

چطور می‌توان به تلویزیون مدد رساند

کمک به ترمیم رسانه ملی

محمدحسین سلطانی
خبرنگار

بخش مهمی از جنگ سر و صداست، کاری که اسرائیلی‌ها خوب بلدند. وقتی بند نافت را با ریختن خون مظلوم گره‌زده باشند، سفیدشویی عادتت می‌شود، آن‌ها با همین کارها فضای جنگ را بر هم می‌زنند و در چنین شرایطی حقیقت است که پنهان می‌شود. با این حال، لقمه‌ای که اکنون اسرائیل برداشته، به وضوح بزرگ‌تر از دهانش است و برای بلندین این لقمه سر و صدایش هم بیشتر شده. ساکنان تل آویو تمام تلاششان را کرده‌اند تا آب افکار جهانی را گل آلود کنند و در این فضا ماهی‌شان را بگیرند و مکانیسم فشار حداکثری را بر ایران تحمیل کنند؛ تکنیکشان چیست؟ به هم ریختن افکار در داخل و بیرون از ایران. حمله به صدا و سیما هم ذیل همین کانسپت تعریف می‌شود. آن‌ها این تکنیک را چند روز پیش از جنگ آغاز کردند. انداختن شایعه دستیابی ایران به سلاح اتمی و لزوم دفع این خطر اولین گزاره‌ای بود که اسرائیلی‌ها برای

یادمان نرود جنگ تماشاگر دارد

تصویر در جنگ مهم است. اسرائیلی‌ها سال‌هاست که پروپاگاندا کردن و تماشاگر گرفتن را یاد گرفته‌اند. سال‌هاست که تلاش کرده‌اند از صهیونیست‌ها ملت مظلوم بسازند. آن‌ها می‌دانند وقتی که جنگی رخ می‌دهد باید روی همان نقطه دست بگذارند. باید از خودشان تصویر مقتدر جبار بسازند یا مظلوم حامی حقوق بشر. اسرائیلی‌ها فضا را خوب می‌شناسند و می‌دانند باید با مخاطب هم چطور برخورد کنند. البته این را فراموش نکنیم که آن‌ها پس از طوفان الاقص در میان بخش اعظمی از مردم غرب و به خصوص اروپایی‌ها منفور شدند و هجمه رسانه‌ای عظیمی علیه‌شان به پا شد. حالا در این گیر و دار اسرائیل سعی دارد تصویر رسانه‌ای خود را بهبود ببخشد و ایران هم از طرفی باید فرصت به وجود آمده را غنیمت بداند و تصویر تجاویز اسرائیل را درست به تماشاگران نشان دهد، درست همان کاری که در زمان طوفان الاقصی رقم خورد و تلویزیون چند برنامه هم‌زمان را با حضور مهمانان خارجی تولید کرد، تا با واسطه آن‌ها و انتشار این محتوا در بستر رسانه‌های مجازی بتوانند پوشش‌های بزرگ تولید کنند و ذیل همین پوشش‌ها چهره واقعی اسرائیلی‌ها به مردم غربی نشان داده می‌شود.

حمله رژیم صهیونی به صداوسیما ممکن است مشکلاتی را در زیرساخت به وجود بیاورد که می‌توان با برون‌سپاری این مشکل را حل کرد. حتماً مهم‌ترین مسئله در این شرایط برون‌سپاری است. صدا و سیما به معنای ملی‌اش باید هم در میان تولیدکنندگان ملی باشد و هم برای مخاطبان. در شرایطی که کشور دچار بحران است، صداوسیما به عنوان بازوی اصلی جنگ نرم، باید از تمام

جنگ به کار بردند. ۳ و بیست دقیقه بامداد روز جمعه، وقتی اولین صداهای جنگ از طرف اسرائیلی‌ها بلند شد، رسانه‌هایشان هم به کار افتادند. در ایران اما واکنش‌ها هرچند کمی دیر اما حوالی شش و هفت صبح با جدیت پی گرفته شد. اسرائیلی‌ها شروع کردند به واکنش نشان دادن و سر و صدا راه انداختن در ایران و خارج از ایران، طرف ایرانی هم سعی می‌کرد اوضاعی را که اسرائیل در حال به هم ریختنش بود، آرام کند. صدا و سیما بر خلاف چند اتفاق قبلی که خبر دسته‌چندم را منتشر می‌کرد، این بار و از حوالی ساعت ۶ و ۷ صبح صدا و سیما با گزارش‌های میدانی، خبر اول را در دست گرفت. این اتفاق در روز بعد هم ادامه پیدا کرد و رسانه ملی تنها به اعلام خبرهای رسمی قانع نشد. برخلاف رویدادهای قبلی که تلویزیون منتظر می‌ماند تا اطلاعیه‌ها منتشر شود این بار، اخبار را به صورت دقیق و لحظه‌ای پوشش می‌داد. با این همه پوشش اخبار تنها یک بخش از کاری است که رسانه‌ها باید در وضعیت جنگی انجام دهند. وظیفه‌ای که انجام همان هم باعث شد اسرائیل احساس خطر کند.

