

از زمان شروع دفاع مقدس سوم در نیم اسفند، نه تنها میدان های نبرد، که فضای مجازی و شبکه های جهان نیز صحنه کشمکش بی سابقه شده است. آنچه این بار متفاوت به نظر می رسد، تنها اقتدار نظامی ایران نیست؛ بلکه نبرد پیچیده «روایت ها» ست که جمهوری اسلامی را به عرصه تازه ای کشانده است. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، بازتاب این رویدادها در رسانه های منطقه و شبکه های برون مرزی آن چنان گسترده بوده که حالا دیگر افکار عمومی جهان با چندین روایت متفاوت از یک حقیقت واحد روبه روست. گفت وگو با کارشناسان نشان می دهد که همین تنوع روایت، توانسته زه رسانه ای دشمن را سوراخ کند. از سوی دیگر، سانسور همیشگی رسانه های بین المللی در پوشش تلفات و خسارت های اسرائیل و متحدانش، این بار چندان کارساز نبود است. تصویری که از جنگ مخابره می شود، فراتر از فیلترهای همیشگی به دست مخاطب می رسد. در این میدان تازه، صداوسیما و شبکه های فرامرزی ایران دیگر ناظر نیستند؛ آنها بازنگران اصلی خط مقدم روایت پردازی هستند. تحلیلگران بین المللی معتقدند پوشش خبری مستمر، چندرپانه و متکی به گزارش های عینی از میدان، برگ برنده ای بود که معادلات رسانه ای را تغییر داد. گزارش پیش رو، حاصل گفت وگو با همین کارشناسان است تا واکاوی کنیم چگونه «دفاع مقدس سوم» به عرصه ای برای تولد یک قدرت تازه در جنگ روایت هایتبدیل شده است.

رسانه های برون مرزی طرح های ایران هراسانه را خنثی کردند

عاطفه خالدی، مدیر کانال افغانستان شبکه سحر درباره نقش رسانه ها به ویژه شبکه های برون مرزی در ارائه و انتشار یک روایت دقیق تر از ایران و شکستن سد سانسور رسانه های وابسته به آمریکا و اسرائیل در جنگ تحمیلی سوم بیان کرد: پس از جنگ تحمیلی سوم، در حیطه کاری خود به نظرم اهمیت افغانستان و پاکستان در معادلات منطقه ای و در ارتباط با ایران بیش از گذشته آشکار شده است. افغانستان، به ویژه پس از خروج آمریکا و عدم واگذاری پایگاه بگرام به ایالات متحده، به یک نقطه کلیدی در موازنه قدرت در منطقه تبدیل شد. طالبان با این تصمیم نشان دادند که حاضر نیستند این کشور را بار دیگر به سکوی عملیات نظامی علیه همسایگان و از جمله ایران تبدیل کنند. این انتخاب، از منظر امنیت ملی و ژئوپلیتیک، برای ایران اهمیت مضاعف دارد. خالدی تصریح کرد: در داخل ایران طی جنگ تحمیلی سوم نیز حضور مهاجران افغانستانی در شهرهایی مانند قم، مشهد، تهران، ورامین و دیگر مناطق، به شکلی فعال و مسئولانه در حمایت از مواضع جمهوری اسلامی بروز پیدا کرد. این مهاجران که سال هاست در کنار مردم ایران زندگی می کنند، در مراسم، تجمعات مردمی و فعالیت های داوطلبانه طی جنگ تحمیلی سوم مشارکت داشتند و نشان دادند که پیوندهای فرهنگی، مذهبی و عاطفی میان دو ملت عمیق تر از آن است که برخی جریان های رسانه ای تلاش می کنند آن را تخریب کنند. وی ادامه داد: بنابراین در چنین فضای، حفظ و تقویت نزدیکی رسانه ای و دیپلماتیک با افغانستان یک ضرورت راهبردی است. اگر ایران در عرصه دیپلماسی عمومی و رسانه ای نسبت به این کشور غفلت کند، میدان برای رقبای منطقه ای و فرامنطقه ای که با ابزار رسانه ای و روایت سازی، می کوشند میان ملت های منطقه شکاف ایجاد کنند، باز خواهد شد. به همین دلیل، باید ارتباط مستمر و همدغد با نخبگان، رسانه ها و افکار عمومی افغانستان را حفظ و تقویت کرد تا سوء برداشت ها و طرح های ایران هراسانه خنثی شود.

