

ایها الناس! ما وداع نمی کنیم

جواد دلیری
سر دبیر
روزنامه ایران



این نوشته، وداع با روزنامه کاغذی نیست. کار ما هم وداع گفتن نیست، باید باشیم و هستیم. خیلی دور نخواهد بود؛ دوباره با کاغذ برگردیم و سلام کنیم. آن روز خواهد آمد.

از کسانی هستم که همچنان معتقدم عصر روزنامه‌نگاری کاغذی - چاپی پایان نیافته است و ۲۰۰ سال حیات روزنامه‌نگاری در ایران عزیز همچنان ادامه دارد؛ هرچند ممکن است شکل و شمایل آن تغییر یافته یا ضعیف شده باشد. اما به هر حال به فراخور مقتضیات زمان و شرایط موجود باید ضمن بهره‌برداری از ابزارهای نوین دیگر همانند صوت و تصویر و نسخه آنلاین در کنار نسخه کاغذی، رسانه‌ای همگرا باشیم تا وفاداری مخاطب به خود را تقویت کنیم و استحکام بخشیم (به قول استاد شریفم دکتر یونس شکرخواه، یک بار تولید کن و بارها منتشر کن؛ یعنی محتوا را در مدیوم‌های مختلف توزیع کنیم تا پیوستگی و ماندگاری مخاطب و محتوا بیشتر شود). مقتضیات این روزها ایجاب می‌کند که برای مخاطب محصولات متنوع تولید کنیم؛ البته روزنامه، روزنامه است و شخصا همچنان طرفدارش هستم، خواهم بود و پای آن می‌ایستم (هرچند روزنامه‌نگاری سنت‌گرا نیستم اما با مدرنیته نیز دشمنی ندارم و مقابل تکنولوژی نخواهم ایستاد، با آن همراه خواهم بود تا همراه نیاز و سلیقه مخاطب باشیم با هر روش منطقی و حرفه‌ای). با این مقدمه اما قصد دارم به موضوع دیگری بپردازم و البته که ما روزنامه‌نگاران، به قول نویسنده ترکیه‌ای «به نوشته‌های آغازین عادت داریم نه به نوشته‌های وداع». نوروز امسال، آخرین سال قرن شمسی، یک وداع است با سالی تلخ و سخت، با قرنی پراز هیاهو، با سنت‌های رسانه‌ای کهنه. اما نوروز ایران همانند ۲۰ کشور دیگر با میهمان ناخوانده «کروناویروس» رنگ عجیب و غریبی به خود گرفت و همه را خانه‌نشین کرد. در نوروز آخرین سال قرن، روزنامه‌ها البته به سنت سالیان اخیر باز هم در خانه ماندند. این یک سنت همیشگی شده است؛ سنتی غلط و آزاردهنده.

خود این بحث نیز تکراری و کسالت‌آور است تا زمانی که زیرساخت‌های انتشار روزنامه‌ها در ایام نوروز که مهم‌ترین آن سیستم توزیع است برطرف نشود، نه می‌توان و نه باید توقع انتشار روزنامه‌ها در روزهای تعطیلات نوروزی را داشت؛ اما همه اینها دلیل نمی‌شود که کانال‌های رسمی اطلاع‌رسانی به یکباره چیزی حدود ۲۰ روز مسدود شده و هیچ مرجع رسمی‌ای در سپهر رسانه‌ای کشور فعال نباشد. از همه مهمتر اینکه ذهنیتی در جامعه به وجود می‌آید که وقتی در کشور دو هفته روزنامه‌ای منتشر نشود هیچ اتفاق مهمی نمی‌افتد پس می‌شود در بقیه روزهای سال هم روزنامه نباشد و اتفاقی نیفتد؛ بنابراین

(کلیپ و ویدئو ژورنال) و سایت ایران آنلاین نیز بهره بردیم. همکاران مان در ایران ورزشی و ایران انگلیسی نیز به همین سیاق رفتار کردند. شاید این شائبه پیش آید که ایران روزنامه‌ای دولتی و دارای امکانات است، اما همکاران من شهادت می‌دهند همه این اتفاق‌ها بدون کوچکترین ارائه خدماتی به آنان صورت گرفته است و همگی از وسایل شخصی خود برای تولید و ارسال محتوا استفاده کردند و تعداد کمی نیز به محل کار رفتند.

ما می‌توانستیم به نسخه آنلاین خبر بدون صفحه آرایشی اکتفا کنیم؛ اما با اعتقاد به لزوم حفظ روح روزنامه‌نگاری در تعطیلات، خودمان را مکلف کردیم تا آستانه چاپ، تمام مراحل یک روزنامه روتین را انجام دهیم. به هر روی در این مدت در روزنامه «ایران» با حداکثر توان چنین کردیم و تاب‌آوری را نشان دادیم. خسته شدیم اما ماندیم تا جانی تازه به جامعه بدهیم و امید زنده کنیم. هرچند پیش فرض روزنامه نخواندن مخاطبان در عید نیز با تردید جدی مواجه بود؛ اما خوشبختانه بازتاب آماري و یافته‌های میدانی مشخص کرد گروه قابل توجهی از خوانندگان روزنامه، بخشی از زمان فراغت خود را به مطالعه روزنامه اختصاص می‌دهند. ضمن اینکه نقل مطالب اختصاصی «ایران» در سایت‌ها و کانال‌های خبری، موجب افزایش قابل ملاحظه شمار مخاطبان شد و حتی برای همکاران ما در بخش مجازی عجیب بود که درخواست انتشار آگهی هم داشتیم و در دو نوبت آگهی الکترونیکی منتشر کردیم.

