



سعید اسلام‌زاده

پیش‌تر گفته بودم که انتشار شعر در جامعه ما با فرهیختگی و روشنفکری نسبت دارد و در ادوار گذشته تاریخ تا امروز این مسأله صادق بوده است و در دربار سلاطین هم شعرا جایگاه ویژه‌ای داشتند و پادشاهان شاعر نیز کم نداشت‌ه‌ایم. اما ماجرای شعر و مخاطب شعر پس از انتشار روزنامه‌ها و به ویژه پس از مشروطه مسیری دیگر را در پیش گرفت. پس از دوره مشروطه شعر از برج عاج اشرافیت خود به کف کوچه و خیابان آمد و مردم در روزنامه‌ها و مجله‌ها و از زبان شاعر در میانه بازار همان شعری را می‌شنیدند که دست کم دو دهه قبلش فقط یا باید از زبان شاعران دربار می‌شنیدی یادست بالا در انجمن‌های ادبی ادب‌ا. اما روزگار دگرگون شده مشروطه فضایی را برای ادیبان و شاعران ایجاد کرد که با مخاطبان دیگری بر خورد کنند. مردم نوشته‌ها و شعرهای دهخدا و فرخی و عشقی و ... در کوچه و خیابان از زبان یکدیگر می‌شنیدند.

چاپ شعر در روزنامه‌ها موجب شد تا اهمیت شعر برای مردم و شعرا متفاوت از گذشته شود. شعر با درجه‌ای از روشنفکری و فرهیختگی همراه بوده و هست. اما امروزه به ویژه در چند سال اخیر و با رشد و گسترش فضا‌های سایبری شاهد تنزل بی‌سابقه اهمیت شعر و شاعر بوده‌ایم. دلیل این مسأله به نظر من تولید انبوه شعر و البته شبه شعر است. در قبال این همه کتاب شعر و حجم باورنکردنی شعر در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی همیشه‌نخستین پرسش این است که آیا جامعه به این میزان شعر نیاز دارد؟ اصلا مردم جامعه ما چقدر با شعرهای صورت‌گرا و بی‌محتوا ارتباط برقرار می‌کنند که برای خواندن آنها پول پرداخت کنند؟ پرسش اصلی دیگر این است که در این روزگار، مردم آیا برای فرهیختگی پولی پرداخت می‌کنند؟ اگر سرودن شعر موجب فرهیختگی است و گوینده‌اش را در نسبتی با فرهیختگی قرار می‌دهد در مقابل خریدن کتاب شعر و به طریق اولی خواندن آن نیز باید نسبتی با فرهیختگی برقرار کند. اما شواهد امر و گزارش‌هایی که از غرغه‌های ناشران تخصصی شعر به گوش می‌رسد و خوانده می‌شود خلاف این مسأله را نشان می‌دهد.

مهم‌ترین مسأله در چرخه تولید و نشر شعر، در کنار محتوا و آنچه به نام شعر انتشار می‌یابد، توزیع مناسب است. امروز چند ناشر در فرایند نشر ادبیات ما هستند که فقط شعر چاپ می‌کنند و خود را با عنوان ناشر تخصصی شعر معرفی کرده‌اند. در بازار اقتصادی در معنای کلان، تولیدکننده تخصصی هر کالایی باید از بالاترین استانداردها در تولید کالای خود برخوردار باشد. اما آیا در مسأله تولید و نشر کتاب شعر در تخصصی‌ترین شکل‌اش، ما واجد این استانداردها هستیم؟

