

بررسی چرایی شکل‌گیری برخی شایعات پیرامون عروج جانشین فرمانده نیروی قدس سپاه پاسداران

اطلاعیه‌نویسی‌ها باید تغییر کند

گزارش

■ کبری آسوپار

ساعات پایانی ۲۹ فروردین ۱۴۰۰ خیری تلخ و مهم در ایران منتشر شد. سردار سیدمحمد حجازی، جانشین فرمانده نیروی قدس سپاه چشم از جهان فروبست. هنوز دقایقی از انتشار این خبر نگذشته بود که گمانه‌زنی‌ها در مورد «علت» درگذشت او شروع شد. بررسی شایعات منتشر شده در این مصداق خاص، می‌تواند علاوه بر رشد سواد رسانه‌ای، برای موارد مشابه‌الگوی مناسب‌تری از کار رسانه‌ای را پیش روی ما قرار دهد. ■ ■ ■

آنچه از همان دقایق اولیه منتشر شد، در گزاره‌های زیر می‌تواند مورد توجه قرار بگیرد:
۱- مطابق آنچه روابط عمومی سپاه اعلام کرد،

۲- محمد مهدی همت، پسر شهید همت در توثی، سردار حجازی را «شهید» دانست و نوشت: «رهِبرم این سرباز هم فدای شما». این توثیت دقایقی پس از انتشار حذف شد.
۳- برخی اکانت‌های مشکوک عبری زبان و نظر و ترور دکتر محسن قفسری زاده، ذهن افکار عمومی برای شنیدن خبر ترور آماده است و آن را اتفاقی دور از ذهن تلقی نمی‌کند. این روزیدند و حتی صحبت از ترور «رهِبر ایران» در ماه‌های آینده کردند.

۴- برخی کانال‌های تلگرامی و کاربران حزب‌اللهی فضای مجازی برای نشان دادن اطلاع خود و گرفتن بازدید بیشتر و نمایش خیانت همیونیست‌ها، محتوای آمیخته به تهدید و سرور این اکانت‌های مشکوک را باز نشر کردند.

۵- روابط عمومی سپاه توضیحات تکمیلی بر علت درگذشت سردار حجازی ارائه داد و در کنار متن‌های مختلف پیام تسلیت، از رئیس ستاد کل نیروهای مسلح تا سایرین و خبرهای غیر رسمی برخی پاسداران، مردم واژه‌های مختلف را می‌شنیدند و دچار آشفتگی ذهنی می‌شدند؛ عارضه قلبی، ویروس و ترور بیولوژیک، شهادت، عارضه شیمیایی از زمان جنگ، عروج شهادت‌گونه و…

۶- خبر سازی رسانه‌های ضدایرانی از برخی تفاوت

واژگان در پیام‌های تسلیت و تثبیت شک در ذهن مخاطب.

■ **زمینه‌های درونی برای ایجاد شبهه**

اول؛ در یک سال اخیر، و پس از دو بار خرابکاری در نظرها و ترور دکتر محسن قفسری زاده، ذهن افکار عمومی برای شنیدن خبر ترور آماده است و آن را اتفاقی دور از ذهن تلقی نمی‌کند. این روزیدند و حتی صحبت از ترور «رهِبر ایران» در ماه‌های آینده کردند.

۴- برخی کانال‌های تلگرامی و کاربران حزب‌اللهی فضای مجازی برای نشان دادن اطلاع خود و گرفتن بازدید بیشتر و نمایش خیانت همیونیست‌ها، محتوای آمیخته به تهدید و سرور این اکانت‌های مشکوک را باز نشر کردند.

۵- روابط عمومی سپاه توضیحات تکمیلی بر علت درگذشت سردار حجازی ارائه داد و در کنار متن‌های مختلف پیام تسلیت، از رئیس ستاد کل نیروهای مسلح تا سایرین و خبرهای غیر رسمی برخی پاسداران، مردم واژه‌های مختلف را می‌شنیدند و دچار آشفتگی ذهنی می‌شدند؛ عارضه قلبی، ویروس و ترور بیولوژیک، شهادت، عارضه شیمیایی از زمان جنگ، عروج شهادت‌گونه و…

۶- خبر سازی رسانه‌های ضدایرانی از برخی تفاوت



از بین حدود ۱ هزار داستان خبری‌ای که در ۱۲ ماه گذشته خوانده‌اید، از خبری نام‌بربرد که به خاطر آگاهی از آن، توانستید تصمیم بهتری دربارهٔ موضوعی مهم و تأثیرگذار در زندگی‌تان، شغل‌تان و کسبو کار‌تان بگیرید و مقایسه کنید با دانشی که اگر آن اخبار را نمی‌پلعبدید، از قبل داشتید.

