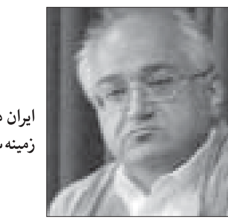
**هنر**
بیا صلح را به یاد آوریم . . . . . . . . . . . . . . . . ۱۴
یادداشتی به مناسبت کنسرت گروه کامه‌راتا . . . ۱۴
طنز کمی تا قسمتی شیرین‌تر از فلسفه است . . ۱۵
قمر در عقرب . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۱۵

**سینما و ادبیات**
گفت‌وگو با احمد اکبرپور . . . . . . . . . . . . . . ۱۶
همه داستان‌ها اصالت دارند . . . . . . . . . . . . ۱۶
ماندن در وضعیت آخر . . . . . . . . . . . . . . . ۱۷
پیش‌بینی آینده سینمای ایران از نگاه سینماگران . . ۱۷



**اندیشه و تاریخ**
آدورنو و روشنگری . . . . . . . . . . . . . . . . ۱۸
تناقضات سیاسی در نظریه انتقادی آدورنو . . . . ۱۸
اختلاف با حزب جمهوری . . . . . . . . . . . . . ۱۹
سئوال بی‌پاسخ . . . . . . . . . . . . . . . . . . ۱۹

**مشروطه**
ایران در تب بحران . . . . . . . . . . . . . . . . ۲۰
زمینه‌سازان مشروطه . . . . . . . . . . . . . . . ۲۰

# رسانه
ویژه نمایشگاه مطبوعات

**نگاه**

مشکلات مطبوعات؛ فعلاً همین پنج نکته

## مطبوعات در تعلیق

مجید رضائیان*

**یکم** – هنوز این تعریف موریس دوورژه استاد صاحب‌نام دانشگاه سوربن و جامعه‌شناس درباره افکار عمومی به قوت خود باقی است که: «افکار عمومی قدرت غالباً گمنام سیاسی است.» او هم‌چنین معتقد است: «ارکان قدرت ملی، به جای پنج پایه بر شش پایه استوار است و ششمین رکن قدرت ملی که چندان در ظاهر به چشم نمی‌آید، افکار عمومی خواهد بود.» اکنون اگر این تعریف را با شرایط امروز مطبوعات ایران تطبیق دهیم، تصور می‌کنید به چه نتیجه‌ای دست می‌یابیم؟ بررسی مشکلات مطبوعات ایران- موضوع بحث این نوشته- ابتدا باید از کدام نقطه آغاز شود؟ آیا مطبوعات نماینده و تبلور افکار عمومی است یا خیر؟ در ایران چطور؟ به راستی مطبوعات ما به چه میزان نماینده افکار ملی و عمومی است؟ و به چه میزان نماینده افکار دولتی؟ آیا این دو با یکدیگر متفاوت است یا نه؟ آیا با نگاه خوشبینانه می‌توان این دو را در طول یکدیگر هم قلمداد کرد؟ در آن صورت به یک مسئله ریشه‌ای‌تر می‌رسیم؛ چرا مطبوعات را داریم از جنس درونی و ذاتی‌اش دور می‌کنیم؟ مطبوعات یعنی اطلاع‌رسانی، نماینده افکار عمومی و تجلی آزادی بیان. پس چرا حتی در چارچوب قانون حرکت کردن مطبوعات را که امری پذیرفته شده است، گاه به ضد خودش تبدیل می‌کنیم؟

**دوم** – به نظرم اگر در راه‌اندازی چند روزنامه حضور و نقش محوری داشته باشید و سردبیری کنید و تیتر اول بزنید بلافاصله به این مشکل مشخص برخورد می‌کنید که چرا عمدتاً مدیران مسئول ما که از سوی صاحبان امتیاز مطبوعات منصوب می‌شوند، از جنس سیاست و بعضاً با نگاه دولتی هستند تا از جنس مطبوعات. یک قدم به عقب‌تر برگردیم و باز صریح‌تر سخن بگوییم: تصور می‌کنید قانون مطبوعات ما نخستین نقصی که بر آن وارد است چیست؟ «اعطای امتیاز به اشخاص حقیقی و حقوقی بدون کمترین پیشینه مطبوعاتی.» ایراد بلافصل دوم اینکه مدیران مسئول هم بر همین سیاق انتخاب می‌شوند. جالب است، نه؟ جالب‌تر اینکه در هیچ کجای دنیا، عناوینی که ما در قانون مطبوعات گنجانده‌ایم، وجود ندارد. در همه‌جا، به‌ویژه کشورهای آزمون‌پس‌داده و پیشرفته، به صاحب امتیاز ناشر می‌گویند و به مدیر مسئول سردبیر کل. خودتان قضاوت کنید که چقدر میان این نامگذاری‌ها تفاوت وجود دارد. ما وقتی برای مقام ارشد یک روزنامه عنوان مدیرمسئول را برمی‌گزینیم و نه سردبیر کل، از همان ابتدا می‌خواهیم این پیام را القا کنیم که نگاه ما، نگاهی از سر جنس اطلاع‌رسانی و ذات مطبوعات نیست. اینها یک‌سری بحث‌های کاملاً کارشناسی است؛ اصلاً موضوع را سیاسی نبینید. اینها ایرادهایی است که به اشخاص بازنمی‌گردد، بلکه باید در قانون به فکر و اصلاح آن باشیم.

**سوم** – این دو مشکل، به شدت ساختاری و پایه‌ای است. اما مشکلات معمول مطبوعات امروز ایران در چهار حوزه تعریف می‌شوند: مشکلات قانونی و سیاسی، مشکلات اقتصادی، مشکلات آموزشی، مشکلات حرفه‌ای

شما کمتر روزنامه‌ای را پیدا می‌کنید که در میدان نه‌چندان موسع اطلاع‌رسانی امروز، با دیدگاه‌ها و تعاریف سلیقه‌ای با مقوله‌ای به نام «خط قرمز» مواجه نباشد. در حالی که میدان محدود اطلاع‌رسانی در انتخابات ریاست‌جمهوری- از سوی رسانه ملی- بازتر شد، همه اثرات مثبت آن را شاهد بودیم. همین اعتماد باید به مطبوعات ما هم بشود و در مقام تعاریف قانونی از مسئله آزادی بیان و اطلاع‌رسانی با محک و سنجشی به نام «خط قرمز» سلیقه‌ای برخورد نکنیم.