ظرفیت‌های کشور استفاده کند. اینکه صرفاً به کارمندان خودمان متکی باشیم به کار شرایط جنگی نمی‌آید. همانطور که نیروی انتظامی از بسیج برای مدیریت شهرها کمک می‌گیرد، تلویزیون هم باید از ظرفیت‌های تمام رسانه‌های برخط استفاده کند و اصلاً فرصتی را بگذارد برای تولیدات آن‌ها در تلویزیون.

اسرائیل در چند روز اخیر به واسطه لابی رسانه‌ای خود در فاکس و سسی‌ان‌ان سعی دارد جو رسانه‌های آمریکایی را به نفع خود بچرخاند و از طریق لابی‌هایش در موضع مظلوم حامی حقوق بشر قرار بگیرد، در این بین فرایند ویرال‌سازی محتواهای رسانه‌ای در عرصه بین‌المللی اهمیت بسیار زیادی دارد، در چنین شرایطی حتی یک استوری از سمت چهره‌های مشهور بین‌المللی باعث می‌شود بازی به سمت طرف ما بچرخد، از طرفی بخش‌های خارجی‌زبان صدا و سیما هم باید بهتر و بیشتر کار انجام دهند و طیف مخاطبان‌شان را گسترش دهند. به نظر می‌رسد با توجه به شرایط تحریمی آنچه در شبکه‌های خارجی‌زبان اهمیت دارد تولید برنامه‌هایی است که بتواند در بسترهای انتشار جهانی همچون یوتیوب منتشر شود و موضع جمهوری اسلامی ایران را به جهان و به خصوص کشورهای عربی گسترش دهد. در این بین شاید نکته بسیار مهم، شرح جنگ به کشورهای همسایه باشد. کشورهایی که چشم‌انداز دقیقی نسبت به جنگ میان ایران و اسرائیل ندارند، حتی در کشورهایی مانند ترکیه، برخی از گروه‌های مردمی تفاوتی میان ایران و اسرائیل قائل نیستند که ناشی از ضعفی است که رسانه‌های ایرانی از خود نشان داده‌اند.

داوود نعمتی‌انارکی، عضو هیئت علمی دانشگاه صداوسیما:

یکپارچه‌سازی اجتماعی یکی از سه کارکرد رسانه است

شود بدون بزرگنمایی یا ایجاد ترس انجام شود.

یکی دیگر از کارهایی که این استاد ارتباطات پیشنهاد داد، مصاحبه با مسئولان امنیتی است. صحبت‌های مسئولان نظامی در این شرایط، برای مردم اطمینان‌بخش است. گفت‌وگو با فرماندهان نظامی برای توضیح شرایط دفاعی از کارهایی است که مردم را مطمئن می‌کند. حتی صحبت‌ها و اراده راهکار به مردم از طرف مسئولان بهداشتی-پزشکی هم می‌تواند تاثیرگذار باشد.

مرور گذشته و نشان دادن پیروزی‌ها خیلی می‌تواند به تقویت روحی مردم کمک کند. همچنین پخش تصاویر همبستگی مردم که صداوسیما خوب به این موضوع پرداخته، وجه دیگری از کارکردهای رسانه است. این همبستگی در تصاویر کمک‌رسانی‌ها هم دیده می‌شود. اخبار بایستی با تن صدای آرام و تصاویر کنترل شده گفته شود. تمرکز روی اخبار مثبت

رسانه‌های رسمی و رسانه‌های معیار باید به سمتی بروند که فضا و مردم را آرام کنند تا مسئولان امنیتی و نظامی بتوانند تصمیمات خودشان را به بهترین شکل اتخاذ کنند. در شرایط جنگی معیارهای رسانه‌ای باید توسط شورایی مثل «شورای عالی دفاع» که در زمان دفاع مقدس وجود داشت، تعیین شود و رسانه نباید به خودی خود جلوتر از ساختار و سیاست‌های امنیتی کشور حرکت کند، مثلاً در زمان

