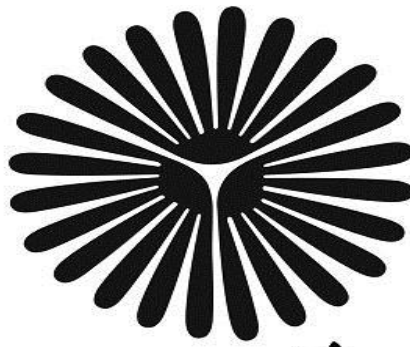


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور

واحد تهران جنوب

پایان نامه کارشناسی ارشد

در رشته فقه و مبانی حقوق

عنوان پایان نامه:

مبانی فقهی شایعه پراکنی، پیامدها و راهکارهای آن

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر صدری

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر جعفری

توسط:

ناهید شکریان

اسفند ۱۳۹۵

تقدیر و تشکر

به مصداق ((من لم یشکر المخلوق، لم یشکر الخالق))

بر خود فرض می دارم از استاد محترم جناب آقای دکتر صدری
که راهنمایی این رساله را بر عهده داشتند و همچنین جناب
آقای دکتر جعفری که با مشاوره های ارزشمندشان این تحقیق
را به سرانجام رساندند تشکر می نمایم .

چکیده

انسان، موجودی اجتماعی است و به حکم سرشت خویش، ناگزیر از ایجاد ارتباط با دیگران است. تبادل اندیشه و دریافت اطلاعات، از اساسی ترین انگیزه های ارتباط افراد با یکدیگر است. در جریان این ارتباط و تعامل اجتماعی، بخش قابل توجهی از گفته ها و شنیده های روزانه انسان ها را شایعات یا خبرهای ساختگی تشکیل می دهند. درواقع شایعه کوششی جمعی برای تفسیر یک موقعیت مبهم ولی جذاب است. پدیده شایعه کموبیش در همه جوامع رواج دارد، اما در جامعه ای که مردم با فقر اطلاع رسانی سریع و صحیح و دقیق مواجهند، و در بین گروه ها و جمعیت هایی که به لحاظ ساده اندیشی و زودباوری تأثیرپذیری بیشتری برای دریافت و انتقال شایعات دارند بیشتر متداول است.

ضرورت پژوهش در این مسئله این است که شایعه بر روحیه افراد و اتحاد و یکپارچگی و امنیت جامعه تأثیرات بسزایی دارد و منشا ایجاد معضلات فراوانی در جامعه می شود. بنابراین پژوهش در رابطه با این مسئله میتواند زمینه ساز ایجاد راهکاری برای حل این معضلات باشد. در این پژوهش به بررسی انواع شایعات و علل و انگیزه های شایعه پراکنی و راهکارهای مقابله با شایعه پرداخته شده است. روش تحقیق از نظر نگرش مسئله محور است و براساس راهبرد تحلیلی و در نوع فعالیت اجرایی و راهکار کتابخانه ای است و در جمع آوری اطلاعات از روش فیش برداری بهره جسته ایم. ماحصل بررسی هایی که در این تحقیق انجام شده این است که دولت و رسانه ها با آگاه ساختن مردم از طرق مختلف و تعیق بینش افراد با توجه به آیات و روایات و مسائل جامعه شناختی از اثرات تخریبی ناشی از شایعات جلوگیری نمایند.

کلید واژه ها: شایعه، افتراء، شایعه پراکنی، خبر

فهرست مطالب

مقدمه.....	۱
فصل اول.....	۳
کلیات.....	۳
تبیین موضوع.....	۴
اهمیت موضوع.....	۴
اهداف تحقیق.....	۵
پیشینه تحقیق.....	۵
سوالات اصلی و فرعی.....	۶
سوال اصلی.....	۶
سوالات فرعی.....	۶
فرضیه.....	۷
مفاهیم کلیدی.....	۷
روش تحقیق.....	۸
ساختار تحقیق.....	۸
مشکلات تحقیق.....	۸
فصل دوم.....	۹
مفهوم شناسی شایعه.....	۹
۱-تعریف شایعه.....	۱۰
۲-.....	۱۰
۱-۱-تعریف لغوی.....	۱۰
۲-۱-تعریف اصطلاحی.....	۱۱
۳-۱-وجه تمایز خبر و شایعه.....	۱۲
۴-۱-ویژگیهای شایعه.....	۱۳

