

■ هفت روز در سرزمین ژرمن‌ها گزارش دیدار یک روزنامه‌نگار از رسانه‌های آلمان

محمد رضایی

فرودگاه مثل همیشه بود. نمایشگر اصلی پروازها خراب و مانیتورهای کوچک تعبیه شده در چهار طرف سالن ترانزیت، ساعت پروازهایی را نشان می‌داد که مربوط به چند ساعت قبل بود. از برنامه‌های پروازی پیش‌رو خبری نبود و باز مثل همیشه با دوساعت تأخیر پریدیم.

«ایران ایری‌ها» ظاهراً همه چیز برایشان عادی شده بود که دوستانشان نه تنها در مانیتورهای سالن از تأخیرشان چیزی نمی‌گفتند بلکه ظاهراً به اطلاعات پرواز قسم هم داده بودند که مبادا از طریق بلندگو از تأخیر پرواز ۴۵: ۸ دقیقه هامبورگ خبری درز دهند. بر همین اساس بود که جمع پانزده نفره ما و دیگری که با چشمانی پف‌کرده از ساعت ۵ صبح در فرودگاه حاضر شده بودند، چاره‌ای نداشتند که دم به دقیقه حضوراً به اطلاعات پرواز مراجعه کنند و علت را جويا شوند و البته دست خالی برگردند. بیچاره توریست خارجی معلوم نیست در این‌جور مواقع که نه نمایشگر خبری از پرواز تأخیری می‌دهد و نه از قطره چکان اطلاعات پرواز چیزی در می‌آید، چه باید بکند؟

هرطور بود پرواز با دو ساعت تأخیر، بدون هیچ توضیح، عذرخواهی و پذیرایی – که مطابق قوانین حمل‌ونقل هوایی در صورت تأخیر بیش از دو ساعت موظف به آن هستند - انجام شد و پنج ساعت بعد جمع پانزده نفره خبرنگارانی که به میزبانی معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای بازدید از رسانه‌های آلمان عازم این کشور می‌شدند، به هامبورگ رسیدند. شهری زیبا، دیدنی، سرسبز و با سکوتی خیره‌کننده و به گفته بسیاری از اهالی فرهنگ، مکانی برای آزادی و مدارا و به موازات آن شهر ادب و فرهنگ.

پس از آن که دو افسر آلمانی، با طمأنینه و وسواس هرچه تمامتر گذرنامه‌های ما را چک کردند، اجازه ورود گرفتیم و با اتومبیلی که در فرودگاه منتظر ما بود، راهی هتل شدیم. راننده میانسال آلمانی بعد از ۲۰ دقیقه در مرکز شهر هامبورگ و در کنار «رود آلستر» در کوچه‌ای پیچید و توقف کرد که پر بود از هتل‌های جورواجور با تابلوهای بزرگ که کرایه اتاقها را نشان می‌داد. هتل‌های آن کوچه برای این که رقبای شان را بی نصیب بگذارند؛ رقابتی دیدنی با هم داشتند. آنها حتی کرایه اتاق را نسبت به شب قبل تا ۲۰ یورو کاهش می‌دادند و یک توریست به راحتی می‌توانست با هر قیمتی که در توانش بود در همان کوچه اقامت کند.

محل اقامت ما هتلی دو ستاره بود که وقتی اتومبیل حامل خبرنگاران در کنارش ایستاد، بسیاری زیرچشمی نگاهی به هم کردند. از چشم‌هاشان پیدا بود: «سالی که نکوست از بهارش پیداست. اقامت در هتل دو ستاره آن هم برای جماعت خبرنگار» البته این پیشداوری طولی نکشید و با رفتن بچه‌ها به لابی هتل و اتاق‌هایشان اوضاع به حالت عادی برگشت. ظاهراً آلمانی‌های حسابگر در اختصاص ستاره به هتل‌ها، مثل ما دست و دلبازی ندارند. امکانات آن هتل دو ستاره بی‌اغراق شبیه چهارستاره‌های ما بود، هر چند دو ستاره کمتر داشت.

