

# مطبوعات برای مردم، یا مردم برای مطبوعات

مطبوعات، رکن چهارم دموکراسی است. مطبوعات هم، باید صادقانه به این وظیفه عمل کنند و در آن صورت است که پاسخ لازم و کافی را به نیازهای مخاطبان خود داده‌اند.

## وظیفه مطبوعات در شرایط خاص

نکته دیگر، احساس وظیفه مطبوعات، در شرایط مشخص است که اگر این وظیفه نباشد، دو وظیفه دیگر به خوبی انجام نمی‌شود. در هر دوره‌ای، یک مسأله خاص، در جامعه عمده می‌شود. در شرایط خاص جامعه ما، که انقلاب کرده و از طرف جهان محاصره شده است، مطبوعات مسؤولیت دارند که مردم

بررسی تاریخ مطبوعات نشان می‌دهد که مطبوعات ایران، یا به افراد، یا به احزاب و یا به دولتها تعلق داشته‌اند و متأسفانه، بیشتر ترین و تشریفاتی بوده‌اند.

در خصوص نقش مردم در محتوای مطبوعات نیز، تحقیقات انجام شده در سالهای اخیر، اهمیت فراوان دارد.

در مورد سوم، به عقیده من، باید مطبوعات را در قشرهای سنتی ایران آبیاری

آیا مردم، انعکاس خواسته‌های خود را در مطبوعات می‌بینند؟

آیا مطبوعات، توانسته‌اند ارتباط دوسویه با مخاطبان داشته باشند و صحیح و به موقع پاسخگوی نیازهای آنان باشند؟

آیا مطبوعات، توجه کافی به خواسته‌های مخاطبان نشان می‌دهند؟

آیا مخاطبان اعتماد لازم را به مطبوعات دارند؟

مطبوعات، چقدر توانسته‌اند حس مشارکت را در مردم تقویت کنند و از بی تفاوتی جلوگیری کنند؟

چه باید کرد تا مطبوعات، هم خصلت مردمی داشته باشند و هم «عوام‌زده»، «جنگالی» و «زرد» نباشند؟

شش شرکت‌کننده در سومین نشست مطبوعاتی، به بررسی «رابطه مردم و

مطبوعات» پرداختند و نظرات خویش را مطرح کردند. شرکت‌کنندگان این نشست عبارت بودند از: پروفیسور حمید مولانا، استاد

ارتباطات و روابط بین‌الملل و رئیس انجمن بین‌المللی تحقیق در ارتباطات جمعی، دکتر مهدی محسنیان‌راد، محقق و مدرس علوم ارتباطات، مهندس عزت‌الله سجابی، مدیرمسئول مجله ایران فردا، مهندس عباس

عددی، عضو شورای سردبیری روزنامه سلام، احمد میرعابدینی، مدرس دانشگاه و پرویز رئوف‌منش سردبیر روزنامه کیهان.

## سه نشانه برای مردمی شدن مطبوعات

پروفیسور مولانا در این جلسه گفت: مردمی شدن مطبوعات در رابطه با سه موضوع است:

۱. مطبوعات، تا چه اندازه توسط مردم اداره می‌شوند؟

۲. در محتوای مطبوعات، چه مقدار از مردم صحبت می‌شود؟

۳. مردم تا چه اندازه، در تمام شؤون مطبوعات - از اداره آن گرفته تا محتوایش - شرکت دارند؟

رسیدن به سه هدف فوق مشکل است اما در یک حالت ایده‌آل، تحقق این سه موضوع لازم است.

■ پروفیسور حمید مولانا: باید مطبوعات را در قشرهای سنتی ایران آبیاری کنیم چرا که بدون آن نمی‌توان از هیچ روش و تکنولوژی نوین بهره گرفت.

■ مهندس سجابی: ارائه اطلاعات، آموزش، آگاهی و نظارت و مراقبت، از وظایف مطبوعات است. در شرایط خاص جامعه ما، مطبوعات باید مردم را روشن کنند و راه چاره را نشان دهند.

■ رئوف‌منش: رابطه مردم و مطبوعات، یک رابطه ذاتی است. منتهی، باید شدت و ضعف این رابطه بررسی شود.

■ رئوف‌منش: ۲۳ مشخصه در قرآن وجود دارد که قابل تعمیم در عرصه مطبوعات است.

را روشن کنند تا بدانند در اطرافشان چه می‌گذرد و راه چاره را نشان دهند.

