ورودیه

پرسشی 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 کجاهستند.

عکسی را با این زیرنویس منتشر کردند که آب را به کویت می‌برد، بعد بریده‌ای از هفته‌نامه «برنامه» را منتشر کردند که ببینید ما گفته بودیم آب را به دیگران می‌فروشند. 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 می‌کرد. 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 دست‌اندرکاران مطبوعات خوزستان بپرسیم چرا رسانه‌های رسمی به ویژه مطبوعات در ماجرای بحران آب در آبادان و خرمشهر نتوانستند شایعه‌ها را عقب بزنند و موضوع را مدیریت کنند.

نگاه

آب و ما در رسانه‌های ایران

سیروس ممبینی

در دو دولت گذشته بنا به عملکردهای بد وزارتی به‌ویژه در زمینه اعطای مجوزهای فله‌ای به افرادی که از رسانه فقط نامش را شنیده بودند، تاثیر بسزایی 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 دوالی سه برابر همین رقم هفته‌نامه و ماهنامه و گاهنامه وجود دارد که بعضا به عنوان یک ممر معاش خانوادگی و فقط همین و بس به این مجوزها نگاه می‌شود. این امر را بگذارید 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 کمیت است همیشه نوعی بی‌اعتمادی و بی‌توجهی از سوی مخاطب وجود دارد. این یک مساله. مساله بعد در این مورد این است که ما در این مجموعه نظارت نشده کمی که تشریح کردم سرشار از اخبار مشابه و غیر تولیدی که عمدتا از سه چهار پایگاه خبری و خبرگزاری اخذ می‌شوند، کمتر پروژه تخصصی و پیگیری کارشناسی را می‌بینیم که نهایتا دردی از مشکلات مردم دوا کند. خب باید به مخاطب حق داد که نشریات را زرد ببیند 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 نظرم 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 چه باید می‌کردند که نکردند، البته نه تنها در این دو شهر که نام بردیم بلکه در سراسر کشور به نظرم مردم رویکرد جدیدی پیدا کردند که شاید بخش زیادی از آن به حق و بخش دیگر هم از خصوصیات عصر ما و رشد تکنولوژی است. در بخشی از این رویکرد که عرض شد خب، ملت نگاه می‌کنند به مادر رسانه‌های ایران. اگر واقع‌بین 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 یک 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. یعنی مردم بهتر می‌بینند که برای بیان مسائل و نقدها و ایرادها و اخذ خبر به رسانه‌هایی که غیر رسمی هستند روی بیاورند. البته اگر رسانه ملی می‌توانست با شبیه‌سازی این موضوع و رعایت اصل بی‌طرفی عمل کند یقینا وضع به گونه‌ای دیگر بود. بخش دوم رویکردی که عرض کردم نیز ناشی از جهان پست مدرن ماست. شما اگر خوب نگاه کنید هر چه از مدرنیته فاصله می‌گیریم کم کم قدرت از حالت متمرکز خارج می‌شود. شکستن قدرت به اجزای کوچک‌تر نتیجه رشد تکنولوژی است. وقتی قدرت به صورت عام آن، چه سیاسی و چه اقتصادی می‌شکند، دسترسی 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 سوی مردم به واسطه همین شبکه‌های مجازی پدید آمده است. این در عرصه رسانه. در عرصه اقتصادی شما می‌توانید تاکسی اینترنتی را به عنوان اولین گام‌های خروج ثروت از دست دولت‌ها بدانید و همین طور نمونه‌های دیگر... بنابراین مساله فراتر از پاسخی است که انتظارش را دارید. یعنی موضوع ریشه علمی و فرهنگی دارد. باید خیلی عمیق‌تر از آنچه تصور می‌شود، کار کرد.

