

مدت‌هاست که کشور درگیر شیوع ویروس کرونا شده و زندگی عادی مردم را تحت تأثیر قرار داده است. در این روزها رسانه‌ها نقش پررنگ‌تری داشته‌اند و خبرنگاران زیادی به میدان آمده‌اند و با به خطر انداختن سلامتی و جان خود مسئولیت اطلاع‌رسانی به مردم را به بهترین شکل ممکن انجام داده‌اند. «جوآن» با محمد عادی معاون مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی درباره عملکرد رسانه‌ها در روزهای شیوع کرونا گفت‌وگو کرده است. ■ ■ ■

از همان روزهای اول شیوع کرونا نحوه فعالیت رسانه‌ها متفاوت شد. روزنامه‌ها رسمیت خودشان را از دست دادند و خبرگزاری‌ها، سایت‌ها و فضای مجازی بیشتر مدنظر قرار گرفتند. لطفاً درباره اتفاقی که کرونا بر رسانه‌ها تحمیل کرد و اقداماتی که معاونت مطبوعاتی در این روزها انجام داد توضیح دهید.

قبل از اعلام کرونا در ایران و پیش از زمانی که دانشجویان از ووهان آمدند، اقدامی پیش‌دستانه داشتیم، در حالی که این روزها را تصور نمی‌کردیم اما از همان موقع از مدیران رسانه‌های مختلف دعوت کردیم بپایند تا ماجرای کرونا دقیق و مفصل برای آنها توضیح داده شود.

همان‌طور که می‌دانید یکی از وظایف معاونت مطبوعاتی که در ناشران هم ذکر شده کمک به موضوع اطلاع‌رسانی است یعنی پل ارتباطی بین رسانه و دستگاه‌ها و فراهم کردن دسترسی آنان و همه جانبه رسانه‌ها اطلاعات و تسهیل و تسریع در این امر است. بنابر این ما از آقای دکتر رئیسی معاون بهداشت وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی خواستیم که در این جلسه که اواسط دی ماه برگزار شد، حضور داشته باشند و ضمن تبیین شرایط به سؤالات ۷۹ رسانه در یک روز پاسخ دهند که خوشبختانه این جلسه اتفاقات بسیار خوبی را به دنبال داشت.

روز سوم اسفند نیز همین نشست تکرار شد؛ درست یک روز بعد از انتخابات و اخبار متعددی که در حال انتشار بود؛ این بار علاوه بر معاون وزیر بهداشت (آقای دکتر حریری) سخنگوی دولت نیز به جلسه آمد. باین حال هفته دوم اسفند ماه کمیته اطلاع‌رسانی به ریاست آقای دکتر صالحی، وزیر فرهنگ و به عضویت آقای دکتر فیروزآبادی، دبیر شورای عالی فضای مجازی و آقای ربیعی سخنگوی دولت و سایر دستگاه‌ها از جمله معاونت سیاسی سازمان صدا و سیما، وزارت کشور، وزارت صمت، وزارت اطلاعات، قوه قضائیه و... تشکیل شد که از همان موقع شروع به هماهنگی در موضوع اطلاع‌رسانی کردیم و کمیته اقدام خبری، تولید محتوا و همچنین کمیته نظارت بر جریان رسانه کرونا شروع به فعالیت کردند.

نیاید فراموش کرد که در موضوع کرونا دو لایه وجود دارد؛ یک

لایه جسمی و دیگری لایه روحی. لایه جسمی شامل تهیه اقالم بهداشتی و اقدام به درمان برای مقابله با کرونا که بر عهده وزارت بهداشت است. لایه روحی و روانی مربوط به اطلاعات مرتبط با کروناست و باید‌ها و نبایدها و کلاً جهت‌دهی افکار عمومی که بر دوش رسانه‌هاست، مثلاً اینکه باید چه کار کنیم که کرونا بگیریم؟ کرونا چه ویروسی است؟ اگر مبتلا به کرونا شدیم چه کنیم؟ که به نظر من رسانه‌ها نقش خودشان را به خوبی ایفا کرده‌اند دیدیم برای اولین بار در تاریخ، جاده‌های کشور بسته شد و سیزده بدر امسال نیز هیچ‌کس در پارک‌ها و اماکن عمومی حاضر نشد یعنی با اطلاع‌رسانی تبیینی موجب اغنا و مشارکت مردم در مقابله با کرونا شدند نه با رفتار خشن