همچنان که در لابی هتل داشتم کامپیوتری را و رانداز می‌کردم که به راحتی می‌توانستی ساعتها پشت آن بنشینی و رایگان از اینترنت استفاده کنی، هتلی پنج ستاره در جزیره مرجانی کیش را به یاد آوردم که پیش از سفر به آلمان، دو شب در آن اقامت داشتم و دریغ از حتی یک کافی نت در هتل. آن شب مجبور شدم برای چک کردن یک خبر و ارسال میل، دست به دامن راننده جوان یک تاکسی شوم تا مرا به نزدیکترین کافی نت که چندان هم نزدیک نبود ببرد. یک لحظه آنچه آن شب بر من گذشت را مرور کردم و شک نداشتم، صاحب این هتل که برخلاف هتلداران خودمان یا ستاره‌ها را پنهان و یا در تعداد آن غلو می‌کنند، واقعاً لیاقتش را داشته است که با افتخار همان دوستاره را در سردرش به رخ می‌کشد. بگذریم...

عصر روزی که به هامبورگ رسیدیم، برنامه‌ای برای بازدید از هیچ رسانه‌ای نداشتم و تنها در شهرگشتی زدیم. آنچه در وهله اول خیره‌کننده است نظم آهنین آلمان است. اگر چه بارها از نظم خسته‌کننده آلمانی شنیده بودم اما هیچ وقت از نزدیک آن را تجربه نکرده بودم. آلمانی‌های منضبط که حسابی انضباط یادگانی‌شان، ایرانیها را کلافه می‌کند، رأس ساعت ۸ شب، فروشگاه‌هایشان را تعطیل می‌کنند. بی‌برو برگرد و بی‌اغراق، عقربه‌های ساعت که به ۸ رسید کرکره پایین است. با

دیدن چنین نظمی کسل کننده در بدو ورود، حرفهای لیدرمان را در ذهن مرور کردم که بلافاصله پس از رسیدن به هتل در لابی جلسه‌ای گذاشت و سه بار تأکید کرد: «برنامه‌های ما در تمام این یک هفته چه در هامبورگ و چه در فرانکفورت رأس ساعت ۱۰ صبح برگزار می‌شود. خواهش می‌کنم نیم ساعت قبل از شروع دیدار با رسانه‌ها در لابی آماده باشید» بعداً فهمیدم که او به چه نکته مهمی اشاره می‌کرد.

نخستین دیدار ما با اتحادیه روزنامه‌نگاران آلمان بود که در هامبورگ دفتر داشتند. آنها مثل ما نیستند که همه چیزشان در پایتخت خلاصه شود. هامبورگ، فرانکفورت، برلین، کلن و مونیخ، قلب رسانه‌های آلمان هستند.

دیدار ما با آلمانها حکایتی داشت. آنها روز قبل فکس می‌زدند و به یادمان می‌آوردند که فردا با آنها رأس فلان ساعت قرار داریم. براساس همان برنامه‌ریزی ما به دفتر اتحادیه روزنامه‌نگاران آلمان که در طبقه سوم ساختمانی کاملاً ساده و بی‌غل و غش در قلب شهر هامبورگ قرار داشت رفتیم. بی‌اغراق ساختمان انجمن خودمان در مقابل آنها از بهتی برخوردار بود. دو نفر میزبان ما بودند؛ دبیر و سخنگوی انجمن. جلسه پس از صحبت کوتاه لیدر ما و سخنگوی انجمن به پرسش و پاسخ رسید. نوع و نحوه فعالیت آنها با انجمن صنفی خودمان از دو سنخ کاملاً متفاوت بود؛ شاید به علت نوع تعامل مطبوعات و حکومت، فعالیت آنها هیچ ارتباطی با انجمن ما نداشت. آنها برای خبرنگاران کارت طرح ترافیک، وام، بلیط سینما و تخفیف هواپیما فراهم نمی‌کردند. دغدغه آنها تعاونی مسکن جهت خانه‌دار شدن خبرنگاران نبود. کل مدیران انجمن هم، هفت نفر بودند و کارشان چیزی نبود جز رسیدگی به مسائلی که یک روزنامه‌نگار در جریان مأموریت حرفه‌ای خود با آن روبه‌رو می‌شود. بررسی مشکلات حقوقی در قراردادهای روزنامه‌نگاران با کارفرما و یا مشکلاتی که به سبب فعالیت حرفه‌ای با آن دست و پنجه نرم می‌کنند را این اتحادیه سامان می‌داد.

