

دوماهنامه علمی، فرهنگی
انجمن علمی - دانشجویی روزنامه‌نگاری
شماره هفتم، فروردین ۱۴۰۱



روزنامه‌نگار
پمانیم؟

فرزاد فرزادپور



دوماهنامه تخصصی انجمن علمی، دانشجویی روزنامه نگاری - شماره هفتم - فروردین ۱۴۰۱

شناسنامه

- صاحب امتیاز: انجمن علمی - دانشجویی روزنامه نگاری
- مشاور انجمن: علی احمدی
- مدیرمسئول: الیاس براهویی نژاد
- سردبیر: عماد صدر
- همکاران این شماره: محمد مهدی فرقانی - محمد بلوری - فاطمه علی اصغر - سعید ارکان زاده یزدی - آرش برهمند - ابراهیم علیزاده - نیلوفر قدیری - افشین امیرشاهی - رضا جمیلی - ولی خلیلی - سارا اسلامی - بهارک محمودی - مهدی حاتمی - فریا خانی - مهدی محمدی - طاهره نمرودی - عرفان حاجی پروانه
- سرویس ترجمه: فاطمه زارعی - دلارام سلطانی
- باسپاس از: علی احمدی - فریدون صدیقی - مرضیه ادهم
- و دیگر همکاران ما:

بسم الله الرحمن الرحيم



• مترجم:

دلارام سلطانی



• دبیر سرویس ترجمه:

فاطمه زارعی



• طراح:

حسن خدادادیپور



انجمن علمی دانشجویی روزنامه نگاری
دانشگاه علامه طباطبائی

فهرست

- ۰۳ روزنامه نگار بمانیم؟ / الیاس براهویی نژاد
- ۰۴ روزنامه نگاری در روزگار دجال! / عماد صدر
- ۰۶ برای فرزند انم؛ روزنامه نگاران امروز و آینده / محمد مهدی فرقانی
- ۱۰ روزگار غمناک روزنامه نگاری / محمد بلوری
- ۱۴ عزا پشت عزا / فاطمه علی اصغر
- ۱۷ روزنامه نگاری در آشپزخانه / فاطمه زارعی و دلارام سلطانی
- ۱۸ تیز نگه داشتن شمشیرهای سامورایی / سعید ارکان زاده یزدی
- ۲۳ سایه بازار / گروه ترجمه
- ۲۴ بازی نسل جدید تازه شروع شده / آرش برهمند
- ۲۸ کبوتر خوشگل من / ابراهیم علیزاده
- ۳۱ خبرهای زیاد مشکل است نه راه حل! / گروه ترجمه
- ۳۲ روزنامه نگاری، روزنامه نگار روزآمد و با انگیزه می خواهد / نیلوفر قدیری
- ۳۶ فضای مجازی و آینده روزنامه نگاری / افشین امیرشاهی
- ۴۱ وب ۳.۰؛ منجی روزنامه نگاری؟ / گروه ترجمه
- ۴۲ چرا ما هنوز نیازمند روزنامه نگارانی هستیم که تحریریه و کاغذ را باور دارند؟ / رضا جمیلی
- ۴۶ تا ابد و همه جای دنیا به روزنامه نگار نیاز داریم / عماد صدر
- ۵۰ کار در میانه طوفان / ولی خلیلی
- ۵۴ روزنامه نگاری در دنیای «متاورس» / سارا اسلامی
- ۵۷ علیه تبعیض / گروه ترجمه
- ۵۸ «روزنامه» را باد برده است نه «روزنامه نگاری» را / بهارک محمودی
- ۶۲ روزنامه نگاری در عصر «سایبورگ ها»: از «هرم وارونه» تا «هرم DIKW» / مهدی حاتمی
- ۶۷ صیانت = خیانت / طاهره نمرودی
- ۷۳ پله های دفتر روزنامه / فریبا خانی
- ۷۶ روزنامه نگاری علیه محدودیت / مهدی محمدی
- ۷۹ روزنامه نگاری عصاقورت داده / عرفان حاجی پروانه

روزنامه نگار بمانیم؟

الیاس براهویی نژاد

مدیرمسئول

اجرا کرده بود، آن شد که انجمن علمی - دانشجویی روزنامه نگاری تصمیم گرفت این پرسش را که «آینده روزنامه نگاری چگونه خواهد بود؟» با روزنامه نگاران ایرانی مطرح کند. در نامه ای که به دهه ها روزنامه نگار نوشتیم، این پرسش را هم افزودیم که در وضعیت کنونی، اگر ما را به روزنامه نگار ماندن توصیه می کنند، «چگونه باید روزنامه نگار بمانیم؟».

از آن ها که دعوتشان کردیم، عده ای نپذیرفتند؛ یا فرصتش را نداشتند یا انگیزه اش را. دلیل برخی برای نوشتن حال و روز اکنون دانشکده ارتباطات بود. با این حال، نهایتاً ده ها یادداشت به دستمان رسید که هریک از افقی به این پرسش ها پاسخ گفته اند و چشم اندازی را پیش روی ما قرار داده اند که ارزش ویژه ای به این شماره از نشریه کیوسک بخشیده است.

با این همه، متأسفانه دانشگاه چاپ نسخه کاغذی نشریه را نپذیرفت و البته این بی مهری به فعالیت های علمی و فرهنگی که در دوره جدید مدیریت دانشگاه شدت گرفته، برای فعالان دانشجویی چندان غریب و دور از انتظار نیست. از این رو، برای سهولت دسترسی به مطالب این شماره، تمامی مطالب همزمان هم در قالب یک مجله تعاملی و هم در سایت رسانه «دال مدیا» که رسانه همکار انجمن علمی - دانشجویی روزنامه نگاری است، منتشر می شوند. امید که آنچه فراهم آورده ایم، مقبول طبع مردم صاحب نظر شود.

باقی بقای شما

«چه بر سر روزنامه نگاری می آید؟» این پرسشی حیاتی برای اکنون ما دانشجویان روزنامه نگاری است. راهی که در آن پا نهاده ایم، مسیری بسیار خطرناک و مقصدی بسیار دور دارد و هرروز دست انداز جدیدی در این مسیر سد راهمان می شود. یک روز مطبوعات فله ای بسته می شوند، روزی دیگر فضای مجازی جان نحیف روزنامه نگاری را به خطر می اندازد و روزی هم، سیاستگذارانمان هوای طرح صیانت می کنند تا خیالشان از نابودی آخرین ذره های آزادی هم راحت شود.

چنین شرایطی بسیاری از ما دانشجویان روزنامه نگاری را در دوراهی ماندن و ادامه دادن یا رهاکردن و پی کاری دیگر رفتن قرار می دهد. وضعیتی که در چندماه اخیر در دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی شاهدش بودیم نیز مزید بر این تردید شده است.

از آن سو، در گوشه ای دیگر از جهان، اگرچه باز تردیدها و پرسش هایی در این باره مطرح است اما اشتباه است که آن تردیدها را قیاس از خود بگیریم. در پایان سال ۲۰۲۱، بنیاد Nieman در تداوم سنت هرساله اش ویژه نامه ای را منتشر کرد که در آن از صد روزنامه نگار خواسته بود پیش بینی کنند که در سال ۲۰۲۲ روزنامه نگاری چه چشم اندازی پیش رو دارد. آنچه در این صد یادداشت می خوانیم به وضوح این کجا و آن کجایی دغدغه های روزنامه نگاری ما و آن ها را به رخ می کشد.

از دل آن پرسش ها و تردیدها و نیز ایده ای که NiemanLab

روزنامه‌نگاری در روزگار دجال!

عماد صدر

سر دبیر

در فضای مجازی می‌گذرد.

۴- در شهری کوچک زلزله آمد. آسفالت ترک خورد و برخی خانه‌ها تخریب شد. خبرنگاری در شهر نبود اما مردم خودشان تمام ماجرا را روایت کردند. از شمال تا جنوب، جزئیات زلزله را می‌دانند. دوربین گوشی‌ها هم واقعه را ثبت کرد و هم ناظر کمک‌رسانی به زلزله‌زدگان شد. در عصری که هر شهروندی توانایی اطلاع‌رسانی دارد، روزنامه‌نگاری فراتر از تولید خبر و اطلاع‌رسانی است.

۵- عددها پشت هم نوشته می‌شوند. بازارهای مالی به خاطر یک توثیت یا خبر بالا و پایین می‌شوند. فقر، فلاکت، خوشحالی و فرهنگ را با عدد محاسبه می‌کنند. «اگر روزگاری درد روزنامه‌نگاری سانسور و کمبود اطلاعات بود، حالا ما از وفور اطلاعات رنج می‌بریم.» این روزها آنقدر اطلاعات زیاد است که یک نفر باید آن‌ها را کنار هم قرار دهد و برای مخاطب معنایش کند.

۶- برج خلیفه در آتش می‌سوخ. فیلم در فضای مجازی دست به دست می‌شد. توثیت‌های زیادی انفجار را به حوثی‌های یمن ربط می‌دادند. فیلم جعلی سخنرانی یکی از مقامات یمنی که مسئولیت حمله را برعهده گرفته بود پخش شد. همه از سوختن بلندترین برج دنیا در حیرت بودند که یک روزنامه‌نگار عرب خبر را تکذیب کرد. روزنامه‌نگاری در عصری که آسمان اطلاعاتش همیشه می‌بارد کاری بسیار سخت است. رسانه اجتماعی و گوشی هوشمند آنجایی نقش دجال را به خود گرفت که روزنامه‌نگاری شکاف خورد. تار و پود اصول در عصر جدید بهم ریخت. روایت لابه‌لای شلوغی کوچه خبر گم شد. حالا روزنامه‌نگار اصلا نمی‌داند ضرورت وجودی‌اش چیست؟ روزنامه‌نگار باید سوار خر دجال شود. هرکجا که می‌رود با برود. کاری کند که دجال با چشم‌هایش به حقایق نگاه کند. اینگونه است که روزنامه‌نگاری این شرایط را تاب می‌آورد. مگر نمی‌دانید دجال طرفداران زیادی دارد؟ اگر روزنامه‌نگاری هدف باشد برای رسیدن به حقیقت نه ابزاری برای دیده شدن، آنجاست که روزنامه‌نگار مبارزی در مقابل دجال زمانه است.

«دجال می‌آید. یک چشم روی پیشانی دارد و چندتا پشت سر. پاهای خرس در ینگه دنیا است و سرش به هر کجای کره می‌رسد. می‌گویند خرس خرما مدفوع می‌کند. همه دوستش دارند و طرفداران زیادی دارد.» داستان این روزهای اینترنت و گوشی‌های هوشمند هم شبیه ماجرای دجال شده است. ما از گذشته‌ای بزرگ به حالی کوچک تبعید شدیم. روزنامه‌خوانی دیگر صلابت گذشته را ندارد. دیگر فقط اخبار سوخته و باطله‌ها مان طرفدار دارد. مانند صدای شجریان در پارتی جوانان است. اگرچه فاخر، اگرچه بی‌بدیل اما با محیط نامتجانس است.

۱- «باید داغ داغ باشد. مختصر و مفید. شکل و شمایلش از محتوا مهم‌تر است. عنوانی رازآلود، همراه‌کننده یا موضوع روز می‌خواهد. اول بودن بر هر چیزی ارجحیت دارد.» این‌ها مهم‌ترین ویژگی خبرهای پربازدید این روزهای سایت‌ها و رسانه‌های آنلاین اجتماعی است. اگر روزگاری کشف و پایبندی به حقیقت مهم‌ترین اصل روزنامه‌نگاری بود حالا زمان و بازدید حرف اول را می‌زند. دیگر کسی از روزنامه‌نگار انتظاری جز اول بودن ندارد.

۲- «اولین گزارشش در یک روزنامه کثیرالانتشار چاپ شده است. با شوق روزنامه را می‌خرد. عکسی از صفحه گزارش خود می‌گیرد. عکس را در اینستاگرام آپلود می‌کند.» او می‌داند که دیگر صرف روزنامه‌نگاری چاپی به کتک‌زدن اسب مرده می‌ماند. اگر بخواهد به روزنامه برای خواننده شدن گزارشش کفایت کند احتمالا فقط ویراستار و دبیر سرویس گزارش‌طویلش را تا انتها می‌خوانند.

۳- سرها روی گوشی‌ها خم شده. با انگشت دنیا را می‌گردند. طولی نمی‌کشد که جزئیات جدید موشک باران اوکراین با فیلم و عکس بهشان می‌رسد. کره زمین را در یک صفحه ۱۰ سانتی‌متری، روبه‌روی خود دارند. در مترو، اتوبوس و تاکسی زمان



برای فرزندانم روزنامه‌نگاران امروز و آینده

محمد مهدی فرقانی

استاد پیشکسوت روزنامه‌نگاری و رئیس سابق دانشکده علوم ارتباطات





برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید



۱. آینده روزنامه‌نگاری به طور قطع بیش از امروز تحت تاثیر تحولات فناورانه قرار خواهد گرفت و این تاثیرپذیری هم حوزه فرم و هم محتوا را در بر خواهد گرفت. برای تحلیل آینده ابتدا باید روندهای روزنامه‌نگاری را در دو حوزه فضای مجازی و روزنامه‌نگاری حرفه‌ای پی گرفت.

الف. در حوزه روزنامه‌نگاری سایبر، فناوری‌های جدید، بیش از همیشه به شهروندان بی صدا موقعیت هژمونیک خواهد بخشید و آن‌ها و مسائل، دیدگاه‌ها و اطلاعاتشان دیده و شنیده خواهد شد و دولت‌ها نیز قادر نخواهند بود که این صداها، دیدگاه‌ها و مطالبات را ندیده و نشنیده بگیرند؛ گرچه باز هم این دولت‌ها هستند که به دلیل در اختیار داشتن منابع گوناگون قدرت، سعی در تحمیل اراده خود و کنترل شهروندان حتی با استفاده از امکانات و ظرفیت‌های فضای مجازی خواهند داشت و این کار چه از طریق رصد مداوم شهروندان کنشگر و چه از راه تولید محتواهای سفارشی دنبال می‌شود ولی به هر حال آزادی عمل و گستره تحرک شهروندان را در این فضا نمی‌توان نادیده گرفت و این یعنی توانمند شدن مردم، کسب قدرت عاملیت و برجسته شدن بیش از پیش نقش تعیین‌کنندگی افکار عمومی در سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری‌های عمومی.

در کنار این، نباید از توسعه عاملیت شهروندان که مانند یک پدیده جانبی رفته‌رفته از حاشیه به متن حرکت می‌کند، غافل بود. خطر تولید و اشاعه ویروس‌وار اخبار جعلی (فیک نیوز) در فضای مجازی و در حوزه روزنامه‌نگاری سایبر هرروز بیشتر از دیروز دامن می‌گسترده و شهروندان را در تشخیص اخبار و اطلاعات درست از نادرست دچار سرگشتگی و بدفهمی می‌کند. البته که سرریز آن به حوزه روزنامه‌نگاری حرفه‌ای هم کشیده می‌شود.

ب. به باور من اگرچه در حوزه روزنامه‌نگاری حرفه‌ای اشکال تولید و انتشار محتوا تحت

تاثیر دگرگونی‌های فناورانه دستخوش تغییرات زیادی شده است اما ارزش‌ها و هنجارهای روزنامه‌نگاری حرفه‌ای در آینده جایگاه والاتری خواهد یافت. ارزش‌هایی همچون صحت، دقت، امانتداری، پایبندی به اخلاق حرفه‌ای، توازن و بی‌طرفی که اگر رعایت شوند، روزنامه‌نگار حرفه‌ای را در جایگاه یک «مصلح اجتماعی» می‌نشانند و اگر مورد بی‌اعتنایی قرار گیرند، ممکن است روزنامه‌نگاری را به «شر اجتماعی» نزدیک کنند. در جهانی که اطلاعات نادرست و مجهول در قالب «بازنمایی‌های» رسانه‌ای به وفور تولید و منتشر می‌شوند مردم بیش از پیش نیاز به نمایندگان و واسطه‌هایی دارند که کار راستی‌آزمایی، جداکردن اطلاعات جعلی از واقعی، تحقیق و کندوکاو در عمق رویدادها و واقعیت‌های اجتماعی را برای آن‌ها انجام دهند.

مردم باید بتوانند از هر حیث به روزنامه‌نگاران اعتماد کنند؛ گرچه در مورد چند و چون این قضیه نیز می‌توان اما و اگرهای بسیاری آورد.

۲. در نتیجه برای کیفیت‌بخشی به این حرفه باید به چند نکته اساسی توجه کرد:

الف. آموزش تخصصی و پیوند این آموزش با عرصه‌های کار حرفه‌ای یعنی مطبوعات و سایر رسانه‌ها؛ اگر روزنامه‌نگاری را «حرفه» تلقی می‌کنیم که یقیناً چنین است، نخستین پیش‌نیاز پرداختن به حرفه آموزش تخصصی، دانش و مهارت انجام آن است و این آموزش مختص تکنیک‌های نگارش یا تهیه و تنظیم خبر، گزارش، مصاحبه یا ... نیست. برای یک روزنامه‌نگار حرفه‌ای، داشتن مسئولیت اجتماعی، دغدغه‌مندی نسبت به آلام و مشکلات بشری، کمک به تربیت شهروندان آگاه و مسئول، صدای بی‌صدایان شدن، دفاع از حقوق شهروندان در قبال قدرت‌های سیاسی و اقتصادی، توسعه تفاهم اجتماعی، اخلاق‌مدار بودن و پایبندی به صحت، دقت و امانتداری از دانستن صرف تکنیک‌های روزنامه‌نگاری مهم‌تر و ضروری‌تر است. پس وقتی صحبت از آموزش تخصصی می‌شود،

اگرچه در حوزه روزنامه‌نگاری حرفه‌ای اشکال تولید و انتشار محتوا تحت تاثیر دگرگونی‌های فناورانه دستخوش تغییرات زیادی شده است اما ارزش‌ها و هنجارهای روزنامه‌نگاری حرفه‌ای در آینده جایگاه والاتری خواهد یافت

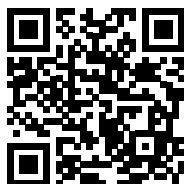
منظور منظومه‌ای از آموزه‌های تکنیکی، هویتی، اخلاقی و مسئولیت‌پذیرانه است که به روزنامه‌نگار شخصیتی قابل احترام می‌بخشد.

ب. ایجاد فضای مناسب: تردیدی نیست که بهبود و ارتقای جایگاه روزنامه‌نگاری حرفه‌ای پیش و بیش از هرچیز در گرو پیشبرد فضای مناسب فعالیت حرفه‌ای و تخصصی از قبیل تدوین، تصویب و اجرای قوانین لازم برای تضمین حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، همچون استقلال حرفه‌ای، امنیت شغلی، آزادی کسب و انتشار اطلاعات، حق دسترسی به منابع، تضمین آزادی بیان و قلم و به رسمیت شناختن جایگاه رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران در زمینه نظارت و مراقبت از جریان قدرت و ثروت و پیشبرد حق پرسشگری مردم و ضرورت پاسخگویی دولت‌ها است.

۳. برای آنکه روزنامه‌نگار بماند ابتدا باید خود را در قبال جامعه، سعادت بشر و پیشبرد حقوق و آزادی‌های فردی و اجتماعی و تامین مصالح و منافع عمومی مسئول بدانید. سپس لازم است به ضرورت‌ها و اقتضائات این حرفه پایبند باشید و سوم اینکه به دانش و بینش لازم چه به لحاظ اصول حرفه‌ای و چه داشتن چارچوب نظری و دستگاه فکری مجهز شوید. از مشکلات و موانع خسته نشوید، همواره از افراط و تفریط، درشت‌گویی و تندخویی بپرهیزید و از زبان نرم در بیان حقایق استفاده کنید.

روزگار غمناک روزنامه‌نگاری

محمد بلوری
روزنامه‌نگار پیشکسوت

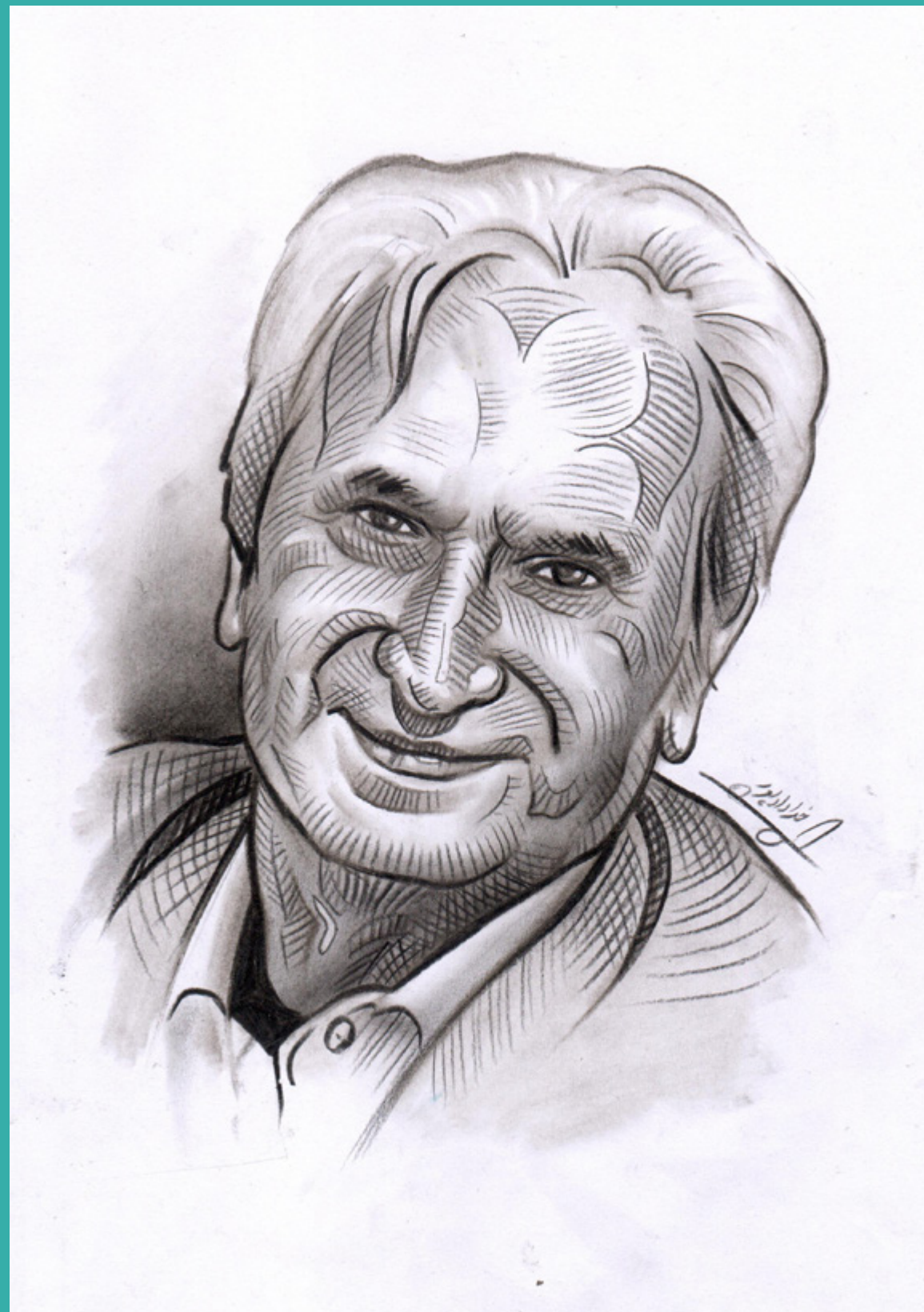


برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید

با درود و آرزوی موفقیت برای شما دانشجویان جوان که در عرصه‌ی روزنامه‌نگاری، مشتاقانه قلم در دست دارید و پاک‌دلانه و نیک‌اندیشانه در ادامه انتشار نشریه دانشجویی کیوسک فعالیت تازه‌ای را آغاز کرده‌اید. امید است جوانان مشتاق به این حرفه قلم به دست بگیرند و با تعهد به حقیقت و کسب تجربه در این عرصه، بر پیکر بیمار و در حال احتضار مطبوعات، جانی تازه ببخشند.

در دهه ۵۰ با حضور روزنامه‌نگارانی با تجربه در مطبوعات، روزنامه‌ها با تنوع بیشتر و تیراژی کم‌نظیر منتشر می‌شدند. روزنامه‌های کیهان و اطلاعات با چاپ ۲۵۰ تا ۳۰۰ هزار نسخه در روز به چاپ می‌رسیدند. حتی گاهی این روزنامه‌ها در برخی از روزها به خاطر نایاب شدن روزنامه اقدام به انتشار چاپ دوم می‌کردند. در جریان اوج تظاهرات مردمی در آستانه انقلاب اسلامی حتی تیراژ هریک از این دو روزنامه به ۸۰۰ هزار تا یک میلیون نسخه در روز هم می‌رسید که نشان می‌داد مطبوعات بیش از رسانه‌های شنیداری و تصویری مورد وثوق افکار عمومی بوده‌اند.

در آن دوران پروتق مطبوعات، ساعتی پس از انتشار کیهان و اطلاعات می‌دیدید که کاسب‌هایی در پشت دخل مغازه، کارمندان در محل کار و مسافران در اتوبوس‌ها سر بر صفحات روزنامه‌ها خم کرده‌اند و سرگرم مطالعه خبرها و گزارش‌ها و مطالب متنوع دیگر هستند. حتی مردان بسیاری در میان خانواده‌ها صفحه‌ای از یک روزنامه را به بستر خواب می‌بردند که تا بیدارند به مطالعه ادامه دهند اما امروزه از آن رغبت افکار عمومی به مطبوعات



نشانی نمانده است. در شهر کسی روزنامه در دست ندارد و مردان خانواده‌ها صفحه‌ای از روزنامه را به بستر خواب نمی‌برند. در واگن‌های قطار مترو، مسافران جوانی را می‌بینی که به جای روزنامه، تلفن همراه یا تبلت در دست گرفته‌اند و سایت‌های اینترنتی را برای سرگرمی مرور می‌کنند. دیگر از آن تیراژهای بزرگ در مطبوعات خبری نیست. در گذشته، جمعیت کشور به ۴۰ میلیون نفر هم نمی‌رسید و تعداد افراد باسواد پایین بود اما روزنامه‌ها قابلیت انتشار تا یک میلیون نسخه در روز را هم داشتند؛ در حالی که امروزه با جمعیت ۸۵ میلیون نفری در کشور تیراژ پر فروش‌ترین روزنامه‌ها به پنج هزار نسخه در روز هم نمی‌رسد.

