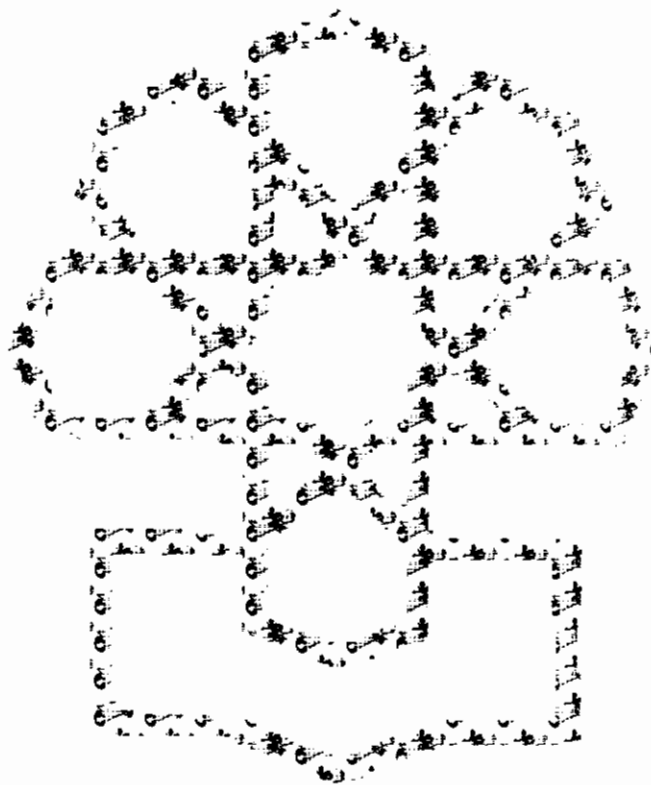




تئوری‌های تبلیغات انتخاباتی (۲۴)  
فصلی درباره شایعه



کار: دفتر مطالعات سیاسی و اجتماعی

معاونت پژوهشی  
بهمن ۱۳۷۸

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی  
آبخانه و واحد اسناد و اطلاع‌رسانی مجلس شورای اسلامی  
شماره: ۱۲۲۷۹  
تاریخ: ۷۸/۱۲/۱۶

کد گزارش: ۵۵۰۵۲۴۷

بسمه تعالی

تنوری‌های تبلیغات انتخاباتی (۲۴)

فصلی درباره شایعه

کد گزارش: ۵۵۰۵۲۴۷

### فهرست مطالب

۲	مقدمه.....
۵	فصل اول- شایعه به عنوان شاخص روحیه.....
۶	فصل دوم- علل شایعه پراکنی.....
۸	فصل سوم- سانسور و شایعه.....
۹	فصل چهارم- شایعات با دوام.....
۱۰	فصل پنجم- چگونه شایعات، تغییر می‌کنند.....
۱۱	فصل ششم- کاربرد شایعه در جنگ.....
۱۲	فصل هفتم- کنترل شایعه.....
۱۳	فهرست منابع و مآخذ.....

شایعه. انتقال دهان به دهان حکایت‌ها و اخبار غیر موثق است. این حکایت‌ها ابتدایی‌ترین نوع اخبار است و به همان اندازه که ابتدایی است، ناقص و غیر دقیق نیز هست.

در کشورهای متمدن، در وضعیت‌های عادی، اخبار قابل اطمینان، بیش از شایعه جریان دارد. آنها روزنامه و رادیو دارند، اما وقتی فشار روحی و سردرگمی به وجود آید، شایعه برانگیخته شده و گسترش می‌یابد و به نوبه خود، سردرگمی را افزایش می‌دهد. در چنین وضعیتی، دو نوع خبر، با هم رقابت می‌کنند: در یک سو، اخباری که مورد تأیید مقامات است و در رادیو و مطبوعات منتشر می‌شود و در سوی دیگر، اخبار غیر موثق و مشکوک. شایعات، به خصوص هنگامی گسترش می‌یابند که لزوم حفظ اسرار در مورد بعضی موضوعات مهم پیش آید. [در این حالت]، منابع رسمی خبری، دیگر اطلاعات کافی بیرون نمی‌دهند، زیرا اخبار زیادی در دسترس آنها نیست و اگر هم باشد، لزوم سانسور، مانع از پخش آنها می‌شود. در صورتی که مردم از طریق مجاری مشروع، اطلاعات مورد نیاز خود را به دست نیاورند، هر جا که خبری پیدا کنند، آن را پخش می‌کنند. هنگامی که چنین چیزی رخ دهد، شایعات پخش می‌شود.

شایعات، به همان اندازه که در میان غیر نظامیان پخش می‌شود، در میان نظامیان نیز منتشر می‌شود، زیرا اغلب لازم می‌شود سربازان از برخی اطلاعات، به خصوص اطلاعات مربوط به عملیات آینده، مطلع نشوند. با وجود این، فرماندهان نظامی مجبورند اقدامات حفاظتی را در برابر شایعات انجام دهند، چون شایعه می‌تواند منجر به تضعیف روحیه، ایجاد وحشت و احساس شکست شده، طرح‌های نظامی عالی را هم مختل کند.

در سال ۱۸۵۷، یک شایعه موجب بروز شورش بزرگی در هند شد. در آن روزگار، سربازان مسلح به تفنگ سرپر، مجبور بودند با دندان، در لوله‌های کاغذی آمیخته با گریس را بردارند تا بتوانند پودر محتوی آن را درون تفنگ بریزند. البته، زمینه‌های شورش، از قبل وجود داشت و شایعه منتشره درباره این گریس، صرفاً آن را تسهیل کرد. مسلمانان شنیده بودند که گریس، از روغن خوک ساخته شده و آنها با آغشتن لبان خود با این روغن، آلوده می‌شوند. هندوها شنیده بودند که این گریس از روغن گاو ساخته شده و آنها با آغشتن لبان خود با روغن یک حیوان مقدس، حیثیت خود را از دست می‌دهند. این شایعات، به سرعت در میان گروه‌های مناسب پذیرنده آن منتشر شد. انگلیسی‌ها سعی کردند با طرح این مطلب که هرکس اجازه دارد، لوله‌های کاغذی را خودش روغن اندود کند، شایعات را خنثی کنند. اما دیگر دیر شده بود. شایعه، همچون انفجار، پخش شد و شورش نیز به دنبال آن راه افتاد. اگر سربازان به سبب مسائل دیگری، نسبت به انگلیسی‌ها بدبین و عصبانی نبودند، احتمالاً چنین شایعه‌ای پخش نمی‌شد.