با حق عضویتی که از ۱۰ یورو شروع و براساس میزان سابقه روزنامه‌نگار به ۲۵ یورو می‌رسید و هر چه با سابقه‌تر، حق عضویت کمتر. جالب این که معتبرترین کارت خبرنگاری که به تأیید وزارت کشور آلمان رسیده و امضای نماینده وزارت کشور و انجمن را داشت، کارتی بود که توسط همین اتحادیه صادر می‌شد. دارندگان این کارت از نظر دولت آلمان خبرنگار شناخته می‌شوند و به راحتی می‌توانند در تمام جلسات و برنامه‌های خبری حضور داشته باشند. آنها همچنین

موظفند در صورت خروج از این حرفه بلافاصله اتحادیه را مطلع و کارت عضویت‌شان را پس دهند. سخنگوی انجمن تعریف می‌کرد؛ یکی از روزنامه‌نگاران مشهور هامبورگ پس از پیروزی در انتخابات و راهیابی به پارلمان، نه تنها کارت‌ش را پس نداد بلکه در جلسه‌ای که فقط خبرنگاران اجازه داشتند شرکت کنند با همان کارت وارد شد که بلافاصله شناسایی و کارت‌ش توقیف و جریمه‌ای سنگین برای او در نظر گرفته شد. بالاخره پس از دو ساعت گفت‌وگو که گاه با شوخی دوستان به حاشیه کشیده می‌شد، جلسه به اتمام رسید. پس از پایان جلسه، دو عضو اتحادیه روزنامه‌نگاران آلمان تا دم اتومبیل بدرقه‌مان کردند و با گرفتن عکسی دسته‌جمعی از آنها جدا شدیم.

مطابق قرار قبلی برنامه بعد از ظهر، دیدار از هفته‌نامه «سایت» بود که علی‌رغم تأکید «لیدر» تیم بر حضور در موعد مقرر در لابی هتل، چهار نفر از همراهانمان که برای دیدن شهر پس از پایان برنامه صبح از ما جدا شده بودند، نرسیدند و جا ماندند. آنها در شهر گم شده بودند و درست لحظه‌ای رسیدند که اتومبیل حرکت کرده بود. ساختمان «سایت» باشکوه و عجیب بود. با دیدن آن یاد روزنامه‌ای در کشورمان افتادم که در طبقه چهارم آپارتمانی ۹۰ متری و شلوغ که هیچوقت آسانسورش آسایش پیدا نمی‌کرد، منتشر می‌شد و به نسبت محدودیت جا در تحریریه، فقط چند صندلی دور یک میز قرار داشت که هر کدام از صندلیها به تنهایی یک سرویس را نمایندگی می‌کردند. سایت هفته‌نامه‌ای که روزهای دوشنبه منتشر می‌شود، در ساختمانی مجلل و با هیبت فعالیت می‌کرد. این نشریه که براساس آمار رسمی، هر هفته بیش از ۴۵۰ هزار نسخه به فروش می‌رساند، حداقل در ۴۸ صفحه و در قطع روزنامه‌ای انتشار می‌یابد. از سیاست تا مقالات علمی در سراسر جهان، هر چه که از ارزش خبری برخوردار باشد در سایت منعکس می‌شود. معاون سردبیر و دبیر گروه بین‌الملل سایت اگر چه میزبان ما بودند و می‌بایست به سؤالات ما پاسخ دهند اما بیشتر در مقام سؤال‌کننده ظاهر شده بودند.

