**خبرسازان بی خبر: نقدی بر سایت های خبری اینترنتی ایرانی**

**فرجامی، محمود**

از ابتدای دهه 80 و به‏طور مشخص‏تر با راه‏ افتادن و رونق گرفتن وب‏سایت‏های«گویانیوز» و«بازتاب»،توجه شخصیت‏ها و نهادهایی که‏ به هر دلیلی به حضور رسانه‏ای در فضای اینترنت‏ علاقه‏مند بودند،به این‏سو جلب شد.گویی قرار شد همان نقشی را که مطبوعات در فاصله سال‏های‏ 76 تا 79 به جای احزاب برعهده داشتند،این‏بار رسانه‏های اینترنتی برعهده گیرند؛خاصه آنکه‏ با وجود تمام سخت‏گیری‏ها باز هم در این سال‏ها حضور رسانه‏ای در فضای سایبر بسیار راحت‏تر از فضای واقعی بوده و هست.در چنین فضایی نه‏ نیازی به گرفتن مجوز بود و نه معرفی مدیران و همکاران رسانه و نه حتی مشخص کردن مکان و شماره‏ای از آن.این خود باعث شد تا به خاطر دوری‏ از نظارت نهادهای قانونی تا حدودی فضای رسانه‏ای‏ سایبر از فضای رسانه‏ای واقعی در ایران بازتر شد اما در مقابل به همان میزان جا برای شارلاتانیسم‏ رسانه‏ای نیز هموار شد.

این شمارنده‏های لعنتی

متاسفانه معمولا برای سنجش و مقایسه‏ سایت‏های خبری،تعداد بازدیدکنندگان،تعداد صفحات بازدید شده و حتی میزان هیت،به عنوان‏ ملاک به کار می‏رود.این درحالی است که عوامل‏ بسیاری در بالا رفتن تعداد بازدید یک سایت مؤثرند که گاهی مطلقا ربطی به وجه خبری ندارند.این‏ درحالی‏ست که-با تمام فیلترها-سایت‏های‏ غیراخلاقی میزان بازدید قابل‏توجهی دارد،و بنابراین کافی است در یک صفحه از سایتی،کلمه یا کلماتی که مورد علاقه جست‏وجوگران فارسی‏زبان‏ است،عمدا یا سهوا درج شود تا آمار بازدید آن سایت‏ تا مدت‏ها دستخوش تغییر شود.و البته کم نیستند خبرنگاران و خبرسازانی که با استفاده از چنین‏ ترفندهایی،آمار سایتشان را تضمین می‏کنند.نکته‏ قابل‏توجه آنکه برخلاف رسانه‏های کاغذی،این‏ امکان در اینترنت وجود دارد که فقط یک یا چند مطلب از یک سایت مورد بازدید قرار گیرد اما این‏ دسترسی محدود،بر آمار کل سایت تاثیر می‏گذارد؛ یعنی کافی است که یک خبر از یک سایت خبری‏ با همان ترفند جذب موتورهای جست‏وجو یا به‏ مدد لینکدونی‏هایی مثل«بالاترین»و«صبحانه» پربیننده شود تا کل آمار سایت بیشتر شود و بر پایه آن،«تحلیل‏گرانی»که آمار سایت را ملاک‏ کیفیت و تاثیرگذاری آن می‏دانند به قضاوت‏های‏ نادرستی دچار شوند.این درحالی است که در خارج‏ از این فضا،برآیند کل مطالب یک رسانه است که‏ مخاطبان آن را جذب یا دفع می‏کند؛یعنی به‏ندرت‏ ممکن است که برای یک خبر خاص یا حتی یک‏ ستون خوش کیفیت،مخاطبان به‏طور ناگهانی‏ جذب یک رسانه شوند و اگر هم‏چنین شود،معمولا موقتی است و این حربه دوامی ندارد.1

