

خبرنگاران و تهدیدی به نام "بادیگارد رسانه ای";



شناسه خبر: ۱۱۰۰۰۱ یکشنبه ۳ بهمن ۱۴۰۰ - ۰۷:۲۰

خرم‌آباد - رسانه‌ها از دیرباز پل ارتباطی میان مردم و مسوولان و زبان گویایی برای مشکلات بوده‌اند اما امروزه برخی از آنها تنها به مدافعان بدون منطق ادارات و مدیران تبدیل شده‌اند و گاه برای این رسالت خود در مقابل سایر همکاران رسانه‌ای و مطبوعاتی نیز می‌ایستند.

به گزارش موج خبر در دنیای کنونی که فضای مجازی به مجالی برای انتشار اطلاعات و محتواهای درست و غلط تبدیل شده و شهروند خبرنگاری را به شدت غیرحرفه‌ای کرده است، اهمیت و نقش رسانه‌های شناسنامه دار بیش از پیش مشخص می‌شود، رسانه‌هایی که ملزم به جمع‌آوری و انتشار محتوا و اطلاعات درست هستند و مهمتر از آن با توجه به گردش سریع اطلاعات در فضای مجازی و در دسترس بودن اخبار، آنچه امروز به شدت خلا آن احساس می‌شود تحلیل درست از وقایع و چند و چون اتفاقات در حوزه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی است.

برخی رسانه ها که بدون شک در سال های قبل از فراگیری فضای مجازی، با طمانیه، دقیق و تحلیلی وقایع را منتشر می کردند اما امروزه به دلایل مختلف، آنچنان که باید این رسالت مهم را انجام نمی دهند و در تاریکی دالان مشکلات مالی، دیدگاه های شخصی، ضعف رسانه و نسبیت گرایی در مناطق قوم گرا، گاهی به روزنه هایی متوسل می شوند که به دور از فعالیت حرفه ای و اصل کار رسانه است.

باید قبول کرد که رسانه های مکتوب و حتی برخی پایگاه های خبری به نوعی بنگاه های اقتصادی محسوب می شوند که برای بقا و ماندن در عرصه سخت نشر و اطلاع رسانی باید منابع درآمدی از طریق تهیه و چاپ مطالب مختلف و یا آگهی رپرتاژهای ادارات، نهادها، واحدهای تولیدی و اقتصادی و بخش خصوصی داشته باشند.

اما در استان لرستانی که سال های متمادی به عنوان استان کم درآمد و با نرخ بیکاری بالا و مشارکت اقتصادی نه چندان مطلوبی محسوب شده است و طی ۲ سال اخیر هم با یورش کرونا به اقتصاد، زمین گیرتر شده، رسانه ها نیز که حتی از قبل هم شرایط درآمدی پایدار و چشمگیری نداشتند بیش از قبل متضرر و حتی بدهکار چاپخانه ها شده اند و مشکلاتشان برای نگهداری دفاتر و نیروها مضاعف شده است.

فارغ از رسانه هایی که در این شرایط سخت با رعایت اصول حرفه ای دوام آورده اند و همچنان برای رفع مشکلات ریز و درشت استان قلم فرسایی می کنند اما برخی رسانه ها و رسانه ای ها روش دیگری را برای درآمدزایی و امنیت اقتصادی خود در پیش گرفته اند که بنابر گفته همکاران فعال در این عرصه از چند عامل عمده نشات می گیرد.

نخست اینکه کار رسانه ها در مواردی به غیر رسانه ای ها واگذار شده و دوم هم مشکلات مالی است که برخی را خواسته یا ناخواسته به وادی که به زعم نویسند "بادیگارد رسانه ای" نامیده می شود کشانده است، پدیده ای که یک رسانه به جای روابط عمومی دستگاه اجرایی، پاسخگوی رسانه های منتقد می شود و در مقابل هم صنفان خود می ایستد.

