در آخرین نشست «دوشنبه‌های سوهانک» تحلیل شد

خوانش دانشگاه از روایت اول

فرهیختگان، «دوشنبه‌های سوهانک» عنوان مجموعه نشست‌های تخصصی دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه دانشگاه آزاد اسلامی است که در واحد تهران مرکزی برگزار می‌شود. برگزاری این نشست‌ها یک تصمیم در زمان محدودیت‌های ناشی از ویروس کرونا بود. دوشنبه‌های سوهانک باعث شد تا در دوره کرونا پویایی علمی و ارتباط اساتید و دانشجویان قطع نشده و ادامه‌دار باشد. این نشست که هربار به یکی از موضوعات مهم و روز می‌پردازد، در آخرین دوره نیز با موضوع رفتارشناسی کنشگران سیاسی و رسانه‌ای در اعتراضات و اغتشاشات ایران برگزار شد. در این جلسه اکبر نصراللهی رئیس دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، حمیدرضا مقدم‌فر استاد دانشگاه و فعال رسانه، رضا گنجی مدیرعامل کمپانی خبری WANA و رویترز در ایران و محمد خدادی معاون مطبوعاتی دولت‌های یازدهم و دوازدهم به بیان دیدگاه‌های خود در این زمینه پرداختند. متن کامل این صحبت‌ها را در ادامه می‌خوانید.

در داخل رسانه، بحران کمیت داریم

محمد خدادی معاون مطبوعاتی دولت‌های یازدهم و دوازدهم: ما به «اعلام» علاقه زیادی داریم، به «اظهار» نیز خیلی علاقه‌مند هستیم. اصلا هم مهم نیست که کیست، چه می‌گوید و برای چه کسی هم می‌گوید؟ فقط می‌خواهد بگوید، لذا ما اعلام حداکثری و اقدام حداقلی داریم. خروجی‌اش نیز می‌شود عدم اعتماد. در حالی که اگر شما اقدام حداکثری و اعلام حداقلی داشته باشید، نتیجه می‌شود اعتماد.

ما در حوادث اخیر هنوز هم همین وضعیت را داریم. در نوع مواجهه با افکار عمومی، جریان اطلاع‌رسانی کشور «سر» ندارد، یعنی متولی ندارد، استاندارد ندارد، ادبیات ندارد و شاخص ندارد. ساده‌ترین موضوع در جریان اطلاع‌رسانی این است: اطلاعیه شماره یک، شماره دو، شماره سه و... واحدهای اطلاعاتی را تقسیم و اطلاع‌رسانی کنید. در قسمت دوم، وارد رسانه می‌شویم. در داخل رسانه ما بحران کمیت داریم. پنج کشور شورای امنیت یک خبرگزاری دارند، چون نه عقل دارند، نه فکر دارند، نه تجربه و نه پول دارند! ما ۴۱ مجوز داده‌ایم و صد رسانه هم می‌گویند: ما خبرگزاری هستیم. ۴۰۰ روزنامه سراسری داریم و ۶۰، ۷۰ هزار نفر هم می‌گویند: ما خبرنگار هستیم. فقط صندوق اعتباری هنر، پنج هزار خبرنگار آزاد را بیمه کرد، در حالی که هر رسانه‌ای این اگر کارمندش را بیمه نکند، نمی‌تواند بازنشر کند. این فضای کجا باشد؟ نه تجربه و نه پول دارند! ما ۴۱ مجوز داده‌ایم و صد رسانه هم می‌گویند: ما خبرگزاری هستیم. ۴۰۰ روزنامه سراسری داریم و ۶۰، ۷۰ هزار نفر هم می‌گویند: ما خبرنگار هستیم. فقط صندوق اعتباری هنر، پنج هزار خبرنگار آزاد را بیمه کرد، در حالی که هر رسانه‌ای این اگر کارمندش را بیمه نکند، نمی‌تواند بازنشر کند. این فضای کجا باشد؟ نه تجربه و نه پول دارند! ما با دوره کرونا پویایی علمی و ارتباط اساتید و دانشجویان قطع نشده و ادامه‌دار باشد. این نشست که هربار به یکی از موضوعات مهم و روز می‌پردازد، در آخرین دوره نیز با موضوع رفتارشناسی کنشگران سیاسی و رسانه‌ای در اعتراضات و اغتشاشات ایران برگزار شد. در این جلسه اکبر نصراللهی رئیس دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، حمیدرضا مقدم‌فر استاد دانشگاه و فعال رسانه، رضا گنجی مدیرعامل کمپانی خبری WANA و رویترز در ایران و محمد خدادی معاون مطبوعاتی دولت‌های یازدهم و دوازدهم به بیان دیدگاه‌های خود در این زمینه پرداختند. متن کامل این صحبت‌ها را در ادامه می‌خوانید.