این نشان از ظرفیت اجتماعی مردم ایران و زیرساخت مدیریت کشور دارد و مؤید همکاری، همدلی و هم‌افزایی در این بحران عظیم بین مردم و مسئولان بود که معتقدم پل ارتباطی و مؤثر این ماجرا، رسانه‌ها و رویکرد خوب آنها بود.

سپاه، ارتش، بسیج، وزارت صمت، وزارت بهداشت، پلیس، هلال‌احمر و روحانی مسجد همه با هم هماهنگ بودند و معنی آن این است که ما برای اولین بار در یک بحران کار کرد

رسانه را به یک تعریف منطقی رساندیم. همان حرفی که تلویزیون هنگام پخش سریال زیرنویس می‌کند ابرخش‌های خبری سیما و رادیو نیز اعلام می‌نماید و مردم همان را هم در فضای مجازی و رسانه‌های بر خط و هم شبکه‌های اجتماعی می‌بینند. این یعنی قرانت واحد اما با بیسان متفاوت برای مخاطب مختلف.

گفت‌وگو

گفت‌وگوی «جوان» با معاون مطبوعاتی وزارت ارشاد درباره عملکرد رسانه‌ها در شرایط کرونا

دشمنی اتاق خبر فارسی ۵ کشور معاند در قضیه کرونا عیان‌تر شد



اگر بخواهیم نقطه اوج کارکرد رسانه را در یک کشور ببینیم این بحران آزمون خوبی برای رسانه‌های ایرانی بود و نتیجه‌اش کاهش تلفات و صدمات به کشور شد. ضمن آنکه برخلاف تصور بسیاری، ایران در زمره موفق‌ترین کشورها در مبارزه با این بیماری سخت و عجیب نیز قرار گرفت.

در مواجهه و تعامل با رسانه‌ها چه کارهایی انجام داده‌اید؟

در مواجهه با رسانه سه کار انجام دادیم، اول اطلاع‌رسانی به خود رسانه‌ها، اینکه مدیران رسانه به جلسات آمدند و مدیریت اطلاع‌رسانی مقابله با کرونا توسط خود مدیران رسانه طراحی و اجرا شد.

دوم هدایت رسانه‌ای توسط مدیر یا سر‌دبیر در داخل رسانه صورت گرفت و مرجعیت اخبار به‌صورت شفاف توسط رسانه‌ها محقق شد.

سوم دستگاه‌ها در موضوع اطلاع‌رسانی کار تولید و پردازش

و نشر اطلاعات را به اهالی رسانه واگذار کردند و پذیرفتند که این یک تخصص است و عملاً کمیته اطلاع‌رسانی ستاد ملی

مقابله با کرونا مدیریت را عهده‌دار شد که البته نباید نقش

مبارزه به روز و گسترده با شایعه‌سازی و القانات دشمن توسط خود رسانه‌ها را نیز نادیده گرفت.

آن روزهای اول که هنوز کرونا در اروپا و آمریکا شایع نشده بود، فضای خود انتقادی از عدم پیشگیری و جود داشت که مثلاً چرا قرنینه نکرند؟ اما وقتی ویروس به اروپا و

ما جزو معدود کشورهایی هستیم که در مصاف خبری جریان‌ات سیاسی خارج از کشور، مورد تهاجم رسانه‌ای با اهداف سیاسی قرار گرفتیم. در پنج کشور دنیا اتاق خبر فارسی داریم که ۲۴ ساعته خبر تولید می‌کنند و مأموریت‌شان بر اساس منافع کشورهایی که بودجه آنان را تأمین می‌کنند طراحی و اجرا می‌شود، در واقع یک جریان رسانه‌ای به زبان فارسی در دنیا برای افکار عمومی ما درست شده است که به‌صورت شبانه‌روزی دنبال ایراد و اشکال در داخل ایران می‌گردد

