irannewspaper.ir

دوشنبه ۲ شهریور ۱۴۰۵ • سال سی و دوم • شماره ۹۱۰۵
• اذان ظهر ۱۲/۰۷ • اذان مغرب ۱۹/۰۲ • نیمه شب شرعی ۲۳/۲۲ • اذان صبح فردا ۰۴/۰۲ • طلوع آفتاب فردا ۰۵/۳۱

«ایران» را در صفحه‌های مجازی دنبال کنید

ایران

• صاحب امتیاز: خبرگزاری جمهوری اسلامی
• مدیر مسئول: صادق حسین جابری انصاری
• سردبیر: هادی خسروشاهین

مؤسسه فرهنگی - مطبوعاتی ایران
• رئیس هیأت مدیره: صادق حسین جابری انصاری
• مدیرعامل: علی متقیان
• تلفن: ۸۸۷۶۱۷۲۰ • نمابر: ۸۸۷۶۱۲۵۴ • ارتباط مردمی: ۸۸۷۶۹۰۷۵ • امور مشترکین: ۸۸۷۴۸۸۰۰
• پیامک: ۳۰۰۰۴۵۱۲۱۳ روابط عمومی • صندوق پستی: ۵۳۸۸-۱۵۸۷۵
• نشانی: تهران خیابان خرمشهر، شماره ۲۰۸ • توزیع: نشر گستر امروز • چاپ: چاپخانه‌های همشهری و مؤسسه جام جم
• سازمان آگهی‌های روزنامه ایران: دارنده گواهینامه ایزو ۹۰۰۱ از شرکت NISCERT
• پذیرش سازمان آگهی‌ها: ۱۸۷۷ • انتشارات مؤسسه فرهنگی - مطبوعاتی ایران: ۸۸۵۰۴۱۱۳

سخن روز

امام علی(ع):
خداوند ، رحمت کند مردی را که قدر خویش را بشناسد و از حدّ خود درنگذرد !

غررالحکم و دررالکلم

نقل قول

تولید اندیشه در دل عسرت
حیاتی‌ترین پیام زیست فکری ابن‌سینا

حیاتی‌ترین پیام زیست فکری ابن‌سینا برای ما، درس تولید اندیشه در دل عسرت و مشقت است. ابن‌سینا در عافیت و آسودگی کسب علم نکرد و قلم نزد؛ او در کانون ناامنی‌ها، جابه‌جایی‌های پرمخاطره و تنگناهای سیاسی روزگارش زیست؛ اما اجازه نداد هیچ‌آشوبی توان تولید فکر و عقلانیت او را متوقف کند. این تجربه، آینه‌ای راهگشا پیش روی امروز ماست. ایران عزیز در ماه‌های گذشته تکانه‌های سخت و جنگ‌های تحمیلی را پشت سر گذاشته است؛ گرداب‌هایی که می‌توانستند هر جامعه‌ای را به شوک، انفعال و تعلیق فکری بکشانند اما میراث ابن‌سینا به ما هشدار می‌دهد که توقف اندیشه‌ورزی در زمانه عسرت، آسیبی به مراتب سهمگین‌تر از ضربات میدانی وارد می‌کند. رسالت بنیادین اهالی فرهنگ، هنر و اندیشه در چنین روزگاری، نه کناره‌گیری و سکوت بلکه تولید معنا، صورت‌بندی رنج‌ها، تبدیل اضطراب به بینش عقلانی و گشودن افق‌های امید است.

بخشی از پیام سیدعباس صالحی
به مناسبت روز بزرگداشت ابوعلی سینا

«لیلا حاتمی» در تجربه‌ای متفاوت از «حمید نعمت‌الله»

فیلم سینمایی «بُت» به کارگردانی حمید نعمت‌الله که سال ۱۴۰۳ جلوی دوربین رفت، بالاخره پروانه نمایش گرفت و مهرماه ۱۴۰۵ اکران می‌شود. به گفته علی سرتیپی، این پروانه بدون ممیزی و حذفیات صادر شده است. «بُت» در ژانر درام اجتماعی ساخته شده و لیلا حاتمی، محمدرضا فروتن، لیلی رشیدی، کاظم سیاحی، الناز حبیبی، بانیپال شومون و نوید پورفرج در آن بازی کرده‌اند. این هفتمین همکاری نعمت‌الله با لیلا حاتمی پس از «بی‌پولی»، «رگ خواب» و «قاتل و وحشی» است. /ایران

«امیر جدیدی» از پرده سینما تا زمین پیکلبال

این روزها خبرهایی از اکران اولین همکاری امیر جدیدی با یوسف حاتمی‌کیا منتشر شده، همچنین تصاویری از حضور این بازیگر در اردوی تیم ملی پیکلبال برای اعزام به جام جهانی ۲۰۲۶ ویتنام بازنشر شده است.

