

## ما کجاییم و کجا می‌رویم؟!

مهرداد فرید

مقدمه

هفته‌نامه‌های «سروش»، «سینما» و «سینماویدیو». فرض ما این بود که نویسندگان موجود در این نشریات، بهترین کارشناسان برای داوری درباره این مجلات هستند. زیرا آنها در خلال فعالیت در این نشریات با قوت‌ها و ضعف‌های موجود بیش از سایرین آشنایی دارند.

در این تحقیق که ۵۰ تن از این کارشناسان حضور داشتند، خواسته شد تا درباره دوازده خصوصیت دوقطبی زیر به قضاوت بنشینند:

- ۱- خبری یا غیر خبری بودن
- ۲- پر محتوا یا بی محتوا بودن
- ۳- متنوع یا یک نواخت بودن
- ۴- صادق یا کاذب بودن
- ۵- گران یا ارزان بودن
- ۶- ارزشمند یا مبتذل بودن
- ۷- سرگرم کننده یا غیر سرگرم کننده بودن
- ۸- جذاب یا غیر جذاب بودن
- ۹- آموزنده یا غیر آموزنده بودن
- ۱۰- منظم یا آشفته بودن
- ۱۱- آزاد یا کنترل شده بودن
- ۱۲- بی طرف یا جانبدارانه بودن

کارشناسان شرکت کننده در این تحقیق به مجلات مزبور در زمینه هریک از این ویژگی‌های دوقطبی امتیازاتی بین ۱ تا ۹ دادند که با کمک نرم افزار SPSS و بهره گیری از آزمون تحلیل یک سویه واریانس و ضریب همبستگی پیرسون پردازش لازم در خصوص این امتیازات به عمل آمد. آنچه خواهید خواند خلاصه‌ای از نتایج به دست آمده در این پژوهش، درباره فصلنامه «نقد سینما» است.

### خبری و غیر خبری بودن

ارائه خبر به مخاطب یکی از اصلی‌ترین وظایف مطبوعات به شمار می‌رود. این مطبوعات هستند که در زمینه ارضاء نیازهای خبری مخاطبان در میان سایر رسانه‌های جمعی پیشتاز بوده‌اند. امروزه هرچند رادیو، تلویزیون و اخیراً شاهراه‌های کامپیوتری بین‌المللی برای مطبوعات، رقبای سرسختی به شمار می‌روند اما با این وصف هنوز یکی از کارکردهای اصلی مطبوعات خبررسانی

فصل بهار، فصل حیات دوباره طبیعت است. فصل رویش مجدد سبزه‌ها. آغازی دوباره. آدمی نیز مانند طبیعت، نیاز دارد هرازچندگاهی دوباره آغاز کند و در آغاز مجددش به گذشته بیندیشد و آن را چراغ راه آینده کند. ما- یعنی کسانی که در قالب نقد سینما جمع هستند- نیز نمی‌توانیم از این قاعده استثنا باشیم. برای آغاز دوباره چه بهانه‌ای بهتر از بهار!

با تغییراتی که از شماره پیش در هیأت تحریریه «نقد سینما» رخ داد، لازم بود یک بار دیگر جایگاه فعلی و اهداف بلندمدت چنین فصلنامه‌ای تعریف شود تا متناسب با آن و انرژی تازه‌ای که به کالبد آن دمیده شده، نشریه به راه خود ادامه دهد. چنین تعریفی باید شفاف و باثبات باشد تا بتواند به عنوان یک مرانامه، سرلوحه فعالیت هر هیأت تحریریه‌ای باشد که در قالب «نقد سینما» قرار می‌گیرد. با چنین منظوری به بازشناسی جایگاه فعلی «نقد سینما» و جایگاهی که برای آینده آن متصوریم پرداخته‌ایم. این پرداخت در دو بخش ارائه می‌شود: ۱- جایی که اینک در آنیم. ۲- جایی که باید در آن باشیم.

### جایی که اینک در آنیم:

«نقد سینما» با همه تلاشی که گذشتگان در آن کرده‌اند، هنوز از وضع مطلوب فاصله دارد. برای تخمین چنین فاصله‌ای نیاز به چند تحقیق میدانی و پیمایشی بود. در این گونه موارد، معمولاً نشریات به نظرخواهی از خوانندگان خود تن می‌دهند. اما اغلب چنین نظرخواهی‌هایی به خاطر فقدان رعایت روش تحقیق علمی و مناسب از «روایی» و «اعتبار» لازم برخوردار نیستند. انجام درست چنین تحقیقی هزینه‌های گزافی لازم دارد که معمولاً در توان نشریات نیست.

ما برای شناخت صحیح وضعیت فعلی «نقد سینما» شیوه علمی دیگری را انتخاب کردیم؛ تعداد ۵۰ تن از کسانی که در نشریات دوازده گانه سینمایی به نوشتن مشغولند را فراخواندیم تا درباره این نشریات به قضاوت و داوری بنشینند. این نشریات که عمری بیش از یک سال انتشار دارند عبارت بودند از ماهنامه‌های «فیلم»، «گزارش فیلم»، «فیلم ویدیو»، «دنیای تصویر»، «فرهنگ و سینما»، «فیلم و سینما»، و «سینما تئاتر»، و فصلنامه‌های «فارابی» و «نقد سینما» و همچنین

است.

آن چه در این میان شایان توجه است، این است که بدانیم وظیفه خبررسانی و ارائه جدیدترین خبرها در میان خود مطبوعات نیز به فراخور نوع انتشار و توقع مخاطبان از شدت و حدت متفاوتی برخوردار است. مثلاً توقعی که در این زمینه از یک روزنامه با مخاطبان عام وجود دارد، هرگز برابر با توقعی نیست که از یک فصلنامه تخصصی موجود است. با چنین پیش فرضی به بررسی وجه خبررسانی نقدسینما می پردازیم.

