



جایگاه رسانه‌های جهان اسلام در انتشار اخبار بین‌المللی

جایگاه رسانه‌های جهان اسلام در انتشار اخبار بین‌المللی

سخنرانان

دکتر محمدرضا مرندی، محمدجعفر محمدزاده، دکتر داود نعمتی انارکی،

محسن شریف زاده، محمدمهدی شریعتمدار، علی‌علی‌آبادی

دکتر محمد هادی همایون، دکتر سهیلا خلجی، رضا طلایی نیک

حسن عابدینی

پژوهشکده ارتباطات فرهنگی بین‌الملل



پژوهشکده ارتباطات
فرهنگی بین‌الملل
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی



جایگاه رسانه‌های جهان اسلام در انتشار اخبار بین‌المللی

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

سختروانان: دکتر محمدرضا مرندي، محمدجعفر محمدزاده، دکتر داود نعمتی انارکی، محسن شریف زاده،
محمد مهدی شریعتمدار، علی‌علی‌آبادی، دکتر محمد هادی همایون، دکتر سهیلا خلجی،
رضا طلایی نیک، حسن عابدینی

ویراستا ادبی: حبیب رانی تهرانی

صفحه‌آرا: حسین آذری

نوبت چاپ: اول - اسفند ۱۳۹۰

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۱۴۰۰۰ ریال

چاپخانه: طنین‌یاسارگاد

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.

در صورت تخلف پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

سندوق پستی ۶۴۷۴ - ۱۴۱۵۵ تلفن ۸۸۹۱۹۱۷۷ دورنگار ۸۸۸۹۳۰۷۶ Email: Nashr@ricac.ac.ir

فهرست مطالب

۷ سخن ناشر
۹ مقدمه
	سخنرانی رئیس وقت پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
۱۳ / دکتر محمدرضا مرندی
	سخنرانی افتتاحیه
۱۷ / محمدجعفر محمدزاده
	مبانی نظری کارکرد رسانه‌های جهان اسلام در انتشار اخبار بین‌المللی
۲۱ / دکتر داود نعمتی انارکی
	سهم رسانه‌های جهان در انتشار اخبار بین‌المللی
۲۹ / محسن شریف‌زاده
	چالش‌ها و فرصت‌های فرا روی رسانه‌های جهان اسلام در انتشار اخبار بین‌المللی
۳۵ / محمدمهدی شریعتمدار
	رقابت رسانه‌های جهان اسلام با رسانه‌های غربی
۳۵ / علی‌علی‌آبادی
	آموزه‌های جهان شمول اسلامی به عنوان بستر فکری رسانه‌های جهان اسلام
۵۵ / دکتر محمدهادی همایون
	جنگ ۳۳ روزه و نقش رسانه‌های جهان اسلام
۶۵ / دکتر سهیلا خلجی
	انرژی هسته‌ای ایران و نقش رسانه‌های جهان اسلام
۷۱ / رضا طلایی نیک
	جنگ غزه و نقش رسانه‌های جهان اسلام
۸۵ / حسن عابدینی

سخن ناشر

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات در راستای اهداف و وظایف خود اقدام به برگزاری نشست‌هایی با موضوع‌های مختلف در حوزه فرهنگ، هنر و ارتباطات می‌نماید تا از این رهگذر فضای گفتگو و تبادل نظر میان نخبگان فرهنگی کشور، نقد و بررسی مسائل و مشکلات مبتلا به جامعه فراهم آید.

گزارش پیش‌رو، نتیجه سمیناری یک‌روزه است با عنوان «جایگاه رسانه‌های جهان اسلام در انتشار اخبار بین‌المللی» که در تاریخ ۸۹/۱۱/۲۷ از سوی پژوهشکده ارتباطات فرهنگی بین‌الملل در پژوهشگاه برگزار شده است.

یادآوری می‌شود، مطالب مطرح شده از سوی سخنران، لزوماً منعکس‌کننده دیدگاه‌های مسئولان پژوهشگاه نیست.

مقدمه

امروزه نقش جهانی رسانه‌ها در مدیریت کلان افکار عمومی بین‌المللی و هدایت جریان‌های سرنوشت ساز غیر قابل انکار است؛ به طوری که با برنامه‌ریزی‌های هماهنگ قدرت‌های بزرگ رسانه‌ای، اذهان جهانی نسبت به حوادث و حتی باورها، به راحتی مدیریت می‌شود. با عنایت به ستیز دیرینه امپراطوری رسانه‌ای با اسلام و کشورهای اسلامی، مسلمانان و باورهای آنان دائماً در معرض تهدید بوده و از طریق برنامه‌های متنوع و مستمر صوتی، تصویری و نوشتاری مورد تهاجم دائمی هستند. اخبار، حوادث، اتفاقات سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را آنگونه که خودشان می‌خواهند و هماهنگ با منافع خویش، تنظیم و به مصرف اهالی این کره خاکی می‌رسانند. مصادره به مطلوب جریان‌ها و مدیریت کم هزینه آن‌ها، جایگاه ویژه‌ای در اختیار صاحبان غربی رسانه‌ها گذاشته است. راه اندازی کودتا و براندازی دولت‌های غیر همسو، ایجاد چرخش در امور

فرهنگی و تقویت دائمی و غیرمحسوس اندیشه‌ها و تبیین ماهرانه الگوی غربی به عنوان روش بهتر زندگی بشری، از جمله دستاوردهای نظام رسانه بین‌المللی جهان غرب به شمار می‌رود. لذا برای مقابله و همچنین در امان ماندن از آسیب‌های حتمی یاد شده، تقویت و توسعه هویت و جایگاه بین‌المللی رسانه‌های جهان اسلام اقدامی بسیار مهم و راهبردی است. حضور مؤثر کشورهای جهان اسلام در عرصه خبری بین‌المللی می‌تواند توازن را به نفع کشورهای اسلامی رقم زده و از این طریق سهم مهمی در انتشار اخبار بین‌المللی به دست آورد.

سمینار یک روزه «بررسی جایگاه رسانه‌های جهان اسلام در انتشار اخبار بین‌المللی» که از سوی گروه مطالعات فرهنگی جهان اسلام پژوهشکده ارتباطات فرهنگی بین‌الملل در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات برگزار شد، بر آن است تا در خلال یک بررسی علمی و کاربردی، سهم رسانه‌های کشورهای اسلامی را در انتشار اخبار بین‌المللی مورد بررسی و کنکاش و مذاقه قرار دهد. این بررسی در هر سه حوزه؛ خبرگزاری‌ها، نشریات (روزنامه و مجله) و شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی انجام می‌شود. آشنایی با عملکرد رسانه‌های جهان اسلام در عرصه خبر و اطلاع‌رسانی بین‌المللی، دریافت ضعف‌ها و کاستی‌های رسانه‌های خبری بین‌المللی ایرانی و انتقال تجربه و توانمندی‌های رسانه‌های موفق جهان اسلام و بالاخره ایجاد زمینه‌های تعامل و همکاری‌های بیشتر در حوزه خبری از جمله اهداف و انتظارات سمینار به‌شمار می‌رود. به منظور دستیابی به اهداف یادشده، موضوعات سخنرانی‌ها در قالب سه پانل؛ وضعیت موجود، وضعیت مطلوب و ارزیابی عملکرد کشورهای اسلامی در انتشار اخبار بین‌المللی تنظیم، برنامه‌ریزی و با ایراد هفت سخنرانی به اجرا در آمد که متن آن‌ها به همراه گزارش جناب آقای دکتر محمدرضا مرندی «مشاور وزیر و رئیس وقت پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات» و

سخنرانی افتتاحیه جناب آقای محمد جعفر محمدزاده «معاون محترم امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی»، برای بهره‌برداری پیش رو قرار دارد.

گروه مطالعات فرهنگی جهان اسلام

سخنرانی رئیس وقت پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

دکتر محمدرضا مرندي

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات به عنوان بازوی مشورتی و فکری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی خود را موظف می‌داند که در خدمت فرهنگ، هنر، ارتباطات و ارشاد اسلامی نظام جمهوری اسلامی باشد. تعبیری که مقام عالی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای پژوهشگاه داشتند؛ قوه عاقله وزارتخانه بود و امیدواریم که مصداق درستی برای این تعبیر باشیم. بر همین اساس در پژوهشگاه فعالیت‌های گسترده‌ای در حوزه فرهنگ به معنای عام کلمه در طول سال‌های گذشته و یک سال اخیر انجام شده است. به طور متوسط هفته‌ای سه نشست علمی در پژوهشگاه برگزار می‌شود و دو نظرسنجی در حوزه‌های مختلف روز فرهنگی انجام می‌گیرد و به طور متوسط هفته‌ای دو کتاب منتشر می‌شود. البته کتاب‌هایی که منتشر می‌شود کتاب‌های کم‌حجمی است چون رویکردی که در این پژوهشگاه دنبال می‌کنیم رویکرد کاربردی است و معتقد هستیم بر اساس

مأموریتی که وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی بر عهده ما گذاشته‌اند. حرکت پژوهشگاه باید در حقیقت معطوف به فعالیت‌های کاربردی باشد. چون پژوهش برای پژوهش و علم برای علم خیلی از نگاه ما مطلوب نیست. بله در جای خود یعنی در محیط کارآموزی علمی، علم برای علم و پژوهش برای پژوهش خوب است ولی در محیطی که یک مرکز پژوهشی می‌خواهد در خدمت یک سیستم قرار بگیرد، باید پژوهش در خدمت کاربرد و نیازهای جامعه باشد. به همین جهت رویکردی که ما در پژوهشگاه دنبال می‌کنیم، رویکرد پژوهش‌های کاربردی است. در خصوص عنوان این سمینار هم توضیح مختصری عرض می‌کنم و آن اینکه جهان اسلام همواره از اهمیت خاصی برخوردار بوده است، به دلیل موقعیت خاص سرزمینی که عمدتاً کشورهای اسلامی در آن قرار دارند و به تعبیری قلب جهان و مرکز برخورد تمدن‌ها و مسیر گذار تمدن‌ها تلقی می‌شود. منطقه خاورمیانه، منطقه تماس سه قاره آفریقا، آسیا و اروپا است و از طریق دریا به قاره آمریکا هم مربوط می‌شود. هم به این دلیل و هم به خاطر موقعیت خاص اعتقادی که در جهان اسلام وجود دارد، تحولات خاصی که در ۳۰ سال اخیر و به طور خاص در همین چند ماهه اخیر در جهان اسلام اتفاق افتاده، جهان اسلام اهمیت مضاعفی پیدا کرده است. مشکلی که همواره در جهان اسلام داشتیم و داریم این است که اخبار ما از زبان دیگران جاری شده و گفته می‌شود. در حقیقت دیگران یعنی کسانی غیر از جهان اسلام، آنگونه که می‌خواستند خبر ما را منتشر کرده و به تعبیری خبرسازی می‌کردند و همچنان می‌کنند. مدت ۱۵ - ۱۰ سالی است که تحولی در حوزه رسانه‌ای هم در داخل کشور و هم در جهان اسلام اتفاق افتاده است. شبکه‌های صداوسیما بسیار گسترش پیدا کردند، که اصلاً قابل مقایسه با قبل از انقلاب نیست، صداوسیما به زبان‌های مختلف و با

برد متفاوتی کار می‌کند. خبرگزاری‌های متعددی در کشور راه افتاده است و شبکه‌های ماهواره‌ای مثل العالم و پرس تی‌وی و برخی شبکه‌های مهم مثل الجزیره که تحرک خوبی دارند و در تحولات چند سال اخیر جهان اسلام مثل جنگ ۳۳ روزه و ۲۲ روزه تأثیرات بسیار مهمی در منطقه و در دنیا گذاشته‌اند. به هر حال این سمینار یک روزه به منظور توجه اصحاب عملی و نظری رسانه به این امر مهم برگزار شده است که امیدواریم به هر حال از نتایج این سمینار در عرصه رسانه بهره‌مند شویم و این سمینار در میان نخبگان و صاحب‌نظران هم بتواند در حد خود تأثیرگذار باشد. علاوه بر اینکه از نظرات صاحب‌نظران استفاده می‌کنند، این نظرات به صاحب‌نظران و نخبگان منتقل شود.

سخنرانی افتتاحیه

محمدجعفر محمدزاده^۱

وقتی از جهان اسلام سخن می‌گوییم بیش از هر چیز باید به یاد داشته باشیم که جهان اسلام در کشورهای دارای اکثریت مسلمان یا اعضای سازمان کنفرانس اسلامی خلاصه نمی‌شود، بلکه شامل یک میلیارد و نیم مسلمان در پنج قاره جهان است. جهان اسلام محدوده جغرافیایی یک‌دستی نیست. بلکه هر نقطه از کره خاکی که جماعتی از مسلمانان در آن زندگی می‌کنند را دربرمی‌گیرد و واحدهای دولت - ملت تنها یکی از اشکال آن است. مطابق این تعریف جهان اسلام از منظر هویتی و تمدنی شامل همه مسلمانان عالم است. در جهان آینده که جهان هویت‌هاست، کشورهای مختلف، رقابتی نفس‌گیر را برای هویت‌یابی و گاه هویت‌سازی آغاز کرده‌اند. در چشم‌انداز آینده عالم، جهان اسلام به عنوان مجموعه هویتی واحد، دیرینه‌ای فرهنگی و برکاتی گریزناپذیر دارد و ناگزیر از بازگشت به هویت مشترک خویش است. در این چشم‌انداز، مهم‌ترین وظیفه متوجه

۱. معاون امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

رسانه‌های جهان اسلام است که به‌عنوان عناصر آگاهی‌بخش ملت‌ها، زمینه‌های وحدت و انسجام در میان این امت را فراهم آورند. علی‌رغم افق‌های روشن پیش‌رو برای آینده جهان گرچه گسست‌های تاریخی که استعمارگران، نقش روشنی در ایجاد آن داشته‌اند، باور تحقق مفهوم آرمانی و کارآمد امت اسلامی قدری دشوار به نظر می‌رسد، اما این آرمان بلند را دست‌کم در عصر حاضر در عرصه رسانه می‌توان به واقعیت تبدیل کرد و با تأکید بر اشتراکات دینی و فرهنگی در نظام رسانه‌ای به امت مجازی اسلامی دست یافت. اکنون گسترش موج فزاینده بیداری عالم و آزادی‌خواهی انسان‌ها و موج اسلام‌خواهی و بیداری اسلامی بهترین فرصت را برای رسانه‌های جهان اسلام قرار داده است، تا دامنه بیداری اسلامی را به بیداری اسلامی انسان‌ها گسترش دهند. به این منظور ضروری است واقعیات جهان معاصر به‌ویژه ادعاهای فریبنده و جذاب غرب در زمینه دموکراسی، حقوق بشر، مبارزه با خشونت و ترور، مواجهات گزینشی و استانداردهای دوگانه با اینگونه موضوعات به افکار عمومی جهان شناسانده شود. رسانه‌های جهان اسلام برای این منظور باید ارزش‌های خبری مبتنی بر قرابت اعتقادی و آرمانی در کنار قرابت جغرافیایی را در اولویت قرار دهند، به‌ویژه رسانه‌های جدید می‌توانند مالکیت انحصاری بنگاه‌های بزرگ و بعضاً وابسته به نظام سرمایه‌داری را به چالش کشیده و با ایجاد فضای ارتباطی عمومی رویکرد انسجام‌بخشی به امت اسلامی را در سطوح مردمی و در لایه‌های زیرین اجتماعی دنبال کنند. با این حال نباید از نظر دور داشت که برخی از رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون‌های ماهواره‌ای، به تریبون‌هایی برای ایجاد تفرقه و فتنه تبدیل شده‌اند. متأسفانه فضای حاکم بر جهان اسلام و منازعات بی‌وجه میان اهل تسنن و تشیع تا حد زیادی ناشی از عملکرد نادرست و مغرضانه برخی از

این رسانه‌هاست. از این رو آگاهی‌بخشی در محور وحدت‌آفرینی از رسالت‌های مهم نظام خبری و رسانه‌ای جهان اسلام است. نکته دیگر اینکه امروز با وجود موج اسلام‌خواهی و بیداری اسلامی که در اقصی نقاط جهان به‌ویژه شمال آفریقا دیده می‌شود، فقدان رهبری به عنوان مهم‌ترین عامل خیزش‌های مردمی تبدیل شده است. از طرفی نخبگان و چهره‌های فراوانی وجود دارند که در بستر تعالیم الهی رشد کرده و به بالاترین مدارج علمی و معرفتی دست یافته‌اند، اما به دلیل سکنداری رسانه‌های غرب، گمنام مانده و امت اسلامی از وجود آن‌ها بی‌بهره‌اند. در نقطه مقابل شیوه نظام سلطه، سرکوب بیرحمانه شخصیت‌های انقلابی است که موجب شده است جهان اسلام با فقدان اینگونه شخصیت‌ها روبرو شود. نبود افرادی که بتوانند تکیه‌گاهی مطمئن برای ملت‌ها باشند، موجب شده است که حرکت‌ها و جنبش‌های فکری از پشتوانه مستحکم هدایت و رهبری بی‌بهره بمانند و در نتیجه به آسانی مهار شده و اشخاص محوری آن‌ها تبعید و یا روانه زندان شوند. مسئولیت رسانه‌های جهان اسلام در قبال چنین پدیده‌ای، شناسایی و شناساندن چهره‌های شاخص و بانفوذ در جریان خبررسانی بین‌المللی است. به عهده رسانه‌هاست که از تمام ظرفیت‌های خود برای معرفی چهره تابناک مسلمانان بهره‌گیرند و افکار عمومی را نسبت به چهره‌سازی رسانه‌های ضداسلامی و مبلغان روشنفکر وابسته به نظام سلطه مصونیت بخشند. متأسفانه امروز بیشتر تصاویری که از مصر، تونس و دیگر کشورهای اسلامی انتشار می‌یابد، از زاویه دوربین و از دروازه‌های نظام خبررسانی رسانه‌های نظام سلطه عبور می‌کند با این وضع بدیهی است که زاویه دید شاکله افراد جهان نیز بر این اساس مهندسی شود. برای تقابل با این روند هماهنگی رسانه‌های جهان اسلام بر محور اشتراکات هویتی ضروری به نظر می‌رسد. این هماهنگی در قالب یک

اتحادیه یا سازمان اسلامی می‌تواند محور هماهنگی نشریات و مطبوعات جهان اسلام قرار گرفته و به‌ویژه با تمرکز بر انتفاضه‌های اخیر در کشورهای مصر، اردن، تونس، یمن و به‌ویژه انتفاضه عمیق و ریشه‌دار مردم مظلوم فلسطین در مبارزه با صهیونیسم، امواج امید و شور مسلمانان جهان را مدیریت کند. در این زمینه توجه به سازمان‌های منطقه‌ای برای جهان اسلام به‌عنوان حلقه‌های عملیاتی همگرایی مفید و ضروری است. همچنین ایجاد منابع مشترک خبری و تصویری با انگیزه هم‌افزایی برای تولید رسانه‌ها می‌تواند به اجرای راهبرد مذکور یاری رساند. ناگفته پیداست که وجود چنین سازمانی قادر است به مقابله با راهبرد اسلام‌هراسی رسانه‌های غرب و تقریب مذهبی مسلمانان کمک کند و زمینه پرورش روزنامه‌نگاران و رسانه‌نگارانی را فراهم آورد که خارج از کشورهای خود و حتی در آن سوی مرزهای جهان اسلام به خبرنگارانی شاخص و پرنفوذ در ابعاد بین‌المللی تبدیل شوند. در پایان یادآور می‌شوم برای تحقق اهداف پیش گفته، معاونت اطلاعاتی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با یاری خداوند در نظر دارد بخش ویژه‌ای از نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌ها را به رسانه‌های جهان اسلام اختصاص داده و رسانه‌های مذکور را با دعوت به تشکیل اتحادیه مطبوعات جهان اسلام گردهم آورد.

مبانی نظری کارکرد رسانه‌های جهان اسلام در انتشار اخبار بین‌المللی

دکتر داود نعمتی انارکی^۱

بحث ما مبانی نظری کارکرد رسانه‌های جهان اسلام در انتشار اخبار است. اما قبل از اینکه به این موضوع بپردازیم و این جایگاه را تا حدودی مشخص کنیم که به عنوان کشورهای اسلامی در چه وضعیتی قرار داریم و در شرایطی که وجود دارد چقدر در حوزه انتشار اخبار سهم داریم، به نظرم باید مقداری به عقب برگردیم. تکرار شرایطی که به اصطلاح بعد از جنگ جهانی دوم شکل می‌گیرد، می‌تواند تلنگری به حوزه ارتباطات و رسانه در جامعه ما باشد که به جای اینکه یک قدم بردارد و یک شبکه و یک رسانه را در حوزه برون‌مرزی به وجود آورد، به سمت شبکه‌های متعدد و رسانه‌های متعدد رفته که در نهایت منجر به تشکیل اتحادیه‌هایی بشود که بتواند رسانه‌های جهان اسلام را در وضعیتی قرار بدهد که در برابر این جریان نابرابر انتشار اخبار که شاید سرمایه بسیار کمی از کشورهای اسلامی بدان اختصاص پیدا کرده را بتواند به حرکت و تغییر

۱. عضو هیئت علمی گروه ارتباطات دانشکده صدا و سیما

بکشاند. همه شما دوستان مطلع هستید که جریان انتشار اخبار با توجه به دیدگاه‌های مختلفی که از صاحب‌نظران رسانه و ارتباطات مطرح شده، عمدتاً بعد از جنگ جهانی دوم بر سه مدل انتشاری متکی بود. مدلی که مربوط به کشورهای غربی است و سهم اصلی انتشار خبر را در اختیار دارند. یعنی از آن دوران تغییر خاصی در این وضعیت به وجود نیامده است. هنوز هم این وضعیت به گونه‌ای است که این کشورها سهم بیشتری در حوزه انتشار اخبار در دنیا را به خود اختصاص داده‌اند. مدل «مرکز پیرامون» که خود صاحب‌نظران غربی آن را مطرح کرده‌اند، نشان می‌دهد که جریان انتشار خبر در سطح دنیا به چه صورت شکل می‌گیرد مدل دیگری هم بود به نام «مدل مثلثی» که چون بخشی از آن مربوط به کشورهای بلوک شرق بود که سهمی را برای خودشان اختصاص داده بودند و جهان سوم به آن‌ها ارتباط پیدا می‌کرد، جریان انتشار خبر در این حوزه به این شکل تعریف می‌شد. اما هنوز هم می‌بینیم که جریان انتشار اخبار در اختیار رسانه‌هایی است که در این دو مدل می‌گنجد. یعنی مدل مرکز پیرامون که مرکز، کشورهای حاکم یا کشورهایی که دارای ویژگی‌های خاصی هستند یا به نوعی به نظام سلطه و کشورهای پیرامون و کشورهای در حال توسعه و کشورهای جهان سوم که با آن کشورهای مراحل اول بسیار متفاوت هستند و ویژگی‌های خاص خود را دارند و هنوز هم این سهم گردش اطلاعات و خبر از این طرق شکل می‌گرفته و در حوزه‌های مختلف تعریف می‌شود.