نکته این است، مصرف اخبار به عواملی که واقع‌ابرای زندگی شما میهنند، ربط چندانی ندارد. در بهترین حالت سرگرمی است، اما همچنان بی‌ربط به شمار می‌رود.

فرض کنید که بر خلاف تمام احتمالات، خبری پیدا کردید که به میزان زیادی کیفیت زندگی‌تان را بالا برده است، منظورم در مقایسه با وضعیتتی است که برای زندگی‌تان پیش می‌آمد؛ اگر آن خبر را نخوانیده‌اید پندیده‌بودید، مغزتان باید ققدر چیزهای جزئی بی‌اهمیت یا هضم می‌کرد تا به آن اطلاعات باارزش مرتبط می‌رسید؟ حتی این سؤال هم تحلیلی بازاندیشانه است. با نگاهی به آینده، احتمالاً نمی‌توانیم ارزش یک خبر را تا قبل از اینکه نتیجه‌اش را در آینده ببینیم، بفهمیم؛ پس مجبوریم هر چیزی که خط تولید خبر به ما می‌رساند، هضم کنیم. آیا ارزشش را دارد؟ احتمالاً نه.

برای مردم دشوار است که تشخیص بدهند چه چیزی به زندگی‌شان ربط دارد. خیلی آسان‌تر است که تشخیص بدهیم چه چیزی جدید است، مایه آگان‌هایی مجیز نیستیم که ربط و ارتباط را احساس کنند. فهم ربط در خون‌مان نیست، اما فهم چیزهای جدید هست. به همین دلیل است که رسانه‌از چیزهای جدید سوءاستفاده می‌کند. (اگر ساختار ذهن‌مان برعکس بود، مطمئناً رسانه‌از موضوعات مرتبط بهره می‌برد). مرتبط در مقابل جدید، نبرد اساسی انسان مدرن به شمار می‌رود. ربط به انتخاب‌های شخصی برمی‌گردد. دیدگاه رسانه‌ها را در این رابطه نپذیرید. این حق‌ه بازی محور مدل تجاری صنعت خبر است؛ به اسم «مرتبط» به شما می‌فروشد، ولی وقتی به دست‌تان می‌رسد فقط «جدید» است. وقتی از جریان اخبار دور می‌افتیم، دچار اضطراب می‌شویم، می‌ترسیم چیز مهمی را از دست بدهیم. از روی تجربه‌ام می‌گویم که اگر چیز واقعاً مهمی اتفاق بیفتد، درباره‌اش خواهید شنید، حتی اگر در پیله‌های زندگی‌کنید که در برابر اخبار از شما محافظت کند. دوستان و همکاران‌تان موفق‌تر از هر سازمان خبری‌ای، دربارهٔ اتفاق‌های مرتبط با شما حرف خواهند زد. آنها اخبار را با نهایت‌هی اضافه فراداده در اختیار‌تان فر می‌دهند، چون اولویت‌هایتان را می‌شناسند.

«بخشی از مقاله رولف دوبلی، رمان نویس و کارآفرین سوئیس با عنوان «از اخبار فرار کنید، همان‌طور که از هروتین فرار می‌کنید»

آنچه رسانه‌ها نمی‌گویند

رسانه‌های غربی و انفجار موشکی دیمونا

کانال تلگرامی «روزنامه‌نگاری جدید» یادداشتی به قلم محمود فرجامی در مورد انفجار موشکی در نزدیکی تأسیسات هسته‌ای دیمونا اسرائیل منتشر کرده که در بخشی از آن

به برخورد رسانه‌های غربی با این انفجار مهم می‌پردازد:

هر آدم رسانه‌ای با اندک دانش ژئوپولیتیک می‌داند که چنان انفجاری نزدیک تأسیسات اتمی یک کشور، آن هم نه با بمب گذاری بلکه با شلیک علیی موشک از کشور همسایه چه معنایی دارد. یک بمب کبوتر کامل، فارغ از اینکه رسانه‌های این طرفی باشد یا آن طرفی یا زست بی‌طرفی داشته باشد، اما میزان واکنش رسانه‌ها به این مسئله ناچیز است. رولترز که «به نقل از منابع آگاهی که نخواستند نامشان فاش شود» هم آمار واقعی کشتگان آبان را بهتر از همه می‌داند (بنج برابر آماری که سازمان عقوبین‌الملل اعلام کرد) و هم خبر دارد و می‌دهد که ایران یکی از ابشارهای غنی سازی ۶۰درصدی‌اش را از مدار خارج کرده، خلاصه همان رولترزی که از رگ گردن به همه نزدیک‌تر است (قبول نداردید؟ بروید از همان منابع آگاه بپرسید) به این خبر بسیار گدرا می‌پردازد. دیگرانی که صدها خبر از انفجار نظفا و ترور قفسری زاده منتشر کرده‌اند، به یکی دو خبر و گزارش اکتفا می‌کنند و در گزارش کیوان حسینی برای بی‌بی‌سی درباره این حادثه اصلا فیلم لحظه انفجار دیده نمی‌شود... خلاصه اینکه واقعیت چیزی است و باز نمایی واقعیت چیزی دیگر. در مستندی درباره تراپم دیدم یکی می‌گفت رمز موفقیت تراپم این بود که می‌دانست در رسانه مهم نیست چه می‌گویی، مهم این است چطور می‌گویی. این طور می‌گویند.

خبر

نگاهی به کلان داده موج #همه_یکی_هستیم

در شبکه‌های اجتماعی

با اتحاد پیروزیم!



کاربران حامی کاندیداهای مطرح در جریان انقلابی در راستای تحقق شعار وحدت، هشتگ همه_یکی_هستیم را در شبکه‌های اجتماعی داغ کردند.

«وحدت» به‌عنوان کلیدواژه پرکاربرد این روزها در فاعلان انقلابی شبکه‌های اجتماعی ذیل هشتگ همه_یکی_هستیم، پیگیری شده است. نکته‌ای که نویدبخش اتخاذ استراتژی مبتنی بر خرد جمعی، ایستادگی بر مبنای مؤلفه‌های حول گزینشه اصلح و منطقی با ویژگی‌های رئیس‌جمهور مطلوب است.

رصد دیتاک در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد کاربران حامی کاندیداهای مطرح در جریان انقلابی، با استفاده از هشتگ‌های همه_یکی_هستیم، وحدت_کبیر، کلان موضوع وحدت را مورد حمایت قرار داده‌اند و آن را رمز موفقیت و غلبه گفتمان مطلوبیت و عبور از مشکلات کشور می‌دانند.

در بستر توییتر، کاربران تا صبح ۲۹ فروردین در ۹/۵۲ از هزار توییט، ۶/۴۳ هزار ریوتویت، ۹/۱۷۲ هزار لایک و ۲۲۰۲ پست در ساعت موضوع وحدت را پیگیری کرده‌اند.

این موضوع و هشتگ در فضای تلگرام با یک میلیون بازدید مخاطبان همراه شده و در بستر خبر ۶۱۵ محتوا را به خود اختصاص داده است. پایگاه‌های خبری با ۲۴۹ مطلب، روزنامه‌ها با ۱۱۱ محتوا و خبرگزاری‌ها با ۲۵۵ متن، به این موضوع پرداخته و درباره آن کشتگری داشته‌اند.

است؟ خیلی ساده است که این سؤال برای مردم پیش بیاید که دلیل این عارضه قلبی چه بوده که از وصف «شهادت» استفاده می‌شود؟ و سؤال مهم‌تر افکار عمومی این است که مگر چه اتفاقی افتاده که به ما نمی‌گویند؟

اطلاعیه‌نویسی‌ها باید تغییر کند. اطلاعیه برای اعلام یک خبر در گذشته، باید در مورد همین خبر اصلی، یعنی چرایی و چگونگی فوت صحبت کند. اینکه سردار چه کرده، باید در موارد بعدی بیان شود. اطلاعیه فوت، بیانیه معرفی فرد، آن هم سرداری شناخته‌شده نیست. توجه کنید که اگر آن اطلاعیه شامل نکات زیر می‌بود که سردار در ساعت فلان حالش بد شده، به بیمارستان فلان منتقل شده، عملیات احیا جواب نداده و در نهایت در ساعت فلان درگذشته است و نظر تیم پزشکی در مورد علت اصلی فوت فلان است. این مدل بیان شایعات و دادن پنهان دست رسانه‌های بیگانه هم پیشگیری می‌کند.