بررسی آراء کارشناسان شرکت کننده در این تحقیق نشان می دهد فصلنامه «نقدسینما» غیرخبری ترین مجله تخصصی سینمایی است. بررسی محتوای این فصلنامه نشان می دهد که صاحبان آن از پیش ویژگی غیرخبری بودن را برای نشریه خود برگزیده اند. زیرا این مجله از اساس فاقد ستون و یا صفحات خبری است. شاید یکی از دلایل اتخاذ چنین تصمیمی، فصلنامه بودن این نشریه است که نمی تواند اخبار را در اسرع وقت به مخاطبان خود برساند. چنانچه در مقام تعریف، «خبر» را از «اطلاع» تفکیک کنیم و بگوئیم خبر آن اطلاعی است که در سریع ترین شکل ممکن در اختیار مخاطب قرار گیرد، در این صورت نمی توان وظیفه اصلی یک فصلنامه را خبررسانی دانست. اما به هر حال نمی شود با تکیه بر چنین استدلالی وظیفه «اطلاع» رسانی را برای فصلنامه ها منتفی تلقی کرد. براساس داوری کارشناسان این تحقیق، نقدسینما در زمینه خبررسانی از مجموع ۹ امتیاز، میانگین ۱/۷۲ را بدست آورده است.

به این ترتیب که از میان پنجاه کارشناسی که در این تحقیق همکاری کرده اند، ۴۰ نفر حاضر شده اند تا نقدسینما را در این زمینه ارزیابی کنند. ۲۶ نفر از این ۴۰ نفر معتقدند نقد سینما اصلاً خبری نیست و کمترین امتیاز را به آن داده اند. یازده نفر نیز معتقدند این نشریه در زمینه خبررسانی وضعیت ضعیفی دارد و تنها سه نفر معتقد بودند که نقدسینما در این باره وضعیتی متوسط دارد. بر اساس رأی این کارشناسان، نقدسینما در مقایسه با سایر نشریات سینمایی، با مجله «فرهنگ و سینما» (با ضریب همبستگی برابر با ۰/۷۴) شباهت دارد (در سطح اطمینان ۹۵٪)

آزمون تحلیل یک سوپه واریانس نیز ثابت می کند، نقدسینما

با مجلات سروش، سینماویدیو، دنیای تصویر، فیلم، گزارش فیلم و هفته نامه سینما که خبری تر هستند، تفاوت معنادار دارد. یعنی این مجلات با فاصله محسوسی نسبت به نقدسینما، خبری تر هستند. ( $F=۲۲/۹$   $df=۱۱/۴۷۳$   $P< ۰/۱$ )

### سرگرمی

هارولدلسول سرگرمی را نیز یکی دیگر از وظایف رسانه های جمعی می داند. وی معتقد است که رسانه هایی چون مطبوعات موظفند در کنار رسالت های دیگرشان، مخاطبان را سرگرم کنند. واضح است که چنین وظیفه ای برای «فصلنامه ها» در اولویت اول قرار ندارد به خصوص فصلنامه ای چون «نقدسینما» که از همان ابتدا مخاطبان خاص را برای خود انتخاب کرده است. مخاطبانی که یا به طرز حرفه ای در عرصه سینما فعالند و یا تحصیلات آکادمیک در این زمینه دارند.

۳۸ تن از ۵۰ کارشناس مورد نظر، حاضر شده اند تا به «نقدسینما» در زمینه سرگرم کننده بودن یا نبودن امتیاز دهند. ۲۳ تن از آنها این مجله را غیرسرگرم کننده دانسته اند و ۱۴ نفر دیگر نیز معتقدند نقدسینما در این باره وضعیتی بینابین دارد. تنها یک نفر ویژگی سرگرم کنندگی را برای این مجله لحاظ کرده است. همان گونه که توقع می رفت میانگین امتیازات (۳/۱) ثابت می کند که نقدسینما مجله ای سرگرم کننده نیست. ضریب همبستگی به دست آمده واقعیت دیگری را نشان می دهد: نقدسینما تنها در زمینه سرگرم کننده نبودن به «سینما ویدیو» شباهت دارد. ( $r=۰/۵۳$ ) با این بحث که سینما ویدیو یک هفته نامه است اما نقدسینما یک فصلنامه است. اولی مخاطب عام را در نظر دارد اما دومی مخاطب خاص را. برای یک هفته نامه سرگرم کنندگی نمی بایست اولویت آخر باشد. در کنار این یافته ها، آزمون F ثابت می کند، نقدسینما با مجلات گزارش فیلم و دنیای تصویر تفاوت معنادار دارد. یعنی این دو مجله به نسبت سرگرم کننده تر از نقدسینما هستند. ( $F=۱۰/۷$   $df=۱۱/۴۶۹$   $P< ۰/۱$ )

### آموزندگی

هارولدلسول نظریه پرداز علوم ارتباطات، «آموزش» را نیز جزو وظایف اصلی رسانه های جمعی از جمله مطبوعات می داند.

آموزش هم می‌تواند در خلال مطالب عادی و عمومی و به طور غیر مستقیم صورت پذیرد و هم به طور مستقیم و از طریق ستون‌ها و صفحات ویژه. از طریق انجام چنین وظیفه‌ای، مطبوعات می‌توانند در توسعه فرهنگی جامعه سهم باشند.

باتوجه به آن که نقد سینما خود را مجله‌ای تخصصی و با مخاطب خاص تعریف کرده و گفته توجهی به دغدغه‌های تفننی عمومی ندارد و صرفاً با اهداف علمی و حرفه‌ای منتشر می‌شود، اگر از نظر آموزندگی در مرتبه نازلی قرار بگیرد، در واقع به اهداف اصلی خود پشت کرده است.

۳۷ تن از کارشناسان حاضر در این تحقیق حاضر شده‌اند تا درباره آموزنده بودن یا نبودن «نقد سینما» اظهار نظر کنند. ۱۸ نفر از آنها سطح ضعفی از آموزندگی را برای این مجله پذیرفته‌اند. در عین حال ۱۷ نفر نیز گفته‌اند «نقد سینما» از این نظر در سطح متوسطی قرار دارد. تنها سه نفر معتقد بودند آموزندگی در این مجله در سطح قابل قبولی وجود دارد. نمره میانگین ۴/۸ که از مجموع این نظرات حاصل شده نشان می‌دهد نقد سینما از نظر آموزندگی در کل مجله‌ای متوسط است.

