

ورود به

پرشی از مطبوعات

از طرح غدیر فقط یک عکس در رسانه‌ها دست به دست شده است؛ همان که روی یک لوله سفید نوشته شده طرح آبرسانی غدیر. از لوله‌هایی که همین عبارت روی آن نوشته نشده ولی عکس‌های بسیاری دست به دست شد. اما هیچ کدام از عکس‌ها مشخص نبود لوله چه چیزی و در کجا هستند.

عکسی را با این زیرنویس منتشر کردند که اب را به گویت می‌برد، بعد بریده‌ای از هفته‌نامه «برنامه» را منتشر کردند که ببینید ما گفته بودیم آب را به دیگران می‌فروشد. شبکه‌های اجتماعی پر بود از چنین پست‌ها و نوشته‌هایی. فضای شایعه داغ بود و اگر در نیمه تیر کیفیت آب بهبود نمی‌یافت معلوم نبود این شایعه‌ها کمر چه چیزی را خم می‌کند. در مقابل، از روزنامه‌ها و مطبوعات خوزستان چه در اهواز و چه در آبادان و خرمشهر اثری از نفوذ برای عقب راندن شایعه‌ها نبود. اما اندکی بعد رپرتاژ پشت رپرتاژ در صفحه روزنامه‌های محلی و سراسری منتشر شد. مردم حق دارند وقت بروز مساله به این شیوه انتشار محتوا در مطبوعات اعتماد نکنند. همین بهانه شد که از دست‌اندر کاران مطبوعات خوزستان پرسیم چرا رسانه‌های رسمی به ویژه مطبوعات در ماجرای بحران آب در آبادان و خرمشهر نتوانستند شایعه‌ها را عقب‌بند و موضوع برآمد بریت کنند.

نگاه

آب و مادر رسانه‌های ایران

در دو دولت گذشته بنا به عملکردهای بد وزراتی بویژه در زمینه اعطای مجوزهای فله‌ای برای رسانه فقط ناشی از شنیده بودند، تاثیر بسیاری در بی‌اعتمادی عمومی داشتند. استان خوزستان به دلیل ثروتمند بودن و همچنین گردش مالی فراوان حاصل از آن محل مناسبی برای خیل افرادی است که هر کدام به گونه‌ای در پی منافع حزب یا گروه و نیز قوم خود هستند. بر همین اساس در این استان بیش از بیست و چند روزنامه و نزدیک به دوازده هزار بر سر همین رقم هفته‌نامه و ماهنامه و گاهنامه وجود دارد که بعضاً به عنوان یک مرمعش خانواده‌ای فقط همین رس به این مجوزها نگاه می‌شود.



سیروس مرمبینی

این امر را بنگارید کنار حضور توفانی شبکه‌های مجازی که خود بحث مفصل دیگری است که باید در جای خود به آن پرداخته شود. خب مشخص است که در عرصه عمومی جای سیاست‌های اینچنینی که بنای آن بر کمیست است همیشه نوعی بی‌اعتمادی و بی‌توجهی از سوی مخاطب وجود دارد. این یک مساله مساله بعد در این مورد این است که در این مجموعه نظارت نشده کمی که تشریح کرده سرشار از اخبار مشابه و غیر تولیدی که عمدتاً از سه چهار پایگاه خبری و خبرگزاری اخذ می‌شوند، کمتر پروژه تخصصی و پیگیری کارشناسی‌رامی بینیم که نهایتاً دردی از مشکلات مردم داد کند. خب باید به مخاطب حق داد که نشریات را زرد ببینند و به محتوای آن اعتماد نکند. در این مورد البته نباید نقش برخی از روابط عمومی‌هایی که بالاخره طی این چند ساله شاهد بوده و هستیم نادیده گرفته شود که سیاست هویج و چماق ابزار و چاشنی غالب کار آنها بوده است. اما گذشته از همه این مسائل که گفتم به نظر من در یک فضای رها شده که گوشه‌هایی از آن تشریح شد مهم‌ترین ایرادی که می‌توان به روزنامه‌ها گرفت این است که به صورت تخصصی و کارشناسانه وارد موضوعات مختلف نمی‌شوند. منظور بنده تولید نشریه تخصصی نیست بلکه عرصه عمومی می‌تواند تخصصی‌ترین پروژه‌ها را برای روزنامه‌ها جهت پیگیری و تاثیرگذاری مثبت و مستند فراهم سازد که جای این نکته خیلی خالی است.

