گزارشی از ناکامی‌ها و پیروزی‌های روایت ما از دفاع ۱۲ روزه

در رسانه چطور جنگیدیم؟

سهیلا عباس‌پور
خبرنگار گروه ایده حضرتی

نواب همتیان، مدرس دانشگاه و تحلیل‌گر ارشد رسانه در ادامه نشست‌های تخصصی پیرامون بازخوانی استراتژی‌های کلان ایران در نسبت با جنگ دوازده‌روزه که به همت اندیشکده مطالعات ایران پژوهشکده شهید صدر برگزار می‌شود، ذیل محور رسانه به ارائه «روایت جنگ رسانه‌ای از جنگ» پرداخت. این نشست به بررسی هندسه روایت از سوی رژیم‌صهیونیستی و آنچه در رسانه‌های جریان اصلی ایران و شبکه‌های اجتماعی در جنگ شکل گرفت، اختصاص داشت. همتیان ضمن پاسخگویی به سؤالات دهنگان، دیر این نشست تخصصی بیان کرد که جریان رسانه‌ای ما در روایت اتحاد و انسجام دست برتر را داشت و آنچه باید با قوت در جریان رسانه‌ای ما حین جنگ شکل می‌گرفت روایت پرتوان «زندگی ضمن جنگیدن» بود.

■■■

دهقانیان دبیر نشست: در این مدت یک اصطلاح از حاشیه به متن آمد که خیلی پررنگ بود. امروزه در جنگ‌ها، یک بخش به سخت‌افزارهای جنگ نظامی یا اقدامات و تاکتیک‌های عملیات نظامی اختصاص دارد و بخش قابل‌توجه و عمده آن جنگ رسانه‌ای و نرم است. از رسانه به‌عنوان یک ابزار عملیات در زمین حریف یاد می‌کنند که با تکنیک‌های عملیات روانی، سعی در جنگ روایت دارند. نقش روایت در ساخت گفتمان، بسیج نیرو و منابع، آمادگی‌های ذهنی و روانی و درنهایت در خلق یک کنش جمعی انکارناپذیر است. ما با آغاز جنگ در روزی که در فرهنگسّاد بسیار از جنبه مذهبی مهم است، با یک شوک مواجه شدیم. ارزیابی شما از عملیات رسانه‌ای که بلافاصله در ساعت‌های اولیه توسط رژیم‌صهیونیستی و رسانه‌های موافق آن به‌ویژه رسانه‌های غرب شکل گرفت چیست و چگونه فضای رسانه‌ای را خلق کردند و ما چگونه با این مسئله مواجهه داشتیم؟

همتیان، مدرس دانشگاه و تحلیل‌گر ارشد رسانه: من بحث را به‌شکلی شروع می‌کنم که یک آورده کاملاً عینی و ملموس برای مخاطبان عزیز داشته باشد. ما می‌خواهیم پایمان را وسط جنگ و جای مخاطب بگذاریم و ببینیم او در موقعیت عدم اطمینان چه‌کار می‌کند تا تحلیل کنیم و سپس در این خط زمانی، از لحظه‌ای که حدود دو و نیم صبح روز جمعه اولین خبرها از جنگ منتشر شد تا بعد بپردازیم.

موقعیت «عدم اطمینان» موقعیتی مملو از فرصت و تهدید برای مخاطب است. این زمانی اتفاق می‌افتد که امتداد یک رویداد (تعریف رویداد) را به رسانه می‌سپاریم و کاملاً این طبیعی است و منفی نیست؛ جهان، جهان رسانه است. وقتی موقعیت «عدم اطمینان» به مخاطب القا می‌شود او به کجا باید مراجعه کند؟ طبیعتاً او به جایی که امتداد رویداد است به‌نحوی‌که برایش اطمینان ایجاد کند و او را از موقعیت عدم اطمینان بیرون می‌کشد، مراجعه می‌کند. این خاصیت ابهام است که چون یک مه غلیظی در فضای ذهنی ما ایجاد می‌کند ما به حالت عدم اطمینان دچار می‌شویم و سریع حرف‌هایی می‌خواهیم خودمان را از این موقعیت بیرون بکشیم و سراغ رسانه‌ها می‌رویم. اینجا رویایی که از جنگ رسانه‌ای می‌بینیم کارکرد پیدا می‌کند. یعنی مخاطب می‌خواهد اعتماد رویداد را از رسانه‌ها دریافت کند و حالا اینجا کسی می‌تواند نقش برگیرنده را در دفع این فضای عدم‌قطعی ذهنی مخاطب بهتر ایفا کند که در درجه اول سرعت داشته باشد و در درجه دوم با واقعیت در ارتباط با مخاطب انطباق داشته باشد. یک استراتژی در رسانه وجود دارد که بعد از آن استراتژی انکار می‌گویند. ما چه زمانی یک موضوع را انکار می‌کنیم؟ زمانی که آن خبر و اتفاق مورد‌پسند آن رسانه نباشد و آن رسانه یا آن خبرنگار آن را تکذیب می‌کند که چنین چیزی نیست و اصلاحیه می‌زنیم. رسانه ما در این قضیه به‌واسطه عملکردی که از سال ۱۳۹۵ داشت، یک توانی درستی دارد در آن اتفاق می‌افتد. من نمره خیلی مثبت و خیلی منفی به رسانه خودمان نمی‌توانم بدهم؛ جاهایی بدشدت خوب عمل کرده و جاهایی هم بد. این حالت یک وضع اولیه زندگی دهنگان است. یک جرای‌ساز دهنگان ما بود؛ نه فقط رسانه؛ علت اساسی آن هم این بود که برخی حرف‌ها و پیش‌بینی‌ها بر این بود که چنین اتفاقی خواهد افتاد، این به کنار؛ اینکه ما بدانیم چه اتفاقی قرار است بیفتد پیش‌بینی نظامی آن یک بعد است و اینکه بدانیم چه روایتی باید غالب شود یک بعد دیگر است.

