آنتن

حساسیت دولت‌ها به فضای مجازی؛ از شرق تا غرب

اولین جشنواره بازی‌های واقعیت مجازی در ایران، حساسیت اداره مالی بریتانیا به تبلیغ رمزارز توسط یک سلبریتی امریکایی و برخورد چین با گروه‌ها و هواداران چینی موسیقی پاپ کره‌ای خبرهای این هفته ستون آنتن است؛ خبرهایی که نشان می‌دهد دولت‌ها به اتفاقات فضای مجازی حساس هستند.

چین حساب اجتماعی گروه‌ها و هواداران «کی‌پاپ» را بست

شبکه اجتماعی ویبو در چین، حساب برخی گروه‌های «کی پاپ» موسوم به «بی تی اس» و هواداران دیگر کی‌پاپ‌ها را مسدود کرد.
کی پاپ به سبک موسیقی پاپ کره‌ای گفته می‌شود. پلتفرم پیشرو رسانه‌های اجتماعی چینی «ویبو» (Weibo) در پی درخواست مقامات مبنی بر «مهار فرهنگ افراطی طرفداران»، حساب دهها طرفدار گروه‌های «بلک پینک»، «بی تی اس» و سایر گروه‌ها و هواداران مهم «کِی پاپ»(K-pop) را تعلیق کرد. این اقدام چند روز پس از انتشار عکس‌هایی از یک جت سفارشی «JejuAir» که توسط حساب محبوب طرفداران ویبوی چینی برای جیمین، یکی از اعضای گروه «بی تی اس» تأمین شده بود، آغاز شد. این هواپیما که در عکس‌های ستاره و اعلامیه «عشق ابدی» نشان داده شده است، به عنوان هدیه تولد با بودجه عمومی برای جشن ۲۶ سالگی وی در اکتبر در نظر گرفته شده بود.
ظرف چند ساعت این پلتفرم اعلام کرد که به دلیل شکایات آنلاین، همچنین ۲۱ حساب دیگر طرفداران «کی پاپ» را تعلیق می‌کند. از جمله چهار عضو دیگر «بی تی اس» سه مورد مربوط به گروه «بلک پینک»، سه مورد مربوط به «اگزو» (EXO) و پنج مورد مربوط به گروه موسیقی «ان سی تی»(NCT) است. چین طی چند سال اخیر با موجی از تهاجم فرهنگی مواجه شده است که بیشتر برآمده از ارتباطات و الگوبرداری فرهنگی کره‌جنوبی از امریکا و سلبریتی‌های این کشور است که به کشورهای اطراف از جمله چین هم سرایت کرده است. از این رو این کشور عزم خود را برای مقابله جدی با ورود هرگونه تهاجم فرهنگی و الگوبرداری افراطی جزم کرده است.

اولین جشنواره بازی‌های ویدئویی واقعیت مجازی و افزوده ایران برگزار می‌شود

نخستین جشنواره بازی‌های ویدئویی واقعیت مجازی و افزوده (AR/VR) ایران با همکاری مشترک مرکز تحقیق و توسعه همراه اول و بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برای تمامی بازی‌های ویدئویی که در این زمینه توسعه داده شده‌اند، برگزار می‌شود.
سیدمحمدعلی سیدحسینی، معاون حمایت بنیاد گفت: تمام بازی‌سازانی که بازی‌هایی در این حوزه تولید کرده و توسعه داده‌اند، بدون در نظر گرفتن سال انتشار بازی می‌توانند در این جشنواره شرکت کنند. او با تأکید بر اینکه هر تیم باید حداقل دو عضو و یک بازی AR یا VR داشته باشند، افزود: بازی‌سازان برای شرکت در این رویداد باید لینک بازی خود را از طریق تکمیل فرم ثبت نام برای دبیرخانه ارسال کنند. در صورتی که بازی مورد نظر هنوز در هیچ کدام از مارکت‌ها منتشر نشده اما شرکت‌ها یا استودیوهای بازی‌سازی قصد ارسال آن برای حضور در این رویداد را دارند، می‌توانند نسخه‌ای از بازی را آپلود و لینک دسترسی را حین ثبت‌نام در سایت رویداد (arvrgame. ir)ارسال کنند. معاون حمایت بنیاد این نکته را هم گفت که در صورتی که حجم بازی ویدئویی این امکان را نمی‌دهد که به صورت دیجیتالی آن را آپلود کنید، می‌توانید نسخه بازی ویدئویی را به صورت فیزیکی برای دبیرخانه به نشانی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای طبقه سوم واحد حمایت ارسال کنید.
طبق فراخوان این جشنواره، علاقه‌مندان می‌توانند از ۱۵ تا ۲۶ شهریورماه ۱۴۰۰ آثار خودشان را برای دبیرخانه ارسال کنند و پس از پایان فرآیند داوری و ارزیابی تمام آثار ارسال شده به رویداد، از سه بازی ویدئویی برتر واقعیت مجازی یا افزوده که بیشترین امتیاز را از بخش داوری دریافت کرده‌اند با اهدای جوایز نقدی تقدیر می‌شود. بر این اساس جایزه اول این رویداد برای بازی نخست مبلغ ۷۰ میلیون تومان، جایزه بازی دوم ۵۰ میلیون تومان و جایزه بازی سوم ۳۰ میلیون تومان است. ضمن اینکه پنج جایزه ۶ میلیون تومانی نیز برای رتبه‌های ۴ تا ۸ در نظر گرفته شده است.

