



گفت و گو با علیرضا عبدالهی نژاد، استاد ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی در خصوص مناظره نخست انتخاباتی

بافضای مجازی دوران بگم بگم ها به سرآمد

صدا و سیما تلاش دارد تا مانع ایجاد دو قطبی شود اما چه خواهیم چه نخواهیم این دو قطبی شکل می گیرد

● نظر از ارتباطاتی مناظره نخست انتخابات ریاست جمهوری و عملکرد صداوسیما در این زمینه را چگونه ارزیابی می کنید؟

این سوال شما در دو سطح قابل بررسی است. نخست از منظر ارتباطی و دیگر رسانه‌ای. مناظره‌ها یکی از گونه‌های میزگردها است. روزنامه‌نگاری و در فضای حرفه‌ای روزنامه‌نگاری هستند که در آن یک مجری - کارشناس رسانه‌ای که بر سوز و موضوع مصاحبه مسلط است، حضور دارد. مجری‌ای که تئوری‌ها و اطلاعات تخصصی در زمینه مصاحبه را می‌داند، اطلاعات عمومی و فکت‌های معتبری دارد و توان و مهارت ارتباطی بالایی دارد و مقداری نیز در روانشناسی شخصیت و حوزه‌های مختلف آن مسلط است. از سوی دیگر، یک مجری - کارشناس سوالات خوبی نیز در ذهن دارد که در مواقع لزوم می‌تواند به کمک آنها به بحث‌ها جهت بدهد.

چنین مجری - کارشناسی با تعدادی از مصاحبه‌شوندگان پیرامون یک یا چند موضوع به میزبان، مصاحبه و گفت‌وگو می‌پردازد. در بسیاری از مناظره‌های بین‌المللی معروف مانند مناظره معروف باراک اوباما و جان مک‌کین در زمینه مناظرات سیاسی که باب شرف، مجری - کارشناس تلویزیونی CBS در سال ۲۰۰۸ انجام داد، دیدیم که مک‌کین به‌عنوان سیاستمداری کارکشته اصطلاحاً از کوره دررفت و اوباما را مستحضر کرد و همان موضوع باعث کاهش آرای او شد. اگر مناظره نخست انتخابات ریاست جمهوری را در چنین قالبی قرار بدهیم، در مناظره اوباما و مک‌کین می‌بینیم که شخصیت مجری و فضای مناظره، فضای کاملاً حرفه‌ای است و مجری کاملاً به بحث‌ها مسلط است، نامزدها را می‌شناسد و به موضوع تسلط دارد و به‌موقع سوال طرح می‌کند، اما در مناظره انتخاباتی روز جمعه آنچه ما از منظر ارتباطی و رسانه‌ای از مناظره دیدیم، کاملاً از این فضای حرفه‌ای به دور بود. براساس دستورالعملی که صداوسیما برای مناظره را دیده بود، با عیار مواجه بودیم که باید تا ساعت با یکدیگر مناظره می‌کردند و درباره موضوعات بسیار متنوع که هر کدام ۴ دقیقه وقت داشت و بدون حضور موثر یک مجری کارشناس صحبت می‌کردند.

● این نوع مناظره‌ای که شما به آن اشاره کردید چه آسیب‌هایی می‌تواند داشته باشد؟ در این نوع مناظره چند آسیب وجود دارد. نخست مجری‌ای که به نوعی نتوانست نقش حرفه‌ای خود را به‌عنوان یک مجری - کارشناس ایفا کند. مجری آن‌جایی که باید ورود کند، بحث و چالش ایجاد کند و آن‌جایی که باید به بحث عمیق بدهد و از مصاحبه‌شوندگان فکت و برنامه بخواند و محورهای دقیقی را ترسیم کند، حضور ندارد. مجری نباید صرفاً به عنوان یک وقت‌نگهدار در مسابقه‌های فوتبال و یک آفسایدگیر ظاهر شود و باید در بخش‌هایی از مناظره، جریان مصاحبه را در مسیر خود مبتنی بر موضوع مناظره به‌عنوان مثال مسائل فرهنگی و اجتماعی هدایت کند. متأسفانه چنین چیزی در مناظرات روز جمعه دیده نشد. شکل انجام مناظره نیز در این موضوع دخیل بود. وقتی که تعداد مصاحبه‌شونده‌ها در زمینه مناظره سیاسی زیاد می‌شود، در مدت زمان کم نمی‌توان خیلی به مسائل عمقی پرداخت. مناظره‌ها حاصل بحث، گفت‌وگو، تضارب آرا، بیان دیدگاه‌ها و عقایدی است که باید جنبه تقابلی به خود بگیرد و بحث‌ها

