



اکبر نصراللهی، رئیس دانشکده ارتباطات و رسانه دانشگاه آزاد اسلامی در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

کار رسانه‌های واقع بینانه مردم را امیدوار می‌کند

● رسانه‌های رسمی و مسئولان دولتی باید نگران اعتماد مردم به خودشان باشند

● رسانه‌ای که در شرایط بحران در کنار مردم نباشد، بهتر است هیچ وقت نباشد!

● فرصت سوزی از رسانه‌های رسمی داخلی فرصت‌سازی برای رسانه‌های معاند است



آمارهای موسسات معتبر بین‌المللی می‌گویند در

بسیاری از مهم‌ترین شاخص‌های جهانی که برای ارزیابی وضعیت زندگی مردم یک کشور به کار می‌رود، ایران اگرچه وضعیتی نه‌چندان عالی ولی

از وضعیت خوب و قابل قبولی برخوردار است و از بسیاری کشورها که حتی تصورش را هم نمی‌کنیم، بالاتر است. به‌عنوان مثال در شاخص قدرت خرید، ایران در بین ۱۸۳ کشور مورد ارزیابی، در رتبه هفتادوسوم جهان قرار دارد. با اینکه در همین شاخص تایلند در رتبه ۷۵، چین در رتبه ۸۲ و برزیل در رتبه ۸۴ است و روسیه در رتبه ۵۲ و ترکیه در رتبه ۵۵ قرار دارد. اعداد و ارقام و آمارهای معتبر جهانی که شاید برای مردم قابل باور نباشد. در این آمار، ارقام و صحت آن، مناقشاتی نیست و توسط کسانی تهیه شده که بدون فرض بی‌طرفی نیز بدیهی است نهفتن همدستی‌ای با ما ندارند که از هر کوششی نیز برای سنگ‌اندازی در مسیر ایران اسلامی کوتاهی نخواهند کرد. از این رو پاسخ به این سوال مهم است که چرا مشکلات غیر قابل کتمان کشور در نگاه مردم، بیش از آنچه هست به تصویر درآمده است؟ در همین راستا برای ارزیابی نقش رسانه در این تصویر سازی ذهنی مردم، سرآکبر نصراللهی رقیتم. این استاد ارتباطات بر ضرورت راهبرد واقع‌بینانه رسانه تأکید دارد و می‌گوید رسانه مسئول و حرفه‌ای باید هم مدافع حقوق مخاطبان باشد و هم تریبونی برای انعکاس اعمال و افعال مسئولان؛ و عدم انعکاس واقع‌بینانه اخبار نه تنها باعث گریز مخاطب از رسانه می‌شود، بلکه به ناامیدی و بی‌اعتمادی مردم نیز منجر خواهد شد. نصراللهی همچنین معتقد است رسانه‌های ما در بیان هوشمندانه، هنرمندانه، منصفانه، بی‌طرفانه، جامع و واقع‌بینانه اخبار ضعف دارند و حتی اگر فرصتی نیز برای رسانه‌های معاند ایجاد شده، ناشی از فرصت‌سوزی‌ای است که رسانه‌های داخلی انجام داده‌اند. ناگفته پیداست که نمی‌شد با استاد اطلاع‌رسانی بحران وارد گپ و گفت شد و از نقایص رسانه در شرایطی چون بعد از افزایش قیمت بنزین نیز حرفی نزد؛ نقایصی که این استاد ارتباطات آن را مصداقی از خود کشی رسانه‌های می‌داند. آنچه در ادامه می‌آید حاصل گفت‌وگوی مفصل «فرهیختگان» با اکبر نصراللهی، رئیس دانشکده ارتباطات و رسانه دانشگاه آزاد اسلامی است.

