چرا اخبار غیرغیرشفاف و مبهم منتشر می‌شود

بازگشت به شایعه

حمیدرضا عظیمی، روزنامه‌نگار: جامعه ایرانی، جامعه‌ای ملتهب شـده است. این التهاب را می‌توان از روی آمارهای رسـمی نزاع، طلاق، خودکشی، دیگرکشی، اعتیاد، کاهش انگیزه و مسـائلی مانند این به تأیید رسـاند؛ هرچند این امکان هم وجود دارد که برخی مدعی شـوند برای اثبات التهاب، به برآوردهای بیش از این نیاز است. این موضوع جای خود، اما آنچه اهمیت دارد، اثبات ملتهب‌بودن جامعه نیسـت، بلکه پیامدهای قابل مشاهده و دیداری این التهاب است که منجر به بروز موضوعات بعدی می‌شود و اعلام نظر متخصصان نیز در تأیید آن است. این گزاره که جامعه ملتهب پر است از دلهره، استرس و اضطراب، به مدد تجربه ثابت شده و طبیعی است چنین کلونی انسانی، هر لحظه منتظر حادثه‌ای باشد. جامعه در چنین حالتی گوش‌هایش تیز می‌شـود و ممکن است به هر صدایی هرچند ضعیف، واکنش نشان دهد. آغاز داستان و ماجرا معمولا از اینجا رقم می‌خورد. داستانی که در این کرَت قرار است به پروپای آن بپیچیم، عملکرد شـایعه اسـت. عملکردی که امروز با توجه به آنچه درباره طول و عرض جامعه در بالا گفته شد، در بسیاری از موارد مخرب است و مثل خوره به جان جامعه می‌افتد. حتی در مواردی که شایعه به طور مستقیم روزمره مردم را هدف قرار نداده است، شیوع آن باعث اختلالات بعدی خواهد شد. در این مجال قرار نیست به‌مثابه یک مقاله علمی با تقسیماتی که در آن وجود دارد، به موضوع بنگریم؛ قرار است در یک قالب مطبوعاتی برای عموم درباره این موضوع روایتی ارائه کنیم.

آغاز از یک نمونه

چنـدی پیـش خبری آمـد کـه در کسـری از روز جامعه را درنوردیـد و هر جا پا می‌گذاشـتی از آن بحث در میان بود. خبر کوتاه بود اما تأثیرگذار! وقتی که آمد همه شوکه شدند؛ هر کس بگوید نه، یحتمل تا اندازه‌ای می‌خواهد از زیر این بار که عامی به نظر برسد، برهد و برای خود ویژگی‌های خاص به جلوت درآورد؛ هرچند کارشناسان این خبر یا اخبار مشابه دیگر را معمولا تا تأیید نهایی جدی نمی‌گیرند اما این بحـث برای عموم جامعه چنین نیست!

شـرح ماوقع را البته همه می‌دانند. نمونه‌های دیگرش هم بسیار است که یکی، دو نمونه، همین‌جا ذکر می‌شود؛ اما در این فقره که هنوز زمان چندانی از آن نگذشـته، به نقل از مختصاتی با نام، این خبر منتشـر شد که علی لاریجانی به انگلستان رفته و از آنجـا احتمالا به ایرلند رفته و بـا قوت گفته بودند که نهایتا از اسـکاتلند سر درآورده و درخواست پناهندگی کرده است و دیگر به ایران برنمی‌گردد! آن کسـی که خبر را در یک کانال تلگرامی بنام (از آنهایی که اسـم شعبه فارسی روی خود می‌گذارند مثل دویچه‌وله فارسـی، فاکس‌نیوز فارسـی و...) منتشـر کرده بود (و بعد هم خیلی زود اینسـتاگرام و... را هـم درنوردید)، خیلی هوشـمندانه در پایان خبر مرجع را یک رسـانه بین‌المللی ذکر کرده و در متن خبر هم به نقل از اخوی آقای لاریجانی، این نکته را تذکر داده بود که او دیگر به ایران برنخواهد گشت.