هادی عیار | جمعه هفته گذشته نخستین مناظره انتخاباتی میان کاندیداهای ریاست جمهوری در حالی برگزار شد که برخی با توجه به تکرار حضور برخی نامزدها در مناظرات انتخاباتی سال ۹۲ و امسال به انتظار تکرار بحث‌های داغ بین نامزدها نشسته بودند. مناظره نخست امسال اما هرچند موجب داغ شدن تنور انتخابات پیش‌رو شد، اما برخلاف انتظار

بسیاری دوطرف مناظره را به گونه‌ای دیگر رقم زد. در کنار حواشی سیاسی بسیاری که این مناظره به دنبال داشت، اما بسیاری از کارشناسان ارتباطی نحوه برگزاری این مناظره را با توجه به سوابق دوره‌های صداوسیما در برگزاری برنامه‌های انتخاباتی، مناظره مطلوبی ارزیابی نکردند. برخی انتقادها موجه دگور مناظره، برنامه‌های قبل و بعد از مناظره، عملکرد

مجرى مناظره و بحث‌هایی از این دست بود. در همین زمینه با علیرضا عبدالهی نژاد، استاد یار، مترجم و مدرس ارتباطات سیاسی در دانشگاه علامه طباطبایی در خصوص ارزیابی عملکرد صداوسیما در برگزاری مناظرات و تاثیر فضای مجازی بر انتخابات پیش‌رو به گفت‌وگو پرداختیم. در ادامه گفت‌وگو «شهروند» با این مدرس ارتباطات رami خوانید:

بازنشر خود به دست مخاطبان بیشتری برساند. ممکن است بسیاری از افراد به دلایلی وقت نکرده باشند مناظره‌ها را ببینند، اما بازیش مناظره‌ها به‌خصوص بازنشر نکات کلیدی و حایز اهمیت آن در شبکه‌های اجتماعی باعث رسیدن پیام‌ها به گوش مخاطبان بیشتری می‌شود. علاوه بر این نقش مهم دیگر فضای مجازی در گزینش‌گری‌ها یا به اصطلاح اهالی رسانه دروازه‌بانی خبرهایی است که صورت گرفته و در گستره بسیار وسیعی منتشر می‌شود. این پیامدهای ثانوی شبکه‌های اجتماعی در بازنشر مناظره‌ها نقش آنها را بسیار پررنگ می‌کند و می‌تواند در مناظره‌های بعدی حتی تصمیمات و سخنان نامزدها را تحت‌تأثیر قرار دهد. بحث‌هایی که در خصوص رنگ، دکوراسیون، موسیقی آغازین و ورودی مناظره‌ها و بحث‌های نامزدها و مشاوران آنها پس از انجام مناظره‌ها مطرح است، اگر بیشتر از بحث‌های مطرح‌شده در متن مناظره‌ها جذاب و تأثیرگذار نباشند، کمتر از آنها خواهند بود.

● به‌عنوان سخن خاتمه، پیش‌بینی شما به‌عنوان یک مدرس ارتباطات و روزنامه‌نگاری برای مناظره‌های بعدی انتخاباتی چه خواهد بود؟ در مناظره‌ها صداوسیما تلاش بسیاری دارد تا مانع ایجاد دو قطبی شود، اما به‌نظر من این دو قطبی چه خواهیم چه نخواهیم شکل می‌گیرد. انتخابات فضای دو قطبی شدن است و دو دیدگاه باید در چالش