کسی که مرجع خبری‌اش رسانه‌ای مثل «ایران اینترنشنال» باشد به سواد رسانه‌ای خود توهین می‌کند

رضا گنجی، مدیرعامل کمپانی خبری WANA و رویترز در ایران: دکتر شریعتی جمله معروفی دارد که می‌گوید: به من بگو: نگاه اما نگو: نفهم، «قرار نیست نفهمم و آهایی هم حداقلی داریم. من مثل شما در حوزه رسانه اذیت می‌شوم؛ مجبور هستم با هر چیزی دیگری، بمانم. شاید در گلوگاه نشسته‌ام. شما گاهی اوقات مصرف‌کننده یک محتوای خبری هستید اما من از تولیدش هستم و می‌دانم وقتی این رسانه می‌خواهد حرکت کند؛ مهره شطرنج خود را روی صفحه از کجا حرکت می‌دهد، کجا می‌خواهد شروع کند و می‌خواهد در پایان به کجا برسد. شاید بتوانیم تحلیلی کمی نزدیک‌تر به واقعیت ارائه کنیم.

راجع‌به رسانه‌های ایرانی و فارسی‌زبان خارجی اصلا حرف نمی‌زنم. نه سوادش را دارم و نه اساسا در این رسانه‌ها کار کرده‌ام و تجربه‌اش را دارم. درباره رسانه‌های فارسی‌زبان آن سوی آب‌ها به هیچ‌عنوان حرف نمی‌زنم؛ چون بعضی اوقات فکر می‌کنم کسی که می‌خواهد مرجع خبری‌اش رسانه‌ای مثل «ایران اینترنشنال» یا رسانه‌ای در این سطح باشد، بیش از آنکه بخواهد به دیگران سیگنالی بدهد، اولا به سواد رسانه‌ای خودش توهین، اهانت و جسارت می‌کند. می‌توان به صورت مبتنی بر این صورت حساب کرد. اساسا رسانه فارسی‌زبانی که بخواهد «ایرانی ایرانی» باشد، نداریم. منظورم از «ایرانی ایرانی» این است که در داخل فکرش، ایرانی باشند، مجری و اجراکننده برنامه هم ایرانیان باشند و بودجه‌اش نیز ایرانی باشد. ما هیچ رسانه فارسی‌زبانی در خارج از کشور نداریم که این سه ویژگی را داشته باشد. در خوشبینانه‌ترین حالت این آقایانی که توهم زده‌اند کارکنان و مترجمان شبکه‌ای هستند که قرار بوده به زبان عبری، انگلیسی و عربی منتشر شود. آنها فقط ترجمان هستند و خواهش می‌کنم فراتر از این سایزی ندهید. بعضی وقت‌ها احساس می‌کنم به شأن و جایگاه رسانه به صورت کلی توهین می‌شود. ضمن اینکه ما می‌دانم همه سعاد استعدید و در این ایام به اندازه کافی از اطلاعاتی برخوردارند که راجع به رسانه‌ها و جامعه‌شناسی رسانه‌ها و رسانه‌های خارجی بگویم شاید نیازی باشد.

می‌خواهیم آرایش رسانه‌های خارجی در این مدت با مصیبت‌ورود مرکز کیش، آنها چطور بود؟ اتفاق تلخی در ایران برای خانم محترمی افتاد و فوت کرد. اگر خاطرتان باشد بعد از آغاز جنگ روس‌ها و اوکراینی‌ها، رسانه‌های شمال (کشورهای توسعه‌یافته) و جنوب تمام ظرفیت خود را بسیج کردند و گفتند: «در بحث توان و ظرفیت رسانه‌ای و نیروی انسانی، تا جایی که می‌توانید و همه همت خود را به کار بندید تا خرس روس‌ها را به زمین گرم بزنید.» همه بودجه خود در این زمینه را به سمت رسانه‌ها بردند؛ رسانه‌های رسمی، رسانه‌های عمودی، افقی و... را بسیج کرده و تاکید کردند: «شما در حال حاضر فقط یک ماموریت مهم دارید و آن زدن روس‌هاست. این ماموریت مهم را باید در شمال، جنوب، شرق و غرب جهان بسط دهید؛ در حتی خیلی جاها را مجبور کردند در این ماموریت و فرآیند با آنها همپا و همراه شوند. اگر این اتفاق نیفتد، حتما به دیس‌بالانس و اتهامات زیادی منتهی خواهد بود. آنها بسیج شدند تا این کار را انجام دهند. در این میان اتفاقی در ایران رخ داد.

