

الجزیره چگونه تصویر و روایت را مدیریت می‌کند؟

مریم فغانلی

خبرنگار گروه فرهنگ

شبکه تلویزیونی الجزیره در اول نوامبر ۱۹۹۶ در شهر دوحه، پایتخت کشور دوی راه‌اندازی شد. الجزیره خود را اولین شبکه خبری مستقل در جهان عرب معرفی کرد. شبکه رسانه‌ای الجزیره با داشتن بیش از ۷۰ دفتر در سراسر جهان و چهار هزار کارمند در بیش از ۹۵ کشور، در سطح جهانی فعالیت می‌کند. این شبکه رسانه‌ای بیش از ۱۵۰ کشور را پوشش می‌دهد و در بیش از ۴۳۰ میلیون خانه در دسترس است.

با اردشیر زابلی‌زاده، عضو هیات علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه صداوسیما درباره مسیری که این شبکه رسانه‌ای طی کرده است گفت‌وگو کردیم و او دموور دلائل ضریب نفوذ این رسانه در منطقه خاورمیانه برآیند گفت. زابلی‌زاده که تجربه ۱۱ سال مدیریت شبکه خبر را داشته است و از منظر «؟؟ موضوع؟؟ الجزیره را تشریح می‌کند. زابلی‌زاده صحبت هایش را درباره چهارچوب‌ها و قواعد رسانه‌ها شروع کرد: «هر رسانه چهارچوب‌ها و قواعد مختص خودش را دارد که در بزرگ‌های مهمی مانند جنگ، به کمک سیاست خارجی آن کشور می‌آید. رسانه‌هایی که از زاویه اسرائیل اخبار جنگ را پوشش می‌دهند به دنبال ارائه تصویری‌اند که مردم غزه را در مقابل مردم اسرائیل قرار دهند و به عبارتی آغازگر جنگ را فلسطینی‌ها معرفی کنند. در این مدل پوشش رسانه‌ای، یک مظلوم‌نمایی برای صهیونیست‌ها شکل می‌گیرد. اما الجزیره شبکه‌ای است که از همان ابتدای تأسیس مقابل هژمونی رسانه‌ای غرب قد علم کرد و متفاوت‌تر از دیگر رسانه‌های جریان اصلی به مسائل رور می‌کرد. امروز هم که به این شبکه نگاه می‌کنیم، روایتی که شبکه‌های صهیونیستی دارند را بر هم زده است و روایت واقعی را می‌گوید. به نوعی خبر جعلی را تبدیل به خبر درست کرده است.»

او درباره ویژگی‌های رسانه‌ای شبکه الجزیره گفت: «یکی از ویژگی‌های

الجزیره ارائه روایتی است که خودش آن را سیاستگذاری کرده است. این اتفاق از طریق پوشش کامل و چپ‌نشین‌نیروهایی است که به کار گرفته است. دیگر ویژگی آن حضور میدانی و کف میدان عمل کردن آن است. حضور خبرنگاران خودش در میدان و شنیدن روایت از زبان خبرنگاران خودش تأییدکننده این موضوع است.»

الجزیره مدیریت صحنه می‌کند

این استاد دانشگاه در ادامه به مفهوم اهمیت «روایت در خبر» اشاره کرد و گفت: «یکی از موضوعات مهم در خبر اهمیت روایت اول است. بعضی از رسانه‌ها به اشتباه به جای روایت خبر می‌گویند، قرائت خبر. این دو باهم فرق دارند. حتی اگر رسانه‌ای خبر را زودتر از رقیب‌ها بگوید به معنای این نیست که روایت اول را گفته است، بلکه این قرائت است. یکی از حسن‌هایی که الجزیره دارد مدیریت صحنه‌ای است. این شبکه ۲۴ ساعت روی آنتن است و جنگ تحمیلی اسرائیل به غزه را پوشش می‌دهد. نکته جالب‌تر این است که مدیریت تصویر و صحنه انجام می‌دهد. بمباران‌های اسرائیل در غزه به دلیل آنکه در مناطق مسکونی اتفاق می‌افتد و کشتار غیرنظامیان حاوی تصاویر آزاردهنده‌ای است اما الجزیره در تصاویری که ارائه می‌کند به دلیل رعایت حال مخاطبان تصویر را مدیریت می‌کند. این مدیریت هم به صورتی است که از شدت حادثه کم نشود.» زابلی‌زاده درباره تفاوت قرائت و روایت در خبر گفت: «روایتگری به این معناست که گره یک مساله را چگونه باز کنیم اما قرائت یعنی صرفاً خواندن خبر بدون آنکه موضوع و چینی به آن اضافه کنیم و اهمیت آن را روشن کنیم که این موضوع چه عمقی دارد و از چه لایه‌هایی برخوردار است. روایتگری یعنی در جنگ رسانه‌ای مخاطب را با واقعیت همراه و با یک داستان پربازدی هنرمندانه آگاه کنید. در شرایطی که مخاطب اطلاعات زیادی را می‌تواند از منابع گوناگون

