

شرایط بنیادی اصلاح فضای مطبوعات

شورای سردبیری جامعه‌فردا

مطبوعات به‌عنوان بخش مهمی از پیکره رسانه‌های کشور دارای مسائل خاص خود هستند. لزوم استقرار در ساختمان‌هایی که هزینه کمی ندارند، نیاز به حضور خبرنگار و عکاس در جریان رویدادها و مهمتر از همه پرداخت هزینه‌های سنگین کاغذ و چاپ و توزیع، مطبوعات را از سایر رسانه‌ها متمایز می‌کند. عامل متمایزکننده دیگری نیز هست: حساسیت حکومت روی مطبوعاتی که آقیالاسر حکومتی ندارد. بسیار بالاست. همه این عوامل شرایط کاری مطبوعات را

سیمای یک رسانه هدفمند

نخستین صفحه رسانه را در نخستین شماره «جامعه فردا» به موضوع خاصی محدود کرده ایم: «جامعه‌فردا» به‌عنوان یک رسانه در جستجوی چیست؟ برای پاسخ به این پرسش، در ابتدا خط‌مشی مورد توافق گروه مؤسس روزنامه در زمینه سیاسی و همچنین رفتار حرفه‌ای آن به خوانندگانی که علاقه‌مند به شناخت خادمان خود در عرصه رسانه هستند، عرضه شده است.

«جامعه فردا»، چه می‌گوید؟

منتشرکنندگان روزنامهٔ «جامعه فردا»، اعم از مدیرمسئول و روزنامه‌نگاران آن، در دوران تدارک انتشار، پرسش‌های بسیاری برای هم طرح کرده‌اند و گفت‌وگوهای فراوانی برای پاسخ به آنها داشته‌اند: چرا باید روزنامه داشته باشیم؟ چه اهدافی خواهیم داشت؟ چگونه به اهداف خود راه خواهیم برد؟...

حاصل آن گفت‌وگوها تدوین خط‌مشی‌ای شد که اینک آزادانه و از سر اعتقاد آن را در محضر خوانندگان خود امضا می‌کنیم؛ پیمانی با خویش، برای خدمت صادقانه و سالم به هموطنان. این سند درونی روزنامه را جهت اطلاع خوانندگانی که باید در آینده، انطباق عمل و اعتقاد ما را قضاوت کنند، در همین شروع کار به پیشگاه آنان عرضه می‌کنیم.

پیش‌نویس تعریف مشی روزنامهٔ «جامعه فردا»
الف: «۹۶/۶/۵»
خط‌مشی سیاسی

براساس موقعیت کلان توصیف‌شده‌ای که در پی خواهد آمد، انتشار روزنامه‌ای با نام «جامعه فردا» را می‌توان مورد توجه قرار داد:
۱-شهروندان، نیروهای اجتماعی و گرایش‌های سیاسی کشور، اخیراً با تحرک تازهٔ اجتماعی و شرکت گسترده در انتخابات ریاست جمهوری، موقعیت تازه‌ای را در امر سیاسی پدید آورده‌اند. موقعیتی که در آن موفق به بسط دامنهٔ تحرک سیاسی خود نیز شده‌اند. عدم تقویت این بستر توسط نهاد‌های موثر و ازجمله رسانه‌ها، ممکن است به جریانات برگشتی، ناامیدی و ترک عرصه اجتماعی بینجامد. این رخداد، محتمل می‌تواند زمینهٔ بازگشت سیاست‌های ناکارا، ضدملی و افزایش هزینه‌های کشور در مقیاسی تاریخی را به‌دنبال داشته باشد.

۲-شرایط سیاسی جهان و منطقه طی سال‌های اخیر، بیشتر در جهت تخریب ثبات، افزایش درگیری‌های قومی داخلی کشورها و حد شدن تعارض منافع آنها با یکدیگر بوده است. حفظ کشور از امواج این تنش‌ها و افزایش توان مقاومت آن، نیازمند بهبود کیفیت ملات وحدت‌ملی است. برای نیل به این هدف می‌توان با تبیین اجزای وحدت‌بخش و توافقی بر سر آنها، گام‌های موثری برداشت. تحقق این امر، با فعالیت فرهنگی گسترده و ایجاد فضا برای گفت‌وگوهای سازنده امکان‌پذیر خواهد بود. رسانه، بهترین بستر برای این امر محسوب می‌شود.

