



سعید ارکانزاده یزدی
روزنامه نگار

چاره کار دست بالایی‌هاست

چرا اقتصاد مطبوعات ضعیف شد، یا درست‌تر اینکه چرا روزنامه نگارها ضعیف نگه داشته شدند؟

همه جا هیاهو برپاست و فریاد در داو حسر تا که مطبوعات کاغذی دارند از بین می‌روند و به داد برسید. تا حالا که چنین اتفاقی نیفتاده و هنوز هم برای پوشیدن جامه مرگ رسانه‌های مکتوب زود است. اما به هر حال، آیا آن لحظه وداع فرا خواهد رسید؟ نمی‌توان پیشگویی کرد ولی تاریخ رسانه نشان داده وقتی رسانه‌های جدید (در اینجا شبکه‌ها و پیام‌رسان‌های اینترنت ۲۰) وارد می‌شوند، رسانه‌های قدیمی (که اینجا مطبوعات باشد) از بین نخواهند رفت، مثل تلویزیون که سینما را از بین نبرد یا شرکت‌های VOD که تلویزیون را از بین نبرده‌اند.

اما همه این‌ها باعث نمی‌شود نگوئیم مطبوعات چاپی در ایران ضعیف شده‌اند. بهتر است بگوئیم نشریات مکتوب در ایران ضعیف بوده‌اند و حالا خیلی ضعیف‌تر شده‌اند و چه بسا روبرو با احتضارند. خیلی‌ها خونسردانه سر تکان می‌دهند که بله، بله، همه دنیا همین است، همه جا مطبوعاتش دارد نزول می‌کند و امان از این فضای مجازی.... درست است، اگر معیار مقایسه کشورهای غربی یا ممالکی باشد که روزنامه‌نگاری در آنها سنتی ریشه‌دار است، نشریات چاپی همه جا نزول کرده‌اند. اما افت و نزول آنها با نزول مطبوعات که مادر کشورمان از آن صحبت می‌کنیم بسیار متفاوت است: کشورهای دارای سنت روزنامه‌نگاری قوی دوران آزادی مطبوعات خود را گذرانده‌اند و به انتهایش رسیده‌اند ولی ما هنوز در ابتدای این راهیم و حتی چندان با این امر آشنا نیستیم، مگر در مقاطع کوتاهی از تاریخ‌مان همچون شهریور ۱۳۲۰، دوسال پیش از کودتای ۲۸ مرداد، دوسال اول انقلاب ۵۷، دوسال بعد از دوم خرداد ۷۶. تاریخ را که نگاه کنیم، سوال ما اینجا این است که چرا به چنین بلایی مبتلا شده‌ایم؟ آیا همه کاسه کوزه‌ها را باید بر سر توتیوتر و تلگرام بشکنیم که متهم ردیف اول حساب می‌شوند یا اینکه داستان پیچیده‌تر است؟ وضعیت روبرو با احتضار رسانه‌های مکتوب مادودسته علل دارد: آنچه سازمان مطبوعات را از داخل زمینگیر کرده و آنچه از بیرون به آن ضربه زده است، همه این عوامل دست به دست هم داده‌اند تا مطبوعات تقریباً کارکرد و مرجعیت خود را از دست بدهند، یا به عبارت دیگر، کسی صدای مطبوعات را از درگاه‌های سنتی آنها نشنود مگر اینکه همان صدا از درگاه‌های فناوری مثل شبکه‌های اجتماعی یا پیام‌رسان‌ها سر در بیاورد.