بحران در مطبوعات کشور با ورود مردان عرصه‌ی سیاست به عرصه‌ی مطبوعات در سال‌های پایانی دهه‌ی پنجاه و هجوم تندباد فضای مجازی بر پیکره‌ی بی‌دفاع مطبوعات با کنار گذاشتن روزنامه‌نگاران قدیمی آغاز شد که به عصر فعال و پرتحرک مطبوعات در کشور پایان داد.

در آغاز دوران جمهوری، امتیاز نشر و مدیریت روزنامه‌های نوظهور به افرادی سپرده شد که با فعالیت در عرصه‌ی سیاسی از روزنامه‌نگاری چیزی نمی‌دانستند. به این ترتیب، گرایش‌های جناح‌های مختلف سیاسی جانبدارانه در نشر اخبار و نوشتن مقالات و گزارش‌ها تاثیرگذار



شد و حتی برخی از روزنامه‌ها در اصل به عنوان ارگان جناح‌های سیاسی منتشر شدند.

در چنین فضایی که با فناوری‌های نوین در خبررسانی، مطبوعات را تحت تاثیر قرار داده، تیراژ روزنامه‌ها به شدت سقوط کرده و روی‌گردانی اقشار جامعه از مطبوعات، تولیدکنندگان کالا و خدمات را از چاپ آگهی‌های تبلیغاتی در نشریات بازداشته است. درآمد حاصل از چاپ آگهی‌ها منبع اصلی درآمد مدیران روزنامه‌ها بوده است و با توجه به افزایش قیمت کاغذ و

سایر لوازم چاپ، این خبرنگاران هستند که با کمترین دستمزد ماهانه و داشتن مشکلات فراوان اقتصادی در زندگی، به قلم‌زنی در مطبوعات پرداختند. در حالیکه جمع زیادی از این قلم‌زنان، به ناگزیر از خبرنگاری روی برگردانده‌اند و حتی به مشاغل غیرتولیدی مثل مسافرکشی در شهر روی آورده‌اند.

در چنین فضایی خبرنگاران در تحریریه روزنامه‌ها چله‌نشین کامپیوترها شده‌اند و خبرها و گزارش‌هایی را که خبرگزاری‌ها و سایت‌های اینترنتی تدارک دیده‌اند برای چاپ در روزنامه‌ها رونویسی می‌کنند.

مدیران روزنامه‌ها توجه چندانی به تولید مطالب از سوی خبرنگاران خود ندارند؛ درحالی‌که هویت روزنامه‌نگارها با گزارش‌های تولیدی شکل می‌گیرد و می‌تواند سبب موفقیت یک روزنامه شود اما در آن دوره شکوفایی مطبوعات خبرنگاران برای موفقیت یک روزنامه همه اصول حرفه‌ای را رعایت می‌کردند. آن‌ها در آن آغاز فعالیت می‌بایست به اصول اخلاقی پایبند باشند که به‌گونه‌ی زیر به خبرنگاران جوان تفهیم می‌شد:

- هر خبرنگاری باید بداند روشن کردن حقیقت اساس کار آن‌ها است.

- اساس روزنامه‌نگاری باید بر بی‌طرفی، عشق به حقیقت، دقت و اطلاع‌رسانی استوار باشد.

- در انتشار مطالب و خبرها نفع مردم و کمک به روشنی حقیقت اساس کار است.

- زبان انتشار مطلبی ممکن است برای یک مقام رسمی یا فردی عادی جبران‌ناپذیر باشد مگر آنکه مصالح عمومی و ملی اقتضا کند.

- انتشار مطالب غیرمستدل در شأن نویسنده مطبوعات نیست و اگر مرتکب اشتباهی می‌شود باید فوراً بدان اعتراف کند و در پی جبران برآید.

- هدف خبرنگار در نوشتن باید تنویر افکار عمومی و روشن ساختن واقعیت باشد نه برای خوشایند اشخاص یا تأمین منافع افراد بنویسید. در عین حال، روزنامه‌نگار باید در محفوظ نگاه‌داشتن امضا و عدم انتشار مطالب وفادار بماند.

- در نقل مطالب از نشریات دیگر ذکر مأخذ یا کسب اجازه ضروری است.

- خبرنگار نباید از مطالب تحریف‌شده اقتباس کند یا مصاحبه‌ای را بدون اجازه مصاحبه‌شونده انتشار دهد. از آغاز حرفه خبرنگاری تا رسیدن به مقام روزنامه‌نگاری «هفت خوان» فاصله است. در آغاز راه باید عشق به رفتن داشت تا پای در این وادی پرحادثه گذاشت و در روشنی چراغ تجربه و زاینده‌گی اندیشه چون سالکان طریقت با سلامت نفس، شناخت هدف و نیت روشن‌گرانه برای خدمت به جامعه و شناخت حقیقت در این راه قدم گذاشت.

باید از آلاینده‌های مادی و وسوسه‌هایی برای رسیدن به مقام و موقعیت اجتماعی دل برکنی و با رعایت عدالت و هشیاری وجدان از دام‌های فریب برحذر باشی.

حرمت قلم را با جلوگیری از انحراف و کج‌راه‌ها ایمن‌داری، جز حقیقت‌نپندیشی، برای خوشایند مقامی ننویسی و با سوگندی که بر صحیفه دل نگاشته‌ای، با رعایت وجدان، وفادار بمانی تا سرانجام به سرمنزل مقصود برسی.

کار خبرنگاران همچون کارآگاهان پلیس جنایی است که در جریان تحقیق از صحنه حادثه عمل می‌کنند اما یک خبرنگار همچون یک قاضی داوری نمی‌کند. به تعبیری دیگر، خبرنگاران در کشف حقایق تلاشی مانند پژوهش‌گران در آزمایشگاه‌ها برای شناسایی یک ویروس دارند.

خبرنگار باید بداند همه حقیقت در ظاهر یک صحنه یا یک پدیده اجتماعی نیست که افراد عادی می‌بینند. نگاه عمیق، جست‌وجوگر و کنجکاوانه به همه جوانب یک رویداد، کار یک نویسنده و خبرنگار روزنامه است تا موفق به درک همه ابعاد واقعیت شود.

خبرنگار در پایان کار تحقیق باید در نوشتن گزارش ساده‌نویسی را در نظر بگیرد برای فهم آسان خوانندگان روزنامه از کاربرد واژه‌های نامأنوس پرهیز کند و جملات کوتاه به کار ببرد.

جهان ترسناک بدون مطبوعات

عزا پشت عزا

فاطمه علی اصغر

روزنامه‌نگار حوزه میراث فرهنگی



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید



مدیرمسئول مرده است! باید برای خدا حافظی کاری کنیم. آن‌ها، آن آخرین روزنامه‌نگاران حالا دسته عزادارانی هستند که دور هم تا پاسی از شب نشسته‌اند و مرور می‌کنند خاطرات از دست رفته‌شان را. آن‌ها می‌خواهند دوباره روایت کنند، آن‌چه از مردم و شهر نوشته‌اند تا زنده بمانند و این روایت، فیلمی می‌شود که نوستالژی روزنامه‌نگاران جهان را جلوی چشم همگان می‌آورد. این فیلم یک «گزارش فرانسوی» است. نوستالژی بازی است با تکنیک‌های «وس اندرسون»، کارگردان متخصص استاپ موشن. در این فیلم اما آن‌چه قابل تصور نیست، آینده است. شبکه‌های اجتماعی بازی را برای همه جهان برهم زده‌اند. آن‌ها از زیر میزی بیرون آمدند که پیش‌تر حاکمان خواستار زدن زیرش بودند. ما هم گرفتار همان آینده نامعلوم



روزنامه‌نگاری در آشپزخانه

دورکاری چه بر سر روزنامه‌نگاری می‌آورد؟

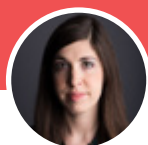
تقریباً دو سال از پیش‌آمدن پاندمی‌ای که باعث شد اتاق‌های خبر به بداهه‌پردازی روی بیاورند می‌گذرد. به همین دلیل حالا بازگشت به میدان و از سر گرفتن تعاملات حضوری می‌تواند برای برخی خبرنگاران یک چالش باشد. هرچند تعدادی از افراد طرفدار کار به صورت آنلاین هستند اما دورکاری نیز معایب زیادی برای شغل‌هایی مثل خبرنگاری و روزنامه‌نگاری داشت که مهمترین آن‌ها دشواری دستیابی به حقایق از راه دور بود. امید است که در سال ۲۰۲۲ بازگشت به میدان و تعامل حضوری دوباره از سر گرفته شود.



آلیس آنتئوم

رئیس دانشکده روزنامه‌نگاری دانشگاه Sciences Po در پاریس

سال ۲۰۲۲ سالی خواهد بود که باید در آن یا راه‌هایی بهتر و راحت‌تر برای کار در صنعت خبر به خصوص اخبار پیدا کنیم یا به کلی شغل در صنعت خبر را کنار بگذاریم. پاندمی باعث شد بفهمیم که تنظیم خبر در جاهایی به غیر از اتاق‌های خبر هم می‌تواند اتفاق بیفتد. این آخرین شانس است تا همه آنچه را از پاندمی یاد گرفته‌ایم به کار ببریم تا اتاق‌های خبر را به مکان‌هایی بهتر و مناسب‌تر برای کار کردن تبدیل کنیم و شانس بیشتری به کار از راه دور بدهیم.



ریچل کلیکپوس

مدیر ارشد پروژه در مرکز (کاملاً دورکار) NEWS REVENUE

فعالیت کنند، مانند هر شهروند دیگری. پس به نظر می‌رسد، امروز دیگر تخصص، راستی‌آزمایی، چندجانبه دیدن یک موضوع و ارزش‌های خبری معنای خود را در این دنیای مغشوش از دست داده است. هنر نقد نمی‌شود، بازیچه می‌شود. کشتی بی‌سکان در این امواج کج می‌شود و مژ می‌شود. هنوز شاید رگه‌هایی از حیات در تیتیر یک روزنامه‌ها روی دکه آنلاین مورد توجه قرار گیرد اما همه از جریان اصلی آگاهی‌رسانی با استانداردهای جهانی جا مانده‌اند. دانشگاه‌های روزنامه‌نگاری بی‌توجه به این شرایط، هم‌اندیشی‌ای برای برون‌رفت از این فضا ندارند. تعاملی با دنیای بیرون صورت نمی‌گیرد. همایش‌های تخصصی و راه‌گشا برگزار نمی‌شود. شاید بیش از هر چیز صیانت‌شدن اینترنت همه را فلج کرده باشد.

شاید ما آن آخرین دسته عزادارانیم که به جای مدیرمسئول، مطبوعاتمان مرده است و باید یک‌بار هم که شده مروری بر آن چه بر تاریخ مطبوعات گذشته است، بکنیم؛ شاید باید به خاطر آوریم تأثیری که رسانه‌ها در درازای تاریخ‌مان روی رویدادها داشته‌اند. شاید نباید فراموش کنیم تا هم‌اندیشی کنیم. بیش از همه دانشگاه باید پیشرو باشد و راه برون‌رفت از این شرایط را با تعامل دانشگاه‌های معتبر جهانی پیدا کند. جهان بدون مطبوعات جهان ترسناکی است. تجربه در طول تاریخ به انسان آموخته که گروه‌هایی از مردم شغلی به نام روزنامه‌نگاری داشته باشند تا پیام گروه‌ها، صنف‌ها، اجتماعات، اقلیت‌ها و... را به گروه‌ها، صنف‌ها، اجتماعات و اقلیت‌ها و اکثریت‌های دیگر و همچنین به گوش مدیران، مسئولان، دولتمردان، تصمیم‌گیران و حکمرانان برسانند. برای پیام‌رساندن اصول و قوانینی وضع کردند. حالا این حلقه واسط برای ایجاد تعادل در دنیا در حال شکستن است. پیام‌آوران قرن در فشار و تنگنا در حال عزاداری‌اند. در این شرایط، بازگشت به عقب قطعی است. دیوار قلعه‌های بلند حاکمان، قدرتمندان، جنگ‌افروزان، بنیادگراها و... دارد بلندتر و مخوف‌تر می‌شود.

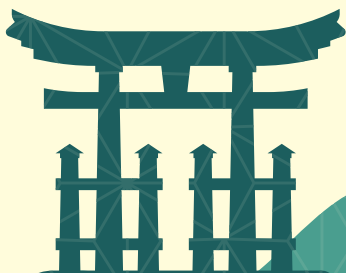
آن روزنامه‌نگاران هستیم اما با دردها و مشکلات و مسائلی دردناک‌تر، پیچیده‌تر و عقب‌مانده‌تر. ما اهل خاورمیانه‌ایم. جایی در جهان که استراتژیک اما گرفتار است.

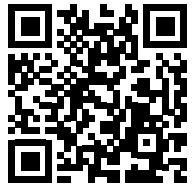
قصه روزنامه‌نگاری اگر چه حالا وارد لایبرنت شبکه‌های اجتماعی شده اما درد ما پیش از این‌ها آغاز شده بود. فقط کافی است مرور کنیم. ما در ایران روزنامه‌ای مستقل و آزاد با قدمتی بیش از پنجاه سال نداریم که اگر مدیرمسئولش مرد بتوانیم دور هم جمع شویم و آخرین شماره را پرشور منتشر کنیم. مجله‌ای نداریم که چندین نسل خواننده داشته باشد. ما مطبوعات را درست در بهارش کشتیم. عزا پشت عزا. به عزا عادت کردیم. پشتوانه و حیات روزنامه‌ها گرم شد به بدنه‌ی حکومت. نهایت چندتایی زرد دوام آوردند و باقی همه در گرداب مشکلات مالی سرگردان شدند. امروز دیگر کاغذبازی تمامی ندارد. محدودیت‌های آزادی بیان و مشکلات مالی، تحریریه‌های پرشور را خالی از روزنامه‌نگار کرده است. فقط کافی است تعداد روزنامه‌نگاران ده سال پیش روزنامه شرق و اعتماد را با تعداد روزنامه‌نگاران امروز مقایسه کنیم. سه روزنامه‌نگار برای صفحات اجتماعی در حالی که روزگاری بیش از پنج شش نفر هر سرویس روزنامه‌نگار داشت با دبیرهای توانمند. در این شرایط برای روزنامه‌نگاری که محدودیت‌های آزادی بیان را به جان خریده و چشم بر مشکلات مالی بسته (البته صفحه‌فروشی را برای روزنامه‌نگارنماها نادیده می‌گیریم که در این شرایط کم هم نیستند) دیگر فرصتی باقی نمی‌گذارد تا گزارش جان‌داری بنویسد. اگر هم نوشته شود، مخاطبی نیست که بخواند. اعتماد مردم به رسانه‌ها بسیار کم شده است.

به اعتبار آخرین نظرسنجی ایسپا در سه سال گذشته، سهم روزنامه‌ها هم در خبررسانی به شدت کاهش یافته و از ۸/۱ درصد به ۲/۰ درصد رسیده که به صفر خیلی نزدیک است. بسیاری از مردم اخبار رسمی را از رسانه‌های آن سوی آب دنبال می‌کنند. گویی روزنامه‌نگاران هم باید در صفحه‌های فضای مجازی

تیزنگه داشتن شمشیرهای سامورایی

سعید ارکانزاده یزدی
مدیرمسئول مجله بازخورد





برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید

روزنامه‌نگاری رسانه‌های جریان اصلی امروز ایران به بن‌بست هولناکی رسیده است: تلویزیون و رادیو که از نظر حقوقی انحصاری و از نظر حرفه‌ای ابزاری هستند، اثرگذاری لازم را ندارند؛ مطبوعات با نظارت‌های شدید و محدودیت‌های فراوانی که در دو دهه گذشته داشته‌اند، مخاطبان خود را از دست داده‌اند و بسیار ضعیف شده‌اند؛ و خبرگزاری‌ها چون تقریباً همه آن‌ها به نهادهای دولتی و حاکمیتی وابسته‌اند، چندان مورد اعتماد مردم نیستند و توان اقناع را از دست داده‌اند. به عبارت خلاصه‌تر، میزان مصرف رسانه‌های رسمی داخلی کاهش پیدا کرده است و آن‌ها حتی به اندازه همان مصرف هم اثرگذاری لازم را بر جامعه ندارند، چون اعتماد مخاطبان را پشت سر خود ندارند. در یک کلام، می‌توان گفت که این رسانه‌ها کارکردهای خود را از دست داده‌اند.

اما مردمی که در یک جامعه زندگی می‌کنند نیازهای اجتماعی و ارتباطی‌ای دارند که باید به هر ترتیبی شده آن‌ها را برطرف کرد. بنابراین به سمت رسانه‌های بدیل روی می‌آورند؛ رسانه‌هایی مثل شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌ها، تلویزیون‌های ماهواره‌ای، پادکست‌ها، پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری ویدیو و... روند جایگزین شدن رسانه‌های نو با رسانه‌های سنتی در تمام جهان سرعت گرفته و مختص به ایران نیست ولی آنچه کشورهایی مثل ایران را متمایز می‌کند این است که به علت محدودیت‌های رسانه‌های رسمی، بخش عظیمی از بار رسانه‌های رسمی بر دوش رسانه‌های جایگزین قرار گرفته است. بنابراین، ما یک گروه رسانه‌هایی را

داریم که ساز خود را می‌زنند و به هر دلیلی نمی‌توانند در جلب مخاطب موفق باشند و گروهی از رسانه‌های بدیل را هم داریم که مخاطبان به آن‌ها روی آورده‌اند. در این شرایط، بسیاری از روزنامه‌نگاران از اینکه بتوانند روزنامه‌نگاری مستقل و حرفه‌ای و اثرگذاری در رسانه‌های رسمی داشته باشند، ناامید شده‌اند. به تدریج در سال‌های اخیر، شاهد این بوده‌ایم که گروه قابل‌توجهی از روزنامه‌نگاران به این علت که کارشان آن‌ها را ارضا نمی‌کرده است، از این رسانه‌ها بیرون آمده‌اند. آن‌ها یا روزنامه‌نگاری را به کلی کنار گذاشته‌اند و وارد مشاغلی همچون روابط عمومی و تولید محتوا برای شرکت‌ها شده‌اند، یا اینکه تلاش کرده‌اند روزنامه‌نگاری را در درگاه‌های رسانه‌ای جایگزین دنبال کنند. برای مثال، تعدادی از روزنامه‌نگاران این روزها تلاش کرده‌اند پادکست‌هایی بسازند که در حوزه خبری و تخصص آن‌هاست. برخی از آن‌ها در وبسایت‌های خبری مشغول به کار شده‌اند که درگاه‌های اینستاگرامی و تلگرامی پربازدید دارند و در واقع، با اینکه مبتنی بر وبسایت‌ها هستند اما کار اصلی جذب مخاطب را در رسانه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها انجام می‌دهند. گروهی از روزنامه‌نگاران به ساخت ویدئوکست‌های خبری روی آورده‌اند و برخی به تولید برنامه‌های ویدئویی دنباله‌دار در قالب طنز یا گفت‌وگوهای جذاب پرداخته‌اند.

انتقال روزنامه‌نگاران از رسانه‌های جریان اصلی رسمی به رسانه‌های جایگزین این حسن را دارد که آن‌ها در رسانه‌های بدیل، کمتر گرفتار محدودیت‌ها و قرائت‌های رسمی و اجباری سابق خود هستند. آزادی

وضعیت اضطراری و متزلزل امروز روزنامه‌نگاری ما – و به همین ترتیب وضعیت اجتماعی و سیاسی ما – برای همیشه باقی نخواهد ماند. باید خود را برای روزنامه‌نگاری فردا آماده نگه داریم. این آمادگی از طریق حفظ مهارت‌ها و به روز نگه داشتن آن‌ها به دست خواهد آمد

عمل در رسانه‌های جایگزین بیشتر است، چه از نظر وسعت پوشش و قالب برنامه‌سازی و چه از لحاظ محتوایی. هرچند حتی در همین رسانه‌های جایگزین نیز نمی‌توان آزادی مطلوب رسانه‌ای را خاصه درباره موضوعات و حوزه‌های حساس داشت و روزنامه‌نگاران اینجا هم با محدودیت مواجهند اما دایره زمین بازی‌شان وسیع‌تر از رسانه‌های رسمی است و از این لحاظ می‌توانند با برآورده ساختن بخشی از نیازهای مخاطبان، آن‌ها را جذب کنند و گاهی با جلب اعتماد مخاطبان، حتی قدرت اثرگذاری و اقناع زیادی نیز داشته باشند.

بنابراین می‌توان گفت روزنامه‌نگاری امروز اگر در حوزه رسانه‌های جریان اصلی سنتی به بن‌بست رسیده باشد، زمینه‌هایی با محدودیت کمتر و استقلال بیشتر در رسانه‌های جایگزین هست که آنان را به سوی خود می‌کشد اما سه مشکل بزرگ در این بین به چشم می‌خورد که نمی‌تواند خیال را آسوده کند بابت اینکه روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و مستقل اگر در رسانه‌های رسمی تداوم نمی‌یابد، در رسانه‌های جایگزین امکان پیشرفت خواهد داشت. نخستین مشکل فعالیت‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در رسانه‌های جایگزین این است که هنوز مدل کسب و کار روزنامه‌نگاری در این بسترها قوام نیافته است. شاید چند روزنامه‌نگار حرفه‌ای با خود تصمیم بگیرند که یک پادکست راه

ببندازند یا کانالی در یوتیوب داشته باشند اما برای ادامه کار و برای اینکه بتوانند زندگی خود را بگذرانند، لازم است که این پادکست یا کانال درآمد داشته باشد. در واقع، مدل کسب و کار فعالیت در رسانه‌های جایگزین هنوز مدل پایداری نشده است که به اندازه کافی درآمد داشته باشد. البته الگوهای مثل جذب آگهی‌های آنلاین در کنار محتوای حرفه‌ای یا اشتراک دیجیتال یا گرفتن سهم از پلتفرم‌های میزبان الگوهای هستند که می‌توان به آن‌ها متوسل شد اما در ایران که مخاطب به شدت در پی محتوای رایگان است، چنین روش‌هایی به سادگی به نتیجه نمی‌انجامد. هرچند که تجربه فروش کتاب و سریال‌های دیجیتال نشان داده است که مخاطب اگر ببیند که با پرداخت پول می‌تواند محتواهای مورد نیاز خود را دریافت کند، چندان خست به خرج نخواهد داد.

مشکل دوم این است که در هر حال، روزنامه‌نگاری در وهله اول در رسانه‌های جریان اصلی و رسمی اتفاق می‌افتد. اینکه نتوان در روزنامه‌های سراسری که سنت حرفه‌ای دارند و شناخته شده هستند روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و مستقلی انجام داد و رفت به سراغ مثلاً یک صفحه تلگرام یا کانال یوتیوب، برای اهل رسانه مطلوب نیست اما چاره‌ای هم جز آن نیست. اگر رادیو و تلویزیونی می‌داشتیم که روزنامه‌نگاری حرفه‌ای در آن انجام می‌شد یا خبرگزاری‌های ما می‌توانستند به قدر مطلوب حرفه‌ای‌گرایی و استقلال عمل از خود نشان دهند، خیلی بهتر از این بود که روزنامه‌نگاران ما به هوای فعالیت‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاری به سوی رسانه‌های جایگزین بروند اما دریغ که چنین فرصت‌هایی فعلاً مهیا نیست.

مشکل سوم که در این میان خاص کشورهایی مثل ایران است، مشکلاتی است که برای فضای مجازی و پلتفرم‌های اینترنتی پیش آمده است. سال‌هاست که در ایران رسانه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های برجسته فیلتر شده‌اند. توییتر و فیس‌بوک و یوتیوب فیلترند. علاوه بر آن، طرح‌های مثل طرح صیانت می‌خواهد

سایه بازار

اقتصاد رسانه در سال ۲۰۲۲ چه چشم‌اندازی پیش رو دارد؟

سال ۲۰۲۱ سال پراسترسی برای سازمان‌های خبری‌ای بود که برای ماندن، بر درآمد حاصل از مشترکان دیجیتال حساب می‌کردند. از نتفلیکس و نیویورک تایمز گرفته تا بسیاری از اتاق‌های خبری محلی، سرعت رشد خرید اشتراک دیجیتال در سال ۲۰۲۱ کند شده است. سال گذشته هشدار بود که حتی در موفق‌ترین کسب‌وکارهای اشتراک دیجیتال، ایجاد مشترکان جدید به مرور زمان سخت‌تر خواهد شد. آهسته شدن روند رشد، ما را به تمرکز بر نیازهای خوانندگان و بالابردن کیفیت اخبارمان مجبور می‌کند و انتخاب دیگری نداریم. خوانندگانی که تصمیم می‌گیرند به ما پول بپردازند، بیشتر از روی تعامل و کمتر از روی معامله‌گری این کار را انجام خواهند داد.



چیس دیویس
معاون استراتژیون مینی‌یاپولیس

در سال‌های گذشته با گسترش خبرنگاری دیجیتال و روی کار آمدن سایت‌های خبری، تبلیغات دیجیتال نیز گسترش یافته است اما به دنبال این اتفاق لیستی از کلمات بلاک شده برای استفاده در تبلیغات نیز به وجود آمد و به همین دلیل معمولاً اخبار دیجیتال بیشتر در سایت‌هایی با کیفیت پایین منتشر می‌شدند و تعداد کلیک‌هایشان پایین می‌آمد. امیدواریم در سال ۲۰۲۲ تبلیغات دیجیتال در کنار اخبار پرمخاطب نیز دیده شوند.



