

مطبوعات عامه پسند و چالش های پیش رو

از قدیم شنیده ایم که گفته اند حرمت امامزاده با متولی است. مراد از کاربرد این ضرب المثل آن باشد که هر شخصی اگر مسؤولیتی را عهده دار است و یا در شغل و حرفه ای مشغول به کار می باشد در گام اول باید حرمت شغل و مقام و موقعیتش را خودش نگاه دارد و اگر چنین نکند از دیگران نباید توقع داشت که برای آن مسؤولیت و یا موقعیت قداستی قایل باشند.

این ضرب المثل در همه موارد و زمینه ها صادق است و جامعه مطبوعاتی و نشریات نیز از آن جمله می باشند. اگر مدعیان روزنامه نگاری و مدیران نشریات، حرمت و قداست نشریات را حفظ نکنند از دیگر اقشار جامعه انتظار این که به این قشر و جامعه مطبوعاتی و رسانه های جمعی با دیده احترام بنگرند توقعی بیجا و غیر منطقی است.

وضعیت برخی از رسانه ها و نشریات در ایام انتخابات ریاست جمهوری و شوراهای اسلامی شهر و روستا بر این نکته که متولیان نشریات و رسانه های جمعی در استان حرمت آن را نگاه نمی دارند صحنه گذاشت. نشریاتی که به چنین روشی تن داده اند یعنی خود حرمت خود را نگاه نمی دارند در دام رقابت بسیار ناگوار تحت عنوان پول درآوردن گرفتار می شوند ، خواسته و ناخواسته قدم در یک صحنه ای می گذارند تا در خدمت طرفداران مطبوعات عامه پسند قرار بگیرند و از مسیر اصلی رسالت و وظیفه خود دوری کنند.

مطبوعات عامه پسند و یا به عبارتی دیگر مطبوعات زرد چگونه شکل می گیرند؟ صاحب نظران و اندیشمندان علوم ارتباطات در ارتباط با تعریف این قبیل مطبوعات می گویند: "مطبوعات عامه پسند یا زرد به مطبوعاتی گفته می شود که به اصول اولیه، بنیادهای اخلاقی و معیارهای حرفه ای روزنامه نگاری پایبند نیستند. این قبیل مطبوعات و نشریات برای جلب مخاطب با اهداف اقتصادی، سیاسی و اجتماعی تقریباً تمامی حریم ها و چارچوب روزنامه نگاری و اخلاق حرفه ای را نادیده می گیرند".

وظیفه رسانه چیست؟ خبرنگار چه کسی است؟ برای این که به این سؤالات پاسخ داده شود تعریفی که از کتاب روزنامه نگاری نوین تالیف نعیم بدیعی و حسین قندی گرفته شده، آرایه می شود.

یکی از مهم ترین و بارز ترین وظایف رسانه های خبری به ویژه

روزنامه ها ، اطلاع رسانی، هوشیارسازی و گسترش دانش و اطلاعات مخاطبان در زمینه هایی است که امکان دسترسی به رویدادها و موضوعات مختلف و تجربه مستقیم آنها برای افراد فراهم نباشد، در چنین حالتی رسانه ها وارد عمل می شوند.

خبرنگار کیست؟

خبرنگار کسی است که با اتکا به ذوق و استعداد شخصی ، پس از گذراندن دوره آموزشی و تخصصی با توجه به مسئولیت اجتماعی که این حرفه بر عهده او می گذارد ، وظیفه جمع آوری و تنظیم خبر و انتقال آنها به مخاطبان از طریق وسایل ارتباط جمعی را بر عهده دارد.

در حال حاضر کارشناسان و افکار عمومی چند کارکرد را از دست اندرکاران رسانه ها خاصه مطبوعات انتظار دارند که اطلاع رسانی، تبیین مسایل و ارتقای سطح آگاهی افکار عمومی و نظارت بر حسن اجرای امور در بخش های مختلف از جمله این انتظارات به شمار می رود.