نقد و انتقاد، برای اصلاح کار صاحبان قدرت سیاسی و اقتصادی خوب است، اما اکتفا کردن به انتقاد، مردم را سردرگم می‌کند. ما باید مردم را در شرایط مشخص هدایت کنیم. در شرایط موجود کشور ما، هدایت افکار بایستی در جهتی باشد که مردم را به احساس مسؤولیت، مقاومت و دفاع برانگیزاند.

## نظریه «خودی»، برای مطبوعات مردمی

رئوف‌منش گفت: چون مطبوعات در کشور ما یک پدیده وارداتی است بنابراین، نظریه‌ها و سیاستهای حاکم بر آن نیز وارداتی است. به همین دلیل، در حال حاضر، این نیاز در بین متخصصان رشته ارتباطات احساس می‌شود که باید یک نظریه «خودی» و مستقل در این زمینه وجود بیاید.

رابطه مردم و مطبوعات، یک رابطه ذاتی است. منتهی، شدت و ضعف دارد که باید بررسی شود.

با توجه به این که نیازهای فکری مردم در جوامع مختلف، متفاوت است اگر، فرهنگ

کنیم و بدون آن، از هیچ‌کدام از روشهای نوین و تکنولوژی، نمی‌توان بهره گرفت. نکته دیگر این که، چون مطبوعات در کشور ما، وارداتی بوده است همیشه فکر می‌کرده‌ایم که باید یک عده از خارج، تشریفات را اداره بکنند.

## وظیفه مطبوعات؛ اطلاع‌رسانی و نظارت

مهندس سجابی گفت: مطبوعات، به دو دسته عام و خاص تقسیم می‌شوند. مطبوعات خاص، برای صنف و گروه معینی از جامعه منتشر می‌شود و به نیازهای خاص آن گروه پاسخ می‌گوید. اما مطبوعات عام به مسائل سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... می‌پردازد و باید به تمامی نیازهای جامعه پاسخ بگوید.

یکی از وظایف مطبوعات، ارائه اطلاعات و دادن آموزش و آگاهی است. البته، با توجه به گسترش رسانه‌های جدید، مطبوعات نقش عمده‌ای ندارند ولی باید حقایق اموریسیاسی، اجتماعی، اقتصادی، داخلی و خارجی را به اطلاع مردم برسانند.

وظیفه دیگر مطبوعات، وظیفه نظارتی و مراقبتی است. همان‌گونه که می‌گویند که

خودی را در تدوین تئوریهای مستقل پذیریم، طبیعی‌ترین انتخاب، این خواهد بود که تطوری در قرآن داشته باشیم. ۲۳ مشخصه در قرآن وجود دارد که آن مفاهیم، قابل تعمیم در عرصه مطبوعات هستند و می‌توان آنها را برای مطبوعات مردمی هم برشمرد:

بین حق و باطل تمیز قائل شوند، نیکوترین بیان و جذاب‌ترین شیوه‌ها را داشته باشند، کرامت داشته باشند، حکیمانه به قضایا و مسائل بپردازند، پیام داشته باشند، آینده‌نگر باشند، دید تحلیلی به مردم بدهند، با عموم مردم ارتباط برقرار کنند و...

### تعریف مردم در مطبوعات مردمی

مهندس عبدی در این نشست گفت: در ابتدا، باید مفهوم کلمه مردم را مشخص کنیم و تعریف دقیقی از آن داشته باشیم، چون این کلمه، از آن کلمات سهل و ممتنع است، همه، آن را به کار می‌بریم، ولی هریک مفهوم خاصی از آن را در ذهن داریم.

بنابراین، باید ببینیم که آیا می‌توانیم تعریف دقیقی از مردم داشته باشیم؟ و اگر داریم چگونه می‌توانیم مطبوعاتی مردمی، با یک تعریف قابل قبول داشته باشیم؟ نشریه‌ای ممکن است تیراژ بالایی داشته باشد، ولی آیا تیراژ بالا، نشانه مردمی بودن است؟

در حال حاضر، اگر یک نشریه تخصصی نخواهد به بحث پردازد بعید می‌دانم که بیشتر از ۲۰ هزار تیراژ داشته باشد. الان، تمامی کسانی که در این جلسه نشستند با تورم دست به گریباندند. ولی اگر روزنامه‌ای بخواید هر روز، به صورت تخصصی درباره تورم بنویسد و راه حلها را نیز نشان بدهد فکر می‌کنید آیا تیراژ بالایی خواهد داشت. بنابراین، باید دقت کنیم که در تعریف «مردمی بودن مطبوعات» دچار عوام‌فریبی نشویم. آیا مطبوعات ملزم هستند که حرف مردم را بزنند؟ به نظر من، مطبوعات باید حرف خودشان را بزنند ولی باید این امکان را در جامعه ایجاد کرد که هرکسی بتواند مطبوعات موردنیازش را پیدا کند.