خیلی از مردم و دستگاه‌های رسمی ما خبر را از رسانه ملی پیگیری می‌کردند که از دو روز قبلش می‌گفتند که سفارتخانه‌های منطقه دارد خالی می‌شود. اتاق وضعیت و خبر صداوسیما، خبرهایی را در سطح بین‌الملل و منطقه رصد می‌کنند که لزوماً با بازخبر هم نمی‌شود؛ اما خود آن‌ها از این خبرها نزد خودشان مطلع هستند و می‌دانند فضا کجاست. ما از ماه‌های قبل تهدید به حمله‌ناتو بودیم. مدیریت رسانه باید به‌گونه‌ای تمهید می‌کرد و سناریوهای مواجهه با جنگ را تمرین می‌کردند؟ این روایت جنگ چگونه شکل گرفت؟

نکته‌ای که فرمودید یک پیش‌درآمد دارد و عقلش هم این است که از این جلسه کنونی ما سال ۲۰۰۱ بود؛ از بازده سیناریو برگزار می‌شد می‌توان یک تحلیل رسانه‌ای بیرونی از آن داشت که مثلاً چگونه می‌شد مواجهه با دو جریان رسانه‌ای اصلی یا جریان رسانه‌ای اصلی آمریکایی و جریان رسانه‌ای دوم یا غیر جریان اصلی کرد. کل اکنون سال ۲۰۰۱ بود؛ می‌گفتیم تمام‌نیتم دریافت خبر برای مخاطب، رسانه ملی بوده است. یعنی رسانه ملی است یعنی فقط شبکه خبر نیست و مثلاً شبکه سه یک گونه خبر را دارد ارائه می‌کند. این‌ها همه رسانه‌های جریان اصلی هستند. اما ما گفتیم در حالی این جلسه را داریم برگزار می‌کنیم که محل دریافت اخبار برای مخاطب، یک مرجع و رسانه نیست و این یک امکان مقایسه‌ای برای مخاطب ایجاد کرده است. یعنی نگاه می‌کند ببیند رسانه‌های طیف مخالف جمهوری اسلامی اکنون درباره این رخداد چه می‌گویند و بعد رسانه‌های دوم یا اصلی را هم نگاه می‌کند ببیند چه می‌گویند. اگر فردا حتی منافع جمهوری اسلامی باشد نسبتش هفتاددرصد رسانه‌های مطلوب خودش و سی درصد رسانه‌های آن سو هستند و برعکس این هم هست. اگر کسی مذمتیتی یا جمهوری اسلامی داشته باشد هفتاد درصد سهم سبد رسانه‌ای‌اش‌ران سو می‌گذارد و سی درصد هم رسانه‌های این سو را می‌بیند و یا ذهنیت آن سویی می‌آید ببیند این رسانه‌ها چه می‌گویند. ما در چنین جهانی داریم صحبت می‌کنیم. در این جهان، ما اکنون مقابله‌ای که با رسانه‌های جریان اصلی داریم با روایت‌ها دارد یک نمی‌تواند اتاق وضعیت تک‌بعدی رسانه‌ای جریان اصلی ایجاد کند.

اصلاح و هندسه روایت جنگ رسانه‌ای را شما چگونه روایت می‌کنید. ما می‌خواهیم این جنگ رسانه‌ای را از دو طرف ماجرا روایت کنید. به هر حال کسی که این جنگ را رقابت قطعاً یک سناریوی رسانه‌ای داشته است. دشمن چند سناریویی داشت و ما چگونه با آن سناریوی رسانه‌ای مواجه شدیم؟