۱۶.....	۲-حرمت شایعه پراکنی.....
۱۷.....	۲-۱-شایعه از منظر قرآن.....
۲۰.....	۲-۲-نمونه هایی از شایعات در قرآن.....
۲۰.....	۲-۲-۱-شایعات علیه حضرت نوح (علیه السلام).....
۲۱.....	۲-۲-۲-شایعات علیه حضرت هود (علیه السلام).....
۲۱.....	۲-۲-۳-شایعات علیه حضرت موسی (علیه السلام).....
۲۲.....	۲-۲-۴-شایعات علیه حضرت صالح.....
۲۲.....	۲-۲-۵-شایعات علیه حضرت شعیب.....
۲۲.....	۲-۲-۶-شایعات علیه حضرت محمد (صلی الله علیه و آله).....
۳۰.....	۲-۳-شایعه از منظر روایات.....
۳۴.....	۳-بستر و زمینه های اصلی شایعه.....
۳۷.....	۴-عکس العمل مخاطبان شایعه.....
۳۸.....	۵-کیفر شایعه.....
۳۸.....	۵-۱-کیفر شایعه از منظر قرآن.....
۳۹.....	۵-۲-کیفر شایعه از منظر روایات.....
۴۱.....	۵-۳-کیفر شایعه از منظر حقوق مدنی.....
۴۲.....	۶-ویژگیهای افراد شایعه پذیر و شایعه گو.....
۴۲.....	۶-۱-ساده لوحی و زود باوری.....
۴۳.....	۶-۲-ناامنی و زود برانگیختگی.....
۴۳.....	۶-۳-پرگویی و گزافه گویی.....
۴۴.....	۶-۴-غیبت و دروغگویی.....
۴۵.....	۶-۵-ایستایی شخصیت و عدم اعتماد به نفس.....
۴۵.....	۶-۶-خودتوجهی و کژاندیشی.....
۴۶.....	جمع بندی.....
۴۷.....	فصل سوم.....
۴۷.....	انواع، شرایط و انگیزه های شایعه پردازی.....
۴۸.....	۱-۱-تقسیم بندی شایعات براساس نتیجه.....
۴۸.....	۱-۱-۱-شایعات ترس.....
۴۸.....	۱-۱-۲-شایعه بدبینی.....
۴۹.....	۱-۱-۳-شایعه تفرقه افکن.....
۴۹.....	۱-۱-۴-شایعه فریب.....

۵۰	شایعات رؤیایی.....	۵-۱-۱
۵۰	شایعات هیجانی.....	۶-۱-۱
۵۱	شایعه اقتصادی.....	۷-۱-۱
۵۱	شایعه ناموسی.....	۸-۱-۱
۵۱	۲-۱-تقسیم بندی شایعات براساس عامل زمانی.....	
۵۲	شایعات خزنده.....	۱-۲-۱
۵۲	شایعات آتشین.....	۲-۲-۱
۵۳	شایعات غواص.....	۳-۲-۱
۵۴	۲-شرایط و موقعیت شیوع شایعات.....	
۵۴	۱-۲-اهمیت خبر.....	
۵۴	۲-۲-ابهام در جامعه.....	
۵۵	۳-۲-نگرانی و اضطراب شخصی.....	
۵۶	۴-۲-استعداد شایعه پذیری.....	
۵۶	۵-۲-فقدان اطلاعات صحیح.....	
۵۷	۳-اهداف و انگیزه‌های شایعه پردازی.....	
۵۸	۱-۳-جلب توجه اجتماعی.....	
۵۸	۲-۳-تقویت تمایلات درونی.....	
۵۹	۳-۳-فرافکنی.....	
۵۹	۴-۳-کنجکاوی و جستجوگری.....	
۵۹	۵-۳-انگیزه دوست‌یابی و تحکیم ارتباط.....	
۶۰	۶-۳-خصوصیت آشکار و پنهان.....	
۶۱	۷-۳-انگیزه‌های تهدیدگرانه.....	
۶۱	۸-۳-فتنه‌گری و انحراف افکار.....	
۶۲	۴-فرآیند انتشار شایعه.....	
۶۲	۱-۴-پدید آمدن زمینه‌ها و بسترهای مناسب.....	
۶۲	۲-۴-تولید یا شایعه سازی.....	
۶۳	۳-۴-ایجاد حساسیت در افراد مختلف.....	
۶۳	۴-۴-ارزیابی.....	
۶۴	۵-۴-اشاعه.....	
۶۴	جمع بندی.....	
۶۵	فصل چهارم.....	
۶۵	راهکارهای مقابله با شایعه.....	

