

# نه کاملاً جعلی، نه کاملاً واقعی

تاکنون بیشتر اخبار را بررسی کرده‌ایم که مبتنی بر حقایق هستند. خبر یعنی اطلاعات. در فاصله میان اطلاعات حقیقی و درست و اطلاعات جعلی و دروغ مجموعه‌ای از اطلاعات هستند که خبر نیستند.

## نظر

خدمات‌شان اطلاع‌رسانی کنند. همه‌ی آنها می‌گویند که محصول یا خدمات‌شان عالی و حتی بی‌نظیر است و توضیح می‌دهند که چرا مردم به آنها نیاز دارند یا چرا باید به آنها اعتماد کنند. تبلیغات نه تنها بی‌طرفانه نیست که در واقع، بسیار هم با جهت‌گیری و مغرضانه هستند. تبلیغات خبر نیستند. اگر کسی در تبلیغاتش دروغ بگوید، خیلی زود مشتریانش را از دست می‌دهد اما تبلیغات صادقانه به شما نمی‌گویند که خدمات شرکت‌های دیگر چه ویژگی‌هایی دارد. تبلیغات فقط درباره نقات قوت حرف می‌زند و از نقاط ضعف چیزی نمی‌گوید.

## گزارش تبلیغاتی

گاهی تبلیغات شبیه اخبار و گزارش‌های رسانه‌ای ساخته می‌شود. گول نخورید. خیلی از رسانه‌ها قوانینی برای ایجاد فاصله میان یک گزارش واقعی و یک گزارش تبلیغاتی دارند. مثل لزوم استفاده از نام و نشان شرکت تبلیغات دهنده یا استفاده از نوشته یا نشانه‌ای که به صورت شفاف تبلیغاتی بودن این محتوا را نشان دهد. رسانه‌ها همیشه بین این گزارش‌های تبلیغاتی و اخبار واقعی خودشان فاصله می‌گذارند. وقتی بدانید چیزی تبلیغ است و نه خبر، پس می‌دانید که اطلاعاتش جهت‌گیری دارد. همیشه به اینکه آیا اطلاعاتی که به شما داده شده است، تبلیغ است یا خبر کمی فکر کنید.

## تله‌کلیک

«باور نمی‌کنی چه اتفاقی برای سحر افتاد!» این عنوان باعث می‌شود که بخواهید روی آن کلیک کنید، درست است؟ این تله‌کلیک است. تیتراش مثل کرم روی قلاب است که شما را وسوسه می‌کند که آن را گاز بگیرید، اما احتمالاً متن یا ویدیویش آن قدر که فکر می‌کردید هیجان‌انگیز نیست، و متوجه خواهید شد که برای خواندن یا تماشای آن باید تبلیغات زیادی را

یادداشت‌ها، نقدها، مقالات و بسیاری از گفت‌وگوها برای آشنایی مخاطب با نظرات نویسنده یا گوینده است. هر نظری می‌تواند موافق یا مخالف هم داشته باشد. نظرات دسته‌ای از اطلاعات هستند که درست یا غلط نیستند، ما می‌توانیم با همه یا بخشی از آن موافق یا مخالف باشیم. نظرات به شناخت و تجربه افراد مربوط است. رسانه به سراغ افراد می‌رود تا جهت‌گیری آنها را به مخاطبش نشان دهد. بنابراین اسم و تجربه افراد در این اظهار نظرها بسیار مهم است و هر قدر شناخت و تجربه کسی بیشتر باشد، احتمالاً افراد بیشتری را به خودش جذب می‌کند. اظهار نظرها جهت‌گیری دارند و صاحب نظر هم تلاش نمی‌کند تا جهت‌گیری اش را پنهان کند. ما هم می‌توانیم بر اساس تجربه و شناخت خودمان با نظر او موافق باشیم یا مخالف.

## طنز

طنزها واقعی نیستند. آنها برای خندیدن خلق می‌شوند و همیشه با اغراق یا زیاده‌روی یا بزرگ و کوچک کردن واقعیت همراه هستند. گاهی اوقات طنز اشتباهات را به شکل کاملاً جدی مطرح و برجسته می‌کند تا توجه مخاطب را به سمتی ببرد که خود او متوجه اشتباهات یا اشکالات شود. طنز راه خوبی برای درگیر کردن افراد با موضوعاتی است که نمی‌خواهند به آن فکر کنند. طنزها واقعیت ندارند اما با جعل و دروغ هم متفاوتند. هدف دروغ و جعل آسیب‌زدن یا پنهان کردن است. اگر طنزی به دیگران آسیب بزند، دیگر طنز نیست.

## تبلیغات

شرکت‌ها برای فروش یک محصول یا خدمات، فضای تبلیغاتی را در هر کجا که باشد، می‌خرند. چه یک تابلوی بزرگ در خیابان، چه بخش کوچکی از یک نشریه. چه در فضای اینترنت و چه در رادیو یا تلویزیون. آنها در این فضای تبلیغاتی می‌خواهند درباره محصولات یا