

پایان رقابت در تولید محتوا

در حالی که در پله‌های اول خلاقیت‌های فرهنگی و رسانه‌ای نیز قرار ندارند. حضور در قدرت آنان را دچار توهم دانایی کرده است، البته اگر صادقانه چنین توهمی را ابراز کنند. پیشنهاد عملی بنده این است که یک گروه موجه و معتبر را انتخاب کنید تا تصویری از مجموعه‌های موجود در ایران و ایرانیان خارج از کشور که مشغول تولید محتوا هستند، ارایه کنند هم به لحاظ کمی و هم از منظر کیفی و اثرگذاری تا روشن شود که بازی و رقابت حکومت، حداقل در این عرصه به پایان رسیده است.

به گزارش سایت خبری پرسون، عباس عبدی در یادداشتی نوشت: برخلاف برخی افراد که گمان می‌کنند مسوولان کشور از واقعیات کشور اطلاع کافی ندارند، بنده معتقدم که چنین نیست. اغلب واقعیات مرتبط با زندگی متعارف مردم چیزی نیست که به گوش کسی نرسد. ولی برخی مسائل است که نه تنها مقامات بالای سیاسی از آن اطلاع ندارند چه بسا سازمان‌های مسوولی که باید گزارش این وضع را منعکس کنند نیز به این موارد بی‌توجه هستند. در واقع منظورم موضوعاتی ریشه‌ای است که کمتر مورد بحث قرار می‌گیرد. در این یادداشت می‌کوشم که تصویر بخشی از این واقعیت را ارایه کنم، بلکه آقایان روسای محترم قوا و دیگر مقامات عالی در هر سطحی که هستند به آن توجه کنند، شاید در سیاستگذاری‌های جاری تجدیدنظر شود.

مساله این است که ساختار سیاسی ایران متمرکز شده بر چند پلتفرم یا سکوی مجازی و خود را در مقابله با برخی مطالب سیاسی و مبارزه‌جویانه آن سرگرم کرده است. مهم‌تر از همه توئیتر و اینستاگرام و تلگرام و سایت‌های سیاسی و خبررسانی. البته و در صورتی که حکومت توان لازم را داشته باشد مقابله‌ای هم با شبکه‌های ماهواره‌ای می‌کند. در زمینه جلوگیری و سانسور انتشار کتاب و روزنامه و تئاتر و فیلم و موسیقی و انحصاری کردن آن نیز کوتاهی نمی‌کند. این مقابله‌ها بی‌ثمر و حتی انحرافی است.

به دو دلیل مشخص؛ اول و مهم‌تر اینکه اقدامات مزبور مقابله با بخش آشکار و ملموس این تولیدات فکری و فرهنگی است. مثل کوه یخ که ۹۰ درصدش زیر آب است و دیده نمی‌شود. این تولیدات فقط آن بخشی است که مسوولان کشور می‌بینند و برای‌شان مهم است. در حالی که آن ۹۰ درصدی که زیر آب است حتی از چشم کارشناسان نهادهای دولتی نیز کمابیش دور است.

دوم؛ علت ندیدن چیست؟ فقدان بصیرت؛ زیرا دیدن آنها چشم بصیرت می‌خواهد که کارشناسان این ساختار کمتر واجد آن هستند. آنهایی هم که می‌بینند کار موثری نمی‌توانند انجام دهند. ضمن اینکه بازتاب دادن آنها و آثاری که دارد، موجب مسوولیتی برای آنان می‌شود که قادر به تحمل آن نیستند. آنها چیست که نمی‌بینند؟ صدها و هزاران تولیدکننده فکر، ارزش، ایده، در همه حوزه‌های سیاسی، دینی، تاریخی، علمی، هنری، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و حتی جزییاتی از سبک زندگی. این تولیدات با ادبیات غنی و متین و پخته در قالب‌های تاثیرگذار از طریق پادکست، متن، تصویر، کلاس‌های حضوری و مجازی فراوان در حال عرضه است و استقبال از آنها بسیار بیشتر از توئیتر و متلک انداختن‌های مجازی است. طرفداران وضع موجود در این عرصه دست‌شان به کلی خالی و در حد صفر است. چند نفر در توئیتر دارند که با متلک و فحش دادن و انتشار دروغ دل خود و دوستان‌شان را خنک می‌کنند ولی در حوزه‌های پیش‌گفته در بالا به کلی پیاده هستند. در حقیقت همان‌طور که کسب و کار دیجیتال در خط مقدم تولید قرار گرفته، عرصه تولیدات فکری و فرهنگی به مراتب بیشتر از آنها پیشگام است. آخرین نمونه جالب این خالی بودن انبان، روزنامه رسمی دولت است که عجیب‌ترین گزاره منطقی را منتشر کرده که اکثریت مردم با [lm&Hجواب](#) موافقت، اما اگر درباره آن [lm&Hهمه‌پرسی](#) برگزار شود به آن رای نمی‌دهند!

