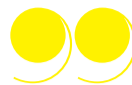


مطالبه‌جویی رسانه‌های خارجی جای نیازهای مخاطب را گرفت، لذا مخاطبان احساس کردند که رسانه‌های خارجی دارند به انتظارات و نیازهایشان پاسخ می‌دهند



فاطمه کریمی

خبرنگار



بود. چرایی این مسأله را یک رسانه‌شناس جامعه‌شناس می‌توانست پاسخ دهد. به همین خاطر از سیدرضا نقیب‌السادات، دکترین ارتباطات و جامعه‌شناسی و عضو هیأت علمی گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، در دانشکده علوم اجتماعی یادداشتی شفاهی دریافت کردیم که در ادامه می‌آید. در اتفاقات اخیر که در کشور رخ داد، عملکرد رسانه‌های خارجی در شرایط اعتراض‌ها یک عملکرد بدون برنامه نبود. یعنی رسانه‌های خارجی سوابق قبلی و موقعیت‌هایی را که در گذشته برای رسانه‌های داخلی پیش آمده بود، مستمر رصد کرده بودند. در نتیجه آنها از اتفاقی که در شهر یور ۱۴۰۱ در کشور افتاد، از آن شرایط استفاده کردند و به نوعی این عملکرد را بر تکنیک عملیات رسانه‌ای سوار کردند.

«جوگیری» علت عمده‌ای بود که بازداشت‌شدگان در اغتشاشات اخیر به‌عنوان دلیل اقدامات خود از آن نام می‌بردند. مسأله‌ای که آتش عمده آن را رسانه‌های خارجی و شبکه‌هایی همچون ایران اینترنشنال تهیه می‌کردند. رسانه‌هایی که برای خیلی از اخبار و آماری که ارائه می‌دادند هیچ سند و مدرکی نداشتند و آنچه که این مسأله را جالب توجه می‌کرد باورپذیری مخاطبی بود که اخبار کذب را بدون سند از رسانه‌های کذایی می‌پذیرفت اما در پذیرش اخبار مستند شبکه‌های داخلی دچار تردید یا بعضاً گاردی محکم

بررسی راه‌های مقابله در جنگ رسانه‌ای در یادداشتی شفاهی از دکتر رضا نقیب‌السادات

ایجاد توهم صدق

یکی از تکنیک‌های رسانه‌های خارجی علیه کشور



برای جلب اعتماد بیشتر مردم باید اتفاق‌ها، رخدادها و رویدادها را در یک نظام صحیح خبری با دقت، صحت و صمیمیت اعلام کنیم. هر جا رسانه ما بموقع خبر داد و پیش‌دستانه عمل کرد، رسانه‌های خارجی عقب ماندند و رسوا شدند. اما هر جا ما تأخیر کردیم و تا آمدیم ببینیم چه کار باید کنیم و آیا این خبر باید پوشش داده شود یا اهمیتی برای پوشش ندارد؟ رسانه‌های خارجی موج‌سواری کردند و زودتر خبر را به نفع خودشان منتشر کردند

معتراضان بیشتر به رسانه‌های بیگانه توجه می‌کنند

برای اکثریت مردم مرجع هستند. یعنی وقتی می‌گوییم جمعی در کشور به شبکه‌هایی مثل ایران اینترنشنال و من‌وتو توجه می‌کنند، اکثریت مردم نیستند و جمعی هستند که احساس نارضایتی می‌کنند و همین سبب شده که این اتفاق شکل بگیرد. لذا آن رسانه‌های بیگانه آمدند و موج‌سواری کردند.