آزمون ضریب همبستگی پیرسون هیچ گونه شباهتی را میان نقد سینما و سایر مجلات سینمایی در این زمینه، تأیید نمی‌کند. آزمون تحلیل یک سویه واریانس نیز به این ادعا دامن می‌زند که در سطح اطمینان ۹۹ درصد نقد سینما از مجلات «سینما ویدیو» و «سینما» که هر دو به طور هفتگی منتشر می‌شود، آموزنده تر است.

$F=19.55$   $df=11$  و  $4.58$   $P<0.1$

### جمع بندی در حوزه 'وظایف'

باتوجه به آن که سه ویژگی خبررسانی، سرگرمی و آموزش در حوزه وظایف مطبوعات قرار دارد می‌توان هر سه اینها را به یک باره به بررسی نشست و با جمع بندی این سه ویژگی وضعیت «نقد سینما» را با سایرین مقایسه کرد.

میانگین ۳/۳ از ۹ امتیاز، نشان می‌دهد «نقد سینما» در ۱۱ شماره پیشین نتوانسته است به وظایفش در این سه زمینه به خوبی عمل کند. این در حالی است که آزمون F نشان می‌دهد، نقد سینما در سطح اطمینان ۹۹ درصد، وضعیت نازل تری از مجلات دنیای تصویر، فیلم، سینما و گزارش فیلم- که در این

زمینه دارای وضعیتی متوسطند، دارد اما با سایر مجلات تفاوت چندانی ندارد.

$df=11$  و  $4.64$   $F=13.75$   $P<0.1$

### محتوا

آن گونه که ادعا شده «نقد سینما» سعی دارد زیربنای تئوریک «سینمای مطلوب» را بسط و گسترش دهد. این نشریه، از نظر جلب مخاطب، مخاطب خاص را هدف گیری کرده و می‌خواهد بدون توجه به دغدغه‌های تفننی عمومی، صرفاً با اهداف علمی و حرفه‌ای منتشر شود. با چنین اهدافی توقع نسبت به محتوای این مجله بالا می‌رود. باید دید این نشریه در مرحله عمل با این اهداف چه فاصله‌ای دارد؟ بخشی از یافته‌های این تحقیق، فاصله مزبور را تخمین زده است. ۳۹ نفر از پنجاه نفری که به عنوان کارشناس در این تحقیق شرکت دارند، در اندازه گیری این فاصله مشارکت کرده‌اند. آنها براساس بازده شماره این نشریه که طی چند سال گذشته منتشر شده، به محتوا یا بی محتوا بودن نشریه امتیاز داده‌اند. براساس رأی آنان، نقد سینما از ۹ امتیاز موجود، نمره میانگین ۵ را بدست آورده است. امتیاز ۵ درست در نقطه وسط امتیازات یک تا ۹ قرار دارد. این به آن معناست که از نگاه آن ۳۹ نفر، نقد سینما از نظر محتوا وضعیت متوسطی دارد در عین حال از نظر بازده نفر از آنان، این نشریه از نظر محتوا قوی است.

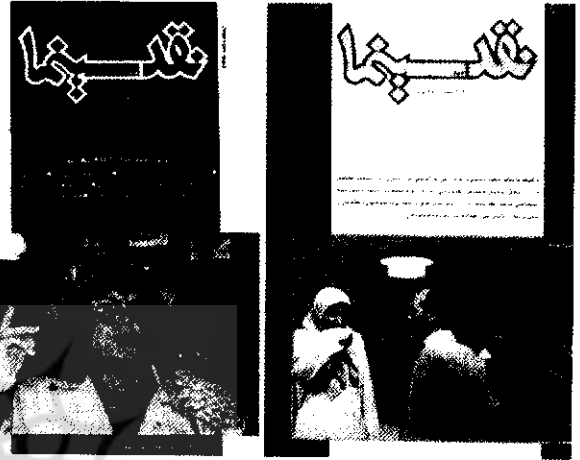
نوزده نفر نیز معتقدند این نشریه وضعیت متوسطی دارد، به نظر نیز از نظر محتوا، نقد سینما را ضعیف ارزیابی کرده‌اند.

با انجام آزمون ضریب همبستگی پیرسون ثابت شد که نقد سینما از نظر محتوا هیچ شباهت محسوسی با سایر نشریات سینمایی ندارد. اما مقایسه میانگین‌های موجود بوسیله آزمون F، ما را مطمئن می‌سازد که «نقد سینما» مطمئناً از نشریات «سینما ویدیو» و «سینما تئاتر» از نظر محتوا برتر است.

$df=11$  و  $4.64$   $F=19.4$   $P<0.1$

### ارزشمندی و ابتدال

مجلات‌تی که به سینما می‌پردازند، همواره در معرض افتادن در ورطه ابتدال هستند. زیرا سینما و مسائل حاشیه‌ای آن همیشه آماجگای آن را دارد که مشتاقان خود را به امور سطحی و تهی از



تفاوت معناداری دارد یعنی به طرز محسوسی از نظر ارزشمندی امتیاز برتری نسبت به این مجله دارد.

( $p < 0.01$   $df = 110464$   $f = 16.5$ )

### جمع بندی در حوزه ' وقار

می توانیم دو ویژگی پرمحتوایی و ارزشمندی را از شرایط وزانت و وقار مطبوعات تلقی کنیم. و با جمع بندی این دو به قضاوتی دوباره درباره « نقد سینما » بنشینیم.

از مجموع نظرات در این دو زمینه میانگین ۵/۲ برای (نقد سینما) احراز شده که وضعیتی متوسط را برای این مجله ترسیم می کند. آزمون F نیز نشان می دهد نقد سینما در سطح اطمینان ۹۹ درصد از مجلات « سینما تئاتر » و « سینما ویدیو » در این زمینه وضعیت برتری دارد و با سایر مجلات تفاوت چندانی ندارد.

