



شایعه می‌سازم پس هستم

انتشار سریع شایعات عجیب و غریب در فضای مجازی با موضوع تغییرات ساختاری و مدیریتی سازمان صدا و سیما تا استعفای رئیس رسانه ملی یا نقل قول‌های غیرمنطقی و غیرمستدل درباره عملکرد شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و وضعیت سازمان، طی هفته‌های اخیر نشان می‌دهد که فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بخصوص تلگرام به ابزاری برای هجمه تبدیل شده است.

انتشار سریع شایعات عجیب و غریب در فضای مجازی با موضوع تغییرات ساختاری و مدیریتی سازمان صدا و سیما تا استعفای رئیس رسانه ملی یا نقل قول‌های غیرمنطقی و غیرمستدل درباره عملکرد شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و وضعیت سازمان، طی هفته‌های اخیر نشان می‌دهد که فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بخصوص تلگرام به ابزاری برای هجمه تبدیل شده است.

شایعه‌پردازان که اغلب صاحبان سایت‌های کوچک و کانال‌های تلگرامی هستند با هویت پنهان، بی‌محابا و مغرضانه به تولید محتوای تخریبی علیه چهره‌ها می‌پردازند تا اعتماد عمومی را نسبت به مدیران و ساختارها سلب کنند.

اختلال در اطلاع‌رسانی سالم

قائم‌مقام معاون سیما در مصاحبه با خبرنگار جام‌جم با اشاره به شایعه‌سازی برخی رسانه‌ها مبنی بر خالی بودن دست رسانه ملی در ایام نوروز می‌گوید: به نظر من دست تلویزیون از حیث آثار نمایشی پُر است و این آثار و تولیدات در مناسبت‌ها و موقعیت‌های مختلف پخش خواهد شد. این که در فضای مجازی و برخی سایت‌های اینترنتی، بعضی تلاش می‌کنند مردم برنامه‌های نوروزی را نبینند یا بالاتر از آن، اصلاً تلویزیون ایران را نگاه نکنند، در حقیقت جلوگیری و اختلال در جریان اطلاع‌رسانی سالم است. فضا سازی و تشویق به ندیدن برنامه‌های شاد و سرگرم‌کننده نوروزی، حرکتی غیراخلاقی و رفتاری ناشایست است.

دکتر رضا پورحسین می‌افزاید: با وجود این شایعات، شمار بینندگان تلویزیون بسیار بالاست. مهم‌تر از این، میزان اعتماد عمومی نسبت به سلامت و پیام‌های مفید و اخلاقی برنامه‌های تلویزیونی هم بسیار بالاست. با توجه به این که در ایام تعطیلات نوروز کثرت سفرها و دید و بازدیدها را شاهد هستیم، نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد، تنوع و شاد بودن برنامه‌های تلویزیونی باعث شده که میزان بیننده‌های تلویزیون نسبت به سال‌های قبل رشد داشته باشد.

رسانه ملی پذیرای نقد منصفانه

این استاد دانشگاه تصریح می‌کند: برخی افراد و شبکه‌های مجازی با هدف هجمه به رسانه ملی به مقایسه برنامه‌های رسانه ملی با تولیدات شبکه‌های خارجی اقدام می‌کنند. به عنوان مثال برنامه دستپخت را با برنامه‌های آشپزی خارجی مقایسه می‌کنند. اتفاقاً این برنامه در شبکه ما خیلی با کیفیت به همراه موزیک، تم، رنگ مناسب و در کل مطابق با فرهنگ ایرانی ساخته شده و بینندگان زیادی را هم دارد و از برنامه‌های تراز تلویزیون محسوب می‌شود.

پورحسین گفت: این مقایسه‌ها بیشتر از سر رعب فرهنگی است یا گاهی هم نوعی پُر روشنفکری است. اگر برخی افراد نقدی به برنامه‌های تلویزیونی دارند باید بدانند رسانه ملی همیشه پذیرای نقد منصفانه بوده و هست.

قائم‌مقام معاون سیما تصریح کرد: شواهد نشان می‌دهد سریال‌های تلویزیونی در ایام نوروز اعم از زعفرانی، بیمار استاندارد و قرعه و بقیه برنامه‌ها با اقبال و رضایت مخاطبان روبه‌رو شد. البته بدیهی است که ذائقه‌ها متفاوت است و این حق مخاطب است که از یک برنامه رضایت داشته باشد و از برنامه‌ای انتقاد کند.

هویت پنهان افراد مسیر شایعه پروری

دکتر سیدرضا نقیب‌السادات، استاد علوم ارتباطات نیز با بیان این که نبود اطلاعات دقیق و بموقع، گرایش به شایعه‌پروری و باورپذیری آن را افزایش می‌دهد، گفت: برعکس هرگاه امکان اطلاع‌رسانی بموقع فراهم شود جامعه از گرفتار شدن در دام شایعات رها می‌شود.

این استاد دانشگاه افزود: هر جا امکان ثبت و ضبط مسائل عینی فراهم نشود، فرهنگ شفاهی جایگزین می‌شود. شایعه در جوامعی که فرهنگ شفاهی در آن غالب است، رشد می‌کند. زمانی که نتوانیم بموقع به پیام‌گیران اطلاع‌رسانی کنیم باب شایعه باز می‌شود.