این استانداردها شامل کیفیت محتوایی شعر، کیفیت تصویری و گرافیکی اثر منتشر شده و قیمت و همچنین توزیع مناسب در سطح بازار کتاب است. امروز عمده ناشران ما وقتی با شعاری برای انتشار کتاب شعرش قرارداد می‌بندند نکاتی را مطرح می‌کنند که عملا به بندهایی که ممکن است شاعر از آن نفعی ببرد نخواهد رسید. به این معنی که مثلا ناشر به شاعر می‌گوید اگر این کتاب ۱۰۰۰ نسخه بفروشد حق التألیف خوبی را به شاعر خواهد داد. اما عملا کتاب بیش از ۲۰۰ نسخه به صورت دیجیتال منتشر نشده است که بخواهد به فروش هزار تایی برسد. از سوی دیگر در دوره‌ای که بنا به آمار چند میلیون نسخه کتاب شعر در بازار موجود است و تعداد کتاب‌های شعر از تعداد خوانندگان بیشتر شده است نمی‌توان انتظار داشت که کتاب شعری به فروشی بیش از صد نسخه دست یابد. البته در این مسأله باید تعدادی از شاعران را استثنا کرد که بنا به دلایلی کاملا غیر اقتصادی و صرفا ادبی آثار پر فروش دارند. در زمینه نشر شعر با تشکیل شورای تخصصی بررسی کتاب‌ها پیش از چاپ می‌توانیم بخش عمده‌ای از این بحران را مهار کنیم.

خبر

آغاز به کار هیات داوران پنجمین جایزه داستان نویسی ارغوان

هیات داوران پنجمین دوره جایزه داستان نویسی «ارغوان» به‌تازگی کار خود را آغاز کرده است. احمد پوری داستان نویس، مترجم و مدرس داستان‌نویسی، امسال نیز همچون دوره‌های گذشته به عنوان یکی از اعضای شورای داور۱، با این جایزه همکاری دارد. پوری با اعلام خبر آغاز داوری این‌دوره از جایزه‌مورد اشاره، اضافه‌شدن بخش برندگان را که ویژه برگزیدگان دوره‌های پیشین این جایزه است، مثبت ارزیابی کرد و به مهر گفت: «اضافه‌شدن بخش برنده برندگان در دوره پنجمین دوره جایزه ارغوان، سبب شده این دوره در قیاس با دوره‌های پیشین، تفاوت مثبتی داشته باشد.» وی افزود: «ارزیابی روند پیشرفت برندگان چهار دوره قبلی جایزه و بررسی رشد کار آنان، نتیجه مثبتی بود که با اضافه‌شدن این بخش مشخص شد. خوشبختانه از نظر من و دیگر همکاران شورای داوری، سطح داستان‌ها در بخش برنده برندگان بسیار بالا رفته است و این پیشرفت به صورت چشمگیری دیده می‌شود که همه داوران از این بابت بسیار خوشحال هستند.» این مترجم در ادامه گفت: «واقعیت این است که آثار رسیده به بخش اصلی جایزه را ضعیف دیدم که این موضوع جای تامل و بررسی دارد، چراکه قیلا دست‌کم از نظر معیارهای شخصی من سطح کیفی داستان‌ها به این شکل نبود اما امسال این تفاوت در ارزیابی شخصی من محسوس بود.» این داستان‌نویس و مترجم درباره تداوم بخش «برنده برندگان» در دوره‌های بعدی این جایزه نیز گفت: «در باره این موضوع شک دارم. بهتر است که این بخش هر چند سال یک‌بار در کنار بخش اصلی بر گزار شود. برگزیدگان جایزه هم، هفته سوم خرداد معرفی می‌شوند.»

