



تحلیل عملکرد سیاستی صداوسیما در مواجهه با کرونا

دفتر مطالعات آموزش و فرهنگ معاونت پژوهش‌های اجتماعی- فرهنگی مرکز پژوهش‌های مجلس در تیرماه ۱۳۹۹ در گزارشی به تحلیل عملکرد سیاستی صداوسیما در مواجهه با کرونا پرداخت.

در این گزارش تلاش شده است بیشتر مبتنی بر سه بخش خبری اصلی و پرمخاطب صداوسیما (۱۴ و ۲۱ شبکه یک و ۳۰:۲۰ شبکه ۲) تحلیل سیاستی از عملکرد این سازمان رسانه‌ای در ماجرای شیوع ویروس کووید ۱۹ ارائه شود. (صفحه ۳)

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که عملکرد صداوسیما را می‌توان به پنج دوره تقسیم کرد: اول، دور بودن خطر و انکار ورود؛ دوم، تحت کنترل بودن اوضاع؛ سوم، جدی بودن خطر، ضرورت آموزش و مشارکت عمومی؛ چهارم، امتداد خطر، کلیشه شدن آموزش و افتادن به تکرار و پنجم، کاهش خطر، مدیریت پذیری و خروج. (صفحه ۱)

چالش‌های صداوسیما در سال ۱۳۹۸؛ معضلات قبل از ورود به مسئله کرونا

مطابق تحلیل ارائه شده در این گزارش، سال ۱۳۹۸ در حوزه مدیریت رسانه‌ای چالش‌های کشور، سال بسیار سختی برای سازمان صداوسیما بود. سرعت تحولات در نیمه دوم این سال به مراتب بیشتر شده بود تا جایی که در حوزه دستور کارگذاری رسانه‌ای، هنوز یک چالش فروکش نکرده، چالش بعدی سر برمی‌آورد. (صفحه ۴)

این گزارش درباره چالش‌های این رسانه چنین توضیح می‌دهد: «در چین اولین اعلام تشخیص کرونا در تاریخ ۱۰ دی و اولین فوتی حدود ۱۰ روز بعد از آن بود. در ایران درگیر با ترور شهید حاج قاسم سلیمانی، درگاه خبر نسبت به این موضوع چندان حساس نبود، زیرا صداوسیما و رقابیش تماماً بر ماجراهای پس از ترور شهید سلیمانی متمرکز بودند. همچنین سازمان توان ذهنی‌اش مصروف خارج کردن جامعه از سرشکستگی و ترمیم اعتماد به مجموعه دستگاه‌ها برای حضور در راهپیمایی ۲۲ بهمن و انتخابات مجلس بود. (صفحه ۵)

دوره اول؛ دور بودن خطر و انکار ورود (سوم بهمن تا ۲۹ بهمن ۱۳۹۸)

اولین خبری که درباره کرونا در یکی از سه بخش خبری ۱۴، ۲۰:۳۰ و ۲۱ منتشر شد، در تاریخ ۳ / ۱۱ / ۱۳۹۸ در بخش خبری ۲۱ که از عناوین این بخش هم بود و با شروع قرنطینه در چین بود که در متن آن خبر، اعلام شد کرونا در چین ۱۷ کشته و حدود ۶۰۰ مبتلا برجای گذاشته است. در این خبر همچنین قرنطینه دومین شهر پس از ووهان، مطرح شده بود. صداوسیما تا روز ۲۹ بهمن خط انکار را دنبال می‌نمود؛ یعنی مرتباً صحبت‌های مسئولین مختلف وزارت بهداشت و دولت (سخنگو) را مبنی بر تکذیب ورود این ویروس به ایران پوشش داد. البته در کنار این و