وی تأکید کرد: در این میان، رسانه های برون مرزی جمهوری اسلامی ایران مانند پرس تی وی، العالم، همیسان تی وی و سایر



روایت ایرانی، اقتدار جهانی

چهره های مختلف از اثرگذاری روایت های رسانه ای ایران بر افکار عمومی جهان در جریان دفاع مقدس سوم گفتند

اجتماعی داخلی مورد بحث قرار می گرفتند اما این بار از این مرز فراتر رفت و دیدیم که در فضای شبکه های اجتماعی بین المللی نیز درباره آنها گفت وگو می شود. مشخصا در شبکه اجتماعی ایکس بست هایی منتشر شد که بخش هایی از برنامه «به وقت ایران» را از یوتیوب انگلیسی بازنشر کرده بودند. رضوی ادامه داد: در واکنش به ویدئوهای تحلیلی درباره جنگ تحمیلی سوم در فضای مجازی، نظرات متعددی از کاربران آمریکایی می دیدم که می گفتند چرا رسانه های آمریکایی واقعیت جنگ را آن گونه که این برنامه ایرانی روایت می کند، برای آنها بازگو نمی کنند. بسیاری تأکید داشتند که این برنامه در شبکه خبر روایتی عینی و واقعی و تحلیلی مهم ارائه می دهد که در رسانه های خودشان یافت نمی شود، چراکه رسانه های آنها بیشتر درگیر پروپاگاندا هستند و واقعیت جنگ را منتقل نمی کنند. این موضوع نشان می دهد که چه ظرفیت عظیمی در رسانه ملی ما وجود دارد و می توان با فعال سازی درست، نه تنها بر افکار عمومی داخل کشور، بلکه فراتر از آن، بر افکار عمومی جهان نیز تأثیر گذاشت. وی در ادامه اظهار کرد: البته اعتبار اصلی این دستاورد قبل از هر چیز به میدان و مجاهدت ها و ایستادگی مردم ایران، به فداکاری نیروهای مسلح جان برکف ایران و به پیروزی هایی که در میدان محقق شده، بازمی گردد. وقتی در میدان، دست ما پر است، طبیعی است که در عرصه رسانه نیز می توانیم مورد توجه قرار بگیریم و اثرگذار باشیم.

دست بالای ایران در میدان و روایت

ناصر کنعانی، سخنگوی پیشین وزارت امور خارجه نیز در همین رابطه با اشاره به واکنش های روزهای گذشته دونالد ترامپ نسبت به نتیجه جنگ تحمیلی سوم و دست برتر جمهوری اسلامی ایران در جنگ روایت ها اشاره کرد و توضیح داد: آمریکا

که در همه جنگ ها، گاهی روایت ها از مدارک و اسناد جنگ مهم تر می شوند، چراکه در شکل دهی به ذهنیت ها و ادراک طرفین میدان های جنگ تأثیرگذارند و ابعدای به مراتب فراتر از میدان های محدود جنگی پیدا می کنند. وی در همین باره توضیح داد: اگر میدان جنگ معمولا به یک جغرافیای خاص محدود است، روایت ها چنین محدودیتی ندارند. در واقع روایت ها اغلب مرز جغرافیایی نمی شناسند و به راحتی به زبان های مختلف برگردان می شوند و می توانند بر افکار عمومی اثر بگذارند. وی تصریح کرد: در جنگ تحمیلی سوم ما در برابر دشمنی قرار داشتیم که در حوزه فناوری در قله پیشرفت قرار گرفته و با همین دست برتر می خواست در عرصه رسانه رسمی و شبکه های اجتماعی روایت خود را غالب کند. با این حال، در جنگ اراده ها، برای اولین بار شاهد بودیم که این سیطره رسانه ای شکسته شد. البته منظورم این نیست که ما به پیروزی مطلق در عرصه رسانه رسیده ایم. وی با اشاره به برنامه «به وقت ایران» اضافه کرد: جنگ فرصتی بی سابقه در اختیار ما قرار داد و از منظر مخاطب داخلی، بازخوردهای بسیار خوبی گرفتیم اما فراتر از آن، برای اولین بار شاهد بودیم که مباحث رسانه ای داخل کشور، در حال تبدیل شدن به منبعی برای تغذیه جریان های بین المللی است. همچنین شبکه خبر در بسیاری از رسانه های دنیا به عنوان یک مرجع خبری مورد استناد قرار گرفت. این نشان می داد که تلویزیون جمهوری اسلامی ایران توانسته در موضوع خاص جنگ ایران، خود را به عنوان در عرصه رسانه ای جهان مطرح کند. این مجری یادآوری کرد: حتی بخش هایی از برنامه «به وقت ایران» به زبان های مختلف ترجمه و در شبکه های اجتماعی بین المللی منتشر شد و مورد بحث، نقد و بررسی قرار گرفت و این اتفاق، از منظر اثرگذاری رسانه ای بسیار مهم است. پیش تر تولیدات رسانه ملی ما در بهترین حالت در شبکه های

