



## واکاوی فاصله گرفتن رسانه‌های غربی از افکار عمومی در گفت‌وگو با استاد دانشگاه سوره دیکتاتوری رسانه‌ای غرب در ماجرای جنگ غزه

گفت‌وگو

فاطمه تراشوند

خبرنگار

بزنگاه‌های آزادی بیان، همان مقاطعی است که رسانه نسبت خود را با موضعی تعیین می‌کند که افکار عمومی به وضوح در آن سو ایستاده است. حالا که خیزش عمومی در جای جای جهان برای حمایت از مردم غزه و علیه کشتار رژیم صهیونیستی شکل گرفته، مدیریت رسانه‌های جریان اصلی آشکارتر شده است. این موضع‌گیری‌ها را واکاوی نسبت سازمان‌های رسانه‌ای بزرگ جهان با سیاست و افکار عمومی بهتر توضیح می‌دهد. در این رابطه با محمدحسین ساعی، دکتری علوم ارتباطات و رئیس دانشگاه سوره گفت‌وگو کردیم.



در ۲۵ سال اخیر شخصاً هیچ‌به‌یاد ندارم تا این اندازه اجماع جهانی علیه اسرائیل شکل گرفته باشد. حتی در جنگ‌های قبلی هم هیچ‌وقت این میزان اجماع و خشم در جهان علیه اسرائیل دیده نمی‌شد. این مسأله تا اندازه‌ای است که مقامات و چهره‌ها هم دیگری به اندازه قبل دفاع راحت و بی‌دغدغی‌های از اسرائیل نمی‌کنند. این یک نقطه عطف است

**باوجود اعتراض‌های گسترده افکار عمومی در غرب، چرا رسانه‌های جریان اصلی این کشورها به‌قدر کافی اهتمامی به بازتاب این اعتراض‌ها ندارند؟**

مطالعات گسترده‌ای خصوصاً توسط افرادی که به مکاتب انتقادی در حوزه علوم ارتباطات معتقدند و نگاه چپ دارند، صورت گرفته که نشان می‌دهد ریشه‌های این سرباز زدن از بازتاب آرای افکار عمومی در کجاست. کتابی با نام «Guardians of Power» توسط دیوید کرامول و دیوید ادواردز در انگلستان منتشر شده که مواضع رسانه‌هایی مثل روزنامه گاردین را که به داشتن نگاه چپ مشهور است، در جریان جنگ عراق بررسی و نقد کرده و نشان داده است که هم‌گرایی کاملی در رسانه‌های غربی در مورد سیاست‌های کلان آن دولت‌ها وجود دارد و این مسأله با بررسی‌ها و داده‌های کفی اثبات شده است. البته شما در فضای روزمره رسانه چنین چیزی را حس نمی‌کنید چون تنوع و تکثر و گفت‌وگوهای وجود دارد. اما در آن موافقی که جهان غرب می‌خواهد حرکت خاصی را شکل دهد می‌بینید که همه آنها خیلی متحد و هم‌سو عمل می‌کنند. شبیه این اتفاق را در جنگ اوکراین و روسیه هم دیدیم.

**چطور چنین اتفاقی می‌افتد؟**

چون نگاه نخبران اصلی نظام سرمایه‌داری به رسانه، برخلاف ادعای نقش رسانه در دموکراسی، یک نگاه خدمت‌آفرینی برای کنترل جامعه است. اما آنها هوشمندانه این ابزار را در همه موارد به کار نمی‌گیرند و تنها در موقعیاتی از آن استفاده می‌کنند که لازم است. البته خود همان

**این پروپاگاندا صرفاً ریشه در خود سازمان‌های رسانه‌ای دارد یا تحت تأثیر مناسبات میان دولت‌های غربی با اسرائیل قرار گرفته**

حتی فارغ از مناسبات مالی بازگردد.