به صورت فرعی مثلاً خبر رئیس مرکز مدیریت بیماری‌های واگیر وزارت بهداشت را هم در تاریخ‌های ۹ و ۱۰ بهمن پوشش داد که تأکید داشت، کرونا حتماً وارد ایران می‌شود. این خط خبری با اعلام دو کشته در شهر قم در تاریخ ۳۰ بهمن در اخبار ۲۱ و ۲۰:۳۰ از سوی وزارت بهداشت به پایان رسید. این موضوع همچنان بر اطلاع‌رسانی وزارت بهداشت سایه انداخته است و اگرچه بسیار کم، کماکان تردیدهایی درباره آمار اعلامی وجود دارد. در اینجا شایستگی حکمرانی رسانه‌ای نظام در مقابل شبکه‌های اجتماعی و دشمنانی که مرتب از ورود کووید ۱۹ به ایران خبر می‌دادند، به چالش کشیده شد. (صفحه ۶) صداوسیما بایانی بسیار قطعی، محکم و یک‌سویه تکذیب می‌کند و به اینکه روزی ممکن است به علت خطای منابع، خودش مجبور به تأیید بشود، نمی‌اندیشد. علت این ماجرا هم‌میل زیادش به مشروعیت زدایی از رقبایش یعنی ماهواره‌ها و شبکه‌های اجتماعی است که در مواردی نتیجه عکس داشته است. (صفحه ۷)

صداوسیما اما خط خبری دیگری را هم از ۹ بهمن در هماهنگی با مسئولین وزارت بهداشت و البته مبتنی بر داده‌های علمی آن روز جهان در دستور کار قرارداد و آن کم‌خطر بودن این ویروس به لحاظ مرگ‌ومیر است. اساساً این عنصر مهم در ادراک مخاطره، میزان رعایت بهداشت در برخی از قشرها را پایین آورد و التهابات را بعضاً کم کرد. (صفحه ۷) در حوزه کمبودهای بهداشتی هم‌زمان مشکلات نظام تولید و توزیع بازار اقلام بهداشتی، در همان دهه صداوسیما با تمرکز بر تولید و نشان دادن نمونه‌هایی از توزیع در داروخانه‌ها یا حرکت‌های جهادی، تلاش کرده و می‌کند تا از التهابات بازار بکاهد. ممکن است مسئولان این سازمان رسانه‌ای به‌خوبی از واقعیت بازار باخبر باشند، اما برای دادن آرامش روانی به بازار به‌ویژه مصرف‌کنندگان، حاضرند به خاطر مصالح بالاتر اعتبار رسانه‌ای خود را در معرض خطر قرار دهند. (صفحه ۷ و ۸)

صداوسیما همچنین خط توطئه بودن تولید کووید ۱۹ را از عناوین و خبر بخش خبری ۲۱ مورخ ۱۰ بهمن آغاز کرد. این خط عملاً آورده‌ای جز تقویت ترس عمومی از قدرت علمی آمریکا نداشت، اما در مقابل برای گروه محدودی محرک وحدت‌آفرینی و ادامه تقویت خط استکبارستیزی در جامعه محسوب می‌شد. (صفحه ۸)

دوره دوم؛ تحت کنترل بودن اوضاع (از ۳۰ بهمن تا دوم اسفند ۱۳۹۸)

پس از اعلام وزارت بهداشت مبنی بر تأیید کشته شدن دو نفر در قم با علائم شبیه کرونا در ۳۰ بهمن، صداوسیما کماکان سرگرم انتخابات بود و چندان اندیشیده به فکر پرداخت این خبر نبود. البته با پخش این خبر، در دو بخش خبری ۲۰:۳۰ و ۲۱ صداوسیما رسماً خط عادی بودن شرایط و تحت کنترل بودن اوضاع را پی گرفت. درحالی‌که شایستگی حکمرانی نظام در حوزه سلامت با پخش ناگهانی خبر فوت و نه نخستین تشخیص ابتلا، به چالش کشیده شده بود، صداوسیما در بخش ۲۰:۳۰ با تیتراژ «وزارت بهداشت می‌گه از نظر دارو و امکانات» و «اوضاع مبتلایان احتمالی به کرونا تحت کنترل» دقیقاً به مخاطب اعلام کرد همه‌چیز احتمالی است و کمبودی وجود ندارد و جای نگرانی نیست نظام سلامت، توان تمیز موارد مشکوک و قطعی را ندارد و بازار هم متلاطم می‌شود. (صفحه ۹)