شایعات علی‌رغم این که با شواهد، پشتیبانی نمی‌شوند، ولی باز هم گسترش می‌یابند. چون مردمی که آن را شنیده و تکرار می‌کنند، [در واقع] آن را رواج می‌دهند. چرا؟ در نگاه نخست، به نظر می‌رسد که مردم نباید خبری ناموثق درباره موضوعی مهم را ترویج کنند. با وجود این، پاسخ در این نکته نهفته است که موضوع

1. Robert H. Knapp, "Rumor", in Edward G. Boring, Ed. "Psychology for the Armed Services", (New Dehei, Natraj Pub. 1979). PP.

432-444.

۲- رابرت ناپ، عضو اداره خدمات استراتژیک سابق و پژوهشگر کمیته پژوهش‌های ملی در مورد روانشناسی نظامی است.

برای فردی که آن را تکرار می‌کند، مهم است. فرد فقط وقتی شایعه را تکرار می‌کند که بعضی از نیازهای او بدین وسیله برآورده شود. شایعه‌ای که از یک سوءظن یا نفرت پشتیبانی می‌کند یا بیانگر ترس یا امید است، تکرار شده و به وسیله هیجانانگیز فرد تکرار کننده، تقویت خواهد شد. بنابراین، هنگامی که شایعه، به سرعت و در گستره زیادی منتشر می‌شود، بدان معنی است که در میان مردمی که آن را تکرار می‌کنند، نفرت، ترس یا امید گسترش یافته است.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت حتی مردمی که به شایعه اعتقاد ندارند، آن را تکرار می‌کنند، زیرا بدین وسیله، امکانی برای بروز هیجانانگیز خود (که در غیر این صورت باید سرکوب شود) پیدا می‌کنند. اگر سربازی از فرمانده خود متنفر باشد نمی‌تواند آشکارا پشت سر او بدگویی کند. او حتی در دوران جنگ، نمی‌تواند بی‌پرده بگوید که به اعتقاد او این «کهنه سرباز» یک مستبد است. با این حال، فرض کنیم سرباز شایعه‌ای را می‌شنود مبنی بر این که فرمانده، مشروب زیادی نوشیده تا حدی که سلامتی اش به خطر افتاده و ممکن است بازنشسته شود، شاید هیچ‌گونه مدرکی دال بر شایعه‌ای که شنیده وجود نداشته باشد. با این حال چه اتفاقی خواهد افتاد؟ سرباز، شایعه را به دیگران انتقال می‌دهد. [از نظر او] این حرف‌ها چیزهایی است که مردم می‌گویند و [به خاطر پخش شایعه] احساس گناه نمی‌کند زیرا مسئولیت داستان پخش شده را به عهده خود نمی‌داند. مع ذلک با شنیدن و پخش کردن شایعه، احساس مطلوبی به او دست می‌دهد. او، هیجانانگیز سرکوب شده خود درباره فرمانده و دیگر مسائل مربوط به ارتش را [بدین طریق]، رها می‌کند.

انتقال شایعه افراط کاری فرمانده می‌تواند نشان دهنده چیزی بیش از نفرت آگاهانه نسبت به او باشد. این امر ممکن است بدان معنی باشد که موضوع اتهام، عملی است که سرباز دوست دارد فرمانده آن را انجام دهد و بدین ترتیب، با خشمی آمیخته با احساس عدالت و پارسایی، شایعه را برای سربازان دیگر تکرار می‌کند. این نوع شایعه را «شایعه خصمانه»<sup>۱</sup> یا «تفرقه افکنانه»<sup>۲</sup> می‌گویند. تکرار کننده شایعه، با تکرار آن، بخشی از احساس خصومت خود را رها کرده و دیگران را هم به انجام این کار تشویق می‌کند. لازم نیست که او بفهمد چرا از پخش شایعه، احساس رضایت می‌کند بلکه کافی است که از بازگو کردن آن، احساس بهتری به او دست دهد. این شیوه، در زندگی غیر نظامی یا هر جای دیگری نیز که مردان یا زنان با یکدیگر برخورد داشته و کلماتی را با پیچ پیچ کردن رد و بدل می‌کنند، مشاهده می‌شود.

کارگرانی که هنگام ناهار، دور هم جمع می‌شوند، زمزمه‌هایی را در مورد وضع نامناسب کار خود به یکدیگر انتقال می‌دهند. بانکدارانی که در باشگاه شهر با هم جمع می‌شوند، در مورد فراخوانی به اعتصاب اتحادیه کارگری علیه یک قرارداد جنگی حیاتی (به دلیل این که کارخانه، چند سیاه‌پوست را استخدام کرده)، صحبت می‌کنند. کارگران، به واسطه شغل خود به کارفرمایان وابسته‌اند و از وابستگی و عدم امنیت خود، خشمگین هستند و به همین منظور آمادگی آن را دارند که باور کنند برخورد با کارگر، ناعادلانه است. بانکداران که به سبب تولید کالا، به کارگران وابسته‌اند و از قدرت روزافزون کارگر خشمگین هستند، آمادگی آن را دارند که باور کنند اتحادیه‌های کارگری، نابخردانه عمل می‌کنند. اینها همگی، شایعات هستند. کارگران یکدیگر را علیه سرمایه‌داران و سرمایه‌داران، یکدیگر را علیه کارگران تحریک می‌کنند. شایعات خصمانه، به خصوص از این نظر خطرناک هستند که خصومت و بی‌اعتمادی را میان متحدین یا در بین گروه‌های داخل یک کشور، رواج می‌دهند. اگر فردی نسبت به یک گروه، دل خوشی نداشته باشد، شایعه [در

1. Wedge-driving rumor.

2. Uuostility Rumor.

مورد آن گروه را باور کرده و به دیگران انتقال می‌دهد. بدین طریق، شایعه خصمانه برای ایجاد سپریلا، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

دفتر اطلاعات جنگی، لیستی موضوعاتی را که در سال ۱۹۴۲، هدف شایعات خصمانه بوده‌اند، منتشر کرد. اینها عبارت بودند از: مدیریت ارتش، کسب و کار، کاتولیک‌ها، کارگران [بخش] دفاعی، کشاورزان انگلیسی، یهودیان، کارگران، سیاه‌پوستان، گران‌فروشان، صلیب سرخ، روسیه، اتحادیه‌های صنفی و چندتای دیگر.

