان نمی‌دهد. مطالعه احساس امنیت در شهرهایی روستایی تهران نشان می‌دهد که وضعیت احساس امنیت در سطح متوسط و پایینی قرار دارد و به مراتب با میزان و شاخص‌های واقعی امنیت فاصله دارد. بر همین اساس باید اولویت در خصوص بحث امنیت در احساس امنیت» که موضوعی ترم‌افزاری و مهم است متمرکز شود، چراکه آسایش در سایه احساس امنیت به وجود می‌آید و احساس امنیت نیز تابع مطلق آن وجود یابند آسیب‌های اجتماعی نیست بلکه تأثیراتی از آن می‌گیرد. بنابراین آنچه

دیدگاه

شلیک شایعه‌سازان به اعتماد جامعه

بیماری آنفلوآنزا می‌شویم. این استاد دانشگاه می‌افزاید: این همه درحالی است که انتظار می‌رود مردم خصوصاً آنهایی که سطح سواد بالاتری دارند نباید به راحتی حرف این افراد را باور کنند.

وی اضافه می‌کند: از طرف دیگر مسئولان جامعه‌شناس با بیان این مطلب در گفت‌وگو با گزارشگر ما می‌گوید: شایعه‌سازان اهداف خاصی را در انتشار شایعات خود دارند و انتشار این شایعات تأثیرات ناخوشایندی را در جامعه به جام می‌گذارد که یکی از این تأثیرات ناخوشایند

از بین رفتن اعتماد در جامعه و حس اطمینان و امنیت است.

وی می‌گوید: به عنوان مثال در خصوص همین بیماری آنفلوآنزا هر چقدر که وزارت بهداشت به دنبال اطلاع‌رسانی در خصوص پیشگیری و درمان این بیماری بود یک یا چند فرد بیکار و ناآگاه در شبکه‌های اجتماعی با انتشار یک موضوع کاملاً غیر تخصصی و سطحی باعث افزایش نگرانی مردم از این بیماری و کاهش حس امنیت آنان می‌شدند.

وی می‌گوید: امنیت بزرگ‌ترین سرمایه هر اجتماعی است و وقتی شایعه‌سازان این سرمایه عظیم را مورد خدشه قرار می‌دهند طبیعتاً خیلی زود در جامعه شاهد یک آشفتگی و نگرانی در خصوص مسائل مختلف مانند شوغ