

■ رسانه‌های انگلیسی، نگاه از درون

گفت‌وگو با محمود رضا امینی، مدیرعامل خبرگزاری موج

● فکر می‌کنید این سفرها برای مطبوعات ما ضرورتی دارند؟

قطعاً آموزش مهارت‌ها و توسعه مطبوعات و نیز نیاز به آگاهی از فضاهای پیشرفته در رسانه‌های مختلف دنیا، آشنایی با آنها را الزام‌آور می‌کند. به عبارتی این سفرها اگر دارای شرایط خاص خودش باشد، می‌تواند به ارتقاء دیدگاهها و آموزش مهارت خبرنگاران کمک کند. تجارب رسانه‌ای دیگران می‌تواند در جهت بهبود روشها و تقویت نقاط قوت و کاهش نقاط ضعف ما کمک‌کننده باشد. اما این‌که چارچوب این سفرها چگونه باید باشد که منجر به ارتقا کمی و کیفی مهارت‌ها و بینشهای ما شود حرف دیگری است.

ممکن است درباره این چارچوبها بیشتر توضیح دهید؟

به‌هرحال ما یک وضعیتی در فضای خاص خودمان داریم. ساختار مطبوعاتی ما بیانگر عدم تثبیت و قانونمندی و برنامه است. به عبارتی خبرنگاران ما در داخل کشور و در مطبوعات و رسانه‌ها یک مانیفیست مشخص مطبوعاتی ندارند و برای توسعه تکنیکی و فنی آنها، یک فرایند رو به جلو احساس نمی‌شود. به‌نظر می‌رسد فقدان این نکته منجر شده به این‌که هر داده‌ای را به عنوان ایده‌آل پذیرا باشیم و یا احیاناً هر تجربه‌ای را خریدار باشیم. در حالی‌که باید برای خودمان پایه و مبنایی داشته باشیم، خصوصاً که ناهمگونی ساختار مطبوعاتی کشور و فضاهای حاکم سیاسی، مطالباتی را برای خبرنگاران جهت داده‌که آنها مطالبات را در داخل کشور دنبال می‌کنند

و عیناً همان مطالبات را می‌خواهند در فضاها بیرونی تجربه کنند. این تجارب نمی‌تواند منطبق باشد. به‌عنوان مثال اگر فرآیندی تحت عنوان آزادی نوشتن خبرنگار یا عدم مسئولیت او مورد نظر باشد، ما اینجا چارچوب قانونی مشخص و منظمی اگر هم داریم تبیین شده است. بنابراین خبرنگاران ما دغدغه‌شان این است که آزادی مطلوب چگونه است و به همین خاطر از یک کشور و مجموعه‌ای که بازدید می‌کنند ممکن است به عنوان آرزو و آمل آن را قبول کنند. با وجود امکانات تکنیکال و تجهیزات مدرن مقتضیات خاص خود را دارند. فقدان تجهیزات و فناوریها در ساختار مطبوعاتی ما به اندازه کافی آنان و آرزوی بیننده را از بازدیدهایی که در کشورهای پیشرفته به عمل می‌آورد به اندازه‌ای می‌رساند که جز دغدغه و نگرانی برای بازدیدکننده چیز دیگری فراهم نمی‌کند. شاید بهتر است که بگوییم هدفمند نبودن سفر می‌تواند آثار و آسیبهایی منفی داشته باشد اما هدفمند بودن می‌تواند آثار منفی را بزدايد که به نظر می‌رسد سفرها از هدفمندی لازم برخوردار نیستند.

● شما مطبوعات انگلیس را از نزدیک دیدید اجازه دهید بپرسم آنجا چه چیزی نظرتان را جلب کرده؟ فکر می‌کنید ما با دیدن آنجا و استفاده از تجربه‌های رسانه‌های غرب، می‌توانیم خودمان را به آن سمت بکشانیم؟

