

## حسرت امروز من، از بین رفتن مرجع‌های مطبوعاتی است

خسرو نقیبی (منتقد سینما، فیلمنامه‌نویس و سردبیر رسانه «آرت تاکس»)



۱ و ۲) به دو سؤال اول با هم پاسخ می‌دهم. زمانی که من کارم را شروع کردم، رسانه‌های سینمایی معدود بودند. برای همین فیلترهای سختی برای عبور نویسندگان سینمایی وجود داشت و نیاز به یک جور دانش سینمایی قابل اثبات به سردبیرها و مدیران رسانه‌ها احساس می‌شد. امسال دو دهه می‌شود که در این فضا حضور دارم. در این مدت شرایط به واسطه ابزارهای دیجیتال و رسانه‌های حاصل از شبکه‌های اجتماعی (مثل اینستاگرام) تغییر کرده است. الان انگار همه چیز محدود به اینستاگرام شده و معنای رسانه سینمایی، شده رسانه‌ای که در اینستاگرام (یا، بسته به این که در آن دوره کدام فضا فیلتر نباشد یا کدام فضا مقبولیت جمعی داشته باشد، در فضا دیگری مثل تلگرام) حضور دارد. این فضا باعث شده که دایره خیلی باز شود و نتوان سره را از ناسره تشخیص داد. به نظر من همین باعث در گرفتن هرج و مرج در این فضا شده است. شرایط برای کسانی که زمانی می‌خواستند کار جدی انجام دهند خیلی دشوار شده است. الان میان این فضای تبلیغاتی که پر است از سفارش‌دهنده و سفارش گیرنده، کار جدی کردن بعضی جاها حتی قابل انجام نیست. رسانه‌هایی که با هدف کار جدی تأسیس می‌شوند، دائماً بسته می‌شوند و دیگر تقریباً رسانه‌ای وجود ندارد. اکثرشان انگار با بنگاه‌های تبلیغاتی اند یا فقط اخبار زرد را پوشش می‌دهند.

۳) در پاسخ به سؤال قبلی عملاً به این سؤال هم جواب دادم. اما اگر بخواهم چیزی به حرف‌های قبلی‌ام اضافه کنم این است که حسرت امروز، از بین رفتن مرجع‌های مطبوعاتی است. زمانی بود که انتشار یک نقد فیلم هم مؤثر بود و هم از فیلترهایی می‌گذشت که مطمئن بودی آن مطلب به عنوان یک سند در تاریخ سینما ثبت خواهد شد. امروز با این شرایط تازه، عملاً مفهوم نقد فیلم یا تحلیل یا گزارش (به آن معنی که حتی تا حدود ۱۵ سال پیش هم وجود داشت) از بین رفته است. اهمیت این مطالب از بین رفته و حتی انگار دیگر متر و معیاری هم برای آن وجود ندارد و همه چیز در کنار هم دیده می‌شود. مخاطب عادت کرده به این فضای تازه هم ممکن است اهمیت آن نوشته‌ها را نداند. حسرت بزرگ، از بین رفتن آن مرجع‌ها است.

۴) اولین ویدیوهای «آرت تاکس» در سال ۱۳۹۴ ساخته شد. در آن زمان، هدف اصلی ما تبدیل همان رسانه مرجع از متن به تصویر با استفاده از یک تیم حرفه‌ای و روزنامه‌نگارانی بود که قبلاً خود را در آن حوزه اثبات کرده بودند. تقریباً در چهار سال اول این هدف با قدرت، منابع مالی کاملاً خصوصی و آدمی که پشت ماجرا علاقه‌مند به انجام این کار بود (علی محمدزاده) دنبال شد. اما آن قدر فشارها زیاد شد و هزینه‌ها بالا رفت که ادامه چنین مسیری در بخش خصوصی بدون هیچ حمایتی از هیچ کدام از بخش‌های دولتی و خصوصی دیگر، ممکن نبود. می‌توانم ادعا کنم که ما از اولین رسانه‌هایی بودیم که اهمیت ساخت ویدیو (در تمام حوزه‌های نقد، گزارش و گفت‌وگو) را فهمیدیم. امروز شاید تاک‌شوهای متعدد یا برنامه‌های نقد ساخته شوند. ما قبل از همه این‌ها شروع کردیم. کار ما تا حدی امتداد مسیری بود که فریدون جیرانی با برنامه «هفت» شروع کرده بود. فکر کردیم آن کار را می‌توان در حوزه مجازی ادامه داد. اما کار بعد از آن چهار سال تقریباً غیرقابل ادامه شد. بنابراین در سیاست‌گذاری اصلی سعی کردم دوباره به تولید متن مکتوب برگردم. البته اگر ویدیوهای ترجمه‌ای زیاد شده به خاطر این هم هست که به کرونا خوردیم و به مدت دو سال نمی‌شد استودیو را اداره کرد. بعد از آن چهار سال اول، سعی کردیم حداقل به صورت متنی و با ویدیوهای کمتر، این ارتباط را با مخاطب جدی حفظ کنیم. اما امروز که دارم با شما صحبت می‌کنم، به نظر می‌رسد این تجربه هم کاملاً رو به شکست است. چون پلتفرم‌ها عملاً چنگال‌های خود را روی رسانه‌های سینمایی انداخته‌اند و رسانه‌هایی که تحت حمایت‌شان هستند با تبلیغات و با حجم دیده‌شدنی که دارد اتفاق می‌افتد مخاطب می‌گیرند. از این طرف رسانه‌های خصوصی و جمع‌وجور که هدف‌گذاری‌شان کار جدی‌تر است و از اخبار و یادداشت‌های زرد فرار می‌کنند، قطره چکانی می‌توانند مخاطب خود را جلب کنند. این، یک رابطه بده‌بستان با بخش آگهی و با بخش جذب سرمایه است. وقتی شما مخاطب انبوه نداشته باشی، این پروسه باعث می‌شود که تمام این رسانه‌ها محکوم به حذف و نابودی شوند. بنابراین دورنمای خیلی روشنی حتی برای رسانه خودم، رسانه‌ای که از سال ۹۴ پایش ایستادم، نمی‌بینم. الان هفتمین سال فعالیت «آرت تاکس» است. اما، با وضعیت کنونی که وجود دارد، خیلی بعید می‌دانم که این هفت به هشت و نه و ده برسد.



