



# رسانه‌هایی برای صلح

سلسله گفت‌وگوهایی پیرامون نقش رسانه‌ها در ایجاد تقویت صلح، گفت‌وگو و تفاهم بین‌المللی

## محبوبه روزبه

اشاره:

مهرماه امسال شاهد برگزاری «همایش بین‌المللی خبرگزاری‌ها؛ در ائتلاف برای صلح» از سوی سازمان خبرگزاری ج.ا.ا در تهران هستیم. همفکری و همکاری خبرگزاری‌ها در کمک به برقراری صلح و تفاهم بین‌المللی، تقویت انتشار آزاد و عادلانه اطلاعات، تحکیم روند انتشار اخبار مروج صلح، ترفیب رسانه‌های جمعی جهان به ایفای نقش مؤثر و فراگیر در برقراری دموکراسی و صلح عادلانه و آشکار ساختن چهرهٔ ضدبشری جنگ در جهان از جمله اهداف این همایش است.

«رسانه» به منظور بررسی نقش رسانه‌ها در ایجاد و برقراری صلح، گفت‌وگو و تفاهم بین‌المللی و مکانیزم‌هایی که باید در این راه اتخاذ شود، سلسله گفت‌وگوهایی را با آقایان دکتر جلیل شاهی دبیرکل کمیسیون ملی یونسکو در ایران، دکتر محمدرضا تاجیک رئیس مرکز تحقیقات استراتژیک ریاست جمهوری، دکتر یونس شکرخواه روزنامه‌نگار و مدرس علوم ارتباطات و دکتر محمدمهدی فرقانی رئیس مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها انجام داده است که هر یک نقش رسانه‌ها را از منظر کارکرد حرفه‌ای و ارتباطی، فرهنگی و سیاسی در ایجاد و تحکیم صلح تبیین نموده‌اند. این گفت‌وگوها را می‌خوانیم:

دکتر جلیل شاهی دبیر کمیسیون ملی یونسکو در ایران:

## رسانه‌ها باید منادی تفکر صلح‌طلبانه باشند

■ فضای فعلی دنیا را به لحاظ میزان خشونت و صلح چگونه می‌بینید؟

از نظر من سؤال جالبی است. ببینید دنیا را دو جور می‌توان نگاه کرد یا باید نگاه کرد، در یک نگاه دنیا مخلوق خداوند است و در هر ذره آن می‌توان واقعیت خدا را دید. هیچ زشتی دیده نمی‌شود و همه چیز زیباست. با این نگاه ضمن لذت بردن می‌توان به خدا هم نزدیک شد. انسان‌ها هم مخلوق خداوند هستند و با این نگاه، هر انسانی زیباست و این انسان‌ها که خداوند آنها را صاحب شعور و عقل و درایت کرده اگر از پتانسیل‌های نهفته در خود در مسیر صلح و رفتار خدایی و آنچه که عقل حکم می‌کند استفاده کنند طبیعتاً دنیای بهتری خواهیم داشت.

■ آیا الان همین‌گونه است؟

متأسفانه همیشه این‌طور نیست. گاهی انسان‌ها مسیرهای غیراصولی و غیرعقلانی را برای کسب منافع زودگذر و شخصی، قدرت و منیت‌های فردی یا گروهی ترجیح می‌دهند و این‌گونه دنیا را از راه سلامت خارج می‌کنند. تمام این نارسایی‌هایی که در اطراف ما چه در سطح منطقه و چه در سطح کل می‌بینیم حاصل فعالیت‌های انسان‌هاست و هیچ عامل طبیعی به اندازه انسان اگر در راه صلاح نباشد، مخرب نیست. تمام جنگ‌ها، برادرکشی‌ها، برده‌کشی‌ها و غیره به دست انسان‌هایی که نور خدا در آنها تجلی نکرده، بروز کرده است.

کرد؟

دنیای ما آن قدر خشن نیست. البته در فلسطین جنگ و برادرکشی هست. یا در افغانستان، جنگ به‌پا بود. اینها زشتی‌هایی است که وجود دارد و در طول تاریخ هم وجود داشته است و طبیعی است تا زمانی که رشد عقلی و دانایی انسان‌ها به حد مطلوب نرسد این نارسایی‌ها وجود دارد. ضمن آن که صاحبان قدرت بیشتر عامل این مسائل هستند.

■ رسانه‌ها چه‌طور؟ با توجه به این که انگار سازی توسط رسانه‌ها تأثیر غیرقابل انکاری در افکار عمومی دارد. رسانه‌ها هم همین‌طور. زیرا که رسانه‌ها عامل اطلاع‌رسانی و عامل توزیع

■ انسان‌ها اگر از پتانسیل‌های نهفته در خود در مسیر صلح و رفتار خدایی و آنچه که عقل حکم می‌کند استفاده کنند طبیعتاً دنیای بهتری خواهیم داشت.

■ هیچ عامل طبیعی به اندازه انسان اگر در راه صلاح نباشد، مخرب نیست.

و انتقال اطلاعات هستند و اگر در اطلاع‌رسانی رسانه‌ها غرضی نهفته نباشد و همان چیزی که هست، انعکاس یابد، می‌توانند مؤثر باشند.

■ همان‌طور که می‌دانید اندیشه جنگ قبل از اقدام به جنگ وجود دارد. در مورد اقدام به صلح و گفت‌وگو نیز باید اندیشه صلح وجود داشته باشد؟ رسانه‌ها با چه مکانیزم و ابتکار عملی می‌توانند در این مسیر حرکت کنند؟

رسانه‌ها باید این نکته را پیوسته در ذهن خود داشته باشند که رسالتشان حفظ صلح و ساختن دنیای بهتر برای انسان‌ها است، البته خبرنگاران و روزنامه‌نگاران به این مهم واقف هستند اما باید بدانیم که رسانه‌ها متأسفانه در دنیای ما ابزاری در دست قدرتمندان است و این ابزار مثل همان تیغ تیز است که اگر در دست زنگی مست قرار گیرد بسیار خطرناک خواهد بود.

■ چه عاملی و یا چه مکانیزمی می‌تواند این ابزار را از دست قدرتمندان خارج کند؟

به نظر من ارتقای دانایی، شعور و آگاهی می‌تواند عاملی باشد که این ابزار از دست قدرتمندان و کسانی که اندیشه خشونت را در سر می‌پروراند و یا می‌خواهند دنیا را به خشونت سوق دهند، خارج شود. اگر این اتفاق بیفتد، در آن صورت رسانه‌ای که خلاف شعور و نظر عامه مردم رفتار کند، مورد اقبال قرار نخواهد گرفت و مشتری نخواهد داشت. رسانه‌ها واقعاً در این زمینه بسیار تأثیرگذار هستند.