شاید اگر سطح‌بندی می‌شد، یعنی بنده به عنوان مدیرعامل خبرگزاری، این امکان برایم فراهم می‌شد که بتوانم با مدیران مسئول مطبوعات آنجا گفت‌وگوهایی داشته باشم، به نتیجه بهتری می‌شد دست یافت. ظرفیتهای خوبی در آنجا هست مثل بلومبرگ یا احیاناً رسانه‌های دیگری که آنجا وجود داشت و به این تصور دامن می‌زد که اگر این امکان برای من به عنوان مدیر یک آژانس خبری فراهم شود که بتوانم یک بازدید کامل، هدایت شده و هدفمند همراه با مذاکره داشته باشم، شاید تعامل دوسویه‌ای پدید آید و آنها هم از تجارب ما استفاده کنند. مثلاً وقتی ما از بی.بی.سی بازدید می‌کردیم، متوجه نقاط ضعفی در انتقال اخبار شدیم و زمانی که پیشنهاد دادیم این نقاط ضعف را در انتقال اخبار به وسیله یک نرم‌افزار ساده می‌توان رفع کرد و روش را به آنها نشان دادیم، تعجب و شگفتی همکارانی را که در بی.بی.سی کار می‌کردند برانگیخت. البته این همکاران در سطوح پایین کار می‌کردند و من مطمئن نبودم که واقعاً این تکنولوژی به مسئولین آنها منتقل بشود و نتیجه دوسویه در برداشته باشد.

● شما چه پیشنهادی برای بهتر و هدفمندتر شدن این سفرها دارید؟

به اعتقاد من وقتی خبرنگار، مدیر خبر، سردبیر و دبیر با هم برای بازدید از یک رسانه آن هم از یک لایه پایین می‌روند نتیجه خوبی ندارد. تقریباً می‌توان گفت این سفر بیشتر یک سفر توریستی بود و در عمق، حاصلی در برنداشت. شاید همین چیزها را می‌توانستیم با مطالعات کتابخانه‌ای و یا جست‌وجو در اینترنت و یا با ورود در سایتهای آنها به دست آوریم، به جای این که سفری باشد و بازدیدی انجام شود. نکته جالب این که انتقال خبر از خبرنگار به سایت خبری و بازبینی آن در بی.بی.سی، یک پروسه طولانی و قابل ملاحظه بود. یعنی آنها مدعی بودند که ما کمتر از ۴۵ دقیقه نمی‌توانیم یک خبر را منتقل کنیم. اما وقتی ما گفتیم این کار کمتر از دو دقیقه امکان‌پذیر است، برایشان قابل قبول نبود. ما همان جا، بازدید خودمان را به صورت خبر تنظیم کردیم و از همان جا طبق سیستم خودمان عمل کردیم و بعد از یک دقیقه خبر روی صفحه خبرگزاری آمد. به عنوان مثال خبرنگار عکاسی را در یکی از مراسم دیدیم که عکاسی و تصویربرداری می‌کرد و کامپیوتر دستی همراه داشت، اما مدعی بود که کار من ۱۶ دقیقه طول می‌کشد تا بتوانم خبر یا عکس را ارسال کنم. ما با کامپیوتر او همان جا خبر را در سایت خودمان نشان دادیم و کار را کمتر از سه دقیقه انجام دادیم. خب اینها قابلیت‌هایی بود که می‌توانست در تعامل با مسؤلان آنها نتیجه بدهد و یک رابطه دوسویه برقرار کند. و یا ادعای این که خبرنگاریها هم می‌توانند سرمقاله داشته باشند، از جانب ما بود. چرا که یکی از خبرنگاریها و یا استثنائاً تنها خبرنگاری که سرمقاله دارد ما هستیم. وقتی این ادعا را در بلومبرگ بیان کردیم، آن را یک پدیده نو تلقی کردند، به هر حال امکانات خوبی را می‌شد مطرح کنیم. خصوصاً که ما در فضای کاری امکان مانور بیشتری داشتیم از جمله امکان ساخت نرم‌افزار اقتصادی و غیره، که اتفاقاً بلومبرگ هم روی همین ایده سرمایه‌گذاری خوبی کرده بود. می‌شد با همدیگر گفت‌وگو هم داشته باشیم و در حقیقت یک معامله خبری انجام بدهیم ولی از آنجا که سطوحی که درباره آن مذاکره می‌کردند فقط سطوح ارتباطاتی و نمایشی بود، این امکان برای ما فراهم نمی‌شد.