۶۷.....	۱-پیشگیری از شایعات.....
۶۷.....	۱-۱-رفع شبهات.....
۶۷.....	۲-۱-اطلاع رسانی سریع و دقیق.....
۶۹.....	۳-۱-تلاش در زدودن اضطراب و نگرانی عمومی.....
۶۹.....	۴-۱-دانش افزایی عمومی و تعمیق بینش مردم.....
۷۰.....	۵-۱-هماهنگی و استمرار در ارائه‌ی اطلاعات صحیح.....
۷۱.....	۲-خنثی کردن شایعات.....
۷۱.....	۲-۱-بی‌توجهی به شایعه‌های ضعیف و عدم تکرار آن.....
۷۲.....	۲-۲-تایید حقایق.....
۷۳.....	۲-۳-صدور بیانیه رسمی.....
۷۳.....	۲-۴-برگزاری جلسات حضوری.....
۷۳.....	۲-۵-اقدامات قانونی.....
۷۴.....	۳-شایعه.....
۷۴.....	۳-۱-عناصر اصلی در درمان شایعه.....
۷۴.....	۳-۱-۱-شایعه.....
۷۵.....	۳-۱-۲-شایعه پرداز.....
۷۵.....	۳-۱-۳-شایعه پذیر.....
۷۵.....	۳-۲-راه‌های درمان شایعه.....
۷۵.....	۳-۲-۱-تکذیب.....
۷۸.....	۳-۲-۲-تقویت و بازسازی.....
۷۸.....	۳-۲-۳-پرهیز از خوشبینی بی‌جا.....
۷۹.....	۳-۲-۴-واقع گرایی.....
۸۰.....	۳-۲-۵-کنترل زبان و پرهیز از پرگویی.....
۸۱.....	۳-۲-۶-آگاهی نسبت به عدم رضایت خداوند.....
۸۱.....	۳-۲-۷-توجه به پیامدهای شوم شایعه.....
۸۵.....	۳-۲-۸-کیفر شایعه سازان و شایعه پراکنان.....
۸۷.....	نتیجه گیری نهایی.....
۸۷.....	پیشنهادهات.....
۸۹.....	فهرست منابع.....

مقدمه

شایعه، خبر یا اطلاعاتی غیر موثق است که مبتنی بر مشهورات یا قول اجماع است یعنی اعتبار خود را از تواتر و شیوع خود می‌گیرد. بسیاری از پژوهشگران، شایعه را به دلیل تحریف‌های مهمی که در پیام اصلی به وجود می‌آورد به عنوان یک ارتباط مسخ شده معرفی می‌کنند و به پیامدهای شوم آن اشاره می‌کنند. بدیهی است که شایعات موجب تخریب شهرت‌ها و بی‌اعتباری اقدامات افراد شده و در نهایت می‌تواند موجب خشونت نیز شود.

از سوی دیگر در کنار بررسی شایعه به عنوان یک ارتباط ناسالم، برخی به نقش اجتماعی مهم شایعه نیز اشاره می‌کنند. این گروه از پژوهشگران معتقدند شایعه موجب پدید آمدن هنجارهای اجتماعی جدید شده و موجب می‌شود افکار عمومی بر اطلاعاتی متمرکز شوند که برای به دست آوردن آنها وسیله دیگری وجود ندارد. حتی برخی معتقدند شایعات در فضای سانسور روزنامه‌ها، نقش بسیار مهمی ایفا کرده و نقص کانال‌های اطلاعاتی رسمی را جبران می‌کنند. در چنین حالتی که گردش اطلاعات محدود شده باشد اطلاعات از طریق شایعه دوباره جریان پیدا می‌کند. در چنین رویکردی شایعه به عنوان «قدیمی‌ترین رسانه ارتباط جمعی جهان» توصیف می‌شود که نه تنها فعالیتی سطحی و بی‌معنا نیست بلکه عملی هوشیارانه و وسیله‌ای پیچیده در نظر گرفته می‌شود. در واقع در غیاب وسایل ارتباطی موثر، شایعه جایگزین مناسبی برای تکمیل اخبار به شمار می‌آید.