گوردون کروپتر
مدیرعامل نیوزگارد

ما مثل سامورایی‌هایی هستیم
که فعلاً به خانه برگشته‌اند اما
باید همیشه شمشیرشان را برای
روزهای مبادا تیز نگه دارند.



رسانه‌های جریان اصلی و رسمی به رسانه‌های جایگزین می‌روند، به خصوص روزنامه‌نگارانی که صاحب تجربه‌اند، می‌توانند همین کار را بکنند. آن‌ها می‌توانند در رسانه‌های جایگزین اصول حرفه‌ای و مهارت‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاری را به نسل‌های آینده بیاموزند و آن را حفظ کنند، تا در آینده ایران که دوباره به رسانه‌های حرفه‌ای و آزاد و مستقل نیاز می‌شود، رسانه‌های ما حاضر به یراق و آماده به کار باشند. همین چند روز پیش، در کافه‌ای در مرکز تهران، ناخواسته در گوش‌رس صحبت چهار نوجوان از شما جوان‌تر نشسته بر میز کناری قرار گرفته بودم که همچون جلسه‌ای کاری دور هم جمع شده بودند و بحث می‌کردند که باید یک کانال یوتیوب درست کنند و بازدید کانال را به حدی بالا ببرند که به این واسطه بتوانند از شرکت یوتیوب به ارز پول بگیرند و این پول را برای تولید محتواهای باکیفیت‌تر به جریان اندازند. ایران آینده می‌تواند چنین روزنامه‌نگارانی داشته باشد و اگر نسل‌های قبلی بتوانند با حفظ اصول و سنت‌های روزنامه‌نگاری حرفه‌ای در رسانه‌های جریان اصلی و جایگزین، این نسل و نسل‌های بعدی را حرفه‌ای بار آورند و برای آن‌ها از استقلال و آزادی و حرفه‌ای‌گرایی روزنامه‌نگاری بگویند، می‌توان به آینده رسانه‌ها و روزنامه‌نگاری ایران خوشبین بود.

دسترسی به اینترنت بین‌الملل و پتلفرم‌های خارجی را محدود کند. در روزهای ابتدای اسفند ۱۴۰۰ شاهد بودیم که پهنای باند اینترنت بین‌الملل به شدت کاهش یافته بود. در چنین وضعیتی، روزنامه‌نگاری بر بستر اینترنت و درگاه‌های رسانه‌های جایگزین به ساختن خانه روی آب می‌ماند. این روزنامه‌نگاری نمی‌تواند پایدار باشد چون هر لحظه امکان دارد که با دستکاری‌ها و محدودیت‌هایی مواجه شود که کل بستری را که رسانه بر آن استوار شده است به لرزه درآورد.

اما چه باک؟ چاره‌ای نداریم جز امید برای زندگی. البته نه امید واهی که می‌گوید به هر ترتیب به دلخوش‌کنک‌ها چنگ بزنیم و خود را گول بزنیم و سرمان را در برف کنیم و جلو برویم، بلکه امیدی با چشم‌اندازی واقع‌بینانه و روشن همراه با تلخی‌های که می‌چشیم و در پیش رو داریم. وضعیت اضطراری و متزلزل امروز روزنامه‌نگاری ما - و به همین ترتیب وضعیت اجتماعی و سیاسی ما - برای همیشه باقی نخواهد ماند. باید خود را برای روزنامه‌نگاری فردا آماده نگه داریم. این آمادگی از طریق حفظ مهارت‌ها و به‌روز نگه داشتن آن‌ها به دست خواهد آمد.

ما مثل سامورایی‌هایی هستیم که فعلاً به خانه برگشته‌اند اما باید همیشه شمشیرشان را برای روزهای مبادا تیز نگه دارند. روزنامه‌نگاران امروز هم که از

بازی نسل جدید تازه شروع شده

آرش برهمنند
سردبیر پیوست



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید



■ روزنامه‌نگاری به کدام سو حرکت می‌کند؟

احتمالاً همه شما انتظار دارید که در مورد تاثیر فناوری اطلاعات و در یک کلام اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بر روزنامه‌نگاری بخوانید ولی واقعیت این است که روزنامه‌نگاری کلاسیک ایران با چالش مشروعیت و محبوبیت بیش از تکنولوژی دست به گریبان است. روزنامه‌نگاری مدرن در غرب بر دوش شبکه‌های اجتماعی، ثروت بنگاه‌های فناوری و روایت رنگارنگ جدید سوار شده است ولی در ایران ریشه‌های بنگاه‌های خبری چنان قوی و عمیق نیست که این طوفان‌ها را تاب بیاورد و خاک رسانه‌ای ایران هم آن قدر غنی نیست که بگوییم بذره‌های جدیدی در آن جوانه می‌زنند.





با ظهور مفاهیمی مانند کوچ‌نشینان دیجیتال، روزنامه‌نگاری آزاد و سقوط سخت رسانه‌های سنتی شما فرصت آن را دارید که این بار روزنامه‌نگاری خودتان را در یک روایت شخصی‌تر، منعطف‌تر و مدرن‌تر بازتعریف کنید

تولید محتوای شخصی؛ روزنامه‌نگاران کلاسیک روزانه می‌نوشتند. خاطراتشان را می‌نوشتند. دفتر خاطرات و یادداشت داشتند. بسیاری موج اول وبلاگ‌نویسی در ایران را تغذیه کردند و همیشه در مورد خودشان یا با نام خودشان ننوشتند ولی نوشتند.

انتظار اینکه متولدین دهه ۷۰ و ۸۰ شمسی مانند دهه ۳۰ یا ۴۰ رفتار کنند چندان به‌جا نیست ولی می‌شود آرزوی این را داشت که تولید محتوای شخصی روزانه که شکلی از نوشتن یا خلق خبری و ادبی را با خود داشته باشد باز روزنامه‌نگاران جوان ایرانی را به روزهایی که بخشی از رهبری فکری جامعه را داشتند، برگرداند.

چند روزنامه‌نگار جوان و برجسته می‌شناسید که هر روز درباره سوژه‌ای که پیگیری می‌کنند، بنویسند. حاشیه‌های کار در تحریریه و حضور در مصاحبات و جلسات خبری را در داستان‌های اینستاگرامی‌شان تعریف کنند و خبر و محتوایی را که تولید می‌کنند، با نام‌بردن از شناسه بقیه بازیگران در توییت‌شان به اشتراک بگذارند.

منزه‌طلبی روزنامه‌نگاری سنتی از سوارشدن بر قطار روایت‌های فناورانه بهای سنگینی برای این حرفه و بازار داشته است. زنجیره تجربه میان غول‌های روزنامه‌نگاری ایران با نسل جدید برآمده از شبکه‌های اجتماعی قطع شده است و در این میان روزنامه‌نگاران جوان اغلب شکلی از روایت و داستان‌گویی را می‌آموزند که برای فضا و ذائقه جدید بهینه نیست. پس تمام

ممیزی، خودسانسوری و مصلحت‌اندیشی چنان بر تن نحیف روزنامه‌نگاری ایران فشار آورده است که دیگر هیچ شانس در برابر افکار عمومی رادیکال شبکه‌های اجتماعی، ظهور شاخ‌های فضای مجازی و شهروند خبرنگارهای پراکنده‌شده در سراسر کشور ندارند. محدود خبرنگاران متمایز که توانسته‌اند میان خبرنگاری سنتی و روایت مجازی هم پل بزنند یا از سوی رسانه‌های تثبیت‌شده انگ‌زده می‌شوند و طرد می‌شوند یا قدرت به سخت‌ترین و نمادین‌ترین شکل ممکن به آن‌ها گوشمالی می‌دهد. معدودی هم که از این گرداب حرفه‌ای جان به در می‌برند روزمره از سوی لشکرهای سایبری هردو طرف آماج حملات آنلاین هستند. هرچه حاکمیت از مردم دورتر شود معدود روزنامه‌نگاران باقی‌مانده هم بیشتر به دو قطبی سازش یا خودفروشی متهم می‌شوند.

خود رسانه‌های اسم و رسم‌دار هم به لحاظ هویتی و اقتصادی ورشکسته‌اند. از موج رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و روایت جدید جا مانده‌اند و فقط یک لوگو و سابقه است که آن‌ها را سرپا نگه می‌دارد؛ شاید تا انتخابات آینده و زد و بندهای ارزان‌قیمت بعدی. رسانه‌های فارسی‌زبان و فرنگ‌نشین اگر حتی تمایلش را هم داشته باشند، دسترسی کاملی به بازار و منابع خبری داخل کشور ندارند و نمی‌شود خط پرننگ سیاسی خود کشورهای میزبان یا حامی این رسانه‌ها را هم در ادبیات و انتخاب آن‌ها نادیده گرفت.

بسیاری از روزنامه‌نگاران مستعد یا حتی باسابقه فعلی برای معاش به بنگاه‌های بزرگ فناوری یا غیرفناوری در ایران پناه می‌برند که یا رسانه نیستند و فقط یک ذهن خلاق‌تر برای روابط عمومی می‌خواهند یا اگر رسانه هم داشته باشند، فراتر از یک بازاریابی محتوایی برای فروش بهتر کالا و خدمات نیست. در چنین شرایطی روزنامه‌نگاری ایران بر لبه انقراض یک نسل فکری و حرفه‌ای و شاید تولد نسلی جدید است.

■ **چطور می‌توانیم به این حرفه کیفیت بیشتری ببخشیم؟**

آنچه برای ما باقی می‌ماند این است که بکوشیم آن روایت قدیمی را در ظرف جدید اینستاگرام، توییتر، کلاب‌هاوس یا حتی همان بسترهای سنتی بازسازی کنیم.

از خودتان بنویسید. درباره کارتان بنویسید. بگویید، ضبط کنید و درباره فضای رسانه، اخبار و سبک زندگی روزنامه‌نگاری حرف بزنید. پادکست، ویدئوکست، ویرگول یا حتی چند استوری در اینستاگرام بسازید و فراموش نکنید همیشه روزنامه‌نگاران به اندازه روزنامه مهم بوده‌اند. افول روزنامه‌ها از رانده‌شدن روزنامه‌نگاران سرشناس شروع شد.

■ **اصلاً می‌توان در این شرایط روزنامه‌نگار ماند؟**

روزنامه‌نگاری تنها یک حرفه نیست. یک سبک زندگی و شکلی برای بازشناسی جهان از دید کنجکاوی است. روزنامه‌نگاری شمایی افسانه‌ای است با این ایده روشن که پرسیدن حق انسان‌هاست.

در مثلث مرگبار فناوری، سانسور و معاش تنها کسانی می‌توانند روزنامه‌نگار بمانند که بتوانند به رابطه‌ای سالم با کاری که عاشق آن هستند، برسند. برای خود من در آستانه چهل سالگی روزنامه‌نگاری زیباترین و مهم‌ترین انتخاب زندگی‌ام بوده. شغلی که به مدد آن جهان را دیده‌ام، سفر کرده‌ام، مرگ و زندگی آدم‌ها را لمس کرده‌ام و درباره‌اش نوشته‌ام، تحسین شده‌ام و آماج حمله قرار

گرفته‌ام، چشم‌پوشی کرده‌ام و صاحب رفاه شده‌ام. هرگز از این انتخاب پرهیزانم پشیمان نشده‌ام چون ۲۰ سال تمام به من اجازه داده است کاری را که دوست دارم در کنار آدم‌هایی که دوستشان دارم، انجام بدهم.

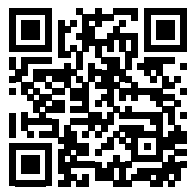
اگر اکنون شما این مطلب را می‌خوانید و عطش روایت، نوشتن، بیان کردن، پرسیدن و به چالش کشیدن چارچوب‌ها در شما زبانه می‌کشد، پس شما یک روزنامه‌نگار هستید. شاید شما این فن را که روزنامه‌نگار باشید یاد بگیرید ولی آن آتش مقدس را فقط خود شما می‌توانید در خودتان روشن نگاه دارید.

با ظهور مفاهیمی مانند کوچ‌نشینان دیجیتال، روزنامه‌نگاری آزاد و سقوط سخت رسانه‌های سنتی شما فرصت آن را دارید که این بار روزنامه‌نگاری خودتان را در یک روایت شخصی‌تر، منعطف‌تر و مدرن‌تر بازتعریف کنید.

روزنامه‌ها شاید فرو افتاده باشند ولی وقتی می‌شود روی توییتر خبری فوری را با جهان در میان گذاشت، در پادکست به زیر پوستش رفت، در یک ویدئو جذابش کرد یا در کلاب‌هاوس به بحث گذاشتش، دیگر استیلای رسانه بر روزنامه‌نگار آن مفهوم سابق را ندارد. جمعی را پیدا کنید که بتوانید از آن‌ها بیاموزید و خودتان هم تغییرش دهید، در غیر این صورت شما در تنهایی خود هم روزنامه‌نگارید. بازی تازه برای نسل آینده شروع شده است.

کبوتر خوشگل من

ابراهیم علیزاده
سردبیر تجارت‌نیوز



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید



پرواز می‌کند؛ همان‌طور که تاکنون پرواز کرده است. اگر قبلاً میزان تحمل و صبر مردم برای دریافت اطلاعات یک روز و بعد چند ساعت بود، الآن نیاز آن‌ها به چند ساعت و حتی چند دقیقه رسیده است. این است که احتمالاً سناریوی آینده روزنامه‌نگاری در پرواز خلاصه می‌شود. باید زود پراند. حتماً در هوا مانور دهد، توجهات را جلب کند، اوج بگیرد، حتی ساعت‌ها آن بالا بماند و در نهایت آرام‌آرام محو شود؛ شاید بار دیگر برگردد، شاید هم همان لحظه بشیند بر بامی و بقیه را به پریدن تحریک کند. «خبر» اکنون مثل کبوتر شده است. مخاطب دیگر صبری ندارد. انتظاری هم از جعبه جادویی سنتی ندارد. اکنون دیگر دوره جادویی رسانه‌های اجتماعی رسیده است؛ عبارت «رسانه‌های اجتماعی» بهتر از



خبرهای زیاد مشکل است نه راه حل!

در زمانه شیوع اینفودمی چه باید کرد؟

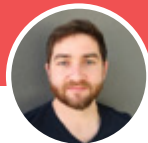
شاید به خاطر کروناسست، شاید هم این یک تغییر عقیده در مردم دنیا است اما آمار و داده‌ها نشان می‌دهد که مردم در برنامه‌ی روزانه‌ی خبری خود بیشتر به سمت اخبار متناهی و پایان یافته می‌روند. پادکست‌های روزانه‌ی اخبار و خبرنامه‌ها روش‌های روبه‌رشدی هستند که مردم به کمک آن‌ها اطلاعات خبری خود را تکمیل می‌کنند. بیشتر پادکست‌های روزانه‌ی اخبار کوتاه هستند و در حدود ۱۰ تا ۲۰ دقیقه یا شاید ۳۰ دقیقه شما احساس می‌کنید که به‌طور کامل از همه چیز مطلع شده‌اید. من انتظار دارم این رویه بیشتر گسترش پیدا کند. مردم با خود مراقبتی بیشتری با سیل بی‌پایان اخبار در این چند سال روبه‌رو می‌شوند و این موضوع گاهی به این معناست که از دنبال کردن اخبار امتناع می‌کنند.



تمار چارنی

مشاور تهیه‌کننده در رادیو NPR آمریکا

همزمان با آغاز پاندمی در سال ۲۰۲۰ رئیس سازمان جهانی بهداشت اعلام کرد که دنیا نه تنها درگیر پاندمی کووید است بلکه درگیر مشکل دیگری نیز می‌شود و آن هم مشکل گسترش وسیع اخبار و ناتوانی مردم در تشخیص اخبار درست از غلط است. به عنوان روزنامه‌نگار، باید آگاه باشیم که در حال منتشر کردن چه نوع و چه مقدار اطلاعات هستیم و مراقب نحوه ارائه آن‌ها نیز باشیم. مطالبی که منتشر می‌کنیم باید با مفهوم، با کیفیت و با احترام به وقت مخاطبانمان باشد.



سیمون آلیسون

سردبیر The Continent

هنوز هم مخاطب برای محتوای خوب هزینه می‌کند. البته که شاید منظور از هزینه پول نباشد. همین که توجه خود را هم بدهد می‌توان به درآمدزایی از آن فکر کرد. منتها روزنامه‌نگاران جوان بدانند بیشتر از اینکه به کار همزمان در چند رسانه نیاز داشته باشند، به تقویت مهارت‌های خود نیاز دارند

بودن. کنار او زندگی کردن و تنها نگذاشتن او. من اگر حتی کرونا بگیرم جلوی دوربین می‌آیم و برای مخاطبم حرف می‌زنم. کنار او زندگی می‌کنم و اجازه نمی‌دهم در دوره سخت کرونا تنهایی را تجربه کند. همه این‌ها مهارت است و پذیرش ارزش مخاطب. باید مخاطب را پیدا کرد، او به راحتی نمی‌آید. باید کبوتر خوشگلی پراند که نگاهش را جلب کنی، او به راحتی نگاه نمی‌کند. پس کبوتر خوشگل می‌خواهم. روزنامه‌نگاران اگر کبوترهای خوشگل نداشته باشند، تنها می‌مانند. کبوتر خوشگل یک خبر باکیفیت، یک خبر با نگاه متفاوت، یک خبر با رنگ و لعاب متفاوت است. باید روزنامه‌نگار یاد بگیرد که دیگر آن دوره گذشته که یک خبر یا یک کتاب بخوانی و بعد چند محتوا تولید کنی، اکنون باید ده‌ها خبر و چند کتاب و مقاله را بخوانی تا بتوانی تنها یک خبر منتشر کنی. این‌ها هم لازمه‌های خوب بودن در پراندن کبوتر خوشگل است.

چگونه باید روزنامه‌نگار ماند؟ به نظرم سوال سختی نیست. اگر کبوتر خوشگل داشته باشی، روزنامه‌نگار باقی می‌مانی. هنوز هم مخاطب برای محتوای خوب هزینه می‌کند. البته که شاید منظور از هزینه پول نباشد. همین که توجه خود را هم بدهد می‌توان به درآمدزایی از آن فکر کرد. منتها روزنامه‌نگاران جوان بدانند بیشتر از اینکه به کار همزمان در چند رسانه نیاز داشته باشند، به تقویت مهارت‌های خود نیاز دارند. یک خبرنگار یا روزنامه‌نگار باید بداند به هر مهارتی نیاز دارد؛ مهارت که اضافه شود، درآمدهای جدید در عرصه روزنامه‌نگاری می‌توان خلق کرد. انتخاب خوب (چه در سوژه و چه در انتخاب رسانه) و مهارت زیاد (چه در رسانه‌های مکتوب و چه در رسانه‌های آنلاین) می‌تواند به ما کمک کند که کبوترهای خوشگلی داشته باشیم.

شبکه‌های اجتماعی است. این تعریف نه تنها شبکه‌های اجتماعی بلکه رسانه‌های آنلاین را هم باید در نظر گرفت. دیگر کمتر کسی حوصله تحلیل پرواز یک خبر را دارد، در عوض همچنان تشویق می‌کند، هورا هورا می‌کند، حتی می‌خواهد خودش هم چنین تجربه‌ای داشته باشد و خبری را هوا کند. بعداً هر وقت فرصت کند کمی به این پروازها فکر می‌کند.

اگر این سناریو را برای آینده روزنامه‌نگاری قبول نداشته باشیم، انتقاد کنیم، ژست روشنفکری بگیریم و با سلیقه مردم مقابله کنیم، همان می‌شود که اکنون تقریباً شده است. دیگر روزنامه‌ها و تلویزیون مثل گذشته اثرگذار نیستند. تیراژ کل مطبوعات را روی هم جمع کنیم شاید به اندازه بازدید یک ویدئوی اثرگذار در اینستاگرام نباشد و به اندازه دیده شدن حتی یک پست تلگرام هم نرسد. تیراژهای چند صد هزارتایی نداریم اما بازدیدهای چند صد هزارتایی روزانه خیلی تکرار می‌شود.

اگر هم این سناریو را قبول داریم باید مهارت‌هایی را بپذیریم؛ خلاصه‌گویی و خلاصه‌نویسی، راحت صحبت کردن، با مخاطب دوست بودن، با مخاطب همراه بودن، اهمیت دادن به نظرات مخاطب، اهمیت دادن به محتوای تولیدی مخاطب، در دسترس او

روزنامه‌نگاری، روزنامه‌نگار روزآمد و باانگیزه می‌خواهد

نیلوفر قدیری
روزنامه‌نگار



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید



برای پاسخ به این پرسش‌ها که «روزنامه‌نگاری در آینده چگونه خواهد شد؟ چه باید کرد؟ و چطور می‌توان روزنامه‌نگار ماند؟»، ابتدا باید وضعیت فعلی را مرور کنیم. توضیح ساده وضعیت فعلی روزنامه‌نگاری، آن‌طور که دیگر همه می‌توانند در چند جمله ساده بیان کنند، این است که با پیشرفت تکنولوژی و در دسترس بودن ابزارهای آن برای عموم، روزنامه کاغذی دیگر خریداری ندارد. منابع و مبادی اطلاع‌رسانی هم متنوع شده و از سوی دیگر، مردم عادی هم دیگر توان خبررسانی و خبرنگارشدن در معنای عام را پیدا کرده‌اند. در این شرایط، شغل خبرنگاری دیگر اختصاصی نیست و محصول این شغل هم دیگر طرفداری ندارد.





نزدیک خود را با سوژه از دست بدهند و این ارتباط را تنها به واسطه‌ها واگذار کنند.

تهیه گزارش‌های تحقیقی مبتنی بر تحلیل اطلاعات و آمار که معمولاً زمان‌بر هستند، از دیگر کلیدهای موفقیت و دوام روزنامه‌نگاری است. این یکی از اقدامات ارزشمندی است که همچنان به مخاطبان یادآوری می‌کند روزنامه‌نگاری زنده است. گزارش تحقیقی موسوم به اسناد پاناما که جهان را تکان داد از نمونه‌های اخیر خارجی این نوع روزنامه‌نگاری است.

اما در کنار همه آنچه گفته شد که بیشتر به ابزار و روند کار روزنامه‌نگاری مربوط می‌شد، انگیزه و شوق روزنامه‌نگار در انجام کارش عاملی بسیار مهم و موثر است. اینکه حکومت با سانسور و سرکوب انگیزه را کشته است، بیشتر به یک بهانه برای روزنامه‌نگاران ما تبدیل شده است. در هیچ کجای دنیا حکومت‌ها برای روزنامه‌نگاران فروش قلمز پهن نکرده‌اند. هنر روزنامه‌نگار این است که در فضای خفقان هم راهی برای انتقال پیام، برای تاباندن نور در تاریکخانه‌ها و برای دفاع از حق و منفعت عموم مردم پیدا کند. اتفاقاً وقتی فضا تنگ‌تر می‌شود و وقتی همه نیروهای جامعه ناامید و کم‌اثر شده‌اند، روزنامه‌نگاران باید فعال‌تر عمل کنند. آن‌ها همواره و در همه جوامع و در همه دوران، آخرین گروهی هستند که با وجود ناامیدی و تیرگی، همچنان چراغ در دست دارند.

■ نیاز روزنامه‌نگار برای بقای روزنامه‌نگاری

روزنامه‌نگاری هم مانند هر شغل دیگری به روزآمدی نیاز دارد. روزنامه‌نگاران و مدیران رسانه‌ای باید با مطالعه دقیق و به ویژه رصد منابع خارجی، در جریان آخرین تحولات و پیشرفت‌های فن‌آوری در حوزه خود قرار بگیرند. هدف باید انتقال پیام به شکلی موثر به مخاطب باشد. اگر کاغذ دیگر اصلی‌ترین راه انتقال پیام نیست، به معنی پایان یا مرگ روزنامه‌نگاری نیست.

در شرایط جدید که مخاطب با انبوه انتخاب‌ها برای دریافت اطلاعات و خبر و تحلیل روبه‌روست، در کنار روزآمدی برای انتقال پیام، همراه شدن با ذوق و سلیقه مخاطب و ارتباط مستمر با او از کلیدهای موفقیت این شغل است. شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های خبری راه را برای این تعامل فعال فراهم کرده است. حضور خبرنگاران و روزنامه‌نگاران در شبکه‌های اجتماعی از ضرورت‌های تداوم موثر این شغل است.

در کنار حضور در شبکه‌های اجتماعی، حفظ ارتباط فیزیکی خارج از صفحه موبایل و لپ‌تاپ با سوژه و مردم کوچه و خیابان از دیگر مواردی است که برای روزنامه‌نگاران ضروری است. با وجود آنکه کمتر حادثه و رویدادی اکنون از دید مخاطبان مجهز به ابزارهای هوشمند پنهان می‌ماند اما روزنامه‌نگاران نباید ارتباط

روندهای گمراه‌کننده از همیشه قدرتمندتر شده‌اند. اینجاست که نقش و ضرورت شغل روزنامه‌نگاری برجسته می‌شود. روزنامه‌نگاران که یا با آموزش‌های آکادمیک یا به تجربه کار خود را آموخته‌اند، در این آشفته بازار اطلاعات درست و غلط و درحالی‌که یافتن حقیقت از همیشه سخت‌تر شده، به کمک مردم می‌آیند.

متأسفانه در سال‌های اخیر در کشور ما روزنامه‌نگاران و رسانه‌ها به جای آنکه از این جامعه پلتفرمی‌شده برای ارتقای جایگاه روزنامه‌نگاری و رسانه خود استفاده کنند، تسلیم این فضای جدید شدند. آن‌ها به جای استفاده از فناوری‌های جدید برای پیشبرد کار خود و رساندن پیام به مخاطب، خودشان به ابزار این پلتفرم‌ها تبدیل شدند. کانال‌های تلگرامی و صفحات اینستاگرامی خیلی زود جای روزنامه و رسانه را برای مردم گرفتند و به منبع خبر و تحلیل تبدیل شدند. روزنامه‌نگاران و مدیران رسانه‌ای هم هرگاه که به دلیل سقوط جایگاه و کیفیت کارشان مورد پرسش قرار گرفته‌اند، سانسور و فضای خفقان سیاسی را مقصر اعلام کرده‌اند اما واقعیت این است که اگرچه اقتصاد و سیاست، روزنامه‌نگاری ما را در ایران مانند همه دیگر بخش‌های زندگی و جامعه تحت تأثیر قرار داده ولی همه مشکل به این دو عامل بر نمی‌گردد.

