



می‌گویند روزنامه نگاری هنر است. شاید بخشی از معنای این جمله در بستر خلافت‌طلبانه این حرفه نهفته است. روزنامه‌ها همراه با طلوع خورشید به شهر می‌آیند و شاید که باید مثل آن نور بیانشند. سختی کار دقیقا از همین جا شروع می‌شود. روزنامه باید آن چنان باشد که نیازش همچون خورشید عملوس و فلدانش شبیه هوای ابری آسمان شهر، دلگیری به بار آورد.

روزنامه‌نویسی در حوزه فرهنگ و هنر اما خود راهی صعب و کاری سترگ است. زیرا که از آغاز عصر روزنامه‌نگاری مدرن، نیاکان این حرفه، ادیبانی سرشناس بودند. آنان از ادبیات به مطبوعات رسیدند و سپس به سیاست آغشته شدند. چنان که میرزا جهانگیر خان، فرخی،

سرزاده عشقی و علی اکبر خان دهخدا هنوز هم چهره‌های درخشان فرهنگی این سرزمین‌اند. لحظه‌ای غفلت از این اصل که فرهنگ را نباید به زیر بیرق سیاست برد و صفحات روزنامه‌ها با نفس‌های گرم اهالی خیابان داغ می‌شوند، ممکن است چنان گزراه بسازد که از یاد ببریم روزنامه‌نگاری نیز یک هنر است.

اگر من سردبیر بودم تنها یک پرسش نیست:

اگر من سردبیر بودم فرصت کوچکی است برای تعمق در نگاه آنانی که اکنون در گوشه‌ای ساکت و ساکن نشسته‌اند و موشکافانه به پندار و کردار مولدان و منتقدان فرهنگ و هنر امروز همین خویش می‌نگرند.



راه مجله‌های مستقل و کوچک



علی‌اصغر سیدآبادی

عشو تحریریه روزنامه نوروز

دو سه ساعت آب و قطعه زمینی کوچک در روستای زادگاهم دارم. اوایل زندگی در تهران می‌توانستم آن‌ها را بفروشم و با پولش یک آپارتمان کوچک در محله متوسط تهران بخرم؛ نفروختم. چند سال بعد می‌توانستم با پولش یک آپارتمان

جمع و جورتر بخرم؛ باز هم نفروختم. بعدتر می‌توانستم با پولش یک آپارتمان رهن کنم؛ نکردم. سرعت رشد زمین و مسکن در تهران بسیار بالاتر از سرعت رشد آب و زمین در روستای زادگاه من بود. حالا مدت‌هاست که قیمت نگرفتم تا ببینم با پولش در تهران چه کاری می‌توانم انجام بدهم.

شاید فکر کنید این حرف‌ها چه ربطی به پرسش این مجله وزن دارد. خدمت‌تان عرض می‌کنم، یکی از دلایلی که آن آب و زمین را نفروختم به روزنامه‌نگاری ربط دارد. حالا شش سالی می‌شود که روزنامه‌نگاری را کنار گذاشتم و رابطه‌ام با این شغل به رخم علاقه‌ام، به نوشتن گاه و بی‌گاه یادداشت‌هایی از همین دست خلاصه شده‌است.

آن روزها که روزنامه‌نگاری شغل اصلی‌ام بود، امنیت شغلی یکی از دغدغه‌های خانواده ما بود که دو نفر روزنامه‌نگار داشت، من و همسرم. توقیف‌ها و تعطیلی‌های پایایی باعث می‌شد که هر روز نگران آینده شغلی‌مان باشیم و من فکر می‌کردم آن آب و زمین پشتوانه کارم است و مایه دلگرمی. شاید به خاطر کشاورز زاده بودنم آن قدر که به آب و زمین به عنوان پشتوانه آدمی اعتماد دارم، به آپارتمانی در میان زمین و هوا و سهام بورس و این جور چیزها اعتماد ندارم. بگذریم، آن روزها همیشه فکر می‌کردم که در بدترین شرایط کاری، همه چیز را رها می‌کنم، می‌روم سراغ کشاورزی و با قناعت زندگی می‌کنم تا به قول حضرت سعدی برای لقمه‌ای نان ناگزیر نشوم کمر به خدمت این و آن بندم. روزگار می‌گذشت تا اینکه اوضاع به گونه‌ای پیش رفت که دیدم باید فکر و خیال‌ها را به عنوان گزینه‌ای جدی ارزیابی کنم؛ در نتیجه متوجه شدم که اوضاع خیلی فرق کرده و من متغیرهای بیرونی تاثیرگذار در کشاورزی را به حساب نیاوردم. تصورم از کشاورزی به دوره کودکی‌ام برمی‌گشت که آب کافی بود و روستاییان نان و خوراک را می‌توانستند بدون نیاز به شهر تهیه کنند. فهمیدم که با تغییر زمانه روستاییان هم برای خرید نان در صف نانواهایی می‌ایستند که اردشان را نه از گندم خودشان که از فلان اداره دولتی می‌گیرند و مرغ و گوشتشان نه محصول دام‌های خودشان که مرغ و گوشت بخورده برزیلی است افسرده و ناامید شدم.

