



# یکه مثل همه، همه مثل یک

هوشنگ اعلم

است و به راحتی قابل رویت نیست و بنابراین نمی توان ساختار و عملکرد مطبوعات ایران را بدون توجه به نقش آگهی و سازمان آگهی ها مورد بررسی قرار داد ضمن این که بخش دیگری از مسایل مطبوعات ایران در نظام تولید نشریه و در واقع تحریریه مطبوعات است که بررسی این مسایل می تواند راهی برای برون رفت از بحرانی باشد که روزنامه ها و سایر نشریات ایرانی امروز با آن ها روبرو هستند.

## خبرگزاری ها، منبع تغذیه

شاید نخستین و مهم ترین مسئله در آسیب شناسی ژورنالیسم ایران، اتکاء بیش از حد روزنامه ها به خبرگزاری های رسمی، دولتی و اخیراً غیر دولتی است. البته استفاده از اخبار خبرگزاری ها در روزنامه ها خاص ایران نیست و بخشی از خبرهای روزنامه های جهان حتی معتبرترین آن ها که خود دارای شبکه های خبررسان گسترده هستند از طریق خبرگزاری ها تأمین می شود. اما نکته حایز اهمیت در استفاده از این خبرها چگونه گی بر خورد با خبر خبرگزاری و نحوه استفاده از آن ها است.

متأسفانه بنا به دلایلی که بعداً به آن اشاره خواهد شد در حال حاضر و از سال ها قبل اکثر روزنامه های ایرانی بخش عمده ای از اخبار و حتی گزارش ها و مصاحبه ها را از خبرگزاری دریافت می کنند در بیشتر موارد بدون هیچ تغییری حتی در حد یک جمله و فقط با حذف عنوان خبرگزاری آن را در صفحات روزنامه چاپ می کنند. استفاده از این منبع لایزال و کم هزینه سبب شده است که امروزه بیش از هشتاد درصد مطالب روزنامه ها از کانال خبرگزاری ها تأمین شود که این نسبت در مواردی حتی به نود درصد هم می رسد و تنها بخش تولیدی روزنامه مربوط به سرمقاله و یکی دو مقاله و مطلب دیگر است که آن ها هم معمولاً به شکلی سردستی تهیه شده و توان لازم را برای پاسخ گویی به نیازهای مخاطبان ندارد.

دوران مشروطیت و روزنامه هایی که در آن زمان منتشر می شد از آزادی عمل بسیار بیشتری نسبت به روزنامه ها و نشریات دوره های بعدی برخوردار بودند و این آزادی عمل صرفاً مربوط و محدود به دخالت یا عدم دخالت دولت و حاکمیت نمی شد و عوامل دیگری نیز در استقلال روزنامه ها نقش اساسی داشت و یکی از مهم ترین این عوامل که در آسیب شناسی مطبوعات باید به دقت مورد بررسی قرار گیرد، عدم ارتباط عملی بین صاحبان سرمایه و تولید و باب نشدن چاپ آگهی در مطبوعات بود و به همین دلیل نشریات آن زمان که اکثراً با سرمایه شخصی افراد علاقه مند یا بعضاً احزاب و گروه های سیاسی چاپ و منتشر می شد، از قید دیگری که بعداً نقش اساسی در تعیین شکل و حتی محتوای روزنامه ها پیدا کرد، رهایی داشت و این قید چاپ آگهی و وابسته گی حیات روزنامه به آن بود.

