

# چگونه شکست انکار می‌شود؟

## عباس عبدي

روزنامه کیهان با تاکید بر اینکه وضعیت فضای رسانه‌ای باید تغییر کند، نوشت: «آقای سید ابراهیم ریسی حدود 9 ماه است وسط چنین فضای رسانه‌ای رها شده‌ای در حال اداره امور کشور است و عملاً (نه در حرف) نشان داده می‌شود طی 8 ماه به اندازه 8 سال برخی از این مدعیان کار کرد. اما طرفداران «فضای رسانه‌ای بیدر و پیکر» با استفاده از همین «فضای بیدر و پیکر»، سیاه را سفید، خوب را بد، باسواد را بی‌سواد و تلخ را شیرین نشان می‌دهند.» بیان چنین مضمونی میان نواصولگرایان تکراری است و اتفاقاً کسانی که با فضای مجازی مخالفت بیشتری می‌کنند بیش از اینکه دلشان برای دولت و حکومت بسوزد در پی حل مسائل خودشان هستند. آخرین مورد آن یکی از نمایندگان شاخص مجلس است که از يك طرف به شدت علیه فضای مجازی داد سخن می‌داد و از سوي ديگر و به همان شدت مخالف واردات خودرو و حامی وضعیت خودروسازی داخلی است و حتی وضعیت خودروسازی ایران را برای دیگر کشورهای خودروساز رشک‌برانگیز می‌داند. خب! نتیجه چه شد؟ فضای مجازی که آزاد است، دست او را رو کرد که در چندین شرکت مربوط به خودروسازان رییس یا عضو هیات‌مدیره است و از این طریق درآمدهای کلانی دارد و از بانیان اصلی وضع موجود خودروسازی است. صنعتی که موجب انتقاد رهبری نظام هم شده است. بنابر این ریشه مخالفت‌های افراد و جناح‌ها با فضای مجازی شناخته شده است. این متن کیهان نیز درصدد پوشاندن واقعیت دیگری است، زیرا یا راست است یا دروغ؟ اگر دروغ و خلاف واقع باشد که طبعاً جایی برای بحث نمی‌ماند ولی اکنون فرض می‌کنیم که راست باشد و قصدشان بیان واقعیت و دفاع از دولت بوده است. در این صورت چه نتیجه‌ای از این متن می‌توان گرفت؟ به عبارت دیگر حقیقت پنهان در لابه‌لای این سطور چیست؟

۱- بدون تردید بیش از ۹۹ درصد یا حتی ۹۹/۹۹ درصد امکانات و بودجه رسانه‌های رسمی کشور را صدا و سیما، کیهان و ده‌ها روزنامه ریز و درشت و خبرگزاری‌های حکومتی و شبه‌حکومتی به طرفداری از وضع موجود به انحصار خود درآورده‌اند.

آن اندک روزنامه‌ها و سایت‌های خبری مجوزدار نیز با محدودیت‌های قانونی یا فراقانونی مواجه هستند. در برابر این رسانه‌های رسمی،

رسانه‌های غیررسمی شامل بخشی از فضای مجازی و ماهواره‌ها قرار دارند. این متن اذعان می‌کند که رسانه‌های رسمی در برابر فضای مجازی شکست خورده محسوب می‌شوند. آیا جز این است؟ کار این رسانه‌های رسمی از جمله همین روزنامه چیست که همه امکانات و بودجه‌ها را در اختیار دارند ولی در برابر رسانه‌های غیررسمی شکست مطلق خورده‌اند؟

۲- نتیجه دیگر اینکه از نظر نویسنده همه‌چیز در تبلیغات خلاصه می‌شود. این انحراف بزرگی است که رسانه‌ها را به سوی دروغ‌گویی سوق می‌دهد. این رویکرد تبلیغ را معادل حقیقت می‌داند و به واقعیت واقعی نمی‌گذارد. به این معنی که اگر هر دولتی کاری انجام دهد، آن کارها از طرف مردم بدون تبلیغات حس نمی‌شوند و این تبلیغات است که آن را جا می‌اندازد. در واقع عکس این هم هست یعنی دولت‌ها حتی اگر کاری نکنند، به زور تبلیغات می‌توانند مردم را به این باور برسانند که کار و خدمت کرده‌اند. این گزاره به کل نادرست و خیالی است و این را در یادداشت هفته پیش «تبلیغات‌زدگی؛ بدتر از جن‌زدگی» شرح داده‌ام و تکرار نمی‌کنم. این رویکرد گمان دارد که اگر دیگران را محدود کنند، مردم تبلیغات آنان را باور خواهند کرد؟ این نیز نادرست است. اگر مردم به شما باور داشتند که وضعیت رسانه‌های رسمی شما به اینجا نمی‌رسید.

۳- شاید بدترین نتیجه‌ای که باید از این متن گرفت این است که چه‌کار کرده‌اید که پس از ۴۳ سال تسلط مطلق و بی‌چون و چرا بر همه نهادهای رسانه‌ای و آموزشی و... مردم چنین شده‌اند که تحت تاثیر «فضای رسانه‌ای بیدر و پیکر سیاه را سفید، خوب را بد، باسواد را بی‌سواد و تلخ را شیرین می‌بینند» خب! آیا شکستی از این بالاتر وجود دارد؟ با انحصار رسانه‌ای خودتان، مردمی از ایران را به تصویر کشیده‌اید که گویی هر روز ناآگاه‌تر می‌شوند و نه آگاه‌تر. در واقع تصور شما از مردمی که خواهان سلطه بر آنان هستید چنین مردمی است. این متن نشانگر شکست آشکار رسانه‌های رسمی است حتی اگر نخواهید به شکست خود اقرار کنید محدود کردن فضای مجازی نیز دردی از نظام رسانه‌ای رسمی را درمان نخواهد کرد.