

گفت‌وگویی «سروش» با دکتر اکبر نصرالهی؛

## رسانه‌ها از پیاده‌روی اربعین جامانده‌اند

استاد دانشگاه آزاد اسلامی گفت: مختصات واقعی راهپیمایی اربعین به اندازه‌ای است که به شخصه فکر می‌کنم رسانه‌ها از پوشش آن بازمانده‌اند.

به گزارش گروه دانشگاه ایسکانیوز، دکتر اکبر نصرالهی در گفت‌وگویی تفصیلی به نقش مهم رسانه‌ها در راهپیمایی شکوهمند اربعین پرداخت. ماحصل گفت‌وگو با این استاد دانشگاه آزاد اسلامی را در ادامه می‌خوانید:

\* بدون لحاظ کردن محتوای مذهبی و آئینی که برای راهپیمایی اربعین قائل هستیم، علاقمندم بدانم از منظر علم رسانه چقدر می‌توان این رویداد را واجد ظرفیت‌های خبری و رسانه‌ای دانست؟

ما در ادبیات روزنامه‌نگاری و مباحث مرتبط با رسانه تعریف مشخصی از خبر داریم که بر مبنای یک‌سری شاخص‌ها و اصطلاحاً ارزش‌های خبری مشخص ارائه شده است. باملاک قرار دادن این شاخص‌ها هر رویداد فارغ از اینکه در کدام بازه زمانی و با چه رویکرد و در چه جغرافیایی رخ می‌دهد می‌تواند خبر قلمداد شود. خبر در واقع رخدادی است که یا خالقان و فاعلان آن را تعداد قابل توجهی از مردم بشناسند (شاخص شهرت)، یا به ضرر و سود تعداد قابل توجهی از مردم باشد (شاخص فراگیری)، یا موضوع و محتوایی جذاب داشته باشد (شاخص عجیب و استثنایی)، یا کشمکش و درگیری فکری و یا فیزیکی در آن وجود داشته باشد (شاخص برخورد)، یا به لحاظ جغرافیایی یا معنوی به مردم نزدیک باشد (شاخص مجاورت) و یا از نظر اعداد و ارقام رویداد قابل توجهی باشد (شاخص کمیت). هر رویدادی سهم بیشتری از این ارزش‌های خبری داشته باشد قاعدتاً ارزش بیشتری برای پوشش و انتشار پیدا می‌کند. با این تعریف و شاخص است که از میان میلیاردها رویدادی که هر روز رخ می‌دهد تعدادی ارزش خبری پیدا می‌کنند.

\* سهم پیاده‌روی اربعین به‌عنوان یک رویداد از این شاخص‌ها چیست؟

راهپیمایی اربعین تقریباً همه این شاخص‌ها را دارد. بخشی از افراد معروف و شهیر در این رویداد حضور دارند. از نظر دربرگیری و فراگیری اغلب خانواده‌های ایرانی یکی از بستگان خود را در میان این جمعیت دارند. به لحاظ استثنایی بودن، رویدادی مدنظر است که به ندرت رخ می‌دهد و از این منظر هم راهپیمایی اربعین یک رویداد عجیب و استثنای است. نوع مراسم هم به گونه‌ای است که به واسطه تنوع افراد حاضر چه به لحاظ سنی و چه به لحاظ ملیت، عجیب و استثنای محسوب می‌شود. حوادث احتمالی در این رویداد مانند آنچه همین امسال در سامرا شاهد بودیم ارزش خبری برخورد را به همراه دارد. از نظر تعداد هم شاهد بزرگی اعداد هستیم. از نظر تازگی و مجاورت هم همزمان با این رویداد شاهد این ارزش خبری هستیم. بنابراین این رویداد تمامی ارزش‌های خبری را برای توجه رسانه‌ها در خود دارد.