تعبیر کرد؛ اما این‌رانی ما زبان‌شان تغییری نکرد در حالی که مؤلفه‌های قدرتمند آن‌ها را گرفتند و غنی کردند. این روایت‌ها در پنج روز اول در تعارض با هم قرار گرفت و ایرانیان در روایت انسجام موفق شدند. اما شمن که دست‌ریز نیست و به روایت خودش برای روایت تنش و بحران ادامه می‌دهد، چند تا آرایش اجتماعی-رسانه‌ای چون اراده مخاطب به همراهی و عدم همراهی برای دو طیف هم است به چیزی غیر از این؛ من حتی بعد نظامی این اتفاقات را برای اثرگذاری بر محاسبات ذهن مخاطب ایرانی نسبت به این روایت‌ها می‌دانم. یعنی همان‌طور که فضای مذاکره و دیپلماسی جزئی از میدان سخت ماست، معکوس آن را هم ببینید که بخشی از آرایش رسانه‌ای آن‌ها جزئی از میدان سختشان است. یکی از آن‌ها و فروپاشی روانی است که چرا جامعه ایرانی باید به فروپاشی روانی برسد. آرایش روانی و رسانه چگونه شکل گرفت؟ مخاطب را از روز اول در مرکز قرار دهید. دو محدوده معنایخشی مثبت و منفی دور این معنا شکل گرفت. این محدوده‌های معنایخش از یک سمت شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های جریان اصلی و افواه عمومی از نظر من است نه افکار عمومی؛ یعنی فهم من و شما در کنار هم چه روایت و امکان تطبیقی را به روایتی که دارد ایجاد می‌شود، می‌دهد.

دو روایت متضاد در سه روز اول شکل گرفت. القای روایت بحران که خود القای روایت یک موضوع است و اینکه آیا آن روایت شکل گرفته باید به یک موضوع دیگر است و تصمیم‌گیری مخاطب بر اساس چه روایتی شکل گرفته یک موضوع دیگر است و این سه تا باید تفکیک شود.

یعنی واقعیت، برساختن و نحوه مواجهه با آن.

این را مدام تکرار می‌کردند. حتی در شبکه اجتماعی آرایش متوازن‌تر حالا زیر نشان‌گر افواهی است که گفتم. این سه تا را در نظر بگیریم. سه تا پنج روز اول، روایت بحران و روایت انسجام داشت با هم می‌جنگید. یعنی ضمن اینکه یک شوق و نگرانی توأم در مخاطب ایجاد شده بود، شوق از اینکه من مخاطب در محیطی دارم زندگی می‌کنم با مردمی که ۸۹ درصد از آن‌ها متحد و منسجم شدند و نگرانی از روایت بی‌فرمانده شدن و این انگاره که ارتباط آن‌ها با هم هم است. من بر اساس تصویر ذهنی خودم از این چیزی که روی میز است مواجهه می‌کنم. روال دیگر زندگی مخاطب ایرانی این بود که عید را طی کند و یکشنبه سر کارش برود. چرا او وارد شوک شد؟ چون یک روال عادی به هم ریخت و در موقعیت عدم اطمینان فرد به رسانه‌ها مراجعه می‌کند و می‌بیند صهیونیست‌ها مسئولان را تهدید می‌کنند. این به مخاطب چه انگاره و تصویری می‌دهد؟ اینکه بحران فراگیر است. در محاسبه ذهنی مخاطب این دو روایت انسجام و انسجام‌ساز بود و با هم در شوک بودند. این بازنمایی بود؛ یعنی نمایش گزنمبرداری‌شده از واقعیت؛ یکی از نقاط قوتی که دیده خیلی به آن اشاره نشده است: جمعیتی زیادی به شکی تا هشت میلیون نفر به مازندران رفتند، نان به مدت دو روز کمبود شد. خوب این کجای روایت بود؟ او می‌خواهد روایت بحران غالب باشد که ما وقتی با سازی، بایلسر و آمل رو به‌رو می‌شویم با روایت بحران یا جامعه روبه‌رو می‌شویم که مثلاً نه نان هست نه روغن هست نه برنج و اکنون هم در شرایطی هستیم که مثلاً هر کسی خواست می‌تواند چیزی بدزدد. اما روایت این سو چه بود؟ انسجام و اتحاد بود که آن را خنثی می‌کرد. مواجهه این گونه بود که مثلاً نرخ خانه تکانی به خانه من بیا و من مثلاً نان به تو قرض می‌دهم و دیگری که می‌گفت در این شرایط کمتر چشن بخریم.

و هیچ تصویری هم از هجوم مردم به فروشگاه‌ها نداشتیم.

نه نداشتیم. حتی من مصاحبه‌هایی از شخصیت‌های صهیونیست در آمریکا دیدم که می‌گفت من در زیرزمین مصاحبه ایرانی‌ها را دیدم و یک نمونه از آن را در حیفا و تل‌آویو نداشته‌ایم. او مصاحبه‌هایی که در تجمع اولیه در ایران بود را می‌گفت که مردم می‌گفتند ما خاکمان را رها نمی‌کنیم و هستیم و او می‌گفت این مصاحبه‌ها را آن سو نمی‌شنود و تحلیل می‌کرد که این به خاطر روایت ایرانیان است.