واقعیت امر این است که من اصلا فکر نمی‌کردم آنها با همان کیفیت به ایران نیز بپردازند. می‌دانید ما هراژگاهی به یکباره شاهد بودیم این اخبار در حال همسنگ شدن با یکدیگر هستند. در اخبار و تابنیوز، همان قدر که راجع به موضوع اوکراین صحبت می‌کنند، درباره ایران نیز حرف می‌زنند. این را قبل از اتفاق «چه اتفاقی رخ داد؟ چه شد؟» داستان چیست؟ چرا ما یک‌دفعه هووزن جنگ اوکراین شدیم؟ چرا به رسانه‌ها گفتند با همان ظرفیت به سمت ایران بروید؛ چرا بودجه و هم‌طرفی رسانه‌ها را اختصاص دادند و هم تمام عالم را بسیج کردند در این ماجرا ورود کنند.

حتما تحلیل‌های زیادی در ذهن داشته و دلایل مختلفی دارید، اما گویا این است که اگر چنین اتفاقی در کشور دیگری رخ می‌داد، آیا این ظرفیت کشش و اعتراضات خیابانی را داشت؟ من می‌گویم: «بله» داشت. «یا نمونه‌های دیگری داریم که چنین اتفاقاتی در دیگر کشورها افتاده و آدم‌ها به خیابان آمده و اعتراض کرده‌اند. اگر یادتان باشد چند سال پیش پلیس فرانسه یک یا چند فرد سیاهپوست را می‌کشد. در ادامه آشوب‌های خیابانی را در فرانسه شاهد بودیم. چندی پیش دو بچه در حال فرار از دست پلیس بودند که وارد جعبه برق شهری شدند و آنجا از ترس و برق گرفتگی جان خود را از دست دادند. بار دیگر آشوب‌ها و اعتراضات خیابانی را دیدیم. ماجرای «جورج فلوید» را دیگر همه می‌دانید. اتفاقی رخ داد و بعد هم داستان‌هایی پیش آمد. چند هفته قبل نیز پلیس یونان به دختری تجاوز کرد و منجر به اغتشاشات و اعتراضات خیابانی شد، پس می‌توانست این ظرفیت را داشته باشد که آدم‌هاتکران، معترض و عصبانی شوند. اگر بخواهیم درام نگاه کنیم، ظرفیت درام‌سازی دارد. وقتی اتفاقات را مرور می‌کنیم می‌بینیم جنبه درام بسیار قوی است. پلیس یا عامل دولت یا هر نهاد دیگری بوده است، پس کشش وجود داشت. اگر بخواهیم ماجرای مهسا امینی را درام کنیم، این اتفاق نیز درام است و می‌توان داستان‌های زیادی بیان کرد؛ شهرستانی بود، در تهران غریب بود، از قوم دیگری بود و هزاران مورد دیگری که این روزها می‌شنویم. باید بنشینیم و فکر کنیم.

به اتفاقات اخیر به اندازه جنگ اوکراین، وزن داده‌اند

در ادامه گفتنیم: «چرا رسانه‌ها یک‌دفعه اینقدر تند و تیز شدند؟» یک یا دو ماه است به اتفاقات اخیر به اندازه جنگ اوکراین، وزن داده‌اند. تا چند سال پیش، مخاطبان خاص شمال حدود ۴۰ یا ۵۰ درصد از رسانه‌های خودشان می‌خواستند راجع‌به دنیا برایشان صحبت کند. رسانه‌های جهان می‌توانستند ۳۵، ۳۰ درصد اخبار دنیا را به مخاطبان خود برسانند. امروزه درخواست آدم‌هایی که در کشورهای شمال زندگی می‌کنند به ۶۰ درصد رسیده است، یعنی مخاطبان در حدود ۶۰ درصد از رسانه‌های خود می‌خواهند اخبار درسی‌ای را از دنیا به آنها برسانند اما میزان اخباری که اکنون در حال تولید است، ۲۰ تا ۲۵ درصد است. تقاضای فهم اخبار دنیا بیشتر شده اما کمیت و کیفیتی که به دست مخاطب می‌رسد کاملا عکس شده است. این یکی از مواردی است که دربارهاش سوال داریم و می‌توانیم راجع‌به آن صحبت کنیم.

به یکباره دیدیم حتی خیلی از شبکه‌هایی که مشکلی با ایران نداشتند و قبل‌تر به دلیل روابط دیپلماتیک با نفت، با هر تعبیر دیگری سعی می‌کردند خنثی باشند، در این ماجرا تند و تیز شدند. می‌توانم شبکه‌هایی را برای شما لیست کنم که نمی‌توانید فکر کنید چرا در موضوع اخیر تا این اندازه ورود کردند و موضع شارپ گرفتند. بعضا خیلی تند راجع‌به موضوعات ایران صحبت کردند.