انتشـار این خبر به خودی خود کافی بود که موجی از مواضع درسـت یا غلط مطرح شود و بحث‌هایی هم دربگیرد و البته این فرصت هم باشـد که ماجرا را بـه کلان حکمرانی مرتبط کنند و باگناه و بی‌گناه را از دم تیغ بگذرانند که در این کشـور مسئولانش چنین‌اند و چنـان و هیچ‌کدام هم به فکر مردم نیسـتند و آن‌گاه که عرصه را هـم تنگ ببینند، راهی ینگه دنیا می‌شـوند و بدون غم مردم، عمر را سـر خواهند کرد. موضوعی مانند آنچه درباره علـی لاریجانـی مطرح شـده، هرچند نخسـتین بار نیسـت اما گاه دامنه طـرح آن از فضای این‌چنین خارج می‌شـود. هنوز در یاد مانده (و احتمالا شـما هم در یاد داشـته باشـید) که یکی از معاریف سـینمایی (که عموم به آنها سلبریتی می‌گویند) یک بار در برنامه‌ای حاضر شـده بود و داشـت از انتشار خبر مرگش در شبکه‌های اجتماعی حرف می‌زد و با حالتی عصبانی بر این اصل تکیه می‌کرد که: خودم هیچ، اصلا مهم نیسـت، اما من مسافرت بودم و مادرم در تهران داشـت سـکته می‌کرد تا اینکه صدایم را شنید! بعدا مشخص شد اینها شایعه هستند و این حرف‌ها نشان داد وقتی شـایعه منتشر شد مثل تیری است که از چله کمان رها شده باشد و دیگر نمی‌توان آن را به ساعت صفر شلیک برگرداند! به همین دلیل هرچند در این مجال قصد بررسی علل و عوامل و تدقیق علمی در چندوچون شایعه‌سـازی نیست، اما وفور شایعه در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و میزان تأثیرگذاری آن بر عموم، این نکته را به ما گوشـزد می‌کند که شیوع چنین اطلاعات پرابهام و گاه کاملا غلطی نمی‌تواند اتفاقی و بدون هدف باشد.

چرا شایعه؟

شـبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی هزارویک خوبی دارد. یکی از مزایا و خوبی‌هایش سرعت سریع انتقال خبر است. عملا این فضا همان چیزی را که مارشـال مک‌لوهـان درباره دهکده جهانی گفته بود، محقق کرده؛ یعنی کافی است در این سوی دنیا یک ترقه بترکد، دقیقا مثل یک دهکده که در کسری از ثانیه همه اهالی‌اش متوجه می‌شوند، به مدد فناوری و توسعه شبکه‌های اجتماعی نیز چنین رخ داده اسـت و دنیـا متوجه حادثه‌ای که در سـوی دیگرش به وقوع پیوسته، می‌شود. از قضا این فناوری و توسعه آن، در کشـورهایی که آزادی‌های کمتری دارند، بیشتر به کار می‌آید. اما زمانی که فضای شبکه‌های اجتماعی از قواعد بازی حرفه‌ای پیروی نکند، بسـتری می‌شود برای استفاده‌هایی که گاه ممکن است هدف خاصی هم نداشته باشد.

اهالی و خبره‌هـای حوزه روابط‌عمومی، شـایعه را گزاره‌ای مبهـم می‌دانند که صحت آن به دلیل انتشـار از سـوی منابع ناشـناس، قابل سـنجش نیسـت. دقیقـا برخـلاف منطق که اسـاس گزاره را حاوی ارزش به‌وضوح راست‌بودن یا به‌وضوح دروغ‌بودن می‌داند. شـایعه عمـلا دارای مراتبـی از نفع برای تولیدکنندگان آن اسـت. شـایعه در مختصاتی تولید، بر بستری توزیع می‌شـود، اثر می‌گذارد و پس از انجام مأموریت، از صحنه خارج می‌شـود. استناد به شایعه عملا مبنایی غیر از تواتر ندارد. شـایعه درست به نظر می‌رسد؛ «چون همه می‌گویند»! حالا این عمـل در جامعه‌ای مانند جامعه ما که مردم گوش‌هایشـان تیز شـده و منتظر شنیدن هستند، بسیار موفق عمل می‌کند و به این دلیل که مراکـز ذی‌مدخل به‌موقع وارد اقدامـات بعدی مانند شفاف‌سـازی و رفع ابهام نمی‌شوند، ابعاد آن وسیع و ماندگاری آن بیشتر می‌شـود. معروف است که شایعه مثل آب شور است هر قدر بیشتر بنوشی، تشنه‌تر می‌شوی!