مدیرمسوول روزنامه آنزان

گفت‌وگو

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

از تصمیم‌های اشتباه و مخاطب گریز دوری کنیم

گروه اجتماعی

اوایل تیر امسال وقتی اوضاع و کیفیت آب در «آبادان» و «خرمشهر» رو به وخامت گذاشت این رسانه‌های غیررسمی بودند که جولان دادند و انواعی از شایعه‌ها را بین مردم پخش کردند. از جمله آنها انتقال آب به کویت بود که اساسا کذب بود. پرسش این است که چرا رسانه‌های رسمی نتوانستند فضای اطلاع‌رسانی را مدیریت کنند؟ «ولی‌الله شجاع پوریان» یکی از مدیرمسوولان مطبوعات است که علاوه بر تجربه سیاسی، هم در خوزستان کار مطبوعاتی کرده است و هم اینک در تهران. او می‌گوید: «اگر ما رسانه‌های منتقد را با حفظ اصول و ارزش‌های واقعی آزاد بگذاریم و از برخورد سلیقه‌ای و سلبی با رسانه‌ها پرهیز کنیم؛ با 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.»

شجاع پوریان، مدیرمسوول 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 نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی و عضویت شورای اسلامی شهر تهران را دارد دانش‌آموخته رشته زبان و ادبیات عرب در مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری از دانشگاه تهران است و همچنین کارشناسی ارشد حقوق بین‌الملل از دانشگاه پیام نور تهران را نیز دارد.

■ شما هم تجربه انتشار روزنامه همدلی را در خوزستان به صورت منطقه‌ای دارید و هم به صورت سراسری، در حال حاضر مردم خوزستان به هیچ‌وجه 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؟

متاسفانه یکی از دلایل عدم مراجعه مردم، چه در استان خوزستان و چه در سایر مناطق کشور سیاست‌های رسانه‌ای نادرست در سال‌های گذشته بوده است، شوربختانه‌تر اینکه ما از بسیاری از مسائل عبرت نگرفته‌ایم و این اشتباه را ادامه می‌دهیم. رسوخ برخی ذهنیت‌های اشتباه در میان مدیران باعث تشدید نگاه‌های امنیتی به رسانه‌ها شده و همین موضوع بی‌اعتمادی به مراجع رسمی خبر را دامن زده است. درواقع برای مردم شاید خیلی راحت‌تر باشد که اخبار و اطلاعات محیط پیرامونی خود را از طریق رسانه‌های رسمی مثل رسانه ملی، رادیو و سایر رسانه‌های رسمی دنبال کنند، اما وقتی اخبار لازم یا واقعی و درست از این رسانه‌ها ارایه 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 مدیران 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 ارایه کنند، فارغ از اینکه شهروندان امروز به یک رسانه بسنده نمی‌کنند، بلکه روایت‌های مختلفی 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 بدی ندارند، بلکه در راه‌حل و راهکار اشتباه می‌کنند. در همین مدت اخیر شما بررسی کنید بعد از فیلتر شبکه‌های اجتماعی خارجی و به دنبال آن ایجاد ممنوعیت برای رسانه‌های 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 رسانه‌ای منتقد معتبر، فضای مناسبی برای رسانه‌های نامعتبر فراهم شد تا مخاطبان جدیدی جذب کنند. همین رویکرد دو نگاه در سایر عرصه‌های رسانه‌ای نیز حاکم است و متاسفانه از عواقب و پیامدهای منفی چنین تصمیماتی به راحتی عبور می‌شود و نتیجه این می‌شود که بسیاری از مردم اصولا رسانه‌های خبری داخلی را دنبال نمی‌کنند یا در صورت ارایه 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 پرهیز 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 مخاطب گریز خود در سال‌های گذشته دوری کنند و شفافیت و صداقت رسانه‌ای را در پیش گیرند. هیچ اشکالی 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 افراد، افکار و طیف‌های فکری و سیاسی مختلفی باشند، شک نکنید مراجعه به رسانه‌های بیگانه کاهش پیدا می‌کند. در خلأ رسانه‌های رسمی منتقد، رسانه‌های بیگانه رشد کرده‌اند و راه مقابله با آنها پیمایش در فضای رسانه‌ای و پذیرش نقد در جامعه است. طیف‌های مختلف جامعه باید احساس کنند رسانه‌های رسمی صدای مطالبات آنها را به سایر مردم و مسوولان می‌رسانند، اگر این ذهنیت ایجاد شد رسانه‌های رسمی پرمخاطب می‌شود و رسانه‌های بیگانه مرجعیت خود را از دست می‌دهند. مردم در سال‌های گذشته همیشه چهره‌های تکراری و متعلق به یک رویکرد را در رسانه‌ها دیده‌اند و به دنبال چهره‌های نو و رویکردهای متنوع هستند، این رویکرد نو لزوما اپوزیسیون و رسانه‌های بیگانه نیستند، بلکه رسانه‌هایی از دل نظام و کشور می‌توانستند حامل این پیام‌ها باشند که متاسفانه تاکنون به این نقص پی برده نشده و این رویکرد تداوم دارد. وقتی ابهامات و پرسش‌های افکار عمومی نادیده گرفته می‌شود و پیامد بسیاری از تصمیمات مغفول واقع می‌شود، نباید انتظار داشته باشیم مردم اقبالی به رسانه‌های رسمی داشته باشند. این نگاه منفی حتی در عرصه‌های غیرامنیتی مثل ورزش و فوتبال هم حاکم شده‌اند، مثلا دلیل عدم حضور یکی از بازیکنان مطرح بین‌المللی در یکی از برنامه‌های تلویزیونی چه بود که مسوولان از آن ممانعت کردند و بدتر از آن هیچ پاسخی به ابهامات و سوالات متعدد شهروندان ندادند؟! همین رفتارها کم کم بخش‌هایی از مخاطبان را از رسانه ملی دلسرد می‌کند و احیای این اعتماد چه بسا سال‌ها و دهه‌ها طول بکشد.