یکشنبه

۱۴۰۱ • ۰۳ • ۰۸

۲۷شوال ۱۴۴۳/ ۲۹ تیر ۱۴۰۲

سال پنجم

شماره ۱۲۸۶

armanmeli.ir

حجت ا... عباسی در گفت‌وگو با «آرمان ملی»؛

کوچ گسترده مخاطبان از رسانه‌های سنتی به رسانه‌های نوین

◀ به پایان راه نشریات کاغذی نزدیک می‌شویم



آرمان ملی – هادی حسینی‌نژاد: در سال‌های اخیر، گسترش تکنولوژی و سیستم‌های هوشمند مبتنی بر اینترنت، همه‌چیز را در جوامع مختلف از جمله کشور ما تغییر داده است؛ از فضای کسب‌وکار گرفته تا خدمات و حتی منابع مطالعاتی نظیر کتاب. دسترسی به اینترنت و اپلیکیشن‌های موسوم به شبکه‌های اجتماعی در گوشی‌های همراه، تبلت و سیستم‌های کامپیوتری دیگر، باعث‌شده مخاطبان اولویت‌بر آوردن نیازهای روزمره خود را از فضای فیزیکی به فضای مجازی تغییر دهند. این تحولات در حوزه رسانه نیز باشبید تندتری روبه توسعه است؛ تا جایی که رسانه‌های نوین، فضای کار را برای رسانه‌های سنتی و مطبوعات تنگ کرده‌اند. **حجت‌اله عباسی**، مدرس دانشگاه در حوزه رسانه و صاحب‌تالیفاتی چون «**خبر رادیو**»، «**خبر تلویزیون**» و «**اصول کاربرد ی خبرنگاری**» معتقد است: «**مصرف اطلاعات رسانه‌های کاغذی به‌شدت کاهش یافته**. کاربران رسانه‌های جریان اصلی مانند **رادیو و تلویزیون کاهش یافته و در مقابل به کاربران رسانه‌های اجتماعی و میزان ساعات مصرف استفاده از آن‌ها در حال افزایش است**».

◀ **با توجه به گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، شرایط به کارگیری رسانه‌های نوین در فضای رسانه‌ای ایران را چطور ارزیابی می‌کنید؟**

رسانه‌های اجتماعی، یک سازمان غیررسمی و غیرمتمرکز هستند. با اقتباس از تئوری چرخه حیات سازمان لاری گرینر که شامل ۵ مرحله تولد، رشد، بلوغ، انحطاط و مرگ سازمان است، می‌توان ادعان داشت در کشور ما رسانه‌های اجتماعی در مرحله رشد قرار دارند. به لحاظ فقدان زیرساخت‌ها و ضروریات؛ به‌ویژه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران، یک مرحله از کشورهای توسعه‌یافته عقب هستیم. در کشور ما به سرعت زندگی و کسب و کار در فضای رسانه‌های نوین امتداد یافته است. در حال حاضر حدود ۵۰ میلیون نفر کم و بیش در پیام‌رسان‌های واتساپ و تلگرام و شبکه اجتماعی اینستاگرام فعالند و ۲۰ درصد کاربران از رسانه‌های اجتماعی کسب درآمد می‌کنند. در مرحله رشد سازمان، بحران‌هایی مانند بحران مدیریت، بحران تمرکز و بحران کنترل و سایر بحران‌ها ظهور و بروز

پرواز «سیمرغ» در آسمان نیشابور

مصطفی بیان، داستان نویس، منتقد ادبی و موسس انجمن و جایزه داستان سیمرغ نیشابور است؛ حرکتی که تا کنون شاهد برگزاری پنج دوره از آن بوده‌ایم و توانسته علاقه‌مندان به داستان نویسی را در شهرستان نیشابور گرد هم آورد و مشارکت داستان‌نویسان در خراسان و سیستان و بلوچستان را به‌همراه داشته باشد. به گفته بیان؛ «جایزه داستان سیمرغ» به صورت دوسالانه در دو بخش «ملی» و «منطقه‌ای» (بخش منطقه‌ای ویژه نویسندگان ساکن نیشابور و متولد نیشابور در داخل و خارج از کشور) برگزار می‌شود.

«کتاب ده داستان برای سیمرغ» شامل داستان‌های برگزیده پنجمین جایزه داستان سیمرغ است. ابتدا کمی درباره جایزه داستان سیمرغ و اهداف برگزاری آن توضیح دهید. «جایزه داستان سیمرغ» هم‌زمان با تأسیس انجمن داستان سیمرغ نیشابور از سال ۱۳۹۴ با مجوز رسمی از اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی و دفتر گسترش شعر و ادبیات داستانی بنیاد ایرانیان (خانه کتاب و ادبیات ایران) به شکل مستقل و با حمایت بخش خصوصی و با حضور داوران مطرح کشوری شروع به فعالیت کرد. هدف اصلی از برگزاری این جایزه ادبی، کشف، معرفی و حمایت از آثار داستان نویسان جوان و همچنین ارتقای سطح داستان نویسی شهرستان نیشابور است. سه دوره اول به صورت سالانه در سال‌های ۹۴، ۹۵ و ۹۶ ویژه داستان نویسان شهرستان و متولدین نیشابور در سراسر کشور برگزار شد که داستان‌های منتخب این سه دوره در مجموعه‌ای با عنوان «در خانه ما کسی بانگ را دوست نداشت» توسط نشر داستان در سال ۱۳۹۷ منتشر شد و در سال ۱۳۹۸ به چاپ دوم رسید. چهارمین دوره جایزه داستان سیمرغ در سال ۱۳۹۷ در سطح استان‌های شرق کشور (خراسان‌های شمالی، رضوی، جنوبی و اسنان سیستان و بلوچستان) برگزار شد. داستان‌های منتخب این دوره در مجموعه‌ای با عنوان «فری خورجنی» توسط نشر داستان در سال ۱۳۹۸ روانه بازار کتاب شد.