■ صلح، تفاهم بین‌المللی و گفت‌وگو در یونسکو چگونه دیده شده است؟

از نظر یونسکو هدف اصلی یا ادعای همه سازمان‌های بین‌المللی این است که برای صلح جهانی تأسیس شده‌اند و یونسکو معتقد است که برای ایجاد صلح باید تفکر صلح‌طلبانه را در ذهن انسان‌ها به وجود آوریم تا دنیایی فارغ از جنگ داشته باشیم. البته جنگ فقط به مفهوم عامیانه آن جنگ مسلحانه نیست بلکه هر عاملی که باعث تخریب، کشتار و یا مقابله با مسیر طبیعی می‌شود، جنگ تلقی می‌شود و صلح و آرامش هم در همه زمینه‌ها مدنظر است. صلح به مفهوم صلح زندگی و صلح فرهنگی و... اینها مجموعه‌ای است که یونسکو به ویژه در سال‌های اخیر بر آن تأکید داشته است. با توجه به این که تغییر و تحولاتی در دنیا ایجاد شده و بحث جهانی شدن بسیاری از دستاوردهای انسان‌ها را در طول قرن‌ها از جمله زبان، میراث فرهنگی و حتی گاهی ملیت‌ها را تهدید می‌کند.

■ ما در رسانه‌هایمان یاد گرفته‌ایم که «درگیری»، «جنگ»، «کشمکش» و «تضاد» یک ارزش خیری است. در واقع می‌خواهم این را بگویم که هر چند مستقل بودن رسانه‌ها آن را به ابزاری در دست قدرتمندان قرار داده که برای کسب قدرت یا منافع آن را در جهت خشونت و جنگ و تخاصم بکار می‌گیرند اما در عین حال در کارکردهای حرفه‌ای رسانه‌ها هم چندان به صلح نگاه نمی‌شود. به طوری که جنبه خشونت یا رویارویی و تقابل نسبت به صلح و برقراری تفاهم و گفت‌وگو ارجح‌تر

دیده می‌شود. آیا نیاز نیست که در این حوزه تغییر و تحولاتی ایجاد شود یا به عبارتی «صلح» را یک ارزش خیری در نظر بگیریم؟ یک دوستی می‌گفت بچه‌های من باید فحش هم بلد باشند اما باید بدانند که فحش ندهند. اما دانستن فحش یا مفهوم فحش لازم است. با همین ظرافت می‌خواهم بگویم که روزنامه‌نگاران خاصیت ابزارهای حرفه‌ای را باید بشناسند اما باید آگاه و هوشیار باشند که استفاده کردن از آنها در جهت اعمال اهداف شخصی و نظایر آن مذموم است.

■ آیا یونسکو برنامه‌های آموزشی را در جهت ترویج صلح، گفت‌وگو یا ارتباطات رسانه‌ای صلح‌آمیز تدارک دیده است؟

گفت‌وگوی تمدن‌ها که سال‌هاست بحث اصلی یونسکو است و یونسکو بر این اعتقاد است که گفت‌مان بین ملت‌ها و فرهنگ‌ها می‌تواند در جهت ایجاد صلح و دنیای بهتر سازنده باشد. یونسکو همچنین ابزار تحقق این امر را دموکراسی می‌داند و دموکراسی در یک جامعه تحقق نمی‌یابد مگر آن که مردم آن جامعه از رشد علمی و آگاهی کافی برخوردار باشند. در این حلقه یونسکو برای آموزش اهمیت فراوانی قایل است. آن هم آموزش برای همه و به همه نوع. در این عرصه، رسانه‌ها نقش مهمی در آموزش و آگاهی دادن به عموم دارند و به همین دلیل رسانه‌ها مورد حمایت یونسکو قرار دارند. از طریق انتشار کتب، جزوات و کارگاه‌های آموزشی نیز اقداماتی در این زمینه صورت گرفته است.

■ مشخصاً آموزش ارتباطات رسانه‌ای صلح‌آمیز مدنظر یونسکو قرار دارد؟ نگاه خود شما به این مقوله چیست؟

ببینید ایجاد صلح و حفظ صلح فی‌نفسه یک حسنه است در مقابل جنگ که سیئه است. بنابراین انسان‌هایی که به

مسائل نیک و خیر و صلاح می‌اندیشند، به صلح هم می‌اندیشند. به نظرم لازم نیست که یک درسی آموزش بدهیم که صلح را برقرار کنیم. هر کسی که این شعور عمومی را پیدا کرده باشد که صلح لازمه یک زندگی آرام و توسعه پایدار است در جهت حفظ و تحکیم آن کوشش می‌کند. ما باید توسط رسانه‌ها این تفکر را در اذهان عمومی جا بیندازیم، به هر طریقی این کار ممکن است و آموزش هم البته مؤثر است. تکرار این اندیشه بسیار سازنده است هر چند روزنامه‌نگاران و خبرنگاران به این امر واقف باشند اما بحث درباره مقوله صلح بسیار مؤثر است. یونسکو از این نوع ارتباطات استقبال می‌کند و بعضاً کارهایی را در این جهت انجام داده است.

■ رسانه‌ها مشخصاً با چه مکانیزم‌هایی می‌توانند در جهت ترویج صلح و گفت‌وگو گام بردارند؟

شاید یکی از راه‌ها و مهم‌ترین کارها توسط رسانه‌ها، انعکاس پیامدها و زشتی‌های جنگ و نشان دادن مزایا و ویژگی‌های صلح و فراهم کردن زمینه بحث در این باره است. روش دیگر می‌تواند آشنا ساختن با ادبیات صلح‌آور و استفاده از آن در رسانه‌ها باشد. به عنوان مثال یونسکو مجموعه‌ای از اشعار شاعران معاصر را که مضمون صلح دارند، جمع‌آوری کرده است و به زودی آن را چاپ خواهد کرد. این مکانیزم‌ها زمانی می‌تواند بکار گرفته شود که رسانه‌ها همواره این باور را داشته باشند و فراموش نکنند که رسالت آنان در جهت حفظ صلح جهانی به مفهوم زندگی آرام با حفظ سنت‌ها و فرهنگ‌های متنوع است که از اجداد ما به ارث رسیده و بعضاً هم دستخوش تحولات و یا اضمحلال قرار گرفته است. تقویت و پررنگ کردن این رسالت می‌تواند ما را به سوی ارتباطات رسانه‌ای صلح‌آور و دنیای آرام و صلح‌آمیز سوق دهد.

دکتر محمد رضا تاجیک رئیس مرکز تحقیقات استراتژیک ریاست جمهوری:

## جهان، نیازمند یک جنگ رسانه‌ای علیه جنگ است

امنیت ملی خود را فراموشی تعریف نکرده و خود را به عنوان هژمون واحد جهانی قلمداد نکند.

بنابراین، ایجاد صلح و تفاهم پایدار بین‌المللی، بستگی تام و تمام به اراده معطوف به آگاهی و قدرت و عدالت جامعه جهانی دارد، و این نیز ممکن نمی‌گردد مگر از رهگذر شکل‌گیری جامعه مدنی جهانی.