● بدنیست به نظام رسانه‌ای در آنجا بپردازیم. اگر بخواهیم یک نگاه مقایسه‌ای داشته باشیم،

آنها چه تفاوتی با ما دارند؟ ما در کجاها به هم نزدیک و در کجاها با هم فاصله داریم و چرا؟

در نظام رسانه‌ای اروپا و عموماً انگلستان خصوصاً برخلاف ادعای آزادی، هیچ‌گونه انعطاف و برون‌نگری وجود ندارد. برای مثال بی.بی.سی که صدا، تصویر، سایت و امکان ارائه مکتوب دارد، هیچ خطی را به جز، خط وزارت خارجه خودشان نمی‌توانند دنبال کنند. حتی بازدید ما از بی.بی.سی باید مورد تأیید وزارت امور خارجه قرار می‌گرفت. نظام آنها به این شکل است. نشریاتی مثل فایننشال تایمز و یا رویترز هم از یک سیستم داخلی برخوردار بودند که خبرنگار اگر خلاف آن عمل می‌کرد با او برخورد می‌شد. البته نظامنامه داخلی فایننشال تایمز، رویترز و بی.بی.سی با هم متفاوتند اما هیچ‌کدام از فضای باز بهره‌مند نیستند. در واقع وجه اشتراکشان این است که در فرآیند فضای رسانه‌ای هیچ حرکت مغایر با منافع آنها امکان‌پذیر نیست. حتی در دانشگاه رسانه هم از پاسخ دادن به برخی سؤالاتمان طفره می‌رفتند به این دلیل که ممکن است در بعضی مطبوعات منعکس شود. به عنوان مثال در یک خانه مطبوعات که سخنگوی نخست‌وزیر هر هفته می‌آمد و درباره هر موضوع گزارشی می‌داد، خبرنگاران ما هم توانستند شرکت کنند. از قبل پیش‌بینی کرده بودیم که سؤالات مهمی مطرح کنیم اما جالب بود که این سؤالات ما، جوابهای روشنی نداشت و به صراحت از آن عبور می‌کردند. البته طبیعی است که سخنگوی نخست‌وزیر پاسخی ندهد اما عکس‌العمل سایر مطبوعات انگلستان به سؤال ما قابل تأمل بود. گویا در فرهنگ آنها سؤالهایی که تناقضی با منافع آنها داشته باشد، جایی نداشت. ما در عمل پرسشگرانی بودیم که سؤالهایی ما خارج از عرف آنها و نظام رسانه‌ای آنها بود، در حقیقت از این جهت مورد توجه قرار گرفتیم که سؤالهایی خارج از مسیر کردیم. آنها نسبت به نظامنامه‌های خودشان خیلی تعصب داشتند ولو این که این نظامنامه در رویترز و فایننشال تایمز متفاوت بود. در حفظ خطوط قرمزشان بسیار جدی بودند و در این مورد کوتاهی نمی‌کردند. نکته دیگر آن که نسبت به آموزش و نسبت به رشد پله‌ای خبرنگار در مسیر فعالیت‌های خودش تلاش می‌کردند. شاید ما کمتر در فضای مطبوعاتی انگلیس «خبرنگاران لحظه‌ای» می‌دیدیم، به این معنی که خبرنگار باید از یک پایه‌ای شروع می‌کرد، آموزش می‌دید و مراحل را طی می‌کرد. ما در مطبوعاتمان خبرنگاران یک روزه و لحظه‌ای کم نداریم و حتی آموزش ندیده می‌آیند و کار رسانه‌ای می‌کنند.

● آقای امینی این بحث که مطرح کردید از نظر محتوایی، شنیدنی بود اما از نظر امکانات می‌خواهم یک مقایسه‌ای داشته باشید. چون مطبوعات آلمان را دیدم، می‌گویم آنها از نظر امکانات سخت‌افزاری واقعاً کم ندارند...