در پاسخ به این پرسش که مطبوعات در بحران آب در آبادان و خرمشهر چه‌باید می‌کردند؟ البته البته نه تنها در این دو شهر که نام بردیم بلکه در سراسر کشور به نظر مردم رویکرد جدیدی پیدا کردند که شاید بخش زیادی از آن به حق و بخشی دیگر هم از خصومتی و عصبانیت و رشد تکنولوژی است. در بخشی از این رویکرد که عرض شد خب، ملت نگاه می‌کنند به مادر رسانه‌های ایران. اگر واقع بین باشیم رسانه ملی ایران نتوانست آنگونه که خصلت یک رسانه حرفه‌ای است عمل کند. یعنی اصل بی‌طرفی را رعایت نکرده و لذا برای هر مساله‌ای که تبصره و ماده به نفع حاکمیت دارد خب معلوم است که من مردم که به خیلی از عملکردهای حاکمیتی یا دولتی ایراد دارم، در این رسانه جایی ندارم لذا قضیه مردمی می‌شود. مردم بهتر می‌بینند که برای بیان مسائل و نقدها و ایرادها و خبر به رسانه‌هایی که غیر رسمی هستند روی بیاورند. البته اگر رسانه ملی می‌توانست با شبیه‌سازی این موضوع و رعایت اصل بی‌طرفی عمل کند یقیناً وضع به گونه‌ای دیگر بود. بخش دوم رویکردی که عرض کردم نیز ناشی از جهان پست مدرن است. ماست. شما اگر خوب نگاه کنید هر چه از مدرنیته فاصله می‌گیریم کم‌کم قدرت را حالت متمرکز خارج می‌شود. شکستن قدرت به اجزای کوچک‌تر نتیجه رشد تکنولوژی است. وقتی قدرت به صورت تمام عام، آن چه سیاسی و غیر اقتصادی می‌شکند، دسترس مردم به آن بیشتر و بیشتر شده و دولت‌ها و حکومت‌ها محدود و محدودتر می‌شوند. خب در عرصه رسانه هم این تک صدایی شکسته شده و چند صدایی از سبوی مردم به واسطه همین شبکه‌های مجازی پدید آمده است. این در عرصه رسانه، در عرصه اقتصادی شمامی توانید تاکسی اینترنتی را به عنوان اولین گام‌های خروج ثروت از دست دولت‌ها ببینید و همین طور نمونه‌های دیگر... بنابراین مساله فراتر از پاسخی است که انتشارش را دارید. یعنی موضوع ریشه علمی و فرهنگی دارد. باید خیلی عمیق تر از آنچه تصور می‌شود، کار کرد. مدیرمسئول روزنامه آژران

گفت‌وگو

پاسخ ولی‌الله شجاع پوریان به یک پرسش: چرا در بحران آب آبادان و خرمشهر اخبار غیر رسمی بر مردم غلبه کرد؟

از تصمیم‌های اشتباه و مخاطب‌گریز دوری کنیم

گروه اجتماعی

اوایل تیر امسال وقتی اوضاع و کیفیت آب در «آبادان» و «خرمشهر» روبه وخامت گذاشت این رسانه‌های غیر رسمی بودند که جولان دادند و انواعی از شایعه‌ها را این مردم پخش کردند. از جمله آنها انتقال آب به گویت بود که اساساً کذب بود. پرسش این است که چرا رسانه‌های رسمی نتوانستند فضای اطلاع‌رسانی را مدیریت کنند؟ «ولی‌الله شجاع پوریان» یکی از مدیرمسئولان مطبوعات است که علاوه بر تجربه سیاسی، هم در خوزستان کار مطبوعاتی کرده است و هم‌اینک در تهران. او می‌گوید: «اگر ما رسانه‌های منتقد را با حفظ اصول و ارزش‌های واقعی آزاد بگذاریم و از بر خورد سلیقه‌ای و سلبی با رسانه‌ها بپرهیز کنیم؛ با شرایطی که امروز با آن مواجه هستیم، رویه و نمی‌شدیم. اگر رسانه‌های مکتوب در خوزستان حمایت می‌شدند امروز چشم و گوش مردم خوزستان به رسانه‌های خارجی دوخته نمی‌شد و کشور با آسیب‌های کمتری مواجه می‌شد.»

