

در میزگرد خراسان با حضور هادی خانیکی و حسن نمک دوست مطرح شد:

نسبت به وضعیت مطبوعات، دچار توهم هستیم

وحید اقدسی، هادی محمدی

صبح اول وقت، قبل از آن که خیابان های تهران به تصرف ماشین ها درآید و طراوت صبح کم شود، در دفتر روزنامه

به میان آمد. مهمانان ما در طول صحبت های خود مسئله مطبوعات را از زاویه ای کلان تر و اکاوی کردند و از بحرانی سخن گفتند که نه فقط روزنامه ها بلکه سایر رسانه های جریان اصلی را تحت تاثیر خود قرار داده است.

پذیرای دکتر هادی خانیکی (استاد دانشگاه علامه طباطبائی) و دکتر حسن نمک دوست (مدیر مرکز آموزش همشهری) بودیم؛ اگرچه میزگرد را با بحث روزنامه خراسان شروع کردیم، اما در ادامه از وضعیت عمومی مطبوعات نیز سخن

خبرگزاری و رادیو-تلویزیون هستند وضع هیچ کدام خوب نیست یعنی اگر رانت و بودجه دولتی را از خبرگزاری ها بردارید دیگر نمی توانند منتشر شوند. همین موضوع در خصوص صداوسیما هم صادق است. اما ما فقط ملاک اقتصاد را در روزنامه می بینیم. اگر یارانه های ناسالمی را که داده می شود، به روزنامه ها بدهند، مشکل آن ها هم حل می شود. این یک دروغ بزرگ است که روزنامه ها دچار مشکل هستند در

حالی که اساسا رسانه های جریان اصلی در کشور ما دچار مسئله اند. در حوزه رسانه های فضای مجازی هم وضع خیلی خوب نیست. منظور این است که اساسا فضای رسانه ای ایران دچار بحران است اما تنها دلیل بحران اقتصاد نیست. وضعیت و خیم مطبوعات در ایران یکی از نشانه های بحران نظام رسانه ای کشور است که همه را درگیر خود کرده بنابراین الان اشتباه می کنیم که فقط روزنامه ها دچار مشکل اند.

* خب همین وضعیت به زعم شما یارانه های ناسالم و... تا همین چند سال پیش هم وجود داشت...

نمک دوست: بله ولی سهم مطبوعات از این نوع یارانه های ناسالم یا قطع شده یا به حداقل رسیده در حالی که بودجه خبرگزاری ها و صداوسیما اضافه شده است اما از منظر این نظام فکری، مطبوعات ارزش زیادی

ندارند. در یک فضای معیوب دادن راه حل اختصاصی کار ساده ای نیست. وقتی اقبال عمومی به کیوسک روزنامه فروشی کم می شود طبیعی است که روزنامه شما هرچقدر کیفیت داشته باشد باز هم دیده نمی شود؛ بر اوقتی یک روزنامه زمین می خورد به تعداد مخاطب آن روزنامه از کسانی که پای کیوسک می آمدند و صفحه اول سایر روزنامه ها را می دیدند، حذف می شود. ابتدا احتیاج داریم حکومت را قانع یا وادار کنیم که به لحاظ فکری یک پارادایم شیفت در حوزه مطبوعات داشته باشد و تمام موانع رقابت آزادانه را از فضای رسانه ها حذف کند. مثلا اگر الان کسی مثل دکتر خانیکی بخواهد نشریه ای داشته باشد با کمترین تیراژ (مثلا ۷۰۰ نسخه) باید فرایند پیچیده ای را پشت سر بگذارد و تازه ممکن است نتیجه هم ندهد در صورتی که می توان به راحتی در توئیتر یا تلگرام فعالیت کرد و دیدگاه خود را که حتی نمی شود در مجله منتشر کرد، در معرض دید عموم قرار داد. این جا باید یک اتفاقی بیفتد تا رقابت شکل بگیرد برای این کار باید انواع رانت برداشته شود. همچنین در این فضای رسانه ای، حاکم اصلی رسانه های حکومتی هستند که باید کنار بروند. اگر می خواهیم این وضعیت رسانه ای تغییر کند، باید هر نوع مانع در برابر



دانشگاه فردوسی مشهد دیدم پیوندهایی میان روزنامه خراسان و دانشگاه وجود دارد. حتی زمانی برای هر خراسانی این مهم بود که اول خراسان را در مشهد و هر شهری که بود، بخواند. الان این نکته چقدر دیده می شود و چقدر سعی می شود تا حفظ شود و اصولا این موضوع برای خراسان هنوز هم مهم است یا خیر؟

* از طرف دیگر، این نکته هم مهم است که روزنامه خراسان از جایی غیر از پایتخت منتشر می شود. اگر چه خراسان امروز توزیع سراسری هم دارد، ولی به هر حال خاستگاه و ضریب نفوذ آن در خراسان و شرق کشور است.

نمک دوست: واقعیت این است که یکی از نشانه های توسعه یافتگی مطبوعات، وضعیت مطبوعات محلی است. از این منظر از یک طرف می توان گفت انتشار هفتاد ساله خراسان یک نقطه قوت است ولی از طرف دیگر یک نقطه منفی هم برای

روزنامه نگاری ما به حساب می آید. چرا که روزنامه هایی مانند خراسان که ابتدا به صورت محلی منتشر شده اند ولی توانسته اند در سطح کشوری هم اثر گذار باشند، کم شمارند و این نشان می دهد که همچنان در مدار توسعه نیافتگی مطبوعات هستیم.