برخی شایعات، به علت مضطرب بودن مردم منتشر می‌شوند. [یعنی زمانی که] آنها همگی از چیزی ترسیده‌اند و به همین سبب، آماده پذیرش شایعاتی در مورد موضوع ترس خود هستند. بعد از حمله ژاپن به پرل‌هاربور، مردم ترسیدند و شایعاتی مبنی بر این که بخش اعظم ناوگان اقیانوس آرام منهدم شده، پخش شد. این درست بود که خسارت‌ها زیاد بود، اما به منظور پنهان نگه داشتن قسمتی از واقعیات و ترسیدن مردم حکایت‌هایی مبالغه‌آمیز و باور نکردنی، به صورت شایعه منتشر شد. در سال ۱۹۴۴، شایعاتی منتشر شد مبنی بر این که تعداد زیادی از سربازان [امریکایی] جبهه‌های اروپا و اقیانوس آرام، به عنوان افراد روانی<sup>۱</sup> به خانه بازگشته‌اند. این درست بود که بسیاری از سربازان به دلیل عدم توانایی تحمل مشکلات نبرد به امریکا بازگشته بودند، اما فقط چند تای آنها به روانی‌هایی تبدیل شده بودند که دیگر امکان انجام خدمات نظامی و غیرنظامی در کشور خود را نداشتند. علت گسترش این شایعه، ترس والدین، همسران و آنهایی بود که قلب‌شان برای این سربازان می‌تپید. چنین شایعاتی که بر ترس مبتنی هستند، «شایعات شیطانی»<sup>۲</sup> خوانده می‌شوند.

نوع دیگری از شایعه و به تبع آن، دلیل دیگری برای گسترش شایعه وجود دارد. آنگاه که انسان، مضطرب و هراسان است، به هر دستاویزی توسل می‌جوید. او سر در گریبان تفکرات آرزومندانه<sup>۳</sup> فرو می‌برد و از باور کردن و تکرار چیزهایی که امیدوار است حقیقت داشته باشند، لذت می‌برد. شایعاتی که مبتنی بر امید هستند، «شایعات رویایی»<sup>۴</sup> خوانده می‌شوند. این شایعات به سبب ایجاد احساس خوشایند در مردم، پخش می‌شوند.

اینها نمونه‌هایی از شایعات رویایی که بلافاصله پس از حمله ژاپن به پرل‌هاربور پخش شد، هستند: «ژاپنی‌ها، سوخت و تدارکات جنگی کافی برای شش ماه جنگیدن را ندارند»، «به زودی در آلمان و ایتالیا، انقلاب رخ می‌دهد»، «لویز لندن و وال استریت، ده به یک شرط‌بندی کرده‌اند که تا هفته آینده جنگ تمام خواهد شد»

برخی شایعات، آزادانه در مطبوعات و رادیو ظاهر شده و آشکارا نیز به عنوان شایعه مطرح می‌شوند. اگر در حین تکرار، در مورد آنها مبالغه نشود و برجسب شایعه بودن آنها حفظ شود، احتمالاً ضرر چندانی نخواهد داشت. [اما] دسته دیگری از شایعات، شایعات پوشیده و مخفی هستند و ضمن آن که به سرعت تکرار می‌شوند، اغلب در ابعاد گسترده‌ای رشد می‌کنند. این شایعات خطرناک هستند. گوینده، هیچ مسئولیتی ندارد و آزادانه می‌تواند آرزوها، ترس‌ها و خصومت خود را بروز دهد. اغلب این شایعات، به

1. Insane.  
2. Bogey Rumor.  
3. Wishful Thinking.  
4. Pipe-dream Rumor.

طور انفعالی پذیرفته می‌شوند. آنها به ظاهر ایبی سر و صدا هستند و با حرکتی خزانده اعتماد و اطمینان را از بین می‌برند.

شایعات دیگری وجود دارد که موجب بروز رفتار می‌شوند. این شایعات، «شایعات وحشت» نامیده شده و هم‌زمان با پخش گزارش‌های مربوط به شکست یا نزدیک شدن سربازان دشمن، ظاهر می‌شوند. خطر این نوع شایعه، واقعی، ملموس و فوری است، چون کسی که شایعه را باور می‌کند معمولاً رفتارهایی ناگهانی و خشونت‌آمیز بروز می‌دهد. او بخشی از اموال با ارزشش را سوارگاری کرده و همراه خانواده، کشان‌کشان خود را از دشمن دور می‌کند. بدین ترتیب او خود به یک شایعه تبدیل می‌شود و شایعه صورت واقعیت به خود می‌گیرد. چون مردمی هم که او را می‌بینند به فکر فرار و رفتن می‌افتند. راهپیمایی آشکار در کنار جاده، قوی‌ترین شایعه است. زیرا خود نمادی است که نیازی به توضیح ندارد. هرکسی [به محض دیدن] سعی می‌کند به این کاروان بپیوندد و بدین ترتیب [موج] وحشت شروع می‌شود.

### فصل اول - شایعه به عنوان شاخص روحیه

از آنجا که بازگو کردن شایعه، نیازهای گوینده را تا حدودی برآورده می‌کند، شایعه، شاخص مهمی [برای سنجش] روحیه است. شایعات بدبینانه در مورد شکست، مصیبت یا خیانت (شایعات شیطانی و شایعات خصمانه) همچون پرکاهی هستند که با باد حرکت می‌کنند و نشان‌دهنده نگرانی، اضطراب و تنفر مردمی هستند که آنها را تکرار می‌کنند. شایعات خوش‌بینانه در مورد رکورد تولید یا نوید صلح (شایعات رویایی) به رضایت خاطر یا اطمینان (اغلب اطمینان بیش از حد) اشاره دارند. با وجود این، هر دو نوع شایعه، حکایت از روحیه پایین می‌کند.