تبلیغی که هشدار ناظر مالی بریتانیا را برانگیخت

یک مقام بریتانیایی پس از انتشار تبلیغ رمزارز «اتروم مکس» از سوی کیم کارداشیان، مدلینگ امریکایی هشدار داد که باید مقرراتی برای تبلیغ رمزارزها تبیین شود. چارلز رندال، رئیس دایره موازین مالی بریتانیا اعلام کرد که کیم کارداشیان اخیراً با دریافت پول از ۲۵۰ میلیون فالوور اینستاگرامی‌اش خواسته است تا به جامعه مجازی حامیان رمزارز «اتروم مکس» بپیوندد. رندال خاطرنشان کرد که خانم کارداشیان طبق قوانین اینستاگرام اعلام کرده است که حرکت اخیرش یک فعالیت تبلیغاتی بوده است.
این مقام بریتانیایی که در همایش بین‌المللی جرائم اقتصادی سخن می‌گفت، تصریح کرد که کیم کارداشیان نگفته رمزارز «اتروم ایکس» (که نباید آن را با رمزارز مشابه «اتروم» اشتباه گرفت) یک ماه پیش از سوی طراحانی نامشخص روانه بازار شده است. چارلز رندال همچنین گفت نمی‌داند که آیا این رمزارز تازه واقعی است یا نه، اما «کلاهبردارانی دائماً به اینفلوئنسرها پول می‌دهند تا رمزارزهای تازه را فقط بر پایه حدس‌وگمان تبلیغ کنند.»
موازین مالی دولت بریتانیا پیش از این هشدار داده است که سرمایه‌گذاری روی رمزارزهای ناشناخته بر اساس حدس‌وگمان خطرناک است و برنامه‌های پرداخت غرامت دولت به‌هیچ وجه این گونه سرمایه‌گذاری‌ها را پوشش نمی‌دهد. دایره فوق همچنین برای آگاهی‌رسانی به سرمایه‌گذاران، لیستی از رمزارزهای مشکوک را منتشر کرده است که احتمال می‌دهد در بریتانیا ایجاد شده‌اند. هشدار مقامات مالی نظیر چارلز رندال سبب شده است که اخیراً دولت‌ها توجه بیشتری به تصویب قوانین و وضع مقرراتی برای رمزارزها پیدا کنند.