به دست بیاورد خبر اول می‌تواند فقط یک قرائت نباشد و همراه با تحلیل، روایت و داستان داشته باشد و با این کار است که یک رسانه مخاطبانش را نگه می‌دارد. اتفاقاً یکی از ویژگی‌های خوب الجزیره همین است که وقتی خبری را به عنوان خبر اول قرائت می‌کند در مرحله بعدی همان خبر را در چهارچوب روایت می‌آورد. این درحالی است که متأسفانه برخی شبکه‌ها به همان قرائت اول به عنوان روایت بسند می‌کنند.»

جنگ رسانه‌ای بین الجزیره و صهیونیست‌ها در جریان است

زابلی‌زاده درباره حضور در معرکه خبرنگاران الجزیره گفت: «حضور خبرنگاران الجزیره در آن مناطق حضور خوب و فعالی است که در نهایت روایت منطقی بر روایت اول و واقعیت گفته شود؛ درحالی که شبکه‌های همسو با اسرائیل سعی می‌کنند در چهارچوب جنگ و جنگجو جلوه دادن نیروهای مقاومت و مردم غزه، تصویری ارائه دهند تا دنیا به آنها بدبین شود. در ماجرای کشتار بیمارستان غزه دیده شد که اسرائیل تلاش کرد از طریق رسانه‌های خود این اتفاق را وارونه جلوه دهد و تقصیر را گردن حماس و نیروهای مقاومت بیندازد. در صورتی که الجزیره برخلاف رسانه‌های غربی به کمک فلسطینی‌ها رفت و روایت صحیح را ارائه کرد. اینجا بود که به نظر من یک جنگ رسانه‌ای بین شبکه‌های صهیونیستی و الجزیره شکل گرفت.»

الجزیره، قطر را به دنیا معرفی کرد

زابلی‌زاده درباره نسبتی که شبکه الجزیره با سیاست خارجه دولت قطر دارد، گفت: «تا قبل از الجزیره، قطر کشوری شناخته شده نبود. از سال‌های ابتدایی تأسیس شبکه الجزیره قطر در افکار عمومی جهان

جا افتاد و مشخص شد که این کشور کجای دنیا قرار دارد. این اتفاق توسط رسانه برای قطر رخ داد. قطر متوجه جایگاه الجزیره است و قطعاً الجزیره سیاست‌های قطر و دولت‌مدران آن را دنبال می‌کند. این خیلی ساده‌لوحانه است اگر بگوییم رسانه‌ای در جایی از دنیا وجود دارد که به چهارچوب دیپلماسی کشوری که آن را تأمین مالی می‌کند عمل نمی‌کند. درباره فلسطین قطعاً سیاست‌های قطر به نوعی است که الجزیره توانسته به این موضوع بپردازد.»

موفقیت به بودجه نیست

این استاد دانشگاه همچنین به این اشاره کرد که لزوماً بودجه زیاد دلیل موفقیت یک رسانه نمی‌شود. وی افزود: «امروزه هزینه کردن و صرف بودجه‌های بالا لزوماً نمی‌تواند به نفوذ یک شبکه رسانه‌ای کمک کند. چیزی که شبکه‌های امروزی به آن احتیاج دارند، تجهیزات حرفه‌ای‌تر است. برای مثال در دوران بیداری اسلامی خیلی از شبکه‌ها، تجهیزات سنگین و پرهزینه به مصر بردند و پوشش خبری دادند، اما الجزیره برعکس آنها از سیم پرتابل که قیمت کمی داشت استفاده کرد و یک پوشش بسیار قوی از کف خیابان‌های مصر داد. علاوه بر استفاده الجزیره از تجهیزات ساده‌تر و کم‌هزینه‌تر باید گفت نیروهای خوبی دارد که سهم بیشتری از موفقیت الجزیره به خاطر توانمندی‌های آنهاست. نیروهایی که سال‌های سال تجربه کرده‌اند و در موقعیت‌های خاص گزارش‌دهنده بودند و مهارت کسب کردند. نیروهای الجزیره با تجربه هستند کما اینکه این شبکه در شروع کارش از نیروهای خارجی که در شبکه‌های دیگر تجربه کسب کرده بودند استفاده کرد. پس برای بررسی یک شبکه رسانه‌ای تمام جوانب را باید در نظر گرفت و لزوماً صرف بودجه زیاد دلیل نمی‌شود که بتوان در این جنگ رسانه‌ای شبکه‌ای موفق به راه انداخت.»