در کنار حضور در شبکه‌های اجتماعی، حفظ ارتباط فیزیکی خارج از صفحه موبایل و لپ‌تاپ با سوژه و مردم کوچه و خیابان از دیگر مواردی است که برای روزنامه‌نگاران ضروری است. با وجود آنکه کمتر حادثه و رویدادی اکنون از دید مخاطبان مجهز به ابزارهای هوشمند پنهان می‌ماند اما روزنامه‌نگاران نباید ارتباط نزدیک خود را با سوژه از دست بدهند

این جملات در مقام توصیف مانند وقتی است که شما در اتاقی تاریک با پرده‌های کشیده‌شده نشسته‌اید و بدون اطلاع از زمان، از شما می‌خواهند بگویید اکنون چه وقت شبانه‌روز است. شما هم باتوجه به تاریکی اتاق پاسخ می‌دهید قاعدتاً شب. این قضاوتی است که بر اساس آنچه می‌بینید و بدون درنظر گرفتن متغیرهای دیگر صورت می‌دهید. اگر پرده را کنار بزنید یا نفوذ نور به اتاق را حس کنید، آن وقت گزاره دیگری در کار خواهد بود.

زمانی کار روزنامه‌نگاران تنها اطلاع‌رسانی، کشف و روایت حقیقت بود. هنر آن‌ها هم سرعت و دقت در این روایت و البته عبور از موانعی بود که حکومت‌ها و گروه‌های ذی‌نفوذ ایجاد می‌کردند. این شرایط معمولاً در همه جای دنیا به صورت بیش و کم حاکم بود اما اگر هنوز فکر می‌کنید وظیفه روزنامه‌نگاری به این دو کار خلاصه می‌شود، سخت در اشتباه هستید. اگر بپذیرید که با تغییر شرایط و ابزار زندگی در همه جای جهان، شغل روزنامه‌نگاری هم تغییر کرده آن وقت من به شما می‌گویم روزنامه‌نگاری اکنون از هر زمان دیگری حیاتی‌تر و مفیدتر است.

کار روزنامه‌نگاری اکنون دیگر تنها مقابله با سانسور، کشف و روایت سریع و درست حقیقت نیست. امروز تلاشی ناخواسته یا سازمان‌یافته برای وارونه‌سازی واقعیت و جازدن شبه حقیقت با اهداف و انگیزه‌های گوناگون در جریان است. این روند خطرناک به مدد پیشرفت تکنولوژی در همه نقاط دنیا از کشورهای آزاد (جهان اول) تا دیکتاتوری‌ها (جهان سوم) دیده می‌شود. پدیده‌هایی چون Misinformation و Disinformation محصول همین روند خطرناک است. این پدیده‌ها البته که جدید نیستند و سابقه‌ای چند صدساله دارند؛ اما در جهان پلتفرمی‌شده امروز و در شرایطی که مردم و مخاطبان هدف بمباران اطلاعاتی هستند، این



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید

فضای مجازی و آینده روزنامه‌نگاری

افشین امیرشاهی
دبیر انجمن صنفی روزنامه‌نگاران تهران



روزنامه‌نگاری در آینده به چه سمت و سویی خواهد رفت؟ این مسئله را با یک تجربه شخصی آغاز می‌کنم. سه سال پیش با رئیس دفتر شبکه تلویزیونی الجزیره قطر در ایران که خانم جوانی بود، گفت‌وگو کردم. او به روزنامه همشهری آمده بود و هنگام بازدید از بخش‌های مختلف روزنامه، فرصتی دست داد تا گپ‌وگفتی با او داشته باشیم. می‌دانید که شبکه‌های تلویزیونی قطر در پوشش اخبار جزو بهترین‌های جهان هستند. الجزیره و العربیه جزو شبکه‌های تلویزیونی بسیار فعال جهان عرب به شمار می‌روند و به دلیل اینکه نیروی انسانی متخصص، پول و امکانات فراوان دارند، می‌توانند بسیاری از خبرها و رویدادهای جهان را پوشش بدهند.

درباره افول روزنامه‌ها با توجه به فعالیت شبکه‌های اجتماعی حرف زدیم و اینکه بسیاری از کارشناسان و روزنامه‌نگاران قدیمی نه فقط در ایران که در نقاط مختلف جهان، زنگ مرگ روزنامه‌های کاغذی را به صدا درآورده‌اند و از کم‌آرشدن هرچه بیشتر مطبوعات کاغذی گفته‌اند. مدیر دفتر الجزیره در تهران این نکته را تاکید کرد و در ادامه حرفی زد که حیرت همه را به دنبال داشت. او توضیح داد همین اتفاق که برای روزنامه‌ها افتاده است،



تا هفت، هشت سال آینده برای شبکه‌های تلویزیونی رخ می‌دهد. می‌گفت ما بر این باور هستیم که به‌زودی شبکه‌های خبری تلویزیونی هم از نفس می‌افتند و مانند رسانه‌های کاغذی با افول مواجه می‌شوند. او که فارسی را به راحتی حرف می‌زد، توضیح داد: ما در قطر از حالا روی این موضوع کار می‌کنیم تا برای حداقل ۱۰ سال آینده آماده مقابله با این بحران باشیم. می‌گفت آینده خبر و اطلاع‌رسانی تنها از طریق گوشی‌های موبایل امکان‌پذیر است و ما خودمان را برای این موضوع آماده می‌کنیم.

نماینده قطر نکته درستی را بیان کرد. همین حالا اگر یک نظرسنجی انجام شود، می‌بینیم که جوان‌ترها همه اخبار و اطلاعات خودشان را از گوشی موبایل و کامپیوتر دریافت می‌کنند و البته نه فقط جوان‌ترها که افراد پا به سن گذاشته هم اخبار و اطلاعات را از طریق چندین منبع رسمی و همچنین اشتراک‌گذاری با یکدیگر پیگیری می‌کنند.

این روزها مثالی در میان برخی از روزنامه‌نگاران رایج است که اعضای تحریریه هم روزنامه خودشان را نمی‌خوانند. این مسئله به نظر من هم درست است. باید اعتراف کنیم که مردم این روزها کمتر از سال‌های گذشته روزنامه می‌خوانند. مشاهده تیراژ روزنامه‌های سراسری این ادعا را تایید می‌کند؛ چراکه عادت روزنامه‌خواندن و کسب خبر در مردم تغییر کرده است. این روزها ماجرای روزنامه‌نگاری به یک موضوع پیچیده تبدیل شده است. روزنامه‌نگاری یک طرفه جای خودش را به تدریج از دست داده است. فضای دیجیتالی باعث شده که ماهیت چاپی و یک‌طرفه روزنامه‌نگاری دگرگون شود. امروز با مخاطبانی روبه‌رو هستیم که عادت‌های خبری‌شان به طور کامل با گذشته متفاوت است. آن‌ها به جای اینکه هرصبح روزنامه به دست بگیرند و اخبار و اطلاعات را مطالعه کنند، در هر لحظه از شبانه‌روز می‌توانند رویدادهای کشورشان و سایر نقاط جهان را پیگیری کنند؛ نه فقط در قالب متن که به صورت یک بسته کامل خبری شامل فیلم، متن و

روزنامه‌نگاری در کشور ما تحت تاثیر مسائل بسیاری مانند سانسور، گرانی کاغذ، پاسخ‌گونی‌بودن مدیران دولتی، نبود شفافیت، سایه احضار و تهدید بر سر روزنامه‌نگاران، بی‌پولی روزنامه‌ها و... قرار دارد. حال اضافه کنید که رقیب قدرتمندی به نام شبکه‌های اجتماعی به حوزه انتشار اخبار و اطلاعات وارد شده است. رقیبی که بدون سانسور و در لحظه هر اطلاعاتی را منتشر می‌کند

عکس هم درباره یک موضوع مطلع می‌شوند. در عین حال، شهروند-خبرنگاران، وبلاگ‌نویسان، روزنامه‌نگاران موبایل به دست، خبرنگاران و شهروندان متکی به ویکی‌پدیا و سایر اشکال تولید خبر هم به موضوع تولید محتوا اضافه شده است.

چندسال پیش برای پوشش دادن یک برنامه ساده مثل همایش، نشست و سخنرانی مجبور بودیم به محلی برویم که مراسم آنجا برگزار می‌شد اما اکنون از طریق انواع نرم‌افزارهایی چون «زوم»، «گوگل‌میت» یا لایو اینستاگرامی می‌توانیم مراسم را پوشش دهیم و حتی اقدام به مصاحبه یا برگزاری دیدارهای کاری، بدون حضور در محل دیگری داشته باشیم. البته باز هم از شبکه‌های اجتماعی عقب خواهیم بود؛ چون مهم‌ترین حرف‌ها و گفته‌ها را لحظه به لحظه پوشش می‌دهند اما روزنامه می‌تواند ۲۴ ساعت بعد جزئیات آن همایش یا نشست را منعکس کند؛ مگر اینکه وبسایت خودش را راه‌اندازی کند.

هفت، هشت سال قبل اگر می‌خواستیم خبر را به موقع به صفحه برسانیم، باید یک تلفن یا دستگاه فکس پیدا می‌کردیم و موضوع خبر را برای همکارمان در تحریریه

روزنامه یا حرفه‌چین در بخش فنی می‌خواندیم و آن‌ها می‌نوشتند تا محتوای تولیدی برای فردا آماده شود؛ اگر هم خودمان خبر و گزارش خبری را نوشته بودیم، متمنمان را برای دفتر روزنامه فکس می‌کردیم اما اکنون شرایط فرق کرده است. گوشی موبایل یکی از ابزارهای روزنامه‌نگاری شده است. در حال حاضر، اینترنت این فرصت را ایجاد کرده که از راه‌های مختلف، خبر و گزارش را برای رسانه بفرستیم؛ مسئله‌ای که باعث می‌شود اخبار فوری خیلی زود روی وبسایت‌های رسانه‌ها قرار بگیرد و در شبکه‌های اجتماعی بازتاب پیدا کند. موضوع نرم‌افزارهای تخصصی و اپلیکشن‌هایی که به روزنامه‌نگاران اجازه می‌دهد عکس، فیلم، خبر و گزارش‌هایشان را به شکل‌های مختلف و با ویرایش‌های گوناگون و به شکل گرافیکی از هر جایی که هستند به سریع‌ترین شکل و ساده‌ترین شیوه برای رسانه خودشان بفرستند را هم به این اضافه کنید.

■ تاثیر فضای دیجیتال بر روزنامه‌نگاری

فضای دیجیتال به طور قطع بر روزنامه‌های کاغذی تاثیر گذاشته و از شمارگان‌شان کاسته است اما آیا بر فضای روزنامه‌نگاری هم تاثیر گذاشته است؟ پاسخ به این پرسش شاید نیاز به یک تحقیق داشته باشد. به هرحال روزنامه‌نگاری در کشور ما تحت تاثیر مسائل بسیاری مانند سانسور، گرانی کاغذ، پاسخ‌گونی‌بودن مدیران دولتی، نبود شفافیت، سایه احضار و تهدید بر سر روزنامه‌نگاران، بی‌پولی روزنامه‌ها و... قرار دارد. حال اضافه کنید که رقیب قدرتمندی به نام شبکه‌های اجتماعی به حوزه انتشار اخبار و اطلاعات وارد شده است. رقیبی که بدون سانسور و در لحظه هر اطلاعاتی را منتشر می‌کند. هرچند این احتمال در میان افرادی که به هر عنوان یک اتفاق یا رویداد را رسانه‌ای می‌کنند، وجود دارد که خبر را بدون توجه به درستی و صحت آن منتشر کنند اما به هرحال مردم در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند اطلاعات را بدون توجه به مسائل مالی، ملاحظات روزنامه‌نگاری، شایعه یا واقعی بودن خبر، اخلاقی یا غیراخلاقی بودن موضوع و... منتشر کنند. در

واقع، این مسئله باعث شده که شبکه‌های اجتماعی با فقدان سندیت و فقدان مشروعیت مواجه باشند. البته با وجود اعتماد کمتر به شبکه‌های اجتماعی، باز هم فضای مجازی بسیار هیجان‌انگیز است و مخاطبان بسیاری را به سمت خودش جذب می‌کند و در عین حال، سرعت فضای مجازی همچنان بسیار بیشتر از رسانه‌های مکتوب است. به همین دلیل شاید روزنامه‌نگاران مجبور باشند به مسائل از زاویه تحلیل توجه کنند و روزنامه‌نگاری تحقیقی را هم سرلوحه کارشان قرار بدهند.

به هرحال، این تحولات به نوعی تعریف روزنامه‌نگاری را تغییر داده است. برخی می‌گویند شهروندانی که از سواد رسانه‌ای برخوردار هستند و حرفی برای گفتن دارند، می‌توانند نقش روزنامه‌نگار را هم داشته باشند؛ بدون توجه به اینکه روزنامه‌نگاری یک رشته دانشگاهی است، جزئیات بسیار زیادی دارد و فراگیری آن چندین سال طول می‌کشد و متعاقب آن با کار کردن در تحریریه‌ها به تجربه روزنامه‌نگار اضافه می‌شود. در سایه پیشرفت فضای مجازی، روزنامه‌نگاری هم دستخوش تغییراتی شده و می‌شود.

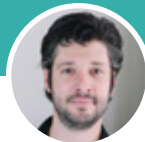
از این منظر تحولاتی که در حوزه فناوری به وجود آمده باعث شده که شکل‌های جدیدی از روزنامه‌نگاری ایجاد شود. در حال حاضر شاهد روزنامه‌نگاری دیجیتال، آنلاین، سایبر، ویدئویی، متن‌باز، روزنامه‌نگاری مبتنی بر ویکی، مبتنی بر لینک، مبتنی بر دیتابیس، روزنامه‌نگاری داده‌نگارانه، روزنامه‌نگاری کوله به پشت، روزنامه‌نگاری موبایلی، روزنامه‌نگاری چندرسانه‌ای، روزنامه‌نگاری رسانه‌های اجتماعی و... هستیم که همه نتیجه پیشرفت در حوزه فناوری اطلاعات است. اضافه کنید به این عناوین، سایر عرصه‌های روزنامه‌نگاری چون روزنامه‌نگاری شهروندی، روزنامه‌نگاری مدنی، روزنامه‌نگاری کنشگر، روزنامه‌نگاری مشارکتی و تعاملی، روزنامه‌نگاری جایگزین و مواردی از این دست را که با گسترش شبکه‌های ارتباطی به وجود آمده است. در واقع،

وب ۳.۰؛ منجی روزنامه‌نگاری؟

چقدر به بلاک چین خوشبین باشیم؟

«چیزی که نسل سوم وب ارائه می‌دهد اینترنتی‌ست که در آن مالکیت خصوصی دیجیتال با بهره‌گیری از بلاک چین تحقق می‌یابد. حقوق مالکیت ایمن و مطمئن اساس هر بازار پروتکی است.»

در سال آینده، بازار پروتک NFTها مخاطبان بیشتری را جذب خواهد کرد و به آن‌ها این فرصت را می‌دهد که NFTهای بیشتری تولید کنند. همچنین فیس‌بوک متاورس را از دست خواهد دهد. علی‌رغم ادعای آن مبنی بر فراتر از معمول بودن، تغییر اسم فیس‌بوک موفقیتش در متاورس را تضمین نخواهد کرد. فقط یک متاورس وجود نخواهد داشت و «متا» خیلی دیر به این ایده رسیده است.



دیوید کن
هم‌بنیان‌گذار Subtext

در ۲۰۲۲ ما شاهد تمایل بسیاری از اتاق‌های خبر به وب ۳ خواهیم بود که البته با وجود ویژگی‌های نو و کاربردی‌ای که وب ۳ دارد، این اتفاق کاملاً با عقل جور درمی‌آید؛ ویژگی‌هایی که خیلی برای روزنامه‌نگاران کارآمد است. به‌طور کلی سال ۲۰۲۲ برای آن دسته از روزنامه‌نگارانی که آموخته‌اند چگونه با این انقلاب جدید تکنولوژی همراه بشوند سال فوق‌العاده‌ای خواهد بود.



دنیل ایل‌میرگ
سردبیر The Continent



را بالا ببرند و در یک حوزه خاص مثل محیط زیست، سینما، انرژی و مانند آن متخصص شوند.

اما در کنار این مسائل، جذابیت‌های فضای مجازی فریبنده است. گرفتن لایک و کامنت و دیده شدن قطعاً شخص را وسوسه می‌کند که برخی از اصول روزنامه‌نگاری را کنار بگذارد. یک روزنامه‌نگار باید توجه کند که می‌خواهد گزارشگر باشد یا اینفلوئنسر؟ می‌خواهد در فضای مجازی با چه عنوان شناخته شوید؟ آیا برایتان مهم است که با نوشته‌هایتان شناخته شوید یا حاشیه‌هایی که لایک می‌گیرد؟

شبکه‌های اجتماعی، فضای جیغ هستند. یعنی خیلی‌ها برای اینکه دیده بشوند باید بلندتر از دیگری جیغ بکشند. منظور از جیغ یک فضای زرد و محتوای عامه‌پسند است. پس طبیعی است صداهای کوتاه و متن‌هایی که هیجانی نباشد، کمتر دیده می‌شود اما باید به چیزی که منتشر می‌کنید و صحت و سقم آن وفادار باشید.

پیشرفت فناوری باعث شده که نقش شهروندان در این حوزه بسیار بیشتر از قبل شود. در عین حال بسیاری از روزنامه‌نگاران در کنار فعالیت در روزنامه، مجله، سایت و خبرگزاری‌های مرسوم در هر یک از عناوینی که ذکر آن رفت فعال شده‌اند.

■ چه باید کرد؟

رشد و پیشرفت فناوری‌ها ادامه خواهد داشت و همچنان در عرصه اطلاع‌رسانی و روزنامه‌نگاری نیز تاثیرگذار خواهند بود. روزنامه‌نگاران مجبور خواهند بود که همزمان با پیشرفت حوزه فناوری به توانمندی‌های خودشان نیز اضافه کنند. آن‌ها باید بتوانند از گوشی موبایلشان به عنوان یک ابزار رسانه‌ای استفاده کنند، در حوزه فیلم و ویدئو آموزش ببینند، یاد بگیرند سناریو بنویسند، با تکنیک‌های عکاسی آشنا شوند، در زمینه‌های مختلف آموزش ببینند، زبان دوم یاد بگیرند، نوشتن را با حوزه چندرسانه‌ای پیوند بزنند، بینش جامعه‌شناختی به دست آورند، منزلت حرفه‌ای خود

چرا ما هنوز نیازمند روزنامه‌نگارانی هستیم که تحریریه و کاغذ را باور دارند؟

۱۰ گزاره در ستایش روزنامه‌ها و روزنامه‌نگاری کلاسیک

رضا جمیلی
سر دبیر کارنگ

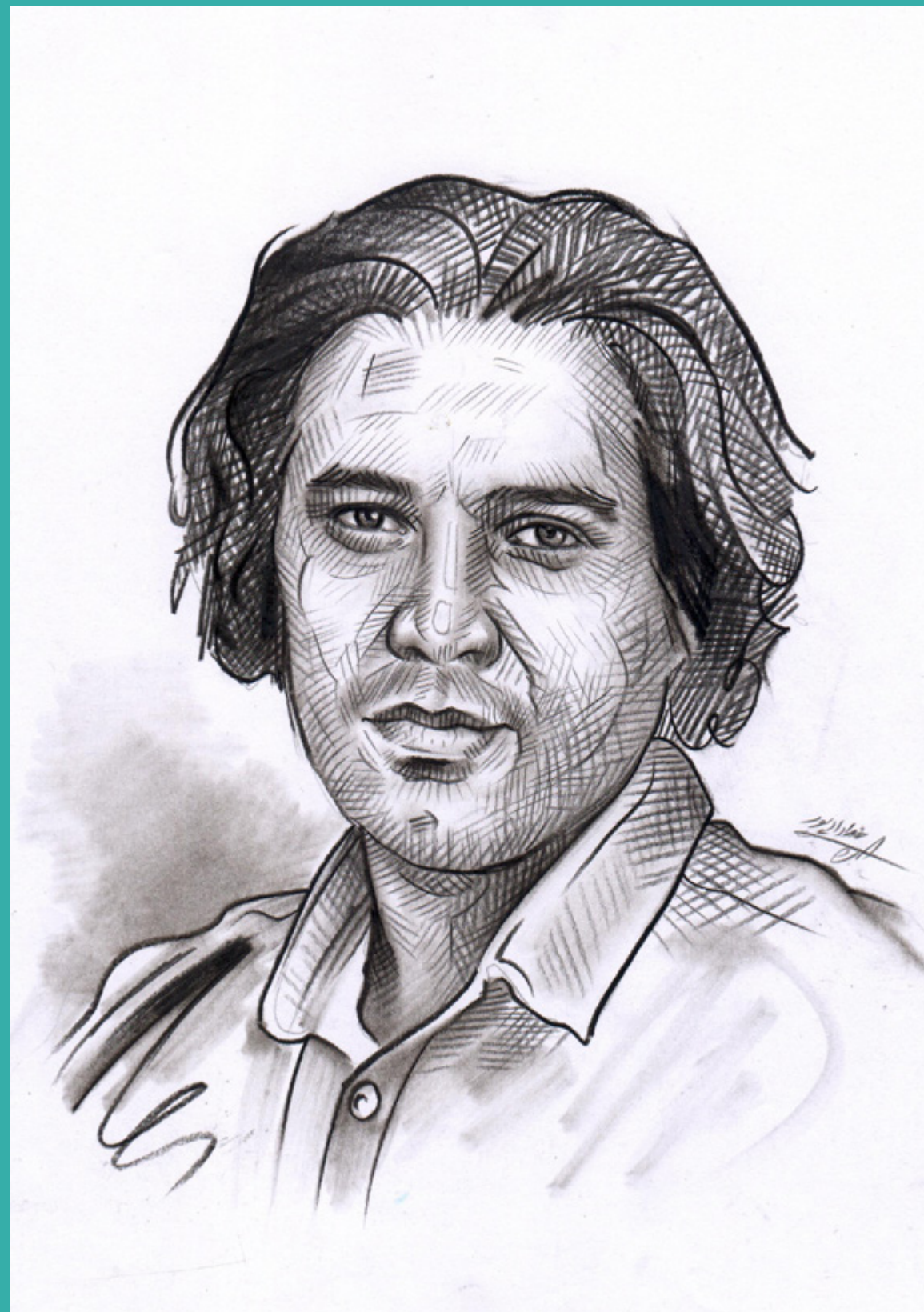


برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید

طنز تلخ روزگار است که ترامپ شبکه‌ای اجتماعی راه انداخته به نام حقیقت! یک تویتر شخصی شده برای آقای پرحرفی که خودش را حقیقت محض می‌داند و رسانه‌ها را روبه‌روی حقیقت‌گویی‌اش. اخراج ترامپ از تویتر هم بهانه یا دلیلش دستکاری حقیقت بود. حقیقت، هرچه هست، رسانه‌ها و جامعه بر سر اینکه چه کسی منادی آن است مدام در حال رو کردن سند و مدرک و استدلال هستند. اینجاست که حرفه روزنامه‌نگاری و باید هایش باید به میدان بیایند. اینجاست که می‌توان استدلال آورد هنوز ما روزنامه‌نگاران را می‌خواهیم. هنوز ما رسانه‌ها را می‌خواهیم و هنوز ما نشریات کاغذی که شکلی از روزنامه‌نگاری عمقی و تحلیلی را پیش می‌برند، می‌خواهیم. فارغ از چستی و گستردگی و تاثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و تولیدکنندگان محتوا در آن‌ها ما روزنامه‌نگاری می‌خواهیم؛ کسانی را می‌خواهیم که شغلشان نوشتن از حقیقت باشد. آن‌هم با صبر و حوصله و بدون مرعوب شدن در برابر سرعت شبکه‌های اجتماعی.

من در این یادداشت می‌خواهم از اهمیت روزنامه‌نگاری کلاسیک و روزنامه‌نگار کلاسیک بودن بنویسم. از تحریریه‌هایی که هنوز بوی کاغذ می‌دهند و از رسانه‌هایی که هنوز روی کاغذ می‌آیند و جان می‌گیرند و از حقیقت می‌گویند.

روزنامه‌گاردین یکی از پرنفوذترین روزنامه‌های جهان است. این روزنامه با اینکه بیش از ۲۵ سال است که روی نسخه‌ها و ورژن‌های آنلاین و مجازی خود سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی کرده اما کماکان پلتفرم اصلی تولید و توزیع محتوای خود را روزنامه‌اش می‌داند. با وجود اقبال روزافزون مخاطبان به نسخه‌های آنلاین اما گاردین کماکان منبع انتشار خبرهای خود را روزنامه‌اش ذکر می‌کند. نیمی از درآمدهای این بنگاه مطبوعاتی هم هنوز به دلیل انتشار روزنامه کاغذی است.





نادیده گرفتن پایه اساسی تولید محتوا یعنی نسخه‌های چاپی نیست.

مخاطب‌شناسی یکی دیگر از دلایل استفاده از نسخه‌های کاغذی در مطبوعات دنیاست. برای نمونه، روزنامه نیویورک تایمز در گزارشی توضیح می‌دهد چرا روزنامه‌ای مثل دلی سان روزانه بیش از ۶۰ هزار نسخه تیراژ دارد. دلیل واضح این است که بیشتر مخاطبان این رسانه افراد تحصیل کرده و بازنشسته‌ای هستند که نمی‌خواهند صرفاً از فضای مجازی تغذیه رسانه‌ای کنند. این نمونه برای بسیاری از روزنامه‌های بزرگ دنیا که با وجود داشتن زیرساخت‌های آنلاین بسیار قوی کماکان مهم‌ترین محصول‌شان نسخه کاغذی آن‌هاست، صدق می‌کند.