روزی که ما به سایت رفته بودیم ۹ روز از اعلام نتایج قطعی انتخابات ریاست جمهوری در ایران می‌گذشت و مسائل مربوط به ایران و انتخابات ریاست جمهوری آنقدر اهمیت داشت که آنها کنجکاوانه به پرسش در مورد مسائل ایران می‌پرداختند. و البته ندانستن زبان آلمانی برای ما مشکل ساز شد. جمع ما در «سایت» گاف داده بود. ما درست روزی که این نشریه منتشر شد به آنجا رفته بودیم. آنها کنار هر صندلی یک شماره از نشریه‌شان را گذاشته بودند، تیتروم به همراه

عکسی از رئیس جمهور منتخب به انتخابات ریاست جمهوری ایران اختصاص داشت. جمع ما که کلمه‌ای آلمانی نمی‌دانستند علی‌رغم تیتیر مثبت این نشریه به علت ترجمه غلط، برداشت صددرصد برعکس از آن داشتند و همین موجب بالا گرفتن بحث شد تا این‌که با ترجمه این تیتیر توسط معاون سردبیر، غائله‌خواهید. انصافاً تیتیر مثبت بود و ما صددرصد منفی برداشت کرده بودیم.

«سایتی» ها پس از پایان پرسش و پاسخ، به تشریح چگونگی تأمین مالی و فعالیتهای خود پرداختند. به گفته معاون سردبیر به علت شهرت «برند» سایت آنها سیگار و مشروبات الکلی با این «برند» تولید کردند و از این طریق منابع درآمدی خوبی کسب کرده بودند. به گفته وی به سبب نفوذ و اهمیت «برند» سایت در بین روشنفکران و فعالان سیاسی و اجتماعی آلمان، چاپ آن روی اقلام مذکور نشان از کیفیت محصول دارد و به همین خاطر استقبال زیادی از این محصولات می‌شود. او می‌گفت این اقدام برای سایت از نظر اقتصادی بسیار مهم و مؤثر بوده است. «سایت» را پس از بازدید از تحریریه آن ترک کردیم. تحریریه‌ای که برخلاف مانه به صورت باز بلکه برای هر گروه، اتافی بزرگ و مجزا در نظر گرفته شده بود. «سایت» اگرچه هفته‌نامه بود و پیش از مواجهه شدن با آن چیزی شبیه هفته‌نامه‌های خودمان را در ذهن متبادر می‌ساخت اما بسیار فراتر از آن چیزی بود که می‌شد فکر کرد. ساختمانی بزرگ با اتاقها و سالنهای وسیع؛ چیزی در ردیف روزنامه اطلاعات خودمان.

به هنگام بازگشت از سایت «لیدر» تیم مجدداً در اتومبیل تأکید کرد که فردا صبح رأس ساعت ۱۰ باید در اشپیگل باشیم. او برای این‌که حسابی محکم کاری کرده باشد، فکسی را نشان داد که اشپیگلی‌ها برایش فرستاده بودند و به او یادآوری کردند که رأس ساعت ۱۰ صبح با آنها قرار داریم. اشپیگلی‌های منضبط – همان نظمی که ما را عصبی می‌کند. حتی در این فکس گفتند که چه کسانی و چند دقیقه و در مورد چه حرف خواهند زد. ما رأس ساعت ۱۰ صبح فردا در اشپیگل بودیم. از فاصله چندصد متری که اتومبیل مان داخل یک خیابان پیچید، ساختمانی با شکوه همچون بانک صادرات خودمان، روبه‌روی ما ظاهر شد که رویش لوگوی اشپیگل حک شده بود. دقایقی بعد با ورود به این ساختمان غول‌پیکر که چند نگهبان و تلفنچی و هماهنگ‌کننده در طبقه همکف آن حضور داشتند، فهمیدم کل ساختمان متعلق به اشپیگل است؛ مؤسسه‌ای مطبوعاتی که چندین نشریه در آلمان منتشر می‌کند و مهمترین آن همان اشپیگل معروف است.