شنیده می‏شود

در یک جامعه خبری بیمار،آزادی بیان هم بیمار متولد می‏شود.این‏چنین است که امکان ناشناس‏ ماندن گردانندگان سایت‏های خبری و در نتیجه‏ مصونیت آنها از تعقیب قضائی،بیشتر از آنکه به‏ آزادی بیان منجر شود،به آنارشیسم خبری منتهی‏ شده است.یکی از بزرگ‏ترین آفات رسانه‏های‏ اینترنتی ایران،«نقل»یا به عبارت بهتر«ساختن» اخبار براساس شایعات یا اغراض خاص است.در سایه نظارتی که بسیار کمرنگ است،کافی است‏ گردانندگان یک سایت-که معمولا هم مشخص‏ نیستند-اراده کنند خبری بسازند که در آن به‏ ایجاد یا رواج شایعه‏ای کمک کنند،آبروی کسی را ببرند،نهادی را تحت فشار بگذارند و هر کار به دور از اخلاق انسانی و حرفه‏ای دیگری بکنند و آن را در فاصله چند دقیقه انجام دهند.

تمام اینها درحالی صورت می‏گیرد که حتی امکان‏ دسترسی کسی که مثلا خواهان درج جوابیه در یک‏ سایت خبری است،به صورت شفاف مهیا نیست.در بیشتر این سایت‏ها امکان ایجاد ارتباط خوانندگان‏ با دست‏اندرکاران رسانه منوط به بخش«نظرات» و صفحه«تماس با ما»ست که نه به هیچ کدام‏ اعتمادی هست و نه کسی بعدا می‏تواند ثابت کند که جوابیه‏ای فرستاده است؛در صورتی که در یک‏ نشریه کاغذی،بالاخره آدرسی یا شماره‏ای مشخص‏ شده که شاکی می‏تواند با مراجعه حضوری،فکس‏ یا ارسال پستی،رسما با رسانه ارتباط برقرار کند و سند داشته باشد.

نقل‏های بی‏تحلیل چرخشی

عدم پاسخگویی و حتی مشخص بودن هویت‏ گردانندگان بسیاری از سایت‏های خبری باعث‏ می‏شود که آنها اخباری را بسازند که باب طبع‏ گروهی از رسانه‏های رسمی باشد که خود را انتشار این اخبار به‏طور مستقل معذورند.این مطلب،در کنار کم‏دانشی یا اغراض سیاسی دست‏اندرکاران‏ برخی رسانه‏های رسمی باعث شده است تا هر روز اخبار شگفت‏آور بسیاری،از این سایت‏های‏ ناشناخته و کم‏بیننده در رسانه‏های رسمی و پرخواننده منتشر شود و در چنین فرایندی است‏ که این منابع مجهول الهویه به چرخه«رسمی» خبر وارد می‏شوند2و از آن‏سو رسانه‏های رسمی‏ به کمک«ذکر منبع»،هم خود را از شر پاسخگویی‏ و احیانا عواقب قضائی دور می‏دارند و هم خواسته‏ یا ناخواسته در تلقین موثق بودن این منابع عمل‏ می‏کنند.

عجله کن...!