یعنی به خاطر این شوکی که به ما وارد شد، اتفاقاً یک ملت شدیم ولو با احساس غم و ناراحتی و هر احساسی یا حتی احساس ناامنی. حتی شاید ما چنین مواجهه‌ای را در ایام کرونا به این غلظت نداشتیم.

بله. این به یک ریشه جامعه‌شناسی ارتباط دارد که شکل‌گیری ساختار ارتباطی ایرانیان به لحاظ اجتماعی چگونه است. یک قشر از ایرانیان دوست دارند همه لوازم مازلشان کامل باشد و این از جهت جامعه‌شناختی در صیرورت استقلال‌خواهی ایرانیان است. درصورتی‌که در برخی کشورها یک لمسلوبی هست و پنج طبقه همه دارند از آن استفاده می‌کنند. نمی‌خواهم وارد آن بعد مصرف‌گرایی شوم. این یک فرصت و یک تهدید توأمان دارد. اگر ارتباط مقوام استقلال‌خواه را از ایرانی بگیرید ایرانی فاسد می‌شود. خیلی جاها، یک اورانیوم طبی شده بود و زود داد. حیاط مثل یک سانتریفیوژ عمل کرد. ایرانیان دقیقاً مثل یک‌فنی سازعمل می‌کنند، یعنی می‌گیرند یک‌دیگر و ریکرد دوستانه می‌کنند بدون اینکه ابعاد جامعه‌شناسی آن‌ها تغییر کند. همان حمله‌ای که اعراب به ما داشتند به عصر هم داشتند؛ عصر زبانش از آرامی به عربی تغییر کرد؛ اما ایرانی‌ها زبانشان تغییری نکرد در حالی که مؤلفه‌های قدرتمند آن‌ها را گرفتند و غنی کردند. این روایت‌ها در پنج روز اول در تعارض با هم قرار گرفت و ایرانیان در روایت انسجام موفق شدند. اما شمن که دست‌ریز نیست و به روایت خودش برای روایت تنش و بحران ادامه می‌دهد، چند تا آرایش اجتماعی-رسانه‌ای که آن را درست تبیین و تنظیم نکرده‌ایم. یکی این بود که ایران در کلان دنبال نابودی رژیم صهیونیستی است و تدریجی در طول زمان به‌صورت ارادی و اختیاری در آن منطقه، یعنی هم در رژیم اضمحلال ارادی ایجاد شود و هم در فلسطینی‌ها اراده بازیس‌گیری باشد. دوم اینکه این موضوع کاملاً روی زمین است. یک جا بیدا کنید که رهبر انقلاب فرموده باشند ما جای فلسطینی‌ها داریم می‌جنگیم؛ هیچ جا نیست. ایشان گفته‌اند ما حمایت می‌کنیم و هر جا نیاز باشد کمک می‌کنیم. آن‌ها خودشان باید فلسطین را نجات دهند. حالا این تصور واقع‌بینانه کاملاً روی زمین کجا و تصورات فانتزی هالیوودی که در جامعه ما ایجادشده است کجا؟

این تصور را که ساخته و ازکجا آمده است؟

این امر شکافی دارد که بخش عمده‌ای از آن به مصاحبان قلم‌رسانه‌های ما بر می‌گردد به‌واسطه این مصاحبه غلط که ما دنبال نابودی جغرافیایی رژیم در صفحه روزگاریم. این جمله را هیچ‌وقت از رهبر انقلاب نشنیده‌ایم. ایشان یک‌بار گفتند تل‌آویو حیفا و آن هم زمانی بود که حجم تهدید روی ایران بالا رفته بود و گفتند اگر معارضه کنید تل‌آویو و حیفا را با خاک یکسان می‌کنیم. این بازدارندگی ایران را بالا می‌برد و ربطی به ایده رژیم ندارد. صاحبان قلم و تریبون‌داران و میلغان ما همه تصورشان این است آن‌ها را باید محو کنیم.

یعنی محو اسرائیل محو ایده و فرهنگ آن است؟ باایدن می‌گفت حتی اگر اسرائیلی باشد ما دیوار ما می‌سازیم. جمهوری اسلامی می‌خواهد کاری انجام دهد که دیگر قابل بازسازی نباشد.