معمولاً شایعه ایجاد ترس و نگرانی در جامعه می‌نماید و مردم به علت عدم دسترسی به اطلاعات دقیق به آن پناه می‌برند و آن را دهان به دهان نقل می‌کنند و گاه بر آن می‌افزایند. از اوایل دوران انقلاب اسلامی تاکنون مردم ایران شایعات فراوانی را شنیده‌اند و آسیب‌های فراوانی از توپخانه‌های تبلیغاتی دشمن متحمل شده‌اند.

شایعه اغلب در فضای رکودی رواج می‌یابد که عواملان عملیات روانی با بهره‌گیری از فنون آن را پدید آورده‌اند. در چنین فضایی عطش شهروندان برای کسب آگاهی آن‌چنان افزایش می‌یابد که آنان شبه

واقعیت‌ها را واقعیت، و اقوال ناموثق و اغلب دروغ‌ها را، واقعیت تلقی می‌کنند. اما اینها تنها بخشی از واقعیت مربوط به شایعه را نمایان می‌سازد. چه، گاهی شایعه خود به رسانه‌ای تبدیل می‌شود که به هم‌وردی با رسانه‌های رسمی می‌پردازد. چنین اهمیتی موجب شده است تا کارگزاران عملیات روانی از شایعه به منزله ابزار و روشی برای تخریب روحیه حریف، برآشفتن توده‌ها و تحقق سایر اهداف و مقاصد خویش بهره گیرند. لذا پرداختن به این موضوع بویژه از ناحیه سیاستمداران، مراکز فرهنگی و تبلیغی جوامع از ضروریات اجتناب ناپذیر است.

این تحقیق از چهار فصل تشکیل شده است:

فصل اول: به کلیات می‌پردازد و در آن موضوعاتی چون تبیین موضوع، اهمیت، اهداف و سوالات اصلی و فرعی و روش و محدوده و همچنین مشکلات تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد.

فصل دوم: به مفهوم شناسی شایعه اختصاص دارد. در آن از موضوعاتی از قبیل تعریف شایعه، ویژگیهای شایعه، حرمت شایعه‌پراکنی از منظر قرآن و روایات، بستر و زمینه های آن، عکس‌العمل مخاطبان شایعه و کیفر آن و همچنین ویژگی افراد شایعه‌پذیر و شایعه‌گو مطرح می‌گردد.

فصل سوم: انواع، شرایط، انگیزه و فرآیند انتشار شایعه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

فصل چهارم: شیوه‌های مقابله با شایعه همچون پیشگیری، خنثی‌کردن و درمان آن را مورد بررسی قرار می‌دهد.

فصل اول

کلیات

تبیین موضوع

واژه شایعه دارای ریشه عربی و حروف اصلی «شیع» است. این واژه به معنای رواج دهنده و «ه» آخر آن نشانه تانیث است و مصدر مره بوده و برای نشان دادن وحدانیت موضوع بکار رفته است. در معنای اصطلاحی، شایعه خبر یا پیام تایید نشده ای است که معمولاً به صورت غیر رسمی و شفاهی انتقال می‌یابد و در رابطه با موضوعی است که تحقیق در صحت آن مشکل است و موضوع آن از منابع موثق قابل دریافت نیست.

باتوجه به اینکه اسلام همواره به انسانها توصیه می‌کند تا در مورد چیزی که به آن یقین ندارند زبان نگشایند، بعضی افراد در جامعه به انتقال مطالبی بی‌اساس که تقنین به صحت آن ندارند می‌پردازند که این مطالب غیرمستند بین اقشار مختلف اجتماع انتشار یافته و گاهی زیان‌ها جبران ناپذیری از قبیل تضعیف روحیه عمومی جامعه، ترور شخصیت افراد آبرومند، ایجاد تفرقه و ... به‌بار می‌آورد و همین تاثیرات نامطلوب اهمیت این مسئله را دوچندان می‌کند.

این مسئله در علوم از قبیل اخلاق، فقه، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، سیاست، تاریخ و حقوق مطرح است. در این پژوهش قصد داریم این مسئله را در حوزه علوم اجتماعی، دینی و حقوق مورد بررسی قرار دهیم. این مسئله در همه زمانها و در همه جوامع مطرح بوده ولی با سیاست‌گذاریهای نوین و پیشرفت ارتباطات در کشورها، طرح و بررسی این مسئله به‌طور جدی‌تر مطرح شده است.