( $p < 0.01$   $f = 20.2$   $df = 110464$ )

### تنوع

شک نیست که حتی در میان مخاطبان خاص یک نشریه تخصصی سلیقه های متفاوتی وجود دارد. نقد سینما نیز به عنوان یک نشریه تخصصی از این قاعده مستثنا نیست. وجود «تنوع» در شکل و محتوای مطالب نشریات می تواند همزمان به سلاقی مختلف پاسخ بگوید و نیازهای بخش اعظمی از آنها را برآورده کند.

نقد سینما در تعریف مخاطبان خود به وجود تنوع سلائق اذعان کرده است: دانشجویان، هنرجویان، اساتید و اهالی حرفه ای سینما که به عنوان مخاطبان خاص نشریه به سینما به عنوان یک پدیده جدی می نگرند، کسانی نیستند که سلیقه واحد داشته باشند آنها به سینما از زوایای مختلف و با جهان بینی های گوناگون نگاه می کنند. پس تنوع مطالب برای جلب نظر آنها لازم است.

از سویی دیگر «نقد سینما» در تبیین چگونگی ارائه قالب های بیانی برای محتوای خود، استراتژی «تنویر افکار» را بر «تربیت افکار» ترجیح داده است. در تنویر افکار دیدگاه های متفاوت و گاه متعارض منعکس می شود و تصمیم گیری نهایی

اندیشه بکشاند. بدیهی است مجلاتی که مثلاً مسائل شخصی و خانوادگی هنرمندان مشهور را به ویرترین خود می آورند و یا به روابط، دعوای و مشاجرات سخیف این حیطه می پردازند، و یا برای رسیدن به سودهای کلان اقتصادی به فیلم های بی ارزش اهمیت بیشتری می دهند و آنها را به خوانندگان معصوم خود معرفی می کنند، واضح است که بیش از مجلات دیگر به ورطه ابتذال افتاده اند.

در بخش دیگری از این تحقیق ۱۲ نشریه سینمایی مورد بررسی، در این زمینه به قضاوت کارشناسان گذاشته شده اند. ۳۹ نفر از ۵۰ کارشناس مدعو، حاضر شده اند تا نقد سینما را در طیف ارزشمندی و یا ابتذال ارزش گذاری کنند.

هفت نفر از آنان نقد سینما را نشریه ای مبتذل معرفی کرده اند و در مقابل ۱۳ نفر آن را مجله ای ارزشمند تلقی کرده اند. این در حالی است که ۱۹ نفر از این نظر مجله مزبور را در وضعیتی متوسط طبقه بندی کرده اند. نمره میانگین ۵/۳ نشان می دهد که آراء کلی کارشناسان، نقطه میانی بین ارزشمندی و ابتذال را برای نقد سینما در نظر گرفته است.

ضرب همبستگی پیرسون در این باره متذکر می شود که نقد سینما از جهت این ویژگی شباهت محسوسی به هیچ یک از مجلات دیگر ندارد. ضمن آن که آزمون F نیز نشان می دهد نقد سینما در سطح اطمینان ۹۹ درصد با مجله «سینما ویدیو»

به عهده فهم و شعور مخاطب واگذار می شود. با چنین فرضی «تنوع» مطالب اهمیت می یابد. در تحقیق حاضر خصوصیت دو قطبی «متنوع» بودن یا نبودن مورد سنجش قرار گرفته است. از میان ۵۰ کارشناس مدعو، ۳۷ نفر آراء خود را درباره تنوع مطالب نقدسینما اعلان کرده اند. از میان آنها ۲۰ نفر معتقدند نقد سینما در شماره های پیشین از نظر تنوع مطالب ضعیف بوده است. ۱۶ نفر دیگر نیز رأی به متوسط بودن و تنها یک نفر رأی به قوی بودن جنبه تنوع در «نقد سینما» داده اند. از مجموع همه این آراء امتیاز ۳/۵ از ۹ بدست آمده است که چیزی بین ضعیف بودن و متوسط بودن را نشان می دهد.

ضریب همبستگی موجود میان نقد سینما و فصلنامه فارابی (۰/۷۰) و بعد سینما تئاتر (۰/۵۸) نشان می دهد نقدسینما به این دو نشریه (در سطح اطمینان ۰/۹۹ و ۰/۹۵) از نظر میزان تنوع مطالب، شباهت هایی دارد.

بوسیله مقایسه میانگین ها از طریق آزمون تحلیل یک سویه واریانس، با واقعیت دیگری مواجه می شویم: نقد سینما با اطمینان ۹۹ درصد، از نظر تنوع مطالب، تنها از «دنیای تصویر» ضعیف تر است.

#### کرائی و ارزانی

گذشته از ویژگی های محتوایی و ساختاری نشریات، مسائل دیگری نیز وجود دارند که نمی توان به آنها بی اعتنا بود. یکی از این مسائل ارزش اقتصادی این نشریات است. ممکن است مجله ای حاوی همه ارزش های مورد نظر باشد اما در مرحله عرضه به مخاطب بسیار ارزان یا گران به نظر آید.

۳۸ نفر از کارشناسان شرکت کننده در این تحقیق، از این نظر به ارزیابی نقد سینما پرداخته اند که از این میان شش نفر معتقدند این مجله ارزان قیمت است ۲۳ نفر معتقدند که قیمتی متوسط دارد و ۹ نفر نیز معتقد که گران قیمت است. از مجموع این نظرات میانگین ۵/۴ بدست آمد که نمایانگر آن است که قیمت «نقد سینما» در حدی متوسط به بازار ارائه شده است.

ضریب همبستگی نشان می دهد نقد سینما از نظر قیمت بیشترین شباهت را با مجلات سینما تئاتر (۰/۸۰) و فرهنگ و سینما (۰/۷۹) دارد. آزمون تحلیل یک سویه واریانس نیز در این زمینه هیچ گونه تفاوت محسوسی را با سایر مجلات نشان

نمی دهد.