حانیه موحدین
دبیر گروه راهبرد

نفر بر اثر عوارض ناشی از آلودگی هوا جان باخته‌اند. همچنین مرکزیکوسیتهی با ۲۰ میلیون نفر جمعیت در دهه ۹۰، از آلوده‌ترین شهرهای جهان بوده است، اما رسانه‌ها با آموزش و فرهنگ سازی و مطالبه‌گری از مسئولان، توسعه حمل‌ونقل عمومی، سیاست تشویقی برای استفاده مردم از این وسایل، انتقال صنایع آلاینده به خارج از شهر و استفاده از خودروهای استاندارد و هیبریدی با آلودگی هوا مبارزه کرده‌اند. همواره می‌گوییم تهران تعطیل شده است، مدارس تا این لحظه ۱۲ روز تعطیل شده و دانشگاه‌ها از درس عقب مانده‌اند و هوا از این روز آلوده می‌شود، اما رسانه‌های ما نمی‌گویند چرا هوای تهران آلوده است و چه کار می‌توان انجام داد که آلودگی هوا رافع کنیم. یعنی نوع رویکرد آنها به خبرهای منفی از جمله آلودگی هوا رویکرد رویدادی، کمی و سنتی است. در رویکردهای کمی، سنتی و رویدادی نگاه حرفه‌ای، جامع، انسانی، راه‌حل‌محور و واقع‌بینانه به وقایع وجود ندارد بلکه به برش و قسمتی از وقایع توجه می‌شود. یعنی در این ماجرای منفی به مردم امید داده شود که آلودگی هوا قابل حل است و راه‌حل این است و کشورهای دیگر این مشکل را داشتند و این مشکل و معضل فقط برای ایران نیست، باید مردم امیدوار شوند و مشارکت کنند. همانند فردی که سلطان دارد و فکر می‌کند درمان فایده‌ای ندارد و تنها موجود دنیاست که به این بیماری مبتلا شده و هیچ دارو و راه‌حلی ندارد، بدیهی است چنین بیماری امیدی به مبارزه در مقابل بیماری ندارد و حتی پیش از موعد می‌میرد.

این راهبرد واقع‌بینانه باید در مقابل سایر کشورها نیز به کار گرفته شود؟ چگونه می‌توان توازن بین سیاست‌های کلی و واقع‌نگری را حفظ کرد؟ به‌عبارتی آیا می‌توان از صحبت‌های شما نتیجه گرفت راهبرد انکار در خصوص نکات مثبت برخی کشورها نیز باعث شده نکات منفی واقعی آنها بی‌شمار است، شنیده نشود؟ بله، تصویری که ما از غرب ارائه می‌دهیم تصویری نادرست است. هم تصویر خودمان و هم تصویر غربی‌ها اینچنین است. وقتی خبری از آمریکا منتشر می‌کنیم می‌گوییم منفی است. در مورد انگلیس و سایر کشورها هم همین‌طور است. شاید به‌عنوان کارشناس و فردی که در خبر بوم و هستم یک‌بار هم نشنیده‌ام و اگر هم شنیده‌ام از بس کم تکرار بوده به یاد ندارم بگوییم این کار مثبت را مثلاً آمریکایی‌ها انجام داده‌اند. این کار مثبت را دشمنان ما انجام داده‌اند.

مثلاً پیشرفت علمی آن کشور را انکار می‌کنیم. یا انکار می‌کنیم یا سکوت. به‌عبارتی همواره منفی‌ها بیان شود من نمی‌توانم تصویر درستی ببینم و این باعث بی‌اعتمادی می‌شود، این اثرگذار است. وقتی شما تصویر یکطرفه و ناهشیانه و نادرستی از یک کشور و یک موضوع نشان می‌دهید، من به‌عنوان مخاطب خبرهای درست شما را هم قبول نمی‌کنم و در واقع مخاطبان نسبت به اخباری که از غرب در رسانه‌های ما می‌شنوند، دچار کرحتی و سستی شده‌اند و هیچ چیزی را نمی‌پذیرند. اقتدار از این مطالب بیان کرده‌ایم، حتی در مورد گروه‌های مقاومت و گروه‌های اسلامی هم همین‌طور است، یعنی به نظر می‌رسد رسانه‌های ما به جای اینکه حمایت از آنها شود به این گروه‌های مقاومت ظلم می‌کنند؛ چرا که هر روز جزئی‌ترین خبر ناشیانه و غیرحرفه‌ای ناخواسته بیان می‌شود، به‌عنوان مثال پرتکرار می‌شنویم به دلیل یک حادثه مثلاً یک فلسطینی زخمی شده؛ در نتیجه از مخاطب چون هر روز این را می‌شنوند، حساسیت زیادی می‌شود.