شجاع پوریان، مدیرمسئول روزنامه «همدلی» است. این روزنامه از خوزستان متولد شد و سپس با کسب مجوز انتشار سراسری در تهران به حیات خود ادامه داد. شجاع پوریان علاوه بر آنکه در کارنامه خود سابقه نامه‌نویس ادوار مجلس شورای اسلامی و عضویت شورای اسلامی شهر تهران را دارد داشتن تجربه رزشته زبان و ادبیات عرب در مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری از دانشگاه تهران است و همچنین کارشناسی ارشد حقوق بین‌الملل از دانشگاه پیام‌پور تهران را نیز دارد.

■ شما هم تجربه انتشار روزنامه همدلی را در خوزستان به صورت منطقی دارید و به هم به صورت سراسری. در حال حاضر مردم خوزستان به هیچ وجه روزنامه مطالعه نمی‌کنند و اعتماد چندانی به اخبار رسمی ندارند و تنها از طریق شبکه‌های مجازی اخبار را دنبال می‌کنند، فکر می‌کنید چه عواملی باعث ایجاد این بی‌اعتمادی شده‌است؟

متأسفانه یکی از دلایل عدم مراجعه مردم، چه در استان خوزستان و چه در سایر مناطق کشور سیاست‌های رسانه‌ای نادرست در سال‌های گذشته بوده است، شوربختانه در اینکه ما از بسیاری از مسائل عبرت نگرفتیم و این اشتباه را ادامه می‌دهیم. رسوخ برخی ذهنیت‌های اشتباه در میان مدیران باعث تشدید نگاه‌های آمیخته به رسانه‌ها شده و همین موضوع بی‌اعتمادی به مراجع رسمی خبر را دامن زده است. در واقع برای مردم شاید خیلی راحت‌تر باشد که اخبار و اطلاعات محیط بیرونی خود را از طریق رسانه‌های رسمی مثل رسانه ملی، رادیو و سایر رسانه‌های رسمی دنبال کنند. اما وقتی اخبار لازم با واقعی در دست از این رسانه‌ها رایه نمی‌شود، ناخودآگاه به سمت رسانه‌های غیررسمی، نامعتبر و خارج از کشور متمایل می‌شوند؛ لذا دلیل عدم تمایل افکار عمومی به رسانه‌های رسمی را باید در عملکرد خودمان ببینیم. بسیاری از مدیران ما هنوز متوجه تغییر فضاهای رسانه‌ای و موج دهکده جهانی و عصر ارتباطات نشده‌اند و فکر می‌کنند می‌توانند اطلاعات را آن گونه که خودشان می‌خواهند جهت دهند و به افکار عمومی ارائه کنند. فارغ از اینکه شهرت‌اند امروز به یک رسانه بسنده نمی‌کنند، بلکه روایت‌های مختلفی

روایت محلی

رضا علیجانی، مدیر خانه مطبوعات خوزستان:

مسئولان و رسانه‌ها از شبکه‌های اجتماعی جاماندند

ما حداکثر ۵ هزار نسخه تیراژ دارند. پایگاه‌های خبری البته وضعیت شان خیلی بهتر است. به هر حال خوزستان کل تابعی از کل کشور است. اوضاع رسانه‌های مکتوب در کل کشور خوب نیست. چند سال پیش وقتی نشریات سراسری و موقتی خوزستان توزیع می‌شدند، فروش بالایی داشتند. الان با وجود اینکه روزنامه‌های با کیفیتی هم تولید می‌شود اما با اقبال کمی روبه‌رو شده‌اند و در مقایسه با گذشته، مردم کمتر روزنامه می‌خرند. نتیجه اثرگذاری رسانه‌های هم می‌شود. رسانه‌های خوزستان در موضوع‌های مهمی مانند زیرگردان آب و سفلاند. نشست‌ها و میزگردهای تخصصی می‌گذارند اما واقعیت این است که نسخه مکتوب این نشریات مشتریان زیادی ندارد مگر اینکه نشریات کانال تلگرام و سایت داشته باشند آن وقت این اثرگذاری افزایش می‌یابد. از طرف دیگر تعدد نشریات باعث شده درآمدهای نشریات کم شود. آنها نیروهای حرفه‌ای شان را تعدیل کرده‌اند. وقتی رسانه‌ای با کمبود خبر حرفه‌ای روبه‌رو باشد مسلماً کیفیت نشر به هم آسیب می‌بیند.

■ در شرایطی که مردم به ویژه در ماجرای اخیر بحران آب در خوزستان به هیچ عنوان به منابع رسمی اعتماد ندارند، رسانه‌های رسمی چه باید بکنند؟

رسانه‌های رسمی باید از سیاست و استراتژی اشتباه و مخاطب‌گریز خود در سال‌های گذشته دوری کنند و شفافیت و صداقت رسانه‌ای را در پیش گیرند. هیچ شکالی ندارد برخی نقدها و صداهای مخالف در رسانه‌های رسمی مطرح شود، اگر رسانه‌های رسمی از انحصار یک جناح یا گرایش سیاسی و فکری خاص خارج شوند و تبلور افکار و طیف‌های فکری و سیاسی مختلفی باشند، شک نکتید مراجعه به رسانه‌های بیگانه کاهش پیدا می‌کند. در خلأ رسانه‌های رسمی منتقد، رسانه‌های بیگانه رشد کرده‌اند و راه مقابله با آنها پیمایش در فضای اجتماعی مدیران نقش در جامعه‌ها است. طیف‌های مختلف جامعه باید پذیرش نقد در جامعه‌ها داشته باشند.

■ بررسی‌های میدانی خبرنگار «عتقاد» در هفته گذشته حاکی از این است که مردم شهرهای مانند آبادان، خرمشهر و اهواز در ماجرای بحران کیفیت آب و شرایط پیرامون آن تحت چندانی به رسانه‌های محلی ندارند و بیشتر تاتیر فضای اطلاع‌رسانی غیررسمی هستند. وضعیت مطبوعات محلی در استان خوزستان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در گذشته تیراژ رسانه‌ها در خوزستان خیلی خوب بود اما الان تعداد مخاطبان رسانه‌های محلی و سراسری خیلی کم شده‌اند. الان در بهترین حالت مهم‌ترین نشریه‌های



از یک رویداد یا خبر را از منابع مختلف پیگیری می‌کنند و چه بسا وقتی به نیازهای آنان در یک رسانه پاسخ داده نشود دیگر به آن رجوع نمی‌کنند. بسیاری از این تصمیمات اشتباه از سوی افراد و مراجعی صادر می‌شود که بسا نیت و غرض وی ندارند، بلکه در راهکار و راهکار اشتباه می‌کنند. در همین مدت اخیر شمار بررسی کتید بعد از فیلتر شبکه‌های اجتماعی خارجی و به دنبال آن ایجاد ممنوعیت برای رسانه‌ها معتبر در شبکه‌های اجتماعی خارجی، افکار عمومی به سمت رسانه‌های فاقد اعتبار و نامشخص سوق داده شدند که اکثر آنها معاند و ضد منافع ملی هستند یعنی با اعمال محدودیت برای رسانه‌های منتقد معتبر، فضای مناسبی برای رسانه‌های نامعتبر فراهم شد تا مخاطبان جدیدی جذب کنند. همین رویکرد دوگانه در سایر عرصه‌های رسانه‌ای نیز حکم است و متأسفانه از عواقب پیامدهای منفی چنین تصمیماتی به راحتی عبور می‌شود و نتیجه این می‌شود که بسیاری از مردم اصولاً رسانه‌های خبری داخلی را دنبال نمی‌کنند یا در صورت رایه اخبار متفاوت، رسانه‌های خارجی را مورد استناد قرار می‌دهند. اگر ما رسانه‌های منتقد را با حفظ اصول و ارزش‌های واقعی آزاد بگذاریم و از برخورد سلیقه‌ای و سلبی با رسانه‌ها بپرهیز کنیم، شرایطی که امروز با آن مواجه هستیم، روبه‌رو نمی‌شدیم. اگر رسانه‌های مکتوب در خوزستان حمایت می‌شدند امروز چشم و گوش مردم خوزستان به رسانه‌های خارجی دوخته نمی‌شد و کشور با آسیب‌های کمتری مواجه می‌شد.