کرده‌اند و حتی در روزهای شیوع کرونا هم از این تحریم‌ها

دست‌بردار نیستند و تنها راه باقی‌مانده برای آنها تشدید

فشار به مردم به ویژه با فشار به افکار عمومی می‌خواهند به

اهداف خود برسند. سه مسئله «سو‌مدیریت، ناکارآمدی و

فساد» محور تولیدات رسانه‌ای آنهاست و در هر موضوعی

هم می‌خواهند از همین سه زویه اطلاع‌رسانی داشته باشند و

تزیق نامیدی هم وظیفه آنهاست.

در مورد کرونا هم همین سیاست را در پیش گرفتند اما موفق

نبودند زیرا این بار شرایط جهانی امکان مقایسه بین کشورها

را فراهم کرد و مردم عملکرد ایران و پیشرفته‌ترین کشورهای

جهان را مقایسه کردند؛ در موضوع امکانات، هزینه درمان،

اهداف پلید این رسانه‌های ضد مردمی بود که با شیوع بیماری

در آمریکا و کشورهای اروپایی، رسانوایی اطلاع‌رسانی ضد

مردمی آنها، عیان شد و مردم متوجه شدند برخلاف تبلیغات

رنگارنگ حمایت از مردم و نگرانی بر آنها، این رسانه‌ها دقیقاً

دشمن مردم ایران هستند؛ در یک نمونه ماجرای توقف ارسال

۵۰۰ هزار کیت در خواستی ایران از کره جنوبی را همه دیدند

و متوجه شدند که یک رسانه با دلارهای نفتی سعودی مانع

ارسال این کیت‌ها به ایران شد.

از سسوی دیگر، قدرت گرفتن رسانه‌های داخلی در این

مسئله، باعث شد در مواجهه رسانه داخلی و خارجی عملاً

فضای افکار عمومی به سمت داخل آید؛ زیرا در کرونا کشور

داخل ایران می‌گردد و اصولاً نقطه امید و مثبت و موفقیت

شده است که به‌صورت شبانه‌روزی دنبال ایراد و اشکال در

داخل ایران می‌گردد و اصولاً نقطه امید و مثبت و موفقیت

نمی‌خواهد ببیند چون در راستای منافع تأمین‌کنندگان

منابع مالی این رسانه‌ها نیست. این در حالی است که ما در

پسچیده‌ترین، گسترده‌ترین و طولانی‌ترین نظام تحریمی دنیا

هستیم. آمریکایی‌ها در فشار به ایران به آخر خط رسیداند،

رهبر معظم انقلاب، وزیر خارجه، وزیر کشور، سپاه و... را تحریم

با کرونا را نداشته باشیم بلکه ما همچنان دنبال افزایش مهارت رسانه‌ای باید باشیم؛ این نقطه ضعف که رسانه‌های ما پوششی هستند، سوزه‌ای نیستند یا اینکه اطلاعات را مقایسه نمی‌توانند کنند و خام فروش هستند و... را باید به‌صورت جدی مورد واکاوی قرار دهیم لذا باید چیزی که در دستور کار ما قرار بگیرد واکاوی موضوع کارکرد رسانه، بررسی نقاط قوت و ضعف و اصلاح از درون باشد که دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی معاونت مطبوعاتی در دست اقدام دارد.

