



رویارویی با شایعه؛ مسوولیت شهروندان و وظیفه رسانه ها

شایعه پدیده‌ی اجتماعی است که با شدت و ضعف و میزان متفاوت در هر جامعه‌ی بروز می‌یابد. با این حال این به هیچ وجه پذیرفتنی نیست که رسانه‌های بزرگ و فراگیر خود با انتشار اخبار نادرست بر شایعه‌ها دامن بزنند.

شایعه پدیده‌ی اجتماعی است که با شدت و ضعف و میزان متفاوت در هر جامعه‌ی بروز می‌یابد. با این حال این به هیچ وجه بذب‌فتند، نیست که رسانه‌ها، ناگه‌ها فاکد خمد با انتشار، اخبار، نادرست د شایعه‌ها دامن، ب‌نند. شایعه‌روشی برای پراکنش اطلاعات نادرست در جامعه است که در نبود خبرهای شفاف و واقعی رونق می‌گیرد. هنگامی که انتشار درست اخبار به هر دلیل در رسانه‌ها صورت نپذیرد یا اخبار و اطلاعات منتشر شده ضد و نقیض و غیر مستند باشند، زمینه‌های بروز شایعه قوت می‌یابد چرا که شایعه را می‌توان به نوعی واکنش جامعه به کنش منفعلانه یا غیر حرفه‌ی رسانه‌ها در پوشش یک رویداد خبری دانست.

امروزه همزمان با گسترش فضاهای مجازی و شبکه‌های اجتماعی که انتقال اخبار و اطلاعات در آن با سرعتی خیره‌کننده انجام می‌شود، روند شایعه‌پراکنی هم‌شتابی چندین برابر یافته است. این تحول وظیفه‌ی رسانه‌ها در انتقال به موقع، شفاف و مستند اخبار به جامعه را پررنگ‌تر از قبل ساخته است. در برابر، بی‌توجهی برخی رسانه‌های فراگیر در این زمینه حاکی از آن است که این رسانه‌ها بر اهمیت اجرای درست وظایف خود واقف نیستند.

به عنوان مثال به دنبال فاجعه‌ی «منا» که بر اثر آن بسیاری از زائران مسلمانان از جمله شمار زیادی از هموطنانمان کشته، زخمی و مفقود شدند، برخی رسانه‌های داخلی با انتشار فیلم‌ها و تصاویرهای غیر مستند، ادعاهای نادرستی را در خصوص حادثه و علت‌های آن مطرح کردند که موجب زیر سوال رفتن عملکرد رسانه‌های ایرانی در رسانه‌های منطقه‌ی و به ویژه رسانه‌های عربی شد.

در همین پیوند، یکی از اصلی‌ترین رسانه‌های کشور به دنبال حادثه‌ی روز عید قربان در منا، فیلمی را از بازدید کاروان پسر پادشاه عربستان سعودی و وزیر دفاع این کشور از منطقه‌ی منا پخش کرد و مدعی شد که این بازدید موجب تغییر حرکت حجاج و در نهایت فاجعه‌ی مرگبار شده است. پس از انتشار این فیلم که به خشم و تهییج افکار عمومی منجر شد، مشخص شد این فیلم قدیمی و ماه‌ها قبل در شبکه‌ی اجتماعی «یوتیوب» بارگذاری شده است.

بر کسی پوشیده نیست که عملکرد دولت ریاض در حادثه‌ی منا و مدیریت مناسب حج با انتقادهای اساسی رو به رو است و مسوولان سعودی باید پاسخگوی کوتاهی‌های خود در این زمینه باشند اما این به آن معنا نیست که رسانه‌های فراگیر کشور با تکیه بر احساسات به انتشار اخبار ناصحیح در مورد رویداد منا یا رویدادهای مشابه دیگر بپردازند و زمینه را برای گسترش شایعه در جامعه فراهم سازند.

وقتی اینگونه شایعه‌ها در رسانه‌های رسمی کشور، بدون بررسی و اطلاع کامل از جنبه‌های مختلف یک خبر و فقط برای تحریک عواطف جامعه و تهییج مردم ساخته و منتشر می‌شود آیا می‌توان از جامعه و مردم، به ویژه در فضای پس از گسترش شبکه‌های اجتماعی، انتظار جلوگیری از انتشار شایعه را داشت؟

به تازگی برخی کاربران شبکه‌های اجتماعی با انتشار تصویری در این شبکه‌ها مدعی شدند که حکومت سعودی در حال دفن دسته جمعی زائران بیت الله الحرام به خصوص زائران ایرانی است که این خبر هم از اساس نادرست بود. خبر فوت یا ربوده شدن چند چهره‌ی مشهور در حادثه‌ی منا هم شایعه‌ی پر رونق دیگری بود که به دنبال ماجرای غم‌انگیز روز عید قربان شکل گرفت.