در طبقه دوازدهم این ساختمان با دبیر بین الملل اشپیگل که به تازگی برای پوشش اخبار انتخاباتی از ایران بازگشته بود، دیدار کردیم؛ اتاقی شیشه‌ای که از چشم‌انداز آن تمام بندر سرسبز هامبورگ که براساس آمار نزدیک به نیمی از مساحت آن را باغها، مزارع، پارکها و جنگل و مرتع در برمی‌گیرد زیرپایمان بود. اشپیگلی‌ها در اوج بودند، با امکاناتی بسیار شگفت‌انگیز. دبیر گروه بین‌الملل ضمن خیرمقدم به ما گفت، اتاقی که در آن نشستیم مهمترین اتاق اشپیگل است. مهمترین جلسات از جمله جلسه شورای سردبیری در این اتاق برگزار می‌شود و هر صندلی نیز متعلق به فرد خاصی است. او مطابق برنامه از پیش تعیین شده یک ساعت با ما نشست و حرف زد و سر یک ساعت گفت، دیداری با خاویر سولانا دارد و برای گفت‌وگو با او باید به بروکسل برود. از ما عذر خواست و درست هنگامی که خواست اتاق را ترک کند، یکی از بچه‌ها به او گفت چرا برای یک گفت‌وگو تا بروکسل می‌رود و تلفنی و یا کتبی گفت‌وگو نمی‌کند. او توضیح داد که مصاحبه مهمی است و اگر حضوری برگزار شود چالشی و پرخواننده خواهد بود اما اصلاً نمی‌توانست درک کند، گفت‌وگوی کتبی از چه سنخ و قماش است. برایش گفتیم؛ سؤال را بفرستید و مصاحبه شونده هم متقابلاً جواب بدهد و برایتان با فکس یا میل بفرستد. پاسخش البته تبسمی بود و نگاهی بسیار معنی‌دار! او سری که تکان می‌داد به علامت تعجب بود. او پیش از رفتن برایمان تعریف می‌کرد که در اشپیگل دبیرسرویس و معاون سردبیر چرخشی است و هر گروه دو دبیر سرویس دارد که هر دو هفته یک بار جابه‌جا می‌شوند. معاونان سردبیر نیز دو نفرند که آنها هم هر دو هفته یک‌بار تعویض و جایشان به دیگری واگذار می‌شود. به گفته او اشپیگل پس از سالها فعالیت به این نتیجه رسیده که برای پیشبرد کارها و جلوگیری از یکدست شدن مطالب در صورت جابه‌جایی معاونین سردبیر و دبیران سرویس به صورت دو هفته یک بار نتایج خوبی به دست می‌آید. او نقل می‌کرد که بعضی وقتها برخی از دبیران سرویس یا معاونان سردبیر، سخت گیرند و از انتشار برخی از گزارشها و مقالات خبرنگاران جلوگیری می‌کنند؛ در حالی که همین خبرنگاران می‌توانند صبر کنند و کار خود را تحویل دبیرسرویس و یا معاون سردبیری بدهند که منعطف‌تر است و به علت چرخشی بودن مدیریت در تحریریه چند روز بعد نشریه را در دست می‌گیرد و بر همین اساس کار خیلی خوب پیش می‌رود. آنها که با اشپیگل اندک آشنایی دارند، می‌دانند که برگ برنده این نشریه در گزارشهای تحلیلی آن است که با تمرکز روی مهمترین موضوع جهانی هفته از زوایای مختلف به بررسی آن می‌پردازند و به عبارتی پیشانی نشریه همین گزارشهاست.

یکی از بچه‌ها در همین مورد، از دبیر بخش بین‌الملل پرسید که چطور شما هر هفته مهمترین موضوع روز را شناسایی و بلافاصله در حجمی وسیع به پوشش آن می‌پردازید؟ پاسخ اما شنیدنی بود: «ما گروهی داریم که ضمن تحلیل اوضاع، پیش‌بینی از وضعیت آینده هم دارند. ضمن آن‌که نمایندگانی در سراسر جهان داریم که اطلاعات خبری محل حضورشان را هر روز با ما چک می‌کنند. به عنوان مثال ما می‌دانستیم حضور شخصیتی همچون محمدباقر حکیم در عراق، تحولاتی ایجاد خواهد کرد و بسیار تأثیرگذار خواهد بود. بر همین اساس و بر مبنای گزارش گروه مشورتی به تیم خبرنگارانی که روی چنین گزارشی کار می‌کنند دستور دادیم که به حکیم، مواضع و سیاستهایش بپردازند. در حین انجام این گزارش بودیم که حکیم ترور شد و ما بلافاصله آن گزارش را که دهها صفحه بود، به چاپ رساندیم که تعجب و تحسین خوانندگان را به همراه داشت. همچنین بود در خصوص رفیق حریری. از چندی قبل ما داشتیم روی لبنان و شخص حریری کار می‌کردیم، وقتی که این ترور رخ داد و بر همان اساس که توضیح دادم گزارش را منتشر کردیم.