#### جذابیت

هیچ مجله ای به هیچ بهانه ای نمی تواند از داشتن جذابیت طفره برود. تداوم انتشار هر مجله ای به وجود جذابیت وابسته است. به خصوص مجلاتی که قرار است بدون یارانه ادامه حیات دهند. مجلات بدون سوبسید در صورت فقدان جذابیت مخاطب های خود را از دست خواهند داد. در یک مقایسه کلی، می توان یکی از تفاوت های نشریات دولتی را با غیر دولتی، در زمینه فقدان جذابیت دانست. حتی برای مجله ای مثل «نقد سینما» که مدعی است مخاطبان خاص دارد، وجود چنین ویژگی ای ضروری است. زیرا مخاطبان خاص نیز از زیبایی های ظاهری و باطنی لذت خواهند برد. آنها کامپیوتر نیستند که فاقد احساس، عاطفه و حس زیبایی خواهی باشند.

جذابیت را در ظواهر؛ یعنی ترکیب عکس ها، رنگ آمیزی روی جلد، صفحه بندی و حتی انتخاب اندازه حروف و غیره باید جست و جو کرد.

۳۸ تن از ۵۰ کارشناسی که در این پژوهش شرکت کرده اند، درباره وجود و یا فقدان جذابیت در نقد سینما، ابراز نظر کرده اند. ۲۱ تن از آنان نقد سینما را فاقد ویژگی جذابیت دانسته اند و ۱۳ نفر دیگر برای آن وضعیتی متوسط متصور شده اند. تنها یک نفر از کارشناسان مزبور معتقد بود که نقد سینما حاوی جذابیت است. میانگین ۳/۶ از مجموع این نظرات ضعیف بودن این ویژگی را در نقد سینما، بازگو می کند. انجام آزمون ضریب همبستگی، هیچ گونه شباهتی را میان نقد سینما و سایر نشریات سینمایی در زمینه میزان جذابیت نشان نمی دهد.

آزمون F نیز نشان می دهد «نقد سینما» با مجله «دنیای تصویر» تفاوت معنادار دارد. یعنی در سطح اطمینان ۹۹ درصد می توان مدعی شد، دنیای تصویر از نقد سینما جذاب تر است.

$$F=16/5 \quad df=11, 465 \quad p < 0/1$$

#### نظم

ویژگی نظم، به طور کلی مطرح است. این ویژگی هم شامل نظم در انتشار می شود و هم راجع به نظم در امور داخلی نشریات

(از قبیل پرداخت به موقع حق التحریر و ...) واضح است که در این میان نظم در انتشار مهم ترین وجه مسأله است. عدم وجود نظم در انتشار به خصوص برای نشریاتی که با فاصله زمانی بیشتری (مثل فصلنامه ها) منتشر می شوند، یکی از عوامل مهم از دست دادن مخاطبان است. اگر نظم در انتشار نباشد هم مخاطبان نشریه دلخواه خود را گم می کنند و هم نویسندگان رغبت کم تری برای همکاری خواهند داشت.

۳۸ تن از کارشناسان این تحقیق درباره نظم در «نقد سینما» اظهار رأی کرده اند. ۱۸ تن از آنان معتقدند این مجله فاقد ویژگی «نظم» است. ۱۷ نفر نیز گفته اند این ویژگی در نقد سینما حالتی بیابین و متوسط دارد. ۳ نفر نیز معتقدند نظم در این مجله وضعیت مطلوبی دارد. میانگین ۳/۶ نشان می دهد نقد سینما در مجموع مجله ای است که از نظر ویژگی نظم کمی پایین تر از حد متوسط است. اما نمی توان آن را کاملاً ضعیف دانست.

ضریب همبستگی به دست آمده نیز معلوم می کند، از این نظر نقد سینما به مجله فیلم ویدیو ( $r=0.72$ ) در سطح اطمینان ۹۹ درصد، شباهت دارد. مجلات سینما تئاتر ( $r=0.53$ ) و فصلنامه فارابی ( $r=0.52$ ) نیز در سطح اطمینان ۹۵ درصد شباهت نسبی با نقد سینما دارند.

تحلیل یک سویه واریانس در این زمینه گویای آنست که، نقد سینما در سطح اطمینان ۹۹ درصد از مجله فیلم در زمینه ویژگی نظم، ضعیف تر است.

#### جمع بندی در حوزه جلب مخاطب

می توان ویژگی های تنوع، جذابیت و نظم را در حوزه شرایطی گذاشت که با آن مخاطبان جلب نشریات می شوند. در واقع این سه ویژگی در کنار یک دیگر از عوامل مؤثر و مستقیم جلب نظر و رضایت مخاطبان هستند. با جمع بندی این سه ویژگی، میانگین ۳/۶ برای «نقد سینما» به دست آمد که نشانه ضعف در حوزه جلب مخاطب است.

آزمون F در این زمینه نشان می دهد «نقد سینما» در سطح اطمینان ۹۹ درصد از دو مجله فیلم و دنیای تصویر ضعیف تر است اما با سایر مجلات تفاوت محسوسی ندارد.

$$(p < 0.01 \quad F = 1.38 \quad df = 11 \quad 460)$$

#### صداقت

صداقت در بیان مطالب از جمله ویژگی هایی است که به اعتبار نشریات در نزد مخاطبان می افزاید. اما فقدان صداقت به سلب اعتماد مخاطب می انجامد. کاهش تیراژ و با افزایش آن در درازمدت به این عامل می تواند بستگی مستقیم داشته باشد. چه بسیار نشریات جنجالی که با مطالب جنجال برانگیز اما بدون صداقت، در بدو انتشار و در کوتاه مدت همه نظرات را به خود جلب می کنند و به تیراژ بالایی می رسند، اما پس از گذشت مدت کمی اعتبار خود را و در پی آن تیراژ بالای خود را از دست می دهند.

امروزه بنگاه های بزرگ مطبوعاتی، حاضر نیستند به بهای تبلیغ برای مقاصد سیاسی، فرهنگی و حتی اقتصادی، اعتبار خود را نزد مخاطبان خود از دست دهند. یکی از رموز بقای خیرگزاری های چهارگانه جهان: یونایتد پرس، آسوشیتد پرس، رویتر و فرانس پرس در پای بندی به این قاعده است.

