

انقلاب ارتباطات، نحوه کار رسانه‌های را دگرگون کرده است



حمیدرضا مدقق (مجری، منتقد و مدرس سینما)

«۱» شاید خیلی از همکارانم، به‌ویژه در حوزه رسانه‌های مکتوب، در پاسخ به این سؤال به مسائلی چون نداشتن امنیت شغلی، نداشتن بیمه مناسب، دستمزد پایین و بسیاری از مسائل دیگر اشاره کنند که تمام این موارد درست است. متأسفانه بخش مهمی از همکاران ما در رسانه‌ها سال‌هاست که با این مشکل دست‌وپنجه نرم می‌کنند. اما برای پرهیز از تکرار، از زاویه‌ای دیگر به این سؤال پاسخ می‌دهم، انقلاب ارتباطات آن قدر ادامه پیدا کرد (و همچنان هم ادامه دارد) که سرانجام گریبان‌گیر امر اطلاع‌رسانی و کار رسانه‌های هم شده و شکل اطلاع‌رسانی را در همه‌جای دنیا (از جمله در ایران) تغییر داده است. در واقع مهم‌ترین مشکل و محدودیتی که الآن با آن مواجه‌ایم (و این شاید به‌نوعی یک طنز تلخ باشد) این است که کار رسانه‌های مان دیگر شبیه دوران قدیم نیست. منظورم از قدیم، چند دهه پیش نیست بلکه دارم به ده، پانزده سال اخیر اشاره می‌کنم. یعنی در ده، پانزده سال اخیر آن قدر شکل کار رسانه‌های و اطلاع‌رسانی ما دستخوش تحول شد که تقریباً همه رسانه‌های ما دچار یک جور گیجی و سردرگمی شدند. این تغییر در دنیا اتفاق افتاده (مثل نشریاتی که تعطیل شدند یا به شکل قدیم منتشر نمی‌شوند یا اصلاً ماهیت کارشان تغییر کرده است). در کشور ما هم تغییر در دسترسی مردم به اخبار و اطلاعات سبب شد که شمارگان روزنامه‌ها و مطبوعات ما به شدت پایین آمده و از شمار شنوندگان و بینندگان رادیو و تلویزیون کاسته شود. مردم چیزی را که مورد علاقه‌شان است یا می‌خواهند از آن مطلع شوند، به شکل‌های دیگری جست‌وجو می‌کنند و به سراغ شکل دیگری از رسانه‌ها می‌روند. وقتی اکنون را با زمان قدیم مقایسه می‌کنیم، مهم‌ترین مشکل و محدودیتی که به نظر می‌رسد وجود دارد این است که اساساً حال و هوای کار رسانه‌ای در کشور ما به تبع انقلاب ارتباطات تغییر کرده است.

«۲» اگر بخواهیم تاریخی نگاه کرده و مقطع آغاز این بررسی را هم انقلاب اسلامی قرار دهیم، رسانه‌های سینمایی ما بعد از انقلاب با تنها «یک» نشریه با دوام (مجله «فیلم») شروع کردند. کم‌کم در دهه ۷۰ شاهد پیدایش و سپس گسترش نشریات سینمایی دیگر و برنامه‌های تخصصی سینما در رادیو و تلویزیون هم بودیم. تمام این‌ها (در سه حوزه مکتوب، صوتی و تصویری) نقاط قوت و ضعف خود را داشتند. تا این که رسیدیم به همان ده، پانزده سالی که در پاسخ به سؤال قبل اشاره کردم؛ یعنی تغییر مصرف مردم از محتوای رسانه‌ها. این تغییر، همان‌طور که اشاره کردم، منجر به کاهش شمارگان نشریات شد. مشکلات اقتصادی، به‌ویژه در حوزه مطبوعات و خبرگزاری‌ها، به این موضوع دامن زد، به‌ویژه در حوزه مطبوعات و خبرگزاری‌ها ما به جایی رسیدیم که «روزنامه سینمایی» هم (با تمام نقاط قوت و ضعف‌شان) داشتیم. آن‌ها تحت تأثیر مشکلات