آنها به صورت روتین، دوشنبه‌ها صبح پس از انتشار هفته‌نامه، جلسه می‌گذارند برای شماره بعد. دبیران گروه جمع می‌شوند و ضمن نقد شماره منتشره، آخرین اخبار و اطلاعات را از نماینده‌های خبری خود در سایر کشورها می‌گیرند و پس از جمع‌آوری اطلاعات از سراسر جهان، سوژه‌های هفته را مشخص می‌کنند و اگر اتفاق خیلی خاصی تا آخر هفته رخ ندهد، گزارشها و مطالب اصلی، همان اول هفته مشخص می‌شود و افراد، کار را شروع می‌کنند. اما از همه خیره‌کننده‌تر آرشیو اسپیکل بود. آرشیوی با ۷۰ کارمند. در اهمیت آرشیو اسپیکل همین بس که این نشریه با ۱۲۰ خبرنگار در تحریریه فعالیت می‌کند اما ۷۰ کارمند در آرشیو دارد. کارمندان آرشیو، «آرشیویست» به معنی بایگان نیستند، جمعی صاحب‌نظر و مطلعند که در واقع به عنوان مشاور یک خبرنگار عمل می‌کنند. وقتی گزارشگری روی موضوع خاصی قرار است کار کند و نیاز به مطلب آرشیوی دارد، پس از مراجعه به آرشیو و استفاده از مطالب آن، گزارش آماده شده را تحویل آرشیو می‌دهد و آنها صحت و سقم اطلاعات را واریسی می‌کنند و با تأیید سندیت، آن مطلب به چاپ می‌رسد. مدیر روابط عمومی اسپیکل که این موارد را برای ما تعریف می‌کرد وقتی در پاسخ به دوستی از نحوه مالکیت اسپیکل سخن می‌گفت؛ تعجب همه را برانگیخت. تمام کارکنان و خبرنگاران اسپیکل به نسبت تخصص و سابقه کاریشان سهامدار اسپیکل هستند. مدیر جوان

روابط عمومی این نشریه می‌گفت؛ جذاب‌ترین قسمت کار در اشپیگل همین نکته است، یعنی زمانی که سهام تقسیم می‌شود. آن موقع دل تو دل بچه‌های اشپیگل نیست تا بدانند چه مقدار سود به آنها تعلق می‌گیرد. عده‌ای از بیرون هم سهامدار اشپیگل هستند و جالب این که برای تغییر سردبیر باید اکثریت مطلق سهامداران در مجمع عمومی به آن رأی دهند و به عبارتی این سهامداران هستند که سردبیر تعیین می‌کنند. خبرنگار برای جذب در اشپیگل باید حتماً دو زبان بدانند، در حالی که ۱۲۰ خبرنگار آن نه تنها دو زبان که همگی سه زبان می‌دانند و به گفته دبیر بین‌الملل، برخی حتی زبان چهارمی هم به صورت دست و پا شکسته می‌دانند؛ به طوری که مثلاً بتوانند در صورت آشنایی با فرانسه، لوموند را به صورت روزانه بخوانند! با شنیدن این اطلاعات، شک نکردم که این سود سهام از شیر مادر هم حلال‌تر است.