نکاتی در خصوص کنشگری مسئولان در شبکه‌های اجتماعی

غیررسمی اما بی‌حاشیه

نگاه یک

زینب شاهینی

رهبر معظم انقلاب در دیدار اخیر خود با اعضای هیئت دولت سیزدهم حرف زدن با مردم و در میان گذاشتن مشکلات و راه‌حل‌ها را با مردم، به عنوان یکی از جلوه‌های مردمی بودن معرفی کردند و در این خصوص نکاتی را مطرح فرمودند. در رابطه با بیانات اخیر رهبری به جز حضور میدانی که برای ارتباطات عمومی با مردم لازم است، در شرایط کنونی می‌توان از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی هم برای ارتباطات عمومی بهره برد. هرچند که وقت گذاشتن برای حضور در فضای مجازی با زمان محدود مسئولان بلندپایه به دلیل حجم بالای کاری در تضاد قرار می‌گیرد اما در حال حاضر به جهت نقش گسترده فضای مجازی در تحولات سیاسی- اجتماعی، اشراف مسئولان به این بستر و حتی کنشگری در آن به یک ضرورت تبدیل شده است. با این حال در خصوص بهره‌گیری از فضای مجازی برای ارتباطات مردمی باید چند نکته را مدنظر قرار داد:
اول؛ حضور مسئولان در شبکه‌های اجتماعی باید مدیریت شود، به دور از حاشیه‌سازی‌ها و در راستای هدف خدمتگزاری به مردم باشد.
دوم؛ مسئولان در فضای مجازی باید تا حد امکان از فردمحوری یا اظهارات متأثر از جدل‌های سیاسی و جناحی پرهیز کنند و کنشگری آنها معطوف به اهداف ملی باشد.
سوم؛ برخورداری از سطح مطلوبی از سواد رسانه‌ای و سواد مجازی و آشنایی با فعالان جریانی در فضای مجازی ضرورتی است که باعث می‌شود مسئولان اسیر فضاسازی‌های رسانه‌ای نگردند.
چهارم؛ هیچ مسئول بلندپایه‌ای از اخبار جعلی و شایعات مرتبط با حوزه کاری خود در امان نیست و شبکه‌های اجتماعی بستر اصلی این گونه محتوای جعلی هستند. به این جهت حضور بلاواسطه مسئولان و پاسخگویی آنها به برخی از این محتوای جعلی می‌تواند حکم قول سدید را پیدا و محتوای انحرافی و جعلی را بی‌اثر کند.
پنجم؛ مسئولان به اندازه کافی و گاهی بیش از حد با زبان رسمی مقابل افکار عمومی ظاهر می‌شوند و از رسانه‌های رسمی نیز نمی‌توان چندان انتظار نوع دیگری از بازنمایی را داشت. از این رو بهتر است حضور مسئولان در شبکه‌های اجتماعی با ادبیات رسمی نباشد.
ششم؛ کنشگری مسئولان در شبکه‌های اجتماعی نباید جانشین وظایف روابط عمومی نهادها و ارگان‌ها شود و لازم است تفکیک این دو مدنظر قرار گیرد؛ چراکه حضور در شبکه‌های اجتماعی عمدتاً برای اظهارات فوری یا مواردی است که نیاز به اظهار نظر مستقیم مسئول است، اما وظیفه روابط عمومی اطلاع‌رسانی تفصیلی و ارائه گزارش‌های تصویری در خصوص رویدادها و اقدامات کاری است. طیف مخاطبان روابط عمومی متفاوت از طیف مخاطبان و کاربران شبکه اجتماعی است و اطلاع‌رسانی روابط عمومی‌ها نیز نباید به فضای مجازی محدود گردد.
هفتم؛ در دوران بحران و تنش، نیاز به همدلی مردم و مسئولان بیشتر از سایر زمان احساس می‌گردد. در این شرایط گاهی بسیاری از قضاوت‌های مردم و نقدهای غیرمنصفانه از روی ناآگاهی مطرح می‌شود. از این رو مسئولان می‌توانند با حضور در فضای مجازی، مردم و نخبگان را نسبت به برخی کمبودها و مشکلات موجود آگاه کنند و با ترسیم دقیق اوضاع، راهکارهایی متناسب با وضعیت موجود را از پیشنهاددهندگان دریافت نمایند. البته ترسیم اوضاع و شرایط نباید به گونه‌ای باشد که مردم را به یأس و ذهن نخبگان را به بن بست بکشاند. در حقیقت این ترسیم اوضاع باید نوعی روشنگری برای کشف گشایش‌ها باشد.
هشتم؛ لازم است همه مقامات دولتی بنابر مسئولیت رسمی که دارند، اکانت‌های رسمی خود را نیز به صورت شفاف از طریق روابط عمومی‌ها اعلام کنند و نحوه مدیریت این صفحات را که به صورت مستقیم توسط خودشان یا غیرمستقیم توسط ادمین‌ها اداره می‌شود، مشخص کنند؛ چراکه بنا بر تجربه قبلی در خصوص اکانت‌های منتسب به مسئولان در شبکه‌های اجتماعی، گاهی پس از آنکه اظهارات یا مواضع حاشیه‌ساز از این اکانت‌ها منتشر می‌شود، به‌رغم آنکه پیش از آن تکذیبی در خصوص صفحه منتسب صورت نگرفته است، مسئولان حضور خود در شبکه‌های اجتماعی و انتساب صفحات به خود را تکذیب می‌کنند که این اقدام در نظر افکار عمومی به عنوان فرار از پاسخگویی و انتقاد تعبیر می‌شود. اعلام رسمی صفحات منتسب به مسئولان و معرفی آن در رسانه‌ها علاوه بر آنکه باعث افزایش مسئولیت‌پذیری مقامات دولتی در برابر اظهارات منتشر شده در فضای مجازی می‌گردد، راه سوءاستفاده از اکانت‌های جعلی را هم می‌بندد و صفحه اصلی مسئول مورد نظر برای عموم کاربران قابل شناسایی خواهد بود.