شایعات اضطراب‌انگیز همیشه نشان‌دهنده روحیه پایین است. شایعات اطمینان بخش مبالغه‌آمیز نیز همین‌طور است و باعث می‌شود تا انسان مستعد پذیرش دیگر شایعات رویایی شده و آمادگی روبه‌رو شدن با واقعیات را نداشته باشد: «اگر قرار است ظرف چند ماه آینده جنگ تمام شود، چرا باید به جبهه رفت؟» بنابراین، مطالعه شایعات می‌تواند شاخصی برای نشان دادن نیازها و هیجانات آن گروهی باشد که شایعه در میان‌شان رواج دارد.

شایعات، اغلب شاخص روحیه گروه‌های خاصی هستند. از آنجا که شایعات، به صورت شفاهی گسترش می‌یابند، فردی که آن را می‌شنود، احتمالاً برای دوستان، همسایگان و همکاران خود نقل می‌کند. [مثلاً] سرباز، شایعه را در واحد خود پخش می‌کند. چون شایعه اغلب از طریق شبکه‌های کم و بیش جافتاده‌ای انتقال پیدا می‌کند، هر شایعه، در گروه خاصی رواج می‌یابد. هر گروه نوعی از شایعه را باور می‌کنند. نیازهای هر گروه (ترس، آرزو و خصومت‌های آنها)، به وسیله حکایت‌های غیرموتقی که در میان آنها رواج دارد، آشکار می‌شود.

تعداد شایعاتی که در یک گروه معین پخش می‌شود، شاخصی برای نشان دادن میزان ارضای نیازهای اطلاعاتی مردم توسط سیستم رسمی ارتباطات (روزنامه و رادیو در میان غیرنظامیان) است. کثرت شایعات نشانگر آن است که مردم از منابع رسمی، اطلاعات کافی به دست نمی‌آورند، یا این که به سیستم رسمی

ارتباطات. اعتماد ندارند. در سال ۱۹۴۰، قبل از عملیات فلاندرز در فرانسه که مردم نسبت به مطبوعات و رادیو اعتماد نداشتند. شایعه بسیار رواج داشت. از سوی دیگر در بریتانیا مردم به مطبوعات اعتماد داشتند و به نسبت شایعات کمتری پخش می‌شد.

اگر یک فرمانده بتواند شایعاتی را که در میان افرادش رواج پیدا می‌کند، ردیابی و کنترل کند، اطلاعات زیادی در مورد ترس‌ها و امیدهای آنها کسب خواهد کرد. [بدین ترتیب] او نوعی داماسنج در اختیار خواهد داشت که تغییر روحیه سربازان را نشان می‌دهد بدین منظور، او باید به سه سؤال پاسخ دهد:

۱- شایعه در میان چه کسانی رواج دارد؟ گروه سربازانی که شایعه در میان آنها پخش می‌شود، با هم فرق دارند.

۲- موضوع شایعات چیست؟ در اینجا سرنخی از چیزهایی که سربازان در مورد آنها فکر می‌کنند، از آنها می‌ترسند یا بدان‌ها امیدوارند وجود دارد.

۳- چه هیجاناتی توسط شایعات، بیان می‌شوند؟ آیا آنها افسردگی<sup>۱</sup> و نارضایتی<sup>۲</sup> را بیان می‌کنند یا امیدواری<sup>۳</sup> را؟ آیا آنها رنجش را نشان می‌دهند یا تعارض<sup>۴</sup> را؟

فرماندهی که بتواند به این سؤال‌ها جواب دهد، آگاهی‌های زیادی در مورد روحیه افراد خود به دست خواهد آورد.

## فصل دوم- علل شایعه پراکنی

علل گسترش شایعه را باید در جو عمومی گروه‌های اجتماعی یا در نیازهای شخصی افراد تشکیل دهنده گروه جستجو کرد.

شایعه اغلب در میان گروه‌های «متجانس»<sup>۱</sup> که احساسات مشترکی دارند (ملت، شهر یا ارتش) گسترش می‌یابد. جنگ به گسترش شایعه کمک می‌کند چون باعث می‌شود در میان کسانی که با آن ارتباط دارند، هیجان‌ات مشترک شدیدی به وجود آید. آنها در امید به پیروزی، ترس از شکست، سرخوردگی ناشی از جدایی از عزیزان و خصومت نسبت به دشمن و همه کسانی که آنها را به شکست تهدید می‌کنند، با هم مشترک هستند. شایعه‌ای که این هیجان‌ها را بیان می‌کند، هم به سادگی شنیده می‌شود و هم به سادگی نقل می‌شود.

«فقدان اطلاعات»<sup>۲</sup> در مورد موضوعات مهم نیز به پخش شایعه کمک می‌کند. مردم، خواهان اطلاعات در مورد موضوعاتی هستند که بیش از همه آنها را نگران می‌کند و هر قدر نگرانی آنها بیشتر باشد، اطلاعات بیشتری را طلب می‌کنند. هنگامی که سانسور شدید حاکم است یا اخبار، کمیاب است (نظیر زمان جنگ)، روزنامه‌ها مجبورند در مورد حوادث جزئی، اطلاعات پخش کنند تا [شاید بتوانند] اشتباهات مردم به اطلاعات را پاسخ گویند.

در این وضعیت، شایعه به سادگی گسترش می‌یابد. مردم، اطلاعات می‌خواهند و هر چیزی را که به عنوان خبر پخش می‌شود، می‌پذیرند، چون اطلاعات واقعی را که با شایعه دروغین برخورد کند و جلوی آن را بگیرد در اختیار ندارند.

1. Homogeneous.

2. Lack of Information.

به این ترتیب، روحیه سربازان تا حدودی به اطلاعاتی بستگی دارد که در مورد حوادثی که در آینده بر آنان خواهد گذشت، به دست می آورند. فرماندهان تا جایی که امنیت نظامی اجازه می دهد باید دلیل دستورات و مقررات را توضیح دهند و در پاسخ به انتظارات معقول، اطلاعاتی برای سربازان خود ارائه دهند. در غیر این صورت، شایعه جایگزین واقعیت خواهد شد و روحیه ها را تضعیف خواهد کرد.