**یعنی حتی اگر مناسبات دولتی مثل امریکا یا فرانسه باز هم رسانه‌ها به همین شکل ادامه خواهند داد؟**

همین‌طور است. نگاه دولت‌ها هر تغییری کند رسانه‌ها نگاه خودشان را خواهند داشت چون این رسانه‌ها اصلاً توسط دولت‌ها مدیریت نمی‌شوند. ما یک نظام محتوایی نمی‌کنند و سیاست‌های غربی را کنترل می‌کنند و به همین ترتیب رسانه‌ها را نیز تحت اختیار دارند. همان‌طور که رسانه یک ابزار در خدمت آنهاست، دولت‌ها هم ابزار دیگری در خدمت آنها هستند. اینکه دولت‌ها به لحاظ جایگاه بالاتر از رسانه هستند معنایش این نیست که آنها متغیر مستقل در معادلات رسانه‌ای هستند و رسانه‌ها متغیر وابسته؛ هر دوی آنها یعنی رسانه و دولت، متغیرهای وابسته به متغیر دیگری هستند که همان دستگاه سرمایه‌داری جهانی است و بین اینها همبستگی ایجاد می‌کند.

**سهم رسانه‌های اسرائیلی و اثرگذاری‌شان بر این پروپاگاندا غربی چقدر است؟ اصلاً نقش دارند؟**

این پروپاگاندا اساساً محصول رسانه‌ها نیست. ما یک زیرساختی به اسم اعتبار و اعتماد در جامعه داریم؛ مثلاً اساتید و نخبران



چون بالاخره آدم‌ها در زمان‌هایی به افرادی اعتماد می‌کنند اما اگر اعتمادشان خدشه‌دار شود دفعه بعد دیگر ادامه نمی‌یابد و شاید حتی به بی‌اعتمادی منجر شود.

**یعنی این پروپاگاندا را موفق نمی‌دانید؟**

حالا که کاملاً مشخص شده ناموفق بوده‌اند. در ۲۵ سال اخیر شخصاً هیچ‌به‌یاد ندارم تا این اندازه اجماع جهانی علیه اسرائیل شکل گرفته باشد. حتی در جنگ‌های قبلی هم هیچ‌وقت این میزان اجماع و خشم در جهان علیه اسرائیل دیده نمی‌شد. این مسأله تا اندازه‌ای است که مقامات و چهره‌ها هم دیگر به اندازه قبل دفاع راحت و بی‌دغدغی‌های از اسرائیل نمی‌کنند. این اتفاقا چون این نقطه عطف است. اتفاقاً چون این نقطه عطف عمدتاً توسط شبکه‌های اجتماعی اتفاق افتاده من حس می‌کنم که در ادامه خواهیم دید که به بهانه تنظیم‌گری و مبارزه با انتشار اخبار جعلی یا چیزهایی شبیه این، با سامانه‌های قدرتمندتری برای کنترل و سانسور محتوا در کشورهای غربی مواجه خواهیم بود و ادبیات متوجه شدند اینکه صرفاً نخبگانی از آن‌ها در جامعه ایجاد می‌کند. الان هم می‌بینید در دنیا به همین شکل است که افرادی در سامانه‌هایی نظیر دانشگاه صاحب‌اعتبار و مدرک و غیره می‌شوند تا در موقع خاص از آنها استفاده شود. اسرائیلی‌ها خیلی از این مسأله استفاده کرده‌اند. البته در قرن بیستم بیشتر از قدرت لایبی استفاده می‌کردند اما در قرن بیست‌ویکم به سمت استفاده از یک مدل دیپلماسی عمومی رفتند. یعنی متوجه شدند اینکه صرفاً نخبگانی را در مراکز معتبر جهانی با خود همراه کنند کافی نیست. به همین علت افرادی را که در شبکه‌های اجتماعی مورد توجه بودند در مدلی از حمایت قرار می‌دادند تا در زمان مقتضی از آنها استفاده کنند. ولی این فضا هم امروز بیشتر شکسته شده

**راهکار ما در حوزه رسانه چیست؟ اصلاً کاری از ما برمی‌آید؟**

ما باید یک سامانه قدرتمند داخلی داشته باشیم. مدلی که در همین

واقع‌ه اخیر درباره الجزیره اتفاق افتاد همین بود. الجزیره با سیاست‌های خودش رسانه‌ای را با خبرنگاران خودش ایجاد کرده که در مقاطع حساس اثرگذار است. بنابراین خود کشور باید رسانه را بخواهد و آن را تقویت کند تا بقیه مایل باشند در پلتفرم آنها قرار بگیرند. البته رسانه هم امروز امرگرانتیمی است. برخی رسانه را به صورت پروژه‌های مجزا می‌بینند و خیلی درک نمی‌کنند که رسانه امرگرانتیمی است و باید روی امردائمی است که باید به اندازه ارزش‌های نظامی به آن توجه شود. شما اعدادی را که بقیه به رسانه‌های جهانی اختصاص می‌دهند ببینید و با اعداد ما مقایسه کنید.