■ رسانه‌ها در این فضا چگونه می‌توانند در کاهش تنش‌ها و تضادهای نقش‌آفرین باشند؟

رسانه‌ها زبان گویا و غیرقابل کنترل عصر ما هستند. رسانه‌ها به عنوان یک نهاد مدنی جهان وطنی، واسطه فعال گفت‌وگوی میان ملل و دول و تمدن‌ها و سازمان‌ها و افراد هستند. لذا هم می‌توانند پیام‌آور صلح باشند و هم زمینه‌ساز جنگ. در عصر جهانی شدن، که از رهگذر ارتباطات، اطلاعات انبوه حاصل شده است، اربابان ارتباط و اطلاع، بیش از هر بازیگر رسمی و غیررسمی دیگری می‌توانند در نزدیک کردن «جان»ها و «دل»ها و «رفتار»ها و «کردار»ها با یکدیگر نقش ایفاء نمایند. رسانه‌ها نه مرز انسانی می‌شناسند و نه مرز جغرافیایی و نه مرز

■ تحقق صلح و تفاهم بین‌المللی نیازمند چه بسترها و مواردی است؟

به نظر من دوران ایجاد صلح و امنیت بین‌المللی از رهگذر آموزه‌هایی نظیر «توازن وحشت»، «توازن قدرت»، «تمرکز قدرت»، «هژمونی جهانی» و... گذشته است. لذا تنها در شرایطی می‌توان به صلح و تفاهم پایدار بین‌المللی اندیشید که: نخست، همگان شأن و منزلت برابر - حقوقی یکدیگر را به رسمیت بشناسند؛ دوم، همگان اصل حاکمیت ملی یکدیگر را به رسمیت بشناسند؛ سوم، همگان اصل تفاوت و تمایز فرهنگ‌ها، نظام‌ها، سیاست‌ها را محترم بشمارند؛ چهارم همگان خود را ملزم به رعایت اصول، حقوق و قواعد و قوانین بین‌المللی بنمایند؛ پنجم، همگان با اراده‌ای واحد (و از رهگذر سازمان‌ها و مجامع پذیرفته شده بین‌المللی) با کشورهای خاطی و جنگ‌طلب برخورد نمایند؛ ششم، همگان تلاش کنند تا «گفت‌وگو» و «مذاکره» به عنوان برترین و تنها راه‌حل منازعات و مناقشات شناخته شود؛ هفتم، همگان برای اعتمادسازی در روابط میان کشورها تمامی مساعی خود را مبذول دارند؛ هشتم، هیچ کشوری منافع و مصالح و

■ دوران ایجاد صلح و امنیت بین‌المللی از رهگذر آموزه‌هایی نظیر «توازن وحشت»، «توازن قدرت»، «تمرکز قدرت»، «هژمون جهانی» و... گذشته است.

■ ایجاد صلح و تفاهم پایدار بین‌المللی، بستگی تام و تمام به اراده معطوف به آگاهی و قدرت و عدالت جامعه جهانی دارد، و این نیز ممکن نمی‌گردد مگر از رهگذر شکل‌گیری جامعه مدنی جهانی.

■ رسانه‌ها به عنوان یک نهاد مدنی جهان وطنی، واسطه فعال گفت‌وگوی میان ملل و دول و تمدن‌ها و سازمان‌ها و افراد هستند.

■ رسانه‌ها نه مرز انسانی می‌شناسند، نه مرز جغرافیایی و نه مرز گفتمانی، فرهنگی و تمدنی، بالمآل، بیش از هر نهاد دیگری می‌توانند به مناسبات و ملاحظات تشنج‌زا و جنگ‌آفرین رسوخ کرده و شرایط را برای تحقق یک صلح پایدار فراهم آورند.

گفتمانی، فرهنگی و تمدنی، بالمآل، بیش از هر نهاد دیگری می‌توانند به مناسبات و ملاحظات تشنج‌زا و جنگ‌آفرین رسوخ کرده و شرایط را برای تحقق یک صلح پایدار فراهم آورند. افزون بر این، رسانه‌ها به علت خاصیت اکولوژیک خود که تأکید بر وسعت و قابلیت تأثیرگذاری آنها در تحولات اجتماعی - سیاسی جامعه دارد، نه تنها قادر به فضاسازی سریع، بلکه قادر به دگرگون کردن سریع همه چیز هستند.

■ این تأثیرگذاری با استفاده از چه ابزارها و شیوه‌هایی امکان‌پذیر است؟

در این شرایط، به اعتقاد من، رسانه‌ها هم می‌توانند به شیوه‌های سلبی و هم ایجابی در کاهش تنش‌ها و تضادهای فراهم آوردن بستر صلح پایدار نقش ایفاء نمایند. در بُعد سلبی می‌باید نوعی پسادگفتمان در مقابل گفتمان‌های جنگ‌طلب و خشونت‌پیشه سامان داده شود و افکار عمومی جهان برای پرهیز، اجتناب و ممانعت از جنگ و خشونت تحریک و بسیج شود. در بُعد ایجابی، رسانه‌ها خود می‌باید گفتمان ساز باشند: گفتمانی مبتنی بر صلح و همزیستی مسالمت‌آمیز. اگر بخواهم بیان جناب خاتمی را بکار ببرم، رسانه‌ها می‌توانند در شرایط فعلی سامان‌دهنده یک ائتلاف

جهانی برای صلح باشند و از رهگذر یک نوع همایش اینترنتی (بینا - رسانه‌ای) یک نوع فضای روانی و گفتمانی جدی را پیرامون این موضوع شکل دهند. در یک کلام، جامعه جهانی، امروز بیش از همیشه، نیازمند برپا ساختن یک جنگ تمام عیار رسانه‌ای علیه جنگ و خشونت هستند.

■ با توجه به این موضوع، قبل از عمل به صلح یا جنگ باید اندیشه آن وجود داشته باشد انگاره‌سازی توسط رسانه‌ها تا چه اندازه می‌تواند در ایجاد اندیشه جنگ و صلح مؤثر باشد.

رسانه‌ها می‌توانند با بهره جستن از نمادها و کلمات، به پدیده‌ها و حوادث و رفتارها و کردارها، محتوی و معنای خاص خود را اعطاء کرده و از رهگذر انتقال این معنی و محتوی، بر فرد مصرف‌کننده تأثیری ژرف بگذارند. به بیان دیگر، رسانه‌ها می‌توانند یک بازی بالقوه پایان‌ناپذیر از نشانه‌ها را پایه‌گذاری کنند که به اجتماع نظم بخشیده و در فرد احساس صلح‌طلبی و یا جنگ‌طلبی را برانگیزد. بنابراین، در دنیای رسانه‌ای‌ها، گاه مردم در بازی انگاره‌ها و صورت‌های خیالی گرفتار می‌آیند که کمترین ارتباطی با یک واقعیت خارجی ندارند در واقع،

آنان در جهانی از صورت‌های خیالی زندگی می‌کنند که در آن انگاره‌ها و وانموده‌ها جایگزین تجربه مستقیم و شناخت مصداق یا مدلول یک رویداد شده‌اند و گاه نیز، مردم با ورود خود به دنیای رسانه‌ای از چنبره صورت‌های خیالی‌رهایی می‌یابند و با واقعیت‌ها آشنا می‌شوند.