اتحاد، اتحاد، اتحاد

حفظ اتحاد در شرایط جنگی بسیار مهم است. این موضوع طبیعتاً برای کشوری که با اتحاد هشت سال جنگیده، چیز عجیبی نیست. با این حال شرایط اکنون با دهه شصت فرق کرده. عصر عصر رسانه است. در حال حاضر اسرائیل در نزد مردم منفور است و ملت ذیل مفهوم مملکت و وطن کنار هم قرار گرفته‌اند. قدمی که رسانه ملی می‌تواند در این بین بردارد، آوردن افرادی به تلویزیون است که موضعشان با موضع رسمی ایران یکی است. کسانی که در این چند روز هم بارها اعلام کرده‌اند که در این شرایط می‌توانند به تلویزیون بیایند و برای مردم برنامه‌سازی کنند. با این حرکت جو رسانه‌ای کشور مدیریت می‌شود. این کار را می‌توان با آوردن افرادی مثل رشیدپور که اعلام آمادگی هم کرده‌اند، شروع کرد. حضور آن‌ها می‌تواند مردم را پای تلویزیون نگه دارد و به جای آنکه اخبار از طریق کانال‌های زرد دنبال شود، از طریق مجریان مطرحی بیان شود که مورد پذیرش بخش‌های خاکستری جامعه هستند. مسئله جذب حداکثری برای تلویزیون، در حال حاضر دیگر رویکرد درآمذایی ندارد بلکه این یک حرکت استراتژیک است برای جلوگیری از نفوذ و مدیریت افکار عمومی در کشور. از طرفی دیگر تلویزیون باید در عرصه خبر هم، اخبار

حواسمان به بچه‌ها باشد

در همان ساعات ابتدایی آغاز جنگ، چند موشن گرافی و محتوای مجازی درباره نحوه چگونگی برخورد کردن خانواده‌ها با مسئله جنگ و مدل رفتاری‌شان با بچه‌ها منتشر شد، با این حال این وظیفه رسانه ملی است تا بتواند جو عمومی را در شرایط جنگی با تولید برنامه‌هایی با محوریت خانواده و مدیریت شرایط کودکان منتشر کند. تلویزیون باید بتواند تولید تولید برنامه‌هایی مناسب کودکان شرایط جنگی را به آن‌ها توضیح دهد و کارهایی که باید در این وضعیت انجام بدهند و بلد باشند را شرح دهد. از طرفی کاستن از ترس بچه‌ها نسبت به شرایط جنگی و تولید محتواهایی مناسب سن آن‌ها تا بشود از این وضعیت عبور کنند طبیعتاً کمک‌کننده خواهد بود. در اینجا هم استفاده از چهره‌های مطرح حوزه کودک و نوجوان می‌تواند کمکی باشد و بچه‌ها را از این سردرگمی دور کند. همچنین اطلاع دادن مداوم به والدین درباره دور نگه داشتن

خوب است بیشتر باشند؛ برای مثال عملیات‌هایی که انجام می‌شود، موفقیت‌هایی که وجود داشته. حوزه دیپلماسی هم از توجه زیادی باید برخوردار باشد؛ برای مثال کاری که صداوسیما برای پوشش سخنرانی وزیر امور خارجه داشت، کار درستی بود. حتی سخنرانی با سفرادر حوزه دیپلماسی می‌تواند اثرگذار باشد. همین نکته که مردم ببینند که نظام در عرصه دیپلماسی هم فعال است، جای توجه دارد. تولید برنامه‌های آموزشی هم بایستی مدنظر قرار داده شود؛ برای مثال در شرایط بمباران، به چه صورت پناه‌گیری انجام شود، مردم کجاها بروند؟ جای امن در منازل چگونه است. حتی به یادگیری کمک‌های اولیه هم بایستی توجه بشود. شعرهای امیدبخش در فواصل بین برنامه‌ها می‌تواند در راستای همین اهداف باشد. همچنین مصاحبه با روانشناسان برای مدیریت استرس جمعی افراد بسیار موضوع قابل توجهی است. استرس

جنگ با عراق به دلیل نبود تکنولوژی ارتباطی اخبار هوشناسی نیز می‌توانست جزء خبرهای نظامی محسوب شود. امروزه تکنولوژی‌های ارتباطی می‌توانند در مسیری حرکت کنند که مکانیسم‌های نظامی را خدشه‌دار کنند، یعنی در شرایط جنگی همه اعم از مخاطب و رسانه باید کاملاً جنگی تفکر کنند، مثلاً یک رسانه در این شرایط جنگی نباید به موضوعاتی بپردازد که باعث تشویش آذهان عمومی شود، رسانه