مراد ما در این پژوهش طرح و بررسی این مسئله در زمان صدر اسلام و عصر حاضر در جامعه بشری است. انگیزه از این پژوهش این است که حرمت شایعه‌پراکنی را با استفاده از آیات و روایات بررسی و پیامدهای شوم آن را متذکر شده و با ارائه راهکارهایی شایعه پراکنی و آسیبهای ناشی از آن را به‌طور جدی کاهش دهد.

اهمیت موضوع

شایعه تاثیر بسزایی در روحیات مردم یک سرزمین دارد و زمینه‌های گسترش فساد اعم از فساد اخلاقی، مالی و سیاسی ... و هتک حرمت در جامعه را فراهم می‌نماید.

ولی ضرورت پژوهش در جامعه این است که این پدیده مخرب و خطرناک که معمولاً برپایه یک خبر یا یک جنجال بی‌اساس شکل می‌گیرد، در مواقع بحران باعث تضعیف روحیه عمومی و با مخاطره انداختن امنیت اجتماعی و اختلاف بین اقشار جامعه می‌شود و یافتن راهکاری برای جلوگیری از انتقال شایعات بی‌اساس بسیار مهم و ضروری جلوه می‌کند. این پژوهش که با نگاهی شگرف انگیزه‌ها و اهداف شایعه پراکنان را در دوره‌های گوناگون بررسی نموده و با توجه به شرایط و بسترهای شایعه راهکارهایی مناسب و کاربردی در سه مرحله پیشگیری و خنثی سازی و درمان ارائه داده است تا بتوان در برابر این پدیده شوم مقاومت کرده و این ناهنجاری اجتماعی را سهلتر و سریعتر ریشه کن نمود.

اهداف تحقیق

بناظر به اینکه حفظ حرمت اجتماعی مسلمانان وظیفه همه افراد است، در این راستا باید سخنان و شایعات باطل را در جامعه تضعیف و نابود کرد و بر اعمال و اخبار منکر و ناشایست از هر طریقی خط بطلان کشید. مسلماً با اشاعه و انتقال اعمال و کردار زشت روحیه گرایش به منکر و قانون‌شکنی در افراد تقویت می‌شود و این خود باعث آسیب‌های روحی به افراد و اشاعه کژی‌های و نادرستی‌ها در جامعه اسلامی می‌گردد. هدف از این تحقیق، ارائه راه‌حلی برای مبارزه با شایعه‌پراکنی و برطرف کردن معضلات عدیده‌ای است که در اثر گسترش شایعه در جامعه ایجاد می‌گردد.

پیشینه تحقیق

شایعه پراکنی، از مباحثی است که از زمانهای دور مطرح بوده و با ایجاد سیاست گذاری‌های جدید و افزایش آگاهی نسبت به تاثیرات این مسئله به صورت گسترده مطرح گردیده است.

در این زمینه تحقیقات گسترده‌ای انجام شده است و با توجه به اینکه این مسئله در زمان صدر اسلام نیز اثرات متعددی داشته است، این موضوع در کتب تفسیری و روایی نیز وارد شده است. از جمله در کتاب

تفسیر المیزان نوشته علامه سید محمد حسین طباطبایی ذیل آیه ۱۹ سوره نور در مورد شایعه پراکنی مطالبی بیان شده است. همچنین در تفسیر جوامع الجامع نوشته فضل بن حسن طبرسی ذیل آیه ۱۱ و ۱۹ سوره نور درباره شایعه و اتهام مطالبی مطرح شده است، ولی به دلیل سیاق خاص کتب تفسیری، این مسئله در هر دو تفسیر به صورت مختصر و گذرا مطرح شده است. در کتاب «روانشناسی شایعه» اثر گردن آل پورت و لئو پستمن در باب شایعه، مطالب، نمونه‌ها و آمارهای مختلفی از شایعات در جنگها و به‌خصوص جنگ جهانی دوم بیان گردیده است ولی این کتاب فاقد دسته‌بندی مناسب است. در مقاله «آسیب‌شناسی شایعه در قرآن» به قلم محمد بهرامی، در مورد شایعه سازی در قرآن مطالبی بیان شده ولی این مقاله دسته‌بندی مناسبی ارائه نداده و به‌طور واضح ریشه‌های ناشی از شایعات مطرح در قرآن را بیان نکرده است. باتوجه به اینکه کتابها و مقالاتی در زمینه‌های مختلف شایعه به نگارش در آمده است، ولی در این پژوهش‌ها کمتر آیات قرآن با مباحث جامعه‌شناسی شایعه پیوند خورده و کمتر به راه‌کارهای کاربردی برای مقابله با شایعه پرداخته شده است. در حال حاضر به دلیل گستردگی تأثیرات مهم این مبحث در اجتماع، نیاز بیشتری به پرداختن به این موضوع احساس می‌شود. ویژگی منحصر به فرد این پژوهش این است که نگاه بدیع و ژرف به مسئله شایعه‌پراکنی داشته و انگیزه‌های مهم شایعه‌پراکنی در جوامع را بررسی کرده و راهکارهایی جامع و کاربردی ارائه داده است.

