



گزارشی از سلسله سخنرانی‌های علمی در انجمن صنفی روزنامه‌نگاران

محبوبه روزبه

■ فریدون صدیقی منتقد هنری و مدرس روزنامه‌نگاری: در یک جامعه غیرمتعادل، هنگامی که جوانان امکان تحصیل و رقابت ندارند، به رویاپردازی روی می‌آورند و رویاهای خود را در عرصه فوتبال یا سینما جست‌وجو می‌کنند در این شرایط است که نشریات زرد برای پاسخ‌گویی به نیازهای آنی مخاطبان بروز و ظهور می‌یابد.

اشاره

در ادامه نشست‌های علمی انجمن صنفی روزنامه‌نگاران ایران، فریدون صدیقی، منتقد هنری و مدرس روزنامه‌نگاری در مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها در روز اول اسفند، علی‌اکبر قاضی‌زاده روزنامه‌نگار و مدرس علوم ارتباطات، روز ۲۱ فروردین، دکتر علی محمدی استاد علوم ارتباطات در دانشگاه ناتینگهام انگلستان، روز ۲۸ فروردین، حسین قاضیان پژوهشگر روزنامه‌نگاری، روز ۴ اردیبهشت ۸۱ به سخنرانی پرداختند. آنچه می‌خوانید چکیده‌ای از مهم‌ترین مباحث عنوان شده در این نشست‌ها است.

کارکردهای نشریات سینمایی

فریدون صدیقی منتقد هنری و مدرس روزنامه‌نگاری طی سخنرانی به بحث درباره «ضرورت‌ها و کارکردهای نشریات سینمایی» پرداخت. وی به تاریخ نشریات سینمایی در ایران اشاره کرد و گفت: نخستین نشریه سینمایی با عنوان «سینما و نمایشات» به صاحب امتیازی علی وکیلی (مدیر گراندسینما و سینما سپه) در مردادماه ۱۳۰۹ منتشر شد ولی انتشار آن فقط دو شماره دوام یافت. طی سال‌های ۱۳۲۰ تا بهمن ۱۳۵۷ نیز نشریات سینمایی رونقی موسمی داشتند به طوری که گهگاه تب‌وتاب‌های سیاسی منجر به رکود و توقف سینما و مطبوعات مرتبط با آن می‌شد. معاون سردبیری روزنامه انتخاب

ماهنامه ستاره سینما را که در سال ۱۳۳۲ منتشر می‌شد با ربع قرن دوام انتشار و ماهنامه فیلم را با ۱۹ سال دوام انتشار از پرسابقه‌ترین نشریات در تاریخ مطبوعات سینمایی ایران ذکر کرد و با اشاره به ایجاد و رشد نشریات سینمایی از سال ۱۳۷۳ در ایران اظهار داشت: ایجاد نشریات سینمایی در این دوره ناشی از دو نیاز بوده است. نخست آن که صاحبان تجارت سینما برای دامن‌زدن و رونق دادن به سینما به نشریات احتیاج داشتند و دوم آن که گروهی از علاقه‌مندان به این هنر برای شناساندن سینمای جدی و کارکردها و آثار موجه و وزین، نیاز به پایگاه داشتند. صدیقی با اشاره به انتشار ۸۷۹ عنوان کتاب سینمایی و ۶۳۰ عنوان مجموعه فصلنامه و گاهنامه در حوزه سینما افزود:

هم‌اکنون سه دسته نشریات هنری به این حوزه می‌پردازند. نخست نشریاتی که به طور جدی در خدمت سینما هستند و می‌خواهند مخاطبان خود را با نگاه متناسب با سینما و دانش بصری آشنا کنند. گروه دیگر مجموعه‌ای هستند که ضمن بالا بردن دانش مخاطب به نیازهای آتی مخاطبان توجه دارند و گروه سوم نشریاتی هستند که به نیازهای آتی و هیجان‌های کاذب توجه می‌کنند.

وی اضافه کرد: برای گستره وسیعی از صفحات سینمایی نشریات و پاره‌ای از صفحات ادبی ماهنامه‌های غیرتخصصی و نشریات زرد، صفحه سینما حکم «چاشنی» را دارد. چیزی مثل صفحه حوادث و فوتبال که به رویای بخشی از جوانان جامعه برای رسیدن به شهرت پاسخ می‌دهد.