در جریان شمال به جنوب هم که انتشار اخبار به گونه‌ای است که عمدتاً در این مدل بیشترین حجم خبرها بین کشورهای شمال و از شمال به جنوب اتفاق می‌افتد. اما سهمی از کشورهای جنوب نسبت به شمال مشاهده نمی‌کنیم. جدولی که در دهه ۱۹۹۰ چاپ شده بود چهار گولی را

معرفی می‌کرد که در عرصه خبر دنیا در طول روز بیش از ۳۰ میلیون کلمه خبر را مخابره می‌کردند. و هنوز هم این صنعت نه تنها کاهش پیدا نکرده بلکه توسط رسانه‌های دیگر، یعنی به وسیله یک پازل رسانه‌ای که شبکه‌های متعدد تلویزیونی و رادیویی و حلقه‌ای از مطبوعات را دربر می‌گیرد و سایت‌های خبری به شدت افزایش و گسترش پیدا کرده است. اتفاقاتی که الان در منطقه و جهان اسلام پیش آمده عمده خبرهایش از طریق این جریان خبررسانی و اطلاع‌رسانی انعکاس پیدا می‌کند که در اختیار همان گروه کشورهای جهان اول هستند یعنی کشورهایی که ویژگی‌های خاص خود و بیشترین تکنولوژی را دارند، در کشورهای مختلف دفاتر بسیار متعددی دارند و هر آن اراده بکنند از زاویه نگاه خودشان و دوربین می‌توانند موضوع را حتی اگر در منطقه‌ای مثل جهان اسلام و کشورهای اسلامی در حال رخ دادن باشد، به مخاطبان خود ارائه بدهند. چرا بایستی بسیاری از کشورها دریافت‌کننده مخاطب به‌عنوان دریافت‌کننده خبر، خبرهای خودش را از شبکه‌های خاصی دریافت کنند، CNN و BBC شبکه‌هایی وابسته به همان نظام سلطه یا همان جامعه اول هستند که به واسطه در اختیار داشتن آن حلقه گسترده رسانه‌ها، گویا این قابلیت را پیدا کردند که این موج را در دنیا پدید بیاورند. به هر حال این وضعیتی است که در انتشار اخبار بین‌المللی وجود دارد و گام‌های خوبی که در بعضی از کشورهای اسلامی در چند سال اخیر برداشته شده نشان می‌دهد اگر اراده‌ای پشت سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌ها باشد، می‌توان مقداری این وضعیت را تغییر داد. این مقدار شاید خیلی بالا یا شدید نباشد، اما به هر حال نشان می‌دهد که ما به عنوان کشورهای اسلامی و کشورهایی که ویژگی‌ها و شرایط خاصی داریم، حرفی برای گفتن داریم و می‌توانیم حداقل منطقه جغرافیای سیاسی خود را به جهات مختلف از لحاظ پوشش

اخبار و مطلع کردن مخاطب از رویدادهای در حال اتفاق پوشش بدهیم. در سال‌های اخیر گام‌هایی برداشته شده که تا حدودی موفقیت‌آمیز بوده است. من یک نمونه عرض کنم، اگر جریان خبررسانی شبکه‌های تلویزیونی را در زمانی که آمریکا به افغانستان لشکرکشی کرده مطالعه کنید، می‌بینید که شبکه الجزیره قطر به عنوان برترین شبکه خبری، توانست شبکه‌های CNN و BBC را پشت سر بگذارد و به‌عنوان شبکه برتر در حوزه اطلاع‌رسانی و خبررسانی در این فضا مطرح شود یا حمله دوم آمریکا به کشور عراق دقیقاً زمانی بود که شبکه العالم صداوسیما، شب قبل از حمله راه‌اندازی شد. این شبکه در آن مقطع زمانی به دلایل متعددی توانست وضعیت خوبی را در حوزه اطلاع‌رسانی و پوشش خبری آن منطقه برای مخاطبان خود داشته باشد و یکی از موفقیت‌های این شبکه در آن مقطع زمانی بود. نتیجه این است که ما در حوزه انتشار اخبار در وضعیت نامتعادلی قرار داریم، یعنی بین کشورهای اسلامی با آنچه که به‌عنوان کشورهای غربی یا کشورهای سلطه‌گر مطرح است، برابری وجود ندارد. سهم بیشتری در خدمت رسانه‌های خبری غربی و آن نظام سلطه است. تا زمانی هم که این جریان نامتعادل وجود داشته باشد، شاید بتوان گفت نمی‌توانیم امکان حضور فعال را در عرصه انتشار اخبار داشته باشیم. یک مقدار باید این معادله به هم بخورد. از به هم خوردن این معادله هم چند نمونه خدمت شما عرض می‌کنم. می‌شود کارهایی را در این حوزه انجام داد و شدنی است. این نکته را بگوییم که بخش مهمی از جریان بین‌المللی انتشار اخبار از طریق پازلی شکل می‌گیرد که عمدتاً رسانه‌ها نقش مهم و فعالی در آن بازی می‌کنند. تلویزیون غیر از خبرگزاری‌ها نقش بسیار مهمی دارد. دیگر بنگاه‌های سخن‌پراکنی رادیویی و یکی هم شبکه‌های اینترنتی یا فضای مجازی است که مشاهده می‌کنید چه موقعیتی

را در انتشار اخبار دارد. من دلایل این جریان نامتعادل را عرض می‌کنم. بخشی از این جریان نامتعادل به تفاوت‌های میان کشورهای پیشرفته و جهان سوم برمی‌گردد. این تفاوت‌ها در حوزه ارتباطات معنی زیادی دارد. غرب مالک بسیاری از بنگاه‌های سخن‌پراکنی است که جریان انتشار رویدادها را از آن خویش کرده است. در جهان سوم این جریان وجود ندارد و خیلی ضعیف است حتی به گونه‌ای است که بنگاه‌های رسانه‌ای و شبکه‌های رسانه‌ای غرب در کشورهای جهان سوم به خود این کشورها سرویس می‌دهند. شبکه‌های تلویزیونی و روزنامه‌های متعددی راه‌اندازی و سعی می‌کنند جریان انتشار اطلاعات در آن کشورها را از آن خود بکنند. بخش دیگری از این عدم تعادل به نوع روابط یا وابستگی‌ای که می‌تواند وجود داشته باشد برمی‌گردد. این می‌تواند تأثیرگذار باشد. برای اینکه می‌تواند از فعالیتی که کشورهای مستقل بتوانند داشته باشند جلوگیری کند، مثلاً وقتی جنبش غیرمتمعهدها شکل گرفت، یک خبرگزاری را در دل خودش پدید آورد که خبرگزاری تلاش می‌کرد تا جریانی را در حوزه اطلاع‌رسانی و انتشار پدید بیاورد که متفاوت از جریانی باشد که از شمال به سمت کشورهای جنوب رخ می‌دهد، اما موفق نشد. دلیل عدم موفقیت وابستگی بسیاری از این کشورها به جریان رسانه‌ای یا وابستگی سیاسی بسیاری از این کشورها به جریان نظام سلطه بود. عامل دیگری که می‌تواند در این حوزه تأثیرگذار باشد به دیدگاهی که والرشتاین مطرح می‌کند برمی‌گردد. او جهان را یک سیستم کل می‌بیند که این سیستم همان نظام لیبرال است. حالا وظیفه نظام سرمایه‌داری این است که نیاز اطلاعاتی مخاطبان را در نقاط مختلف جهان برطرف کند و پوشش بدهد. باور یک چنین وضعیتی می‌تواند گام‌هایمان را به سمت عقب بکشاند. یعنی وقتی باور داشته باشیم که یک سیستم کل وجود دارد و این سیستم کل همان

نظام سرمایه‌داری لیبرال است و این‌ها قطب عالم هستند که باید پوشش و سرویس بدهند، اذعان به این است که ضعف داریم. در بعضی از کشورهای جهان سوم این نگرش وجود دارد و این خود می‌تواند این وضعیت را مضاعف کند. بایستی این نگرش عوض شود. بایستی بیداری همان‌طوری که در جامعه ما و بعضی از کشورهای اسلامی اتفاق افتاده، در بسیاری از این کشورها اتفاق بیفتد و قبول داشته باشند که ما هم می‌توانیم به‌عنوان کشورهای اسلامی، جریان رسانه‌ای خاص خودمان را شکل بدهیم و این جریان رسانه‌ای می‌تواند در آن فضای ارتباطی تأثیرگذار باشد. دو راه‌حل به‌عنوان کارشناس حوزه رسانه از نگاه خود مطرح می‌کنم. باید شرایطی را فراهم کنیم که دستیابی به فناوری‌ها، همان اندازه که برای نظام سلطه امکان‌پذیر هست برای جوامع در حال توسعه نیز امکان‌پذیر باشد. باید شبکه‌های متعددی داشته باشیم. من واقعاً اعتقاد دارم که در حوزه خبررسانی ما نبایستی به شبکه PRESS TV و العالم بسنده کنیم. باید شبکه‌های مختلفی را برای مناطق متعدد جغرافیایی راه‌اندازی کنیم که تأثیر خودشان را داشته باشند. ارتباطات رسانه‌ای جهان اسلام بایستی افزایش پیدا کند. یعنی باید اتحادیه‌های رسانه‌ای بین کشورهای اسلامی شکل بگیرد اگر این اتفاق بیفتد، فکر می‌کنم که می‌توانیم این جریان نامتعادل را یک مقدار به هم بزنیم. ما بایستی توجه ویژه‌ای به توانمندسازی حرفه‌ای داشته باشیم. یعنی باید خودمان را به جهات حرفه‌ای توانمند کنیم. خبرنگاران متعددی را در اقصی نقاط دنیا داشته باشیم. از مردم منطقه باید به نحو مطلوب استفاده کنیم.

نکته دیگری که فکر می‌کنم بسیار تأثیرگذار است اینکه ما در برابر جریان رسانه‌ای غرب یا جریان رسانه‌ای نظام سلطه، بایستی به سمت ضدجریان برویم، اگرچه برای ما از طریق رسانه چه در داخل جامعه شکل بگیرد چه در

عرصه‌های بین‌المللی بحران ایجاد می‌کنند. ما باید این وضعیت را نسبت به آن‌ها داشته باشیم. همه ما قبول داریم که نظام‌های سیاسی حکومت‌ها و دولت‌ها به هر حال با مشکلات و اشکالاتی روبرو هستند چه طور مشکلات و اشکالات ما گفته، رصد و دائماً بزرگنمایی می‌شود اما در جریان رسانه‌ای خودمان از آن‌ها غافل هستیم. ما هم باید آن‌ها را دچار بحران کنیم. اگر می‌خواهند رابطه ما و کشورهای همسایه را به نوعی از طریق این جریان خبررسانی خدشه‌دار کنند، چه اشکالی دارد که وقتی بین انگلستان و ایران بحران وجود دارد، ما این وضعیت را پدید نیاوریم. اعتقاد من این است که ما باید در فضای رسانه‌ای، آن‌ها را دچار بحران کنیم. شما می‌دانید که برای نخست وزیر ایتالیا چه وضعیتی رقم خورده است. این وضعیتی است که بهترین بهره‌برداری رسانه‌ای را می‌توان انجام داد و در این فضای رسانه‌ای جریانی را به نفع جریان رسانه‌ای خود رقم زد.

سبب رسانه‌های جهان اسلام در انتشار اخبار بین‌المللی

محسن شریف‌زاده^۱

اگر فاسقی برای شما خبری آورد، بروید بررسی کنید، کنکاش کنید، مبادا قوم و ملتی را به گمراهی و جهالت بکشاند.

بحث رسانه‌ها و جریان خبری، در حقیقت حرکتی است برای تغییر افکار و دیدگاه‌های مخاطبان که به صراحت در قرآن توصیه شده است که اگر خبری از جانب فاسقی به دستمان رسید، باید بررسی کنیم مبادا زمینه انحراف فراهم شود و باز همین کلام پرنور الهی می‌فرماید: هرآنچه می‌توانید از قوت، امکانات و تجهیزات خودتان را مهیا و آماده کنید تا دشمنان خدا و خودتان را به واسطه این عده و عده بترسانید. امروز دنیای جنگ‌نرم است. امروز دنیای جنگ رسانه است. گذشت روزگاری که چنگیز و هیتلر با لشکرکشی کشورگشایی می‌کردند و به دامنه جغرافیایی حکومت خودشان می‌افزودند. امروز دوران عبور از مرزها گذشته، زمان نفوذ در مغزها جریان پیدا کرده است. امروز دشمنان با یارگیری از

۱. مدیر کل شبکه صدای آشنای صدای جمهوری اسلامی ایران

نیروهای خودی به اهداف و مطامع خودشان می‌رسند. دقیقاً فرق آن چیزی که به اسم تهاجم فرهنگی یا جنگ نرم با جنگ سخت یا تهاجم نظامی گفته می‌شود، در همین جاست. در تهاجم نظامی شما جبهه مشخصی دارید، یونیفرم و لباس دشمنان مشخص است، حدود و جایگاهی که جنگ آغاز می‌شود مشخص است. پشت جبهه مشخص است. کسی که مجروح می‌شود به سرعت قابل تشخیص است. برای درمان و بهبود به پشت جبهه منتقل می‌شود اما در تهاجم فرهنگی هیچ کدام این‌ها نیست و شما نمی‌دانید که جبهه کجاست، جبهه در منزل من است، جبهه در دفتر کار شماست، اصلاً نمی‌دانید جبهه از کجا شروع می‌شود، جبهه در گوشی موبایل من است. مشخص نیست جبهه کجاست. لباس و یونیفرم مهاجم مشخص نیست که به راحتی بتوانید او را شناسایی کنید و در برابر او گارد بگیرید، او در بین مردم است و وقتی کسی مجروح می‌شود و در اصابت حمله دشمن قرار می‌گیرد، دیگران متوجه نمی‌شوند که سریع بروند تا به داد او برسند و او را درمان کنند تا بهبود پیدا کند، او عفونت پیدا می‌کند این جراحی فرهنگی که برداشته، بعد از چند صباحی به یار دشمن تبدیل می‌شود. خودش یک عنصر فاسد سرشار از پلیدی می‌شود. خودش اشاعه فساد و تهاجم فرهنگی خواهد کرد. در حالی که در جبهه نظامی آن عزیز جانباز، اسطوره می‌شد. خودش الگو می‌شد و می‌توانست سرمشق بدهد. اینجا برعکس است. این کسی که جانباز تهاجم فرهنگی می‌شود به یار دشمن تبدیل می‌شود. خیلی پیچیده و دشوار است. می‌خواهم مقایسه‌ای کنم بین دنیای رسانه‌ای قدیم و دنیای رسانه‌ای جدید. روزگاری گیرنده رادیو و تلویزیون بسیار پیش پا افتاده و ساده‌ای از لحاظ فنی در اختیار مردم به‌عنوان مخاطبان رسانه بود ولی امروز ما در دنیای جدید رسانه هستیم. این قدر فاصله زیاد و سرعت شتابان و سریع است که شاید باور کردنی نباشد. یعنی اگر پدران ما که فرض کنید ۴۰ سال پیش از دنیا رفته‌اند الان سر از خاک

بردارند شاید سرعت این تحول را باور نکنند ولی ما آثار و بازتاب این سرعت را در تحولات جهانی می‌بینیم. من به شوروی سابق سفری داشتم به اعتبار مسئولیتی که در رادیوهای برون مرزی داشتم برای من جالب بود که هنوز در هتل‌ها، با این حال که شوروی فروپاشیده بود، یک رادیو بود و اصلاً موج نداشت یا روشن بود یا خاموش. برایم جالب بود که نمی‌شود موجش را عوض کرد. در نظام سلطه کمونیستی که به فضل الهی فروپاشید، شما موظف بودید آن رادیویی که حکومت می‌گوید، گوش کنید. اصلاً موج نداشت. در مجلس سوم من مدیر صداوسیما یزد بودم. یادم هست دو کانال داشتیم. یکی کانال یک بود. کانال دو هم داشتیم که به آن کانال آموزشی می‌گفتند. قرار بود که کانال سه راه بیفتد. مجلس سوم که ریاستش را آقای کروی عهده‌دار بود گفت که یک میلیارد از بودجه صداوسیما کم کنید، چه دلیلی دارد دو کانال داشته باشیم. کسی می‌خواهد تلویزیون ببیند، ببیند کسی که نمی‌خواهد بلند شود برود پی‌کارش. آیا این اسراف نیست. توجهات را ببینید چقدر پیش پا افتاده است. اسراف نیست که همزمان یک کانال یک چیز پخش کند و یک کانال یک چیز دیگر. یک میلیارد از بودجه صداوسیما کم می‌کنیم همان یک کانال بس است. دکتر نعمتی می‌فرمایند که PRESS TV و العالم کم است باید بیشترش کنیم من یاد این افتادم و آن سختی‌هایی که دست صداوسیما را برای همین دو کانال موجود آن وقت در سال‌های ۶۹ و ۷۰ داشتند می‌بستند. الان در دنیای رسانه نو سرعت بیشتر شده. ثانیه کمترین زمانی است که من و شما می‌شناسیم. الان در جهان رسانه‌ای نوین و جدید ثانیه خیلی زمان طولانی است. شاید برای شما جالب باشد. ثانیه را تبدیل کردند به اعشاری از ثانیه. ۱۰ به توان ۱۶. شما ببینید چقدر ریز می‌شود. کمترین زمانی که می‌شود تصور کرد ۱۰ به توان ۱۶. یک کسر بسیار کم یعنی یک ثانیه معادل چند روز قدیم می‌شود. با کلیک که می‌کنید حجم زیادی از اطلاعات به آن سوی دنیا منتقل

می‌شود. الان در سیستم سایبری و در سیستم اطلاع‌رسانی مجازی دشمن از این ابزار استفاده می‌کند. اینترنت رشد بسیار فزاینده‌ای در جهان دارد. رادیو تلویزیون‌های دنیا کاملاً در انحصار قدرت‌ها بود مثلاً اگر رادیوی مصر می‌خواست چیزی پخش بکند باید با اجازه حکومت این کار را انجام می‌داد. وابسته به قدرتی بود که سرمایه‌دار است و توان راه‌اندازی رادیو و تلویزیون دارد، ولی الان این‌جور نیست. اگر شما در منزلتان فکر و ایده داشته باشید به راحتی در کسری از ثانیه می‌توانید حجم زیاد اطلاعات را در دنیا منتقل کنید. در جهان نوین رسانه‌ها بحث meta data را هم به آن بیفزایید. قبلاً در رسانه‌های قدیمی، وقتی یک مطلب را از رادیو یا تلویزیون می‌شنیدید، تمام می‌شد. فرض کنید سریال مختار را می‌دیدید ابراهیم طلحه می‌آمد چند دقیقه نقشی را ایفا می‌کرد و می‌رفت شما همان قدر ابراهیم را می‌شناختید، ولی الان در متادیتا یا «اطلاعات برای اطلاعات»، شما می‌توانید روی تصویر ابراهیم طلحه کلیک کنید و بیوگرافی او را دریافت کنید. که بود، از کجا شروع کرده و ... این اتفاقی است که در دنیای رسانه افتاده است و برای ما هم یک فرصت است و هم یک تهدید. در قدیم ما می‌توانستیم با یک بخش خبری، با یک اطلاع‌رسانی که خود در تلویزیون انجام می‌دادیم مردم را اقناع کنیم، اما الان این اتفاق نمی‌افتد از این باب برای ما تهدید است. از یک طرف برای ما فرصت است همان‌طور که دوستان اشاره کردند بیاییم و سهم جهان اسلام را افزایش بدهیم. خوشبختانه در سال‌های اخیر کارهای خوبی انجام شده. الان چهار شبکه برون مرزی کوثر، العالم، PRESS TV و سحر را داریم. روزگاری من مسئولیت سحر را داشتم. ما به شش زبان برنامه‌سازی می‌کردیم. شاید دوستان یادشان باشد شبکه سه سریالی را داخل کشور دوبله و پخش کرد. سریال چشمان آبی زهر/ در رابطه با یک دختر بچه فلسطینی بود که

درجه‌دار ارتش صهیونیستی چشمانش را از او می‌گرفت و به بچه معلول خودش پیوند می‌زد. البته الان علم چشم‌پزشکی به این نرسیده است که چشمی را به کسی منتقل کنند. مقداری مبالغه در فیلم‌سازی بود. اما چون عاطفی بود سوژه خوبی برای شبکه سحر شد. به خاطر پخش این سریال، پخش شبکه سحر را در فرانسه که از آنجا امواج ما به هاتبرد فرستاده می‌شود، ممنوع کردند. گفتند چون صداوسیما ایران و مشخصاً شبکه سحر سریال ضدیهودی به نام *چشمان آبی زهر* پخش کرده است اجازه پخش به شما نخواهیم داد. من و آقای هنردوست، قائم مقام وقت صداوسیما به فرانسه رفتیم مذاکره کنیم که اینگونه نیست که شما فکر می‌کنید این یک سریال ضدصهیونیستی است. اتفاقاً ما در این فیلم یک یهودی همراه با فلسطینی‌ها داریم. یک یهودی همراه با مبارزین هم داریم، ضدیهودی نیست، ضدصهیونیست‌هاست. نهایتاً نپذیرفتند و گفتند که شبکه سحر باید قطع شود و قطع کردند. آنجا آقای هنردوست گفتند که به زودی ماهواره ایران به فضا خواهد رفت، ما همکار خواهیم شد، با ما همراهی کنید، بگذارید سحر ما روی هاتبرد پخش شود. آن رئیس‌ی که طرف مذاکره ما بود گفت مواظب باشید ماهواره‌تان را گم نکنید. ماهواره‌ها در شعاع ۳۶ هزار کیلومتری زمین قرار دارند. مدیریت و کنترل ماهواره از روی زمین خود یک فناوری است. شما ممکن است ماهواره به هوا بفرستید ولی ماهواره شما را می‌دزدند و امواج خودشان را روی آن می‌گذارند. طرف مذاکره ما زیرکانه گفت حالا که می‌خواهید ماهواره بفرستید هوا، مواظب باشید ماهواره‌تان را گم نکنید. الان چهار شب است که تلویزیون برون‌مرزی داریم اگر انقلاب اسلامی ایران از دی ماه ۵۶ که آن مقاله ضدامام منتشر شد تا بهمن ۵۷ چیزی حدود ۱۳ ماه طول کشید تا به پیروزی رسید، در مصر ۱۸ روز از ۵ بهمن تا ۲۲ بهمن طول کشید. مطمئن

باشید که آن چیزی که فشرده‌گی زمان را ایجاد کرد رسانه‌ها بودند و الا مبارک پلیدتر از شاه ملعون ایران بود. آمریکا این دفعه حواسش بود که چه کند که آن اتفاق نیفتد. به‌رغم همه این‌ها انقلاب مصر در ۱۸ روز به پیروزی می‌رسد. مبارک با همه تهدیدها محکوم به ترک می‌شود. این اثر رسانه است. مطمئن باشید PRESS TV و العالم یکی از درخشان‌ترین کارنامه‌ها را در این جریان به دست آوردند و این همان سهم جهان اسلام است که داریم کسب می‌کنیم. اشکالی که در جهان اسلام هم به ما وارد است و هم به الجزیره و هم به بسیاری از شبکه‌های اسلامی عراق و عربستان، این است که قالب، فرم، دکور، لباس، انتخاب مجری، انتخاب گزارشگر، انتخاب نور، رنگ و حتی موسیقی بسیار می‌تواند تأثیر بگذارد و شما را به برنامه و مباحث سهل و روان همه فهم جذب کند. حال آنکه متأسفانه کانال‌های جهان اسلام، با دکوری ساده و یک مجری معمولی اجرا می‌شود، فارغ از محتوا، نور و سایر جذابیت‌ها که تأثیرگذار است و می‌تواند مخاطب را جذب کند. به اعتبار اندیشه‌های سنگین و پر وزن اسلامی و تمدن ایرانی که در دست داریم محتوای غنی زیاد است؛ اما باید به فرم و زیباشناختی توجه کنیم. گاهی اوقات من می‌بینم که مباحثی سنگین و تخصصی مطرح می‌شود. *هذا بیان للناس، این قرآن برای عموم مردم است*. حاج آقا قرائتی می‌گفتند من درس‌هایی از قرآن را می‌گویم که همه می‌فهمند. یعنی یک شهروند معمولی هم می‌فهمد. می‌توانیم بیاییم از این ابزار استفاده کنیم و انشاءالله سهم اندیشه اسلامی و ایرانی را در شعاع وسیع‌تری افزایش دهیم. مقام معظم رهبری فرمودند اگرچه کارهای شایسته و فاخری انجام شده، اما نباید به آنچه انجام شده قانع شد. درست است که شما شبکه‌های برون‌مرزی زیادی دارید، اما به تعبیر مقام معظم رهبری راه کمال بی‌پایان است. به راه‌های رفته نگاه نکنیم، به افق‌های پیش رو نگاه کنیم که انشاءالله با مدد الهی بتوانیم عرصه‌های جدید را به دست آوریم.

