

- **مدیرمسئول:** محمدامین ایمانجانی
- **قائم‌مقام مدیرمسئول:** مسعود فروغی
- **سرمدیر:** محمد زعیم‌زاده
- **دبیر وقایع اسرائیلیه:** محمدصادق علیزاده
- **تلفن و فکس:** ۶۲۹۹۹۴۹۵ (۰۲۱)
- **کدپستی:** ۱۱۳۵۶۳۳۸۱۶
- **جواب:** جایگاه دانشگاه آزاد اسلامی
- **نشانی:** خیابان حافظ، پایین‌تر از جمهوری، روبه‌روی ساختمان بورس ساختمان فرهیختگان، طبقه سوم

نگاهی به مصاحبه‌های نتانیا‌هو در دوران پس‌ا ۷ اکتبر

اگر عاشق منی صحبت کنیم!



محمدعلی یزدانیار

از کانال تبلیغاتی ۱۴ گرفته تا وب‌سایت نژادپرستان سفیدپوست، از مشاور سیاسی «یعقوب باردوغو» تا یک زوج مست یوتیوبی و از شبکه‌های ترامپیستی تا حضورهای مضحک در برابریک مصاحبه‌گر ناشناس و چند هزار بیننده؛ این جمع‌بندی دوسال حضور رسانه‌ای نتانیا‌هو در دوران جنگ است چهره رهبری را ترسیم می‌کند که منافع شخصی را بر منافع اصطلاحاً ملی ترجیح و با موفقیت تمام، هر دو را هم از دست داده است. در این شماره نگاهی به مصاحبه‌های نتانیا‌هو در دوران پس‌ا ۷ اکتبر انداخته‌ایم، نگاهی که نکات بسیار جالبی در دل خودش دارد.

من فقط انگلیسی حرف می‌زنم!

اخیراً گزارشی از یک مؤسسه عبری به نام «چشم هفتم» در مورد مصاحبه‌های نتانیا‌هو منتشر شد، این گزارش نشان می‌دهد بنیامین نتانیا‌هو از ۷ اکتبر تا زمان توقف درگیری‌ها به دستور آمریکا، در مجموع ۶۴ حضور رسانه‌ای داشته که در قالب «مصاحبه» طبقه‌بندی شده‌اند؛ هرچند این واژه بیشتر برای یک‌پارچه‌سازی به کار رفته، زیرا بخش قابل توجهی از این گفت‌وگوها نه مصاحبه‌های واقعی، بلکه اجزای نمایشی در بسترهای کاملاً تبلیغاتی بوده‌اند و صرفاً امکان نظری پرسش از نخست‌وزیر رژیم را فراهم می‌کرده‌اند. باین حال، همین حضورها تصویری روشن از روایت‌های جنگی و خطوط پیام نتانیا‌هو ارائه می‌دهند. از میان این ۶۴ گفت‌وگو، ۵۳ مورد - معادل ۸۳ درصد - به زبان انگلیسی و با رسانه‌های خارجی انجام شده و تنها ۱۱ مورد - برابر با ۱۷ درصد - به زبان عبری بوده است؛ آن هم عمدتاً در پلتفرم‌هایی که عملاً در خدمت دولت نتانیا‌هو قرار دارند، مانند کانال ۱۴. این الگوی کم سابقه، تصویری واضح از راهبرد رسانه‌ای نخست‌وزیر ترسیم می‌کند؛ او تقریباً به‌طور انحصاری با مخاطبانی گفت‌وگو می‌کند که از پیش نسبت به او همدلند - مخصوصاً در ایالات متحده - و آگاهانه از مواجهه با روزنامه‌نگاران رژیم عبری دوری می‌کند، مخصوصاً آن دسته از خبرنگاران با سابقه که هنوز توانایی و استقلال لازم برای به چالش کشیدن روایت رسمی دولت را دارند. داده‌های موجود نشان می‌دهد نتانیا‌هو در سال‌های جنگ، نه برای پاسخ‌گویی به افکار عمومی در داخل، بلکه برای تثبیت پیام‌های سیاسی خود در رسانه‌های همسو و محیط‌هایی با میزان حداقلی از پرسشگری ظاهر شده است؛ راهبردی که بیانگر اولویت دادن او به کنترل تصویر شخصی و سیاسی‌اش، بر پاسخ‌گویی در برابر جامعه‌ای است که هزینه‌های واقعی جنگ را تحمل می‌کند.

و البته فقط با این مدل رسانه‌ها حرف می‌زنم!