* موضوعی که اکنون، ذهن بسیاری از اهالی مطبوعات را به خود مشغول کرده است، ابهام در خصوص ادامه حیات روزنامه های چاپی است. به هر حال عده ای معتقدند که عمر روزنامه ها سر آمده. فکر می کنید در چنین شرایطی، «محلی عمل کردن» می تواند عامل نجات بخش مطبوعات باشد؟

نمک دوست: ببینید الان ما دچار یک توهم هستیم. افرادی که در کار روزنامه هستند احساس می کنند وضع روزنامه ها رو به وخامت است. این حرف در عین حال که درست است اما اگر دقیق پرداخته نشود معضل بزرگ تری را پنهان می کند. اگر از منظر رسانه های جریان اصلی نگاه کنیم که روزنامه،

* اجازه دهید بحث را با بهانه اصلی این میزگرد آغاز کنیم؛ روزنامه خراسان وارد بیست هزارمین شماره خود شده است. در کشوری که مطبوعاتش به جوانمرگی عادت دارند، این میزان تداوم در انتشار، خودش پدیده قابل توجهی است. نظر شما در این خصوص چیست؟

خانیکی: من هم به دوستان روزنامه نگار و کارکنان روزنامه خراسان تبریک می گویم. به هر حال ما در ایران نیاز داریم که مناسبت هایی برای طول عمر نهادهای مدنی و فرهنگی داشته باشیم. من هم همیشه این را گفته ام که یکی از موانع توسعه مطبوعات در ایران جوانمرگی آن هاست و این که هنوز در کشور روزنامه اطلاعات ۹۰ ساله و روزنامه خراسان ۷۰ ساله داریم جزو شگفتی هاست؛ چون مطبوعات مستقل در ایران تحت عوامل سیاسی و اقتصادی و حرفه ای خیلی زود تعطیل می شوند و رسیدن به این عمر یک اتفاق مبارک است. از زاویه دیگری هم به دلیل خراسانی بودن به این موضوع می پردازم چون کودکی و نوجوانی من با روزنامه خراسان پیوند خورده است. روزنامه خراسان حافظه فرهنگی خراسان به حساب می آید و در دل این روزنامه کم کسانی نیستند که نام آور در فرهنگ و دانش ایران بودند. مدیریت روزنامه نیز در جایی که توانسته فراتر از سلیق سازمانی و سیاسی خودش و نوع وابستگی هایی که به نهادهای رسمی دارد، پتر انتشارش را وسیع تر کند، موفق تر بوده است. به هر حال در این روزنامه بزرگانی مانند شریعتی و فیاض و یوسفی و... می نوشتند. این ها به نظر من جزو تاریخ فرهنگی خراسان هستند. به نظر من هیچ نهاد فرهنگی به طور عام و هیچ روزنامه ای نمی تواند این بخش را از حافظه خود پاک کند؛ چون یک شرکت یا صرافیک موسسه اقتصادی نیست؛ بلکه به سرمایه فرهنگی و اجتماعی نیاز دارد و به میزانی که این سرمایه را حفظ کند، همان قدر به طول عمر خودش می افزاید. این خیلی مهم است که یک نشریه بتواند از مسائل روزمره و رقابت های سیاسی فاصله بگیرد و به پارادوکس بین روزنامه محلی با روزنامه ملی توجه داشته باشد. نمی شود روزنامه ای را اقتصادی کرد به طوری که خودش را اداره کند در حالی که به پارامترهای فرهنگی و اجتماعی و سیاسی توجه نکند؛ در غیر این صورت به یک نشریه زد تبدیل می شود و گمان می کند برای این که تابع نظر مشتریان خودش باشد و خریدار داشته باشد، باید از سرشت و سرمایه اصلی اش فاصله بگیرد و این فاصله گرفتن یعنی مرگ یک روزنامه. در اسناد قدیمی مطبوعات ایران به مورد جالبی برخورد می کنم؛ برای روزنامه هادر آستانه جنگ جهانی دوم تصور می کردند برای این که تیراژشان بالا رود باید خبر دروغ منتشر کنند. این نشان می دهد یک تصور غلط از نحوه فروش روزنامه وجود داشته است. بنابراین خیلی مهم است که سرمایه فرهنگی یک روزنامه را حفظ کنید که از جمله لوازم آن تاریخ مندی است؛ یعنی روزنامه ای مانند خراسان که فرازهای درخشانی در تاریخ دارد، باید داشته ها و نداشته هایش را مورد توجه قرار دهد. خیلی خوب است که روزنامه خراسان این هفتاد سال را باز خوانی کند و ببیند برای امروز چه می تواند از آن تاریخ مورد تکیه گاه قرار گیرد؛ از نام ها گرفته تا ساحت هایی که خراسان به آن پرداخته است حتی در موزه



خانیکی: هیچ رسانه ای رسانه دیگر را نبود نمی کند بلکه آن را متحول می کند. وقتی که تلویزیون آمد روزنامه از بین نرفت وقتی شبکه های مجازی آمدند و تلفن همراه عمومی شد روزنامه نگاری از بین نرفت بلکه تحول ایجاد کرد