«اسکورت» دومین ساخته یوسف حاتمی‌کیا با بازی امیر جدیدی، هدی زین‌العابدین، افشین هاشمی، مهدی زمین‌پرداز و رضا کیانیان قرار است از ۱۱ شهریور روی پرده برود. /ایران

«گنجینه ملی ۳» با «نیکلاس کیج» در راه است

جان ترتلتاب، کارگردان سری فیلم‌های «گنجینه ملی»، رسماً از آغاز ساخت قسمت سوم این مجموعه خبر داد و گفت فیلمنامه در حال نگارش است و تلاش می‌شود بازیگران قبلی نیز بازگردند. اولین فیلم این مجموعه در سال ۲۰۰۴ با بازی نیکلاس کیج و دایان کروگر اکران شد و ۳۴۷ میلیون دلار فروخت. دنباله آن، «کتاب اسرار» (۲۰۰۷)، به فروش ۴۵۹ میلیون دلاری رسید. دیزنی پلاس نیز در سال ۲۰۲۲ سریالی با نام «لبه تاریخ» از این مجموعه منتشر کرد که تنها یک فصل دوام آورد. /ایسنا

بررسی تبعات اقتصادی پروژه‌های بزرگ نمایشی در تهران

استقلال صحنه قربانی سرمایه‌های بزرگ می‌شود؟

تئاتر در مسیر سینما؛ چرخه معیوب سرمایه و ستاره

گزارش

حامد قریب
گروه فرهنگی

روزگاری را به خاطر می‌آوریم که خیلی دور نیست؛ می‌توانستیم با چند بازیگر، نمایشنامه، سالنی کوچک و مقداری سماجت تئاتر کار کنیم. نه اینکه تولید تئاتر ارزان باشد و همه‌چیز برای گروه‌های مستقل فراهم؛ اما دست‌کم فاصله میان «ایده داشتن» و «امکان اجرا کردن» آنقدر زیاد نبود که امروز به نظر می‌رسد.

اکنون در آستانه شهریور ۱۴۰۵، صحنه تئاتر تهران با منظره‌ای متفاوت روبه‌روست: چند پروژه بزرگ، با مضمون‌های ملی و اسطوره‌ای، بازیگران شناخته‌شده سینما، سالن‌های بزرگ، موسیقی و جلوه‌های بصری، و البته قیمت‌هایی که دیگر نمی‌توان آنها را صرفاً در چارچوب اقتصاد سنتی تئاتر توضیح داد. اتفاقی که بیش از هرچیز پرسش‌های بسیاری را در ذهن ایجاد می‌کند؛ اینکه چطور هنر نمایش در ایران به این نقطه رسیده است؟

«آرش» به کارگردانی علی سرابی و تهیه‌کنندگی علی محتشم قرار است از هفته دوم شهریور در رویال هال اسپیناس پالاس اجرا شود. ترکیب بازیگران آن شامل نام‌هایی چون نوید محمدزاده، طناز طباطبایی، مهدی پاکدل، علی شادمان و علیرضا شجاع‌نوری است و خود پروژه نیز عنوان «تئاتر-ارکسترال» را یدک می‌کشد.

«سیاوش» حسین پارسایی نیز به تهیه‌کنندگی سید محمود شبیری و جلیل کیا در حال آماده‌سازی است و بهرام رادان، شهرام حقیقت‌دوست، علی زندوکیلی، آزاده صمدی، الهام نامی و مهدی سلطانی از بازیگران معرفی شده آن هستند؛ پروژه‌ای که قرار است روایت سیاوش را با ترکیبی از نمایش، موسیقی و جلوه‌های بصری به صحنه ببرد. قیمت بلیت این اثر هنوز اعلام نشده اما قرار است، شهریورماه در باشگاه انقلاب روی صحنه برود.

