

اخبار جعلی چه زمانی باورپذیر می‌شوند؟ / سوءاستفاده از جای خالی رسانه‌های رسمی

کارشناس حوزه رسانه گفت: رسانه‌های جعلی و معاند در فضایی فعال می‌شوند که رسانه‌های مرجع و اصلی کشور حضور ندارند، اگر رسانه‌های مرجع به موقع و به درستی در حوادث مختلف وارد فضا شوند، دیگر جامعه مخاطب به سراغ اخبار جعلی نخواهند رفت.



گروه رسانه - زینب رازدشت: از دیدگاه مقام معظم رهبری نفوذ فرهنگی نسبت به تهاجم و شیخون، روند خطرناک‌تری به خود گرفته و به همان میزان هدف آن نیز پیچیده‌تر است. بر این اساس ناتوی فرهنگی با هدف تغییر بنیادین در هویت ذهنی و روحی ملت‌هایی مانند ایران که نظم موجود را غیرمنصفانه می‌دانند، طراحی شده است. به عبارتی هویت سازی بر اساس اهداف غرب، به گونه‌ای که ملت‌ها را علیه حکومت‌های خود بشوراند یا ملت‌ها ارزشها و هویت راستین خود را انکار کنند و طالب هویت غربی، نمادهای غربی و نیز زندگی غربی باشند، پایه و اساس ناتوی فرهنگی را تشکیل می‌دهد.

تغییر سبک زندگی موضوع سناریوی اخبار جعلی و فیک نیوزهایی است که ما این روزها شاهدش هستیم. گاهی با انتشار اخبار جعلی برخی مسائل را عادی جلوه و گاهی

اوقات یک مسأله ساده را تبدیل به بحران می کنند. جنگی که این روزها به راه افتاده است، نامش جنگ رسانه‌ای است. جنگی که دشمن از طریق آن سعی دارد تا سبک زندگی جامعه ایرانی را تغییر دهد و به ترویج مدل های ناهنجار غربی پردازد.

امینی معتقد است تغییر سبک زندگی، برنامه‌ای است که از گذشته، دشمنان و معاندان نظام برای جامعه ما طراحی کرده اند؛ آنها قصد دارند به واسطه تغییر رفتار(رفتار یعنی نحوه و شیوه زندگی، نحوه گفتمان و نحوه روابط اجتماعی)، جامعه را دچار بحران و فروپاشی کنند که بهترین شکل آن تغییر رفتار مخاطبان جامعه است.

به همین بهانه به سراغ «علی رضا امینی» کارشناس حوزه رسانه رفتیم و گفت و گویی با وی درخصوص تغییر سبک زندگی موضوع سناریوی اخبار جعلی، انجام داده ایم. آنچه از نظر می گذرانید حاصل گفت و گوی ما با وی است.



فارس: طی سال‌های اخیر شاهد یک جنگ رسانه‌ای نابرابری هستیم، جنگی که آنها تلاش می کنند به نابودی فرهنگ این مرز و بوم پردازند. بنظر شما نشر اخبار جعلی و پیام‌های نامناسب در فضای مجازی تا چه اندازه می تواند به تغییر سبک زندگی و بنیان خانواده ها پردازد؟

امینی: اتفاقی که طی چند سال اخیر شاهد هستیم، برگرفته از فرصت‌های فضا سازی رسانه‌ای برای جریان‌سازی در داخل کشور و همچنین اساساً ریشه و بنیان تغییر فرهنگی مردم بالاخص قشر جوان کشور است. مقام معظم رهبری بارها در فرمایشات‌شان بر موضوع مهندسی فرهنگی و ناتوی فرهنگی تأکید دارند و حتی تأثیر این موضوع به جد در کشور تحت عنوان جنگ نرم آغاز شده است.

امروزه بر همگان روشن است که جنگ نرم به دلیل امکان زیرساختی و ابزارها و از لحاظ هزینه و میزان تأثیرگذاری به مراتب بیشتر از جنگ سخت می‌تواند تأثیر بگذارد و طبیعتاً نوع نگاه جنگ نرم می‌تواند در میان افکار عمومی نفوذ پیدا کند. زمانی که ما درباره تغییر ماهیت رفتاری آدم‌ها صحبت می‌کنیم، منظورمان تغییر اندیشه، رفتار و کردار است.

