«فرهیختگان» ۱۰۰ روز پس از ۷ اکتبر بررسی می کند الجزیره چطور اسرائیل را در رسانه شکست داد؟

۱۰۰ روز آموزش رسانه

میلاد جلیل‌زاده
خبرنگار گروه فرهنگ

درباره اینکه اوضاع سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و امنیتی منطقه ما دیگر بـه قبـل از آنچه در هفتم اکتبر ۲۰۲۳ رخ داد بر نخواهد گشـت زیاد گفته‌اند و نوشـته‌اند؛ اما یکی از جنبه‌های غافلگیرکننده طوفان الاقصی که شـاید حتی در محاسـبات خـود فرماندهان نظامی حماس هـم نبود، موج بزرگی اسـت کـه از آن بـه بعد در افکار عمومی جهان علیه رژیم اشـغالگر قدس به راه افتاد. از یک سـو ملت‌های عرب که از انفعال حاکمان‌شـان در برابر اسـرائیل یا حتی همدسـتی با آن رژیم شـاکی بودند، علم غوغا بلند کردند. از سوی دیگر نسل دوم و سوم مهاجران مسلمان که ساکن کشورهای غربی بودند چندین و چند تجمع بزرگ برگزار کردند و نشان دادند نه‌تنها استحاله مهاجران در نظام سرمایه‌داری چنانکه تصور می‌شد رخ نداده، بلکه باعث آگاهی مضاعفی در این جماعت هم شده است. جبهه سوم را شهروندانی در خود کشورهای غربی تشـکیل می‌دادند که بنا به روحیه انسانی‌شان این حجـم از جنایـت را تاب نیاوردند. برخورد دوگانه رسـانه‌های جریان اصلی غـرب بـا جنـگ اوکرایـن و جنـگ غـزه واضح‌تـر از آن بود که جـای چون و چرایـی باقـی بگذارد و وجدان‌های بیـدار را به خروش آورد. جبهه چهارم از جنـوب جهانـی وزیدن گرفت، از مردم فیلیپین تا بومیان کانادا، بسـیاری از ملت‌هـای جنـوب جهانی که تجربه اسـتثمار و آپارتاید غربی جزء خاطره جمعی‌شان بود به این موج پیوستند. با اینکه رسانه‌های جریان اصلی جهان یکسـره تحت اختیار بلوک سـرمایه اسـت این موج‌ها از چهار جهت وزید و طوفانـی بـزرگ و غافلگیرکننده به راه انداخت. در این میان رسـانه‌هایی مثـل المیادیـن و به‌خصـوص الجزیـره توانسـتند به عنـوان کاتالیزوری که قوت‌بخش دو مورد از این جبهه‌ها بود عمل کنند و صعودی خیره‌کننده در محبوبیت و تاثیرگذاری داشـته باشـند. این رسانه‌ها روی ملی‌گرایی عربی چه در داخل کشـورهای عربی و چه در دل کشـورهای غربی تاثیر بسـزایی داشتند و شهروندان کشورهای عربی و مهاجران عرب ساکن در کشورهای غربی، از آنها متاثر بودند. از آنجا که خیلی از شـهروندان غربی هم با دیدن تجمعـات همشـهری‌های اصالتـا عرب‌شـان به هـوش آمدنـد و انعکاس مجمـوع ایـن راهپیمایی‌ها و اعتراضات توجه خیلی از شـهروندان جنوب جهانی را هم جلب کرد، تاثیر کاری که الجزیره و المیادین انجام دادند واقعا شـگرف و قابل توجه بوده اسـت. برای قضاوت در این‌باره که پایان جنگ غزه به کجا خواهد کشـید هنوز خیلی زود به نظر می‌رسـد و هرچند در این خصوص حدس‌های متعددی بر اساس شواهد موجود زده‌اند، هنوز حکم قاطعـی درباره اکثر مسـائل نمی‌توان داد. بـا این حال تکلیف یک بخش از قضیـه در همـان روزها و هفته‌های ابتدایی روشـن شـد و همه گفتند آنچه دیگر به راحتی عقبگرد نخواهد داشـت همین جنبه‌های رسانه‌ای موضوع اسـت. البته اینکه مردم اقسـا نقاط جهان خاطره‌های جمعی بسیار تلخی از آپارتاید و نسل‌کشـی بلوک سـرمایه‌داری سـفید داشتند هم در ایجاد این وضع بی‌تاثیر نبود اما چیزی که توانست تمام این نیروهای پراکنده را تجمیع کند و از جویبارهای خشـم، سـیل بسـازد حوادث پس از هفتم اکتبر ۲۰۲۳ بـود. رسـانه‌هایی مثل المیادین و الجزیره بـا جاگیری حرفه‌ای در پازل این حوادث، هم برای خودشان اعتبار و محبوبیت قابل توجهی به دست آوردند و هم روی بسیج افکار عمومی و هدایت آنها بسیار تاثیر گذاشتند. عبارت تاثیـر الجزیـره کـه در کنار عبارات تاثیر سـی‌ان‌ان قرار می‌گرفت از مدت‌ها پیش به نفوذ بالای این رسـانه اشـاره داشت اما نقش‌آفرینی چنین رسانه‌ای در وقایـع ۱۰۰ روز اخیـر، فصـل دیگری از کارنامه گرداننـدگان الجزیره را رقم زد کـه بسـیار پربارتـر بود. مواضع و اصولی که الجزیـره برای خودش تعریف کرده از یک‌سـو و فعالیت حرفه‌ای و باکیفیت آنها از سـوی دیگر، عواملی بودند که توانسـتند این رسـانه را به جایگاه کنونی‌اش برسـانند. به عبارتی اینکـه الجزیـره طـرف کدام سـمت دعواها را می‌گیرد یکـی از عوامل نفوذ و محبوبیت آن است و اینکه این طرف‌گیری را با چه کیفیتی انجام می‌دهد عامل دیگر. به عبارتی الجزیره توانسـت به شـکل هوشمندانه‌ای خودش را رسـانه فردا نشـان بدهد. هواداری از اسـرائیل اگرچه در میان افراد بالای ۶۵ سـال آمریکایی که فکرشـان دسـتپخت دوران جنگ سرد بوده، هنوز بالای ۸۰ درصد اسـت، اما بین افراد ۱۸ تا ۳۴ سـاله آمریکایی این نسـبت به ۲۷ درصد رسـیده اسـت. جهان جدید خسته است از تک‌صدایی رسانه‌های جریـان اصلـی و در ایـن میان دنبـال صدایی دیگر می‌گـردد؛ صدایی که بدیل این لحن یکجانبه ۳۰ ساله باشد و نخواهد بدیهیات را با کیمیاگری در کلمـات و تصاویر کتمان کند.

