

نقدی بر نشست استادن پیشکسوت روزنامه‌نگاری با عنوان «بحران بی‌اعتمادی»

آدرس «بی‌اعتمادی» اشتباهی داده شد!

■ غلامرضا صادقیان اسر دبیر

چند تن از استادان و پیشکسوتان روزنامه‌نگاری ایران، تصویری تلخ از وضعیت مطبوعات کشور به دست داده‌اند. برخی از سخنان یا بیشتر گفته‌ها درباره‌ی ساختار روزنامه‌نگاری در ایران درست است! ولی بشدت ناکافی و غیر دقیق و گاهی دچار سطحی‌نگری و سیاست‌زدگی است. در این سطح از استادان نباید توجیهات دلایل «بحران اعتماد به روزنامه‌ها» بوی سیاسی بدهد و دلایل علمی دور شود. متأسفانه در یک جناح سیاسی در ایران، حتی وقتی جلسه‌ای به ظاهر علمی می‌گذارند تا بحران‌ها را واکاوی کنند، نمی‌توانند خود را از دامی که نگاه سیاسی‌شان پهن کرده است، رها کنند. به همین دلیل در چند بخش اشتباهات و برائت‌گری را که استادان در مقدم در نقدها داشتند و برخی مسائل اساسی را نادیده گرفتند، بررسی می‌کنم.

■ بحث سیاسی گردیده علمی!

استادان کلاز! کاهش اعتماد عمومی، محدودیت‌های حرفه‌ای، وابستگی اقتصادی، فشارهای امنیتی، ضعف تشکل‌های صنفی، روزنامه‌های کم‌برقم و «تعداد مدیران و سردبیران بیش از خبرنگاران» به عنوان دلایل بحران سخن گفتند. یکی از حاضران (صدیقی) می‌گوید مردم دیگر روزنامه‌ها را نمی‌خوانند و نمی‌خرند، چون خودشان رادر آنها نمی‌بینند. دیگری (فرقانی) از انتقال مرجعیت رسانه‌ای به خارج از کشور سخن می‌گوید و تأکید می‌کند که روزنامه‌نگاری امروز بیش از هر چیز به استقلال حرفه‌ای، اخلاق، آموزش، استقلال اقتصادی و تشکل‌های صنفی نیاز دارد.

این‌ها حرف‌های خوبی است ولی نباید دلایل اصلی و جهانی تضعیف روزنامه‌های مکتوب و آن همه تغییرات بنیادین رابطه‌ی مردم با رسانه را نادیده گرفت و فقط بحث‌ها را با مقیاس و متر یال سیاسی پیش برد. بحران روزنامه، جهانی است و اگر آن را به برخی کمبودها و فشارها فرو ناستیم، حقیقت را کتمان کرده‌ایم.

در این نشست، تقریباً تمام بحران از دریچه‌ی «بحران مطبوعات ایران» دیده می‌شود. ولی روزنامه و روزنامه‌نگاری در سراسر جهان نیز یادگر گونی عظیمی مواجه شده است. اگر این بخش از ماجرا نادیده گرفته شود، ممکن است تصور کنیم اگر فقط محدودیت‌های سیسی برطرف شود، استقلال اقتصادی ایجاد شود و روزنامه‌نگاران آزادانه‌تر بنویسند، مردم دوباره روزنامه خواهند خرید و خواهند خواند. چنین نتیجه‌ای به هیچ وجه قطعی نیست.