به این دانسـته‌ها باید این را هم اضافه کرد که چرایی انتشار خبر بـدون مبنا، جعلـی و... در فضای مجازی همیشـه از یک قاعده مشخص پیروی نمی‌کند. برای نمونه خواننده این مطلب می‌توانـد به یاد و حافظه خود مراجعه کند و از خود بپرسـد تا لحظـه اکنون، چند خبـر جعلی درباره مرگ افـراد صاحب‌نام شـنیده اسـت؟ همین اخبار مجعول چند هدف ممکن اسـت داشته باشد:

الف) گاهی انتشار این اخبار مجعول، صرفا از روی بی‌هدفی است. برای نمونه وقتی فردی شایعه مرگ فلان بازیگر سینما را منتشـر می‌کند و می‌داند پس از اندک‌زمانی آن بازیگر رودرروی دوربیـن قرار می‌گیـرد و مرگ خود را تکذیـب خواهد کرد، چه نفعی برای آن متصور است؟ فرض در انتشار این‌چنینی این است که منتشرکننده هیچ ربطی به نفر اصلی ندارد.

ب) نفـع شـخصی یکی از دلایل انتشـار شـایعه در فضای مجازی است. در چنین مواردی شایعه باواسطه یا بی‌واسطه به منتفع ارجاع دارد؛ یعنی یا خودش یا واسـطه‌هایش شـایعه را منتشر می‌کنند. مثلا وقتی خبر طلاق فلان بازیگر منتشر می‌شود که ممکن اسـت صحت هم نداشـته باشـد، نـاگاه دو میلیون نفـر به صفحه او هجـوم می‌برند و به تعـداد دنبال‌کنندگانش افزوده می‌شود؛ یعنی او می‌تواند از بغل انتشار آگهی به‌صورت اسـتوری، فلان مقدار بیشتر کسـب درآمد کند. یا از قِبل افزایش تعداد دنبال‌کنندگان (بنا بر قول بسـیاری از بازیگران دورمانده از صحنه، انتخاب بازیگر برای پروژه‌ها از روی تعداد دنبال‌کنندگان در فضـای مجازی صورت می‌پذیرد) حضـور در برخی پروژه‌ها تضمین می‌شود. اینها مواردی است که به تجربه آزموده شده و صحت آن دست‌کم در مواردی تأیید شده است.

ج) برآورد گام به گام یکی از دلایل دیگر شایعه‌سـازی است. شـاید این جمله را که از روی یک ضرب‌المثل معروف سـاخته شده، شنیده باشید: «خبر را بینداز زمین، صاحبش پیدا می‌شود»؛ یعنی اینکه خبر را منتشـر کن و منتظر واکنش باش. براساس‌این برخـی خبرها با چنین رویکردی سـاخته و پرداخته می‌شـوند. گاه شـایعه‌ای خبری مانند «حمله آمریکا به ایران قریب‌الوقوع اسـت» از سـوی یک مقام آگاه (و عموما ناآگاه) منتشر و بعد از دو یا سه روز از طرف مقامات رسمی تکذیب می‌شود؛ هرچند در این موارد سندی نیسـت که قطعا نتیجه بگیریم این اخبار برای افکارسـنجی منتشر می‌شـود، اما شـاید بتوان حدس زد انتشار چنین اخباری بر مبنای افکارسنجی جمعیت حوزه سرزمین یک کشور است. درباره این موضوع نمونه فراوان است؛ مثلا تا همین امروز، بارها شـاید خبر ناخوشـی و حال وخیم برخی مسئولان اجرائی منتشـر شده است. این شـایعه‌ها از منظر نگاه حرفه‌ای نمی‌تواند بدون دلیل باشـد و هرچند ممکن است درباره داشتن منشأ داخلی یا خارجی، بین افراد اختلاف نظر وجود داشته باشد، اما به یقین انتشار این شایعه‌ها هدف خاصی دارد و این احتمال وجود دارد که تولیدکننده شایعه با انتشار آن در پی برآورد گام به گام، ایجاد یا تشخیص ذائقه خاصی در مردم باشد.