یادتان باشد بودجه‌بندی رسانه‌ها بحث مفصلی است. چرا رسانه‌ها ناگهان برای ما قد علم کردند؟ ۴۳ سال است همه ظرفیت رسانه‌های شمال و جنوب می‌گوید: «دسامبر سال بعد کارکرد جمهوری اسلامی ایران را تمام می‌کنیم.» سال بعد می‌گویند: «قول می‌دهیم سال آینده کارشان تمام است.» این موضوع دیگر خسته‌کننده شده است؛ یعنی مخاطب شمال هم گاهی می‌پرسد: «پس دنیه‌تان کجاست؟» چه زمانی می‌خواهید کار را تمام کنید؟ تا کی می‌خواهید هر سال به ما بگویید سال بعد کارشان تمام است، سال آینده حمله می‌کنیم و سال دیگر اغتشاشات را به سرانجام می‌رسانیم.» فکر می‌کنم این‌دفعه خواستند برای یک‌بار بگویند ما همه ظرفیت را به کار گرفتیم.

برای اولین بار می‌بینیم جمعیت ایرانیان خارج از کشور با این کیفیت آمدند. البته راجع‌به تعداد شرکت‌کنندگان غلو می‌شود و باید به نهادهای رسمی رجوع کرد. آنها هنوز نمی‌دانند دوربین‌هایی وجود دارد که تعداد افراد را می‌شمارد و شما می‌توانید در یک عکس «لانگ‌شات»، تعداد آدم‌ها را بشمارید.

آقای دکتر! یادم نمی‌رود وقتی منوچهر محمدی سال ۱۳۷۶ تجمعی در پارک «لاله» برگزار کرد، به من گفت: «آقای گنجی! می‌شود بگویید امروز پنج هزار نفر اینجا جمع شدند؟» به شوخی به او گفتم: «جنبشی که روز اول با دروغ شروع شود، مطمئنم نیست پایانش چه خواهد شد. در بیشترین حالت ۵۰۰ نفر هم اینجا جمع نشدند، پنج هزار نفر کجا بود مرد حسابی!» می‌شود گفت: «اگر سال آمدند و زور آخر را زدند.

بحران اخیر چندوجهی است و ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارد

نصرالله‌پی، رئیس دانشکده ارتباطات دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی: قبل از اینکه رفتار کنشگران سیاسی و رسانه‌ای را بررسی کنم، ابتدا ویژگی‌ها و علت‌های چالش، بحران، اعتراض و اغتشاشی را بگویم که در آن قرار داریم. در ادامه می‌گویم کنشگران سیاسی و رسانه‌ای در ۶ ، ۷ روز گذشته چه کار کردند و راهبردشان از این به بعد چیست. اساسا بزرگواران، نکات خیلی مهمی را فرمودند. همه این نکات قابل استفاده و درخور تأمل است. فکر می‌کنم بحرانی که در آن هستیم، واقعا بحران است و آن را تقلیل نمی‌دهم. برخی می‌گویند: «چیزی نیست؛ که تقلیل دادن است. این بحران تمام ویژگی‌های بحران‌های قبلی را دارد و گستردگی دارد. همچنین چندوجهی است و ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارد. اما به دلایلی که بعدا عرض خواهم کرد، این بحران بیشتر وجه رسانه‌ای دارد. البته منکر وجوه دیگر نمی‌شوم.

ادامه در صفحه ۵

ادامه از صفحه ۴

بحران اخیر بیشتر رسانه‌ای است چون با مجموعه‌ای از ترین‌ها مواجه هستیم

بحران اخیر بیشتر رسانه‌ای است چون با مجموعه‌ای از ترین‌ها مواجه هستیم؛ طولانی‌ترین قطع برنامه عادی تلویزیونی و پخش ویژه را در تاریخ رادیو و تلویزیون شاهد بودیم. از سال ۱۹۳۶ تا حالا ندیده‌ام و نخوانده‌ام که یک شبکه تلویزیونی تمام برنامه‌های عادی خودش را قطع کند و فقط به یک موضوع بپردازد. همچنین شاهد خشن‌ترین ادبیات و غیراخلاقی‌ترین پوشش خبری بودیم. باز هم ندیده‌ام خبرنگاری پیش‌تر افتاده باشد. نمی‌خواهم بگویم رسانه‌ها کاملا اخلاقی رفتار نه‌داده‌اند. بعضی از آنها مصلوبشوه‌ها و روش‌های غیراخلاقی را برای پیشبرد اهداف خود اتخاذ می‌کنند. این موضوع درخصوص همه رسانه‌ها صدق نمی‌کند و کم و زیاد دارد. اما ندیده‌ام رسانه‌ای ۶۰ روز خشن‌ترین ادبیات و غیراخلاقی‌ترین پوشش خبری را درباره یک موضوع داشته باشد. آنها حتی ساخت کوتیل مولوتوف، خشونت، شناسایی ماموران و تعقیب و گریز را گزارش دادند. آقای شمس‌الواعظین از دوستان می‌شناسند. از فعالان رسانه‌های اصلاح‌طلب بوده و کارهای رسانه‌ای متعددی انجام داده است. آقای شمس‌الواعظین می‌گوید انجمن بین‌المللی روزنامه‌نگاران از او پرسیده: «روح‌الله زم روزنامه‌نگار است؟» او پاسخ می‌دهد: «بعد نظر من روزنامه‌نگار نیست.» او توضیح می‌دهد: «چگونه می‌توان فردی مثل روح‌الله زم را روزنامه‌نگار دانست، درحالی که در کانال تلگرامی این ترویج خشونت کرده و آموزش ساخت کوکتل مولوتوف می‌داد؟» فرض‌ما فرض‌ما گرفته‌ایم که او روزنامه‌نگار است.

