

مسئولیت روزنامه‌نگاری، مقاله‌نویسی و کار رسانه‌ای در عرصه‌ی اقتصادی و مالی^۱

حسین عبده تبریزی

از فرصتی که امروز در اختیار من قرار گرفته تا به عنوان سخنران در این نشست در خدمت شما باشم، سپاسگزارم. مفتخرم در مورد اهمیت روزافزون روزنامه‌نگاری و مقاله‌نویسی مالی صحبت کنم. همه‌ی شما از قدرت کلمات، به ویژه هنگامی که برای انتقال مفاهیم و تحلیل‌های اقتصادی به کار گرفته می‌شود، واقف‌اید؛ از ضرورت استفاده از زبان به عنوان ابزاری برای تقویت و توانمندسازی خوانندگان و مخاطبان جهت درک مفاهیم پیچیده‌ی مالی و اقتصادی و هدایت آنان به سمت تصمیم‌گیری آگاهانه در بازارهای مالی مطلع‌اید.

روزنامه‌نگاری اخلاقی^۲ بر اصولی مانند صداقت، دقت، انصاف و مسئولیت‌پذیری تأکید دارد و از روزنامه‌نگاران و اهالی قلم انتظار می‌رود به کدهای اخلاقی معینی پایبند باشند که فرآیند تصمیم‌گیری آنان را هدایت می‌کند و گزارش‌دهی مسئولانه را تضمین می‌کند.

از شخصیت‌های تأثیرگذار بسیاری نقل‌قول‌های روشنگرانه در مورد اهمیت نوشتار، مقاله‌نویسی، روزنامه‌نگاری و کار با رسانه در دسترس است. اجازه دهید بحث را با رجوع به خرد فیلسوفان یونان باستان، که طرح کمک‌های فکری آنان در زندگی امروز ما هم موضوعیت دارد، شروع کنم. ارسطو، که اغلب به عنوان یکی از بزرگترین متفکران تاریخ مورد ستایش قرار می‌گیرد، ارزش ارتباط روشن را تشخیص داده است، و می‌گوید: «این نشانه‌ی ذهنی فرهیخته است که بتواند بدون لزوماً پذیرش، اندیشه‌ای را شرح و بسط دهد.» این کلمات به ما یادآوری می‌کند که نوشتار و روزنامه‌نگاری مؤثر اقتصادی باید برای اطلاع‌رسانی و آموزش خوانندگان تلاش کند و آنها را قادر سازد

^۱ سخنرانی ارائه‌شده در مراسم «سرمایه‌ی قلم» که به همت سازمان بورس و اوراق بهادار (شرکت اطلاع‌رسانی و خدمات بورس) در روز ۱۴۰۲/۰۴/۱۷ برگزار شد.

^۲ Ethical Journalism

تا در دنیای پیچیده‌ی مالی و اقتصاد با وضوح و بیشش حرکت کنند. کار مؤثر با رسانه باید بتواند مخاطب را درگیر کند، دیدگاه‌های متنوعی ارائه دهد و تفکر انتقادی را بدون تحمیل نتیجه‌گیری تشویق کند.

معرفت‌شناسان و اقتصاددانان معاصر نیز بر لزوم نوشتن شفاف و روشن در حوزه‌های مختلف علوم و به‌ویژه اقتصاد تأکید کرده‌اند. یکی از چهره‌های پرنفوذ، نسیم نیکلاس طالب، نویسنده‌ی کتاب *قوی سیاه* است که خاطرنشان می‌کند: «اگر نمی‌توانید موضوع را به‌سادگی توضیح دهید، پس آن را درست درک نکرده‌اید.» طالب بر اهمیت نوشتن واضح تأکید می‌کند، و همه‌ی ما اهالی قلم می‌باید بر نثر واضح، خلاصه و دقیق که کلید درک موضوع و درگیر کردن خواننده با آن موضوع است، تأکید کنیم. باید در نوشتار اقتصادی وجه احساس نیاز به وضوح و در دسترس بودن را برجسته کنیم و اطمینان داشته باشیم که تعداد نسبتاً زیادی از مخاطبان، توان درک ایده‌های پیچیده را دارند.