■ در شرایطی که مردم به ویژه در ماجرای اخیر بحران آب در خوزستان به هیچ عنوان به منابع رسمی اعتماد ندارند، رسانه‌های رسمی چه باید بکنند؟

رسانه‌های رسمی باید از سیاست و استراتژی اشتباه و مخاطب‌گریز خود در سال‌های گذشته دوری کنند و شفافیت و صداقت رسانه‌ای را در پیش گیرند. هیچ شکالی ندارد برخی نقدها و صداهای مخالف در رسانه‌های رسمی مطرح شود، اگر رسانه‌های رسمی از انحصار یک جناح یا گرایش سیاسی و فکری خاص خارج شوند و تبلور افکار و طیف‌های فکری و سیاسی مختلفی باشند، شک نکتید مراجعه به رسانه‌های بیگانه کاهش پیدا می‌کند. در خلأ رسانه‌های رسمی منتقد، رسانه‌های بیگانه رشد کرده‌اند و راه مقابله با آنها پیمایش در فضای اجتماعی مدیران نقش در جامعه‌ها است. طیف‌های مختلف جامعه باید پذیرش نقد در جامعه‌ها داشته باشند.

رسانه‌های بی‌هویت‌شاید این سیاست برای بخش‌هایی از جامعه موثر باشد، اما اغلب طبقه متوسط شهری مسیر دوزدن منابع و استفاده از شبکه‌های اجتماعی را به راحتی به کار می‌بندد و آن وقت تازه مسیرهای تازه‌ای پیش روی آنها باز می‌شود که آسیب‌ها و افت‌های خودش را به دنبال دارد. مثلاً فردی که تا دیروز فقط یک نرم‌افزار پیام‌رسان داشت، امروز با داشتن فیلترشکن انگیزه پیدا می‌کند به سراغ سایر فضاهای مسدود برود و این موضوعی است که بسیاری از سیاست‌گذاران از توجه به آن غافل هستند؛ لذا اگر قرار است اقبال مردم به رسانه‌های بی‌هویت و فاقد اعتبار کم شود باید به رسانه‌های داخلی و به ویژه مکتوب توجه بیشتری شود. در گذشته بسیاری از شهروندان خود را ملزم به کسب خبر از رسانه‌های مکتوب می‌دانستند، حتی با حضور اینترنت و رشد پایگاه‌های خبری توجه مردم به رسانه‌های مکتوب کاهش محسوسی نداشت، اما با گسترش شبکه‌های اجتماعی، گرایش به رسانه‌های مکتوب کاهش یافت، چرا که رسانه‌های مکتوب هم اثر خود را برای اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی از دست داده بودند، چون با کوهی از دغدغه‌ها، مشغله‌ها، محدودیت‌ها و منابع روبه‌رو بودند و عقل سلیم حکم می‌کردند یا چند کلیک صاحب یک رسانه شوند و از پاسخگویی هم میرا باشند.