می‌خواهم بگویم که رسانه‌ها با انگاره‌سازی می‌توانند خالق جهانی «وانموده» - جهانی که در آن مرز واقعیت با غیرواقعیت، حقیقت با غیرحقیقت مخدوش می‌شود و «هست»ها «نیست» جلوه داده می‌شوند و بالعکس - باشند؛ می‌توانند به افکار عمومی شکل دهند و احساسات عمومی را به غلیان و هیجان بیاورند؛ می‌توانند انسان‌ها را در فضایی حاد - واقعیتی قرار دهند که در آن به جنگ بیندیشند یا به صلح؛ می‌توانند پرده از جهان‌های وانموده و حاد - واقعیتی بردارند و انسان‌ها در یک جهان واقعی، همزیست و همگرا کنند؛ می‌توانند معمار جهانی همگرا و همزیست باشند و نیز می‌توانند سازنده جهانی واگرا و پرچالشی باشند که در آن همه گرگ یکدیگرند و جنگ همه علیه همه در آن برپاست.

به هر حال، به تعبیر بودریار، رسانه‌های گروهی نشانگر عصر نوینی هستند که در آن شیوه‌های قدیمی تولید و مصرف جای خود را به دنیای تازه ارتباطات داده‌اند. این دنیای ارتباطات و اطلاعات، به نوبه خود، رسانه را به عنوان برجسته‌ترین و مؤثرترین بازیگر صحنه جهانی معرفی نموده است. بنابراین، رسانه‌ها هم در سطح جامعه نخبگان و هم در سطح جامعه مردمان، نقش بسیار ویژه‌ای را ایفا می‌کنند و قادرند به روابط و مناسبات انسان‌ها و جوامع انسانی آنچنان شکل و محتوا دهند که همگان گرد عمارت صلح و آرامش، دست در دست هم به طواف مشغول شوند.

## رسانه‌های دیجیتالی بیشتر می‌توانند در خدمت صلح باشند

■ **تحقق صلح، تفاهم بین‌المللی و گفت‌وگو توسط رسانه‌ها در دنیای کنونی نیازمند چه بسترها و پیش‌زمینه‌هایی است؟**

اگر ما صلح را به معنای شرایط غیرجنگ تعریف کنیم کما این که شرایط مبتنی بر تخصص، تحریک‌کننده صلح و مخاطره‌افکن به آن است، طبعاً هر چه شرایط بدون کشمکش باشد، رسانه‌ها سعی می‌کنند حالت آرامش بخش بیشتری داشته باشند و به دلیل دامنه گسترده تأثیرگذاری آنها می‌توانند در حفظ شرایط آرام، نقش مؤثرتری ایفا کنند. اما باید از رسانه‌ها ارزیابی دقیق‌تر داشته باشیم. وقتی می‌گوییم رسانه باید بینیم مرادمان کدام یک از رسانه‌ها است.

■ **این موضوع از طریق رسانه‌های نوشتاری چگونه امکان‌پذیر است؟**

رسانه‌های نوشتاری از بستر ارتباطی یکسویه و عمودی استفاده می‌کنند. در واقع پیام‌ها از بالا به پایین ارسال می‌شود. نقش رسانه‌های نوشتاری در این زمینه در سه بستر قابل بررسی است. بستر اول مبتنی بر مدل اقتصاد سیاسی است. اگر از منظر اقتصاد سیاسی به موضوع نگاه کنیم معنایش این است که ما باید رسانه را روی نقشه ثروت و قدرت تحلیل کنیم. در این مدل، هر رسانه‌ای به کانون‌های قدرت و ثروت متصل است و اگر اراده کانون‌های

قدرت و ثروت، اراده‌ای معطوف به جنگ باشد، علی‌القاعده رسانه‌ها جنگ مدارانه رفتار می‌کنند و اگر اراده کانون‌های قدرت و ثروت اراده‌ای معطوف به صلح باشند، رسانه‌ها هم صلح‌آمیز رفتار می‌کنند. زیرا در مدل اقتصاد سیاسی، رسانه‌ها عامل تغییرات نیستند بلکه ناقل تغییرات هستند.

بستر دوم، مبتنی بر نگاه به تغییرات اجتماعی با اتکا به تأثیر وسایل ارتباط جمعی مدل موسوم به تأثیرات Effect Model است.

در مدل تأثیرات، دو ایده وجود دارد. ایده تأثیرات پر شدت و ایده تأثیرات کم شدت.

در ایده تأثیرات پر شدت، قدرت در رسانه‌ها متبلور می‌شود. به عبارت دیگر ما قایل به نظریه تزریقی هستیم. براساس این نظریه، مخاطب منفعل است و این رسانه است که رفتاری همچون شلیک گلوله‌های جادویی انجام می‌دهد که پیام‌ها به محض اصابت به مخاطب، در او تزریق شده و رفتار دلخواه در او شکل می‌گیرد. در ایده تأثیرات کم‌شدت، موضوع برعکس است. قدرت در مخاطب متبلور می‌شود و رسانه منفعل است. در این ایده، مخاطبان با استراتژی‌های دفاعی از برابر گلوله‌های جادویی رسانه‌ها می‌گریزند و به اصطلاح معروف جا خالی می‌کنند. در

این تفکر مبتنی بر مدل تأثیرات، رسانه‌ها عامل تغییر دیده می‌شوند. در واقع اندیشه صلح و جنگ یا ترویج آرامش و کشمکش به جای آن که در کانون‌های قدرت و ثروت متمرکز شود، بر روی خود رسانه متمرکز است.

مدل سوم، مدل فرهنگی است. براساس این مدل، رسانه‌ها نه ناقل تغییرات هستند نه عامل تغییرات. بلکه حکم یک نقشه عمل را دارا هستند. مثل نقشه یک شهر که در آن اتوبان‌ها، خیابان‌ها، کوچه‌ها، خودروها و حتی آدم‌ها و صدالبته علایم راهنمایی و رانندگی مشخص است. در اینجا، آرامش و کشمکش یا اندیشه صلح و جنگ تابع این نقشه عمل است.

■ **در مورد رسانه‌های دیجیتالی و الکترونیکی وضع چگونه خواهد بود؟**

در مورد رسانه‌های دیجیتالی، موضوع کاملاً متفاوت است. ما از طریق این‌گونه رسانه‌ها شانس بیشتری برای کمک به ایجاد آرامش خواهیم داشت.

■ **آیا این شانس ناشی از دو سویه و تعاملی بودن ارتباط رسانه‌های دیجیتالی با مخاطبان است؟**

بله. یک دلیل آن دوسویه و افقی بودن نوع ارتباط میان این رسانه‌ها با مخاطب است. دلیل دیگر این است که رسانه‌های دیجیتالی به خصوص در نوع کاملاً بدیع



خود یعنی وب لاگ‌ها Weblog جزو رسانه‌های حاکم، غالب یا پارادایم Main Stream مثل نیویورک تایمز، واشنگتن پست و... نیستند. به نظر من رسانه‌های دیجیتالی و به خصوص روزنامه‌نگاری مردمی یا مدنی یا سایبر در خدمت صلح هستند و بیشتر می‌توانند در خدمت صلح باشند. من معتقدم رسانه‌های دیجیتالی آلت‌رناتیو رسانه‌های غالب و حاکم هستند و عموماً ماهیت ضدقدرت دارند.

