

**گفت و گو با اکبر منتجبی،
رئیس هیات مدیره انجمن صنفی
روزنامه نگاران استان تهران**

بنگاه تولید فکر نداریم

◀ آزاده صالحی

اکبر منتجبی یکی از روزنامه نگاران با سابقه به شمار می رود که در طول این سال ها در نشریات و روزنامه های متعددی فعالیت داشته است. او در حال حاضر رئیس هیات مدیره انجمن صنفی روزنامه نگاران و سردبیر روزنامه «سازندگی» نیز هست. با این روزنامه نگار پر سابقه به مناسبت سالگرد مجموعه رسانه ای صبا درباره جایگاه فعلی نشریات فرهنگی و میزان تاثیر گذاری این نشریات به گفت و گو نشستیم.

برخی بر این باورند که در سال های اخیر به دلایل مختلف نشریات به حاشیه رانده شده و به آن شکلی که باید تاثیر گذاری لازم را بر جامعه ندارند، اگر بخواهیم به ریشه یابی این مسئله بپردازیم دیدگاه شما در این باره چیست؟

با توجه به مشکلات اقتصادی در شرایط کنونی، توجه مردم نسبت به فرهنگ تاحدودی کاهش یافته است. باید در نظر داشته باشیم که اقتصاد و فرهنگ همواره رابطه ای متقابل با یکدیگر دارند و تازمانی که مردم درگیر مسائل معیشتی هستند نمی توان انتظار داشت که کالاهای فرهنگی که در قیاس با کالاهای اساسی زندگی در درجه دوم قرار دارند، در سبد خانوار جایی داشته باشند. اگر چه طبقه متوسط از گذشته تا امروز نسبت به مقوله فرهنگ توجه زیادی داشته است، اما در حال حاضر به دلیل تنگناهای اقتصادی، طبقه متوسط که طبقه بزرگی هم هست نمی تواند نیازهای فرهنگی خود را مرتفع سازد. اما در مجموع، اگر یک جامعه از رونق اقتصادی برخوردار باشد طبعاً مجلات فرهنگی می توانند تسهیل کننده باشند. در واقع مجلات با تهیه مطالب متنوع، چراغ راه مخاطبان هستند و به آنها رهنمود می دهند که چه کتابی بخوانند، به دنبال چه موسیقی ای بروند و گوش کردن، کدام پادکست را پی گیری کنند یا چه فیلمی و تئاتری را ببینند. آنها می توانند کیفیت زندگی را ارتقاء دهند. بنابراین نقش نشریات فرهنگی بی تردید سازنده و اثرگذار است، منتهی باید این مسئله را هم در نظر داشته باشیم که بخش

اعظمی از رونق نشریات به شرایط اقتصادی در یک جامعه بستگی دارد. تجربه ثابت کرده است که طبقه متوسط همیشه بیشترین توجه را نسبت به فرهنگ داشته است، ضمن این که سایر طبقات اجتماعی مانند طبقه مرفه هم تمایل زیادی دارد تا فرهنگ را وارد زندگی خود کند، چون این نکته را می داند که حوزه فرهنگ تفاخر می آورد. به همین خاطر است که مثلاً یک سرمایه دار دوست دارد با هنرمندان و اهالی فرهنگ نشست و برخاست داشته باشد، چون او در طول زندگی توجعش به سمت وسوی درآمدزایی بوده و این مسئله باعث شده تا از پرستیژ اجتماعی غافل بماند. در عین حال، طبقه متوسط که همان طور که اشاره کردم، از اصلی ترین مخاطبان کالاهای فرهنگی هستند و فرهنگ را برای خود هویت بخش می دانند. ناگفته پیداست که با یک نگاه کلی می توان دریافت، نشریات فرهنگی نقش زیادی در ارتقاء سطح دانش عمومی دارند. متأسفانه در سال های اخیر که اغلب مردم درگیر مسائل امرار معاش هستند، فاصله عمیقی میان فرهنگ و مردم ایجاد شده است و به همان نسبت شاهد رکود نشریات فرهنگی نیز بوده ایم. طبعاً تا زمانی که افراد یک جامعه درگیر تامین اقلام اساسی زندگی خود هستند خرید کتاب و نشریه محلی از اعراب ندارد. اگر چه چندان که اشاره کردم، نشریات فرهنگی در هر برهه ای از زمان آبشخور اصلی طبقه متوسط بوده است و مردم تلاش می کنند تا خلاءهای فرهنگی خود را از طریق نشریات فرهنگی پر کنند. با این حال، بدیهی است که اگر سردبیر، تیم نویسندگان و مدیریت یک نشریه از خلاقیت و



اگر یک جامعه از رونق اقتصادی برخوردار باشد طبعاً مجلات فرهنگی می توانند تسهیل کننده باشند. در واقع مجلات با تهیه مطالب متنوع، چراغ راه مخاطبان هستند و به آنها رهنمود می دهند که چه کتابی بخوانند، به دنبال چه موسیقی ای بروند و گوش کردن، کدام پادکست را پی گیری کنند یا چه فیلمی و تئاتری را ببینند. آنها می توانند کیفیت زندگی را ارتقاء دهند

نوآوری بر خوردار باشند می توانند حتی در این شرایط هم تاحدودی نظر مخاطبان را به سمت نشریات کاغذی جلب کنند.

ما در حالی از رکود نشریات در شرایط فعلی صحبت می کنیم که در بعضی از برهه های زمانی، نه تنها با رونق در این زمینه مواجه بودیم و دهه ۶۰ تا اوایل دهه هشتاد به نوعی دوره رشد و شکوفایی نشریات فرهنگی به شمار می رفت که نشریات در آن سال ها، پرورش دهنده طیف های مختلف فرهنگی هم بودند، اما هر چه پیش آمدیم چراغ نشریات رو به خاموشی رفت، به نظر شما اصلی ترین دلیل این مسئله چیست؟

همین طور است! چندان که پیش تر هم اشاره کردم، نشریات فرهنگی در عین این که همیشه آبشخور فرهنگی طبقات مختلف جامعه به شمار می روند، می توانند پایگاهی برای تولید فکر و بنگاهی فرهنگی برای تولید روشنفکر، فیلمساز، داستان نویس، مترجم، گرافیکست، مجسمه ساز و... هم باشند. کما اینکه قبلاً نیز چنین بوده. اساساً در تمام دهه های گذشته از دهه ۲۰ به این سو، تولید فکر ابتدا به ساکن در نشریات فرهنگی انجام و بعد آن مقالات، به کتاب تبدیل می شد. مهمترین روشنفکران، داستان نویسان، شاعران و مترجمان ما چه قبل از انقلاب و چه پس از آن مطالب ارزشمند خود را ابتدا در نشریات فرهنگی منتشر می کردند. در دهه های گذشته نشریه «کتاب هفته» به