**چهارم** ـ مطبوعات ما کم‌جان هستند: جدای از کم‌جان بودن مطبوعات ما از نظر پوشش‌های خبری در حوزه‌های مختلف، از حیث اقتصادی نیز توان لازم را نیافته‌اند. تصدیق می‌کنید که مطبوعات، وقتی از نظر اقتصادی با خطر قطع انتشار مواجه باشند، آفت بلافصل چنین وضعیتی به عدم استقلال مطبوعات ما- به‌ویژه از نظر آزادی قلم و انتشار اطلاعات- منتهی می‌شود. راستی چنین پیشامدی، چه اندازه به نفع مطبوعات ماست؟ آیا اگر در همین رابطه حتی آگهی‌های بازرگانی را نیز به دولتی تبدیل کنیم و همین آب‌باریکه را به روی آنها ببندیم، چه اندازه به مطبوعات خدمت کرده‌ایم. بی‌گمان وقوع چنین رخدادی به معنای زدن تیر خلاص بر پیکر نیمه‌جان مطبوعات ما قلمداد خواهد شد.

فقط در حد یک جمله یادآور می‌شوم که؛ خدمت اصلی به مطبوعات ما تنها در گرو رساندن آنها به استقلال مالی است. استقلالی که مطبوعات ما را- در چارچوب‌های پذیرفته شده قانونی- فعال و پویا می‌کند و آنگاه شاهد اطلاع‌رسانی مناسب‌تر و آزادانه‌تری خواهیم بود.

**پنجم**- اگر پذیرفتیم روزنامه‌نگاری کار تخصصی است، بی‌تردید این نتیجه در برابر ما خودنمایی می‌کند که کار حرفه‌ای و توان آموزشی و تخصصی، یک اصل محوری برای رشد مطبوعات است. در آن صورت شاهد نخواهیم بود که در صفحه اول مطبوعات ما اشتباهات فاحش اتفاق بیفتد. به‌عنوان نمونه عکس تیتر اول عملاً با تیتر دوم قاطی نکند. در صفحه اول، از پنج تیتر شاهد پایان تیتر در سه مورد با فعل «شد» نخواهیم بود. دیگر این اتفاق تکرار نمی‌شود که تیترها و عکس‌های ارجاعی و یا حتی لوگوی روزنامه بین تیتر اول با مطلب و عکس تیتر اول فاصله بیندازد. دیگر کمتر شاهد خواهیم بود که صرفاً یک جمع‌بندی خبری در قالب ستونی به نام یادداشت چاپ شود. این را هم دیگر مشاهده نمی‌کنیم که یک تیتر قطعی به ظاهر خبری، تنها متکی به مطلبی است که تا آخر از یک «منبع آگاه» استفاده شده و مخاطب نمی‌داند با چه اطلاعات درست یا نادرستی مواجه است. اینها و نمونه‌های دیگری از این دست، نشان می‌دهد که تحریریه‌های ما در مطبوعات امروز ایران، با مشکل کار حرفه‌ای و توان علمی و آموزشی نیز مواجه هستند. مشکلات مطبوعات ما همین‌ها است. خیلی زیاد که نبود، بود؟

*** روزنامه‌نگار و مدرس ارتباطات**

فراز و نشیب‌های یک مجله ۴۳ ساله

## دانشمند فقط کمی توجه می‌خواهد

علی‌اکبر قزوینی

باورتان می‌شود که در بحبوحه حوادث زمستان ۵۷ که انقلاب اسلامی در حال پیروزی و نظامی ده‌ها ساله در حال فروپاشی بود، مجله دانشمند همچنان منتشر می‌شد؟ آیا می‌توانید باور کنید که در سخت‌ترین روزهای جنگ تحمیلی با عراق که اکثر مردم تهران از ترس موشک‌های صدام به شهرهای دیگر گریخته بودند، انتشار ماهانه دانشمند حتی یک روز هم تأخیر نداشت؟ باورش سخت است، اما همه اینها واقعیت دارد.

