

عملکرد و وضعیت رسانه‌های فرهنگی و هنری را در ایران چگونه ارزیابی می‌کنید؟

مفهوم رسانه بسیار کلی است، در حال حاضر تمامی منابعی که حاوی اطلاعاتی هستند تحت عنوان رسانه از آنها یاد می‌شود. اما در واقع رسانه به دو بخش تقسیم می‌شود بخشی که طبق آئین نامه مطبوعات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و مراجع قانونی برای نشر اخبار و انتشار محتوا مجوز اخذ کرده‌اند مانند انواع پایگاه های خبری و خبرگزاری های فعال در کشور و همچنین نشریات روزنامه ها، مجلات و ماهنامه‌هایی مانند صبا، کیهان، فیلم امروز و... که در حال فعالیت هستند و بخش دوم دیگری که بدون اخذ مجوز در حال انتشار محتوا به روش های مختلف در فضای مجازی و... هستند، که در زبان امروز از آن تحت عنوان انسان رسانه یاد می‌شود، با پیشرفت صنعت رسانه در جهان ما با پدیده انسان رسانه‌های بیشتری مواجه هستیم که اتفاقا عده کثیری از این انسان رسانه‌ها خود اصحاب هنر هستند. با ورود انسان رسانه‌های که اخبار و اطلاعاتی را روی صفحات مجازی و یا توییتر خود منتشر کردند، رسانه محوریت خود را در پوشش خبری از دست داده است و به زبانی دیگر نمی‌تواند مدعی باشد اولین انتشار دهنده از یک منبع اطلاعاتی و یا خبری است. به طور مثال وقتی شخصی همچون ابراهیم حاتمی کیا خبر استارت زدن فیلم خود را در صفحات مجازی منتشر می‌کند دیگر رسانه نمی‌تواند مانند گذشته مدعی انتشار خبر داغ و دسته اولی باشد. در واقع رسانه های رسمی خصوصا در حوزه فرهنگ و هنر مرجعیت خود در حوزه اطلاع رسانی از دست داده‌اند، و این به دلیل وجود همین انسان رسانه هاست. اما در کنار همین بحث رسانه با کم کارکرد شدن در این بخش، در بخشی دیگر به صورت آکادمیک تر همچنان اولویت و مرجعیت خود را حفظ کرده است و آن هم تحلیل و توصیف خبر است که از نظر من حوزه ای بسیار مهم تر و موثر تر در رسانه امروز است و این مسئله مستلزم آن است که از افرادی در حوزه رسانه فعال باشند که از دانش رسانه‌ای بالایی برخوردار بوده و در حوزه تخصصی رسانه‌ای خود بر دانش روز دنیا مسلط باشند. چرا که در حال حاضر کار رسانه پیشتر از انتشار خبر و دادن اطلاعات، ریشه یابی خبر و تحلیل و نقد اطلاعات از زوایای مختلف است که رسانه به مدد آن می‌تواند جامعه مصرفی خود را در پیدا کردن دیدگاهی منسجم و بنیان دار راهنمایی و هدایت کند. به همین صورت است که در حوزه های چون مصاحبه، یادداشت، نقد و تحلیل و ذهنیت دادن و جهت دادن به فکر مخاطب، همچنان رسانه های رسمی پرچمدار هستند.

در گذشته روزنامه‌های کاغذی بیشترین مخاطب را داشتند ولی با وجود فضای مجازی و اینترنت دیگر کارکرد گذشته را ندارد، کارکرد روزنامه‌ها را در حال حاضر چگونه می‌بینید؟