آخرین برنامه ما در هامبورگ بازدید از یک مدرسه روزنامه‌نگاری بود به نام «هنری نانن». مرکزی که برای تحصیل در آن باید از هفت‌خوان رستم گذشت. مدیر مدرسه تعریف می‌کرد که آنها سالی ۲۰ دانشجو به صورت دو مرحله‌ای می‌پذیرند اما با شرایط فوق‌العاده سخت و دشوار. ابتدا از طریق مطبوعات، یک آگهی چاپ می‌شود و از علاقه‌مندان به تحصیل در این مدرسه برای شرکت در امتحانات دعوت می‌شود و تنها شرط آن دانستن زبان آلمانی است. مدیر مدرسه که بانوی میانسالی بود، می‌گفت؛ سال گذشته نزدیک به ۱۵۰۰ نفر ثبت‌نام کردند و از بین آنان در مرحله نخست ۶۰۰ نفر پذیرفته شدند اما پذیرفته‌شدگان این مرحله تازه نیمی از خوانها را پشت سر گذاشتند. آنچه نفس‌گیر و غربال‌کننده است مرحله دوم است. در مرحله دوم، افراد باید امتحانات عجیب و غریبی را پس دهند. سردبیران معروف نشریات آلمان در این مرحله؛ حضور می‌یابند و از افراد امتحان می‌گیرند. آنان باید در خصوص یکی از مسایل مهم روز جهان که موضوع آن توسط سردبیران اعلام می‌شود، مطلبی در حضور سردبیران بنویسند. پس از نوشتن مطلب که چند مورد خواهد بود، در صورت قبولی، مرحله‌ای آغاز می‌شود که ماراتنی عذاب‌آور است. مرحله نهایی و خوان‌هفتم اما حسابی برای کسی که رسیدن به کلاسهای این مدرسه را در چند قدمی خود می‌بیند و برای نشستن روی صندلیهای آن بی‌قراری می‌کند آزاردهنده است. در این بخش باز هم مشهورترین سردبیران نشریات آلمانی با حضور در جلسات امتحان، عکسهایی را به داوطلبان نشان می‌دهند و آنها باید بگویند این عکس مربوط به کدام شخصیت سیاسی یا فرهنگی است؛ عکسهایی که مربوط به شخصیت‌های مطرح در سراسر جهان است. قبول‌شدگان

این مرحله راه یافتگان به مدرسه‌اند. همان ۲۰ نفری که دانشجویان سال تحصیلی جدید مدرسه خواهند بود. مدرسه‌ای که نه همچون دانشکده‌های ما دارای کلاسهای آموزشی براساس جزواتی خاص است و نه مطلب ویژه و درس خاصی را ارائه می‌دهد. در کلاسهای آنها، روزنامه‌نگاران مشهور آلمانی، روزنامه‌نویسی را به صورت تجربی به افراد می‌آموزند اما نه به معنی مصطلح تدریس بلکه هر کسی مطلبی می‌نویسد و در حضور استاد که همان سردبیر باشد و سایر همکلاسیهایش می‌خواند و پس از آن روی آن مطلب بحث می‌شود. پس از جرح و تعدیل، اصطلاحاتی روی آن صورت می‌گیرد و اینها همه طی ۱۸ ماه در یک کلاس و در حضور یک روزنامه‌نگار با سابقه آموخته می‌شود. احتمالاً به همین خاطر است که کسی که از این مدرسه فارغ‌التحصیل می‌شود، یک روز هم دنبال کار نمی‌گردد؛ و بر همین اساس بخش وسیعی از اهالی مطبوعات آلمان را فارغ‌التحصیلان همین مدرسه تشکیل می‌دهند. مدیر مدرسه می‌گفت؛ یکی از مشکلات ما این است که بچه‌ها را وقتی برای کارورزی به نشریات معروف آلمان می‌فرستیم، همان‌جا با پیشنهاد خیره‌کننده روبه‌رو و جذب می‌شوند و بعضی وقتها درس‌شان نیمه تمام باقی می‌ماند.

و اما فردای آن روز در فرانکفورت بودیم. شهر تجار و بازرگانان با ساختمانهای خشن و البته شیک و مدرن که هیچ شباهتی به بندر مسحورکننده هامبورگ نداشت. اولین دیدار ما در فرانکفورت، رادیویی خصوصی بود به نام FHH. یکی از مدیران این رادیو، بخشهای مختلف آن را به ما نشان داد. رادیویی که از مشترکین به صورت ماهیانه ۱۶ یورو دریافت می‌کرد و برای گروههای مختلف سنی اعم از جوانان و میانسالان، برنامه پخش می‌کرد. مدیران این رادیو برای سرپا ماندن در عرصه پرقابرت رسانه‌های آلمان سراز پا نمی‌شناختند، آنها کاری کرده بودند کارستان. مثلاً برای جذب مخاطب بیشتر، یک تحریریه مخصوص جوانان تا ۲۰ سال راه‌انداختند که حتی فضای این تحریریه هم کاملاً متفاوت با تحریریه اصلی بود و به همین خاطر برنامه‌ها و موسیقی مورد توجه این گروه سنی را پخش می‌کردند. یکی از مدیران این رادیو تعریف می‌کرد؛ دو سال قبل چند اتومبیل گرانقیمت BMW خریدند و به در خانه‌های مردم رفتند، سؤالی پرسیدند و هرکس پاسخ صحیح داد، همان‌جا اتومبیل را تحویلش دادند و از این راه مخاطبان بسیار زیادی جذب کردند. آنها حتی جوانان را به در منازل شهروندان فرستادند با CD موسیقی و چند روز بعد مجدداً رفتند CD را تحویل گرفتند و از آنها پرسیدند از کدام یک از موسیقیها لذت

