

روزنامه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی صبح ایران

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مهدی رحمانیان

نشانی: تهران، میدان فاطمی، خیابان بهرام‌میسری، پلاک ۲۲ • تلفن: ۵۴ و ۸۸۹۳۶۲۷۰ • شماره: ۸۸۹۲۵۴۶۷ • تلفن آگهی‌ها: ۸۶۰۳۶۱۱۹ • تلفن امور آگهی‌های شهرستان‌ها: ۷-۴۴۰۱۹۸۰۵ • تلفن امور مشترکین: ۸۸۹۰۳۵۴۸ • توزیع: موسسه مطبوعاتی نشرگستر امروز نوین • تلفن: ۰۹۳۸۵۲۲۱۰۱۶ • چاپ: صمیم

شترق

سه‌شنبه ۱۴۰۵ اردیبهشت ۱۴۰۵

۳ ذی‌القعدة ۱۴۴۷ • ۲۱ آوریل ۲۰۲۶ • سال بیست‌ودوم • شماره ۵۳۶۵ • صفحه ۸

اذان ظهرتهران ۱۲:۰۳ • اذان مغرب ۱۹:۰۱ • اذان صبح فردا ۳:۵۳ • طلوع آفتاب ۵:۲۳



پس از تجاوز آمریکایی-صهیونی به استانداری اصفهان، دبیرستان ماندگار دخترانه بهشت آیین اصفهان که اولین دبیرستان این شهر محسوب می‌شود، دچار خسارت شد. گروه‌های جهادی به‌صورت داوطلبانه در حال تعمیر و بهسازی خرابی‌های این دبیرستان تاریخی هستند. عکس: عادل شیرانی، ایسنا

www.sharghdaily.com
apararat:tasvirshargh
Telegram:SharghDaily
youtube:sharghdaily
twitter:sharghdaily
instagram:sharghdaily1

چرا موفقیت رسانه‌ای ایران در جهان، در داخل تکرار نمی‌شود؟

در شرایط جنگی، نیاز خبری در جامعه به اوج می‌رسد و همین امر، چسبندگی مردم به رسانه‌ها را چند برابر می‌کند. مخاطب در چنین موقعیتی فقط دنبال خبر نیست؛ او می‌خواهد بداند پشت وقایع چه می‌گذرد، آینده چه خواهد شد و کدام روایت قابل اعتماد است. اینجاست که رسانه از یک ابزار اطلاع‌رسانی ساده، به مرجع تفسیر و حتی آرامش روانی تبدیل می‌شود. به‌طور طبیعی، این نقش باید بر عهده رسانه ملی باشد که به‌دلیل دسترسی گسترده و جایگاه رسمی، می‌تواند به نیاز عمومی پاسخ بدهد.

اما مسئله از جایی شروع می‌شود که این انتظار برآورده نمی‌شود. مخاطب وقتی تلویزیون را روشن می‌کند، به‌جای تحلیل‌های چندلایه و روایت‌های متنوع، با حجم بالایی از رجزخوانی، تهییج و پیام‌های یکدست مواجه می‌شود. شبکه‌ها تفاوت معناداری با هم ندارند، کارشناسان اغلب از یک طیف فکری‌اند و صدای مستقل یا نگاه متفاوت دیده نمی‌شود. در چنین فضایی، رسانه ملی این ظرفیت را دارد که با اصلاح رویکرد خود، بازکردن میدان برای صداهای متنوع و ارائه تحلیل‌های درست و دقیق، دوباره به مرجع اعتماد تبدیل شود و جایگاه طبیعی خود را در میان مخاطبان بازآیند.

در عین حال، واقعیت دیگری هم وجود دارد؛ ایران در بیرون از مرزها توانسته در جنگ رسانه‌ای حضوری فعال و تا حدی اثرگذار داشته باشد و روایت خود را به مخاطبان جهانی برساند. این ظرفیت نشان می‌دهد امکان موفقیت در

عرصه رسانه‌ای کاملاً در دسترس است.

با این حال، در داخل کشور، به دلایل مختلف –از جمله عملکرد دستوری رسانه‌های رسمی، انسداد اینترنت و کم‌رنگ‌شدن نقش روزنامه‌نگاری مستقل– یک فاصله محسوس در نظام اطلاع‌رسانی ایجاد شده است. این فاصله باعث شده بخشی از افکار عمومی به سراغ رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور برود. در چنین شرایطی، رسانه‌هایی مثل ایران‌اینترنشنال که همدست با دشمن متجاوز عمل می‌کند یا دیگر شبکه‌های فارسی‌زبان، عملاً مرجعیت خبری را به دست می‌گیرند و از این طریق، بر افکار عمومی نفوذ پیدا می‌کنند.