تغییر کردار یک جامعه آغاز شروع جنگ نرم است

زمانی که درباره تغییر کردار یک مجموعه صحبت می‌کنیم، یعنی برگشت از ماهیت‌های اصلی سنت‌های سابق و رویکردها به سمت تهاجمی بوده که برای‌شان طراحی و ایجاد شده است. امروز اساساً غرب به دنبال همین ماهیت بوده یعنی جنگ نرم به معنای ایجاد فضای ناامن رسانه‌ای و ایجاد فضای زیرساخت‌های غیر واقع و غیرعموم مردم است.

ایجاد ساختارهای رسانه‌ای جعلی را ما به مراتب در کشور شاهد هستیم و به دلیل زیرساخت‌هایی در بستر وب یا اینترنت این امکان ارتباط با جامعه مخاطب بیشتر شده و با ایجاد این امکان، تئوری‌های ارتباطات و رسانه هم سوار بر این نوع خاص می‌شود و آن جریان تئوری‌سازی در کشور به دنبال این است که ایجاد فضای غیرواقع برای جامعه مخاطب برقرار شود.

برای مثال اخباری که در فضای مجازی منتشر می‌شود، غالباً بر اساس ایجاد یک راهبرد تغییر رفتاری نسبت به جامعه مخاطب است که غالباً آبخور این جریان‌ها، معاندان نظام هستند که با کشور دچار مسائل جدی تغییر و تحولی هستند؛ طبیعتاً آنها با برخورداری از ابزار، ساختارها و سرمایه می‌توانند به تغییر رفتاری افکار عمومی بپردازند.

فارس: اخیرا اخباری را در فضای مجازی مشاهده می کنیم که دور از واقعیت است

علاوه بر این موضوع ما اخیرا اخباری را در شبکه های مجازی مشاهده می کنیم که افراد به دور از واقعه، شروع به گمانه زنی های مختلف در عرصه های حوادث اخیر منطقه ای و کشورمان می کنند و به ایجاد بحران برای مردم می پردازند.

رسانه های معاند در ارائه اطلاعات از نظریه های مختلفی همچون ماریج سکوت، گلوله آهنی، پروپاگانداری یک جانبه استفاده می کنند و زمانی که این تئوری ها سوار فضای رسانه می شود، مخاطب را درگیر می کند.

متأسفانه سواد رسانه ای در کشورمان کار نشده و واقعیت امر این است که جامعه مخاطب ما فارغ از سواد رسانه ای، نمی توانند واقعیت را از غیر واقعیت تشخیص دهند و تمیز این مسأله برای شان سخت است. یک کاربر با همین چرخ ساده در شبکه های مجازی با حجمی از اطلاعات روبرو می شوند که به واسطه این اطلاعات دچار تضاد واقع در موضوعات غیرواقع می شوند. همین امر می تواند مخاطبان را درگیر خودشان کند.

همچنین آنها در ارائه این اطلاعات از نظریه های مختلفی همچون ماریج سکوت، گلوله آهنی، پروپاگانداری یک جانبه استفاده می کنند و زمانی که این تئوری ها سوار فضای رسانه می شود، مخاطب را درگیر می کند.

اولین اتفاقی که در این فضا رخ می دهد، این است که مخاطب با حجمی از اطلاعات غلط روبرو می شود و چون مخاطب در هیجان اخبار تولید شده برای این ماجرا قرار می گیرد، ناخودآگاه با سرعت بیشتری به بازنشر آن اطلاعات غلط می پردازد و در نهایت جامعه درگیر یک خبر دروغ خواهد شد که ریشه تولیدش اصلا جایگاه اصلی خبری نبوده است و این می تواند یک فضای ناامن رسانه ای را برای مخاطب ایجاد کند.

لذا بنظر می رسد این جریان جنگ نرم توانسته تا قسمت عمده ای نفوذ یابد. زیرا ایجاد زیرساخت های ارزان و قابل دسترس برای جامعه، سبب به وجود آمدن فضایی کند که جامعه مخاطب را درگیر فضای موجود رسانه ای اش کند.

فارس: این موضوع را قبول دارید که امروزه شبکه ها و پایگاه ها به مراکز غیرواقع و جعلی تبدیل شده اند؟

-کاملا درست بوده و آنچه که مشخص است شبکه ها و پایگاه ها به مراکز خبری غیرواقع و جعلی تبدیل شده اند و بسیاری از آنها به دلیل شبیه سازی با مراکز رسمی قابل تطبیق و تشخیص برای جامعه مخاطب نیست؛ بنابراین آنها می توانند فضای جامعه را به سمت التهاب بکشد. طبیعتا نیازمند افزایش آگاهی و ایجاد فضای سواد رسانه توسط رسانه های واقعی هستیم.

