



نسبت شایعه و رسانه/ آیا کسانی که میل به رسانه های خارجی دارند بیگانه پرست هستند

شایعه قدمتی به طول تاریخ بشر دارد اما رسانه ها قدمتی حداکثر چند صد ساله دارند.

"شایعه" پدیده ای نیست که در نبود رسانه ها سر و کله اش پیدا شود، هر جا هاله ی ابهامی وجود دارد که برای مخاطبان مهم است، شایعه نیز امکان حضور دارد، چه در آن میان پوشش خبری وسیع رسانه ای وجود داشته باشد و چه نداشته باشد. به گزارش خبرگزاری مهر، در یک تعریف "شایعه" قدیمی ترین رسانه است، اما تاکنون تعریف کامل و جامعی از آن ارائه نشده است. امری که موجب کمبود پژوهش درباره شایعه شده آن است که وقت و نیروی بیشتری صرف نفی و رد پدیده ی شایعه می شود و توجه چندانی به روشن نمودن سرچشمه و منشا آن نشده است. بدیهی است همه می دانند شایعه وجود دارد، اما در مورد تعریف جامع آن اتفاق آرابی در میان نیست.

شایعه قدمتی به طول تاریخ بشر دارد اما رسانه ها قدمتی حداکثر چند صد ساله دارند. از همان اوایل پیدایش هر یک از وسایل ارتباط جمعی این امیدواری به وجود می آمد که با پیدایش این وسیله عمر شایعه ها دیگر به پایان می رسد، اما تجربه ها نشان داد که هیچ یک از ابزار ارتباطات جمعی اعم از روزنامه، رادیو، تلویزیون و یا اینترنت نقشی در کاهش یا شفاف سازی شایعه ها ندارند.

از یک منظر شایعه رسانه ای مستقل است و برای رد یا پذیرش آن رسانه های دیگرچندان کارایی ندارند و به علاوه، رسانه ها از طریق منابع رسمی خبری تغذیه می شوند، در حالی که شایعه ها از منابع غیر رسمی اطلاعات خود را بدست می آورند.

شایعه برخلاف سایر رسانه ها برای انتقال به آدم هایی معتقد به خود نیاز دارد کسانی که اشاعه ی شایعه را نه یک گناه که یک وظیفه می پندارند.

شایعه ها برای پرو بال یافتن بیش از آن که به یک رویداد نیاز داشته باشند به یک بهانه احتیاج دارند. پروبال یافتن شایعه مستلزم اتصال شایعه به آن بخش هایی از وجود آدمی است که به دلایلی ناخودآگاه تمنا ی پخش شایعه را دارند.

رسانه ها سعی می کنند که به شیوه های مختلف مستند بودن اخبار خود را به مخاطبان اثبات کنند، اما شایعه وقتی به وجود آمد دیگر کسی برای آن اقامه ی دلیل و برهان نمی کند، چرا که شایعه خود برهان خود است.

واکنش رسانه ها در برابر شایعه

وقتی خبری چون خبر زلزله پخش می شود رسانه ها در قبال آن نمی توانند موضع خاصی بگیرند. خبر به قدر کافی مستند و مشخص است و اکثر رسانه ها با قالبی شبیه به هم آن را پوشش می دهند. اما در شرایطی که شایعه ای پخش می شود، رسانه ها می توانند واکنش های مختلفی داشته باشند از عدم نشر آن به دلیل فقدان منابع تایید کننده گرفته تا نقل آن به عنوان بمب خبری. حتی در بسیاری از موارد خود رسانه وسیله ای برای پخش شایعه می شود و ضمن گسترش خبر وجهه ای نیز برای آن کسب می کند. نشریات زردی که هر روزه اخبار مختلفی از ازدواج و طلاق هنر پیشگان و فوتبالیست های مشهور را به خورد خوانندگانشان می دهند از اعتبار رسانه ای خود برای جلوه بخشیدن به اخبار راست یا دروغ خود بهره می گیرند اعتماد و اعتباری که فی نفسه هر مخاطبی به یک رسانه دارد. مردم از ابتدا به هر رسانه ای که سر بر می آورد اعتماد می کنند مگر این که رفتاری مغایر با آن چه از یک رسانه انتظار می رود را شاهد باشند.

اگر آشکار شود که رسانه ای خبری کذب را منتشر کرده، موقعیت آن رسانه در نظر عموم به شدت از دست می رود. ترفندی که امروزه رسانه ها برای حفظ حیثیت خود در بده بستان با شایعه ها به کار می برند. انعکاس شایعه تحت عناوینی چون "شنیده شده" یا "به نقل از منبعی که نخواست نامش فاش شود" است. به این ترتیب رسانه ها بدون آن که جایگاه خود به عنوان رسانه ای امین را به خطر اندازد، تقصیر اشتباه های خود را به گردن دیگران می اندازد.

رسانه های بیگانه

در برخی کشورها توده ها به اخبار و برنامه هایی که از سوی بیگانگان حتی بیگانگانی که دشمنان بالقوه و بالفعل شناخته می شوند انتشار می یابند را امری عادی تلقی می کنند. از دیگر سو مسئولین این کشورها این عمل را خلاف مصالح عمومی و وطن دوستی شنوده می دانند.

به نظر می رسد بسیاری از کسانی که اخبار انتشار یافته از رسانه های بیگانه را دنبال می کنند بیگانه پرست نیستند. بررسی ها نشان داده که شاید در فضای کمبود اطلاعات مردم تشنه ی اخبار به این ترتیب مجرایی برای دستیابی به حقیقت می یابند.

میل به همه چیز دانی یا دست کم نمایش دانای کل بودن بسیاری را بر می انگیزد که هر راهی را امتحان کنند و به این ترتیب برخی می توانند میل به نمایش دادن خود به عنوان فردی مطلع و آگاه را با به دست آوردن اطلاعات لازم از این منابع بیگانه تکمیل کنند.

در بسیاری از موارد دیده شده آنها که به نقل اخبار شنیده ی خود از رسانه های بیگانه اقدام می کنند و در قهوه خانه ها، میهمانی ها و مجامع رسمی آنها را بازگو می کنند، بعد از مدتی از یاد می برند که این اخبار را از کجا شنیده اند. به عنوان مثال فراموش می کنند که این خبر را از رادیوی بیگانه شنیده بودند.

واقعیت این است که در دنیای امروز مخاطبان به دنبال تایید اصالت اخبار خود به شکلی مستند نیستند و چون دغدغه ی اصلی آنها هر چیز دیگری به جز خود خبر است، لذا خبری که مایل اند بشنوند را پی می گیرند و گوش شان به دنباله اخبار بدهکار نیست.

بررسی ها نشان داده وقتی دو گروه مختلف به صحبت های فردی گوش می کنند که به هیچ یک از دو طرف وابستگی ندارد و طرفدار هیچ یک از آنها هم نیست، هر یک از گروهها ناخودآگاه توجهش بیشتر به قسمت هایی از گفته ی آن فرد جلب می شود که به نفعش است و حی این گونه وانمود می کند که فرد بی طرف طرفدار اوست.