امکاناتشان در طول بسیار خوب است اما در عرض خوب نیست؛ به این معنا که یک رسانه به دلیل چارچوبی که دارد عمق قابل ملاحظه‌ای دارد. به این دلیل که تکرر آنها به تعداد ما نیست. ما یک تکرر جهان سوم داریم. در اروپا این‌طور نیست. شاید این تکرر و صداهای متعدد مشابه موجب عدم عمق‌گرایی می‌شود. به عبارتی اگر ما ۱۰ روزنامه خودمان را روی همدیگر قرار بدهیم، شاید به اندازه یک روزنامه آنها بشود. به هر حال آنها فضاهای بازی برای تأمین منابع خودشان دارند. مطبوعات انگلیس و اروپا و خیلی از جاهای دیگر که اطلاع دارم امکان تأمین منابع دارند و از این لحاظ دغدغه‌ای ندارند. احزاب، پشتیبان آنها هستند و آنها را تأمین می‌کنند و به جهت این‌که ساختارهای دولتی به احزاب متصل هستند، پس مورد حمایت آن ساختارهای دولتی هم هستند. آنها رپرتاژ آگهی‌ها، تبلیغات و در حقیقت ستادهای خبری و ساختارهای دولتی را دارند. پس طبیعی است که شما ساختمانی به اندازه ساختمان بانک مرکزی و یا فرض بفرمایید روزنامه کیهان و اطلاعات ما را می‌بینید که هر کدام از رسانه‌های آنها به تنهایی در آن فعالند. رسانه‌های آلمان یا انگلیس به جای تکرر در تعداد، روی محورهای خاص هدفمندی متمرکز هستند. مثلاً نشریاتی هم بودند که با حداقل امکانات مکانی منتشر می‌شدند، مثل مسلم لیگ که در انگلستان یک آپارتمان ۶۰ الی ۷۰ متری بیشتر نداشت و غیر از آن هیچ نشریه‌ای برای مسلمانها نبود. تصور بفرمایید که دو سه میلیون مسلمان را می‌خواستند پوشش بدهند و ۴۰۰ هزار تا تیراژشان بود. چهار رپرتاژ آگهی برای چنین نشریاتی منابع درآمدی می‌شد و البته دولت هم آن را حمایت می‌کرد. تخصیصی بودن، اتصال معنادار به سازمانها و سایر جاها، عدم فعالیت سازمانها در مسائل خبری و واگذار کردن آن، امتیازی بود که کشورهای دیگر داشتند. خب اینجا مطبوعات ما دغدغه درآمد، دغدغه منابع مالی و دغدغه‌های مختلف دارند. شاید اگر مطبوعات و روزنامه‌های ما امتیاز کاغذشان را حذف کنند، معنای وجودی خود را از دست بدهند. در واقع امتیاز کاغذ درآمد آنها را تأمین می‌کند. تکررگرایی ما با تکررگرایی آنها فرق می‌کند. ما روزنامه‌های مشابه زیادی داریم که وجه تمایزی میانشان نیست. در حالی که وجه تمایز رویترز با فایننشال معلوم است؛ یعنی یکی متمرکز می‌شود روی هسته اصلی سیاسی و دیگری روی هسته اصلی اقتصادی. ولی

ما چند تا نشریه داریم که همه روی یک مسیر حرکت می‌کنند؛ حتی آدم فکر می‌کند آنها یک هیأت تحریریه مشترک دارند. خب آنجا نشریه‌ها هر کدام دغدغه‌های خودشان را دارند و این تکرر موجب کوچک شدن یا «جزیره‌ای شدن» می‌شود. اینها مثل جزایر متعددی هستند که ارتباط معناداری با همدیگر ندارند. آنها این مشکل را برای خودشان حل کردند و حمایت‌های قابل ملاحظه‌ای برایشان فراهم است.

در مجموع باید بگویم، سفری که ما داشتیم، وجه امتیازی برای آنها هم هست. این بازدید به عنوان بازدید گردشگران صنعت مطبوعات برای مطبوعات آنجا یک امتیاز بود و از این طریق می‌توانستند امکاناتی را جذب کنند. این بازدیدها، آنها را در کانون توجه احزاب و مراکز قدرت قرار می‌داد و از این طریق امکانی برایشان فراهم می‌کرد تا بتوانند از نظر مالی در یک فرآیند مثبت قرار بگیرند.

● پس به این ترتیب با حضور خبرنگاران خارجی در ایران هم موافق هستید. به نظر شما اگر خبرنگاران خارجی برای بازدید از مطبوعات ایران بیایند، چه اتفاقی می‌افتد؟

اتفاق بسیار مثبتی می‌افتد و حتی می‌خواهم بگویم که اگر این کار را در اختیار خبرگزاریها و مطبوعات بگذارند و هر رسانه‌ای بتواند خودش تعامل داشته باشد، بهتر است. یعنی من به عنوان مدیر خبرگزاری بگویم این آمادگی را دارم که ۱۰ نفر خبرنگار خارجی را دعوت کنم و از آن طرف ۱۰ نفر خبرنگار خودمان را بفرستم. اگر این تعامل دو طرفه و البته کنترل شده باشد، خیلی خوب است. نمی‌گویم ساختار امنیتی را رعایت نکنیم و درها باز باشد و هر کسی در هر چارچوبی که خواست بیاید. اما اگر تعاملات دوسویه باشد، باید موجب شود که خود مراکز رسانه‌ای ما ارتباط برقرار کنند. چه اشکال دارد که روزنامه کیهان و اطلاعات یا خبرگزاریهای مادر، ارتباط داشته باشند، بازدید کنند و سطوح را با همدیگر تعریف کنند. وقتی سطوح تعریف شود، خبرنگار دنبال دریافت خبرهای خودش است. اگر باید آموزش ببیند آموزش می‌بیند. اگر باید از فضای استفاده کند، استفاده می‌کند و در مجموع نقاط ضعف و قوتش را می‌شناسد.