و «پسران فریدون» به نویسندگی و کارگردانی علیرضا معتمدی، از سوم شهریور در تالار وحدت روی صحنه می‌رود؛ نمایشی با بازی امیر آقایی، نازنین بیاتی، امیررضا دلاوری، پدرام شریفی، بسنا میرطهماسب و امیرکاوه آهنین‌جان. قیمت بلیت این اثر یک میلیون و چهارصد هزار تومان تعیین شده است.

سه اثر، سه روایت از شاهنامه؛ و شاید مهم‌تر از آن، سه نشانه از تغییری که باید اقتصاد تئاتر ایران را با دقت بیشتری زیر ذره‌بین ببرد.

بلیت پنج میلیون تومانی با چه متر و معیاری؟

اکنون قیمت بلیت پنج میلیون تومانی نمایش «سیاوش» همه نگاه‌ها را به سوی خود جلب کرده است. خبر، در ظاهر ساده است: بلیت یک نمایش تئاتری به حدود پنج میلیون تومان رسیده است. اما مسأله فقط قیمت یک بلیت نیست. وقتی بلیت تئاتر به چنین عددی می‌رسد، پرسش طبیعی این است که این قیمت چگونه محاسبه شده است؟ هزینه تولید چقدر است؟ چه تعداد اجرا برای پروژه پیش‌بینی شده؟ ظرفیت سالن چقدر است؟ دستمزد بازیگران و عوامل اصلی چه میزان است؟ اجاره سالن، دکور، موسیقی، تبلیغات و تجهیزات چقدر هزینه برداشته‌اند؟ و نهایتاً پروژه برای بازگشت سرمایه به چه میزان فروش نیاز دارد؟ در مورد «پسران فریدون» دست‌کم اعداد اعلام شده برای بلیت روشن است: پیش‌فروش با قیمت‌هایی از ۵۵۰ هزار تومان تا یک میلیون و ۴۰۰ هزار تومان آغاز شده است. این رقم نیز در مقایسه با اجرای قبلی تالار وحدت، «خون‌بس»، که بلیت‌هایش بین ۶۵۰ تا ۷۸۰ هزار تومان بوده، قابل توجه است. اما همین جا یک اتفاق عجیب‌تر رخ داده است: همزمان با آغاز پیش‌فروش، برخی بلیت‌های «پسران فریدون» در بازار غیررسمی «دیوار» با قیمت‌هایی تا چهار میلیون تومان آگهی شده‌اند.

این بازار غیررسمی البته الزاماً به پروژه یا تهیه‌کننده ارتباطی ندارد؛ اما یک چیز را عیان می‌کند: وقتی فاصله میان قیمت رسمی و ارزش بازاری یک بلیت تا این اندازه زیاد می‌شود، دیگر نمی‌توان اقتصاد بلیت را مسأله‌ای فرعی دانست.

مسأله فقط بالا رفتن قیمت بلیت تئاتر نیست، زیرا افزایش هزینه‌های تولید در شرایط تورمی، اتفاق عجیبی نیست. دستمزدها بالا رفته، اجاره سالن و تجهیزات افزایش یافته و تولید یک اثر نمایشی پیچیده‌تر از گذشته هزینه دارد. اما مسأله زمانی آغاز می‌شود که افزایش هزینه تولید، به تغییر مدل تولید منجر شود. تئاتر اگر به سمت پروژه‌هایی حرکت کند که برای آغاز شدن نیازمند سرمایه‌های بسیار بزرگ باشند، طبیعی است که شکل انتخاب هم تغییر می‌کند. سرمایه بزرگ، معمولاً بازگشت سرمایه می‌خواهد و برای بازگشت سرمایه، چه چیزی مطمئن‌تر از نام‌های شناخته‌شده؟ در نتیجه بازیگران، کارگردان، نویسنده و حتی نوع متن هم تحت تأثیر همین منطق قرار می‌گیرند.