> اعلام رسمی صفحات منتسب به مسئولان و معرفی آن در رسانه‌ها علاوه بر آنکه باعث افزایش مسئولیت‌پذیری مقامات دولتی در برابر اظهارات منتشر شده در فضای مجازی می‌شود، راه سوءاستفاده از اکانت‌های جعلی را هم می‌بندد و صفحه اصلی مسئول مورد نظر برای عموم کاربران قابل شناسایی خواهد بود

در چند سال اخیر سؤالات بسیاری در خصوص برخی ناکارآمدی‌ها و اشتباهات فاحش مسئولان با فرض فراموشی، نزد افکار عمومی بی‌پاسخ ماند که البته تجربه ثابت کرد انباشت این سؤالات بی‌پاسخ نه تنها منجر به فراموشی نگردید، بلکه به منبعی برای هجمه معاندان به نظام و پایه‌ای برای بی‌اعتمادی مردم تبدیل شد. اشتباهات بی‌پاسخ نه تنها دست معارضان را برای حمله پر می‌کند، بلکه موجب سرخودگی، تردید و دلسردی حامیان نیز می‌شود. هیچ فرد و مسئولی از خطا مصون نیست، بهتر است مسئولان پس از اشتباه و خطا در حوزه تصمیم‌گیری، به جای آنکه به فراموشی حافظه‌ها متوسل شوند، شجاعانه مسئولیت اشتباه خود را بپذیرند، عذرخواهی کنند و علت بروز خطا را با مردم در میان بگذارند. این ضریب دادن به افکار عمومی و مردم را از خود دانستن، اقدامی در جهت شفافیت است که بدون‌شک در بلندمدت موجب افزایش وحدت میان مردم و مسئولان خواهد شد.