مسئولان مخاطرات و بحران‌ها را جدی نمی‌گیرند

این مشکلات مربوط به گذشته بوده و اکنون نیز هست. درخصوص مرحوم مهسا امینی همین اتفاق رخ داد؛ غفلت و بی‌توجهی مسئولان. آنها مخاطرات و بحران‌ها را جدی نمی‌گرفتند، حتی مخاطرات و بحران‌هایی که قابل پیش‌بینی است. آنچه تجربه کرده‌ایم را مجدد؛ تجربه می‌کنیم؛ اینها گناه‌های غیرقابل بخشش کنشگران رسانه‌ای است. در ماجرای «مهسا» پیش از اینکه موضوع داغ شود و تظاهرات و اعتراضی صورت بگیرد، این مطلب را نوشتم: «کافی نیست، نزول!» این مطلب را بعد از اولین اتفاق فراجا منتشر کردم؛ «تأخیر و نقص در روایت به‌ویژه در نیروهای امنیتی و انتظامی، پدیده جدیدی نیست. این بار درباره خانمی به نام مهسا امینی در حال تکرار است. فراجا از زمان اعلام دستگیری وی در سه‌شنبه در تهران و متاسفانه عارضه قلبی برای مهسا خبر کلاس توجیهی و انتقال وی به بیمارستان، با تأخیری حدود ۴۸ ساعته امروز بیشتر شبکه اطلاعیه و وعده داده است اطلاعات تکمیلی متعاقبا اعلام می‌شود. رسانه رسمی به‌ویژه صداوسیما هم هیچ خبری در این خصوص منتشر نکرد. دوستان عزیز در شبکه‌های اجتماعی در این خصوص غوغاست. غیر از شخصیت‌های سیاسی و سلبریتی‌های فرصت‌طلب، بی‌بی‌سی هم امروز گزارش و مصاحبه مفصلی پخش کرد. فضای احساسی و شایعات در حال فوران است. در روایت کنید، حتی اگر دقیق و جامع باشد. از لازم ارجاع دهاشد. مستندات را زودتر منتشر کنید. زود، دیر می‌شود مثل گذشته.» واقعا سوال من این است؛ یک معلم دانشگاه و فردی که سه دهه در رسانه است، قبل از اینکه اعتراضی و اغتشاشی اتفاق بیفتد، هشدار داده و لی کسی توجهی نکرده است. درخصوص بنزین هم دقیقا همین هشدار را دادم، بنابراین نتیجه می‌گیرم در تمام بحران‌ها «سوشال مدیا» است؛ به نظرم این موضوع یکی از علت‌های درخور تأمل و بررسی است. فقدان درک مسئولان و رسانه‌ها از آرایش جدید رسانه‌ای و دسترسی مردم، ضعف ارتباط و تعامل مسئولان با جوانان واقعا درک مشترک و متقابلی نیست. دوستان و استادان جامعه‌شناسی، بیشتر باید به این موضوع بپردازند. فرصت‌طلبی دشمنان و انحراف اعتراضات، بی‌توجهی به مقوله مهم حکمرانی رسانه‌ای و جدی نگرفتن مخاطرات و بحران‌ها.» در همه مخاطرات و بحران‌های ۲۰ سال اخیر، این غفلت را می‌بینیم. دکتر خدادی اشاره کرد درباب سخنوری، چنین اتفاقی رخ نداده است. ما خدمت آقای خدادی بودیم و خوب است اشاره کنم؛ آنجا نیز همین اشتباهات وجود داشت. حسن روحانی، رئیس‌جمهور وقت روز نشسته در جمله‌ای تاریخی گفت: «من صبح جمعه فهمیدم چه اتفاقی افتاده است.» جالب است که بدانید تأخیر بسیار زیاد و غیرقابل پذیرش بود. یادم هست آن زمان در توییتی نوشتم: «مردم و تاریخ هرگز اطلاع‌رسانی رسانه‌های رسمی و مسئولان را همزمان با افزایش قیمت و سهمیه‌بندی بنزین از ساعت ۲۴ فراموش نمی‌کنند. لطفا از این پس نگویید چرا مردم خبرهای رسمی کشور خودشان را از منابع غیررسمی می‌گیرند.» دقیقا در سال ۱۴۰۱ نیز همین اتفاق افتاده؛ باز همین تأخیر و غفلت را داشتیم. بعد از ۴۸ ساعت اطلاعیه فراجا منتشر شد و پس از ۷۲ ساعت اطلاعیه دوم، فیلم و باقی ماجرا فرو خود. حدود ۷۲ ساعت روایتی رسمی به جز آن دو اطلاعیه نداشتیم.