ایشان دو بحران داخلی و جهانی را با هم یکی کرده‌اند. بحران روزنامه چونان یک رسانه مسئله دیگری است. این بحران در امریکا، اروپا، ژاپن، کره، استرالیا و بسیاری جوامع دیگر هم وجود دارد، حتی در محیط‌هایی که مطبوعات آزاد و حرفه‌ای‌ند. مردم در سراسر جهان الزاماً به این دلیل از روزنامه کاغذی رویگردان نشده‌اند که به روزنامه‌نگار، یا به حکومتی که رسانه‌داری می‌کند، اعتماد ندارد بلکه معماری مصر ف اطلاعات عوض شده است. این تمایز را استادان سهواً با عمداً نادیده گرفتند که هر دو ناپخشونی است. سال‌هاست کسانی که حتی خارج از فضای علوم از تباطات هستند، این تغییر در معماری مصرف را دیده‌اند و هشدار می‌دهند که باید رسانه‌های الگوی خود را تغییر دهند.

استادان پیشکسوت تصور می‌کنند اگر روزنامه «خوب» باشد، مردم آن را خواهند خواند. این پیش فرض پنهان سخنان ایشان است. مثلاً صدیقی می‌گوید «مرد ما رانی خوانند. نمی‌خرند چون خودشان رادر آن نمی‌بینند». گویی «مرد مردم خودشان رادر روزنامه ببینند، دوباره به روزنامه باز می‌گرند» ولی این قطعی و واقعی نیست. فرض کنیم فرد محدودیت‌های سیاسی بر نداشته شود و روزنامه‌ای با بهترین خبرنگاران تحقیقی، بهترین گزارش‌ها و بالاترین استانداردهای اخلاقی منتشر شود. آیا مردم به دک‌ها هجوم می‌برند؟ مخاطب از دو دهه پیش تغییراتی رادر مواجه‌ی خود با رسانه داده است که سردبیران از آن غافل مانده‌اند و این تغییرات ربطی به دلایل استادان ندارد. مثلاً مخاطب می‌گوید خبر را همین الان در تلگرام بگیرم؟ ویدئوی رویداد رادر اینستاگرام ببینم؟ تحلیل را در پادکست گوش کنم؟ بروم ببینم در اکس (توییט) چه خبر است؟ اخبار فوری را از چند سکوی متفاوت ببینم؟ موضوع را تخصصی دنبال کنم؟ برای همین آخری، الگوریتم، بخش بزرگی از این اطلاعات رادبن اینکه او جست‌وجویی کرده باشد، مقابلهت قرار می‌دهد. بنابراین روزنامه دیگر دروازه ورود به جهان اطلاعات نیست و این تغییر، بسیار بنیادی‌تر از «بی‌اعتمادی به مطبوعات» است.

■ انقلاب نگرش مخاطب نه انقلاب به مرجعیت!

استادان همگی در کیهان دهه‌های پنجاه تا هفتاد بوده‌اند. در آن زمان کیهان خودش مرجع بود. خبرنگاری که مثلاً دادگاه کرپالشی را می‌رفت می‌داشت تابه روزنامه بازنگردد و گزارشش چاپ و روزنامه منتشر نشود (آن زمان چاپ عصر بود) حتی مقامات عالی‌به نمی‌دانند در دادگاه چه گذشته است! ولی اکنون؟! انقلاب اصلی، انقلاب «مرجعیت» نیست. انقلاب دنبال‌گری است که شاید بتوان آن را چگونگی یافتن زاویه‌ی نگرش و توجه و توزیع آن دانست.

می‌گویند «مرجعیت به خارج منتقل می‌شود». درست‌ا ولی این ادعا هنوز با منطق قدیمی رسانه بیان شده است. قبلاً با دوروزنامه اطلاعات و کیهان پرشش این بود که چه کسی مرجع اینفورمیشن است؟ امروز پرشش این است که «چه کسی می‌تواند توجه مخاطب را جلب کند؟»

■ مشکل حرفه‌ای بودن نیست

ممکن است یک روزنامه از نظر حرفه‌ای بسیار معتبر باشد، ولی مردم آن را نخوانند. درباره‌ی دوروزنامه‌ی اعتماد و شرق از یکی از گروه استادان محترم شنیدم (والیته صحت‌سنجی آن کار دشواری نیست) که فقط ۳۰ تا ۵۰ شماره منتشر می‌کنند. سبازندگی از این هم کمتر. یعنی به هر د که در تهران یک روزنامه هم نمی‌رسد. آیا این روزنامه‌ها نیز مشکل