نکته مهم اینجاست که این رجوع، نشانه یک نیاز پاسخ‌داده‌نشده در داخل است. همین موضوع، در عین حال که یک چالش محسوب می‌شود، می‌تواند فرصتی هم برای بازنگری در سیاست‌های رسانه‌ای و بازسازی جایگاه رسانه‌های داخلی به عنوان مرجع اصلی خبر و تحلیل باشد. اگر از بیرون به ماجرا نگاه کنیم، نشانه‌های موفقیت ایران کم نیست؛ گزارش‌هایی مثل ارزایی بی‌بی‌سی نشان می‌دهد در جریان این جنگ رسانه‌ای، ایران و رسانه‌های همسو توانسته‌اند مخاطبان بیشتری در جهان جذب کنند و روایت خود را بهتر پیش ببرند. این موفقیت بیشتر از هر چیز به تغییر سبک تولید محتوا برمی‌گردد. در این دوره، از اینمیشن‌های ساده و لگویی تا موشک‌نوشته‌ها، کلیپ‌های

آسایشگاه سالمندان پناه

واقع در جنت آباد شاهین شمالی
نگهداری سالمند به صورت شبانه روزی
ویزیت پزشک، فیزیوتراپ، روانشناس
۰۹۱۲۶۱۱۷۷۱۶ – ۰۹۱۲۸۲۳۹۹۴۶
۴۶۱۳۹۸۲۷ – ۴۴۲۷۴۸۱۹
https://ble.ir/saraye_panah



قادر باستانی تبریزی

خیابانی و ویدئوهای کوتاه از صحنه‌های واقعی، همه وارد میدان شدند. این تنوع باعث شد پیام‌ها هم قابل فهم‌تر و هم بیشتر دیده شوند. نسل جدیدی از فعالان رسانه‌ای که با زبان شبکه‌های اجتماعی آشنا هستند، توانستند این فضا را به‌خوبی مدیریت کنند. یکی از مهم‌ترین نمونه‌ها، فعالیت اکانت‌های سفارتخانه‌های ایران بود. در یک بازه یک‌ماهه، ۹۲ اکانت رسمی بیش از هشت هزار توییت منتشر کردند و مجموع بازدید آنها به حدود ۳۶۰ میلیون رسید. بعضی از این توییت‌ها حتی بازدید میلیونی گرفتند. برای مثال، واکنش حساب سفارت ایران در آفریقای جنوبی به ادیبات تُند یکی از مقامات آمریکایی، بازتاب گسترده‌ای داشت.

این نوع فعالیت‌ها نشان می‌دهد ایران در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای قدم‌های مهمی برداشته است؛ یعنی به‌جای اینکه فقط از طریق کانال‌های رسمی حرف بزند، تلاش کرده مستقیم با افکار عمومی جهان ارتباط بگیرد.

همین رویکرد را می‌توان در تغییر آرایش رسانه‌ای گروه‌هایی مثل حزب‌الله لبنان هم دید که در این دوره، حرفه‌ای‌تر و هدفمندتر عمل کردند. اما وقتی از این‌س تصویر بیرونی به داخل کشور برمی‌گردیم، شرایط متفاوت است.

برخی تحلیلگران با ارافراتر می‌گذارند و معتقدند اسرانیل توانسته از خلا‌ها و ضعف‌های موجود در فضای رسانه‌ای در داخل ایران استفاده کند و بر بخشی از افکار عمومی اثرگذاری داشته باشد که در مواردی در راستای اهداف سیاسی و امنیتی دشمن جهت‌گیری پیدا کنند.

نشانه‌های این وضعیت را می‌توان در چند سطح دید. از یک سو، تکرار مداوم برخی تصاویر و روایت‌ها باعث شده مفاهیمی مانند جنگ، ویرانی و بی‌ثباتی برای بخشی از جامعه تا حدی عادی‌سازی شود و از سویی دیگر در مقاطع حساس، زمینه برای شکل‌گیری تنش و حتی تشدید اختلاف میان جناح‌های سیاسی و اجتماعی در جامعه فراهم شده است. بخشی از این تأثیرگذاری از طریق رسانه‌های برون‌مرزی فارسی‌زبان و بخشی دیگر، به‌صورت غیرمستقیم، از طریق جهت‌دهی زیرکانه به برخی فضاهای رسانه‌ای تُندرو و پلتفرم‌های داخلی صورت می‌گیرد. در چنین شرایطی، یکی از مهم‌ترین پیامدها می‌تواند تشدید قطعی‌سازی و عمیق‌ترشدن شکاف‌های اجتماعی باشد.

