

رسوایی سوءاستفاده مالی پهلوی‌ها از اپوزیسیون

صفحه ۲



گفت‌وگویی «فرهیختگان» با سروش صحت درباره تلویزیون، پلتفرم‌ها و سینما

«کتاب‌باز» محبوب‌ترین کاری است که انجام داده‌ام

روزنامه خبری تحلیلی، دانشگاهی، صبح ایران
صدای نخبگان، نگاه جوانان

۱۶ صفحه
۵۰۰۰ تومان

فصل جدید رادیو مضمون:
روایت‌های جنگ



۲۶۸۹ شماره مسلسل
۱۲۰۲ شهر پیر
۱۳۵۵ شماره
۲۰۲۲ شماره
۳۹۵۱ شماره

2023 | vol.15 | No. 3951 | 16 Pages

«فرهیختگان» اطلاعات جدیدی از

سوژه واقعی سریال «باز پرس» منتشر می‌کند:

داستان ۶۹ دهکار بزرگ بانک سرمایه که ۲۸ همت بدهی دارند

تاج و تخت ۲۸ هزار میلیاردی

لغو مجوز طبابت رازآزاده و نگاه منطقی به تفاوت طب سنتی و مدرن

دفاع از طب سنتی مقابل شبه‌علم

۱۶»

شبکه گسترده رژیم صهیونیستی در خرابکاری صنعتی متلاشی شد

دستان خالی موساد

۱۷»

روند فعلی پذیرش دستکاری روزهای نامعلومی برای آینده پزشکی کشور در پی خواهد داشت

صندلی رشته‌های لوکس پُر پر در دسترها خالی

۱۸، ۱۹»

« سر مقاله

هدیه بزرگی که رهبر انقلاب به تیم رسانه‌ای دولت دادند



محمد ز عیمرزاده
جانشین سر دبیر

رهبر انقلاب روز چهارشنبه ضمن حمایت گفتمانی و تمجید از رویکردهای مثبت دولت سید ابراهیم رئیسی تذکرات مهمی هم بیان کردند که یکی از مهم‌ترین آنها درباره کار رسانه‌ای و تصویر دولت در ذهن مردم بود، به نظر می‌رسد کلان‌روایت رهبری درباره حس مردم از عملکرد دولت سیزدهم با دو گروه تفاوت دارد؛ گروه اول که معتقدند هیچ نارضایتی واقعی‌ای وجود ندارد و هر آنچه هست برساخت رسانه‌ای است و دیدگاه دوم که می‌گویند رسانه اساسا هیچ نقشی در ایجاد حس منفی نداشته است و عملکردها خود به تنهایی باعث بروز نارضایتی می‌شوند. علی‌رغم تفاوت‌ها در خاستگاه سیاسی این دو گروه، ویژگی مشترک آنها این است که خیلی کاری با واقعیت ندارند و تلاش می‌کنند واقعیتی بسازند که برایشان کار کند.

منطق رهبری آنجا که گرانی‌های مستاصل‌کننده در بحث مسکن و معیشت را طرح می‌کنند و آن را علتی برای دیده نشدن اقدامات مثبت دولت قلمداد می‌کنند، آشکارا با منطق دسته اول که همه چیز را سفید می‌بینند و با فرار از واقعیت‌ها همه موضوعات را حاصل برساخت می‌دانند، تفاوت دارد و آنجا که فهرستی از اقدامات مثبت دولت از ساد ز سستی و مردمی بودن تا تحرکات خوب در سیاست خارجی و اقدامات مثبت مدیریتی در کشاورزی و... را مطرح می‌کنند با دسته دوم که همه چیز را یکسره تاریک و سیاه قلمداد می‌کنند، تمایز دارد. درباره دسته دوم بارها نوشته‌ام جریان‌هایی که اگر عدالت و انصاف داشته باشد باید دستاوردهای مثبت دولت را بگوید و اگر ایران دوست باشد باید از نقاط امیدآفرین هم بگوید. حتی اگر هیچ کدام اینها نباشد و فقط هوش سیاسی داشته باشد باید از خوبی‌ها هم بگوید که هم با اپوزیسیون برانداز مرزبندی کند و هم تا حدی غیرقابل پیش‌بینی باشد که برایش مزیت ایجاد کند. علی‌احوال آنچه در ادامه می‌خوانید بیشتر پیشنهادهایی برای گروه نخست است.

گام نخست: آنچه در شرایط فعلی می‌تواند دولت را در بازنمایی بهتر رسانه‌ای کمک کند فهم فرامتن همین تذکرات است، یک سوبه دیدن موضوعات و عدم توجه به واقعیت‌ها رسانه را از موضوعیت می‌اندازد، آنها باید بدانند رضایت یا عدم رضایت صرفا در برساخت رخ نمی‌دهد و بخشی از آن در واقعیت ریشه دارد، فهم عمومی مماس با واقعیت شکل می‌گیرد نه در انتزاعات، هر فعالیت رسانه‌ای که در مرز واقعیت‌ها نباشد تبدیل به بوق پروپاگاندا و بلااثر می‌شود. تبدیل رسانه دولتی به روابط عمومی یعنی از رده خارج کردن آن و تنها کارکردی که چنین رسانه‌ای دارد راضی کردن مدیر بالادستی است و لاغیر.