## غول قدم می کشد

چاپ اعلانات تجاری حدوداً از نخستین سال های قرن جدید شمسی یعنی با انتشار روزنامه اطلاعات و چند نشریه دیگر در سال های ۱۳۰۰ به بعد باب شد. در آن زمان وارد کنندگان و فروشنده گان برخی از کالاها و چند تجارت خانه معتبر برای معرفی کالا های خود روزنامه ها و بعد مجلات را محل مناسبی یافتند و صاحبان نشریات نیز با دریافت مبلغ اندکی اعلانات مربوطه را چاپ می کردند اما این روند در ادامه به گونه ای گسترش یافت که امروز بررسی وضع مطبوعات و آسیب شناسی آن بدون در نظر گرفتن نقش آگهی های تبلیغاتی عملاً امکان پذیر نیست چرا که نظام سرمایه داری و تولید نه فقط در ایران بلکه در همه کشورهای جهان در عرصه مطبوعات همانند سایر عرصه ها نقش اصلی و تعیین کننده یافته است، نقشی که همچون کوهی از یخ فقط بخشی از آن سر از آب بیرون دارد و قسمت عظیمی از آن در زیر آب

شاید زمانی که میرزا صالح شیرازی به فرنگ اعزام شد تا علم قفل سازی آموزد نمی دانست که صنعت دیگری را در ایران بی خواهد ریخت که اگر چه هیچ قربانی با قفل و قفل سازی ندارد و کارش با کاتبان و کتابت است اما بعدها و در برخی دوره ها از جمله دوره مشروطه خواهی به راهی خواهد رفت که قفل و کلید و غل و زنجیر که پیش از آن صنعت اش در ایران فراهم آمده بود در سرنوشت اش نقش ها خواهند داشت.

میرزا صالح شیرازی که یکی از چندین فرستاده دربار به فرنگ برای آموختن علوم جدید، بود و حکم به آموختن صنعت قفل سازی داشت در فرنگ با پدیده دیگری آشنا شد که با طبع ادیبانه او بیشتر از فنی که باید می آموخت سازگار می نمود و آن هم روزنامه نگاری و چاپ روزنامه بود و همین نقطه آغازی شد برای تاریخ روزنامه نگاری ایران و میرزا صالح شیرازی هم که در بازگشت به وطن با کسب اجازه از مقام همایونی و به منظور درج اخبار حکومتی اولین روزنامه را در دارالخلافه تهران، منتشر کرد و عنوان اولین روزنامه نگار ایران را از آن خود ساخت هر چند که در تنظیم کاغذ اخبار که عنوان اولین روزنامه ایرانی بود کاتبان دیگر دارالحکومه نقش اولی داشتند. اما... ژورنالیسم و روزنامه نگاری در ایران از آغاز نهضت مشروطیت شکل واقعی تر خود را در ایران پیدا کرد و در واقع از آن هنگام بود که روزنامه به عنوان ابزاری برای انعکاس نظرات و خواست های مردم و اطلاع رسانی عمومی کار آمد شد و از شکل بولتن حکومتی و جریان یکسویه و از بالا به پایین درآمد.

## اولین اعلانات

با وجود همه پیشرفت هایی که روزنامه و روزنامه نگاری ایرانی از دوران مشروطیت تا امروز داشته اما توجه به برخی شاخصه ها که می تواند تعریف جامعی از روزنامه به دست دهد نشان خواهد داد که نشریات



نخستین آسیبی که از این طریق متوجه مطبوعات می شود همسانی مطالب آن ها به دلیل یکسان بودن منابع خبری، یعنی خبرگزاری است و تنها تفاوت بین روزنامه هایی که صبح یا عصر در کشور منتشر می شود در عناوین و تیتیر خبرها و احتمالاً عکس های آن هاست و درست به همین دلیل داشتن مخاطب خاص جز برای معدودی از نشریات و از جمله نشریات ورزشی و یکی دو روزنامه عملاً انتظاری بیهوده و دور از ذهن است ضمن این که مخاطبان عام نیز اکثر خبرهایی را که روزنامه ها چاپ می کنند به دلیل مشترک بودن منابع یعنی خبرگزاری ها از رسانه های دیگری مثل رادیو و تلویزیون عیناً دریافت کرده اند و کسانی که امکان استفاده از رایانه را دارند این خبرها را به راحتی و حتی چند لحظه بعد از مخابره خبر توسط خبرگزاری، در سایت های مورد نظر مطالعه می کنند و یکی از دلایل کمبود تیراژ روزنامه ها همین مسئله است.