معتقد نیستم که روزنامه های کاغذی کارکرد خود را از دست داده اند، بلکه در زمانه حاضر کارکرد خود را تغییر داده‌اند. زمانی بود که در روزنامه به صورت درشت تیتیر می‌زدند که شاه رفت و یا امام آمد. چرا که در آن زمان تنها کانال های اطلاع رسانی رادیو و تلویزیون و همین روزنامه‌ها بودند و بس. اما حالا با وجود فضای مجازی و اینترنت دیگر جامعه مصرفی نیاز به این شکل از اطلاع رسانی ندارند. به همین دلیل هم روزنامه‌های امروز دیگر اخبار روز را با تیتیر درشت درج نمی‌کنند. مثلا اگر در حوزه دفاعی و نظامی مسئول بلند مرتبه ای مانند آقای شمخانی از سمت خود کناره بگیرد یا استعفا دهد، روزنامه تیتیر نمی‌زند که شمخانی رفت و یا شمخانی آمد، بلکه موشکافانه تر به زوایای دیگر این اتفاق می‌پردازد، مثل اینکه با برکناری فلان مسئول تکلیف آرایش امنیتی و دفاعی ایران چه خواهد شد؟! در این میان ممکن است مصاحبه ای با کارشناس و یا... داشته باشد، در حال حاضر این مسائل وظایف سنگینی است که به عهده رسانه های رسمی است. و به طور خلاصه شاهد تغییر کارکرد رسانه از حوزه اطلاع رسانی به حوزه تحلیل و دیدگاه رسانی پساجریانی را به مخاطب شاهد هستیم. به همین صورت در رسانه های هنری هم اطلاع رسانی از اینکه کارگردانی یک فیلم را شروع کرده است از اولویت و مرجعیت خارج شده و باید در همین حوزه به تحلیل این مسئله بپردازد که این فیلم چندمین فیلم اوست و با بررسی پرونده کاری او رویکرد او را در این مقطع زمانی به چالش بکشد. در پایان در پاسخ سوال شما که پرسیدید کارکرد روزنامه های کاغذی در

این دوره چگونه قابل بررسی است، من در حال حاضر جایگاه و کارکرد روزنامه را مانند تئاتر می‌بینم، با وجود اینکه مخاطب مصرف روزانه فیلم و سریال خود را از گوشی موبایل، پلتفرم‌ها و تلویزیون دارد اما همچنان تئاتر جایگاهش حفظ است و مخاطب خاص به خود را دارد به همین صورت فرهیختگان جامعه نیز در کنار استفاده از رسانه‌های دیگر همچنان طرفدار رسانه های کاغذی و مکتوب هستند و گروه‌های نخبه جامعه همچنان رسانه مکتوب را در رجحیت دانشی خود قرار داده‌اند.

با توجه به اینکه مجموعه رسانه‌های صبا در همین روزها ۱۱ ساله شده است، عملکرد این مجموعه را در طول فعالیت هایی که در حوزه فرهنگ و هنر کشور داشته است، چگونه دیده‌اید؟