چالش‌ها و فرصت‌های فرا روی رسانه‌های جهان اسلام در انتشار اخبار بین‌المللی

محمد مهدی شریعتمدار^۱

جنگ غزه باعث شده که برای اولین بار افکار عمومی نه تنها جهان اسلام یا جوامعی که با مسائل حکومت اسلامی درگیر هستند، بلکه کل جهان نسبت به این مسئله معطوف شود. شاید عملی‌ترین بحثی که می‌شود اینجا مطرح کرد گزارش گلدستون که از برندهای مهم بین‌المللی است در حوزه مسئله فلسطین باشد. با همه انتقادهایی که ما به‌عنوان مسلمان ممکن است نسبت به آن داشته باشیم اما دستاوردی که تحقق بخشید، تحت تأثیر عملکرد رسانه در جنگ غزه بود که به نوعی اقدامی نو و تأسیسی در عرصه حقوق بین‌الملل در مورد مسائل آزادی‌بخش محسوب می‌شود. اگرچه با مدیریت تقریباً کامل، رسانه‌ها شاهد تصاویر خوبی بودند اما به هر حال اثرگذاری خودش را داشت. با همه این مسائل، باید به یک نکته توجه داشت و آن اینکه با وجود این فرصت، ما در میدانی بازی می‌کنیم که این میدان، اگر نخواهیم بگوییم دشمن، میدان دیگری است. طبعاً قواعد

۱. معاون مطالعات راهبردی اتحادیه رادیو و تلویزیون‌های اسلامی

بازی، سازوکارها، ابزارها، فناوری‌ها و همه این‌ها با این مشکل و چالش اساسی روبروست و این تهدیدی است که محور اصلی صحبت بنده را تشکیل می‌دهد. خیلی هم نیاز به استدلال نداریم. یک نمونه را آقای شریف‌زاده فرمودند، پخش فرانسه گفت هر وقت بخواهد شما را از روی ماهواره حذف می‌کند و قوانینی که در کنگره آمریکا ارائه شد، برای مبارزه با آنچه رسانه‌های مبلغ تروریسم نامگذاری شد، نمونه دیگرش است. خیلی دور نرویم، در همین منطقه هم ما همین مشکل را داریم. شبکه العالم حذف شد. در جریان‌ات اخیر هم شاهد بودیم که الجزیره را برای مدتی برداشتند، شبکه الاتجاه با همین مشکل مواجه شد. در حوادث اخیر برای اطلاع شما عرض می‌کنم که پنج شبکه بزرگ تأثیرگذار الجزیره، القدس، الاتجاه، المنار و العالم بودند. یعنی این پنج شبکه با همدیگر اثرگذار بودند و المنار به دلیل تجربیات قبلی سنجیده‌تر عمل کرد ولی بقیه مثل الاتجاه تهدید شد و حتی چند ساعتی برداشته شد ولی با یک جستجوی مختصر امکان دریافت تصاویر را داشت. نیاز به استدلال زیادی نیست که این میدان و فرصتی که در اختیار داریم، میدان ما نیست و از آن دیگری است. لذا این فرصت با یک تهدید اساسی روبه‌روست.

اگر تفسیری در مورد رسانه‌های جهان اسلام بگویم سه دسته رسانه داریم؛ یکی رسانه‌های کشورهای اسلامی است که اکثراً دولتی هستند. دیگری رسانه‌های خصوصی هستند که به شدت در حال افزایش‌اند و بخش سومی که کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد رسانه‌های اقلیت‌های اسلامی است که متأسفانه فراموش شده هستند. این‌ها نقش تأثیرگذاری در خصوص مخاطبان غیرمسلمان دارند. البته همین رسانه‌ها بیشتر به مسائل درون‌گفتمانی و مسائل داخلی اقلیت‌ها و کمتر به حوزه گفتمانی و مخاطب قراردادن دیگران می‌پردازند ولی به هر حال امکانی است که باید مورد توجه قرار گیرد. در بین این‌ها شبکه‌های

خبری بسیار محدود است این باز یکی از نکات مهم است. البته حوزه دیگری را هم نباید از یاد ببریم و آن رسانه‌هایی است که از آن دیگری است اما مخاطبش ما هستیم به دلیل اینکه این رسانه‌ها اثرگذاری دارند یا تلاش می‌کنند تا روی افکار عمومی جوامعی که جوامع هدف و اصلی هستند یعنی مسلمانان اثرگذاری داشته باشند. شما گسترش رسانه‌های عربی و فارسی را در دوره‌هایی که شبکه‌های خبری هم در آن‌ها کم نیست ملاحظه می‌کنید هر چند این‌ها رسانه‌های جهان اسلام تلقی نمی‌شوند ولی اثرگذاری‌شان حتماً باید مورد توجه محققان و دست‌اندرکاران قرار بگیرد، چون اثرگذار هستند. آیا رسانه‌های جهان اسلام در حد مطلوب هستند و نقش خودشان را در آنچه مدنظرمان هست یعنی انتقال پیام، مشخصاً انتقال پیام‌های بین‌المللی خوب ایفا می‌کنند؟ علاوه بر بعضی از محدودیت‌ها و عوامل مفهومی که جای بحث آن اینجا نیست رسانه‌های جهان اسلام در هر نوعی، سه چهار دسته مشکل و چالش دارند. یکی از ویژگی‌های کشورهای جهان سوم که به تبع آن‌ها به رسانه‌ها هم منتقل می‌شود. مباحثی مثل شمال و جنوب است، تأمین مالی پروژه‌ها از جمله پروژه انسانی، بحث تخصص‌ها و مهارت‌ها، فناوری‌ها که نوعاً وارداتی هستند، بحث بهره‌وری در حوزه اقتصاد، بحث تولید اطلاعات و همین‌طور وابستگی در حوزه‌های مختلف که شاید امروز بتوانیم ادعا کنیم که وابستگی کشورهای اسلامی کاهش پیدا کرده است. مثلاً مقداری استقلال سیاسی و یا شاید اقتصادی وجود دارد، قدرت‌های نوظهور اقتصادی در جهان اسلام چند مورد قابل ذکر است. شاید وابستگی در بعضی از حوزه‌ها نسبت به دهه‌های پیشین کاهش پیدا کرده باشد. ولی وابستگی در حوزه رسانه روز به روز در حال افزایش است شاید به این دلیل که عرض کردم که اساساً در زمین دیگری بازی می‌کنیم. وارداتی بودن، مشکلی است که ما در جهان سوم داریم علم تنها شامل فناوری نمی‌شود، حتی بسیاری از مفاهیم، سازوکارها، مدیریت

رسانه به‌طور غیرمستقیم یا مستقیم این‌ها مشکلاتی است که در جهان سوم داریم و به تبع آن‌ها در رسانه‌های جهان سوم که جهان اسلام هم بخشی از آن است. دسته دوم نارسایی‌هایی است که در دسته حاکم وجود دارد. در حوزه‌ای که صحبت می‌کنیم احکام مطلق وجود ندارد، همه این‌ها استثنا دارد، منتها فضای عمومی را عرض می‌کنم. نارسایی‌های نظام حاکم و همین‌طور دولتی بودن رسانه‌ها که متأثر از آن نظام‌هاست هم دسته دیگری از مشکلات را ایجاد می‌کند و به خصوص ترجیح مصالح ملی به معنای درون‌مرزی نه به معنای غیردولتی یا ملی. مشکلات ساختاری جوامع مسلمان و بحران هویت هم هست، ناکارآمدی در حوزه علوم انسانی و بخشی از آن ارتباطات، رسانه است و همین‌طور دسته چهارم چالش‌های ناشی از نقش جهان اسلام در سازوکارهای بین‌المللی و جهانی و حقوق بین‌الملل است. همه این‌ها باعث می‌شود که رسانه ناکارآمد شود و عدم امکان رقابت رسانه‌های جهان اسلام پیش بیاید. همان‌طور که عرض کردم احکام کلی ما حتماً استثنا هم دارد. خوب چه باید کرد؟ حالا ما دانستیم که فرصتی وجود دارد این فرصت با یک چالش اساسی روبروست، مسائل و چالش‌های مربوط به رسانه‌های جهان اسلام را ریز و دسته‌بندی کردیم حالا می‌خواهیم بدانیم که چه باید کرد؟ اولین راهی که به نظر می‌آید ایجاد نوعی همگرایی، همراهی و هم‌افزایی است. من هر سه این‌ها را به دلیل خاصی انتخاب کردم. ما برای این کار سازوکارهایی ایجاد کردیم. منتها این سازوکارها هم باز مشکلات و ناکارآمدی‌های از پیش گفته و بعضی ناکارآمدی‌های دیگری دارد. شما می‌دانید که ساختمان کنفرانس اسلامی یک اتحادیه رادیو تلویزیون‌های اسلامی دارد که همه رادیو تلویزیون‌های رسمی کشورهای اسلامی در آنجا عضو هستند. جامعه اتحادیه عرب هم باز یک اتحادیه رادیو تلویزیون‌های عربی دارد که باز هم تا مدتی پیش فقط رادیو تلویزیون‌های رسمی عضو آن بودند، الان به‌عنوان عضو ناظر

اجازه دادند که دو گروه دیگر هم وارد بشوند البته کمتر وارد شدند، یک گروه رسانه‌های عربی غیردولتی و یک گروه هم رسانه‌های غیرعربی که خیلی کم است و فعالیت چندانی هم ندارند، یعنی امکان اثرگذاری در سازوکار این اتحادیه وجود ندارد. اتحادیه رادیو و تلویزیون‌های آسیایی و یکی دو سازوکار منطقه آفریقایی هم هست که بعضی از کشورهای اسلامی در آن عضو هستند. همه این‌ها مشکلات ناشی از سازوکارهای منطقه‌ای، بین‌المللی و چالش‌هایی است که جهان اسلام با نظام بین‌الملل دارد. فرض کنید اتحادیه رادیو تلویزیون جمهوری اسلامی وابسته به IC است و نفوذ عربستان در IC و خود این اتحادیه زیاد است طبعاً بخشی از مشکلات به این‌ها منتقل می‌شود. یک اتحادیه دیگر هم، اتحادیه کشورهای اسلامی است که بنده هم به نمایندگی از ایران در آن هستم این اتحادیه، غیردولتی است و به جز یکی دو مورد استثنا، همه رادیو تلویزیون‌های عضو این اتحادیه که امروز به بیش از ۲۱۰ رسیده، همه غیردولتی هستند. این هم سازوکار جدیدی است. عرصه رسانه‌های غیردولتی، عرصه‌ای در حال گسترش است و تلاش کرده که مشکلات را کمتر کند. حالا فرض کنیم که ما این کارآمدی را به دست آوریم و مخاطب‌شناسی دقیق هم انجام دادیم. فرض کنید که ما در ارائه پیام مناسب به مخاطب خاصی که جامعه هدف ماست، کاملاً حرفه‌ای بودیم. یک چالش بسیار جدی و جدید وجود دارد و آن بحث خبر هست. ما در زمینه دسترسی به خبر به شدت مشکل داریم و بحث اصلی ما هم همین است. ما در گستره جغرافیایی و تخصصی‌تر شدن خبر مشکل داریم. شبکه العالم در حمله متفقین به عراق به دلیل اینکه تنها رسانه‌ای بود که امکان تصویربرداری زمینی از سواحل ایران را داشت و کانون فعل و انفعالات عراق در همین حوزه خلیج فارس و آبادان بود، رسانه اول شد. ولی بدون شک این یک استثنا است و یک دفعه رخ می‌دهد. به فرض این‌که ما

در مناطق حساس و بحرانی حضور داشته باشیم، یعنی شبکه الجزیره، العالم و ... در فلسطین، افغانستان و یا کشورهای مهم دنیا حضور داشته باشند، اما این شبکه‌ها به حداکثر ۳۰، ۴۰ یا ۵۰ خبرنگار در جاهای مشخص دسترسی نخواهد داشت که نوعاً هم معطوف به خبر سیاسی هستند. ما در زمینه خبرهای ورزشی، اقتصادی، مالی به‌خصوص در بازارهای مالی کمتر حضور داریم. در نتیجه این خبرها را باید از کجا بگیریم؟ از دو خبرگزاری رويترز و آسوشیتدپرس نه بیشتر. این هم علاوه بر نکته‌ای که قبلاً گفتم معنایش این است که نه تنها شما دارید در زمین حریف بازی می‌کنید، حتی ابزارش را هم دیگری برای شما فراهم می‌کند. از محتوا که بگذریم یک مرحله جلوتر بحث این است که ما امروز دیگر با رسانه‌های سنتی روبرو نیستیم. رسانه‌های دیجیتال و ماهواره‌ای مبتنی بر تصویر است. فرض کنید خبرگزاری ایرنا می‌تواند در همه جای دنیا خبرنگار داشته باشد. ولی کمتر دسترسی به تصویر داریم. اگر بتوانیم تصویربرداری هم داشته باشیم مشکل ارسال وجود دارد. چون ارسال هم از طریق ابزارهای خاص صورت می‌گیرد، البته روز به روز پیشرفت می‌کند و با دستگاه کوچکی که همه می‌توانند در اختیار داشته باشند، امروز می‌توان تصاویر ارسال کرد، ولی با کیفیت بسیار نازل. در یک شرایط بحرانی و خاص می‌توانید از این تصاویر استفاده کنید. مخاطب شما نمی‌پذیرد که شما در مورد کانون‌های مهم خبری دنیا از این تصاویر استفاده کنید. نیاز به تصاویر شفاف‌تر وجود دارد و این در اختیار رسانه‌های خبرگزاری تصویری بین‌المللی هست بنابراین ملزم هستید که از آن‌ها استفاده کنید نه از تصویری که از طریق موبایل گرفته شده. البته ما تنوع و تخصصی‌تر شدن رسانه‌ها را هم داریم. حال می‌رسیم به این نکته که حتی با فرض اینکه کاملاً حرفه‌ای هم باشید باز خبررسانی تصویری را کم خواهید داشت. اجازه بدهید آماری راجع به آسوشیتدپرس و رويترز

بدهم. AP^۱ در سال ۱۸۴۸ پا به عرصه وجود گذاشت. الان به پنج زبان خبر پخش می‌کند. ۸ هزار و ۵۰۰ خریدار بین‌المللی دارد. ۲۴۰ نمایندگی در ۱۱۲ کشور با ۳۷۰۰ کارمند دارد می‌توانید این را با شبکه‌های مهم مقایسه کنید. شبکه دیجیتالی تصاویر دارد. سرویس خبری آنلاین دارد. علاوه بر این شبکه تلویزیونی و رادیویی هم دارد. آرشیوی مرکب از ۱۰ میلیون عکس و تصویر و سایت چندرسانه‌ای دارد. در هر دقیقه نه‌هزار و ۶۰۰ کلمه مخابره می‌کند و در تمام موضوعات حرف برای گفتن دارد. رویترز نیز در سال ۱۸۴۹ تأسیس شد. بیش از ۴۲۷ هزار متخصص بازارهای مالی و بازارهای کالا و سرمایه از سرویس‌های رویترز استفاده می‌کنند. یعنی در واقع نبض بازارهای جهان در اختیار رویترز است. دوهزار و ۵۵۷ خبرنگار و عکاس در ۲۵۹ شهر و ۹۴ کشور حضور دارد. ۳۷۰ هزار مشترک دارد، به ۱۹ زبان خبر ارائه می‌کند و روزانه تا ۲۵ هزار خبر و بیش از ۶ میلیون خبر را مخابره می‌کند. خبرهای مالی را نمی‌توانید غیر از رویترز از جای دیگری بگیرید. بر فرض هم که توانستید خبر بگیرید، ولی تصویر ندارید. نمی‌توانید تلویزیون را به رادیو تبدیل بکنید. گوینده فقط خبر بگوید. باید حتماً تصویر داشته باشد. حتی اگر رئیس جمهور، حرفی را گفتند، یک عکس از ایشان نشان بدهید. حداقل ۱۵ کشور آفریقایی، ۱۱ کشور آمریکای لاتین و ۶ کشور آسیایی تمام بخش‌های خبری رسانه‌های خبری خودشان را بدون کم و کاست از این دو خبرگزاری می‌گیرند. یعنی هیچ چیزی اضافه نمی‌کنند. نمونه‌اش حوادث اخیر کشور مصر. دو دوربین در میدان التحرير وجود داشت و همه از آن‌ها دریافت می‌کردند. چه اتفاقی افتاد. شما از هیچ واقعه‌ای در مصر یا در جای دیگر خبردار نبودید. بعضی از شهرها به دست مردم افتاد. مدیریت شهر در دست مردم بود ولی شما هیچ خبری نداشتید. خبر فقط از میدان التحرير بود. العالم

1. Associated Press

آنجا دوربین داشت ولی اجازه تصویربرداری نداشت، حداکثر می‌توانست با کسی مصاحبه کند که آن هم با مشکلاتی روبرو بود. این به معنای انحصار و اعمال سیاست و تأثیر بر افکار عمومی است. ۸۵ درصد مردم آمریکا ۹۵ درصد اخبار را، فقط از طریق شبکه‌های آمریکایی دریافت می‌کنند. حالا مخرج را از کجا به دست می‌آورند، از طریق شبکه CNN, ABC, MBC, CBS که این‌ها صد درصد یهودی و تمام مالکیتشان در اختیار یهودیان است. سانسور خبری در افغانستان و خلیج فارس دارند. بیش از ۸۰ درصد مصرف رسانه‌ای جهان اسلام از تولیدات خارجی است. معنایش این است که انسان مسلمان مصرف‌کننده تولیدات دیگری است. یعنی چه؟ یعنی دقیقاً ضد آن پیامی که اسلام اساساً برای رساندن آن به دیگری آمده است. اسلام چیزی جز پیام نیست. امروز ما با وضعیتی مواجه هستیم که نه تنها این امکان وجود ندارد، بلکه برعکس ما مصرف‌کننده هستیم. راهکارهای همکاری شبکه‌های خبری، به شکل تعاونی است. رویترز و MPT هر دو تعاونی هستند یعنی مجموعه‌ای از رسانه‌ها جمع شدند و این‌ها را تشکیل دادند. یک مدل می‌تواند این باشد. مدل دیگر، مدل «آسیا ویژن»^۱ است. سبدی است که همه اعضا، اخبار و تصاویرشان را آنجا می‌ریزند این هم یک سازوکار معمولی. یک بحث هم که اخیراً معاونت مجازی ایجاد کرده است که سایت خبری یا یک پرتابل جامع خبری است. البته الان بسیار ضعیف است و جای کار دارد. یک بحث هم راه‌حل آرمانی ولی دست‌یافتنی است که آن هم ایجاد یک خبرگزاری بین‌المللی تصویری اسلامی است. اتحادیه تلویزیون‌های اسلامی به سمت این حرکت رفت، خبرگزاری بین‌المللی اطلس، مطالعات مقدماتی‌اش را انجام داد، هیئت مدیره مقداری جلو رفت منتها با دو سه مشکل مواجه شد یکی اینکه به هر حال اگر جمهوری اسلامی می‌خواست

انجام دهد، ما یک اتحادیه غیردولتی وابسته به لحاظ حقوق اساسی و ساختارهای اساسی غیروابسته به جمهوری اسلامی هستیم. اینکه ما از نظام جمهوری اسلامی دفاع می‌کنیم یک بحث است، ولی به لحاظ تشکیلاتی عضو این نیستیم. و بحث سرمایه‌داری و شبکه‌سازی که سرمایه کلانی که می‌خواهد از مشکلات جدی هستند. علی‌رغم تلاش‌هایی که صورت گرفته، فرض کنیم که این‌ها اتفاق افتاد ما در عالم خبر هم به حد مطلوب رسیدیم. چالش جدید این است که باید آن از طریق ماهواره پخش شود، ماهواره در اختیار شما نیست، جهان اسلام هم باید در مورد ماهواره و هم در حوزه حقوق فضا و ماهواره، حقوق پخش امواج و حقوق بشر مرتبط با این حوزه یعنی جریان آزاد دسترسی به اطلاعات تلاش کند که اگر این تلاش صورت نگیرد به مسئله اول برمی‌گردیم. یک مفهوم میراث مشترک هست که حقوق بشر هم این اجازه را به ما می‌دهد، حوزه‌ای است که ما کمتر به آن پرداختیم، تا می‌گویند حقوق بشر می‌گویند آزادی بیان، آزادی عقیده و... اصلاً حقوق بشر این نیست، اصل اول حقوق بشر این است، بخشی از اصل اولش این است، اصل دوم و سوم حقوق بشر، همبستگی است. اتفاقاً اصلی است که ما علیه غرب و استکبار جهانی می‌توانیم استفاده کنیم. حق توسعه و زندگی است، حقوق محیط زیست است، حق کمک‌های بشردوستانه است و دو حوزه‌ای که مغفول واقع شده است یکی میراث مشترک بشر یعنی فضا و دریاها که این‌ها مربوط به کسی نیست، نه تنها مربوط به کسی نیست بلکه مربوط به این نسل هم نیست مربوط به نسل‌های آینده است، حتی اگر یک سازوکار متحد جهانی هم تشکیل بدهیم، در آن سازوکار حتماً باید نسل‌های آینده را پیش‌بینی کنیم. این‌ها بحث‌هایی است که در جهان وجود دارد که از جمله مهم‌ترین آن بحث فضا است و بعد حوزه‌ای که مغفول مانده حقوق ارتباطات است که ما در این زمینه حتماً باید کار بکنیم و نباید این عرصه را هم به دیگری واگذار بکنیم که متأسفانه این اتفاق است.