### ■ تولد یک دانشمند

اول آبان ۱۳۴۲ نشریه‌ای در قطع وزیری راه به دنیای نشریات آن روز ایران گشود که شاید بنیانگذاران آن هم تصور نمی‌کردند ۴۳ سال بعد همچنان در حال انتشار باشد. بر جلد این نشریه که زمینه آبی نفتی و نواری قرمزرنگ داشت، نام «دانشمند» نقش بسته بود و جمله‌ای به خط نستعلیق در زیر آن: «سخنان نو از جهان تازه برای نسل جدید از دانش امروز و پژوهش فردا». پشت این جلد تابلویی از شاهنامه فردوسی اثر «بهزاد» چاپ شده بود و در صفحه مقابل آن علت انتشار این نشریه به قلم دکتر نصرالله شیفته: «. . . نویسنده در ۲۵ سال کم‌وبیش فعالیت مطبوعاتی خود همواره در این اندیشه بوده‌ام که جای نشریه‌ای برای نسل دانشمند و یا دست‌کم دانش‌خواه در کشور ما خالی است، نشریه‌ای که بتواند دانش امروز و علوم دیروز را در اختیار آن رده‌ای که خواستار آن است بگذارد. در جهان مترقی این‌گونه نشریات با تیراژ فراوان و سازمانی گسترده وجود دارد و شک نیست نسل امروز ما به چنین نشریه‌ای نیازمند است و روزی این کار نیز باید بشود. این فکر در مسافرت‌هایی که به کشورهای اروپایی و آمریکایی به عمل آورده و با جوانان در تماس بوده‌ام بیشتر در ذهن نویسنده تقویت شد، تا آن‌که امروز این فرصت فراهم آمد که به کمک دوست گرامی‌ام دکتر مصطفی الموتی نتیجه این تلاش را به شکل «ماهنامه صبح امروز برای نسل دانشمند» در اختیار شما قرار دهم.» اولین شماره دانشمند را که ورق بزنید، مطالبی نظیر گفت‌وشنودی با دکتر هشترودی، راهنمای ثبت اختراعات در ایران، رآکتور اتمی تهران چگونه کار خواهد کرد، رژیم چاقی و لاغری: حیله داروسازان قرن بیستم، کاوش در اعماق دریا، عجیب‌ترین اسرار بدن انسان و . . . را خواهید یافت. در آخرین صفحه این مجله ۱۵۰ صفحه‌ای، در کادری کوچک شناسنامه مجله آمده است: ع. [عفت] عمیدی نوری صاحب‌امتیاز، دکتر مصطفی الموتی مدیر و زیر نظر دکتر نصرالله شیفته. «جای اداره» در خیابان فردوسی روبه‌روی سفارت انگلیس بوده و تک‌شماره مجله ۲۰ ریال قیمت داشته است. پشت جلد هم آگهی یک شامپوی ایرانی- آلمانی چاپ شده است. دکتر شیفته ۲۰ سال در دانشمند بوده، تا بهمن ۶۲ که دیگر عنوان مدیرمسئول و سردبیر هم از آن او شده بود. از اسفند ۶۲ مدیرمسئول محمد پیراینده است و نامی از سردبیر نیست. عمیدی‌نوری تا اسفند ۶۳ صاحب امتیاز دانشمند بوده اما بعد از آن نام بنیاد مستضعفان و جانبازان در برابر این عنوان آمده است. خرداد ۶۴ علی میرزایی مدیرمسئول و سردبیر شده و از تیر ۶۴ عبارات «پرتیراژترین نشریه علمی به زبان فارسی» و «ارگان جوانان روشنفکر و دانشمند ایران» از بالا و پایین لوگوی دانشمند برداشته شده است. شناسنامه مجله هم به صفحه دو منتقل شده است. میرزایی تا تیر ۷۲ در دانشمند بوده و بعد از آن تا اسفند ۷۵، احمد فرمد مدیرمسئول و سردبیر بوده است. از فروردین ۷۶ تاکنون نیز علیرضا کریمی مدیرمسئول دانشمند بوده است و سیدمحمدعلی عمادی سردبیر. فروردین ۵۸ دانشمند یک ویژه‌نامه نوروزی در ۱۸۰ صفحه منتشر کرده بود که رقم ۶۰ هزار نسخه تیراژ زیر لوگوی آن نوشته شده بود. بهای آن شماره ۱۰۰ ریال بود. سال ۷۰ دانشمند را با ۳۰۰ ریال می‌شد خرید و اواخر ۷۵ با ۱۵۰ تومان. این ماه نیز دانشمند شماره ۵۱۱ در ۱۰۰ صفحه و به قیمت ۴۵۰ تومان روانه کیوسک‌های روزنامه‌فروشی شد.

### ■ نشریه‌ای در کانون توجه

از دوران پیش از انقلاب و اوایل انقلاب دانشمند کسی در دسترس نیست. بنابراین به سراغ علی میرزایی می‌روم، اولین کسی که پس از انتقال امتیاز دانشمند به بنیاد مستضعفان مدیریت دانشمند را به عهده گرفت و هشت سال این نشریه را در اوج نگه داشت. چاپ مقالات متنوع و باکیفیت، جمع آوردن گروهی از استادان و صاحب‌نظران به عنوان مشاوران و ویراستاران مجله و انتشار منظم ویژه‌نامه‌ها و ضمیمه‌های موضوعی شاهدی بر این مدعا است. از او که هم‌اکنون صاحب‌امتیاز، مدیر و سردبیر فصلنامه نگاه نو است، درباره دلیل انتقال امتیاز دانشمند می‌پرسم. می‌گوید: «در جریان نبودم.» و اضافه می‌کند که گویا اموال آقای عمیدی‌نوری مصادره شده بود که دانشمند هم جزء آنها بود. اما حکایت پیوستن خود او به دانشمند شنیدنی است. می‌گوید: «آن زمان مهندس طهماسب مظاهری رئیس بنیاد بود. ایشان بودجه‌نویسی را در بنیاد آغاز کرد و هر روز مدیران هر یک از سازمان‌های تابعه برای بیان وضع بودجه و برنامه‌هایشان نزد او می‌آمدند. من هم چون سازمان برنامه‌ای بودم در این جلسات شرکت می‌کردم.» تاکید می‌کند که خودش سمتی در بنیاد نداشته و ادامه می‌دهد: «یک روز سرپرست دانشمند (که نامش خاطرم نیست) آمد و برنامه‌هایش را گفت. اما آن فرد که قاعدتاً باید آدمی کاربلد می‌بود، نتوانسته بود یک برنامه درست و حسابی ارائه بدهد و این آقای مظاهری را خیلی ناراحت کرد. بعد از رفتن او، همین طور که نشسته بودیم دیدم آقای مظاهری دارد حکم انتصاب من به عنوان مدیر دانشمند را با مداد روی کاغذ می‌نویسد. من خندیدم، کاغذ را پس دادم و گفتم آقای مهندس نکنید این کار را. . . این جریان مال اسفند بود و من نوروز آن سال مسافرت خارج از کشور بودم. اما وقتی اواخر فروردین برگشتم دیدم روزنامه‌ها خبر انتصاب من را نوشته‌اند و حیرت‌آور این که مجله هم به اسم من درآمده بود!» به این ترتیب او در مقابل عملی انجام‌شده قرار می‌گیرد و چاره‌ای جز ادامه کار نمی‌بیند. می‌گویم حتماً بنیاد خیلی به شما کمک (مادی و معنوی) می‌کرد. اما پاسخ منفی او قاطعانه است: «به هیچ وجه. از روزی که کارم را شروع کردم تا آخر حتی یک ریال هم نگرفتم.» می‌گوید نه تنها کمک نگرفتیم، که حتی به بنیاد کمک هم می‌کردیم: «من مجله را روی پای خودش اداره می‌کردم.» در عین حال، تاکید می‌کند که حمایت‌های معنوی نقشی کلیدی داشته است: «رئیس بنیاد جلوی کسانی که مدعی بودند صاحب دانشمندند، ایستادگی می‌کرد و اجازه می‌داد ما کار کنیم. من چهار سال در زمان آقای مظاهری، مدت کوتاهی با آقای باقریان و حدود سه سال هم با آقای رفیق‌دوست کار کردم. یکی از شرایط من برای کار کردن این بود که باید تنها با رئیس بنیاد طرف باشم، نه مثلاً با معاون‌ها یا فلان دارودسته‌ها.»

