

ارشاد دیجیتال جای ارشاد کاغذی؟

روایت «فرهیختگان» از ۲۹ راهکار نه‌چندان واقعی وزارت فرهنگ برای فاصله گرفتن از مدیریت کلاسیک



عاطفه جعفری
روزنامه‌نگار

شاید بین اطرافیان تان کسانی را دیده باشید که سمت شبکه‌های اجتماعی نمی‌روند یا به شدت احتیاط می‌کنند گرفتار دنیای مجازی نشوند. ولی واقعیت این است که هرچه جلوتر می‌رویم، این تلاش سخت‌تر می‌شود و تصور دنیایی بدون فضای مجازی امکان‌پذیر نیست. توسعه همه‌جانبه ابزارهایی که دستیابی به فضای مجازی را تسهیل کرده، باعث ظهور و بروز چهره‌هایی شده است که در این دنیا، متولد شده و رشد کرده‌اند. آدم‌های فضای مجازی، موازی با دنیای واقعی، آنچنان قدرتمند شده‌اند که دامنه حضورشان به دنیای واقعی هم بسط یافته است. در سال‌های اخیر شاهد این بودیم که دنیای مجازی، بده بستان‌هایی هم با فعالان عرصه فرهنگ و هنر داشته است. اما با این وجود همچنان خلأ راهبردی در دستگاه‌های فرهنگی به جهت هدایت و البته حضور فعالانه اهالی فرهنگ در دنیای مجازی دیده می‌شود. موضوعی که سیدعباس صالحی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی هفته گذشته به آن اشاره کرد و گفت: «با توجه به تغییرات در

شرایط حکمرانی در فضای مجازی ما آنچنان که باید در حوزه فضای مجازی و فضای دیوان سالاری فرهنگی متناسب با تغییرات حرکت نکرده و همچنان در فضای کلاسیک سابق طی مسیر می‌کنیم. امروز در همه وزارتخانه‌ها به‌ویژه وزارت ارشاد نیازمند وزارتخانه ۲ در فضای مجازی هستیم تا همگام با تغییرات جدید تناسب با حکمرانی پیدا کنیم.» صالحی در بخش دیگری از صحبت‌هایش در جلسه با شورای عالی فضای مجازی همچنین گفت: «تلاش می‌کنیم به سمت افقی برویم که با فاصله از فضای کلاسیک به ارتقای فضای مجازی در حوزه‌های فرهنگی دست یابیم. ۲۹ اقدام در نظر گرفته شده با اولویت از ۷۰ برنامه در ارتقای فضای مجازی برای سال ۹۸ در نظر داریم. در این زمینه با همراهی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال پنج کارگروه تعریف شده که هر کدام دارای پیشنهادهایی در راستای تشکیل یک مرکز پیش‌ساز در این حوزه به جای مرکزی موازی خواهد بود.» فضای مجازی از جمله مسائلی که همواره مدیران دستگاه‌های فرهنگی به اهمیت حضور در آن اشاره کردند و البته که حضور هوشمندانه و فعالانه اهالی فرهنگ می‌تواند، فرصت‌ها را به نفع هنر فراهم سازد. با توجه به ضرورت نگاه جدی و فرهنگی به فضای مجازی، در ذیل مصادیقی را بررسی کردیم که در یکی، دو سال اخیر، محفل رسانه‌ها شده بود.

ماجرای فیدویو فیلمو و طاقچه

در این باکس، می‌خواهیم بگوییم هستند کسانی که از بستر فضای مجازی استفاده صحیح می‌کنند تا کارشان را ارائه دهند و اتفاقاً توانسته‌اند خوب هم فعالیت کنند، موقعی که برنامه‌هایی برای کتابخوانی آمد شاید هیچ کس فکرش را نمی‌کرد روزی این برنامه‌ها آنقدر پرمخاطب باشند و به منبع تبدیل شوند؛ برنامه‌هایی مثل طاقچه و فیدویو در این مدتی که فعالیت داشته‌اند، توانسته‌اند کارهای خوبی انجام دهند و از آن طرف فیلمو هم سعی کرده تا به‌روز باشد، حتی پایه‌ای مخاطب بیاید و فیلم‌ها و سریال‌های روز جهان را برای مخاطبانش بازگذاری کند. در باب طاقچه و این نرم‌افزارهای خوب و کاربردی، این را هم نباید فراموش کنیم که با نظارت دقیق می‌شود جلوی سوءاستفاده‌ها را گرفت.