حرفه‌ای بودن و وابسته بودن به حکومت و نداشتن استقلال اقتصادی و رعایت نکردن اخلاق حرفه‌ای و نداشتن آموزش تخصصی دارند؟! واکنهی من خود سه دهه است که به کثیری از روزنامه‌نگاران فعلی مملکت آموزش داده‌ام و از خود استادان دانشگاه علامه شنیده‌ام که بسا گسانی از استادان این دانشگاه که هرگز یک تجربه‌ی ره را از نزدیک ندیده‌اند و هرگز گزارش‌سی از آنان در روزنامه‌ها چاپ نشده است، ولی در دانشکده، گزارش نویسی و خبرنگر نویسی تدریس می‌کنند! این دیگر مستقیماً به نهاد علمی دانشگاه و مستقیماً به خود استادان مربوط است نه مثلاً به مسائل سیاسی.

گاهی یک روزنامه (چه اصلاح طلب و چه اصولگر) کاملاً حرفه‌ای منتشر می‌شود ولی تیراز ندارد. برعکس، یک کاتال تلگرامی اعتبار حرفه‌ای ندارد و فقط مثل در‌هاخبار خبرگزاری‌های بزرگ رادر کاتال خود فروارد می‌کند، ولی میلیون‌ها نفر آن را دنبال می‌کنند! بنابراین اعتبار، توجه و مرجعیت سه چیز متفاوت شده‌اند. رسانه سنتی و استاد سنتی هنوز غالب‌این سه را یکی می‌گیرد.

■ برعکس! مردم از خبر اشباع شده‌اند!

مرد امروز الزاماً «کم‌خبر» نیستند. نسل امروز ممکن است روزنامه نخرد، ولی این به معنای بی‌الگهی به اخبار نیست. حتی ممکن است یک فرد در طول روز با حجم عظیمی از اطلاعات مواجه شود. خبر فوری، ویدئو، میم، تحلیل، کاننت، پادکست، تویییت، پیام‌رسان، خبرگزاری، اینفلوئنسر، داده، نمودار، ویدئوی شهروندی. پس برعکس نظرات استادان، مسئله ممکن است اشباع اطلاعات باشد، نه کمبود آن! یک زمانی کیهان بود و تمام آن زمان مسئله این بود که «چگونه اطلاعات بیشتری به دست بیاوریم؟» اکنون مشکل به شکل فرآیندهای این است که «از میان این حجم عظیم اطلاعات، به چه چیزی توجه کنیم و چه چیزی را بایور کنیم؟» سال‌هاست از همکاران می‌خواهم به این تفاوت خوب بنگردن و سعی کنند در شیوه‌ی کار خود تغییر بدهند.