در روزهای شیوع کرونا هفته‌های بعد از آن به عملکرد رسانه‌ها نمره قبولی می‌دهید؟

بله. قطعاً نمره قبولی به همه رسانه‌ها و به ویژه به سازمان صدا و سیما و به عملکرد تمام خبرگزاری‌ها، پایگاه‌های خبری روزنامه‌ها و فعالان رسانه‌ها می‌دهم. شما خروجی رسانه‌ها را ببینید و واکاوی کنید. احساس گرسنگی از گرسنگی بدتر است، احساس ناامنی از ناامنی بدتر است. امروز احساس اقتدار در کشور زنده شده است و این نتیجه اقدام همه دست‌اندرکاران و هم‌زمان اطلاع‌رسانی بهنگام و مبتنی بر واقعیت است نه تبلیغات نقاط قوت و ضعف هر دو توسط رسانه بیان شده است. اطلاعات در بستر واقعیات شکل می‌گیرد و این خط قرمز مامت که دروغ در رسانه منتشر شود در حالی که تمام تلاش رسانه‌های معاند بر افزایش بی‌اعتمادی امام‌مردم این آمار را احساس می‌کنند. مثلاً آمار عجیب و غریب از فوتی‌های کوویدی اعلام می‌کردند که قابل باور نبود؛ چطور می‌توان مثلاً ۳۰-۴۰ هزار جنازه را مخفی کرد؟ یا نیت و اصرار بر بی‌اعتمادی به نفع کیست؟ قطعاً به نفع مردم نخواهد بود زیرا آن وقت فاصله‌گذاری را هم قبول نمی‌کنند و میزان ابتلا و تلفات بیشتر می‌شود.

رهبر انقلاب در یک سخنرانی فرمودند که این شرایط را باید مستسند سازان و رسانه‌های ما نبت و ضبط کنند. معاونت مطبوعاتی در خصوص مستندسازی این ایام و شرایط برنامه‌ای دارد؟

بله. ما جشنواره‌ای تحت عنوان «جان من ایران من» را رانندازی کردیم و از زمان شروع کرونا اعلام کردیم که هدف ثبت و ضبط این واقعه است تا آلان هزاران اثر به دستمان رسیده است. فرمایشات و تأکید مقام معظم رهبری برای مستندسازی حماسه مردم در مقابله با کرونا این امر را تقویت کرد و تلاش مضاعف را برای این کار خواهیم کرد.

باید از همه رنگارنگان، مکاشسان، فعالان شبکه‌های اجتماعی و... در سازمان صدا و سیما و همه رسانه‌ها به عنوان سربازان گمنام جریان اطلاع‌رسانی تشکر کنم، آنها که تمام این ایام را رافع بودند و عید و تعطیلی نداشتند؛ باید از این افراد مؤمن با انگیزه با شجاعت و شجاعت و پرتاش که شبانه‌روز در خدمت مردم هستند، قدر شناسی کرد.

گفت‌وگوی «جوان» با تهیه کننده و مجری زندگی پس از زندگی

انتظار این اندازه استقبال را از تجربه‌های مرگ نداشتیم

حتی تحقیر و تمسخر ایشان شود و ایشان نگرانند که بیان تجربه موجب خدشه و بروز اشکالاتی در رابطه‌شان با دیگران شود اما در فرهنگ مسیحیت بر عکس است و آنها حتی اعتراف به گناهان را ثواب و وسیله‌ای برای پاک شدن و جزو مراحل توبه می‌دانند؛ بنابراین ما در روند برنامه تصمیم گرفتیم تلفیقی از تجربه گران‌مشت و منفی داشته باشیم و در این میان به ناچار از تجربه‌های منفی غربی بیشتر استفاده کنیم به همین علت هم هرچند برنامه در میان یک تجربه منفی نمایش دادیم که عمدتاً غربی و دو مورد نیز ایرانی بودند.

نگران نبودید مخاطب با این حرف‌های تجربه گریان به سمت مرگ گرایش پیدا کند؟

در پیش‌بینی‌های خود این مورد را هم به عنوان یکی از آسیب‌های محتمل این برنامه در نظر داشتیم و برای آن تمهیداتی اندیشیدیم که خوشبختانه نتیجه برنامه به گونه‌ای شد که حتی سه نفر از مخاطبانی که به علت مشکلات زندگی قصد خودکشی داشتند تماس گرفتند و پیام دادند که ما با دیدن این برنامه از قصد خود برای خودکشی منصرف شدیم و دست از این اقدام ناپسند کشیده بودند و ایس بازخورد یکی از شادی بخش‌ترین پیام‌ها و نتایجی بود که دریافت کردیم.