شایعه به وسیله نارضایتی، سرخوردگی، ملال و بیکاری نیز تقویت خواهد شد. دلیل گسترش شایعه در میان اجتماعات کوچک نظیر زندان ها، بیمارستان ها و اردوگاه ها نیز همین است. انسان ها به طور طبیعی نیاز به فعالیت دارند و بیکاری در آنها تنش ایجاد می کند. پراکندن شایعه، امکان دفع این تنش را فراهم می کند هر چند آن را به طور کامل از بین نمی برد. بنابراین، فرمانده باید به منظور مقابله با شایعه و ملالت، نیروهای خود را مشغول نگه دارد و ضمن آماده کردن آنها برای عملیات، آثار سوء ناشی از چند ماه بیکاری (تا شروع عملیات جدید) را خنثی کند.

انتظار نیز شایعه را تسریع می کند، انسان ها مشتاق [چیزهایی نظیر] اخبار، عملیات، شنیدن پیروزی، پایان جنگ و بازگشت از جبهه به خانه هستند. اگر کسی واقعیات را به آنها نگوید، آنها [اخبار] نیمه واقعی را بر هیچ، ترجیح خواهند داد. انسان چیزهایی را باور می کند که حوادث و تجربیات قبلی، او را برای باور کردن آنها آماده کرده است و با حکایت هایی که خلاف انتظار اوست، متناقض است.

افراد از نظر شایعاتی که باور می کنند و به تبع آن، شایعه ای که انتقال می دهند، با یکدیگر متفاوتند. بدین ها، شایعات آمیخته با اضطراب را باور و نقل می کنند و خوش بین ها، شایعات آمیخته با امید را. فردی که در مورد چیزی مضطرب است، آمادگی پذیرش و نقل شایعاتی را دارد که او را نسبت چیزهایی دیگر هم مضطرب می کند. فرد بیکار، ملالت زده و پریشان، شایعه را باور و نقل می کند تا بدین وسیله در خود، برانگیختگی<sup>۱</sup> ایجاد کرده و یکنواختی<sup>۲</sup>، او را رها کند.

انگیزه نقل شایعه، معمولاً پیچیده است، اما چند شیوه مشخص وجود دارد که نیازهای فردی از طریق آنها وارد فرایند شایعه پردازی می شود. علاوه بر ترس، خصومت و آرزو، این شیوه ها [و علل] عبارتند از:  
۱- خودنمایی<sup>۳</sup>: عبارت است از تلاش برای جلب توجه دیگران. فرد ممکن است برای افزایش شخصیت خود نزد دیگران، شایعه را بازگو کند تا آنها فکر کنند که او «آدم مطلعی» است یا ممکن است بخواهد بدین وسیله، با دیگران مصاحبت کرده یا شنونده ای را سرگرم کند.

۲- اطمینان آفرینی و حمایت عاطفی<sup>۴</sup>: در اینجا شایعه بدان امید بیان می شود که شنونده خواهد توانست آن را تکذیب یابد کند. 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<sup>۵</sup> باشد.

۳- فرافکنی<sup>۶</sup>: فرد ممکن است بدین سبب شایعه را بازگو کند که بخواهد ترس ها، آرزو ها و خصومت هایی را که احتمالاً از وجود آنها در خود آگاه نیست، بیرونی<sup>۷</sup> کند.

1. Excitement.

2. Monotony.

3. Exhibitionism.

4. Reassurance and Emotional Support.

5. Sympathy.

6. Projection.

7. Externahzation.



۴- پرخاشگری<sup>۱</sup> ممکن است فردی به منظور صدمه زدن به دیگران شایعه را انتقال دهد. به عبارت دیگر او ممکن است قصد تهمت زدن، غیبت کردن و سپر بلا قرار دادن دیگران را داشته باشد.

۵- پیشکش کردن [مطالب] خوشایند: شایعه ممکن است به منظور شیرینی نزد شنونده یا ارائه اخبار خوشایند به او، بازگو شود. این کار ممکن است با اظهارات تمجیدآمیزی که یا میزان کمی از حقیقت را دربردارد یا اصلاً حقیقت ندارد شروع شود و پس از مدتی، [این اظهارات] به حقیقت مسلم تبدیل شود.

## فصل سوم - سانسور و شایعه

سانسور، اخبار مهم را مخفی می‌کند و به همین سبب، موجب تقویت شایعه می‌شود. هنگامی که سانسور، شدید باشد، همه نوع شایعه روحیه‌زا و روحیه‌زد را رواج می‌یابد. هر گاه که سانسور معتدل باشد، شایعه نه گسترش می‌یابد و نه روحیه‌ها را تضعیف می‌کند. البته سانسور هم ضرر دارد و هم نفع. اگر اجازه داده شود هر چیزی گفته شود دشمن سوءاستفاده خواهد کرد. اگر جلوی گفتن هر چیزی هم گرفته شود، روحیه مردم خودی تضعیف می‌شود. [بنابراین]، بهترین کار رعایت محدودیت بینابین است.

برای مثال، در جریان حمله زیر دریایی‌های آلمان در جنگ جهانی دوم، سانسور خبری امریکا، پخش کلیه اخبار مربوط به محل اژدر خوردن کشتی‌ها را متوقف کرد. با این کار می‌خواستند مانع از آگاهی آلمانی‌ها نسبت به موقعیت و موفقیت زیر دریایی‌هایشان بشوند. در بهار ۱۹۴۲، یک کشتی در سواحل کیپ کاد<sup>۲</sup> مورد اصابت اژدر واقع شده و کشته‌ها و زخمی‌های آن به پروینستون<sup>۳</sup> آورده شد. در آنجا هزاران نفر شاهد صحنه بودند، اما باز هم اخبار سانسور شد و بدین ترتیب شایعات شروع شدند:

«پانزده هزار سرباز در اطراف پروینستون تلف شدند»

«اجساد دوست نفر پرستار از آب‌های پروینستون گرفته شد»

«تمام منطقه کیپ کاد، حکومت نظامی اعلام شده و تعداد زیادی جسد، توسط آب به ساحل آمده است.»

«تمام بیمارستان‌ها و هتل‌های پروینستون، از زخمی‌ها و کشته‌ها پر شده است»

«تمامی سردخانه‌های پروینستون، از جنازه‌های سربازان پر شده است»

«تمامی سربازانی که در پروینستون از آب گرفته شده‌اند، سیاه‌پوست هستند»

«سواحل کیپ کاد از مقاطعه کاران کفن و دفن، پر شده است.»