و در مقابل هم قرار بگیرند. در چنین فضای است که شورونشاط و هیجان‌ناشای سیاسی و تبلیغاتی شکل می‌گیرد و بر مشارکت سیاسی شهروندان قصد داریم فضای مناظره‌ها را به فضای موثرتری برای انتخاب مردم تبدیل کنیم. باید از فرمت کلیشه‌ای و قدیمی آن که هم‌اکنون شاهدش هستیم، خارج شویم. مناظره باید بین دو نامزد یا دو دیدگاه صورت بگیرد. در کنار آن باید مجری از حالت انفعالی خود خارج شود و کنشگری فعال را در پیش بگیرد. پیش‌بینی بعدی این است که باید از تباطی فعال بین بنده جامعه، افراد خارج از استودیو، مخاطبان و افکار عمومی با فضای مناظره‌ها به وجود بیاید. پیش‌بینی بعدی این است که نامزدهایی که در مناظره‌ها شرکت می‌کنند، باید با دست پر وارد این کارزار شوند. در چنین فضای نمی‌توان با حرف‌های کلی و شعارگونه نظر مخاطب را به خود جذب کرد. در چنین فضای باید ایده و طرح واضح داشت. نمی‌توان صرفاً با استفاده از تخریب، نظر جامعه را جلب کرد. جامعه دارای سطح مشخصی از سواد سیاسی یا اجتماعی است که به کمک آن می‌تواند فرق میان برنامه و حرف و فسرک میان نقد و تخریب را تشخیص می‌دهد. در چنین فضای می‌توان انتظار داشت با دو دیدگاه یا برنامه روبروی هم یا حتی با سه برنامه یا دیدگاه متفاوت به‌عنوان یک جریان سوم، این دیدگاه‌ها مبارزه مسالمت‌آمیزی را برای کسب قدرت یا یکدیگر انجام دهند، یا یکدیگر به رایه برنامه‌ها و رویکردها بپردازند تا مردم بتوانند براساس برنامه دست به انتخاب بزنند، نه این که در فضای هیجانی دست به انتخاب بزنند، چون بازتولید این بگم‌بگم‌ها، بازتولید این تخریب‌ها و بازتولید نقدهای غیرمنصفانه، فضای صنعتی، هیجانی و غیرمنصفانه را به وجود می‌آورد که دستاوردی در آن وجود ندارد و هر چند می‌تواند به مقدار کمی آرا را به نفع یک نامزد جابه‌جا کند، اما نمی‌تواند خیلی در بلندمدت موفق باشد.

دیگر از نقاط ضعف ما یعنی نبود حزب سیاسی در کشور است. چون حزب نداریم، نامزد حزبی نداریم، چون نامزد حزبی نداریم، برنامه حزبی نداریم، چون برنامه نداریم بیشتر به شعار روی می‌آوریم و به جای تقابل برنامه‌ها و آرای بیشتر می‌گیریم. هنگامی که مجری چالشی در برنامه‌ها حضور داشته باشد، یک جریان یا صدای سوسی در مناظره‌ها که می‌توان صدای مردم و افکار عمومی نامید، حضور پیدا خواهد کرد که موجب جذاب‌تر شدن مناظره‌ها و برنامه‌های انتخاباتی خواهد شد. در مناظره‌های بین‌المللی افراد به نمایندگی از احزاب و اصناف به سوال از نمایندگان می‌پردازند. به نمایندگی از افکار عمومی به طرح سوال می‌پردازند. چنین سوالاتی در مناظره‌ها مستوسمی مناظره‌ها را تعیین می‌کنند که ما متأسفانه چنین چیزی در کشورمان نداریم.

● در انتخابات این دوره ما باید دیدگاه تازه‌ای مواجه هستیم که در انتخابات گذشته وجود نداشت و آن بحث راستی آزمایی فضای مجازی است. این راستی آزمایی در دو سطح انجام می‌شود: نخست در گرفتن به اصطلاح سئویتی‌های صداوسیما در برنامه‌های مناظرات به‌عنوان مثال استفاده از موسیقی فیلم‌های هالیوودی در پیش یا سپس از برنامه‌ها و در مرحله دوم و مهم‌تر در ادعاهای و اظهارات نامزدها. نمونه‌های بسیاری از این موارد در فضای مجازی مشاهده شد. نظر شما در خصوص حضور فضای مجازی در کارزار انتخابات چیست؟ اتفاقاً پرسش خوبی را مطرح کردید. فضای مجازی به‌نظر من در مناظره‌ها نقش پررنگی را بازی می‌کند، چرا که ما شاهد حاشیه‌های پررنگ‌تر از متن در مناظره‌ها بوده‌ایم. بحث‌هایی در متن مناظره مطرح می‌شود که اتفاقاً انتشار و بازنشر آنها در فضای مجازی رخ می‌دهد. بسیاری از شبکه‌های اجتماعی همچون تلگرام، توئیتر و اینستاگرام به مردم به نوعی سمت‌وسو می‌دهد که نتیجه مناظره‌ها و جدال‌ها را چگونه خوانش کنند. فضای مجازی این هشنگ‌ها را برای تعیین گفتمان غالب در جامعه به وجود می‌آورد. بحث دیگر در این زمینه این است که به مدد سرعت دسترسی‌پذیری اطلاعات در فضای مجازی و موتورهای جست‌وجو قدرت‌مند دیگر، بحثی که در مناظره‌های گذشته با عنوان بگم‌بگم‌ها و اتهام‌زنی‌های بی‌بایه‌واساس به وجود می‌آمد را از بین برده است، چون بلافاصله نماینده‌ای پس از ذکر موضوعی باید فکت و سند آن را در دست داشته باشد و گرنه در فضای مجازی ادعای دروغ او اثبات و به سرعت منتشر می‌شود. در چنین شرایطی به‌نظر من نقش فضای مجازی حتی از نقش مکمل‌بودن نیز فراتر رفته و نقشی اوانگارد و پیش‌روانه پیدا می‌کند. جای که به نوعی حتی می‌تواند به فضای مناظره‌ها جهت داده و اظهارات رخ‌داده در مناظره‌ها را در