از جمله عوامل درون سازمانی این است که روزنامه‌نگاران خیلی کم خود را با فناوری‌ها و رسانه‌های نوین سازگار کردند و یقیناً این کار را کردند که دیگر دیر شده بود. به همین علت، حالا که همه جا را شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های ریز و درشت فضای مجازی گرفته، نمی‌توانند خود را با شرایط جدید وفق دهند و کیلومترها عقب مانده‌اند. البته مسأله به همین سادگی هم نیست چرا که قالب‌های جدید مستلزم این است که مدل قدیمی کسب و کار مطبوعات هم

در دوران حاضر تغییر کند و این تحول ممکن است گاهی به زیر پا گذاشتن اصول حرفه‌ای و اخلاقی آنها هم منجر شود. مثلاً مدام از تبلیغات نیتیو (native advertisement) یا محتوای پولی (paid content) صحبت می‌شود که روزنامه‌های معتبر جهانی برای درآمدزایی به آن متوسل شده‌اند. اما چنین تبلیغاتی در خبرگزاری‌های ایران که مرزگشی مشخصی بین محتوای تبلیغاتی و محتوای تحریری‌ها ندارند، کاری خلاف اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری از آب درمی‌آید. از این‌ها گذشته، هنوز خود نشریات غربی، «بجز معدود استثناهایی، نتوانسته‌اند باتولیدات قالب‌های جدید و فناوری‌های رسانه‌ای و فروش نسخه‌های آنلاین و تبلیغات دروب سایت و اپلیکیشن‌شان، کاهش درآمد آگهی و فروش نسخه چاپی را جبران کنند. به‌مانند که تولید محتوای ویدئویی و صوتی و گرافیک متحرک و... نیاز به سرمایه و زیرساخت خیلی گران‌تری از تولید نشریه چاپی دارد که کار روزنامه‌نگاری را منحصر می‌کند به چند سرمایه‌گذار یا شرکت بسیار ثروتمند و این خطری است برای روزنامه‌نگاری مستقل و منتقد. باری، مطبوعات مکتوب ایران دیر به فکر

چطور می‌توان به رسانه‌های مکتوب جان تازه‌ای بخشید

به کارگیری فناوری افتادند که یکی از علل آن می‌تواند اقتصاد ضعیف‌شان هم باشد. مسلماً اقتصاد نشریات چاپی در ایران ضعیف است. شاید قبلاً پول زیادی در مطبوعات جریان داشت اما حالا این پول به جاهای دیگری رفته. اگر این روزها نمونه‌هایی هم از ریخت و پاش یارانه و بزل و بخشش به نشریاتی که عملاً وجود خارجی ندارند بر شمرده می‌شود، باید دانست چنین یارانه‌هایی اصلاً وارد مطبوعات نمی‌شود و به جیب کسانی می‌رود که با آن کار شخصی و نه مطبوعاتی می‌کنند، پس به اقتصاد مطبوعات کمک نمی‌شود.

وقتی اقتصاد مطبوعات ضعیف باشد، حساسیت به حرفه‌ای‌گری در آن کمتر می‌شود، روزنامه‌نگاران دستمزدهای کمتری می‌گیرند و بنابراین دل به کار نمی‌دهند و کیفیت روزنامه‌نگاری پایین می‌آید. همچنین روند کارآموزی در مطبوعات که پایگاه جدی تربیت ژورنالیست در هر قالب و شکل و محتوای رسانه‌ای است تحلیل می‌رود و نسل بعدی روزنامه‌نگاران هم آسیب می‌بینند. از سوی دیگر، رسانه‌های رقیب هم از راه‌های رند و رقابت با مطبوعات سنتی که خود را به روز نکرده‌اند و ضعیف نگه داشته شده اند برایشان کاری ندارد و دومی توانمند در سبده فرهنگی افراد را به راحتی جانشین مطبوعات شوند.