مدرس روزنامه‌نگاری نشریات زرد سینمایی را حاصل سینمای زرد و شرایط اجتماعی زرد دانست و گفت: در یک جامعه غیرمتعادل، هنگامی که جوانان امکان تحصیل و رقابت ندارند، به رویاپردازی روی می‌آورند و رویاهای خود را در عرصه فوتبال یا سینما جست‌وجو می‌کنند، در این شرایط است که نشریات زرد برای پاسخ‌گویی به نیازهای آتی مخاطبان بروز و ظهور می‌یابد.

وی با تأکید بر ضرورت تقویت سینما و استفاده از ادبیات سینمایی مناسب در نشریات جدی و تخصصی سینمایی به منظور پرورش کارگردانان، فیلم‌سازان و منتقدان قوی گفت: مطمئناً اگر سینمایی قابل دفاع نداشته باشیم، نشریات این حوزه هم تنزل می‌یابند و مجبور می‌شوند به درج مسائل حاشیه‌ای همچون شایعات پیرامون زندگی دست‌اندرکاران سینمای داخل یا خارج از کشور روی آورند.

منتقد هنری تصریح کرد: نشریات در صورتی که نیازهای آتی مخاطبان جوان را

■ **علی اکبر قاضی‌زاده مدرس و پژوهشگر روزنامه‌نگاری: متأسفانه در قانون مطبوعات شأن و جایگاه تعیین‌کننده‌ای برای حرفه روزنامه‌نگاری در نظر گرفته نشده است.** در حال حاضر اکثر چهره‌های سیاسی و اداری در مسند امور مطبوعاتی قرار دارند اما به اعتقاد من باید در قانون مطبوعات به بحث اهلیت روزنامه‌نگاری توجه بیشتری بشود.

■ **در برخی از مطبوعات مبارزه خبرنگار و مدیرمسئول هم به انحاء مختلف مشاهده می‌شود به طوری که میان خبرنگار حرفه‌ای که می‌خواهد مطالب را به شکلی حرفه‌ای پوشش دهد و مدیرمسئولی که هدف‌های خاص سیاسی را دنبال می‌کند، تعارض و تضاد رخ می‌دهد و این معضل است.**

با این تحقیق در نهایت به این نتیجه رسیدم که در مطبوعات ما «آموزه‌های حرفه‌ای» در حال کنار گذاشتن و فراموش شدن است.

قاضی‌زاده با بیان این که روزنامه‌های کشور با وضعیت ایده‌آل فاصله بسیار دارند درباره علت غیرحرفه‌ای بودن و پایین بودن تیراژ مطبوعات اظهار داشت: در دهه‌های اخیر به یاد دارم وقتی که روزنامه‌ای در شرف تأسیس بود ابتدا مخاطبان خود را از این‌که در چه سنی، چه سطحی و چه نیازی هستند مورد توجه قرار می‌داد اما هم‌اکنون هیچ برنامه‌ای در این زمینه دیده نمی‌شود و اگر بخواهیم مفهوم کمبود تیراژ مطبوعات را تحلیل کنیم باید بگویم که متأسفانه دلیل این امر ناشی از عدم شناخت مخاطبان توسط مطبوعات می‌باشد.

وی فقدان قانون مناسب را از دیگر ضعف‌های مطبوعات ذکر کرد و گفت: متأسفانه در قانون مطبوعات شأن و جایگاه تعیین‌کننده‌ای برای حرفه روزنامه‌نگاری در نظر گرفته نشده است. در حال حاضر اکثر چهره‌های سیاسی و اداری در مسند امور مطبوعاتی قرار دارند اما به اعتقاد من باید در قانون مطبوعات به

مورد توجه قرار دهند و در پس شیفتگی خواسته یا ناخواسته جوانان بتدریج آنها را با مهارت‌های هنر هفتم آشنا کنند، می‌توانند در گسترش طیف مطالعه‌کنندگان و علاقه‌مندان جدی این هنر و صنعت نقش بسزایی داشته باشند. وی ابراز امیدواری کرد که صاحبان نشریات سینمایی، فهم سینما را همراه با علاقه‌مندی به سینمای دراماتیک و پشت‌پرده‌های هنر هفتم در مخاطبان خود ایجاد کنند.