الجزیره؛ برندی بین‌المللی برای کشوری کوچک

آنچه می‌خوانید یادداشت شفاهی داود نعمتی‌انارکی، عضو هیات علمی و دانشیار دانشگاه صداوسیما و مدیرکل اسبق روابط عمومی صداوسیما است

شبکه الجزیره قطر در سال ۱۹۹۶ میلادی راه‌اندازی شد و در حال حاضر به زبان انگلیسی و عربی به پخش اخبار و رویدادهای مختلف می‌پردازد. هدف اصلی راه‌اندازی الجزیره این بود که به دیپلماسی عمومی کشور قطر کمک شود؛ یا به عبارتی استفاده از دیپلماسی رسانه‌ای که به اعتقاد من در این زمینه موفق بود. قطری‌ها تلاش کردند با بهره‌گیری از یک شبکه خبری حرفه‌ای فراملی ضعف‌های ژئوپلیتیکی خودشان را پوشش دهند. کشوری بسیار کوچک با راه‌اندازی این شبکه یک برند بین‌المللی را برای خود شکل داد تا بتواند از حاشیه بین‌الملل به متن ورود پیدا کند و به‌نظر من موفق هم بوده است.

اینکه شبکه الجزیره قطر، شبکه خبری موفق‌تری بوده به دلایل مختلفی برمی‌گردد، اما من یک دلیل اصلی را از نظر خودم بیان می‌کنم و اینکه این شبکه از ابتدای تأسیس تا کنون ساختار حرفه‌ای را برای خود شکل داد و بر همان مبانی ساختار حرفه‌ای عمل می‌کند. در واقع این رسانه است که تصمیم می‌گیرد نقش فعال و حرفه‌ای در پوشش خبری رویدادها ایفا کند و نه سیاست. عوامل تأثیرگذار خارج از رسانه بر عملکرد شبکه خیلی زیاد و همیشگی نبوده است، رویکرد حرفه‌ای باعث شده که به نحوی موثر در رویدادها وارد شود، پوشش دهد، مخاطب جذب کند و برای دیگر رسانه‌ها

نیز به عنوان یک منبع خبری حرفه‌ای به رسمیت شناخته شود. البته عوامل دیگری نیز مانند پرداخت حرفه‌ای رویداد، سرعت در انتشار و... وجود دارد که شاید در این فرصت کوتاه نشود آنها را مطرح کرد.

نسبت یک شبکه با حاکمیت

شاید این سوال مطرح شود که چگونه این شبکه توانسته نسبت خودش را با سیاست‌های دولت قطر حفظ کند و در عین حال حرفه‌ای باشد. در این ارتباط دو مطلب را باید در نظر گرفت، اول اینکه خاطر مهم است با یکی از مدیران این شبکه که به ایران آمده بود صحبت می‌کردم، می‌گفت: دست‌اندرکاران راه‌اندازی این شبکه پذیرفته‌اند که در فعالیت‌های رسانه‌ای و خبری شبکه کمتر مداخله کنند و این یعنی با کمترین دخالت رویدادها را پوشش دهند، ضمن اینکه عوامل شبکه و خبرنگاران، گزارشگران و مدیران آن نیز منافع ضمنی شبکه را در نظر داشته باشند؛ ترکیب چنین دیدگاهی یعنی اینکه رسانه ملی کشور را در نظر داشته باشند؛ ترکیب چنین دیدگاهی یعنی اینکه رسانه با کمترین دخالت کار حرفه‌ای اش را انجام دهد.