پس از آن هر زمان درباره شغلی فکر می‌کنم به ویژگی‌های زمانه هم فکر می‌کنم. به این پرسش هم بدون در نظر گرفتن این ویژگی‌ها نمی‌توان پاسخی داد. باید دانست که امروز، با این حجم ابزار سرگرمی و اطلاع‌رسانی، در یک مجله باید چه فیلنی هوا کرد که توان رقابت با آن همه محتوای رایگان را داشته باشد؟

همین اول کار دست‌هایم را به نشانه تسلیم بالا می‌برم که تقریبا هیچ فیلنی را نمی‌شناسم که برنده تضمینی چنین رقابتی باشد. بنابراین به جای جواب دادن به این که اگر سردبیر بودم چه کار می‌کردم، کنار گود می‌نشینم و می‌گویم لنگش کن!

تنها راه سردبیران امروز در این رقابت این است که محتوای منحصره‌فردی تولید کنند، محتوایی که در هیچ کجای دیگری پیدا نشود، جز در این مجله. احتمالا باید طیف مشخصی از مخاطب را در نظر داشته باشند. راضی نگه‌داشتن همه کار آسانی نیست.

البته من درباره مجله‌های مستقل و کوچک حرف می‌زنم، نه مجلات وابسته به گروه‌های مطبوعاتی بزرگ عمومی و خصوصی که شبیه فروشگاه‌های بزرگ شهروند و تازگی‌ها هایپرستارها هستند. طبیعی است همان‌طور که فروشگاه‌های بزرگ بازار مغازه‌های کوچک را کساد کرده‌اند، مجله‌های مستقل و کوچک هم با مشکلاتی مواجه هستند.

اما بعضی از این مغازه‌های کوچک کماکان مشتری خود را دارند، اجناس آنها در فروشگاه‌های بزرگ یافت نمی‌شود. در سال‌های اخیر با موجی از این مغازه‌های کوچک مواجه بودیم که مشتری‌های محدود و موثری یافته‌اند. برای مجله‌های کوچک و مستقل نیز راهی جز این نیست: داشتن مخاطبانی موثر حتی اگر محدود.

طیف خاصی از مخاطب بدون ایده‌های محوری شکل نمی‌گیرد. مجله احتمالا به جای اینکه تبدیل شود به جنگی از مطالب پراکنده، باید ایده‌های محوری را دنبال کند. برای این هدف باید پشتوانه فکری، هنری، ادبی، اجتماعی و سیاسی داشته باشد و این پشتوانه نیاز به سرمایه انسانی دارد. در این صورت مجله می‌تواند خود به خود حلقه‌های عاطفی را شکل بدهد که پیوندشان با مجله و با هم موثر و ناگسستی است.

اگر سردبیر بودم

سردبیر هویت‌ساز است



بهروز گرانتپایه
عشو شورای سردبیری
روزنامه یاس نو

برای سردبیر بودن یا پذیرفتن سردبیری یک نشریه یا رسانه، چند شرط پیشینی وجود دارد. سه عبارت دیگر، اگر سردبیری به من پیشنهاد شود، نخست، سه کار که البته بیشتر جنبه ذهنی و نرم‌افزارانه دارد، انجام می‌دهم.

یک) بلافاصله بعد از پیشنهاد سردبیری، به این موضوع فکر می‌کنم که آیا من برای سردبیری این نشریه مناسب هستم یا نه؟ البته فرض بر این است که غم نانی وجود ندارد که از پذیرفتن پیشنهاد ناگزیر باشم و نیز شیفته نام نیستم که عنوان مرا به شوق آورد. سردبیری مقوله‌ای ذاتی و ایستا نیست. من اگر جایی و در نشریه‌ای سردبیر بودم و موفق، معلوم نیست همیشه و همه جا بتوانم کارنامه‌ای درخشان داشته باشم. درست است که سردبیری باید اعتماد به نفس داشته باشد. کنجکاو، خلاق و سوزوپرداز باشد. و به طاقت و تحمل زیاد نیاز دارد تا از پس دشواری‌های حرفه برآید و پایداربفکری، شکستگی استعداد و خودانگیزی‌ها را در خود تداوم بخشند. اما، سردبیران بزرگ هم می‌دانند که آن‌ها دانای کل نیستند و همیشه معجزه نمی‌کنند. بنابراین، نخست نسبت و شأن خود را در ارتباط با نشریه، موضوع آن، مدیریت آن، و دانش و توان و علاقه‌هایی که قادرم به خدمت بگیرم، می‌سنجیم. فراموش نمی‌کنم که سردبیری، شغل شریف غسالی یا حرفه دشوار شوferی نیست! که با گواهینامه آن بتوان هر خودرویی را راند.