مجموعه رسانه ای صبا در انتشار محتواهای که در فضای مجازی دارد بسیار روی بورس است و خوشبختانه به دلیل اینکه به صورت تخصصی در حوزه فرهنگ و هنر کار می‌کند هم مرجعیت دارد و هم کارکرد. روزنامه صبا در غیاب خیلی از روزنامه‌های سینمایی که تعطیل و یا بسته شده‌اند، جزو معدود روزنامه‌های تخصصی فرهنگی و هنری است که دغدغه‌مند در این حوزه برای اصحاب هنر و هنرمندان فعالیت می‌کند. و در حوزه خبرگزاری با اینکه در قانون رسانه ما تعریفی برای خبرگزاری تخصصی نداشتیم، صبا فعالیت خود را با عنوان صباخبر به صورت متمرکز بر امور فرهنگ و هنری حفظ کرده است و خوشبختانه در طول این سالیان موفق شده است یک پایگاه خبری مرجع در حوزه فرهنگ و هنر و همچنین تحلیل اخبار هنری ایران باشد. یکی از دلایل موفقیت صبا بی‌شک به مدیریت آن در سطح کلان بر می‌گردد، محمدرضا شفیعی یک چهره مهم در رسانه و همچنین یک فعال هنری در سینما و تلویزیون است که در قامت یک تهیه کننده پرکار دستی بر تولید و ساخت آثار متعدد دارد و به همین دلیل کاملا بر چالش های این حوزه مسلط است و با رصد همه هنرمندان در این حوزه مسائل را به خوبی بازشناسی و انتشار می‌دهد. از رویکردهای خوب مجموعه رسانه ای صبا این است که ادبیات فاخری دارد و اهل طعنه و متلک گویی نیست و حتی در جایی هم که قصد نقد و یا به چالش کشیدن مسئله‌ای را دارد با ادبیاتی هنرمندانه و شکل یافته به مسائل می‌پردازد که اتفاقا این نوع بیان رسانه‌ای در این شرایط بسیار تاثیر گذارتر عمل می‌کند. چرا که وقتی بیان رسانه‌ای با تندی و طعنه همراه باشد در همان ابتدا مخاطب اینگونه برداشت می‌کند که رسانه به دنبال عداوت است نه رفع مسئله، از نظر من صبا در طول این سال‌ها با رویکردی مصلحانه و ادبیاتی شیوا همواره بدون سوگیری به امور فرهنگی و هنری پرداخته است. البته ممکن است در زمان های هم به این مجموعه نقد وارد شود، اما چه بسا بهتر است که یک مجموعه رسانه‌ای در طرح مسائل فرهنگی و هنری خود عملکرد تمامی سازمان های مرتبط را با نگاهی صادقانه و رویکردی بومی و ملی تشریح و تحلیل کند.

به عنوان یک نظارت کننده بر عملکرد صبا فکر می‌کنید مجموعه صبا برای پیشرفت بیشتر، لازم است کدام بخش خود را تقویت کند؟

مجموعه صبا دارای سه بخش رسانه‌ای مجزاست؛ روزنامه، ماهنامه و صباخبر، به نظر من اگر این سه بخش در یک حوزه متحدالشکل تری، فعالیت خود را خصوصاً در فضای مجازی بیشتر کنند، موفقیت بیشتری خواهند داشت. صد البته این مسئله به این خاطر است که در حال حاضر هم شاهد موفقیت این مجموعه هستیم اما با تمرکز و متحد عمل کردن سه رسانه در یک خط قوی و قدرتمند، حتما موفقیت‌های بیشتری را در این حوزه حاصل خواهند کرد.

یکی از مهم ترین وظایف خانواده مطبوعات، انعکاس چالش‌ها و مطالبه خواسته‌های هنرمندان از مدیران فرهنگی است. فکر می‌کنید مطالبه‌گری‌های رسانه‌ای تا به حال منجر به ارتقا سطح فرهنگی و هنری شده است؟

حتما همین طور است، مثلا اخیرا روزنامه صبا به صورت متمرکز روی بازشناسی بحث تعطیلی و تحریم کار هنری فعالیت کرده بود که منجر به انعکاس های خوب و نتیجه بخشی در هر دو

سو شد و یا گزارش های خبری که درباره صندوق اعتباری هنر داشت، برای خود بنده که در وزارت ارشاد مشغول به فعالیت هستم، چالش برانگیز شد و پیگیرانه آن را دنبال کردم.

در شرایط حاضر که انسان امروز در معرض اخبارهای کذب و محتواهای ناامن است، رسانه های رسمی چگونه می‌توانند با این مقوله ها مقابله کنند؟

پیرو همان بحث آغازین، رسانه‌ها باید خود را به سلاح دانش و تحلیل مزین کنند و از کارکرد سنتی خود که اطلاع رسانی صرف بود فاصله و کارکرد خود را تغییر دهند. در حال حاضر خبررسانی و یا اتهام وارد کردن در تیتیر خبری و... راه کسی در هر پلتفرمی می‌تواند انجام دهد، اما انجام اینکه یک خبرنگار در حوزه‌ای تخصصی مصاحبه ای جامع با یک کارشناس در مورد مسئله ای در قالب پنج یا شش هزار کلمه داشته باشد از عهده هر کس خارج است و تنها رسانه رسمی امروز است که می‌تواند با نفوذی که در بین اهالی هنر و فرهنگ و تعاملی که با مردم دارد این پل ارتباطی سازنده را بنا کند. بحث تعاملی بودن در این میان بسیار می‌تواند اثر بخش باشد و همچنین متمرکز شدن بر نگارش نقد، تحلیل و گزارش و یادداشت‌های تخصصی هم لازم است.