تیراندازی در کوآرتز آمریکا یا در توفان آبرین یا در توفان کاترینا حدود دو هزار نفر کشته شدند، ولی رسانه‌های آمریکا تصویر واقعی آن کشته‌ها را تیراندازی‌ها و توفان واقع‌بینانه منعکس نکردند. شما اگر بخواهید قیامت را تجسم کنید، بلا تشبیه می‌توانید به آتش سوزی که هرساله در کالیفرنیا اتفاق می‌افتد، رجوع کنید. حدود صد نفر در آتش سوزی سال گذشته کالیفرنیا کشته و هزار نفر مفقود شدند، ولی شما یک جسد سوخته نمی‌بینید، چرا؟ یعنی هیچ کسی کشته نشد؟ یعنی آنجا آزادی نیست و مردم موبایل ندارند؟ چه چیزی باعث می‌شود مردم تصویر درستی از آمریکا نداشته باشند؟ به‌نظم این سوال مهمی است که باید همکاران رسانه‌ای پاسخ دهند. این بخش برمی‌گردد به اینکه آنها مسئولانه عمل می‌کنند. آنها درصدد رقابت نیستند که اخبار منفی را وایرال کنند یا همه‌نوع اخبار منفی را در هر زمانی منعکس کنند. تصویر جنازه‌ها را منتشر نمی‌کنند.

این غیرمسئولانه عمل کردن به این معناست که مثلاً از آنها کمتر میهن‌دوست هستیم؟

نمی‌توان گفت همکاران رسانه‌ای میهن‌دوست نیستند. برخی مواقع ناخواسته و نادانسته کاری می‌کنند که نتیجه فرقی ندارد و همان نتیجه منفی و مغایر با منافع ملی، امنیت روحی و روانی مردم حاصل می‌شود. عرض من این است که رسانه‌های داخلی اولاً باید در جاهای دیگر دنیا حضور فعال و مستقیم داشته باشند، نه اینکه در غرب باشند و فقط گزارش‌های غربی را منتشر کنند. خبرنگاران ما در زمین گزینش‌گران غربی بازی می‌کنند، به‌عنوان مثال خبرنگار ما در نیویورک، لندن و هند و... به وسیله خبرنگاران محلی، همان خبرهایی را که از فیلتر آنها عبور کرده، ترجمه می‌کنند و همان فیلم‌هایی را که در خروجی آنها منتشر کرده، نمایش می‌دهد. خودشان تولید واقعی ندارند. چون تولید واقعی ندارند، تصویری که از آمریکا، هند، ترکیه و سایر کشورها داریم تصویر خود رسانه‌های آنجاست که ما هم بیان می‌کنیم، بنابراین تصویر واقعی نیست. وضعیت واقعی غرب را توصیف نمی‌کنیم. پس باید رسانه‌های داخلی مسئول باشند و مسئولانه راهبرد واقع‌بینانه را هم در تولید و انتشار اخبار داخلی سرلوحه خود قرار بدهند و هم تصویر راهبرد واقع‌بینانه را در تولید و انتشار اخبار غربی‌ها به‌ویژه کشورهایی که در ذهن مردم ما به غلط قبله‌آمال شده‌اند، ارائه کنند.

پس به‌عبارتی تصویر کشور خود را هم در ذهن مخاطبان داخلی و هم خارجی و تصویر کشورهای دیگر را در ذهن مخاطبان داخلی به درستی نشان دهند و اگر این کار انجام شود، کار رسانه‌ای مسئولانه و واقع‌بینانه می‌شود و مردم امیدوار به کشور شده یا تا این اندازه ناامید نمی‌شوند. الان در واقع رسانه‌های ما مپاژ ناامیدی می‌کنند و تزریق ناامیدی انجام می‌دهند و مردم را نسبت به خود و توانمندی‌های خودشان دچار تردید می‌کنند. در صورتی که رسانه‌ها مسئول هستند هر کاری که انجام می‌دهند، هر چیز منفی‌ای که بیان می‌کنند، اشکال ندارد و وظیفه دارند مخبر واقعیت‌ها باشند و آنچه را که اتفاق می‌افتد، آینه‌وار منعکس کنند، اگرچه ایس‌نافی در نظر گرفتن سیاست‌ها نیست. ثانیا اینکه راهکارهای حل آن مشکل دور شدن و گریز از آن مشکل را در مخاطبان از زبان کارشناسان بیان کنند. به‌عنوان مثال وقتی از آلودگی هوا صحبت می‌کنیم حتماً باید گفته شود آلودگی هوا خاص تهران و کلانشهرهای دیگر ایران نیست و پیش از این شهرهایی مثل لندن و مرکزیکوسیتهی همین مشکل را داشته‌اند، به‌گونه‌ای که در دهه ۵۰، لندن یکی از شهرهای آلوده جهان بود و سال ۱۹۵۲ تخمین زده شد که ۱۰ هزار