فرض کنید یک رسانه پویا و محتوا محور در مطلبی، عملکرد اداره یا مدیری را با مستندات و منصفانه نقد می کند، نقدی که بلافاصله نه با واکنش روابط عمومی و یا مدیر آن دستگاه بلکه با عکس العمل برخی دیگر از همکاران رسانه ای مواجه می شود.

عده ای از همکاران رسانه ای، رسانه نقاد را آماج حملات قرار می دهند و به دفاع از مدیر و اداره مربوطه می پردازند، نوعی خودزنی رسانه ای که گفته می شود با هماهنگی مدیران و روابط عمومی ها صورت می گیرد.

فعالان رسانه ای و کارشناسان فرهنگی حوزه مطبوعات دلایل دیگری از جمله ضعف سواد رسانه ای، نبود ساختار منسجم صنفی، قومیت گرایی، روابط عمومی های ناکارآمد و کمبود آموزش های تخصصی رسانه ها را برای بروز پدیده بادیگارد رسانه ای مطرح می کنند،

روابط عمومی های ناکارآمد و دامن زدن به خودزنی رسانه ای

یکی از پیشکسوتان عرصه خبر و مطبوعات در لرستان می گوید: ایستادن در مقابل سایر همکاران رسانه ای نوعی خودزنی است که موجب اختلاف میان همکاران خبری می شود.

"محمد فیضی" با اشاره به دوستی و روابط چندین ساله با برخی مدیران افزود: این روابط و نسبت ها هیچگاه نباید موجب نقد غیرمنصفانه و یا تمجید متملقانه شود چرا که رسانه ها در قبال افکار عمومی و روشننگری رسالت بزرگی دارند.

وی ادامه داد: یکی از دلایل اصلی این امر، روابط عمومی های ناکارآمد در برخی ادارات هستند که نمی توانند پاسخ نقدها را به درستی و با سند منتشر کنند بنابراین به برخی رسانه ای ها متوسل می شوند و با این کار خود، رسانه ها را در مقابل هم قرار می دهند و به عبارتی از آب گل آلود ماهی می گیرند.

وی همچنین ورود متعدد افراد مختلف به حوزه رسانه را از دیگر دلایل بادیگارد رسانه ای دانست و بیان کرد: افراد تازه کار و ناآگاه به الفبای فعالیت مطبوعات در بخش های خبرنگاری، گزارشگری و روزنامه نگاری با رسانه های قدیمی و باتجربه رقابت بالایی دارند و برای پیشی گرفتن در این رقابت ممکن است به هر وسیله ای از جمله خودزنی رسانه ای متوسل شوند.

نقش خانه مطبوعات و اداره فرهنگ در کاهش مشکلات اقتصادی و خودزنی ها

فیضی با اشاره به مشکلات اقتصادی مطبوعات و هزینه های بیمه، چاپ و نگهداری دفتر کار و حقوق کارکنان گفت: چنانچه اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی و خانه مطبوعات در خصوص پالایش و اختصاص عادلانه آگهی ها بر اساس درجه بندی رسانه ها فعال باشند، بخشی از مشکلات درآمدی مطبوعات حل و از خودزنی های رسانه ای کم می شود.

وی تصریح کرد: بسیاری از خبرنگاران کنونی روح خبرنگاری ندارند و حتی به دور از آداب رسانه ای رفتار می کنند که پالایش سالانه جامعه خبری توسط اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی علاوه بر ارتقای کار حرفه ای رسانه ها موجب افزایش

عزتمندی خبرنگاران می شود تا روابط عمومی یا مدیر یک دستگاه به خود اجازه ندهد در قبال وعده های کم ارزش و زودگذر، رسانه ها را در مقابل یکدیگر قرار دهد.