اگر این چرخه بدون مدیریت و اصلاح ادامه پیدا کند، لاید توان جامعه برای رسیدن به درک مشترک و تصمیم‌گیری

همین حوالی

صدایی فراتر از تسلیم و جنگ

حسین نورانی نژاد

موضوع «نرژی هسته‌ای» برای استمراربخشیدن به نزاع کرد. به اذعان بیشتر متخصصان روابط و حقوق بین‌الملل، تنگه هرمز یک امتیاز ژئوپلیتیک و استراتژیک خدادادی برای ایران است. این ظرفیت، چنان‌که اخیراً دیدیم، می‌تواند کارت برنده کشور باشد؛ اما باید دانست که هر فرصتی، ظرفیتی مشخص دارد و اگر به‌اندازه و به‌موقع و در چارچوب خودش استفاده نشود، می‌تواند به ضد خود بدل شود. خلاصه آنکه اکثریت جامعه که هم به‌میهن تعلق‌خاطر دارند و هم دخالت خارجی را بر نمی‌تابند، زندگی با عزت و آرام را حق خود می‌دانند. انتظار می‌رود با چنین نگاهی به مذاکرات ورود شود تا متولیان امر بتوانند به نفع منافع ملی تصمیم بگیرند. کلیت صحبت‌های اخیر آقای قالیباف در سیمای جمهوری اسلامی مثبت بود. امید که همین رویکرد در جزئیات نیز رعایت شود و در مذاکرات احتمالی آتی، نتیجه‌ای در راستای صلح، آرامش و منافع پایدار کشور به دست آید.

شبکه‌خوانی

رنج آدم‌های معمولی صدا ندارد



تویخانه دشمن هم از طرف دیگر به‌راه است و تلویزیون‌های خارجی بی‌وقفه درکارند. در میانه این جدیت هولناک، درخواست «توجه» به رنج‌های پیش‌پاافتاده مردم مستاصل و محضک و احساسی به نظر می‌رسد. قابل توجه اینکه کتکر رسانه‌ها هم نتوانسته به رنج صدا دهد. تجربه سالی که گذشت واضح‌تر از همیشه نشان داد افراد عمدتاً مقهور و مرعوب صداهای بلند می‌شوند. به‌ویژه که تأمین‌کننده مالی، کلمات کافی، لنزهای گران‌قیمت و شعارهای دهان‌پرکن هم ندارند. روح این مردم معمولی بدون هیچ صدای قابل اعتنایی زیر چرخ‌هنده دردی که هیچ کنترلی بر آن ندارند له می‌شود. به قول سیمون وی، شنیدن صدای دردمندان نیازمند توجه کامل و سخاتمندانه در سکوت و همدلی است، وگرنه همیشه فریاد دردمندان لال است».

یادداشت

دولت و رسانه پیامکی

صادق زنگنه

جنگ‌ها فقط در میدان‌های نبرد سخت

و با شلیک موشک‌ها رقم نمی‌خورند. در عصر حاضر، «نبرد روایت‌ها» پیروز نهایی میدان را تعیین می‌کند. این حرف جدیدی نیست اما جنگ اخیر و دامنه‌دار ایالات متحده و اسرائیل علیه ایران، صحنه آزمونی بدیع برای این گزاره بود. اگرچه این جنگ تنش‌های ژئوپلیتیک بی‌سابقه‌ای را به همراه داشت، اما در داخل مرزهای ایران، به کاتالیزوری برای یک دگردیسی عمیق و تاریخی در آرایش رسانه‌ای کشور تبدیل شد. با واوایی آنچه در این روزهای پرتالهاب گذشت، می‌توان سه پیامد و تغییر شگرف را در عرصه رسانه و افکار عمومی ایران ردیابی کرد: تغییراتی که نشان از یک پوست‌اندازی ناکزیر دارد.