\* ابهامی درباره نسبت رسانه و این رویداد خاص از سوی برخی مطرح می‌شود و آن اینکه این مراسم برساخته فضا سازی رسانه‌ها است و به واسطه تبلیغ و تشویق رسانه است که شاهد آن هستیم و از این نظر آن را فاقد اعتبار ذاتی برای پوشش رسانه‌ای می‌دانند. پاسخ شما به این ابهام چیست؟

به شخصه فکر می‌کنم اگر رسانه‌ها می‌توانستند چنین بکنند حتماً جای دستم‌ریزاد داشت! در حالی که ما امروز گلایه‌مند از رسانه‌ها هستیم. رسانه‌ها امروز به واقع عقب‌تر از این رویداد هستند. مختصات واقعی این راهپیمایی به اندازه‌ای است که به شخصه فکر می‌کنم رسانه‌ها از پوشش آن بازمانده‌اند. هرچند تلاش‌هایی برای بازنمایی و انعکاس رسانه‌ای ابعاد مختلف این رویداد را داشته‌ایم اما اینکه این انعکاس چقدر در تحریک مردم و اطلاع از محتوای رویداد موثر بوده است جای تحلیل و بررسی دارد. با وجود این مسلم است که رسانه‌ها از این رویداد بازمانده‌اند و اگر می‌توانستند نقشی در شکل‌دهی به این رویداد با این مختصات داشته باشند حتماً جای تقدیر و تجلیل داشت.

امروز ولی اینگونه نیست و جا دارد حتی فراتر از قالب‌های خبری، رسانه‌های ما در قالب ساخت فیلم، سریال، کتاب و آثار مستند این رویداد عظیم را ثبت و منعکس کنند.

\* این برداشت درست است که در شرایط فعلی رسانه‌های جدید مانند شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی در پوشش و انعکاس این رویداد پیش‌تر از رسانه‌های سنتی عمل کرده و می‌کنند؟ آیا این جزو ذات رویداد است که افراد حاضر در آن تبدیل به خبرنگار و فعال رسانه‌ای برای پوشش آن شده‌اند؟

واقعیت این است که در شروع ماجرا، فضای مجازی خیلی نقش‌آفرین نبود و استثنائاً در این یک مورد نسبت به رسانه‌های سنتی عقب ماندند. برداشت شخصی من این است که در سال‌های نخست بیشتر رسانه‌های سنتی و به ویژه صداوسیما در پوشش و انعکاس رسانه‌ای این رویداد نقش‌آفرین بود. راه‌اندازی رادیو اربعین و پوشش‌های خبری ویژه راهپیمایی در سال‌های ابتدایی از مصادیقی است که نشان می‌دهد صداوسیما در این زمینه پیش قدم بوده اما برخلاف سال‌های ابتدایی و به طور خاص آنچه امسال شاهدش بودیم نشان داد که در این زمینه هم فضای مجازی و رسانه‌های جدید از رسانه‌های سنتی پیش افتاده‌اند. شاهد دلیل اصلی آن دسترسی همه افراد به این ابزارهای رسانه‌ای و اینترنت است. ابزارهایی که امکان می‌دهد افراد بلافاصله و بی‌واسطه اخبار و احوالات خود را مخابره کنند. در همین مسیر هم بعضاً سوژه‌هایی کشف می‌شود که احتمال دارد از نگاه رسانه‌ای مانند صداوسیما نادیده مانده و یا احساس کرده‌اند مختصات و ارزش آن با ابعاد رسانه ملی هم‌خوانی ندارد. این رسانه‌های شخصی بدون هیچ محدودیتی در این میدان عمل می‌کنند و به‌طور خاص امسال شاهد تأثیرگذاری این ابزارهای رسانه‌ای بودیم. این البته ناقص نقش رسانه‌های خبری و سنتی نیست چون همانطور که اشاره کردم امروز این رویداد برای بسیاری از مردم ایران موضوعیت دارد و نیاز به باکس‌های ویژه خبری برای پوشش کامل این رویداد در رسانه‌های سراسری وجود دارد.