شعرفروشی و فروش داستان ورمان

سال گذشته گزارشی را منتشر کردیم، با این محتوا که صفحه‌ای در فضای مجازی وجود دارد که با گرفتن نام فردی که دوستش دارید، برای تان شعر می‌گوید و پولش را پرداخت می‌کنید، حالا اینکه پولش چه مقدار باشد، بستگی به شعر شما دارد و اینکه چه نوع شعری می‌خواهید. اما خب نتیجه کار، چیز درستی از کار در نمی‌آید و می‌ماندیم در یک شعر بی‌سروته که فقط دو اسم در آن مشخص بود. این میان کار دیگری هم انجام می‌شود؛ حتماً تبلیغاتی دیده‌اید که نوشته شده، ما داستان می‌نویسیم تا شما نویسنده شوید، یا داستان از ما نویسنده شدن از شما، وقتی اینها را پیگیری می‌کنیم، می‌رسیم به کسانی که یک داستان را از جای دیگر برداشته‌اند و با قیمت زیاد می‌فروشند و به قول معروف یک مدل کاسی فرهنگی در فضای مجازی راه انداخته‌اند. البته مدل دیگری هم داریم که جدیداً یعنی حدود یک سالی است که راه افتاده و درحال تکثیر است. حتماً واژه اینفلوئنسرهای گوش تان خورده، کسانی که در فضای مجازی با همان اینستاگرام، طرفداران زیادی دارند و صفحه‌شان با توجه به مطالبی که می‌گذارند، مخاطب زیادی دارد. این افراد سلبریتی، خواننده و یا بازیگر هم نیستند، اما با توجه به سبک زندگی‌ای که دارند و مطالبی که می‌گذارند، مخاطبانی را هم در صفحات اینستاگرام جذب کرده‌اند. حالا عده‌ای هستند که اسم‌شان را باید بگذاریم ناشرینما که به دنبال این افراد می‌روند و پیشنهاد می‌دهند که بیا یک کتاب تان را منتشر کنیم و بعد با چاپ همان مطالب صفحه‌شان، مخاطبان‌شان را به صف جشن امضا و رونمایی می‌کشاند و کلی پول به جیب می‌زنند.

خواننده‌های اینستاگرامی

شاید اگر به دهه ۷۰ برگردیم، بتوانیم اسم چند خواننده را بیاوریم که برای خودشان برویایی داشتند و همه آنها را می‌شناختند و صدای‌شان خوب بود و ترانه‌برایشان مهم بود. اگر می‌خواستند، آهنگی را بخوانند، سعی‌شان بر ترانه درست بود و شعر برایشان اهمیت داشت، حالا که چندین سال از آن روزها گذشته و ما با فضایی روبه‌رو هستیم که همه خواننده هستند و زیرزمینی و روزمینی ندارند، همه می‌خوانند و نکته اینجاست که همه چیز می‌خوانند و برایشان فرقی ندارد شعر برای چه کسی است و فقط مهم این است که آن فضای مجازی که برایشان اولویت است و کسانی که درگیرشان شده‌اند، لایک‌شان کنند. حالا این را داشته باشید تا برسیم به تهیه‌کنندگان موسیقی که این روزها از همین فضای برای کاسبی درست کرده‌اند، نمونه‌های زیادی هم داریم مانند همه رند، هابی که از این فضای بیرون آمدند و ابتدا مجوز نداشتند و بعد که استقبال مردمی از کارهای‌شان زیاد شد، به‌سراغ مجوز رفتند و بعد هم تهیه‌کننده‌ای را پیدا و کنسرت برگزار کردند که اگر شروع کار تا همین برگزاری کنسرت‌شان را نگاه کنیم، شاید به یک سال فعالیت هم نرسد که همه اینها جای تامل دارد. مطمئناً برنامه‌ریزی برای قانونمند کردن این موضوع، می‌تواند به کسانی که سال‌هاست در این عرصه فعالیت می‌کنند، کمک شود و بتوانیم سازوکار درستی برایش تعیین کنیم.