د) یک بحث دیگر درباره شایعه و شایعه‌سازی در حوزه‌های مربوط به امنیت است. از آنجا که کشورها هرکدام منافع خاص خود را دارند، حتی دو کشـور نزدیک به هم ممکن اسـت تضاد منافـع پیدا کنند؛ بنابراین به تجربه ثابت شـده در این مواد برای تأثیرگذاری بر روند شـرایط و... مسـائلی از این دسـت ساخته و منتشر می‌شـود و به طور معمول هدف از این نوع شایعه‌سازی تأثیر در روند تصمیم‌گیری است. البته درباره این موضوع صحبت بسـیار اسـت، اما در قالب یک گزارش مطبوعاتـی نمی‌توان با تدقیق به آن پرداخت.

شایعه به‌وقت انتخابات

از کارکردهـای مهـم شـایعه، ایجـاد تمرکز خبـری بر یک شـخصیت سیاسـی، هنری و... اسـت. یحتمل یک دوجین خبر مرگ، طـلاق و... معاریف اجتماعی، هنری و... را شـنیده‌اید که بعـد از چند روز یا چند سـاعت متوجه دروغ‌بودنش شـده‌اید. برخـی از گمانه‌ها ایـن موضوع را تأیید می‌کنـد که به‌ویژه اهل هنـر در مواقعی برای تمرکز توجه در فضای مجازی خود چنین موضوعاتی را منتشر می‌کنند و گاه این امکان هم وجود دارد که طرفداران آنها مبادرت به چنین اقدامی کنند. این بحث در فضای سیاسی هم گاه دیده می‌شود.

اسـفندماه آینده، انتخابات مجلس شـورای اسـلامی برگزار خواهد شـد. فضای مجازی از هم‌اکنـون در پی معرفی افرادی اسـت که به نظر فعـالان در این حوزه می‌توانند مفید باشـند و بـه پارلمان راه پیـدا کنند. همین تشـخیصِ گاه محفلی، باعث می‌شود فعالان شبکه‌های مجازی به لطایف‌الحیلی چهره‌های مدنظر خود را معرفی کنند و در این مسـیر هیچ بعید نیسـت از شایعه‌سـازی هم به نحو مطلوبی (به نظر خودشـان) استفاده کنند. در همین فقره خبر آقای لاریجانی، ممکن اسـت این تصور وجود داشته باشد (و البته برخی این گمانه را مطرح می‌کنند) که لاریجانی پـس از غیبت طولانی و خروج از صدر اخبار در موعد ریاسـت مجلس، برای بازگشت به صحنه و حضور در انتخابات مجلس نیاز به یک شوک در اجتماع داشت و این احتمال هرچند هـم اندک، وجود دارد که خبر مهاجرت و پناهندگی‌اش از طرف یکی از طرفداران با تحلیل او، منتشـر شده باشد. این واقعیت را نمی‌توان انکار کرد که مدت‌ها از لاریجانی خبری نبود و انتشـار خبر اخیـر هرچند در آغاز باعث بهت و حیرت ناظران شـد، اما در حدی هـم به آمدن لاریجانی در صدر اخبار و درگرفتن بحث دربـاره احتمال نامزدی او برای انتخابات مجلس کمک و مدتی توجه‌ها را به خود جلب کرد. این شیوه‌ها که گاهی بدون اطلاع خود فرد به کار گرفته می‌شـود، نه برای نخستین بار انجام شده و نه آخرین بار اسـت؛ اما احتمالا آن‌قدر تشـخیص نزد فعالان رسانه‌ای در ایران وجود دارد که دچار چنین طرح و برنامه‌هایی نشوند. پاشنه آشیل جامعه ایرانی در مواجهه با شایعه، ویژگی‌ای است به نام زودباوری. این مطلب را برخی از حاضران در عرصه رسـانه و روابط‌عمومی مطرح می‌کنند و ایـن امکان هم وجود دارد که دیگرانی هم باشند که با این جمله «مردم چند گام از ما جلوترند» راه نگاه دقیق‌تر به موضوع را ببندند. به هر روی آنچه رصد فضای مجازی نشـان می‌دهد، در بسـیاری از مواقع حتی اخبار دروغ و شـایعاتی از سـوی عموم پذیرفته می‌شود و بسیار زود فضای عمومی را در بر می‌گیرد. این نقد به عموم وارد است که در بسیاری از موارد بدون دریافت از صحت‌وسقم مطالب، آن را به موجی در جامعه تبدیل می‌کنند.