> مسأله فقط بالا رفتن قیمت بلیت تئاتر نیست، زیرا افزایش هزینه‌های تولید در شرایط تورمی، اتفاق عجیبی نیست. دستمزدها بالا رفته، اجاره سالن و تجهیزات افزایش یافته و تولید یک اثر نمایشی پیچیده‌تر از گذشته هزینه دارد. اما مسأله زمانی آغاز می‌شود که افزایش هزینه تولید، به تغییر مدل تولید منجر شود

این روند پیامدهای روشنی دارد. تئاتر کم‌کم از مکانی برای آزمایش و تجربه، به محصولی برای مصرف تبدیل می‌شود. مخاطب هم یاد می‌گیرد که تئاتر را با معیارهای سینما یا تلویزیون قضاوت کند. نتیجه این است که ریسک‌پذیری کاهش می‌یابد و پروژه‌ها بیش از پیش شبیه یکدیگر می‌شوند.

تئاتر مستقل، قربانی ناگزیر؟

در اینجا باید میان دو مفهوم تفاوت گذاشت: افزایش قیمت بلیت تئاتر و از بین رفتن تئاتر مستقل. این دو الزاماً یکی نیستند. ممکن است پروژه‌ای با سرمایه سنگین ساخته شود و در کنار آن ده‌ها نمایش کوچک و مستقل هم به حیات خود ادامه دهند. اما اگر اقتصاد تئاتر به سمتی برود که سالن‌های مهم، تبلیغات، رسانه و مخاطب عمدتاً در اختیار پروژه‌های بزرگ قرار گیرد، تئاتر مستقل بدون اینکه رسماً ممنوع یا حذف شده باشد، ممکن است از نظر اقتصادی به حاشیه رانده شود. این شاید از حذف مستقیم هم پیچیده‌تر باشد. چون کسی نمی‌گوید «تئاتر مستقل حق اجرا ندارد.» فقط اجرای مستقل هرروز دشوارتر و پرهزینه‌تر می‌شود.

سرمایه این پروژه‌ها از کجا تأمین می‌شود؟

اینجا پرسش دیگری مطرح می‌شود که شاید از قیمت بلیت هم مهم‌تر باشد. اقتصاد پروژه‌های بزرگ تئاتری چقدر شفاف است؟ در خبرهای مربوط به این پروژه‌ها معمولاً نام تهیه‌کننده، کارگردان، بازیگران و سالن منتشر می‌شود. درباره محتوا، فرم اجرا و ستاره‌ها اطلاعات فراوانی وجود دارد. اما درباره اعداد اقتصادی، تقریباً هیچ. بودجه تولید چقدر است؟ سرمایه‌گذار چه کسی است؟ سرمایه‌گذاری به شکل خصوصی انجام شده یا نهادی؟ هزینه تولید دقیقاً چه میزان بوده؟ دستمزدها چگونه تعیین شده‌اند؟ چه میزان از فروش به سالن می‌رسد؟ چه میزان به تهیه‌کننده؟ چند درصد فروش بلیت صرف هزینه‌های جاری می‌شود؟ نقطه سربه‌سر پروژه کجاست؟ و بعد از پایان اجرا، آیا پروژه سودده بوده یا زیان‌ده؟ این پرسش‌ها درباره هر فعالیت اقتصادی بزرگی طبیعی است. اما در هنر، به دلیل حساسیت منابع مالی و در مواردی استفاده از زیرساخت‌ها و امکانات عمومی، اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند. اگر پروژه‌ای کاملاً خصوصی است و تمام هزینه‌هایش از سرمایه خصوصی تأمین شده، باز هم شفافیت درباره اقتصاد آن برای تحلیلگران و سیاست‌گذاران فرهنگی ارزشمند است. اما اگر بخشی از منابع مستقیم یا غیرمستقیم از بودجه عمومی، امکانات دولتی، یارانه، تخفیف یا زیرساخت‌های عمومی تأمین شود، مطالبه شفافیت جدی‌تر می‌شود.