طرح سوال به شکل خلاقانه بلکه با در آوردن سوال تصادفی از گوی و پرسیدن آن از نامزد تصادفی. مجری ما در این برنامه صرفاً سوالاتی دستوری در گوی را از نامزدها می‌پرسید و وقت را نگه می‌داشت. همین. در صورتی که در مناظره باب سفر که در ابتدا صحبت‌هایم به آن اشاره کردم، مجری در ابتدا یک ورودی عجیب‌انگیز به مناظره دارد و در فضای کاملاً کنشگرانه و فعالی نامزدها را معرفی و به گوشه‌های از سوابق آنها اشاره می‌کند و وارد بحث با نامزدها می‌شود. در مثالی که ذکر کردم در یک سوی مناظره اوباما می‌حضور دارد که فلان ایده خاص کشورداری را دارد و در طرف دیگر به مک‌کین حضور دارد که ایده دیگری دارد. عنصری که در چنین مناظره‌هایی می‌تواند برای مخاطب ایجاد انگیزه کند، عنصر چالشی بودن مناظره است. عنصری که در ادبیات روزنامه‌نگاری به آن عنصر تضاد گفته می‌شود. چنین عنصری در مناظره ما از سوی خود نامزدها به‌وجود آمد، نه مصاحبه‌کننده و این آفتی برای برگزاری چنین برنامه‌هایی در رسانه ملی ما است. مجری باید به شکل خلاقانه و فسال در ایجاد چالش و تضاد در مناظره سهیم باشد. نامزدها باید در چنین برنامه‌هایی در خصوص یک موضوع با هم بحث کنند و همدیگر را به چالش بکشند. چالشی‌بودن مناظره یعنی به مبارزه طلبیدن نامزدها در آرایه برنامه مدیریتی و نقد کردن برنامه‌های طرف مقابل. البته این به چالش کشیدن باید با رعایت رواداری، احترام، پرهیز از تخریب شخصیت، پرهیز از اعمال خشونت، پرهیز از اتهام، دروغ و سایر نکات اخلاقی منفی باشد. این نوع مناظره چنین فضایی را برای وجود نمی‌آورد. این کشور محدود از نظر زمانی این اجازه را نمی‌دهد که مجری به‌عنوان یک کارشناس به آرایه نظرات خود بپردازد. از سوی دیگر، ویژگی‌های خود مجری و کاراکتر او اجازه قرار گرفتن او در قبال یک کارشناس چالشی در مناظره‌ها را نمی‌دهد؛ مجری‌ای که به میان حرف نامزدها برود و بحث و چالش به وجود بیاورد.

در انواع دیگر برنامه‌های صداوسیما دربراه انتخاباتی که در آن مجری‌ها به‌صورت رودرو و دودبه‌دو با نامزدها به گفت‌وگو می‌پرداختند نیز ما شاهد چنین نقش موثری از سوی

و چالش‌های مختلفی درگیر. می‌پردازند، مشخص است که نتیجه مطلوبی به دست نمی‌آید. هرچند در این مناظره عملاً ۳ فرد حضور داشتند و باقی در حاشیه بودند. اما باز مشاهده کردیم که با این تعداد هم نتیجه مطلوبی از مناظره به دست نیامد، چرا که زمان پاسخگویی نامزدها که ۲ دقیقه بود برای موضوعات عمیقی که مطرح شد، کافی نبود و نامزدها مجبور به آرایه شعار یا حمله به نامزد دیگر می‌شدند. نکته دیگر این است که فضای مناظره، فضای کاملاً بسته‌ای بود که حتی سوالات هم به‌صورت قرعه‌کشی‌شده مطرح شد. به‌رحال در چنین مناظره‌هایی ما حدود ۱۵ سوال محوری می‌توانیم طرح کنیم. این سوالات محوری باید مبتنی بر فکت‌ها و اطلاعات باشد، نه اظهارات و شعارهای کلی.