عجول بودن دست‏اندرکاران و به خصوص‏ حامیان مالی سایت‏های خبری در«بالا آمدن» یک پایگاه خبری،یکی از آفت‏های جدی این حوزه‏ است.این بالا آمدن معمولا ناظر به جذب تعداد بیشتر بازدیدکنندگان(یا بالا رفتن آمار صفحات‏ بازدید شده)و نیز«اثرگذاری»اخبار است.این‏ اثرگذاری اما نه از جنس آن اثرگذاری به معنای‏ «انتشار اخبار مهم و تحلیل‏های دقیق»است،بلکه‏ به معنای انتشار«اخبار بتّرکون!»است؛خبرهایی‏ عجیب که زود نقل محافل شود یا آن‏قدر تند و تیز که واکنش‏های مختلفی در تکذیب آنها برانگیخته‏ شود و جنجال به‏پا کند.با این اوصاف،اگر به یک‏ کرشمه دوکار-و بیشتر-برآید،بسیار مطلوب‏تر است؛چه بهتر از آنکه خبر هم عجیب باشد و هم‏ واکنش مخالفان را برآشوباند و هم دشمنان را تحت‏ فشار بگذارد و هم آمار بازدید را بالاتر ببرد!و به این‏ ترتیب است که هرروز مطالبی راست و دروغ از زندگی خصوصی فعالان سیاسی و اجتماعی روی‏ اینترنت رواج می‏یابد و صدالبته که مقبول صاحبان‏ اصلی سایت‏ها هم هست.در چنین شرایطی، حتی اگر خبرنگاری آن‏قدر فهیم و وظیفه‏شناس‏ و باسواد باشد که بخواهد در مورد مسائلی چون‏ محیطزیست،وضعیت سدها،خسارات کشاورزان، مشکلات کارگران و آلودگی صوتی گزارش تهیه‏ کند،کدام مدیر سایتی حاضر خواهد شد بابت‏ چنین مطالبی که نه تعدادبازدیدکنندگان را بالا می‏برد،نه کسی را به زیر می‏کشد و نه واکنش‏ آنی‏ای را باعث می‏شود پول خرج کند؟کیست که‏ بخواهد چند ساعت-حتی توسط اینترنت-به‏ دنبال آمارها بگردد،به ادارات تلفن بزند و به میان‏ مردم برود،وقتی در طول یک ساعت می‏شود ده‏ها خبر را ساخت و«ترکوند»؟!

معجزه کپی پیست

همین امروز چند سایت متوسط خبری فارسی را ببینید و نگاهی به ستون کناری هرکدام بیندازید. خواهید دید که هرکدام از این سایت‏ها یادداشت‏ها، گفت‏وگوها و مقالات خوبی از عبد الکریم سروش، عباس عبدی،امیر محبیان،اکبر گنجی،فواد صادقی،مسعود بهنود،حسین شریعتمداری، کمال خرازی و خلاصه هرکسی که مشهور است‏ یا دست به قلم خوبی دارد،یافت می‏شود.روال کار چنین اعجازی البته معجزه کپی پیست است که به‏ مدد نبودن قانون کپی رایت،همه از آن بهره‏مندند. از موارد استثنا که بگذریم،روال کار این است که در بعضی سایت‏ها یکی از افراد مطلبی را می‏خواند،آن‏ را می‏پسندد و بعد در سایت،کپی پیست می‏کند؛ آنگاه اگر باانصاف بود منبع آن را ذکر می‏کند و اگر نبود،نه.جنبه پیشرفته‏تر ماجرا آن است که در سایت‏های باقیمانده حتی کسی زحمت خواندن‏ مطلب را هم به خود نمی‏دهد و با مراجعه به‏ سایت‏های واسطه،مطالب کپی می‏شوند.حاصل‏ می‏شود مجموعه‏هایی که هرچقدر هم مطالب‏ آنها خواندنی باشند،ارتباطی باهم ندارند و بودن بعضی از آنها در کنار دیگران و در سایتی با خط مشی کاملا متضاد،مضحک می‏نماید.این‏ مطلب نه فقط به اعتبار خود این سایت‏ها لطمه‏ می‏زند بلکه اگر پایگاهی بخواهد با رعایت حد اقل‏ اصول روزنامه‏نگاری،با پرداخت حق التحریر به‏ نویسندگان و روزنامه‏نگاران مطالبی را تولید کند،به‏ یأس و ورشکستگی خواهد رسید.وقتی در کمتر از چند دقیقه،مطلب تولیدی رسانه‏ای،در ده‏ها جای‏ دیگر باز تولید(!)شود،آیا انگیزه و توانی برای تولید و تحقیق خواهد ماند؟

به گزارش خودمان!