■ بین جهان سوم و جهان پیشرفته به لحاظ نوع رسانه‌های مورد استفاده، یک شکاف وجود دارد. در کشورهای جهان سوم، عمده رسانه‌ها، رسانه‌های نوشتاری است که عمدتاً نیز به کانون‌های قدرت و ثروت متکی می‌باشند. نمونه آن، کشور خودمان است و رسانه‌های دیجیتال هم آنچنان که باید و شاید جای خود را در این کشورها پیدا نکرده است. این در حالی است که به گفته شما رسانه‌های دیجیتالی بیشتر و بهتر می‌توانند در خدمت صلح و تفاهم بین‌المللی باشند. برای کشورهای جهان سومی چه کار می‌توان کرد؟

ببینید در بحث رسانه‌های دیجیتال هم ما رسانه‌های پارادایم یا غالب داریم، سایتی مثل سایت CNN یا BBC را در نظر بگیرید. یا سایت نیویورک تایمز و واشنگتن پست را در نظر بگیرید. اینها در سایت خودشان جزو رسانه‌های حاکم هستند. اما تأکید من عمدتاً روی سایت‌های شخصی و به‌خصوص وب لاگ‌ها است. اما این که می‌گویید فاصله ما یا جهان سوم با آنها، فاصله زیادی است. علی‌القاعده از نظر تکنولوژیک همین‌گونه است. اما فراموش نکنیم که در ارتباطات، تکنولوژی الزاماً به معنی خرد یا قدرت برتر محتوایی نیست. مشروعیت پیام رابطه‌ای با تکنولوژی ندارد. تکنولوژی‌ها دامنه توزیع پیام،

- رسانه‌های دیجیتالی و بخصوص روزنامه‌نگاری مردمی یا مدنی یا سایبر، بیشتر می‌توانند در خدمت صلح باشند.
- در ارتباطات، تکنولوژی الزاماً به معنی خرد یا قدرت برتر محتوایی نیست. مشروعیت پیام، رابطه‌ای با تکنولوژی ندارد.
- ما باید مشروعیت پیام و یا اصالت پیام خودمان را از طریق استفاده از فضای دیجیتال به اثبات برسانیم.
- شاید اساساً جذابیت فضای دیجیتال به دلیل به چالش کشیده شدن قدرت کانون‌های اقتدار و ثروت باشد.

سرعت توزیع پیام و پوشش وسیع پیام را تأمین و تضمین می‌کنند. ما از جنبه تکنولوژیک عقب هستیم اما در عرصه وب‌لاگ و سایت‌سازی فرصت‌های برابری وجود دارد. نرم‌افزارهای ساده و کاربردی وجود دارد و ما باید مشروعیت پیام و یا اصالت پیام خودمان را از طریق استفاده از فضای دیجیتال به اثبات برسانیم. دید من این است و معتقدم که یک سرمایه‌گذاری بلندمدت در این زمینه لازم است و شاید پروژه تکفا که اخیراً اعلام شد و محور آن گسترش تکنولوژی اطلاع‌رسانی IT است، طلیعه خوبی برای این مسأله باشد.

■ مواجهه کانون‌های قدرت و ثروت را با این مسأله چگونه می‌بینید؟ این مواجهه مربوط به امروز نیست. همان‌طور که در جهان واقعی، سیاست‌های معطوف به قدرت داریم علی‌القاعده آن سیاست‌ها در فضای دیجیتال هم تعقیب می‌شود و شاید اساساً جذابیت فضای دیجیتال به دلیل همین به چالش کشیده شدن قدرت کانون‌های اقتدار و ثروت باشد. یک نمونه بسیار بارز آن را مثال بزنم، رسوایی کلیتون - لوینسکی، شکست اجلاس جهانی سازی در سیاتل آمریکا و تظاهرات ضدجهانی سازی در «جنوا» ایتالیا باشد. در واقع این سه اتفاق در حالی رخ داد که رسانه‌های حاکم و فراگیر عملاً در جهت عکس حرکت می‌کردند. ■ همان‌طور که می‌دانید اندیشه جنگ قبل از عمل به جنگ بوجود می‌آید و قطعاً عمل به صلح ناشی از اندیشه صلح خواهد بود. در حال حاضر انگاره‌هایی که توسط رسانه‌ها ترویج می‌شود بوی جنگ می‌دهد یا صلح؟ این انگاره‌سازی چه نقشی در ایجاد دنیای آرام یا دنیای متخاصم خواهد داشت؟ فراموش نکنیم خود ما روزنامه‌نگاران، کانون‌های خبری، خبرگزاری‌ها و ایستگاه‌های رادیویی و تلویزیونی، اساساً به گفتمان‌های کشمکش محور باور داریم. کما این که در محافل آکادمیک و در همه جای دنیا ارزش خبری کشمکش آموزش داده می‌شود. یعنی به روزنامه‌نگار گفته می‌شود که کشمکش یک ارزش است. حال چه در سطح بین فردی و در قالب یک دعوای خیابانی باشد و چه در سطح گروهی و گسترده در قالب جنگ و درگیری میان دو کشور. بنابراین این عادات قدیمی هم مایه دردسر هستند. دامن زدن به صلح و آرامش، اندیشه تازه‌ای نیست. به یاد بیاوریم اعلامیه یونسکو را علیه جنگ و نژادپرستی و تبعیض به یاد بیاوریم ده‌ها منشور اخلاق حرفه‌ای را در روزنامه‌ها و شبکه‌های خبری، رادیویی و تلویزیونی پس چرا وضعیت در فضای مبتنی بر تخصص باقی مانده است؟ چرا هنوز محور اصلی

اطلاع‌رسانی در سطح رسانه‌ای مبتنی بر دو انگاره‌ای متضاد است؛ شرق و غرب، سیاه و سفید؟ هنوز در ماجرای ۱۱ سپتامبر بحث زمامداران آمریکا، تضاد خیر و شر است. چرا هنوز رسانه‌ها سعی می‌کنند گفتمان دیگران را در گفتمان خودشان خلاصه کنند و بالعکس گفتمان خودشان را به دیگران تسری بدهند؟ من پاسخ روشنی برای این پرسش‌ها می‌بینم و آن اتکا و وابستگی رسانه‌ها به کانون‌های قدرت و ثروت است.

■ این اتفاق در حوزه رسانه‌های دیجیتال هم رخ داده است؟

وابستگی به کانون‌های قدرت و ثروت در فضای دیجیتال به حداقل رسیده است یا دست‌کم افق، هنوز تیره و تاریک نیست. بنابراین انگاره‌سازی مورد نظر شما در واقع نوک یک کوه یخ است. کوه یخی که دامنه آن به این مباحث برمی‌گردد.

