

ببینید، رسانه از طرفی باید مطالبه‌گر باشد و مسائل مردم را پیگیری کند و از طرف دیگر باید با سرگرمی و طنز، به مردم برای گذران این دوره، کمک کند و به حفظ روحیه عمومی یاری برساند. این دو مساله تعادل بخش یکدیگرند یعنی اگر صداوسیما وظیفه مطالبه‌گری را به خوبی انجام دهد برنامه‌های طنز و سرگرم‌کننده آن نیز حالت مخدر پیدا نمی‌کند



بررسی وظایف سازمان صداوسیما در شرایط سخت اقتصادی با سید محمد رضا اصنافی کارشناس رسانه

رسانه ملی تعادلی بین غم و شادی ایجاد کند

هم روابط عمومی حاکمیت؟ اصلا روابط عمومی حاکمیت بودن مزیت است؟

یکی از تعاریف اصلی روابط عمومی، این است که یک مأموریت دوسویه دارد. هم حرف سازمان را برای افکار عمومی بیان می‌کند و هم نماینده مردم در سازمان است و مطالبات آنها را در سازمان پیگیری می‌کند. بنابراین به نظر من این دو مساله هیچ تناقضی با هم ندارد. مساله روابط عمومی بودن برای حاکمیت، یک امر طبیعی و بدیهی است. بالاخره صداوسیما یک رسانه حاکمیتی است و همین وابستگی آن به حاکمیت، تصویری را در میان مردم درباره آن ایجاد می‌کند. این امر ناگزیر است و باید پذیرفته شود. مگر بی‌بی‌سی منویات دولت بریتانیا و حکومت سلطنتی این کشور را پیگیری نمی‌کند؟ این به دلیل رفتار غلط رسانه ملی در عرصه خبری بوده که برند و تصویری از این رسانه ساخته شده که مطالبه‌گری خوب دیده نمی‌شود و روابط عمومی بودن، روی مطالبه‌گری‌اش سایه می‌اندازد. باید در رسانه ملی نسبت خوبی بین مطالبه‌گری مردم در حاکمیت و تسهیل‌گری حکمرانی میان مردم وجود داشته باشد.

در برنامه‌های سیاسی و خبری رسانه ملی، با ورود نیروهای جدید تحولی به وجود آمده که به اعتقاد بسیاری محسوس بوده. چقدر ممکن است طول بکشد که این تحول به نتیجه‌ای که گفتید، برسد؟

صداوسیما باید تلاش کند تا تصویر نامطلوبی را که مردم در حوزه خبر و رسانه‌ای از این رسانه دارند، بشکند. در حال حاضر این تغییر شروع شده و اگر با قوت همین مسیر ادامه داده شود، شاید تا چند سال آینده، نتیجه بدهد و این تصویر کاملاً تغییر کند و شکسته شود.

ملی ایجاد شده که گویی برنامه‌های طنز آن برای منحرف کردن ذهن مخاطبان از موضوعات مهم ساخته می‌شوند. تغییر این ذهنیت در میان مردم به زمان نیاز دارد.

شما سریال‌های تلویزیون در زمینه طنز را مناسب می‌دانید؟

چیزی که می‌توانم بگویم این است که بازخورد خاصی از سریال‌های تلویزیون نمی‌بینم. مثلاً در برنامه‌های طنز، «جوکر» در پلتفرم‌ها بیشتر از برنامه‌های طنز تلویزیون بازخورد دارد و حس می‌کنم توسط مردم دیده می‌شود. در حالی که اصلاً نمی‌دانم تلویزیون کدام برنامه طنز را پخش می‌کند که بشود با «جوکر» مقایسه کرد.

مثلاً «خندوانه» هست. «خندوانه» را من اصلاً طنز نمی‌دانم. منظرم از طنز، برنامه‌هایی است که موقعیت‌های طنز و خنده‌دار داشته باشد و به وسیله آنها، مخاطب را به خنده بیندازد، در صورتی که «خندوانه» اینطور نیست. در این برنامه، به مردم می‌گویند «بخندید» و برنامه شادی هم هست. اما جنس‌اش با طنزی که مدنظرم هست، تفاوت دارد.

این که می‌گویید بازخورد خاصی از برنامه‌های طنز سیما نمی‌بینید، شاید به این دلیل است که مخاطب مرسوم تلویزیون کمتر در شبکه‌های اجتماعی حضور دارد یا مخاطبان برنامه‌ها معمولاً واکنش‌های منفی را منتشر می‌کنند.