عامل صداقت می تواند هم از طریق مستقیم و هم غیرمستقیم مخدوش شود، ارائه اخبار و گزارشات غلط که مدام منجر به درج جوابیه، توضیح و پوزش در مطبوعات می شود یکی از نشانه های عدم رعایت صداقت در آن نشریه است که به طور مستقیم مخدوش شده است. ارائه تحلیل های مغرضانه، و نادرست نیز که مرور زمان آن را نفی می کند از جمله موارد عدم رعایت صداقت به طور غیرمستقیم است.

یکی از سؤالات این تحقیق، در خصوص میزان «صداقت» موجود در مجلات سینمایی بود. در این زمینه ۳۷ نفر از ۵۰ کارشناس شرکت کننده در تحقیق درباره «نقد سینما» ابراز نظر و رأی کردند. ۹ نفر از این تعداد در زمینه «صداقت» رتبه ضعیف و ۲۳ نفر رتبه متوسط و ۵ نفر نیز رتبه قوی را برای نقد سینما قایل شده اند که با توجه به مجموعه آراء، نمره میانگین ۴/۷ از ۹ امتیاز به دست آمده است.

با توجه به ضریب همبستگی به دست آمده ( $r=0.56$ ) شبیه ترین مجله به نقد سینما در سطح اطمینان ۹۵ درصد در این زمینه، فصلنامه فارابی است. آزمون F نیز نشان می دهد نقد سینما در سطح اطمینان ۹۹ درصد در این زمینه از هفته نامه «سینما ویدیو» برتر است. اما در مقایسه با سایر مجلات تفاوت محسوسی به چشم نمی خورد.

$f=7/3$  و  $df=11$  و  $p<0/1$

### طرفداری و بی طرفی

#### آزادی

آزادی از جمله ویژگی‌هایی است که بسیار موردنظر نویسندگان مطبوعات است. در واقع هر نویسنده‌ای به خصوص اگر مایل باشد در زمینه نقد فعال باشد، به آزادی در نوشتن احتیاج مبرم دارد. آزادی در نوشتن می‌تواند متاثر از «خودسانسوری» یا «دیگرسانسوری» تضعیف شود. آن چه در این تحقیق مورد نظر است، بیش‌تر پدیده دیگرسانسوری را مد نظر دارد. دیگرسانسوری نیز در دو دسته قابل بررسی است: «دیگرسانسوری» درون سازمانی، که معمولاً از طریق سردبیران و صاحبان مطبوعات بر نویسندگان تحمیل می‌شود و برون سازمانی که اغلب از طریق گروه‌های فشار، صاحبان قدرت و دولتمردان بر نویسندگان و مطبوعات تحمیل می‌شود. در این تحقیق خصوصیت دو قطبی آزادی و کنترل شدگی به طور کلی بررسی شده و در مقام نظرخواهی این تقسیم‌بندی‌ها صورت پذیرفته است.

در این باره ۳۸ نفر از کارشناسان به داوری درخصوص نقد سینما پرداخته‌اند که ۲۵ نفر از آنان معتقدند «نقد سینما» بیشتر تحت کنترل است. ۱۰ نفر نیز معتقدند نقد سینما در حالتی بینابین آزادی و کنترل شدگی قرار دارد. تنها سه نفر معتقد بودند که این مجله به قطب آزادی نزدیک‌تر بوده است. میانگین کلی ۳/۲ نشان می‌دهد این مجله در مجموع به قطب کنترل شدگی نزدیک‌تر است تا قطب آزادی.

ضریب همبستگی به دست آمده نیز نشان می‌دهد نقد سینما در سطح اطمینان ۹۹ درصد و به ترتیب به مجلات «سینما ویدیو» ( $r=0/72$ ) «سینما» ( $r=0/69$ ) «سینما تئاتر» ( $r=0/68$ ) شباهت دارد. همچنین این مجله در سطح اطمینان ۹۵ درصد به ترتیب به مجلات «فصلنامه فارابی» ( $r=0/53$ )، «دنیای تصویر» ( $r=0/52$ )، «فیلم ویدیو» ( $r=0/52$ ) و «فرهنگ و سینما» ( $r=0/50$ ) شباهت نسبی دارد.

آزمون F در مقام مقایسه میانگین‌های مجلات دوازده‌گانه تفاوت معناداری را نمایش نمی‌دهد. این مسأله نشان می‌دهد مجلات سینمایی به طور کلی بیشتر در وضعیت کنترل شده اداره می‌شوند.

جانبداری از یک سلیقه، دیدگاه و یا حتی جناح سیاسی یا یک ایدئولوژی خاص مسکن است گریبان هر مجله‌ای را بگیرد. نفس طرفداری شاید مذموم نباشد. اما شیوه اعمال جانبداری در نشریات می‌تواند مذموم باشد. در این زمینه دو استراتژی برای «جانبداری» وجود دارد. ۱- تنویر افکار ۲- هدایت افکار. اگر در نشریه‌ای استراتژی هدایت افکار اتخاذ شود، لاجرم نگاه «تحریری» به سائل، نگاهی از بالا خواهد بود و سعی خواهد شد مخاطب را به عنوان موجودی منفعل از دیدگاه خود منصرف کرده، به خواسته‌های سردبیران نشریه متمایل سازد. از کجا معلوم که دیدگاه‌های سردبیران برابر با حقیقت باشد؟ مسلماً چنین نیست. پس «تنویر افکار» آن شیوه‌ای است که می‌بایست استراتژی هر نشریه‌ای حتی در راستای «طرفداری» از چیزی خاص باشد. در این شیوه دیدگاه‌های متفاوت و گاه متعارض منعکس می‌شود و تصمیم‌گیری نهایی به عهده فهم و شعور مخاطب واگذار می‌شود.

در این مطالعه، ویژگی دو قطبی جانبداری - بی طرفی به طور کلی مورد بررسی قرار گرفته است. ۲۰ تن از ۳۸ کارشناسی که در خصوص این ویژگی برای نقد سینما نظر داده‌اند، معتقدند این مجله کم‌تر بی طرفانه مطالب خود را منتشر می‌کند. ۱۷ تن نیز وضعیتی بینابینی برای آن متصور شده‌اند. یک نفر نیز معتقد بوده که نقد سینما نشریه‌ای بی طرف است. میانگین نظرات این عده عدد ۳/۳ را نشان می‌دهد. این یعنی آن که مطالب نقد سینما جانبدارانه است.