رقابت رسانه‌های جهان اسلام با رسانه‌های غربی

علی علی‌آبادی^۱

من بر خلاف سخنرانان قبلی، می‌خواهم بحث خود را در قالب مبانی نظری مطرح کنم. به عبارت دیگر، رقابت رسانه‌های جهان اسلام با رسانه‌های غربی را در بستر نظریه‌های جهانی‌شدن توضیح خواهم داد. تعریف جهانی‌شدن، تاریخچه پیدایش آن، ویژگی‌های جهانی‌شدن، پیامدهای جهانی‌شدن و نقاط ضعف و قوت رسانه‌های جهان اسلام از مهم‌ترین محورهای بحث حاضر است. در پایان نیز با استناد به قابلیت‌های عصر جهانی‌شدن، راهکارهایی ارائه می‌شود که به نظر می‌رسد رسانه‌های جهان اسلام با استفاده از آن‌ها می‌توانند رقابتی نه کامل بلکه دست‌کم رقابتی نصف و نیمه با رسانه‌های غربی داشته باشند.

واژه جهانی‌شدن

بحث جهانی‌شدن بحثی جدید نیست. واژه جهانی هم بیش از ۴۰۰ سال

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی دانشگاه علامه طباطبایی و کارشناس ارشد اداره کل رسانه‌های خارجی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

قدمت دارد ولی در دو دهه گذشته بیشتر به گوش ما خورده است. مجله اکونومیست در سال ۱۹۵۹ با عنوان سهمیه «جهانی» اولین بار آن را مطرح می‌کند، بعد فرهنگ وبستر در سال ۱۹۶۱ آن را به کار برد و نشریه «spectator» در سال ۱۹۶۲ این واژه را مورد استفاده قرار داد و از آن با عنوان مفهومی گیج‌کننده یاد کرد. در زبان فارسی بعضی از جریان‌های فکری تمایل دارند بگویند این جهانی‌سازی است و نه جهانی‌شدن. بعد وارد بحث لغت‌شناسی می‌شوند در حالی که از لحاظ لغوی چون Globalize هم فعل لازم است و هم فعل متعدی، استدلال این دوستان غلط است. یعنی نمی‌شود با استدلال ادبی و دستور زبانی گفت که این جهانی‌سازی است. اما اگر مبنای نظری داشته باشیم و بر اساس آن جهانی‌سازی را درست و جهانی‌شدن را نادرست بدانیم آن بحث دیگری است. در زبان فارسی برای واژه Globalization، معادل‌هایی مانند جهان‌گستری، جهان‌گیرکردن، جهانگیرگردانی، جهانی‌سازی، جهانگیر شدن و جهانی‌شدن وضع شده است. اما جهانی‌شدن بیشتر رواج دارد.

تاریخچه پیدایش جهانی‌شدن

اگرچه کاربرد گسترده لغت جهانی‌شدن به ۵۰ الی ۶۰ سال پیش برمی‌گردد ولی خود جهانی‌شدن پدیده جدیدی نیست. درباره اینکه جهانی‌شدن از کجا شروع شد چند روایت هست. یک رویکرد، رویکردی است که دین‌پژوهان در پیش گرفتند. آن‌ها می‌گویند که دین اسلام و مسیحیت از آغاز، سودای جهان‌شمولی داشتند. یعنی چه؟ یعنی در اسلام می‌گوییم که همه بشر امکان رستگار شدن را دارند، دین ما دین کاملی است و پیام عدالت، صلح و دوستی و نجات را برای همه انسان‌های روی زمین آورده است. دوست داریم که همه آدم‌های روی زمین هم به این دین حق

بگروند. حالا اگر ما وارد بحث فرق مذهبی هم بشویم مثلاً در مذهب شیعه داریم که امام زمان(ع) می‌آید و عدالت را در جهان مستقر می‌کند. البته به جز دین یهود که آن‌ها فکر می‌کنند که آدم‌های برگزیده‌ای هستند و دیگران حق ندارند به دینشان بپیوندند. ولی دین مسیحیت و اسلام از آغاز، سودای جهان‌شمولی داشتند. پس یک روایت از اینکه چگونه جهانی شدن به وجود آمد به دین برمی‌گردد. روایت دیگر بحث مارکسیست‌ها و نئومارکسیست‌ها است. آن‌ها می‌گویند از قرن شانزدهم که نطفه‌های نظام سرمایه‌داری شکل گرفت این نظام در پی جهانی شدن بود. استدلال‌شان این است که نظام سرمایه‌داری، منطقی دارد که آن منطق این نظام را به جهانی شدن سوق می‌دهد. منطق درونی^۱ نظام سرمایه‌داری یعنی انباشت سرمایه برای سرمایه‌گذاری مجدد و نیروی محرکه^۲ آن یعنی سود از آغاز سودای جهانی شدن داشته است. می‌گویند خاصیت این نظام به گونه‌ای است که همیشه در حال جستجوی سود است. سودی را که به دست آورد پس‌انداز و انباشت می‌کند و دوباره برای کسب سود اقدام به سرمایه‌گذاری می‌کند. پس نظامی که فقط دنبال سود باشد، در آخر کار به جایی می‌رسد که بازارهای داخلی آن فرایند اشباع را تجربه می‌کند. مارکس در سال ۱۸۴۸ اظهار داشت که سرمایه همه مرزها و حتی دیوار چین را درمی‌نوردد. در بخشی از کتاب *مانیفست* چنین آمده است: «بورژوازی با پیشرفت پرشتاب تمام ابزارهای تولید و با تسهیل بی‌اندازه وسایل ارتباطی، تمام ملت‌ها و حتی نامتمدن‌ترین آن‌ها را جذب می‌کند... تمام ملت‌ها را مجبور می‌کند که از بیم نابودی، شیوه تولید بورژوازی را بپذیرند... خلاصه جهانی مطابق نقشه خویش می‌آفریند» تاکنون دو روایت از نحوه پیدایش جهانی شدن بیان شد: یکی روایت دین‌پژوهان و

1. Inner Logic
2. Prime Mover

دیگری روایت مارکسیست‌ها. روایت سوم، بحث فناوری اطلاعاتی و ارتباطاتی^۱ است. یعنی شبکه جهانی اینترنت و شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای پیدایش جهانی شدن را رقم زده‌اند. به بیان مارشال مک لوهان جهان به دهکده جهانی تبدیل شده است. می‌گویند فناوری‌ها باعث می‌شود جهان کوچک شود، فاصله‌ها از بین برود و بحث جهانی شدن مطرح باشد.

تعریف جهانی شدن

از جهانی شدن تعاریف مختلفی ارائه شده است. مالکوم واترز در کتاب جامعه‌شناسی جهانی شدن می‌گوید جهانی شدن فرایندی اجتماعی است که به موجب آن قیدوبندهای جغرافیایی که حاکم بر روابط اجتماعی و فرهنگی هستند به گونه‌ای روزافزون از بین می‌روند و مردم نسبت به این قضیه آگاه می‌شوند. یعنی معمولاً روابط اجتماعی در یک محیط فیزیکی صورت می‌گیرد. الان شما در اینجا می‌توانید با هم ارتباط داشته باشید. آن‌هایی که در خیابان هستند می‌توانند با هم ارتباط داشته باشند ولی بحث جهانی شدن می‌گوید که شما الان با یک لپ تاب و اینترنت می‌توانید با آمریکا در ارتباط باشید. یعنی دیگر فاصله جغرافیایی که بین ما و مردم آمریکا یا فلسطین و هر جای دیگری که وجود دارد معنی گذشته را ندارد. جیمز روزنا^۲ از منظر سیاسی به جهانی شدن می‌پردازد. او می‌گوید:

«جهانی شدن فرایندی است که در ورای مرزهای ملی گسترش یافته و افراد، گروه‌ها، نهادها و سازمان‌ها را به انجام رفتارهای یکسان، یا شرکت در فرایندها، سازمان‌ها یا نظام‌های فراگیر و منسجم وا می‌دارد».

دیوید هلد سه دسته از نظریه‌های جهانی شدن را برمی‌شمارد:

-
1. ICTs
 2. James N. Rosenau

۱. جهانی‌گرایی،

۲. سنت‌گرایی،

۳. تحول‌گرایی.

جهان‌گرایی دنبال رقابت و اقتصاد آزاد هستند. یعنی اقتصاد باید جهانی بشود. سنت‌گرایی محافظه‌کار هستند و بعضی مواقع می‌گویند جهانی‌شدن اوهام است و در واقع چیزی به عنوان جهانی‌شدن نداریم. دولت‌ها سر جای خودشان می‌مانند. ولی تحول‌گرایی به شکل‌های جدید وابستگی متقابل، یکپارچگی عمیق و سیاست عمومی بین‌المللی، وابسته‌تر شدن اقتصادهای محلی و ملی و ادغام اقتصادهای ملی معتقد هستند.

پیامدهای جهانی‌شدن

بحث دیگر، پیامدهای جهانی‌شدن است. یعنی اگر جهانی‌شدن اتفاق بیفتد چه می‌شود؟ مفهوم قبلی زمان، مکان، فاصله، مرزهای جغرافیایی، سیاسی و همه این‌ها دچار تغییر و تحول می‌شود. حاکمیت دولت - ملت‌ها مثل سابق نیست. ماهواره می‌آید و امواجش را روی ایران می‌فرستد، دولت جمهوری اسلامی ایران مخالف این وضعیت است ولی کاری نمی‌تواند بکند. زمانی دیش‌ها روی پشت بام‌های مردم را برمی‌داشتند، الان پارازیت می‌اندازند. واضح است که با این اقدامات، کاری از پیش نمی‌رود. پس جهانی‌شدن حاکمیت دولت - ملت‌ها را زیر سؤال برده است.

پیدایش شهرهای جهانی مثل نیویورک و توکیو، از دیگر پیامدهای جهانی‌شدن است. پیدایش نابرابری‌های اجتماعی جدید که از آن با عنوان نابرابری‌های رقمی یا دیجیتالی یاد می‌کنند پیامد دیگر جهانی‌شدن است. طبقات اجتماعی بالا و پایین در عرصه دیگری مطرح می‌شود و فقط به داشتن خودرو و منزل مسکونی محدود نمی‌شود. ممکن است دانشجویی

از تهران به شهرستان‌های اطراف مانند شهریار یا ورامین برود تا تحقیق خودش را به استاد تحویل بدهد چون اینترنت بلد نیست، ولی کسی که سواد اینترنتی دارد در خانه می‌نشیند و تحقیق را برای استاد ایمیل می‌کند. چه نوع نابرابری بین این‌ها به وجود آمده، نابرابری دیجیتالی. پس در اثر جهانی شدن بین شهروندان نابرابری اطلاعاتی ایجاد شده است. گسترش تروریسم در سراسر جهان هم همین‌طور است. مثلاً می‌گفتند بن‌لادن و یارانش از طریق ایمیل و عکس‌های مستهجن، کدها و رمزهایی بین خودشان ردوبدل می‌کردند. اشاعه ارزش‌های لیبرالی در سطح جهان، از دیگر پیامدهای جهانی شدن است که در اثر آن هویت ملی کشورها در معرض خطر قرار می‌گیرد. حرکت سرمایه و نیروی کار بر فراز مرزها از دیگر پیامدهای جهانی شدن است. بحث دیگری که مطرح می‌شود، هژمونی^۱ فرهنگی است. آنتونیو گرامشی می‌گوید که سرمایه‌داری چرا تا الان نابود نشده است؟ در حالی که مارکسیست‌ها، به خصوص مارکسیست‌های ارتودوکس می‌گفتند که سرمایه‌داری باید از بین برود و از بین می‌رود. ولی چرا تاکنون از بین نرفته است؟ آنتونیو گرامشی می‌گوید نظام سرمایه‌داری در غرب بر طبقه کارگر سلطه فرهنگی پیدا کرده است. طبقه کارگر به خودآگاهی نمی‌رسد. به آگاهی طبقاتی دست پیدا نمی‌کند که به سراغ طبقات سرمایه‌دار برود و آن‌ها را سرنگون کند. چه کسی این کار را انجام می‌دهد. بخشی را رسانه‌ها انجام می‌دهند. نیروهای دیگری هم هستند. دستگاه ایدئولوژی این کار را انجام می‌دهد. موضع رسمی دولت جمهوری اسلامی ایران درباره رسانه‌های غربی نیز در همین راستا قابل بررسی است. به عنوان مثال، دکتر احمدی‌نژاد در جایی چنین بیان کرده است: «کشورهای استکباری بدون رسانه حتی یک روز هم دوام نمی‌آورند». جای دیگر در همان بحث می‌گویند که کشورهای غربی از قصد، یک خبر دروغ را جعل و با

1. Hegemony

تکرار، آن را تبدیل به یک سند می‌کنند و با آن به سمت دیگران حمله می‌کنند. می‌خواهم بگویم که بحث سلطه فرهنگی، نظریه‌ای است که پیشینه مارکسیستی دارد.

نقاط ضعف و قوت رسانه‌های جهان اسلام

اکنون نوبت آن است که نقاط ضعف و قوت رسانه‌های جهان اسلام را در پرتو مقتضیات عصر جهانی‌شدن بررسی کنیم. من مشکلات رسانه‌های جهان اسلام را در سه سطح دسته بندی می‌کنم. مشکلات رسانه‌ها در سطح کلان، به مشکلاتی برمی‌گردد که در جامعه وجود دارد. مشکلات سطح میانی به سازمان‌های رسانه‌ای مربوط می‌شود. مشکلات سطح خرد به خود خبرنگار برمی‌گردد.

مهم‌ترین مشکلات رسانه‌های جهان اسلام در سطح کلان (جامعه)

رسانه‌هایی که در جهان اسلام مطرح هستند جهانی نیستند، یعنی مشکل آنها این است که دولتی هستند. فرض کنید روزنامه کیهان با ۸۰ - ۷۰ سال سابقه، روزنامه‌ای دولتی است. در اکثر کشورهای اسلامی، فعالیت بخش خصوصی در زمینه رسانه‌ها ضعیف است و خبرنگاران محدودیت‌هایی برای فعالیت آزاد مطبوعاتی دارند. در بحث مطبوعات به‌خصوص در مورد رسانه‌های جدید، کاستی‌های قانونی داریم. در اجرای قانون هم مشکل داریم. در زیرساخت‌های فناوری و ارتباطاتی ضعف داریم در حالی که قوت در این عرصه‌ها از الزامات عصر جهانی‌شدن است. اینترنت ما سرعتش کم است، پهنای باند پایین است. این خودش برای کار رسانه‌ها یک مشکل بسیار جدی است. مشکلات مربوط به امنیت شغلی و جانی خبرنگاران جهان اسلام نیز قابل تأمل است.

مهم‌ترین مشکلات رسانه‌های جهان اسلام در سطح میانی (سازمان‌های رسانه‌ای)

رسانه‌های ما مدیریت ناکارآمد دارند و ضعیف هستند. مدیران با فناوری‌های جدید آشنایی ندارند. رسانه‌ها به جای کار خبری برخورد حزبی می‌کنند. تشکیلات صنفی مربوط به رسانه‌های ما ضعیف است. از سرمایه‌های انسانی هم در رسانه‌ها به خوبی استفاده نمی‌شود.

مهم‌ترین مشکلات رسانه‌های جهان اسلام در سطح خرد

مشکلات سطح خرد به خود خبرنگار مربوط می‌شود. خبرنگاران ما در اغلب موارد ارزش‌های حرفه‌ای و اخلاقی را رعایت نمی‌کنند. از آموزش‌های تخصصی بسیار ضعیفی برخوردار هستند. یعنی خبرنگاران ما از آموزش آکادمیک مربوط به آن رشته برخوردار نیستند و بیشتر، کار تجربی کرده‌اند. یک مشکل هم مربوط به خبرنگارانی است که از آموزش آکادمیک برخوردار هستند اما تجربه فعالیت مطبوعاتی کافی ندارند. به عبارت دیگر، خبرنگاران در تلفیق نظریه و تحقیق یا تجربه و تئوری مشکل دارند. دیگر اینکه، خبرنگاران در کاربری فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی ضعیف هستند.

نقاط قوت رسانه‌های جهان اسلام

نقاط قوت رسانه‌های جهان اسلام خود دین اسلام است که سرمایه‌های معنوی آن قابل توجه است. نقطه قوت دیگر، منطقه خاورمیانه یا جهان اسلام به طور کل است که کانون خبرهاست. وجود تشکیلات رسانه‌ای اسلامی مثل اتحادیه رادیو تلویزیون‌های اسلامی از دیگر نقاط قوت است. جمعیت مسلمان زیادی در خاورمیانه زندگی می‌کنند یعنی مخاطب بالقوه زیادی در این منطقه برای رسانه‌های جهان اسلام وجود دارد. این کشورها

منابع طبیعی زیادی دارند که این خود می‌تواند منشأ بسیاری از خدمات رسانه‌ای باشد. نقطه قوت دیگر، اقامت تعداد زیادی از مسلمانان در کشورهای اروپایی است. این یعنی وجود مخاطبان بالقوه پرشمار در کشورهای غربی برای رسانه‌های جهان اسلام. رسانه‌های جهان اسلام می‌توانند با این مسلمانان ارتباط برقرار کنند و اگر مشکلی مانند تبعیض نژادی وجود دارد آن را پوشش خبری دهند.

مهم‌ترین راهکارهای رقابت با رسانه‌های غربی:

تقویت اتحادیه‌های خبرگزاری‌های منطقه‌ای مثل سازمان خبرگزاری‌های آسیا و اقیانوسیه (OANA) و فدراسیون خبرگزاری‌های عرب (FANA) از جمله راهکارهایی است که با استفاده از آن‌ها می‌توان با رسانه‌های غربی رقابت کرد. البته فدراسیون خبرگزاری‌های عرب جنبه قومیتی دارد و این خود نقطه ضعف شمرده می‌شود. توجه به مقوله ایجاد شهر رسانه‌ای، مانند شهر رسانه‌ای دبی که بسیاری از رسانه‌های خارجی در آنجا مستقر هستند، از دیگر راهکارهاست. شهر رسانه‌ای دبی زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی بسیار قوی دارد. مانند اینترنت با سرعت بسیار بالا، پهنای باند بسیار بالا و خدمات دیگر. ما باید برای ایجاد نوعی شهر رسانه‌ای تلاش کنیم که هدف آن شکست انحصار رسانه‌ای غرب باشد نه هضم شدن در آن. از جمله راهکارهای دیگر، توجه به رسانه‌های اجتماعی مانند فیس بوک^۱ و توئیتر^۲ است.

1. Facebook

2. Twitter

مهم‌ترین راهکار کشورهای جهان اسلام

مهم‌ترین راهکاری که در این جا می‌خواهم ارائه کنم بحث (Glo-Calization) یعنی جهانی - محلی شدن است. کسانی که منتقد جهانی شدن هستند از جهانی سازی سخن می‌گویند و فکر می‌کنند این یک پروژه است. یعنی می‌گویند غرب می‌خواهد فرهنگ ما را نابود کند پس ما نمی‌گوییم جهانی شدن، می‌گوییم جهانی سازی. عده‌ای دیگر می‌گویند جهانی شدن فرایندی طولانی و بلندمدت است که دست کسی هم نیست. یعنی فرایند است و نه پروژه. این طبیعی است که وقتی نظام سرمایه‌داری جلو می‌رود فرایند جهانی شدن تحقق می‌یابد. به نظر من می‌توان این دیدگاه‌ها را با هم تلفیق کرد. یعنی جهانی شدن یک فرایند است اما هر کشوری بر اساس منافع ملی خود می‌تواند آن را به پروژه یا پروژه‌هایی تبدیل کند. من این‌ها را به صورت تلفیقی می‌بینم. در اینجا بحث «جهانی - محلی شدن» را برتسون قابل توجه است. او در مثالی از جهانی - محلی شدن می‌گوید تمرکز فکری، یوگا و خیلی از آداب و رسوم مربوط به هند را الان می‌توانید در شهرهای جهانی نیویورک، لندن و توکیو ببینید. یعنی بخش‌هایی از عناصر فرهنگی هندوستان در سطح جهان مطرح شده است. به عبارت دیگر، هندوستان توانسته عناصر فرهنگی خودش را به جهان خارج صادر کند. یعنی این طور نیست که کشورهای جهان اسلام فقط پذیرا و منفعل باشند، فقط جهانی شدن اتفاق بیفتد، آن‌ها هم باید تلاش کنند تا فرهنگ خودشان را در بحث جهانی شدن به پیش ببرند و بتوانند در تولید فرهنگ جهانی مشارکت کنند، نه اینکه فقط منفعل باشند.