اتفاقاً می‌خواستم بگویم پیام دومی که به‌غلط در ذهن جامعه ما شکل گرفت، این بود که بیش از این که ایده رژیم را به‌عنوان پیشران اهداف اقتصادی غرب بدانیم، آن را رژیمی ذاتاً یهودی می‌دانیم که در این منطقه اهداف صهیونی دارد. مسیحیت و اپوانجلیست‌ها و صهیونیست‌های مسیحی که در لابی‌های کنگره آمریکا هستند، این اهداف را پیش می‌برند. کمااینکه در پیام چند روز پیششان در کنگره، ترامپ رانندای خدا اعلام کردند که او ظهور مسیح را زمینه‌سازی می‌کند. اما این در منطقه ما اولویت ندارد. رژیم صهیونیستی، یک پیشران اقتصادی، فرهنگی و بعد ایدئولوژیک و دینی برای بلوک غرب در منطقه است. صدام‌اعظم آلمان گفت او کار کثیف ما را انجام می‌دهد؛ دیگر اظهاری از این واضح‌تر؟ او گفت ما نمی‌توانیم؛ چرا؟ آمریکا دید عضویت‌های شرم‌متساز در سازمان‌های بین‌المللی دارد و نمی‌توانست به منطقه بیاید و در عرض چند ساعت میلیون‌ها آدم را بکشد و آواره کند، پس کارتل یا بادگانی به اسم یک کشور باید بسازد که نفت بدزدد و... اینجاست که ما می‌فهمیم صحبت‌های رهبری کاملاً روی زمین است، یعنی قطع شریان حیاتی رژیم. این‌ها را به‌مرور باید حل کنیم. یک مدت چالشی روی روایت مرگ بر آمریکا و مرگ بر اسرائیل شکل گرفت. یک مجری مشهور تلویزیونی چند روز قبل در یکی از خانه‌های تجریب‌شده در جنگ اخیر در تهران با یک خبرنگار آمریکایی عکس گرفت. آیا مرگ بر آمریکای ما شامل آن خبرنگار می‌شود؟ ما در آمریکا مثلاً ملاکوم لایکس را داریم. آیا مرگ بر آمریکای ما شامل او می‌شود؟ مرگ بر آمریکا مرگ بر گفتمانی است که از دل آن خشونت، کشتار و تجاوز و استعمار درمی‌آید. اما جامعه ما این شعار را چگونه فهمیده؟ ما که با رشته کوه‌های راکی آمریکا و خلیج مکزیک مشکل نداریم.

یعنی این مبنای روایت از دشمن و تصویر آن یکی از پایه‌های آن سه‌ضلعی در جنگ رسانه‌ای بود. ما به این نتیجه رسیدیم که خود رژیم نمی‌تواند بدون حمایت آمریکا و دیگران جلوی ایران بماند. اما واقعیت این است که آن‌ها و بخشی از جهان عرب پشتش هستند و ما به‌عنوان کشوری که در منطقه تهابی است اتاق کار دارید، درحال رود و به یک جنگ اختلافی می‌شویم.

بله، در این که ما قدرتمندیم شکی نیست؛ اما باید قدرتمندی را متناسب با وضعیتی که در مخاطب‌یکی‌ایجاد نکند ببینیم. من مؤلفه سوم را توضیح می‌دهم. آیا جامعه ما برای جنگ آماده بود؟ نه، جز ما جنگ وجودی را جدای دیده‌ایم. تبیین جنگ و زندگی جنگی ما خیلی ضعیف بود؛ اینکه ضمن زندگی باید بجنگی و زندگی را با قوت مثل دهه جنگ ادامه دهی. من از در خانه که بیرون می‌آیم یا جنگ اتفاق می‌افتد برای جنگ آماده باشید پس ما جنگ‌طبیعی و چه کسی اقتصاد را کنترل کند و چه کسی مثلاً بحران را کنترل کند. این یک ریشه مبنایی فرهنگی اجتماعی دارد که شما بعنی کل دنیا اگر می‌خواهید صلح داشته باشید همیشه باید برای جنگ آماده باشید. جوانی نیست. اینجا کسی بازنده است که در بعد سخت نبرد زندگی در منداد ملل کشورهای جریان حقیقت خلیج‌فارس که هیچ‌تبرزی‌ای که مکر، شکل‌دهی به کریدور زنگزور برای دستیابی به منابع دریای خزر و آسیای میانه، تهدید روسیه به تحریم نفتی، قراردادهای چند ترلیون دلاری سرفر برای به خلیج فارس و حتی اخذ امتیاز میدان انرژی پاکستان این گام‌ها را نشان می‌دهند. پاکستان مسئله فلسطین فر مودند نوجوانان ما در شبکه‌های اجتماعی با جهان ارتباط بگیرند و باصراحت هم این را فرمودند. اصلاً جوان ما نمی‌داند یا یک پاکستانی بخواهد حرف بزند چه بگوید.

این‌ها جزء مؤلفه‌های هویت‌ساز برای نوجوانان ماست. وقتی به او نقش می‌دهیم طرف را می‌سازد.

ایرانی‌ها ذاتاً آنرژی نهفته دارند. بخش عمده‌ای از جوانان که در ضدیت با جمهوری اسلامی حرف می‌زنند ضد جمهوری اسلامی نیستند؛ اعتراض این است که دارد به او ظلم می‌شود. شما این ظلم‌ستیزی او را در کانال مبارزه با رژیم‌صهیونیستی ببندازید.