■ آیا قهرمان‌سازی و ضدقهرمان‌سازی توسط رسانه‌ها در محیط دیجیتال هم ممکن است رخ دهد؟ آیا اتفاقی که در یازدهم سپتامبر رخ داد می‌توانست نتیجه نوعی قهرمان‌سازی یا ضدقهرمان‌سازی توسط رسانه‌ها بوده باشد. به ویژه آن که گفته می‌شود احساس تبعیض و حقارت و شکاف فرهنگی گروهی را تحت‌نام القاعده شکل داده است که در برابر غرب و مشخصاً آمریکا بایستد. در واقع رسانه‌ها در دامن زدن به تفاوت‌های فرهنگی و یا تبعیض‌نژادی نقش داشته‌اند.

ببینید جنایت، جنایت است. یعنی آنچه که در ۱۱ سپتامبر رخ داد مبتنی بر هر پس‌زمینه‌ای که بوده باشد، که یک جنایت است. اما این رسانه‌ها رفتار مبتنی بر نژادپرستی و تهاجم فرهنگی به جای رفتار مبتنی بر تبادل فرهنگی داشته باشند و در واقع جهانی‌سازی فرهنگی را جایگزین کثرت‌گرایی فرهنگی بکنند، قطعاً با واکنش مواجه می‌شود. همان‌طور که

اقتصاد تک محصولی در مقایسه با اقتصاد چند محصولی یک مخاطره است نه یک فرصت، یک تهدید است و نه یک موقعیت تازه. چنین وضعیتی در اکوسیستم فرهنگی هم وجود دارد.

■ در فضای دیجیتال آیا بحث یکپارچه‌سازی فرهنگی یا تعمیم قدرت و تعمیم هژمونی فرهنگی وجود دارد؟

به نظر می‌آید که در فضای دیجیتال، این موضوع بسیار ناچیز می‌شود. زیرا که در فضای دیجیتال و به خصوص در نوع تازه روزنامه‌نگاری دیجیتال که مبتنی بر وب‌لاگ است ما با افراد سروکار داریم نه با نهادها. بنابراین نظر یک فرد در حد نظر یک فرد دیگر است. خواه طرفدار آرامش باشد خواه بر طبل جنگ بکوبد. اما با توجه به این که اساساً در این که روزنامه‌نگاری سایبر علیه روزنامه‌نگاری عمودی سنتی شکل گرفته، تردیدی نیست. ضمن آن که در درون روزنامه‌نگاری سایبر نیز یک انقلاب دوم در جریان است و آن هم بلاگرها Belogger یا راه‌اندازان وب‌لاگ هستند.

■ چه نسخه‌ای را می‌توان در حوزه توجه جهان سوم به رسانه‌های دیجیتال پیچید؟ در واقع بسا استفاده از چه شیوه‌هایی می‌توان صلح را از طریق رسانه‌ها به مردم هدیه کرد؟

من فکر می‌کنم راه نجات به دست دو گروه میان‌بسر خواهد شد. یک گروه ارتباط‌شناسان هستند و گروه دیگر زبان‌شناسان.

ارتباط‌شناسان باید تمام تلاش خود را بکار بگیرند تا مفهوم سواد رسانه‌ای ترویج شود. مفهوم سواد رسانه‌ای Media Literacy آموزش تمیز دادن گفت‌وگو از میزگرد یا خبر از مصاحبه نیست.

مفهوم سواد رسانه‌ای در واقع آموزش نکاتی به مخاطبان است که مکانیزم تولید دانش یا معرفت را در رسانه‌ها دقیقاً بشناسند و بتوانند رابطه آن دانش را با

عدالت اجتماعی و کرامت انسانی ارزیابی کنند. این نوع آموزش‌ها یا در واقع سواد رسانه‌ای، مخاطبان را در برابر رسانه‌ها روبین‌تن می‌کند.

■ در مورد زبان‌شناسان چه طور؟

من فکر می‌کنم مفهوم تحلیل گفتمان انتقادی، اگر چه زبان‌شناسان کلاسیک با آن میانه‌ای ندارند و متأسفانه بحث آنها یک بحث درون‌زبانی است و بیشتر به معنی، نحو و صوت می‌پردازند و به بافت‌های فرازبانی و کاربرد زبان کاری ندارند، می‌تواند بسیار گره‌گشا باشد.

تحلیل گفتمان انتقادی در واقع مأموریت شناسایی، فضا‌سازی، انگاره‌سازی و دربرگیری‌های معنایی را به عهده دارد. من چند مثال ساده بزنم. ممکن است در مطبوعات یا رسانه‌ها بخوانید که کشور X پروژه مدرنیزاسیون تسلیحاتی را در دستور کار خود قرار داده است. مدرنیزاسیون تسلیحاتی یک اصطلاح دربرگیرانه است. در واقع به جای این که بگویند سلاح‌هایشان را مرگبارتر خواهند کرد می‌گویند به مدرنیزاسیون تسلیحاتی دست یافته‌اند. یا عبارات دیگری که بارها در رسانه‌ها به خصوص رسانه‌های غالب، حاکم و پارادایم مورد استفاده قرار می‌گیرد مثل این که می‌نویسند یا می‌گویند «مخافل دیپلماتیک می‌گویند»، «مخافل نزدیک به قدرت گفتند»، «یک کارشناس که نمی‌خواست نامش فاش شود» و یا اصطلاحاتی مثل منافع حیاتی، جزیره ثبات، توسعه، رادیکال. اینها نمونه‌هایی از دربرگیری‌های معنایی است. اگر زبان‌شناسان در معدن زبان‌های رسانه‌ای به خصوص در خبر که سرعت آن همیشه مخاطب را می‌خکوب و دچار غفلت می‌کند، به دنبال رگه‌های خشونت‌زا باشند و پرده از روی خشونت‌های زبانی رسانه‌ای بردارند، قطعاً افق ارتباطات روشن‌تر از پیش خواهد شد.

محمد مهدی فرقانی:

## تحکیم صلح، نیازمند اتحاد رسانه‌ای است

■ ارزیابی شما از عملکرد رسانه‌ها در ترویج فرهنگ صلح یا خشونت در دنیای کنونی چیست؟ آیا رسانه‌های جهان بیشتر به انتشار مضامین خشونت‌زا پرداخته‌اند یا مضامین صلح‌آمیز؟ زندگی بشر اساساً دو چهره دارد. یک چهره محبت‌آمیز توأم با صلح، برادری، صمیمیت، وفاق و خدمت به هم‌نوع که علی‌رغم تمام انتقاداتی که به روندهای جهانی وجود دارد، این چهره در زندگی واقعی بشر هنوز عینیت دارد و به گستردگی قابل مشاهده است. چهره دیگر، چهره جنگ‌طلبی، درگیری و خشونت است. این دو چهره از بدو تاریخ تا امروز در کنار یکدیگر واقعیت زندگی بشر را شکل داده‌اند. اما این که رسانه‌ها بیشتر به باز نمود کدام چهره پرداخته‌اند، نکته قابل تأملی است. به نظر می‌رسد که به دو دلیل عمده، رسانه‌ها عمدتاً در خدمت تقویت چهره مناقشه و منازعه در سطح بین‌المللی بوده‌اند. یک عامل، ذات ماجراجویی