الجزیره در این لحظه مهم تاریخی توانسـت بدرخشـد و همان صدای بدیل باشد. مواضع این شبکه که جزء اصول آن بودند، از ابتدا حمایت از فلسطین در چهارچـوب ملی‌گرایـی عربی و امت‌گرایی اسـلامی بود اما در این لحظه حساس که چنین مضامینی با احساسات انسانی و ضدیت علیه نژادپرستی پیوند خورده و میلیون‌ها نفر در جهان را به خشم آورده و در وضعیتی که به‌رغم لبریز شـدن صبر توده‌ها از یکجانبه‌گرایی زورگویانه بلوک سـرمایه، همچنان رسانه‌هایشـان همـان حرف‌هـای همیشـگی را این بار با لحنـی لجوجانه‌تر می‌زنند، الجزیره به‌مثابه روزنه‌ای درآمد که باز شد تا از آن سیل به راه بیفتد.

حرفه‌ای‌های رسانه چگونه اخبار غزه را پوشش دادند؟

مریم فضائلی
خبرنگار

نزدیک به ۱۰۰ روز از آغاز طوفان الاقصی می‌گذرد. جنگی که از سال ۱۹۴۸ آغاز شد و حالا بعد از ۷۵ سال، در میدانی وسیع‌تر این نبرد با صهیونیست‌ها ادامه دارد. در وضعیتی که سازمان‌های جهانی چشم‌ها و گوش‌های خود را در قبال جنایت انسانی در غزه بسته‌اند، اهمیت رسانه برای انتشار واقعیت بیشتر قابل درک است. شبکه‌های المیادین و الجزیره، جزء رسانه‌های مهم و اثرگذاری بودند که در پوشش بحران غزه، نقش‌آفرینی کردند و مرجع انتشار اخبار و وقایع مهم این منطقه بودند. آنچه می‌خوانید بازخوانی شیوه‌های بازنمایی و پوشش چند نمونه از اتفاقاتی است که در صد روز اخیر رخ داده است.

آتش‌بس و تبادل اسـرا

یکی از وقایع مهمی که طی این جنگ رخ داد و جهانیان را متوجه اتفاقات غزه کرد، تبادل اسرای فلسطینی با زندانیان رژیم صهیونیستی بود. براساس آمار صهیونیست‌ها در جریان طوفان الاقصی، نزدیک به ۲۵۰ نفر اسیر شدند که ده‌ها نفر از این تعداد طی آتش‌بسی به مدت هفت روز با ۷۸۰۰ اسیر فلسطینی، مبادله شدند. دو رسانه المیادین و الجزیره در ایام آتش‌بس، علاوه‌برگزارش وقایع با کارشناسانی در نقاط مختلف جهان ارتباط گرفتند. در پنجمین روز آتش‌بس، المیادین از گذرگاه رفح، رام‌الله، زندان عوفر و بیتونیا گزارش زنده پخش کرد و به صورت همزمان با کارشناسانی در قدس اشغالی گفت‌وگو کرد. صفحه نمایش این شبکه به شش قسمت تقسیم شده بود و لحظه به لحظه از نقاط حساس در غزه و فلسطین اشغالی گزارش می‌داد. در سومین مرحله از فرآیند تبادل اسرا، المیادین پوشش ویژه داشت و با انتشار تصاویری از تبادل اسرا با کارشناس‌هایی در کانادا، استانبول و رام الله به گفت‌وگو نشست.

همراهی یمن با فلسـطینی‌ها

یکی از ویژگی‌های تحلیل‌هایی که در رسانه الجزیره انجام می‌شود، به کارگیری کارشناسان بین‌المللی برای ارائه تحلیل‌هایی فراتر از یک نبرد نظامی بود. برای مثال بعد از روز ۱۹ اکتبر (۲۸ آبان)، با گرفتن اولین کشتی صهیونیست‌ها توسط یمن، این کشور بیانیه‌ای داد و اعلام کرد: کشتی‌هایی که پرچم رژیم صهیونیستی دارند یا مورد استفاده شرکت‌های اسرائیلی هستند یا مالکیت آنها متعلق به شرکت‌های اسرائیلی است، توقیف یا مورد هدف قرار می‌گیرند. از آن زمان الجزیره ضمن پوشش اخبار توقیف این کشتی‌ها به ابعاد دیگر این موضوع هم پرداخت. برای مثال در مقاله‌ای به پیامدهای اقتصادی تصرف کشتی‌ها توسط حوثی‌ها (جریانی سیاسی و مسلحانه از شیعیان زیدی یمن) اشاره شد و ابعاد این حادثه را در فضایی فراتر از اتفاقات غزه مورد بررسی قرار داد. جدا از تحلیلی‌هایی که در این دو رسانه ارائه شد، ارسال تصاویری از تظاهرات گسترده مردم یمن در صنعا، آینه تمام‌نمایی از یک نبرد منطقه‌ای را به نمایش گذاشت. المیادین هم علاوه‌بر گزارش‌هایی که از اتفاقات یمن داشت، گزارش جالبی منتشر کرد که مورد توجه قرار گرفت. در این گزارش سراغ جوان‌های فلسطینی رفت که از مردم یمن برای حمایت از آنها تشکر کردند.