طی آن مدت با این همه دستگاه عریض‌وطویل فرهنگی تقریباً هیچ اثر فاخری از کریک کلیپ خوب تا تولید هنری و... ندیدیم اما در شبکه‌های اجتماعی همین‌هایی که شاید برای ما نهدید حساب می‌شدند بدون اینکه کسی به آن‌ها بگوید و دستورکار و قراردادی باشد، صحنه‌ای برایشان بازنشد که توانستند در آن کنشگر باشند. اتحاد در کف خیابان نبود که فیزیکی باشد و بگوییم ما اتحاد داریم. اتحاد در کف شبکه‌های اجتماعی شکل گرفت. وقتی انواع بازخوردها به پیام‌ها، اخبار و تصاویر و... نشان داده می‌شد این اتحاد شکل گرفت و همه پای کار بودند. اتفاقاً ما از نهادهای رسمی خیلی دیر واکنش دیدیم و آن‌ها هنوز در شوک بودند که چه بگویند و در شرایطی که کشور تعطیل شده بود درگیر این بودند که چه کسی بسازد؛ چه کسی نظارت کند و... اما وقتی این یک مسئله عمومی و برون‌سپاری به مردم شد، خود آن‌ها پای کار آمدند.

به آن کسی که برای سلامتی یدافندهای شهرشان نظری می‌داد کسی نگفته بود این کار را بکند. این‌ها در جهان عجیب است اما روایت این‌ها کجاست؟ ما روایت فتح نداریم و آوینی الان نیست، آوینی پشت دوربینی نیست که کشف کند چگونه معنا را تولید کند؛ و او یک ایرانی بود که با دوربین فیلم می‌گرفت و خود گوفت. ما پنج استراتژی داریم که هر کس بر صندلی مدیریت رسانه می‌نشیند آن‌ها را می‌داند: سکوت، انکار، برگردنمایی، کوچک‌نمایی و واقع‌نمایی. باید از بین این پنج تا انتخاب کرد. اگر انتخاب هم نکند به سمت یکی از آن‌ها حداقل رفت. غیر از این نیست. از روز دوم تا روز پنجم یا ششم، رویکرد صدا و سیما به سمت حماسی بودن رفت، حماسی بودنی که مقداری در دوق می‌زد. می‌خواهم آسیب‌شناسی کنم. الان شدت و پنج تا از هفت درصد مردم خبر را از صدا و سیما دریافت می‌کنند. دریافت خبر از انجمت در نه تایید آن؛ پیوست فراوانی آن دارد در شبکه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد که معنایخشی رسانه این سویی یا آن سویی چگونه در ذهن من مخاطب تصور شود.

در روایت جنگ رسانه‌ای و آن روایت رسانه‌ای از جنگ در تقابل رژیم صهیونی و جمهوری اسلامی دست برتر را به رژیم می‌دهید؟

در جنگ روانی یک دلی در روایت وقایعت نه؛ اتفاق جنگ رسانه‌ای رژیم در جنگ رسانه‌ای بعشدت قوی‌تر است. به این دلیل که او از دو سه سال پیش، رسانه‌های معتمدی در برخی از اخبار در بدنه رسانه‌ای ما طراحی کرده بود و درست است که شکاف‌هایی در مدل خبرسانی این رسانه‌ها هست و خیلی از آن‌ها شایعه و دروغ است. اما چون بعد عملیات روانی باید مؤثر عمل می‌کند.

روایت فتح و حماسه در رسانه ما اوضاع بهتری دارد ولی در گرفتن خط اول نه؛ چالاکی لازم را نداشت و تازه روز دوازدهم و سیزدهم بود که دارد جدی‌تر بعد از آنش‌بس این شکل گرفته بود که ما سناریو داشته باشیم. اکنون رسانه تعیین می‌کند که چگونه سخت بجنگیم. این مستثنات دارد. دشمن می‌داند که بر اساس روایتی که رسانه سخت‌جنگ می‌تواند القاء کند؛ او اگر اشتغالی در جامعه ما ببیند خیلی زودتر موج بعدی را شروع می‌کند و تنها از این می‌ترسد. قدرت نامتقارنی که گفتم بخش‌اش اینجاست که ما انسجاممان را حفظ کنیم.