این یک طرف ماجراست. در سوی دیگر ابزارهای عادی و سنتی مثل مطبوعات، رادیو و تلویزیون و کتاب و منابر و مناسک آنان را هم که نگاه می‌کنیم، تولیداتی که بازتاب جدی پیدا و کمکی به طرفداران وضع موجود کند، مشاهده نمی‌شود. خیلی صریح باید گفت به ندرت می‌توان چند گزاره مفید و حتی بدون تناقض از گفتارهای رسمی پیدا کرد که کسی را نسبت به موضوعی قانع کند. هر سخنی که می‌گویند، فوری نقد و رد و حتی مسخره می‌شود و کسی هم از خودشان نمی‌تواند از آنان دفاع کند.

حداکثر چیزی که دل‌شان را به آن خنک کرده‌اند، استناد به آمار و ارقام برخی مناسک است به همین علت هر چه توان مالی و تبلیغی و اعتباری دارند را خرج این‌گونه مناسک می‌کنند، غافل از اینکه مناسک بر فرض هم که نمادی از دینداری باشد، شکل و صورت است و باید در خدمت یک محتوا قرار گیرد. محتوایی که امروز وجود ندارد، لذا مناسک تبدیل به ظرف‌های بدون مظهر شده‌اند. ظرف‌های خالی نشانه چیست؟ این خالی بودن چنده موجب شده که دوباره به روزشمار ظهور متوسل شوند که نه با اعتقادات شیعی مطابق است و نه ربطی به وظایف حکومت دارد. در این میان بدترین عملکرد نیز متعلق به صدا و سیماست. اخیراً فیلم کوتاهی از مصاحبه یک مجری با یک مقام سابق وزارت ارشاد دیدم که مهمان برنامه در مقام نقد جدی و صریح سیاست‌های رسمی و رسانه‌ای صدا و سیما بود ولی نکته جالب رفتار و گفتار مجری بود که نه می‌توانست نظرات او را تایید کند و نه قادر بود رد کند و با شیوه‌های عجیب سعی در دور زدن موضوع داشت، این برنامه‌ها نشانه‌ای آشکار از خوردن کفگیر به ته دیگ است.

خلاصه مطلب این است که ساختار سیاسی اصلاً دل خود را به مواجهه ضعیف کنونی با تولیدات مشهود در توئیتر و برخی پست‌های اینستاگرامی و تلگرامی خوش نکند، زیرا آنها آثار جانبی تحولات عمیق فکری و فرهنگی و ارزشی است. واقعیت این است که نه از نظر مقابله امنیتی و احیاناً قضایی موفق خواهند شد و نه از نظر مقابله فکری.

از سوی دیگر مواجهه با ابزارهایی چون سانسور یا اخراج از محیط کار و قطع حقوق و برخی محرومیت‌ها از حقوق عادی نیز عوارض خاص خود را دارد.

در حقیقت اینها هیچ کدام مساله را حل نمی‌کنند، بلکه موقتا پنهان می‌کنند. هیچ راهی برای بازگرداندن مسیر طی شده وجود ندارد، چه با این مسیر موافق باشیم و چه مخالف باشیم. مقابله با این مسیر و نتایج آن جز آنکه تن‌ها را فرسوده می‌کند و مقابله‌کنندگان را به گناه وامی‌دارد نتیجه دیگری ندارد.

ممکن نیست که نیروهای طرفدار وضع موجود به لحاظ نرم‌افزاری قادر به رقابت با این جریان باشند. نمونه آن وزارت ارشاد و صدا و سیماست که به شکل عجیبی ادعاهای گنده می‌کنند. در حالی که در پله‌های اول خلاقیت‌های فرهنگی و رسانه‌ای نیز قرار ندارند. حضور در قدرت آنان را دچار توهم دانایی کرده است، البته اگر صادقانه چنین توهمی را ابراز کنند. پیشنهاد عملی بنده این است که یک گروه موجه و معتبر را انتخاب کنید تا تصویری از مجموعه‌های موجود در ایران و ایرانیان خارج از کشور که مشغول تولید محتوا هستند، ارایه کنند هم به لحاظ کمی و هم از منظر کیفی و اثرگذاری تا روشن شود که بازی و رقابت حکومت، حداقل در این عرصه به پایان رسیده است.

منبع: اعتماد