مسئولان مخاطرات و بحران‌ها را جدی نمی‌گیرند

درخصوص مرحوم مهسا امینی همین اتفاق رخ داد؛ غفلت و بی‌توجهی مسئولان. آنها مخاطرات و بحران‌ها را جدی نمی‌گرفتند، حتی مخاطرات و بحران‌هایی که قابل پیش‌بینی است. آنچه تجربه کرده‌ایم را مجدد؛ تجربه می‌کنیم؛ اینها گناه‌های غیرقابل بخشش کنشگران رسانه‌ای است. در ماجرای «مهسا» پیش از اینکه موضوع داغ شود و تظاهرات و اعتراضی صورت بگیرد، این مطلب را نوشتم: «کافی نیست، نزول!» این مطلب را بعد از اولین اتفاق فراجا منتشر کردم؛ «تأخیر و نقص در روایت به‌ویژه در نیروهای امنیتی و انتظامی، پدیده جدیدی نیست. این بار درباره خانمی به نام مهسا امینی در حال تکرار است. فراجا از زمان اعلام دستگیری وی در سه‌شنبه در تهران و متاسفانه عارضه قلبی برای مهسا خبر کلاس توجیهی و انتقال وی به بیمارستان، با تأخیری حدود ۴۸ ساعته امروز بیشتر شبکه اطلاعیه و وعده داده است اطلاعات تکمیلی متعاقبا اعلام می‌شود. رسانه رسمی به‌ویژه صداوسیما هم هیچ خبری در این خصوص منتشر نکرد. دوستان عزیز در شبکه‌های اجتماعی در این خصوص غوغاست. غیر از شخصیت‌های سیاسی و سلبریتی‌های فرصت‌طلب، بی‌بی‌سی هم امروز گزارش و مصاحبه مفصلی پخش کرد. فضای احساسی و شایعات در حال فوران است.

در روایت کنید، حتی اگر دقیق و جامع باشد. از لازم ارجاع دهاشد. مستندات را زودتر منتشر کنید. زود، دیر می‌شود مثل گذشته.» واقعا سوال من این است؛ یک معلم دانشگاه و فردی که سه دهه در رسانه است، قبل از اینکه اعتراضی و اغتشاشی اتفاق بیفتد، هشدار داده ولی کسی توجهی نکرده است. درخصوص بنزین هم دقیقا همین رسانه‌های ما شناخته‌شده بود، اینکه چگونه می‌توان با راست، «دروغ گفت؟» ما چنین چیزهایی را بلد نبودیم و هنوز هم خیلی‌ها بلد نیستند. تازه در حال یادگیری از آنها هستیم. البته ان‌شاءالله بدی‌های آنها را یاد نگیریم، ولی باید بیاموزیم تکنیک‌ها چیست و بدانیم با چه حربه و سلاحی می‌خواهند با ما بجنگند. باید این نکات را بفهمیم و متوجه شویم چگونه می‌توان با صد هزار رسانه فیک در توییتر، فضایی در افکار عمومی دنیا ایجاد کرد که انگار تمام ۸۰، ۹۰ میلیون نفر جمعیت ایران معترض هستند. چنین فضاهایی در ایران تجربه نشده و تازه در حال مشاهده آنها هستیم، اینکه چگونه می‌توان پنج میلیون نفر را در شبکه‌های اجتماعی محصول تییوتر قلمداد کرد و ۸۰ میلیون نفر نشان داد. چنین فضاهایی را در اطلاع‌رسانی‌ها، تکنیک‌ها و تاکتیک‌هایی به کار برده‌اند که برای رسانه‌های ما ناشناخته بود. البته ما قبلا گفتیم و حتی کتاب نوشتیم ولی متاسفانه کسی توجهی نکرد. گفتیم این جنگ، جنگی است که ترامپ دیوانه و به قول حاج‌قاسم سلیمانی، فمابرار آنچنانی یا به مردم آمریکا تحمیل کرده و او را رئیس‌جمهوری می‌کند؛ فرد بدبینی داشتند. هرچه جلوتر می‌رویم گویی افرادی که در حوزه ایران حرف می‌زنند یا اخباری را پوشش می‌دهند اطلاعات کمتری دارند یا مثلا دستوری برگردانده شده‌اند. این تکنیک در ایران نیز پیاده می‌شود. بعد از سال جاری ندارند واقعیت ایران چیست و فقط می‌خواهند با این دست‌فرمان راجع به ایران صحبت کنند. این اتفاق برای رسانه‌ای زبینده نیست که خودش دارد اشتغال جهانی تعریف می‌کند.