**شاید اهمیت رسانه را هنوز باور نکرده‌ایم.**

با اهمیت آن را باور نکرده‌ایم یا شاید حتی این ضعیف ماندن برای‌مان مزایایی هم دارد. بالاخره وقتی لشکری آموزش نشده به این خاطر است که آموزش ندیده و سرمایه لازم برای آن گذاشته نشده است. همه اینها قابل تحلیل است. اما اینکه رسانه‌های بیرون‌سری ما در حد و اندازه لازم حمایتی از آنها صورت نمی‌گیرد روشن است. البته یک تحلیل هم این است که ما در حوزه رسانه‌های اسپانیولی یا سواحیلی و آفریقایی موفق‌تر بوده‌ایم تا در حوزه‌های جهانی اما همان جایی که موفق بوده‌ایم علتش این بوده که توانسته‌ایم در آن حوزه جغرافیایی، شبکه‌ای از انسان‌های معتبر ایجاد کنیم. این کاری است که طرف مقابل هم با ما انجام می‌دهد و این جور کارهاست که می‌تواند ما را موفق کند.

**کارگردان «گذشته» از تجربه اکران مجموعه انیمیشن‌های کوتاه به «ایران» گفت**

## انیمیشن هفت دقیقه‌ای که ساختش پنج سال طول کشید

انیمیشن



ساخت انیمیشن «گذشته» حدود ۵ سال زمان برده است، در حالی که مدت زمان این انیمیشن فقط ۷ دقیقه و ۲۵ ثانیه است



مجموعه انیمیشن‌های کوتاه «روپاهای رنگی» از زور شنبه ۶ آبان در سینماهای منتخب گروه سینمایی «هنرو تجربه» به نمایش درآمد. «گذشته» «سسیم ششم» بهرام غلظی، «سوزن‌بان» مهدی خرمان، «پسر دریا» عباس جلالی پکتا، «گذشته» حمید محمدی، «ملکوت» فریوش عابدی، «کلاغ» اهورا شهبازی، «بالاس» برزان رستمی، «شهر خاموش» امیرمهران، «دیوار چهارم» محبوبه کلایی و «اکنسایات انتسابی» سمانه شجاعی از آثار عرضه شده در این بسته نمایشی است. حمید محمدی که با ساخت «گذشته» جایزه بهترین کارگردانی سی و هشتمین جشنواره بین‌المللی فیلم کوتاه تهران، بهترین فیلم از جشنواره بین‌المللی کانادا، بهترین انیماتور از جشنواره بین‌المللی انیمیشن پالم اسپرینگز و... را از آن

خود کرده، معتقد است اگر بودجه تولید انیمیشن‌ها تأمین شود، کارهای بیشتری ساخته می‌شوند. حمید محمدی با اشاره به اینکه ساخت انیمیشن «گذشته» حدود ۵ سال زمان برده است، به «ایران» می‌گوید: «یکی از این دلایل کمبود بودجه است. دلیل دیگرش تعداد لوکیشن‌ها و همچنین کارهای پس تولید و جلوه‌های ویژه است. همه این عوامل دست به دست هم داده‌اند که ساخت انیمیشن «گذشته» ۵ سال زمان برد.» او حمایت مالی و تأمین بودجه را مهم‌ترین نیاز امروز انیمیشن‌های هنری کوتاه عنوان می‌کند: «این که من به عنوان فیلمساز قرار است فیلمی بسازم و دیگر مشکل معیشت نداشته باشم و مجبور نشوم چند تا کار انجام بدهم که بتوانم این پروژه