حضور در مناطق مسـتعد نبرد

از آغاز جنگ غزه تاکنون نظامیان صهیونیست با یورش به مناطق مختلف کرانه باختری، حدود ۲۰۰ فلسطینی را به شهادت رسانده‌اند. اردوگاه الفارعه در جنوب طوباس یکی از نقاطی است که عمدتا مورد هجوم صهیونیست‌ها قرار می‌گیرد. نکته قابل تامل این است که لحظات اولیه یورش نظامیان صهیونیست در روز شنبه ۱۳ ژانویه، از دیدرس دوربین الجزیره خارج نشد. خبرنگار الجزیره در حال تهیه این گزارش بود و صدای انفجار و درگیری بین نیروهای مقاومت و نیروهای اسرائیلی در دیگر نقاط اردوگاه شنیده می‌شد. اینکه دوربین الجزیره در این نقطه از کرانه باختری قرار داشت، بی‌ارتباط با حوادث دو هفته پیش این اردوگاه نبود. در ۱۹ دسامبر (۲۸ آذرماه) هم چهار جوان فلسطینی در این اردوگاه به شهادت رسیدند و درگیری‌ها همچنان ادامه دارد.

پوشـش واقعیت با رصد فضای مجازی

۱۰ روز بعد از شروع جنگ، در روز ۱۷ اکتبر (۲۵ مهر)، اسرائیل با زدن بیمارستان المعمدانی بیش از ۶۰۰ غیرنظامی را به شهادت رساند. بعد از این اتفاق، درحالی‌که اسرائیل سعی داشت این اتفاق را برخورد یک راکت فلسطینی در غزه نشان بدهد و به نوعی این اتفاق را گردن نگیرد، الجزیره در گزارشی به ابعاد مختلفی این ماجرا اشاره کرد و به بررسی واکنش‌های جهانی نسبت به این واقعه پرداخت. برای مثال مدت کوتاهی پس از بمباران بیمارستان، اکانت‌های کاربران اسرائیلی مسئولیت بمباران بیمارستان را برعهده گرفتند که ازجمله این حساب‌های کاربری می‌توان به اکانت حنانیا نفتالی، سخنگوی رسانه‌های دیجیتال ارتش اسرائیل اشاره کرد که در توییتی نوشت: «نیروی هوایی اسرائیل یک پایگاه حماس را در داخل بیمارستانی در غزه بمباران کرد و تعدادی از تروریست‌ها کشته شدند.» البته حنانیا به سرعت این توییت را حذف کرد و در توییت دیگری اظهار داشت: «پیشتر خبری در رویترز منتشر کرده بودم که در مورد بمباران بیمارستان غزه منتشر شده بود و در آن به اشتباه گفته شده بود که اسرائیل بیمارستان را بمباران کرده است. من به اشتباه به اشتراک گذاشتم.» همچنین حساب‌های کاربری دیگری مثل اسرائیل بالعربیه، افیخای ادرعی و چند اکانت اسرائیلی دیگر هم ازجمله کاربرانی بودند که دچار خطای محاسباتی شده و در همان لحظات اولیه حمله صهیونیست‌ها به بیمارستان المعمدانی، این جنایت هولناک را فاش کردند و این فاش‌گویی از دید رصدگران فضای مجازی شبکه الجزیره دور نماند.

پوشش دادگاه لاهه

الجزیره در گزارشی با تیتر «دادگاه لاهه و جنگ غزه، مراحل دادخواهی و نتایج احتمالی آن» به ابعاد گوناگون این دادگاه اشاره کرد. در ۱۱ و ۱۲ ژانویه ۲۰۲۴، دادگاه بین‌المللی دادگستری در لاهه جلساتی را برای بررسی پرونده طرح شده توسط آفریقای جنوبی تشکیل داد. در این پرونده حمله نظامی صهیونیست‌ها به نوار غزه مورد بررسی قرار گرفت که در آن مقامات صهیونیست متهم به ارتکاب نسل‌کشی شدند. آفریقای جنوبی ادعای خود را بر این واقعیت استوار کرده بود که هزاران فلسطینی در نوار غزه به‌طور دسته جمعی کشته و آواره شدند و خانه‌های آنها ویران شده است. الجزیره و المیادین ضمن پوشش اخبار این رویداد، تصاویری از مقابل این دادگاه بین‌المللی منتشر کردند که معترضان به نسل‌کشی، در حمایت از مردم غزه، با پرچم فلسطین حضور داشتند.