میدانی را متوقف نکنند. اطلاع‌رسانی سریع و منبع اول بودن هم در حال حاضر از نان شب برای تلویزیون واجب‌تر است. اینکه تلویزیون بتواند به سرعت شبهه‌های به وجود آمده در ذهن مردم را کنترل کند و به سرعت با آن‌ها برخورد کند، موضوع بسیار مهمی است که باید تا جای ممکن در دستور کار قرار بگیرد. از طرفی دیگر تلویزیون نباید فراموش کند که در صورت فرسایشی شدن جنگ باید بتواند، مردم را پای تلویزیون نگه دارد، و برای این کار چاره‌ای نیست جز تولید محتوای خلاقانه. رسانه ملی در این شرایط وظیفه دارد به هر نحوی که شده غرور ملی را در میان مردم زنده کند و از شیوه مرسوم برنامه‌سازی فراتر برود، از طرفی باید توجهی هم به فضای مجازی داشته باشد و فکری به حال ویرال‌سازی برنامه‌هایش در

سطح فضای مجازی بکند. از طرف دیگر تلویزیون در برنامه‌های تولیدی هم نیاز به مدیریت جو دارد، صدا و سیما باید بتواند شرایط جنگی را به نفع خود بچرخاند و این مهم محقق نمی‌شود جز با افزایش تولیدات رسانه‌ای و موسیقی در تلویزیون. اقدام رسانه ملی در ساخت تولیدات مشترک در حوزه موسیقی با خوانندگان مختلف می‌تواند در این زمینه کمک‌کننده باشد.

بچه‌ها از اخبار می‌تواند کمک‌کننده باشد.

به هر ترتیب کشور در حال گذر از شرایط سختی است. تلویزیون هم با همه انتقادات کماکان رسانه اول کشور است و باید این موضوع حفظ شود. حالا وقت آن است تا تلویزیون از تمام ظرفیت‌های رسانه‌ای در کشور استفاده کند و دوباره تبدیل به خانه تمامی اهالی رسانه شود. دیگر مسئله تقابل میان خبرگزاری‌ها، پلتفرم‌ها و صداوسیما مطرح نیست و این یک امتیاز مثبت برای تلویزیون به حساب می‌آید. با این حال این امتیاز مثبت باعث سبک‌تر شدن اهالی ساختمان شیشه‌ای نمی‌شود. جنگ امروز نیاز به تصویر دارد، تصویری که اگر از جانب ایران روایت و مدیریت نشود، شمر از خودش علی‌اصغر می‌سازد و شروع به تحریف ماجرای می‌کند که همه شاهدش بوده‌ایم کما اینکه در ماجرای غزه و طوفان الاقصی هم چنین کرد و با همین روش در تضعیف جبهه مقاومت تلاش کرد.

در این شرایط، یک واکنش طبیعی است و خیلی‌ها ممکن است دچار استرس بشوند. حتی در این شرایط، استرس جمعی یک موضوع مهم‌تری است و حضور و گفت‌وگو با روانشناسان کار مهمی است. در این شرایط باید به بچه‌ها هم توجه داشت. برای مثال، خانواده‌ها بدانند که چگونه با بچه‌هایشان صحبت کنند و ترس و اضطراب را در آنها کم کنند. پرهیز از هیجان‌زدگی مهم‌ترین نکته است؛ چراکه این موضوع شرایط را پیچیده‌تر می‌کند و مردم دچار اضطراب و استرس بیشتری می‌شوند. پخش دائم تصاویر بحران و جنگ، در همین دسته از رفتارهای هیجانی قرار می‌گیرد. صداوسیما باید با ترکیب اطلاع‌رسانی دقیق و تقویت انسجام ملی و مدیریت روانی، کارکرد هدایتگری داشته باشد و از تشدید ترس جلوگیری کند تا بتواند به لحاظ رسانه‌ای این شرایط بحرانی را مدیریت کند.

باید کاری کند تا مردم آرامش داشته باشند. شرایط جنگی یعنی همه ما حال یکدیگر، نیروهای نظامی و شرایط اجتماعی را مراعات کنیم و رسانه‌ها نباید سراغ بحث‌های فرعی بروند. رسانه وقتی هم‌جهت با سیاست‌های نظامی و امنیتی کشور باشد می‌تواند افکار عمومی را نیز به همراه داشته باشد، با توجه به اینکه خود مردم نیز در شرایط جنگی مراعات می‌کنند.