شبکه ها نقش تعیین کننده ای ایفا می کنند. این رسانه ها در جریان جنگ تحمیلی سوم توانستند تصویری متفاوت از آنچه رسانه های جریان اصلی غربی ارائه می دادند، به مخاطبان منطقه و جهان منتقل کنند. بازتاب جنگ تحمیلی سوم در کشورهای همسایه، اعم از افغانستان، آذربایجان، ترکیه و سایر جوامع مسلمان، تا حد زیادی مرهون همین عملکرد رسانه های برون مرزی و رسانه ملی بود. آنها با پوشش مستند و میدانی، زمینه را برای شکل گیری یک فهم عمیق تر و واقعی تر از تحولات فراهم کردند. وی اظهار کرد: هدف این جریان، شکستن سرمایه اجتماعی مشترک میان دو ملت و تضعیف امکان همکاری های آینده است. با این حال، واقعیت های میدانی، روابط روزمره مردم و حضور مشترک در مناسبت های دینی و اجتماعی، نشان می دهد که چنین طرح هایی با مقاومت جدی در سطح جامعه روبه روست و تاکنون نتوانسته به اهداف اصلی خود دست یابد. به گفته خالدی، جنگ تحمیلی سوم و پیامدهای آن بار دیگر نشان داد که تحولات منطقه فقط در میدان نظامی رقم نمی خورد، بلکه در عرصه رسانه، افکار عمومی و دیپلماسی عمومی نیز تعیین می شود. وی در همین خصوص اظهار کرد: افغانستان و ایران، به عنوان دو کشور هم زبان، هم دین و هم سرنوش، اگر بتوانند در این عرصه ها همکاری و هم افزایی داشته باشند، نه تنها از بسیاری بحران های مصنوعی عبور خواهند کرد، بلکه می توانند در شکل دهی به معادلات آینده منطقه نقش سازنده تری ایفا کنند.

شکست سیطره رسانه ای و سانسور دشمن در جنگ

سرباز روح الله رضوی، فعال رسانه ای، کارشناس مسائل بین الملل و مجری برنامه «به وقت ایران» است که در ایام جنگ تحمیلی سوم از شبکه خبر روی آنتن رفت. وی معتقد است

فضای ذهنی مخاطب جهانی متأثر از رسانه های ایرانی

حمیدرضا غلامزاده، کارشناس مسائل آمریکا معتقد است که صداوسیما در جنگ تحمیلی سوم به مزیتی نسبی در حوزه اطلاع رسانی دست یافته است. وی در همین زمینه گفت: هم اکنون مخاطب با دنبال کردن جریان خبری رسانه ملی، می تواند به درک دقیقی از رویدادها برسد که این نشان دهنده بهبود عملکرد در رصد و انتقال اخبار است. وی تصریح کرد: بخش مهمی از این توفیق مرهون پوشش های خبری در شبکه خبر است، مثلا اقداماتی نظیر استفاده از ضرباهنگ مارش دوران دفاع مقدس در اطلاع رسانی های جنگ تحمیلی سوم، علاوه بر جذابیت، پیش زمینه ذهنی مناسبی برای مخاطب فراهم کرد. همچنین با توجه به تشنه بودن افکار عمومی برای تحلیل وقایع