الجزیره چگونه متولد شد، چگونه صعود کرد؟

در آخرین دهه از قرن بیستم میلادی بود که شهروندان کشورهای عربی برای اولین بار شاهد ورود یک میهمان ناخوانده به خانه‌های خود بودند. میهمانی که بدون اجازه دولت‌های عربی به خانه‌ها آمده بود. دولت‌هایی که عادت داشتند رسانه‌ها را زیر سلطه خود داشته باشند و محتوایشان را بدون هیچ گونه اغماضی بررسی کنند. گرچه کشورهای غربی از سال‌های دهه ۶۰ میلادی وارد دنیای ماهواره‌ای شده بودند، باقی کشورها عمدتا سه دهه پس از آن به این مرحله مهم از تکنولوژی و تاثیرات آن بر مسائل اجتماعی و اقتصادی پا گذاشتند. پروژه ماهواره «عرب ست» را می‌توان یکی از مهم‌ترین پروژه‌های عربی موفق در ورود به دنیای ماهواره‌ها دانست که به «آسمان‌های باز» معروف شد. ازجمله کشورهای موفق دوران جدید در عرصه دیپلماسی، قطر بود که به‌رغم محدودیت‌های یک کشور کوچک توانست در سیاست خارجی موفقیت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای گوناگونی به‌دست بیاورد. یکی از اصلی‌ترین عواملی که قطر را به این موفقیت‌ها رساند دیپلماسی عمومی یا همان دیپلماسی رسانه‌ای بود. امیر حمد بن خلیفه آل‌ثانی که در سال ۱۹۹۵ با کودتایی آرام پدرش را از سلطنت خلع کرده بود در سال ۱۹۹۶ با تشکیل شورایی هفت‌نفره از وزارتخانه‌های گوناگون دستور تاسیس شبکه الجزیره را صادر کرد. درواقع حضور قطر در صحنه بین‌المللی در دهه ۹۰ با انجام فعالیت‌های رسانه‌ای صورت گرفت. منحل کردن وزارت اعلام یا «وزارت تبلیغات» در قطر با عنوان این موضوع که اعمال سانسور و نظارت بر مطبوعات پس از روی کار آمدن شیخ حمد دیگر ضرورت ندارد یک فضای باز سیاسی و در نتیجه آزادی بی‌سابقه‌ای را برای رسانه‌های گروهی به ارمغان آورد. پدیده رفع موانع و نظارت بر مطبوعات در این منطقه به‌ویژه در شرایط ملتهب و بحران‌زای حاصل از اشغال کویت توسط رژیم عراق گام بزرگ و مهمی به شمار می‌رفت. درحقیقت مورد شبکه الجزیره روندگذاری را برجسته می‌کند که شیخ حمد بن خلیفه آل‌ثانی از زمان به قدرت رسیدن خود در سال ۱۹۹۵ آن را اجرا کرد و با ایجاد میزانی از آزادسازی سیاسی که در میان کشورهای عربی منطقه خلیج‌فارس بی‌سابقه بود، اعتبار قابل ملاحظه‌ای یافت. حرکت برای تاسیس الجزیره از تمایلی ساده برای متناسب کردن سیاست‌های قطر با الگوهای کلاسیک توسعه ناشی نمی‌شد بلکه به‌صورت اساسی با حفظ قدرت و احیای مشروعیت خاندان آل‌ثانی در ارتباط بود. این شبکه خبری به‌درستی هدف خود را تاثیر بر ملت‌های عرب زبان انتخاب کرد تا پس از فقط پنج سال به مهم‌ترین شبکه خبری عربی تبدیل شود. الجزیره در این میان چند خوش‌اقبالی استثنایی هم داشت یا بهتر است گفته شود آنها توانستند از چند موقعیت پیش‌آمده در جهان پیرامون‌شان بهترین استفاده‌ها را کنند. چند مورد اساسی و اصلی از خوش‌اقبالی‌ها از این قرار هستند.

۱. توسعه میادین گاز طبیعی قطر و تسریع در روند برداشت و فروش این منابع و کسب درآمدهای سرشار دولتی برای سرمایه‌گذاری در زمینه‌های مختلف، دست حکومت را برای حمایت از الجزیره حسابی باز کرد.

۲. درپی پخش تلویزیونی مراسم تشییع جنازه یکی از شاهزادگان سعودی در شبکه تلویزیونی Orbit، دولت عربستان که تامین‌کننده مالی تلویزیون مذکور بود، اقدام به فسخ قرارداد خود کرد. این اقدام دولت سعودی باعث بیکاری پرسنل عرب تلویزیون اوربیت شد. شبکه الجزیره که در ابتدای راه بود، با استفاده از این فرصت طلایی با وعده کار توأم با آزادی عمل و دستمزد بالااقدام به جذب این نیروها کرد.

۳. تعطیلی بخش عربی BBC باعث شد خبرنگاران و گزارشگران عرب آن شبکه به کمک یک روزنامه‌نگار فلسطینی، جذب شبکه الجزیره شوند. اینها افرادی باتجربه و زبده بودند. این امر حتی این شبهه را ایجاد کرد BBC در تشکیل الجزیره نقش اصلی را ایفا کرده است. البته بخش عربی BBC در اکتبر ۲۰۰۵ مجددا راه‌اندازی شد. وقتی این سه مورد را که خوش‌اقبالی‌های الجزیره در بدو تاسیس بوده‌اند از نظر می‌گذرانیم، توجه به نکاتی که طریقه بهره‌برداری حاکمان قطر از این موقعیت‌ها را توضیح می‌دهد هم مهم است؛ اینکه خوش‌اقبالی و بداقبالی درطول دوره‌های تاریخی برای هر دولت و حکومتی پیش می‌آید و نحوه مواجهه با آنهاست که تعیین‌کننده به‌نظر می‌رسد، پس باید توجه کنیم که ۱- توسعه میادین گازی و افزایش سرمایه‌های دولتی باعث حمایت دولت قطر از الجزیره شد نه دخالت در آن. به‌عبارتی حاکمیت قطر با تعیین خط‌مشی‌های کلی، جزئیات امور را به متخصصان این زمینه سپرد و دست‌شان را در انتخاب لحن و پرداختن به جزئیات باز گذاشت.

۲- جذب نیروهای شبکه اوربیت از یک‌سو و نیروهای BBC عربی از سوی دیگر و استخدام آنها در الجزیره که سیاستی کاملا متفاوت و مغایر با دولت‌های سعودی و بریتانیا داشت، عملی هوشمندانه بود. درحقیقت این عوامل رسانه‌ای توانستند به استخدام یک‌سری سیاست‌های رسانه‌ای جدید دربیایند و مهارت‌هایشان را در خدمت گفتمان جدید قرار دهند.