سوال ریشه‌ای‌تر این است که چرا اقتصاد مطبوعات ضعیف شد، یا درست‌تر اینکه چرا روزنامه‌نگارها ضعیف نگه داشته شدند؟ علتش این است که طی ۲۰ سال اخیر، روزنامه‌نگاری رسمی ایران بشدت محدود شده است. روزنامه‌نگارهای با سابقه هیچ وقت آن قاضی جوان دادگاه مطبوعات را در نیمه دوم دهه هفتاد از یاد نمی‌برند. آن حملات به دفتر روزنامه‌ها و روزنامه‌نگاران فراموش نمی‌شود. چنان همه‌ها و قیدوبندهایی باعث شد که دست‌وپای مطبوعات جمع شود و آنها در لاک محافظه‌کاری فرو روند. مشکل بزرگ اینجا بود که نظام سیاسی مشخص نمی‌کرد که تکلیفش با رسانه‌ها چیست. آیا رسانه‌ها ناقص قدرند؟ آیا همه‌ها قدرند؟ روابط عمومی مسئولان هستند یا تذکردهنده به آن‌ها؟ این بی‌تکلیفی هنوز هم هست و هر دولت و هر مدیر ارشدی که می‌آید بنا به ذائقه‌اش، در مدح فایده نقد مطبوعاتی که گاهی با صفت «سازنده» نیز همراه می‌شود سخن سرایی می‌کند. اما در نهایت، همیشه کار به آنجا می‌رسد که باید تلاش کند مطبوعات بفهمند یا از گلیم خودشان درازتر نکنند. ابعاد و حدود و ثغور این گلیم هم هیچ‌گاه به روشنی معین نشده است و آن‌طور هم که پیداست، بزودی مشخص خواهد شد. محدودیت شدید رسانه‌های مکتوب عامل اصلی زوال روزنامه‌خوانی است چون مردم آنچه را می‌خواهند یا حتی شمه‌ای از آن را هم در نشریات نمی‌یابند، پس معلوم است که آن را کنار بگذارند و بروند سراغ رسانه‌های دیگری که تصور می‌کنند نیازشان را برطرف می‌سازند. مدتی که به همین ترتیب بگذرد مرجعیت خبری مطبوعات از بین می‌رود، گویی مطبوعات هر چه بگویند با دیوار صحبت می‌کنند. این درست همان اتفاقاتی است که این روزها رخ داده است. برخی تصور می‌کنند چون مطبوعات کم‌اثر شده‌اند دیگر کسی با آنها کاری ندارد. درست است که فضای قضای روزگار کمی بهتر شده اما هنوز سایه تهدید و بگیر و ببندهای دوده‌ها خبر از روی سر مطبوعات کنار نرفته است و خط قرمزهای مبهم و پرشماری هست که همچنان عبور از آنها موجودیت یک نشریه را به خطر می‌اندازد. اگر این محدودیت‌ها نباشند و مطبوعات بتوانند جاهایی را که باید، نقد کنند و دل مردم را دوباره به دست بیاورند، هنوز هم می‌توان امیدوار بود بعد از مدتی جان تازه‌ای بگیرند و اقتصادشان شکوفا شود و کسب و کارشان بگردد. تازه بعد از این مرحله باید

رسید به آسیب‌های فضای مجازی و تلاش خود مطبوعات برای سازگاری با دوران جدید. پس خیلی مختصر می‌توان گفت راه چاره بازگشت مرجعیت به رسانه‌های مکتوب این است که محدودیت‌های مطبوعات باید برداشته شود به طوری که نتیجه ملموسی برای جامعه داشته باشد. این کار با سخنرانی و شعار دادن ممکن نیست بلکه صبر و طاقتی می‌خواهد که اهل قدرت باید از خود نشان دهند. نجات مطبوعات و بازگشت مرجعیت رسانه‌ای به آنها راهی جز تحمل نقدهای گاهی گزنده آنها ندارد. تا چنین نشود، دربر همان پاشنه سابق خواهد چرخید. به این معنی که وزارت ارشاد همچنان بین مدیران مسئولی که غالباً بنا به ارتباطات سیاسی خود صاحب مجوز انتشار نشریه شده‌اند، یارانه‌هایی پخش خواهد کرد و بخش عمده‌ای از مطبوعات با بودجه‌های دولتی و عمومی خواهند چرخید تا حیاتی نباتی و بی‌ضرر و از سویی هم بی‌فایده برای جامعه، در رسانه‌های چاپی ادامه داشته باشد.