برده اول: خروج پیرمردها،

ظهور جوانان بی‌تریبون

نخستین و شاید مهم‌ترین دستاورد رسانه‌ای این تقابله، تغییر زبان رسانه‌های ایران بود. در روزهایی که سایه شوم ترور و تهدیدات امنیتی بر سر بلندپایگان سیاست سنگینی می‌کرد، مجالسی برای جوانان خوش فکر و بیان و البته ناآشنا، باز شد. در خلا ناگهانی چهره‌های تکراری و بعضاً شیفته میکروفون، جوانانی آگاه و پرشور پا به میدان گذاشتند و بار سنگین نبرد روایت‌ها را بر دوش کشیدند. این نسل نوپا، در حالی بیریق دفاع رسانه‌ای از ایران را برافراشت که خشمگین بود از سیاست سلبی فیلترتنگ که در فضا از هزینه‌گزارف دوزردن آن. در آن سوی مرزها نیز جوانان دغدغه‌مند جلای وطن‌کرده، در جهه‌های دوگانه می‌جنگیدند؛ آنها نتهتا در برابر ماسین جنگ روانی غرب ایستادند، بلکه به‌شکلی خستگی‌ناپذیر با فارسی‌زبانان جنگ‌طلب خارج‌نشین نیز به مقابله برخاستند. در غیاب سیاست‌مداران دست‌به‌عصا، این جوانان بی‌نام‌ونشان، به رساترین زبان رسانه‌ای ایران در جهان بدل شدند.

برده دوم: عبور از کلیشه‌ها

با زبان جهانی هوش مصنوعی و لگو

تغییر دوم در فرم و زیبایی‌شناسی پیام رخ داد. در عرصه تصویر، گزارش و مستندسازی، جوانان خلاق و آشنا به زبان روز دنیا، سکان هدایت افکار عمومی را در دست گرفتند. سال‌هاست که نماهنگ‌های بخش‌نامه‌ای و سرودهای کلیشه‌ای و پرهزینه صداوسیما، تاریخ مصرف‌شان گذشته و حتی در میان دایره محدود مخاطبان سنتنی خود نیز خریداری ندارند. در تقابل با این‌س رویکرد فرسوده، نسل جدید رسانه‌ای ایران با استفاده از ابزارهای نوینی مانند هوش مصنوعی و خلق داستان‌های تصویری با استفاده از المان‌های جهانی (مانند انیمیشن‌های لگویی و انیمه)، زبانی مشترک برای ارتباط با جهان یافتند. این هنرنمایی دیجیتال، مفاهیم پیچیده جنگ و دفاع را از حصار مرزهای زبانی و فرهنگی خارج کرد و روایت‌ایستادگی ایران را نته‌تها برای شهروندان داخلی، بلکه برای افکار عمومی سراسر جهان به شکلی ملموس و جذاب به تصویر کشید.

برده سوم: بازگشت به عصر پیامک؛

اعتراف به خاموشی جام جم

در کنار رویش‌های مردمسی، یک نکته تأمل‌برانگیز در عملکرد دولت‌مدران وجود داشت که نمی‌توان از آن چشم‌پوشی کرد: اعتراف پنهان اما معنادار دولت و نهاده‌های مسئول به ناکارآمدی صداوسیما در بحران‌ها. در روزهای پرتالهایی که دسترسی به اینترنت با اختلال مواجه بود، انتظار می‌رفت «رسانه ملی»، حلقه وصل حاکمیت و مردم باشد، اما تصمیم‌گیران ارشد که به‌خوبی از ریزش شدید مخاطبان و فقدان مرجعیت صداوسیما آگاه بودند، مسیر دیگری را برگزیدند. دولت برای ارتباط با شهروندان و گزارش احوال جنگ، به تکنولوژی دو دهه پیش عقب‌گرد کرد: «ارسال پیامک (SMS)». انتخاب پیامک به عنوان تنها بستر در دسترس، برای رساندن پیام به تک‌تک مردم، یک معنای صریح داشت؛ چراغ اعتبار صداوسیما حتی در ذهن نفرات اول تصمیم‌گیر نیز خاموش شده است و کسی روی نفوذ کلام آن حساب باز نمی‌کند. جنگ‌ها همواره با خود ویرانی می‌آورند، اما گاه پدیده از واقعیت‌هایی برمی‌دارند که در زمان صلح، ریز سایه تعارفات پنهان ماندن‌اند. در این کارزار، جوانان ناآشنا اما صریح و خلاق، با درک درست از زبان جهانی، جور رسانه‌های عریض و طویل و بی‌اثر را کشیدند. حال که غبار جنگ در حال فرونشستن است، وقت آن رسیده که از ساختار فرسوده و ناکارآمد رسانه‌های رسمی، به‌ویژه صداوسیما، غیارروپی شود. شاید بزرگ‌ترین درس این روزهای سخت برای همه این باشد؛ مرجعیت رسانه‌ای با بودجه و بخش‌نامه به دست نمی‌آید، بلکه در گرو فهم زبان نسل جدید و سیردن میدان به جوانانی است که در عمل نشان دادند دفاع از حقیقت را بهتر از تریبون‌دارهای رسمی بلند.