با عنایت به بند یک و همچنین صیانت از عرصهٔ

سازمانی است، وسیله تبلیغاتی آن است و به‌ویژه در ایران کاری جز آن نمی‌کند، درحالی‌که روزنامه‌واقعی به‌دقت بین مطالب خرد و آگهی‌های تبلیغاتی تأمین‌کننده هزینه‌هایش خط تمایزی می‌گذارد. همه‌ماین را دیده‌ایم که کار رسانه‌ها گزارش نارسایی است نه تقدیر از خوبی‌ها. سلطه رسانه‌های خوشامدگو و مقامات پرست از نظر تعداد و تیراژ، زیست محیط مطبوعات را فاسد کرده است. برای اصلاح فضای زیست مطبوعات باید دولت و اجزای آن کار رسانه‌داری را کنار بگذارند. ۲- روابط مطبوعات با موسسات اقتصادی بخش خصوصی به علت تلقی‌های غلط در طول زمان تخریب و نازا شده است. سلطه انعکاس نظر و دیدگاه مقامات دولتی به وفور و غیبت چهره‌های بخش خصوصی در طول سال‌ها، ارتباط وثیق بین مطبوعات و بخش خصوصی را نابود ساخته و به‌وجه صرف ادراج آگهی محدود کرده است. این تلقی پدید آمده که هر گونه حضور بخش خصوصی در صفحات مطبوعات وجه آگهی و مادی دارد. این روابط

به‌ویژه در مطبوعات اقتصادی باید اصلاح شود. شرایط آن نیز شفاف‌سازی روابط مالی بین رسانه و بخش خصوصی در چارچوب آگهی است. در خصوص رابطه مطبوعات با موسسات اقتصادی بخش خصوصی این نکته‌هم نباید مغفول بماند که بخش‌بزرگی از مطبوعات مستقل حاصل سرمایه گذاری بخش خصوصی است. این رابطه را باید تقویت کرد و اگر اصلاحی لازم است، انجام داد. ۳- تنظیم کدهای اخلاقی مرسوم حرفه روزنامه‌نگاری و ایجاد یک نهاد صنفی پاسدار این کدها شرط دیگر اصلاح فضاست. ۴- یکی از لطمه‌های سال‌های اخیر بر مطبوعات باب شدن قراردادهای همکاری بین مدیریت رسانه‌ها و موسسات دولتی و گاهی خصوصی بوده است. این قراردادها در ظاهر خود همکاری ترویجی در موضوعی خاص را مطرح می‌کنند، اما ماهیت پلیدی دارند. برای خفه کردن صدای روزنامه و جلوه دادن روز به جای شب هستند. نمونه این رفتار پلید را خودروسازان به طرز وسیعی باب کردند. این کار

در گذشته به صورت ابتدایی با مدیون کردن خبرنگاران دنبال می‌شد و در تکامل خود به خبرنگارنامه‌ها ارتقا پیدا کرد. برای خاتمه دادن به آن باید روزنامه‌ها اصولاً رسانه‌ها غیر از قانون مطبوعات که هیچ ورودی به این مسائل نداشته به مقررات عرفی صنفی مناسبی پایبند شوند. در مجموع و به‌عنوان توصیه‌های فوری برای پیگیری و بحث این خواسته‌ها را می‌توان روی میز گذاشت: الف) دولت و سازمان‌های آن باید از عرصه مطبوعه‌داری خارج شوند. بفر روند یا منحل کنند-جز روزنامه شهرداری هیچ کدام ارزش مادی ندارند- و البته این ربطی به میسل آنها به چاپخانه‌داری ندارد. ب) نهاد صنفی روزنامه‌نگاران باید زودتر احیا شود و دو موضوع در دستور کار اول آن قرار گیرند: اول، اتخاذ تدابیری که به اجبار موسسات مطبوعاتی به اعلام نئوس قراردادهای خود با موسسات دیگر منجر شود. دوم، تنظیم ویراست اولیه کدهای اخلاقی ژورنالیسم در ایران به منظور آغاز بحث درباره آن.

راهبرد

↓

نگارشات

↓

همچنین چند مطلب مر تبط با فعالیت رسانه‌ای را که نما یانگر اهداف و برنامه‌های «جامعه‌فردا» در عرصه کار اطلاع رسانی است، آورده‌ایم. شرح مبسوط از آرزوهای ما در عرصه حیات رسانه‌ای ملی نیست و در آینده در همین صفحه آنچه را جامعه می‌تواند به‌عنوان تقاضای منطقی و به‌عنوان وظیفه در مقابل ما قرار دهد، مورد بحث قرار خواهیم داد.



جبران و شبکه‌ها را نیز تغذیه کند.

همچنین انتشار روزنامهٔ رسمی می‌تواند با توجه به اعتقاد و اجبار آن در انتشار اخبار مستند و واقعی، کمکی به جامعه در راستای مبارزه با اخبار نادرست منتشره در رسانه‌های بی‌هویت اینترنتی باشد.