چهاره‌اگر کوتاه‌مدت و بلندمدتی برای بازگرداندن فضای اقبال به رسانه‌های مکتوب پیشنهاد می‌دهید؟

ابتدا باید به مردم تذکر دادیم، دنیای امروز دنیای انحصار نیست و مردم در میان گزینه‌های مختلف، رسانه‌های مطلوب خود را انتخاب می‌کنند؛ لذا اصرار بر رویکرد‌های سنتی در حوزه رسانه باید کنار گذاشته شود، باید بپذیریم نمی‌توان برای نسل جوان امروز که چه‌ساز استفاده از تکنولوژی روز بسیار ماهرتر از نسل گذشته‌است تعیین تکلیف کرد و این حق را از او سلب کرد. قوانین مربوط به رسانه‌ها باید به روز و تعدیل شوند. این ذهنیت در جامعه باید نهادینه شود که در صورت افشای یک فساد در جامعه یا فرد فاسد برخورد قضایی می‌شود نه با خبرنگار و رسانه، اگر این تغییرات اثر خود می‌توانیم امیدوار باشیم اعتماد به رسانه‌های رسمی بیشتر می‌شود در غیر این صورت بارش سریع ابزارهای ارتباطی قطعاً شرایط سخت‌تر از این نیز خواهد شد. یعنی بیش از هر عنصر دیگری، ذهنیت مدیران مادر در خورد با رسانه‌ها باید تعدیل شود. در سال‌های گذشته به جای حمایت از رسانه‌های خصوصی، هر نهاد و دستگاهی یک رسانه برای خود ایجاد کرده و عدم استقلال مالی این رسانه‌ها، افکار عمومی را هم بای‌اعتمادی روبه‌رو کرده است. مأموریت رسانه‌های رسمی دخیل بوده‌اند، گسترش بی‌رویه فضای مجازی و عدم حمایت از رسانه‌های مکتوب بوده است. شما همین اکنون قوانین مربوط به مطبوعات رسمی کشور را با قوانین و مقررات رسانه‌های مجازی مقایسه کنید، در فضاهای مجازی هیچ فیلتر و نظارت مشخصی وجود ندارد و هر فردی در هر مدرک و تخصص و دامنه دانش رسانه‌ای می‌تواند صاحب رسانه شود، اما برای رسانه‌های مکتوب هزار و یک مانع و دیوار وجود دارد، که باعث دلسردی رسانه‌های مکتوب می‌شود. اینکه یک نرم‌افزار پیام‌رسان که کارکرد پیام‌رسانی شخصی دارد یک بزرگ‌ترین مرجع خبری کشور تبدیل می‌شود یعنی ما در برهه‌هایی تصمیمات اشتباهی گرفتیم؛ این اشتباه با بستن آن نرم‌افزار جبران نمی‌شود بلکه باید به خودمان نگاه کنیم و جاذبیت‌های رسانه‌های خودمان را افزایش دهیم تا افکار عمومی قانع شود که اخبار خود را از ما بگیرد و نه

به‌طور مشخص روزنامه‌ها و نشریات مکتوب چطور می‌توانند در ایجاد اعتماد در چنین شرایطی عمل کنند؟

یکی از ایرادات مهمی که در افزایش بی‌اعتمادی جامعه نسبت به رسانه‌های رسمی دخیل بوده‌اند، گسترش بی‌رویه فضای مجازی و عدم حمایت از رسانه‌های مکتوب بوده است. شما همین اکنون قوانین مربوط به مطبوعات رسمی کشور را با قوانین و مقررات رسانه‌های مجازی مقایسه کنید، در فضاهای مجازی هیچ فیلتر و نظارت مشخصی وجود ندارد و هر فردی در هر مدرک و تخصص و دامنه دانش رسانه‌ای می‌تواند صاحب رسانه شود، اما برای رسانه‌های مکتوب هزار و یک مانع و دیوار وجود دارد، که باعث دلسردی رسانه‌های مکتوب می‌شود. اینکه یک نرم‌افزار پیام‌رسان که کارکرد پیام‌رسانی شخصی دارد یک بزرگ‌ترین مرجع خبری کشور تبدیل می‌شود یعنی ما در برهه‌هایی تصمیمات اشتباهی گرفتیم؛ این اشتباه با بستن آن نرم‌افزار جبران نمی‌شود بلکه باید به خودمان نگاه کنیم و جاذبیت‌های رسانه‌های خودمان را افزایش دهیم تا افکار عمومی قانع شود که اخبار خود را از ما بگیرد و نه