داستان صعود الجزیره

پخش ماهواره‌ای شبکه الجزیره به‌عنوان اولین شبکه خبری تخصصی عرب‌زبان در اول نوامبر ۱۹۹۶ برای مدت شش ساعت در روز انجام گرفت. در آغاز سال ۱۹۹۷ زمان پخش این شبکه به ۹ ساعت و سپس ۱۲ ساعت در همان سال افزایش پیدا کرد تا اینکه سرانجام در اول فوریه ۱۹۹۹ پخش الجزیره شبانه‌روزی شد. الجزیره هدفش این بود از طریق پخش آگهی تا سال ۲۰۰۶ به خودکفایی مالی برسد، اما زمانی که رفته‌رفته مشخص شد در رسیدن به این هدف ناکام خواهد ماند، در سال ۲۰۰۱ امیر قطر با ادامه اعطای یارانه بر مبنای سالانه ۳۰ میلیون دلار به این شبکه موافقت کرد. در آغاز الجزیره کوشید به‌وسیله عرضه دیدگاه‌های متضاد در ارتباط با برخی کشورهای حوزه خلیج فارس ازجمله عربستان سعودی، بحرین و خود قطر و همچنین رابطه سوریه با لبنان و قوه‌قضائیه مصر، موجب جذب بیشتر بینندگان خود شود. برنامه مستندی که نمایش لحظه‌به‌لحظه از جنگ داخلی لبنان در سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۰۱ بود، باعث جهش نرخ بینندگان این شبکه شد، اما این هم نتوانست الجزیره را به هدف‌گذاری‌هایش برساند تا اینکه در اواخر سال ۲۰۰۶ سخنرانی ویدئویی رهبران القاعده را پخش کرد و به شهرت جهانی دست یافت. در این مقطع زمانی، همای بخت و اقبال با الجزیره همراه و سبب شد نام و آرم الجزیره روی گیرنده‌های اروپا و آمریکا و دیگر نقاط جهان نقش ببندند. هنگامی که شبکه CNN دفتر خبری خود را در کابل به‌دلیل کمبود خبر و عدم سودآوری تعطیل کرد، الجزیره در افغانستان یکه‌وتنها ماند. پس از واقعه ۱۱ سپتامبر و متعاقب آن حمله آمریکا به افغانستان، الجزیره حاکم بلامنازع انتشار خبر از افغانستان به سراسر جهان شد و گزارش‌هایش به‌سرعت به‌عنوان تنها منبع خبری قابل‌قبول از افغانستان، مورد پذیرش و خواست جهانیان قرار گرفت. مصاحبه و ارسال پیام‌های پی‌درپی سران القاعده، به‌خصوص بن‌لادن، سود سرشاری را نصیب این شبکه کرد. الجزیره بابت فروش هر دقیقه از نوار پیام‌های بن‌لادن مبلغ ۲۰ هزار دلار از خریداران مطالبه می‌کرد و این درحالی بود که بودجه سالانه آن ۶۰ میلیون دلار برآورد می‌شد. این موفقیت‌ها با پوشش حمله آمریکا به عراق، جنگ ۳۳ روزه لبنان و موارد دیگر ادامه یافت و با وقوع تحولات شمال آفریقا و غرب آسیا و بهار عربی شکوفا شد. در این زمان با وجود اینکه برخی کشورهای عربی اساسا میزبان دفاتر و نمایندگی‌های الجزیره نبودند، این شبکه به موفقیت‌هایش ادامه داد. در تونس درست مدتی پیش از شکل‌گیری اعتراضات، دولت بن‌علی دفتر الجزیره را بست و روابط خود با دولت قطر را متوقف کرد، اما این شبکه با سماجت و اعتمادبه‌نفس تمام از پایگاه‌های اینترنتی، به‌خصوص فیسبوک و توییتر برای کسب خبر استفاده کرد. شهروندان تونسی که منافع خود را با الجزیره همسو می‌دیدند، همکاری فراوانی با این رسانه داشتند. زمانی که شبکه‌های مهم منطقه‌ای و جهانی مثل العربیه و بی‌بی‌سی از کنار اعتراضات محدود دانشجویی گذشتند، الجزیره از آنها به‌عنوان جرقه‌ای برای شعله‌ورکردن حرکت‌های انقلابی استفاده کرد. محبوبیت الجزیره میان ملت‌های عرب باعث شده این شبکه بتواند حتی درصورت مواجهه با محدودیت‌های دولتی از همکاری‌های مردمی برای گذر از این محدودیت‌ها استفاده کند. چند نکته را می‌توان با مرور تاریخچه صعود الجزیره دریافت که همگی واجد اهمیت هستند؛ اولین نکته لزوم حمایت دولتی از رسانه‌ها، به‌خصوص رسانه‌های خبری و تحلیلی است. این حمایت البته درحالی می‌تواند مفید واقع شود که باعث دخالت در جزئیات نشود. الجزیره در مقاطعی توانست حتی به سوددهی مالی هم برسد، اما اگر از ابتدا روی واژه‌هایی مثل «رسانه بخش خصوصی» بیش از اندازه تاکید می‌کرد، اساسا به این جایگاه نمی‌رسید. نکته دوم سرمایه‌گذاری بلندمدت این شبکه روی مناطق و موضوعاتی است که برای باقی رسانه‌ها کم‌اهمیت به‌نظر می‌رسند. موردی مثل افغانستان مثال خوبی برای این قضیه است. معمولا سفارش‌دهندگان دولتی درخصوص چنین مواردی صبور نیستند و این صبر را از جانب متخصصان می‌آید. اگر شیوه برخورد مسئولان با رسانه‌ها صرفا حمایت باشد و نه دخالت، خود اصحاب رسانه چنین صبری به خرج خواهند داد و احتمالا به جاهای خوبی می‌رسند. نکته دیگر درباره الجزیره که البته باید آن را در بخشی جداگانه مورد بررسی قرار دهیم، بدیل بودن آن برای گفتمان سایر رسانه‌هاست. الجزیره همیشه حرفی را می‌زند که بقیه نمی‌گویند و جایی می‌ایستد که حتی وجود آنجا توسط باقی رسانه‌ها انکار می‌شود. این شبکه اساسا تابوشکن است، برخلاف مشی باقی حاکمان عرب موضع می‌گیرد و اخبار جنوب جهانی را بیشتر از بلوک شمال پوشش می‌دهد.