نخست‌وزیر رژیم اسرائیل در دو سال گذشته به‌طور آشکار رسانه‌هایی را برگزیده که بیشترین همسویی را با منافع سیاسی شخصی او دارند. فاکس نیز، مهم‌ترین شبکه وابسته به جریان ترامپی در آمریکا، پلتفرم اصلی و مورد علاقه نتانیا‌هو بوده و او در این مدت ۱۷ بار در آن ظاهر شده، یعنی بیش از یک چهارم تمام حضورهای رسانه‌ای‌اش، با مجموع زمانی که از چهار ساعت و نیم فراتر می‌رود. پس از آن، کانال ۱۴ - شبکه‌ای تبلیغاتی

نتایج نظرسنجی‌های معتبر مانند

پژوهش مرکز Pew در سال ۲۰۲۴

نشان دادند ۵۳ درصد از شهروندان آمریکایی

«کم یا هیچ اعتمادی» به نتانیا‌هو ندارند

و تهاجمی که بازوی رسانه‌ای دولت او محسوب می‌شود - با هفت حضور جایگاه دوم را دارد و نیوزمکس، دیگر شبکه راست‌گرای افراطی آمریکایی که حتی فاکس نیز هم در برابر آن میانه‌رو محسوب می‌شود، با پنج حضور در رتبه بعدی قرار می‌گیرد. اما اهمیت این الگو زمانی روشن‌تر می‌شود که به فهرست شبکه‌هایی نگاه کنیم که نتانیا‌هو از مصاحبه با آن‌ها خودداری کرده؛ او حتی در اوج بحران وجهه بین‌المللی‌اش، به‌ندرت به رسانه‌های جریان اصلی و شبکه‌هایی روی آورده که مخاطب گسترده‌ای را می‌دهند (گمان می‌کنم که در این مورد، او در این باره با رسانه‌های حرفه‌ای و غیرهمسو تقریباً به‌طور کامل قطع شده است. این شبکه‌ها از یک سو مخاطبانی متنوع‌تر دارند و از سوی دیگر، برخلاف پلتفرم‌های آشکار تبلیغاتی، همچنان استانداردهای روزنامه‌نگاری را رعایت می‌کنند و همین تفاوت باعث شده نتانیا‌هو که به دنبال محیط‌های کنترل‌شده و عاری از پرسشگری جدی است، حضور در آن‌ها را کنار بگذارد. مدرک دیگری که نشان می‌دهد بی‌منفعت خودش را بر هر چیزی ارجح می‌داند.

یک رفتار قدیمی، از یک تندروی قدیمی!

سیاست بایکوت رسانه‌ای بنیامین نتانیا‌هو سابقه‌ای طولانی‌تر از دو سال اخیر دارد و ریشه آن به سال ۲۰۱۹ بازمی‌گردد؛ زمانی که نخست‌وزیر رژیم اسرائیل تنها یک بار در کان ۱۱ حاضر شد و از همان آغاز تلاش برای محدود کردن استقلال رسانه عمومی را در دستور کار قرار داد. آخرین مواجهه واقعی او با رسانه‌های خبری رژیم اسرائیل در مارس ۲۰۲۱ و در برنامه «ملاقات با مطبوعات» شبکه ۱۲ رخ داد؛ مصاحبه‌ای که در آن رینا تمسلیاح درباره محاکمه‌های کیفری، بحران بودجه و اقدامات نتانیا‌هو علیه ساختارهای دموکراتیک پرسش‌های صریح مطرح کرد. سه روز بعد، نتانیا‌هو انتخابات کنست را با خت و از آن پس دیگر هرگز در برابر روزنامه‌نگاران مستقل عبری نشست. او به جای رسانه‌های جریان اصلی، کانال ۱۴ را به خانه ثابت رسانه‌ای خود تبدیل کرد؛ شبکه‌ای که هم‌زمان امتیازهای تنظیم‌گری پرارزش از دولت دریافت می‌کرد و نقش پلتفرمی کاملاً همسو را برای او ایفا می‌کرد. باین حال، اتکا به چنین شبکه‌ای به معنای محدود شدن دامنه مخاطبان و بازتاب نیافتن پیام‌های او در رسانه‌های دیگر بود. اکتبر ۲۰۲۲، نتانیا‌هو حضورهای عبری زبان خود را به‌طور چشمگیر کاهش داد و پیام‌هایش را به رسانه‌های خارجی منتقل کرد تا هم از پرسشگری روزنامه‌نگاران رژیم دور بماند و هم بدون مواجهه مستقیم، پیام‌هایش از طریق چرخه خبری داخلی باز نشر شود. داده‌ها نشان می‌دهد او بین ژانویه

