

اخبار تفسیری

□ "اخبار تفسیری" در رسانه های رسمی و اجتماعی موج سواری می کنند تا از این رهگذر با هدف شکل دادن اذهان عمومی، فهم خود از واقعیات را به عنوان فهم عموم جامعه از واقعیات رویدادها نشان دهند.

□ خبرهای تفسیری خبرهایی هستند که بجای اینکه بر بیان ابعاد واقعیت های اجتماعی استوار باشند بر تفسیر خبرنگاران و شهروند- خبرنگاران از واقعیات مبتنی بوده و امروزه حجم قابل توجهی از محتوی اخبار چنین سمت و سوی پیدا کرده و واقع گرایی در حال رنگ باختن است.

□ کسب اطلاعات و اخبار از محیط یکی از نیازهای ضروری و انکارناپذیر انسان اجتماعی است و بدون اتکا به رسانه ها نمی توان جامعه را اداره کرد. انسان عصر اطلاعات برای شناخت و کنترل محیط به کسب مستمر اخبار و اطلاعات محیطی نیاز مبرم دارد.

□ تغییر سبک زندگی، تضعیف روابط اجتماعی و تقویت فردگرایی، انسان معاصر را به سوی وابستگی هر چه بیشتر به اطلاعات رسانه های جمعی سوق داده است.

□ در جامعه اطلاعاتی، قدرت تنها در چارچوب توان نظامی و توان تولید منحصر نمی شود و قدرت ارتباطات در مرتبه بالاتری ایستاده است. در جامعه امروزی کنشگری سیاسی و اجتماعی به نحو فزاینده ای در فضای رسانه ها سامان می یابد.

□ بازار رسانه ای متحول شده و چرخش معنادار "بازار مبتنی بر تامین" به "بازار مبتنی بر تقاضا" موجب تحولات عظیمی در رسانه های امروزی شده است. در این بازار حرف آخر را سیاستگذاران و تهیه کنندگان و تامین کنندگان محتوای رسانه ها نمی زنند. دیرزمانی است، تصمیم گیری در پشت درهای بسته رسانه ها و کدگذاری منویات فردی و گروهی لابلای اخبار رسانه ها در حال منسوخ شدن است.

□ در جامعه "دانایی محور" کاربران و مصرف کنندگان اطلاعات، کنترل زیادی روی محتوا پیدا کرده اند. بی توجهی مدیران رسانه ها به نیازها و آرزوهای مخاطبان و کاربران به فرایندی، مختوم می شود که انتهای آن مسیر، جستجوی جایگاه مستحکم در صفوف حذف شدگان از کنشگری رسانه ای است.

□ در عصر کنونی دیگر روش های سنتی بازنمایی و راه و روشی که رسانه ها رویدادها و پدیده های اجتماعی را متناسب با سلیق و علایق خود برای مخاطبان بازتاب دهند، پاسخگو و برانگیزاننده نیست.

□ نظریه پردازان علم ارتباطات برای ممانعت از فروغلتیدن اصحاب رسانه در دام "خودتفسیری" پدیده های اجتماعی، موضوع ارزش های خبری را به میان کشیده اند و مجموعه معیارهای مشخصی را برای انتخاب و گردآوری اطلاعات ارائه داده اند تا خبرنگاران تفاسیر شخصی خود از رویدادها را بنام واقعیت به خوراند جامعه ندهند.

□ آنچه مبرهن است محیط اجتماعی با ایدئولوژی عجین شده است و خبرنگاران رسانه های جمعی در فرایند تبدیل "واقعیت" به "اخبار" تحت تاثیر سلیقه ها و گرایش های سیاسی و ایدئولوژیک قرار می گیرند. این فرایند موجب می شود تفسیر خبرنگاران از واقعیات بجای واقعیت نشسته و دستکاری در افکار عمومی از طریق ارائه اطلاعات فراواقعی رخ دهد.

□ بدترین وضعیت زمانی رخ می دهد که اطلاعات بی پایه، مبنای تصمیم گیری در جامعه قرار گیرد و مسیر گمراه کننده ای را فرا روی شهروندان قرار دهد. این قبیل تصمیم گیری ها موجب ترویج بی ثباتی در جامعه می شود و تناقض هایی را ایجاد می کند که موجب افزایش هزینه های عمومی است.

□ کنشگرانی که در رسانه های رسمی و رسانه های اجتماعی مبادرت به گردآوری و انتشار اطلاعات می کنند، بجای تمسک به کوتاه ترین راه رضایت بخش یعنی حاکم کردن تفسیر خود و تسری اراده های پنهان در پشت دیوارهای رسانه ها، باید با روشی صحیح، ابعاد واقعیت را شناسایی و از طریق نمادهای زبانی درست، آن را برای افکار عمومی گزارش کنند.

□ اگر حرکت قطار اخبار تفسیری در رسانه های جریان اصلی و رسانه های اجتماعی متوقف نشود، سنگ بناهایی در منظومه اطلاع رسانی گذاشته می شود که بسیار سست و هزینه زا است. این شیوه نه تنها گره ای از توسعه جامعه باز نخواهد کرد بلکه در آینده مخاطبان دریچه های ناامیدی را بزرگتر از هر دریچه دیگری بر روی خود گشاده خواهند دید. (منبع: مطالعات رسانه و ارتباطات).