■ به طور 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 فضای مجازی هیچ فیلتر و نظارت مشخصی وجود ندارد و هر فردی با 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 به بزرگ‌ترین مرجع خبری کشور تبدیل می‌شود یعنی ما در برهه‌هایی تصمیمات اشتباهی گرفته‌ایم، این اشتباه با بستن آن نرم افزار جبران نمی‌شود بلکه باید به خودمان نگاه کنیم و جذابیت‌های رسانه‌ای خودمان را افزایش دهیم تا افکار عمومی قانع شود که اخبار خود را از ما بگیرد و نه رسانه‌های بی‌هویت! شاید این سیاست برای بخش‌هایی از جامعه موثر باشد، اما اغلب طبقه متوسط شهری مسیر دورزدن موانع 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 آفت‌های خودش را به دنبال دارد. مثلا 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 انگیزه خود را برای اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی از دست داده بودند، چون با کوهی از دغدغه‌ها، مشغله‌ها، محدودیت‌ها و موانع روبه‌رو بودند و عقل سلیم حکم می‌کردند با چند کلیک صاحب یک رسانه شوند و از پاسخگویی هم مبرا باشند.

■ چه راهکار کوتاه‌مدت و بلندمدتی برای بازگرداندن فضای اقبال به رسانه‌های مکتوب پیشنهاد می‌دهید؟