را بسازم. چون معمولاً کارها قرار نیست اکران شوند و فقط حضور در جشنواره است و بعد از تولید درآمدی ندارد. به همین دلیل این مسائل، یک مقدار کار را سخت می‌کند و اگر بودجه فراهم باشد، من می‌توانم به کمک افراد متخصص و با کیفیت تا جشنواره داریم که اگر کارها حضور پیدا کنند، می‌توانید ببینید و ببینید. بعد هم که به آرشینو می‌رود. یعنی چند سال وقت می‌گذاریم و یک فیلم ساخته می‌شود و سه بار نمایش داده می‌شود و تمام. یک بحثی هم وجود دارد، اینکه ما را به عنوان انیمیشن‌ساز با کارهای سریالی می‌سنجند یعنی وقتی می‌گویند انیمیشن، می‌گویند یعنی همان انیمیشن‌هایی که در شبکه پویا پخش می‌شود و باید کلی توضیح دهیم که آنها روال‌شان فرق دارد و این کارها عمدتاً مخاطب‌شان می‌شود.»

محمدی در ادامه می‌افزاید: «بخش و اکران عمومی خیلی می‌تواند کمک‌کننده باشد. یکی از سوالاتی که همیشه به شکل رونقین جواب می‌دهم، این است که این فیلم را کجا می‌توانیم ببینیم و می‌گویم دو تا جشنواره داریم که اگر کارها حضور پیدا کنند، می‌توانید ببینید و ببینید. بعد هم که به آرشینو می‌رود. یعنی چند سال وقت می‌گذاریم و یک فیلم ساخته می‌شود و سه بار نمایش داده می‌شود و تمام. یک بحثی هم وجود دارد، اینکه ما را به عنوان انیمیشن‌ساز با کارهای سریالی می‌سنجند یعنی وقتی می‌گویند انیمیشن، می‌گویند یعنی همان انیمیشن‌هایی که در شبکه پویا پخش می‌شود و باید کلی توضیح دهیم که آنها روال‌شان فرق دارد و این کارها عمدتاً مخاطب‌شان

بزرگسال است و پیچیدگی‌های خاص خودش را دارند. افراد بزرگسال هم باید درمورد داستان حتماً فکر کنند و بخش‌های فیلم را کنار هم بگذارند تا به داستان مدنظر کارگردان برسند.» این انیمیشن‌ساز ادامه می‌دهد: «این انیمیشن را بعد از ۲۰ سال حرفه‌ای کار کردن، به عنوان اولین فیلمم ساختم و همیشه هم فکر می‌کردم هنوز زود است و هنوز نیاز دارم تجربه کنم. این انیمیشن تمام تجربه من است که ۵ سال طول کشید و ۷ دقیقه و ۲۵ ثانیه زمان دارد. کل تجربه بیست و چند ساله من در این انیمیشن وجود دارد و برای تک‌تک فریم‌هایش وقت گذاشتم و فکر کردم و چیزی که می‌بینید متریال است که ما تحریم هستیم و وارد نمی‌شود و در بازار هم نیست. به همین دلیل مجبوریم با امکانات



حداقل یک چیزی خودمان کشف کنیم و یک چیزی را با چیز دیگری ترکیب کنیم تا به ایده‌ای که در ذهن مان داریم، برسیم.» محمدی، باکس اکران انیمیشن‌ها در گروه هنرو تجربه را اتفاقی امیدوارکننده می‌داند و می‌گوید: «دانشجو‌ها و هنرستانی‌ها یا کسانی که شهرستان هستند، فرصت خوبی برای تماشا پیدا می‌کنند. این اکران‌ها می‌تواند یک بستر خوبی برای آموزش باشد. ضمن اینکه سطح انیمیشن ما آن چیزی که فکری می‌کنید نیست و ما از لحاظ تکنیکی و اجرایی فوق‌العاده خوب هستیم. بعضی وقت‌ها اگر همان‌های ایرانی در کارها نباشند نمی‌شود تشخیص داد ایرانی، امریکایی یا اروپایی است. امیدوارم اکران در هنرو تجربه شعری برای موفقیت‌ها و آینده‌ای بهتر باشد.»



به نظر حسی که در استاپ موشن تکنیک‌های دیگر نیست و فیلمنامه‌ای هم که نوشته شد، پراساس همین تکنیک و توانایی در استاپ موشن است