آسیبی که امروز دامنگیر اکثر رسانه های و خانواده مطبوعات شده است، پیرو همان دو قطبی شدن سینما و هنر در ایران است و در پی آن قهری رسانه‌ای رخ داده، طوری که اکثر هنرمندان یا رسانه‌ها برای تهیه گزارش و مصاحبه و... همکاری نمی‌کنند، ارزیابی شما از این رخداد چیست؟

این مسئله هم به زودی حل خواهد شد، چنانچه در فضای موسیقی هم شاهد این موج بودیم که پس از مدتی فروکش کرده است، همچنین در تئاتر هم تا حدودی این مسئله حل شده است، بنابراین با گذشت زمانی اندک این موج در رسانه های بصری و تصویری هم فرو خواهد نشست و شرایط به وضعیت گذشته بر خواهد گشت، چرا که هم نیاز فرهنگی مردم پابرجاست و هم شغل‌های هنری مانند تمامی مشاغل دیگر در حال فعالیت هستند. خوشبختانه از نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مطالب در قالب های متنوعی چون نقد و تحلیل حتی اطلاعات آماری خود بینندگان قابل انعکاس است و چه بسا بهتر است که مخاطبان در این فضا، با هدایت رسانه‌ها، فعالانه تر با نظر دادن درباره آثار هنری و... به میدان بیایند، چرا که به نگاه شخصی خود بنده رویکرد تعاملی در رسانه بسیار موفق تر پیش خواهد رفت. رسانه ای که بخشی از اخبار و مصاحبه های خود را به مخاطبان، تماشاگران و عموم مردم اختصاص می‌دهد در ادامه یک ارتباط دوسویه میان مردم و هنرمندان را حفظ و اشاعه می‌دهد، کارکرد رسانه رسمی این است که این پل ارتباطی و تعاملی را به صورت قانونمند با حفظ حریم طرفین می‌تواند بنا کند و آن را فارغ از حواشی به مقصد برساند. رسانه نباید کارکردی چون یک جاده یک طرفه داشته باشد.

از زمانی که وارد حوزه تصمیم گیری های کلان در بخش مطبوعات شده‌اید، آیا به چشم اندازهایی که قبلا در این حوزه داشته‌اید، نزدیک شده‌اید؟

هم بله و هم خیر، یعنی در حوزه‌های موفق عمل کردیم و در حوزه‌هایی هنوز فاصله داریم تا به آنچه که مدنظرمان است برسیم. در مسائلی چون خدمات دهی به خانواده رسانه خوشبختانه گام های مثبتی را برداشته‌ایم.

صحبت پایانی:

اولین مطلب من، یک متن سینمایی بود که در ۳۱ شهریور سال ۱۳۸۰ از روزنامه ابرار منتشر شد. با این تیتیر که «آیا سینمای جنگ مرده است!» خوشحالم که سال ها خبرنگار سینمایی بودم و حوزه فرهنگ و هنر برایم از دغدغه های اصلی از دیرباز تا کنون بوده است. و امیدوارم بعد از این هم بتوانم ارتباط تعاملی سازنده تری با دوستان زحمت کش در حوزه رسانه های فرهنگی و هنری داشته باشم. معتقدم حتی اگر کاری از دستمان بر نیاید گوش شنوای برای شنیدن مشکلات و دغدغه های این دوستان هنرمند باشیم به امید آنکه بالاخره توفیق یافته و مشکلات را یک به یک از میان ببریم.