



شبکه‌های اجتماعی چگونه به ایتم کمک می‌کنند
مصطفی قوالبوقاجار

۱۶



در جست‌وجوی انگیزه‌ای در غرقه‌داران مهدی آزادی

۱۵



نشریات توقیف‌شده هم در نمایشگاه حضور پیدا کنند نسیم سلطان‌بیگی

۱۵



یک- هیچ به نفع نشریات محلی و دانشجویی بهنام صابر نعمتی

۱۴

مطبوعات وشره نمایشگاه

کپشه

سام محمودی سرابی



امید به مثابه رستگاری

نمایشگاه! من و دیگری. و ایزه‌ای که ما را به هم پیوند می‌دهد: روزنامه. رخداد نوشتن (و حضور در برابر چشم دیگری! آنجا که نامش اوراق کاھی روزنامه و نشریه است واژه‌ها به مثابه سوزده اندیشنده و در اینجا که نامش را نمایشگاه مطبوعات گذاشته‌اند نویسنده در حکمی ضدبارتی به مثابه سوزده. چشم در چشم دیگری (مخاطب) ایستادماند و باید پاسخ گفت. پاسخ به چیزی که در ذهن هست و به قلم نمی‌آید یا در ذهن خشک شده و گویی در واژه تجسد نخواهد یافت! پس باید به چه پاسخ گفت؟ پرسش همین جاست! یادم هست که در سکاسی از فیلم رستگاری در شاوشنگ اثر فرانک دارابونت، red خطاب به اندی می‌گوید: «بذار یه چیزی بهت بگم رفیق. امید چیز خطرناکیه. امید میتونه یه ادمو دیوونه کنه» اما اندی پاسخی پراگماتیستی به او می‌دهد و ثابت می‌کند که امید را نمی‌توان در چارچوب تنگ محبوس کرد. این‌روزها امید اجتماعی و نقش انضمامی مطبوعات در مدیدن روح امید به شریان‌های جامعه مساله عمده من و ماست! روزی نیست که خبر از یک سونامی یا زلزله یا سیل و بلایی طبیعی و غیر طبیعی در صدر اخبار قرار نگیرد و گویی نان ما لایه‌لای اجزهای خانهای آوار شده گیر کرده باشد بی‌آنکه کورسوی امیدی بر هستی قحطی‌زده آدمی پرتو افکنده باشد. اما مساله بزرگ‌تر این است امید به چه؟ به حقیقت ساختن؟ حقیقت رهایی؟ حقیقت آبادی؟ با حضور واقعیت‌های نظیر ویرانی و اسارت و جنگ و سیل و زلزله و... امید گویی واقعاً چیز خطرناکی است چراکه رستگاری ویرانگرتر از هر زلزله‌ای است! اگر ساختنی در کار نباشد دیگر چرا امید؟ امید چه کار کردی در مطبوعات می‌تواند داشت؟ کسی در درونم فریاد می‌زند امید رستگاری می‌آفریند! آری ماجرای نوشتن در مطبوعات هم دست‌کم‌ی از آن حکم ندارد؛ حکمی که به راحتی می‌توان آن را به رستگاری پیوند داد.

این نمایشگاه هم گذشت...

نگاه



نمایش غیاب

نمایشگاه مطبوعات امسال شاید بیش از نمایشگاه‌های پیشین رویه سیاسی داشت. هر گوشه سالن مانیپورها و ال‌سی‌دی‌های بزرگ نمای از انتخابات و سخنرانی‌ها را به تصویر می‌کشید، ثابته‌شماری که «محو اسرائیل» را به زودی نوید می‌داد. رنگ و بوی سیاسی نمایشگاه اما فراتر از این بود: غرقه‌هایی طوماری برای محاکمه برخی شخصیت‌های سیاسی منتقد طراحی کرده بودند؛ فراخوانی برای محاکمه، تا حاضران نمایشگاه مطبوعات هم با امضاهایشان سهمی از این محاکمه داشته باشند! نمایشگاه مطبوعات چند سالی است که به نظر می‌رسد از جوهر خود دور شده است چرا که در مواجهه با این نمایشگاه بیش از هر چیز این پرسش به ذهن می‌آید که «توجیه» برپایی چنین نمایشگاهی چیست. آن روزهایی که نمایشگاه مطبوعات به عنوان بخشی از نمایشگاه کتاب و همزمان با آن برگزار می‌شد، مردم برای خریدن کتاب می‌آمدند و با مطبوعات هم بیشتر آشنا می‌شدند. «خریدن کتاب» توجیه منطقی‌ای بود که مردم را روانه نمایشگاه می‌کرد و هزینه کردن و برپایی نمایشگاه نیز توجیه اقتصادی و فرهنگی داشت.