ادامه در صفحه ۱۳

اول باید تکلیف‌مان را با خودمان معلوم کنیم

محسن یزدی
فعال رسانه

۱ یک فرقی بین ما و رسانه‌هایی مثل الجزیره وجود دارد، آنها در حوزه‌های خارجی مرزهای خودشان فعالیت می‌کنند. الجزیره در جهان عرب فعالیت می‌کند و کارکرد داخلی آنچنان ندارد اما رسانه‌های ما کارکرد اول‌شان بیشتر به داخل کشور برمی‌گردد. البته تجربه‌های خوبی با پرس تی‌وی در حوزه خارجی داشته‌ایم اما قدرت‌های بزرگ توانایی این را دارند که ما را محدود کنند تا بروز جهانی نداشته باشیم. ضمن اینکه بروز جهانی ما به چند مورد خاص محدود می‌شود.

۲ اگر ما بخواهیم دیگران را اقناع کنیم این امر روندی دارد. بعضی‌ها می‌گویند اقناع را باید از داخل شروع کرد که به‌نظرم حرف درستی است. نمی‌شود یک رسانه داخلی داشت که از امکان اقناع برخوردار نباشد اما یک شبکه خارجی داشته باشید که مخاطب را اقناع کند. اگر مواردی هم پیش‌بیاید موارد مقطعی است. مهم این است فرهنگ و اقتضائات اقناع را بپذیریم و به آن پایبند باشیم. بگذارید مثالی بزنم، ما در میدان در منطقه قوی هستیم و این را همه می‌گویند، چون ما اقتضائات کار در منطقه را پذیرفته‌ایم و به آن پایبند بوده‌ایم. شهید حاج‌قاسم سلیمانی فقط با شیعیان کار نمی‌کرد، با اهل سنت، شاخه‌های مختلف اهل سنت، ایزدی‌ها و... کار می‌کرد. برخی گروه‌هایی که حتی ما آنها را کافر می‌دانیم؛ شهید سلیمانی با آنها کار می‌کرد. دلیلش هم این بود که اقتضای کار یک حرکت وسیع منطقه‌ای این است که شما بتوانید با همه ارتباط برقرار کنید؛ چه در جهات منافع خودتان چه گروه مقابل، و همین می‌شود که یک اتفاق فوق‌العاده در منطقه شکل می‌گیرد اما در رسانه هنوز این اتفاق نیفتاده است.

۳ ما به اقتضائات رسانه توجه نکرده‌ایم؛ اقتضائات مخاطب را توجه نکردیم. همیشه می‌گوییم ما پیامی داریم که برای همه دنیا تازه است اما این پیام کجاست؟ حتما این پیام وجود دارد اما چگونه گفتنش هم مهم است. ما مدام به مخاطب می‌گوییم پیام داریم که البته همین گفتن را هم درست نمی‌گوییم. رسانه یک محتوا و یک فرم دارد. چطور باید بگوییم مخاطب اقناع شود. با حرف‌های کلی که نمی‌توانید مخاطب را اقناع کنید. ممکن است مخاطب در شرایطی با شما همراه شود ولی به‌سرعت از دست می‌رود، چون رسانه‌مان آنقدر نیست که بتوانیم او را نگه داریم. فکر می‌کنیم آن رسانه مثل یک بلندگو است که باید مدام پیام‌ها را داخل آن بگوییم و همه باید باور کنند و آن کسی که باور نمی‌کند، خسران کرده است.

۴ اتفاقی که در غزه درحال رخ دادن است، یک اتفاق مهم تراژیک است. یک شرایط عیان ضدانسانی است. اما همین را عمدتا نمی‌توانیم در رسانه‌های داخلی برای همه مردم جا بیندازیم. آیا اتفاق کوچکی است؟ حتما نه. آیا ابعاد آن نامعلوم است؟ نه، با این رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی هم کوچک‌ترین مورد در این جنگ مشخص است. نکته اینجاست کاری را باید انجام می‌دادیم که ندادیم، مثلا در حوزه نظامی همه می‌پذیرند زمانی ما سیم خاردار نداشتیم و الان به این دستاوردهای بزرگ رسیدیم و همه این را می‌پذیرند. طبیعی است این پیشرفت زمان می‌خواهد. هزینه دارد. آزمون و خطا دارد و همه می‌پذیرند. رسانه هم این‌طور است. شما باید در این حوزه از نقطه‌ای به نقطه دیگر برسید. خیلی‌ها در رسانه ایده‌آل‌گرا هستند. چهارچشمی رسانه را زیرنظر می‌گیرند تا هیچ خطایی نکند باید با سعه‌صدر با رسانه برخورد شود. البته این سعه‌صدر هم باید مشخص باشد. آزمون و خطا در این حوزه باید نتیجه‌اش فرمولی باشد که بتوانیم در حوزه رسانه درست رفتار کنیم و به تامین منافع ملی برسیم.

۵ گمان می‌کنم اهمیت رسانه در بین تصمیم‌سازان و مسئولان واقعا در حد حرف است و ما این را نپذیرفته‌ایم. رسانه اگر منفعتی دارد، هزینه هم دارد. البته منظور از هزینه، هزینه مالی نیست. این رسانه اقتضائاتی دارد. نمی‌شود شما در یک مورد حرف بزنید و مورد دیگری را که به نفع‌تان نباشد، اجازه ندهید تا رسانه در موردش صحبت کند یا اگر حرف بزنند، برایش دردسر درست و محدودش کنید یا اینکه در زمان بحران رسانه اجازه حرف زدن نداشته باشد و حرف زدن را منوط به اجازه از این شورا و آن نهاد مختلف کنید.