ادوارد برنیز و روان‌شناسی توده

شایعه و اخبار مبهم و غیرشفاف را با اهداف مختلف رواج می‌دهند. یکی از مهم‌ترین این اهداف، پایش توده اسـت. این را یکـی از بزرگان عرصه پروپاگاندا گفته اسـت. حاضران این عرصه هیچ‌گاه به‌کاربردن شـایعه را رسما تأیید نمی‌کنند؛ اما وقتی در پروژه‌ای ماننـد مواجهه با یک دولت حضور دارند و بعد شـیوه موفقیت را بررسی می‌کنید، ردپای شایعه و شیوع اخبار و اطلاعات غیردقیق را به‌خوبی می‌بینید.

به احتمال زیاد خواننده این سطور، «ادوارد لوئیس جیمز برنیز» را می‌شناسـد. فردی که او را پـدر پروپاگاندا می‌دانند و برخی هم او را پدر روابط‌عمومی می‌شناسـند. برنیز چنان در شـیوه‌های مختلف به‌کارگیری مهارت‌های رسانه‌ای که ممکن است شما آن را «جنگ روانی» بنامید، چیره‌دست بود که او را مرد نامرئی دسـتکاری افکار عمومی نامیده بودند. او معتقد بود: اگر ما انگیزه‌ها و طرز فکر مردم را درک کنیم، می‌توانیم بدون اینکه حتی خودشان متوجه شوند، آنها را به میل خودمان کنترل کنیم.

برنیز پسر خواهر زیگموند فروید بود و تا آنجا که توانست از شـیوه‌های روان‌شناسانه در رسانه استفاده کرد. در سیاهه اعمال او (که دیگران رزومه‌اش می‌دانند) اموری وجود دارد که تا آن زمان تجربه نشـده اسـت؛ ازجمله «عادی‌سازی و گسترش سیگارکشیدن زنان» به واسطه نام‌گذاری آن با برند فمینیسـم «مشعل آزادی» به سـال ۱۹۲۹ میلادی یا مهم‌تر از همه، همکاری او با آژانس اطلاعات مرکزی (سـیا) برای سـرنگونی دولت دموکراتیک گواتمـالا در ۱۹۵۴ (میلادی). برنیز با شـرکت‌های بزرگ آمریکایی زیادی مانند «پروکتر اند گمبل» و «جنرال‌الکتریک» و همچنین با آژانس‌های دولتی، سیاست‌مداران و سازمان‌های عام‌المنفعه همکاری می‌کرد تا بتواند با مدد رسـانه در موفقیت آنها نقش داشـته باشد. برنیز می‌گفت: پروپاگاندا بازوی اجرائی دولت نامرئی است. همیـن نگاه و میزان تأثیرگذاری او بـود که مجله لایف او را جزء فهرست صد نفر از تأثیرگذارترین آمریکایی‌های سده ۲۰ (میلادی) قرار داد.

از بین تعداد زیادی از کتاب‌های برنیز، تبلور افکار عمومی (۱۹۲۳) و پروپاگاندا (۱۹۲۸) به‌عنوان تلاش‌های اولیه برای تعریـف و نظام‌مندکردن حوزه روابط‌عمومی مطرح شـده اسـت. او به گفته گوسـتاو لوبون، ویلفرد تروتر، والتر لیپمن و دایی دوجانبه خـود زیگموند فروید، توده‌ها را غیرمنطقی می‌دانسـت که کارشناسـان ماهر می‌توانند با اسـتفاده از روان‌شناسـی تـوده و روان‌کاوی، آنها را بـه جهت دلخواه منحرف کنند.

اینهـا همه مواردی اسـت که مخاطب امروز رسـانه‌ها به‌ویـژه در شـبکه‌های اجتماعی باید از آنها اطلاع داشـته باشـند تا بتوانند بـه مدد آن در روند کسـب اطلاع و اخبار، رفتار درست‌تری در این فضا داشته باشند؛ رفتاری که بتواند منافـع فردی آنهـا را تأمین کند و در ضمـن به جامعه هم آسیب نرساند.