بنابراین، چون کلمه مردم را، معمولاً جوامع «پوپولیستی» به کار می‌برند که اغلب، مردم کمترین نقش را در آن دارند بهتر است به جای مردم، کلمه «جامعه» را به کار ببریم و پرسیم مطبوعات، چه نقشی در جامعه دارند و امکان تحقق کارکردهایشان، چگونه وجود

دارد؟

اولین کارکرد مطبوعات، افزایش دانش و آگاهی است. به اعتقاد من، رادیو و تلویزیون، نمی‌توانند جای مطبوعات را در افزایش آگاهی بگیرند.

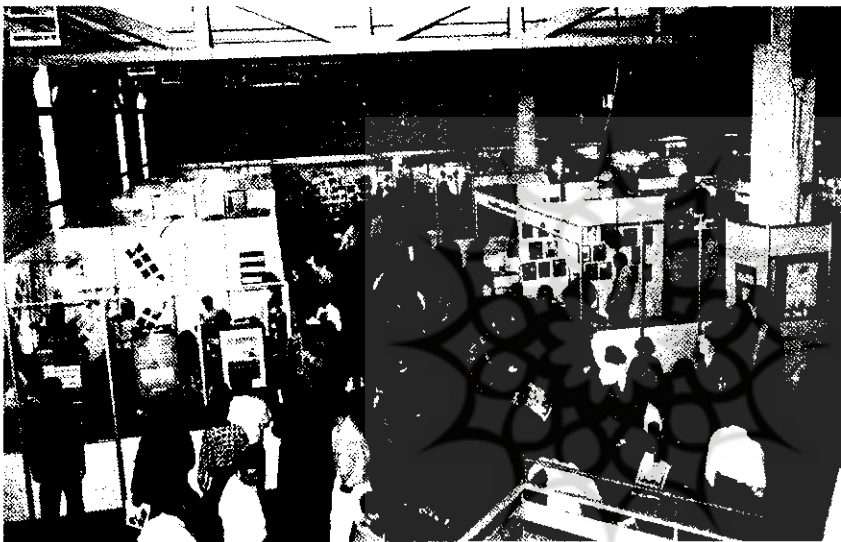
در حال حاضر، برخی نشریات تخصصی - به ویژه در بخش علوم انسانی - جایگاه ویژه خود را پیدا کرده‌اند که برخلاف نشریات تخصصی تجربی، با مشکلات زیادی برخورد می‌کنند.

دومین کارکرد مطبوعات، سرگرم کردن است که تعداد این نشریات، به دلیل سودآوری زیاد است.

### به سوی ارتباط دوسویه

دکتر محسنیان‌راد: تأکید کرد که منظور از مردم، مخاطب است. اگر طیفی داشته باشیم که در یک سو، تأمین نیازها و خواسته‌های مخاطبان و از همه مهمتر، برقراری ارتباط دوسویه قرار داشته باشد و در سوی دیگر، انجام یک کار تبلیغاتی، با این دیدگاه، مخاطبین همین چیزی را که من می‌گویم باید بشنوند و کاری ندارم که آنها چه می‌خواهند.

اگر دوسواین طیف را نگاه کنیم و ببخواهیم وضعیت ایران را در نقطه‌ای از این طیف قرار بدهیم، شواهدی در دست است که نشان می‌دهد که این وضعیت مطلوب نیست.



به نظر من، در راه تأمین نیازهای یک ارتباط دوسویه، اشکالاتی وجود دارد:

یکی وجود اشکال در جریان آزاد اطلاعات است. در کشورهایی نظیر کشور ما (جنوب)، رابطه مثالی حکومت با مردم، مطبوعات با مردم و حکومت با مطبوعات به یکدیگر اتصال دارد و در هم آمیخته است.

تحول مهمی که در این چندسال دیده شده، این است که تا حدی، مرز جریان آزاد اطلاعات جلو رفته است. ولی می‌بینیم که وقتی یک اتفاق بسیار مهم، مثل میزان بدهکاری ما به کشورهای خارجی و بزرگترین سوءاستفاده مالی تاریخ بانکداری در کشور به وقوع می‌پیوندد مطبوعات نمی‌توانند از آن مرز مشخص عبور نمایند و نیاز مخاطبین خود را تأمین کنند.