اما تصمیم گرفته شد انتشار کاغذی روزنامه‌ها به دلیل تعطیلی چاپخانه‌ها متوقف بماند، صداهای مختلفی بلند شد. عده‌ای خوشحال و جمعی نیز مایوس و ناراحت شدند و برخی هم مثل همیشه ناسزاگوینان به مطبوعات حمله کردند که چه نشسته‌اید که عمرتان تمام شده و خودتان خبر ندارید و نکات دیگری که فعلا جای طرحشان اینجا نیست.

دوستان و همراهان عزیز! وقتی از یک‌ماه پیش تیر زیم و از مردم مصرانه خواستیم در خانه بمانند، چگونه می‌توانستیم از ایشان بخواهیم برای

چند پیشنهاد تکمیلی برای کمک به اقتصاد روزنامه‌ها

یک - از صاحبان آگهی‌ها (بویژه بخش دولتی) بخواهیم که آگهی‌های خود را به نسخه‌های الکترونیکی نشریات ارائه دهند.

دو - روزنامه‌خوان‌ها مثل گذشته هزینه خرید روزنامه را با تخفیف بصورت الکترونیکی پرداخت کنند.

سه - اپلیکیشن‌های کتاب‌خوان و فروش آنلاین کتاب، نشریات رادر سامانه‌های خود قرار دهند و به فروش برسانند. نهادهای دولتی و مشترکان بصورت گذشته نشریه را خریداری کرده، هزینه آن را پرداخت کنند.

چهار - دولت برای جبران زیان روزنامه‌ها بویژه نشریات خصوصی که به آگهی و تکفروشی وابسته‌اند مصوبه‌ای داشته باشد که لطمه نبینند و همانند تمام کسب و کارها، از محل اعتبارات تعیین شده حمایت از این صنف را هم در نظر داشته باشد.

بدین گونه اقتصاد روزنامه‌ها لطمه نخواهد دید، تعدیل کارکنان صورت نمی‌گیرد و مشکل پرداخت حقوق پرسنل با مشکل مواجه نمی‌شود.

خرید روزنامه از خانه بیرون بیایند؟ دور ماندن از بوی کاغذ برای هیچ روزنامه‌نگار و روزنامه‌خوانی آسان نیست. من هم مانند خیلی‌ها هنوز حسرت صبح‌هایی را می‌خورم که روزنامه را ورق بزنم؛ اما قرار نیست روزنامه کاغذی به محاق برود و یقینا این شرایط موقت بوده و این دوره نیز کوتاه خواهد بود. مهم این است که در این شرایط تحمیل شده، از تجربه جدید استفاده کنیم. به عنوان یکی از اعضای خانواده بزرگ مطبوعات و با توجه به تجربه‌ای که در روزنامه «ایران» داشتیم می‌گوییم می‌شود بمانیم و باشیم و با لباس دیگر و دوباره برگردیم به سنت همیشگی مان. البته تاکید می‌کنم مدیران روزنامه «ایران» موافق تعطیلی روزنامه‌ها نیستند هرچند از تصمیمات جمعی حمایت می‌کنند.

باید فرصت را غنیمت بشماریم و اهالی تحریریه‌مان را با صدا، تصویر و نسخه آنلاین پیوند دهیم و برای مخاطبان یک سبد محصول آماده کنیم تا فردای روزگار کرونا بتوانند از این سبد هر چه خواستند بردارند؛ روزنامه کاغذی، صدا و پادکست، تصویر و ویدئو، مطالب آنلاین و... می‌دانم که مردم ما اساسا با روزنامه خو نگرفته‌اند و می‌فهمم که برای ما رسانه‌ای‌ها، روزنامه اینترنتی شاید مخاطب روزنامه کاغذی را نداشته باشد و تأثیرگذاری‌اش همانند آن نباشد، اما این اول راه است.

«رسانه روزنامه» رقبای جدیدی از جمله رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های ماهواره‌ای پیدا کرده‌اند که در خبررسانی سریع‌تر و چابک‌تر عمل می‌کنند؛ برای همین در اغلب دنیا روزنامه‌ها با کاهش تیراژ مواجه بوده‌اند و در این میان روزنامه‌هایی موفق‌تر بودند که از بستر رسانه‌های آنلاین استفاده کرده‌اند. گاردین و نیویورک تایمز الگوی خوبی هستند در این زمینه که با استفاده درست از پلتفرم‌های آنلاین، مخاطبان آنلاین خود را به چند صد برابر نسخه کاغذی رسانده‌اند. روزنامه انگلیسی گاردین با ۲۵۰ هزار نسخه کاغذی، ۱۷۰ میلیون مخاطب آنلاین دارد. نیویورک تایمز آمریکایی هم با اینکه نسخه آنلاین خود را پولی کرده، اما تقریبا همین وضع را دارد. اما گاردین با استفاده از کمک داوطلبانه توانسته خود را حفظ کند. ما هم در ایران باید به این سمت برویم و تن بدهیم به این بستر. این نوشته، وداع با روزنامه کاغذی نیست. کار ما هم وداع گفتن نیست، باید باشیم و هستیم. خیلی دور نخواهد بود دوباره با کاغذ برگردیم و سلام کنیم. آن روز خواهد آمد.

مخاطبان عزیز!

همراهان هر روز ما!

سلامتی شما برای ما مهم است باور کنید چه آنان که روزنامه می‌خوانند چه آنان که نمی‌خوانند افراد خانواده ما هستند و غم و شادی‌شان برایمان مهم است. پس با ما باشید، فعلا بی‌کاغذ. هر روز صبح روزنامه‌های ما را آنلاین ورق بزنید و مطلع شوید. در دوران پسا کرونا هم همراه باشید، بخريد و بخوانيد. دوباره با کاغذ برمی‌گردیم و شما با روزنامه کاغذی‌تان خواهید بود. خیلی دور نیست، همچنان منتظرمان بمانید.