ما کشوری با شرایط و ساختارهای سیاسی خودمان هستیم. من معتقدم حاکمیت باید تکلیفش را با رسانه مشخص کند. اگر قرار باشد پیشرفتی حاصل شود باید از رسانه حمایت شود. البته این حمایت به آن معنا نیست که هر کسی، هر کاری خواست انجام بدهد. ما همیشه آزمون و خطا می‌کنیم اما از اسمش می‌ترسیم باید برای رسانه در شرایطی آزمون و خطایی انجام شود تا به فرمولی برسیم. قبل از همه این موارد باید اول تکلیف‌مان را معلوم کنیم که رسانه موثر می‌خواهیم یا خیر. نسبت رسانه با شورای عالی امنیت ملی، نسبت رسانه با نیروهای مسلح، نسبت رسانه با دولت و نهادها و... مشخص باشد و باید تکلیف‌مان را با رسانه مشخص کنیم. آیا رسانه یک جای حرف گوش‌کن مانند روابط عمومی است یا یک جایگاه ویژه است و شخصیت خودش را دارد؟

۶ رسانه هم باید خودش درکنار مواضعی که دارد، بایستد. مسئولان رسانه نباید از کارشان کوتاه بیایند. صادقانه آن چیزی را که فکر می‌کنند، درست و در جهت منافع کشور است، انجام دهند.

صداوسیما در ابتدای حضور آقای جبلی، چند حرکت رسانه‌ای خوب انجام داد، اما چرا اینها ادامه پیدا نکرد و جریان نشد. بخشی مربوط به فشارهای بیرونی است. در مورد این فشارهای بیرونی باید تامل کرد و نباید اجازه داد فشارهای بیرونی رسانه را مجبور به تصمیم‌گیری کند. این به مفهوم خودسری و تک‌روی نیست. به این معناست که در جنگ رسانه‌ای، رسانه ما باید قدرت اقدام داشته باشد. ضمن اینکه آن فرمانده هم باید کارش را درست انجام بدهد. به‌نظر می‌رسد امروز رسانه ما به جهت ضعف‌های خودش و مشکلات بیرونی که تحمیل می‌شود دچار ضعف و رکود است. حرکت‌هایی انجام‌شده که مقطعی و کوتاه‌مدت بوده است. برای حل اینها اول باید خودمان تکلیف‌مان را با رسانه مشخص کنیم.

در عصر شبکه‌ای بودن امور و تنوع رسانه‌ای چه چیزی می‌تواند باعث تمایز رسانه‌ای شود؟

زمانی برای مستی تحریریه‌ها

محمدصادق علیزاده
روزنامه‌نگار

تصور ما از تلویزیون یا رسانه خبری چیزی شبیه همینی است که الان داریم؛ یک خبرنگار که برای پوشش یک رویداد عازم مکانی می‌شود و پوشش خبری را انجام می‌دهد و برمی‌گردد. حال این خبرنگار ممکن است به اقتضای کارش که مثلا در تلویزیون باشد یک تصویربردار هم همراهی‌اش کند. در نهایت هم خروجی تحویل پخش می‌شود یا زنده یا تولیدی و تمام! واقعیتش را بخواهید اما کمیت این الگوی کلاسیک و البته عقب‌مانده رسانه‌ای بدجور در بزنگاه‌ها لنگ می‌زند. هرچند هنوز هم تازگی و حضور مستقیم و میدانی خبرنگار و رسانه اهمیت مضاعفی دارد اما برخلاف دیروز، ماموریت امروز رسانه‌ها با اتمام حضور در میدان تمام نمی‌شود و اینجاست که بوی الرحمن رسانه‌های خبری ما به طور عام و رادیوتلویزیون ما به طور خاص بلند می‌شود.

حضور میدانی در میدانی مانند غزه -که البته رسانه ما در این فقره هم عملا غایب بود بنا به دلایل موجه یا ناموجه- تنها نقطه شروع و بخشی از فرآیند پرداخت رسانه‌ای یک رویداد است؛ رویدادی که با عملیات ۷ اکتبر آغاز شده و با حمله وحشیانه صهیونیست‌ها تداوم یافته و هنوز هم ادامه دارد. این رخداد حتما نیازمند حضور میدانی خبرنگار و نماینده رسانه در متن میدان است. مساله اما اینجاست که قضیه در این نقطه ختم نمی‌شود. بخش مهمی از عملکرد رسانه‌های مهم دنیا چه آنها که مانند الجزیره و المیادین در سمت ما ایستاده بودند چه آنهایی که مانند سی‌ان‌ان یا حتی رسانه‌های اسرائیلی که آن سوی میدان ایستاده بودند محدود به حضور میدانی نبود.

درست است که پرداخت رسانه‌ای این رسانه‌ها با حضور میدانی سرپنجه‌های خبری آنها در میدان شروع می‌شد اما این حضور میدانی و خط خبری باید تداوم محتوایی داشته باشد. این تداوم و پرداخت رسانه‌ای در تحریریه‌هایی انجام می‌گرفت که داده‌های خام میدانی را برای مخاطبی که در آن زمان و مکان و جغرافیا حضور ندارد قابل لمس و حس می‌کرد. سپهر و مصرف رسانه‌ای مخاطب امروز مانند سه یا دو دهه قبل نیست. به‌همین دلیل هم در لحظات اول یک رویداد او از نفس «رخداد» مطلع می‌شود. این هرگز به معنای کشیدن خط بطلان بر حضور میدانی رسانه نیست. صحبت آنجاست که محدود ماندن در چنین نقطه‌ای هیچ آورده‌ای برای رسانه رسمی ندارد. او اگر خودش هم بخواهد توان رقابت با شبکه‌های اجتماعی را ندارد. پس رقابت در سرعت انتشار رخداد و صرف «مطلع کردن» مخاطب برای رسانه رسمی یک زمین بازی سوخته است. فرآیند پرداخت رسانه‌ای در عصر فعلی یعنی ترسیم و تنظیم یک چهارچوب ناگفته و نامرئی تحلیلی در ذهن مخاطب. این کار هم باعث می‌شود مخاطب از گمراهی تحلیلی بیرون آید و هم در میان انبوه دیتاهای بعدی که روزانه از گوشی هوشمند تلفن همراه تا رادیو و تلویزیون و سایر رسانه‌ها به ذهن و روان او هجوم می‌آورند آلیس در سرزمین عجایب‌وار گم نشود و هر دیتایی جای خودش پیدا کند.