ب: گرایش و مخاطبان

انتشار روزنامهٔ تحلیلی، پرسش «مخاطب کیست؟» و گرایش این مخاطب را بر جسته می‌کند. هدف روزنامه با مبنا قرار دادن مخاطب در شرایط کنونی، باید تغذیهٔ نیروهای تحول‌خواه، اصلاح‌طلب و مدافعان مشارکت‌جویی دارای منشی وحدت‌طلبی، مسالمت‌جو و دموکراسی‌خواه باشد. براساس این تعریف این روزنامه غیر حزبی است و به‌مثابه کانون تبادل اندیشه‌های اصلاح‌طلبانه و چتری برای پوشش دیدگاه‌های ترقی‌خواه، فارغ از گرایش‌های حزسی متنوع موجود در جبهه اصلاح‌طلبان عمل می‌کند و جماعت مخاطب

آن، گروه‌ها و افراد دارای گرایش اصلاح‌طلبی فعال و دارای موقعیت مرجع گروه‌های کوچک‌تر، نظیر خانواده‌ها و محافل است. همچنین روزنامه باید فضای کافی برای خلق گفت‌وگوهای سازنده را بین گروه‌های سیاسی موثر در زمینهٔ مسائل اجتماعی پدید آورد.

روزنامه برای تخصیص حوزه‌های مورد پوشش خود، با حفظ هویت محتوایی متمایز از سایر روزنامه‌ها، به پوشش مسائل اجتماعی و به‌ویژه شرایط زیست شهری با تأکید بر نقش نهادهای مدنی و مشارکت شهروندان مبادرت می‌کند.

ج: خط‌مشی رفتاری

۱- اتخاذ رویکرد انتقادی و حمایت توأمان از احزاب و گروه‌های اصلاح‌طلب و خودداری از ایجاد وابستگی به یک حزب یا سازمان و جلب اعتماد مخاطبان برای ایجاد تک‌کردن چنین تصویری نزن آنها.
۲-انتقاد منطقی و موثر از عملکرد همه دولت‌ها و جریانات گوناگون سیاسی و ارائه راه‌حل‌های

واقع‌بینانه به آنها.

۳-خودداری از کاربرد لحن خشونت‌بار، تمسخر آمیز و تهدیدکننده در خطاب به گروه‌های مخالف و تکیه بر گفت‌وگوهای مبتنی بر استدلال‌های توافق‌جویانه.

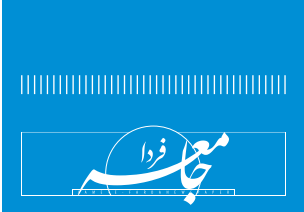
۴-خودداری از طرح باز یگران سیاسی ماجراجو، کم‌مایه و فاقد هویت مشخص و دور ماندن از مسیر رویارویی با آنها.
۵- تلاش برای پدیدآوردن مبانی گفت‌وگو با شرایط زیست شهری با تأکید بر نقش نهادهای مدنی و مشارکت شهروندان مبادرت می‌کند.

۶- ایجاد عیارها و خط‌کشی‌هایی مشخص و واقع‌بینانه برای ممیزی نیروهای خودمحمور آشوب‌طلب، از گروه‌های اجتماعی دارای مطالبات هر راستا با منافع جمعی و ملی.
۷- دوری از استیخاص و عناصر خودمحمور که پروژه‌های شخصی سیاسی داشته و از مجاری جمعی و فضاهای عمومی، مطالبه همراهی با پروژه‌های شخصی خود را دارند.