بیشتری بردند تا همان را مبنای پخش موسیقی براساس سلیقه اکثریت مردم قرار دهند. عصر آن روز در فرانکفورتر آلگماینه بودیم؛ روزنامه‌ای با صفحه‌بندی و شکل متفاوت و ساختمانی شکیل. یکی از اعضای شورای سردبیری این روزنامه به همراه خبرنگار حوزه مسایل ایران که پنج سال در کشورمان اقامت داشت، میزبان ما بودند. فرانکفورتر آلگماینه‌ای در صفحه اول روزنامه‌شان از هیچ عکسی استفاده نمی‌کنند و به صورت سیاه و سفید خشک و بسته منتشر می‌شود. عضو شورای سردبیری این روزنامه می‌گفت؛ متفاوت بودن صفحه اول، ما را بیشتر مورد توجه مخاطب قرار می‌دهد. هر کس صبح اول وقت در کنار کیوسکهای مطبوعاتی، لحظه‌ای درنگ کند، آنچه، چشم را خیره می‌کند، روزنامه‌ای است کاملاً ساده و بی‌رنگ و بی‌غل و غش و آن فرانکفورتر آلگماینه است؛ روزنامه‌ای که با ۳۵۰ هزار تیراژ در روز منتشر می‌شود و سال گذشته ۶۰ میلیون یورو سود کرده بود. آلگماینه‌ایها اگر چه می‌گفتند محذوریت خاصی برای درج مطالب ندارند، اما در پاسخ به این سؤال یکی از دوستان که اصرار داشت که اگر کسی مطلبی بنویسد و از پیوستن ترکیه به اتحادیه اروپا دفاع کند در حالی که آلگماینه مخالف آن است، چه واکنشی خواهید داشت؟ پس از سکوت و مکثی کوتاه گفت: «چاپ نمی‌کنیم». این روزنامه را پس از دو ساعت و بازدید از تحریریه‌ای که عین تحریریه‌های خودمان بود و دورتادورش پر بود از عکسهای لحظه دستگیری صدام ترک کردیم.

آخرین دیدار ما بازدیدی بود از ZDF شبکه تلویزیونی موفق که سال گذشته دومیلیارد یورو درآمد داشت. مدیران اخموی ZDF بر هرچه مهمان نوازی است، خط بطلان کشیدند. آنها ما را به اتاقی هدایت کردند که در آن حتی از یک لیوان آب ناقابل هم خبری نبود. دبیر بخش بین‌الملل ZDF یک خانم آلمانی - ایرانی بود که ظاهراً چندان از مسائل بین‌المللی سردر نمی‌آورد و در تمام یک ساعت و نیم دیدار ما ساکت نشسته بود. ZDF که دومین تلویزیون رسمی و عمومی آلمان است، دارای هفت شبکه اعم از ورزشی، سینمایی، علمی، خانوادگی و... است و به سبب استفاده از بودجه دولتی، حق پخش بیش از ۲۰ دقیقه آگهی در روز را ندارد؛ چون با اخذ بیش از این اندازه آگهی به تلویزیونهای خصوصی لطمه وارد می‌شود. ZDF را با گرسنگی و تشنگی ترک کردیم؛ در حالی که مدیر روابط عمومی‌شان که ظاهراً دست آدام اسمیت را هم از پشت بسته بود، ما را به سمت فروشگاهشان که همان تعاونی مصرف خودمان باشد، هدایت کرد تا جهت رفع عطش از آنجا خرید کنیم! □