اطلاعات شخصی در مورد این حادثه نظامی، غیرمستقیم بود و به پخش حقیقت به صورت شایعه منجر شد. «یک شناور نیروی دریایی به وسیله دشمن مورد حمله قرار گرفت؛ ملوانان مجروح، به منظور معالجه به امریکا بازگردانده شدند؛ به خویشاوندان [مجروحین] اطلاع داده شده است.» خویشاوندان برخی مجروحان، هر یک خبرهای ناخوشایند دیگری نیز شنیده بودند. سپس، این اخبار ناگوار پراکنده در کنار هم گذاشته شد و به تدریج این شایعه که کشتی صدمه دیده است، قوت گرفت. به زودی شایعه به صورت این‌که کشتی غرق شده است، پخش شد. این در حالی بود که روزنامه‌ها هنوز از پخش حقایق محروم بودند.

1. Aggression.
2. Bestowing Afavor.
3. Cape Cod.
4. Provincetown.

شایعه ممکن است حدس زیرکانه‌ای باشد که بر چند واقعیت شناخته شده مبتنی است و بر این اساس، به صورت حقیقت خودنمایی می‌کند. سربازانی که در یک اردوگاه در حال انتظار به سر می‌برند یا در حال پیاده شدن در ساحل ناشناخته‌ای هستند و در مورد سرنوشت خود نگرانند شایعاتی را پراکنده و حدس‌هایی در مورد ماهیت تجهیزات می‌زنند و به سرعت به عنوان واقعیت تکرار می‌کنند. (البته این حدس‌ها می‌تواند درست باشد)، با این حال به خاطر امنیت نظامی، از تأیید یا تکذیب آنها خودداری می‌شود.

## فصل چهارم - شایعات با دوام<sup>۱</sup>

شگفت‌آور خواهد بود اگر بدانیم شایعه‌ای که امروز به صورت یک خبر تازه جلوه می‌کند، ممکن است در بسیاری از جنگ‌های گذشته مورد استفاده واقع شده باشد و امروز بار دیگر با پوشش جدید، خودنمایی می‌کند. نمونه‌ای از این گونه شایعات، شایعه‌ای است که در سال ۱۹۱۸ پخش شد، احتمالاً در سال ۱۸۶۱ هم بر سر زبان‌ها افتاده بود و در سال ۱۹۴۲ نیز بالباس جدیدی ظاهر شد:

«یک اسیر آمریکایی در ژاپن، به خانواده‌اش نامه نوشت که همه چیز خوب است، در پایان نامه از خانواده‌اش خواست که تمبر نامه را برای کلکسیون او بردارند. هنگامی که تمبر برداشته شد، در زیر آن این پیام را یافتند: «آنها زبان مرا بریده‌اند». در سال ۱۹۱۸ هم چنین شایعه‌ای در مورد یک اسیر در آلمان نقل شد. دوام شایعات بدان سبب است که نیازها، ترس‌ها، امیدها و کینه‌های انسان که توسط شایعه برآورده می‌شوند. این احساس در طول نسل‌ها تغییر نمی‌کند. در سال ۱۹۱۵، شایعه با دوامی منتشر شد تحت این عنوان که «سربازان روسی در بریتانیا دیده شده‌اند». علت پایداری این شایعه آن بود که انگلیسی‌ها دوست داشتند چنین خبری حقیقت داشته باشند. این شایعه همزادی در ۱۹۴۲ در روسیه داشت، تحت این عنوان که «نیروهای بریتانیایی برای دفاع از روسیه در خاک این کشور پیاده شده‌اند».

دلایل دیگری که برای پایداری شایعات و وجود آنها در جنگ‌های مختلف می‌توان ذکر کرد این است که آنها مناسب زمانی دارند، کوتاه هستند (و بنابراین یادآوری آنها ساده است)، تأثیرگذار هستند البته نه آن قدر که حساسیت برانگیز باشند و غیر قابل تحقیق می‌باشند.

شایعه، برای آن‌که نسل اندر نسل باقی بماند، باید همانند دیگر اشکال معتبر ادبیات، کیفیتی داشته باشد که توجهات را به خود جلب کند. شایعه باید نشانه داشته باشد، کوبنده و قاطع باشد و احتمالاً پیچیدگی غیر منتظره‌ای همچون این شعار داشته باشد: «انگلستان، تا آخرین سرباز فرانسوی خواهد جنگید». این شعار، همراه با جذابیت نهفته در آن باعث می‌شود که هر کسی آن را مورد توجه قرار داده، حفظ کرده و تکرار کند.

«انگلیسی‌ها نمی‌توانند از تانک‌هایی که از آمریکایی‌ها گرفته‌اند استفاده کنند. چون این تانک‌ها دنده عقب ندارند». آمریکایی‌ها زیر لب به این طعنه می‌خندیدند. آنها آن را حفظ کرده و تکرار کردند - چون ظاهراً فقط | خنده‌دار بود - اما به طور زیرکانه‌ای هم بدخواهانه بود.

1. liardy Rumors.

انسان، معمولاً خود طرفدار حکایت‌های ساخته و پرداخته خودش است. به همین منظور برای افزایش واقع‌نمایی شایعه، پاسخ‌هایی که به تردید کنندگان می‌دهد، مثبت‌تر و مفصل‌تر است. شایعه در مراحل اولیه، به یک «منبع رسمی» نسبت داده می‌شود، در مرحله بعدی مثلاً گفته می‌شود که اظهارات یک «افسر بلندپایه» یا «فردی در ستاد کل آلمان» یا «مقامات وزارت جنگ» است. این انتسابات موجب نقل شایعه می‌شود و حتی اگر بازگو کننده شایعه، آن را فقط به عنوان شایعه نقل کند، باز هم می‌گوید که «من این را شنیده‌ام، اما نمی‌دانم که درست است یا نه؟» و یا «شما می‌دانید که من این را باور نمی‌کنم، اما در داخل اردوگاه، همه در مورد آن حرف می‌زنند...» چنین شیوه‌ای باعث می‌شود که فرد گوینده شایعه، خود را از بار مسئولیت [گفتن شایعه] برهاند و امکان یابد بدون عذاب وجدان، شایعه را نقل کند. همچنین برای او امکان شاخ و برگ دادن، مبالغه کردن و افزودن بعضی جزئیات به شایعه را فراهم می‌کند تا [به قول خودش] حکایت شنیده شده را به حکایتی بهتر تبدیل کند.