با همه اینها، انتشار مستمر نشریه‌ای چون دانشمند بدون هیچ‌گونه کمک مالی به‌نظر باورپذیر نمی‌آید. میرزایی توضیح می‌دهد: «من به حمایت مادی و این‌که دولت پول خرج مطبوعات کند، اعتقادی ندارم. مجله باید خوب باشد و خوب فروش کند و خرج خودش را درآورد.» می‌گوید در زمان من تعداد مشترکان مجله به ۱۴ هزار رسیده بود که فکر می‌کنم در تاریخ مطبوعات ایران سابقه نداشته است. اضافه می‌کند که موقع شروع کار، ما دو اتاق تحویل گرفتیم و آخر سر ساختمانی پنج‌طبقه تحویل دادیم که یک طبقه آن کتابخانه‌ای علمی و مرجع بود که کتاب‌هایش را از آمریکا و اروپا سفارش می‌دادیم. می‌گوید: «بنیاد در آن زمان مشهور بود که از نظر مالی بی‌در و پیکر است. ولی ما هر سال به همت مدیر مالی یک گزارش حسابرسی می‌دادیم که بدون کوچک‌ترین ایراد به تصویب می‌رسید.» توضیح می‌دهد که سه گروه حرفه‌ای را در دانشمند سازماندهی کرده بود تا بتواند امور را به بهترین شکل هدایت کند: «آن موقع سه گروه اجرایی، مالی و علمی در مجله بودند و به نظر من اگر در هر مجله‌ای این سه گروه متخصص باشند و درست کار کنند، طبیعی است که به درآمدسازی خواهد رسید.» در عین حال تاکید می‌کند که عنصر حمایت معنوی باید در کنار اینها باشد تا مجله بتواند به حیات خودش ادامه دهد: «آقای دکتر سروش به ما نامه‌ای نوشت و اظهار کرد که دانشمند شجره طیبه انقلاب اسلامی است. آقای میرحسین موسوی نخست‌وزیر در نامه‌ای دانشمند را مجله‌ای استثنایی خواند. حتی خود آقای مظاهری هر شماره دانشمند را می‌خواند و کنار مطالب حاشیه‌نویسی می‌کرد و نکاتی را از لحاظ علمی تذکر می‌داد.» میرزایی می‌گوید: «هر کدام از اینها کافی است تا آدم را دو سال شارژ کند.» اما سرانجام برخی حرف و حدیث‌ها، خستگی ناشی از هشت سال کار سنگین (که سه سال آن در زمان جنگ بود) و آغاز به انتشار نگاه نو، باعث می‌شود تا میرزایی از دانشمند برود: «من جمعاً ۱۱ بار استعفا دادم که بالاخره یکی از آنها پذیرفته شد.» میرزایی در حالی در سال ۷۲ دانشمند را ترک کرد که «چهار میلیون تومان پول در حساب بود و به هیچ کس بدهکار نبودیم.»

### ■ ماندن در سال‌های سخت

دانشمند در چند سال اخیر چند بار تغییر محل دفتر داشته است. یک بار از کوچه شهید مهماندوست (نزدیک خیابان شهید بهشتی) به طبقه فوقانی تماشاگه پول در میرداماد نقل مکان کرد و پس از آن هم به ساختمانی در نبش خیابان سمیه- استاد نجات‌اللهی. در دفتر کوچک دانشمند، تصویر پروفسور حسابی را می‌توان دید و اینشتین را، و دیگر دانشمندان ایرانی و خارجی که از پشت قاب‌های شیشه‌ای فضای دفتر را نظاره می‌کنند. حضور میز نور و یک ماشین تحریر، روایتگر سال‌هایی نه چندان دور است که از کامپیوتر خبری نبود. چند سالی صفحات دانشمند با «نشر الف» بسته می‌شد اما مدتی است که دیگر نرم‌افزار InDesign با امکانات بیشتر و استفاده سهل‌تر وارد گود شده است. «دانشمند نوجوان» بخشی است در انتهای مجله که در زمان مدیریت علیرضا کریمی راه‌اندازی شده و تاکنون ۱۰۳ شماره پیاپی منتشر شده است. کاغذ مجله هم مدتی است که عوض شده و مرغوب‌تر شده است. از کریمی در مورد تغییر قطع یا رنگی شدن دانشمند می‌پرسم. می‌گوید: «تغییر قطع فضای کار را بیشتر خواهد کرد و از لحاظ تبلیغات و آگهی هم دست ما را بازتر خواهد گذاشت. ولی این قطع و اندازه دیگر به یک برند (نشان) تبدیل شده و مردم آن را پذیرفته‌اند. حتی بسیاری از خریداران شماره‌های مجله را آرشیو می‌کنند که در این صورت نظم بایگانی آنها به هم خواهد خورد. اما در مورد رنگی شدن بسیار خوشحال می‌شویم که بتوانیم این کار را انجام دهیم، البته اگر توان مالی‌مان این اجازه را بدهد.»