آموزه‌های جهان شمول اسلامی به عنوان بستر فکری رسانه‌های جهان اسلام

دکتر محمدهادی همایون^۱

بحث ما یک بحث تمدنی است. در حال حاضر با هر نوع نگاهی که ما بخواهیم وارد تحلیل تمدن و تمدن‌سازی بشویم کلی‌ترین عنوانی است که بالای سر انقلاب اسلامی است. هر برنامه، شعار و نظر دیگری که داشته باشیم، ذیل عنوان کلی تمدن‌سازی مطرح می‌شود. البته این هنوز مجهول هست و کار زیادی نشده، هر چند کارهایی هم صورت گرفته ولی درخور اتفاقی که در جهان به محوریت و مرکزیت انقلاب اسلامی و جمهوری اسلامی اتفاق می‌افتد نیست باید بیش از این روی این موضوع کار بکنیم. نزدیک‌ترین تمدن در حال شکل‌گیری به تمدن اسلامی، تمدن معاصر غربی است. به نظر بعضی همچنان پرقدرت جلو می‌رود، به نظر بعضی روزهای آخرش را می‌گذرانند. به نظر بعضی هم همان‌طور که افراطی‌تر از بقیه فکر می‌کنند به نظر می‌رسد که تمدن غرب نه اینکه روزهای پایانی‌اش را می‌گذرانند، تمدن غرب از بین رفته و دیگر ویژگی‌های تمدن زنده را

۱. عضو هیئت علمی دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع)

ندارد و این مقدار که علائم حیاتی، در قالب همان موضوعی است که امروز محور اصلی این همایش است یعنی رسانه‌ها. رسانه‌ها تلاش می‌کنند تا تمدن غرب را زنده نشان بدهند ولی با کمی دقت بیشتر، متوجه می‌شویم که این یک ژست کاملاً مرده است که رسانه‌ها به ما می‌باورانند که هنوز زنده است. ولی چیزی به عنوان تمدن غرب نداریم. خیلی‌ها می‌توانند مخالف عرایض بنده باشند، نظر بعضی هم ممکن است قابل تأمل باشد. ولی در فرایند ساخته شدن این تمدن، می‌خواهم نکاتی را عرض کنم. تمدن غرب چگونه پیش آمد، بعد با وضعیت امروز و تمدن اسلامی که ما شعارش را دادیم مقایسه می‌کنیم تا ببینیم ما کجای کار هستیم و بعد روی رسانه‌ها و رسانه‌های جهان اسلام متمرکز شویم. اولین واژه‌ای که در رابطه با تمدن غرب به ذهن ما می‌رسد، رنسانس است. رنسانس پایه شکل‌گیری تمدن غرب بود. البته درست است یعنی اگر قرار باشد تمدنی شکل بگیرد، ایجاد و احیا شود، اولین اتفاق باید در بنیان‌های فکری، علمی، فلسفی و قومی که مرکزیت آن تمدن را ایجاد می‌کنند، باید بیفتد و این اتفاق زمان رنسانس افتاد. البته از هنر شروع شد، طبیعی و درست هم هست و به ادبیات کشید و از ادبیات به حوزه علوم انسانی و بعد علوم تجربی، روالی بود که طی شد و چرخش جدید نگرش انسان به علم در آن دوره اتفاق افتاد. نگاه بشر به علم، وارد دوره جدیدی شد که با قبلیش تفاوت‌هایی داشت. تاریخ نمادین این اتفاق را سال ۱۴۵۳ در قسطنطنیه می‌دانیم. همیشه برای من این سؤال بود که چه اتفاقی در دل تمدن غرب و در سرزمین‌های اروپای غربی در حال وقوع است. تمدن جدیدی می‌خواهد شکل بگیرد و تاریخ نمادین این جریان فتح قسطنطنیه به دست سلطان محمد فاتح در حکومت عثمانی بود. ما رنسانس را در قوم غربی داشتیم. کمی که دقت کنیم متوجه می‌شویم اتفاقاً فتح قسطنطنیه خیلی مهم بود. اگر

بخواهیم با نگاه توطئه نگاه کنیم می‌تواند یک برنامه کاملاً حساب شده باشد، اگر با نگاه توطئه نگاه نکنیم باز این اثرش را نمی‌توانیم از آن بگیریم. فتح قسطنطنیه و شکست بیزانس بود که باعث شد هنرمندان و اندیشمندان این قسمت به سمت غرب رفتند. غرب اروپا حدود هزار سال مرده بود. این داستان هم داستانی جالبی است. غرب اروپا غیر از آندولس که در دست مسلمانان بود، حیاتی نداشت. دوران بسیار تاریکی را می‌گذرانند. بعد در حدود سال ۱۵۰۰ یک جریان جدی از روسیه و بیزانس شروع شد و عده‌ای دانشمندان، علما و هنرمندان به سمت غرب مهاجرت کردند و به نظر می‌رسد کانون این تحولات جاهایی مثل ونیز بود که پایگاه یهودیان آن دوره بود. وقتی نگاه می‌کنیم که صهیونیست دارد با ما چه می‌کند و چه طور دارد این برنامه‌ریزی را انجام می‌دهد، می‌توانیم ردپاهایی را در آن دوره پیدا کنیم که چه اتفاقی افتاد. پس اولین مؤلفه تمدن‌سازی. تحول جدی علم و نگرش انسان به ساحت علم، اندیشه، فلسفه، هنر، ادبیات و غیره بود. قسمت دوم این داستان تحولی است که در حوزه دین باید اتفاق بیفتد. به هر حال حیات بشری از دین قابل تفکیک نیست. اگر قرار باشد اتفاقی به این بزرگی ایجاد شود و تمدنی ساخته شود، باید بارش را روی شانه‌های یک دین بگذارد. هرگز نمی‌تواند از مبنای دینی خارج شود. حالا اگر این تمدن بخواهد ضددینی باشد. دینی را باید درست کند که با ویژگی‌های خودش جور دربیاید. این اتفاق در پروتستانتیسم افتاد. پروتستانتیسم را شاخه‌ای از مسیحیت می‌دانیم، وقتی به زمینه‌های شکل‌گیری آن برمی‌گردیم، اتفاقاً در رنسانس و دانشمندان رنسانس بار اصلی روی دوش یک نوع قرائت یهودی از مسیحیت است. این در همان سال‌ها اتفاق می‌افتد. ۱۴۸۳ سال تولد لوتر به عنوان سردمدار این جریان است و او در سال ۱۵۲۳ کتاب اصلی‌اش مسیح یک یهودی زاده شد را

نوشت. یک جریان جدید در دین مسیحیت ایجاد شد که با قبل از آن کاملاً متفاوت بود. یعنی آن چیزی که ما می‌بینیم کاملاً یهودیت تحریف شده است که روی مسیحیت سوار شد و یک دین جدید که اسمش را مسیحیت صهیونیستی یا به تعبیر دقیق‌تر صهیونیسم مسیحی می‌گذاریم پدید آمد که صهیونیسم در پایه و ریشه این جریان است که رنگ مسیحیت گرفته، کما اینکه یک صهیونیسمی هم داریم که از یهودیت رنگ گرفته و یک صهیونیسم هم داریم که شکل اسلام گرفته و الان در منطقه با آن دست به گریبان هستیم. این تحولاتی بود که در حوزه دین اتفاق افتاد. کم‌کم یک دین جدید درست شد که برای برداشتن بار این تمدن آماده باشد. اینکه این روح پروتستان و اخلاق سرمایه‌داری چگونه کنار هم قرار گرفتند، موضوعی است که کسی از آن غفلت نکرده و ادبیاتش موجود است و اعلام شده و هنوز هم قابل بررسی است. این قدم دومی بود که اتفاق افتاد. بعد از اینکه این جریان تحول علمی و فکری در تمدن‌سازی اتفاق بیفتد و این موضوع به دین کشیده می‌شود، یک دین می‌آید و پشتوانه آن تحولات می‌شود، حالا نیاز به یک سرزمین هست، یک مرکزیت و جایی باید باشد که این الگو را در آن پیاده کرد و این الگو کاملاً آنجا شکل بگیرد و بعد به بقیه مناطق موردنظر آن تمدن گسترش پیدا کند. آن موقع در اروپای غربی امکان پیاده کردن این الگو اصلاً نبود. به هر حال یک سنت محافظه‌کارانه در اروپا وجود داشت که اجازه نمی‌داد این الگوهای جدید پا بگیرد. یک سرزمین به نام آمریکا کشف شد که می‌تواند مرکزیت این تمدن قرار بگیرد. در همان فاصله زمانی در سال ۱۴۹۲ کریستف کلمب آمریکا را به ظاهر کشف کرد. وقتی به سندهای تاریخی و مستندات دیگر کریستف کلمب نگاه می‌کنید می‌بینید که او آمریکا را کشف نکرد. قبلاً کشف شده بود. وایکینگ‌ها بارها به شمال آمریکا رفته و آمده بودند. اساساً فرضیه‌ای

وجود دارد که اسلام در جنوب آمریکا و در آمریکای مرکزی کاملاً مستقر می‌شده و شکل می‌گرفته و سندهای زیادی هم هست که اینچنین بوده. بر اساس بعضی از آمارها تا ۹۰ میلیون سرخپوست در یک کشتار وحشتناک کشته شده‌اند، شاید یکی از جرم‌هایشان همان چیزی باشد که امروز فلسطینی‌ها، عراقی‌ها و افغانی‌ها را به همان جرم می‌کشند. این‌ها دلیل و سند دارد. ولی به هر حال در جایی به نام آمریکا شکل گرفت که برخلاف تصور امروز ما اصلاً یک کشور مسیحی نیست که در آن یک لابی صهیونیستی قوی باشد و سیاست‌هایش تحت عنوان لابی صهیونیسم باشد. این کشور از اول به واسطه «تویوتن‌ها» محاصره شد، فراماسون‌ها آنجا رشد کردند. آمریکا از اساس نه یک یهودی، چون یهودیت یک دین است. باید بگوییم صهیونیستی زاده شد. چیزی که الان به عنوان صهیونیسم می‌شناسیم منحصر به کشورهای غصب به نام اسرائیل نیست. حتماً خیلی جاهای دیگر هم هست ولی به هر حال یک مرکزیت ایجاد شد. مثلاً در داستان جان لاک می‌بینید که او از ملکه انگلیس پول گرفت گفت: «می‌خواهم بروم الگو را آنجا پیاده کنم». گفت: «اینجا پیاده نکن، زیرا انگلیس را به هم می‌زنی، ببر در سرزمین‌های جدید کشف شده».

به هر حال سه پایه تمدن‌سازی اینگونه در داخل تمدن غرب شکل گرفت. یک موضوع ماند و آن هم اشاعه این موضوع است که مهم‌ترین قسمت تمدن‌سازی است. یعنی اگر تمدنی در داخل مرزها و یک گروه بخواهد منحصر بشود، تمدن نیست. قاعدتاً در دوران معاصر ما منحصر نمی‌شود. تمدن باید گسترش پیدا کند. باید الگوهایش را به جهان خارج از خود صادر کند. چه کسی این کار را برای تمدن غرب کرد؟ رسانه‌ها. تاریخ‌هایی که خدمت شما عرض کردم ۱۴۵۳ رنسانس، ۱۴۹۲ کشف آمریکا، البته سال ۱۴۹۲ دقیقاً همان تاریخی است که اندلس فتح می‌شود و

مسلمانان از اندلس اخراج می‌شوند به علاوه یهودی‌هایی که در اندلس بودند، به آمریکا می‌روند و در سال ۱۵۲۳ به‌طور جدی مسیحیت صهیونیستی و پروتستان‌تیسیم تأسیس می‌شود. ولی یک تاریخ از همه این‌ها به دوران رنسانس نزدیک‌تر است. سال ۱۴۵۳ رنسانس و سال ۱۴۵۵ اختراع دستگاه چاپ است. یعنی ورود رسانه جدید، چاپ به‌عنوان مادر رسانه‌های توده مدرنی که در دوران معاصر ما بسیاری از اتفاقات را راهبری می‌کند در دو سال بعد از تاریخ نمادینی که برای رنسانس اعلام کردیم، شکل گرفته است. این نشان می‌دهد که ابتدا زمینه رسانه‌ای این جریان آماده شده و بعداً مسائل دیگری پیش آمده تا سال ۱۵۲۳ که پروتستان‌تیسیم است. جریان تمدن غرب از رسانه‌ها شروع شده و برای همین است که به رسانه‌ها ختم می‌شود. داستان چاپ ادامه پیدا کرده و به شکل روزنامه، مجله، رادیو، سینما، تلویزیون و بعد پدیده بسیار مهم هالیوود در سال ۱۹۱۰ در دل این تمدن به‌عنوان یک تمدن رسانه‌ای شکل گرفت. تاریخ هالیوود با تاریخ آمریکا و تاریخ جهان این دوره کاملاً منطبق است. ولی به هر حال رسیدیم به امروز. این تمدن روی پای واقعی رسانه‌ای خودش مستقر شده. اگرچه جنبه‌های علائم حیاتی خودش را مانند نوآوری علمی که ویژگی اساسی هر تمدنی است از دست می‌دهد. اگر تمدن نتواند نوآوری علمی کند و فقط در بعد تکنولوژی جلو برود کما اینکه این اتفاق برای تمدن غرب دارد می‌افتد به‌طوری که در حوزه تکنولوژی در حال پیشرفت هستیم. ولی مبانی علمی هر روز سست‌تر می‌شود و فرو می‌ریزد، به نظر می‌رسد این تمدن در قالب رسانه‌ها به ظاهر ادامه حیات می‌دهد. تحول علمی که در زمان تمدن غرب شکل گرفت امروزه در جمهوری اسلامی کاملاً محسوس است. بعد از حدود ۳۰ سال از انقلاب کاملاً متوجه می‌شویم که یک تحول علمی اساسی شروع شده. طبیعی است که

این تحول از حوزه‌های تجربی‌تر علوم آغاز شود، زیرا ساده‌تر، ملموس‌تر و محسوس‌تر است و نوآوری ممکن‌تر است ولی به سرعت باید به سمت علوم انسانی برویم. یعنی در حوزه‌های علوم انسانی مخصوصاً موضوع فلسفه و علوم اسلامی تحولات جدی است زیرا آن‌ها تمدن‌سازند. این پیش‌درآمد اتفاقی است که باید راهبری شود. به همین دلیل است که موضوع پیشرفت علمی که باید اتفاق بیفتد برای ما مهم است. تحولی که باید در دین اتفاق بیفتد برخلاف جریانی است که در تمدن غرب با رسانه‌ها شروع شد. اتفاقاً تمدن اسلامی امروز با تحول در حوزه دین و نگاه دینی و ایجاد یک روایت نو و منطبق با اسلام شیعی و مکتب اهل بیت، زودتر شروع شد. ما از اول، انقلابی داشتیم که در نجف آماده شده بود و با آن حکومت اسلامی ایران و جمهوری اسلامی شکل گرفت. البته این نظریه و تجربه‌اش در سطح عملی هر روز متکامل‌تر می‌شود ولی مبنای علمی‌اش از قبل محکم‌تر شد و به سمت تکمیل واقعی این قرائت دینی می‌رویم. این هم پایه دینی و سوم که در سرزمینی باشد که مرکزیت را پوشش بدهد و قرآن را حمایت بکند طبیعتاً جمهوری اسلامی هم که حضرت امام و حضرت آقا فرمودند که حفظ جمهوری اسلامی واجب‌هاست است دقیقاً به این دلیل است. اگر این مرکزیت از بین برود بقیه عوامل تمدن‌ساز نمی‌توانند دست به دست هم بدهند و این جریان را به نحوی که هست جلو ببرند. ما قاعده‌تاً سه مرحله داریم نخست استقرار جمهوری اسلامی که در این سرزمین انجام شده و پشت سر گذاشتیم. اشاره‌های این الگو به کشورهای اسلامی امروز کم‌کم برای ما روشن می‌شود که ما را وارد مقطع دوم انقلاب کرده و بعد از کشور اسلامی به فکر کشورهای غیراسلامی و بقیه کشورهای جهان است. این استراتژی را امام در سال ۱۳۴۱ مطرح کردند و بر همان مبنا هم جلو می‌رود. یک موضوع می‌ماند و آن هم موضوع رسانه‌ها است. چون تمدن غرب تمدنی بود که بر پایه رسانه‌ها شکل گرفته بود

به سرعت تکلیف رسانه‌هایش را معلوم کرد و با سرعت، رسانه‌ها را در جهت تمدن‌سازی خودش قرار داد. به نظر می‌رسد ما هنوز با رسانه‌هایی که با تمدن غرب شکل گرفته آشنا نشده‌ایم و با زوایای پنهان این رسانه‌ها آشنا نیستیم. ما هنوز فکر می‌کنیم که این رسانه‌ها ذاتاً غربی هستند و حتماً به درد ما نخواهند خورد. رسانه‌ها کاملاً خنثی هستند و ما در دل هر تمدنی می‌توانیم از این رسانه‌ها استفاده کنیم. به هر حال این بحث‌ها خیلی عقب افتاده است. ما خیلی سریع‌تر باید ابعاد و قدرت این رسانه‌ها را بشناسیم و در عین حال باید در مورد نظام رسانه‌ای برای اشاعه تمدن اسلامی تصمیم بگیریم. جایگاه رسانه‌ها را روشن کنیم. آیا این منحصر به این رسانه‌هاست یا فرض کنید ارتباطات انسانی، چهره به چهره و رو در رو نیز برای ما مهم است. جایگاه آن کجاست، جایگاه این کجاست و چه الگوهایی برای ما ایجاد می‌کند، تنها حرفی که می‌توانم از این مقدمات طولانی نتیجه بگیرم همین است که جایی مثل پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محل تعیین تکلیف رسانه‌هاست. ایران به این شکل قبل از تمدن غرب وجود نداشته است که ما الگویی داشته باشیم و این رسانه‌ها ذاتاً متعلق به تمدن غرب است ولی می‌تواند برای ما کارآیی داشته باشد ولی در کنار چه ویژگی‌هایی باید قرار بگیرد؟ این وظیفه اصلی ماست که انشاءالله از این بعد عملی را به سرعت و به شکل واقعی و عملیاتی که در خارج از مرزهای جمهوری اسلامی دارد اتفاق می‌افتد، اجرا کنیم.

پرسش و پاسخ

پرسش: در جهانی شدن نابرابری بین شهروندان ایجاد می‌شود. حکومت‌ها و دولت‌ها را زیر سؤال می‌برند. رسانه‌ها چه کار می‌توانند کنند که این حاکمیت از بین نرود و حقوق شهروندان ضایع نشود؟

پاسخ: مفهوم زمان، مکان با فاصله و مناطق جغرافیایی عوض شده و

این چیزهای لزوماً منفی نیستند. هم ابعاد منفی دارد و هم ابعاد مثبت. شاید آنجایی که از دیدگاه حکومت یا دولت نگاه کنیم، در همه جهان، وقتی که شبکه‌های ماهواره‌ای امواجشان را به داخل کشورها، بفرستند ممکن است حکومت‌ها خوششان نیاید، اگر از دیدگاه ملت‌ها و شهروندان نگاه کنید، هم نکات مثبت دارد و هم نکات منفی. یک شهروند هم حق دارد از اطلاعات برخوردار باشد. پس بحث، بحث رسانه‌هاست که تأثیرگذاری مثبت یا منفی داشته باشند. ولی اینکه چه تصویری از شهروند داریم، آیا یک شهروند، همان مدل تزریقی رشته ارتباطات است که هر چه رسانه گفت او بپذیرد، آیا واقعاً اینگونه است. برای شما پیش نیامده که کنترل ماهواره یا تلویزیون جمهوری اسلامی دست شما باشد کانال را عوض کرده باشید و یا اصلاً تلویزیون را خاموش کرده باشید، یعنی شما یک مخاطب فعال، آگاه و دانا هستید. هر آن چه که برنامه گفت لزوماً نمی‌پذیرید. پس پیامدهای جهانی شدن هم می‌تواند ابعاد مثبت داشته باشد و هم ابعاد منفی. دولت‌ها هم می‌توانند از آن استفاده کنند. این فضای رقابت‌آمیز در تمام دنیا است. جمهوری اسلامی هم PRESS TV، العالم و هم شبکه‌های دیگر دارد و سعی می‌کند پیام اسلام و خودش را به تمام دنیا برساند. از طرف دیگر کشورهای غربی هم دارند همین کار را می‌کنند. حالا ما می‌گوییم این رقابت رقابت نابرابری است. چرا چون غرب یک اقتصاددان مارکسیست است که در حوزه ارتباطات هم کار کرده است. می‌گوید نابرابری اطلاعاتی و ارتباطاتی وجود دارد. خوب کشورهای جهان سوم را فرض بفرمایید که البته در جهانی شدن، جهان سوم معنایی ندارد. کشورهای جنوب را با کشورهای شمال مقایسه کنید. قاعدتاً درست است جریان آزاد اطلاعات را همه دوست دارند. ولی قاعدتاً برنده کسی است که امکانات بیشتری داشته باشد. البته من بعضی از راهکارها را گفتم که در جهان اسلام هم در پیش گرفته شود تا با آن بحث، مقابله بشود.