\* با توجه به مقیاسی که برای این رویداد ترسیم شد، به‌عنوان یک چهره دانشگاهی تا کنون با طرح مطالعاتی و آکادمیک (فارغ از محتوای سیاسی و مذهبی) این پدیده رسانه‌ای در محافل دانشگاهی داخل و خارج بوده‌اید؟

در داخل کشور فضا به صورت عمومی مثبت است و حتی در کلاس‌های دانشگاه و محیط‌های دانشجویی شاهد استقبال فردی و جمعی از این رویداد هستیم. حتی افرادی که به جهت دیدگاه ما شاید چندان نسبتی با این رویداد ندارند هم حالا شاهدیم که با این جریان همراه شده‌اند. در بعد جهانی اما به رغم ظرفیت‌های بالای خبری این رویداد متأسفانه شاهد یک بی‌توجهی هستیم و هنوز بازتاب درخوری ندیده‌ایم. یکی از علت‌های آن هم این است که رسانه‌های ما در قالب‌های بین‌المللی و تولید محتوا به زبان‌های غیرفارسی چندان موفق عمل نکرده‌اند. اینکه در فضایی با این حجم از ناامنی چنین جمعیتی حاضر می‌شوند به جهت استثنایی بودند چنان جذابیتی دارد که به راحتی می‌توان به عنوان یک رویداد خبری آن را به جهان مخابره کرد و ما نیامده‌ایم در حد بایسته چنین کنیم.

\* یعنی محافل رسانه‌ای دنیا بی‌اطلاعند از آنچه در این رویداد رخ می‌دهد؟! اطلاعات کافی ندارند.

\* مختصات رویداد آنقدر گسترده و عظیم است که به سختی می‌توان این بی‌اطلاعی را پذیرفت!

طبیعتاً برای اطلاع، یکی از کانال‌هایی که برای این محافل وجود دارد پوشش‌های رسانه‌ای ما است. اینکه بتوانیم به زبان اصلی آن‌ها تولید محتوا کنیم بسیار حائز اهمیت است. باید با ابزارهای بین‌المللی به این پدیده بپردازیم. البته این تنها یک بعد قضیه است. بخش ویژه‌تر ماجرا به این بازمی‌گردد که بخشی از جریان رسانه‌ای دنیا (نه همه آن) علاقه‌ای به پوشش این رویداد ندارند و حتی بخشی هم که احتمالاً اخباری را مخابره می‌کنند از موضع خود دست به تنظیم خبر می‌زنند. بخشی از این جریان طبیعتاً مغرض و دشمن هستند و تمایلی ندارند این حرکت که به واقع یک مانور قدرت صلح‌آمیز است را پوشش دهند. همواره هم انتقاد کشورهای اسلامی به رسانه‌های غربی همین بوده است که چرا شما وقایع مثبت و امیدبخش کشورهای اسلامی را یا انکار می‌کنید، یا کوچک‌نمایی اما برعکس وقایع منفی را با بزرگ‌نمایی پوشش می‌دهید. این رویکرد همواره بوده است. رسانه‌های مختلف جهان تحت تأثیر وابستگی مالی و سیاسی چنین رویکردی را اتخاذ می‌کنند. این جریان غالب طبیعتاً در مواجهه با پیاده‌روی اربعین کمتر واقع‌نمایی می‌کنند. فکر می‌کنم کمی بدیهی هم هست که انگیزه‌ای برای پوشش واقعی و صادقانه این رویداد ندارند، به همین دلیل هم ابتدا عرض کردم این ما هستیم که باید با ابزارهای رسانه‌ای

که در اختیار داریم دست به واقع‌نمایی بزنیم و این پدیده را در معرض دید جهانیان قرار دهیم.

\* و این واقع‌نمایی هم کفایت می‌کند و دیگر نیازی به بزرگ‌نمایی یا پروپاگاندا نیست.

