



اسدالله امیری

نویسنده و مترجم

نسبت رسانه وامید

در بسیاری از لحظات روز در حال فکر کردن به این پرسش هستم که هر کدام از ما آدمیان در زندگی روزمره شهری تا چه حد امیدوارانه می‌اندیشیم و تا چه حد امیدوارانه به زندگی می‌نگریم؟ می‌گویند در بدترین شرایط نیز امید تنها نجات‌دهنده است و بس. تاکنون چه اندازه به این کلمه و معنای آن فکر کرده‌ایم؟ به نظر می‌رسد امید آخرین چیزی است که می‌میرد. گاهی تا اندازه‌ای در خودمان غرق می‌شویم که یادمان می‌رود موضوعاتی مانند امید هم وجود دارد که به زندگی روزمره و تمام موقعیت‌های ما سروشکل می‌دهد. اینجا دقیقاً همان نقطه‌ای است که رسانه می‌تواند نقش مهم و تاثیرگذار خود را بر همگان ثابت کند. رسانه می‌تواند همانند اکسیر حیات عمل کرده و سبب ایجاد امید در میان مردم شود. نمونه بارز یا مثالی مرتبط با نقش رسانه در بحث امید را می‌توان به شهر تهران بسط داد. اگر کمی در تهران قدم بزنیم، برای‌مان روشن می‌شود که مردم شهر ما نسبت به جایگاه شهروندی خود و بخصوص زندگی روزمره‌شان، تا چه اندازه ناامید هستند. این شرایط برای بیشتر مردم تهران و دیگر شهرهای بزرگ صدق آشناست. اغلب ما در دود و شلوغی و بی‌قانونی غرق هستیم و ظاهر ارباناست با شرایط کنار بیاییم، اما چه عواملی می‌تواند در انبوه این معضلات، به ما احساس مطلوب دهد یا مسکنی بر دردهای ما در این شهر باشد. رسانه‌ها می‌توانند چراغ راه مردم در این آشفته بازار باشند. امید در بدترین شرایط به زخم‌ها التیام می‌بخشد. برخی بر این باورند که جهان غرق در ظلم و جور و بی‌عدالتی است و در شرایطی نگرش مثبت و امید به آینده چیزی شبیه به یک شوخی و حتی یک رویاست، اما به عقیده من، رسانه می‌تواند این رویا را به واقعیت تبدیل کند. مردم ما خواسته یا ناخواسته متاثر از رسانه هستند و از آن تاثیر می‌پذیرند. می‌توان از این ظرفیت عظیم بهره برد و رنگ امید را بر دل جامعه پاشید. نمی‌توان بی‌عدالتی‌ها و اتفاقات تلخ و ناگواری که هرروزه در ایران و جهان رخ می‌دهند را انکار کرد، اما اهالی قلم و اصحاب رسانه می‌توانند با تمرکز بر زیبایی‌ها و دلخوشی‌های موجود، مردم را به سوی امید سوق دهند. شاید با بیان این صحبت‌ها به رویاپردازی و آرمانگرایی متهم شوم، اما باید تاکید کنم که زندگی و امید از اتفاقاتی جزئی تشکیل می‌شوند.

اگر به نسل ما نگاه کنید، انسان‌هایی هستند که امید به زندگی بیشتری در میان آنها وجود دارد. این مساله تا حدود زیادی به مطالب جذاب و امیدوارکننده‌ای مربوط است که از کودکی در ذهن ما نقش بسته است. برخی افراد هم این احساس و شکل گرفتن چنین شخصیت‌هایی را به آرمانگرایی بسیاری از افراد امروز با به سن گذاشته تعبیر می‌کنند. هرچه که بود و هرچه که هست از نگاه بسیاری از همین افراد هم، رسانه‌ها می‌توانند با برداشتن گام‌های کوچک و با پرداختن به مسائل جزئی، بذر امید را در دل مردم جامعه بکارند و کم‌کم امید را نشر دهند.

فریدون صدیقی، روزنامه‌نگار پیشکسوت و مدرس روزنامه‌نگاری:

خبرنگار باید همه جا حضور داشته باشد



گفت‌وگو

سال ۱۳۲۸ در سنج‌دج به دنیا آمد. با داستان‌نویسی وارد عرصه مطبوعات شد. اولین بار بعد از اینکه در مجله تماشا به عنوان داستان‌نویس بر تر، انتخاب شد؛ کار روزنامه‌نگاری را در کیهان آغاز کرد. این چهره شناخته‌شده مطبوعاتی حدود سه دهه در روزنامه کیهان به فعالیت ادامه داد و در طول این سال‌ها در سمت‌های مختلفی از جمله خبرنگاری، گزارشگری، دبیر گروهی، عضویت در شورای سردبیری و عضویت شورای تیتیر کار کرد. بعد از آن به عنوان عضو شورای سردبیری روزنامه انتخاب کارش را ادامه داد و تا روز پایانی انتشار این روزنامه انجام‌اند. فریدون صدیقی روزنامه‌نگار پیشکسوت و مدرس رشته روزنامه‌نگاری در دانشگاه، در ادامه سردبیر روزنامه هموطن سلام شد و با تعطیلی این مطبوعه به روزنامه همشهری پیوست و در سمت معاون سردبیر کارش را دنبال کرد. او حدود ۵ دهه سابقه کار مطبوعاتی دارد، در طول دهه‌ها فعالیت در عرصه مطبوعات به شکلی جدی در زمینه نقد هنر کار کرده و هنوز هم سینما و ادبیات را به شکل دقیق دنبال می‌کند. این استاد روزنامه‌نگاری در ارائه‌اندازی و حیات بسیاری از رسانه‌های مکتوب نقش اساسی داشته و همچنان قلبش برای روزنامه‌های تپید. به پنهان انتشار ویژه‌نامه‌ای در باره رسانه و روابط عمومی با این مدرس دانشگاه گفت‌وگویی انجام داده‌ایم تا در آن برای‌مان از علت حضور رسانه‌های ایران در نقطه حاضر سخن بگوید و پیشنهادهایش برای پیشرفت رسانه‌ها در ایران را با ما در میان بگذارد. متن گفت‌وگو با او را در ادامه می‌خوانید:

این بین هستند روزنامه‌هایی که وابسته به نهادها و ادارات دولتی‌اند و به همین دلیل هم مشکلی در زمینه زیرساختی ندارند. برای نمونه می‌توان از روزنامه ایران به عنوان رسانه‌ای که به وزارت ارشاد وابسته است، روزنامه جام‌جم که زیر نظر صداوسیما فعالیت می‌کند و روزنامه همشهری به عنوان رسانه‌ای زیر نظر شهرداری اشاره کرد. نکته مهم بعدی که در این وضع باید در نظر گرفته شود آن است که آیا رسانه‌های مختلف در کشور ما به طور مستمر در مسیر توسعه قرار دارند یا خیر؟ وضع برای روزنامه‌هایی که امروز با ۴ یا ۶ نفر نیرو در آن ادامه کار هستند، بسیار وخیم‌تر است.

شما فکر می‌کنید چه اتفاقی سبب شد رسانه‌های کاغذی مخاطبان خود را در دوران کنونی تا حد زیادی از دست دهند؟

با نگاهی به شیوه فعالیت رسانه‌های مختلف می‌توانیم دریابیم که امروز در اغلب رسانه‌ها هدف اصلی مخاطب نیست در حالی که روزنامه‌نگار هدف اصلی خود را مخاطب می‌داند و به دنبال آن است که محتوای تولیدشده از سوی و خوانده و دیده شود. مخاطب هم، زمانی مطلب منتشر شده در یک رسانه را می‌خواند که بتواند دغدغه‌های خودش را در آن محتوایی که از سوی رسانه‌ها منتشر می‌شود، ببیند. متأسفانه اما در این پروسه خلاء وجود دارد و مخاطب نمی‌تواند در مطالب تولیدی خودش را نظاره کند، نتیجه هم می‌شود نبود مخاطب. در نهایت

شما فکر می‌کنید چه اتفاقی سبب شد رسانه‌های کاغذی مخاطبان خود را در دوران کنونی تا حد زیادی از دست دهند؟

با نگاهی به شیوه فعالیت رسانه‌های مختلف می‌توانیم دریابیم که امروز در اغلب رسانه‌ها هدف اصلی مخاطب نیست در حالی که روزنامه‌نگار هدف اصلی خود را مخاطب می‌داند و به دنبال آن است که محتوای تولیدشده از سوی و خوانده و دیده شود. مخاطب هم، زمانی مطلب منتشر شده در یک رسانه را می‌خواند که بتواند دغدغه‌های خودش را در آن محتوایی که از سوی رسانه‌ها منتشر می‌شود، ببیند. متأسفانه اما در این پروسه خلاء وجود دارد و مخاطب نمی‌تواند در مطالب تولیدی خودش را نظاره کند، نتیجه هم می‌شود نبود مخاطب. در نهایت

شما بهترین شما دلیل اصلی عدم توفیق بسیاری از رسانه‌ها در فضای مجازی را چه می‌دانید؟

سببست چندان به اینکه بخواهد زیرساخت‌ها را برای پیشروی بهتر رسانه‌ها فراهم کند، اهمیت نمی‌دهد، زیرا مردم به عنوان موضوع درجه دو اهمیت دارند، در حالی که درجه اول اهمیت همان سازمان‌ها و نهادهایی هستند که رسانه‌ها نباید مطالبی تولید کنند که بر اساس آن سازمان‌ها و نهادها به خطر بیفتند. در نهایت باید گفت هدف اصلی این است که مناسبات صاحب رسانه با بالادستی‌ها و اطرافیان‌ش به هم نخورد و دچار تهدید نشود.