در زمان جنگ، برنامه های گفت وگو محور و تحلیلی در شبکه های مختلف نظیر برنامه های «زمانه»، «سیاست خارجی» و بخش های تحلیلی شبکه خبر بسیار مؤثر ظاهر شدند. این محتواها به دلیل پاسخگویی به نیاز مخاطب، در فضای مجازی نیز بازنشر گسترده ای داشتند و ضرب نفوذ بالایی پیدا کردند. وی با اشاره به نقش تولیدات غیررسمی و شکستن انحصار رسانه ای در جنگ تحمیلی سوم اظهار کرد: در این دوره شاهد ظهور لایه جدیدی از تولیدات غیررسمی شامل پویانمایی های لگو، انیمه و میم های رسانه ای بودیم. این آثار به کاری جهانی تبدیل و در شکستن فضای رسانه ای حاکم، به شدت مؤثر واقع شدند. این جریان در لایه دوم به تقویت عملکرد کلی صداوسیما نیز کمک شایانی کرد. دبیرکل مجمع شهرداران آسیایی به تغییر در توازن روایت ها و واکنش رسانه های غربی نیز اشاره کرد و گفت: توفیق در ارائه روایت های جایگزین به حدی بود که رسانه هایی مانند CNN به تحلیل عملکرد

با هدف ایجاد تغییر در ساختار سیاسی ایران وارد این جنگ شد. ترامپ حتی ادعا کرده بود که رهبر بعدی ایران را باید خودش انتخاب کند و تصویری کرد طرف چندروز می تواند نظام مورد نظر آمریکا را در تهران مستقر کند. با این حال، پس از ۴۰ روز جنگ و بنابر تحلیل کارشناسان و ناظران بین المللی، آمریکا نتوانست به هیچ یک از اهدافی که برای این جنگ تعیین کرده بود، دست پیدا کند و در نهایت مجبور شد با همان نظامی که قصد سرنگونی آن را داشت، آن هم در چارچوبی که جمهوری اسلامی ایران تعیین کرده بود، مذاکره کند. کنعانی اضافه کرد: همین شکست محاسباتی است که عصبانیت و پریشانی امروز ترامپ را توضیح می دهد. ترامپ تلاش می کند توفیق ایران در میدان و روایت را به تبلیغات صداوسیما و روابط عمومی و حتی بهره گیری ایران از هوش مصنوعی نسبت دهد و مدعی شده که رسانه های جمهوری اسلامی نتوانسته اند تصویری گسترده از پیروزی ایران به جهان مخابره کنند. این دیپلمات افزود: این ادعاهای آمریکا با تازتاب همان آشفتگی ناشی از ناکامی واشنگتن در رسیدن به اهدافش است؛ مسائلی که بسیاری از ناظران بین المللی نیز به آن اشاره کرده اند. ترامپ و متحدانش به دنبال برهم زدن انسجام داخلی و ایجاد آشوب خیابانی در ایران بودند و حتی ایده هایی درباره تجزیه بخش هایی از خاک ایران عزیز در میان برخی از آنان مطرح شده بود. با این حال، نتیجه جنگ تحمیلی سوم برخلاف انتظار آنان رقم خورد و امروز، به جز ترامپ و نخست وزیر رژیم صهیونیستی، تقریبا همه ناظران در جهان به این نتیجه رسیده اند که آمریکا و اسرائیل از این حمله دستاوردی نداشته اند و ایران پس از جنگ از موقعیت قوی تری برخوردار شده است. ایران اکنون در منطقه نیز جایگاهی ویژه پیدا کرده و حقیقت اقتدار همه جانبه ایران اسلامی برای کشورهای مختلف اهم از کشورهای آسیای غربی و همسایگان ما روشن تر از قبل است. در ادامه، سخنگوی پیشین وزارت امور خارجه به نقش رسانه ملی و شبکه های برون مرزی در روایت این جنگ پرداخت و گفت: رسانه ملی در این مقطع کاری جهادی و سنگین را در کنار میدان انجام داد و شانه به شانه رزمندگان در خط مقدم رسانه ای ایفای نقش کرد. صداوسیما در متن یک جنگ واقعی قرار داشت و زیر سایه بمباران و تهدیدات موشکی فعالیت می کرد. تولید محتوا در این شرایط با رسانه هایی که از فاصله ای امن درباره جنگ گزارش تولید می کنند، کاملا متفاوت است. کنعانی افزود: در طول جنگ تحمیلی سوم هیچ گونه وقفه ای در عملیات رسانه ای مشاهده نشد و صداوسیما با وجود همه محدودیت ها و تهدیدات، جریان اطلاع رسانی، تحلیل و روایت سازی را به طور مداوم ادامه داد؛ استمرار رسانه ای در یک جنگ روانی اهمیت راهبردی دارد. او افزود که رسانه ملی نه در لحن کارکنان، نه در رفتار مهمانان و نه در محتوا، هیچ نشانی از یاس، ناامیدی یا تسلیم پذیری بروز نداد و آنچه به جامعه منتقل شد پیام اعتماد به نفس، ایستادگی و باور به توان ملی بود. این دیپلمات اظهار کرد: میزان مراجعه مردم به رسانه ملی در این روزها افزایش یافت و صداوسیما توانست در مواقع بحرانی به مرجع خبر و تحلیل تبدیل شود؛ موضوعی که او از آن به عنوان یک سرمایه اجتماعی ارزشمند یاد کرد. وی متذکر شد: رویکرد کلی صداوسیما در این دوره کاملا ملی و متناسب با نیازهای کشور در اوضاع جنگی بود. روح ملی گرایی، وطن دوستی و دفاع از عزت و تمامیت ارضی در برنامه های رسانه ملی کاملا مشهود بود و صداوسیما تلاش کرد صدای مردم را از سراسر کشور، حتی مناطق دورافتاده، منعکس کند تا این احساس تقویت شود که همه مردم در جبهه ای واحد در حال دفاع هستند.