جنگ ۳۳ روزه و نقش رسانه‌های جهان اسلام

دکتر سهیلا خلجی^۱

توضیحاتی که خدمت شما عرض می‌کنم بر مبنای یک مطالعه موردی است که هدف نهایی از آن طرح یک سؤال و مسئله درباره جنگ ۳۳ روزه در رسانه‌های جهان اسلام است. مطالبی که خدمت شما ارائه می‌دهم در دو بخش طبقه‌بندی شده است. یک بخش یافته‌هایی است که از رسانه‌های تصویری برخی از رسانه‌های جهان اسلام و بخش دیگر مطالبی است که از روزنامه‌های جهان اسلام به دست آمده است. در بخش اول، شبکه تلویزیونی الجزیره، العربیه و روزنامه‌های ترکیه مقایسه شده است. منتها قبل از اینکه وارد بحث شویم، برای مقدمه جنگ ۳۳ روزه لازم است به شروع و پایان این جنگ اشاره بکنیم و ببینیم که این مطالعه موردی در چه محدوده زمانی کار شده است. جنگ ۳۳ روزه بر مبنای تقویم میلادی در ۱۳ جولای سال ۲۰۰۶ آغاز شد و در ۱۵ آگوست همان سال به پایان رسید. مطابق تقویم فارسی ۲۲ تیرماه شروع شد و ۲۴ مرداد سال ۱۳۸۵ به پایان رسید. در این

۱. مدیر کل دفتر پژوهش و بررسی‌های خبری ایرنا

تحقیق ما به دلایل بروز جنگ و یا اینکه چه کسی مقصر بود و چه کسی مقصر نبود نمی‌پردازیم، بحث رسانه‌ای است، یعنی اینکه در رسانه‌ها چه چیز درباره جنگ گفته شده است. با فرض اینکه مخاطبان تحت تأثیر رسانه‌ها هستند و رسانه‌ها ایده‌های آن‌ها را شکل می‌دهند، بحث اول این است که ما جهان اسلام را در این چنین نشستی به عنوان یک کل به هم پیوسته تلقی کردیم و بعد می‌توانیم بر همین اساس بگوییم «رسانه‌های جهان اسلام». در نقشه جغرافیایی، جهان اسلام مشخص است، ولی آیا می‌توانیم آن را تعمیم بدهیم و بگوییم که رسانه‌های جهان اسلام هم یک کل به هم پیوسته هستند که مثل نمودار جغرافیایی به شکل متمرکز عمل می‌کنند. ما در این دوران شبکه خبری الجزیره را داریم. الجزیره نسبت به العربیه سعی می‌کند مقداری مستقل‌تر و متعادل‌تر خبررسانی کند. حداقل در ظاهر خبرها سعی می‌کند رعایت کند، الجزیره در این جنگ، در کنار خبرهایی که می‌فرستاد، چند نکته را خیلی برجسته می‌کرد یکی اینکه تصمیمات جنگ لبنان در تهران و دمشق گرفته می‌شود. دوم نقش ارتش و سربازان و سپاه ایران در این جنگ و سوم نقش حزب‌الله و اینکه اگر حزب‌الله در این جنگ پیروز شود چه اتفاقی خواهد افتاد. به عنوان اینکه نیروهای شیعی در ایران تربیت می‌شوند. العربیه را هم در اینجا داریم. عباراتی که استفاده شده جهت‌دار و علیه تهران و برای تهییج افکار عمومی است. می‌گوید کمرنگ شدن نفوذ ایران بر اسرائیل و آمریکا مهم‌تر از کشته شدن روستائیان لبنانی است. طبیعتاً مخاطب تأثیر می‌پذیرد یا حداقل انتظار داریم مخاطب در طول اخبار با این محور تأثیر پذیرد و اینکه ادعا می‌شود ایران برای منحرف کردن پرونده هسته‌ای اش در این جنگ نقش داشته و مترادف کردن و همزمان کردن خبر حزب‌الله و تهران و اینکه این مجموعه از اخبار در کنار هم قرار بگیرد، این‌طور القا می‌شود که قرار است از این جنگ فقط ایران نفع ببرد. منتها در

اینجا روزنامه‌های ترکیه‌ای را هم داریم که ظاهرشان این است که نوع اسلام جدیدی را ارائه می‌دهند. شاید این روزها خیلی هم ادعا می‌کنند که فلان کشور قرار است مثل ترکیه شود، بعد از این در کشورهای آفریقا اتفاق افتاد. روزنامه ترکیه نسبت به ایران در رابطه با این جنگ به شدت موضع دارد. عملیات اخیر جنگ بین ایران و اسرائیل است. ترکیه اجازه نمی‌دهد که کمک‌های ایران به حزب الله برسد. یک هزار نفر از اعضای سپاه از طریق ترکیه به لبنان رفتند و تهران از آنکارا می‌خواهد که از دولت لبنان حمایت کند. بخش دوم مطالعه موردی من مربوط به کاریکاتورهای روزنامه عربی است. کاریکاتور در روزنامه‌های عربی جایگاه خاصی دارد. اصطلاحاً در ستون‌های سردبیری درج می‌شود. خودشان می‌گویند «editor» کار کردیم. یعنی دقیقاً جایگاهش، جایگاه بیان و موضع آن روزنامه است. من کاریکاتور را انتخاب کردم، به دلیل اینکه برخلاف اصول روزنامه‌نگاری که ادعا می‌شود که باید بی‌طرف باشیم و واقعیات را بنویسیم، ولی اصلاً از کاریکاتور انتظار ندارید اینگونه باشد، کاریکاتور بیان موضع یک روزنامه است و وقتی که کاریکاتور در ستون سردبیری می‌نشیند، بیان مستقیم و علنی روزنامه در رابطه با آن موضوع محسوب می‌شود. اگر آن روزنامه با میلیون‌ها کلمه در آنجا منتشر شده باشد بر مبنای اصول ادعایی روزنامه‌نگاران که بی‌طرفی است، در کاریکاتور این اصول را نداریم. طبیعتاً آن چیزی که از کاریکاتور انتظار می‌رود براساس تعاریفی است که می‌تواند واقعیتی را از دید رسانه با استفاده از عناصر طنز برای تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطب بزرگنمایی کند.

تقسیم‌بندی کاریکاتورهایی که در ادامه خدمت شما ارائه می‌دهم نمونه‌ای از کاریکاتورهای روزنامه‌هایی است که دقیقاً در همین دوره زمانی ۳۳ روزه کشیده شده است. این کاریکاتورها دسته‌بندی شده است. دسته اول کاریکاتورهایی است که اسرائیل مورد هدف قرار گرفته است. در این

دسته از تصاویر تمام روزنامه‌های مورد بررسی در مورد عملکرد اسرائیل در رابطه با لبنان، اشتراک نظر داشتند کمتر روزنامه‌ای بود که در رابطه با این موضوع دچار ابهام باشد. یعنی موضعی کاملاً یکسان را نسبت به اسرائیل می‌بینیم. موضوع دسته دوم آمریکاست. کاریکاتور اعزام ناو آمریکایی، محبوب‌ترین کاریکاتوری است که خود من به شدت تحت تأثیر آن قرار می‌گیرم. ناوی می‌آید با مجموعه‌ای از هواپیماها با صلیب‌هایی که نشانی از قبر آن‌هاست. روی اینجا هم تقریباً مواضع مشترک و یکسان است. نقش آمریکا را در همه روزنامه‌ها داشتیم. موضوع بعدی موضوع خود لبنان است. یعنی در حین این جنگ و بعد از آن چه بلایی بر سر لبنان می‌آید اینکه یک عده قرار است از منطقه و کشور خارج بشوند و اینکه لبنان وحدت یکپارچه دارد و جلوی این قضیه ایستاده و موارد دیگر. مورد بعدی سازمان ملل و اعراب بود. از اینجا تقریباً موارد اختلاف روزنامه‌ها نشان داده می‌شود. مثلاً به طور مکرر مسئله اسرائیل و آمریکا در روزنامه‌هاست از اینجا موضع‌ها عوض می‌شود. ممکن است چند روزنامه داشته باشند و چند روزنامه نداشته باشند یا فراوانی‌اش به مراتب کمتر بود. خصوصاً انتقاد از کشورهای عربی به نسبت در مقایسه سازمان ملل و اعراب کمتر دیده می‌شود. به طور مشخص می‌توانید ببینید سازمان ملل به این متهم می‌شود که دل‌تکی بیش نیست که در مقابل حملات موشکی و غیرموشکی اسرائیل مسئولیت دارد. این خود مردم لبنان هستند که مورد اصابت قرار می‌گیرند. موضوع بعدی حزب الله است که در این موضوع در روزنامه‌ها تقریباً اختلاف‌ها آشکار می‌شود. در این کاریکاتور می‌بینید که اسرائیل دارد غزه را می‌برد. سربازی که اینجا نماد حزب الله فرض شده دارد یک سرباز اسرائیلی را می‌برد و گروگان گرفته. مورد بعدی مورد ایران است. در این رسانه‌ها ایران یک پای درگیری فرض شده است. یک لبنانی

در حال بندبازی است و یک طرف بند را حزب الله گرفته و طرف دیگر هم دست ایران است. در کاریکاتورهایی که در این ۳۳ روز بررسی شد در بعضی روزنامه‌ها کاملاً قطب‌بندی و گروه‌بندی مشخص است، یعنی ایران و حزب الله در جناحی قرار گرفتند که از دید آن کشورها تأمین منافع لبنان هدفشان نیست و مواضع مقابل دارند. نتیجه‌ای که می‌خواهم از این بحث بگیرم به همان سؤالی که اول جلسه مطرح کردم بر می‌گردد. آیا ما مجاز هستیم بگوییم رسانه‌های جهان اسلام. آیا به همان منطقی که کلیت جغرافیایی در نقشه‌ها نشان داده می‌شود می‌توانیم بگوییم در جهان اسلام هم این‌طور است. با توجه به نتایجی که در مطالعه موردی به‌دست آمد البته شاید قابل تعمیم هم نباشد و قطعاً نیاز به تحقیق بیشتری دارد، این است که بحث منافع سیاسی و احتمالاً سایر منافع که از این ناحیه ممکن است برای کشوری که عضو این کشورهای اسلامی هست حادث شود، نسبت به آن چیزی که ما به صورت کلیت جهان اسلام در نظر گرفته‌ایم رجحان دارد. کما اینکه اگر بحث جهان اسلام مطرح بود در دید رسانه‌های مورد بررسی نهایتاً باید دو کشور اسلامی را کمتر مورد هدف قرار می‌دادند یا هدف قرار نمی‌دادند. می‌دانیم سه کشوری که مثل ترکیه، به هر حال اسم اسلامی را یدک می‌کشند در اینجا به طور مشخص متهم شده‌اند که در این جنگ یا نفعی دارند یا در این قضیه آتش می‌دمند. حال این نکته باید ما را نسبت به بکارگیری چنین عبارت‌هایی محتاط کند.

انرژی هسته‌ای ایران و نقش رسانه‌های جهان اسلام

رضا طلایی نیک^۱

بنده مقدمه کوتاهی عرض می‌کنم و بعد جمع‌بندی می‌کنم. می‌خواهم در حوزه رسانه از زاویه تحولاتی که در عرصه ملی، منطقه‌ای و جهانی جاری هست به رسانه نگاه کنم و اینکه اگر ما رسانه را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی قدرت نرم در نظر بگیریم و ورود به قرن بیست و یکم را ورود به جنگ نرم تصور بکنیم، ارزیابی نسبتاً واقع‌بینانه است. چون با سپری شدن قرن بیست و یکم جنگ نرم نسبت به جنگ سخت رو به افزایش است و پس از دو جنگ جهانی اول و دوم، عرصه‌های جنگ نرم با سرعت گسترش پیدا می‌کند و استفاده از سازوکارهای جنگ سخت به طور محسوسی کاهش پیدا می‌کند. در قرن گذشته جنگ نرم نقش پشتیبانی‌کننده را برای جنگ سخت داشت اما الان روند بالعکس شده است. یعنی جنگ سخت فقط در موارد لزوم و ضرورت برای پیشبرد اهداف جنگ نرم استفاده می‌شود. در واقع استراتژی اصلی، جنگ نرم است و اگر نیاز باشد

۱. مدرس دانشگاه

که جنگ سختی هم برای پیشبرد اهداف جنگ نرم به وقوع پیوندند از آن استفاده می‌شود. اما استراتژی اصلی مخصوصاً برای قدرت‌های مطرح جهان و کسانی که در جبهه ایستادگی و مقاومت در عرصه مقابله با جریان‌های استکباری هستند همین عرصه جنگ نرم است. در جنگ نرم ما با استراتژی‌های گوناگونی مواجه هستیم و در کاربردهای استراتژی‌های گوناگون از همه ابزارها و امکانات قدرت نرم از جمله بازدارندگی، تحمیل‌کنندگی و انحراف‌سازی افکار، ارزش‌ها و رفتار ملت - دولت‌ها استفاده می‌شود. مقام معظم رهبری در سال‌های اخیر در این زمینه بیانات مبسوطی داشتند. ایشان دو جمله بسیار کلیدی دارند یکی اینکه اشاره می‌کنند که «اولویت اصلی کشور مقابله با جنگ نرم است» و در جای دیگری می‌فرمایند: «امروز جنگ، جنگ رسانه‌هاست». در واقع عرصه اصلی جنگ نرم، در حوزه رسانه‌ها و فضای رسانه‌ای رقم می‌خورد. حالا به جهان اسلام نگاهی کنیم بعد وارد بحث هسته‌ای ایران شویم. ما می‌خواهیم در این گفتگو از دید مناسبات ایران با جهان اسلام به این مسئله بپردازیم. محیط اصلی برای جنگ نرم جهان یا جنگ نرم قدرت‌های جهانی، به چهار دلیل روشن، جهان اسلام است.

۱. اسلام به‌عنوان ایدئولوژی و مکتب رو به بالندگی و احیاگری که با درک ناکامی‌ها و محدودیت‌های سایر مکاتب، جایگاه نوین خویش را پس از انقلاب اسلامی در محیط جهانی پیدا می‌کند. در واقع مکاتب شرقی و غربی امروز با محدودیت‌ها، چالش‌ها و موانعی در عرصه عمل مواجه شده‌اند و به همین موازات ما شاهد احیای ایدئولوژی اسلامی در سطح جهانی هستیم که راه‌اندازی جریان‌هایی مثل القاعده و امثال آن برای پیشگیری از این حرکت جدید در سطح جهان است.

۲. نفت که وارد بحث آن نمی‌شویم. یکی از عظیم‌ترین ذخایر نفت جهان

در حوزه جهان اسلام قرار دارد. ایران به‌عنوان پرچمدار قیام‌های مردمی و جبهه مقاومت در برابر استکبار در حوزه جهان اسلام قرار دارد و در قطب جهان اسلام خود را نشان می‌دهد و رژیم صهیونیستی به‌عنوان عامل اصلی برای ایجاد روندهای تهدیدزا در محیط جهانی که بتوانند با اتکا به رفتارهای رژیم صهیونیستی زمینه مداخله قدرت‌های بیگانه در منطقه را فراهم کنند که درون جهان اسلام قرار گرفته است. بنابراین محیط اصلی جنگ‌نرم در جهان اسلام رقم می‌خورد، هر چند در سایر محیط‌ها این موضوع دنبال می‌شود ولی واقعیت‌های انکارناپذیری وجود دارد که اوج آن را در جهان اسلام می‌بینیم. نگاه ما، یکی از مؤلفه‌های اصلی استراتژی‌ها محیط، شناخت محیط، ارزیابی محیط و متناسب کردن اهداف و چشم‌انداز با محیط است. ما در محیط خارجی یک محیط دور و یک محیط نزدیک داریم. محیط خارجی نزدیک به جمهوری اسلامی ایران، جهان اسلام هست و محیط خارجی نزدیک نه فقط از بعد جغرافیایی، بلکه از بعد فرهنگ، سیاست و پیشینه تمدنی به‌عنوان محیط خارجی نزدیک محسوب می‌شود. بنابراین ما در همه استراتژی‌های خارجی و مخصوصاً استراتژی‌های ملی باید در لحاظ کردن مؤلفه‌های محیط خارجی، محیط خارجی نزدیک را اولویت بدهیم. از بعد دیگر اصلی‌ترین محیط رقابتی که برای ما در حال حاضر مطرح است، محیط منطقه و کشورهای جهان اسلام است که آن را در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ مستند کردیم. ایران در رقابت با ۲۳ کشور مطرح و تعیین‌شده در چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴ باید عرصه رقابتی خود را در حوزه علم، فناوری و اقتصاد شکل بدهد. این محیط رقابتی و محیط جهان اسلام وضعیت ناهمگونی دارد. آیا ما می‌توانیم جهان اسلام را یک جهان کل در نظر بگیریم؟ جهان اسلام از سازه‌های سیاسی و ژئوپلیتیکی مناسب و نهادینه شده‌ای برخوردار نیست، لذا ما با محیطی رقابتی سروکار داریم که از یک سو مؤلفه‌های روابط طبیعی را برای ما شکل می‌دهد، مثل عرصه فرهنگ و

عرصه‌های جغرافیایی و پیشینه‌ای که اشاره کردم، از سوی دیگر به علت ناهمگون بودن و عدم توازن در مقایسه با اهدافی که ما داریم، وضعیت ناهمگون و ناسازگاری را برای جهان اسلام شاهد هستیم. نکته مهم دیگر در جهان اسلام از دید مناسبات با جمهوری اسلامی ایران این است که از یک سو رفتارهای رقابتی بین کشورهای جهان اسلام با ایران وجود دارد، از سوی دیگر زمینه الهام‌پذیری از ایران و انقلاب اسلامی ایران را به عنوان یک واقعیت انکارناپذیر، هم دوستان و هم دشمنان ما در سطح جهان ارزیابی می‌کنند. حالا با توجه به دو مقوله رسانه‌ها و جهان اسلام که اشاره مختصری برای ورود به بحث اصلی بود، وارد بحث هسته‌ای ایران می‌شویم. امروز هسته‌ای شدن به عنوان یک نیاز اصلی و فزاینده البته با تفکیکی روشن، در قرن بیست و یکم برای بازار انرژی مطرح است. اینکه تولید سوخت هسته‌ای باید در انحصار چند قدرت هسته‌ای دنیا باقی بماند، نگاه حاکم است و مصرف سوخت هسته‌ای و اجازه توسعه، گسترش و به‌کارگیری آن را در همه کشورها با ملاحظات و نظارت‌های نهادهای بین‌المللی از جمله آژانس و قدرت‌های هسته‌ای، تجویز می‌کنند. چرا این اتفاق می‌افتد؟ چون از یک سو تحولات زیست‌محیطی ایجاب می‌کند که همه جهان به انرژی هسته‌ای و انرژی جایگزین به جای انرژی‌های فسیلی و تجدیدنپذیر رو بیاورند و هزینه‌های تأمین نفت و انرژی ایجاب می‌کند که بازار انرژی هسته‌ای رونق بگیرد. بنابراین از یک سو نیاز دسترسی و دستیابی به انرژی هسته‌ای اجتناب‌ناپذیر است و از طرف دیگر برای بازار تولید سوخت هسته‌ای و عرضه آن به کشورهای مصرف‌کننده یک حرکت کاملاً هماهنگ انحصارگرایانه در جهان وجود دارد. حتی ۵+۱ که با ما مذاکره می‌کند و چند سالی است که چالشی دیپلماتیک با آن‌ها داریم هر چند در روش، گفتمان، اعلام مواضع و حتی نوع توافق‌ها و اختلافاتی که با تک تک این شش کشور که طرف مذاکره ما هستند،

داریم و تفاوت‌هایی را می‌بینیم، اما در یک نکته همه متفق‌الظن هستند و در عمل هم آن را نشان می‌دهند؛ این است که ایران نباید به سهولت و به سرعت به غنی‌سازی هسته‌ای حتی برای مصارف صلح‌آمیز دسترسی داشته باشد. حتی روس‌ها و چینی‌ها که در جاهایی همراهی نسبی با ما و غرب دارند و سعی می‌کنند کاملاً منطبق با غرب حرکت نکنند، اما در این موضوع تقریباً به صورت محسوس و نامحسوس به گونه‌ای عمل می‌کنند که ما بعد از عبور از مرحله فناوری در صنعتی کردن غنی‌سازی برای مصارف صلح‌آمیز، متوقف شویم. هسته‌ای شدن علاوه بر بعد اقتصادی، به‌عنوان یک مؤلفه قدرت ملی و حتی تفوق فراملی در مرحله‌ای که مصارف صلح‌آمیز داشته باشد محسوب می‌شود و لذا هسته‌ای شدن هم آثار استراتژیک اقتصادی و هم آثار راهبردی سیاسی و هم نقش بازدارندگی دفاعی دارد. حالا باید ببینیم جنگ هسته‌ای در چه حوزه‌هایی رقم می‌خورد. ما چهار حوزه را نام می‌بریم. حوزه اول جنگ تکنولوژیکی برای هسته‌ای شدن و هسته‌ای نشدن است. چون از یک سو کشورهای هسته‌ای نمی‌خواهند سایر کشورها به این فناوری دست پیدا کنند، فقط می‌خواهند مصرف‌کننده باشند. از طرف دیگر کشورهایی که اراده‌ای برای هسته‌ای شدن به مفهوم کامل این دانش و فناوری دارند نیاز به یک تلاش تکنولوژیکی جدی دارند. بنابراین یکی از این عرصه‌ها، عرصه‌های تکنولوژیکی است. دومین عرصه، عرصه جنگ حقوقی برای هسته‌ای شدن و نشدن است. همین بحث‌هایی که شروع شده برای تجدیدنظر در معاهده NPT^۱ و نشست واشنگتن که یکسال و نیم قبل برای بازنگری NPT برگزار شد از یک سو قدرت‌های هسته‌ای به دنبال این هستند که بازنگری NPT را به سمتی ببرند که سایر کشورها علی‌رغم اینکه حق شناخته شده‌ای در NPT دارند، در آینده محروم شوند و از طرف دیگر کشورهایی مثل ایران به دنبال

1. Non-Proliferation Treaty

این هستند که حق شناخته شده بین‌المللی هسته‌ای شدن برای مصارف صلح‌آمیز حفظ بشود. بنابراین شاهد یک جنگ حقوقی هم هستیم. سومین عرصه، عرصه سیاسی است. چانه‌زنی‌ها، رایزنی‌ها و دیپلماسی هسته‌ای امروز نقش بسیار بالایی را در این مقوله ایفا می‌کند که خود ما هم گرفتار آن هستیم و فراز و نشیب‌هایی را پشت سر گذاشته‌ایم. شاید یکی از کشورهایی که هم دارای تجربه و هم دارای چالش سنگین در بعد تکنولوژیکی و بعد حقوقی و بعد جنگ سیاسی برای هسته‌ای شدن است، ما باشیم اما چهارمین عرصه، عرصه رسانه‌ای است. امروز بدون همراه کردن و اقناع افکار عمومی نمی‌شود جنگ سیاسی، حقوقی و تکنولوژیکی را از طرفین هسته‌ای شدن و هسته‌ای نشدن به نتیجه رساند. لذا هر دو طرف به استفاده از همه ظرفیت‌ها، ابزارها و راهبردهای جنگ‌های رسانه‌ای رو آورده‌اند. اگر یک ارزیابی در این چند ساله اخیر بکنیم، می‌بینیم که بیشترین انرژی و توان دو طرف صرف جنگ رسانه‌ای در موضوع هسته‌ای ایران شده است. بنابراین اگر بخواهیم راهبرد جامع ملی و فراملی هسته‌ای ماندن و هسته‌ای شدن جمهوری اسلامی ایران را برای مصارف صلح‌آمیز دنبال کنیم، باید این چهار استراتژی مکمل را در چهار عرصه نبرد تکنولوژیکی، حقوقی، سیاسی و رسانه‌ای با هم و به صورت منسجم مدیریت کنیم و مدیریت راهبردی برای این‌ها داشته باشیم. به نظر می‌رسد بحث هسته‌ای شدن ایران و کلاً آنچه که مخالفان ایران در عرصه خارجی دنبال می‌کنند سه هدف می‌باشد؛ یکی هویت اسلامی و انقلابی ایران. دوم پیشرفت ایرانی که هویت اسلامی و انقلابی پیدا کرده و سوم ثبات ایرانی که می‌خواهد با این هویت و با این پیشرفت ثبات هم داشته باشد. اگر ایران هویت اسلامی، ایرانی و انقلابی‌اش را حفظ کند و پیشرفت خودش را در عرصه‌های مختلف به‌روز کرده و ثبات هم داشته باشد به رغم فشارهای سنگینی که در سه دهه گذشته به آن آمده و ایران پیروزمندانه توانسته از این