**موقعیت «عدم اطمینان» موقعیتی مملو از فرصت و تهدید برای مخاطب است. این زمانی اتفاق می‌افتد که امتداد یک رویداد (تعریف رویداد) را به رسانه می‌سپاریم و کاملاً این طبیعی است و منفی نیست؛ جهان، جهان رسانه است. وقتی موقعیت «عدم اطمینان» به مخاطب القا می‌شود او به کجا باید مراجعه کند؟ طبیعتاً او به جایی که امتداد رویداد است به‌نحوی‌که برایش اطمینان ایجاد کند و او را از موقعیت عدم اطمینان بیرون می‌کشد، مراجعه می‌کند. این خاصیت ابهام است که چون یک مه غلیظی در فضای ذهنی ما ایجاد می‌کند ما به حالت عدم اطمینان دچار می‌شویم و سریع حرف‌هایی می‌خواهیم خودمان را از این موقعیت بیرون بکشیم و سراغ رسانه‌ها می‌رویم. اینجا رویایی که از جنگ رسانه‌ای می‌بینیم کارکرد پیدا می‌کند. یعنی مخاطب می‌خواهد اعتماد رویداد را از رسانه‌ها دریافت کند و حالا اینجا کسی می‌تواند نقش برگیرنده را در دفع این فضای عدم‌قطعی ذهنی مخاطب بهتر ایفا کند که در درجه اول سرعت داشته باشد و در درجه دوم با واقعیت در ارتباط با مخاطب انطباق داشته باشد. یک استراتژی در رسانه وجود دارد که بعد از آن استراتژی انکار می‌گویند. ما چه زمانی یک موضوع را انکار می‌کنیم؟ زمانی که آن خبر و اتفاق مورد‌پسند آن رسانه نباشد و آن رسانه یا آن خبرنگار آن را تکذیب می‌کند که چنین چیزی نیست و اصلاحیه می‌زنیم. رسانه ما در این قضیه به‌واسطه عملکردی که از سال ۱۳۹۵ داشت، یک توانی درستی دارد در آن اتفاق می‌افتد. من نمره خیلی مثبت و خیلی منفی به رسانه خودمان نمی‌توانم بدهم؛ جاهایی بدشدت خوب عمل کرده و جاهایی هم بد. این حالت یک وضع اولیه زندگی دهنگان است. یک جرای‌ساز دهنگان ما بود؛ نه فقط رسانه؛ علت اساسی آن هم این بود که برخی حرف‌ها و پیش‌بینی‌ها بر این بود که چنین اتفاقی خواهد افتاد، این به کنار؛ اینکه ما بدانیم چه اتفاقی قرار است بیفتد پیش‌بینی نظامی آن یک بعد است و اینکه بدانیم چه روایتی باید غالب شود یک بعد دیگر است.

خیلی از مردم و دستگاه‌های رسمی ما خبر را از رسانه ملی پیگیری می‌کردند که از دو روز قبلش می‌گفتند که سفارتخانه‌های منطقه دارد خالی می‌شود. اتاق وضعیت و خبر صداوسیما، خبرهایی را در سطح بین‌الملل و منطقه رصد می‌کنند که لزوماً با بازخبر هم نمی‌شود؛ اما خود آن‌ها از این خبرها نزد خودشان مطلع هستند و می‌دانند فضا کجاست. ما از ماه‌های قبل تهدید به حمله‌ناتو بودیم. مدیریت رسانه باید به‌گونه‌ای تمهید می‌کرد و سناریوهای مواجهه با جنگ را تمرین می‌کردند؟ این روایت جنگ چگونه شکل گرفت؟

نکته‌ای که فرمودید یک پیش‌درآمد دارد و عقلش هم این است که از این جلسه کنونی ما سال ۲۰۰۱ بود؛ از بازده سیناریو برگزار می‌شد می‌توان یک تحلیل رسانه‌ای بیرونی از آن داشت که مثلاً چگونه می‌شد مواجهه با دو جریان رسانه‌ای اصلی یا جریان رسانه‌ای اصلی آمریکایی و جریان رسانه‌ای دوم یا غیر جریان اصلی کرد. کل اکنون سال ۲۰۰۱ بود؛ می‌گفتیم تمام‌نیتم دریافت خبر برای مخاطب، رسانه ملی بوده است. یعنی رسانه ملی است یعنی فقط شبکه خبر نیست و مثلاً شبکه سه یک گونه خبر را دارد ارائه می‌کند. این‌ها همه رسانه‌های جریان اصلی هستند. اما ما گفتیم در حالی این جلسه را داریم برگزار می‌کنیم که محل دریافت اخبار برای مخاطب، یک مرجع و رسانه نیست و این یک امکان مقایسه‌ای برای مخاطب ایجاد کرده است. یعنی نگاه می‌کند ببیند رسانه‌های طیف مخالف جمهوری اسلامی اکنون درباره این رخداد چه می‌گویند و بعد رسانه‌های دوم یا اصلی را هم نگاه می‌کند ببیند چه می‌گویند. اگر فردا حتی منافع جمهوری اسلامی باشد نسبتش هفتاددرصد رسانه‌های مطلوب خودش و سی درصد رسانه‌های آن سو هستند و برعکس این هم هست. اگر کسی مذمتیتی یا جمهوری اسلامی داشته باشد هفتاد درصد سهم سبد رسانه‌ای‌اش‌ران سو می‌گذارد و سی درصد هم رسانه‌های این سو را می‌بیند و یا ذهنیت آن سویی می‌آید ببیند این رسانه‌ها چه می‌گویند. ما در چنین جهانی داریم صحبت می‌کنیم. در این جهان، ما اکنون مقابله‌ای که با رسانه‌های جریان اصلی داریم با روایت‌ها دارد یک نمی‌تواند اتاق وضعیت تک‌بعدی رسانه‌ای جریان اصلی ایجاد کند.