قوانین سرکش برای رسانه‌های نوین

گزارش

احمد کارخانه، کارشناس رسمی دادگستری در حوزه خبرنگاری و روزنامه‌نگاری در بخشی از یک یادداشت به قوانین برخی کشورها در مورد فضای مجازی نگاهی داشته است:
بی‌توجهی به ویژگی‌های فضای مجازی و رسانه‌های نوین موجب شده است که برخی قانونگذاران قوانین عجیبی را وضع و به آن عمل کنند که با ویژگی‌های فضای واقعی در نظر گرفته شده‌اند. مثلاً یکی از بازجویان فدرال امریکا درخواست داده است که هر فردی که قوانین مرتبط با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک یا مای‌اسپیس را زیر پا گذارد، مثلا «با یک نام غیرواقعی در این وب‌سایت‌ها ثبت‌نام کرد» تا پنج سال در زندان‌های فدرال محبوس شود.
یا اینکه قوانینی در کنگره امریکا به منظور تصویب در حال بررسی است که بنا بر تحلیل سرمقاله‌نویس نیویورک تایمز، دادستان کل را قادر خواهد کرد بدون کسب مجوز از دادگاه، لیست سیاهی از وب‌سایت‌هایی که باید توسط ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی، موتورهای جست‌وجو، خدمات پرداخت اینترنتی و شبکه‌های تبلیغاتی مسدود شوند، تهیه کند. طرح تحت بررسی در مجلس نمایندگان حتی از این هم فراتر رفته و به شرکت‌های خصوصی اجازه می‌دهد وب‌سایت‌هایی را که حق کپی‌رایت حتی غیرعمد نقض می‌کند، تحت پیگرد قرار دهند. این امر تحولی عمیق در قوانین موجود رسانه‌های نوین در امریکاست، زیرا هم‌اکنون اگر وب‌سایت‌ها اطلاعاتی که قانون کپی‌رایت را نقض می‌کنند بلافاصله پس از دریافت اخطار حذف کنند، از پیگرد قضایی مصون می‌مانند. نتیجه این امر پدید آمدن پدیده‌ای مانند «فایروال بزرگ چین» در امریکاست.
برخی قوانین وضع شده در حوزه رسانه‌های نوین با تحدیدهای جدید موجب نقض قوانین بالادستی شده‌اند که در امریکا قوانین جدید برای محدود ساختن آزادی بیان در تضاد با متمم اول قانون اساسی این کشور قرار دارد.
در کره‌شمالی هم استفاده از دوربین ممنوعیت‌های خاصی دارد و مردم نمی‌توانند آن را تهیه کنند یا فرد خارجی همراه خود بیاورد. در کره‌شمالی هیچ رسانه خصوصی وجود ندارد. ۱۲ روزنامه و ۲۰ نشریه دیگری که در این کشور چاپ می‌شوند کاملاً تحت نظر دولت هستند که در پیونگ‌یانگ (پایتخت کره‌شمالی) چاپ می‌شوند و خبرنگاران و عکاسان خارجی جایی در این کشور ندارند.
در سازمان صدا و سیمای ایران نیز بخشنامه‌ای به صورت اطلاعیه‌های لازم‌الاجرا به صورت سلیقه‌ای صادر می‌شود که با عوض شدن رئیس به فراموشی سپرده می‌شوند. نمی‌توان این موارد را قانونی دانست چون شباهتی با قانون ندارند اما اعلام قوانین جاری در یک رسانه‌ای فراگیر را حکایت می‌کند.
مجموعه جزایر سرزمین فلیپ، با گسترش رسانه‌های نوین امروز در سال ۲۰۱۶ به پایتخت رسانه‌های اجتماعی جهان مشهور شده است. مردم این سرزمین روزانه نزدیک به چهارساعت از وقت خود را در طول شبانه‌روز در شبکه‌های اجتماعی جهان می‌گذرانند.
با توجه به گسترش قابل توجه استفاده از رسانه‌های نوین در سرزمین فلیپ، دولت این کشور در اواخر سال ۲۰۱۲ قانون جدید جرایم اینترنتی را به اجرا گذاشت. این قانون هدف جلوگیری از سایبر سکس، پورنوگرافی کودکان، معرفی شخصیت‌های مجازی با هویت‌های غیرحقیقی و هرزه‌نگارها را دنبال می‌کند. این قانون امکان پیگیری افتراهای وارده و اجازه پیگیری موضوعات در حساب کاربری عضویت افراد در شبکه‌های فضای مجازی و فیلترینگ آنها را فراهم می‌کند.
دولت فلیپین در سال‌های نه چندان دور توانست با حمایت قوی برای توسعه فناوری اطلاعات و با تصویب قانون تجارت الکترونیکی زمینه افزایش دسترسی مردم به اینترنت را به طور فزاینده فراهم کند.
برای کشوری که مردمش روزی نزدیک به چهار ساعت در روز را در شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانند و به پایتخت شبکه‌های اجتماعی جهان معروف است، تدوین قانونی برای کارکنان سازمان‌ها و شرکت‌ها در زمینه عدم استفاده و ورود به شبکه‌های اجتماعی در زمان کار ضروری می‌باشد.
شرکت‌های فلیپینی با توجه به این ویژگی نیروی فعال خود برای حفظ بهره‌وری کارکنان و به قول فلیپینی‌ها نیفتادن در سیاهچاله بهره‌وری (یعنی ورود به شبکه‌های اجتماعی در ساعات کار) قوانینی را تنظیم کرده‌اند تا از نگرانی خود بکاهند که عموم این قوانین بر چند نکته تأکید دارد:
دسترسی برنامه‌ریزی شده: کارکنان در محل کار خود تنها در طول زمان استراحت، اجازه دسترسی آزاد به شبکه‌های اجتماعی را دارند.
دسترسی محدود شده: اختصاص شبکه‌های اجتماعی برای بخش‌های مختلف برای کمک به وظایف اصلی خود از جمله برای بخش‌های بازاریابی، فروش و پشتیبانی و ارائه خدمات به مشتری که با استفاده از فیس‌بوک و توئیتر برای ایجاد روابط قوی با مشتری استفاده می‌شود.
خط مشی محتوا: منظور از این قانون محدودیت در انتشار محتوای در دسترس در محل کار افراد است. به عبارت دیگر ممنوعیت‌هایی را شاغلان در انتشار مطالب مرتبط با شرکت یا سازمان محل کار خود دارند. به عنوان مثال آنها حق ندارند برنامه‌های بازاریابی یا نتیجه آزمایش محصولات خود را از طریق شبکه‌های اجتماعی منتشر کنند.
برخی قوانین و مقررات تنها منوط به ممنوعیت فعالیت در شبکه‌های اجتماعی در محل کار نیست و شامل زمان‌های دیگر نیز می‌شود که این موضوع در بین کاربران شبکه‌های اجتماعی به عنوان موضوعی بسیار بد تلقی می‌شود.