برق خوزستان و نهادهایی از این دست وابسته‌اند؛ از کار استاندارد و حرفه‌ای شان دور افتاده‌اند، چقدر این تقدار اوارده می‌دانید؟

این طور نیست. اتفاقاً نشریات ما عموماً رویه انتقادی دارند. الان بیشتر در آمد نشریات از محل آگهی‌ها است و دولتی و آگهی‌های شهرداری‌ها تأمین می‌شود. خصوصاً در شهرستان‌ها اصلاً این گونه نیست. از نظر من در جامعه رسانه‌های خوزستان نیروهای خوبی داریم می‌توانیم آنها را فعال کنیم اما اکنون اقتصاد ضعیف رسانه‌ها موجب شده نتوانند از این نیروها استفاده کنند. خبرنگاران از نظر معیشتی و بیمه‌ای مشکلات متعددی دارند در چنین شرایطی نمی‌توانیم انتظارات زیادی داشته باشیم.

■ تصور می‌کنید این تجربه اخیر می‌تواند زمینه‌ساز این آموزش‌ها باشد؟

ماندنیال آموزش نیروهای رسانه‌ها هستیم. با مدیر خانه مطبوعات کشور و مسئولان موسسه نشر آوران هم جلسه‌ای داشته‌ایم و یکی از پیشنهادها این بود که برای آموزش رسانه‌های مجازی بیشتر کار کنیم. برای آموزش رسانه‌های مکتوب دارند و هم درآمد دارند اما آمادگی حرفه‌ای لازم برای انتشار اخبار در زمان بروز بحران را ندارند. کار آموزشی و تقویت فضای حرفه‌ای می‌تواند حمایت وزارت ارشاد است. وزارت ارشاد باید از برنامه‌های آموزشی ما حمایت کند تا فضای حرفه‌ای رسانه در استان تقویت شود.

بادداشت

دلیل کاهش اعتماد مردم به رسانه‌های رسمی و مطبوعات



کاهش اعتماد عمومی به منابع رسمی و مطبوعات چند علتی است و نمی‌توان برای آن یک دلیل عمده را برجسته کرد، اما ظهور رسانه‌های نوین و تسهیل دسترسی مخاطبان به منابع متعدد خبری را می‌توان به عنوان اولین دلیل نام برد. البته این مساله جهانی است و مختص ایران یا مناطقی مثل خوزستان نیست، در عین حال میزان و وسعت آن به تناسب مختصات جغرافیایی و فرهنگی هر منطقه و کشور متفاوت است. اما به طور ویژه در مورد ایران این افت نسبت به سایر کشورهای منطقه و جهان شدیدتر بوده است که دلایل داخلی دارد. در مورد خوزستان هم باید گفت خوزستان به عنوان منطقه‌ای حادثه‌خیز دارای میزان بالای مهاجرت نخبگان و رتبه پایین آموزشی و تحصیلی و فاقد کمترین امکانات رفاهی در کشور است. قطعاً این مساله در افت کیمت و کیفیت مطبوعات و کاهش اعتماد مخاطبان به رسانه‌های مکتوب در این استان تاثیر مستقیم دارد.