حرفه‌ای‌گرایی در مطبوعات
علی اکبر قاضی‌زاده مدرس و پژوهشگر روزنامه‌نگاری طی سخنانی نتایج تجزیه و تحلیل محتوای کیفی مطبوعات را از نظر تطبیق با اصول حرفه‌ای که به سفارش مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها انجام داده است را ارائه کرد.

وی با اشاره به این که بدون هیچ‌گونه جهت‌گیری سیاسی و صرفاً با اتکا به آموزه‌های علمی - حرفه‌ای اخبار، گزارش‌ها و مصاحبه‌های روزنامه‌ها را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است، گفت:

بحث اهلیت روزنامه‌نگاری توجه بیشتری بشود.

مدرس روزنامه‌نگاری اضافه کرد: یکی دیگر از ضعف‌های مطبوعات این است که وقتی نشریه‌ای توقیف یا تعطیل می‌شود مدیرمسئول آن نشریه به راحتی در کارهای اجرایی مشغول به کار می‌شود اما آنچه ته ظرف باقی می‌ماند تعدادی روزنامه‌نگار بیکار است که به قول مدیرکل مطبوعات این اتفاق تاکنون ۵۳ بار رخ داده است.

به گفته وی، در برخی از مطبوعات مبارزه خبرنگار و مدیرمسئول هم به انحاء مختلف مشاهده می‌شود به طوری که میان خبرنگار حرفه‌ای که می‌خواهد مطالب را

می‌شود که این خود ضعف عمده است به طوری که گاه‌گاه نیز در این زمینه شاهکارهایی در مطبوعات دیده شده است.

وی فقدان نیروی انسانی حرفه‌ای و فعالیت یک خبرنگار در چند روزنامه را از دیگر عواملی ذکر کرد که به حرفه‌ای بودن مطبوعات لطمه وارد می‌کند.

پژوهشگر روزنامه‌نگاری تأکید کرد: توجه به حرفه عکاسی در مطبوعات به حرفه‌ای بودن مطبوعات کمک بسیار خواهد کرد چرا که به اعتقاد من عکس بخشی از شخصیت روزنامه است که در حال حاضر به این بخش توجهی نمی‌شود و در واقع بحث فتوژورنالیستی در

■ دکتر علی محمدی استاد علوم ارتباطات در دانشگاه ناتینگهام انگلستان: در دنیای الکترونیکی دیگر مرزبان وجود ندارد که پاسپورت افراد را بازبینی کند. انسان‌ها دیگر محلی نیستند، تفاوت‌ها به تدریج کم و کمتر می‌شود حتی در حوزه بین‌الملل، ارتباطات بین کشورها در سراسر مرزها کاملاً حل شده است.

■ در جهانی شدن، بحث بر سر این است که چه شرایطی باید لحاظ گردد تا به رفاه دست یابیم و در این زمینه باید دید که هر کشوری چگونه می‌تواند نوآوری و رقابت کند.

به شکلی حرفه‌ای پوشش دهد و مدیرمسئولی که هدف‌های خاص سیاسی را دنبال می‌کند، تعارض و تضاد رخ می‌دهد و این معضل است.

قاضی‌زاده همچنین از کم توجهی و بی‌توجهی به افراد حرفه‌ای در مطبوعات و کم‌شدن فاصله میان سردبیران با اعضای تحریریه و از بین رفتن مرز میان افراد حرفه‌ای با غیرحرفه‌ای انتقاد کرد.

وی به وجود اشکالات متداول و متعدد در تهیه و تنظیم خبر، گزارش و مصاحبه و مطبوعات اشاره کرد و گفت: در حال حاضر در برخی از مطبوعات خبرها عیناً و به دور از هیچ‌گونه تغییری از دو خبرگزاری کشور دریافت و منعکس

مطبوعات دیده نمی‌شود. قاضی‌زاده با تأکید بر چاره‌اندیشی در حوزه ویرایش در مطبوعات، پرهیز از کلیشه‌گرایی و توجه عمیق به اصول علمی و حرفه‌ای در روزنامه‌نگاری گفت:

یک روزنامه‌نگار باید بتواند با ارائه اخبار مطلوب، مخاطب را به سمت یک عقیده یا پدیده و... سوق دهد و او را درگیر آن مسأله کند اما متأسفانه شیوه معمول روزنامه‌نگاران در این حوزه نیز ارتباطی با حرفه روزنامه‌نگاری ندارد. وی وضعیت برخی روزنامه‌های طیف فکری - سیاسی راست را از جنبه حرفه‌ای‌گرایی مثبت‌تر ارزیابی کرد و گفت: اشکال این روزنامه‌ها هم این است که به بحث باورسازی توجه

نکرده‌اند هر چند که از شیوه‌های حرفه‌ای‌تری در تنظیم اخبار نسبت به روزنامه‌های رقیب خود استفاده می‌کنند.

مطبوعات و جهانی‌شدن

دکتر علی محمدی استاد علوم ارتباطات در دانشگاه ناتینگهام انگلستان طی سخنانی به بحث درباره رسانه‌ها، مطبوعات و جهانی‌شدن پرداخت.

وی با اشاره به نظریه مک لوهان در خصوص دهکده جهانی و از بین رفتن فاصله‌های زمانی و مکانی ناشی از ارتباطات الکترونیکی و سنتز میان تکنولوژی کامپیوتر و تکنولوژی ارتباطات گفت: ما انسان ۵۰ سال پیش نیستیم بلکه انسانی هستیم که کاملاً جهانی شده‌ایم. جهانی‌شدن به شدت روی تک تک افراد تأثیر گذاشته است پس باید این پدیده را جدی بگیریم و از تغییرات به وجود آمده ناشی از آن به راحتی نگذریم.

وی به بررسی ابعاد مفهوم جهانی‌شدن پرداخت و اظهار داشت: در دنیای الکترونیکی دیگر مرزبان وجود ندارد که پاسپورت افراد را بازبینی کند. انسان‌ها دیگر محلی نیستند، تفاوت‌ها به ندرت کم و کمتر می‌شود حتی در حوزه بین‌الملل ارتباطات بین کشورها در سراسر مرزها کاملاً حل شده است.

دکتر محمدی با اشاره به نفوذ جهانی‌شدن در تمام حوزه‌های انسانی و حتی چگونگی تغذیه، پوشش و... و میل به رفاه و راحتی بیشتر اضافه کرد: این اتفاق در حوزه اقتصاد هم رخ داده است به طوری که مشاهده می‌شود انتقال پول و سرمایه نسبت به گذشته راحت‌تر شده است. به عبارتی جنبه‌های اقتصادی روی فرهنگ هم تأثیرگذار بوده است و بدین لحاظ دیدگاه‌های مردم هم در حال تغییر است و همه باید بتوانند تجارت و سرمایه‌گذاری کنند.

استاد دانشگاه ناتینگهام گفت: در

جهانی شدن بحث بر سر این است که چه شرایطی باید لحاظ گردد تا به رفاه دست یابیم و در این زمینه باید دید که هر کشوری چگونه می‌تواند نوآوری و رقابت کند.

وی تأکید کرد: در بحث جهانی شدن منافع ملی باید به‌طور دقیق تعریف شود و روزنامه‌نگاران نیز باید در این جهت حرکت‌های مثبتی داشته باشند.

دکتر محمدی با اشاره به تحول عظیم کشورهای اروپایی و غربی در خصوص رسانه‌های ارتباطی و تکنگرایی اظهار داشت: تا ۳۰ سال پیش انگلستان حتی یک مجله هم نداشت اما اکنون بیش از ۸۰

وی دربارہ نقش رسانه‌ها در جهانی شدن گفت: رسانه‌ها در دو حوزه اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی و همچنین رهبری اجتماعی می‌توانند فعالیت کنند. رسانه‌ها پنجره‌هایی به سوی دنیای جدید هستند اما در صورتی که انفعالی عمل نکنند.

استاد دانشگاه نائینگهام با بیان این که رسانه‌ها در کشورهای جهان سوم باید میان اتفاقات و رویدادهای علمی و تکنیکی، رابطه دقیق و صحیح برقرار کنند گفت: شاید یکی از دلایل موفقیت کشورهای غربی در خصوص مفهوم جهانی شدن این بوده است که آنان منافع

■ حسین قاضیان پژوهشگر: برای سامان دادن ارتباطات در مقیاس بزرگ باید قاعده‌ای به نام قانون که تنظیم‌کننده روابط میان فردی از بالا است، وجود داشته باشد.