اتگار در حال حاضر آدم‌های رسانه‌ای ما همدیگر حرف نمی‌زنند و دوستان ما و سروبس ما با یکدیگر صحبت می‌کنند. قرار بود ما رسانه‌های ما در رویداد کنه رخ داده به‌صورت حرفه‌ای، به‌عنوان کارمندان حقیقت و کسانی که قرار است به مردم پاسخ دهند، بیشتر با همدیگر صحبت می‌کنند، ولی به نظر می‌رسد این نقشه در حال تغییر است. آدم‌های رسانه‌ای که باید با هم حرف می‌زدند بلکه کسان دیگری در پشت‌پرده با هم صحبت می‌کنند و ما هم گویی در وبترین قرار گرفته‌ایم.

آنچه باعث شد بستر اعتراض مورد سوءاستفاده قرار بگیرد، ناتوانی رسانه‌ها است

محمد خدادی: اگر بخواهم خلاصه کنم، من ضعف خودمان را بیشتر از قدرت بیرون می‌دانم، یعنی آنها قدرتی ندارند. اسمش را هم «ضعف» نمی‌گذارم بلکه از آن با عنوان «بی‌توجهی» نام می‌برم. یکی از دلایلی که باعث شده بستر اعتراض ما مورد سوءاستفاده قرار بگیرد، ناتوانی و کارکرد رسانه‌ها است؛ نداشتن مهارت در رسانه، وگرنه ما می‌توانیم مالک آن اعتراض شویم و بستر اعتراض را فراهم کنیم، حتی این خروجی را نداشتیم که در این همه مدت، فردی لیست یا اینفوگرافیک دربیاورد و ببیند در ۱۰ سال گذشته چه تعداد اعتراض داشته‌ایم. از بستن جاده تا آتش زدن لاستیک هم در میان‌شان بوده است. در اقصی نقاط کشور رخ داد؛ صفی داشتیم، در مدرسه هم داشتیم و دروافع همه گونه اعتراض بود ولی به اغتشاش کشیده نشد.

در جنگ شناختی، روایت اول و سرعت مهم است

حمیدرضا مقدم‌فر، استاد دانشگاه و فعال رسانه: در بحث رسانه‌ها، دوستان به نکاتی اشاره کردند. در عین‌حال که بنده هم قائلم ما در مرحله سرگشتگی رسانه‌ای قرار داشتیم. از رسانه‌های خاصی اسم نمی‌برم ولی درمجموع به نظرم، ۷۰ درصد از این همانودی، جدال و آشوب‌ها در فضای رسانه‌ای و ۳۰ درصد در کف خیابان، دانشگاه و جاهای دیگر رخ می‌دهد. من در آغاز سال نوشتم که بعد از ایشان نیز به این کشور سفر کنیم. آنجا با رئیس رادیو و تلویزیون، خبرگزاری سوریه و دوستان رسانه‌ای دیگر نیز همین صحبت را داشتیم. من ماجرا از ابتدای اتفاقات سوریه شروع شد و تا آخر نیز همین طور پیش رفت. سوریه دو جنگ با داعش، تکفیری‌ها و جبهه النصره داشت؛ یک جنگ در فضای رسانه‌ای رقم خورد که سوریه خیلی عقب بود و فضای عمومی کاملا در اختیار رقیب به‌ویژه العربیه و الجزیره؛ و الجزیره از قطران. جنگ دیگری هم در میدان جری بود که حدود ۷۵ درصد سرزمینش توسط داعش و جریان تکفیری در روزهای نخست اشغال شد؛ با این حال فضایی که در جریان رسانه‌ای در سوریه وجود داشت، خیلی قوی‌تر از میدان بود. باز هم تاکید می‌کنم این است که در روانی‌کاری افکار عمومی، اصلا نکردن نکته چه تعداد اعتراض داشته‌ایم. از بستن جاده تا آتش زدن لاستیک هم در میان‌شان بوده است. در اقصی نقاط کشور رخ داد؛ صفی داشتیم، در مدرسه هم داشتیم و دروافع همه گونه اعتراض بود ولی به اغتشاش کشیده نشد.