برنامه بعد از ماه رمضان هم ادامه دارد؟

اقبال عمومی از برنامه ما را غافلگیر کرد و این در حالی بود که وزن پروژه ما از حیث دکور، سابقه اجرای تلویزیونی مجری، هزینه‌ها و بودجه‌های صرف شده و دیگر موارد دیگر برنامه‌های زنده ماه رمضان قابل مقایسه نبود و از سوی دیگر شبکه چهار هم به علت هدف‌گذاری خاص روی قشر فرهیختگان و خواص جامعه اطلاعاتی و مختصات خود را داشت و لذا به صورت سنتی انتظار می‌رفت که مخاطب عام را در اختیار نداشته باشد و تمرکزش صرفاً بر مخاطب خاص باشد و به تبع این رویکردهای همیشگی هزینه تبلیغات و قصد، قابلیت با دیگر شبکه‌ها هم در فضای مجازی نداشتیم چراکه سیاست قدیمی شبکه چهار برهیز از تبلیغات و گیشه‌گرایی و دوری کردن از رقابت در جذب کمیت بوده است. بااین همه برنامه به گونه‌ای دیده شد که طبق بسیاری آمارها (مثلاً آمار تلویزیون) با اختلاف نجومی در رده اول بازدید قرار گرفت و حجم پیام‌های ارسالی به حدی زیاد بود که هنوز فرصت نکرده‌ایم همه را بررسی کنیم و رسیدگی به آنها سخت شده است. به علت بازخورد بالای برنامه، مدیر شبکه چهار و معاون محترم سیما بخش طی سال و بخش فصل دوم این برنامه برای ماه رمضان سال آینده را در دستور کار قرار داده‌اند.

د

اقبال عمومی از برنامه ما را غافلگیر کرد و این در حالی بود که وزن پروژه ما از حیث دکور، سابقه اجرای تلویزیونی مجری، هزینه‌ها و دیگر موارد با دیگر برنامه‌های صرف شده و دیگر موارد با دیگر برنامه‌های زنده ماه رمضان قابل مقایسه نبود و از سوی دیگر شبکه چهار هم به علت هدف‌گذاری خاص روی قشر فرهیختگان و خواص جامعه ملاحظات و مختصات و مختصات خود را داشت و لذا به صورت سنتی انتظار می‌رفت که مخاطب عام را در اختیار نداشته باشد و تمرکزش صرفاً بر مخاطب خاص باشد

انسان از بدن جدای می‌شود سراغش می‌آیند و چون از فرزندان

انسان کینه و خشم دارند به آنها حمله می‌کنند مگر اینکه ایمان

و عمل آن انسان از او محافظت کند و برای آن شخص هم به

همین علت و صورت بود که تعرض داشتند و البته کار شناس

برنامه هم با استناد به احادیث گفتند که یکی از رویادهای

ممکن الوقوع در عالم برزخ همین است که به محض خروج روح

مؤمن از بدنش، شیاطینی به او حمله و عقده گشایی می‌کنند

اما طبق حدیث در این وضعیت، اعمال اوست که حاضر شده و از

او حفاظت می‌کنند که البته در تجربه مهمان برنامه – که مدافع

حرم بود- نیکی به والدین و قرانت قرآن از او حفاظت کردند و

همانگونه که ملاحظه شد تجربه گر حاضر در برنامه گفتند که

وقتی به قرآن و قرانت قرآن ایمم احتیاج می‌کردم آنها دور

می‌شدند و این دو نکته از نکاتی هستند که تاکنون کمتر در

جامعه دینی ما تبلیغ و اطلاع‌رسانی شده که اولاً در عالم برزخ

اجنه و شیاطین هم امکان استیلا و دسترسی به انسان دارند و

ثانیاً آنچه انسان را محافظت می‌کند در برابر اینها اعمال صالح

است که آنها را دور می‌کند.