ابتدا باید به مردم حق انتخاب بدهیم، 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 چه بسا در استفاده از تکنولوژی روز بسیار ماهرتر از نسل گذشته است، 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 با فرد فاسد برخورد قضایی می‌شود نه با خبرنگار و رسانه، اگر این تغییرات رخ داد می‌توانیم امیدوار باشیم اعتماد به رسانه‌های رسمی بیشتر می‌شود در غیر این صورت با رشد سریع ابزارهای ارتباطی قطعا شرایط سخت‌تر از این نیز خواهد شد. یعنی بیش از هر عنصر دیگری، ذهنیت مدیران ما در برخورد 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 با بی‌اعتمادی روبه‌رو کرده است. ماموریت‌های رسانه‌ای باید به بخش خصوصی منتقل شود و از رسانه‌های خصوصی حمایت شود. امروز حتی یک رسانه خصوصی معتبر به ویژه در عرصه مکتوب وجود ندارد که مرجع خبری طیف زیادی از مردم باشد، این معادله باید تغییر کند تا اعتماد از دست رفته احیا شود. در دراز مدت ما نیازمند پرورش مدیران و نیروهای رسانه‌ای خلاق و مبتکر هستیم. رسانه امروز محدود به خبر و تحلیل نیست و ابزارها و روش‌های مدرن طرفداران خاص خود را دارد، رسانه یک فن است و افکار عمومی تفاوت میان رسانه حرفه‌ای با یک رسانه وابسته را به راحتی درمی‌یابد؛ لذا در حوزه نیروی انسانی باید بازنگری شود. رسانه باید متعلق به همه مردم باشد، اگر ما چهره یا چهره‌هایی را از رسانه‌ها حذف کردیم، این باعث می‌شود بخشی از مردم نیز راه خود را از رسانه جدا کنند، بازگشت اعتماد به رسانه باید با بازگشت چهره‌های محبوب به رسانه‌ها همراه شود.

روایت محلی

رضا علیجانی، مدیر خانه مطبوعات خوزستان:

مسوولان و رسانه‌ها از شبکه‌های اجتماعی جا ماندند

امین شول سیرجانی

خوزستان یکی از استان‌هایی است که در زمان رونق مطبوعات در کشور، رسانه‌های محلی حرفه‌ای و موثری داشته است و زمانی روزنامه‌های محلی این استان الگوی کار نشریات محلی در سایر استان‌ها بودند. رفته رفته اما نشریات این استان رونق و اثرگذاری گذشته خودشان را از دست دادند. یکی از نشانه‌های کاهش دایره نفوذ و اثرگذاری را شاید بتوان در ایفای نقش رسانه‌ها در زمان وقوع بحران‌هایی مانند گردوغبار و کمبود آب و... دید. گسترش شایعات عجیب و غریبی مانند صادرات آب از استان خوزستان به کویت و عراق یکی از مسائلی بود که به نظر می‌رسد رسانه‌های محلی نتوانستند درباره آن به اندازه کافی اطلاع‌رسانی دقیق و روشنگرانه انجام دهند. «رضا علیجانی»، مدیر خانه مطبوعات استان خوزستان که از چهره‌های رسانه‌ای این استان به شمار می‌رود هر چند قبول دارد که تیراژ نشریات به شدت کاهش یافته اما در عین حال تاکید می‌کند هنوز هم رسانه‌های حرفه‌ای خوزستان به وظایف‌شان عمل می‌کنند.

■ بررسی‌های میدانی خبرنگار «اعتماد» در هفته گذشته حاکی از این است که مردم شهرهایی مانند آبادان، خرمشهر و اهواز در ماجرای بحران کیفیت آب و شایعات پیرامون آن اعتنای چندانی به رسانه‌های محلی ندارند و بیشتر تحت تاثیر 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 ما حداکثر ۵ هزار نسخه تیراژ دارند. پایگاه‌های خبری البته وضعیت‌شان خیلی بهتر است. به هر حال خوزستان هم تابعی از کل کشور است. اوضاع رسانه‌های مکتوب در کل کشور خوب نیست. چند سال پیش وقتی نشریات سراسری در استان 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. در نتیجه اثرگذاری رسانه‌ها هم کم می‌شود. رسانه‌های خوزستان در موضوع‌های مهمی مانند ریزگردها، آب و... فعالند. 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 خبرنگار حرفه‌ای روبه‌رو باشد مسلما کیفیت نشریه هم آسیب می‌بیند.