● سوالاتی که مجری از گوی درمی‌آورد و مثل برنامه‌های قرعه‌کشی فلان برزند دستمال کاغذی و قرعه‌کشی فلان پودر لباسشویی آن را برگزار می‌کرد، گوی را هم می‌زد، یکی را انتخاب می‌کرد و باز هم به‌صورت تصادفی از یک نامزد می‌پرسید هم سوالات مناسبی نبودند. مثلاً عنوان این که ارزیابی شما برای مسکن جوانان چیست؟ یا ارزیابی شما برای رشد ورزش قهرمانی چیست؟ برای مناظره چالشی اصلاً مناسب نیست. ما این همه موضوع و معض چالشی در کشور داریم که قبلاً آن را مشخص کند. وقتی مجری در روند مصاحبه دخالت نداشته باشد، نامزدها می‌توانند این سوالات را به هر سمت‌وسویی که دوست دارند ببرند، درحالی که شکل استاندارد مناظره انتخاباتی به این شکل نیست.

موضوع دیگر فرصت مصاحبه‌شونده برای پاسخگویی به سوالات است. نامزد چطور می‌تواند در عرض یک دقیقه ارزیابی خود را از ورزش قهرمانی و مشکل جوانان مطرح کند؟ همه این موارد به‌عنوان آسیب‌های مناظره نخست مطرح بود. مشکل زمان، مجری، برنامه‌ها، دکوراسیون و... از جمله این آسیب‌ها بودند.

● به نظر شما قالب مناظره این اجازه را به مجری می‌داد که به‌عنوان یک کارشناس اظهار نظر کند؟ ممکن بود اگر مجری فرصت اظهار نظر داشته باشد بتواند مناظره را به‌سبب مطلوبی ببرد، اما قالب مناظره به شکلی بود که مجری اجازه دخالت در صحبت‌های نامزدها را نداشت.

همان‌طور که به‌درستی اشاره کردید این قالب از برنامه اجازه اظهار نظر مجری را نمی‌داد، البته نمی‌توان روی این برنامه عنوان مناظره را گذاشت، چرا که مناظره انتخاباتی تعاریف و اصولی دارد که بسیاری از آنها در این برنامه رعایت نشده. این برنامه بیشتر گپ‌وگفتی بین نامزدها بود. در این برنامه ما صرفاً با مجری‌ای مواجه بودیم که طرح سوال می‌کند آن هم نه



در مقابل هم قرار بگیرند. در چنین فضای است که شورونشاط و هیجان‌ناشای سیاسی و تبلیغاتی شکل می‌گیرد و بر مشارکت سیاسی شهروندان قصد داریم فضای مناظره‌ها را به فضای موثرتری برای انتخاب مردم تبدیل کنیم. باید از فرمت کلیشه‌ای و قدیمی آن که هم‌اکنون شاهدش هستیم، خارج شویم. مناظره باید بین دو نامزد یا دو دیدگاه صورت بگیرد. در کنار آن باید مجری از حالت انفعالی خود خارج شود و کنشگری فعال را در پیش بگیرد. پیش‌بینی بعدی این است که باید از تباطی فعال بین بنده جامعه، افراد خارج از استودیو، مخاطبان و افکار عمومی با فضای مناظره‌ها به وجود بیاید. پیش‌بینی بعدی این است که نامزدهایی که در مناظره‌ها شرکت می‌کنند، باید با دست پر وارد این کارزار شوند. در چنین فضای نمی‌توان با حرف‌های کلی و شعارگونه نظر مخاطب را به خود جذب کرد. در چنین فضای باید ایده و طرح واضح داشت. نمی‌توان صرفاً با استفاده از تخریب، نظر جامعه را جلب کرد. جامعه دارای سطح مشخصی از سواد سیاسی یا اجتماعی است که به کمک آن می‌تواند فرق میان برنامه و حرف و فسرک میان نقد و تخریب را تشخیص می‌دهد. در چنین فضای می‌توان انتظار داشت با دو دیدگاه یا برنامه روبروی هم یا حتی با سه برنامه یا دیدگاه متفاوت به‌عنوان یک جریان سوم، این دیدگاه‌ها مبارزه مسالمت‌آمیزی را برای کسب قدرت یا یکدیگر انجام دهند، یا یکدیگر به رایه برنامه‌ها و رویکردها بپردازند تا مردم بتوانند براساس برنامه دست به انتخاب بزنند، نه این که در فضای هیجانی دست به انتخاب بزنند، چون بازتولید این بگم‌بگم‌ها، بازتولید این تخریب‌ها و بازتولید نقدهای غیرمنصفانه، فضای صنعتی، هیجانی و غیرمنصفانه را به وجود می‌آورد که دستاوردی در آن وجود ندارد و هر چند می‌تواند به مقدار کمی آرا را به نفع یک نامزد جابه‌جا کند، اما نمی‌تواند خیلی در بلندمدت موفق باشد.