تئاتر برای چه کسی؟

تئاتر قرار است چه مخاطبی داشته باشد؟ اگر یک خانواده چهار نفره بخواهد به نمایشی با بلیت پنج میلیون تومانی برود، فقط باید بیست میلیون تومان هزینه خرید بلیت کند. با رفت‌وآمد و سایر هزینه‌ها، تماشای یک نمایش برای چنین خانواده‌ای دیگر یک تفریح معمول فرهنگی نیست؛ به یک خرید لوکس فرهنگی تبدیل می‌شود. این موضوع تغییر کوچکی نیست. تئاتر اگر فقط برای طبقه‌ای ساخته شود که توان پرداخت چنین مبالغی را دارد، بخشی از کارکرد اجتماعی خود را از دست می‌دهد. البته هیچ‌کس نمی‌تواند از یک پروژه خصوصی انتظار داشته باشد قیمتش را مطابق توان مالی همه جامعه تعیین کند. اما سیاست فرهنگی باید دقیقاً همین جا وارد شود: اگر هزینه تولید تئاتر افزایش یابد، چه برنامه‌ای برای حفظ دسترسی عمومی وجود دارد؟ اگر پروژه‌های بزرگ نیازمند سرمایه‌های بزرگ‌اند، چه حمایت‌هایی از تولیدهای کوچک‌تر می‌شود؟ اگر قیمت بلیت آزاد است، آیا نظام حمایتی یا یارانه‌ای برای مخاطبانی که توان پرداخت ندارند وجود دارد؟ و مهم‌تر از همه، آیا سیاست فرهنگی کشور فقط قرار است امکان ساخت پروژه‌های بزرگ را فراهم کند یا باید امکان زنده ماندن تئاتر کوچک و مستقل را هم تضمین کند؟

مسأله تنها نمایش «آرش» و قیمت بلیت این اثر نیست؛ ممکن است «آرش» یک استثنا باشد. ممکن است هزینه تولید آن واقعاً آن‌قدر بالا باشد که قیمت بلیت فعلی، از منظر اقتصادی پروژه، قابل دفاع باشد. ممکن است مخاطب نیز از آن استقبال کند و پروژه به سود برسد. ممکن است حتی برعکس، پروژه ضرر ده باشد. ما نمی‌دانیم و این «نمی‌دانیم» شاید مهم‌ترین مسأله این گزارش باشد زیرا تا زمانی که هزینه تولید و درآمد پروژه‌های بزرگ منتشر نشود، نمی‌توان درباره اقتصاد آنها قضاوت کرد. همین مسأله درباره «سیاوش» و «پسران فریدون» نیز صدق می‌کند. آنچه می‌دانیم، اندازه پروژه‌ها و قیمت بلیت است؛ آنچه نمی‌دانیم، اقتصاد آنهاست و شاید وقت آن رسیده باشد که به جای پرسیدن فقط از میزان فروش یک نمایش، از میزان هزینه آن هم بپرسیم. به جای اینکه فقط بگوییم «بلیت چند میلیون تومان فروخته شد»، بپرسیم: این نمایش چقدر هزینه داشته است؟ به جای آنکه فقط تعداد ستاره‌های یک پروژه را بشماریم، بپرسیم: سرمایه این ستاره‌باران از کجا آمده است؟ و به جای اینکه فقط درباره استقبال تماشاگران حرف بزنیم، بپرسیم: چه کسی از این اقتصاد سود می‌برد و چه کسی از آن بیرون می‌ماند؟ سینمای ایران یک بار تجربه کرده است که تغییر اقتصاد تولید، فقط حساب‌های تهیه‌کننده‌ها را تغییر نمی‌دهد؛ می‌تواند شکل سینما را عوض کند. به طوری که شاهد بودیم چطور سینمای مستقل تا مرز نابودی پیش رفته است.

اکنون شاید هنوز برای تئاتر دیر نشده باشد. پیش از آنکه «تئاتر مستقل» هم مثل سینمای مستقل، نه با یک تصمیم رسمی، بلکه با افزایش تدریجی هزینه‌ها، دستمزدها، قیمت سالن‌ها و سرمایه مورد نیاز برای تولید، به حاشیه رانده شود، باید درباره اقتصاد تازه تئاتر حرف زد. پنج میلیون تومان شاید فقط قیمت یک صندلی باشد. اما اگر این صندلی نشانه تغییر مدل تولید باشد، مسأله دیگر یک بلیت نیست. مسأله، آینده تئاتر ایران است.