فارس: بنظر شما جامعه مخاطب ما باید چگونه اخبار جعلی را تشخیص دهند؟

-به نظرم سواد رسانه ای و توجه به آن برای جامعه مخاطب بسیار مهم است. طبیعتا سواد رسانه ای مجموعه مراحل دارد که جامعه مخاطب در هر سطحی نسبت به موضوع رسانه و اتفاقاتی که در حوزه رسانه رخ می دهد، باید آگاه باشد.

جامعه مخاطب باید از مرکز خبر اطلاع داشته باشد

-مخاطب جامعه رسانه ای برای حفظ امنیت روانی خود و جامعه باید توجه کند، یعنی زمانی که خبری به او رسید ابتدا بداند که مرکز اعلام خبر از کجاست؟ طبیعتا باید اخبار را از مراکز رسمی دریافت کنند و ماهیت مرکز برای کاربران روشن باشد.

همچنین باید جامعه مخاطب زمانی که خبری به آنها رسید، به عقل شان تکیه کنند. زیرا زمانی که موضوعی را مورد مطالعه قرار می دهیم، باید آن را تطبیق عقلانی دهیم. جامعه مخاطب ما باید این موضوع را درک کند که در تطبیق عقلانی، این موضوعات تا چه اندازه می تواند به واقعیت نزدیک باشد. اگر این تفکر در مورد هر مطلبی صورت بگیرد، اگر آن مطلب در تضاد عقلانی قرار بگیرد، باید به واقعیتش شک کرد.

زمانی که بازنشر مطلبی بدون تفکر صورت می گیرد، می تواند تبعات جدی به دنبال داشته باشد، لذا حتما باید مخاطبان در بازنشر اخبارهایی که به دست شان می رسند، دقت لازم را داشته باشند تا درگیر شایعات یا فضا سازی های رسانه ای نشوند.

اصلی ترین آسیب این است که تکنیک ها نوعی رفتار می کند که جامعه مخاطب به این تصور دست یابد که منبع و گوینده خبر درست است، اما نیاز است که مخاطبان اخبار را با دقت بیشتری رصد کنند و همین دقت های اندک سبب می شود که حجم گسترده ای از اتفاقات رسانه ها قابل مدیریت باشد.

جامعه مخاطب باید بداند به غیر از گوینده خبری که به دست شان می رسد، تا چه اندازه از لحاظ صلاحیت مورد تأیید است و باید حتما به سمت منبع اعلام خبر هم برود. یعنی نه تنها باید بداند که انتشار خبر توسط چه کسی است بلکه باید بر این موضوع آگاه باشد که چه کسی این خبر را منتشر کرده است.

متأسفانه جامعه مخاطب به دلیل قوام تکنیک های رسانه ای، در انتشار اخبار دچار آسیب می شوند و اصلی ترین آسیب این است که تکنیک ها نوعی رفتار می کند که جامعه مخاطب به این تصور دست یابد که منبع و گوینده خبر درست است، اما نیاز است که مخاطبان اخبار را با دقت بیشتری رصد کنند و همین دقت های اندک سبب می شود که حجم گسترده ای از اتفاقات رسانه ها قابل مدیریت باشد.

ما باید به هر شکل ممکن سواد رسانه ای مردم را افزایش دهیم و رسانه های مورد تأیید به عنوان مرجع اصلی، اخبار را سریعتر در اختیار مردم قرار دهند تا شفاف سازی صورت بگیرد و جامعه مخاطب برای گرفتن اخبار بیشتر به سمت فضاهای جعلی و فضاهایی بروند که به صورت غیرواقع جهت برهم زدن نظم امنیت روانی جامعه می شود.

ما باید این موضوع را بپذیریم زمانی که فضای رسانه را در اطلاع رسانی خلوت می کنیم و میزان ارائه اطلاعات با فاصله باشد، قطعاً جامعه مخاطب برای کسب اطلاعات به سراغ فضای مجازی می رود که برایش بسیار قابل دسترس است و در این شرایط اولین حادثه برهم ریختن عملیات روانی اجتماعی رخ می دهد.