ضعف سواد رسانه ای و تقویت بادیگارد های خبری

"سعید باجلان" از دیگر فعالان مطبوعاتی لرستان نیز معتقد است ضعف سواد رسانه ای و عملکرد ناشیانه در دفاع از مدیر یا دستگاهی موجب بروز و تقویت بادیگارد های رسانه ای می شود.

وی افزود: برخی رسانه ها بدون شناخت از اداره مورد نظر به دفاع کورکورانه از آن می پردازند در صورتیکه شاید اگر اطلاعات کافی داشتند نواقص را هم مشاهده می کردند و با دفاع متعصبانه در مقابل دیگر رسانه ها نمی ایستادند.

وی تاکید کرد: اگر این همکاران سواد رسانه ای داشته باشند واقف هستند که وظیفه رسانه، حمایت غیرمنطقی از دستگاه اجرایی نیست اما اگر اقدام موثری توسط یک مدیر صورت گرفت باید اطلاع رسانی شود که این مهم با مقوله "حمایت" تفاوت دارد چراکه اطلاع رسانی اقدامات مفید دستگاه ها موجب انگیزه بیشتر برای خدمت به مردم می شود.

تقویت روابط عمومی ها و آموزش رسانه برای دوری از حمایت های بی اساس

باجلان در خصوص راهکارهای رفع این معضل تصریح کرد: در وهله نخست، روابط عمومی ها باید تقویت شوند و وظیفه خود را به درستی انجام دهند چراکه روابط عمومی بازوی رسانه ای هر دستگاهی است و وظیفه مشخصی در قبال اطلاع رسانی عملکرد اداره و پاسخگویی به رسانه ها دارد.

وی گفت: همچنین تعلیم همکاران رسانه ای در خصوص فعالیت حرفه ای و آگاهی به شرح وظایف، یک ضرورت است تا فعالان این عرصه همواره به یاد داشته باشند اطلاع رسانی اقدامات مفید ادارات با حمایت کورکورانه از مدیری که عملکرد قابل قبولی ندارد متفاوت است.

باجلان اظهار داشت: پیشنهاد می شود چنانچه رسانه های هم قصد حمایت از عملکرد دستگاهی را دارد درخواست برگزاری نشست خبری و شفاف سازی توسط مدیر را مطرح نماید نه اینکه به طور مستقیم در مقابل دیگر همکاران رسانه ای بایستد و مادامی که این موارد محقق نشود نمی توان ادعا کرد کار به صورت حرفه ای و تخصصی انجام می گیرد.

سواستفاده دستگاه های اجرایی از ضعف سواد رسانه ای و ایجاد دوگانگی بین رسانه

"حسن نجف وند" پیشکسوت عرصه مطبوعات لرستان نیز معتقد است دلایل متعددی وجود دارد که رسانه ها به جای روابط عمومی، پاسخگوی دیگر رسانه ها و مطالب انتقادی می شوند که این حرکت از رویکردهای حرفه ای رسانه به دور است.

وی گفت: برخی اصول روزنامه نگاری را رعایت نمی کنند اما سوءاستفاده عده ای از فعالان دستگاه های اجرایی را در ایجاد دوگانگی بین رسانه نباید نادیده گرفت.

به گفته وی رسانه ها در تمجید، انتقاد و بیان روشن و تاریک عملکرد مسوولان نقش مهمی دارند و بر همین اساس برخی از مدیران در یک چارچوب از پیش تعریف شده برای خود، به دنبال ایجاد تفرقه بین رسانه ها و دوگانگی در خطی مشی آنها هستند تا این امر فعالان رسانه ای را از پرداختن به اولویت های کاری باز دارد و مشغول اختلافات داخلی کند.

وی این اقدام را سوءاستفاده دستگاه های اجرایی از ضعف سواد رسانه ای دانست و ادامه داد: در سطح کلان، حتی روزنامه های غیرهمسو هم شاید نقدی بر مطالب هم داشته باشند اما علیه یکدیگر مطلب نمی نویسند.