قیمت بلیت را چه کسی تعیین می‌کند؟

برش

پرسش بعدی، به همان اندازه ساده و بنیادی است: قیمت بلیت تئاتر بر چه اساسی تعیین می‌شود؟ در عمل، امروز با طیفی بسیار گسترده از قیمت‌ها مواجهیم. برای مثال در سامانه تیوال، همزمان نمایش‌هایی با بلیت چندصد هزار تومانی و آثار گران‌تر دیده می‌شوند. این تفاوت البته می‌تواند طبیعی باشد؛ سالن، تعداد بازیگران، مدت اجرا، هزینه تولید و امکانات پروژه متفاوت است، اما آیا یک فرمول روشن، عمومی و قابل دسترس وجود دارد که به مخاطب بگوید سقف قیمت بلیت بر چه مبنایی تعیین شده است؟ اگر وجود دارد، چرا مخاطب آن را نمی‌بیند؟ اگر وجود ندارد، سقف قیمت کجاست؟ آیا یک تهیه‌کننده می‌تواند براساس هزینه تولید، قیمت بلیت را هرقدر که تشخیص می‌دهد افزایش دهد؟ اگر پاسخ مثبت است، مرز میان «قیمت اقتصادی» و «قیمت دلخواه» کجاست؟ این پرسش وقتی جدی‌تر می‌شود که پروژه در سالنی اجرا می‌شود که خود بخشی از زیرساخت فرهنگی کشور است.

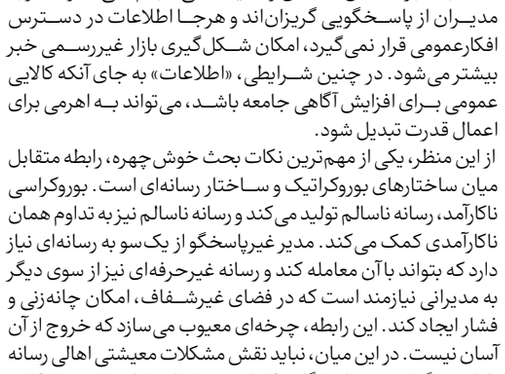
در مورد «پسران فریدون» حتی افزایش سقف بلیت تالار وحدت از رقم‌های قبلی به یک میلیون و ۴۰۰ هزار تومان، موضوعی است که در گزارش‌های اخیر محل پرسش قرار گرفته است.

تحلیل فرهنگی روز

رضا صائمی
دبیر گروه فرهنگی

نقدی به پدیده‌ای به اسم باج‌نیوزها

زنگ خطر برای روزنامه‌نگاری حرفه‌ای



رسانه قرار است آینه باشد، نه آینه‌ای که فقط زشتی‌ها را بزرگ‌نمایی کند، بلکه آینه‌ای که واقعیت را همان‌گونه که هست پیش روی جامعه بگذارد. مسأله اما از جایی آغاز می‌شود که رسانه، به جای آنکه ابزار کشف حقیقت و مطالبه‌گری عمومی باشد، به ابزار معامله تبدیل شود، جایی که خبر نه برای آگاهی بخشی، بلکه برای فشار آوردن تولید و منتشر می‌شود. اینجاست که پدیده‌ای به نام «باج‌نیوز» شکل می‌گیرد.

گفت‌وگوی اخیر جلال خوش‌چهره از روزنامه‌نگاران پیشکسوت با خبرگزاری ایسنا درباره عوامل رشد باج‌نیوزها، فارغ از جزئیات مصادیق، از یک واقعیت مهم پرده برمی‌دارد؛ اینکه باج‌نیوزها را نمی‌توان صرفاً محصول انحراف اخلاقی چند خبرنگار یا مدیر رسانه دانست. این پدیده، بیش از آنکه یک استثنا باشد، نشانه بیماری در ساختاری است که در آن مرز میان رسانه حرفه‌ای، رسانه شخصی، کانال فشار و ابزار معامله روزبه‌روز کمرنگ‌تر شده است.

باج‌نیوز از خلأ تغذیه می‌کند. هرجا سازمانی شفاف نیست، هرجا انتصاب‌ها بر اساس تخصص و شایستگی انجام نمی‌شود، هرجا مدیران از پاسخگویی گریزان‌اند و هرجا اطلاعات در دسترس افکارعمومی قرار نمی‌گیرد، امکان شکل‌گیری بازار غیررسمی خبر بیشتر می‌شود. در چنین شرایطی، «اطلاعات» به جای آنکه کالایی عمومی برای افزایش آگاهی جامعه باشد، می‌تواند به اهرمی برای اعمال قدرت تبدیل شود.