به نظر من اگر خبرنگار ما در چنین سفری دنبال یک پروژه مطبوعاتی برود باید آن پروژه مطبوعاتی را به نتیجه برساند و برگردد. یا اگر دبیر بوده با طبقه دبیران تعامل کند، اگر مدیر مسئول بوده بتواند با مدیران تعامل داشته باشد. بحث من طبقه‌بندی تشریفاتی نیست بلکه «بهره‌وری

دوسویه» است. من رسماً از بلومبرگ دعوت کردم. چون سیستم کاری بلومبرگ تشابه بسیار نزدیکی به روند کاری ما دارد.

● نظر شما درباره استقلال مطبوعاتی آنجا چیست؟

هم کاملاً مستقل و هم کاملاً کنترل شده بودند. به عبارتی نظامنامه و مرانامه‌های روزنامه‌ها و خبرگزاریها برای هیچ‌کس آزادی و استقلال مطلق قائل نبود. مثلاً اگر در آلمان چهار تا سؤال می‌کردید و به نظر آنها مسئله‌دار بود، پاسخ دادن را به زمانی دیگر موکول می‌کردند و یا جوابهای نامربوط می‌دادند. به هر حال یک استقلال کنترل شده و هدایت شده وجود داشت. در هیچ جای دنیا و در هیچ مرام و مسلک فکری، سیاسی، استقلال و آزادی بدون کنترل و جهت نداریم. در واقع چارچوب این استقلال تعریف شده است. در یکی از رسانه‌های انگلیس اتفاق جالبی افتاد. تا نشستیم خبرنگاران مختلف هجوم آوردند و چون زمان انتخابات ریاست جمهوری ایران بود، سؤالات متعددی در این مورد، مطرح کردند. ما با جوابهایی هدایت شده و اساسی، سؤالات حساب شده و غرض مندانه آنها را پاسخ دادیم. آنها مرتب می‌پرسیدند اگر در کشور شما فلان زندانی سیاسی از زندان آزاد نشود و یا فلان کاندیدای ریاست جمهوری نتواند رأی بیاورد، مردم چه واکنشی نشان می‌دهند؟ ما پاسخ دادیم شما چه خبرنگارانی هستید که بدون شناخت از جامعه ما چنین سؤالاتی طرح می‌کنید؟ جامعه ما هدف غایی اش فلان کاندیدا یا احیاناً آن آقای زندانی سیاسی نیست. مردم جامعه ما به دنبال دغدغه‌ها و مطالبات اقتصادی خودشان هستند و قطعاً به دنبال کسی می‌روند که بازگشت به ارزشهای اولیه انقلاب و رفع نیازهای اقتصادی را نوید می‌دهد. این گفت‌وگو به مباحثه‌ای چالش برانگیز تبدیل شد و آنهایی که آمده بودند تا از ما به عنوان طعمه برای یک خبر جنجالی استفاده کنند، کم‌کم قلم‌هایشان را رها کردند و در سکوت به حرفهای ما گوش دادند. بدین ترتیب عملاً پرسشگری آنها به کنفرانس ما ختم شد. این اتفاق نشان داد که آنها در حیطه استقلال خود با اهدافی کاملاً کنترل شده و فرستاده شده بودند تا پرسشهایی مشخص و از پیش تعیین شده طرح کنند و جوابهایی معین بگیرند. به همین دلیل وقتی پاسخی دادیم که اصلاً منتظرش نبودند، دیدند این حرفها برایشان ارزش خبری ندارد. فقط گوش می‌کردند و بعد می‌گفتند عجب! ما نمی‌دانستیم اوضاع این طوری هست. آنها دنبال خواسته‌هایی می‌رفتند که هدایت شده بود، اگرچه استقلال داشتند اما به دنبال خواسته‌های هدایت شده بودند.

● آقای دکتر می‌خواهم از زاویه و دیدگاه دیگری بحث را ادامه دهیم. هم به بحث

آسیب‌شناسی این سفرها و هم به ضرورت تداوم این‌گونه سفرها بپردازیم.