دقیقا. این رویداد آنقدر بزرگ است که هیچ نیازی به بزرگ‌نمایی آن نیست. همین که بتوانیم از پس واقع‌نمایی آن بر بیاییم هنر است. اگر بتوانیم حضور این حجم از جمعیت با ترکیب منحصر به فردی که دارد را به درستی مخابره کنیم دیگر چه نیازی به بزرگ‌نمایی؟ این مشکل و ضعف رسانه‌های اسلامی البته در مورد سایر مراسمات مذهبی هم وجود دارد. به عنوان مثال ما در تمام این سال‌ها چقدر توانسته‌ایم مراسم حج را آنطور که شایسته است در بعد رسانه‌ای به دنیا مخابره کنیم و واقعیت آن را به تصویر درآوریم؟ پایان‌نامه‌ای اخیرا در مقطع دکترا داشتیم که همین موضوع پوشش رسانه‌ای برنامه‌های مذهبی را مورد مطالعه قرار داده بود. واقعیت امر این است که از آنجا که تمام افکار و اجزا زندگی ما ریشه در باورها و رویدادهای مذهبی دارد، به آن عادت کرده‌ایم و به دلیل همین عادت نمی‌توانیم متوجه ویژگی‌های خاص شویم. خیلی از سوژه‌های مذهبی به همین دلیل از دستمان در می‌رود. خبرهای مذهبی‌ای که در رسانه‌های مختلف حتی همین صداوسیما تولید می‌شود واقعا دچار این نقص است و تنها محدود شده به پوشش مواضع چهره‌های مذهبی و یا انعکاس تبلیغی برنامه‌های آئینی! در صورتی که اخبار مذهبی فقط این نیست و آنقدر دامنه گسترده‌ای دارد که اگر اراده کنیم و از عادات دیداری و شنیداری خود در مواجهه با رویدادهای مذهبی خارج شویم، با دنیایی از سوژه‌های مذهبی ناب مواجه می‌شویم. سوژه‌های که حتی به لحاظ خبری می‌تواند برای غیرمذهبی‌ها و غیرمسلمانان هم جذابیت داشته باشد.

\* تعبیری در میان کارشناسان رسانه مرسوم است مبنی بر اینکه گاهی یک رویداد و یا پدیده آنقدر ظرفیت و قابلیت پیدا می‌کند که فراتر از ابزارهای رسانه‌ای خود تبدیل به رسانه می‌شود و می‌توان روی کارکردهای رسانه‌ای آن هم برنامه‌ریزی کرد. به طور مشخص آیا می‌توان با توجه به مختصاتی که امروز پیاده‌روی اربعین پیدا کرده است آن را مصداقی برای این تعبیر بدانیم؟

اینکه مراسم پیاده‌روی اربعین به دلیل همان گستردگی افراد حاضر در آن از سراسر جهان می‌تواند کارکرد رسانه داشته باشد درست است اما باید حواسمان باشد که دچار فرصت‌سوزی در مواجهه با این واقعیت نشویم. یعنی نباید احساس کنیم که ظرفیت‌های رسانه‌ای این رویداد، پرداختن رسانه‌های دیگر به آن را منتفی می‌کند. این نباید موجب اعتبارزدایی از نقش رسانه‌های خبری و سنتی در پوشش این رویداد شود. به نظرم در عین تأکید بر این نقش و ظرفیت باید فرصت‌سازی رسانه‌ای را هم در دستور کار داشته باشیم و تا می‌توانیم در مخابره درست این رویداد تلاش کنیم. افراد حاضر در این راه‌پیمایی چه در قالب روایت‌های شخصی برای اطرافیان چه از طریق ابزارهایی مانند شبکه‌های اجتماعی و به‌عنوان شهروند خبرنگار می‌توانند نقش رسانه‌ای این رویداد را دامن بزنند اما کماکان نیاز به انعکاس جهانی این رویداد هم داریم که در این بخش رسانه‌های خبری و سنتی نقش آفرینان اصلی هستند.

انتهای پیام/