اقتصادی و تغییر ذائقه مصرف مخاطبان تعطیل شدند. باز به تبع همان قضیه، رفتن مردم به سراغ این که علائق سینمایی‌شان را از شکل‌های دیگری تأمین کنند (یعنی به سراغ سامانه‌های برخط، شبکه‌های اجتماعی و... بروند) منجر به کاهش برنامه‌های سینمایی رادیو و تلویزیون شد. فکر می‌کنم دوستان هم سن و سال من به یاد داشته باشند که گاهی اوقات تقریباً تمام شبکه‌ها برنامه‌های سینمایی مختلفی (در زمینه دوبله، نقد و بررسی فیلم‌های خارجی، مقوله اقتباس و...) داشتند؛ برنامه‌هایی که دیگر به آن شکل وجود ندارند. به عنوان جمع‌بندی باید بگویم که این پاسخ بی‌ارتباط به پاسخ سؤال اول نیست. همان تغییر ذائقه مصرف مردم باعث شد که ما شاهد یک منحنی باشیم: در دهه ۶۰ از پایین شروع کردیم، در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ حوزه رسانه‌های سینمایی به اوج رسیدیم و بعد به سمت کاهش حرکت کردیم.

«۳» این سؤال تقریباً در ادامه دو سؤال قبلی قرار می‌گیرد و در پاسخ دو سؤال قبلی تا حدی به آن جواب دادم اما این‌جا سعی می‌کنم از زاویه‌ای دیگر به آن نگاه کنم. شبکه‌های اجتماعی به‌طور کلی هم سودمند و مفید بوده‌اند و هم ضرر رسان و آسیب‌زننده. سودمندی‌شان این است که باعث شده‌اند اخبار سریع‌تر و با شکل‌های متنوع‌تر به دست علاقه‌مندان برسد. حتی امکان ارتباطات بی‌واسطه‌تر (از جنس ارتباطات تعاملی یا ارتباطات افقی) را بین هنرمندان و اهالی سینما با مخاطبان‌شان برقرار کرده است. فراموش نکنید که ارتباطات رادیو، تلویزیون و مطبوعات به شکل عمودی است در حالی که ارتباطات شبکه‌های اجتماعی شکل افقی و تعاملی دارد. خوشبختانه ما حتی صفحاتی را در شبکه‌های اجتماعی داریم که خیلی جدی به اخبار و اطلاعات سینمایی ایران و جهان می‌پردازند، ویدیو منتشر می‌کنند و خیلی زمینه‌هایی که در گذشته نمونه‌هایش را نداشتیم، این خیلی خوب است. اما به تبع آن، شبکه‌های اجتماعی آسیب‌زننده هم بوده‌اند. ما متأسفانه شاهد انتشار اخبار دروغ، شایعات، تهمت‌زدن، جوسازی، تخریب شخصیت و موارد دیگر هستیم که شامل خیلی‌ها می‌شود: از هنرمندان گرفته تا مسئولان. حتی گاه منتقدی علیه منتقد دیگر حرفی می‌زند و خیلی جاها هتک حرمت صورت می‌گیرد. دلیل این اتفاق، همان فضا یا بستری است که شبکه‌های اجتماعی فراهم می‌کنند تا هر کسی بتواند آزادانه اظهار نظر کند و متأسفانه گاهی این آزادی به معنای زیر پا گذاشتن اخلاق است. از طرف دیگر، این شبکه‌ها این آسیب یا ضرر را هم داشته‌اند که برخی از هنرمندان سینما فکر می‌کنند چون خودشان این صفحه را در اختیار دارند، دیگر نیازی به خبرنگار یا حتی مشاور رسانه‌ای ندارند و می‌توانند هر چیزی را که فکر می‌کنند، خیلی راحت بر زبان بیاورند. بعد می‌بینیم که خیلی وقت‌ها آن چه می‌گویند یا منتشر می‌گویند نقض غرض می‌شود و حتی مجبور به عذرخواهی می‌شوند. این حرف به معنی خودسانسوری نیست. منظورم این است که کار رسانه‌ای یک فن، حرفه و تخصص است. این که ما زمینه یا بستری برای اظهار نظر داشته باشیم به خودی خود بد

نیست اما باید یادمان باشد که هر چه منتشر می‌کنیم، باید بتوانیم مسئولیتش را هم به عهده بگیریم. خیلی خوب است که آن چه انتشار می‌دهیم آگاهانه، مسئولانه و مبتنی بر داده‌های درست باشد نه اطلاعات غلط یا، خدای ناکرده، انتشار اخبار کذب.