با وجود این باید گفت که سانسور رسمی مانند قبل از انقلاب وجود ندارد. ولی مسائل پیچیده‌ای از قبیل روابط عمومی‌ها و...

حقیقت امور و کشف آنها در جامعه، در انحصار کسی نیست. حقیقت امور، از تضارب افکار و دیدگاهها به وجود می‌آید در شرایطی که همه افکار، امکان طرح شدن داشته باشند. زمانی که انحصار باشد این تصور پیش می‌آید که حقیقت گفته می‌شود. تا زمانی که انحصار در عرصه مدیریت و مالکیت مطبوعات باشد بحث کشف حقیقت زاید است.

آخرین کارکرد مطبوعات، نظارت و کنترل جامعه است. در جوامع بزرگ، چون امکان برخورد چهره به چهره و نظارت مستقیم وجود ندارد، مطبوعات این امر را انجام می‌دهند. نظارت هم در گرو استقلال، مالکیت مستقل و ایجاد نهاد قدرتمند مطبوعات است و تا چنین شرایطی به وجود نیاید جامعه ما، نمی‌تواند مطبوعاتی را مشاهده کند که کارکرد واقعی خود را در جهت رشد و توسعه اجتماعی و کلی جامعه ایفا کند.

مقابل روزنامه‌نگاران قرار دارند و پیامد آن نیز، حرکت سهمگین شایعه در جامعه است.

مسئله دیگر، کمبود تخصص در میان روزنامه‌نگاران است. در حال حاضر، تنها ۵ درصد از فارغ‌التحصیلان رشته روزنامه‌نگاری در مطبوعات مشغول به کار هستند. باید گفت که یک تحصیلکرده این رشته، می‌داند چگونه در مقابل دیوارها بایستد.

عجیب این است که در کشورمان، به اقتصاد آزاد روی آورده‌ایم ولی چرا نباید در مورد مطبوعات و رسانه‌های دیگر نیز چنین کنیم؟

مسئله دیگر، اجرای قانون است که این امر مربوط به جامعه مدنی است، تا بتواند به نیازهای پاسخ درست بدهد. ضمن آن‌که باید قانون مناسب داشته باشیم و آن را بدون تبعیض اعمال کنیم، اعمال دقیق قانون، امنیت شغلی را برای روزنامه‌نگار به همراه خواهد آورد. امنیت شغلی نیز موجب انجام درست کار روزنامه‌نگار می‌شود.

نکته دیگر این است که آمار نشان می‌دهد که در هیچ زمانی، مانند سالهای ۷۰ تا ۷۳، این تعداد نشریه و با این تنوع وجود نداشته است و تحول دیگر، برگزاری جشنواره مطبوعات است. دیگر این‌که، اگر ما به طرف دوسویه بودن ارتباط برویم به اطمینان می‌توان گفت که در تأمین نیازهای مخاطبین موفق خواهیم بود.

**زمینه‌های مشترک بین مطبوعات و مردم**  
میرعبدینی گفت: نظریه مسؤولیت اجتماعی، نظریه‌ای است که هرکسی، به تناسب نیازهای خویش، تا به امروز از آن استفاده کرده است. تمامی مدیران مطبوعات و دولت‌ها، با این عنوان، اداره مطبوعات و رسانه‌ها را دنبال کرده‌اند.

برگزاری این جشنواره، سؤالی را به دنبال دارد که برای مطبوعات، چه باید کرد؟ نگاهی به جشنواره، نشان می‌دهد که مردمی که به دنبال نشریه‌های طنز و تصویری هستند به دنبال نشریه‌های جدی نیز هستند. طنز و تصویر، به یک شکلی جدی هستند و واقعیت جدی را مطرح می‌کنند.

به نظر نمی‌رسد که رابطه تیراژ و دوسویه بودن، رابطه معتبری باشد. حتی با استفاده از تکنولوژی جدید هم نمی‌توان گفت که رابطه دوسویه، بین مردم و رسانه‌ها به وجود آمده است.