شبکه های برون مرزی ما پرداختند. این موضوع نشان می دهد که روایت ما توانسته فضای ذهنی مخاطب جهانی را تحت تأثیر قرار دهد و این باور را ایجاد کند که منابع غربی تمام حقیقت را بازگو نمی کنند. این مشکل در روایتگری، مخاطب را به سمت استفاده از محتوا صداوسیما به عنوان منبع جایگزین سوق داده است. غلامزاده با بیان این که تعامل رسانه ای در سطوح بین المللی و زبان های زنده یکی از علل توفیق روایت رسانه ای جمهوری اسلامی ایران در جنگ تحمیلی سوم است، گفت: امروزه جریان های رفت و برگشتی میان فضای رسانه ای داخلی و بین المللی شکل گرفته است. گزارش های شبکه های داخلی و محتواهای تولید شده در فضای مجازی، توسط مخاطبان و حتی طرف های مقابل ترجمه و بازنشر می شود. این چرخه باعث شده است که حتی بدون در نظر گرفتن پیام مستقیم شبکه هایی مثل پرس تی وی، پیام رسانه ملی به قلب جوامع انگلیسی زبان و دیگر زبان ها برسد.

همراهی مدرسه تلویزیونی ایران با خانواده ها



قبلی، چند تغییر و تقویت مهم داشته ایم. یکی از آنها استفاده از معلمان باتجربه، خبره و دارای شیوه های تدریس جذاب است؛ به ویژه در مقطع دبستان، برخی از دبیران علاوه بر تدریس، از ابزارهایی مثل عروسک، آزمایش های ساده و روش های خلاقانه استفاده می کنند تا فرآیند یادگیری برای بچه ها شیرین تر و ماندگارتر شود.

وی تأکید کرد: در کنار مدرسه تلویزیونی ایران، از ابتدای عید نوروز ۱۴۰۵ مسابقه ای به نام «حروف دانش» نیز به صورت آموزش راه اندازی کرده ایم. این مسابقه به روش ترکیبی و از طریق پیام رسان (شاه) برگزار می شود.

