

# دروغگوهای دوست داشتنی

## فریب دنیای رسانه

رایان هالیدی

رضا اسکندری آذر

# یک

## خبرها را وبلاگ‌ها می‌سازند

«آن قدر با قوانینشان بازی می‌کنیم تا بازی، بازی ما شود.»

اورسون اسکات کارد؛ فیلم بازی‌اندر

**توجه** شما را به یکی از مقاله‌های نیویورک تایمز جلب می‌کنم که در اولین روزهای مراحل اولیه انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۲، حدود دو سال قبل از رأی‌گیری، نوشته شده بود.

مقاله دربارهٔ چهره‌ای ناشناخته در آن دوره است: تیم پاولنتی<sup>۱</sup>، فرماندار ایالت مینه‌سوتا. پاولنتی در آن دوره هنوز نامزد ریاست جمهوری نبود. نه مدیر کمپینی داشت، نه اتوبوسی. کمتر کسی از لحاظ مالی حمایتش می‌کرد یا او را می‌شناخت. در واقع، اصلاً کمپینی نداشت. قضیه برمی‌گردد به ژانویهٔ ۲۰۱۱. تنها چیزی که داشت یک خبرنگار بود که برای وبلاگ پولیتیکو<sup>۲</sup> کار می‌کرد، با یک دوربین و لپ‌تاپ، شهریه‌شهر دنبالش می‌رفت و لحظه‌به‌لحظه کمپین دروغینش را گزارش می‌کرد.

اگر بهش فکر کنید، کمی عجیب است. حتی نیویورک تایمز، روزنامه‌ای که سالانه میلیون‌ها دلار برای دفتر بغدادش خرج می‌کند، یا مثلاً برای گزارش‌های تحقیقاتی

1. Tim Pawlenty

2. Politico

درباره ساخت و ساز، سرمایه‌گذاری پنج تا ده ساله می‌کند، یک خبرنگار برای تهیه گزارش درباره پاولنتی ندارد. اما پولیتیکو که منابعی بسیار کمتر از یک روزنامه تراز اول در اختیار دارد، خبرنگاری مخصوص این قضیه داشت. روزنامه تایمز اخبار و بلاگ پولیتیکو را منتشر می‌کرد، این وبلاگ هم درباره کسی می‌نوشت که نامزد ریاست جمهوری نبود. قضیه شبیه یک ترفند پانزی<sup>۱</sup> بود و مثل تمام کلاه‌برداری‌های دیگر رفته‌رفته به حد انفجار رسید. پاولنتی نامزد شد، ابتدا در اینترنت، سپس در روزنامه و نهایتاً در تلویزیون؛ میلیون‌ها مطلب درباره‌اش نوشتند، در آخر هم، از گردونه رقابت کنار رفت. با تمام این احوال، تأثیر نامزد شدنش روی انتخابات، چشمگیر و به حدی واقعی بود که نامزد اصلی بعدی حزب جمهوری خواه تلاش‌های پاولنتی را ستود.

یک کارتون سیاسی معروف قرن بیستمی درباره خبرنگاری اسوشیتد پرس وجود دارد که در آن دوره، مسئول رساندن خبر به تعداد زیادی از روزنامه‌های آمریکا بود. در آن کارتون، یکی از خبرنگارهای اسوشیتد پرس دارد بطری‌هایی پر از مواد مختلف در منبع آب شهری می‌ریزد. روی بطری‌ها برچسب‌هایی مثل «دروغ»، «تعصب»، «تهمت»، «حقایق سرکوب‌شده» و «نفرت» قرار دارد. شرح کارتون می‌گوید: «اخبار؛ از سرچشمه مسموم‌اند.»

از نظر من، وبلاگ‌ها سرچشمه اخبار این دوره هستند.

## وبلاگ‌ها مهم‌اند

وقتی می‌گوییم «وبلاگ»، منظورم تمام نشریات اینترنتی است؛ از حساب‌های توئیتر گرفته تا روزنامه‌های آنلاین، ویدئوها و وبلاگ‌های گروهی با صدها نویسنده. کاری به این ندارم که صاحبان این رسانه‌ها خودشان را وبلاگ به حساب می‌آورند یا نه. واقعیت این است که تمامشان محصول انگیزه‌ای یکسان‌اند و با ترفندهایی مشابه به دنبال جلب توجه مخاطب هستند.<sup>۲</sup>

۱. ترفند پانزی یک عملیات سرمایه‌گذاری کلاه‌بردارانه است. در این ترفند به سرمایه‌گذاران سودهای هنگفتی برگردانده می‌شود که از پول سرمایه‌گذاران بعدی تأمین می‌شود. - م.  
۲. شخصاً جزء طرفداران اصطلاح «بلاگسفر» یا «وبلاگ جهانی» نیستم و به‌ندرت آن را به کار می‌برم.