قومیت و نسبیت گرایی، عامل مهم ایجاد بادیگارد رسانه ای

نجف وند نبود ساختار تشکیلاتی صنفی قوی، مسایل و وابستگی های اقتصادی مطبوعات و قومیت گرایی را از دیگر دلایل ایجاد بادیگارد رسانه ای دانست و گفت: تشکیلات صنفی قوی و توانمندی برای رسانه های استان وجود ندارد که این کمبود، موجب فعالیت جزیره ای و خودسرانه عده ای می شود.

وی اضافه کرد: اما طایفه گرایی و آشنایی سببی و نسبی با مدیران بسیار موثر است چراکه با توجه به شرایط فرهنگی و بافت اجتماعی لرستان، از دیرباز تاکنون خط قرمزی بنام قومیت گرایی در استان تعریف شده و حیطه مطبوعات را نیز در بر گرفته که برای رشد رسانه ها سم است.

وی گفت: قومیت گرایی، مزید بر مشکلات اقتصادی، ساختار ضعیف صنفی و سواد رسانه ای است چراکه رسانه ها باید با دید باز و هدفی آگاهی بخشی فعالیت کنند نه با تمجید و تعریف بی اساس، به دیوار دفاعی مدیر تبدیل شوند.

این فعال رسانه ای لرستان، با بیان اینکه عده ای به این عمل دامن می زنند تصریح کرد: اینگونه موضع گیری های نابجا زیننده رسانه و اهالی این عرصه نیست.

تشکل صنفی قوی، راه مقابله با بادیگارد رسانه ای

نجف وند ادامه داد: راهکار مقابله با این پدیده نسبتا تازه راه اندازی یک تشکل صنفی قوی است که بتواند وحدت و هماهنگی لازم را بین رسانه ها ایجاد و در عین حال بستر لازم برای آموزش، نشست های تخصصی و حتی گفتگوهای سازنده را فراهم کند در غیراینصورت، در آینده با مشکلات جدی مواجه خواهیم شد.

وی با تاکید بر اینکه مطالب تهیه شده توسط رسانه ها باید حرمت داشته باشد افزود: تولید محتوا باید با رعایت ادب باشد در حالیکه دیده می شود برخی رسانه ای ها امروز روح خبرنگاری ندارند و شاید جانبداری آنها بر سر منافع مدیران، به درگیری فیزیکی هم منجر شود.

وابستگی رسانه ها و رقابت برای رسیدن به قدرت

نباید فراموش کرد امروزه مطبوعات بنگاه های اقتصادی و مجبور به کسب درآمد هستند، اما در عین حال باید جذابیت های لازم را همزمان با تهیه محتواهای واقعی از جمله انتقادات منطقی و مستند برای مردم داشته باشند که صد البته ایجاد توازن میان این ۲ اصل مهم یک اقدام حرفه ای و هوشمندانه است.

"امین جعفری" کارشناس رسانه و علوم فرهنگی می گوید: اختلاف نظر بین رسانه ها و اینکه می توانند در خصوص یک مساله نظرات متفاوتی داشته باشند و با هم بحث و مجادله کنند در همه جای دنیا یک امر طبیعی است.

وی افزود: اما زمانی این ماجرا مشکل دار می شود که رسانه ها مستقل نباشند! در واقع نظام مدیریت رسانه کشور ما به گونه ای است که رسانه ها را وابسته به دولت بار می آورد و این وابستگی باعث می شود که یک رقابتی برای رسیدن به قدرت بین رسانه ها پیش می آید.

وی توضیح داد: در واقع مدیریت غلط دولت ها در ادوار مختلف باعث شده است برخی از رسانه ها برنامه هایی با اهداف مالی برای نزدیک شدن به قدرت داشته باشند.