نکته دوم را با اشاره به شعار تبلیغاتی شبکه الجزیره قطر می‌گویم، اینکه نظرس‌های مختلف را در مورد رویدادهای مهم پوشش می‌دهد، یعنی وارد شدن به منطقه اختلاف مشروع نسبت به یک موضوع مهم که همین امر موجب جلب توجه مخاطب می‌شود. مثل همین کاری که در برخی از برنامه‌های گفت‌وگو محور صداوسیما مثل برنامه شیوه‌انجام می‌شود که نظر مخاطب به آن جلب شده و مورد پسندش قرار می‌گیرد. وقتی شما نسبت به

یک موضوع روایت‌های مختلف را در کنار هم قرار می‌دهید، باعث جلب توجه مخاطب می‌شود و رسانه در چنین مواقعی حتی می‌تواند با ظرافتی خاص دیدگاه و تحلیل خود را در معرض مخاطب قرار دهد که بی‌شک مورد توجه هم قرار می‌گیرد.

حرفه‌ای کنار رسانه‌های ضعیف منطقه

به اعتقاد من شبکه الجزیره از ضعف رسانه‌ای که در این منطقه وجود دارد، توانسته استفاده کند. خیلی از رسانه‌های منطقه حرفه‌ای نیستند و مسلماً اگر رویکرد و ساختاری حرفه‌ای داشتند، مسلماً و چه بسا بهتر از الجزیره عمل می‌کردند. یک نمونه مثال بزنم و آن شبکه‌های العالم و هیسپان‌تی‌وی صداوسیماست که در مواردی بسیار حرفه‌ای عمل کردند و تأثیرگذار هم بودند، خاطر هست شبکه‌های العالم در زمان حمله دوم آمریکا به عراق که باعث سرنگونی صدام شد، عملکردی بسیار حرفه‌ای و مخاطب‌پسند و نمونه داشت، در واقع رویکردی کاملاً حرفه‌ای اتخاذ کرده بود. پس اگر رسانه‌های خبری منطقه از ساختار سیاسی فاصله بگیرند و ساختاری کاملاً رسانه‌ای و حرفه‌ای پیدا کنند و ملاک عمل آنها نیز همین ساختار حرفه‌ای باشد، موفق‌تر و تأثیرگذار خواهند بود، نکته‌ای که شبکه الجزیره قطر به آن توجه داشته است. ضریب نفوذ این شبکه در منطقه و سطح جهانی نیز نسبتاً بالا بوده و دلیل آن نیز این است که به عنوان یک منبع خبری معتبر به آن ارجاع داده می‌شود. همین نکته و نیز عملکرد حرفه‌ای آن که مبتنی بر عدم مداخله سیاست در

فعالیت‌های خبری آن بوده، باعث شده که در منطقه این نگاه جایبند کند رسانه‌ای مستقل و بی‌طرف است؛ هر چند رسانه بی‌طرف معنا ندارد اما این به هنر رسانه بر می‌گردد که بتواند چنین نگرشی را در مخاطبانش جابیندازد. نکته آخر اینکه مهم‌ترین تأثیر عملکرد حرفه‌ای یک رسانه افزایش اعتبار و در نهایت اعتماد مخاطب به جریان‌سازی خبری رسانه خواهد بود. به نظر من شبکه الجزیره مبتنی بر واقعیت‌های جهان اسلام و آنچه در فلسطین در حال اتفاق افتادن است، عمل کرده. البته این رویکرد در اکثر رسانه‌های جهان اسلام و به خصوص رسانه‌های خودمان نیز به خوبی مشهود است و به همین دلیل در سطح جهانی نسبت به موضوع فلسطین تأثیرگذار بوده‌اند، من معتقدم بر خلاف جو حاکم بر رسانه‌های غربی عمل شده، اما با رویکردی حرفه‌ای و تأثیرگذار.

هزینه در رسانه منفعت دارد

باید بپذیریم که کار رسانه‌های هزینه‌بر است. اگر می‌خواهید کار حرفه‌ای و تأثیرگذار در رسانه انجام دهید، باید هزینه کنید. مطمئن باشید اگر هزینه کرده و کاملاً حرفه‌ای عمل کنید، منفعت آن بیشتر از هزینه خواهد شد. شما اگر به هزینه‌ها و گردش مالی رسانه‌های بزرگ توجه کنید، متوجه خواهید شد که در کار رسانه هزینه‌های بالایی می‌کنند تا بتوانند توجه مخاطبان را جلب کنند و این یعنی جذب و حفظ مخاطب و چه منفعتی بالاتر از این برای یک رسانه.