دانشمند در سال‌های اخیر با رقبای جدیدی مواجه شده است، اینترنت و شبکه‌های ۲۴ ساعته تلویزیونی و ماهواره‌ای بخشی از آنها هستند. همه اینها در حالی است که خود دانشمند هنوز وب‌سایت ندارد، گرچه به اعتقاد کریمی این قابلیت را دارد که حتی یک خبرگزاری علمی را سازماندهی کند. جز اینها، به نظر می‌رسد که آن عنصر «حمایت معنوی» مدتی است که سایه‌اش کمتر بر سر دانشمند است. همان که به قول میرزایی: «اگر نباشد مدیر دلسرد می‌شود. از مدیر باید پشتیبانی کرد. حمایت نه پول، که توجه است.» همه این عوامل دست به دست هم داده تا دانشمند به بخش زیادی از مخاطبان بالقوه خود دسترسی نداشته باشد. از مرحوم پروفسور حسابی نقل است که ایشان سرمایه یک کشور را نه نفت یا ذخایر زیرزمینی، که ذهن و دانش جوانان می‌دانستند. دانشمند پس از نزدیک به نیم قرن انتشار بی‌وقفه دیگر به یک «سرمایه ملی» تبدیل شده است، نشریه‌ای که اگر قوی‌تر باشد می‌تواند جریان‌ساز باشد و فراهم‌کننده بستری برای رشدونمو استعدادهای علمی، برای سوق دادن ذهن نوجوان‌ها و جوان‌ها به موضوعاتی عمیق‌تر. دانشمند ۴۳ ساله ما در آستانه سالخوردگی هنوز جوان است و تنها کمی توجه می‌خواهد. آیا این کمترین خواسته هم از او دریغ خواهد شد؟

این گزارش قرار نیست زردها را بکوبد

## همیشه در حاشیه

«آیا شما قبول دارید که نشریه‌تان زرد است؟» پرسیدن این سئوال از سردبیر یک نشریه زرد مثل نزدیک کردن شعله آتش به بشکه باروت است، اما ترجیح می‌دهم به جای حاشیه رفتن از همان ابتدا به قلب هدف بزنم. سردبیر اولین نشریه‌ای که در برابر این پرسش قرار می‌گیرد، ناگهان لحن کلامش و شیوه برخوردش از این رو به آن رو می‌شود، آنقدر که از همان پشت تلفن می‌توانم حالت چهره او را مجسم کنم. او می‌گوید صحبت درباره این موضوع «برای ما بار منفی دارد.» و در حالی که به هیچ عنوان مایل نیست از نشریه‌اش نام برده شود، ادامه می‌دهد: «باید این سئوال را از قدیمی‌های این حرفه بپرسید. آنها صاحب‌نظرتر هستند.» البته بعداً که روی جلد شماره اخیر نشریه او را نگاه می‌کنم، رقمی بالای بیست سال را به عنوان سالیان مستمر انتشار می‌بینم! از من اصرار است و از او مرتب انکار، می‌گوید باید در این زمینه نشستی با حضور سردبیران چند تا از این نشریه‌ها برگزار شود و ما در آنجا نظراتمان را بگوییم.

واژه «زرد» باعث شده او «گارد»ی بگیرد که به این راحتی‌ها شکستنی نیست. اما سرانجام لب به اظهارنظر می‌گشاید: «ما یکی از افتخاراتمان این است که عامه‌پسند هستیم.» او عامه‌پسند بودن را مصداق این می‌داند که «توده مردم ما را و روش ما را می‌پسندند و این روشی است که تلویزیون هم به سمت‌وسوی آن گرایش پیدا کرده است.» موردنظر او، سریال‌هایی است که «مردم سوژه‌ها و بازیگرهایش را دوست دارند.» همین نشریه چند هفته‌ای است که بعد از عید بیشتر مطالب و به‌ویژه عکس‌های روی جلد خود را به بازیگر جوان یکی از سریال‌های نوروزی اختصاص داده است. این سردبیر معتقد است که نشریه‌اش می‌تواند وقتی را از فراغت مردم و جوانان بگیرد و مطالبی به آنها بدهد که «جذب ماهواره و پلیدی‌های جامعه نشوند.» تکیه‌اش روی «عامه مردم» باعث می‌شود تا از او درباره تیراژ بپرسم، گرچه می‌دانم در میان مدیران نشریات ایرانی تیراژ به مثابه ناموس است و فاش کردن آن گناهی نابخشودنی! آقای سردبیر هم چیزی لو نمی‌دهد و توصیه می‌کند: «اگر هم [در این مورد بپرسی] اطلاعات غلط می‌دهند.» اما برای تخمینی از تیراژ و میزان فروش در میان «عامه مردم» راه‌های دیگری هم وجود دارد آقای سردبیر!