دیدگاه

فراموشی در حکمرانی

حسن میثمی

یک اتفاق باز هم رخ داد: حذف یک اپلیکیشن محبوب ایرانی دیگر از گوگل پلی؛ واقعه‌ای که هرچند وقت یک بار اتفاق می‌افتد و دیگر کم‌کم به سبب تکرار، دارد عادی می‌شود.
واکنش‌ها نسبت به این موضوع کاملاً قابل پیش‌بینی است. وزیر ارتباطات احتمالاً طی چند روز آینده حذف را محکوم می‌کند، مرکز ملی فضای مجازی بیانیه می‌دهد، نمایندگان مجلس سنگ طرح صیانت را به سینه می‌زنند و مقامات مسئول از دشمنی‌های امریکا سخن به میان می‌آورند.
همه اینها درست است، اما دردی را دوا نمی‌کند. مشکل ما اینجا قانون و طرح و حرف نیست. هزار هزار قانون خوب مصوب و مصرح هم که باشد، نمی‌تواند برای اقدام بعدی گوگل پیشگیرانه و هزینه‌زا باشد. برای همین هم هست که حذف اپلیکیشن‌های ایرانی بعدی برای گوگل هزینه‌ای ایجاد نمی‌کند.
مشکل ما «فراموشی در حکمرانی» است. ایراد ما «عدم اقتدار» در رویدادهای مشابه است. اشتباه ما «لکنت در بیان واقعیت‌ها برای مردم» است. کما اینکه الان هم به‌جای اینکه ابروهایمان را برای گوگل گره بزنیم، حالت «دیدید گفته بودیم» به خودمان گرفتیم و بیانیه همین شرکت‌ها علیه طرح صیانت را کرده‌ایم خط‌کشی برای دو «قطبی‌سازی»؛ البته موضوعی که در آن استادیم. ما در این اتفاقات نیازمند «صدای واحد» هستیم. ما در این وقایع نیاز به این داریم که فراموش نکنیم و پیگیری کنیم و پاسخ متقابل بدهیم. باید در این مواقع با مردم حرف زد.
حرف ما در این روزها ایستادن بین طرح صیانت و کسب‌وکارها و کنایه زدن غیرمسئولانه به «خودکفایی» نیست. باید کنار مردم و کسب‌وکارها بایستیم و کمک کنیم تکرار این اتفاقات برای آقای گوگل هزینه داشته باشد. در این میان به نظر می‌رسد بهترین راه موجود برای ایجاد بازدارندگی، تقویت زیست‌بوم خدمات دیجیتال ایرانی، تولید قدرت دیجیتال و توسعه ارتباطات با دیگر کشورهای دنیاست؛ راهی که نه در آن کنایه‌پرانی به «خودکفایی» جایی دارد و نه «بی‌ارزش دانستن نظرات مردم».