وی گفت: در این خصوص باید ابتدا تعریف مساله شود، این موضوع یک رقابت سالم رسانه‌ای نیست که رسانه‌ها با استقلال رای، اختلاف خود را با یک بیان رسانه‌ای آن هم در یک موضوع خاص به بحث و مجادله بگذارند بلکه مساله به یارکشی رسانه‌ای، بادیگارد‌های رسانه‌ای و تیم‌های محافظ شخصی رسانه‌ای تبدیل می‌شود.

این کارشناس رسانه ادامه داد: در این شرایط تمام فکر و ذکر این است که شخصی را تایید کنند و در نقطه مقابل، برخی از رسانه‌هایی که نتوانستند خود را به قدرت نزدیک کنند، تمام تلاش خود را در نقد معطوف می‌کنند.

جعفری اظهار داشت: مرز بین نقد و تخریب بسیار مهم و باریک است که باید مواظب باشیم این حد را به خوبی بشناسیم و بکار بگیریم.

مشاور رسانه‌ای، جایگاهی فراموش شده در سایه بادیگارد رسانه‌ای

وی بیان کرد: رسانه‌ها باید فارغ از اینکه موافق یا مخالف شخصی مدیر یا دستگاهی هستند، در خصوص عملکرد مدیران با یکدیگر بحث کنند و خروجی، قضاوت واقعی آنها باشد، نه اجباری که نیاز آنها به قدرت است.

جعفری ادامه داد: این شیوه فعالیت به ظاهر رسانه‌ای باعث می‌شود عده‌ای از مدیران به سمتی بروند که بادیگارد یا محافظ رسانه‌ای استخدام کنند که در این صورت مقوله و کارکرد واقعی "مشاور رسانه‌ای" لوٹ می‌شود و در سایه بی توجهی قرار می‌گیرد.

وی افزود: این پدیده باعث شده است بسیاری مشاور رسانه‌ای را با این بادیگارد‌ها اشتباه بگیرند و این مفهوم را از بین رفته بدانند که بدون شک ساختار نظام مدیریت رسانه‌ای باید از این حالت خارج شود.

این کارشناسی رسانه و علوم فرهنگی گفت: پیشنهاد می‌شود اگر امتیازاتی از دولت تحت هر عنوانی مانند آگهی‌ها به رسانه‌ها داده می‌شود باید در یک ساز و کار شفاف باشد تا رسانه‌های منتقد از اصول خود دور نشوند و حقوق آنها تضعیف نشود.

جعفری اضافه کرد: همچنین در این صورت، رسانه‌های مجیزگو از امتیازات خاص که باعث فساد می‌شود برخوردار نخواهند بود و به نوعی ویژه‌خوار نمی‌شوند.

وی افزود: مسوولان باید این دیدگاه را داشته باشند که اساسا نقد رسانه، دشمنی نیست، انتقاد را مفید و محترم و خود را نیازمند نقد بدانند بنابراین در صورت وجود چنین دیدگاهی، نیاز نیست یک تیم را برای محافظت رسانه‌ای از خود استخدام کنیم.

وی بیان کرد: برای دفاع از عملکرد مدیر و دستگاه اجرایی صرفا یک جوابیه یا روشنگری روابط عمومی کافی است اینجاست که نقش یک مشاور رسانه‌ای توانمند و متخصص مشخص می‌شود که به دور از هیاهوی کاذب و جاروجنجال‌های احساسی، اوضاع را مدیریت کند.

جعفری در نتیجه گیری این موضوع توضیح داد: نظام رسانه‌ای در کشور دولتی است که باید اصلاح شود اما اکنون که وضعیت به این شکل است، قانون آگهی‌های دولتی باید به خوبی اجرا شود، که پرداخت‌های خارج از عرف، نامتعارف و رشوه دادن‌های قانونی، ارتباط مستقیم بین روابط عمومی و رسانه که می‌توانند به هم نان قرض بدهند از بین می‌رود و یک ارتباط رسانه سالم برقرار می‌شود.

انتهای پیام/