پس‌ازاین نحوه اعلام ورود ویروس به کشور، خبر ۱۴ روز بعد یعنی یکم اسفند، اندیشیده تر و متناسب با تغییر نحوه مواجهه مسئولین وزارت بهداشت، پس از اعلام ورود، به ارائه توصیه‌های بهداشتی از زبان رئیس مرکز مدیریت بیماری‌های واگیر وزارت بهداشت اختصاص یافت که بسیار دقیق و متناسب بود؛ اما ۲۰:۳۰، به عادت همیشگی به جنگ شایعات در فضای مجازی رفت و البته بخش خبری ۲۱ هم از لحاظ سیاست کاملاً شبیه آن بود. این بخش خبری، ابتدا روایتی ضد فضای مجازی از همان خبر ۱۴ ارائه کرد، از آماده‌باش وزیر به کارکنان وزارت بهداشت خبر داد و درنهایت گفت که اوضاع در قم عادی است و از مردم خواست به فیلم‌های منتشرشده و حتی

قدیمی توجه نکنند. این روایت‌هایی که به شدت یکدیگر را تضعیف می‌کنند و بیانگر ناآمادگی صداوسیما (و البته کشور) بود، با گزارشی از قم که حکایت از حال و هوای بارانی و حضور مردم در سطح شهر قم دارد و همه چیز عادی است، تکمیل شد. (صفحه ۱۰)

در روز انتخابات، موضوع کرونا در ۲۰:۳۰ با این عبارت از زبان رسانه‌های خارجی پوشش داده شد که باوجود کرونا، مردم به صحنه آمدند. ارائه روایت سیاسی درزمینه انتخابات از جدی بودن مخاطره، که از شب پیش آغاز شد، همچنان ادامه یافت. روایتی که آن‌گونه که گفته شد، بیش از یک پروپاگاندا محسوب نمی‌شود و پذیرفتنی نبودن آن با اعلام آمار به‌وسیله وزارت کشور ثابت شد. (صفحه ۱۱)

دوره سوم. جدی بودن خطر؛ ضرورت آموزش و مشارکت عمومی (از سوم تا اواخر اسفند ۱۳۹۸)

اما یک روز پس از انتخابات به ناگاه صداوسیما ماجرا را جدی گرفت و همانند کسی شد که فرصت

اندیشه یافته و تازه متوجه قضایا شده است. بارزترین نمود ورود به این دوره در افزایش بسیار زیاد رویکردهای بهداشتی به‌ویژه تقویت رویکرد آموزشی در مقابل هشدار بسندگی است. بخش خبری ۱۴ روز سوم اسفند، یک روز بعد از انتخابات، به تفصیل گزارشی درباره معرفی این ویروس از نگاه کارشناسان و مسئولین پخش می‌کند؛ اما خبر ۲۰:۳۰ آن شب کماکان در هوای دوره پیش یعنی عادی‌سازی ماجرا و وعده بهبود بازار اقلام بهداشتی از زبان مسئولین تنفس می‌کرد. (صفحه ۱۱)

با این وجود اما خط جدید، تغییر رویکرد صداوسیما در مطالبه تنظیم بازار از نگاه مردمی و برای پاسخ به تقاضای واقعی بازار است. رفتن به میدان در گزارشی مبسوط و نشان دادن وضع بازار با گفتگوهای مردمی، اگرچه آن‌هم مدیریت شده، باز جنبه بیان واقعیت را افزایش داد. خط جدید دیگر، خط تعطیلی مراکز آموزشی و حوزوی و دستگاه‌ها بود. البته اصل تصمیم تعطیلی، مربوط به نظام حکمرانی کشور است، اما پوشش آن دارای وجوه ویژه‌ای است. (صفحه ۱۲)