اولاً سفرها باید هدف‌گذاری شوند. نفس سفر می‌تواند، هم مطلوب باشد و هم نه. به شرطی می‌تواند مطلوب باشد که هدف مشخص باشد. باید ببینیم چه می‌خواهیم و از این بازدیدها چه هدفی را دنبال می‌کنیم؟ باید دید چگونه مهارت‌هایمان یا وسعت دیدمان ارتقا پیدا می‌کند، خوب اینها الزاماً با یک بازدید و یک اتفاق ساده به دست نمی‌آید. اگر بنا باشد مهارت‌ها بالا برود، باید دوره‌هایی تدارک دید و کنفرانسهایی برپا کرد. عوامل خبری و دانشگاهی آنها بیانند این کنفرانسها را چک کنند، بررسی کنند و در نهایت به یک دیپلمی، مدرکی و امتیازی برای خبرنگار منتهی شود. مثل این که رفته دوره‌ای دیده که تنها دوره آموزشی نیست. دوره عملی و آموزشی است. این اتفاق باید بیفتد. یا این که خبرنگار همانطور که گفتم برای انجام پروژه‌ای که اینجا تعریف می‌شود اقدام کند. برای مثال می‌خواهیم وضعیت اقتصادی آلمان را ضمن بازدید از همه مراکز خبری آن ترسیم کنیم، یا وضعیت سیاسی آلمان را به تصویر بکشیم. وقتی بازدیدها، مذاکره‌ها و سؤالها و جوابها در این راستا قرار می‌گیرد، اگر هدفمند شود به نتیجه می‌رسد. به نظر می‌رسد در این سفرها، هدفمندی ما خیلی مشخص و روشن نبود، یا حداقل برای من به شکل روشن تعریف نشده بود. گروهها واقعاً ناهمگون بودند و همین ناهمگونی آسیب می‌رساند. برای مثال خبرنگاری که در آنجا با یک خانم روبرو می‌شود به لحاظ روابط عرفی و ارزشی نباید با او دست بدهد. چرا که خلاف این رفتار نشان می‌دهد ما به ارزشهای خودمان پایبند نیستیم. چنین رفتاری، در ذهن او این تصور را به وجود می‌آورد که ما به ارزشهای هویتی خود اعتنایی نداریم و در واقع ساختار هویتی ما را در نظر او نامنسجم و متزلزل جلوه می‌دهد. دومین مسئله‌ای که در عدم هدفمندی موجب آسیب می‌شد، این بود که ما با تفاوت تفکر، تفاوت شناخت و تفاوت تجربه مواجه شویم. این تفاوتها قطعاً برای افرادی که در سطوح بالاتر قرار داشتند و باید خودشان را به سمت پایین می‌کشاندند، منجر به از دست رفتن فرصتها و امکانات می‌شد و در حقیقت، سفرشان تبدیل می‌شد به یک سفر کم‌بازده، خوب این هم آسیب دوم بود. پس ما باید ببینیم که دنبال چه چیزی می‌رویم. اگر آموزش مهارت است، اگر گفت‌وگو و تعامل است باید زمینه‌های این گفت‌وگو و تعامل را فراهم کنیم. اگر در حقیقت، صرفاً اطلاع‌آشنایی است، این اطلاع‌آشنایی را می‌شود هم اکنون از طریق مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها به دست آورد، معرفی کرد و نشان داد که رسانه‌های انگلستان، امریکا، اروپا و اعراب چگونه‌اند.