آزمون ضریب همبستگی پیرسون تنها شباهت میان نقد سینما و فصلنامه فارابی را در این زمینه (در سطح اطمینان ۹۵ درصد) تأیید می‌کند ( $r=0/53$ ). آزمون F نیز با مقایسه میانگین‌های بدست آمده نشان می‌دهد نقد سینما در زمینه این ویژگی با هیچ مجله‌ای تفاوت معنادار ندارد.

$F=6/8$  و  $df=11$  و  $P<0/1$

### جمع بندی در حوزه اعتبار

سه ویژگی صداقت، آزادی و بی طرفی از شرایط لازم برای کسب اعتبار در نزد مخاطبان است. فقدان هر یک می‌تواند لطمه‌ای اساسی به هر نشریه‌ای بزند.

با جمع نظرات در پیرامون این سه ویژگی، میانگین ۳/۷ برای نقد سینما به دست آمد که نشانگر وضعیتی تقریباً متوسط برای این مجله است. جالب این که آزمون F نیز هیچ گونه تفاوت معناداری را میان نقد سینما و سایر مجلات سینمایی نشان نمی دهد.

### جایی که باید در آن باشیم:

اینک که در خلال تحقیق یاد شده جایگاه فعلی «نقد سینما» با نظرات کارشناسی منتقدان سینما تخمین زده شد، لازم است وضعیت مطلوب این نشریه با تعریف مجدد از جایگاه مناسب آن تبیین شود تا مشخص شود که برای رسیدن به چه اهدافی باید تلاش شود:

**تعریف:** در تعریف یک وسیله ارتباطی باید به شش پرسش پاسخ داده شود: که؟ کی؟ کجا؟ چرا؟ چه؟ چگونه؟

۱. که؟ پاسخ به این سوال تولیدکنندگان «پیام» را معرفی می کند. «نقد سینما»، فصلنامه ای است که به حوزه هنری تعلق دارد پس تولیدکنندگان آن می بایست از کسانی باشند که اولاً تعلقات و گرایشات دینی، ملی و انسانی شان آشکار باشد (به عنوان شرط لازم) و ثانیاً با رسانه هایی چون سینما و مطبوعات آشنایی کافی داشته باشد. اولی به خاطر آن که موضوع موردنظر این نشریه سینماست و دومی به خاطر آن که «نقد سینما» اساساً یک «مطبوعه» است. تمام این ویژگی های ضروری برای سردبیران نشریه، از خلال نگاهشده های پیشین آنها قابل حصول است و نیاز به تفحص دیگری ندارد.

۲. کی؟ پاسخ به این سوال فاصله زمانی این نشریه را مشخص می کند. نقد سینما یک فصلنامه است. بنابراین در نخستین ماه هر فصل منتشر می شود. ضمن آن که انتشار شماره های ویژه فوق العاده برای آن محفوظ است.

۳. کجا؟ پاسخ به این سوال، گستره جغرافیایی انتشار «نقد سینما» را معین می کند. این نشریه، هیچ محدوده جغرافیایی را برای خود محیط نمی داند. مخاطبان آن می توانند در هر گوشه ای از جهان باشند. این مقصود با توجه به امکانات سخت افزاری و نرم افزاری موجود در دفتر نشریه، هم از نظر استفاده از شبکه اینترنت و هم از نظر جذب مشترک از طریق پست به دست آمدنی است.

۴. چرا؟ چرایی انتشار «نقد سینما» این سوال اساسی را نیز پاسخ می دهد که «کدام نیاز فرهنگی، حوزه هنری را ملزم به انتشار این فصلنامه می کند؟» برای پاسخ به این سوال مقدماتی لازم است:

**الف:** این سوال که «سینمای مطلوب نظام اسلامی ایران چیست؟» پاسخ های متفاوتی را طی سال های پس از انقلاب به خود دیده است. واضح است که پدیده سینما مانند هر پدیده اجتماعی و جوه متعدد و بسیاری دارد و هر شخص حقیقی و حقوقی آن را از منظر خود تماشا می کند. حوزه هنری نیز برای این سینما تعریفی دارد و حق مشروع وی است که متناسب با تعریف خود در این سینما حضور داشته باشد. یکی از جلوه های این حضور انتشار نشریات سینمایی است. از خلال انتشار این نشریات می توان دیدگاه های موردنظر را منعکس و به نفع آن جریان سازی کرد. با چنین وصفی باید به سوال دیگری پاسخ داد و آن این که «چرا فصلنامه؟» مگر مثلاً با هفته نامه نمی توان به چنین نیازی پاسخ داد؟

ب- نشریات از دیدگاه مخاطب شناسی به سه گروه تقسیم می شوند:

**اول:** عمومی با مخاطب عام که هر نوع مطلب را در حد قابل استفاده برای عموم مردم عرضه می کنند. مانند روزنامه ها و یا هفته نامه هایی چون اطلاعات هفتگی و...

**دوم:** تخصصی یا موضوعی با مخاطب عام که دارای موضوع های خاصی برای عموم علاقمندان به آن زمینه و موضوع هستند و در حد اطلاعات عامیانه ارائه می شوند. مثل هفته نامه های ورزشی و اغلب نشریات سینمایی که ظاهراً تخصصی اند اما در سطح ذائقه عوام منتشر می شوند.