■ تغییر وظیفه‌ی روزنامه‌نگاری

وظیفه‌ی روزنامه‌نگاری باید از «خبررسانی» به «هنادادن» تغییر کند. فرقانی می‌گوید «وظیفه‌ی امروز مطبوعات پرداختن به راستی آزمایی اخباری است که در شبکه‌های مجازی منتشر می‌شود.» برعکس استادان! کار اول‌در شأن روزنامه نیست! تألیا روزنامه‌ی فردا حمل خبری برای راستی آزمایی خبر امروز نیست! تا فردا از راه رسد، خبرهای دروغین امروز ما را درسته خوردند و هضم کرده‌اند! عجیب است که چنین می‌گویید. خبر شبکه‌ها را باید در همان لحظات و در همان شبکه‌ها راستی آزمایی کرد. واکنهی ناهکی روزنامه‌ها به تحطیات، چند روز می‌تواند تغییر نمی‌شوند، آن وقت باید چه کرد؟! حتی اگر به تمامی این‌ها چشم ببوشیم، وظیفه‌ای که شما برای مطبوعات بر می‌شمارید، کافی نیست، زیرا در آن صورت هم کسی نمی‌گوید بروم روزنامه بخرم و مخاطب روزنامه باشم تا بدانم «این خبر تلگرام درست است یا آن یکی غلط است؟» چرا؟! چون هوشواره (هوش مصنوعی)، موتورها، جست‌وجور، رسانه‌های تخصصی و حتی کاربران شبکه‌های اجتماعی هم می‌توانند بخشی از این کار انجام دهند. ارزش افزودمی روزنامه‌نگاری آینده باید بیشتر در این باشد که تحقیق، زمینه‌سازی، ارتباط دادن رویدادها، تبیین، تحلیل، کشف روابط پنهان و روایت را چاره کنند. یعنی از «چه اتفاقی افتاد؟» به «چه اتفاقی افتاد، چرا افتاد، معنایش چیست و در ادامه باید چه چیزی را متماشا کنیم؟» حرکت کند.

■ رقیب روزنامه را نشناختید!

امروز – و از بیست سال پیش – رقیب روزنامه، تمام اینترنت است. حتی اینترنت هم رقیب اصلی نیست. اقتصاد «گرش مخاطب»، رقیب است. یعنی در دنیایی که اطلاعات فراوان و تقریباً رایگان است، دعوا بر سر نگرش انسان است. رسانه‌ها، و سکوها برای جلب و نگه داشتن همین نگرش و توجه، با یکدیگر رقابت می‌کنند. بنابراین مسئله آن گونه که استادان می‌گویند این نیست که در ایران نمی‌گذارند «هر اطلاعاتی



را تولید کنیم»، بلکه مخاطب امروز بیشتر از هر چیز به وقت و ساعت و سرعت مطالعه‌ی اخبار توجه می‌کند. مثلاً برای خواندن یک گزارش در روزنامه یک ربع ساعت وقت لازم است، ولی اینستاگرام یا تلگرام می‌تواند در همان زمان ده‌ها محتوای کوتاه جلوی چشم در بگذارد. به همین دلیل «توجه» خودش به یک کالای اقتصادی تبدیل شده است. روزنامه‌ای مخاطب می‌خواهد مثلاً نیم ساعت بنشیند و چند مقاله بخواند در مقابل شبکه‌های اجتماعی با الگوریتم‌هایی طراحی شده‌اند که بتوانند توجه او را بازدهای چند ثانیه‌ای تصاحب کنند! این تفاوت، فناوریانه نیست، تفاوت در معماری شناختی مصرف اطلاعات است.

■ با کدام سرمایه اجتماعی انقلاب شد؟!

مرجعیت‌های سنتی (از علم گرفته تا روزنامه) در جهانی که زندگی می‌کنید در حال فروپاشی است. امروزه مخاطب عادت کرده که حقیقت را با مقایسه چند کانال تلگرامی متناقض به‌دست آورد، و خودش سبک‌وسنگین کند، نه با اتکا به یک روزنامه خاص. این یک پدیده جهانی است و ربطی به «فاصله دولت و ملت» در ایران مشروطه ندارد که بگوییم «جامعه‌ی ما سرمایه‌ی اجتماعی همیشه پایین بود». از قبل از انقلاب مشروطه تا الان؟! عجیب است که از دو انقلاب (مشروطه و اسلامی) یاد می‌کنیم ولی با ادعای سرمایه‌ی اجتماعی کم! پس با چه چیز انقلاب شد و انقلاب اسلامی با چه چیز حفظ شد، حتی با چنین دشمن جهانی یکدست و بیرائت‌گری؟!

ممکن است گفته شود منظور از سرمایه‌ی اجتماعی نوع «همبسته» یا همان اعتماد و همبستگی درون گروه‌ی نیست که مانند اعتماد انقلابیون به یکدیگر، انقلاب مشروطه



است و آیا خبری هست که نخوانند و ندانند و هکذا تحلیلی و شخصیتی و حرف تازه‌ای؟!