از سوی دیگر در این طرح، نامتوازن بودن آدمها با همدیگر، هم از حیث فرهنگی، هم از حیث خواستگاههای سیاسی نمود داشت و خیلی مهم بود. یعنی دغدغه بنده این نبود که بینم خبرنگاران آنجا آزادی عمل دارند، بلکه دغدغه من این بود که آنها با یک سیاستمدار چگونه گفت‌وگو (مباحثه) می‌کنند و یا احیاناً منابع مالی‌شان و یا راههای توسعه آن چگونه است. ولی مثلاً دغدغه یک خبرنگار این بود که آزادی خبرنگاران شما تا چه حد است؟ و اگر یک جا خبرنگارتان سؤالی کرد که مثلاً وزیرتان نمی‌خواهد جواب دهد چگونه برخورد می‌کنید؟ این عدم همگونی است، بین من و او و همین ناهمگونی دیدگاهها، نکته مهمی در بحث آسیب‌شناسی این‌گونه سفرهاست. به‌هرحال جمع‌بندی من این است که سیاست کلی؛ سیاست خوبی است که برای ارتباط با رسانه‌های دنیا سفرهایی تدارک دیده شود، اما اگر این امر هدفمند نباشد ما را به نتیجه مطلوب نمی‌رساند. من پیشنهاد این است که این مقوله هدفمند شود و بودجه و امکاناتشان حتی الامکان در اختیار خود رسانه‌ها قرار گیرد. مثلاً به عنوان مسئول خبرگزاری موج باید بدانم در طول یک سال لازم است مهارت‌هایم را افزایش بدهم، با خبرگزاریها تعامل و انتقال دوسویه تکنولوژی داشته باشم و با n مقدار بودجه خودم اقدام کنم. این من هستم که باید راین‌بیم را انجام دهم و به این نکته برسم که نیازی نیست مثلاً با فایننشال نشست داشته باشم بلکه خوب است با بلومبرگ حتی دو بار دیدار کنم افرادم را برای هماهنگی بفرستم. در انجام این هماهنگی وزارت ارشاد تا آنجا که لازم است و یا خود خبرگزاری باید اقدام کنند. در غیراین صورت نظر من این است که صرف این هزینه‌ها، نتیجه‌ای نخواهد داشت. نکته دیگر این‌که به‌هرحال در انتقال تکنولوژی مدیران نقش عمده‌ای دارند، مدیران باید هدایت‌گری کنند. وقتی خبرنگاران از رسانه‌های خارجی بازدید می‌کنند، مطالبات و توقعاتشان از مدیران بالا می‌رود. اما وقتی مدیران بروند، مطالبات را شناسایی کرده و نسبت به سرمایه‌گذارها و نسبت به توسعه برنامه‌های خودشان اقدام می‌کنند. در نتیجه به نظر می‌رسد که اگر بنا باشد دیدو بازدید و تعاملات و آموزشهایی اتفاق بیفتد، باید درجه‌بندی و طبقه‌بندی و اولویت‌بندی شود و برای مدیران سهم قابل ملاحظه‌ای در نظر گرفته شود. من اگر بتوانم تکنیکها را به صورت کامل دریابم، می‌توانم آن تکنیکها را در مجموعه خودم پیاده کنم. اگر رشد‌ها و پیشرفت‌ها را از نزدیک ببینم، می‌توانم با توجه به آن، مطالبات خبرنگارانم را پاسخ گویم. بنابراین اگر خبرنگار من به تنهایی با پیشرفتهای کشورهای دیگر از نزدیک آشنا شود، در بازگشت مطالباتی خواهد داشت که با شناخت و امکانات

من مطابقت نمی‌کند. به همین دلیل تصور می‌کنم مدیران برای رفتن به این سفرها و افزایش تعاملاتشان در اولویت قرار دارند. من واقعاً مشتاق بودم که آنجا یک کنفرانس دربارهٔ مباحث مطبوعاتی و یا احیاناً مباحث اقتصادی خودمان ارائه بدهم. حتی همه چیز را برای ارائهٔ یک کنفرانس آماده کرده بودم، چراکه قبلاً در الجزیره کنفرانس داده بودم، موفق شده بودم. به هر حال معتقدم سهم مدیران، سهم ویژه‌ای است. اگر این حق را به صاحبان صنعت مطبوعات بدهند نتیجه کار افزایش خواهد یافت.

● بینید شما مدیر یک مجموعه هستید. من فکر می‌کنم امتیازی که خبرنگاران آنها نسبت به ما دارند این است که دست کم یکی دو زبان می‌دانند. فکر نمی‌کنید ایراد اساسی ما که نمی‌توانیم با آنها در تعامل باشیم این است که ما زبان نمی‌دانیم؟ ما در ایران بهترین خبرنگاریم، دنیای اطلاعاتیم، ولی در مقابله تحریریه آنها که قرار بگیریم نمی‌توانیم ارتباط داشته باشیم. فکر نمی‌کنید باید تغییر و تحولی در جذب خبرنگار ایجاد شود؟ مثلاً در آلمان مدرسه‌ای بود که خبرنگار شدن در آنجا شرایط دشواری داشت. خیلی دشوار بود که بتوان وارد آن مدرسه شد. یا در اسپینگل خبرنگاران دست کم سه زبان می‌دانستند این مسأله را شما به عنوان ضعف و کمبود قبول دارید؟