رسانه‌ها است به این مفهوم که ارزش‌های خبری «درگیری، برخورد و کشمکش» بیشتر از سایر ارزش‌های خبری مورد توجه رسانه‌ها است زیرا که این مسائل برای مخاطبان جاذبه دارد. بخصوص از زمانی که عصر مطبوعات تجاری آغاز می‌شود و جذب و جلب مخاطب به هر قیمتی در دستور کار بین‌المللی رسانه‌ها از دهه ۱۸۳۰ به بعد، قرار می‌گیرد. زیرا که اصولاً روزنامه‌نگاری برخورد و کشمکش متضمن فروش بیشتر، کسب سود بیشتر، تأمین آگهی بیشتر و در واقع تعیین‌کننده منافع سرمایه‌داری است. عامل دیگر وابستگی مستقیم یا غیرمستقیم رسانه‌ها به قدرت و تغذیه محتوای رسانه‌ها از منابع قدرت است. به این معنا که در طول تاریخ، قدرت سیاسی از یکسو منبع عمده تولید اطلاعات و از سوی دیگر هژمونی و حاکم‌سازی ایدئولوژی حاکمان در جامعه بوده است (البته من از نگاه اقتصادی به این موضوع می‌پردازم ضمن آن که نگاه

خوش‌بینانه هم وجود دارد که نقش مثبت رسانه‌ها را مورد تأکید قرار می‌دهد). اصولاً بسیاری از رسانه‌ها، عمدی یا سهوی ترجیح می‌دهند که اطلاعات مورد نظرشان را به ویژه آنجا که به مسائل و مناقشات بین‌المللی مربوط می‌شود از دولتمردان بگیرند و چهره‌ای که ما از رفتار بین‌المللی دولتمردان داریم عملاً چهره درگیری و تضاد و حفظ منافع ملی به قیمت حتی به خطر انداختن صلح جهانی و حفظ قدرت به هر شکل بوده است. این چهره‌ای است که در واقع قابل رویت است. آخرین و تازه‌ترین نمود آن را در جریان حادثه ۱۱ سپتامبر می‌توان دید. تحلیل محتوا و تحلیل گفتمان رسانه‌های غربی نشان می‌دهد که آنها عملاً در پی تقویت کینه و خصومت و نگاه نامهربانانه به مسلمانان، فلسطینی‌ها، اعراب و اسلام به‌طور کلی، بوده‌اند. حتی در جریان تهدید ماه‌های اخیر بوش رئیس‌جمهوری امریکا در افغانستان،



■ دکتر محمد مهدی فرقانی استاد دانشگاه: به نظر می‌رسد که به دو دلیل عمده، رسانه‌ها عمدتاً در خدمت تقویت چهره مناقشه و منازعه در سطح بین‌المللی بوده‌اند. یک عامل ذات ماجراجویی رسانه‌ها است و عامل دیگر وابستگی مستقیم یا غیرمستقیم رسانه‌ها به قدرت و تغذیه محتوای رسانه‌ها از منابع قدرت.

■ در طول تاریخ، قدرت سیاسی از یکسو منبع عمده تولید اطلاعات و از سوی دیگر هژمونی و حاکم‌سازی ایدئولوژی حاکمان در جامعه بوده است.

عراق و کشورهای دیگر، موضع مشفقانه چندانی از سوی رسانه‌های غربی مشاهده نمی‌شود، علی‌رغم این که در جریان این درگیری‌ها، صلح و تفاهم بین‌المللی دستخوش تهدید قرار می‌گیرد.

■ با توجه به چنین رویکردی در رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های غالب و مطرح در عرصه بین‌المللی، چگونه می‌توان به تحقق صلح از طریق رسانه‌ها پرداخت؟ به نظر می‌رسد که در نگرش رسانه‌های بین‌المللی نیاز به یک چرخش و بازنگری وجود دارد. به این معنا که اخبار و گزارش‌های صلح‌آمیز را باید محور تولیدات رسانه‌ای قرار دهیم و ذائقه مخاطب را نیز دگرگون کنیم. زیرا که مصلحت بشریت در تغییر این ذائقه نهفته است. ذائقه دولتمردان را نیز رسانه‌ها باید تغییر دهند. زیرا که جنگ هیچ‌گاه میان دو ملت نیست بلکه میان دو دولت است و ملت‌ها عملاً وارد میدان منازعه دولت‌ها می‌شوند و آسیب می‌بینند.

■ پس شاید نخستین کار رسانه‌ها اصلاح نگرش سیاستمداران باشد؟

بله. زیرا تا ذهنیت سیاستمداران تغییر نکند، شاهد صلح نخواهیم بود. تا هنگامی که جنگ و کشمکش به عنوان ساده‌ترین و قابل دسترس‌ترین ابزار حل اختلافات و یا تأمین منافع در نظر گرفته می‌شود، صلح و فرهنگ صلح گسترش نخواهد یافت و تا عملاً سیاستمداران و دولتمردان به موازین صلح و تفاهم در عرصه بین‌المللی

رسانه‌ای متعلق به دولت یا سرمایه‌داری یا مالکیت عمومی کار می‌کند، به لحاظ اخلاق حرفه‌ای موظف است که با هر اندیشه جنگ‌طلبانه و هرگونه پرخاشگری و خشونت در هر چهره و لباسی مخالفت و در برابر آن مقاومت کند. در مقابل باید فرهنگ صلح و مدارا و تفاهم را در سطح بین‌المللی و ملی ترویج کند. در واقع پایبندی به اصل اخلاق حرفه‌ای، نوعی اتحاد استراتژیک را در نگرش رسانه‌ای همه روزنامه‌نگاران باید بوجود آورد که آن، مخالفت با فرهنگ جنگ، مناقشه و منازعه از سوی هر قدرتی و چهره‌ای است. بنابراین به نظر می‌رسد، جهان نیازمند تقویت بنیادهای اخلاق حرفه‌ای رسانه‌ای و ایجاد ضمانت اجرا برای پایبندی به این اصول است. رسالت آن هم عمدتاً به عهده تشکل‌های حرفه‌ای، مدنی و غیرسیاسی روزنامه‌نگاران و رسانه‌ها است. البته این که دولت‌های ملی و

پایبند نباشند، صلح شکل نخواهد گرفت. ■ تغییر ذهنیت سیاستمداران زمانی که رسانه‌ها عمدتاً تحت تأثیر و نفوذ همین سیاستمداران هستند، چگونه امکان‌پذیر است؟

در وهله نخست، روی سخنم با رسانه‌های مستقل از منابع قدرت اقتصادی و سیاسی است. می‌دانیم که یونسکو در سال‌های اخیر سیاست توسعه رسانه‌ای خود را در تقویت رسانه‌های آزاد

■ اصولاً بسیاری از رسانه‌ها، عمدی یا سهوی ترجیح می‌دهند که اطلاعات موردنظرشان را به ویژه آنجا که به مسائل و مناقشات بین‌المللی مربوط می‌شود از دولتمردان بگیرند و چهره‌ای که ما از رفتار بین‌المللی دولتمردان داریم عملاً چهره درگیری و تضاد و حفظ منافع ملی به قیمت حتی به خطر انداختن صلح جهانی و حفظ قدرت به هر شکل بوده است.