■ نسل‌شناسی رسانه‌ای کرده‌اید؟!

آیا استادان محترم، «نسل‌شناسی رسانه‌ای» کرده‌اند؟ شاید مسئله را عمدتاً از منظر دوره‌ای که روزنامه در مرکز اکوسیستم اطلاعاتی قرار داشت تحلیل کرده‌اند. اگر نه، چرا به این مهم‌ی بی‌توجه‌اند؟

اکنون نباید پرسید که «چرا مردم روزنامه نمی‌خوانند؟» باید پرسید «در جهانی که تولید، توزیع، اعتبار‌سنجی و مصرف اطلاعات از نهاد روزنامه جدا شده است، اصلاً روزنامه‌نگاری چه کارکرد منحصر به فردی دارد که هنوز هیچ چیز دیگری نمی‌تواند جای آن را بگیرد؟»

اگر این پرسش پاسخ داده نشود، حتی تحقق تمام پنج اصل پیشنهادی استاد فرقانی (استقلال حرفه‌ای، اخلاقی حرفه‌ای، آموزش، استقلال اقتصادی و تشکل حرفه‌ای) لزوماً روزنامه را دوباره به رسانه‌ای مرکزی در زندگی مردم تبدیل نمی‌کند. ما با انقلاب انسان‌شناختی و فناوریانه در نسبت انسان امروز با «خبر» مواجهیم. بحران «ساختار تولید» نادرست نیست، ولی ریشه کن شدن عادت خطی روزنامه‌خوانی با زیستن در جهان دیجیتال امر دیگری است.

نابید مدام از «مطبوعات» و «روزنامه‌ریختن» گفت، وقتی می‌دانیم نسل جدید (متولدان پس از ۱۳۷۰) اساساً «روزنامه» را یک شیء فیزیکی کم‌کاربرد در عصر اینترنت می‌داند. مردم در سراسر جهان از اسکاندیناوی تا امریکا تا زاین، روزنامه‌ی کاغذی را کمتر می‌خرند (نگاه کنید به سقوط ۷۰ درصدی تیراژ وال استریت ژورنال در ۲۰ سال اخیر)، ولی «خبر» را رها نکردند. امروز مصرف خبر لحظه‌ای، سییال، ویدئویی و بدون تعهد به بردن خاصی شده است.

استادان، کاهش تیراژ را معادل «بی‌توجهی به رسانه» می‌گیرند، در حالی که مخاطب امروز با اسکرول کردن در اینستاگرام یا تلگرام، بیشتر از گذشته خبر مصرف می‌کند، ولی دیگر «تکلیف اخلاقی خواندن سستون اول روزنامه» را ندارد. همان سردبیر یا خبرنگار فلان روزنامه «حکومتی یا مخالف حکومت، فرقی نمی‌کند» وقتی کاتال شخصی می‌زند و حرف همان روزنامه‌ی خود را هم می‌زند مخاطب ده‌ها هزار نفری می‌گیرد ولی سکوی روزنامه‌اش به حتم هزار مخاطب دارد! این را باید فهمید تا علت را شناسایی کرد. اگر خبر و آن هم خبر حکومتی، مخاطب نداشت آن «سنان رسانه» هم نباید دیده می‌شدا.

امروز حتی اگر آزادترین روزنامه‌های جهان را هم به رایگان در ایران بخش کنید، باز هم نسل جوان ترجیح می‌دهد خبر را از یک پیج اینستاگرامی ۳۰ ثانیه‌ای با موسیقی زمینه دریافت کند تا اینکه یک صفحه متنی بلند را بخواند. رقابت امروز رسانه‌ها با الگوریتم‌های تیک‌تاک و یوتیوب است، نه فقط با حاکمیت. استادان این رقیب بزرگ را اصلاً نمی‌بینند و تمام تقصیرها را به گردن «موسم‌سنجی به اطلاعات» می‌اندازند، در حالی که حجم عظیمی از اطلاعات قابل دسترس (حتی خبرهای رسمی) نیز در شبکه‌های اجتماعی پراپیده گرفته می‌شود، چون قالب متن بلند برای مخاطب امروز «وزن روانی» دارد.

