



صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی هنری وصف صبا
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا شفیعی
دبیر تحریریه: امیر افشار فتوحی

www.rooznamehsaba.com
rooznamehsaba

تهران - خیابان آیت الله مدنی - کوچه خجسته منش - پلاک ۵
تلفن: ۶-۷۷۵۸۲۴۲۲ فکس: ۷۷۵۴۸۲۴۵
چاپ: موسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران
توزیع: نشر گستر امروز



حمیدرضا مدقق در گفت و گو با صبا از راز ماندگاری مطبوعات گفت:

محکوم به شکستن مرزها هستیم

گذاشته، متنی را هم ضمیمه آن می‌نویسد. در واقع کاربران اجتماعی بدون این که خودشان بدانند و آگاه باشند، دارند یک کار رسانه‌ای انجام می‌دهند، چرا که اغلب آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی هم متن مکتوب می‌نویسند، هم کار صوتی و هم کار تصویری انجام می‌دهند. طبعاً ما از اهالی حرفه‌ای رسانه نیز توقع داریم که بتوانند همین کار را به شکل حرفه‌ای انجام دهند.

مدقق با این اعتقاد که گسترده‌ی رسانه‌های دیداری شنیداری موجب کم رنگ شدن رسانه‌های مکتوب می‌شوند؛ مخالف است و برای اثبات صحت مخالفت خود اظهار داشت: تاریخ رسانه‌ها نشان می‌دهد که هیچ رسانه‌ای، رسانه قبل از خودش را از بین نبرده است. در ابتدا رسانه مطبوعات وجود داشت، بعد از آن سینما آمد. با وجود این که سینما تا یک مقطع خیلی طولانی تقریباً نزدیک به سه دهه، کار خبری هم انجام می‌داد، اما مطبوعات از بین نرفت. مدت‌ها بعد رادیو آمد اما با آمدن رادیو، سینما و مطبوعات از بین نرفت. با ورود تلویزیون نیز آن سه رسانه یعنی رادیو، سینما و مطبوعات از بین نرفتند. مانند الان که فضای مجازی، این رسانه‌ها را از بین نبرده است. در واقع رسانه‌ها مکمل همدیگر هستند. در تاریخ علوم ارتباطات و رسانه چنین اتفاقی نیفتاده که رسانه‌ای، رسانه قبل از خود را حذف کند.

او در ادامه به راز ماندگاری مطبوعات اشاره کرد و گفت: اگر رسانه مکتوب می‌خواهد به حیات خودش ادامه دهد، قطعاً باید نوآوری داشته باشد و در حوزه‌های صوت، تصویر و فضای مجازی نیز فعال باشد. باید بتواند از امکانات نوآورانه‌ای که فناوری در اختیارش قرار می‌دهد، به درستی استفاده کند تا بقا پیدا کند. حمیدرضا مدقق در پایان صحبت‌های خود تأکید کرد: اگر رسانه مکتوب بخواهد به این که هم چنان مانند دهه‌های گذشته صرفاً به شکل چاپی منتشر شود یا فشاری کند، طبعاً ظرف مدت کوتاهی شاید کمتر از یک دهه، دیگر نمی‌تواند بقا داشته باشد. اما اگر مانند خیلی از خبرگزاری‌ها و نشریات به ویژه ماهنامه‌های تخصصی‌مان که در عین حالی که نسخه چاپی منتشر می‌کنند از فضای مجازی نیز به خوبی بهره می‌برند، مثلاً ویدئو و پادکست تولید می‌کنند؛ از امکانات فناورانه استفاده کنند، آن‌ها هم می‌توانند به حیات خودشان ادامه دهند.

شکسته شد. مثل خود شما که در مجموعه صبا، هم کار چاپی انجام می‌دهید هم کار تصویری و بعد از چاپ یک مطلب در روزنامه، آن را در فضای مجازی نیز منتشر می‌کنید.

سردبیر فرهنگی هنری و مجری شبکه خبر ادامه داد: نیاز امروز رسانه‌ها این است که در تمام رسانه‌های کشور مانند خیلی از رسانه‌های دیگر دنیا، این مرزها شکسته شود. یعنی تمام رسانه‌ها باید با چگونگی انتشار محتوای صوتی، تصویری و مکتوب البته با اقتضاعات خودشان آشنا باشند. اگر کار تصویری می‌کنند، یک کار حرفه‌ای و پخته در شأن رسانه انجام دهند، کار صوتی و مکتوب نیز به همین ترتیب. این هم‌پوشانی نیاز امروز رسانه‌های ماست.