پنجمین دوره جایزه داستان سیمرغ به صورت دوسالانه و در گستره جهانی صورت گرفت. این دوره را در شرایطی برگزار کردیم که جهان درگیر ویروس کرونا بود. آیین اختتامیه این دوره به شکل مجازی در ۱۹ دی ماه ۱۳۹۹ برگزار شد. داستان‌های منتخب، «پنجمین دوره جایزه داستان سیمرغ» در دو بخش «ملی» و «منطقه‌ای» (ویژه نویسندگان ساکن نیشابور و متولد نیشابور در داخل و خارج از کشور) در مجموعه‌ای با عنوان «ده داستان برای سیمرغ»، اواخر سال گذشته توسط نشر داستان منتشر شد.

◀ **از تفاوت‌ها و ویژگی‌های داستان‌های ارسالی و برگزیده این دوره از جایزه توضیح دهید.**

در بخشی از بیانیه هیات داوران پنجمین دوره جایزه داستان سیمرغ که متن آن در کتاب «ده داستان برای سیمرغ» منتشر شده است؛ آمده: در ابتدا باید به این نکته اشاره

صداسیم‌ها از ۵۷.۵ درصد در اسفند ۹۷ به ۴۲.۰ درصد در شهریور ۱۴۰۰ رسیده است و به موازات آن مر جمعیت خبری رسانه‌های اجتماعی در همین مدت با صعود خیره‌کننده از ۲۶.۱ درصد به ۴۱.۴ درصد رسیده است. این آمارها نشان می‌دهند که روند استفاده از فضای مجازی روبه رشد است. در رابطه با تخصص استفاده از رسانه‌های نوین، یونسکو موضوع سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی را برای کاربران ضروری می‌داند. بر اساس تعریف ایر تون و پوزیتی «سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مصرف، تولید، کشف، ارزیابی و به اشتراک گذاشتن اطلاعات و درک ما را از خود و دیگران در جامعه اطلاعاتی نشان می‌دهد.» از این‌رو تولید، انتشار و بازانتشار، مصرف و جست‌وجو و ارزیابی محتوا به دانش تخصصی حداقلی نیاز دار. بخش اعظم این آموزش در حال حاضر بر دوش جامعه مدنی است و کاربران از یکدیگر می‌آموزند.

◀ **عمده روزنامه‌ها و سایت‌های خبری در شبکه‌های اجتماعی فعال شده‌اند اما مثلا هیچ اقدامی در زمینه روزنامه‌نگاری سایبر، چندر سانه‌ای و... نکرده‌اند. آیا صرف انعکاس مطالب در شبکه‌های اجتماعی، کاری را پیش می‌برد؟**

روزنامه‌ها منابع محدودی دارند از این‌رو در زمینه رقابت خبری نمی‌توانند مزیت ایجاد کرده و مرجعیت پیدا کنند. زیرا سایت‌های رسانه‌های جریان اصلی و شهرند خبرنگاران دست پیش را در لحظه دارند از این‌رو روزنامه‌ها برای کسب مزیت باید به سوی تولید گزارش(تحقیقی) و تحلیل پیش بروند از قضا روزنامه‌هایی که در این‌باره فعالند با اقبال بیشتری مواجه شده‌اند. مشکل دیگر روزنامه‌ها آموزش ضمن خدمت کادرهای خود است که با محدودیت زیادی مواجه‌اند. هر چند در زمینه سایبر روزنالیسم موفقیت‌هایی را کسب کرده‌اند اما ناچیز است. به هر حال راه درازی در پیش دارند.

