

# رسانه‌ها و سیاست‌های انقلابی

یادداشت‌هایی درباره وضعیت رسانه‌های ایران  
در زمان جنگ نرم‌زده

تألیف:

فرشاد مهدی‌پور

نشر شهر

۱۳۹۲

|                        |                                                                                                                |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه                | مهدی پور، فرشاد، ۱۳۵۷ -                                                                                        |
| عنوان و نام پدیدآورنده | رسانه‌ها و سیاست‌های انقلابی: یادداشت‌هایی درباره وضعیت رسانه‌های ایران در زمانه جنگ نرم‌زده / فرشاد مهدی پور. |
| مشخصات نشر             | تهران: سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، مؤسسه نشر شهر، ۱۳۹۲.                                                  |
| مشخصات ظاهری           | ۱۶۰ صفحه.                                                                                                      |
| شابک                   | ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۸-۷۱۵-۱                                                                                              |
| وضعیت فهرست‌نویسی      | فیا                                                                                                            |
| موضوع                  | رسانه‌های گروهی - ایران - جنبه‌های سیاسی                                                                       |
| صنوع                   | جنگ نرم - ایران.                                                                                               |
| شماره افزوده           | مؤسسه نشر شهر                                                                                                  |
| رده‌بندی کتبه          | ۱۳۹۲ ۹۵/۸۲/الف                                                                                                 |
| رده‌بندی درویی         | ۳۰۲/۲۳۰۹۵۵                                                                                                     |
| شماره کتاب‌شناسی ملی   | ۳۲۱۶۲۴                                                                                                         |



سازمان اسناد و کتابخانه ملی  
جمهوری اسلامی ایران

## رسانه‌ها و سیاست‌های انقلابی

یادداشت‌هایی درباره وضعیت رسانه‌های ایران  
در زمانه جنگ نرم‌زده

مؤلف: فرشاد مهدی پور

ناشر: مؤسسه نشر شهر

نوبت و تاریخ نشر: اول - ۱۳۹۲

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

آماده‌سازی و چاپ: مؤسسه نشر شهر

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۸-۷۱۵-۱

بها: ۵۵۰۰۰ ریال

همه حقوق محفوظ است. ©

Printed in Iran.

نشانی: تهران، بلوار آفریقا، نرسیده به میدان آرژانتین، رویروی پارک‌سوار بیهقی،

شماره ۶، مؤسسه نشر شهر، تلفن: ۸۸۱۹۳۳۰۱-۲، ۸۸۱۹۳۳۰۴-۶

فروشگاه مرکزی: خلع شمالی میدان فلسطین، شماره ۹، تلفن: ۸۸۹۵۲۵۳۴

www.shahrpress.ir

مرکز چاپ: ۸۸۴۲۱۹۰۶



مؤسسه نشر شهر  
سازمان اسناد و کتابخانه ملی  
جمهوری اسلامی ایران

## فهرست مطالب

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| پیشگفتار                          | ۹  |
| مقدمه: رسانه، سیاست و انقلابی‌گری | ۱۱ |

## فصل یکم: رسانه، انقلاب و سیاست

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| خبری که گاز می‌گیرد                                         | ۱۷ |
| بیان انتخاباتی یک رویداد                                    |    |
| سندرم خبرگزاری‌سازی                                         | ۲۰ |
| نگاهی به روند تولد خبرگزاری‌های جدید در ایران               |    |
| مشت در نمای درشت                                            | ۲۶ |
| نگاهی به مذاکرات هسته‌ای ایران و غرب و بازنمایی رسانه‌ای آن |    |
| راه باریک، رهرو اندک                                        | ۳۲ |
| ماندن یا نماندن رسانه‌های مکتوب در عصر دیجیتال              |    |
| آرایش ارتش سری                                              | ۳۴ |
| نگاهی به روش‌ها و تکنیک‌های بی.بی.سی فارسی                  |    |
| مسیر زرد پنبش                                               | ۴۰ |
| بحثی کوتاه در باب جنگ نرم                                   |    |
| روزگار خوش ابرقدرت تنها                                     | ۴۳ |
| مروری بر ۱۱ سپتامبر و پی‌آمدهای رسانه‌ای‌اش                 |    |
| رسانه‌ها امنیت عمومی و مسأله اصلی                           | ۴۹ |
| نقش رسانه‌ها در احساس آرامش                                 |    |