فارس: یعنی با خالی بودن جای رسانه های مرجع، جامعه مخاطب به سراغ اطلاعاتی می روند که علیه نظام منتشر می شود.

-نکته ای که سال هاست در رسانه ها آموزش داده می شود، موقع امنیت روانی است. رسانه های جعلی و فضا سازی تحت عنوان ناتوی فرهنگی و جنگ نرم اولین چیزی بود

که در جامعه هدف قرار می گیرد. زمانی که جامعه دچار امنیت روانی می شود، در حوزه روانی ما از جامعه منفعلی برخوردار خواهیم بود.

همچنین دشمنان و معاندان از قبل برای مان برنامه ای چیده اند که با تغییر رفتار (یعنی تغییر در نحوه و شیوه زندگی، نحوه گفتن، نحوه روابط اجتماعی)، جامعه را دچار بحران و فروپاشی کنند. طبیعتاً آنچه که شاهدش می شویم، سیاست زدگی است. ما باید مردم را هوشیار کنیم تا در همه امور حوزه رسانه آگاه باشند و جامعه کم کم باید به این سمت حرکت کند.

فارس: متأسفانه موضوع ناتوی فرهنگی که بارها مقام معظم رهبری بر آن تأکید دارند، مورد توجه مسئولان قرار نمی گیرد.

-ابتدا ما باید موضوع ناتوی فرهنگی را بپذیریم، زیرا بسیاری از افراد در کشور ناتوی فرهنگی را باور ندارند و در نهایت حساسیتی نسبت به آن نشان نمی دهند. این موضوعی است که ما فریادها زدیم تا بپذیرند که در اتفاقات جنگ نرم، کشور بیش از جنگ سخت آسیب خواهد دید.

زمانی که شما پایه های باورهای یک جمعیت را مورد هدف قرار دهید دیگر نیازی به حمله فیزیکی نخواهید داشت، زیرا افراد از درون نابود می شوند و دیگر نیازی به صرف هزینه نخواهد بود. ما باید حتماً در حوزه فرهنگ برای جامعه مخاطب فرهنگسازی کنیم.

در جریان سیل استان سیستان و بلوچستان، رسانه های معاند به انتشار آمار دروغین و جعلی پرداختند تا برای نظام و کشور بحران آفرینی کنند. در این شرایط رسانه ها باید به موقع وارد عمل شوند و به انتشار اخبار صحیح بپردازند تا جامعه در فضای خالی و نبود رسانه های مرجع، اخبار جعلی را دریافت نکنند.

امروز دنیا مبتلا به رشد تکنولوژی است و ایران از این قاعده مستثنی نخواهد بود. رشد تکنولوژی در صدساله اخیر آنقدر با سرعت پیش می رود که هر روز با یک ساختار و اتفاق جدید در حوزه تکنولوژی روبرو هستیم. طبیعتاً اگر جامعه مخاطب با این فضا آشنا نباشد، دچار بزرگترین آسیب ها خواهد شد.

فارس: بنظر شما رسانه های مرجع و اصلی کشور در مقابله با این وضعیت چه اقداماتی باید انجام دهند؟

-ابتدا بیش از آنکه رسانه های معاند و جعلی در موضوعی جریان سازی کنند، رسانه های مرجع باید به شفاف سازی پردازند. رسانه های معاند با تولید اخبار دروغ شروع به جریان سازی می کنند. همچنین اخبار رسانه های جعلی و معاند برای برهم زدن فضای عمومی کشور به شبهه افکنی می پردازند و اخبار را از زاویه و مدلی که مورد هدف شان است، منتشر می کنند.

رسانه های مرجع در همه رویدادها باید پیش بینی لازم را داشته باشند

پس از اصابت موشک به پایگاه عین الاسد، خبرهای دروغین منتشر شد که آمریکا به ایران حمله می کند درحالی که چنین واقعیتی وجود ندارد. همین ایجاد بحران به واسطه اخبار دروغ سبب می شود تا جامعه دچار آسیب شود. در این شرایط رسانه ها باید پیش بینی لازم را داشته باشند.

همچنین در جریان سیل استان سیستان و بلوچستان، رسانه های معاند به انتشار آمار دروغین و جعلی پرداختند تا برای نظام و کشور بحران آفرینی کنند. در این شرایط رسانه ها باید به موقع وارد عمل شوند و به انتشار اخبار صحیح پردازند تا جامعه در فضای خالی و نبود رسانه های مرجع، اخبار جعلی را دریافت نکنند.