◀ **به نظر شما یک مدیر رسانه در شرایط کنونی، چطور باید عمل کند؟ مثلا سردبیر یک روزنامه؛ توجه به شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی در کنار صفحات کاغذی را چطور باید برنامه‌ریزی و هدایت کند؟**

مدیریت در رسانه‌های اجتماعی و رسانه‌های جریان اصلی و همچنین در بخش دولتی و غیردولتی متفاوت است. یعنی برنامه‌ریزی، کنترل و نظارت، تصمیم‌گیری، هدایت و رهبری و سازماندهی در این‌ها متفاوت است. به‌طور مثال شیوه سازماندهی رسانه‌های اجتماعی افقی است و ساختار تخت دارند. اما در رسانه‌های جریان اصلی، سبک سازماندهی عمودی است. وقتی عدم اطمینان محیطی به صورت آشفتگی یا تغییر در سیاست‌ها، دگرگونی ذائقه مصرف‌کننده، شدت رقابت و تلاطم بازار در آید، می‌تواند موجودیت و بقای یک روزنامه را با ریسک زیاد مواجه کند. برای پاسخ درخور به تغییر در شرایط محیطی و انطباق با فشارهای آن، تغییر در استراتژی‌های کسب و کار ضروری است به‌ویژه وقتی که محیط با پیچیدگی زیاد و مستمر توأم باشد. به نظر می‌رسد علاوه بر فعالیت عمومی در فضای رسانه‌های نوین، باید استراتژی خاص نیز انتخاب و بر بخش جزئی از بازار تمرکز کنند؛ مانند فعالیت در حوزه دیپلماسی، محیط زیست، امور شهری، دانشگاه، امور بین‌المللی، زنان، و غیره.

◀ **یکی از نگرانی‌های اصلی در فضای مجازی، رشد فیک نیوزهاست. برای رفع این مشکل، چه باید کرد؟ جز مردم، رسانه‌های رسمی هم گاهی در تله اخبار دروغین می‌افتند!** یکی از معیارهای مهم که می‌تواند کاربران را در تشخیص اخبار جعلی از اخبار درست کمک کند، دارا بودن منبع مشخص و معتبر در اخبار است. البته دارا بودن منبع الزاما به معنای اعتبار خبر نیست و چه بسا منبع نیز جعلی باشد. کاربران هنگام مواجهه با خبرهایی که منبع معتبر ندارند، باید با تفکر انتقادی مواجه شوند. زیرا این گونه اخبار نامزد باقوه اخبار جعلی هستند و پس از راست آزمایی می‌توان صحت آنها را اثبات کرد. خبرگزاری‌های بزرگ، تیم‌هایی برای راستی آزمایی خبرها دارند و در مواقع ضروری مبادرت به این کار می‌کنند. در مواقع ضروری جست‌وجو در خبرگزاری‌های معتبر نیز راهگشاست. شرط اساسی زیست در این فضا این است که قدرت تفکر و استدلال را بارور کنیم، بی‌جهت مهر تایید بر اندیشه‌های دیگران نزنیم و یا بی‌جهت به اندیشه‌های دیگران حمله نکنیم.

◀ **در شرایط حاضر، آینده روزنامه‌ها و نشریات کاغذی را در ایران و جهان چطور می‌بینید؟ همچنین آیا شبکه‌های اجتماعی، مسئولیت خبرگزاری‌ها را نیز منحل کرده است؟**