**سوم:** تخصصی با مخاطب خاص که بدون توجه به دغدغه های تکنی عمومی صرفاً با اهداف علمی و حرفه ای منتشر می شوند. در ایران غیر از چند مورد استثنایی در زمینه های پزشکی و دانشگاهی این گونه نشریات رونقی نداشته اند در حالی که فعالیت جدی چنین نشریاتی مهم ترین زمینه ساز پویایی جامعه علمی و حرفه ای کشور است و در آن زمینه تخصصی امکان تبادل نظر و کسب اطلاعات جدید را برای دانشجویان، علما و دست اندرکاران آن حرفه فراهم می سازد. فصلنامه نقد سینما چنین وظیفه ای را در مقوله سینما تحقق می بخشد و سعی دارد



زیربنای نوریک آن سینمای مطلوب را، که در قسمت (الف) شرح آن رفت، بسط و گسترش دهد. از این منظر لزوم انتشار «نقد سینما» برای حوره هنری آشکار می‌شود. پس مخاطب «نقد سینما» دانشجویان، هنرجویان، اساتید و اهالی حرفه‌ای سینما و در یک کلام کسانی هستند که به سینما به عنوان یک پدیده‌ی حدی می‌نگرند و درصدد شناخت علمی، نظری و واقعی آن می‌باشند.

۵. چه؟ پاسخ به این سوال محتوای ارائه شده در این نشریه را تعریف می‌کند. موضوع و محتوای مورد اهتمام نشریه در یک کلام «سینمای ایران» است. این عبارت که شامل دو کلمه «سینما» و «ایران» می‌شود احتیاج به توضیح دارد: مقصود ما از «سینما» همان پدیده اجتماعی ذی‌وجه است که شامل سه وجه اصلی «هنر»، «صنعت» و «رسانه» می‌شود و وجوه فرعی آن زیرمجموعه‌هایی از این سه وجه هستند. بنابراین دستور کار محتوایی فصلنامه پرداختن به سه چیز است، سینما به مثابه «هنر»، سینما به مثابه «صنعت» و سینما به مثابه «رسانه». هر کدام از این سه برای فصلنامه از درجه اعتبار و اهمیت خاص برخوردارند و در هر شماره هر سه حضور دارند و فقدان هر یک در واقع لطمه‌ای محتوایی برای نشریه به حساب می‌آید زیرا نبود هر کدام، باعث ارائه یک مجموعه بحث ناقص الخلقه از سینما به مخاطب خواهد بود.

وجود کلمه «ایران» در کنار «سینما» رنگ و لعاب خاصی به همه بحث‌ها اضافه می‌کند و باعث می‌شود در تمام بحث‌های تخصصی جنبه‌های فرهنگی به فراموشی سپرده نشود و این هر دو را در یکدیگر ممزوج کند. واژه ایران هم تدبیر و هم ملیت را در کنار هم تداعی می‌کند و باعث می‌شود فصلنامه تشخیص متمایز از سایر نشریات را بیابد. بنابراین اگر در نشریه مقالاتی را برای سینمای جهان اختصاص می‌دهیم باید برای مخاطب، نسبت آن‌را با سینمای ایران معین کنیم و بگوئیم این مباحث چگونه با هدف اصلی فصلنامه ارتباط می‌یابد.

متناسب با آنچه گفته شد فصل‌هایی در نشریه تعبیه شده است که هیچ یک وحی منزل نیست و می‌تواند متناسب با اهداف اصلی پیش گفته، تغییر کند. مهم آن است که این فصول به آن «چه؟»ی اصلی ما پاسخ دهند.

۶. چگونه؟ پاسخ به این سوال چگونگی قالب‌های بیانی

محتوای نشریه را معین می‌کند. قدر مسلم «فصلنامه برادر کتاب است» پس باید شباهت‌هایی با کتاب داشته باشد. از جمله وزانت، وقار و سطح مطالب آن است. آنچه در پاسخ این چگونگی اصل است، «تنویر افکار» است نه «هدایت» آن! اگر مقصود هدایت افکار باشد، لاجرم نگاه تحریریه نشریه به مسایل، نگاهی از بالا خواهد بود و سعی خواهد شد مخاطب را به عنوان موجودی منفعل از دیدگاه خود منصرف کرده، به خواسته‌های سردبیران نشریه متمایل سازد. از کجا معلوم که دیدگاه‌های سردبیران برابر با حقیقت باشد؟ مسلماً چنین نیست. پس «تنویر افکار» آن شیوه‌ای است که می‌بایست استراتژی هر نشریه‌ای باشد. در این شیوه دیدگاه‌های متفاوت و گاه متعارض منعکس می‌شود و تصمیم‌گیری نهایی به عهده فهم و شعور مخاطب واگذار می‌شود. در واقع، موظفیم «بستر» رشد فرهنگی را فراهم کنیم (اناهدیناه السبیل) این خود مخاطب است که می‌بایست از درون رشد یابد (اما شاکراً و اما کفوراً)

انتشار چند شماره اول نشریه بر مبنای استراتژی «تربیت افکار» بود که نتیجه مطلوبی بر جای نگذاشت. اینک «تنویر افکار» می‌بایست سرلوحه کار باشد. ذکر نکته دیگری در اینجا لازم است: ارائه دیدگاه‌های مختلف به آن معنا نیست که ما بی‌دیدگاه باشیم. در واقع اگر دیدگاهی متفاوت با دیدگاه نشریه است، در کنار استحکام دیدگاه نشریه رنگ می‌بازد، نه بوسيله نئی و انکار آن!

#### خلاصه و نتیجه‌گیری:

ارتقاء سطح فرهنگ، امری هزینه‌بر است و در کوتاه مدت و بطور مستقیم سود اقتصادی محسوس ندارد. برای همین، دغدغه نشریات تخصصی که سینما را موضوع کار خود قرار داده‌اند ارتقاء فرهنگ سینمایی کشور نیست بلکه همت آنها صرف افزایش تیراژ و جذب آگهی می‌شود. آنها به انگیزه کسب درآمد بیشتر منتشر می‌شوند، هرچند ممکن است از قبال آن، ارتقاء فرهنگ صورت پذیرد! ما دغدغه ارتقاء فرهنگ داریم هرچند ممکن است از قبال آن به کسب درآمد برسیم! در چنین فضایی بیشترین توقع از مراکز عمده فرهنگی نظام است که از بودجه عمومی بهره می‌برند، آن‌ها هستند که باید به فکر ارتقاء فرهنگ باشند. «حوزه هنری» در این زمینه باید پیشتا باشد.