شما بهترین چالش رسانه‌های

فعال در داخل ایران را در این روزگار چطور تحلیل می‌کنید؟

ضعف نیروی انسانی متخصص یکی از مهمترین مشکلات و چالش‌هایی است که امروز رسانه‌ها با آن دست به گریبانند. پرسشی مهم را در این مجال می‌توان مطرح کرد و آن این است که آیا همه فعالان در رسانه‌های مختلف را می‌شود به عنوان خبرنگاران و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای معرفی کرد؟ پاسخ منفی است. چون بسیاری از کسانی که امروز دارند به عنوان فعالان رسانه کار می‌کنند از موقعیت، شرایط، ظرفیت، خلاقیت و آموزه‌های مورد نیاز برخوردار نیستند و در روز این چالش باز هم باید سازمان‌های بالادستی را مواخذه کرد، چون آن سازمان یا نهاد تمایلی به وجود مهارت کافی در میان زیرمجموعه‌اش به عنوان فعالان رسانه‌ای ندارد. وقتی رویه این می‌شود که اخبار و مطالب طوری منتشر شود که در ادامه کسی ناراحت نشود، آدم‌هایی که در حوزه رسانه استعداد لازم را دارند دچار بی‌انگیزگی و ناامیدی می‌شوند و از تاریخی به بعد دیگر خبرنگار یا روزنامه‌نگار نیستند بلکه تبدیل به کارمندان سازمانی می‌شوند که در زیرمجموعه آن دارند کار می‌کنند. این سیستم آدم‌هایی پرورش می‌دهد که به صندلی‌های خودشان دوخته شده‌اند در حالی که خبرنگار باید در میدان باشد و با حضور در بطن اتفاقات، محتوایش را تولید کند.

به نظر شما برای افزایش کیفیت محتوا در رسانه‌های مختلف و بازگرداندن توجهات عمومی به مطبوعات چه راهکارهایی وجود دارد؟

اوضاع و احوال کنونی در رسانه را نمی‌توان ارتقا داد مگر با پرسیدن این سوال که نیروهای ما حرفه‌ای هستند یا خیر؟ این گزاره البته پذیرفتنی است که در هر رسانه‌ای آدم‌هایی با استعداد و توانمند حضور دارند همان‌طور که عده‌ای بدون خلاقیت، دانش، تجربه و البته مهارت هم در کنار آنها مشغول هستند. اگر قرار باشد رسانه‌های مختلف در فضای مجازی فعالیت‌های جدی داشته باشند در آغاز به آدم‌هایی نیاز دارند که آموزش‌های کافی را دیده باشند و دید درستی به صدا، نور و حرکت در وجودشان ایجاد شده باشد. کسانی که قرار است به عنوان فعالان رسانه در فضای مجازی کار کنند باید تصویر، نماهای آن و ترکیب‌های این عرصه را به خوبی بشناسند.

با توجه به توضیحاتی که تا اینجا گفت‌وگو مطرح شد، فکر می‌کنید فعالیت در یک رسانه مکتوب یا فضای مجازی در یک رسانه تصویری در فضای مجازی چه تفاوت‌هایی دارد؟

فعالیت به عنوان یک خبرنگار یا روزنامه‌نگار در یک رسانه مکتوب با حضور رسانه‌ای در فضای مجازی تفاوت‌های بسیاری دارد. در فضای مکتوب ما هستتید و قلم‌تان و هر اتفاقی قرار است بیفتد باید از نوک قلم شما بیرون بیاید اما وقتی بناسد در فضای مجازی کار کنید، هر قدر کم‌گوتر باشید و تصاویر بتوانند سخن بگویند، می‌توانید به موفقیت در کارتان امیدوارتر باشید. البته اشتراکاتی هم بین این دو قضا وجود دارد که در حقیقت همان جوهره کار خبرنگاری است. مواردی از جمله عناصر، رویه‌ها، مولفه‌ها، عناصر کار خبری در هردوی این فضاها مشترک است. هر کس از قالب‌های خبری نظیر مصاحبه، گزارش، خبر، گزارش خبری، یادداشت، مقاله و... کاربرد خودش را دارد. نکته مهمی که در تولید محتوا در قالب گفت‌وگو باید به آن توجه کرد این است که مصاحبه‌کننده باید موضوع، مصاحبه شوند، هدف و مواردی از این دست را به خوبی بشناسد. تولید یک گزارش با کیفیت هم نیاز به