## اکثر رسانه‌های سینمایی نتوانسته‌اند به اهداف خود برسند



محمد تاجیک (روزنامه‌نگار)

۱) با توجه به گسترش فضای مجازی و پیشرفت تکنولوژی، از یک جهت دشواری‌ها و محدودیت‌های کار رسانه‌های کمتر شده است و از سویی دیگر بیشتر! شاید سختی‌های کار خبرنگاری و روزنامه‌نگاری از لحاظ فیزیکی کمتر شده باشد ولی مشکلات دیگری اضافه شده که کار خبرنگاری را سخت‌تر کرده است. البته از همان سال‌های ابتدایی فعالیت‌م به عنوان یک خبرنگار سینمایی تا امروز، جنس مشکلات و محدودیت‌ها تقریباً از جنس همان مشکلات و محدودیت‌های مثلاً بیست سال پیش بوده است ولی تهدیدها و تخریب‌ها و دلخوری‌ها و سایر حواشی متعدد مربوط به سینما سرعت بیشتری پیدا کرده است.

البته خود نگارنده، به عنوان کسی که نزدیک به دو دهه است خبرنگار سینمایی‌ام، در این سال‌ها، شاید به خاطر بی‌حوصله‌گی و شاید بالا رفتن سن، محافظه‌کارتر و محتاط‌تر شده‌ام. کلاً سینمای ایران فضای بسیار پرحاشیه‌ای است و کمتر حوزه‌ای آن قدر حاشیه و سر و صدا و جیغ و داد دارد.

۲) در گذشته رسانه‌های مکتوب جایگاه بهتر و تأثیرگذارتری داشتند و الان جایشان را به رسانه‌های مجازی داده‌اند. البته یک سری رسانه‌های مکتوب که در فضای مجازی هم حضور قابل توجهی دارند جایگاه خود را هنوز حفظ کرده‌اند.

۳) نظریه‌ای وجود دارد که خود من هم از طرفداران آن هستم و آن نظریه این است که خواندن کتاب و مجله و روزنامه، به عمیق‌تر شدن سواد انسان منجر می‌شود و خواندن سایت و مطالب تلگرام و اینستاگرام... منجر به سطحی شدن سواد و اطلاعات انسان می‌شود.

چه به عنوان مخاطب و چه به عنوان فعال رسانه‌ای، معتقدم که نسل‌های قبل در زمینه سینما بسیار باسوادتر بودند چون آن‌ها بیشتر مجله و یا کتاب سینمایی می‌خواندند ولی الان بیشتر اطلاعات درباره حواشی سینماست.

از سویی دیگر گسترش فضای مجازی باعث شده کمتر نقد جدی در بین رسانه‌ها دیده شود و ما در این سال‌ها با پدیده بسیار بد پرترتاژ آگهی در نقدها و ستایش‌های حال به هم‌زن از فیلم‌ها و بازیگرها در صفحات پربازدید مواجه بوده‌ایم.

۴) اکثر رسانه‌های سینمایی اصولاً همیشه هدف‌های متعالی جهت رشد و اعتلای سینما داشته‌اند ولی اکثر آن‌ها خیلی نتوانسته‌اند به اهداف خود برسند و مشکلات اقتصادی و دیدگاه‌های باندی و جناحی و تطمیع شدن از سوی محافل سینمایی، ضربه بزرگی را به این رسانه‌ها زده است.