شایعه‌ای که «ته‌چک» بلیط تئاتر نیویورک را به جسد ملوان رها شده توسط زیر دریایی آلمان چسبانید، [در واقع] به شیوه فوق ساخته شده بود. شایعه این بود که یکی از زیر دریایی‌های آلمان که در اطراف کیپ کاد شناور بود، جسد یک ملوان آلمانی را به روی آب فرستاد. در کلاه این جسد، ته‌چک بلیط یکی از تئاترهای نیویورک وجود داشت که دو روز پیش صادر شده بود. [شنوندگان و گویندگان] شایعه، اصلاً در مورد احتمال باقی ماندن کلاه بر سر جسد و این‌که چه قدر احتمال دارد در این کلاه ته‌چک بلیط وجود داشته باشد، فکر و تردید نمی‌کردند، بلکه [مسئله این بود] که شایعه پخش شده، داستان خوبی برای نقل کردن و به موازات افزایش نگرانی مردم نسبت به حضور زیر دریایی‌های آلمان در سواحل اقیانوس اطلس، این شایعه گسترش یافت.

اسامی، ارقام و مکان‌ها، ناپایدارترین اجزای شایعه هستند. شایعات بسیاری در کشورهای مختلف پخش می‌شود [که با دقت در آنها در می‌یابیم] که خیلی از آنها، ساختار یکسانی دارند، با این حال، هر کدام از آنها، اسامی و مکان‌هایی را مورد استفاده قرار می‌دهند که برای مردم بومی آشناست. شایعات صرفنظر از این‌که در ابتدا چه قدر ابهام دارند، معمولاً به طرف وضوح بیشتر، حرکت می‌کنند. ارجاعات عینی، راحت‌تر حفظ و تکرار می‌شوند و دلیل حذف یا تغییر ارجاعات مبهم [در شایعه] نیز همین است.

ساختار شایعات، با سنت‌های فرهنگی گروه تطبیق می‌یابد و به شکل تصورات قالبی در می‌آید. براین اساس، شایعه «سلاح سری»<sup>۱</sup> که در اوایل جنگ جهانی دوم در فرانسه رواج یافت، ریشه در [شایعه] «برتای بزرگ»<sup>۲</sup> در جنگ جهانی اول داشت. همچنین تهمت زدن‌هایی که در مبارزات انتخاباتی امریکا دیده می‌شود - نظیر این‌که گفته می‌شود «در او خون سیاهان وجود دارد» یا «دائم الخمر است» - از الگوی تصورات قالبی پیروی می‌کند.

1. Secret Weapon.  
2. Big Bertha.

شایعه، نقش مؤثری در جنگ‌های روانی دارد، زیرا بدون آن که برچسب منفی تبلیغات بخورد، شنونده آن را می‌پذیرد. مطالبی را که آلمانی‌ها به وسیله رادیوی موج کوتاه یا از طریق عوامل خود پخش می‌کردند، در داخل امریکا توسط خود امریکایی‌ها بازگو می‌شد. بدین ترتیب، در حین بازگو کردن خبر ریشه آلمانی آن فراموش و حذف می‌شد. شنونده نمی‌توانست مدرک بخواند چون گوینده هرگز ادعا نمی‌کرد که مدرکی دارد. او فقط آنچه را شنیده بود تکرار می‌کرد و [در این حالت] باور کردن، راحت‌تر از باور نکردن است، به خصوص اگر ترس یا امیدی هم [در جامعه] وجود داشته باشد که شایعه را پشتیبانی کند.

برخی روش‌های کاربرد شایعه در تبلیغات عبارتند از:

۱- **تخریب [روحیه]:** شایعه می‌تواند برای تخریب روحیه به کار گرفته شود. در سال ۱۹۴۰، آلمانی‌ها برای شکست فرانسه، به همین طریق، روحیه آنها را تضعیف کردند. آنها شایعات بدبینانه را جایگزین شایعات خوش‌بینانه کردند. به خاطر مبهم بودن حمله آلمان، [روحیه] فرانسوی‌ها میان ناامیدی و سرخوشی<sup>۱</sup> در نوسان بود. آنها ناگهان متوجه شدند که دیگر نمی‌دانند چه چیزی را باور کنند و سرانجام این وضع به رواج عدم اطمینان و ابهام بیشتر منجر شد.

تبلیغاتچی‌ها نیز، برای گسترش بی‌اعتمادی میان متحدین یا ایجاد تفرقه در داخل کشور از شایعه استفاده می‌کنند. رواج سوءظن‌های به ظاهر موجه، می‌تواند همکاری حیاتی [میان متحدین یا هموطنان] را از هم بپاشد. شایعه، هرگز چیزی را ثابت نمی‌کند بلکه از طریق ایجاد بی‌اعتمادی، کار خود را می‌کند.

۲- **شایعه به عنوان هاله دود<sup>۲</sup> [و وسیله پرده پوشی]:** شایعه می‌تواند حقیقت را بپوشاند. تکنیک تبلیغاتچی‌ها این است که آن قدر اطلاعات محرمانه منتشر کنند تا در میان انبوه اطلاعات ضد و نقیض، اطلاعات اصلی قابل تشخیص نباشد. در جنگ جهانی دوم، آلمانی‌ها استاد این فن بودند و با نشت دادن اطلاعات ضد و نقیض به کشورهای رقیب، آنها را گمراه می‌کردند.

۳- **بی‌اعتبار کردن منابع خبری:** این یک تکنیک ویژه است. در سال ۱۹۴۱، انگلستان چند بار سعی کرد ایستگاه اصلی راه‌آهن آلمان در برلین را بمباران کند. آنها در این کار شکست خوردند، اما آلمانی‌ها «گزارش‌های غیر موثقی» را پخش کردند مبنی بر این که انگلستان در این کار موفق شده است. هنگامی که این شایعات به انگلستان رسید، آنها فکر کردند که این اخبار 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 کردند و ضمن اثبات دروغ بودن اظهارات بریتانیایی‌ها، رسانه‌های انگلیسی را بی‌اعتبار کرد.