■ در استان چند نشریه فعال دارید آیا به طور مشخص در آبادان و خرمشهر هم نشریه‌ای به طور منظم منتشر می‌شود؟

در حال حاضر در کل استان خوزستان ۱۷ روزنامه فعال داریم که ۱۳ روزنامه به طور منظم منتشر می‌شوند. تعدادی نشریه منطقه‌ای و تعدادی هم نشریه محلی مختص شهرستان‌های استان منتشر می‌شوند. از ۳۰ هفته‌نامه مجوزدار حدود هشت نشریه به طور منظم منتشر می‌شوند که دو نشریه به لحاظ کیفی و استقبال مخاطبان جایگاه خوبی دارند. یکی دو ماهنامه هم داریم که وضعیت خوبی دارند. در خرمشهر نشریه خاصی نداریم اما در آبادان یکی، دو هفته‌نامه موفق منتشر می‌شوند. در رامهرمز یک نشریه موفق داریم. در استان پایگاه‌های خبری زیادی فعالیت می‌کنند که نزدیک به ۱۰ پایگاه خبری از دایره مخاطبان قابل قبولی برخوردارند. پایگاه‌های خبری با وجود تفاوت نگاه سیاسی مباحث زیست‌محیطی و شهری را به طور مرتب دنبال می‌کنند.

■ خب با وجود این نشریات و پایگاه‌های خبری باید رسانه‌ها بر افکار عمومی اثرگذار باشند آیا به عنوان نمونه در ماجراهای رخ داده درباره کاهش کیفیت آب خوزستان این اثرگذاری قابل لمس بود؟ چرا مردم به طور گسترده شایعات را باور کرده بودند؟

شایعات ابتدا در شبکه‌های اجتماعی و به صورت هدفمند طرح شدند. نمی‌دانم به نظرم یک سناریو بود که از بیرون استان طراحی شده بود. اما با توضیحات مسوولان و بازدیدهایی که اتفاق افتاد کم کم آن شایعات رنگ باخت. به هر حال در این اتفاقات فضای رسانه‌ای و مسوولان از شبکه‌های اجتماعی جا ماندند. به نظر من نیروهای رسانه‌ای ما هم به اندازه کافی آموزش ندیده‌اند. روابط عمومی‌های سازمان‌ها، خبرنگاران و حتی مسوولان استان نیازمند آموزش تحلیل محتوا و تولید محتوای ویژه شبکه‌های اجتماعی هستند. خبرنگاران رسانه‌های مجازی هم باید آموزش‌های جدی ببینند. اینکه چطور خبرها باید دروازه‌بانی شوند، چگونه خبرها را صحت‌سنجی کنند و چگونه به دلیل سرعت انتشار اخبار از دقت‌شان کم نشود.

■ گفته می‌شود چون نشریات محلی خوزستان بیش از اندازه از نظر مالی به رپرتاژ آگهی‌های سازمان‌هایی مانند شرکت نفت، سازمان آب و برق خوزستان و نهادهایی از این دست وابسته‌اند؛ از کار استاندارد و حرفه‌ای‌شان دور افتاده‌اند، چقدر این نقد را وارد می‌دانید؟

این طور نیست. اتفاقا نشریات ما عموما رویه انتقادی دارند. الان بیشتر درآمد نشریات از محل آگهی‌های دولتی و آگهی‌های شهرداری‌ها تامین می‌شود. خصوصا در شهرستان‌ها اصلا این گونه نیست. از نظر من در جامعه رسانه‌ای خوزستان نیروهای خوبی داریم و 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 داشته‌باشیم.

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

ما دنبال آموزش نیروهای رسانه‌ها هستیم. با مدیر خانه مطبوعات کشور و مسوولان موسسه نشرآوران هم جلسه‌ای داشته‌ایم و یکی از پیشنهادهایم این بود که برای آموزش رسانه‌های مجازی بیشتر کار کنیم. چون این رسانه‌ها هم مخاطب دارند و هم درآمد دارند اما آمادگی حرفه‌ای لازم برای انتشار اخبار در زمان بروز بحران را ندارند. کار آموزشی و تقویت فضای حرفه‌ای نیازمند حمایت وزارت ارشاد است. وزارت ارشاد باید از برنامه‌های آموزشی ما حمایت کند تا فضای حرفه‌ای رسانه در استان تقویت شود.