- ۵۵..... بازآفرینان واقعیت  
چگونه سایت‌ها و شبکه‌ها، مسیر رویدادها را تغییر می‌دهند؟
- ۶۱..... ماجرای پایگاه‌های پرده‌بازی‌های پنهان  
رسانه‌ها راه‌های زیادی برای نگفتن حقیقت دارند
- ۶۶..... راز نو، آواز نو.....  
در جنگ رسانه‌ای، رسانه‌های ایران کجا ایستاده‌اند؟
- ۷۱..... دام.....  
در جست‌وجوی نظم نوین رسانه‌ای
- ۷۷..... رسانه‌ها در بحران.....  
تحلیل وضعیت رسانه‌ها پس از انتخابات ۸۸
- ۸۰..... روزگار سپری شده.....  
نگاهی به تبلیغ انقلاب اسلامی در رسانه‌ها
- ۸۶..... دوران سخت رسانه‌ها و مسئولیت ما.....  
بررسی وضعیت فعالان رسانه‌ای
- ۸۹..... پخش زنده قتل و جنایت.....  
نگاهی به نمایش رسانه‌ای جنگ غزه
- ۹۱..... در حسرت یک تیر.....  
نقدی بر جایگاه کتاب و کتابخوانی در روزنامه‌ها

## فصل دوم: سیما و ارزش‌ها

- ۹۵..... سوریه، احمدی‌نژاد و سیاست نادرست رسانه‌ای  
تأملی در رفتار رسانه‌ای رسانه ملی
- ۹۸..... گرانی گوجه‌فرنگی و رسانه ملی بی‌طرف.....  
نقدی بر عملکرد سیاسی سیما
- ۱۰۱..... شهری است پر حریفان، از هر طرف نگاری.....  
بازخوانی انتقادی رویکردهای تلویزیون به ماه مبارک رمضان
- ۱۱۰..... گربه فارسی، روی شیروانی داغ جهانی.....  
نگاهی به بودها و نموده‌های بین‌المللی رسانه‌ای ایران
- ۱۱۶..... صدا و سیما در عصر جدید.....  
پیش‌درآمدی بر تغییرات مدیریتی در رسانه ملی
- ۱۲۰..... ماهواره... شاید وقتی دیگر.....

## فصل سوم: سینمایی‌ها

- ۱۲۹ ..... هستی و هبوط در پراسینما  
چند روایت معتبر درباره سینماگری
- ۱۳۴ ..... دیوانه از قفس پریده .....  
مسئله سی و چند ساله سینما در ایران
- ۱۳۸ ..... در مذلت یک اقدام اشتباه .....  
نقدی بر توقف فعالیت خانه سینما
- ۱۴۱ ..... حبه‌فند مینو .....  
به بهانه اکران ساخته ری‌بای سیدرضا میرکریمی
- ۱۴۴ ..... سینما و فوت‌بال، در نقطه سقوط .....  
تحلیلی بر فرآیندهای توانان فرهنگ عامه
- ۱۴۷ ..... سفر به ولایت عزرائیل .....  
حمله بی‌سابقه یک فیلم به انقلاب
- ۱۵۰ ..... جدایی اصغر از فرهاد؟ .....  
حاشیه‌ای بر اولین جایزه اسکار سینمای ایران
- ۱۵۳ ..... پرواز بر فراز آشیانه فاخته .....  
مروری فشرده بر فیلم‌های جشنواره فجر بیست و چهارم

و فصل سوم: سینمایی‌ها که دربرگیرنده نکته‌ها و نقدهایی درباره اوضاع و احوال سینمای ایران‌اند.

بعضی از این یادداشت‌ها، به ملاحظات تاکتیکال فرصت و امکان نشر نیافته‌اند و در ذیل آن‌ها که منتشر شده‌اند (و بخش اعظم مجموعه بدین گونه است)، زمان انتشار یادداشت و بعضاً توضیحی درباره دلیل نگارش آن ذکر نشده است و یادداشت‌های فاقد تاریخ هم، معمولاً جز منتشر نشده‌های آنند. محل نشر این متن‌ها نیز متفاوت و به فراخور متغیر بوده و در نگاهی اجمالی می‌توان بدین موارد اشاره کرد: روزنامه‌های تهران امروز و کیهان، هفته‌نامه‌های بجره، مثلث و سروش، ماه‌نامه‌های همشهری آیه و امتداد و پایگاه‌های خبری الف، تابناک و فردا.

تقریباً تمامی یادداشت‌های گردآمده در این دفتر، مورد بازنگری مجدد قرار گرفته‌اند و ترتیب قرار گرفتن مقالات در هر بخش، متناسب با تاریخ انتشار آن‌هاست.

چاپ و نشر این کتاب بدون لطف و عنایت دوست عزیزم «محمدعلی قندهاری‌نیا» معاون فرهنگی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران و مدیرعامل و همکاران سخت‌کوش و محترم مؤسسه نشر شهر، امکان‌پذیر نبود؛ در همین جا مراتب سپاسگزاری‌ام را نسبت به ایشان ابراز می‌دارم.