در جریان اخیر رسانه‌های معتبر آبروی رسانه‌ای خود را خرج دستور دولت‌ها کردند

رضا گنجی: گفتیم غیظ رسانه‌ای برای هیچ رسانه‌ای خوب نیست، مگر اینکه رسانه‌ای حرفه‌ای باشد، قشنگ نیست اینقدر با غیظ وارد یک موضوع شود، پس ما این آسیب غیظ را در اتفاقات اخیر ایران از سوی خیلی از رسانه‌های شمال و حتی بعضا جنوب دیدیم. در جریان اتفاقات اخیر گاهی اوقات رسانه‌های سروس رسانه‌های معتبر حتی آبروی رسانه‌ای و حرفه‌ای خود را خرج دستور دولت‌ها و سروس‌ها کردند. تعجب دیرم چون این جا مانیز اینه به تبلیت محتوادار، شما از چاچت گردید و تایدید به گرفتید تا اخباری که منتشر می‌کنید درست باشد، منتها بدیم اینها بی‌ربط به سمتی می‌روند که هر طور شده این موضوع همچنان داغ بماند و بحث زدن ایران در تاپ‌نیوزهایشان بماند.

اشکال دیگری هم وجود داشت؛ فیلایک‌سری از خبرنگارهای خارجی وارد ایران می‌شدند و می‌خواستند موضوع ایران را پوشش بدهند، سواد بیشتری داشتند. هرچه جلوتر می‌رویم گویی افرادی که در حوزه ایران حرف می‌زنند یا اخباری را پوشش می‌دهند اطلاعات کمتری دارند یا مثلا دستوری کار می‌کنند. به‌طور مثال دکتر کاری ندارند واقعیت ایران چیست و فقط می‌خواهند با این دست‌فرمان راجع به ایران صحبت کنند. این اتفاق برای رسانه‌ای زبینده نیست که خودش دارد اشتغال جهانی تعریف می‌کند.

اگر در حال حاضر آدم‌های رسانه‌ای با همدیگر حرف نمی‌زنند و دوستان ما و سروبس ما با یکدیگر صحبت می‌کنند. قرار بود ما رسانه‌های ما در رویداد کنه رخ داده به‌صورت حرفه‌ای، به‌عنوان کارمندان حقیقت و کسانی که قرار است به مردم پاسخ دهند، صحبت می‌کنند. ولی به نظر می‌رسد این نقشه در حال تغییر است. آدم‌های رسانه‌ای که باید با هم حرف می‌زدند بلکه کسان دیگری در پشت‌پرده با هم صحبت می‌کنند و ما هم گویی در وبترین قرار گرفته‌ایم.

قبلا هم صحبت کرده که ماشد دشمنی درچه یک هستیم. ما کجای بازی بزرگان قرار داریم؟ روس‌ها بیشترین جاسوس را در آمریکا دارند؛ آمریکا در روسیه، چین در آمریکا و آمریکا در چین هم دارای چین وضعیتی هستیم. شما برای همدیگر خطرناک هستید. ایران کجای این بازی بزرگان شماست؟ ما چقدر برای گاو گوساله‌ها و منافع خلیج فارس به کیفیت دشمنی شما با ایران در حوزه رسانه تا این اندازه درجه یک است؟

چرا همان ظرفیتی که برای چین و روسیه در نظر گرفتید، به ایران هم اختصاص داده‌اید؟ این «آن، کجاست؟» داستان چیست؟ یکی از سوالاتی است که باید مفصل درباره‌اش صحبت کنیم.

رسانه‌ها یمان مقداری دچار سرگشتگی شده‌اند

در سوریه‌سازی ایران و مسائل اخیر نیز همین اتفاق افتاد. حجم زیادی از جدال در شبکه‌های اجتماعی و فضای رسانه‌ها داشتیم. طبق توضیحات دکتر خدادی، رسانه‌های خودمان مقداری دچار سرگشتگی شده‌اند. قبلا، مختلفی نیز داشت؛ یکی اینکه جنس جریان رسانه‌ای که اخیرا به میدان آمد از جنس قدیمی‌ها نبود. آنجا ما نیز جنگ رسانه‌ای داشتیم. در ۸۸ هم «بی‌بی‌سی فارسی» میدان دار بود و رسانه‌های دیگر نیز حضور داشتند، ولی باز هم از جنس دیگر بود. جریان رسانه‌ای اخیر مقداری پیچیده‌تر، دقیق‌تر و چندلایه‌تر به شمار می‌رفت؛ چون جنس آن مدیریت افکار عمومی و مدیریت ادراک بود. در واقع جنگ شناختی برای رسانه‌های ما شناخته‌شده بود، اینکه چگونه می‌توان با راست، دروغ گفت؟ ما چنین چیزهایی را بلد نبودیم و هنوز هم خیلی‌ها بلد نیستند. تازه در حال یادگیری از آنها هستیم. البته ان‌شاءالله بدی‌های آنها را یاد نگیریم، ولی باید بیاموزیم تکنیک‌ها چیست و بدانیم با چه حربه و سلاحی می‌خواهند با ما بجنگند. باید این نکات را بفهمیم و متوجه شویم چگونه می‌توان با صد هزار رسانه فیک در توییتر، فضایی در افکار عم