۴- **[شایعه] بودن کاشف حقیقت:** شایعه می‌تواند به منظور آگاهی یافتن از حقیقت، مورد استفاده قرار گیرد. در جنگ جهانی دوم، ژاپنی‌ها اغلب شایعاتی در مورد تلفات امریکایی‌ها در برخورد‌های دریایی پخش می‌کردند. آنها از میزان تلفات، آگاهی نداشتند و می‌خواستند از این طریق، اطلاعات کسب کنند. در اوایل که این تکنیک تازه ظاهر شده بود، پخش چنین شایعاتی موجب کاهش روحیه امریکایی‌ها می‌شد. اگر امریکایی‌ها می‌خواستند روحیه‌ها را حفظ کنند، مجبور بودند حقیقت را بگویند و این امر، اطلاعات لازم را

1. For Divrusion.  
2. Elation.  
3. Smoke Screen.

## فصل هفتم - کنترل شایعه

افسران یا مقاماتی که می‌خواهند بخش شایعه را در میان سربازان و جمعیت غیر نظامی کنترل کنند، قواعد زیر را که بر مشاهدات علمی مبتنی هستند، مفید خواهند یافت.

۱- ایجاد اعتماد نسبت به ارتباطات رسمی: اگر مردم نسبت به موثق بودن اعلامیه‌های ارتش و [اخبار] رادیو و مطبوعات، اعتماد خود را از دست بدهند، شایعات گسترش خواهند یافت.

۲- تقویت اعتماد نسبت به رهبران: اگر مردم مطمئن شوند که به آنها دروغ گفته نمی‌شود و آنچه سانسور می‌شود به خاطر مصالح کشور است، می‌توانند سانسور و فقدان اخبار را تحمل کنند. این نکته در مورد همه رهبران صادق است. از رئیس جمهور گرفته تا معلم مدرسه و از ژنرال گرفته تا گر و هبان.

۳- گفتن حقایق، تا جایی که ممکن است: باید به رادیو و مطبوعات اجازه داده شود تا جایی که ممکن است و موجب کمک کردن به دشمن نمی‌شود، به مردم اطلاعات کامل و مفصل بدهند، ارتش نیز باید چنین اجازه‌ای داشته باشد. انسان، طالب واقعیات است و اگر نتواند واقعیات را به دست آورد، شایعه را می‌پذیرد.

۴- مشغول نگه داشتن سربازان: از بیکاری و یکنواختی جلوگیری کنید. ذهن خالی، به آسانی با اکاذیب و نگرانی پر می‌شود. [به قول معروف]، بیکاری دست‌ها، موجب فعالیت زبان می‌شود.

۵- مقابله با شایعه‌سازی: علیه شایعه مبارزه کنید. شایعه را علناً با تبلیغات دشمن مقایسه کنید و با نشان دادن دروغ بودن و ناصحیح بودن آن دشمن را بی اعتبار کرده شایعه سازان را مسخره کنید.

در هر اردوگاه می‌توان یک «تابلوی شایعات» نصب کرد و بر روی آن، شایعات دروغ را نوشت. بعد از مدتی، شایعات نشان داده شده، به مضحکه تبدیل می‌شود، چون ممکن است شایعات بعدی با آنها متناقض باشد یا کذب بعضی از آنها به دلیل آشکار بودن حقایق، از قبل بر همه مسلم باشد.

همچنین می‌توان «کلینیک شایعه»<sup>۲</sup> ایجاد کرد. این کلینیک، شایعات را از شهروندان علاقه‌مند، افرادی که شایعات ابتکاری خود را ارائه می‌کنند و آدم‌هایی که حرف‌هایی را در جریان پیچ‌پیچ کردن‌های زمان بیکاری شنیده‌اند، جمع‌آوری می‌کند سپس آنها را بررسی کرده و ضمن انتشار، تکذیب یا اصلاح می‌کند و گاه با نشان دادن دروغ بودن شایعات، آنها را مسخره می‌کند.

یک فرمانده نظامی می‌تواند در کنار تابلوی شایعه، کلینیک شایعه نیز ایجاد کند و افراد خود را تشویق کند که در خود، عادت سؤال کردن ایجاد کنند [و شایعات را بلافاصله نپذیرند].

هنگامی که هیجانانگیز برانگیخته می‌شود و اخبار قابل اعتمادی نیز وجود ندارد، متوقف کردن شایعه غیر ممکن است. [در این حالت] اصرار زیاد بر واقعیات هم فایده‌ای ندارد. مع‌ذلک، با تدابیر یاد شده، اثرات شایعه را می‌توان کنترل کرده و کاهش داد. این تدابیر نه فقط در مورد شهروندان، بلکه در مورد سربازان نیز قابل اعمال است.

به طور کلی، بهترین روش برای مبارزه با شایعه، خارج ساختن آن از ذهن است. در نیروهای مسلح، افراد باید مشغول باشند و یا به عبارت بهتر، مشغول نگه داشته شوند و چون هیچ‌کس نمی‌تواند خیل عظیمی از

1. Rumor Board.

2. Rumor Clinic.

مردم را مشغول نکه دارد. بهترین وسیله، ایجاد همین کلینیک شایعه است. اما در مورد سربازان و ملوانان، وضع فرق می‌کند و باید کاری کرد که آنها هیچ وقتی برای گوش کردن به اخبار غیر موثق در مورد حوادث آینده نداشته باشند. کسب پیروزی تسریع خواهد شد اگر رزمندگان به رهبران خود اعتماد داشته و آن قدر مشغول کار خود باشند که آرزوها، نگرانی‌ها و گمان‌ها به ذهن‌شان راه نیابد.

## فهرست منابع و مآخذ

- 1- G. BRITT. Rumors (made in Germany). Council for Democracy. New York: Finston, 1942. PP. 13.  
A Popular Presentation of Types Of Rumors Circulated by Germany in the Early Days of the Second World War.
- 2- B. HART. Psychopathology: its development and its Place in Medicine. New York: Macmillan, 1972. PP. 156  
A Historical Survey of the Various attempts to Study rumor Scientifically. See Especially PP. 23-37. An excellent Systematic Treatment of the Causes, Types, and Consequences of Rumor With a Consideration of how Rumor May be Controlled.
- 4- A. PONSONBY. Falsehood in Wartime. New York: Dutton, 1929. PP.192.  
An analysis of the Use of Lies in Wartime for Purposes of Psychological Warfare With Special emphasis on the Falsehoods Circulated During the First World War.
- 5- R. H. THOULLESS. Straight Thinking in Wartime London: English Universities Press, 1942. PP. 224.  
Striking Illustrations of the Ways in Which Bias and Prejudice Can Influence thinking in Wartime.