تا که قبول شد و که در نظر آید

آبان ۱۳۹۱ - قم

## مقدمه

### رسانه، سیاست و انقلابی‌گری

گاه تلف است و خوشی، گاه عتابست و خطاب  
تا آنچه از این همه پلتیک تقاضا دارند<sup>۱</sup>

سیاست در این‌جا امری مشتق از عمل اهل‌السیاست<sup>۲</sup> نیست؛ این سیاست ساحتی است که در ایران، بدان خط‌مشی<sup>۳</sup> گفته می‌شود و بر سازنده وضع حاکمیت و اجتماع است. شکلی از این سیاست‌ها می‌تواند سیاسی یا فرهنگی باشد و اصلاً آن‌جا که در تعریف سیاست نوشته‌اند: تدبیر و اصلاح برای اداره امور و قانون، نشانه سیاست (تدبیر) است و هیچ‌ساستی را بدون قانون نمی‌توان اجرا کرد و خط‌مشی، کنایه از روش کار و طریقه انجام آن، درست همین معنا مورد اعتنا بوده، نه نزاع میان احزاب و گروه و جریان‌ات متصف‌شده به وصف سیاسی.

اما رسانه، پدیده نو، ره‌آورد دوره نوزایی که در ابتدا تنها تصور می‌شد که صرفاً وسیله‌ای است برای برقراری ارتباط میان فرستنده و گیرنده و انتقال پیام میان آن‌ها؛ چیزی در حد و حدود گوشی‌های تلفن و رفته‌رفته

۱. سروده ملک‌الشعرای بهار به نقل از لغت‌نامه دهخدا، ذیل معنای واژه پلتیک (politic).

2. Poliician

3. Policy

روشن شد که رسانه (و حتی همان تلفن) نیز، یک انتقال‌دهنده بی‌مزد و منت نیست و به سیاقی نیمه‌ناشناخته، دارای اقتضائاتی خاص است. این حرف‌ها مطرح بود که مک‌لوهان رسانه را همان پیام‌ناמיד و بر یک‌سویه‌نگری‌ها در این باب پایان داده شد. اما این پایان، الزاماً به معنای پایان گرفتن چنین گزاره‌ای در ذهن کاربران نبوده و نیست و همین امروز نیز معلوم نیست که چه میزان از کاربران (کارکنان و مخاطبان) رسانه‌ها، خارج از فضا‌های دانش‌گامی انتقادی، چنین باوری داشته و دارند.

و سرانجام انقلاب و انقلابی‌گری، واضح است که در این‌جا مراد از انقلابی‌گری، تحول‌آنی درون رسانه‌ها نیست، مثلاً چیزهایی در حد و حدود انقلاب دیجیتالیم که روز و شب رسانه را به هم دوخته (۲۴×۷ شدن) و یا کارکردهای خاص آن‌ها، در پوشش وقایع خبری که به تسامح، حجم و تنوع آن‌را انقلاب می‌نامند. انقلابی‌گری، ربطی وثیق و وسیع با انقلاب اسلامی و ثمره اصلی آن، جمهوری اسلامی دارد. باور به این دو مفهوم که حتماً دومی، زاینده اولی است، اما به تمامی آن‌را نمایندگی نمی‌کند (و از این منظر، عموم و خصوص مطلق نیستند)، کانون توجه و بررسی جدی‌تری می‌تواند باشد چرا که انقلاب در صورتی، سلبی شکل می‌گیرد: نفی و رد و طرد دشمن بیرنی. با پیروزی انقلاب، نظام سلطه‌گر مورد نظر سرنگون شده و نظمی دیگر، جای‌گزین آن می‌شود. در این‌جا روی دوم سکه نمایان می‌گردد: جهات ایجابی انقلابین برای بقای انقلاب. دیالکتیک حاکم بر کنش میان آن‌ها و ساختارها، سازهای جدید را بنا می‌نهد و این تصویری است کلی، از نسبت انقلاب و جمهوری. با این توصیف کلان، انقلابی‌ماندن حکومت که قرار است با سیاست‌های اش اوضاع و احوال را به سامان کند و مجوز عموم برای دخالت در امور عمومی را حفظ نماید، انقلابی‌ماندن کنش‌گران اصلی است. این یک الزام درونی است و زمان، بزرگ‌ترین برانداز چنین الزامی؛ بازگشت جلوه‌های دنیایی نظام پیشین و ناکارآمدنمایی حاکمیت در رفع مشکلات، ممکن است به مرور جمعی را دچار ریزش کند و این ریزش‌ها، ناچار دامان همه را خواهد گرفت. تحلیل‌گران غربی معمولاً این موضوع را به توان بسیج‌کنندگی حاکمان انقلاب ربط می‌دهند و در تبیین توده‌ای خود از انقلاب‌ها،

می‌کوشند انقلابی‌گری را با بسیج توده‌ای مرادف و هم‌زمان معرفی کنند.<sup>۱</sup> انقلابی‌گری و انقلابی‌ماندن، رمز واکسینه‌شدن حاکمیت نوحاسته است، آن‌هم در شرایطی که از در و دیوار، دشنه و دشنام روانه است.