سوالات اصلی و فرعی

سوال اصلی

- شایعه پراکنی و راه‌های مقابله با آن چیست؟

سوالات فرعی

- مفهوم شایعه چیست؟
- انواع و شرایط شیوع شایعه چیست؟
- انگیزه‌ها و فرآیند انتشار شایعه چیست؟

فرضیه

فرضیه اصلی

شایعه پراکنی به معنای طرح وانتقال شایعه از طرق مختلف و معمولاً به صورت شفاهی و غیررسمی است. راه‌های مقابله با شایعه حضور مسئولان در میان مردم و ارائه به موقع اخبار آگاه‌کردن مسلمین از عواقب دنیوی و اخروی شایعه‌پراکنی است. هرچه این طرق مقابله بیشتر به کار گرفته شود شایعه پراکنی در جامعه کمتر می‌شود.

فرضیه فرعی

- «شیاع» به معنای پخش شدن است و یک موضوع بدون منبع موثق و رسمی می‌باشد.
- در شایعات معمولاً عامل زمان دخالت دارد. برخی شایعات در زمانی کوتاهی و باروند سریعتری شیوع می‌یابند و برخی دیگر در مدت زمان بیشتری و با روند کندتری رایج می‌گردند.
- شایعه به دلیل انگیزه‌های سیاسی و فرهنگی و اقتصادی و ... نشر یافته و برای انتشار نیاز به زمینه و بستر مناسب دارد. هرچه زمینه و بسترها مناسبتر باشند انتشار شایعه در جامعه بیشتر می‌گردد.

مفاهیم کلیدی

شایعه: به معنای پخش کردن و قوی نمودن است!^۱ خبری که فاش شود ولی صحت و نادرستی آن معلوم نباشد.^۲

شایعه پراکنی: هر رفتار یا عملی که منجر به انتشار شایعه شود.

شایعه سازی: خبر نادرست ساختن^۳

شایعه پذیر: جامعه‌ای که در معرض شایعه قرار داشته و آن را می‌پذیرد.

^۱ حسین بن محمد، راغب اصفهانی، مفردات الفاظ القرآن، بیروت، دارالقلم، ۱۴۱۲ق، ص ۴۷۰، ماده شیع

^۲ علی اکبر، دهخدا، لغت نامه دهخدا، چاپ ۲، تهران، نشر موسسه انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۷، ج ۹، ص ۱۴۱۰۳

^۳ علی اکبر، دهخدا، همان

مقابله: روی فرا روی کردن، رو با روی شدن و مواجه گردیدن^۱

روش تحقیق

روش تحقیق از نظر نگرش مسئله محور است و براساس راهبرد تحلیلی و در نوع فعالیت اجرایی و راهکار کتابخانه ای است و در جمع آوری اطلاعات از روش فیش برداری بهره جسته ایم.

ساختار تحقیق

این پژوهش مشتمل بر چهار فصل است:

فصل اول: کلیات تحقیق؛ در این فصل به تبیین موضوع، ضرورت و اهمیت و اهداف تحقیق پرداخته است. در ادامه با طرح سوالات اصلی و فرعی و محدوده تحقیق و طرح مشکلات و موانع کار، خواننده را با کلیات بحث آشنا نموده است.

فصل دوم: مفهوم شناسی شایعه، به تعریف لغوی و اصطلاحی و ویژگیهای شایعه و حرمت شایعه پراکنی پرداخته شده است.

فصل سوم: انواع، شرایط، انگیزه و فرآیند انتشار شایعه مورد بررسی قرار گرفته است.

فصل چهارم: شیوه‌ها و راهکارهای مقابله با شایعه مطرح شده است

مشکلات تحقیق

این پژوهش مانند هر پژوهش دیگری با مشکلات و موانعی روبرو بوده است، هرچند لذت علم آموزی، تلخی سختیها را کمرنگ می نماید. اساسی ترین مشکل در این تحقیق محدود و کم بودن منابع مربوطه بوده و تکراری بودن مطالب در این منابع محدود بوده است.