وی خاطر نشان کرد: خوشبختانه در حال حاضر خیلی از خبرگزاری‌ها و رسانه‌های قدیمی تر ما مثل رسانه‌های مکتوب، با این قضیه آشنا شده و همین‌طور عمل می‌کنند. اما این که آیا همه‌شان در یک سطح هستند و یا سطح خیلی بالایی دارند؟ خیر، برخی رسانه‌ها سطح خیلی بالایی دارند و کارهای حرفه‌ای انجام می‌دهند اما برخی هنوز در گام‌های اول هستند. شاید در این زمینه نیاز به آموزش باشد. مثلاً کسی که کار تصویری انجام می‌دهد باید کاملاً با آداب آن آشنا شود، چه به لحاظ اجرا چه به لحاظ گویندگی و به همین ترتیب کار صوتی. هم چنین کسانی که کارهای صوتی و تصویری انجام می‌دهند باید با اقتضاعات و الزامات کار مکتوب نیز آشنا باشند. مثلاً برخی افراد را می‌بینیم که به لحاظ صوتی یا تصویری کارشان را خیلی خوب انجام می‌دهند اما توانایی نوشتن یا نگارش را ندارند. همچنین افراد زیادی نیز هستند که کار نگارش انجام می‌دهند، قلم خیلی خوبی هم دارند اما زمانی که به اجرا می‌رسند، دچار ضعف می‌شوند. مدقق معتقد است: این هم‌پوشانی در حقیقت نقطه قوت هر رسانه‌ای است. اصلاً دنیای رسانه دارد به این سمت حرکت می‌کند و غیر از این هم نمی‌شود کاری کرد. در واقع ما محکوم به شکستن این مرزها هستیم و کسانی که کار رسانه انجام می‌دهند، باید به همه این موارد آشنا باشند.

او در ادامه درباره فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی اذعان داشت: فارق از رسانه، شما حتی در شبکه‌های اجتماعی هم می‌بینید که یک کاربر معمولی ویدئو یا عکسی از خود را در یک شبکه اجتماعی

نذارو ز به - رقابت بین رسانه‌ها، یکی از مورد بحث ترین موضوعات اخیر دنیاست. در حقیقت مدت هاست که میزان پیشرفت و توسعه «رسانه» تقریباً هم سطح میزان تاثیر گذاری آن بر زندگی بشر شده است. این پیشرفت روز به روز که طبیعتاً موجب خرسندی عموم مردم می‌باشد، از یک جایی به بعد سبب نگرانی افراد خود رسانه‌ها شده است. سرعت در شکل دادن انواع رسانه‌ها برایشان تبدیل به رقابتی نگران کننده و ذهنیت از بین رفتن رسانه‌های قدیمی و جایگزینی رسانه‌های جدیدتر را به وجود آورده است. این ذهنیت رفته رفته همه گیر و نظرات مختلفی در رد و تاییدش مطرح شده است. برخی اعتبار و اصالت رسانه‌های قدیمی را مانع حذف آن‌ها و برخی دیگر این نکته را تفکری کهنه و پوسیده می‌دانند. برخی تفاوت در نوع و قابلیت‌های انواع رسانه‌ها را مانع جایگزینی آن‌ها می‌دانند و برخی دیگر این نکات را عامل جایگزین شدنشان و هم چنان این نگرانی در میان افراد این حوزه پابرجاست و در پی آن سوالاتی از این دست که آیا مردم کدام رسانه را انتخاب و دنبال خواهند کرد؟ آیا رسانه تصویری برنده و رسانه مکتوب بازنده خواهد بود؟ و ...

اما آیا واقعاً به راحتی می‌توان هر رسانه‌ای را با رسانه دیگر جایگزین کرد؟ خبرنگار صبا درباره دغدغه‌های حوزه رسانه و ارتباطات با دکتر حمیدرضا مدقق روزنامه نگار، مجری، منتقد سینما و مدرس علوم ارتباطات گفت و گویی انجام داده است که در ادامه می‌خوانید.

دکتر حمیدرضا مدقق در ابتدای صحبت‌های خود از «نیاز اکنون رسانه» گفت: ما در حوزه ارتباطات و رسانه، یک مفهومی داریم به نام «هم‌پوشانی». همان‌طور که مستحضر هستید مدت هاست که رسانه‌ها از حالت یک بعدی خارج شده‌اند در حالی که پیش از این، رسانه‌های ما فقط تصویری، صوتی و یا مکتوب بودند و در واقع هیچ کدام به لحاظ ساختاری به حیطه هم ورود نمی‌کردند. مثلاً رسانه‌های تصویری فقط کار تصویری انجام می‌دادند، انتظاری هم از رسانه صوتی یا چاپی نبود که کار تصویری را انجام دهد. «هم‌پوشانی» یعنی این مرزها در هم