الجزیره؛ رسانه اول تونس



احسان زبوعالم
خبرنگار گروه فرهنگ

یکی از تجربیات زیستی من در تونس، تفاوت ماهوی شبکه‌های تلویزیونی در این کشور است. تصور قالب ما درباره شبکه‌های عربی معطوف به شبکه‌هایی است متعلق به کشورهای همسایه؛ شبکه‌هایی که تمرکز خود را بر ساخت سریال، پخش فوتبال و از همه مهم‌تر قدرت سیاسی در امر خبر گذاشته‌اند. با نگاهی به کشور عراق به خوبی می‌توان دریافت چگونه نیروهای سیاسی در راه‌اندازی و مدیریت شبکه‌های خبری در رقابتی تنگاتنگ قرار دارند. رقابتی که البته به جدال‌های داخلی ختم نمی‌شود. وضعیت در جهان عرب به یک رقابت بین‌عربی بدل شده است. رقابت میان شبکه الجزیره با العربیه شاید مشهودترین ماجرا باشد، چنین تصویری از شبکه‌های عربی اما در تونس رنگ می‌بازد، حتی برخلاف کشورهای مغرب عربی، یعنی مصر، لیبی، الجزایر و مراکش، تونس‌ها تا مدتی چندانی به داشتن شبکه خبر نداشتند. اخبار، جای‌اندکی در فضای تلویزیونی دارد. در مقابل درگاه خبری مردم تونس رادیو است که از قضا رسانه‌ای محبوب در تونس به حساب می‌آید. برخلاف دیگر کشورهای عربی در تونس شما با جشنواره رادیویی قیروان و بیلبوردهای تبلیغاتی شبکه‌های رادیویی روبرو می‌شوید.

این روزها رادیوهای تونس - که بیشتر آنها متعلق به بخش خصوصی است - همسو با رویدادهای سیاسی جهان عرب معطوف به وقایع فلسطین است؛ اما رادیو ناتوان از انتقال سریع اخبار به مردم است. نبود خبرنگار مستقر در غزه و البته محدود شدن گزارش‌ها به گفتار، چیزی

تونس‌هاست. در سوی دیگر قابلیت Reel اینستاگرام که میان تونس‌ها محبوبیت بسیاری دارد، از جانب شبکه الجزیره به خوبی دنبال شده است. هرچند رقیب هموطن الجزیره، یعنی العربی نیز فعالیت‌هایش به چشم می‌آید اما فراگیری خبرنگاران الجزیره در دنیای عرب کماکان نام این رسانه را بیش از پیش مطرح می‌کند. البته این روزها در تونس ویدهوهای دفاع مهدی حسن، مجری مشهور برنامه UlpFront از قضیه فلسطین، ترند شده است. ویدئوهایی به زبان انگلیسی که در آن مهدی حسن در برابر چهره‌های سیاسی غربی، حامی باورهای جامعه عربی است.

محبوبیت شبکه الجزیره در تونس را می‌توان در جریان کشته شدن شیرین ابوعاقله، خبرنگار فلسطینی شبکه الجزیره نیز جست‌وجو کرد. به محض انتشار خبر شلیک نیروهای صهیونیستی به شیرین ابوعاقله، فضای عمومی تونس در محکومیت این اتفاق پررنگ بود و در همان زمان، شهردان شهر کرم (شهرکی کوچک در شمال پایتخت) نام خیابانی در این شهر را به نام شیرین ابوعاقله نامگذاری می‌کند و دو درخت زیتون قدیمی نیز در ابتدای خیابان به نشانه رابطه تمثیلی دو ملت فلسطین و تونس کاشته می‌شود. خیابان شیرین ابوعاقله در واقع همان جایی است که جنگنده‌های اسرائیلی در عملیات موسوم به پای چوپین، در یکم اکتبر ۱۹۸۵، پس از طی ۲۱ هزار و ۳۰۰ کیلومتر بمباران کردند. عملیاتی نظامی فراتر از مرزهای فلسطین که منجر به شهادت ۶۰ عضو سازمان آزادی‌بخش فلسطین می‌شود. انتخاب مکان نامگذاری خود شاید به طور مستقیم ارتباطی با سیاست‌های شبکه الجزیره ندارد اما به صورت غیرمستقیم اتمسفر حاکم بر تونس را با الجزیره گره می‌زند.



سه‌شنبه ۲ آبان ۱۴۰۲



شماره ۳۹۸۹



WWW.FDN.IR



FARHIKHTEGANDAILY