«۴» در طول این دوران در دو رسانه فعالیت می‌کردم: یک رسانه تخصصی در حوزه سینما بود که ماهانه منتشر می‌شد. خیلی به آن موضوع نمی‌پردازم چون آن‌جا فقط یک نویسنده در میان جمع زیادی از نویسندگان بودم. از آن عبور کرده و به رسانه دیگری که در آن کار می‌کردم (تلویزیون) که حرفه اصلی من بوده می‌پردازم. از زمانی که من به تلویزیون آمدم، چیزی که سعی کردم با مدیران به اشتراک بگذارم و از آن‌ها بخواهم که برای انجام دادنش کمک کنند (و خوشبختانه در خیلی از حوزه‌ها توانستم موافقت مدیران را به دست بیاورم) این بود که، در کنار اطلاع‌رسانی اخبار سینما که وظیفه ما بود، به مسائل زیرساختی و زیربنایی سینما هم بپردازیم. دلیلش این بود که می‌دیدم خیلی از برنامه‌هایی که در رادیو و تلویزیون ساخته و پخش می‌شوند، نقدمحورند. کاری که این برنامه‌ها می‌کنند این است که چند منتقد را دعوت کرده و به یکی از فیلم‌های روز سینمای ایران (و گاهی سینمای جهان) پرداخته و آن را نقد می‌کنند. این کار هیچ ایرادی ندارد و خیلی هم خوب است. اما می‌دیدم که کثرت این برنامه‌ها به قدری بود که باعث می‌شد دیگر مسائل زیربنایی سینمای ایران در حوزه‌های تولید، توزیع و نمایش، و شاخه‌های مرتبط با این‌ها (مثل آموزش‌گاه‌های آزاد سینمایی، خودمقوله نقد و نویسندگی، کتاب‌های سینمایی، پژوهش‌های سینمایی و مسائلی از این دست) که به نظر من از مسائل زیربنایی سینمای ایران بودند، مورد غفلت قرار گرفته و به آن‌ها پرداخته نشود. این بود که من، به‌شخصه، از سال ۸۳ به این طرف، و مشخصاً از سال ۹۳ در برنامه «شهر فرنگ» تلاش کردم که در گفت‌وگوها و برنامه‌های سینمایی که مسئولیت‌شان با من بود به مقوله‌های زیرساختی سینما بپردازم که خوشبختانه مدیران مختلف هم همکاری کردند و به نظر خودم این برنامه‌ها تحقق پیدا کرد. این که چقدر موفق یا مؤثر بود، قضاوتش با من نیست. اما در مورد این که آیا رویکرد ما تغییر کرده، باید بگویم که در حوزه اطلاع‌رسانی بله. همان‌طور که گفتم گرایش مردم به شبکه‌های اجتماعی طبعاً در امر اطلاع‌رسانی ما تغییر ایجاد کرده است. یعنی ما وادار شدیم که سریع‌تر اطلاع‌رسانی کنیم یا به برخی از موضوعاتی که فکر می‌کردیم در شبکه‌های اجتماعی منتشر شده و مردم از آن‌ها اطلاع دارند نپردازیم (چون خبر پخش شده و به اصطلاح حرف‌های ما خبر سوخته است). اما در زمینه برنامه‌سازی، نه. من اگر فرصتی داشته باشم و باز بخواهم آن برنامه‌ها را ادامه بدهم، کماکان فکر می‌کنم لازم است که حتماً به مقوله زیرساخت‌های سینمای ایران و چیزهایی که کمتر دیده شده و کمتر به آن‌ها پرداخته می‌شود بپردازیم و در موردشان برنامه‌سازی کنیم.