گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۰۸۲۶۵
شنبه ۲۲ دی ۱۴۰۳ ۱۲:۱۵

یادداشتی به قلم پویا محسنی

تاثیرات متقابل توسعه و رسانه&#۴۷; رگی که در حمام فین زده شد، اصلاحاتی که نمرد!

شاید حکایت توسعه و پیشرفت و نقش متقابل مطبوعات در ابتدا و رسانه در حال حاضر به اوایل دوره ناصرالدین شاه قاجار و انتشار روزنامه وقایع اتفاقیه که برای همین منظور توسط امیرکبیر تاسیس شده بود برگردد.

به گزارش گروه فرهنگ، هنر و رسانه پایگاه خبری گفتمان فارس، «پویا محسنی» در یادداشتی به عنوان «تاثیرات متقابل توسعه و رسانه/ رگی که در حمام فین زده شد، اصلاحاتی که نمرد! » به پایگاه خبری گفتمان فارس آورده است؛

شاید حکایت توسعه و پیشرفت و نقش متقابل مطبوعات در ابتدا و رسانه در حال حاضر به اوایل دوره ناصرالدین شاه قاجار و انتشار روزنامه وقایع اتفاقیه که برای همین منظور توسط امیرکبیر تاسیس شده بود برگردد.

هر چند که این دوران به کمتر از سه سال انجامید و در حمام فین رگ آن توسط حاج علی خان حاجب الدوله زده شد ولی در کمتر از بیست سال بعد از آن واقعه، انتشار وقایع اتفاقیه توسط اعتماد السطنه پسر قاتل امیر کبیر و اصلاحات و توسعه بود که نشان می‌داد شاید رگ را بتوان زد ولی نمی توان از گسترش آگاهی جلوگیری کرد و اصلاحات نمی‌میرد.

با گذشت نزدیک ۱۳۵ سال از آن روزها شاید لازم باشد مجددا به راه رفته و نرفته و مسوولیت و نقش متقابل هر دو نگاهی داشته باشیم.

در حال حاضر مطبوعات و رسانه حتی با یک دهه قبل خود هم قابل مقایسه نیست و اثر گذاری آن هم. امکانات جدید که هم فرصت است و هم تهدید رسانه ها و روزنامه ها و مجلات ما را در بر گرفته است، در صورتی که باید از خود پرسید آیا برای این وضعیت خود را آماده کرده ایم یا نه؟ شاید بی‌راه نباشد این جمله که اگر اینترنت و بسترهای نوظهور را از خیلی ها بگیریم دیگر نه فعال رسانه ای می ماند نه فرهنگی و نه حتی سیاسی !

وقتی در اوسط قاجار در زمان امیرکبیر مطبوعات شکل گرفت، دارالفنون راه افتاد و در زمینه های بهداشت و سلامت و در نظام اصلاحاتی انجام شد در ابتدا با مقاومت روبرو شد ولی کم کم جامعه پذیرفت و حتی احساس نیاز کرد.

حکایت مطبوعات در دهه های قبل و رسانه در حال حاضر هم شبیه همان دوران است، با این تفاوت که سرعت تغییرات و گسترش اطلاعات و امکانات از ظرفیت فهم خود ما متولیان هم جلوتر است.

شاید بیست سال قبل در مطبوعات ما توجه به مخاطب بیشتر از الان بوده ولی با همان روش ها و فرمان قرار است مخاطب را جذب کنیم، آیا امکان پذیر است؟

رک و شفاف هر چند تلخ بگوییم که توجه به فرهنگ و رسانه در همه این سالها شعاری بیش نبوده است، اولویت فرهنگ نبوده و نیست.

چند روز قبل در صندوقچه ام کتابی از مجموعه یادداشت های یک سردبیر در نشریه ای را میدیم، چاپ دوم و تیراژ سه هزار نسخه در بهار ۷۹ آیا خود آن یادداشت ها و کتاب اکنون آنقدر مخاطب دارد؟

فضای جدید و تکنولوژی یک فرصت است چرا که اگر همان مطالب درست از بسترهای جدید استفاده کند به تیراژ چند صد برابر خواهد رسید.

رسانه های که با فضای های جدید، با باید ها و نباید های آن خود را وفق داده اند با افزایش مخاطب روبرو شده اند.

اما مشکل کجاست که دیدگاه سنتی هنوز هم حکمران است؟ شاید در کنار سواد و دانش بسترهای جدید و نو، احتیاج به باز تعریف معنای خبرنویس، خبرنگار، روزنامه نگار و منتقد و کارشناس و فعال و مدیر رسانه قابل انکار نیست چرا که رسانه به دلیل جذابیت آن و تکنولوژی های نوظهور تمام قد در این عرصه مورد توجه است ولی سواد استفاده از آن را هنوز نداریم !

بدون شک توسعه و رسانه رابطه مستقیم به همدیگر دارند، ولی رسانه ای که تاثیر گذار نباشد و مخاطب نداشته باشد را می‌توان یک ستون دموکراسی و توسعه دانست یا خیر؟