خط جدید دیگر خط مشارکت همگانی در مقابله با شیوع کووید ۱۹ است. در خبر ۲۱ سوم اسفند، جمله‌ای از رئیس هیئت امنای صندوق ارزی مبنی بر توزیع رایگان ماسک و اقلام بهداشتی در خانه‌های بهداشت نقل شد. البته باید توجه داشت که نمود نداشتن بیرونی این خبر و مواجهه مردم با نقیض آن، موجب احساس بی‌اعتمادی مردم به رسانه ملی در اعلام سیاست‌ها و برنامه‌ها در این شرایط حساس شد. در خبر ۱۴ روز چهارم اسفند، دعوت از مردم برای مشارکت در شکست ویروس کرونا از جنبه دیگر، یعنی دعوت مسئولان پررنگ شد؛ اما مهم‌ترین اتفاق این روز، آغاز اطلاع‌رسانی روزانه و زنده از ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا در ارتباط‌های خبر ۱۴ و البته ۱۳ شبکه خبر است. بیشتر مردم با این نحوه اطلاع‌رسانی حس می‌کنند که آمار صادقانه و شفاف و البته روزانه و بی‌واسطه به آنها گفته می‌شود. این حس که البته بی‌اعتمادی دوره‌های قبل بر آن سایه افکنده، به مرور تقویت شد. ارتباط وزیر بهداشت و سخنگو که حتی یک روز از رصدخانه این ستاد انجام شد، در تقویت ذهنیت شایستگی عمومی بسیار مؤثر افتاد. (صفحه ۱۳)

خط جدید دیگر این روز که می‌توان در ادامه بحث مشارکت همگانی مردم آن را ارزیابی کرد، قدردانی از کادر درمانی به‌ویژه پزشکان و پرستاران بود. خطی که فاصله نظام و مردم را به شدت کاهش داد و به اندازه‌ای پرقوت بود که دشمن تلاش کرد با چالش رقص آن را ضعیف کند. در این مدت در پوشش رسانه‌ای اخبار کرونا در دیگر کشورها هم شاهد تغییراتی بودیم. یکی از این تغییرات افزوده شدن خط فرعی پنهان‌کاری دیگر کشورها در برابر

صداقت ایران بود. یکی دیگر از این موارد پوشش گسترده اقدامات قوی و ضعیف سایر کشورها، خاصه ناکارآمدی دیگر کشورها مانند آمریکا و کشورهای غربی در مدیریت کرونا و حتی ناکارآمدی در تأمین و توزیع مواد غذایی و اقلام بهداشتی بود. اقدام دیگر جذابیت کنداكتور بود که ذیل سیاست ماندن در خانه سامان یافته بود. بازپخش سریال‌های محبوب سال‌های گذشته که در آن سال‌ها با اقبال مخاطبان مواجه شده بود از دیگر اقدامات سازمان صداوسیما در ایام مدیریت کرونا بود. (صفحه ۱۴) این سیاست پس‌ازاین مرحله، به‌ویژه در نوروز و تا ماه رمضان هم به‌ویژه با پخش سریال‌های پربازدید پایتخت، نون خ و زیرخاک ادامه یافت. همچنین این سازمان برای آنکه اختلالی در آموزش دانش آموزان و دانشجویان ایجاد نشود، علاوه بر اینکه در تلویزیون و رادیو کلاسهای درس مدارس را با همکاری وزارت آموزش و پرورش از شنبه ۱۰ اسفند برقرار کرد، بلکه گزارش‌های متعددی از آموزش مجازی معلمان، اساتید، دانش آموزان و دانشجویان، الکترونیکی شدن خدمات و... در بخش‌های خبری پخش کرد تا این سیاست که مدرسه و دانشگاه تعطیل است، اما آموزش تعطیل نیست را تقویت کند. (صفحه ۱۵)

مهم‌ترین نکته مثبت صداوسیما در این دوره، تلاش برای ارائه تصویر واقعی از مخاطره است. یعنی آموزش، اطلاع‌رسانی درست و مدیریت نسبتاً اعتدالی التهاب، در این دوره مبنای کار این سازمان بود که البته اتخاذ این سیاست‌ها به علت ورود و همراهی سایر دستگاه‌ها صورت گرفت. (صفحه ۱۵)