حائزری بیان کرد: سوالات این مسابقه براساس مباحث پایه های پنجم تا نهم طراحی شده است تا هم به مرور و تثبیت آموخته های دانش آموزان کمک کند و هم فضایی جذاب و رقابتی برای آنها ایجاد شود. برای این مسابقه، جوایز درخوردوجهی از جمله جایزه ۱۰ میلیون تومانی شبانه برای دانش آموزان برگزیده در نظر گرفته شده است.

برنامه های مدرسه تلویزیونی همچنان ادامه دارد و متوقف نشده است، زیرا براساس نیاز روز دانش آموزان و پیشرفت دروس مدارس جلو می رویم. حتی در ایام عید نوروز نیز گروه ها در حال ضبط برنامه ها بودند تا بتوانیم همراه با تقویم آموزشی مدارس، آموزش را بدون وقفه ارائه دهیم. از این رو، من از زحمات همه همکاران، معلمان و عوامل تولید که در این مسیر همراه مدرسه تلویزیونی ایران بوده اند، تشکر می کنم و امیدوارم این برنامه ها توانسته باشد بخشی از نگرانی خانواده ها و دانش آموزان را در زمینه آموزش کاهش دهد. این تهیه کننده درباره تفاوت های این دوره از مدرسه تلویزیونی ایران افزود: در مقایسه با دوره های

دوبله

شبکه ۳ سر از «معدن سولیس» درآورد



فیلم سینمایی «معدن سولیس» با گویندگی ۱۸ نفر از گویندگان گفتار فیلم در واحد دوبلاژ اداره کل تأمین و رسانه بین الملل سیما دوبله شد. این سینمایی در گونه درام، اکشن، تاریخی و مهیج محصول نوروز در سال ۲۰۲۳ قرار است از شبکه سه سیما پخش شود. مدیر دوبله این سینمایی بهمن هاشمی و صدابردار آن روزین جشن سده است. رضا الماسی، دانیال الیاسی، کریم بیانی، محمد تنهایی، شراره حضرتی، مونا خجسته، شهریار ربانی، سیما رستگاران، آرزو روشناس، ابوالفضل شاه بهرامی، پریا شفیعیان، خشایار شمشیرگران، امیر صالح کسروی، اردشیر منظم، امیر منوچهری، علیرضا ناصحی، حسین نورعلی و

بهمن هاشمی صدابیشه های این اثر بوده اند. این فیلم درباره کنراد پسر جوانی است که در یک معدن مشغول به کار می شود و با کمک دیگر معدنچیان بر علیه اربابان زورگو قیام می کند و پیروز می شود. تاریخ جهان سرمایه داری سرشار است از تجربه ظلم و ستم هایی که کارفرمایان زورگو و زیاده خواه علیه کارگران خود روا داشته اند. کارفرمایان سوداگری که هر حربه ای را به کار می گیرند تا حقوق و مزایای کمتر و ناچیزتری برای کار طاقت فرسای کارگران خود در نظر بگیرند تا از طریق چیزی که همچون سرقت پول کارگر و حاصل دسترنج وی است، جیب های خود را از پول و درآمد نامشروع و آلوده آکنده سازند. با این حال برای کارگران نیز بسیار پیش آمده که در برابر این ظلم و زور غیراخلاقی ساکت ننشسته اند و در برابر کارفرمایان مستحکار قیام کرده اند و تا گرفتن حقوق حقه خویش ای پای ننشسته اند. فیلم معدن سولیس داستان دیگری است از این مقاومت جانانه کارگران زحمتکش در برابر ظلم و زور کارفرمایان سوداگر و تن آسای خود درون یک نظام فاسد سرمایه داری غربی، واحد جست و جوی اداره کل تأمین و رسانه بین الملل، مسئولیت رصد این اثر را برعهده داشته و پس از طی مراحل تأیید و تخصصی، نسخه اصلی را تهیه و تأمین کرده و اکنون پس از طی شدن روند های ترجمه، ویراستاری و سپس دوبله، قرار است پس از آماده سازی، از شبکه سه برای مخاطبان پخش شود.