وی افزود: زمینه فرهنگی جوامع هم در تولید و نشر شایعات موثر است. در برخی جوامع به منابع دست چندم بخصوص از شبکه‌های مجازی اعتماد می‌شود. شایعه‌پرداز، شایعه را تولید و منتقل می‌کند، در نفرات چهارم و پنجم «توهم صدق» ایجاد می‌شود و به‌مرور شایعه جای خبر می‌نشیند. این رفتار در فضای مجازی به دلیل پنهان ماندن هویت افراد براحتی و با سرعت بالایی انجام می‌شود؛ لذا باب شایعه در فضای مجازی همیشه باز است.

نقیب‌السادات با اشاره به تاثیر فناوری‌های ارتباطی بر سرعت انتشار شایعه گفت: در گذشته امکانات شبکه‌های مجازی، پیامک، ایمیل و... فراهم نبود اما فناوری‌های نو سرعت انتشار شایعه را سرسام‌آور بالا برده و به طور متوسط یک پیام در 18 ثانیه به نفر بعدی منتقل می‌شود.

این استاد علوم ارتباطات تصریح کرد: مخاطب یا زودباور است یا دیرباور. اما افرادی که دچار جهالت اقناعی شده‌اند به افرادی دگم تبدیل می‌شوند؛ یعنی نه تنها نمی‌پذیرند بلکه بر طبل مخالفت می‌کوبند. به عبارت دیگر زمینه پذیرش ذهنی این افراد کم است.

نقیب‌السادات گفت: حقیقت این است که مردم آگاهند و کلام صادق را از شایعه تمییز می‌دهند. سریال‌های نوروزی به واسطه بهره‌گیری از عناصر کمیک و شاد توانست مخاطبان خود را جذب کند. البته برنامه‌سازان رسانه ملی هم باز باید در تقویت و غنای برنامه‌های خود تلاش بیشتری کنند؛ چون سطح سواد رسانه‌ای و توقعات جامعه هم روز به روز افزایش می‌یابد. شرایط موجود فرهنگی نشان می‌دهد که ظرفیت شایعه‌پردازی و شایعه‌پذیری در کشور ما بالاست؛ لذا این وظیفه رسانه‌هاست که با اطلاع‌رسانی دقیق و بموقع راه نفوذ و رشد شایعات را سد کنند.

هدف؛ فشار و دزدگی است

همچنین سرپرست معاونت فنی سازمان صدا و سیما با اشاره به شایعه پراکنی درباره مدیران رسانه ملی گفت: در هفته‌های اخیر نمونه‌های بسیاری از شایعات و اخبار کذب مربوط به رسانه ملی و تولیدات رادیویی و تلویزیونی در فضای مجازی و برخی سایت‌های اینترنتی منتشر شد و می‌شود. نمونه‌ای از این شایعات، حضور نیافتن ده روزه رئیس سازمان در محل کار خود بود. برای من خیلی جای تعجب داشت که بعد از ظهر 26 اسفند جلسه اینجانب و برخی مدیران حوزه فنی با رئیس سازمان برقرار بود. در آن جلسه برخی از وظایف مربوط به ایام تعطیل نوروزی را ابلاغ فرمودند. همچنین روز 28 اسفند آقای سرافراز شبکه HD مستند را راه‌اندازی کردند. در ایام نوروز، رئیس سازمان موارد بسیاری را شخصا پیگیری می‌کردند. لذا برای من تعجب‌آور بود که چگونه برخی افراد از روی بی‌اخلاقی اقدام به انتشار شایعات بخصوص با موضوع رسانه ملی می‌کنند. مهندس رضا علیزاده افزود: به نظر من هدف تمام هجمه‌ها، اعمال فشار بر رسانه ملی، تضعیف روحیه و دزدگی از این رسانه است. در صورتی که هر معاونت در رسانه ملی برنامه مشخص خود را دارد. این شایعات با هدف ایجاد خلل و تضعیف روحیه همکاران و خانواده رسانه ملی و حتی تضعیف و لطمه به نظام مدیریتی در رسانه تولید و منتشر می‌شود. این فعال رسانه‌ای تصریح کرد: هجمه و لطمه به رسانه ملی تاثیر مستقیمی روی نظام دارد؛ زیرا رسانه ملی جایگاه خاص و ویژه‌ای در نظام دارد.

جهالت اقناعی مخاطب

نقیب‌السادات: در ایام نوروز شاهد بودیم که شبکه‌های تلویزیونی واقعا با دست پُر آمدند اما افرادی بودند که در فضای مجازی از روی بی‌انصافی و مغرضانه، دست به تولید محتوای منفی علیه رسانه ملی می‌زدند. به نظر من این افراد بداخلاق نیستند بلکه دچار نوعی جهالت اقناعی شده‌اند. این جهالت اقناعی نوعی بیماری روحی است. هر اندازه برای این افراد، سند و حجت و نشان آورده شود، حتی مقابل تلویزیون نشسته باشند و سریال را ببینند ولی بازهم تمایل به انکار دارند. این نوع جهالت، سرایت‌پذیر است و در فرآیند اقناع کامل‌تر می‌شود. این افراد حجت آشکار را می‌بینند ولی تبعیت نمی‌کنند.

محمد زندکریمخانی