■ در جوامع مدرن، رسانه‌ها جایگزین ارتباطات فردی شده‌اند. در عین حال این رسانه‌ها گاهی بی‌طرفانه قضاوت نمی‌کنند و دست به گزینشی می‌زنند که ممکن است براساس نگرش سنتی باشد. چنین اقدامی مانع از تحقق جامعه مدرن می‌شود.

عنوان مجله تخصصی دارد و این نتیجه جهانی شدن است. البته در این خصوص در کشورهای غربی بازار رقابت شکل گرفت در حالی که در کشورهای جهان سوم متأسفانه هم دولت‌ها تعیین‌کننده هستند و هم کم‌تر به صورت کارشناسی با مباحث برخورد می‌شود و تنها به کلی‌گویی پرداخته می‌شود.

وی افزود: با وجود رشد سرمایه‌داری، هنوز کشورهای اسلامی گزینه‌های جدیدی را در باب اطلاع‌رسانی ابداع نکرده‌اند و گویی هنوز در خواب هستند. و شاید یکی از مشکلات جهان سوم این است که به جای آن که سازنده و مبدع باشند، انفعالی عمل می‌کنند.

ملی را مهم می‌دانند و اختلافات شخصی مانع کار آنها نمی‌شود و روزنامه‌هایشان هم مثل ذره‌بین عمل می‌کنند.

وی افزود: در ایران متأسفانه به دلیل این که تجربه‌چندانی از آزادی مطبوعات وجود ندارد، برخی برداشت‌ها جنبه شخصی به خود می‌گیرد. اما روزنامه‌نگاران باید قهرمانان نوآوری باشند و در مسیر روشنگری و آگاهی‌بخشی حرکت کنند و کمک نمایند تا برنامه‌ای در خصوص جهانی شدن مطابق با منافع و استراتژی ملی تعریف شود. وی گفت: در جامعه جهانی، هر فرهنگی که قدرت ارائه و توسعه بیشتری داشته باشد، زمینه و بستر بیشتری برای

بروز و ظهورش فراهم خواهد بود.

ژورنالیسم از نگرش سنتی تا جامعه مدرن

حسین قاضیان پژوهشگر روزنامه‌نگاری سخنران دیگر انجمن صنفی روزنامه‌نگاران ایران بود که مطالبی را در حوزه ژورنالیسم ایرانی و تطبیق آن با نگرش‌های سنتی و مدرن عنوان کرد.

وی در ابتدا به بیان تعریف جامعه مدرن پرداخت و گفت: مدرنیته یک مفهوم غیردیجیتالی و اشتدادی است. مفاهیم اشتدادی مفاهیم طیف‌گونه‌ای هستند که می‌توانند شدت پیدا کنند و مفهوم مدرنیته نیز چنین است. یعنی این‌گونه نیست که جوامع حتماً یا مدرن هستند یا غیرمدرن بلکه می‌توانند مدرن، مدرن‌تر و یا در طبقه‌بندی‌های بالاتر هم باشند.

قاضیان با اشاره جایگزینی نقش و روابط نهادها به جای نقش و روابط میان فردی در جوامع مدرن گفت: برای سامان دادن ارتباطات در مقیاس بزرگ باید قاعده‌ای به نام قانون که تنظیم‌کننده روابط میان فردی از بالا است، وجود داشته باشد.

وی با تأکید بر ضرورت جایگزینی نگرش مدرن به جای نگرش سنتی گفت: در جوامع مدرن، رسانه‌ها جایگزین ارتباطات فردی شده‌اند. در عین حال این رسانه‌ها گاهی بی‌طرفانه قضاوت نمی‌کنند و دست به گزینشی می‌زنند که ممکن است براساس نگرش سنتی باشد. چنین اقدامی مانع از تحقق جامعه مدرن می‌شود.

پژوهشگر روزنامه‌نگاری تصریح کرد: برای به جلو راندن جامعه مدرن لازم است که نگرش سنتی برچیده شود و به هر میزان که نگرش سنتی در روزنامه‌ها و رسانه‌ها مطرح شود، از رسیدن به جامعه مدرن تر فاصله بیشتری خواهیم گرفت. □