البته من به شدت شما به این بزرگی این نقطه ضعف اعتقاد ندارم، به دلیلی که خواهم گفت. اگر خبرنگاری زبان دومی را هم بداند، انگلیسی، فرانسه، اسپانیایی، عربی، شاید بتواند کاربرد خودش را بهینه کند، ولی عدم دانش زبان نمی‌تواند برای او یک ضعف اساسی تلقی شود. در دنیا هم همینطور است؛ گروههای بین‌المللی و گروههای مربوط به هر کشور زبان آن کشور را می‌دانند. نوعاً خبرنگاران دوزبانه نیستند. این مسئله را دنیا حل کرده است و ما تنها نیستیم. ورزشکاران، گروههای مختلف سیاسی، اقتصادی و امنیتی هم همینطور هستند. بنا نیست هر کسی تعامل می‌کند، دوره می‌بیند و مهارتی پیدا می‌کند حتماً زبان بداند. البته امروز یک خبرنگار به افزایش اطلاعات و جست‌وجو در سایتهای خبری دنیا، نیاز دارد تا بداند که چه خبر هست و بتواند خودش را به روز کند در واقع با دانستن زبان، کیفیت کارش افزایش می‌یابد. اما مگر الزاماً افراد در همه جا زبان می‌دانند؟ در حال حاضر بانک مرکزی ما برای مدیران دوره می‌گذارد. مگر همه آنها الزاماً زبان می‌دانند؟ ولی می‌روند با یک مترجم کنفرانس می‌دهند. حتی مقاله می‌دهند و مقاله‌هایشان ترجمه می‌شود. مهم این است که کار علمی و هدفمند ارائه شود؛ اگر کار ما هدفمند

و علمی باشد، مترجم با مهارت آن را انتقال می‌دهد. زمانی با این مسئله مواجه هستیم که در فضای باز همه را آزاد می‌گذاریم، خب آنهایی که زبان نمی‌دانند در این فضا دچار مشکل می‌شوند. اگر ما نیروهای همسطح را با مترجم بفرستیم، و از آن طرف هم متقابلاً ترجمه بشود، هیچ اتفاقی نمی‌افتد. همان‌طور که بعضی خبرنگاران خارجی که به کشور ما می‌آیند، یک مترجم همراه خود دارند. در انتخابات اخیر حضور داشتم، خبرنگاران آلمانی و کره‌ای آمدند در یکی از حوزه‌های رأی‌گیری با من مصاحبه کنند. آنها هم انگلیسی نمی‌دانستند. ما گشتیم و یکی را پیدا کردیم که آلمانی و انگلیسی بداند. یا در گروه کره‌ایها یک نفر انگلیسی می‌دانست و با ما صحبت کرد. حتی آنها هم که برای حوادث مهم اینجا می‌آیند، الزاماً زبان نمی‌دانند و از امکانات محلی برای خودشان استفاده می‌کنند. بنابراین می‌خواهم بگویم عدم دانش زبان یک نقیصه است اما یک عنصر تعیین‌کننده نیست.

و نکته آخر...

همان‌طور که به معاون محترم مطبوعات و وزارت ارشاد و وزیر محترم هم گفتم، سهم آموزش، تعامل و گفت‌وگو و رایزنیها سهم قابل ملاحظه‌ای است؛ این سهم را باید در اختیار مطبوعات قرار بدهند اما با برنامه تنظیم شده. یعنی مطبوعات باید برنامه بدهند و مورد تأیید قرار بگیرد و آنها بودجه‌شان را با برنامه تنظیم کنند. زمانی که تأیید می‌شود دیگر نیازی نیست که مجری، وزارت ارشاد باشد. ولی تأکید می‌کنم که در این امور، سهم مدیران، سهم ویژه‌ای است. آنها به دنبال تعامل و آموزش دوسویه هستند و این هدفی است که من دنبال می‌کنم. اگر مدیران ما گواهی‌نامه‌ها و یا مدارکی را در کنفرانسهای مطبوعاتی دنیا به دست آورند، به هر کشوری که بروند سابقه کار و ارتقا کیفی آنها محاسبه می‌شود و می‌توانند تجربه خود را در داخل با توجه به ظرفیتهای و امکانات پیاده کنند. خبرنگاران اگر می‌روند باید برای افزایش مهارتهای خودشان بروند نه چیز دیگر. و یا برای انجام پروژه‌ای رهسپار شوند و بیاموزند که چگونه با وزرای خارجه حتی گفت‌وگو کنند. لذا من بر ساماندهی این مجموعه و سپردن این‌گونه امور به خود رسانه‌ها تأکید دارم. □