نروم ایجاد یک پویش فرهنگی

همین چند وقت پیش بود که یک توتیت از مهناز افشار، باعث اتفاقات زیادی شد و جنجال‌های فراوانی پدید آورد و کار به کشته شدن یک نفر هم کشیده شد. خیلی‌ها گفتند باید فضای مجازی را فیلتر کرد و نباید استفاده کنیم و این شکل اتفاق‌ها فقط و فقط با فیلتر کردن فضای مجازی از بین می‌رود و بعضی‌ها هم بودند که نگاه‌شان جور دیگری بود و غیر از فیلتر کردن می‌گفتند باید سلبریتی‌ها را مدیریت کرد هر چیزی که می‌خوانند، ننویسند و در هر حوزه‌ای نظر ندهند، این جریان مطمئناً نظرشان قابل قبول‌تر بود. اینکه با این توجه بگوییم فضای مجازی است و من هر چه بخواهم، می‌توانم بگویم، چون آزادی دارم! درست نیست. البته داشتن آزادی و حریم شخصی درست است اما زمانی است شخصی در صفحه‌اش به تعداد انگشتان دست بازدیدکننده دارد و گفتن او از هر چیزی شاید خیلی تأثیرگذار نباشد (که البته این مساله هم نمی‌تواند صددرصد این اجازه را به شخص بدهد که هر چیزی بگوید). حضور یک هنرمند در فضای مجازی که بخش مهمی از شهرت و طرفدارانش از دنیای واقعی و فضای هنر گرفته شده است، قطعاً باید قاعده‌مند باشد. واضح است اگر هنرمندی بخواهد برای هر چیزی نظر بدهد و در حوزه‌ای که تخصصی ندارد هم نظر بدهد، اوضاع را پیچیده می‌کند؛ حتی این احتمال را بدهد که یک نفر ممکن است این نظر غیرتخصصی را قبول کند و واکنش نشان دهد، کافی است؛ برای اینکه نباید در مورد هر چیزی نظر بدهد. حالا از یک طرف دیگر ماجرا را نگاه کنیم، زلزله کرمانشاه و اتفاق‌هایی که بعد از آن افتاد کاملاً نشان می‌دهد نباید هر کاری با عنوان اینکه سلبریتی هستیم، انجام دهیم و از طرف دیگر مردم هم با تبلیغاتی که انجام می‌شود به سمت این افراد گرایش پیدا می‌کنند، در همین ماجرای زلزله همه شماره حساب گذاشتند، از بازیگر و خواننده تا فلان شخصیت سیاسی، اما در نهایت کار به جایی رسید که مشخص نشد این پول‌ها به کجا رفته و چه کسی از آن استفاده کرده است، آن همه پول جمع شد و آخرش هم به دست مردم نرسید. همه اینها نشان می‌دهد در مساله سلبریتی‌ها و اظهار نظرهای‌شان به پویشی احتیاج داریم که یا مردم را آگاه کند یا اینکه همه کارها زیر نظر این پویش انجام شود. اینکه سازوکار این پویش چطور باشد باید در این باره فکر کرد، اما مطمئناً می‌شود چنین کاری انجام داد بدون اینکه نظر غیرتخصصی‌ای که فلان بازیگر یا فلان خواننده می‌دهد، باعث جنجال یا اتفاق بد شود.

برنامه‌های روی کاغذ

برای اینکه بدانیم در وزارت ارشاد و معاونت فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال چه کارگروه‌های شکل گرفته است و آن ۲۹ اقدامی که وزیر ارشاد گفته‌اند در این پنج کارگروه توسط این معاونت، چگونه اجرایی می‌شوند را پیگیری کردیم و به‌سراغ این معاونت رفتیم و بعد از پیگیری‌های فراوان به این نتیجه رسیدیم که آنها از حرفی که وزیر زده است کاملاً بی‌خبرند. بالاخره برنامه‌ای را برای مان ارسال کردند، برنامه‌ای که نشان‌دهنده فعالیت این معاونت در سال ۹۸ است و با مطالبی که وزیر ارشاد گفته، کمی تفاوت دارد. پنج کارگروه در این معاونت در سال ۹۸ تعریف شده است: ۱- کارگروه متناسب‌سازی تشکیلات و نظام مدیریت وزارتخانه با تحولات فضای مجازی ۲- کارگروه توسعه سامانه‌های فرهنگی ۳- کارگروه ارتقای محتوایی فرهنگ و هنر در فضای مجازی ۴- کارگروه کسب و کارهای فرهنگی در فضای مجازی ۵- کارگروه اطلاع‌رسانی و تبلیغات در فضای مجازی