این روند فقط به فاجعه‌ی منا محدود نمی‌شود چرا که هر از چندگاهی با روی دادن یک اتفاق تازه شاهد داغی بازار شایعه سازی‌ها در سطح جامعه بوده و هستیم. به نظر می‌رسد وقت آن رسیده که با شایعه سازی در جامعه مبارزه کنیم و روندی منطقی را در مدیریت اخبار و اطلاع رسانی در پیش بگیریم.

بی‌شک این روند باید با پیشگامی رسانه‌های کشور آغاز شود. رسانه‌های داخلی باید بتوانند به دور از احساسات لحظه‌ی و غیر منطقی و با تکیه بر اخلاق حرفه‌ی و بایسته‌های کار رسانه‌ی به دنبال کشف حقیقت و انتقال اخبار درست در مورد رویدادها باشند.

صحت و سرعت انتقال اخبار، دست‌یابی به حقیقت اصلی یک رویداد و ارایه‌ی راهکارهای درست برای مدیریت رفتار و کنش بهینه، وظیفه‌ی بر دوش یک رسانه‌ی متعهد و حرفه‌ی است.

رسانه‌ها در یک رویداد باید بتوانند افکار عمومی جامعه را به درستی مدیریت و آگاهی جامعه را به سمت وسویی منطقی هدایت کنند. بی‌تردید پیش‌داوری نادرست و انتشار اخبار و تصویرهای غیر مستند، یک رسانه را فرسنگ‌ها از فعالیت استاندارد و حرفه‌ی دور می‌کند و به محض بروز یک اتفاق، زمینه را برای شیوع شایعه در جامعه فراهم می‌سازد.

عملکرد نادرست رسانه‌های فراگیر بر بی‌اعتمادی جامعه نسبت به رسانه‌ها دامن می‌زند. اطلاع رسانی اشتباه، سهل‌انگاری در کار رسانه‌ی، انسداد اطلاعاتی، کندی عملکرد یک رسانه و غیر مسوول بودن رسانه‌ها در قبال آگاهی جامعه همه و همه منجر به بی‌اعتباری منابع خبری و تسهیل روند شایعه سازی در جامعه می‌شود.

برای جلوگیری از ایجاد شایعه، رسانه‌ها باید به مدیریت صحیح اخبار روی آورند. در این مسیر مدیران خبر در خبرگزاری‌ها،

صدا و سیما و مطبوعات باید به گونه یی اخبار را مدیریت و منتشر کنند که ضمن رعایت منافع و امنیت ملی، ابهامی را برای جامعه در مورد رویدادهای گوناگون داخلی و بین المللی باقی نگذارند و اطلاعات نادرستی را به جامعه منتقل نکنند. این رویکرد نیازمند آگاهی و شناخت درست مدیران خبر است. رسانه ها باید در انتقال اخبار سریع و شفاف عمل کنند و در مورد رویدادها به گونه یی به مردم توضیح دهند که بستر ایجاد شایعه فراهم نشود.

از سوی دیگر باید بستری فراهم شود تا رسانه ها بتوانند با در نظر داشتن خیر عمومی در جامعه و منافع کشور فعالیت آزاد داشته باشند. به بیان دیگر باید این امکان فراهم شود تا فعالان رسانه یی با رعایت اصول، آزادانه به امر خبررسانی بپردازند. امکان فعالیت مطبوعات و رسانه در فضای آزاد، باعث ایجاد پویایی در رسانه ها، شکل گیری شرایط رقابت سالم و بازتولید اعتماد عمومی نسبت به فضای اطلاع رسانی در جامعه خواهد شد به شکلی که افکار عمومی برای رسیدن به پاسخ سوال های خود دیگر نیازی به پناه بردن به شایعه ها را نخواهد داشت.

در این مسیر، رسانه ها و مدیران رسانه یی باید اصول فعالیت حرفه یی را سرلوحه ی کار خود قرار داده و به محض به وقوع یک رویداد، ابتکار عمل در امر اطلاع رسانی را در دست گیرند و نه تنها خود شایعه نسازند بلکه با پاسخگویی و اطلاع رسانی درست و به موقع جلوی پراکنش شایعه را نیز در جامعه بگیرند.

*از:مهابت افشین نسب (گروه پژوهش و تحلیل خبری)