از این منظر، یکی از مهم‌ترین نکات بحث خوش‌چهره، رابطه متقابل میان ساختارهای بوروکراتیک و ساختار رسانه‌ای است. بوروکراسی ناکارآمد، رسانه ناسالم تولید می‌کند و رسانه ناسالم نیز به تداوم همان ناکارآمدی کمک می‌کند. مدیر غیرپاسخگو از یک‌سو به رسانه‌ای نیاز دارد که بتواند با آن معامله کند و رسانه غیرحرفه‌ای نیز از سوی دیگر به مدیرانی نیازمند است که در فضای غیرشفاف، امکان چانه‌زنی و فشار ایجاد کند. این رابطه، چرخه‌ای معیوب می‌سازد که خروج از آن آسان نیست. در این میان، نباید نقش مشکلات معیشتی اهالی رسانه را نادیده گرفت. روزنامه‌نگاری که امنیت شغلی ندارد، دستمزد کافی نمی‌گیرد و آینده حرفه‌ای‌اش مبهم است، بیش از گذشته در معرض وسوسه‌های بیرون از قواعد حرفه‌ای قرار می‌گیرد. البته مشکلات اقتصادی هرگز توجیه‌کننده باج‌گیری نیستند، اما نمی‌توان از تأثیر ساختار اقتصادی بر اخلاق حرفه‌ای چشم پوشید. حرفه‌ای که نتواند حداقلی از امنیت و منزلت برای نیروی انسانی خود فراهم کند، دیر یا زود با چالش سرمایه اجتماعی مواجه خواهد شد.

عامل مهم دیگر، تغییر معنای «افشاگری» است. افشاگری در ذات خود نه‌تنها مذموم نیست، بلکه یکی از مهم‌ترین کارکردهای رسانه است. جامعه به رسانه‌ای نیاز دارد که فساد، تخلف و سوءمدیریت را آشکار کند. اما افشاگری زمانی از مسیر حرفه‌ای خارج می‌شود که هدفش دیگر منفعت عمومی نباشد. تفاوت میان روزنامه‌نگاری تحقیقی و باج‌نیوز دقیقاً همین‌جاست: اولی اطلاعات را برای روشن شدن حقیقت منتشر می‌کند؛ دومی از ابهام، ترس و تهدید انتشار اطلاعات برای کسب منفعت استفاده می‌کند.

از سوی دیگر، شبکه‌های اجتماعی نیز این مرز را پیچیده‌تر کرده‌اند. امروز انتشار یک ادعا به چند دقیقه زمان نیاز دارد، اما راستی‌آزمایی آن ممکن است روزها طول بکشد. در چنین فضایی، یک تیتر تحریک‌کننده یا یک ادعای تأییدنشده می‌تواند بسیار بیشتر از یک گزارش مستند دیده شود. اقتصاد توجه، گاهی به اقتصاد جنجال تبدیل می‌شود و جنجال، بهترین سوخت برای باج‌نیوزهاست.

مقابله با این پدیده نیز صرفاً با برخورد قضایی یا حذف چند رسانه ممکن نیست. راه‌حل پایدار، در شفافیت سازمانی، حرفه‌ای‌تر شدن مدیریت رسانه‌ها، تقویت امنیت شغلی روزنامه‌نگاران، دسترسی آزادتر به اطلاعات و مهم‌تر از همه، بازسازی اعتماد عمومی به رسانه‌هاست. رسانه‌ای که اعتبارش را از دست بدهد، حتی اگر حقیقت بگوید، شنیده نمی‌شود. شاید مسأله اصلی همین باشد. اینکه باج‌نیوزها فقط محصول رسانه‌های ناسالم نیستند، محصول جامعه‌ای هستند که در آن اطلاعات کمیاب، قدرت غیرشفاف و پاسخگویی ضعیف است. بنابراین اگر قرار است باج‌نیوزها کوچک شوند، باید بازار تولید و مصرف آنها نیز کوچک شود. رسانه حرفه‌ای نه تهدید می‌کند، نه معامله می‌کند و نه از ترس مخاطب و مسئول تغذیه می‌کند. کار رسانه، پرسیدن است، حتی پرسش‌های سخت. اما پرسش باج‌خواهانه با پرسش روزنامه‌نگارانه تفاوتی بنیادی دارد؛ یکی حقیقت را می‌خواهد و دیگری امتیاز را. شاید دفاع از رسانه، پیش از هر چیز، دفاع از همین مرز باشد.