احتمالا رسانه‏های ایرانی تنها رسانه‏هایی‏ در دنیا هستند که چه خبری را تولید کنند و چه از دیگران نقل کنند،حتما قید«به گزارش‏ خودمان»را به آن اضافه می‏کنند!همان‏قدر که‏ در یک خبر«بی‏بی‏سی»دیدن کلمه«به گزارش‏ بی‏بی‏سی»مضحک است تقریبا در تمام سایت‏های‏ خبری رسمی و غیررسمی ایرانی این امر معمولی‏ تلقی می‏شود.دلیل این مسئله شاید آن است که‏ بیشتر رسانه‏های اینترنتی ایرانی،احساس نیاز ترحم‏آمیزی نسبت به«نقل‏شدگی»توسط سایر رسانه‏ها دارند.خبرنگار یا دبیر یک خبرگزاری‏ یا سایت خبری،حتی اگر خبری را فقط از سایت‏ دیگری نقل کرده باشد،حتما نام پایگاه خود را در عبارت«به گزارش...»می‏گذارد تا وقتی همکار راحت‏طلب‏اش در یک رسانه دیگر آن این خبر را کپی پیست می‏کند،نام رسانه‏اش تکرار شود.

کشکول‏های خبری

بسیاری از سایت‏های خبری ایرانی،علاقه فراوانی‏ به«جامعیت»دارند.وقتی زحمت انتشار خبری تا حد یک کپی پیست راحت شده باشد و ملاک‏ها هم آن‏چنان که ذکرش رفت،تعریف شده باشند، چرا یک سایت به جای چند موضوع محدود،به‏ تمام موضوعات عالم نپردازد؟البته به همین میزان‏ «جامعیت»به«سطحی بودن»هم منجر خواهد شد اما دقت و تخصص گویا جزء ملاک‏های سنجش‏ سایت‏های خبری ایرانی نیست!به همین دلیل هم‏ هست که خبرهای فراوانی هرروز تولید و بارها منتشر می‏شوند که با کمی دقت در آنها می‏توان‏ اشتباهات فجیعی را یافت.این اشتباهات معمولا توسط«کپی پیست‏کنندگان»حرفه‏ای کشف‏ نمی‏شود.وخامت اوضاع تا حدی است که حتی‏ خبرگزاری‏های بزرگی چون«ایرنا»و«فارس» هم به این ورطه افتاده‏اند؛به‏طوری‏که گاهی‏ بخش‏های تازه‏ای در آنها راه می‏افتد و میزان نقل‏ اخبار عجیب از منابع ناشناخته فزونی می‏یابد.3

پانوشت‏ها:

(1)-حتی در مسائل افشاگرانه هم این مسئله صادق است. مثلا بسیاری از مردم،روزنامه«کیهان»را برای افشاگری‏های‏ صفحه دوم آن می‏خرند تا با توجه به ارتباطات آن با ساختار قدرت،بتوانند آمادگی‏های لازم را برای حوادث آتی داشته‏ باشند اما روزنامه«سیاست روز»که هرروز افشاگری‏های‏ مشابهی را به چاپ می‏رساند،هیچ‏گاه اقبال کیهان را ندارد چرا که باز هم در برآیند کلی نسبت به کیهان ضعیف‏تر است‏ و در نتیجه مخاطب ترجیح می‏دهد کیهان بخرد؛در صورتی‏ که اگر این 2 روزنامه،به صورت 2 سایت خبری فعالیت‏ می‏کردند،همواره بخشی از خوانندگان-که به این مطالب‏ علاقه دارند-به مدد لینک‏ها،بخشی از مطالب کیهان را می‏خواندند و بخشی از مطالب سیاست روز را.

(2)-به‏طور مثال،روزنامه رسمی دولت،همزمان با تاسیس‏ یک سایت خبری جنجالی،همراه با منابع رسمی خبر(مثل‏ خبرگزاری‏ها)اخبار سایت‏های جدید التأسیس همسو را نیز نقل می‏کند که این منابع کاملا موثقند.

(3)-به عنوان مثال،چندی پیش خبرگزاری فارس خبری مبنی‏ بر«روپایی زدن ایران از قم تا جمکران»را به نقل از «قمنا»به‏طور ویژه منتشر کرد!