بر اساس نظریه منافع عمومی^۳، روزنامه‌نگاری در درجه‌ی اول باید در خدمت منافع عمومی باشد. روزنامه‌نگاران و فعالان رسانه‌ای وظیفه‌ی اطلاع‌رسانی و توانمندسازی مردم را دارند و به عنوان دیده‌بان می‌کوشند صاحبان قدرت را پاسخگو کنند و اطلاعات مورد نیاز شهروندان برای تصمیم‌گیری آگاهانه را ارائه دهند. هر چند که اخلاق و مسئولیت‌های روزنامه‌نگاری در طول زمان با تغییر فناوری، چشم‌اندازهای رسانه‌ها و انتظارات اجتماعی تغییر می‌کند، و از این رو نظریه‌های مرتبط با گزارشگری مسئولانه تازه و نو می‌شوند، اما ناچارید با نظریه‌های موجود در این زمینه آشنا باشید، و طبعاً آنها را مطالعه کرده‌اید.

اقتصاددانانی مانند پل کروگمن^۴ اهمیت نوشتن مسئولانه در حوزه مالی را چنین توصیف می‌کنند: «تحلیل مسئولانه و خوب اقتصادی نباید خشک و مبهم باشد؛ می‌تواند و باید در سطح فهم خواننده، جذاب و حتی سرگرم‌کننده باشد.» این کلمات به دنبال انتقال این مفاهیم است که مقاله‌نویسی مالی نه تنها باید خوانندگان را مجذوب خود کند، بلکه مفاهیم اقتصادی باید به‌راحتی با خواننده ارتباط برقرار کنند

^۳ Public Interest Theory

^۴ Paul Krugman

و آنان را متقاعد کنند. اقتصاددان نوبلیست دیگری چون آمارتیا سن^۵ نقش حیاتی نوشتن مسئولانه در روزنامه‌نگاری مالی را برجسته کرده است. سن با شیوایی چنین می‌نویسد: «خبرنگاران نقش مهمی در اطلاع‌رسانی عمومی مسائل اقتصادی دارند و مسئولیت آنان ارائه‌ی دیدگاه‌های دقیق و متعادل است.» این نقل قول وظیفه‌ی نویسندگان و روزنامه‌نگاران اقتصادی را ارائه‌ی اطلاعات موثق، ارائه‌ی دیدگاه‌های متنوع و ترویج گفتمان عمومی آگاهانه می‌داند. به قول بیل مویرز^۶، روزنامه‌نگار معروف امریکایی، «مطبوعات سیستم ایمنی بدن هر جامعه است. اگر بیش از حد واکنش نشان دهد یا کمتر واکنش نشان دهد، بدن می‌میرد. اما اگر خوب کار کنند، بدن رشد می‌کند.» طبعاً روزنامه‌نگاران مالی فقط گزارش‌دهنده‌ی حقایق نیستند، بلکه داستان‌نویسانی هستند که روایت را شکل می‌دهند و به مردم کمک می‌کنند تا دنیای مالی را درک کنند. وظیفه‌ی روزنامه‌نگار و مقاله‌نویس مالی ارائه‌ی اخبار و تحلیل‌هایی است که مردم برای تصمیم‌گیری آگاهانه در مورد زندگی مادی خود و برای فهم دنیای اطراف خود نیاز دارند.

در رویکرد روزنامه‌نگاری سازنده^۷ یا روزنامه‌نگاری راه‌حل‌گزارشگر نه تنها مشکلات را گزارش می‌کند، بلکه بر راه‌حل‌های بالقوه و ابتکارات مثبت نیز تمرکز دارد. هدف روزنامه‌نگاری سازنده ایجاد تعادل بین اخبار منفی با داستان‌هایی است که در عین ترویج گفتمان سازنده، الهام‌بخش است و مخاطبان را درگیر می‌کند.

فراتر از قلمرو دانشگاهی و اقتصاد، هنرمندان تأثیرگذار نیز ارزش نوشتار روشن و شفاف را درک کرده‌اند. جورج اورول، نویسنده‌ای که معروف است درکی عمیق از زبان دارد، می‌گوید: «نوشتن خوب مانند شیشه‌ی پنجره است.» این استعاره بر این مفهوم تأکید می‌کند که نوشتار اقتصادی و روزنامه‌نگاری، مانند پنجره‌های شفاف، دیدگاه‌های بدون مانعی را در مورد پیچیدگی‌های دنیای مالی ما در اختیار خوانندگان قرار می‌دهند، و باعث درک و ترویج شفافیت می‌شوند. اورول که خود در عین حال روزنامه‌نگاری بنام است، از وجه منفی موضوع، اضافه می‌کند، «روزنامه‌نگاری چاپ چیزی است که دیگران نمی‌خواهند چاپ شود.»