حرفه‌ای غیرقابل انکاری دارند، ولی به نظر می‌رسد ناخواسته در زمین رسانه‌های بیگانه بازی می‌کنند. انکار ناخواسته تصمیم گرفته‌اند اخبار مثبت را بیان نکنند یا اگر بیان می‌کنند بد بیان می‌کنند و یکطرفه می‌گویند و اثری که شما بیان کردید را می‌گذارد، اثر منفی می‌گذارد و به قولی دفاع بد اثر به مراتب غیرقابل جبران تری دارد. به‌عبارتی رسانه‌های ما در بیان هوشمندانه، هنرمندانه، منصفانه، بی‌طرفانه، جامع و واقع‌بینانه اخبار ضعف دارند. در گفتن منفی‌ها تسلط بیشتری نسبت به بیان مثبت‌ها دارند؛ یعنی منفی‌ها را استاد هستند طوری بیان می‌کنند که مقام مسئول، آن موضوع، آن کشور، آن حزب، آن گروه و آن منطقه را اصطلاحاً نابود کنند، ولی در گفتن مثبت‌ها البته ضعف دارند. رسانه‌های ما باید مثبت و منفی را با هم بیان کنند و در نهایت تصویر درستی از واقعیت‌ها به مردم داده شود. این درباره داخل کشور است؛ یعنی رسانه‌ها وظیفه دارند هم تصویر درستی از خود مردم به آنها بگویند و هم وظیفه دارند تصویر داخل کشور را به بیرون کشور به بهترین نحو منعکس کنند. ببینید ایران هراسی، اسلام‌هراسی، نقض حقوق زنان و نقض حقوق بشر وجه غالب تصویری است که رسانه‌های غربی از ایران در افکار عمومی دنیا می‌سازند. این تصویر را چه کسی ایجاد کرده است؟ رسانه‌های غربی! چه کسی کمک کرده است؟ رسانه‌های داخلی! چه کسی وظیفه خود را انجام نداده است؟ رسانه‌های داخلی! یعنی رسانه‌های داخلی باید تصویر داخلی را در ذهن افکار عمومی بیرونی هم درست جلوه دهند.

و علاوه‌بر این حتی آن تصویر واقعی وجود دارد، به‌عبارت آن سمت و طرف غربی و سایر کشورها وجود دارد، به‌عبارت خودمان نشان دهند.

بله، پس یک وظیفه دارند که تصویر داخلی را نسبت به مخاطبان داخلی تصحیح و واقع‌بینانه و آنچه وجود دارد را بیان کنند و هم تصویر داخل را در ذهن افکار عمومی دنیا به خوبی جلوه دهند و نکته بعدی همین نکته‌ای است که اشاره کردید. تصویر دنیا، همسایه‌ها، رقبای دشمنان را در ذهن مردم ما درست منعکس کنند. الان چه تصویری از ترکیه در ذهن مردم ما وجود دارد؟ چه تصویری از چین و روسیه و تایلند در ذهن مردم ما وجود دارد؟ خیلی از نخبگان و تحصیلکرده‌های ما و حتی افراد رسانه‌ای ما نمی‌دانند، مثلاً تایلند را محل خوشگذرانی و تفریح می‌دانند، ترکیه را محل سرمایه‌گذاری و آرامش و خوشگذرانی می‌دانند و این همه تبلیغ برای خرید ملک در ترکیه می‌شود. نمی‌خواهم بگویم همه اینها غلط است، ولی تصویری از نکات منفی مثلاً ترکیه در ذهن مردم ما وجود ندارد. تصویری از آنچه در تایلند می‌گذرد در ذهن ما وجود ندارد. تصویر آنچه در چین، هند و حتی آمریکا می‌گذرد در ذهن ما نیست، چون رسانه‌های ما خود این را تولید نکردند و بیشتر آنچه را که دیگران تولید کردند، اینجا باز نشر دادیم.

پس در مواجهه با سایر کشورها و نگاه بین‌المللی نیز نیاز به ارائه یک تصویر واقع‌بینانه و در اصل راهبرد واقع‌بینانه داریم؟

بله، حتماً باید باشد. راهبرد واقع‌بینانه هم در مورد داخل و هم در مورد خارج باید وجود داشته باشد. ما باید رقیب، دشمن و خودمان را خوب بشناسیم. متأسفانه دشمن‌شناسی و رقیب‌شناسی ما خوب نیست. الان در آمریکا چه اتفاقی می‌افتد؟ تیراندازی‌هایی که در آمریکا می‌شود، خشونت‌هایی که در آمریکا اتفاق می‌افتد، چه تعداد از دانش‌آموزان و مردم می‌گناه و عادی کشته می‌شوند، در بسیاری مواقع از جنگ‌های داخلی آمریکا هم بیشتر تلفات دارد. در ماجرای

