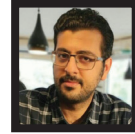


## سرمقاله

سید آریا قریشی



تأثیر شگرف رسانه‌ها بر فضای فرهنگی امری انکارناپذیر است. رسانه‌ها، جدا از کارکردهای اولیه‌ای همچون سرگرم کردن مخاطبان به عنوان یک راه ارتباطی در دسترس و ارزان قیمت و افزایش سطح مطالعه جامعه، می‌توانند مرزهای زمانی و مکانی را در نور دیده و به شکل گیری هویت‌های قومی، ملی و حتی جهانی کمک کنند. از سوی دیگر، در عصر گسترش روزافزون تأثیر و قدرت شبکه‌های اجتماعی، مواجهه با رسانه به امری اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است. هر بار که یکی از شبکه‌های اجتماعی را در گوشی تلفن همراه خود باز و مطالب موجود در آن شبکه را مرور می‌کنیم، عملاً در حال تأثیر پذیرفتن از رسانه هستیم. حالا دیگر حتی افرادی که نه برنامه‌های تلویزیونی را تماشا می‌کنند و نه علاقه‌ای به خواندن روزنامه‌ها و مجلات دارند هم به طور مستقیم و بی‌واسطه در معرض امواج رسانه‌ای قرار دارند.

تغییراتی که در سال‌های اخیر به واسطه گسترش نفوذ فضای مجازی رخ داده، واجد جنبه‌های مثبت و منفی بوده است. از یک طرف، با از بین رفتن انحصار رسانه‌ای، فرصت مواجهه بی‌واسطه با آخرین تحولات جهان در دسترس همگان قرار گرفته و از سوی دیگر با انبوهی از اطلاعات جعلی و دروغین روبه‌رویم که کار مخاطب را برای تشخیص سوره از ناسره سخت می‌کند. در چنین شرایطی، وجود رسانه‌های مستقل تخصصی اهمیت به‌سزایی پیدا کرده است: رسانه‌هایی که هم نقش واسطه را میان عموم مردم و دست‌اندرکاران یک حوزه ایفا کنند و هم قابلیت انتقال اطلاعاتی مفید و آگاهی‌بخش را به مخاطبان داشته باشند. در جوامع سیاست‌زده (جوامعی که سیاست بخش اصلی گفتمان روزمره را تشکیل می‌دهد) وجود چنین رسانه‌هایی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند چرا که می‌تواند به تلطیف این فضای محصور در امر سیاسی کمک کند. این تنوع رسانه‌ای زمانی در ایران وجود داشت. مخاطبان،

بنا به سلیقه خود، می‌توانستند هم به رسانه‌هایی عمومی و کاملاً عامه‌پسند دسترسی داشته باشند و هم به سراغ انبوهی از رسانه‌های تخصصی در حوزه‌های مختلف همچون علم و دانش، فرهنگ و هنر، اقتصاد، روان‌شناسی و غیره بروند. تمام این رسانه‌ها، پایگاهی مستحکم در میان اقشاری از مخاطبان داشتند و به پویایی جامعه کمک می‌کردند. با این وجود، به نظر می‌رسد این روند در دهه‌های اخیر تا حدی دچار اختلال شده است. همین تغییر، مسئولیت رسانه‌های تخصصی باقی‌مانده را سخت‌تر می‌کند. این رسانه‌ها، جدا از کارکردهای اولیه‌شان، باید بخش‌های خالی فضای رسانه‌ای کشور را هم پر کنند.

مجموعه رسانه‌ای صبا، در طول یک دهه فعالیت، همواره سعی بر این داشته که به مسئولیت‌های خود به عنوان یک رسانه مستقل تخصصی پایبند باشد. تلاش ما این بوده که هم پلی میان هنرمندان و مخاطبان فرهنگ و هنر باشیم و هم با دوری از رویکردهای حاشیه‌ای اعتماد مخاطبان را جلب کرده و ارتباطی حرفه‌ای و سالم را با تمام علاقه‌مندان به فرهنگ و هنر (و نه فقط یک قشر محدود) برقرار کنیم؛ هم به خواسته‌های هنرمندان توجه داشته و نیازهای آن‌ها را پوشش دهیم و هم خوراک فرهنگی مناسبی برای مخاطبان فراهم کرده و صدای آنان باشیم. در این راه، سعی کردیم از تمام ابزار در دسترس استفاده کنیم: نه اهمیت رسانه‌های چاپی را نادیده گرفتیم و نه از امکاناتی که رشد چشمگیر فضای مجازی (به خصوص شبکه‌های اجتماعی) برای ارتباط با مخاطبان ایجاد کرده غافل شدیم. به همین دلیل، فعالیت مجموعه رسانه‌ای صبا که با انتشار روزنامه صبا آغاز شد، در سال‌های بعد گسترش یافت و حالا در قالب روزنامه، خبرگزاری، فضای مجازی و ماهنامه در کنار شما هستیم. امیدواریم این ارتباط در سال‌های آینده به شکلی پویا و دوسویه ادامه پیدا کند.

با توجه به اهمیت مباحث مطرح شده، تصمیم گرفتیم در این شماره از ماهنامه صبا و در بخش ویژه‌ای به اهمیت و جایگاه رسانه‌های تخصصی سینمایی در ایران بپردازیم. امید است که با افزایش تعداد رسانه‌های مستقل تخصصی، شاهد پویایی هرچه بیشتر فضای فرهنگی کشور عزیزمان باشیم.