### ■ قرمز

دکه‌داری در خیابان فلسطین شمالی نمی‌داند نشریه زرد چیست، و این البته چیزی است که هیچ‌کدام از دکه‌دارهای دیگری هم که در برابر این پرسش قرار گرفتند، پاسخی برای آن نداشتند. توضیح کوتاهی درباره این نشریات و نشان دادن چند نمونه از آنها، راه‌گشای توضیحات بعدی است: «نشریه [. . .] ۱۲-۱۰ تا برایمان می‌آید، ۴-۳ تا برگشتی دارد. آن یکی ۴-۳ تا می‌آید، یکی دو تایش فروش می‌رود.» این دکه‌دار از چند نشریه دیگر اسم می‌برد و می‌گوید اینها اصلاً فروش نمی‌روند! دکه‌دار دیگری در میدان فلسطین هم شبیه اینها را می‌گوید: «از هر کدام نهایتاً ۱۰ تا می‌آید و ۵-۴ تا فروش می‌رود.» او مثل خیلی دیگر از هم‌صنفی‌هایش می‌گوید اگر برای این نشریه‌ها «مشتری بیفتد» کم‌وبیش فروش می‌روند: «مثلاً اگر کسی دنبال حوادث باشد نشریات حادثه‌ای را به او نشان می‌دهم.» او البته ادامه می‌دهد که در این محل بیشتر زردهای ورزشی خریدار دارند و حادثه‌ای‌ها کمتر. می‌گوید: «جنوب شهر حوادث خیلی خریدار دارد. خود من که جنوب شهر دکه داشتم حادثه‌ای‌ها کلی فروش داشت.» این سرنخ او باعث می‌شود روز بعد کمی تهران‌گردی کنم، از شمال به جنوب. در هوای پررگبار یکی از روزهای آخر فروردین، روی پیشخوان دکه خیابان ولی‌عصر نرسیده به میدان تجریش، تنها دو عنوان نشریه زرد هست و از هر کدام ۴-۳ نسخه. پسر جوان داخل دکه توضیح می‌دهد: «بقیه را نچیده‌ام.» می‌گوید اینجا زیاد این نشریه‌ها را نمی‌خرند، «اما اگر حوادثش خوب باشد می‌برند.» دکه‌دار ابتدای خیابان دربند هم می‌گوید از هر کدام ۱۰-۵ تا برایمان می‌آید و ۳-۲ تا برگشتی دارد: «البته از [. . .] ممکن است ۲۰ تا هم بیاید که آن هم ۱۰ تایش برگشتی است.» روی دکه نزدیک امامزاده صالح(ع) یکی دو نشریه زرد بیشتر نیست، بادی تند وزیدن گرفته و مجالی هم برای پرسش بیشتر نیست. . . از آنجا خودم را به مبداء خط یک مترو می‌رسانم که از دل نقاط شمالی شهر به جنوبی‌ترین نقطه ابرشهر تهران خطی مستقیم کشیده است. محله خزانه (درست یا غلط) بیشتر یادآور اخبار حادثه‌ای است. از ایستگاه مترو که خارج می‌شوم، راهی به‌نسبت طولانی را طی می‌کنم و سرانجام بعد از ۱۰ دقیقه که دکه‌ای را از دور در خیابان حسینی می‌بینم، گویی در بیابان چشمه یافته‌ام.

اما اینجا هم خبر خاصی نیست: «اگر بعد از بازی [فوتبال] باشد یا خبرهای حادثه‌ای داشته باشد فروش می‌رود، ولی غیر از آن بستگی دارد [که مشتری‌اش بیفتد] و ممکن است از هر کدام یک نسخه فروش برود.» بیست دقیقه دیگر پیاده‌روی می‌کنم تا سرانجام در سوی دیگر یک بلوار، دکه‌ای را می‌بینم. اینجا اما بیشتر دکه بیسکویت و آبمیوه و سیگار است تا روزنامه و مجله، و جالب آن‌که در جوار ایستگاه علی‌آباد است: یک ایستگاه پایین‌تر از خزانه! دوباره متروسواری است و این بار شوش. این بار دکه‌ای را نزدیک ایستگاه می‌یابم. فروشنده نوجوان می‌گوید: «این نشریه‌ها را خوب می‌برند، رهگذرها کم‌وبیش می‌خرند.» اضافه می‌کند که نشریه‌های حادثه‌ای و ورزشی خوب فروش دارند، اما «خوب» او همان متوسط دکه‌دارهای دیگر است: «۱۰ تا که می‌آید تقریباً نصف- نصف می‌رود.» اینجا هم به فاصله نیم‌ساعت پیاده‌روی از چهار بازوی یک چهارراه، دکه دیگری نیست. در گوشه خیابان رجایی، نرسیده به ریل راه‌آهن، سه جوان چرک و چروک در پناه شمشادهای کوتاه کنار خیابان فارغ از همه چیز موادشان را دود می‌کنند. کمبود دکه‌های روزنامه‌فروشی در این مناطق بدجور توی ذوق می‌زند. چند ایستگاه بالاتر، دوباره می‌توان تقریباً هر ۵۰ متر یک دکه یافت. در میان ۷-۶ دکه محدوده خیابان‌های باب‌همایون و صوراسرافیل، تنها در یکی از آنها چند نشریه زرد باران‌خورده در گوشه‌ای از دکه به چشم می‌خورد. . . در ایران بنابر سرشماری‌ای که اخیراً (اسفند۸۴) انجام شده است، ۴۳۵۵ دکه روزنامه‌فروشی وجود دارد. اگر در «خوش‌بینانه‌ترین حالت» تعداد نسخه‌های یک نشریه زرد ارسالی به «همه» این دکه‌ها را ۵ در نظر بگیریم، به حدود ۲۲ هزار نسخه تیراژ می‌رسیم و اگر ۳۰ درصد هم برگشتی در نظر بگیریم، در نهایت یک نشریه زرد تقریباً ۱۵ هزار نسخه فروش خواهد داشت: یک نسخه به ازای هر ۵ هزارنفر.