با توجه به مطالبی که در بالا به طور خلاصه به آنها اشاره شد و تا حدودی حوزه و چارچوب کار رسانه ها و دست اندرکاران آنها مشخص شد آیا می توان بدون فراگیری اصول فنی و تخصصی آن اقدام به کار روزنامه نگاری کرد و در پایان به اهداف مثبت و غیر مخرب دست یافت؟ کسی که می خواهد به کار روزنامه نگاری بپردازد اما با اصول اولیه آن آشنا نباشد آیا می توان از او انتظار داشت تا اطلاع رسانی صحیح انجام دهد؟

آیا در حال حاضر مدعیان روزنامه نگاری در استان می توانند به وظیفه خود به دور از هر گونه وابستگی های سیاسی ، فکری و جناحی و اقتصادی عمل نمایند و در انعکاس واقعیت ها از راه راست منحرف نشوند؟

اساتید علوم ارتباطات همیشه در مباحث مطرح شده تاکید دارند که روزنامه نگاران جزء آگاه ترین و مطلع ترین افراد جامعه محسوب می شوند. با توجه به این دیدگاه می توان گفت که روزنامه نگاران، دیده بانان فرهنگی و اجتماعی هستند. روزنامه نگاران باید در بخش های مختلف جامعه به عنوان دیده بانان فرهنگی و اجتماعی، آسیب ها و رخدادها را شناسایی کنند و عولقب آن را به اطلاع مسئولین و افکار عمومی برسانند.

نشریات ما علی رغم برخورداری از کمیت بالا تا چه حد می توانند به این وظیفه مهم و حیاتی عمل نمایند و عمل به وظیفه و رسالت را فدای رابطه های سیاسی و اقتصادی نکنند؟ داشتن تخصص کاری روی یک سکه است و بازنگری در به کارگیری افرادی عاشق، صادق و علاقه مند به جمع آوری اطلاعات و انعکاس آنها بدون دخالت دادن وابستگی ها،

روی دیگر آن به شمار می روند.

در یک جمع مطبوعاتی که حاضرینش ادعای سال ها فعالیت در عرصه مطبوعات را دارند اگر بحثی در یکی از زمینه های اجتماعی و اقتصادی مطرح بشود آنهایی که دارای مدرک تخصصی در آن زمینه ها هستند اظهار نظر را حق خود می دانند و وقتی حرفی از روزنامه نگاری و علوم ارتباطات در میان باشد همه خود را صاحب نظر دانسته و حتی به تحصیل کرده های این رشته ها نیز فرصت حرف زدن نمی دهند و چنین است وقتی ره گم کرده ها در مطبوعات پرچم دار می شوند زمینه رشد و گسترش و توسعه مطبوعات عامه پسند و یا به عبارتی دیگر مطبوعات زرد فراهم می شود.

موضعگیری هایی که در قبال مسایل مختلف اجتماعی توسط رسانه ها انجام می گیرد در بسیاری از موارد نشان می دهد که گردانندگان آنها فرسنگ ها از درک وظیفه رسانه ها فاصله دارند و ناگفته پیداست که فعالیت گسترده چنین رسانه ها در آلوده کردن فضا و وارونه جلوه دادن واقعیت ها و دفاع کورکورانه از اربابان و حامیان خود نقش اساسی ایفا می کنند. این قبیل رسانه ها به جای قرار گرفتن در صف همراهان مردم و انعکاس خواست ها و نیازهای جامعه و بیان ضعف ها ، در اختیار برخی ها قرار می گیرند و بدتر و زشت تر از همه در اولویت قرار گرفتن کسب درآمد و دستیابی به اهداف اقتصادی است که دستور کار بعضی ها محسوب می شود.

همانطوری که در بالا اشاره شد نکته بسیار تلخی که جامعه رسانه ای را تحت تاثیر قرار داده و آن را از رسالت خود دور می کند رقابت و مسابقه برای پول در آوردن است که این امر در مطبوعات عامه پسند با شتاب و وسعت بیشتری پیگیری می شود .

از برای پایان دادن به این وضعیت و سالم سازی هرچه بیشتر فضا، بیدار شدن وجدان کاری حرفه ای خبرنگاران و مدیران مسؤول آنها می تواند صحنه این مسابقه نامبارک را از اساس و بنیان تغییر دهد.