دو) حال، سردبیری را پذیرفته‌ام. اینک مسأله فوری، شناخت مخاطب و نیازهای اوست. این نکته عموما سرسری و ساده گرفته می‌شود. هر نشریه یا رسانه با مخاطبش تعریف می‌شود. در شروع هر فعالیت تازه رسانه‌ای باید مشخص کرد که مخاطب کیست و نیازهایش چیست؟ به اطلاعات عمومی و گذشته و داده‌های ذهنی نباید اکتفا کرد. سردبیر باید در یاد که مخاطب و نیازهایش چگونه در حال تغییر است. جایی به نقل از یک سردبیر ماهنامه‌ای در امریکا خواندم: "نشریه‌ای که راه خود را گم می‌کند به دلیل کاهش تماس و رابطه سردبیرش با مردم است. برای کنش‌ها، هیچ‌فردی خطرناک‌تر از سردبیری که به صدلی‌اش محدود می‌شود، نیست." نیازسنجی یا شناسایی نیاز مخاطب از دو طریق قابل دستیابی است: ۱- بررسی روشمند میدانی و ۲- نشست‌های مشورتی با کارشناسان سردبیر خوب و باهوش، امروزه فرد اندیشمندی است که می‌داند مردم متحول شده‌اند و به راحتی به سراغ اینترنت، شبکه‌های مجازی، و یاکتاب‌می‌روند و برای تأمین نیاز خود به منابع متعددی دسترسی دارند. شما امروزه باید با تهیه‌گزارش‌هایی که ذهن مخاطب را به چالش می‌کشد و یا به رشد و یکمکمی کند، حرفی نو و متفاوت‌تری خواننده داشته باشید. یکی از عوامل کاهش مخاطب مطبوعات، فقر خیر و تحلیل و تپه بودن از مطالب تازه‌ای است که می‌تواند خواننده را بر سر شوق آورد و رضایتی در او برانگیزد. سردبیر باید با تحرک و حضور در محیط اجتماعی، به مسائل و اتفاقات اطراف خود اشراف داشته باشد و اعضاء تحریریه را به نوشتن گزارش از آنچه مردم در باره‌اش صحبت می‌کنند، راهنمایی و هدايت کند.

سه) گام ذهنی بعدی، نگاه به آینده است. نشریه را به کجا می‌خواهم ببرم؟ نشریه به لحاظ حوزه موضوعی، یا عمومی است یا اختصاصی. آنچه برای نشریه عمومی اهمیت نخست را دارد، "شخصیت حرفه‌ای" است. در نشریه اختصاصی، "هویت معرفتی" تقدم پیدا می‌کند. شخصیت حرفه‌ای بر رعایت دقیق اصول فنی و اخلاقی روزنامه‌نگاری مبتنی است و بر آن اساس شکل می‌بندد. رویکرد نظری و نوع نگاه سردبیری به موضوع محوری نشریه، به تدریج هویت آن را سامان می‌دهد. خطری که نشریات موضوعی را تهدید می‌کند، کشتکول یا جنگواره شدن است. با رویکرد از هر دری سخنی، نشریه موفق نخواهیم داشت. برای برساختن هویتی شاخص و برجسته از نشریه، سردبیر دو اقدام مهم باید انجام دهد: ۱- افراد مطلع و با استعداد را در اطراف خود جمع کند و کارشناسان با تجربه را در قالب شورای مشورتی یا هر نامی دیگر در کنار خود داشته باشد. ۲- در منازعات و گفت‌ووشنیدها حضور یابد، و با نویسندگان هم‌سخن‌شود تا مجله به نشریه صاحب‌نظران و اندیشمندان شناخته شود و برجستگان اهل قلم به نوشتن در آن نشریه راغب و علاقمند باشند.

خلاصه آن که، سردبیر موفق اگر بخواهد نشریه‌ای مفید و موثر داشته باشد باید: ۱- الزامات این حرفه را بشناسد. ۲- برنامه داشته باشد. و ۳- سنجیده و هوشمندانه عمل کند.

این شماره
بهروز گرانتپایه
روزنامه‌نگار
پیشکسوت
و علی‌اصغر
سیدآبادی
روزنامه‌نگار
برای «نیلوفر آبی»
از دغدغه‌های
ژورنالیستی خود
در قالب یک
سردبیر گفته‌اند