متخصصان رسانه‌ای دنیا معتقدند روزنامه‌های کاغذی نمرده‌اند بلکه چیزی که تغییر کرده این است که صنعت تبلیغات از کاغذ به آنلاین رو آورده است. یعنی بیشتر پول تبلیغات به سمت نسخه‌ها و ناشرهای آنلاین محتوایی رفته است. حال در این تغییر حوزه مارکتینگ و تبلیغات، اگر قصد یک بنگاه رسانه‌ای از ابتدا صرفاً درآمدزایی به دست آوردن سهمی از بازار مارکتینگ آن حوزه بوده، بهتر است که خود را با این تغییر وفق دهد اما اگر رسانه یا موسسه یا نهادی با هدف و رسالت ترویج یک گفتمان یا مراقبت از مفاهیم یک حوزه به میدان آمده و دست به تولید محتوا زده، صرفاً باید پلتفرم‌های مکملی برای توزیع بهتر محتوای خود و گم‌نشدن در صنعت مارکتینگ محتوایی ایجاد کند و نه دست‌کشیدن از هدف و پایگاه اولیه خود.

تقریباً تمام خبرهایی که در طول روز در فضای آنلاین انگلیسی‌زبان منتشر می‌شوند، منبع اصلی آن‌ها بنگاه‌هایی است که یک روزنامه در پورتفولیوی خود دارند. برای نمونه پلتفرم‌های خبری بزرگی چون بازفید یا مدیوم قراردادهایی با روزنامه‌های بزرگ دنیا دارند تا خبرهای آن‌ها را بازنشر کنند. به‌واقع، قدرتمندترین پلتفرم‌های خبری آنلاین جهان کماکان به تولیدمحتوای تحلیلی - کارشناسی و خبری رسانه‌های

فارغ از چیستی و گستردگی و تاثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و تولیدکنندگان محتوا در آن‌ها ما روزنامه‌نگاری می‌خواهیم؛ کسانی را می‌خواهیم که شغلشان نوشتن از حقیقت باشد. آن‌هم با صبر و حوصله و بدون مرعوب شدن در برابر سرعت شبکه‌های اجتماعی

در ادبیات حوزه آنلاین، ویرال کردن خبرها و مطالب یکی از سخت‌ترین چالش‌هاست. صرفاً تولید و انتشار خبر در این حوزه به معنای انجام رسالت حرفه‌ای نیست. باید تیمی از متخصصان سئو، دیجیتال مارکتینگ و البته کارشناسان سوشال مدیا را گرد آورد تا یک خبر را در انبوه خبرهایی که روزانه منتشر می‌شوند، داغ کرد تا دیده شوند. کاری که شبکه توزیع رسانه‌های کاغذی اگرچه در مقیاسی کوچکتر اما با هزینه و مصائب کمتری انجام می‌دهند.

در ادبیات نوین روزنامه‌نگاری جهان و تجربه مجلاتی چون نیوزویک (که نسخه کاغذی خود را با اندیشه توسعه آنلاین تعطیل کرد اما کمتر از چندماه بعد مجدداً آن راه‌اندازی کرد) تاکید بر این است که نسخه کاغذی همچون پایگاهی برای تولید محتوای فاخر، کارشناسی و تحلیلی عمل می‌کند که باید در کنار آن با توجه به زیرساخت‌های آنلاین از جمله مباحثی چون سئوی محتوا و شناخت الگوریتم‌های بسیار متغیر موتورهای جست‌وجو، به بازنشر کارشناسی این تحلیل‌ها در فضای وب پرداخت و به رقابت با حجمه‌های خبری بنگاه‌هایی که کار تخصصی‌شان تولید روزانه صدها خبر است، پرداخت. کاری که این روزها سخت شده اما راهکار آن تعطیلی و

اگرچه انتشار خبر در فضای آنلاین راحت‌تر و شاید ارزان‌تر از نسخه کاغذی به نظر برسد اما ذکر چند نکته نشان می‌دهد که این معادله چنین که نشان می‌دهد، نیست.

در فضای مجازی و به عنوان یک رسانه که هویت آن صرفاً آنلاین است، از شما انتظار می‌رود هر لحظه خبری منتشر کنید. یعنی برخلاف نسخه کاغذی، در فضای آنلاین کسی جابجایی از خبر را بر نمی‌تابد. این به این معناست که برای راه‌اندازی یک نسخه آنلاین واقعی که بتواند جایگزین یک نشریه کاغذی باشد به یک تحریریه بزرگ با امکاناتی وسیع و کار تقریباً ۲۴ ساعته نیاز است. برای نمونه، روزنامه گاردین در رقابت برای کسب مخاطب در دنیای مجازی بخشی را با عنوان زنده (لایو) راه‌اندازی کرده و به‌صورت ۲۴ ساعته خبر و تحلیل به مخاطب خود ارائه می‌دهد اما شاید بد نباشد بدانیم که همین بخش به اندازه یک شبکه تلویزیونی در مقیاس کوچک هم تحریریه دارد هم هزینه. امروزه بیشتر مطالب منتشرشده در فضای مجازی از دو جنس هستند. یکی خبرهای کوتاه که منبع آن‌ها یکی، دو خبرگزاری مشخص است که عملاً رقابت‌کردن با آن‌ها عملی بیهوده است. خبرگزاری‌هایی که با سابقه ده، پانزده ساله و تحریریه‌های پنجاه، شصت نفره روزانه بیش از ۵۰۰ خبر تولید می‌کنند و بودجه‌های سالانه آن‌ها بالای ۲۰ میلیارد تومان است. دسته دوم تحلیل‌هایی است که روی این خبرها منعکس می‌شود. این دست تحلیل‌ها قریب به اتفاق توسط مجله‌ها و روزنامه‌هایی تولید می‌شود که به شکل تخصصی در حوزه‌های مختلف روزنامه‌نگاران تخصصی را به خدمت گرفته‌اند. از این رو برای حضور در فضای مجازی یا همان دنیای وب باید تکلیف را روشن کرد. اگر هدف راه‌اندازی یک رسانه بزرگ در حد تسنیم و یا ایسنا و یا ایلناست باید زیرساخت‌ها، نیروی انسانی و البته بودجه‌ای متناسب با این فرمت از رسانه را تدارک دید و مهم‌تر اینکه از آن به بعد، صرفاً به تولید خبر پرداخت و تحلیل را به رسانه‌هایی که ماهیت غیرخبری دارند واسپرد.

سنتی وایسته‌اند. در ایران که چنین پلتفرم‌هایی هنوز قدرت نگرفته‌اند شاید راهکار نه حذف پایه اساسی تولید محتوای عمیق بلکه تلاش برای ارتباط داشتن با نمونه‌های حداقلی موجود برای بازنشر بهتر و وسیع‌تر محتوای تولیدی باشد.

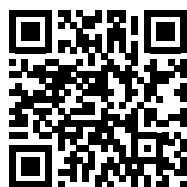
در پایان باید این نکته را تاکید کرد که نسخه‌های کاغذی شکلی از هنر روزنامه‌نگاری هستند. در حالی که آنچه این روزها ما از انتشار خبرها در فضای وب می‌بینیم یک محصول خام است. یعنی خبرها با کمترین دقت ویرایشی، فنی و فکت‌چکینگ صرفاً منتشر می‌شوند؛ نه کسی دقتی دارد که داده‌های خبر را چک کند، نه کسی برای چیدمان و لی‌اوت مطالب تلاش چندانی می‌کند و نه کسی اهمیتی می‌دهد که چند غلط املائی در یک نوشته وجود دارد. کارشناسان روزنامه‌نگاری تفاوت را در یک کار هنرمندانه با یک کار تولید انبوه می‌بینند. اینکه شما از یک کاسه پلاستیکی که مواد سمی آن را کسی بررسی نکرده آب بخورید یا از یک کاسه میناکاری‌شده کار اصفهان! تفاوت شاید به این غلظت نباشد اما چیزی است در همین حد و حدود!

فریدون صدیقی از روزنامه‌نگارشدن در میانه قرن‌ی که گذشت می‌گوید

تا ابد و همه جای دنیا به روزنامه‌نگار نیاز داریم

گفت‌وگو:

عماد صدر



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید

■ در زمانی که شما وارد مطبوعات شدید، شیوه جذب روزنامه‌نگاران چگونه بود؟
جذب روزنامه‌نگاران و ورود به حوزه زیست مطبوعاتی در آن زمان تابع یک سری نُرم‌ها بود که بخشی من‌درآوردی و بخشی منطقی بود. این‌گونه نبود که یک شیوه واحد داشته باشیم. من در سال چهارم دبیرستان، یعنی حدود نیم قرن پیش، انشا می‌خواندم. انشای من از همان ابتدا خوب بود چون از اوایل نوجوانی بسیار کتاب می‌خواندم و به سینما هم علاقه‌مند بودم. من در دبیرستان، با آقای جمشید اکرمی آشنا شدم. او اکنون دکترای سینما دارد و استاد دانشگاهی در آمریکاست. او یکی از افراد علاقه‌مند و موثر و پیش‌برنده جایگاه سینمای ایران در آمریکا بود که سینمای ایران را در آمریکا معرفی کرد. یک روز به من گفت هفته بعد، مجله جوانان که متعلق به موسسه اطلاعات بود و سردبیر آن هم رجبعلی اعتمادی بود، آزمونی می‌گیرد و قرار است تعدادی جوان و نوجوان، جذب مجله کند تا خبرنگار افتخاری باشند. سوژه ما در آن آزمون دلهره‌ها و التهاب‌هایی بود که برای آزمون داشتیم. ما بنا به دلایلی خبرنگار آن رسانه نشدیم.

به هر حال، شکل‌های ورود به رسانه متفاوت و متمایز بود. ممکن بود برخی مواقع آشناها، باعث ورود به رسانه‌ها می‌شدند. مثلاً فردی در روزنامه‌ای کار می‌کرد و می‌دید آشنایی، استعدادی دارد و در جست‌وجوی کار است. گاهی هم رسانه‌ها فراخوان می‌دادند و آزمونی به شیوه خودشان برگزار می‌کردند. بعد از بین داوطلبان افرادی را برمی‌گزیدند.

■ آن زمان روزنامه‌نگاری چقدر به عنوان یک شغل و حرفه تلقی می‌شد؟

تا قبل از موقعیت یافتن واقعی رسانه‌ها، افرادی روزنامه‌نگاری می‌کردند که روزنامه‌نگاری شغل دوم‌شان بود. حضور مستمر و پیوسته روزنامه‌کیهان و اطلاعات که بعدها تبدیل به موسسه شدند و بعد ناشر مجلات دیگری شدند، تاثیر زیادی در این زمینه داشت. گسترش



روزنامه‌نگاری در ایران قرن‌ی پرفراز و نشیب را پشت سر گذاشته. می‌گویند «ملتی که تاریخ نداند محکوم به تکرار دوباره آن هستند» و حالا هم برای اینکه در دنیای روزنامه‌نگاری پیش برویم بد نیست نیم‌نگاهی به گذشته هم داشته باشیم. در این مصاحبه سراغ فریدون صدیقی، کسی که بخش قابل توجهی از روزنامه‌نگاری در قرن گذشته بوده، رفیتم و در رابطه با روزنامه‌نگاری در قرن‌ی که گذشت و ضرورت روزنامه‌نگار بودن با او گفت‌وگو کردیم.

این دو موسسه، الزاماتی را فراهم کرد که به تدریج افرادی که وارد روزنامه‌نگاری شدند به سمت گزینش بهتر و معنادارتر رفتند. تا پیش از تاسیس دانشکده علوم ارتباطات که اولین دانشکده روزنامه‌نگاری در ایران بود، عموماً کسانی که جذب روزنامه‌ها می‌شدند، روزنامه‌نگاری شغل دومشان بود یا مأموریت گرفته بودند و آنجا هم همزمان کار می‌کردند. بعضی‌ها معلم بودند یا در اداره دیگری کار می‌کردند و بیشتر شغل‌های دولتی داشتند.

بعد از تاسیس دانشکده، افرادی که ظرفیت و قابلیت خاصی داشتند، خودبه‌خود به روزنامه‌ها می‌رفتند. بعد اولین گروه فارغ‌التحصیلان جذب روزنامه شدند. آن‌ها چابکی و نثر درست داشتند و نتیجه این شد که این گروه در روزنامه‌ها ماندند.

■ رواج تحصیلات آکادمیک روزنامه‌نگاران به وجود آورد؟

در آن دوران به تدریج گزینش‌ها دشوار و دشوارتر می‌شد و نمی‌شد تنها به صرف در دانشگاه درس روزنامه خواندن، جذب روزنامه‌ها شد. در همان دوران و در سال ۵۱ من وارد روزنامه کیهان شدم. دکتر فرقانی چند روز بعد از من وارد شده بود و تا شش ماه حتی جا برای نشستن نداشت؛ یعنی به او جا نمی‌دادند تا کار خود را شروع کند.

ابتدا باید آزمون عملی گذرانده می‌شد تا افراد وارد روزنامه شوند. در همان دوره، تازه زیرگذر را در میدان امام حسین احداث کرده بودند. اگر کسی داوطلب کار خبرنگاری بود می‌گفتند برو ماشین‌هایی را که از زیرگذر رد می‌شوند بشمار. به آن‌هایی که می‌آمدند می‌گفتند مثلاً ۱۴ ماشین رد شده، می‌گفتند برو خانه تا زنگ بزنیم اما کسانی را که گزارش توصیفی و تحلیلی می‌نوشتند درباره آن، جذب می‌کردند. کسانی جذب می‌شدند که تیزهوشی و نگاه تازه و نظر رسمی‌تر و خلاقانه‌تری داشته باشند اما مهم‌ترین فاکتور، این بود که نثری روایی برای اتفاق‌ها داشته باشند. دوم اینکه صرف نظر از قریحه و استعداد و نثر، باید از نظر شخصیتی کنجکاو، فضول

به نظر من در رسانه‌های ما بچه‌ها کمتر گزارش‌نویسی بلد هستند. مثلاً عناصر و اطلاعات را جمع‌آوری می‌کنند اما نمی‌توانند گزارش را به اصطلاح در بیاورند. نمی‌توانند پایان‌بندی خوب و رازگشایی خوب داشته باشند و این یکی از معضلات روزنامه‌نگاری است

و ماجراجو باشد. این مهم بود که فرد، کنجکاو لازم برای مشاهده اتفاق‌ها را داشته باشند. خلاصه اول از همه، استعداد و ذات کنجکاوانه و ریسک‌پذیر برای روزنامه‌نگاری ملاک مهمی بود.

آن زمان که قرار بود من وارد کیهان شوم، همسر من در این اتفاق سهیم بود و روزنامه‌نگاری هم خوانده بود. پدر خانم من کارمند وزارت کشاورزی آن زمان بود اما با مجله‌ای کار کرده بود و در آن مقاله نوشته بود. او یک روز به من گفت در ایران روزنامه‌نگار یا سرکار است یا سردار. بعدتر فهمیدم منظور او این است که هر لحظه ممکن است به هر بهانه‌ای اتفاقی رخ دهد.

■ روزنامه‌نگاری در کشور ما چه ضعف‌هایی دارد؟

به نظر من در رسانه‌های ما بچه‌ها کمتر گزارش‌نویسی بلد هستند. مثلاً عناصر و اطلاعات را جمع‌آوری می‌کنند اما نمی‌توانند گزارش را به اصطلاح در بیاورند. نمی‌توانند پایان‌بندی خوب و رازگشایی خوب داشته باشند و این یکی از معضلات روزنامه‌نگاری است. بارها گفته‌ام، خاستگاه اول روزنامه‌نگاری بدون تردید داستان‌نویسی بوده است. به همین دلیل، هرچیزی را نقل می‌کنیم، باید بیان داستانی داشته باشیم. مقاله هم همین است؛ یک موضوع مطرح می‌شود و باید آن موضوع باز شود. یک سوال مطرح می‌شود یا پاسخ یک

هرگونه اطلاع‌رسانی به هنگام، سریع و دقیق می‌تواند جریان‌سازی کند و موج‌آفرین باشد. شما اطلاع‌رسانی دقیق می‌کنید که طرحی که مجلس تصویب می‌کند، آثار و تبعات زیان‌باری دارد.

اگر رسانه، رسانه‌ای باشد که از جایگاه حقیقی و واقعی برخوردار باشد و مسئولیت حقوقی داشت باشد، ایده و طرحی را زیرورو می‌کند، غیراصولی و غیرحرفه‌ای بودن آن طرح را روشن می‌کند و ممکن است طرح را از دستور کار خارج کند. تا زمانی که این نیاز وجود دارد، که به نظر من وجود دارد، نیاز به روزنامه‌ای داریم که جایگاه قانونی و حقیقی آن مشخص باشد تا تعیین راهبرد برای سیستم بالاسری و دولت کند. در دوره‌ای ماهنامه حمل‌ونقل منتشر می‌شد و یک گروه کارشناس کار تدوین‌شده می‌کردند و وزارت راه و دولت هم به آن توجه داشت. اگر اینگونه باشد معلوم است که ما به روزنامه‌نگار نیاز داریم. تا ابد هم در همه جای دنیا به چنین افرادی نیاز داریم. عاملی که می‌تواند مهیج این گفته من باشد، خود دولت است. دولت باید به این ضرورت برسد که من نیاز به رسانه دارم. اما اگر نظام رسمی خود این جایگاه را بی‌نقش کند و ضرورت آن را از بین ببرد، خود به خود رسانه هم تضعیف می‌شود.

مشکل روزنامه‌نگار نیست؛ مشکل بن‌بستی است که نظام رسانه‌ای حاکم بر جامعه می‌سازد. یعنی نظام مدیریتی که رسانه را کنترل و هدایت می‌کند. وقتی این نظام خود را در جایگاهی می‌بیند که درباره بودن یا نبودن رسانه تصمیم‌گیری کند و مرجعیت رسانه را از دست بین می‌برد، روزنامه‌نگار هم مرجعیت خود را از دست می‌دهد. گفته من به این معنی نیست که باید ناامید شد. باید امیدوار بود و تلاش کرد رسانه‌های ما به جایگاه واقعی خود بازگردند. یعنی بازگشت به مسیری که منجر به توسعه پایدار جامعه می‌شود. یکی از مولفه‌های توسعه پایدار هم همین است. توسعه پایدار زمانی صورت می‌گیرد که جامعه بیمار نباشد، آزادی‌ها از بین نروند و شفافیت‌گفتاری، سازمانی و اداری حفظ شود.

سوال داده می‌شود. کل کار رسانه همین است. والسلام. روزنامه‌نگار باید هم مقاله نوشته باشد، هم مصاحبه کرده باشد، هم یادداشت داشته باشد، هم کار خبری کرده باشد و هم صفحه‌بندی کرده باشد. این فرد باید بتواند به تنهایی یک روزنامه را ببندد. همین‌الآن می‌توان مصاحبه را با دورکاری انجام داد ولی زمان ما اینگونه نبود و بیشتر باید دیداری کار می‌کردیم. به نظر من، مصاحبه حضوری از مصاحبه تلفنی بسیار موفق‌تر است. وقتی مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده چهره‌های هم دیگر را ببینند این اتفاق بر روند مصاحبه هم تاثیر می‌گذارد. همین‌الآن هم در هر رسانه شاید سه یا چهار نفر باشند که این خصیصه را داشته باشند. تعداد افرادی که واقعا روزنامه‌نگار باشند واقعا محدود است.

■ درباره پیش از انقلاب توضیح دادید؛ پس از انقلاب اوضاع چطور بود؟

اوایل انقلاب یک عده آمدند که چیزی از روزنامه‌نگاری نمی‌دانستند و به واسطه آشنا بودن وارد فضای رسانه شدند. صاحب امتیاز، سردبیر و دبیر یک رسانه عوض می‌شد و آن‌ها یک عده را با خود می‌آوردند. نتیجه این را بعد از چندسال می‌بینیم. بعد از چندسال می‌بینیم همه افرادی که در یک خبرگزاری یا تحریریه مانده‌اند، همان آدم‌هایی‌اند که شاید علاقه‌مند هم هستند اما این کافی نیست. در این جمعیتی که آمده‌اند افراد بدون استعداد کم نیست.

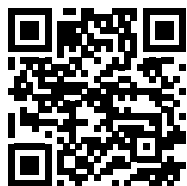
گاهی افراد بدون علاقه و صرفاً چون کار دیگری نبوده وارد این حرفه شده‌اند و عده‌ای هم در دوران بازنشستگی به این حرفه روی آورده‌اند. خیلی‌ها تغییر حرفه داده‌اند. مثلاً ممکن است فردی پس از چند سال از روزنامه رفته و سفیر شده است. متأسفانه نمی‌توانم این افراد را نام ببرم.

■ در نهایت، در شرایط اقتصادی و اجتماعی امروز، چرا و چگونه باید روزنامه‌نگار ماند؟

تا زمانی که ما نیاز به رسانه مسئول، وظیفه‌مند و هدفمند رسمی داریم، باید روزنامه‌نگار ماند. منظوم از رسمی، جایگاه قانونی و حقیقی داشتن رسانه است.

کار در میانه طوفان

ولی خلیلی
روزنامه‌نگار



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید

قصه پرغصه روزنامه‌نگاری کشور به اندازه طول تاریخ مطبوعات ایران «سردراز داشته» و با وجود تحولات گسترده عصر ارتباطات از روزنامه‌نویسی تا شهروند خبرنگاری و گسترش روزنامه‌نگاری پلتفرمی و فضای مجازی، روح غالب بر فضا همیشه همان بوده که هست و تنها از نظر شکلی و واژه‌شناسی تغییراتی صورت گرفته است؛ مثلاً «سانسور» جایش را به «فیلترینگ» داده و «بگیر و ببندها» حالا «صیانت» نام گرفته است.

امروز در شرایطی جامعه ایران نگران تصویب طرح صیانت در مجلس است که در وضعیتی مشابه حدود ۱۰۰ سال پیش در سال ۱۳۰۱ اولین گام رسمی برای محدودسازی تنها رسانه عمومی موجود آن زمانه و تعیین خط قرمزها با تصویب «قانون نظارت بر مطبوعات» رقم خورد و مدتی نگذشت که نخستین جلسه «محکمه» مطبوعات هم برگزار شد؛ انگار دهه‌هاست که «در روی یک پاشنه می چرخد».

روزنامه‌نگاری و فضای رسانه به اشکال مختلف آن به دلیل کژفهمی‌های حاکمیت در دهه‌های مختلف همیشه از سانسور و نبود آزادی بیان بیشترین رنج را برده و آسیب را دیده است و حکومت‌ها نه تنها برای محدودسازی‌ها بلکه برای «دولتی‌سازی» و اجازه‌ندادن به پاگیری «مطبوعات مستقل» از هیچ تلاشی فروگذاری نکرده‌اند. استقلال واژه غربی است و از همین روست که بسیاری از کشورها مهم‌ترین روز تاریخی در تقویمشان روز «استقلال» است و ای کاش روزگاری تقویم مطبوعات ایران هم «روز استقلالی» داشته باشد؛ روزی که مجوزگرفتن و محدودیت‌ها برداشته شود، نهادهای صنفی واقعی رسانه‌ای امکان شکل‌گیری پیدا کنند و آزادی بیان با تعریف جهانی به رسمیت شناخته شود.

تصور کنید، «یحیی ریحان»، روزنامه‌نگار عهد قاجار و پهلوی، روز ۹ فروردین ۱۳۰۰ هفته‌نامه



نوروز را منتشر کرد و به دلیل نوشتن مقاله‌ای برای تنبیه روانه دارالمجانین (دیوانه‌خانه) شد و حالا در روزهای پایانی سال ۱۴۰۰ یعنی ۱۰۰ سال بعد، همچنان خبرنگاران و فعالان رسانه‌ای در ایران نگران محاکمه و زندان به دلیل نوشته‌هایشان هستند و چه دردناک‌تر که در این زمانه برای بقا دچار خودسانسوری هم شده‌اند. اگر روزی حکومتی «محرملی‌خان‌ها» را به عنوان «سانسورچی» به روزنامه‌ها می‌فرستاد، حالا این خود مدیران رسانه‌ای هستند که افرادی را استخدام می‌کنند تا با نگاه یک «سانسورچی» واژه‌ها را خط بزند و تغییر دهد و کلمه‌ها و جمله‌ها را پیش از اینکه زیر دستگاه چاپ بروند، «ممیزی» کند و حاصل همین فشارهای حاکمیتی و تن‌دادن مدیران رسانه‌ای برای بقا است که متأسفانه باعث شده شاهد کاهش شدید اقبال عمومی به رسانه‌های رسمی بیش از هر دوره‌ای در تاریخ مطبوعات و فعالیت رسانه‌ها باشیم و در همین شرایط است که نبض جریان رسانه‌ای به فضای مجازی و شبکه‌های فارسی‌زبان خارج‌نشین منتقل شده است و بیش از هر زمانی تن رسانه‌های اصلی و رسمی کشور رنجور و نحیف شده است. رسانه‌هایی که از یک سو با فشارهای حاکمیتی و کاهش اعتماد و قهر مخاطبان‌شان مواجه هستند و از سوی دیگر به دلیل کاهش شدید فروش، چالش‌های اقتصادی کشور و افزایش هزینه‌ها (کاغذ روزنامه، زینک و...) و افت آگهی‌ها دخل و خرجشان هم لنگ می‌زند. البته همه این‌ها که گفته شد به معنی این نیست که رسانه‌ها و به خصوص روزنامه‌ها در ایران به نقطه پایانی خط و کارکرد خود رسیده‌اند بلکه باید واقع‌بین بود و پذیرفت که روزنامه‌نگاری ایران دوران گذار بسیار سختی را طی می‌کند و سال‌هایی را پشت سر می‌گذارد که زمستان است و باید به رسیدن بهار آن امیدوار بود؛ به قول توران میرهادی، مادر آموزش نوین در ایران: «از دل غم‌های بزرگ باید کارهای بزرگ خلق شود».