ترفندها و فشارهای جهانی عبور کند اگر امنیت ملی و اقتدار و ثبات ایران هم حفظ شود، در قرن بیست و یکم نشان خواهد داد. که یک الگوی جدید در جهان اسلام به نام ایران پیشرفته دارای ثبات و دارای اقتدار و هویت اسلامی به وجود آمده و می‌تواند به مرور به عنوان یک الگو در کشورهای دیگر مطرح شود. لذا بیش از اینکه از وضع فعلی و از سابقه تأثیرگذاری ایران در جهان اسلام و منطقه و دشمنان نگران باشند به نظر می‌رسد فشار سنگینی از طریق مسائل داخلی و خارجی به ایران می‌آورند که مقاومت سنگینی که در برابر هسته‌ای شدن ایران و سایر پیشرفت‌های علمی و تکنولوژیکی ایران، نشان می‌دهند، برای این است که از اثربخشی آینده ایران نگران هستند تا اثربخشی فعلی. چون ما در عرصه سیاسی، دفاعی، توانستیم به نهادینه شدن برسیم و متأسفانه حوادث و فتنه‌هایی که در دو سال اخیر اتفاق افتاد، می‌خواست این بزرگترین دستاورد کشور را در عرصه سیاسی و ثبات ملی مخدوش کند. اما در عرصه علمی و تکنولوژیکی با اتکا به استعدادهای بومی کشور جهشی را آغاز کرده ولی در عرصه اقتصادی هنوز در میانه راه هستیم. حالا اگر این مسیر طی بشود که البته هسته‌ای شدن می‌تواند این مسیر را تسهیل و تکمیل بکند، الگوی موفق و الهام‌آفرین کشورهای اسلامی به وقوع خواهد پیوست. آخرین بخش صحبت‌های بنده برمی‌گردد به اینکه با این سه مقوله‌ای که گفتیم یعنی رسانه، جهان اسلام و هسته‌ای شدن ایران و آثار و پیامدهای آن، باید ببینیم چه مزیت‌ها و ظرفیت‌هایی در جهان اسلام وجود دارد که ما بتوانیم در بحث جنگ رسانه‌ای که یکی از نیازهای ما در موفقیت در جنگ رسانه‌ای برای هسته‌ای شدن است و چه موانع و محدودیت‌هایی در جهان اسلام وجود دارد و نهایتاً چه راهبردها و راهکارها و پیشنهادهای ما می‌شود دنبال کرد. مزیت‌ها و ظرفیت‌هایی که به‌عنوان نقاط قوت و فرصت می‌توانیم از آن‌ها نام ببریم یکی اشتراکات دینی و فرهنگی است که می‌تواند در واقع گوش‌های شنوا و

چشم‌های بینایی را در جهان اسلام با توجه به علایق نسبی که بین جهان اسلام وجود دارد، در موضوع درک هسته‌ای شدن ایران به وجود بیاورد. دوم نیازهای متقابلی است که بین ما و جهان اسلام وجود دارد. ممکن است ما با کشورهای آمریکای لاتین در برخی حوزه‌ها وارد همکاری شویم و رابطه بسیار خوبی هم برقرار کنیم. اما بعضی از این‌ها از جهت ارزیابی استراتژیک جزء نیازهای استراتژیک متقابل نیست. یعنی شاید آن‌ها بتوانند از برخی کشورها این همکاری را دریافت کنند، ما هم می‌توانیم این روابط را به جاهای دیگر منتقل کنیم. اما در جهان اسلام با آن پیوستگی‌های جغرافیایی، دینی و فرهنگی و پیشینه تمدنی که وجود دارد، نیاز متقابل اجتناب‌ناپذیر است، هر چند موانع و محدودیت‌هایی هم وجود داشته باشد. یکی از این نیازهای متقابل، نیاز رسانه‌ای است. حتی در حوزه اقتصاد و امنیت جهان اسلام هیچ تردیدی وجود ندارد که ما و کشورهای جهان اسلام نیاز به همکاری متقابل و نیازهای متقابل داریم. شاید برخی از کشورها وابستگی سیاسی به دشمنان ما داشته باشند، اما در عرصه امنیتی در مواقعی و مقاطعی در همین سه دهه گذشته برای همکاری امنیتی دو طرفه با جمهوری اسلامی ایران به ما روی آوردند. چرا که این همکاری متقابل قابل تردید و قابل انکار نیست. سومین مزیت و ظرفیت، همسویی مردمی و نخبگان جهان اسلام است که به رغم وابستگی سیاسی دولت‌هایشان، روند همگرایی مردمی در جهان اسلام نسبت به آرمان و روند انقلاب اسلامی رو به افزایش است. نکته چهارم فضای منطقه‌ای است که این فضا چه آن بخشی که تحت تأثیر ایران است و چه بخشی که تحت تأثیر ایران نیست، در اثر فشار رژیم‌های استبدادی و مداخله عوامل بیگانه مردم از وضع موجود به ستوه آمدند و لذا قیام‌هایی در تونس، مصر، بحرین و سایر کشورها که قطعاً در سال‌های جاری به وقوع می‌پیوندد - البته مدیریت این قیام‌ها برای اینکه بتواند دستاوردهای مطلوبی برای مردم داشته باشد، بسیار مهم و حساس

است - نشان می‌دهد که یک فضای جدید منطقه‌ای و عمومی در جهان اسلام در حال به دست می‌آمدن است که این علاوه بر فرصت‌هایی است که در گذشته روی آن حساب می‌کردیم. اما موانع و محدودیت‌هایی هم در جهان اسلام در بعد رسانه‌ای وجود دارد. یکی وابستگی سیاسی اکثر دولت‌ها در جهان اسلام است. یعنی بیش از نیمی از کشورهای جهان اسلام وابستگی به قدرت‌هایی دارند که آن قدرت‌ها با ما در فضای تقابلی هستند و لذا وابستگی سیاسی تأثیر در نفوذ رسانه‌ای و انفعال رسانه‌ای جهان اسلام خودش را نشان می‌دهد. دومین محدودیتی که داریم افراط‌گرایی‌هایی است تحت عنوان اسلام و یا فرق اسلامی که در یک مسیر انحرافی و تفرقه‌افکنانه عمل می‌کنند. بعضاً ممکن است اشکالی هم که از طرف ما در حوزه گفتمان و افکار عمومی صورت گرفته، بهانه‌ای به دست آن‌ها داده باشد، این افراط‌گرایی‌ها زمینه تحرک گروه‌های فشار را برای سلب و کم کردن ظرفیت‌ها در جهان اسلام به وجود می‌آورد. سومین محدودیت ما به بحث زبان برمی‌گردد. اکثر کشورهای جهان اسلام از نظر هم‌زبان بودن محدودیتی داریم که هم‌زبان نیستیم. نکته چهارم، فضا سازی جهانی است که به هر حال تأثیری که رسانه‌های بین‌المللی و رسانه‌های جهانی مخصوصاً در موضوع هسته‌ای ایران در حوزه جهان اسلام دارند، با برچسب زدن، بزرگنمایی و هراس‌انگیزی مرتبط با هسته‌ای شدن ایران تلاش می‌کنند تا زمینه تعامل رسانه‌ای و گفتمانی ایران را در جهان اسلام محدود و سلب کنند. ظرفیت بعدی تحرک و قدم‌های جدیدی است که رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران برداشته‌اند تا بتوانند متناسب با زبان جهان اسلام رسانه‌های برون مرزی را توسعه دهند که هر چند در وضعیت مطلوب نیستیم، اما همین رسانه‌های ارتباطی اثرش را در جنگ ۳۳ روزه لبنان و مسائل گوناگون منطقه و حتی در مورد هسته‌ای شدن ایران به طور نسبی نشان داده است. در جمع‌بندی این بحث، راهبردها و راهکارهایی به نظر می‌رسد که

روی آن‌ها باید مطالعه بیشتری بکنیم و با فعالیت‌های پژوهشی و اتخاذ مدل‌های عملیاتی می‌توانیم روی آن‌ها تکیه کنیم. یکی دیپلماسی عمومی است. هر چه در عرصه جهانی جلو می‌رویم وزن دیپلماسی عمومی نسبت به دیپلماسی رسمی و دولتی افزایش پیدا می‌کند. به واسطه همان بحث اولی که اشاره کردم جنگ‌نرم از نظر وزنی جای جنگ سخت را می‌گیرد. به همین نسبت دیپلماسی عمومی هم دارای فرصت‌های جدیدی در جهان است و دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای باید در دستورکار جمهوری اسلامی ایران در موضوع صیانت از هسته‌ای شدن قرار بگیرد. ما به همان نسبتی که در وزارت خارجه، برای دیپلماسی سیاسی انرژی صرف می‌کنیم در دستگاه‌های رسمی کشور باید برای دیپلماسی رسانه‌ای و تعامل با رسانه‌های جهان اسلام انرژی و سرمایه‌گذاری کنیم. ما در این عرصه خیلی فعال نبوده و قوی عمل نکرده‌ایم. هر چند که ممکن است رسانه‌ها در جهان اسلام با ما صددرصد همگرا نباشند، اما دیپلماسی رسانه‌ای فرق دارد. مگر در مذاکره با ۱+۵ طرف‌های مقابل همه هم‌نظر و هم‌عقیده هستند؟ اتفاقاً همه آن‌ها مخالف هسته‌ای شدن ما هستند. اما با آن‌ها با دیپلماسی سیاسی رفتار می‌کنیم، از آن طرف هم ایستادگی‌مان را دنبال می‌کنیم. بنابراین باید در مورد رسانه‌های جهان اسلام، دیپلماسی رسانه‌ای را حتماً با یک برنامه جامع و جدی در دستورکار کشور قرار دهیم و لزوماً هم نباید صرفاً در رسانه‌های دولتی رقم بخورد. متأسفانه می‌بینیم قدرت مانور و فرصت‌سازی برای رسانه‌های غیردولتی در این زمینه در کشور ما خیلی ضعیف است. دومین راهکاری که به نظر می‌رسد همکاری رسانه‌ای با رسانه‌های جهان اسلام است که باید به صورت یک برنامه سازمان‌یافته دنبال بشود. ما اگر رسانه‌های جهان اسلام را به سه بخش تقسیم کنیم. رسانه‌هایی که وابستگی به قدرت‌های مخالف ما دارند، موضعشان روشن و شفاف است، علیه ایران هستند و به صورت ساختاری اصلاً امکان همکاری با ما را ندارند

اگر آن‌ها را کنار بگذاریم، اعتقاد این است که حتی در جهان اسلام نسبت به این رسانه‌ها ما باید مقابل به مثل کنیم. لزوماً نباید انرژی اصلی ما صرف مقابله با این رسانه‌ها بشود. چون این رسانه‌ها به هر حال در جهان اسلام قرار دارند و ملاحظاتی که ما داریم ایجاب می‌کند در مواردی که آن‌ها علیه ما عمل می‌کنند، با این‌ها مقابله به مثل کنیم. اما لزوماً نباید همه انرژی ما صرف تقابل با آن‌ها بشود. دوم رسانه‌هایی که هم‌سو هستند. هر چند در کشورهای جهان اسلام گسترده نیستند اما همین مقداری که می‌شود شناسایی کرد، نیاز داریم یک همکاری متقابل تمام عیار را با آن‌ها شکل دهیم و لزوماً هم نباید این مدل‌های آشکاری صورت بگیرد. رسانه‌هایی که معتدل کار می‌کنند یعنی تقریباً به همه طرف‌های موضوع هسته‌ای شدن ایران می‌پردازند، با این‌ها هم باید متناسب با سطح آمادگی و ظرفیت‌های بالقوه‌ای که وجود دارد تعامل رسانه‌ای را شکل بدهیم.

نکته دیگر کانون‌ها و سازمان‌های تعاملی بین رسانه‌های جهان اسلام است البته تا مقداری که ممکن است و امکان همگرایی وجود دارد. مسئله آخر هسته‌های مجازی است که لزوماً نباید به صورت یکپارچه تلقی شود. در عرصه‌های مختلف نخبگان و نیروهایی داریم که در داخل کشور می‌توانند در عرصه‌های مجازی و سایبر هسته‌های همگام و همراه با ایران را شکل بدهند و از عرصه رسانه‌ای و عمومی هسته‌ای شدن دفاع بکنند. نکته آخر هم در این حوزه نخبگان و استعدادها متنوع است که به نظر می‌رسد با تولیدات متمایز و متنوع باید در کشورهای اسلامی ظاهر بشود. به هر حال کشورهای جهان اسلام از یکپارچگی برخوردار نیستند هر چند دولت‌ها چیزی به عنوان اتحادیه عرب یا چیزی به عنوان سازمان کنفرانس اسلامی شکل دادند، اما واقعیت این است که خاصیت وجودی چندانی در تحولات و معادلات جهان اسلام و حتی بین‌المللی ندارند و لذا ما متناسب

با هر کشور و یا چند کشور همگون در اسلام باید بتوانیم تولیدات رسانه‌ای متمایز، متنوع و متناسب با آن‌ها را تولید کنیم. در چند سال اخیر که بنده در کمیسیون سیاست خارجی مجلس بودم و بعد از مجلس هم همکاری‌هایی که با دوستان رسانه‌ای و دوستانی که در دیپلماسی هسته‌ای فعالیت می‌کنند داشتیم به نظر می‌رسد که این محورها را باید جدی‌تر از گذشته در عرصه رسانه‌ای بگیریم. روی هسته‌ای شدن جهان اسلام باید به شدت تأکید بکنیم نه فقط ایران، بلکه همه کشورهای جهان اسلام با توجه به اقتضائات قرن بیست و یکم در بحث بازار انرژی و سایر مؤلفه‌های اقتصادی و فناوری باید قدم‌هایی علمی را بردارند و بگوییم ما فقط از هسته‌ای شدن ایران دفاع نمی‌کنیم بلکه از هسته‌ای شدن سایر کشورهای جهان اسلام نیز دفاع می‌کنیم. چندین کشور اسلامی در همین دو سه سال اخیر به سمت داشتن نیروگاه هسته‌ای و مصرف انرژی و نه تولید غنی‌سازی انرژی رفتند. دوم همکاری و انتقال تجارب ایران به کشورهای اسلامی را باز باید به‌عنوان موضوع برجسته‌ای که هم مقامات رسمی ما هم بعضاً رئیس‌جمهور و دیگر عزیزان مطرح فرمودند طرح کنیم. آن را باید در عرصه عمومی به عنوان مطالبه از رسانه‌های جهان اسلام مطرح کنیم که ایران این آمادگی را دارد که این تکنولوژی را به کشورهای اسلامی ارائه بدهد. سوم روی ظرفیت‌ها و حقانیت و شفافیت هسته‌ای ایران تأکید کنیم. کاری که ما اخیراً انجام دادیم، نمایندگان کشورهای غیرمتعهد را دعوت کردیم. از سایت هسته‌ای ایران بازدید کردند و این بازدیدها و تورسم‌های هسته‌ای، برای نخبگان و رسانه‌ها در کشورهای اسلامی باید وجود داشته باشد. نکته دیگر روی سلاح هسته‌ای و تهدیدزا بودن رژیم صهیونیستی است. خوشبختانه رسانه ملی و رسانه‌ها خوب کار می‌کنند. برخی از رسانه‌های جهان اسلام خوب کار می‌کنند و به نظر می‌رسد باید آن را در

بحث محتوایی ادامه دهیم. نکته دیگر منافع و اقتدار کشورهای اسلامی و محوریت ایران در ثبات کشورهای اسلامی و ثبات منطقه است که باید به صورت منطقه‌ای و واقع‌بینانه در رسانه‌ها بازتاب پیدا کند. باید بتوانیم ایران‌هراسی را با تلاش رسانه‌ای به نقش ایران در ثبات منطقه تبدیل بکنیم. نمونه‌های عینی هم برای این مسئله داریم. یعنی ما باید مقداری از ملاحظه‌کاری و محافظه‌کاری خارج شویم. نقشی که ایران در ۱۰ سال گذشته در افغانستان و عراق و برخی مناطق لبنان ایفا کرده است. بالعکس برخی شیطنت‌های رسانه‌ای که در برخی رسانه‌ها دنبال می‌شود ما ایفا کردیم. ما در بسیاری از تحولات منطقه چه روی صحنه و چه پشت صحنه نقش ثبات‌ساز را ایفا کردیم. هم می‌توان این واقعیت‌های عینی را در جهان اسلام و رسانه‌ها دنبال کرد و هم می‌توان ظرفیت‌های بالقوه ایران را در این عرصه مطرح کرد که می‌تواند به صورت فعال و مرزشکنانه در رسانه‌ها مطرح بشود، که صرفاً در مقابل ایران‌هراسی به انفعال نیفتیم. نه فقط از خودمان دفاع می‌کنیم، بلکه از نقش ثبات‌سازی ایران پیش از گذشته باید دفاع کرد.

پرسش: در بحث موانع رسانه‌های جهان اسلام بحث افراطی‌گری را مطرح کردید، لطفاً کمی توضیح دهید.

پاسخ: چون محور اشتراکاتمان با کشورهای اسلامی، اسلام است، آن چیزی هم که در تعامل با جهان اسلام می‌تواند ما را پیش ببرد اتکا به هویت اسلامی است. خوب این فِرَق استکبارساخته مثل القاعده و گروه‌های تندرویی که برای بدنام کردن اسلام در کشورهای اسلامی به وجود آمده‌اند هر چند خوشبختانه روندی که شروع شده بود فرایند متزلزلی پیدا کرده اما به نظر می‌رسد که چون ما نمی‌توانیم با این‌ها دم‌ساز و هم‌ساز باشیم و آن‌ها در برخی از کشورهای اسلامی پایگاه‌هایی دارند، به‌عنوان یک مانع و چالش جدی برای ما محسوب می‌شوند.

جنگ غزه و نقش رسانه‌های جهان اسلام

حسن عابدینی^۱

رژیم صهیونیستی از بدو پیدایش روی دو محور استوار بوده است. محور نظامی‌گری و محور رسانه‌ای. محور رسانه‌ای هم این نیست که در سال ۱۹۴۸ که این رژیم شکل گرفت، آمده باشد. بلکه ۱۵۰ سال قبل یعنی سال ۱۸۹۷ زمانی که پروتکل بین‌المللی صهیونیسم شکل گرفت، تئودور هرتزل^۲ یکی از آن بندها را مطرح کرد و گفت اگر می‌خواهیم کشور مستقل اسرائیلی یا یهودی داشته باشیم، باید شریان حیاتی رسانه‌ها و تبلیغات دنیا را در اختیار داشته باشیم. این صحبت ۱۳۰ سال قبل است که نه اینترنت بود و نه شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای و نه شبکه تلویزیونی زمینی، رادیو هنوز به آن صورت شکل نگرفته بود. یکی دو خبرگزاری بیشتر نبود و روزنامه‌ها هم به این شکل و شمایل وجود نداشتند. بنابراین راهبرد این رژیم در این دو حوزه نظامی و رسانه‌ای است. ما در ترمینولوژی ارتباطات نوین به این اصطلاحات شکل دادیم. می‌گوییم

۱. مدیر کل اخبار خارجی صدا و سیما

2. Theodor Hertzfel

نظامی‌گری همان قدرت سخت است و رسانه همان قدرت نرم است. رژیم صهیونیستی یا بنیانگذاران صهیونیسم در دنیا از همان زمان شکل‌سومی را پیگیری کردند به نام قدرت هوشمند. یعنی تلفیقی از قدرت سخت و قدرت نرم، گرچه می‌دانید که در حوزه رسانه الان از قدرت نرم رد شدیم و قدرت هوشمند پشت سر گذاشته شده و واژگان جدیدی به نام قدرت هنرمندانه ایجاد شده است. کسانی که دست‌اندرکار روزمره رسانه‌ها هستند، هنوز راجع به اصطلاح صحبت می‌کنند بنابراین هنوز قدرت هنرمندانه به مجامع علمی کشیده نشده. چون اول عملیاتی و بعد به عنوان کارهای حرفه‌ای و آکادمیک وارد حوزه دانشگاهی می‌شود. بنابراین مقدراری متفاوت است. اما اتفاقی که در جنگ غزه افتاد، این بود که همان‌طوری که رژیم صهیونیستی این دو حوزه را داشت، مقاومت اسلامی نیز از سال ۲۰۰۰ میلادی در همین دو حوزه خودش را تقویت کرد. چندین جنگ اتفاق افتاد. سال ۲۰۰۸ جنگ غزه، سال ۲۰۰۶ جنگ لبنان، سال ۲۰۰۰ جنگی که مجبور به خروج اسرائیل از لبنان شدند، در سال ۱۹۸۲ زمانی که رژیم صهیونیستی با تانک‌هایش از جنوب لبنان تا داخل بیروت آمد ولی یک گلوله شلیک نشد و پیش از آن در سال‌های ۱۹۴۸، ۱۹۵۶، ۱۹۶۷، ۱۹۷۳ و ۱۹۷۶ که در همه این‌ها اسرائیل جنگی را علیه دیگران شروع کرد و می‌دانید که در همه این جنگ‌ها به دلیل برتری نظامی که داشت عموماً توانست دیدگاه‌های خودش را حاکم کند. در سال ۱۹۶۷ در جنگ شش روزه، سه کشور بزرگ منطقه، یعنی جمال عبدالناصر مصری، حافظ اسد سوری و آقای ملک حسین اردنی هر سه علی‌رغم اینکه قوی‌ترین کشورها را داشتند، مجبور به شکست شدند و اسمش جنگ شش روزه شد. در واقع در یک بعدازظهر اسرائیل این‌ها را از بین برد و در آن پنج روز و نصفی آن‌ها کشته‌ها را جمع می‌کردند و آلا شش روز طول

نکشید. بنابراین حتی اگر بر این باور باشیم که این رژیم چهارمین ارتش دنیا، یا از لحاظ تجهیزات نظامی حداقل جزء انگشت‌شمار ارتش‌های دنیا است، درحوزه رسانه‌ای هم همین طور است. از لحاظ رسانه‌های مقابل مقاومت چه اتفاقی افتاد. ما یک آرایش رسانه‌ای داشتیم. آرایش رسانه‌ای هوادار مقاومت و رسانه‌های نظام سلطه و کسانی که هم در حوزه عربی و هم در حوزه انگلیسی و هم در حوزه‌های مختلف به آن نزدیک بودند. در حوزه رسانه‌های وابسته به نظام سلطه ما علاوه بر شبکه ۲ و ۱۰ اسرائیل که از نظر حرفه‌ای رسانه‌های پر قدرتی هستند شبکه‌های CNN، BBC، یورو نیوز، اسکای نیوز، فاکس نیوز، فرانس ۲۴ و ... که همه این‌ها یک طرف، دو خبرگزاری تصویری هستند که همه تصاویر دنیا را می‌دهند اولی MPTN وابسته به آمریکا، دوم رویترز وابسته به انگلیس و مطمئناً این‌ها تصاویری را پخش می‌کنند که عموماً در چارچوب بحث‌های مربوط به سیاست‌های خودشان است بنابراین در یک قسمت این رسانه‌ها صف‌آرایی کردند و در قسمت دوم رسانه‌هایی مثل المنار وابسته به حزب الله، الاقصی، القدس، العالم و PRESS TV ایران، هفته دوم به بعد شبکه الجزیره قطر، شبکه الجزیره عربی صف‌آرایی کردند شیوه‌هایی که شبکه الجزیره قطر عموماً دنبال می‌کند بیشتر گرایش غربی دارد. بنابراین ما در این مقطع شاهد این رویارویی بودیم. تصویری که تلاش می‌شد از سوی رسانه‌های غربی از جنگ غزه ارائه شود، یک تصویر کاملاً از بالا بدون پرداختن به جزئیات و تقریباً غیرواقعیتهای گرایانه بود. چون در رسانه‌ها چیزی به نام HYPER REALITY داریم، وقتی چیزی در رسانه منتشر می‌شود این با چیزی که شما می‌بینید، خیلی متفاوت است. الان اگر جلسه ما از یک رسانه منتشر شود برای خود ما که در این جلسه بودیم و از عناصر مؤثر در این جلسه بودیم، خیلی جذاب خواهد بود و فکر می‌کنیم که این دوربین

HYPER REALITY می‌کند یعنی فراواقعیت می‌کند، نه واقعیت. بنابراین در حوزه رسانه‌ای ببینید چه تصاویری از جنگ منتشر می‌کنند. به این قسمت می‌گوییم CG یعنی اینکه مخاطب وقتی صفحه تلویزیون را می‌بیند بلافاصله به آنجا گرایش پیدا می‌کند. اسمش را گذاشته GAME FIRE یعنی آتش‌بازی. یعنی غزه‌ای که ۲۲ روز زیر شدیدترین ضربات قرار گرفته را به آتش بازی تعبیر می‌کند. واژگانی که استفاده کرده یک بحران است، نمی‌گوید جنگ. تصاویری که این خبرنگار نشان می‌دهد، همه یک منطقه سرسبز است. تانک‌هایی اینجا هستند و ما هیچ‌گونه خرابی را مشاهده نمی‌کنیم. گویی که می‌خواهد فیلم سینمایی نمایش بدهد. سربازان دارند کار خودشان را می‌کنند. پرچم اسرائیل برافراشته و پشت خبرنگار آسمان آبی است، گاهی اوقات ممکن است فکر کنید که استثنائاً این‌طوری است. تصاویر جنگ را ببینید سرباز اسرائیلی روی تانک، روزنامه می‌خواند. فضای پشت او را ببینید که تانک چقدر پر قدرت، در آرامش کامل، چهره‌ها خندان و پشت این‌ها فضای سرسبز غزه دیده می‌شود.