پنجره

تاریخ شایعه، شایعه در تاریخ

شـایعه مثل بسیاری دیگر از امور در جوامع بشری، ابتدایش نامشخص است. اینکه مثلا نخسـتین کسی که شایعه را به کار برده کیسـت و زمینه شایعه‌ای که ساخته شده چه بوده به طور قطع مشخص نیسـت، اما می‌توان حدس زد وقتی شایعه آغاز شـده که رقابتی در بین بوده و برنده‌شـدن و بازنده‌شدن مطرح بوده اسـت. در چنین صورتی است که قوه عاقله بنی‌بشر، برای پیروزی در رقابت (بسـته به زمینه رقابت) پی این اسـت که از خلاقیت‌هـای خود اسـتفاده کند. اینکه در یک رقابت عشـقی در یـک قبیله دورافتاده عهد باسـتان، یکـی از طرفین اخباری مجعـول، مبهم و غیرشـفاف را علیه رقیب خـود مطرح کرده باشد، محتمل اسـت. یا اینکه در حمله بردگان اسپارتاکوس به مزارع اشراف، پیش از رسیدن سپاه بردگان، شایعاتی مطرح شده هم محتمل است. از مواردی که در دنیای باستان شیوع داشته، شایعه خدایی فراعنه بود. مردم هیچ‌گاه فرعون را نمی‌دیدند و چنین شایع شده بود که او از نسل خدایان است و حتی فعالیت گوارشـی نـدارد و البته در دنیـای جدید مشـابه چنین چیزی را درباره اون، رهبر کره شـمالی در ذهن مردم شـایع کرده‌اند. مواردی از این دسـت بسـیار زیاد اسـت، اما آغاز این ماجرا در تاریخ بشر گم شده است و برخلاف اینکه برای کائنات مصری یا یونانی می‌توان نقطه آغازش را تعیین کرد، هیچ‌وقت نمی‌توان آغازی برای شـایعه مشـخص کرد. بااین‌حال، این نکته قطعی است که هدف از شایعه برهم‌زدن نظم فکری و ذهنی جمعیت هدف است برای نیل به سـودی به نفع تولیدکننده. حالا اینکه این سـود، شخصی است یا سود در مسیر منافع یک گروه، حزب یا جریان، جای بحث دارد. چند نمونه از شایعاتی که در گذشته مطرح شـده و به کار رفته اسـت در ادامه می‌آید. این نمونه‌ها احتمالا به شناخت بیشتر این حوزه خواهد انجامید.

شایعه در کوفه

این روزها هم‌زمان با ایام محرم اسـت. از همین رو بد نیست گریزی بـه وقایع محرم سـال ۶۱ بزنیم و دربـاره آنچه آن روز رخ داده و بـه مدد تاریخ به ما رسـیده، گـذرا بحث کنیم. نقل اسـت که عبیدالله (ابن مرجانه) مردی سـنگدل، خشن و البته باهوش بود. او هم‌زمان والی بصـره و کوفه بود. وقتی خوارج آنجا شورش کردند به بدترین شکل آن را سرکوب کرد. این اخبار با اضافاتی به کوفه رسـید. عبیدالله در ترسـاندن عموم و حتی دوسـتان خود در تاریخ نمونه اسـت. او از هیچ شـیوه‌ای برای ترسـاندن نزدیکان و دوستان خود نیز فروگذار نمی‌کرد و معتقد بود برای پیشـگیری از خیانت باید از چنین شـیوه‌هایی استفاده کرد. ابن مرجانه را می‌توان از نحوه ورودش به کوفه شـناخت. ابتدا اخباری درباره میزان خشونت او در کوفه منتشر شد و بعد هنگامی که مردم منتظر ورود حسین‌بن علی(ع) بودند، با رویی بسـته در هیبت هاشـمیان وارد کوفه شـد و به مسجد رفت و یکـی از تهدیدآمیزترین خطبه‌ها را خواند و مردم را از همراهی با امام(ع) برحذر داشـت. مهم‌ترین شایعه‌ای که او منتشر کرد تجهیز سپاه چندده هزار نفره شام و حرکتش به سوی کوفه بود. موضوعی که مردم را ترساند و او توانست به این شیوه و با ایجاد جو رعب، بر آنچه قرار بود اتفاق بیفتد، فائق آید.