تا اکتبر ۲۰۲۳، یعنی در اوج اعتراض‌های ضدکودتا، ۲۶ مصاحبه خارجی انجام داد و پس از ۷ اکتبر نیز در هشت ماه همین تعداد مصاحبه دیگر افزود. در مجموع، طی دوسال جنگ تنها ۱۱ مصاحبه داخلی انجام شد که تقریباً همگی در پلتفرم‌های همسو و غیرانتقادی صورت گرفت و نشان داد راهبرد رسانه‌ای نتانیا‌هو بر کنترل پیام و پرهیز کامل از نظارت و پاسخ‌گویی عمومی استوار است. از آغاز جنگ تاکنون، بیشترین میزبانان بنیامین نتانیا‌هو دو چهره رسانه‌ای بوده‌اند؛ یعقوب باردوغو از کانال ۱۴ رژیم اسرائیل و گرتا ون سوسترن از نیوزمکس آمریکا که هرکدام چهاربار با او گفت‌وگو کرده‌اند. پس از آن‌ها مارک لوین و شان هینتی از فاکس نیز قرار دارند که سه بار میزبان نتانیا‌هو بوده‌اند. وجه مشترک همه این مجریان، ستایش آشکار از نتانیا‌هو و پرهیز از هرگونه پرسش چالشی است. سازوکار نتانیا‌هو بر کنترل کامل فضای مصاحبه استوار است یا با انتخاب مجریانی کم تجربه و قابل هدایت یا با دعوت از افرادی که شیفته او هستند یا منافع شخصی مشترک دارند. هدف از انجام مصاحبه‌هایی بدون پرسش‌های غیرمنتظره، بدون مواجهه با واقعیت‌ها و بدون پاسخ‌گویی شخصی است. در این میان یک سؤال مهم بدون پاسخ مانده است، چرا افکار عمومی آمریکا این قدر برای بی‌بی مهم است؟

بی‌بی و رسانه آمریکایی

افکار عمومی آمریکا برای نتانیا‌هو اهمیت اساسی دارد، زیرا ایالات متحده نه تنها قدرت برتر جهانی و بازیگر تعیین‌کننده در خاورمیانه است، بلکه حمایت یا مخالفت شهروندان آن می‌تواند جهت‌گیری سیاست‌های بسیاری از کشورها را تغییر دهد. نتانیا‌هو با درک این واقعیت، تلاش می‌کند پیام‌های خود را مستقیماً به افکار عمومی آمریکا منتقل کند و از مسیر رسانه‌هایی وارد شود که نسبت به او رویکرد مثبت و همسو دارند تا تصویری مطلوب‌تر از خود و سیاست‌های رژیم اسرائیل در ذهن جامعه آمریکایی بسازد. از سوی دیگر، نقش واشنگتن در تأمین کمک‌های نظامی، حمایت دیپلماتیک و پشتیبانی مالی از رژیم اسرائیل چنان محوری است که جلب رضایت افکار عمومی آمریکایی می‌تواند به تحکیم این حمایت یا حداقل کاهش فشارهای سیاسی بر تل آویو کمک کند. باین حال، نتایج نظرسنجی‌های معتبر - مانند پژوهش مرکز Pew در سال ۲۰۲۴ که نشان داد ۵۳ درصد از شهروندان آمریکایی «کم یا هیچ اعتمادی» به نتانیا‌هو ندارند - بیانگر چالشی جدی برای اوست؛ چالشی که می‌تواند تصویر بین‌المللی رژیم را مخدوش و روابط شخصی او با سیاست‌مداران آمریکایی را پیچیده‌تر کند. نتانیا‌هو با علم به این واقعیت، کوشیده است با حضور در رسانه‌های همدل آمریکایی، سخنرانی‌های هدفمند و روایت‌سازی مستقیم، میزان اعتماد و همدلی شهروندان آمریکا را افزایش دهد یا دست‌کم از شدت بی‌اعتمادی بکاهد. او می‌داند موفقیت در شکل‌دهی تصویر مثبت نزد افکار عمومی آمریکا نه تنها موقعیت سیاسی و دیپلماتیک رژیم اسرائیل را در سطح جهانی تقویت می‌کند، بلکه می‌تواند بر تصمیم‌گیرندگان آمریکایی - که خود تحت تأثیر رسانه‌ها و نگاه عمومی هستند - اثرگذاری مستقیم داشته باشد؛ ازاین‌رو، نبرد برای روایت، بیش از هر جای دیگر، در میدان افکار عمومی آمریکا برای نتانیا‌هو اهمیت حیاتی پیدا می‌کند.