### فراوری خبر

البته همان طور که اشاره شد روزنامه های معتبر جهان نیز بخشی از خبرهای خود را از خبرگزاری ها دریافت می کنند اما شیوه استفاده آن ها از این اخبار با شیوه ای که در ایران رایج است تفاوت کلی دارد. در این روزنامه ها خبر دریافت شده از خبرگزاری در واقع محور اولیه و به معنای دیگر ماده خام خبری است که در تحریریه روزنامه به وسیله خبرنگاران و نویسندگان فراوری می شود به این معنا که نویسنده با استفاده از اطلاعات و آگاهی های تخصصی خود یا مراجعه به آرشیو با اضافه کردن پیشینه خبر یا بی آمدهای آن و یا اضافه کردن اطلاعاتی که خود درباره آن رویداد به دست آورده آن را تکمیل می کند و حتی شیوه نگارش آن را هم به گونه ای که با شیوه نگارش کلی روزنامه همسانی داشته باشد تغییر می دهد که چنین خبری طبعاً می تواند اطلاعات بیشتری به خواننده بدهد اطلاعاتی که احتمالاً روزنامه های دیگر ندارند زیرا بخشی از این اطلاعات حاصل تلاش و جستجوی خبرنگار آن روزنامه خاص بوده و درست از همین نقطه است که از یک سو رقابت حرفه ای بین روزنامه نگاران به وجود می آید و از سوی دیگر خوانندگان به مرور در می یابند که بیشترین و جامع ترین اطلاعات را درباره یک رویداد در فلان روزنامه می توانند پیدا کنند و به این ترتیب روزنامه ها مخاطبان خاص خود را به دست می آورند و افزایش مخاطبان، افزایش تیراژ روزنامه را در پی خواهد داشت که در نهایت حاصل رقابت حرفه ای و خبری بین خبرنگاران و تحریریه یک روزنامه با روزنامه دیگر است در حالی که در اکثر روزنامه ها و نشریات ایران، اصولاً ضرورت چنین

رقابتی مفهوم خود را از دست داده و استفاده از خبر خبرگزاری ها بدون کمترین دخل و تصرف عملاً مفهوم رقابت حرفه ای را از فرهنگ روزنامه نگاری ایران به ویژه در سال های اخیر حذف کرده است. متأسفانه، استفاده مستقیم از اخبار خبرگزاری ها در بعضی از روزنامه ها به شکلی درآمده که حتی گردانندگان روزنامه به این نتیجه خنده آور رسیده اند که اصولاً نیازی به هیئت تحریریه ندارند و وجود یک یا دو نفر برای مراجعه به سایت های خبری و انتخاب خبرها و گرفتن پرینت آن ها به منظور چاپ در روزنامه کافی است که این افراد پس از خواندن تیتیر خبرها آن ها را بنا بر موضوع خبر، مثل ورزشی، فرهنگی، اجتماعی و... در اختیار سرویس های مربوط قرار می دهند که این سرویس هم فقط یک عضو دارد که هم خبرنگار است و هم دبیر سرویس و این فرد با حذف عنوان خبرگزاری از خبر و احتمالاً خط زدن بخش هایی از آن به دلیل جور نبودن حجم خبر

## روزنامه های معتبر جهان نیز بخشی از خبرهای خود را از خبرگزاری ها دریافت می کنند اما شیوه استفاده آن ها از این اخبار با شیوه ای که در ایران رایج است تفاوت کلی دارد

یا جای خالی موجود در صفحات روزنامه خبر را به حروف چینی می فرستند و مضحک ترین که نگارنده در چند روزنامه شاهد بودم که سایت های خبری مورد استفاده مثل ایرنا و ایسنا و... از طریق رایانه مستقیماً در دسترس تاپیست ها قرار گرفته و آن ها بر اساس تجربه و سلیقه خود با همکاری مسئول بستن صفحات روزنامه که می تواند فضاهای موجود برای درج خبر را تعیین کند، خبرهایی را انتخاب و تایپ می کنند و در نهایت پس از قرار گرفتن در صفحات روزنامه فردی که عنوان سردبیر را دارد برخی از تیتیرها را تغییر می دهد و گاه انتخاب عکس و سایر ملحقات یک خبر هم در همان قسمت صفحه بندی و حروف چینی انجام می شود.