وقتی نرخ ارز و تورم در حال افزایش است، البته روزنامه‌نگار ایرانی نمی‌تواند سکوت کند. این بزرگ‌ترین فضیلت اوست. از دید سیاست‌گذار ممکن است این بزرگ‌ترین عیب او تلقی شود. اما روزنامه‌نگار درحالی که نشانه‌های وحشت‌ذی‌نفعان هنوز در فضا پراکنده است، ناچار است حرف بزند. ارائه‌ی اطلاعات دقیق و درستی که سیاست‌گذار نپسندد، جرم نیست، بلکه مسئولیت است؛ این یکی از

^۵ Amartya Sen

^۶ Bill D. Moyers

^۷ Constructive Journalism

مهم‌ترین ستون‌های دموکراسی است، چرا که روزنامه‌نگاران ناظران جامعه، جویندگان حقیقت و مدافعان دموکراسی هستند. در دنیای مالی امروز و حتی در ایران این جمله‌ی برایان ویلیامز^۸ بسیار درست است که «روزنامه‌نگاری عملی شجاعانه است، مبارزه برای حقیقت در دنیای اطلاعات نادرست.»

بیشتر همکاران اهل قلم ما در شرایط امروز اقتصاد سیاسی ایران بیشتر نظریه‌ی مسئولیت اجتماعی^۹ روزنامه‌نگار را در نقش رسانه‌ها در تقویت ارزش‌های دموکراتیک، ترویج عدالت اجتماعی و پرداختن به موضوعات مورد توجه عمومی می‌دانند. طبعاً من به هیچ‌وجه با این اهداف مخالف نیستم، اما دریافته‌ام که اینها کافی نیست.

بی‌شک نقش روزنامه‌نگار اقتصادی و مالی آموزش، اطلاع‌رسانی و توانمندسازی مردم است. اما این مستلزم آن است که خود وی دانش موضوع را داشته باشد. کافی نیست که پیرو «نظریه‌ی دروازه‌بانی»^{۱۰} در مورد نقش خود به عنوان دروازه‌بانانی باشد که اخبار را انتخاب، فیلتر و به عموم ارائه می‌کنند. روزنامه‌نگاران و اهالی قلم کافی نیست با در نظر گرفتن عواملی مانند ارزش خبری، مرتبط بودن، دقت و انصاف، قدرت دروازه‌بانی خود را مسئولانه اعمال کنند. قدرت دروازه‌بانی آنان به سطح دانش ایشان از موضوع بسیار مربوط است.

نظریه‌های اثرات رسانه‌ای^{۱۱} در روزنامه‌نگاری و کار رسانه‌ای چگونگی تأثیر پوشش اخبار بر افکار عمومی، نگرش‌ها و رفتار را بررسی می‌کنند. اهالی قلم مسئول باید برای دقت، انصاف، و پرهیز از احساساتی تلاش کنند که ممکن است باعث گمراهی یا آسیب به مردم شود.

رسالتی که روزنامه‌نگاران ایرانی عمدتاً برای خود قائل‌اند، این است که صدای کسانی را که شنیده نمی‌شوند تقویت کنند؛ زمینه‌های بی‌عدالتی را روشن کنند، و قدرتمندان را پاسخگو کنند. این بدان معناست که در حوزه‌ی اقتصاد هم خبرنگاران، رسانه‌ای‌ها و اهالی قلم بسیار سیاسی می‌نویسند. این البته به دلیل ویژگی‌های خاص اقتصاد سیاسی در ایران است. اما اگر در مورد موضوعی که در آن‌باره اظهار نظر می‌کنند، دانش کافی نداشته باشند، بیم آن می‌رود که قضاوت‌هایشان ناعادلانه باشد، و ناخواسته و عجولانه حقوق دیگران را پایمال کنند؛ بیم آن می‌رود که به دلیل سطح نازل دانش به دراماتیزه کردن رویدادها روی آورند.