در خیلی از مواقع وقتی که اطلاعات را دادیم، بعضاً معترضان به دلیل اینکه احساس می‌کردند رسانه‌های داخلی مدافعه‌گری حکومت را می‌کنند، خودشان را در تقابل با آن رسانه‌ها می‌دیدند. البته این طور نیست که مردم بگویند ما به رسانه‌های داخلی اعتماد نداریم. الان رسانه‌های داخلی ما از جمله صداوسیما، مطبوعات و خبرگزاری‌ها

کم‌اعتمادی نتیجه پوشش دیرنگام اخبار

از آن اطلاعات بگیرند، در نتیجه رسانه‌های خارجی در جاهای مختلف به‌عنوان حامی مخاطب یا مدعی مخاطب خود را جا زدند و به جای مخاطبان مطالبه کردند. در واقع مطالبه‌جویی رسانه‌های خارجی جای نیازهای مخاطب را گرفت، لذا مخاطبان احساس کردند که رسانه‌های خارجی دارند به انتظارات و نیازهایشان پاسخ می‌دهند.

در اغتشاشات اخیر یک نکته این بود که رسانه‌های داخلی بعضی از اخبار را یا دیر رسانه‌ای کردند یا اصلاً پوشش ندادند که این مسأله سبب شد یک نوع کم‌اعتمادی نسبت به رسانه‌های داخلی ایجاد شود. بخصوص اینکه انتظارهای بالایی که از رسانه ملی و مرجعیت آن بود، باعث شد که اینها در برخی از شرایط نتوانستند به‌عنوان یک منبع خبری فعال

سعودی‌ها با وجود ادعایی که دارند به اسرائیل نزدیک هستند و رژیم صهیونیستی را دوست خودشان می‌دانند و چون جمهوری اسلامی مخالف رژیم صهیونیستی بوده لذا با جمهوری اسلامی ایران معارضه می‌کنند. ما باید عملکرد عربستان سعودی را برای مردم تبیین کنیم؛ بگوییم که از کجا خط می‌گیرند و خیلی از اخباری که می‌گویند، تکراری و جعلی است.

علیه ایران استفاده می‌کند. باید به مردم گفته شود که دولت عربستان سعودی بعد از پیروزی انقلاب اسلامی نارضایتی‌هایی از ایران داشت و نتوانست رابطه خوبی با ایران برقرار کند، لذا شروع به تخریب کرد. باید به مردم گفته شود که بعد از پیروزی انقلاب اسلامی ایران وقتی که سعودی‌ها دیدند منافع‌شان در منطقه به مخاطره افتاده است، به معارضه با ایران پرداختند. ضمن اینکه

یکی از راهکارها برای جلوگیری از موج‌سواری رسانه‌های بیگانه این است که رسانه‌های داخلی یک بخشی از کارشان را به تبیین ماهیت رسانه‌های بیگانه اختصاص دهند و به مردم بگویند که این رسانه‌ها چه هستند، از کجا آمده‌اند و چگونه عمل می‌کنند. باید به آنها گفته شود که شبکه ایران اینترنشنال متعلق به عربستان سعودی است و دولت سعودی از این شبکه برای اعمال سیاست‌های خود

تبیین ماهیت رسانه‌های خارجی برای مردم

ایجاد توهم صدق در مردم

است. اگر ما هوشیارانه و واقع‌بینانه این نوع عملکرد رسانه‌های بیگانه را برای مردم تشریح کنیم، همین افشا شدن موقعیت آنها می‌تواند اعتماد بیشتری را برای رسانه‌های داخلی به همراه داشته باشد. ضمن اینکه افشا کردن عملکرد رسانه‌های بیگانه می‌تواند نقشه آنها را خنثی کند؛ نقشه‌ای که رسانه‌های خارجی سعی دارند در بوق و کرنا بدمند که در داخل کشور ایران رسانه معتبر وجود ندارد و نمی‌توانند یک خبر ساده را ارائه بدهند.