نقطه تمایز رسانه رسمی

دقیقا همینجاست که رسانه رسمی کارکرد می‌یابد و دقیقا همینجاست که دیگر دست شبکه‌های اجتماعی به رسانه رسمی نمی‌رسد و دقیقا همینجاست که راه امثال الجزیره و المیادین و سی‌ان‌ان و رسانه‌های اسرائیلی از صداوسیما و سایر رسانه‌های خبری ما جدا می‌شود. خبر در صداوسیما و حتی در سایر تریبون‌های رسمی رسانه‌های ما محدود به مرحله «پوشش واقعه» مانده و قدمی جلوتر نیامده. خیلی که هنر کنیم نهایتا با یک ویدئووال یا مانیتورهای بزرگ، تصاویر و ویدئوهای هزار بار دست به دست شده در شبکه‌های اجتماعی را روانه آنتن و خروجی کنیم. آن سوی ماجرا اما الجزیره و سی‌ان‌ان و المیادین و رسانه‌های اسرائیلی در این نقطه نمانده‌اند.

حضور میدانی در کنار وجود تحریریه‌های متخصص تولید محتوا در میان و حتی درازمدت باعث می‌شود مخاطب این رسانه‌ها در پیگیری رخدادی مانند درگیری فلسطین و اسرائیل، متوقف به دیدن چندباره صحنه‌های خون و خونریزی و هزار بار تکرار صرف نماند و آرام آرام با وجوه دیگری از این رخداد در چهارچوب‌های بزرگ‌تر اقتصادی، ژئوپلیتیکی، فرهنگی و حتی زیست‌محیطی آشنا شود. خروجی‌هایی که در قالب‌ها گوناگون رسانه‌ای از اینفوگرافی تا ویدئوموشن و گزارش مستندها و امثالهم به مخاطب عرضه می‌شود تا فرم و محتوا همپای یکدیگر جلو آیند. از این جهت می‌توان گفت بزنگاه درگیری اخیر در منطقه، زمانی برای به رخ کشیدن قدرت تحریریه‌ها و به عبارت شاعرانه‌تر مستی تحریریه‌ها بود.

امتداد خط خبری در تحریریه

این تحریریه‌های رسانه‌های خبری هستند که بعد از روایت اول رخداد، خط خبری را تداوم بخشیده و عرصه جنگ روایت‌ها را کنترل و فرماندهی و نظارت می‌کنند. کارشناسانی که در خط مقدم هزاران هزار دیتا و اطلاعات قرار گرفته، متناسب با فهم مخاطب موضوعات را اولویت‌بندی کرده، نیاز محتوایی او را تشخیص داده و در نهایت با اطلاعات و دیتای درست و با کمک فرمالیست‌های رسانه‌ای که در کنار تحریریه وجود دارند، خوراک محتوایی مخاطب را تامین می‌کنند. اینجا دقیقا همان نقطه‌ای است که باعث تمایز و دیده شدن کار امثال الجزیره و سی‌ان‌ان با صداوسیمای وطنی می‌شود.

نیروی تحریریه یعنی کسی که در عین داشتن تجربه پوشش لحظه‌ای رویداد اما از این موقف عبور کرده، در هیجان اولیه رخداد نمانده و به‌دلیل شناخت و نظام تحلیلی شخصی گسترده‌ای که دارد می‌تواند چهارچوب‌های نهان در پشت دیتاهای متعدد و متنوع را تشخص دهد و با روایت و قصه و فرم درست این الگوها را در اختیار مخاطب قرار دهد تا هم وجه سرگرمی او را تامین کرده باشند هم در میان هزاران اطلاعات و دیتا او را متوجه یک ساز و کار تحلیلی کند که با آن ساز و کار آرام آرام بتواند گلیم خودش را از اقیانوس اطلاعات متنوعی که در لحظه به او مخابره می‌شود بیرون بکشد. شخصا معتقدم در کنار همه ایرادها و نقدهایی که می‌توان به رسانه‌های خبری و صداوسیما وارد کرد -از نداشتن و فقدان خبرنگار توجیه در میدان گرفته تا نوع مدیریتی که فی‌المثل تشخیص ندهد نباید روی پخش زنده سخنرانی دبیرکل حزب‌الله لبنان که همین‌طور در حالت عادی‌اش صدای سخنران و مترجم روی هم است، صدای پخش زنده اذان را سوار کند- اما معضل و مشکل اصلی به قلب محتوایی‌اش باز می‌گشت. تحریریه‌ای که نه در مقام یک پوشش‌دهنده رویداد بلکه در مقام تیمی از کارشناسان خبری و رسانه‌ای که خودش صاحب تحلیل است و توانایی تشخیص سره از ناسره را داشته و با تفکیک دیتاها، می‌تواند اولویت‌بندی موضوعی کرده و الگوهای مرئی و نامرئی رخداد را برای مخاطب به تصویر بکشد. اتاق جنگ امروز، تحریریه‌ها هستند.

ادامه از صفحه ۱۲

یکشنبه ۲۴ دی ۱۴۰۲
شماره ۴۰۵۷
WWW.FDN.IR
FARHIKHTEGANDAILY

یکشنبه ۲۴ دی ۱۴۰۲
شماره ۴۰۵۷
WWW.FDN.IR
FARHIKHTEGANDAILY