بخش دیگر از دلایل را باید در خود مطبوعات و همچنین سیاستگذاری‌های کلان در این حوزه جست‌وجو کرد. مطبوعات ایران به تناسب رشد فضای رسانه‌ای و تغییرات عمده‌ای که عرصه تکنولوژی‌های فنی و رسانه‌ای و تغییر سمت و سوهای سیاستگذاری‌های رسانه‌ای را تجربه نکرده‌اند، سمت و سوی سیاستگذاری‌ها در مطبوعات رسمی و مطبوعات ایران همچنان یکسویه است و توجه چندانی به ذائقه مخاطبان و به تبع آن در فضای عمومی توجه چندانی به مطالبات واقعی مردم ندارند. این شامل کل ساختار ذهنی و فرهنگی حاکم بر رسانه‌ها و مکتوب ما می‌شود، مطبوعات محلی و مطبوعات خوزستان هم از این قاعده مستثنی نیستند. از سبوی دیگر مطبوعات با مشکلات و مسائل فراوانی از جمله مسائل مالی دست و پنجه نرم می‌کنند. این باعث می‌شود ناچاراً انتظارات مان را از خودمان و مطبوعات بر اساس توان و ظرفیت موجود تنظیم کنیم. به‌طور عمده در مورد مطبوعات ایران و اساساً حوزه فرهنگ و رسانه باید گفت «ثبات» و «امنیت» اقتصادی و روحی- روانی شرط اولیه توسعه فرهنگ و رسانه‌ای است، اما متأسفانه هر تغییری در فضای سیاسی یا اقتصادی اولین تاثیرش را در همین حوزه می‌گذارد. مطبوعات در گذشته محل امنی برای سرمایه‌گذاری بوده‌اند، اما در حال حاضر این عرصه جزو پرمخاطره‌ترین عرصه‌ها در حوزه فعالیت و اشتغال است. در شرایطی که مطبوعات درگیرودار مسائل متعددی از جمله مساله تأمین مواد اولیه تولید مانند کاغذ، مسائل چاپ و توزیع، مسائل قضایی و حقوقی و انواع و اقسام فشارها و تهدیدهای روانی هستند، نمی‌توان انتظار بیش از این از مطبوعات داشت. البته این مسائل و مشکلات هرگز توجهی برای شانه خالی کردن از بار اصلی مسئولیت روزنامه‌نگاری و روزنامه‌داری نباید باشد.

درباره پایداری و ناپایداری در این عرصه به نظر بهتر است کار مطالعاتی و تحقیقاتی صورت پذیرد خصوصاً علاقه‌ای به ارائه راهکارهای فوری و مطالعه نشده ندارم. کم‌اینکه تاکنون راهکارهای ضرب‌الاجلی در این حوزه که بعضاً با تغییرات دولت‌ها صورت پذیرفته است نتایج مطلوبی به همراه نداشته است. اساساً من مشکل را در همین تغییرات و بی‌ثباتی در حوزه سیاستگذاری و برنامه‌ریزی می‌بینم. همان طور که قبلاً گفتم خود سیاستگذاران هم باید اصلاح شود و ما باید به سمت و سویی پیش برویم که اولاً زمینه‌گذاری‌ها در همه بخش‌ها از جمله سیاست‌های حمایتی و ارشادی تابع تغییرات مدیریتی و تغییر دولت‌ها نباشد. دوم اینکه این سیاست‌ها به سمت تقویت «فضای رسانه‌ای متکثر» سوق باید. به این معنا که بنگاه‌های مطبوعاتی بزرگ و دولتی به تدریج از لیست حمایت‌های دولتی باید حذف شوند یا در رده‌های پایین‌تر حمایتی قرار گیرند. اساساً قاعده حمایت در کل دنیای توسعه یافته چنین است. ما در همه حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و سیاسی ابتدا باید عرصه «قابات» را فراهم کنیم در حالی که در کشور ما عرصه رقابت بسیار محدود است، نوع و تعداد بازیگران هم در همه عرصه‌ها مشخص و محدود فرض شده است. هیچ کدام از دولت‌های اصلاح‌طلب و اصولگرا نیز در این زمینه موفق عمل نکرده‌اند و همین موضوع باعث شده حلقه اعتماد در میان گروه‌های مختلف اجتماعی و سیاسی کوچک‌تر شود. فضای موجود در عرصه سیاسی و اقتصادی بیشتر به عرصه «ستیز» می‌ماند نه رقابت، گویا ما به تدریج وارد یک جنگ تمام‌عیار با خودمان برس به دست آوردن غنایم بیشتر می‌شویم و اگر همین مسیر را ادامه دهیم روز به روز به بروز فاجعه داخلی نزدیک‌تر می‌شویم. بنابراین به نظر من مساله کاهش اعتماد را باید در عرصه‌های فراگیرتر اجتماعی و سیاسی از جمله کاهش اعتماد به احزاب و گروه‌های سیاسی و مسئولان نیز جست‌وجو کرد. مطبوعات به دلیل وابستگی نسبی به نظام سیاسی تنها حلقه‌ای از این زنجیره هستند.

مدیرمسئول روزنامه روزان