مقابل رسانه‌ها در مقابل نقاط ضعف و منفی‌گویی‌ها تمایل یا مهارت بیشتری دارند و به‌بزرگنمایی نقاط ضعف می‌پردازند. در صورتی که مسئولیت حرفه‌ای و ملی رسانه‌های ایران اقتضا می‌کند اگر وقایع مثبت ایران را واقع‌نمایی نمی‌کنند، حداقل وقایع مثبت ایران را انکار نکنند و در مقابل وقایع مثبت سکوت نکنند. انتظار از رسانه‌های حرفه‌ای و رسانه‌های مسئول و رسانه‌های ملی این است که وقایع را با واقع‌نمایی منعکس کنند، اما مشاهده می‌کنیم که ناخواسته درست همانند سبک رسانه‌های معاند و رسانه‌های غربی وقایع مثبت ایران کوچک‌نمایی یا انکار می‌شود یا در قبال آن سکوت می‌شود و وقایع منفی ایران نیز بزرگ‌نمایی.

به راهبرد انکار اشاره داشتید. تکلیف رسانه‌های معاند که مشخص است و همان‌طور که اشاره کردید طبیعتاً چندندان تمایل ندارند به نقاط مثبت بپردازند، ولی به نظر شما یک بخش از این باور مردم به این برنمی‌گردد که رسانه‌های غیرمعاند و داخلی ولو با هدف خیر در مواجهه با بخشی از واقعیت‌های سوءمدیریت، نقاط ضعف و اشتباهات و... راهبرد انکار را در پیش گرفتند؟ همین انکار کاستی‌ها باعث شده نقاط مثبت نیز برای افکار عمومی باورپذیر نباشد؟

بله، یک بخش ممکن است مربوط به این باشد که چون رسانه‌های ایران نگاه یکطرفه و جانبدارانه داشتند، یعنی جهت‌گیری آنها تأیید و حمایتی صرف بوده است، نه نگاه کارشناسانه و مستقل، چون منفی و مثبت را با هم نگفتند، همیشه نکات مثبت دولت را بیان کردند و برخی مواقع نکات منفی را انکار کردند. این باعث شد در ذهن مردم به غلط بی‌اعتمادی ایجاد شود و اگر مثبت هم بگویند، مردم نمی‌پذیرند.

در واقع یک تصویر کارتونی و کاریکاتوری از واقعیت‌ها منعکس شده است.

بله. بر همین اساس افکار عمومی اعتمادی ندارند. یک بخش ماجرا ممکن است این باشد. رسانه‌ها یعنی حتی رسانه ملی اگر خواستند نظام جمهوری اسلامی را توصیف کنند، حق ندارند فقط مثبت‌ها را بیان کنند. ما نمی‌گوییم فقط مثبت‌ها را بیان کنند، ما می‌گوییم رسانه مسئول، رسانه حرفه‌ای و رسانه‌های ملی باید هم مدافع حقوق مخاطبان باشند و هم تریبونی برای انعکاس واقع‌بینانه اعمال و افعال مسئولان. حتماً وظیفه دارند حرف‌های مسئولان را منعکس کنند، ولی از بسوی دیگر فراموش نکنند که نباید فقط حرف‌های مثبت و اعمال مثبت مسئولان یا فقط کارهای منفی را بیان کنند. نتیجه اینکه فقط منفی‌ها بیان شود یا فقط مثبت‌ها گفته شود، گیج شدن مردم است. اصل بالانس، توازن و بی‌طرفی و جامعیت در رسانه رعایت نشده است. یعنی رسانه حرفه‌ای و مسئول هم مدافع حقوق، سخنگو، چشم و گوش مخاطبان است و هم ابزار و رابط و واسطه بین مسئولان و مردم است و حرف‌های مسئولان را منعکس می‌کند و در واقع دوطرفه، جامع، منصفانه و عینی و همان‌طور که هست مسائل را منعکس می‌کند. بعضاً می‌بینیم یا فقط منفی گفته می‌شود یا آنقدر مثبت بیان می‌شود که مخاطب از رسانه می‌برد و این رسانه را تحریم می‌کند. اگر بحث‌ها و اشکالات کار هم بیان شود، آن اشکالات را نمی‌بیند یا اگر همواره منفی بیان شود، آن مثبت‌ها را نمی‌بیند. این دو طرف ماجرا را دچار اشکال می‌کند.

یک نکته قابل تأمل در این راستا این است که رسانه‌های داخلی در انعکاس وقایع مثبت و امیدآفرین اگرچه ضعف‌های