گرچه به زعم برپاکندگان نمایشگاه مطبوعات به طور مستقل، «مطبوعات» هویت مستقلی دارند، که قطعاً دارند اما جدای از تعامل و تاثیر و تاثر این دو رسانه، مطبوعات و کتاب با هم و بر هم، باید نگاهی به مطبوعات، تنوع و تیراژ واقعی و مخاطبانش انداخت و اینکه آیا این اندازه مخاطب و تنوع، برای برپایی مستقل نمایشگاه مطبوعات کافی به نظر می‌رسد؟

دیگر اینکه سال‌ها پیش مردم برای ارتباط نزدیک و پرسش و پاسخ پیرامون مسائل روز و دانستن تحلیل صاحب‌نظران به خصوص اهل سیاست، به نمایشگاه می‌آمدند و گاه حتی تنها برای دیدن آنها. اما در این نمایشگاه ضعف «حضور» بیش از هر چیز به چشم می‌آمد؛ فقدان حضور مردم و شخصیت‌ها.

و این به دلیل برگزاری نامناسب این نمایشگاه نیست. تکرر رسانه‌ها به ویژه با عقاید و رویکردهای متفاوت و حتی متضاد، رسانه‌هایی از گروه‌های مختلف در جامعه که گروه وسیع‌تری از مردم را به نمایشگاه بکشاند، تنها راه تحول و شادابی نمایشگاه مطبوعاتی است که بر آن است بر هویت مستقل‌اش با فشارد، وگرنه تنها توجیه برپایی نمایشگاه مطبوعات نمایش «داشتن مخاطب» است!

پیشگویی

مسعود رفیعی‌طالقانی



نیازها و آرزوها

نمی‌دانم تلاش من به سرانجام نمی‌رسد تا چیزهایی را درک کنم یا سایر هم‌حرفه‌هایم هم همین طور درگیر تلاشی نافرجام‌اند برای درک چیستی و چرایی نمایشگاه مطبوعات!

نمایشگاه معمولاً جایی است که چیزهایی باید در آن عرضه شود و اساساً بر مبنای موضوع عرضه و تقاضاست که نمایشگاه‌ها برگزار می‌شوند. در همه جای دنیا همین طور است. مخاطبان / تقاضاکنندگان باید با آخرین دستاوردها آشنا شوند و روزنامه‌ها / عرضه‌کنندگان باید هر چه دارند ارائه دهند. به‌رغم این، نمایشگاه باید محل مواجهه این دو طیف باشد برای آنکه یکدیگر را نقد کنند. نمایشگاه مطبوعات امسال و البته با اندکی تعمق بیشتر تمام نمایشگاه‌های چند سال گذشته تا حدود بسیاری فاقد جنبه‌هایی بوده‌اند که ذکر شد زیرا در آنها نه خبر از عرضه‌ای بود و نه خبر از تقاضایی و نیز نقدی که جریان داشتن آن سبب ارتقای تفکر است. معادله خیلی ساده است؛ در یک شمای کلی وضعیت مطبوعات آنی نیست که مخاطبان انتظارش را دارند و وضعیت مخاطبان هم نه آنی است که مطبوعاتی‌ها دوست داشته باشند. طرفین عرضه و تقاضا هر دو گرفتار در چالش‌های اساسی‌ای هستند که مبادله میان‌شان را دچار نقصان کرده است. مخاطب مطبوعات از وضعیتی رنج می‌برد که گمان می‌کند پاسخگوی تقاضایش نیست بنابراین یا تقاضای خود را به جانبی دیگر معطوف می‌کند و بازار دیگری را می‌جوید یا به کل از تقاضای خود می‌گذرد. عرضه‌کنندگان / مطبوعاتی‌ها هم از آنجا که نیاز به تقاضاکننده/مخاطب دارند و در حالی که نمی‌توانند نیاز اصلی مخاطب را به‌گونه‌ای مطلوب برآورده کنند ناچار می‌شوند سطح کیفی تولیدشان را پایین بیاورند و در شرایطی نازل به لحاظ فکری دست به تولید مطبوعاتی بزنند. در این میان نقد به مثابه تفکر و ابزار ارتقای فکر بیشتر به توهین و گله‌گذاری بدل می‌شود و کارکرد و حتی هویت اصلی خود را از دست می‌دهد. نمایشگاه مطبوعات امسال تا حدود بسیاری دچار این وضعیت بوده است و دور از کارکرد اصلی‌اش که در ابتدای نوشته گفته آمد برگزار شد. مطبوعات باید کارکرد اصلی و اساسی‌اش را درپایند تا مخاطب نیز تمام تقاضایش را در آن به دست آورد. هر چند مخاطب / مردم نشان داده است که بیشتر به دنبال آرزوهایش است نه نیازهایش. مطبوعات امروز تنها کاری که می‌تواند بکند- آن هم تا حدی و تمام و کمال- برآوردن نیازهای مخاطب است نه آرزوهایشان.

Mass.rafi@gmail.com