اما در این بین تکلیف روزنامه‌نگاران و اهالی رسانه‌ای که تازه می‌خواهند وارد دنیای مطبوعات و رسانه‌ها

اگر روزی حکومتی «محرملی‌خان‌ها» را به عنوان «سانسورچی» به روزنامه‌ها می‌فرستاد، حالا این خود مدیران رسانه‌ای هستند که افرادی را استخدام می‌کنند تا با نگاه یک «سانسورچی» واژه‌ها را خط بزند و تغییر دهد و کلمه‌ها و جمله‌ها را پیش از اینکه زیر دستگاه چاپ بروند، «ممیزی» کند

شوند چیست؟ دانشجویانی که با هزار امید فعالیت رسانه‌ای را به عنوان مسیر آینده خود انتخاب کرده‌اند و چشمانشان برای حضور در تحریریه یک خبرگزاری، سایت خبری، روزنامه و... برق می‌زند. پاسخ به این سوال، پذیرش واقعیت‌هاست؛ اینکه باید بپذیرند در میانه طوفانی سخت و جانکاه وارد عرصه رسانه شده‌اند و باید به آن‌ها گفت که پا در مسیری پرپیچ و خم گذاشته‌اند و اگر حوصله سنگلاخ را ندارند و تصور ذهنی‌شان دشتی سرسبز و پر از گل است، بهتر اینکه از همین حالا به فکر راه جایگزین باشند و فعالیت‌های رسانه‌ای را رها کنند. ولی اگر یک دانشجوی روزنامه‌نگاری فکر می‌کند که «کرم روزنامه نگاری» به جانش افتاده و دوست دارد این مسیر پرپیچ و خم شود، باید از همین ابتدا با «راهنمای» گذر از این راه آشنا شود تا علاوه بر لذت بردن از آن، سلامت خود را نیز حفظ کند.

۱- روزنامه‌نویس شدن آسان و روزنامه‌نگارماندن سخت است: درست است که شما از زمان ورود به یک تحریریه (کوچک یا بزرگ) یا فعالیت در یک سایت، خبرگزاری و... به صورت متمرکز، عنوان اهالی رسانه می‌گیرید اما واقعیت این است که رفتارهای حرفه‌ای شما در طول ماه‌ها و سال‌هاست که شما را به یک روزنامه‌نگار حرفه‌ای و معتبر تبدیل می‌کند؛ پس مهم‌ترین نکته این

است که همیشه اخلاق حرفه‌ای (سلامت در نوشتار و رفتار) را رعایت کنید و از هرگونه حاشیه‌ای خود را دور نگهدارید و همیشه درست کارکردن، درست کارکردن و درست کارکردن را هدف اصلی خود قرار دهید. نکته مهم دیگر این است که به جای اینکه به فکر کسب شهرت شخصی در رسانه و شبکه‌های اجتماعی باشید، از هر فرصتی برای اینکه صدای مردم را انعکاس دهید و مطالباتشان را پیگیری کنید، بهره ببرید.

۲- جعبه ابزار آموزشی برای خود بسازید: هر فعال رسانه‌ای و روزنامه‌نگار در کنار رعایت اخلاق حرفه‌ای و خط قرمزها مثل نه‌گفتن به پول‌گرفتن از هر ساختار دولتی و خصوصی برای نوشتن یک مطلب، باید یادگیری حرفه‌ای کار رسانه‌ای را هم همیشه در اولویت خود قرار دهد. هیچ انتهایی برای آموزش در این شغل وجود ندارد و اتفاقاً بخش مهمی از یادگیری در این حرفه در طول زمان و با کسب تجربه‌های متفاوت به دست می‌آید. نکته مهمی که در این میان وجود دارد، یادگیری ابزارهای متنوع رسانه‌ای است؛ زمانی یک روزنامه‌نگار تنها با قلم خوب می‌توانست به صورت حرفه‌ای کار خود را انجام دهد اما حالا باید کارکردن با دوربین فیلم‌برداری و عکاسی و تا حدودی تدوین را هم بیاموزد تا بتواند در کنار تولید محتوای متنی، فیلم‌های خبری و پادکست هم تولید کند. علاوه بر این‌ها، یک فعال رسانه‌ای باید به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی هم اشراف داشته باشد؛ زیرا بخش مهمی از جریان رسانه‌ای در این فضا جاری است و میلیون‌ها مخاطب این شبکه‌ها را دنبال می‌کنند.

در کنار این‌ها تلاش کنید از آموزش‌های روزنامه‌نگاری مدرن و ویدیو ژورنال در نقاط دیگر جهان هم استفاده کنید، از دانشگاه معتبر جهانی در حوزه رسانه پذیرش تحصیلی بگیرید و تلاش کنید با آخرین روش‌های فعالیت‌های حرفه‌ای رسانه‌ای آشنا شوید و آن را با دیگر فعالان رسانه‌ای در ایران به اشتراک بگذارید؛ این یک واقعیت است که رسانه‌های ایران و آموزش روزنامه نگاری در ایران از روش‌های روز جهانی بسیار عقب

افتاده و اتفاقاً تحصیل روزنامه‌نگاران ایرانی در دانشگاه‌های معتبر جهانی می‌تواند به پیشرفت و به روز شدن فعالیت‌های رسانه‌ای در ایران کمک بسیاری کند.

۳- شما یک روزنامه‌نگار هستید نه فعال سیاسی: روزنامه‌نگاری شغل مطالبه‌گری است و یک فعال رسانه در واقع پل ارتباطی بین حاکمیت و مردم و مردم و حاکمیت است و منافع مردم و عموم را همیشه باید اولویت کاری خود قرار دهد. در این میانه شاهدیم بسیاری از کسانی که فعال مدنی و سیاسی هستند، برای شنیده‌شدن صدایشان و کسب شهرت وارد فعالیت‌های رسانه‌ای و روزنامه‌نگاری می‌شوند که اشتباهی بزرگ است و آسیب‌های بسیاری به این حرفه و البته در طولانی‌مدت خود آن‌ها وارد می‌کند. اگر چریک هستید، اگر دوست دارید فعالیت سیاسی داشته باشید و تصور می‌کنید که از راه روزنامه‌نگاری و فعالیت رسانه‌ای می‌توانید به اهداف خود برسید، باید بگویم که مسیری اشتباه را انتخاب کرده‌اید و بهتر است از همین حالا راه خود را تغییر دهید.

۴- روزنامه‌نگاری، شغلی با درآمد محدود: چه دوست داشته باشید و چه نداشته باشید، این یک واقعیت است که روزنامه‌نگاری به صورت کلی و عمومی شغلی نیست که از راه آن بتوان به درآمد کلان رسید و زندگی‌ای با سطح رفاه عالی داشت و در کشوری شبیه ما هم که با توقیف و تعطیلی رسانه‌ها روبه‌رو است و رسانه‌ها با چالش‌های اقتصادی شدید روبه‌رو هستند، این موضوع جدی‌تر است.

اگر به فکر شغل پردرآمدی هستید و در این بین روزنامه‌نگاری و فعالیت رسانه‌ای را انتخاب کرده‌اید، دوستانه پیشنهاد می‌دهم از همین حالا که جوان هستید و تازه می‌خواهید پا در این مسیر بگذارید، به فکر عوض کردن شغل‌تان باشید. البته روزنامه‌نگاری شغلی است که با وجود درآمدی در سطح متوسط به شما امکان این را می‌دهد که هرروز زندگی متفاوتی را پشت سر بگذارید و تجربه‌هایی را کسب کنید که در کمتر شغل دیگری شبیه آن را می‌توان پیدا کرد.

روزنامه‌نگاری در دنیای

«متاورس»

سارا اسلامی

روزنامه‌نگار



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،

روی تصویر کلیک کنید

یا آن را اسکن کنید



علیه تبعیض

روزنامه‌نگاری در برابر تبعیض‌های موجود چه می‌کند؟

تلاش برای جلوگیری از آموزش تاریخ کشورها و تبعیض‌های نژادی در مدارس، باعث ارتقای روزنامه‌نگاری در حوزه‌ی نژاد و نابرابری در سال ۲۰۲۲ خواهد شد. اگر زمینه‌ی تاریخی تبعیض نژادی در چک‌لیست هر خبری که روزنامه‌نگاران دنبال می‌کنند باشد، نحوه‌ی نوشتن ما در مورد کار، آموزش، بهداشت و سلامت، حمل و نقل، جرم و جنایت، فناوری و محیط زیست را تغییر خواهد داد. یک نقطه‌ی شروع برای نوشتن این اخبار این است که افراد بنویسند چطور بیان روایت‌های تاریخی برای نفع کسانی که از نبود آن‌ها سود می‌برند، منحرف شده است.



مت درینزو
سردبیر مرکز صداقت عمومی

زمانی که ما گزارشگرانی را استخدام می‌کنیم که به زبان‌های محلی صحبت می‌کنند و دیدگاه‌های متفاوت جوامعی را که پوشش می‌دهند، عمیقاً درک می‌کنند، مردم به اخباری که حالا برایشان ملموس‌تر است، بیش‌تر اعتماد می‌کنند. این رویکرد قدرتمند همان چیزی است که اغلب برای بازسازی اعتماد بین رسانه‌ها و جوامعی که آن‌ها را پوشش می‌دهند مورد نیاز است. در سال جدید این روش، روزنامه‌نگاری را ملموس‌تر، جذاب‌تر و تاثیرگذارتر خواهد کرد.



لکشمی پارتازاراتی
مدیر ارشد Global Press Journal

دریافته‌اند که دیگر صرف توانایی در یافتن سوژه و مهارت در نوشتن، برای موفقیت در این حرفه کافی نیست. در فضای اینترنت باید قواعد سئو را آموخته باشی و بتوانی کاری کنی که اثر تو در جست‌وجوهای کاربران، بالاتر از محتوای رقیب قرار گیرد. برخی رسانه‌ها نیز دریافته‌اند که باید تیم چابکی را برای انتشار سریع و موثر اخبار و گزارش‌های خود در شبکه‌های اجتماعی تشکیل دهند. با وجود این، هنوز هم برخی روزنامه‌نگاران در برابر پذیرش این تغییرات مقاومت می‌کنند. آن‌ها حتی تلاش رسانه‌ها را برای انعکاس بیشتر مطالب خود در فضای مجازی، نوعی وادادگی در برابر این فضا می‌دانند اما به نظر می‌رسد نه تنها زمان پذیرش تغییرات رسیده که از فرصت طلایی آن هم گذشته است. حالا در دنیا، به تاثیرات متاورس بر روزنامه‌نگاری و ارتباطات فکر می‌کنند اما ما در ایران همچنان درگیر تبیین اهمیت سئو و جذب کاربر برای رسانه‌ها هستیم.

اما بیایید تصور کنیم از این مرحله گذر کرده‌ایم و به پرسش‌های روز رسیده‌ایم. روزنامه‌نگاری برای بقا به چه ابزاری نیاز دارد؟ در دنیای آثار علمی - تخیلی، شخصیت‌ها معمولاً عینک‌ها و گجت‌های پیشرفته‌ای را برای کسب و جست‌وجوی اطلاعات گسترده در کسری از ثانیه، در اختیار دارند. از سوی دیگر در دنیای واقعی، برخی رسانه‌های نوشتاری به تولید محتواهای تعاملی یا مبتنی بر «واقعیت افزوده» روی آورده‌اند. حال این دو نکته را کنار هم در نظر بگیریم. آیا حرفه‌ای‌تر شدن در تولید چنین محتواهایی، با افزودن چاشنی تکنولوژی روز و سرعت بالا، می‌تواند کلید بقا در دنیای جدید باشد؟ شاید اگر ما هم در ایران مجالی داشتیم که به «روزنامه‌نگاری در متاورس» بیندیشیم، می‌توانستیم به این پرسش پاسخ بهتر و عمیق‌تری دهیم.

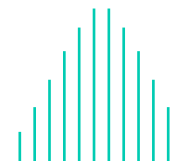
«وید واتس»، مانند هزاران نفر دیگر در دنیای «اواسیس»، در حال تلاشی مداوم برای حل تعدادی معماست. او برای دست‌یابی به جایزه‌ای کلان، باید در مبارزه برای یافتن کلیدهایی که در نقاط مختلفی پنهان شده، پیروز شود اما نکته اینجاست که «اواسیس» نه دنیای واقعی، که فضایی مجازی و سه‌بعدی برای بازیکنان یک بازی است. دنیایی که برای آن‌ها از هر واقعیتی روی زمین، حقیقی‌تر و ملموس‌تر به نظر می‌رسد. وید و هزاران نفر دیگر، هرروز هدست واقعیت مجازی خود را به چشم می‌زنند. پس از آن، غرق مبارزه در دنیای اواسیس می‌شوند.

آنچه خواندید، خلاصه‌ای از فیلم «بازیکن شماره ۱، آماده» اثر استیون اسپیلبرگ (۲۰۱۸) است. علاقه‌مندان به داستان‌ها و فیلم‌های علمی - تخیلی به چنین روایت‌هایی عادت دارند اما حال «متاورس»، تصاویر آشنای این ژانر ادبی و سینمایی را به سطح رسانه‌ها و زندگی مردم کشانده است. اخبار از خرید زمین، ساخت عبادتگاه و برگزاری عروسی در این دنیای مجازی می‌گویند و هر روز افراد بیشتری کنجکاو می‌شوند که بدانند متاورس چیست؟

هر روزنامه‌نگار یا خبرنگاری در کشوری توسعه‌یافته می‌تواند از خود بپرسد در روزگاری که انگار همه چیز به سمت واقعی شدن دنیای پساآخرالزمانی در آثار علمی، تخیلی می‌رود، رسانه‌ها چگونه می‌توانند دوام بیاورند؟ همین حالا هم جست‌وجو در گوگل به زبان انگلیسی، مقالاتی را با این مضمون نمایش می‌دهد اما این پرسش در شرایطی که ما درگیر نگرانی برای بقای اینترنت بین‌المللی هستیم، شاید بی‌معنا به نظر برسد.

امروز روزنامه‌ها و سایت‌های خبری در ایران، برای بقا تلاش می‌کنند. قوانین و مقررات نوشته و نانوشته بسیاری، دست و پای آن‌ها را بسته، کندی خودشان هم مزید علت شده است که در رقابت با شبکه‌های اجتماعی گاهی پیروز میدان نباشند.

امروز به ویژه بسیاری از خبرنگاران رسانه‌های آنلاین،



«روزنامه» را باد برده است نه «روزنامه‌نگاری» را

بهارک محمودی

عضو هیئت علمی گروه روزنامه‌نگاری دانشگاه علامه طباطبائی



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید

سخن از آینده روزنامه‌نگاری در ایران در فضایی انتزاعی و مجرد از کلیت فضای اجتماعی کشور، سخنی برباد هواست؛ چرا که بدون شک آینده روزنامه‌نگاری در ایران از آینده سایر شئون و پدیده‌های اجتماعی آن جدا نیست. در جهانی که دستیابی به همه چیز از طریق رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی نه فقط ممکن که سهل و آسان شده است، دکان روزنامه‌نگاری به شیوه‌ای مألوف نیز همچون دکان کسب و کارهای دیگر یا به تدریج از رونق می‌افتد و یا در تکاپوی تغییر برای حیات حداقلی خود دست و پا می‌زند.



مگر نه این است که کلاس درس دیگر مثل هیچ‌یک از آن کلاس‌های قدیم نیست؟ مگر نه این است که دیگر هر شکل از معلمی و آموزش از دبدبه و کبکبه دیروز خود افتاده و فیلم‌های آموزشی آنلاین و آفلاین و کلیپ‌های یوتیوبی به جای هر معلم و آموزگاری سخن می‌گویند؟ پا به پای تمام این تغییرات، همچنان که آموزگار از خصلت و اقتدار دیروز خود برخوردار نیست، روزنامه و روزنامه‌نویس هم به سختی می‌تواند برای خود سری میان سرهای «اخبار از همه چیز و همه جای» دوربین‌های همه‌جا حاضر به اصطلاح شهروند خبرنگاران در بیاورد.

ماجرای این قرار است که هرچند در گذشته، «خبر» همچون گوهری نایاب و ملکی خصوصی در اختیار سازمان‌های خبری و خبرنگاران‌شان بود اما حالا به مفهوم سنتی و سخت خود چنان در هوا پخش و از مالکیت خصوصی هر نویسنده و خبرنگاری رهیده که در واقع هرکسی می‌تواند بر این ملک ادعای مالکیت و حق آب و گل کند.

آری! آن ملک پدیری کاغذی که برای روزنامه‌نگاری سنتی اقتدار می‌خرید و گوش

شنوا، حالا با وجود همه‌جا حاضر شبکه‌های

اجتماعی و یک‌تازی فرهنگ تصویری،

بدجور از یال و کوپال افتاده و در پی راه

نجات است. راه نجاتی که بی‌شک

از پی پذیرش وضع موجود خواهد

گذشت. شاید که پذیرش

شکست، قدم

اول پیروزی و

حداقل امکان

ادامه حیات

در این عرصه

به شمار رود.

اما خبر خوش این است که سخن از شکست، نه ناظر به کلیت مفهوم روزنامه‌نگاری که ناظر به شیوه‌های کهن نوشتن و اطلاع‌رسانی است. حالا دیگر روزنامه‌نگار نه مثل روزگار گذشته مسئول اول و آخر ارائه تازه‌ترین اخبار و اطلاعات است که گویی در جهان فشرده در فناوری امروز، اخبار خودشان می‌رسند؛ فقط کافی است گوش تیز کنیم و چشم بدوزیم. حالا روزنامه‌نگار، مسئول ژرف‌نگری می‌شود و انتخاب سره از ناسره. اگر چندی پیش مسئله «سرعت» و عقب نماندن از جریان اخبار مهمترین عامل محرک روزنامه‌نگار بود، حالا «صحت» و «دقت» و «روایت» (آن هم روایت ناب) است که حرف نخست را خواهد زد؛ چرا که خوب می‌دانیم سرعت گردش اخبار در جهان امروز چنان با سرعت نور رقابت می‌کند که هیچ دفتر و سازمانی خبری به گرد پایش هم نمی‌رسد. پس باید مقام اول را واگذار کرد و با رضایت و دقت در پی کسب مقام‌های بعدی ماند.

بزرگان گفته‌اند و ما هم تکرار می‌کنیم که در سرزمین روزنامه‌نگاری

«خبر» مادر است، مادری وفادار که حتی وجود چنین

سرعتی در انتقال هم او را از ریشه درنیاورده و به این

سرزمین چفت کرده است. تا وقتی که سایه این

مادر بر سر این سرزمین باشد که خواهد

بود، روزنامه‌نگاری هم رخت خود

را از آن بر نخواهد بست؛ چرا که

خبر پابرجاست و بهانه این نظم.

فقط باید بپذیریم که این نظم

دچار تحول شده و اگر جای پایمان

را محکم نکنیم، این تحول همچون

طوفان ما را با خود خواهد

برد.

از این روست

که هرچند این

احتمال وجود دارد که چند صباحی دیگر، روزنامه‌ای

وجود نداشته باشد که خوانده شود اما از آنجایی که

«خبر» همچنان از اصول معرف روزمره‌مان خواهد

بود، روزنامه‌نگاری از میان نخواهد رفت. تنها ابزار و

شیوه‌های انتقال پیام است که دست خوش تغییر

می‌شود. پس چه بهتر که به جای زاری بر سنگ

قبر روزنامه‌نگاری سنتی و وحشت از جهان نوین،

به استقبال جهان جدیدی برویم که متکثر است و

اقتدارگریز.



آیا روزنامه‌نگاری فردایی هم دارد؟

روزنامه‌نگاری در عصر «سایبورگ‌ها»: از «هرم وارونه» تا «هرم DIKW»

محمد مهدی حاتمی
روزنامه‌نگار



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید



این پرسش را احتمالاً زیاد شنیده‌ایم: «آیا روزنامه‌نگاری مرده است؟» این یکی هم احتمالاً به پاسخ همین پرسش قبلی می‌رسد اما از وجهی دیگر: «روزنامه‌نگاری در آینده چه شکلی خواهد بود؟» برای کسی که روزنامه‌نگاری را به عنوان رشته دانشگاهی خود انتخاب کرده یا اینکه می‌خواهد فردا روزی روزنامه‌نگار بشود، نداشتن پاسخی برای این پرسش‌ها احتمالاً آزاردهنده خواهد بود.

برای این پرسش‌ها می‌توان پاسخ‌های زیادی هم پیدا کرد که هریک از زاویه دید خودشان موضوع را در نظر گرفته‌اند. با این همه، اصل مشکل همچنان سر جایش می‌ماند: در زمانه‌ای که هوش مصنوعی و «سایبورگ‌ها» ممکن است پزشکان و وکلای کار بیکار کنند، آیا روزنامه‌نگاران هم همین تقدیر را خواهند داشت؟ اجازه بدهید مستقیم به سراغ پاسخ نرویم و ابتدا کمی گشت وگذار کنیم.





خبرش را رسانه‌ای دیگر زودتر و بهتر کار کند، پیشاپیش مرده است. در زمانه‌ای که یک شهروند اوکراینی تصویری از جنگ شهری در خیابان‌های «کی‌یف» را زودتر از خبرنگار «سی‌ان‌ان» روی فضای مجازی می‌فرستد، کسی حاضر نخواهد بود بودجه‌ای به «سی‌ان‌ان» تخصیص بدهد تا خبرنگارش با هواپیما از آمریکا به اوکراین برود، در هتل بماند و اخبار را پوشش بدهد. اما در عصر «شهروند خبرنگاران»، واقعا چه بر سر رسانه‌ها خواهد آمد؟ وجه تمایزی که سعی کردم در بالا به آن اشاره کنم، شاید راه‌حل را هم در بطن خودش داشته باشد. من و شمای روزنامه‌نگار، نباید با «داده» خام سر و کار داشته باشیم، چون داده در جهان نه فقط کم نیست، که اضافی هم هست و شهروندی که به دنبال خبر باشد، چند ثانیه با کانال بعدی خبری یا صفحه بعدی اینستاگرامی فاصله دارد و الزامی ندارد که مثل دهه‌های گذشته به دکه روزنامه‌فروشی برود تا روزنامه‌ای را بخرد که خبری اختصاصی از اوکراین مخابره کرده است. به بیان «هرم DIKW» روزنامه‌نگاری امروز، از سطح «اطلاعات» به بالا شروع می‌شود.

■ کارخانه «کریستیانو رونالدو» سازی!

ماجرای هم می‌تواند این باشد: رسیدن از «داده» خام به «خرد»، زمان‌بر و دشوار است اما «خرد» قطعا ارزشمندتر از «داده» خام است.

■ من و شما روزنامه‌نگار هستیم و دست‌کم با «اطلاعات» سروکار داریم

اما همه این مقدمه طولانی برای این بود که به اینجا برسیم که شمای روزنامه‌نگار، نباید در سطح «داده» باقی بمانید و باید در این هرم رو به بالا حرکت کنید. «داده» امروز در دسترس همه هست و راستش را بخواهید، اضافی هم هست.

در همین موضوع «بحران اوکراین»، کسانی که مثل من صفحات متعدد رسانه‌های جهان (از «بی‌بی‌سی» گرفته تا «راشاتودی» و «الجزیره») را در فضای مجازی دنبال می‌کنند، می‌دانند که در بسیاری از موارد، خبرها و تصاویر در این صفحات یکسان و مشابه هستند. بنابراین، این پرسش به میان می‌آید که چرا باید همان چیزی را که در صفحه اینستاگرامی «الف» دیده‌ایم، دوباره در صفحه اینستاگرامی «ب» هم ببینیم؟

آنچه در مورد «مرگ رسانه» یا «مرگ روزنامه‌نگاری» می‌گویند، دقیقا از همین جا ناشی می‌شود. رسانه‌ای که

اختیارمان هست که به جای «کمیابی داده»، با «وفور داده» مواجه هستیم و بنابراین، به جای حفظ‌کردن «داده‌ها» در حافظه، بهتر است یاد بگیریم چطور آن‌ها را پالایش، دسته‌بندی و تحلیل کنیم.

■ «هرم داده»: غربال‌گر بزرگ

«هرم داده» (که فرنگی‌های انگلیسی‌زبان به آن DIKW Pyramid هم می‌گویند)، بخش دیگری از منظوم را روشن می‌کند. این هرم، چیزهایی را که می‌دانیم (یا می‌توانیم بدانیم)، به چهار بخش کلی تقسیم می‌کند و هر بخش در زبان انگلیسی، قسمتی از همین «سرواژه» غیرقابل تلفظ DIKW را تشکیل می‌دهد.

D نماینده Data (به معنی «داده») است؛ I نماینده Information (به معنی «اطلاعات» است)؛ K نماینده Knowledge (به معنی «دانش») است و W نماینده Wisdom (به معنی «خرد» یا «حکمت») است. منظور به صورت ساده این است: «اطلاعات» سطحی بالاتر از «داده» هستند و به همین ترتیب، «دانش» و سپس «خرد» از راه می‌رسند.

«داده» در واقع خام خام است، مثل مومی که در دست دارید و می‌خواهید آن را به شکل خاصی در بیاورید اما با خود «اطلاعات» هم شاید نشود کار زیادی کرد. «اطلاعات» مثل کتاب‌هایی در کتابخانه هستند که بالاخره کسی باید سراغ‌شان برود و آن‌ها را بخواند. اگر چنین کسی پیدا بشود، «اطلاعات» به «دانش» بدل می‌شوند اما «دانش» هم «ممکن است» به سطحی بالاتر ارتقا پیدا کند و تبدیل به «خرد» بشود «خرد» را آن موجود فرزانه‌ای در اختیار خواهد داشت که همه چیز را می‌داند!