### ■ زرد

اما نشریه زرد که این همه از آن حرف زدیم چیست؟ در این گزارش، تعریف نشریه زرد به نشریاتی که به شکل روزنامه‌ای (منگنه‌نشده) و در قطع نصف روزنامه‌های عادی چاپ می‌شوند، محدود شده است. تقریباً تمام نشریات این گروه هفته‌نامه هستند و بیشتر آنها در یکی از روزهای شنبه یا سه‌شنبه منتشر می‌شوند. این نشریات جدا از قطع و شکل ظاهری خود، با تیترها، عکس‌ها و نوع مطالبی که پوشش می‌دهند، از سایرین متمایز هستند. تقریباً در تمام دکه‌ها، این نشریه‌ها راهی به جایگاه‌های مرغوب (از لحاظ بودن در دید و دسترس) ندارند و به صورت گروهی کنار هم قرار گرفته‌اند. در تورق کوتاه اغلب آنها، «حرفه‌ای نبودن» از تمامی جهات مشهود است. . . اما در میان همه آنها یک نشریه هست که جز روی جلد، تقریباً از جهات دیگر شباهتی با یک نشریه زرد (به معنای منفی) ندارد. «ندای ایران» را اگر ورق بزنید، تصدیق خواهید کرد که چینش صفحه‌ها، نوع فونت و گرافیک، صفحه‌آرایی و انتخاب مطالب در آن، کار دست آدم‌هایی «کاربلد» است. البته اینها را به مسعود ابراهیمی سردبیر این نشریه نمی‌گویم. او وقتی موضوع گزارش را می‌فهمد (بدون این‌که نامی از زرد برده باشم) با دلخوری و البته خنده می‌گوید: «شماها هم که همه‌اش می‌خواهید این نشریه‌های زرد را بکوبید!» اما وقتی توضیح می‌دهم که هدف نه کوبیدن که واشکافی پدیده‌ای موجود است، او هم لب به اعتراض می‌گشاید: «دوستان عزیز ما که این نوع نشریات را درمی‌آورند، کارهایی می‌کنند که اطمینان مردم را از بین می‌برد.» چاپ خبرهای نادرست، چسباندن بریده جراید در کنار هم و مواردی نظیر اینها، چند تا از این کارها است: «ما شاید تنها نشریه‌ای [در این طیف] هستیم که تحریریه داریم، نیرو داریم، مسئول صفحه داریم.» او می‌گوید من خودم کتاب می‌خوانم، روزنامه‌های مختلف را می‌خوانم اما این نشریه را برای کسانی درمی‌آوریم که «اهل مطالعه نیستند.» ابراهیمی اضافه می‌کند که دلیل «زرد دیدن صفحه‌های ما» نوع مطالبی است (اغلب حادثه‌ای) که کار می‌کنیم و قرار است از اول اردیبهشت صفحه‌ها را «آرام‌تر» کنیم. [در اولین شماره اردیبهشت صفحه‌آرایی تغییر کرده، صفحه‌ها دارای عنوان شده‌اند و برخی مطالب مثل فال‌های مختلف به حاشیه رفته‌اند، اما تیترهای درشت حادثه‌ای هنوز روی جلد خودنمایی می‌کنند.] او اذعان می‌کند که تیتر حادثه‌ای «فقط و فقط برای جذب خواننده» است و می‌گوید: «من اگر بدانم که مثل شرق خواننده ثابت دارم مسلماً نوع کارم فرق خواهد کرد.» او می‌گوید حتی بعضی اخبار حادثه‌ای فجیع را که روزنامه‌های عادی کار می‌کنند ما منتشر نمی‌کنیم: «ولی نوع پرداخت ما و جمع شدن همه آنها در کنار هم در یک نشریه هفتگی، این تلقی که ما حوادث را بیش از حد برجسته می‌کنیم به وجود می‌آورد.» او توضیح می‌دهد: «نگاه ما به حوادث، ژورنالیستی‌تر است چون می‌خواهیم مشتری ما را انتخاب کند، ولی به هیچ عنوان [خبر] دروغ نمی‌زنیم یا برای چهار خط خبر یک تیتر درشت روی جلد نمی‌آوریم.»

### ■ سبز

روزنامه «سان» که پرتیراژترین روزنامه انگلیسی‌زبان است، یک نشریه زرد است. این روزنامه به پروپای سیاستمداران می‌پیچد، زندگی و عکس‌های خصوصی هنرمندان را برملا می‌کند و حتی از کار کردن تصاویر برهنگی (ملایم) هم ابایی ندارد. بیش از ۳ میلیون نسخه تیراژ روزانه این روزنامه است. سان هرگز نخواسته همانند گاردین یا تایمز یک روزنامه جدی باشد و به زرد بودن خود افتخار می‌کند. اما نشریات زرد ایرانی با وجود این‌که هستند و منتشر می‌شوند، گویی در برزخ یک هویت دوگانه گرفتار شده‌اند. آنها مطالب زرد کار می‌کنند ولی نمی‌خواهند کسی آنها را زرد بنامد. روزنامه‌نگاران زرد از این‌که بگویند در فلان نشریه کار می‌کنند شرم دارند. . . راستی چرا اغلب ما همیشه زردها را نفی می‌کنیم؟ مگر در بحث‌های خودمانی از این‌که پشت دیگران صفحه بگذاریم، بدانیم فلان هنرپیشه با چه کسی دوست است یا فلان فوتبالیست چند تا ماشین دارد بدمان می‌آید؟ نشریات زرد این خلأ را در رسانه‌های مکتوب پر می‌کنند (یا سعی می‌کنند پر کنند). مطالب سطحی و سرگرم‌کننده آنها به خودی خود مضر نیست. شاید مشکل از جای دیگری باشد. . . اما در این میان می‌توان به جای تحقیر و نادیده گرفتن آنها، کمکشان کرد تا «حرفه‌ای» شوند. مسلماً این رویکرد برای همه ما بهتر خواهد بود.