بعد از معرفی پنج کارگروه، اولویت‌بندی اقدامات این کارگروه‌ها آمده است که در توضیح این اولویت‌بندی آمده است: «از جمله اصول قابل توجه در اجرای یک برنامه، رعایت ملاحظات و محدودیت‌ها هم از زمان، هزینه و نیروی انسانی است. از سوی دیگر الزام است تمرکز توان نیروی انسانی و بودجه بر اقدامات اولویت‌دار قرار گیرد. بر این اساس، ۲۶ اقدام مشخص شده در این گزارش، به عنوان اقدامات اولویت‌دار از میان بیش از ۷۰ اقدام برنامه تحول به‌منظور آغاز عملیات در سال ۱۳۹۸ انتخاب شده است.» کارگروه



و نشر محصولات فرهنگی ایران اسلامی در ایران فرامرزی که این هم مسئولیت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی است، حمایت از طراحی و ترویج بسته‌های آموزشی اعتلای زندگی خانوادگی یا استفاده از فضای مجازی، ساماندهی و حمایت از موسسات و شرکت‌های ارائه خدمات و محتوای مناسب برای خانواده و توسعه همکاری با سازمان‌ها و موسسات بین‌المللی، شناسایی مستمر پدیده‌ها و جریان‌های فرهنگی فضای مجازی منجر به آسیب‌های اجتماعی و طراحی اقدام فرهنگی مناسب. «بخش آخری که در مورد اقدامات این کارگروه لحاظ شده است به مساله رصد آسیب‌های فضای مجازی باز می‌گردد. از بین همه این مأموریت‌هایی که در این کارگروه تعریف شده است، شاید تنها مورد آخر است که می‌تواند به شناخت ظرفیت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی کمک کند و گزینه در بقیه موارد، بارها شاهد بودیم روی کاغذ مسئولیتی به سازمانی داده می‌شود و در نهایت هیچ اتفاقی نمی‌افتد! شاید بتوان گفت تنها برنامه‌ای که در این کارگروه‌ها مهم است همان کارگروه ارتقای محتوایی فرهنگ و هنر در فضای مجازی است. اما با توجه به برنامه‌هایی که برای آن در نظر گرفته شده، می‌توان گفت وزارت ارشاد نه تنها برنامه‌ای ندارد، بلکه فضای مجازی را اصلاً جدی نگرفته است؛ باز هم می‌رسیم به حرف‌های سیدعباس صالحی، وزیر ارشاد که گفته بود ما می‌خواهیم ساختمان شماره ۲ وزارتخانه را در فضای مجازی داشته باشیم، اما با این برنامه‌ها نه تنها نمی‌شود یک ساختمان برپا کرد، بلکه پی‌آن هم ریخته نمی‌شود.

اول: همه چیز به خود وزارتخانه برمی‌گردد و برنامه‌هایی برای ارتقای کارهای‌شان در فضای مجازی تدوین شده است. در مورد کارگروه اول شاید فقط یک موضوع حائز اهمیت باشد و آن هم تخصیص اعتبارات ویژه به فعالیت‌های فضای مجازی در وزارتخانه به گونه‌ای است که برای فعالیت‌های سنتی و مجازی اعتبار یکسانی تخصیص داده شود. به عبارتی وقتی رویداد فرهنگی مثل نمایشگاه کتاب برگزار می‌شود، اعتبارات بخش رسانه‌های دیجیتال کمتر از بخش‌های سنتی نمایشگاه کتاب نباشد. اما کارگروه بعدی که در این برنامه مهم تلقی می‌شود، کارگروه ارتقای محتوایی فرهنگ و هنر در فضای مجازی است. اما اقداماتی که در این کارگروه به آن توجه شده شامل این موارد است: «طراحی و برگزاری دوره‌های آموزشی عمومی و تخصصی با عنوان حکمرانی فرهنگ در فضای مجازی، تشکیل، تقویت و حمایت از انجمن‌ها و تشکلات تولیدکنندگان محتوا و خدمات در فضای مجازی در موضوعات مختلف، حمایت از ایجاد و تقویت شبکه‌های ارتباطی موضوع محور متناسب با نیازهای جامعه و نظام با استفاده از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، ایجاد و حمایت از پویش‌های فرهنگی متناسب با نیازهای جامعه و نظام معاونت‌های تخصصی در حوزه مأموریتی، راه‌اندازی جشنواره بین‌المللی محصولات فرهنگی رسانه‌های دیجیتال در سطح دنیای اسلام که این مساله حوزه عملیاتی‌اش به سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی برمی‌گردد، شناسایی، ایجاد، توسعه پنج موسسه و شرکت همکار برای ترویج