اصلاح و هندسه روایت جنگ رسانه‌ای را شما چگونه روایت می‌کنید. ما می‌خواهیم این جنگ رسانه‌ای را از دو طرف ماجرا روایت کنید. به هر حال کسی که این جنگ را رقابت قطعاً یک سناریوی رسانه‌ای داشته است. دشمن چند سناریویی داشت و ما چگونه با آن سناریوی رسانه‌ای مواجه شدیم؟

من قصدم معرفی یک فرایند بود که نوالفسی دارد. اتاق وضعیت تک‌بعدی رسانه‌ای امکان مدیریت صحنه نبرد رسانه‌ای را به ما نمی‌دهد. نکته بعدی این است که چه آرایش رسانه‌ای را طیف‌های گوناگون ناظر به این رخداد دوازده‌روز داشتند و چه فراز و نشیب‌هایی را طی کرده است؛ این را ما باید از عینک مخاطب نگاه کنیم. کسی که در روز اول شوک شد، پای کشورمان می‌ایستیم؛ اما اگر مخاطب ما اعتقادش شود یعنی پرسشگری غیرحماسی صورت گیرد یعنی عقل بدون شور این وسط محاسبه کند و پرسشگری منفی داشته باشیم منبی بر اینکه چرا دارایم می‌جنگیم، این جمع نقیضین خواهد بود و شروع فرسایش شدن اتحاد و انسجام است. چگونه می‌شود از اتحاد و انسجام جلوگیری کرد؟ این ذاتاً تهدید نیست. اگر موضع حماسه و انتقام و شوری را که ایجاد کرده به موضع تبیین فرستادرتر از او یعنی رژیم صهیونیستی ببریم که درگیر یک جنگ وجودی و حیات است و بگوییم ناگزیر به ورود به جنگی که ما حیاتمان گره خورده دوم اینکه باید متحد و مقاوم بمانیم تا اینده رژیم از میان برود تبیین درستی خواهد بود.

نکته دیگر این است که اتفاقاً آیده ایران برای نابودی رژیم اینده‌ای است که نه هیجانی است و نه مشمول خسارات زیاد است. کسی که این فرایند را چیده است دارد به جهان پس از ایران کنترلی فکر می‌کند که ما می‌خواهیم با اقتصاد و تکنولوژی چین، عربستان سعودی، ترکیه و مصر تا حدی و تا حدی هم بخش شرقی اروپا رقابت کنیم. الان قصدی که رژیم دارد این است که زیرساخت‌ها را نابود کند که ما اگر پیروز شدیم حتی تا بیست سال آینده نتوانیم کاری کنیم.

آن‌ها به صراحت می‌گویند ما برنامه‌ها را عقب انداختیم.

پیش‌بینی من این است اگر موج‌های جدیدی بخواهد پیش بیاورد سراغ قوت‌ها و قدرت‌های ما مثل بحث ناتو، پزشکی و... خواهد آمد و هم سراغ دانشمندان و هم ساختارهای ایران‌ها خواهد رفت که آن را فرموده کند و در صورت پیروز نشدن او، ما آینده پس از جنگ نداشته باشیم. یک ایران ضعیف شده که دیگر زیرساخت‌ها را نداشته باشد.

ایده رژیم باید تدریجی و غیرهیجانی با کمترین خسارت از بین برود. این دو محاسبه را باید در جامعه تبیین کرد. شهید تاج سر ماست ولی از دست دادن او برای ما خسارت است. جایگاهش ابدی و عزت ابدی دارد؛ اما نبودش برای کشور خسارت است. دانشمند هسته‌ای شهید که افتخار ماست اما نبودش برای ما خسران است. جزارزیم صهیونیستی کیمیا دارو رازد؟ برای اینکه مواد اولیه دارو در کشور را دچار مشکل کند.

روایت بی‌ثباتی و بحران و شوک از طریق انسجام تقریباً خنثی شد. روایت ابهام با روایت بازیابی ظرفیت‌های تاریخی ذهن ایرانی خنثی می‌شود. ما در این ضعیف بودیم، یعنی چه؟ یعنی ای ایرانی این ابهام نباید باعث فروپاشی تو شود. تو دفاع مقدس را گذرانده که در آن برخی سنگرها روزی سه خمپاره سهمیه داشتند. خسارت‌های نامتقارن سنگینی به دشمن زدیم. کمااین‌که زدیم و سریع رفت سراغ واسطه کردن این و آن برای آتش‌بس و این هم باز ترفند ایران بود که چهار جمع آتش‌بس اعلام شد و ما تا هفت صبح زدیم و گفتیم ما فکر کردیم چهار صبح به وقت گرینویچ را می‌گویید؛ آقای عراقچی توییت زد. این یعنی چکش آخر را ما زدیم.

**در مورد خود مهم‌ترین رسانه ما که مرجعیت خبری دارد صحبت کنیم. طبیعت شبکه‌های اجتماعی این است که مردم ضریب خطای آن‌ها را می‌پذیرند. عملکرد رسانه ملی را با توجه به اینکه جنگ پیش