

رسانه از هژمون‌ها به التزام به ایجاد تعامل بین خود و مخاطب، همواره به موضوع ارتباطات، هیوت‌اف‌ارد ارتباط و اجتماع وابسته است و هر رسانه‌ای که به شناخت دقیق لایه‌های مختلف ارتباطات و هیوت‌فا‌دست است باید مخاطب به پایان هر خود است و لاجرم، کارشناسان مختلف اجتماعی و فرهنگی رسانه‌های بزرگ و دارای نام در بستر فعالیت مدون و معلوم رسانه‌های معتبر سعی می‌کنند از جدیدترین متنها و نظریه‌های ارتباطات میان فرهنگی و هیوت اجتماعی جهت تاثیرگذاری بر مخاطب استفاده کنند که نقطه‌های حساس زمانی مثل مذاکرات غیرمستقیم ایران و آمریکا نیز را رویکردی که رسانه‌های جهانی و بااخص رسانه‌های سلطه استوار کردند نشان از آن دارد که هجوم غیرمعمولی به سمت چهار لایه هیوتی (لایه شخصی، اجرائی، ارتباطی و اجتماعی) طرف ایرانی از سوی این رسانه‌ها در دستور کار است و با اقدامات همسور در بستر شبکه‌های اجتماعی تلاش گسترده‌تری جهت دست‌کاری روانی و هیوتی مردم نیز صورت می‌گیرد.