■ روزنامه دیگر آن سستون دوست‌داشتنی شما نیست!

نابید «روزنامه‌نگاری» را با «روزنامه کاغذی» اشتباه گرفت. روزنامه‌نگاری نمرده است، غول شده است، حتی در ایران! بله در ایران الان رسانه غول است و این غول از سروکول ما هر لحظه بالا می‌رود. رسانه دیگر آن ستون دوست‌داشتنی و محبوب هفتگی شما نیست! استونی که دیگران هزاران هزار مشتاق نویسندگی – از آن محروم باشند تا یک روزنامه‌نگار رانتی آنجا بنویسد. رسانه دیگر انحصار فلان روزنامه که برای نویسندگان جوان ناز کتند، نیست. اکنون «سنان رسانه» داریم و این انسان رسانه‌ها کار خودشان را می‌کنند. نه از دولت‌ها پارانه می‌خواهند، نه به آنها بدهی معرفتی دارند. باید این وجه از کار را شناخت.

مردم امروز خودشان رادر آینده تصاویر لحظه‌ای گوشی‌های همراه می‌بینند، نه ستون‌های تایپ‌شده روزنامه. به‌شما منظر خریدن روزنامه هستتید؟! روزنامه باید باشد مانند کتاب که در عصر اینترنت و کتاب دیجیتال و صوتی هست و خواهد بود و مانند اسب که هست و حتی ارج و قریش در عصر ماشین بیشتر نیست. باید بداییم روزنامه را چطور حفظ کنیم.

■ سوراخ فساد اینجا نیست

بله مدیرانی هستند که ۱۰ روزنامه را اداره می‌کنند. اشکال فقط فساد اداری نیست، مگر جاهای دیگر یا این فسادها نیست؟ ریشه‌ی این مشکل آنجاست که مدل سنتی فروش نسخه و آگهی کاملاً از بین رفته و روزنامه‌ها برای بقا، مجبور به ویتربین‌فروشی امتیاز شده‌اند. در کشور‌های توسعه‌یافته نیز روزنامه‌ها با همین معضل روبه‌رو هستند و دارند خود را به مدل اشتراک دیجیتال یا بنیادهای خبریه تبدیل می‌کنند. در تحلیل استادان، حتی یک اشاره به ضرورت را ماندازی پادکست، نیوزلتر (خبرنامه‌ی ایمیلی یا پیامکی) یا تولید محتوای تصویری به دست روزنامه‌نگاران نشد. یعنی ایشان هنوز روزنامه‌نگار را «نویسند» می‌دانند، در حالی که روزنامه‌نگار امروز باید «مولتی‌مدیا» باشد.

مردم ایران – و بلکه جهان – روزنامه نمی‌خرند ولی روزنامه می‌خوانند زیرا روزنامه‌نگاران اصلی که در شبکه‌های تولید محتوای کنند همچنان یک پای‌شان در روزنامه است! مردم روزنامه نمی‌خرند چون خوراک خبری‌شان به صورت آنی، گرافیکی و تعاملی در گوشی همراه به دست‌شان می‌رسد. و این رفتار، اصلاً ربطی به مشروطه و دارالخلافه یا روزنامه اجتماعی ندارد. این نتیجه‌ی زیستن در عصر «همه‌جاخبر» است. کسانی که ابتدا نا با یک پیش فرض سیاسی وارد بحث علمی شوند، واضح است که «دلایل علمی» را که «مهم‌ترین خبر» است، به اصطلاح نگران خبر نمی‌خوانند! مثل وقتی کسی خبر را می‌خورد!