آن‌ها روی حساب و کتاب تصاویر را منتشر می‌کنند. اما در اینجا بعضی از رسانه‌های عربی را هم داشتیم که علی‌رغم اینکه باید از مقاومت و جنگ غزه حمایت کنند رفتارشان، رفتار یک ضدغزه‌ای و فلسطینی بود. مثل شبکه العربیه. علت بمباران بعضی از مساجد در غزه را توجیه می‌کند و می‌گوید اسرائیل فیلمی را در اختیار رسانه‌ها قرار داد که در آن نشان داده می‌شد که در این مساجد بمب‌های دست‌ساز و مسلسل دیده می‌شود. بنابراین با تصویری که از اسرائیل نشان می‌دهد و این تصویر، حرکت اسرائیل برای بمباران مساجد و نه خانه‌های عادی را توجیه می‌کند. جالب اینجاست روز هجدهم جنگ، CNN در یک گزارش از غزه، تصاویر غیرواقعی و از بالا گرفته شده نشان می‌دهد که به جزئیات پرداخته

نمی‌شود. فقط نوشته است منابع پزشکی گفته‌اند که ۴۷ نفر روز سه‌شنبه کشته شدند. ولی یک نفر کشته را نشان نمی‌دهد. بعد تصویر یک خلبان اسرائیلی را نشان می‌دهد و این یکی خبرنگاری است که غزه را پوشش می‌دهد و تصاویر، آسمان آبی را نشان می‌دهد، چون در ارتش اسرائیل هیچ کس حق ندارد تصویر هیچ خلبانی را نشان بدهد، تصویر نشان داده نمی‌شود، تصویر از پشت است یعنی زمانی که کلاه روی سرش است تا شما نتوانید تشخیص دهید که چه کسی است. داستان، جنگنده‌های اسرائیلی را می‌گوید که این جنگنده‌ها این قدر پر قدرت هستند که می‌روند و دقیقاً آن نقطه خاص را می‌زنند و اینکه فلسطینی‌ها گفتند یک جای غیرنظامی زده شده، دروغ است. این تصویری بود که زمان جنگ غزه پخش شد. CNN این تصویر را به‌عنوان مستند پخش می‌کند. جنگنده‌ها کامیون حامل موشک‌های مقاومت و حماس را مورد هدف قرار دادند. جالب اینجاست که بعداً مشخص می‌شود که این کپسول و سیلندرهای گاز بوده که برای خانه‌ها می‌بردند و بعداً روی رژیم صهیونیستی فشارهای سنگینی آورده شد که آن فردی که دو بچه‌اش کشته شدند، خودش آمد و صحبت کرد که ما وابسته به حماس نبودیم. ولی با همه این تفسیرها خبرنگار CNN از این جنگنده‌ها تصویر نشان می‌دهد و می‌بینید که تصاویر یک نفر از کشته‌شده‌های غزه را نشان نمی‌دهد. اما اواخر جنگ، یک اتفاق دیگری افتاد، همه فشارها روی مصر آمد که چرا غزه را باز نمی‌کنند که کمک‌ها برود. البته کسانی که در این تصویرها بودند الان در حکومت نیستند. می‌بینیم که CNN یک گزارش از کمک‌رسانی تهیه کرده، آن هم کمک‌هایی که در کنار آن‌ها آگهی حزب دموکراتیک جمال مبارک است. جمال مبارک خودش می‌آید با CNN صحبت می‌کند که ما داریم کمک‌های مختلف می‌دهیم. در صورتی که در دنیا همه می‌دانستند کسی که

مانع از خروج حتی فلسطینی‌ها از غزه می‌شود، مصری‌ها هستند. حتی در الجزیره انگلیسی هم در آن زمان، گرایش، گرایش غربی بود و با الجزیره عربی فرق می‌کرد. چرا این اتفاق افتاد؟ به این دلیل که وقتی در سال ۲۰۰۶ در جنگ ۳۳ روزه رژیم صهیونیستی شکست می‌خورد. وینوگراد گزارشی می‌دهد و می‌گوید که ما به این دلیل شکست خوردیم:

۱. نداشتن سابقه نظامی امیر پرز وزیر دفاع

۲. پخش تصویر تمسخرآمیز دیده‌بانی دادن حالت رئیس ستاد ارتش

با دوربین که لنزش بسته بود.

به همین علت مجبور شدند بگویند این فرماندهان بی‌عرضه حوزه نظامی را باید برکنار کنیم. در غزه چه اتفاقی افتاد. جانشینان این‌ها در غزه نتانیاوو، باراک و افرادی که دستشان تا آرنج به خون مردم فلسطین آلوده شده بود و جزو نظامی‌های برجسته بودند. این‌ها فرمانده شدند.

۳. بعد گفت کار دیگر این بود که شما اجازه دادید خبرنگارها به خط

مقدم جبهه آمدند و این‌ها تصاویری را گرفتند که آبرو و حیثیت ارتش را برد. در جریان جنگ ۳۳ روزه، فاکس نیوز با یک سرباز اسرائیلی مصاحبه می‌کند. به او می‌گوید:

«جنگ چه جور است؟ می‌گوید مثل فیلم‌های سینمایی. حزب الله مثل اجل از همه جا می‌آید. ما نمی‌دانیم چه کنیم. می‌گویند می‌ترسید؟ می‌گویند بله که می‌ترسیم. من مثل شیخ هر جا را که نگاه می‌کنیم حزب الله است. هر جا که نگاه می‌کنیم تیراندازی می‌شود و من واقعاً دچار مشکل شده‌ام».

این روحیه نظامی‌های صهیونیست است که البته تلاش کردند که در جریان جنگ ۳۳ روزه پخش نشود ولی بعداً پخش شد و می‌خواست بگوید سربازان اسرائیلی در جنگ ۳۳ روزه روحیه نداشتند. اما در جنگ ۲۲ روزه خیلی روحیه دارند.

اما آیا این‌ها بر اساس یک دستور حساب شده است یا نه فقط رسانه‌ها تصمیم می‌گیرند که این‌طور تصویر بگیرند. در جریان جنگ ۳۳ روزه وینوگراد گزارشی داد و نقاط ضعف را در ۵۰۰ صفحه مطرح کرد. که حدود ۱۲۰ صفحه آن را منتشر کردند و بقیه سری بود و منتشر نکردند. یکی این بود که اجازه ندهید خبرنگاران به منطقه خط مقدم جبهه بروند. آنها را با خود جاهایی که می‌خواهید ببرید و تصویر بگیرند و بیاید. تصویری بود که یک تانک غول‌پیکر را نشان می‌دهد. مثل اینکه سربازی که ۱۳ به در آمده، دارد روزنامه می‌خواند، نوشابه می‌خورد، روی تانک نشسته و بازی می‌کند، تلفن می‌زند و چون در جنگ ۳۳ روزه موبایل داشتند، عناصر حزب‌الله به آنها پیامک می‌دادند و آنها بیشتر می‌ترسیدند. گفتند در خط مقدم جنگ غزه هیچ کس حق ندارد موبایل داشته باشد. چون این سبب عملیات روانی سنگینی می‌شد که آن زمان رهبری‌اش را خود سید حسن نصرالله برعهده داشت. در غزه جلوی بعضی از این‌ها را گرفتند و این‌ها همه در گزارش «وینوگراد» آمد. ما در همان مقطعی که در این‌ها اجازه نمی‌دادند تصویر کشته‌شده‌ها را نشان بدهند. گزارشی را در تهران درست کردیم، تظاهراتی بود در تهران و آنها. به ما گفتند شما باید اثبات کنید که این تصاویر مال خودتان است از جای دیگر نگرفتید و آلا پخش نمی‌کنیم. ما اصل تصویری را که خبرنگارمان فرستاده بود برایشان فرستادیم که کشته‌شده‌ها و جنازه‌ها بودند و از CNN پخش شد. معمولاً آنها این کار را نمی‌کنند. آنها خرابی‌ها را نشان نمی‌دادند. پایین تصویر هم می‌نویسد تصاویر ارسالی از تلویزیون دولتی ایران است. در این تصاویر تظاهرات در تهران را با تصاویر غزه ترکیب کردیم. جالب است اتفاقی که همزمان در جنگ غزه افتاد این بود که زمان کنار رفتن بودش و سرکار آمدن اوپاما بود. بوش می‌گفت: «من دیگر کاره‌ای نیستم و اظهار نظر نمی‌کنم». اوپاما می‌گفت: «من اصلاً کاره‌ای نیستم،

من نمی‌توانم به‌عنوان رئیس جمهور اظهار نظر کنم». و در این ۲۲ روز فترت بین دولت انتقالی بود. یعنی دولت بوش برود و دولت اوباما بیاید که متأسفانه هیچ کدامشان اظهار نظر نکردند. حالا در زمان جنگ ۳۳ روزه خانم رایس می‌گفت این درد زایمان خاورمیانه جدید است. بنابراین اشکال ندارد، این کشته‌ها را که می‌بینید یک خاورمیانه جدید دارد ایجاد می‌شود، شما باید این درد را متحمل شوید. ولی در جنگ ۲۲ روزه زمان را به گونه‌ای طراحی کرده بودند که هیچ کس یعنی آمریکا به‌عنوان بزرگترین پشتیبانش نتواند اظهار نظری بکند. سؤال هم این بود که آیا همه این‌ها بر اساس خواست خبرنگار است که این کار را بکند یا نه؟ رژیم صهیونیستی برعکس سایر دولت‌ها، سالانه گزارشی منتشر می‌کند و آن را در اختیار مسئولان، یعنی نخست‌وزیر، وزیر خارجه، سخنگویان ارتش، دیپلمات‌ها و خبرنگاران قرار می‌دهد. یعنی این دیکشنری در اختیار چهار گروه قرار می‌گیرد از جمله گروه خبرنگاران و دست‌اندرکاران رسانه که ملزم هستند که از آن استفاده کنند. راجع به هر موضوعی که رژیم صهیونیستی درگیرش هست، می‌گویند که از چه واژه‌ای باید استفاده کنید و از چه واژه‌ای استفاده نکنید. یعنی حتی واژگان را تعریف می‌کند. حتی در آن گفته می‌شود که شما در مورد موضوع هسته‌ای ایران از چه اصطلاحاتی استفاده کنید و از چه استفاده نکنید. روی چه موضوعاتی متمرکز بشوید. من واژه‌های مربوط به غزه را می‌آورم. این جور است که مجموعه لغاتی که کارساز هستند و مجموعه لغاتی که کارساز نیستند مشخص شده است. پژوهش شده که گفتن این واژه و عبارت چه تأثیری می‌تواند داشته باشد. مثلاً گفته شده آیا شما معتقدید که تأثیر کشور مستقل فلسطین فلان است، مثلاً می‌گوید دائماً بگویید که برای مردم فلسطین رفاه و رونق اقتصادی و پیشرفت اجتماعی گزینه‌ای بهتر از حمایت تروریسم است. رونق و رفاه، زمینه‌ساز توافقی جزئی است که خود زمینه‌ساز رونق بیشتر است. جالب این

است که در آخر می‌گوید باید از باراک اوباما صمیمانه تشکر کنیم به خاطر اینکه در جنگ گذشته غزه هر چه که ما گفته بودیم ایشان کاملاً رعایت و حمایت کرد و اصول دیکشنری ما را رعایت کرد.

یکی از موضوعاتی که دستاویز لازم برای هجوم به حماس را فراهم آورد این بود که این‌ها به اسرائیل راکت‌پراکنی می‌کنند. می‌گوید راهکار ما فقط این است که راکت‌پراکنی و موشک‌پراکنی رژیم حماس به سرزمین اسرائیل را متوقف شود. در جنگ غزه شبکه‌ای بود که ۲۴ ساعته تصاویر زنده را در اختیار همه شبکه‌های دنیا قرار می‌داد و دوربین‌هایش دائماً تصاویر داخل غزه را نشان می‌داد. گروهی بودند به نام رانتان که در حدود سال ۱۹۹۸ شکل گرفت. عموم ایرانی‌ها نمی‌دانستند که رانتان یعنی چه؟ بعضی‌ها می‌گفتند هندی است. این کلمه به زبان کنعانی یعنی غزال. رانتان یعنی دو تا غزال. رژیم صهیونیستی در سال‌های ۱۹۴۸ و ۱۹۶۷ کرانه باختری رود اردن، شامل رام‌الله و غزه را غصب کرد. البته اکنون صحرای سینا، جولان و کرانه باختری برای اردن است. این مناطق برای مال کشورهای دیگر است که به آن‌ها سرزمین‌های سال ۱۹۶۷ می‌گویند و آن قسمتی که اسرائیل ابتدا آنجا را گرفت تحت عنوان سرزمین‌های سال ۱۹۴۸ معروف است یعنی سالی که رژیم صهیونیستی اعلام موجودیت کرد. بعد فلسطینی‌ها رانتان را شکل دادند. جنگ ۲۲ روزه پدیده‌ای در حوزه اطلاع‌رسانی تلویزیونی بود که تصاویر مختلف را نشان می‌داد. شما در جریان اتفاقات ۱۸ روزه‌ای که در مصر اتفاق افتاد هر موقع هر کانالی را باز می‌کردید می‌دیدید که دو دوربین میدان التحریر را نشان می‌دهد و این خودش باعث شده بود که تلویزیون فلان کشور که اصلاً هیچ کاری هم با این موضوع نداشت بالاخره تصویری داشته باشد. پس دیدیم که آرایش رسانه‌های نظام سلطه چگونه بودند. از آرایش رسانه‌های هوادار مقاومت،

انتظار این بود که وقتی شما به آن‌ها نگاه می‌کنید برنده آن‌ها باشند. رانتان، الاقصی حماس، القدس، المنار، العالم، شبکه الجزیره و شبکه‌هایی از این دست که زیاد شده بودند. حتی شبکه‌های ملی عربی هم به این‌ها پیوستند. برای اولین بار در جنگ ۳۳ روزه طلسم انحصار اطلاع‌رسانی که توسط غربی‌ها شکل گرفته بود شکسته شد و در جنگ ۲۲ روزه به صورت کامل فرو ریخت. هم در فضای وب و هم در رسانه‌های تصویری نقش اصلی را در خیزش افکار عمومی نسبت به جنگ غزه داشتند. در رسانه‌های وابسته به مقاومت توانستند دیدگاه‌های خودشان را عرضه کنند اما نکته آخر این است که تمام خبرنگاران، تصویربرداران و کسانی که جنگ غزه را پوشش دادند همه غزه‌ای و فلسطینی بودند یعنی یک نیروی خارجی در بین آن‌ها نبود. حتی خبرنگارانی که برای الجزیره، العالم، PRESS TV و حتی آن‌هایی که برای شبکه‌های غربی کار می‌کردند همه فلسطینی بودند و توانستند مظلومیت غزه‌ای‌ها را منعکس کنند. این نشان داد که فلسطینی‌ها تنها جنگیدند و تنها تصویر را منتشر کردند و یک کار عظیم رسانه‌ای را انجام دادند. رسانه‌های غربی به منظور تنهاسازی مقاومت در مقابل جامعه جهانی، گفتند حماس گروه کوچکی است یا غزه تحت حاکمان حماس غزه است. با ساده‌سازی موضوع، علت شروع جنگ را تحریف کردند. وینوگراد واقعیت قضیه جنگ را این‌طور بیان کرده بود گفته بود که رژیم صهیونیستی برای بازسازی خودش نیاز به پیروزی در یک جبهه دیگر دارد و برای این مسئله محورهای مختلف مقاومت مانند ایران، سوریه، حزب‌الله و حماس را بررسی کرده و ضعیف‌ترین حلقه را نشانه گرفتند. نکته بعدی نپرداختن به ریشه‌های بحران فلسطین است. یعنی اصلاً چرا فلسطین، ۷۰ سال در حال جنگ است. نکته بعدی توازن دروغین است یعنی در تمام تصاویر نتایهو یا کارشناسان حیفا صحبت می‌کردند. کارشناسان غربی

می‌گفتند حماس فلان منطقه را گرفته، بعد نتانیاهو پاسخ می‌داد. یعنی همه آمریکایی‌ها، غربی‌ها و غیره سخنرانی می‌کردند در صورتی که هیچ کس از مقاومت پاسخ نمی‌داد و تمامی صحبت‌های مقاومت را سانسور می‌کردند. همچنین رسانه‌های غربی برای تضعیف مقاومت از شگردهایی مانند تردید افکنی نسبت به آینده جنگ، شبه‌افکنی در مورد انگیزه‌های مقاومت، برچسب تندرو و افراطی زدن به مقاومت استفاده می‌کردند. رسانه‌های مقاومت نیز در مقابل دست به اقدامات زیر زدند مانند افشای رفتار ضدبشری اسرائیل در قبال زنان، کودکان، نهادهای بین‌المللی و خبرنگاران، بمباران مدارس، استفاده از سلاح‌های کشتار جمعی مثل بمب‌های فسفری و اورانیوم کمتر غنی شده

پرسش: ارزیابی شما درباره عملکرد رسانه‌های جهان اسلام در مقابل رسانه‌های غربی چیست و در خصوص بحثی که در مورد جنگ غزه فرمودید، انتشار سایر اخبار و آینده رسانه‌های جهان اسلام را چه طور ترسیم می‌کنید.

پاسخ: ما اساساً سابقه زیادی در رابطه با رسانه تلویزیون در جهان اسلام نداریم. الجزیره اولین رسانه تلویزیونی است که به صورت ماهواره‌ای و خبری فعالیت خود را شروع کرده که عمرش ۱۰ الی ۱۵ سال بیشتر نیست. رسانه‌های جهان تشیع در این حوزه تقریباً سه، چهار سال بیشتر عملاً در این حوزه نبوده‌اند. ما چند مشکل عمده داریم. نیروی متخصص انسانی نداریم. برای صحبت کردن در حوزه رسانه به جوانان دو زبانه نیاز داریم. نکته دوم زیرساخت‌ها و نکته سوم ماهواره مستقل است. شما دیدید که حتی الجزیره وقتی که چند روز علیه مصر گزارش داد، از نایل‌ست حذف شده، العالم را هم از نایل‌ست و هم از عرب‌ست، المنار را از هاتبرد و شبکه تلویزیونی «سحر را هم از «هاتبرد» حذف کردند. الان سال‌هاست

اجازه نمی‌دهند PRESS TV وارد شبکه کابلی آمریکا بشود. هر چه شما فریاد بزنید که جریان آزاد اطلاع‌رسانی است، می‌گویند بخش خصوصی است و ما نمی‌خواهیم شما را پخش کنیم. هاتبرد می‌گوید من بخش خصوصی هستم و نمی‌خواهم شما را داشته باشم. بنابراین وضعیت اینگونه است. طی چند سال گذشته بیش از ۴۰ شبکه تلویزیونی فقط مخصوص شیعه تأسیس شد و این‌ها در ماهواره جای خودشان را باز کردند. بنابراین هر کدامشان در یک حوزه فعالیت می‌کنند. شبکه تلویزیونی الاقصی، القدس، المنار. می‌دانید که المنار زمانی یک بلندگو بالای مناره مسجد بود به این دلیل می‌گفتند المنار یعنی المنار مسجد. النور یک شبکه تلویزیونی بود که یک کیلو وات برنامه پخش می‌کرد. الان برای خودش جایگاهی پیدا کرده است. بالاخره الان رسیدیم به جنگ نرم و باید در حوزه رسانه فعال باشیم. هشت سال پیش کسانی آمدند، فکر کردند و متقاعد کردند که کسانی بیایند این هزینه را بدهد و العالم راه بیفتد. تأسیس شبکه پول، امکانات، تجهیزات و نیرو می‌خواهد. بنابراین استنباط من بر این است که با توجه به همه کاستی‌هایی که وجود دارد حرکت، حرکت رو به رشدی است.