■ **مهندس عبدی: مطبوعات باید حرف خودشان را بزنند ولی باید این امکان را در جامعه ایجاد کرد که هرکسی بتواند مطبوعات مورد نیازش را پیدا کند.**

■ **مهندس عبدی: افزایش دانش و آگاهی، سرگرم‌کردن و نظارت و کنترل جامعه، از کارکردهای مطبوعات است.**

■ **دکتر محسنیان‌راد: در طیفی که یک سوی آن تأمین نیازهای مخاطبان و سوی دیگرش انجام یک کار پروپاگاندایی قرارداد، شواهد نشان می‌دهد که وضعیت ایران مطلوب نیست.**

مهندس سبحانی: تشخیص این امر، با خود مردم است. اگر نشریه‌ای، حرف جدیدی می‌زند که حرف دل آنهاست هست از طریق حمایت مالی و خرید نشریه، آن را حمایت کنند. اما مشکل مطبوعات، تنها مشکلات مالی نیست. مطبوعات، خیلی راحت نمی‌توانند حرف خودشان را بزنند. گاه، فشار هست و گاه به دلایلی، باید خودسانسوری بکنند. بنابراین، فضای آزادی مطبوعات، در جمع فضای آزاد جامعه رشد می‌کند. لذا، کمک مردم به آزادی مطبوعات، برمی‌گردد به کمک آنان برای ایجاد آزادی در بخش‌های دیگر جامعه.

مهندس عبدی: با آن تعریفی که من کردم اصلاً چنین چیزی وجود ندارد که یک گروه خاص، بتواند کمک کنند. حرف من این است که مطبوعات، چنین چیزی را از شما نمی‌خواهند. آن بخش عظیمی که به عنوان مطبوعات در جامعه ایران هستند «گاراتی» نیز می‌باشند. اگر سوبسید مطبوعات حذف شود، بخش اعظم مطبوعات بسته خواهند شد و چون واقعیت جامعه، به این شکل بهتر نمایان می‌شود، مطبوعات نیازی به حمایت شما به معنای عمومی ندارند.

**به کدام روزنامه و نشریه، و با چه شرایطی می‌توان اعتماد کرد؟**

میرعبدینی: باورکردن زمینه‌های مشترک - یعنی اعتماد- شرط اصلی و شاید تنها شرط ایجاد ارتباط دوسویه است. به نظر من، مطبوعات باید مردم را آماده سازگاری با شرایط جدید کنند و از این لحاظ، مطبوعات یک عملکرد درمانی دارند. ما بعد از انقلاب، سه مرحله را طی کرده‌ایم: مرحله اول، خود انقلاب بود که درحقیقت، با مسائل و مشکلات، با نفی و انکار برخورد کردیم، در مرحله دوم - یعنی در مرحله جنگ - شروع به شناخت مشکلات کردیم و الان، که باید با شرایط جدید سازگاری کنیم و باید ببینیم که مطبوعات ما، تا چه اندازه به ما کمک کرده‌اند.

برداشت من از نقش، این است که عبارت از آن تأثیر وسیع و طولانی مدت است که بررسی آن فراتر از حد هدفهاست.

به عقیده من، آن چه می‌تواند موجب مردمی شدن مطبوعات شود وجود زمینه‌های مشترک بین مردم و مطبوعات است. باید گفت که فاصله‌ها، روزافزون است و در سالهای اخیر، از جهتهای مختلف از هم دور افتاده‌ایم. باید ببینیم طی ۱۷ سال گذشته، چقدر از هم دور شده‌ایم. باید ببینیم انگیزه‌های اصلی خریداران مطبوعات چیست؟ قبل از هر چیز، باید بحران را تعریف کنیم چونکه ما در دوران بحران زندگی می‌کنیم. بحران در یک تعریف بسیار ساده، یعنی قرار گرفتن در برابر انتخاب‌های مستعد. در این شرایط، دچار سردرگمی می‌شویم.

در مرحله بحران، سه عمل اساسی برای انسان اتفاق می‌افتد. در اولین برخورد با بحران، سعی می‌کنیم وضعیت موجود خودمان را در مقابل آن انکار کنیم. در مرحله دوم، نیازمند شناخت وضعیت هستیم. در مرحله سوم، با یاری این شناختها، به سازگاری می‌پردازیم تا بتوانیم در شرایط جدید، تعادل خودمان را برقرار کنیم.

حالا ببینیم به مطبوعات خودمان نگاه کنیم. در شرایط بحران جدید، مطبوعات چقدر کمک می‌کنند که ما با شرایط آشنا شویم و بتوانیم خودمان را با آن سازگار کنیم؟ نقش مطبوعات، در این حد است که بتوانند مخاطبین را برای سازگاری با شرایط جدید آماده کنند. نیازهای اساسی نیز، به همین مرحله برمی‌گردد.

### نقش مردم در آزادی مطبوعات

پس از اظهارات شرکت‌کنندگان در این نشست مطبوعاتی، به برخی از سؤالی‌های حاضران پاسخ داده شد. پرسش اول، این بود: نقش مردم در آزادی و استقلال مطبوعات چیست و در شرایط کنونی، مردم برای داشتن مطبوعات آزاد چه باید بکنند؟