یادداشت

دلیل کاهش اعتماد مردم به رسانه‌های رسمی و مطبوعات

شمسی پورمحمدی

کاهش اعتماد عمومی به منابع رسمی و مطبوعات چند علیتی 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 حادثه خیز دارای میزان بالای مهاجرت نخبگان و رتبه پایین آموزشی و تحصیلی و فاقد کمترین امکانات رفاهی در کشور است. قطعا این مساله در افت کمیت 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 در عرصه تکنولوژی‌های فنی و رسانه‌ای و تغییر سمت و سوهای سیاستگذاری‌های رسانه‌ای در جهان اتفاق داده است، تغییرات عمده‌ای را تجربه نکرده‌اند. سمت و سوی سیاستگذاری‌ها در رسانه‌های 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 رسانه‌های مکتوب ما می‌شود، مطبوعات محلی و مطبوعات خوزستان هم از این قاعده مستثنی نیستند. از سوی دیگر مطبوعات با مشکلات و مسائل فراوانی از جمله مسائل مالی دست و پنجه نرم می‌کنند. این باعث می‌شود ناچارا انتظارات‌مان را از خودمان و مطبوعات بر اساس توان و ظرفیت موجود تنظیم کنیم. به طور عمده در مورد مطبوعات ایران و اساسا حوزه فرهنگ و رسانه باید گفت «ثبات» و «امنیت» اقتصادی و روحی- روانی شرط اولیه توسعه فرهنگی و رسانه‌ای است، اما متاسفانه 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 پر مخاطره‌ترین عرصه‌ها در حوزه فعالیت و اشتغال است. در شرایطی که مطبوعات درگیرودار مسائل متعددی از جمله مساله تامین مواد اولیه تولید مانند کاغذ، مسائل چاپ و توزیع، مسائل قضایی و حقوقی و انواع و اقسام فشارها و تهدیدهای روانی هستند، نمی‌توان انتظاری بیش از این از مطبوعات داشت. البته این مسائل و مشکلات هرگز توجیهی برای شانه خالی کردن از بار اصلی مسوولیت روزنامه‌نگاری و روزنامه داری نباید باشد.

درباره بایدها و نبایدها در این عرصه به نظرم بهتر است کار مطالعاتی و تحقیقاتی صورت پذیرد شخصا علاقه‌ای به ارایه راهکارهای فوری و مطالعه نشده ندارم. کمااینکه تاکنون راهکارهای ضرب‌الاجلی در این حوزه که بعضا با تغییرات دولت‌ها صورت پذیرفته است نتایج مطلوبی به همراه نداشته است. اساسا من مشکل را در همین تغییرات و بی‌ثباتی در حوزه سیاستگذاری و برنامه‌ریزی می‌بینم. همان طور که قبلا گفتم خود سیاستگذاری‌ها هم باید اصلاح شود و ما باید به سمت و سویی پیش برویم که اولا سیاستگذاری‌ها 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 یابد. 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. اساسا قاعده حمایت در کل دنیای توسعه یافته چنین است. ما در همه حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و سیاسی ابتدا باید عرصه «رقابت» 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 است حلقه اعتماد در میان گروه‌های مختلف اجتماعی و سیاسی کوچک‌تر و 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 برسر به دست آوردن غنایم بیشتر می‌شویم و اگر همین مسیر را ادامه دهیم روز به روز به بروز فاجعه داخلی نزدیک‌تر می‌شویم. بنابراین به نظرم مساله کاهش اعتماد را باید در عرصه‌های فراگیرتر اجتماعی و سیاسی از جمله کاهش اعتماد به احزاب و گروه‌های سیاسی و مسوولان نیز جست‌وجو کرد. مطبوعات به دلیل وابستگی نسبی به نظام سیاسی تنها حلقه‌ای از این زنجیره هستند.

مدیرمسوول روزنامه روزان