^۱ علی اکبر، دهخدا، همان کتاب، ج ۱۴، ص ۲۱۲۸۵

فصل دوم

مفهوم شناسی شایعه

همواره بخشی از محاوره‌های اجتماعی و گفتگوهای دوستانه ما را شایعات یا خبرهای ساختگی تشکیل می‌دهد. پدیده شایعه کم‌وبیش در همه جوامع رواج دارد، اما در جامعه‌ای که مردم با فقر اطلاع‌رسانی سریع و صحیح و دقیق مواجهند، و در بین گروه‌ها و جمعیت‌هایی که به لحاظ ساده‌اندیشی و زودباوری تأثیرپذیری بیشتری برای دریافت و انتقال شایعات دارند بیشتر متداول است. شایعات با توجه به ماهیت و قدرت تأثیرگذاری آن می‌تواند اضطراب اجتماعی را افزایش داده و میزان بهره‌وری و تولید را کاهش دهد و چرخه اقتصاد را فلج نموده و اعتبار اجتماعی افراد، مؤسسات و کشورها را خدشه‌دار نماید. از اینرو برای شناخت بیشتر شایعه به تعریف آن می‌پردازیم.

تعریف شایعه

۱-

تعریف لغوی

۱-۱-

در لغت، شایعه از ریشه «شیع» گرفته شده است. راغب اصفهانی در کتاب مفردات چنین نوشته است: «الشَّيَاعُ: الانتشار و التَّقْوِيَةُ. يقال: شَاعَ الخبر، أي: كثر و قوی، و شَاعَ القوم: انتشروا و كثروا^۱، شایع به معنای پخش شدن و قوی نمودن است، وقتی می‌گویند شاع‌الخبر، یعنی خبری که زیاد گفته شده (از نظر احتمال صحت آن) و قوی است و وقتی گفته می‌شود شاع‌القوم یعنی پخش شدند و زیاد شدند (از جهت کمی)»، در فرهنگ ابجدی اینگونه نوشته شده است: «[لِشَاعَةٍ - شیع]: مص شایعه، خبری که پخش شده ولی صحت و سقم آن معلوم نباشد»^۲

آنچه از تعاریف مذکور بدست می‌آید این است که:

اولاً: مورد شایعه ممکن است خبر باشد یا هر چیز دیگری که قابل نشر و پخش و گسترش است.

ثانیاً: در شایعه بیشتر بعد کمی آن مورد توجه است.

ثالثاً: خبر یا اخباری که مورد شایعه واقع می‌شوند اعم است از آنچه که دارای محتوای خوب و پسندیده

^۱ حسین بن محمد، راغب اصفهانی، مفردات الفاظ القرآن، بیروت، دارالقلم، ۱۴۱۲ق، ص ۴۷۰

^۲ فوادافرام، بستانی، فرهنگ ابجدی، رضا مهیار، تهران، انتشارات اسلامی، ص ۷۷

است یا بد و ناپسند، راست باشد یا دروغ، دارای اصل و سندی معتبر باشد یا نباشد.^۱

واژه‌ی شایعه دارای ریشه‌ای عربی است و حروف اصلی آن « شیع » می باشد که بر وزن «فاعل» به «شایع» تبدیل شده و به معنای رواج دهنده است. « ه » آخر شایعه به صورت «ة» بوده است که در زبان عربی علامت مونث است و برای نشان دادن وحدانیت موضوع به کار رفته است مانند کلمه واقعه که اشاره به یک حادثه واحد دارد. شایعه نیز اشاره به رواج یک موضوع واحد دارد. در زبان فارسی به مرور زمان کلمه «شایعه» به دلیل سهولت در تلفظ به جای واژه «شایعه» به کار گرفته شده است. این کلمه در زبان انگلیسی معادل Rumor است.

در لغت نامه دهخدا، شایعه، چنین معنا شده است: «در تداول امروز، خبرهای بی اصل است که در میان مردم، بر سر زبان ها باشد. همچنین به معنای خبری است که فاش شود ولی صحت یا نادرستی آن معلوم نباشد»^۲

در فصل لغت‌نامه اصول روانشناسی آمده است: هر گزارش تایید نشده یا شرح یک حادثه که آزادانه - بدون توجه به راستی و نادرستی آن - دهان به دهان می‌گردد را شایعه گویند.^۳ در معنای لغوی شایعه، انتشار خبر، نهفته است - چنانکه راغب در مفردات بدان اشاره دارد-لکن خبری‌اساس و یا ناروایی که در میان مردم زبان به زبان گردد معنای شایعه را در بر دارد.