^۸ Bryan Adams

^۹ Social Responsibility Theory

^{۱۰} Gatekeeping Theory

^{۱۱} Media Effects Theory

نوشتن در مورد هر موضوعی بدون دانش مناسب به معنای تضعیف اعتبار روزنامه‌نگاری است. ما به خوانندگان و کاربران خود مدیونیم که قبل از به اشتراک گذاشتن دیدگاه‌های خود، برای یادگیری و تحقیق وقت بگذاریم. نظریه‌ی فرهنگی و زمینه‌ای^{۱۲} بر اهمیت درک زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و تاریخی در روزنامه‌نگاری تأکید می‌کند. روزنامه‌نگاران مسئول باید دیدگاه‌های گوناگون را در نظر بگیرند، از کلیشه‌ها دوری کنند و اطمینان حاصل کنند که گزارش‌های آنان دقیقاً پیچیدگی‌های جوامع و موضوعاتی را نشان می‌دهد که آنان پوشش می‌دهند.

برای فعال رسانه‌ای و روزنامه‌نگار اقتصادی آگاه‌شدن کالای تجملی نیست، نیازی ضروری است. نوشتن در مورد امور مالی بدون داشتن پایه‌های قوی در اقتصاد شبیه رانندگی با چشم بسته است؛ صدور دستورالعمل برای وقوع فاجعه است.

وقتی درباره‌ی موضوعی می‌نویسیم که اطلاعات کمی درباره‌ی آن داریم، نه تنها در معرض خطر انتشار اطلاعات نادرست هستیم، بلکه اعتماد عمومی به روزنامه‌نگاری خودمان را نیز قربانی می‌کنیم. ناچاریم یادگیری، مطالعه و گسترش دانش خود را برای خدمت مسئولانه به خوانندگان خود در اولویت قرار دهیم. نوشتن بدون درک مانند نقاشی بدون رنگ است. برای تولید روزنامه‌نگاری معنادار و تأثیرگذار، باید خود را در موضوع غرق کنیم و در این مسیر تخصص و بینش به‌دست آوریم.

بازار سرمایه‌ی ایران اکنون دیگر پیچیده شده است. ورود مستقیم به آن مستلزم دانش عمیق مالی، صرف وقت کافی، و در اختیارداشتن ابزارهای تحلیلی است و بنابراین کار غیرحرفه‌ای‌ها نیست. عمده‌ی مردم و از جمله نویسنده‌ی این سطور دیگر در موقعیتی نیستند که بتوانند مستقیم از سبد سهام بازار، خرید کنند. بنابراین، گزارش‌دهی به مردم در مورد شرکت‌ها و تشویق آنها به خرید مستقیم سهام بی‌شک

^{۱۲} Cultural and Contextual Theory

امری کاملاً نادرست است. آنان می‌باید به خرید غیرمستقیم سهام از مجاری مورد اعتماد خود تشویق شوند؛ این مسئولیت اصلی فعالان رسانه است که مسیر سرمایه‌گذاری صحیح را به مردم نشان دهند.

پیام این مقاله واضح است: نوشتار اقتصادی باید روشن، در دسترس، مسئولیت‌پذیر و جذاب باشد. وظیفه‌ی روزنامه‌نگار مالی این است که با جستجوی حقیقت و ارائه‌ی گزارشی منصفانه و جامع از رویدادها به همه‌ی ذی‌نفعان و کسب‌وکارها کمک کند. در حوزه‌ی اقتصاد و اقتصاد مالی نیز قلم و روزنامه‌نگاری باید در خدمت منافع عمومی، مسئول دانستن قدرت، و حمایت از اصول حقیقت و دموکراسی باشد.

روزنامه‌نگاری مستلزم صداقت فکری است. مسئولیت ما این است که در مواقعی که فاقد تخصص لازم هستیم، بپذیریم و کار را به کسانی واگذار کنیم که دانش لازم برای ارائه‌ی اطلاعات و تحلیل دقیق و معنادار دارند.

امیدوارم شما نویسندگان جوان از قدرت کلمات به طور مؤثر استفاده کنید؛ تلاش کنید تا از قلمرو روزنامه‌نگاری و مقاله‌نویسی مالی خوانندگان خود را آگاه و روشن کنید، الهام‌بخش آنان باشید، و با محتوای باکیفیت، تأثیری ماندگار بر اقتصاد ایران بگذارید.