پرش بلند

یکـی از جذاب‌ترین موضوعات تاریـخ معاصر (صرف‌نظر از اینکه تحقیر بوده یا خیر) کنفرانس تهران است که طی آن سران کشـورهای آمریکا، انگلیس و روسیه بدون اطلاع شاه جوان به تهران آمدند و درباره جنگ جهانی به بحث و بررسی پرداختند. کنفرانس تهران برگزار شـد و همه چیز به خیر و خوشـی تمام شـده بود که خبر آمد دستگاه اطلاعاتی کشور شوراها (کاگ‌ب) طرح ترور روزولت، اسـتالین و چرچیل را کشـف و خنثی کرد. آنها می‌گفتند کاگ‌ب توانسـته به سیسـتم مخابراتی نیروهای آمریکایی نفوذ کند و اطلاعاتـی از چگونگی برگزاری کنفرانس تهران به دست آورد.

کاگ‌ب ادعا می‌کرد اوتو اسکورتسـنی که از مقامات بلندپایه امنیتی رایش سـوم بود، از هیتلر دسـتور داشـته تا با طراحی عملیاتی به نام «پرش بلند»، رؤسای کشورهای آمریکا، انگلیس و شـوروی را در کنفرانـس تهران تـرور کند. آنهـا گفته‌اند در خلال این کنفرانس به اطلاعات عملیات دسـت پیدا کرده‌اند و درسـت زمانی که تکاوران آلمانـی در بیابان‌های قم، با چتر به زمین پریده‌اند، آنها را دسـتگیر کرده و به عملیات آلمان‌ها پایان دادند. این ادعا هیچ‌وقت اثبات نشـد و بسـیاری از کارشناسان معتقدند کاگ‌ب این داستان ساختگی را برای نشان‌دادن میزان اشـراف اطلاعاتی خود، به خـورد خلق‌الله داده اسـت. دلیل کارشناسان برای رد این ادعا، خاطرات اسکورتسنی است که در آن چنین اشاره‌ای به عملیات پرش بند نشده است. ضمن اینکه شوروی‌ها در داسـتان خود، زمان، نام افراد، مکان و مواردی را بیان کرده‌اند که با واقعیت مطابقت ندارد. به همین دلیل کشف عملیات پرش بلند را پروپاگاندای شوروی برای کاگ‌ب می‌دانند. کارشناسان سـیا گفته‌اند اگر کاگ‌ب از عملیات پرش بند اطلاع داشت، استالین هرگز در کنفرانس شرکت نمی‌کرد!

ترور ژوزف

اسـتالین را از خشن‌ترین چهره‌های شـوروی می‌دانند. رفتار او در تصفیه بزرگ و تروتسـکی‌زدایی زبانزد خاص و عام است. نقل اسـت در دوره او، شـوروی با مشـت آهنین بر بلوک شرق چیره بود. رفتار او در ایـن زمان بین طرفداران و هوادارانش نیز بدبینی‌هایی ایجاد کرده بود؛ به‌ویژه میزان خشـونت به کار رفته در دوران تصفیه بزرگ و اعدام‌هایی که سراسر بلوک شرق را فرا گرفته بود و با رهبری کاگ‌ب انجام می‌شد.

سـال ۱۹۵۱ اسـتالین چند هفته‌ای غیبت داشـت و داستان هم از اینجا آغاز شـد. آن زمان به این دلیل که بیشـتر ارتباطات رادیویـی بود، اخبار هم از این طریق منتشـر می‌شـد و یکی از ایسـتگاه‌های رادیویی مخالفان خبر داد: ژوزف اسـتالین توسط یکی از محافظانش ترور شده و به قتل رسیده است.

این شـایعه به‌سـرعت در روسیه منتشر شـد و شورش‌های پراکنده‌ای را علیه حکومت در روسـیه سامان داد. چند روز بعد از انتشار این شایعه و ایجاد شورش‌های پراکنده، ژوزف استالین در میدان سرخ مسکو حاضر شد و از رژه نیروهای مسلح ارتش سـرخ بازدید کرد. او همان‌جا دسـتور اعدام عمومی شورشیان را صادر کرد. با این وجود خبر دروغین ترور اسـتالین حتی چند وقت بعد از این موضوع همچنان شـیوع داشت و مردم به آن باور داشـتند و می‌گفتند شـخص حضوریافته در میدان سـرخ مسکو بدل استالین بوده است.