که حتی بعضی آتش‌بیار معرکه می‌شوند و تصاویر و ویدیوهای تخریب‌ها را برای رسانه‌های خارجی می‌فرستند. رسانه‌های خارجی همین تصاویر و ویدیوها را به‌عنوان سند پخش می‌کنند و مردم هم این فیلم‌ها را که می‌بینند، به این نتیجه می‌رسند که این همان تصاویری است که در جامعه اتفاق می‌افتد. در نتیجه به آن رسانه‌ها اعتماد می‌کنند. در حقیقت عملکرد رسانه‌های بیگانه بیشتر یک جنگ روانی در چهارچوب عملیات رسانه‌ای

در مجموع یکی از تکنیک‌های رسانه‌های بیگانه، استفاده از جنگ روانی است؛ در واقع این رسانه‌ها یک پیام غلط را می‌گویند، توهم صدق را در مردم به‌عنوان یک تکنیک ایجاد می‌کنند و گسترش فساد را دامن می‌زنند یا نمایش می‌دهند. در حالی که خودشان را سانسور می‌کنند. این عملیاتی است که باعث می‌شود، مخاطب به‌لحاظ رسانه‌ای فکر کند که آنها برحق هستند و بموقع عمل می‌کنند. در اتفاقات داخل کشور می‌بینیم

رسانه‌های داخلی باید پیش‌دستانه وارد عمل شوند

کار باید کنیم و آیا این خبر باید پوشش داده شود یا اهمیتی برای پوشش ندارد؟ رسانه‌های خارجی موج‌سواری کردند و زودتر خبر را به نفع خودشان منتشر کردند. انتشار بموقع اخبار داخلی از سوی رسانه‌های خارجی موجب سوختن خبر می‌شود و دیگر رسانه‌های داخلی در

برای جلب اعتماد بیشتر مردم باید اتفاق‌ها، رخدادها و رویدادها را در یک نظام صحیح خبری با دقت، صحت و صمیمیت اعلام کنیم. هر جا رسانه ما بموقع خبر داد و پیش‌دستانه عمل کرد، رسانه‌های خارجی عقب ماندند و رسوا شدند. اما هر جا ما تأخیر کردیم و تا آمدیم ببینیم چه

باید به مردم بگوییم که رسانه‌های خارجی دلسوز ما نیستند

خیلی به رسانه‌های خارجی توجه نکنند. وقتی مردم مطمئن شوند که رسانه‌های خارجی با ایران معارضه می‌کنند، اخبار آنها را اخبار درستی تلقی نمی‌کنند. به نظر می‌رسد این یک راهکار اصلی برای جلب اعتماد مردم است.

البته این نکته را هم بگوییم که رسانه‌ها در بخش دیگری از فعالیت خود، باید عملکرد و سیاست‌های رسانه‌های خارجی را برای مردم بیان کنند و بگویند که رسانه‌های خارجی از آب گل‌آلود به نفع خودشان بهره می‌برند. باید به مردم بگوییم که رسانه‌های

برخی معاندین آگاهانه با رسانه‌های داخلی معارضه می‌کنند

نکته دیگری که در بحث مخاطب‌شناسی مورد توجه بوده، این است که رسانه‌های خارجی در طولانی مدت روی مخاطبان اثر می‌گذارند و اگر رسانه‌های داخلی بتوانند اعتمادسازی کنند، بی‌اعتمادی و کم‌اعتمادی مخاطب از بین می‌رود. البته خوب است که رسانه بتواند عامه مخاطبان را جذب کند اما در نظام مخاطب‌شناسی خبر می‌بینیم که همیشه بخشی به‌عنوان آدم‌های دیرپذیر هستند و در مقابل جریان می‌ایستند. ضمن اینکه بخشی از مخاطبان سریع می‌پذیرند. افرادی که دیرپذیر هستند، معمولاً دگم بوده و عناد می‌ورزند. این افراد همیشه بخشی از جامعه هستند که اخبار رسانه را نمی‌پذیرند و معارضه می‌کنند. البته قرار نیست که رسانه به همه اینها پاسخ بدهد بلکه می‌تواند حداکثر جمعیتی را به‌عنوان مخاطب جلب کند و به نیازهایشان پاسخ بدهد. این نکته را هم بگوییم که برخی از معارضین در ضمیر و نهاد واقعی خودشان ممکن است انصاف را به رسانه‌های داخلی بدهند و خودشان بدانند که اشتباه می‌کنند اما معارضه و معاندانه بخشی از شخصیت آن افراد بوده و ممکن است هیچ وقت هم درست نشوند.