صرف‌نظر از این تعاریف، اکنون نسبت‌سنجی یا رابطه‌شناسی میان این مقولات مورد نظر است: رسانه، سیاست و انقلابی‌گری. در اولین جلوه، رسانه‌ها، اصلی‌ترین کنش‌گران فضای سیاسی در ایران‌اند، جدا از آن‌که موضعی انقلابی دارند یا ندارند. رسانه به مثابه تریبون، حزب یا یک جبهه سیاسی، تقریباً سال‌هاست که امری پذیرفته‌شده در ایران به‌شمار می‌رود و نمود و نماد مهم آن، تا سال‌ها روزنامه‌های سلام و رسالت بودند که در دهه شصت، جریانات موسوم به راست و چپ را نمایندگی می‌کردند. بدین شکل، در دوره دوم‌خرداد نیز رسانه‌ها، کارکردهای سیاسی‌شان را به‌طریق اولی حفظ کردند و مفهوم رسانه - توپ‌خانه در همین دوره متجلی شد؛ رسانه‌هایی که نقش‌شان تخریب دائمی، هماهنگ و موثر جبهه رقیب بود و به روزنامه‌های زنجیره‌ای مشهور شدند. و این ماجرا تا امروز نیز ادامه دارد و از اوایل دهه هشتاد، در شکل و شمایل وب‌سایت‌های خبری و این‌واختر، صفحات شخصی وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی خود را نشان می‌دهد. در میان این دوره پرفراز و نشیب، بوده و هستند نشریاتی که داعیه‌های دیگری علاوه بر سیاست عرفی داشته و دارند؛ آن‌ها خود را میراث‌دار انقلاب اسلامی دانسته و می‌دانند و موظف به اجرای سیاست‌های کلان نظام. این رسانه‌ها که در صورت‌بندی گفتمانی می‌توان آن‌ها را محصول گفتمان عدالت (نزدیک‌ترین گفتمان به گفتمان انقلاب اسلامی) معرفی کرد، در سه دهه گذشته، هم‌واره نمایندگان در فضای رسانه‌ای داشته‌اند و به‌طور خاص و ویژه، در دهه هشتاد، مشخصاً به عرصه عمومی وارد شدند. سوره شهید سیدمرتضی آوینی، فردا، کیهان هوایی، صبح، ارزش‌ها، کمان، نیستان، ابرار، شلمچه، خانه، اهل قلم و چندین مجله و نشریه دیگر که معمولاً یا به حکم دادگاه و یا فشارهای مالی

۱. ر.ک. زمانی، سیدرضا (۱۳۸۸). آینده انقلاب اسلامی در اندیشه شهید مطهری. فصل‌نامه

مطالعات انقلاب اسلامی. سال ششم، شماره ۱۸، پاییز ۱۳۸۸، صص ۳۳-۵۶.

از ادامه انتشار بازمانده‌اند، نمونه‌های عملی و عینی از داعیه‌داران این عرصه‌اند و فارغ از خطاها و اشتباهات سهوی (که جزیی انفکاک‌ناپذیر از کار رسانه‌ای است)، مجموعه‌ای فکری - نظری را نمایندگی می‌کردند. رسانه‌هایی که هم در پی تحقق اهداف نظام (و سیاست‌های عمومی مأخوذ از آن بودند)، هم در عمل به وظایف، موضعی تکلیف‌گرا و انقلابی داشتند و هم، از اصول حرفه‌ای رسانه‌ای نیز غفلت نکرده و مخاطب و شمارگان و مطلب خواندنی، برای‌شان موضوعیتی داشت.



نسبت میان رسانه و سیاست‌های عمومی، در همه جای جهان، نسبتی مستقیم، مختار و فعالانه است و به پیروی از قانون ظروف مرتبطه، رسانه بی‌سیاست و سیاست بدون رسانه، نه تنها عملیاتی و اجرایی نیست، بلکه از اساس، امکان‌ناپذیر و غیروجودی به نظر می‌رسد. حاکمیت اسلامی در ایران، این ضرورت را حتماً شفاف‌تر و عینی‌تر می‌سازد و اگر دأب اخلاق‌گرایی و پرهیز از دروغ و تهمت نیز به میان بیاید، چه بسا کار بر اهالی رسانه، بسی سخت‌تر نیز بشود. این‌جاست که انقلابی‌گری، نمی‌تواند مرادف تندروری و افراطی‌گری بنشیند و هر که عجول‌تر، انقلابی‌تر رسانه اخلاق‌گرای انقلابی، ناچار از سر نهادن بر استوانه‌هایی است که مصالح عمومی را، پیش چشم دارد و حقایق را بالای سر.