**اخبار نمایشگاه**

### کارگاه‌های آموزش روزنامه‌نگاری در نمایشگاه مطبوعات

**ایسنا**: کارگاه‌های آموزش روزنامه‌نگاری توسط دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌مدت سه روز در سیزدهمین نمایشگاه مطبوعات برگزار می‌شود. این کارگاه‌ها عبارتند از کارگاه آموزشی برای تیترنویسی که در آن مخاطبان با مباحثی مانند تیتر چیست، نحوه نگارش تیتر کدام است، از چه واژه‌هایی برای تیترنویسی باید استفاده کرد و نحوه صحیح تیترنویسی آشنا می‌شوند. حسین قندی استاد روزنامه‌نگاری مدرس این کارگاه خواهد بود. در کارگاه عکس مطبوعاتی (عکاس خبری) به تعریف عکس مطبوعاتی، تقسیم‌بندی عکس‌ها، نحوه قرارگرفتن عکس در مطبوعات و جایگاه آن در روزنامه و مجله پرداخته می‌شود که مسئولیت این کارگاه برعهده محمود عبدالحسینی رئیس انجمن صنفی عکاسان مطبوعات ایران خواهد بود. همچنین در کارگاه آموزشی برای صفحه‌آرایی در مطبوعات به مباحثی مانند صفحه‌آرایی در مطبوعات، نحوه صفحه‌بندی، انتخاب عنوان و محل قرار گرفتن نام نشریه و در مجموع به نحوه صحیح صفحه‌بندی پرداخته می‌شود. محمود مختاریان روزنامه‌نگار و مدرس گرافیک مطبوعاتی، در این کارگاه آموزش می‌دهد. کارگاه تیترنویسی در تاریخ ۱۶ اردیبهشت‌ماه، کارگاه عکس مطبوعاتی در روز ۱۸ اردیبهشت‌ماه و کارگاه آموزشی برای صفحه‌آرایی ۲۰ اردیبهشت‌ماه در سالن ۳۵ نمایشگاه مطبوعات برگزار می‌شوند. همچنین دو غرفه تاریخ مطبوعات ایران و نشریات فارسی زبان قاره آسیا، ازجمله برنامه‌های جدید دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها در نمایشگاه امسال خواهند بود. طبق اعلام، غرفه تاریخ مطبوعات ایران که در سالن ۳۵ نمایشگاه مطبوعات قرار دارد، با هدف آشنایی با تحولات مطبوعات ایران در ۱۷۰ سال گذشته، راه‌اندازی شده است و به روایت‌های مطبوعاتی وقایعی مانند انقلاب مشروطه، قیام تیر ۱۳۳۱ و مرداد ۱۳۳۲ اشاره دارد. گفتنی است این غرفه، هر روز مسابقاتی در ارتباط با آگاهی و دانش شرکت‌کنندگان درباره تاریخ مطبوعات ایران برگزار می‌کند.

### برپایی نمایشگاه عکس در نمایشگاه مطبوعات

**خبرگزاری فارس**: مدیر اجرایی سیزدهمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌ها گفت: به مناسبت مسابقات جام جهانی فوتبال، نمایشگاه عکسی از مسابقات تیم ملی کشورمان در راهیابی به این مسابقات برگزار می‌شود. کالاجوی‌رنجبر صبح امروز در نشست مطبوعاتی در خصوص تشریح سیاست‌ها و برنامه‌های سیزدهمین نمایشگاه با اعلام این مطلب افزود: با همکاری به عمل آمده میان فدراسیون فوتبال و انجمن عکاسان ایران، نمایشگاه عکسی در سالن چهار برگزار می‌شود. وی ادامه داد: در همین سالن و در کنار غرفه انجمن صنفی عکاسان مطبوعات، نمایشگاه دیگری از عکس‌های عکاسان مطبوعاتی در راستای تجلیل از شهدای رسانه و تقدیر از آنان با عکس‌های خود شهدا و عکاسان دیگر برگزار می‌شود. رنجبر همچنین با اعلام این مطلب که غرفه خبرگزاری‌ها و موسسات و تشکل‌ها از همدیگر جدا است، گفت: سالن‌های اختصاصی یافته به نمایشگاه مطبوعات سالن‌های ۱، A1، ۲، ۴ و ۳۵ بوده که تقریباً حدود ۴۵۰۰ متر فضای مفید را شامل می‌شود. وی در مورد مساحت غرفه‌ها گفت: مساحت غرفه اختصاص یافته به نشریات ۶ مترمربع، روزنامه‌ها ۱۲ متر مربع و موسسات و خبرگزاری‌ها ۲۴ مترمربع است.

### حضور تشکل‌های مرتبط با حوزه خبر نقطه قوت نمایشگاه مطبوعات است

**خبرگزاری فارس**: رئیس سیزدهمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌ها گفت: حضور تشکل‌ها و احزاب مرتبط با مطبوعات و خبر یکی از نقاط قوت نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌های امسال است.

علاءالدین ظهوریان درخصوص تشریح سیاست‌ها و برنامه‌های نمایشگاه با اعلام این مطلب افزود: در سال جاری به دلیل تشکیل کمیته بررسی و نظارت بر خبرگزاری‌ها مسئولیت محول شده بر نمایشگاه ایجاد بستری برای تعامل بین مردم و نشریات است و در کنار آن طرح مسائل مبتلا به نشریات در ارتباط تنگاتنگ با دیگر نشریات از دستاوردهای دیگر نمایشگاه است. وی ادامه داد: سعی شده است تا در خصوص حضور موسسات مطبوعاتی تنها برای آن دسته از موسسات مجوز حضور صادر شود که از هیات‌های نظارت مجوز داشته و در حال فعالیت مستمر هستند. ظهوریان با اعلام این مطلب که از روز چهاردهم اردیبهشت و در ساعت ۱۰ صبح با حضور وزارت فرهنگ و ارشاد نمایشگاه شروع به کار می‌کند گفت: پس از بازدید کوتاه وزیر از تمام غرفه‌ها وزیر در یک مصاحبه مطبوعاتی با حضور خبرنگاران شرکت کرده و به سئوالات آنان پاسخ می‌دهد. وی همچنین با اعلام این خبر که امسال بر خلاف سال‌های گذشته ویژه‌نامه نمایشگاه چاپ نمی‌شود، گفت: به دلیل بررسی‌های انجام شده در زمینه چاپ نشریه برگزارکنندگان به این نتیجه رسیدند تا با عدم چاپ ویژه‌نامه موجبات همکاری بیشتر همه نشریات را به همراه داشته باشند. وی ادامه داد: قصد برگزارکنندگان آن است که تمام مطبوعات حاضر اخبار نمایشگاه را پوشش داده و سپس با اتمام نمایشگاه توسط تیم تحقیق نمایشگاه کار مطبوعات در پوشش خبری نمایشگاه ارزیابی شده و از موسسات برگزیده تقدیر به عمل بیاید.