عملکرد چندساحتی رسانه‌های معاند در مورد آشوب‌های ایران

مهندس محمد قنبری، کارشناس ارشد مسائل رسانه‌ای در بخشی از میزگردی در رادیو گفت‌وگو به سؤالی پیرامون کارکرد رسانه‌های معاند در آشوب‌های ایران می‌گوید:
شاخصه‌ای که همه رسانه‌های معاند، به ویژه فارسی‌زبان‌ها سرلوحه کار خودشان قرار داده بودند این بود که به اخبار و حوادثی که در داخل کشور هست، ضریب می‌دادند. یعنی اگر فرض بفرمایید در یک حوزه به صورت محلی می‌شد یک خبر را منعکس کرد و ارزش آن خبر یک ارزش محلی بود این را به یک مسئله استانی و منطقه‌ای و بعد کشوری تبدیل می‌کردند تا کل کشور را درگیر کنند. یعنی یکی از پارامترهای اصلی کار آنها همین ضریب دادن بود. موضوع دیگری که اینها خیلی روی آن کار می‌کردند، بحران‌زایی بود یعنی خیلی از مسائل در ادبیات امنیتی و انتظامی ما بحران تلقی نمی‌شوند. بالاخره خطوطی دارد.
یعنی من یادم است با بعضی از افرادی که سال ۸۸ در حوزه‌های دانشجویی متأسفانه تحت تأثیر این فضاسازی قرار گرفته بودند، بعد از اینکه آن گرد و خاک‌های فتنه خوابید صحبت کردیم، می‌گفتند حدود یکی دو سال بود که ما به هیچ عنوان یک دقیقه از آن فرآورده‌های تولیدی رسانه ملی‌مان استفاده نمی‌کردیم. یعنی خودشان را کانالیزه کرده بودند و ذهن‌شان کانالیزه شده بود روی همین امواجی که داشتند از شبکه‌های غربی به خصوص بی‌بی‌سی می‌گرفتند. من آماری را خدمت شما بدهم که خیلی جالب است؛ روزنامه فرهیختگان عملکرد بی‌بی‌سی را در ناآرامی‌های آبان ۹۸ بررسی کرد. در یک روز یعنی ۲۷ آبان ماه بی‌بی‌سی فارسی حدود ۱۲ تحلیل ارائه کرد که به مردم بگوید این آشوب‌ها، انقلاب جدیدی است برگرفته از انقلاب سال ۵۷. از کارشناس استفاده کرد، از نظرسازی استفاده کرد، از صدای مخاطب معترض در داخل کشور که معترض بود استفاده کرد و... البته انتقاد و اعتراض حق یک شهروند است.
تا قبل از سخنرانی رهبر معظم انقلاب بعد از انتخابات ریاست جمهوری اخیر، رسانه‌های معاند القا می‌کردند که آرای باطله همه معاند هستند و نظام را قبول ندارند. اما با تکنیک روانی رسانه‌ای که مقام معظم رهبری به کار گرفتند و یک منطقی است که امروز در دنیا دارد از آن استفاده می‌شود اینها آمدند در چارچوب نظام قرار گرفتند. یعنی کسی که رأی سفید هم می‌دهد این نظام را قبول دارد. در آن دوره هم رسانه‌های معاند سعی کردند هر اعتراضی را تبدیل به صداهای مخالفی کنند که با ساختار حاکمیت مشکل پیدا کرده، در صورتی که این نبود. پس اگر بخواهم جمع‌بندی کنم، بحران‌زایی، آشوب‌های ساختارمند و تبدیل منتقد و معترض به معاند و دشمن، تکنیک‌هایی بود که در حوزه‌های رسانه‌ای از آن استفاده کردند. جالب است که این صعود و فرودها را در رسانه‌های غربی مخصوصاً می‌شود در ویترین آنها بررسی کرد؛ وقتی به حادثه هواپیمای اوکراینی رسیدیم. دو، سه روز بعد از تشییع پیکر شهید بزرگوار حاج قاسم سلیمانی و یاران ایشان، بلافاصله دوباره دیدیم که همین تکنیک‌ها اجرا و محتوای رسانه‌ای خلق شد؛ این محتوا هم بیشتر از طریق فضای مجازی و رسانه‌های بر خط بود که می‌توانند با مردم ارتباط مستقیم بگیرند، به ویژه با توجه به نقصی که ما در کشور خود داریم و آن، فقدان شبکه ملی اطلاعات است.