اینجا می‌توانیم دو موضوع مورد اشاره در بالا را به هم پیوند بدهیم. «داده» خام مانند همان فرمول اتحاد ریاضی است که در دوران مدرسه حفظ کرده‌ایم و حالا فراموشش کرده‌ایم؛ «اطلاعات»، آن بخش‌هایی است که از ریاضی می‌دانیم و در سطحی بالاتر از «داده» خام قرار دارند، مثلاً اینکه مساحت مستطیل را چطور باید حساب کنیم و همین‌طور الی آخر. خلاصه اخلاقی

■ از «یووال نوح هراری» تا «حفظ‌کردن اتحادهای ریاضی»

اگر تا به حال در زندگی‌تان شعر، فرمول اتحادهای ریاضی یا حتی «فهرست عناصر جدول تناوبی» را حفظ کرده باشید، بعید است از خودتان نپرسیده باشید که این کارها واقعا چه فایده‌ای دارند؟ واقعیت این است که اگر زمانی هم فایده‌ای برای حفظ‌کردن چیزها وجود داشت، این کار دیگر فایده‌ای ندارد (شاید پدرها یا پدربزرگ‌هایی را هم به یاد بیاورید که با فخر می‌گفتند و می‌گویند که شماره تلفن‌های زیادی را از حفظ هستند!).

«یووال نوح هراری»، نویسنده کتاب مشهور «انسان خردمند» (که از قضا در مطبوعات هم قلم می‌زند)، در جایی نوشته بود نظام آموزشی حفظیات‌محور، چیزی مربوط به گذشته است و دیگر جایی در جهان امروز و فردا نخواهد داشت.

تاریخ‌دان مشهور نوشته بود حفظ‌کردن چیزها، مربوط به زمانی بوده که «داده‌ها» (Data) در جهان کمیاب بودند و برای همین باید آن‌ها را حفظ می‌کردی تا در دسترس باشی؛ اگر فلان اتحاد ریاضی را از حفظ نمی‌داشتی و فراموشش می‌کردی، باید کتاب ریاضی را باز می‌کردی، به فصل و صفحه مربوطه می‌رفتی و فرمول اتحاد را دوباره می‌خواندی.

اگر ریاضی‌تان خوب نباشد، امروز هم همین کار را می‌کنید؛ با این تفاوت که معمولا همه‌جا به اینترنت، رایانه یا گوشی تلفن همراه دسترسی دارید و حتی ممکن است از «سیری»، «دستیار هوشمند اپل»، بخواهید که فرمول را برایتان پیدا کند. در واقع، امروز نیازی به این ندارید که چیزهای زیادی را در حافظه‌تان ثبت کنید. راه و روش «یادگیری» یا راه و روش «دانستن» تغییر کرده و به جای انباشت داده‌هایی که ممکن است روزی به کارمان بیایند، باید ببینیم اساسا با انبوه داده‌ها چه کار می‌خواهیم بکنیم.

اگر بخواهم حرف «هراری» را به زبان خودم ترجمه کنم، حاصلش چنین چیزی می‌شود: امروز آن قدر «داده» در

مسدودسازی اینترنت و آینده روزنامه‌نگاری

صیانت = خیانت



گفت‌وگو:

طاهره نمرودی



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید

طرح صیانت، محتوایش هرچه که باشد، کابوسی است که گریبان‌گیرمان شده است. فکر اینکه هر لحظه ممکن است از جهانیان جدا شویم و به دنبال آن، هزاران مشکل جدید به مجموعه مشکلات مان اضافه شود، لحظه‌ای رهایمان نمی‌کند. با وجود نیاز اکثریت قریب به اتفاق عرصه‌های زندگی امروزی به اینترنت آزاد، وابستگی حوزه ارتباطات و روزنامه‌نگاری به آن از جنس دیگری است. اینجا دیگر پای هیچ منفعت شخصی در میان نیست و منافع کل جامعه در خطر خواهد بود. برای فهم بهتر چرایی طرح صیانت و اثرات آن بر آینده روزنامه‌نگاری به گفت‌وگو با مرضیه ادهم، پژوهشگر حوزه سیاست‌گذاری فضای مجازی، پرداخته‌ایم. این گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانید.

پیدا کند اما نه اینکه چیزی از بقیه حوزه‌ها نداند. روزنامه‌نگار اقتصادی، حتما باید چیزهایی از اقتصاد (در حد یک کارشناس اقتصادی) بداند اما اگر از سیاست چیزی نداند، اقتصاد را هم درک نخواهد کرد. مثلاً این پرسش را در نظر بگیرید: «چرا دولت و مجلس اصولگرا تصمیم به افزایش پایه مالیاتی کشور گرفتند، در حالی که این کار را دولت روحانی و «مجلس امید» هم می‌توانستند بکنند؟» پاسخ واضح است: دلایل سیاسی در کار بوده‌اند.

سوم، روزنامه‌نگار باید کار با «داده» را یاد بگیرد و منظور از «داده»، در اینجا دقیقاً عدد و رقم است. اگر از «روزنامه‌نگاری داده‌محور» (Data Journalism) چیزی شنیده باشید، احتمالاً این را شنیده‌اید که دست‌کم بخشی از آینده روزنامه‌نگاری در این حوزه رقم می‌خورد. من و شمای روزنامه‌نگار، باید بتوانیم با داده‌های عددی سروکله بزنیم، چرا که این داده‌ها بخشی از واقعیت را به صورت فشرده در خود دارند که اگر آزادشان کنیم، به مخاطب «اطلاعات» و حتی «دانش» می‌دهند.

مثلاً شاخص «سرانه تولید نفت» (Oil Production Per Capita) نشان می‌دهد که اقتصاد «ایران» به مراتب کمتر از اقتصاد کشورهایی مانند «کویت»، «روسیه»، «آمریکا»، «نروژ» و حتی «آنگولا» نفتی محسوب می‌شود. این، یک «اطلاعات» حیرت‌انگیز است که می‌تواند خیلی چیزها را در مورد سیاست و اقتصاد ایران هویدا کند؛ مثلاً اینکه اگر در زمان پهلوی دوم ایران یک اقتصاد نفتی بود و در زمان ریاست جمهوری محمود احمدی‌نژاد هم همین‌طور، اکنون ورق برگشته و اقتصاد ایران در واقع با نفت اداره نمی‌شود.

چهارم و آخر اینکه اصول وجود ندارند؛ اصول خود شما هستید. «هرم وارونه» برای خبرنگاری، می‌تواند مهم باشد و می‌تواند مهم هم نباشد. بزرگ‌ترین تغییرات در هر حوزه‌ای را معمولاً آن‌هایی رقم می‌زنند که اصول و باورهای پذیرفته شده را می‌شکنند و به شکلی در می‌آورند که خودشان می‌خواهند. بنابراین، باز هم با فروتنی تمام، لطفاً شجاع باشید و اصول را بشکنید!

در جهان امروز، دانشگاه‌ها و موسسات رسانه‌ای قاعدتاً باید روزنامه‌نگار و خبرنگار را برای پردازش «داده» تربیت کنند تا دست‌کم «اطلاعات» به دست بیاید و در حالت خوش‌بینانه، این «اطلاعات» در ذهن مخاطب به «دانش» تبدیل شود اما این کار تقریباً ناممکن است؛ چه به این دلیل که دانشگاه‌ها چیزهای کمی برای یاد دادن به دانشجویان دارند و چه به این دلیل که مثلاً نمی‌شود موسسه تربیت «کریستیانو رونالدو» درست کرد و انتظار داشت سالی چند «کریستیانو رونالدو» از آن بیرون بیاید.

«کریستیانو رونالدو» احتمالاً حاصل برخورد چند خوش‌اقبالی بزرگ در آن واحد به یکدیگر است: فیزیکی بدنی مناسب، انگیزه بسیار بالا، گذشته و تاریخچه‌ای شخصی که به فوتبال ختم شده و شانس بازی کردن در تیم‌های خوب و دیده شدن توسط دیگران. روزنامه‌نگار و خبرنگار خوب هم احتمالاً به همین ترتیب شکل می‌گیرد.

■ خب، حالا چه کار باید بکنیم؟!

با فروتنی تمام، چند راه‌حل برای خودم و شمای خواننده به ذهنم می‌رسد. نخست اینکه روزنامه‌نگار باید بسیار بخواند، بسیار ببیند و بسیار بشنود تا بتواند از شرِ انبوه «داده» خام خلاص شود و این داده‌ها را به اندازه‌ای فشرده‌سازی و خلاصه کند که به «اطلاعات» ختم شود. در همین مثال اوکراین، به جای اینکه بپرسیم «آخرین ضدحمله آمریکا و اروپا علیه روسیه چه بود؟»، می‌توانیم بپرسیم «چه شد که روسیه تصمیم گرفت در قرن بیست و یکم، به سبک «ناپلئون» و «هیتلر» در اروپا جنگ راه بیندازد؟» در واقع، «ولادیمیر پوتین» باید آن قدر انگیزه داشته باشد که تحریم‌های احتمالی کم‌سابقه را به جان بخرد و در این زمانه به یک کشور خارجی حمله نظامی کند. باور کنید که مخاطب هم معمولاً این پرسش دوم را به پرسش اول ترجیح می‌دهد؛ چرا که پاسخ به پرسش اول را با بالا و پایین کردن اینستاگرام پیدا خواهد کرد.

دوم، روزنامه‌نگار باید در حوزه‌ای خاص تخصص

۷۰ درصد شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های خارجی در ایران فیلتر هستند. موارد اندکی مسدود نیستند؛ پس همین الان هم به تمامی پلتفرم‌ها دسترسی آزاد نداریم و این طرح به جای اینکه تشویق کند پلتفرم‌های دیگر رفع مسدودیت شوند، بازار رقابت گسترده شود و فرد حق انتخاب داشته باشد، می‌گوید که من برای همین چند پلتفرم باز هم می‌خواهم شرط و شروط بگذارم

این اصلا شدنی نیست و برای هیچ پلتفرم جهانی این صرفه اقتصادی وجود ندارد که چنین کاری را انجام دهد. مخصوصا اینکه با یک قانون نوشته شده هم مواجه نیست؛ یعنی هر آن ممکن است من بخشنامه‌ای بدهم و پلتفرم مجبور شود بیاید و تغییراتی را ایجاد کند. نمونه خیلی ساده آن زمانی است که تلگرام تصمیم گرفت وارد ایران شود و آن قدر قوانین را برایش سخت کردند که رفت. باز هم این توهم را در سیاست‌گذارها داریم که تلگرام به ما وابسته است و اگر ما ببندیم بدبخت می‌شود و شرایط ما را قبول می‌کند که اینطور نشد. الان ما پنج درصد کاربران فعال و تاثیرگذار در تلگرام را تشکیل می‌دهیم.

بنابراین در شبکه‌های اجتماعی هم همین اتفاق می‌افتد. ادامه این اتفاق این می‌شود که موانع دیگری در این طرح مطرح می‌شود که اگر قبول نکردی که دفتر نمایندگی داشته باشی، من پهنای باند تو را کم و گران می‌کنم به حدی که کاربر دیگر نخواهد از تو استفاده کند و این خودش کم‌کم به مسدودیت می‌رسد. یعنی شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی مسدود می‌شود.

■ اگر طرح صیانت باعث ایمن‌سازی نمی‌شود، چه روش‌های دیگری برای مقابله با اخبار جعلی

روزنامه‌نگاری از جریان فناوری عقب می‌ماند و تاثیر بسیار بزرگی در فرمت، تولید محتوا و روند روزنامه‌نگاری گذاشته می‌شود.

■ برخی از موافقان طرح چنین استدلال می‌کنند که با این طرح، فضای مجازی کنترل خواهد شد، فیک‌نیوزها از بین می‌روند و با ایمن‌سازی فضای مجازی، روزنامه‌نگاری رسمی تقویت خواهد شد. شما تحقق این موارد را چقدر ممکن می‌دانید؟

در این طرح ادعاهایی مطرح می‌شود؛ یعنی دلیل این قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری دلایل خوبی است و کسی با آن مشکلی ندارد. مثلا همین که ادعا می‌کنند می‌خواهیم جلوی فیک‌نیوز را بگیریم یا مثلا می‌خواهیم کودکان به محتوای مناسب دسترسی داشته باشند یا جلوی کلاهبرداری مالی گرفته شود؛ چنین مواردی آسیب‌هایی است که همه در فضای مجازی شناسایی کرده‌اند ولی باید دید آیا واقعا این طرح این کار را انجام می‌دهد و فضایی را ایمن‌سازی می‌کند یا آن فضا را کامل می‌بندد؟

پیشنهاد طرح صیانت این است که پلتفرم خارجی باید در داخل کشور نمایندگی بگیرد. این را هم گوشه ذهن‌تان داشته باشید که ۷۰ درصد شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های خارجی در ایران فیلتر هستند. موارد اندکی مسدود نیستند؛ مثلا اینستاگرام جزو استثناهاست. پس همین الان هم به تمامی پلتفرم‌ها دسترسی آزاد نداریم و این طرح به جای اینکه تشویق کند پلتفرم‌های دیگر رفع مسدودیت شوند، بازار رقابت گسترده شود و فرد حق انتخاب داشته باشد، می‌گوید که من برای همین چند پلتفرم باز مثل اینستاگرام هم می‌خواهم شرط و شروط بگذارم. باید بیاید اینجا دفتر باز کند، نمایندگی معرفی کند و نه تنها قوانین اولیه را بپذیرد بلکه باید به بخشنامه‌هایی هم که وقت و بی‌وقت کمیسیون‌ها در این طرح تعریف شده، می‌دهد نیز توجه کند که شامل پاک‌کردن یا برداشتن محتوا یا دسترسی به داده‌ها است.



پیوست آنلاین و الکترونیکی دارند یا بخش زیادی از بودجه و اتاق فکرشان را به بخش شبکه‌های اجتماعی اختصاص داده‌اند و در آن بخش کار می‌کنند. بسیاری از خبرگزاری‌های مهم، صفحه توییتری و اینستاگرامی دارند یا در یوتیوب مطلب بارگذاری می‌کنند و این احساس نیاز را کرده‌اند که باید فعالیت‌شان را در فضای مجازی هم ادامه دهند.

در طرح صیانت اما دیگر به این شکل نیست که بگوییم اگر تلگرام فیلتر شد، از نرم‌افزار دیگری استفاده می‌کنم یا مثلا از فیلترشکن استفاده می‌کنم. اتفاقی که طرح صیانت برای فضای مجازی رقم می‌زند، یک مسدودیت بزرگ است که با فیلترشکن هم قابل دور زدن نیست. در دنیای فناوری سرعت تغییرات بالاست و هرچند سال یک‌بار تغییری رخ می‌دهد و پلتفرمی کاملا از رده خارج می‌شود و پلتفرمی دیگر برطرفدار می‌شود. وقتی طرح صیانت تصویب شود،

■ در یک چشم‌انداز کلی فکر می‌کنید تصویب طرح صیانت چه تاثیری بر آینده روزنامه‌نگاری خواهد داشت؟

سوال بسیار خوبی است. فکر می‌کنم همه ما در زیست‌خبر و روزنامه‌نگاری مان تغییراتی را که به واسطه جامعه پلتفرمی شده و شبکه‌ای شده رخ داده، دیده‌ایم؛ مثل اینکه عکسی از فردی مبتدی می‌تواند برد خبری داشته باشد، استفاده از هشتگ‌ها باعث به وجود آمدن موج‌ها و ترندهایی می‌شود و حتی ری‌اکشن‌های سیاسی مثل بستن صفحه ترامپ در توییتر به عنوان یک شبکه اجتماعی گسترده‌ای فراتر از شبکه‌های تلویزیونی را در بر می‌گیرد.

ما خیلی وقت است که می‌دانیم فرم اطلاع‌رسانی و خبر تغییر کرده است و باید خودمان را با فرمت آنلاین و شبکه‌های اجتماعی وفق دهیم. بسیاری از روزنامه‌های معتبر چاپ کاغذی‌شان را متوقف کرده‌اند؛ اکثرا یک

و آسیب‌های فضای مجازی وجود دارد؟

وقتی فضایی بسته می‌شود دیگر لفظ ایمن‌سازی را نمی‌توان برایش استفاده کرد. دیگر چیزی وجود ندارد که بخواهد ایمن شود. راه حل مقابله با فیک‌نیوزها تولید محتوای سالم و داشتن مراجع بی طرف است که بی طرفی‌شان را اثبات کرده باشند؛ مرتب فیک‌نیوزها را پیدا کنند و فکت‌هایش را بگذارند و درست و غلط بودن اطلاعات را همراه با توضیح منتشر کنند. دقیقا در جنگ اوکراین و روسیه سازمان‌های بین‌المللی یک منبع فیک‌نیوز راه‌اندازی کرده‌اند و اخبار دو طرف را بررسی می‌کنند. مثلا اعلام می‌کند فلان فیلم برای الان نیست و برای سال ۲۰۱۹ است و به این ترتیب آرام‌آرام اعتباری بین مردم و بین مخاطب پیدا می‌کند و مردم به آن مراجعه می‌کنند و اخبار را چک می‌کنند.

تنها راه‌های مقابله با فیک‌نیوز یکی این است و یکی هم اینکه من ابزار سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی را به مخاطب آموزش دهم و او خودش شروع به تحلیل و تحقیق کند. هیچ راه سلبی مثل بستن دروازه‌ها نمی‌تواند فرد را در برابر فیک‌نیوز مقاوم و ایمن کند؛ چون همیشه این خطر وجود دارد که بالاخره از ماهواره یا رادیو فیک‌نیوز بیاید.

این که گفته می‌شود روزنامه‌نگاری رسمی تقویت می‌شود به نظر می‌آید تعریف‌شان از روزنامه‌نگاری مشکل دارد و نمی‌دانند در حال حاضر پیوند عمیقی بین روزنامه‌نگاری و فضای آنلاین رخ داده و اصلا برای اینکه مخاطب من را ببیند مجبورم در فضای آنلاین فعالیت داشته باشم و راهی به غیر این نیست. توجه داشته باشید تنوع صدا بسته می‌شود و به نظر می‌آید تنها یک صدای رسمی به وجود می‌آید که همه همان خبر را تایید کنند و این اسمش تقویت روزنامه‌نگاری رسمی نیست بلکه تقویت تک‌صدایی بودن است و به نظر نمی‌آید شرایط خوبی پیش بیاید.

■ با توجه به محدودیت‌های احتمالی طرح صیانت برای دسترسی به اخبار رسانه‌های خارج از کشور، فکر می‌کنید رسانه‌های جایگزین مثل

ماهواره چقدر می‌توانند خلا به وجود آمده را پر کنند؟

بستگی دارد به اینکه طرح چقدر موفق اجرا شود. در این طرح، بندی داریم که می‌گوید باید همه وی‌پی‌ان‌ها شناسایی شوند و از کار انداخته شوند؛ همان‌طور که گفتم برای ثبت نام پلتفرم‌های خارجی هم شرایطی وضع شده است. اگر این قانون ۱۰۰ درصد اجرا شود ما دیگر Black List نداریم بلکه White List داریم. الآن مثلا یوتیوب و توئیتر جزو Black List هستند و فیلتر می‌شوند ولی فرد می‌تواند به بقیه موارد دسترسی داشته باشد و گاهی با وی‌پی‌ان هم دور بزند ولی White List یعنی اینکه من کلا اینترنت را می‌بندم و به عنوان تنظیم‌کننده خط داده مشخص می‌کنم چه چیزهایی در دسترسی داشته باشی.

در این حالت منابع خبری از دست می‌روند و مسلما بازگشت به سمت ماهواره را خواهیم داشت؛ چون میل مخاطب برای شنیدن صداهای متنوع و مخالف جایی نمی‌رود بلکه سرجای خود است و اگر در رسانه‌های داخلی اقناع نشود، که اقناع هم نمی‌شود، پس دنبال منبع دیگری می‌گردد. فضای مجازی نباشد شروع به استفاده از ماهواره، رادیوهای بین‌المللی و خارجی می‌کند. سپس راه‌های خلاقانه دیگری مثل استفاده از ایمیل برای برقراری ارتباط با دوستان خارج از کشور، گرفتن اخبار و دنبال کردن سرفصل‌ها را جایگزین می‌کند.

تاکید می‌کنم بستگی به اجرای موفق این طرح دارد که اگر ۱۰۰ درصد اجرا شود به نظرم اتفاقات خیلی بدی می‌افتد؛ یعنی واقعا دنده عقبی به شرایط بسیار عجیب و غریبی خواهیم داشت. اگر اینترنت را طبقه بندی کنند و تعیین کنند که افرادی مثل دانشجویان و خبرنگاران با وی‌پی‌ان‌های خاص حق دسترسی داشته باشند و بقیه دسترسی نداشته باشند، دوباره رانت و فساد ایجاد می‌شود و حتی ممکن است راه‌های قاچاق انتقال داده نیز ایجاد شود. نمی‌دانم واقعا چه اتفاقی می‌افتد ولی ۱۰۰ درصد این خلا دسترسی به اطلاعات دیگر با

تلویزیون و رسانه داخلی پر نمی‌شود چون اگر قرار بود پر شود، الآن پر می‌شد.

■ با توجه به سابقه تاریخی وابستگی مستقیم و غیرمستقیم مطبوعات به حاکمیت، این طرح چه تغییری در این وابستگی ایجاد می‌کند؟

توجه کنید که برخی از خبرنگاران و نویسندگان مطبوعات به واسطه شبکه‌های اجتماعی اعتبار پیدا کردند؛ یعنی در توئیتر و در اینستاگرام خبرنگارانی حضور دارند که صفحه‌شان به یک رسانه تبدیل شده است و ادامه صحبت‌ها و حرف‌هایی را که نمی‌توانند در مطبوعات بزنند در صفحه خودشان توضیح می‌دهند و اعتبار اجتماعی دارند. دیگران هم با توجه به اینکه آن فرد روزنامه‌نگار یا خبرنگار است، صفحه‌اش را طور دیگری دنبال می‌کنند. با اجرای طرح صیانت این دنباله از دست می‌رود و روزنامه‌نگار اعتبار اجتماعی‌اش را از دست می‌دهد.

بنابراین مسلم است که اگر آن قسمت را از دست بدهیم، وابستگی به حاکمیت بیشتر می‌شود؛ به این معنی که نظارت حاکمیت بیشتر می‌شود و تک‌صدایی بودن ترویج پیدا می‌کند. به نظر می‌آید شاید گاهی شرایط جامعه به سمتی رود که تحمل تنوع، چند صدایی و تکثر فرهنگی وجود ندارد و انگار این طرح می‌گوید که من دنبال این هستم که فقط یک صدا و خبر رسمی وجود داشته باشد؛ یک تحلیل و حرف رسمی باشد و تضارب آرا اتفاق نیفتد. پس این وابستگی، خیلی حالت قیم‌مآبانه و نظارتی پیدا می‌کند و حتی شاید دیگر آن شجاعتی که در پیگیری فساد اقتصادی یا امر اجتماعی وجود داشت به راحتی الآن نباشد؛ چون روزنامه‌نگار بازخورد مستقیم و حمایتی را که در فضای مجازی با مخاطب داشت، از دست می‌دهد.

■ یکی از پدیده‌های چشمگیر تاریخ روزنامه‌نگاری که با ظهور شبکه‌های اجتماعی شکل گرفت، شهروند خبرنگاری است. تهدیدی که طرح صیانت برای شبکه‌های اجتماعی ایجاد می‌کند، چه بر سر شهروند خبرنگاری می‌آورد؟

انگار این طرح می‌گوید که من دنبال این هستم که فقط یک صدا و خبر رسمی وجود داشته باشد؛ یک تحلیل و حرف رسمی باشد و تضارب آرا اتفاق نیفتد. پس این وابستگی، خیلی حالت قیم‌مآبانه و نظارتی پیدا می‌کند و حتی شاید دیگر آن شجاعتی که در پیگیری فساد اقتصادی یا امر اجتماعی وجود داشت به راحتی الآن نباشد

همانطور که توضیح دادم اساسا فرمت روزنامه‌نگاری و پیوندی که بین حیات روزنامه‌های کاغذی و پیوست‌های مجازی خورده است، تغییر می‌کند. در نتیجه تمام اصطلاحات و اتفاقاتی که در این مدت شکل گرفته مثل شهروند خبرنگار هم دچار تغییر می‌شود.

آیا همانطور که مردم ایران با این کار تنها از اخبار بین‌المللی مطلع می‌شوند که از دروازه‌بانی خبرنگاران داخلی گذشته باشد، می‌توان پیش‌بینی کرد که آگاهی جهان نیز از وقایع و اخبار داخلی ایران کمتر شود؟ در مجموع یک دیوارکشی رخ می‌دهد؛ نه ما از دنیای بیرون مطلع خواهیم شد و نه دیگران از احوالات ما مطلع خواهند شد. درست است که شبکه‌های اجتماعی هم مهندسی خبر می‌شوند و قدرت‌هایی پشت‌شان دارند و الآن هم بی طرف نیستند ولی یکی از ویژگی‌های جامعه شبکه‌ای و جامعه پلتفرمی شکل شنیدن روایت‌های مختلف و شنیدن صدای اقلیت‌ها و در حاشیه‌هاست.

ایران به هر حال به عنوان کشوری که تحریم است بارها توانسته با هشتگ و درخواست کمک، صدایی علیه این تحریم‌های ضدانسانی را به جهانیان برساند. می‌توان از این قابلیت استفاده‌ای به نفع سیاست‌های

ایران کرد و از این قدرت مردمی استفاده کرد اما وقتی که دیوار کشیده می‌شود، دیگر هیچ ارتباطی وجود ندارد و ذات فضای مجازی هم این است که وقتی نباشی و تولید محتوا نکنی، فراموش می‌شوی. دیگر کسی یادش نمی‌آید که زمانی بودی.