گام دوم: تلاش برای تولید استدلال عمومی است. از نظر مختصات رسانه‌ای در شرایطی هستیم که به عصر غلبه خرد رسانه‌ها بر رسانه‌های بزرگ مشهور است، در چنین شرایطی بیشتر از آنکه یک رسانه چه امکانات سخت‌افزاری‌ای داشته باشد، مغزافزار رسانه و دستگاه تولید استدلال آن موضوعیت می‌یابد. در شرایط تکثر رسانه‌ای، گسترش انسان-رسانه‌ها و غلبه خرد رسانه‌ها چیزی که می‌تواند پیش‌رسانه رسانه‌ای تولید کند ایجاد استدلال عمومی است؛ استدلالی که خاص گرایانه و منطبق بر دستگاه فکری و زیست یک تفکر، یک گمده یا یک حلقه نباشد. برای تولید چنین استدلالی اولاباید افکار عمومی را شناخت و کشفگری‌های رسانه‌ای را مبتنی بر پژوهش‌های شناختی دقیق انجام داد، ثانیا

کنشگران رسانه‌ای که می‌خواهند استدلال عمومی تولید کنند ذهن و قلم‌شان نباید محصور در حلقه‌های خاص باشد.

گام سوم: حرکت رسانه‌ای مبتنی بر یک مدار گفتمانی است. گفتمان داشتن می‌تواند نخب تسبیح کنش‌های رسانه‌ای یک دولت را شکل دهد. گفتمان داشتن حدود و ثغور و مرزبندی دولت با موضوعات مختلف را مشخص می‌کند. گفتمان داشتن شما را از روزمرگی نجات می‌دهد. گفتمان داشتن به شما اجازه می‌دهد مرعوب فضای رسانه‌زده نشوید. گفتمان داشتن به شما توان کار ایجابی می‌دهد. گفتمان داشتن به شما این امکان را می‌دهد که شروع کننده یک بازی باشید و از انفعال خارج شوید... و البته در شرایط تعطیلی مراکز اندیشه‌ای در دولت و نبودن سیاست‌سازان حرفه‌ای کار دولت در این زمینه دشوار است.

گام چهارم: نهراسیدن از انتقادات است. در دوره متکثر رسانه‌ای جدید که هر مخاطب خود تبدیل به تولیدکننده پیام شده است و دیگر صرفا یک مخاطب منفعل نیست که بتوان مفاهیم و پیام‌ها را از بالا به آن تزریق کرد، یک فراگرد کامل ارتباطاتی زمانی شکل می‌گیرد که مخاطب با موضوع وارد خوانش انتقادی شود، یعنی اگر مجموعه عملکردهای دولت را به مثابه یک کلان پیام در نظر بگیریم، زمانی در ذهن مخاطب ته‌نشین و تبدیل به باور می‌شود که با آن وارد خوانش انتقادی شده باشد و در نهایت آنچه از آلت پیام انتقادی رد شود ماندگاری دارد. در شرایط فعلی که بالاخره مخاطب با رسانه‌های آلت‌ناتیو رویه‌رو می‌شود و اهمه داشتن از انتقاد تنها موجب کاهش اعتمادبه‌نفس می‌شود.

گام پنجم: تولید ادبیات مخصوص به خود است. اگر میزان پیام‌های واکنشی مدیران دولت سیزدهم را مورد تحلیل قرار گیرد، احتمالا چند برابر پیام‌های کنشی است. اگر ادبیات تولیدشده توسط مدیران ارشد دولت از جمله رئیس‌جمهور تحلیل گفتمان شود احتمالا تعداد جملات، عبارات و استدلال‌های تکراری بسیار زیاد خواهد بود. دولت سیزدهم هنوز نتوانسته است امضای رسانه‌ای خود را بسازد.

گام ششم: عبور از کمی‌گرایی صرف و توجه به پیام‌های کیفی است. یکی از واکنش‌های قابل‌تامل چندروز اخیر، سخنانی یکی از مدیران ارشد رسانه‌ای دولت بوده که گفته است برای رفع دغدغه رهبر انقلاب چند دفتر رسانه‌ای جدید راه می‌اندازیم (نقل به مضمون). این نگاه تقلیل‌گرایانه که فکر می‌کند پیام ما نارساست چون بلندگوهای کمتری در اختیار داریم، استمرار همان مسیر اشتباهی است که دولت تا اینجا پیروده است. وقتی قوت استدلال ضعیف باشد، هرچقدر بلندگو در اختیار داشته باشید، تنها موجب اعصاب‌خردی و خشم مخاطب می‌شوید.

گام هفتم: باز کردن گارد رسانه است. اینکه دولت حتی در موضوعاتی که فی‌الذمه استدلال عمومی داشته‌اند و تبدیل آنها به یک مساله مورد پذیرش عامه مردم مثل عبور از بحران وحشتناک کرونا- که در تابستان ۱۴۰۰ گریبان کشور را گرفته بود- کار سختی نبوده است، نتوانسته کاری کند، دیگر ربطی به پیچیدگی‌های رسانه ندارد و نشان از فقر توان رسانه‌ای کارگزاران رسانه‌ای دولت دارد. سپردن مستندسازی از مهم‌ترین دستاوردهای سیاست خارجی دولت به مجموعه‌ای که با وجود نزدیک به یک دهه آنتن فقط ۵ درصد مخاطب داشته است، یعنی بسته بودن گارد و محدود شدن توش و توان رسانه‌ای دولت در یک حلقه محدود.

در میان هفت گام ذکرشده شش تای آخر بدیهی است، به شرطی که به اولی باور داشته باشیم. باور به اولی همان هدیه بزرگی است که رهبری به تیم رسانه‌ای دولت دادند.

مضمون

رادیو مضمون، کاری از گروه پادکست‌های همیشه در میان و روزنامه فرهیختگان

روایات سلسله‌های چنگ

| فصل جدید رادیو مضمون منتشر شد |

@radiomazmoon