دوره چهارم؛ امتداد خطر، کلیشه شدن آموزش و افتادن به تکرار (اواسط اسفند ۱۳۹۸ تا ۱۶ فروردین ۱۳۹۹)

صداوسیما پس از مدتی که بسیار درخشان در زمینه ارتباطات مخاطره پیش رفت، به علت طولانی شدن زمان درگیری با مخاطره، به تکرار افتاد. صداوسیما رسانه‌ای است که بسیار درگیر اکنون است و آینده‌نگری زیادی ندارد. در واقع صداوسیما در زمینه آموزش و مطالبه از مردم بسیار خوب عمل کرد، اما مردم از لحاظ روحی به‌ویژه با نزدیکی به عید، خسته شدند. این رفع خستگی صرفاً با بسنده کردن به پخش سریال، برنامه‌های ترکیبی یا گزارش‌های تکراری و دیگر کلیشه شده از بیمارستان‌ها میسر نیست. ناگفته نماند که صداوسیما در فعالیت رسانه‌ای تقریباً تنهاست و دیگر نهادهای فرهنگی مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا سازمان تبلیغات اسلامی عملاً هیچ کمکی به آن نمی‌کنند. در این دوره که تقریباً از اواسط اسفند نشانه‌های آن قابل مشاهده است، تمام خطوط قبل به‌درستی ادامه داده می‌شود. شاید تنها خط جدی جدید آن، خط تلاش دولت برای کاهش تبعات اقتصادی برای گروه‌هایی است که در مخاطره کرونا، از لحاظ اقتصادی آسیب دیدند. صداوسیما البته نه بسیار مطالبه‌گرانه، اما به حدی که این دست موارد آحاد مختلف مردم را متأثر می‌سازد، به این موضوع پرداخته است. (صفحه ۱۶ و ۱۷)

البته دو خط فرعی هم در اینجا داشتیم که بازهم از بیرون سازمان اتخاذ شد که یکی ترویج بحث دعا به‌ویژه بعد از مراسم روز درختکاری مقام رهبری برای رفع بلاست و دیگری خط مقابله با خرافات بارنگ دینی و توطئه دیدن مخالفت‌ها با تعطیلی حرم‌ها است. (صفحه ۱۷)

در حوزه سفرهای نوروزی هم صداوسیما مطابق معمول کاملاً منطبق با سیاست رئیس‌جمهور و ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا یعنی بسنده کردن به نصیحت برای سفر نرفتن مردم عمل کرد. در حالی که شبکه‌های اجتماعی در این مسیر کاملاً مطالبه‌گرانه وارد شدند و بار دیگر در حوزه مطالبه‌گری و هدایت تصمیمات دستگاه‌های بیرونی در مسیر درست، در رقابت با رقبای داخلی و خارجی موفق نبود. (صفحه ۱۷ و ۱۸)

دوره پنجم؛ کاهش خطر، مدیریت پذیری و خروج (از ۱۷ فروردین ۱۳۹۹ تا زمان انتشار گزارش در تیرماه ۱۳۹۹)

صداوسیما متکی به بیرون که در اخبار کرونایی کاملاً هماهنگ با ستاد ملی کروناست، با تصمیم ستاد ملی کرونا در ۱۷ فروردین برای بازگشایی برخی مشاغل مواجه می‌شود. صداوسیما اگرچه در صحبت‌های برخی از مدیران آن به تعادل در دوگانه سلامت معیشت اندیشیده بود، اما عملاً کارنامه خاصی در این زمینه نداشت، زیرا تا حد ممکن فشار خود را بر ماندن مردم در خانه متمرکز کرده بود. حالا با تغییر سیاست در ستاد ملی کرونا، صداوسیما عملاً متوجه شد که باید در روایت خود از جدیت آسیب و احتمال آسیب تجدیدنظر کند. در اینجا صداوسیما دچار چالشی جدید شد: حفظ تعادل روانی جامعه در دوگانه معیشت سلامت و تولید مشروعیت اجتماعی برای تصمیمات ملی در خروج از محدودیت‌های سخت‌گیرانه. (صفحه ۱۹) صداوسیما در خبرهای ۱۴، ۲۰:۳۰ و ۲۱ این روز (۱۷ فروردین) مطابق معمول به خوبی خبر رئیس‌جمهور را پوشش داد. با این توضیح که بازهم تیترو شروع این اخبار کاملاً مبتنی بر ادامه ممنوعیت‌ها تا پایان فروردین بود. بازگشایی برخی کسب‌وکارها کاملاً در بخش جانبی خبر مدنظر قرار گرفته بود؛ اما روز بعد و با یک روز تأخیر، آنتن خبر صداوسیما کاملاً با این سیاست همسو می‌شود. در بخش خبری ۱۴، رئیس‌جمهور ستاد هماهنگی اقتصادی دولت دوباره بر بازگشایی پلکانی کسب‌وکارها، با رعایت کامل اصول و شیوه‌نامه‌های بهداشتی تأکید کرد. (صفحه ۲۰)