خود واکنش منفی به این معناست که برنامه دیده می‌شود که مخالفت‌هایی با آن به وجود می‌آید، ولی وقتی برنامه واکنش و بازخوردی در شبکه‌های اجتماعی و میان مردم ندارد، یعنی مخاطبانش پر تعداد نیست.

چطور رسانه ملی می‌تواند هم مطالبه‌گر باشد و

مشکلات اقتصادی کنونی کشور و فشاری که در این زمینه به مردم وارد می‌شود، لاجرم وظایفی را به عهده سازمان صداوسیما به عنوان رسانه ملی و ارائه‌کننده خدمات عمومی رسانه‌ای می‌گذارد. گفت‌وگویی که در ادامه می‌خوانید، برای بررسی و تحلیل این وظایف از نگاه یک ناظر بیرونی رسانه تدوین شده است. سید محمد رضا اصنافی، دانش‌آموخته مقطع دکتری مدیریت رسانه و پژوهشگر عرصه رسانه پاسخگوی قاب شد تا سه مأموریت اصلی سازمان صداوسیما در این زمینه را مرور کند.

فشار. مردم خودشان به اندازه کافی غم دارند و رسانه باید کمک کند که تعادلی بین غم و شادی ایجاد شود.

به نظر شما رسانه ملی در این زمینه وظیفه‌اش را به خوبی انجام می‌دهد؟

به نظرم بر حسب چیزهایی که می‌بینم این وظیفه در سال‌های اخیر به خوبی انجام نشده و واکنش‌های مردم و گله‌ها هم شاید به همین دلیل باشد.

عده‌ای به ساخت و پخش برنامه‌های طنز و سرگرمی، به چشم ایجاد غفلت در مخاطب و حفظ وضع موجود نگاه می‌کنند که این نظر در شبکه‌های اجتماعی هم زیاد گفته می‌شود. نظر شما چیست؟

ببینید، رسانه از طرفی باید مطالبه‌گر باشد و مسائل مردم را پیگیری کند و از طرف دیگر باید با سرگرمی و طنز، برای گذران این دوره به مردم کمک کند و به حفظ روحیه عمومی یاری برساند. این دو مساله تعادل بخش یکدیگرند، یعنی اگر صداوسیما وظیفه مطالبه‌گری را به خوبی انجام دهد، برنامه‌های طنز و سرگرم‌کننده آن نیز حالت مخدر پیدا نمی‌کند. در صورتی که اگر مطالبه‌گری به شکل درستی برگزار نشود، برای مخاطب این تلقی به وجود می‌آید که گفتید. نکته مهم این است، به علت شرایطی که در این سال‌ها وجود داشته و اشتباهاتی که در عرصه برنامه‌های خبری به وجود آمده، تصویری از رسانه

به طور کلی شما معتقدید که آنتن تلویزیون باید متاثر از شرایط اقتصادی حاکم بر جامعه باشد یا تلویزیون باید کار خودش را انجام بدهد و مسائل

اقتصادی به عهده دولت است؟

بله، قطعاً باید متأثر باشد. اگر شبکه تلویزیونی خصوصی باشد، فقط کمی رسالت اجتماعی دارد که به این مسائل بپردازد، اما در مورد سازمان صداوسیما که رسانه حاکمیتی است و وظیفه این را دارد، شرایط متفاوت است. هر رسانه حاکمیتی به وجود می‌آید که سیاست‌های حاکمیت را تسهیل کند و پیش ببرد. سازمان صداوسیما هم سه وظیفه اصلی در این باره دارد. اول این که باید تسهیل‌گر سیاست سیاست‌گذار و حاکمیت باشد. یعنی به عنوان نوعی روابط عمومی برای حاکمیت، سیاست‌های اقتصادی دولت و به طور کلی مجموعه حاکمیت را در میان مردم تسهیل کند و همراهی آنها را برانگیزد، چراکه هیچ تغییر اقتصادی و بلکه هیچ تغییری، بدون همراهی مردم امکان‌پذیر نیست. دوم این که مطالبه‌گری کرده و منافع مردم از حاکمیت را پیگیری کند. هر رسانه منافع سهامدارانش را تأمین می‌کند و صداوسیما به عنوان رسانه ملی، باید منافع مردم را تأمین کند. سوم این که از لحاظ روحی و روانی به جامعه کمک کند تا این دوره سخت را بگذراند، به وسیله محتوای طنز و به عنوان کمک‌کننده برای گذر از این دوره و تحمل

مصطفی قاسمیان
روزنامه‌نگار