### حذف تخصص

با توجه به چنین وضعی که به جز چند روزنامه نسبتاً معتبر، کم و بیش در سایر روزنامه ها حاکم است اصولاً خبرنگار، روزنامه نگار، دبیر سرویس و... سایر اعضای تحریریه یک روزنامه اهمیت و نقش و تعریف خود را از دست می دهند و بنابراین هر نیروی ناکارآمدی که به دنبال شغل می گردد به راحتی می تواند به عنوان خبرنگار در یک روزنامه با حداقل حقوق به کار گرفته شود. ضمن این که عنوان خبرنگار و روزنامه نگار به

رغم همه آسیب هایی که متوجه آن شده است هنوز از نظر افکار عمومی اعتبار و جذابیتی به نسبت فریبنده دارد که برای نیروهای فاقد تخصص خبری برای کمبود دستمزد باشد.

در چنین شرایطی طبیعی است که فارغ التحصیلان دانشکده های روزنامه نگاری نیز جدا از آن که تخصص های لازم را داشته باشند یا نه، که این خود بحث دیگری در آسیب شناسی روزنامه نگاری ایران است. ناچارند به تبعیت از شرایط موجود حداقل ها را برای یافتن شغل بپذیرند و بدتر از آن هنگامی که باید کار عملی بیاموزند در شرایطی قرار می گیرند که نه تنها با آموخته های تئوریک آن ها هم خوانی ندارد بلکه در سطحی بسیار نازل تر از آن است که اصولاً چیزی برای آموختن داشته باشد.

البته روزنامه هایی هم هستند که مطالب تولیدی آن ها سهم قابل توجهی از روزنامه را پر می کند که بخشی از این مطالب، ترجمه مطالبی است که از طریق شبکه اینترنت دریافت و ترجمه شده که لزوماً نمی تواند پاسخگوی انتظارات مخاطبان ایرانی باشد هر چند که ممکن است خود مطلب خواندنی جلوه کند، اما این روزنامه ها هم بعضاً با کمبود نیروی متخصص مگر در موارد خاص و در حد، دبیران سرویس ها روبرو هستند که این مسئله هم بیشتر به خاطر عدم احساس نیاز به خبرنگار متخصص است و نه کمبود نیروی متخصص زیرا چنانچه کمبود نیرو مسئله اصلی باشد، می توان با ایجاد دوره های آموزشی حین کار چنین نیروهایی را فراهم آورد در حالی که اصولاً لزوم چنین آموزشی در آن چند روزنامه نسبتاً معتبر نیز به هیچ وجه احساس نشده تا حدی که برخی از خبرنگاران و نویسندگان این روزنامه ها هم تسلط لازم و مورد نیاز را برای تنظیم مطالب اعم از خبر و گزارش ندارند و لاجرم با دبیران سرویس ها در صورت توانایی و داشتن وقت باید جور آن ها را بکشند و مطالب را ویرایش کلی و تقریباً دوباره نویسی کنند و یا عیناً و با همه ضعف های موجود در صفحات روزنامه جا بدهند.

اما وجه مشترک بین این روزنامه ها و روزنامه های پیش گفته شده که بندگان آن ها مستقیماً به سایت های خبری و خبرگزاری ها وصل است این است که در این روزنامه ها هم، خبرهای دریافتی تقریباً به همان شکل مخابره شد، و بدون هیچ تغییر تخصصی به چاپ می رسد و این دسته از روزنامه ها هم همان خبرها را نهایتاً با اندکی ویرایش بیشتر از نظر نگارشی در اختیار خواننده قرار می دهند و به این ترتیب شاید جز در چند مورد استثناً بتوان این عبارت را در مورد روزنامه های ایرانی به کار برد که یکی مثل همه، همه مثل یکی.

ادامه دارد...