سوم: نشر توثیت فرزند شهید همت نادرست بود و بدون هماهنگی هم زده شد و بعد گرچه حذف شد، اما تأثیر خود را در آشفتنگی خبری

تاکنون است. از ماه‌های آغازین انقلاب و ترور آیشالله مطهری تا همین دی ماه ۹۸ و ترور سردار قاسم سلیمانی، تقصیر مردم نیست اگر ذهن‌شان پس از ده‌ها توطئه تروریستی علیه ایران و ایرانیان به هر در گذشته در میان مقامات نظامی و امنیتی مشکوک باشند. از قضا، همین ذهنیت ایجاب می‌کند که در اطلاع‌رسانی‌ها نهایت شفافیت ممکن به کار گرفته شود و غیر از مسائل امنیتی، همه نکات بیان شود.

دوم: در موضوع سردار حجازی اکتفا به «عارضه قلبی» برای بیان علت درگذشت در خبر اولیه اشتباه بود. پس از خبر اولیه هم، روابط عمومی سپاه اطلاعیه‌ای صادر کرد تا به مردم بگوید که جانشین فرمانده نیروی قدس سپاه در گذشته است. به سباق همه بیانیه‌هایی از این دست، ۹۹ درصد محتوای بیانیه به بیان کیستی و سابقه کار سردار حجازی پرداخته بود و فقط در یک خط، بیان شده بود که: «در اکثر عارضه قلبی به درجه رفیع شهادت نائل آمد و به خیل عظیم شهیدان پیوست» و آیا انتظار این است که مردم و هر مخاطب دیگری، از خودش نپرسد که چطور «عارضه قلبی» و «شهادت» با هم جمع شده

تمرکز روی فیلترینگ

یا افزایش دانش سواد رسانه‌ای؟



خود، انگیزه بیشتری برای دسترسی به صفحات نامناسب فراهم کند، نقض غرض می‌شود. باید از شیوه‌های مناسب برای آموزش سواد رسانه‌ای استفاده کرد.

«یکی از مهم‌ترین وظایف مردم، علاقه‌مندان و نهاد‌های مسئول، بالا بردن میزان تولیدات در فضای مجازی است. فضای مجازی این روزها اپلیکیشن‌های تلگرام، اینستاگرام و دیگر موارد است که به‌تازگی کلاب‌هاوس هم به آن اضافه شده. مسئله‌ای که وجود دارد اینکه، برای تولید مناسب در این شبکه‌ها چه کرده‌ایم؟ به نسنی که آنها برای جذب و نگهداری مخاطب برنامه‌ریزی می‌کنند، ما هم باید تولید محتوای خوب داشته باشیم. باید از تکنیک‌های روانشناسی برای جذب و نگهداری مخاطب استفاده کنیم.

«معمولاً خود را برای پدیده‌های جدید آماده نمی‌کنیم، بعد که با آنها مواجه شدیم، ابتدا تلاش می‌کنیم آن را محدود کنیم. زمانی که واقعیت خود را به ما تحمیل کرد، دنبال این هستیم که زیرساخت‌هایی برای آگاه‌سازی بیشتر مردم تهیه شود. همین سهیل انگاری تاریخی موجب شده که ناگهان با شبکه اجتماعی مواجه می‌شویم، که در جامعه هیچ‌گونه آمادگی برایش ایجاد نشده و به طور طبیعی آثار خود را بر جامعه تحمیل می‌کند.

«از نظر فرهنگ سواد رسانه‌ای، شورای عالی فضای مجازی در این حوزه مسئول است. سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان اوقاف، دانشگاه‌ها، حوزه‌های علمیه و آموزش و پرورش، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان و... همه وظیفه دارند که در حوزه خود، رسالت‌شان را انجام دهند. «در مورد کودکان نخستین مسئولیت متوجه والدین است که با شیوه تربیتی مناسب با خانواده خود، فرزندشان را نسبت به این مسئله آگاه کنند. پس از آن وزارت آموزش و پرورش، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان و سازمان صدا و سیما در برنامه‌های ویژه کودکان و نوجوانان می‌توانند در این حوزه مؤثر باشند. باید این‌گونه اقدامات، جذابیت لازم را داشته و بدون دافعه باشد زیرا در آن صورت می‌توانند نتیجه برعکس دهد.