۱-۲- تعریف اصطلاحی

شایعه عبارت است، از یک گزاره ویژه و گمانی که ملاکهای اطمینان بخش رسیدگی در وجود آن، وجود نداشته باشد که به شکل معمول به صورت شفاهی از فردی به فرد دیگر انتقال می‌یابد. البته این روزها شبکه‌های اجتماعی مجازی و وبگاه‌های اینترنتی نیز دامنه‌ای برای بروز و انتقال شایعات هستند. به نظر می‌رسد که دو شرط «اهمیت» و «ابهام» در انتقال شایعه، قانون اصلی شایعه را توضیح دهد. بدین معنا که فرمول حدت و شدت شایعه را می‌توان به این صورت تعریف کرد: میزان رواج شایعه تقریباً

^۱ محمداسحاق مسعودی، شبهه و شایعه دو منکر مطبوعاتی، چاپ دوم، قم، نشر معروف، ص ۹۱-۹۲

^۲ لغت نامه دهخدا، ج ۹، ذیل کلمه شایعه

برابر است با حاصل ضرب اهمیت در ابهام موضوع مطروحه در آن شایعه.^۱

در علم ارتباطات، شایعه را گفتمان‌های غیر رسمی و نامعتبر و در نتیجه نهایی اطلاعات واری نشده می‌دانند که در چند مرحله در چارچوب نظام ارتباطی پرورنده شده‌است و از آنجایی که اطلاعات در هر مرحله دست به دست شده‌است، اغلب تحریفاتی در آنها صورت می‌گیرد. ممکن است بعد از چندین بار تحریف، محصول نهایی به کلی با آنچه در ابتدای کار منتقل شده متفاوت باشد. «هنگامی که افراد به شدت مشتاق کسب خبر درباره چیزی هستند، اما نمی‌توانند اطلاعات موثقی بدست آورند، مستعد پذیرش شایعه‌ها می‌شوند.^۲

همچنین گفته شده «شایعه، عبارت است از پیامی که در میان جامعه، دهان به دهان می‌گردد ولی واقعیت آن تایید نمی‌گردد»^۳

پژوهشگران تعریفهای متعددی را مطرح کرده اند از جمله :

الف) شایعه موضوع خاصی است که برای باور کردن همگان مطرح میشود و از فردی به فرد دیگر منتقل می‌شود و معمولاً این انتقال بطور شفاهی صورت می‌گیرد بدون آنکه شواهد مطمئنی در میان باشد.^۴

ب) به پخش اخبار یا ادعای بی اساس و مبهم که برای ایجاد باور در دیگران و برای رسیدن به هدف خاصی صورت می‌گیرد یا به جهل و ناخود آگاهانه سر می‌زند شایعه گفته می‌شود.^۵

«شایعه یک موضوع خاص گمانی بدون وجود ملاک‌های اطمینان بخش رسیدگی است که معمولاً به صورت شفاهی از فردی به فرد دیگر انتقال می‌یابد»^۶

۱-۳- وجه تمایز خبر و شایعه

شایعه خبر نیست اطلاعاتی است که قطعاً در آن ابهام وجود دارد و همواره اطلاعات ارایه شده همراه با

^۱ گردن، آل پورت، لئو، پستمن، روان‌شناسی شایعه، ساعد دبستانی، چاپ دوم، تهران، مرکز تحقیقات و مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما، ۱۳۷۴، ص ۹

^۲ کوئن، بروس، مبانی جامعه‌شناسی، غلامعباس توسلی و رضا فاضل، تهران، سمت، چاپ سوم، پائیز ۱۳۷۳، ص ۳۳۰

^۳ کوئن، بروس، درآمدی بر جامعه‌شناسی، محسن ثلاثی، طوطیا، تهران، ۱۳۷۵، ص ۲۵۹

^۴ ژان نوئل، کاپفر، شایعه، خداداد، موقر، ص ۱۵

^۵ احمد، بحرینی، آسیبهای اجتماعی و درمان آن، چاپ سوم، ص ۱۶۹

^۶ گردن، آل پورت، لئو، پستمن، همان کتاب، ص ۹