در روزهای بعد هم صداوسیما با اطلاع‌رسانی درباره نام‌نویسی اصناف در سامانه salamat.gov.ir و بحث شیوه‌نامه‌های بهداشتی، آمادگی زیرساخت‌های شهری، ترافیک و... همه تلاش خود را کرد تا این تصمیم ستاد ملی کرونا به بهترین نحو پیاده شود. در واقع وجه تمایز اصلی این دوره، دقیقاً منطبق بر تفاوت فاصله‌گذاری اجتماعی و فاصله‌گذاری اجتماعی هوشمند است و همین سیاست تا لحظه تنظیم این گزارش در صداوسیما ادامه دارد. تغییرات صداوسیما در این دوره محدود به دفاع از تصمیمات ستاد ملی کرونا نبود و ذیل بحث توجه به سلامت هم‌زمان صدای مخالفت برخی قشرها در جامعه که از تعطیلی کسب‌وکارها آسیب شدید دیدند، از نظر صداوسیما قابل شنیدن شد. تا پیش‌ازین، صداهای این‌چنینی مصداق کج‌روی محسوب می‌شد. (صفحه ۲۰)

در این دوره، احتمال و جدی بودن آسیب جانی با پوشش اخبار مربوط به نزولی شدن آمار ابتلای جدید و افزایش بهبودیافتگان و کاهش مرگ‌ومیر، هم‌زمان با پوشش اخبار موفقیت‌های درمانی، خالی ماندن ظرفیت برخی بیمارستان‌های مختص کرونا و تولید و واردات کیت‌های تشخیص در ذهن مخاطبان کاهش یافت. همین، امکان مدیریت پذیری کرونا در همکاری میان نظام و مردم را به شدت در ذهن مخاطبان تقویت کرد. این امر ناشی از اثبات شایستگی نظام از یکسو و همکاری نسبی و قابل دفاع عموم مردم برای کاهش پیامدهای کروناست. (صفحه ۲۱)

جمع‌بندی

صداوسیما با تلاش‌های بسیار، در کل توانست نقش واسطه‌گری خود بین دولت و مردم را در مخاطره کرونا انجام دهد، البته در این مسیر اشتباهاتی هم داشت که بعضاً قابل چشم‌پوشی نیستند. یعنی در دو دوره نخست (از ابتدای بهمن تا سوم اسفند) با مداخله ضعیف یا گاهی معیوب، در دو عنصر سازنده مخاطره یعنی جدیت آسیب و احتمال آن در موقعیت‌های زمانی پیش‌آمده، نتوانست جامعه را آن‌چنان‌که باید در عبور از مخاطره یاری کند. از سوم اسفند به بعد، این عملکرد تا حد زیادی بهبود یافت و صداوسیما توانست به جایگاه مناسبی در ارتباطات مخاطره برسد و تا حدی اعتماد مخاطب را حتی بیش از گذشته به دست بیاورد. البته پس از ورود مؤثر در این دوره، در دوره‌های بعد، پس از مدتی به تکرار افتاد و تا حدی با وجود پربیننده ماندن، ملال‌آور شد. (صفحه ۲۱ و ۲۲)