روزنامه و نشریات کاغذی در شرایط متغیر کنونی دو دسته دولتی و غیردولتی هستند. دولتی‌ها استفاده از جیب مردم سرپا نگه داشته می‌شوند هر چند ضرره باشند اما روزنامه‌های و نشریات بخش خصوصی در شرایط تورمی کنونی با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم می‌کنند. آمارهای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نشان می‌دهد تیراژ مطبوعات به‌جز چند روزنامه انگشت‌شمار، به نحو فاحشی کاهش یافته و بین ۳۰۰ تا ۳۰۰۰ نسخه در تغییر است. این نشان می‌دهد به پایان عمر روزنامه‌های کاغذی نزدیک شده‌ایم. البته عمر روزنامه‌های کاغذی در کشورهای توسعه‌یافته نیز به پایان رسیده است. در شرایط کنونی مطبوعات ایران بیشتر با استفاده از اکسپزن پارانه و آگهی سازمان‌ها دولتی، خصولتی و بخش خصوصی به‌صورت نیم‌دند رو با ایستاداند و با توجه به تیراژ بسیار کم، دخل و خرج آن‌ها دشوار شده است. از این‌رو برای انطباق با پیچیدگی‌های محیط متغیر و پویا ضرورت ایجاد ساختارهای تخصصی در زیر مجموعه سردبیری کل و ایجاد شاغلان نوپا و حضور در استارت‌آپ‌ها ضروری است. در حال حاضر تعدادی از خبرگزاری‌ها در اینستاگرام و توئیتر فعال هستند. تعدادی هم در تلگرام فعالیت می‌کنند. تعداد فائورها و ممبرهای آنان چندان رضایت‌بخش نیست. به‌خصوص در شبکه اجتماعی اینستاگرام شاخ‌های اینستاگرامی با اقبال بیشتری مواجه شده‌اند. بسیاری از سلیبرتی‌ها به تنهایی از این خبرگزاری‌ها پیش افتاده و نه تنها اعضای بیشتری جذب کرده‌اند؛ بلکه درآمد‌های سرشار دارند. در تلگرام هم تعدادی از کانال‌های رسانه‌های غیردولتی ممبرهای میلیونی جذب کرده‌اند.



سولماز اسعدی (از سوئد) و «روح دایناسورها» نوشته جواد دهنجولجی (از نیشابور) است.

◀ **از دوره ششم جایزه داستان سیمرغ چه خبر؟** «جایزه داستان سیمرغ» به صورت دوسالانه در دو بخش «ملی» و «منطقه‌ای» (بخش منطقه‌ای ویژه نویسندگان ساکن نیشابور و متولد نیشابور در داخل و خارج از کشور) برگزار می‌شود. از پوستر «ششمین جایزه داستان سیمرغ»، تیر ماه اسمل، همزمان با آغاز هشتمین سال فعالیت «انجمن داستان سیمرغ نیشابور» رونمایی خواهد شد. در این دوره همه فارسی زبانان جهان و یا به بیان دیگر هر کسی که به زبان فارسی داستان می‌نویسد؛ می‌تواند در این جایزه ادبی شرکت کند.

به برگزیده بخش «ملی» علاوه بر تندیس سیمرغ، جایزه نقدی ۱۰ میلیون تومانی و به برگزیده بخش «منطقه‌ای» علاوه بر تندیس سیمرغ، جایزه نقدی ۵ میلیون تومانی اهدا خواهد شد. همچنین داستان‌های برگزیده در یک مجموعه منتشر می‌شود.

◀ **با توجه به اینکه جایزه داستان سیمرغ در نیشابور برگزار می‌شود، از تأثیر آن بر مشارکت داستان‌نویسان و اساتید حوزه ادبیات داستانی در این جایزه بگویید؟** زنده یاد نادر ابراهیمی در کتاب «صوفیانه‌ها و عارفانه‌ها» اشاره نموده عطار، خالق منطق الطیر را یکسره شاعر می‌شناسند و نه داستان سرا؛ در حالی که عطار مانند فردوسی و نظامی، داستان سرا بودند. در گذشته زبان داستان، شعر بوده است. همیشه نیشابور را شهر شاعران می‌دانستند؛ به همین دلیل «انجمن داستان سیمرغ نیشابور» تصمیم دارد نیشابور را با زبان «شعر» و «ادبیات داستانی» به ایران و سراسر جهان معرفی کند. یکی از اهداف جایزه ادبی «داستان سیمرغ» این است که با دعوت از نویسندگان مطرح کشور و جوانان علاقه مند به ادبیات داستان نویسی، باعث ارتقای ادبیات داستان نویسی نیشابور و همچنین منطقه شود.