نهادهای بین‌المللی تا چه اندازه در این زمینه اهتمام بورزند بسیار تعیین‌کننده است. از یکسو گفت‌وگوی تفاهم‌آمیز، نفی خشونت و پرخاشگری در سطح ملی باید به عنوان زیرساخت روزنامه‌نگاری صلح در سطح بین‌المللی محسوب شود و از سوی دیگر نهادهای بین‌المللی از سازمان ملل متحد گرفته تا تشکل‌های بین‌المللی روزنامه‌نگاری باید تلاش کنند تا زمینه پایبندی به اخلاق صلح و مدارا و دوستی در رسانه‌ها را فراهم سازند. به نظر

و مستقل و کثرت‌گرا متمرکز کرده است. رسانه‌هایی که به‌طور مستقیم به ساختار قدرت متصل هستند به هر حال ناگزیر از نوعی وفاداری و پایبندی به نگاه و خط‌مشی حکومت هستند. اما به نظر من روزنامه‌نگاری و روزنامه‌نگاران صرف‌نظر از آن که به منابع خصوصی یا دولتی یا ملی وابستگی داشته باشند، باید به تعهد و اخلاق حرفه‌ای خود پایبند باشند. معنای این سخن آن است که یک روزنامه‌نگار صرف‌نظر از این که در

من کسی که خود را روزنامه‌نگار می‌داند صرف‌نظر از وابستگی به منابع رسانه‌ای که او را حمایت می‌کنند، یک وظیفه حرفه‌ای و اخلاقی دارد، گرچه در عمل دشوار است که بتوان عملکرد رسانه‌ها را صرف‌نظر از وضعیت مدیریت و مالکیت آنها ارزیابی کرد ولی به نظر می‌رسد که نیاز به شکل‌گیری سازوکاری داریم تا روزنامه‌نگاران مروج فرهنگ جنگ را از جامعه جهانی رسانه‌ای، منزوی و ایزوله کنیم. البته این یک وضعیت آرمانی است و طبیعی است که با ساختار جهانی قدرت فعلی خیلی انتظار تحقق کامل آن را نباید داشته باشیم. اما به نظر من مهم این است که ما چنین رویکردی را در جهت‌گیری اولیه به لحاظ ذهنی بپذیریم و دوم آن که به شیوه عمل آن وفادار بمانیم. اصل اخلاق حرفه‌ای رسانه‌ای در عدم تبلیغ برای جنگ و تقویت صلح و تفاهم بین‌المللی به عنوان الگوی روزنامه‌نگاری معاصر باید در کار حرفه‌ای روزنامه‌نگاران تجلی و عینیت یابد.

■ آیا تأثیرگذاری رسانه‌های مکتوب، دیداری و شنیداری و دیجیتالی در ترویج صلح و گفت‌وگوی بین‌المللی متفاوت است؟ کدامیک اثر بیشتری دارند؟

با توجه به تعاملی بودن رسانه‌های دیجیتالی آیا می‌توان گفت که باید سرمایه‌گذاری اصلی بر روی این رسانه‌ها

### متمرکز شود؟

من خیلی مطلق نمی‌توانم این فرضیه را تأیید کنم. چون هنوز هیچ تحقیق یا مطالعه علمی، این معادله را ثابت نکرده است. در این که رسانه‌های دیجیتالی هم می‌توانند در این زمینه خدمات مؤثر داشته باشند، تردیدی نیست اما این که کدامیک مؤثر است به قاطعیت نمی‌توان گفت.

من معتقدم همگرایی رسانه‌ها می‌تواند بیشترین نقش را داشته باشد و گرنه صدای یک رسانه به تنهایی رسا نخواهد بود. بدون تعصب، باید به کارکرد مجموعه رسانه‌ها در کنار یکدیگر نگاه کنیم. رسانه‌های پیشین نمی‌شوند بلکه یکدیگر را کامل و خلأهای یکدیگر را می‌پوشانند. ضمن آن که هنوز هم رسانه‌های مکتوب صدای نخبگان هستند و نخبگان هم تغذیه‌کنندگان فکری جوامع محسوب می‌شوند. نقش ماندگاری این رسانه‌ها، به تأثیرگذاری آنها عمق بیشتری می‌بخشد گرچه ممکن است به دلیل گستره حضور و نفوذ، آنچنان وسیع نباشد اما باید بپذیریم که رسانه‌های دیجیتالی فراگیر و عمومی نشده‌اند. بنابراین در توصیف تأثیرگذاری رسانه‌ها نباید دچار شیفتگی و یا ذهنیت بسته و شکننده شد. ضمن آن که بخشی از آنچه در شبکه‌های دیجیتالی به عنوان اطلاعات جریان می‌یابد الزاماً اطلاعات

موثق و مطمئن و درستی نیست. هر چند مزایای رسانه‌های دیجیتالی از جمله تعاملی و دوسویه بودن ارتباطات و توسعه امکان توزیع اطلاعات و کاهش امکان نظارت و کنترل بر امور غیرقابل انکار است اما در وضعیت فعلی باید نگاهی فراگیر داشته باشیم و از همه امکانات رسانه‌ای برای تحقق تفاهم و صلح بین‌المللی استفاده کنیم.

■ با چه آموزش‌های رسانه‌ای می‌توان به ترویج فرهنگ صلح و گفت‌وگو از طریق رسانه‌ها کمک کرد؟

آموزش تأثیر مهمی دارد. اگر ما بخواهیم اصل اخلاق حرفه‌ای را رعایت کنیم ناگزیریم که این رسالت را در برنامه‌های آموزشی رسانه‌ای بگنجانیم و به روزنامه‌نگاران علاوه بر آن که پایبندی به میثاق کلی حرفه‌ای را یادآوری می‌کنیم باید بیاموزیم که خدمت به صلح و مقابله با پرخاشگری و خشونت نیز یک مسئولیت ذاتی حرفه‌ای است و این نکته باید در آموزه‌های روزنامه‌نگاری و اولویت‌های برنامه‌ریزی آموزشی در نظر گرفته شود.

در کوتاه‌مدت، نهادهای مدنی، تشکل‌های ملی و بین‌المللی می‌توانند و باید در این زمینه فعال باشند و دوره‌های آموزشی را با تأکید بر رعایت اخلاق حرفه‌ای و تأکید بر ضرورت صلح و مقابله با تخاصم برگزار کنند. □

### توضیح و تصحیح

در مورد مقاله مندرج در رسانه شماره ۴۹ تحت عنوان «بررسی حقوق مطبوعات در ایسران» نوشته آقای کریم نعمتی‌اقدم، لازم به توضیح است که بخش‌های قابل توجهی از مطلب ایشان بدون ذکر مستقیم منبع از تقریرات و تألیفات آقای دکتر کاظم معتمدنژاد استاد علوم ارتباطات برداشت شده که متأسفانه از ذکر مأخذ غفلت گردیده و مناسب بود ارجاعات متن به صورت ذکر منبع و مأخذ و زیرنویس اعلام می‌شد.

رسانه