شنبه ۶ آبان ۱۳۹۶

↓

رسانه



۱۰ ۹ ۱۰

جهان آینده

↓

از روزنامه‌نگاری حرفه‌ای چه مانده است؟

زینب جعفری -جامعه فردا:روزنامه‌نگاری به‌معنای رسانه‌نگاری در دوران تکامل و یک خود به‌سرمی‌برد. در عین حال، به معنای یک فعالیت حرفه‌ای در دوران گذار به عصر کاهش ابعاد حرفه‌ای ورود به دوره روزنامه‌نگاری همگانی-اگر نگوئیم توده‌ای -هستیم. امروزه استفاده از رسانه به‌عنوان در نقش فرستنده اطلاعات و پیام از نظر شمار، ابعادی نزدیک و چندنده یا چندصده میلیونی پیدا کرده است، درحالی‌که در گذشته جمعیت‌های میلیونی صرفاً با یافت‌کننده پیام و خبر بودند. علت این امر توسعه فناوری‌های ارتباطی، افزایش سواد و آگاهی تعداد بالای جمعیت‌های انسانی به حقوق مدنی خویش است. روزنامه‌نگاری در معنای کلاسیک خود عبارت بود از اطلاع‌رسانی اخبار، ارائه تحلیل و تفسیر پیرامون همان اخبار، دادن تصاویر جامعی از وضع جامعه و روابط اجزای آن که از ترکیب داده‌های خبری و تحلیلی پدیدمی‌آمد. جامعه روزنامه‌نگاران در جایی بین دادن تصویر متناسب با ثبات وضع موجود و ارائه دلایل نیاز به تغییر وضع موجود، زیست حرفه‌ای و فعالیت می‌کرد. به علت شرایط تکنولوژیکی نیز رسانه‌ها(مطبوعات و رادیو و تلویزیون) صرفاً در اختیار روزنامه‌نگاران بودند. بنابراین جامعه از نظر رسانه‌ای به دو گروه مخاطبان رسانه و تولیدکنندگان رسانه تقسیم می‌شد. گروه معدود روزنامه‌نگار حرفه‌ای و گروه بسیار وسیع مخاطب منفعل. رابطه یک طرفه فرستنده و گیرنده اکنون شرایط به کلی تغییر کرده است. ابتدا در حوزه اطلاع‌رسانی کسانی که می‌توانستند با تلفن همراه خود پیام کوتاه (اس‌ام‌اس) بفرستند به رقابت وارد شدند و با آگاهی از خبر، آن را برای همه می‌فرستادند. این پدیده شگرف رسانه‌ای که اکنون بیش یافتاده به‌منظر می‌رسد، با توسعه سریع فناوری به‌سرعت تا حد ایستادن در کناری و ارسال زنده خبر مصور از یک رخداد در حال وقوع توسط شهروندانی پر شمار تکامل یافت.اصطلاح رسای «بهره‌وندخبرنگار» بر اساس این تحول، جعل و به‌دروستی به فرهنگ عبارات رسانه‌ای وارد شده و این ترتیب بخش عمده‌ای از وظایف روزنامه‌نگاران به‌طور عمده از آنان منفک و به‌عهده شهروندان گذاشته شد. سپس نقش شهروندان به‌حوزه تحلیل و تفسیر تغییر یافت. آنچه در ابتدا صدور جملات مترضه، منکلب و عیب‌جویی و طرح پرسش بود، به‌زودی به تحریر تحلیل‌های ساختارمند و تفسیرهای روشنگر انجلیمد. امروزه بسیاری از سردبیران، برخی مطالب تحلیلی را که صبح در شبکه‌های اجتماعی دیدماند، در عصر و هنگام فراوری روزنامه، از نوشته‌های همکاران خود قوی‌تر می‌یابند. درست است که شبکه‌ها سرشار از مطالب بی‌ارزش است، ولی در میان خاک‌سپایه و بی‌ارزش آنها گوهرهایی ناب نیز پیدای می‌شود و تعداد و کیفیت آنها نیز در حال افزایش است.آنگونه‌ای که برخی تولیدات کارشناسی که دانش خود را در حوزه روزنامه‌نگاری داده‌ها (data journalism) به شبکه‌ها ارسال می‌کنند بسیار در خور توجه است و حرفه‌ای عرضه می‌شود. دور نیست روزی که واکنش‌های مثبت به مطالب تحلیلی این رسانه‌نویسان تازه‌کار، رسانه‌های دیجیتال سامان یافته را به محل تبادل اخبار، تبادل دیدگاه و شکل‌گیری افکار عمومی در یک فضای عمومی بدل کند:
اگوراهایی به‌وسعت یک کشور و گاهی کل جهان، در چنین وضعیتی برای روزنامه‌نگاری حرفه‌ای چه باقی می‌ماند؟ حرفه روزنامه‌نگاری هنوز یک حیطه کشف‌نشده و بسیار مهم دارد که اتفاقاً «شهروند روزنامه‌نگاران» را راه گسترده‌ای بدان باز نیست: هزینه‌بر، نیازمند کار گروهی باحوصله و دانش متمرکز در حوزه‌های مختلف است. اینها کیفیاتی است که امکان حصول آنها در شبکه‌های رسانه‌ای موسوم به دیجیتال کم است. البته راه آن بسته نیست و حتی در سال ۲۰۱۶ یک گروه فعال آمریکای لاتین که کار شبکته‌ای می‌کرد یکی از سه گزارش‌های تحقیقی ارزشمند سال را عرضه کرد. ولی در جریان تکامل ژورنالیسم هنوز در اغلب موارد این روزنامه‌نگاران حرفه‌ای هستند که توانایی انجام وظایف روزنامه‌نگاری تحقیقی را دارند. به‌ویژه نسبت به عنوان جمع‌بندی می‌توان بدون آفسوس نتیجه گرفت ورود مخاطبان سابق به عرصه خبر و سپس ارائه تحلیل، فرصت روزنامه‌نگاران حرفه‌ای برای ورود به فعالیت‌های بسیار ارزشمند و سازنده در حوزه روزنامه‌نگاری تحقیقی است. افزایش داده است. آنچه برای روزنامه‌نگاری حرفه‌ای مانده، بخش بنیادین و تحول‌ساز این حرفه است: یعنی روزنامه‌نگاری تحقیقی.

آموزه

↓