دقیقا همین اتفاق در قراردادهای بین‌المللی هم می‌افتد. از نظر ژئوپولیتیک کشور مهمی در منطقه هستیم و از نظر مسیری برای انتقال انرژی بسیار مهم هستیم ولی وقتی دور خود دیوار بکشیم و مستمرا سال‌های سال درگیر تحریم و نبودن در فضای بین‌المللی باشیم، کم‌کم کشورهای دیگر یاد می‌گیرند که مشکلات و نیازهایشان را بدون در نظر گرفتن ایران برطرف کنند. یعنی آرام‌آرام از معادلات بین‌المللی حذف می‌شوی، صدا نداری و نیستی. این اتفاق دقیقا در قضیه اینترنت هم می‌افتد. کم‌کم صدای خودت را حذف می‌کنی و وجود نداری و قدرت رسانه‌ای را از دست می‌دهی.

مثلا در جنگ اوکراین و روسیه اگر اوکراین چنین سیاست‌هایی را ایجاد کرده بود و از قبل تمامی کانال‌های ارتباطی را بسته بود شاید در این لحظه صدایشان شنیده نمی‌شد؛ البته که تاثیر رسانه‌های جریان اصلی را هم نمی‌توان منکر شد ولی هر کدام از افرادی هم که در اوکراین هستند توانایی تولید محتوا دارند و ادبیات فضای مجازی بین‌المللی را می‌دانند و با آن کار می‌کنند. احساس می‌کنم به این دلیل که سیاست‌گذاری در این زمینه سخت و پویاست و نیاز به شفافیت دارد، ما کل صورت مسئله را حذف می‌کنیم.

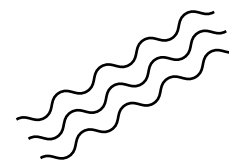
■ **ما قبلا هم چیزهایی مثل سانسور و فیلتر را داشته‌ایم؛ تفاوت اصلی طرح صیانت را با این موارد در چه می‌بینید؟**

محدودیت طرح صیانت از آزادی قلم و سانسور بدتر است؛ به این دلیل که قبلا با عنصری فیزیکی در ارتباط بودیم و می‌توانستیم مثلا چیزی را چاپ کنیم که مجوز نداشته باشد و بعد همان را در فضای مجازی منتشر کنیم. الآن بستر حذف می‌شود و فکر می‌کنم اتفاق بدتری می‌افتد.

اطلاع‌رسانی‌های بیشتری حذف می‌شود و واقعا محدودیتش در راستای از دست دادن آزادی است و جریان آزاد اطلاعات و بی‌طرفی شبکه از دست می‌رود؛ یعنی هر جا که صلاح بدانند، مثل شهری که شلوغ می‌شود و می‌خواهند اعتراض کنند، کلا اینترنت را می‌بندند که بارها هم این اتفاق افتاده و این دقیقا نقض حق بی‌طرفی شبکه است. حق گمنامی و پنهان کردن هویت از دست می‌رود و همه این‌ها در راستای همان محدود شدن آزادی است.

■ **تصویب این طرح چه تاثیری بر حضور خبرنگاران بین‌المللی و خبرگزاری‌های بین‌المللی در ایران خواهد داشت؟**

درباره خبرنگاران بین‌المللی و خبرگزاری‌های بین‌المللی هم توضیح دادم که این رابطه دوطرفه است. شما یک حیات بین‌المللی برای خودت ساخته‌ای و صدای خودت را می‌رسانی، خودت را در یک جمع تاثیرگذار نشان می‌دهی که حالا آن جمع هم فقط سیاسی نیست؛ مثلا در یک جمع علمی مثل گروه کدنویس‌ها و برنامه‌نویس‌ها، متخصص‌ها، گروه پزشکان بی‌مرز یا گروه خیریه‌ای کودکان کار عضو هستی که همه این لینک‌ها از دست می‌رود. یعنی اصلا حضورت و کمک‌هایی که می‌توانی بگیری تقریبا از دست می‌رود. به هر حال نیمی از شبکه اجتماعی بسیاری از ایرانیان، با افراد بیرون از ایران است و واقعا در این طرح تکلیف این قضیه مشخص نشده است که من روابط بین‌المللی‌ام را باید چکار کنم و آن‌ها را چگونه باید مدیریت کنم. من چرا نباید حق انتخاب داشته باشم که از کدام پلتفرم‌ها استفاده کنم؟



پله‌های دفتر روزنامه

فریبا خانی
روزنامه‌نگار



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید



۲۹ سال پیش من دانشجوی بودم؛ درست در نقطه‌ای که شما دوستان دانشجوییم ایستاده‌اید. بعد داشتم از پله‌های دانشکده‌ی ادبیات پایین می‌آمدم. دوستم پرسید: آرزویت چیست؟

با هیجان گفتم: می‌خواهم روزنامه‌نگار شوم. گزارش تهیه کنم. یادداشت و خبر بنویسم. این روزها در انتظار بازنشستگی هستم؛ به سختی پله‌های محل کارم را که یک روزنامه‌ی سراسری و بزرگ است، بالا می‌روم. کمی خسته، کمی ناامید... کمی پشیمان. اما روزگار روزنامه‌ها ۲۹ سال پیش چنین نبود. روزنامه‌ها شکوه و عظمت داشتند و مرجعیت خبر.

هنوز می‌توانستید در رسانه‌های کاغذی از مسئولان سؤال پرسید و مسئولان خود را ملزم می‌دانستند پاسخ بدهند. رسانه‌های الکترونیک و اینترنت فراگیر نبود... اما آیا دسترسی به اینترنت سبب شد از شکوه رسانه‌های کاغذی به ویژه روزنامه کاسته شود؟ پاسخ این سؤال هم بلی است هم خیر؛ چون استادان روزنامه‌نگاری می‌گویند کارکرد هریک از رسانه‌ها متفاوت است. رسانه‌های کاغذی و از جمله روزنامه‌ها کارکرد منحصر به فرد خود را دارند. هیچ رسانه‌ای نمی‌تواند صد درصد جایگزین دیگری شود. در دو سه سال اخیر کرونا هم کمر به نابودی روزنامه‌های کاغذی بست اما به کرونا ارتباطی ندارد، روند ضعف رسانه‌های کاغذی در ایران خیلی وقت پیش آغاز شده بود.

آن زمان که خواستند روزنامه‌ها جای احزاب را پرکنند و بلندگوی گروه‌های سیاسی شوند، بعد هرگروه که به قدرت رسید، سعی کرد که صدای رقبای سیاسی را با بستن روزنامه‌ها خاموش کند.

سانسور برای روزنامه‌ها از کرونا بدتر است. رسانه‌ها اگر بترسند که بپرسند، مخاطب رهایشان می‌کند. باید روزنامه آن اطمینان را در مخاطب ایجاد کند که می‌تواند حرف حساب بزند و افشاگری کند، که تحلیل درست و حسابی بدهد، اگر نه مخاطب جلوی دکه‌ی روزنامه‌فروشی نمی‌ایستد و روزنامه را نمی‌خرد. خاصیت روزنامه این است؛ سرنوشتش به تصمیم روزانه‌ی مخاطب بستگی دارد که آن را آن روز بخرد یا نه؟

آن وقت اگر انتظارات مخاطب برآورده شد و او آن را خرید و مناسب آگهی دیدش، از نظر اقتصادی روزنامه بی‌نیاز می‌شود. دیگر نیاز به کمک‌های دولتی نخواهد داشت... روزنامه مستقل دیگر به کسی باج نخواهد داد.

اما وقتی روزنامه دستانش بسته باشد، مخاطب تصمیم می‌گیرد بی‌آنکه پولی از جیبش دریاورد، خونسرد از کنار دکه بگذرد.

شاید بگویید چه اهمیت دارد، فضای مجازی که هست... فضای مجازی شتابزده اطلاعات می‌دهد. مانند بازار مکاره‌ای دارای همه نوع پیام‌هایی هست و از سیر تا پیاز در آن یافت می‌شود. معمولاً مخاطبان بدون تفکر انتقادی به اخباری اعتماد پیدا می‌کنند که فاقد اعتبار بوده و از این زاویه نه تنها به خود بلکه به دیگران آسیب وارد می‌کنند.

کاربران با خبرهایی که منبع معتبر ندارند، مدام مواجه می‌شوند. در دام اخبار جعلی می‌افتند. دنبال راستی‌آزمایی خبرها و صحت آن‌ها نیستند اما روزنامه‌ها و نشریات کاغذی با تامل بیشتری به اخبار می‌پردازند، تحلیل می‌دهند و از این سو کارشان ارزشمند است.

یک سؤال دیگر، کشوری مثل ژاپن هنوز آمار پر و پیمانی در تیراژ روزنامه‌ها دارد. مگر آن‌جا اینترنت و فضای مجازی رونق ندارد؟ در ایران طبق آماري که در سایت اقتصادنیوز دیدم، بررسی‌ها نشان می‌دهد که در سال ۹۹ تنها ۳.۸۶ درصد افراد جامعه فقط اخبار خود را از طریق روزنامه‌های چاپی مطلع می‌شوند.

به هر حال این روند برای نشریات کاغذی چشم‌انداز مثبتی را نشان نمی‌دهد.

باید اجازه‌داد رسانه‌ها گنگ نباشند و حرف بزنند. باید نیروهای خلاق و قدرتمند با شیوه‌های جذاب نوشتن و ستون‌های پرهیاهو به استقبال مخاطب بیایند و مخاطب را به خویش معتاد کنند؛ وگرنه این روند و این آمار

مرگ روزنامه را به ما خبر می‌دهند. یاد شعری از شیرکو بی‌کس افتادم:

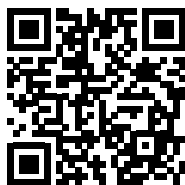
در سرزمین من روزنامه‌ها لال به دنیا می‌آیند / رادیو کر / و تلویزیون کور

ان‌شاءالله رسانه‌های ماکور و کر نباشند و صدای مردم را بشنوند و مردم نیز از آن‌ها حمایت کنند.

این روزها که سخت از پله‌های روزنامه‌ی محل کارم بالا می‌روم و یاد خاطرات جوانی‌ام می‌فتم که آرزویم بود روزی روزنامه‌نگار شوم...

روزنامه‌نگاری علیه محدودیت

مهدی محمدی
روزنامه‌نگار ورزشی



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید



روزنامه‌نگاری عصا قورت داده



عرفان حاجی‌پروانه
دانشجوی روزنامه‌نگاری

در روزنامه‌نگاری مدرن، مخاطبان کودکان بازیگوشی هستند که اگر برای آن‌ها قصه نگوئیم مثل ماهی از دست‌انمان لیز می‌خورند و سراغ قصه‌گوی دیگری را می‌گیرند. حالا که همه رسانه‌های جهان در پی تقویت قصه‌گویی هستند، رسانه‌ها در ایران نقش آن پدربزرگ عصا قورت داده‌ای را ایفا می‌کنند که غیر از داستان‌های تذکره‌الاولیا هیچ قصه دیگری بلد نیست یا دست‌کم انگیزه‌ای برای بهتر قصه‌گفتن ندارد.

چندی پیش یک رسانه محلی در ترکیه قصه مرد پنجاه ساله‌ای را روایت کرد که برای گشت‌وگذار و خوشگذرانی شبانه با جمعی از دوستانش از خانه بیرون رفته بود و پس از مصرف مشروبات الکلی پرسه‌زنان وارد یک جنگل شد و بازنگشت. دوستان «بیهان موتلو» که از ناپدیدشدنش نگران بودند، ماجرا را به مقام‌های محلی گزارش دادند و یک تیم جست‌وجو برای پیدا کردن او تشکیل شد. قسمت غریب ماجرا اما آنجا بود که پس از چند ساعت که تیم جست‌وجو با صدای بلند نام بیهان را فریاد می‌زد، ناگهان مردی از میان جمع فریاد زد: دنبال کی می‌گردید؟ من اینجا هستم. عجیب‌تر از آن، اینکه معلوم نیست اساساً بیهان کی و چگونه به تیم جست‌وجو خودش پیوست و اینکه چطور دوستانش متوجه نشدند که او تمام مدت بیخ گوش خودشان بوده و آن‌ها بی‌خبر نامش را فریاد می‌زده‌اند. احتمالاً اگر چنین اطلاعاتی پیش از انتشار به تحریریه‌های فارسی‌زبان در ایران می‌رسید، دبیرهای تحریریه به علت «نداشتن ارزش خبری» پرداختن به آن را بی‌اهمیت می‌دانستند؛ این در حالی است که کافی‌ست نام «بیهان موتلو» را به انگلیسی سرچ کنید تا متوجه اهمیت این خبر برای رسانه‌های جهان شوید.

به نظر می‌رسد که معنا و مفهوم «ارزش خبری» در روزنامه‌نگاری جدید تغییر کرده و رسانه‌ها علاقه‌مند به روایت واقعیاتی هستند که سرشار از تخیل، جذابیت و سرگرمی است؛

روزنامه‌نگاریم. بین این دو واژه فرق زیادی است. پیشنهاد می‌کنم برای پیدا کردن تفاوت‌هایش تحقیق کنید. شاید شما خبرنگار خوبی باشید اما برای تبدیل شدن به یک روزنامه‌نگار خوب راه زیادی دارید.

این روزها اتفاقاتی در حال رخ دادن است که همه مردم را نگران کرده و ما اهل رسانه را بیشتر؛ بحث صیانت از فضای مجازی که ترجمه‌اش برای ما همان محدودسازی است. تجربه نشان داده که شاید ابتدا مخالفت‌هایی بشود اما اگر بنا به افتادن اتفاقی باشد، حتماً رخ می‌دهد. حالا شاید بهتر است این سوال را کمی تغییر دهیم؛ روزنامه‌نگاری در آینده‌ای نه‌چندان دور که شاید دسترسی به اینترنت جهانی محدود شود چگونه خواهد بود؟ احتمالاً اگر آن روز برسد، وظیفه روزنامه‌نگاران خطیرتر از هر زمان است؛ چراکه توقع جامعه در چنین شرایطی دریافت اطلاعات صحیح و بدون جهت‌گیری است و آن زمان بین یک روزنامه‌نگار صادق با کسی که در زمین دیگران بازی می‌کند، تفاوت عمده‌ای ایجاد خواهد شد. مردم انتخاب می‌کنند که به کدام بیشتر اعتماد کنند. همین حالا هم به دلایل مختلف خیلی‌هایمان یادمان رفته که وظیفه یک روزنامه‌نگار خوب چیست. یادمان رفته که وقتی شروع به کار کردیم از جمله معروف دکتر شریعتی وام گرفتیم که «قلم تو تم من است، تو تم ماست، به قلمم سوگند، به خون سیاهی که از حلقومش می‌چکد سوگند، به رشحه‌ی خونی که از زبانش می‌تراود سوگند، به ضجه‌های دردی که از سینه‌اش بر می‌آید سوگند که تو تم مقدس را نمی‌فروشم، نمی‌کشم، گوشت و خونش را نمی‌خورم، به دست زورش تسلیم نمی‌کنم، به کیسه زرش نمی‌بخشم، به سر انگشت تزویرش نمی‌سپارم...».

این‌ها کلیشه نیست. چراغ راه است اگر می‌خواهیم روزنامه‌نگار باشیم و روزنامه‌نگار بمانیم. البته که کار سختی است اما غیرممکن نه. اینجا معمولاً روزنامه‌نگارها را آن قدر که باید جدی نمی‌گیرند اما خودمان که می‌دانیم رسانه چه قدرتی دارد. در آینده‌ای که شاید خیلی هم جذاب نباشد این قدرت مهم‌تر از هر زمان خواهد بود. شک نکنید.

همین اول کار بگذارید یک نکته مهم به شما که دانشجوی دانشگاه علامه طباطبایی هستید، بگویم. من به دلایل زیادی که حتماً مهم‌ترینش تنبلی بود، آن قدر درس‌خوان نبودم که در جایی مثل علامه قبول شوم. وارد بازار کار رسانه شدم و بعد در کنارش به دانشگاهی رفتم که برای ما تنبل‌ترها جای مناسب‌تری بود؛ دانشگاه علمی کاربردی. حقیقتش ۴ سال به ظاهر تحصیل کردم اما چیز زیادی یاد نگرفتم. بخشی از آن به این خاطر بود که تجربه زیادی در رشته تحصیلی‌ام داشتم و بخش بیشترش هم شاید به این خاطر بود که آنجا برای نمره‌دادن خیلی سخت نمی‌گرفتند و نیازی نبود که دانشجو تمرکزش را روی درس خواندن و یا حتی حضور در کلاس بگذارد. کیفیت اساتید هم البته کم‌تاثیر نبود. در همین مدت اما دوستان زیادی داشتم و دارم که دانشجوی علامه بوده‌اند. سطح سوادشان درباره حرفه روزنامه‌نگاری انصافاً بالاتر است و این حتماً به تحصیل در یک دانشگاه معتبر با اساتید این‌کاره ربط دارد. حالا برخی از همان رفقا که روزنامه‌نگار حرفه‌ای و کاربلد هستند، در همین دانشگاهی که شما دانشجویش هستید، تدریس هم می‌کنند. پس قدر دانشگاه‌تان را بدانید و به تحصیل در آن افتخار کنید حتی اگر فعلاً از نعمت حضور محروم باشید و مجازی تحصیل کنید.

البته گمان نکنید که خودزنی کردم؛ چراکه ایران کشور عجیبی است، آن قدر عجیب که در آن خیلی‌ها خبرنگار و روزنامه‌نگار برجسته‌ای هستند بی‌آنکه اصلاً درسش را خوانده باشند. استعداد ذاتی و تجربه در این حوزه حرف اول را می‌زند البته به این شرط که از روابط کافی هم برخوردار باشید!

از من خواسته شده بگویم روزنامه‌نگاری در آینده چگونه خواهد بود و چه کنیم که روزنامه‌نگار بمانیم؟ انصافاً سوال سختی است، خصوصاً در این کشور عجیب. اینجا پیش‌بینی وضعیت در چندماه آینده هم خیلی سخت است، چه برسد به آینده‌ای دورتر. البته قبل از اینکه به این سوال جواب بدهم، لازم است بگویم که خیلی از ما در این حرفه خبرنگاریم و به اشتباه فکر می‌کنیم که



برای مطالعه این مطلب در وبسایت،
روی تصویر کلیک کنید
یا آن را اسکن کنید

به تحریریه کیوسک بپیوندید



برای پیوستن به تیم تحریریه کیوسک
بر روی دکمه زیر کلیک کنید

فرم عضویت در تحریریه کیوسک

آن‌ها هستند و باید گفت که رسانه‌های جهان در یکی دو دهه اخیر استفاده حرفه‌ای از پلتفرم‌ها را به خوبی یاد گرفته‌اند. روزنامه آمریکایی واشنگتن پست در اینستاگرام نزدیک به ۶ میلیون دنبال‌کننده دارد. نیویورک تایمز و حتی بی‌بی‌سی فارسی بیش از ۱۵ میلیون دنبال‌کننده دارند. این در حالی است که روزنامه کثیرالانتشار دولت جمهوری اسلامی، روزنامه ایران، در حال حاضر صفحه‌ای در اینستاگرام ندارد. دنبال‌کنندگان سایر روزنامه‌های ایرانی هم از ۵۰ هزار نفر تجاوز نمی‌کند. کم مخاطب بودن رسانه‌های ایرانی در اینستاگرام تنها به مسئله سانسور یا دست‌های بلند و مداخله‌گر دولت در عرصه فرهنگ و رسانه ارتباطی ندارد. هرچند که این موضوع تأثیری دارد که پرداختن به آن جستار دیگری را می‌طلبد.

صفحه رسمی بی‌بی‌سی انگلیسی در اینستاگرام گزارشی در مورد سگ‌های نگهبان غذای مشتری در رستورانی در سیدنی نوشته است. داستان در مورد رستوران کنار دریاچه است که تا پیش از حضور سگ‌ها، مرغان دریایی مزاحم مشتری‌ها می‌شدند و به غذایشان دست‌درازی می‌کردند. حالا مدیر این رستوران چند سگ و نگهبان دور دریاچه استخدام کرده تا با دويدن به سمت پرندگان آرامش مشتری‌هایش را حفظ کند. جالب‌تر اینجاست که بی‌بی‌سی فارسی زیر این پست اینستاگرامی کپشنی کوتاه نوشته که با این جمله شروع می‌شود: «انیمیشن سگ‌های نگهبان (Paw Patrol) را فراموش کن. گشت پرنده اینجاست!»

احتمالاً این سوژه هم از نظر اکثر مدیران رسانه ایرانی ارزش خبری ندارد. چه رسد به اینکه روزنامه‌نگار و فیلم‌بردار را به محل بفرستیم تا گزارش ویدئویی و مکتوب از ماجرا تهیه شود؛ بعد در تحریریه ویدئو را تدوین کنیم، زیرنویس بگذاریم و آماده برای انتشار در اینستاگرام کنیم. یا اگر به فرض محال ارزشی برای پرداختن داشته باشد، احتمالاً نوشتن جمله‌ای که ما را یاد یک کارتون بیندازد، کودکانه و احمقانه است. «روزنامه‌نگاری یک عرصه جدی است.»

روایت‌هایی که مثل سیاست‌گذاری‌های جدید یا تغییر قیمت کالاها در زندگی روزمره تأثیر مادی ندارد اما مخاطبان را به فکر فرو می‌برد یا دست‌کم با تخیلشان بازی می‌کند.

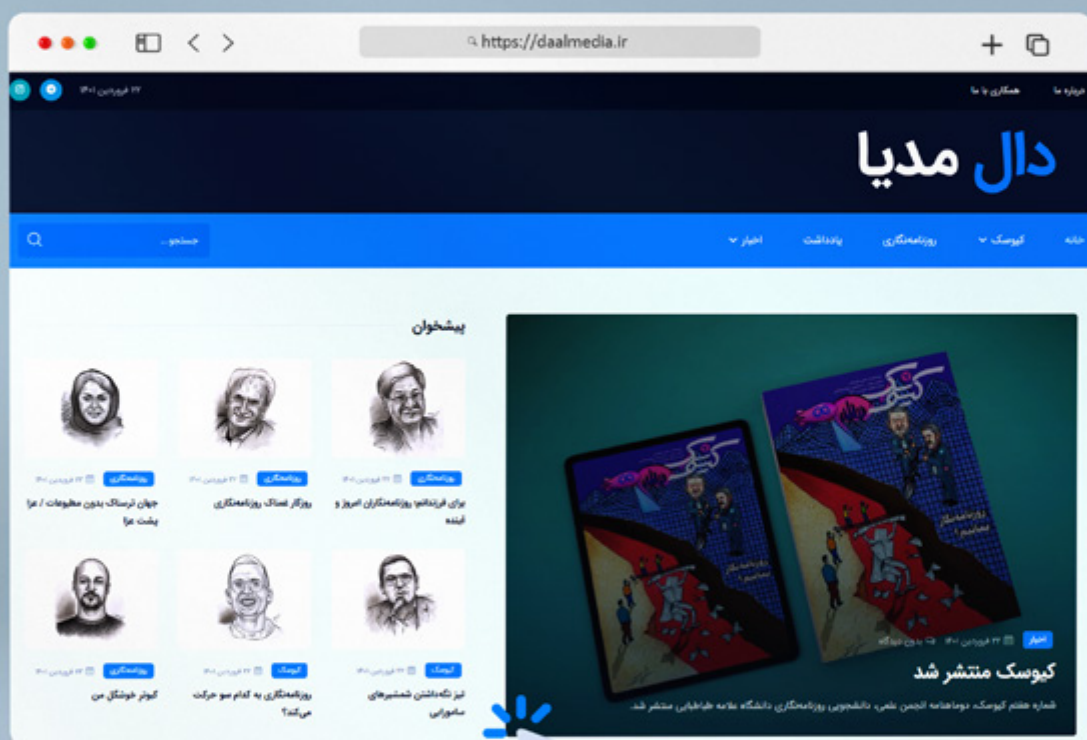
مثل داستان مرد رمال پاکستانی که برای کمک به سردارشدن یک زن، در سرش میخی به اندازه پنج سانتی‌متر کوید. داستانی که البته صرفاً سرگرم‌کننده نیست و می‌تواند وجهه‌های انتقادی زیادی داشته باشد؛ شبیه انتقاد از دنیای بی‌معنای رمالی و فال‌گیری یا انتقاد از شوهر زن مذکور که همسرش را تهدید کرده بود که اگر برای چهارمین بار دختردار بشود، او را ترک خواهد کرد. به این ترتیب، ژورنالیست می‌تواند با یک روایت بدیع و خلاق، ذهن مخاطب را به شکل عمیقی درگیر کند تا به او بفهماند که در مناطقی از پاکستان تمایل خانواده‌های فقیر به سردارشدن به امید کمکشان به اقتصاد خانواده است و در این هرج و مرج مراجعه به رمال و دعانویس در این منطقه افزایش پیدا کرده و گاهی منجر به سوءاستفاده‌های این‌چنینی می‌شود.

حتی اگر این اطلاعات برای ژورنالیسم ایرانی - اگر بتوان چنین عبارتی را به کار برد - مهم باشد، دست‌کم شیوه روایت قصه با استراتژی‌های روایت جدید زمین تا آسمان فرق می‌کند. برای رسانه ایرانی، افزایش نرخ رجوع به رمال در پاکستان گزارشی خواهد بود که به شکل تاریخی با لید توسط روزنامه‌نگاران تنظیم و در رسانه‌ها منتشر می‌شود. یا اینکه روزنامه‌ای در ایران یک گزارش طولانی از ریز به ریز ماجرا ارائه می‌کند. به هر حال، نقطه قابل توجه اینجاست که احتمالاً هنوز هیچ امکانی برای روایت یک داستان کوتاه جذاب در کپشن صفحه اینستاگرام یک رسانه در ایران وجود ندارد.

از قصه‌های ناگفته روزنامه‌نگاری در ایران و قصه‌گوه‌ای عصاره‌داده که بگذریم، به ماجرای تکراری و مهم پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی خواهیم رسید. شبکه‌هایی که این روزها رسانه‌ها ناگزیر به استفاده از

دال مدیا

رسانه دانشجویان روزنامه‌نگاری



برای ورود به سایت بر روی تصویر بالا کلیک کنید