آیا با تجربه گریان این منفی هم بر خورد داشتید؟

بله. اما از یک‌سود در فرهنگ دینی ما اظهار گناه حرام است و

معتقدیم اظهار گناه موجب کاهش قبح گناه می‌شود که البته

در فرهنگ اجتماعی و مردمی ما نیز افراد تجارب منفی‌شان را

برای دیگران بیان نمی‌کنند و از سوی دیگر محتمل است بیان

تجربه گر این منفی بعد از برنامه باعث طرد اجتماعی ایشان

این باره مطالعه می‌کردم و البته بعدها که اینترنت رواج یافت دسترسی بنده به منابع و تجارب مختلف نیز سهل‌تر شد.

پژوهش تجربه‌های مرگ موقت در دنیا به چه صورت است؟

در آمریکا و کشورهای اروپایی (به ویژه هلند و آلمان) پژوهش‌های زیادی در زمینه تجربه‌های نزدیک به مرگ صورت می‌گیرد و سازمان‌های تحقیقاتی و انجمن‌های دانشگاهی مختلفی در زمینه تجارب نزدیک به مرگ فعالیت دارند که در پدیدارشناسی NDE (تجربه نزدیک به مرگ) مطالعه می‌کنند. بزرگ‌ترین این سازمان‌ها LANDS است که یک سازمان بین‌المللی است و در وورام و کارولینای شمالی مستقر است. این سازمان تحقیقات و آموزش‌های علمی را در مورد ماهیت جسمی-روانی، اجتماعی و معنوی و نتایج تجارب نزدیک به مرگ توسعه می‌دهد و نشریاتی پژوهشی همچون مجله مطالعات نزدیک به مرگ و مجله سه ماهه نشانه‌های حیات را منتشر می‌کند. این سازمان همچنین آرشپو خوبی از تاریخچه پرونده‌های نزدیک به مرگ را برای تحقیق و مطالعه نگهداری می‌کند.

انتخاب تجربه گریان به چه صورت بوده که به صحت کلام آنها مطمئن باشید؟

طی بیش از چهار سال با کمتر از ۱۱۰ تجربه‌گر مصاحبه داشتیم

و پس از تحقیق و راستی آزمایی اولیه از بین آنها ۷۴ تن تأیید و بقیه کنار گذاشته شدند چرا که برای مثال برخی خواب دیده بودند یا بیرون رفتنی داشتند و تجربه‌شان مرگ کلینیکی (تجربه نزدیک به مرگ) نبوده و بعضاً هم فرد یک شخصیت خودنیا یا متهم بوده که برای جلب توجه و دیده شدن خود را تجربه‌گر اعلام کرده بود. نهایتاً از بین این افراد ۳۰ تن تأیید و برای حضور در برنامه برگزیده شدند که با ملاحظات رسانه‌ای تلویزیون (اعم از فنی و محتوایی) همخوانی بیشتری داشتند و تجربه‌شان نیز برای مخاطب قابل درک‌تر و مؤثرتر بود. البته در برخی جاها محتوا هم نیازمند مونتاژ و کوتاه‌سازی بود و لازم بود با توجه به محدودیت کنداکتور و مدت زمان برنامه هم منطبق شود.

چطور با اولین تجربه‌گر آشنا و مرتبط شدید؟

اولین تجربه‌گر ایرانی که حضوراً به وی مراجعه کردم و با ایشان آشنا شدم آقای زمانی قلعه‌پو که در سال ۹۵ با ایشان آشنا شدم و متعاقباً به شهرشان سفر کردم و البته در ابتدا علاقه به رسانه‌ای شدن تجربه و رسانه‌ای کردن امر نداشتند ولی در ادامه بعد از ۴۰ سال زارداری حاضر شدند مطلب را برای همگان بازگو کنند.

برنامه تلویزیونی «زندگی پس از زندگی» زمانی پخش می‌شود که بیماری کرونا در دنیا سایه انداخته و ترس از مرگ ناشی از بیماری