

این حال، هنوز به ارتباطی که بین این گونه جزییات مالی و محصولات خبری روزنامه نگاران وجود دارد، توجه کمی می شود. یعنی، خبرنگاری که زندگی روزانه اش باید وقف مشاهده دقیق امور باشد، حواس و حساسیت خود را به طور کامل صرف واقعیات کار و تخصصش نمی کند. تبلیغاتچی اغلب مورد نفرت قرار دارد؛ غالباً مقدم او و امثال او را در اتاق خبر گرامی نمی دارند و خبرنگار یا ادیتور وی ترجیح می دهند با کمال میل به زندان بروند تا آنکه قضاوت خبریشان تحت تأثیر دنیای تبلیغاتی (بی ارزش) و احمقانه تبلیغاتچی قرار بگیرد. او مایل است - بسیار بیش از تمایل - که قضیه در همین جا ختم شود. او آماده نیست تا پا از پوسته ظاهری واقعیت فراتر نهد. یا می توان بهتر گفت که او به خود اجازه فراتر رفتن از پوسته ظاهری واقعیت نمی دهد - چه در این صورت، او می ترسد که در تاریکی و ابهام پشت این پرده، واقعیاتی نهفته باشد که بی شک دروغ بودن افسانه شیرین استقلال مطبوعات را آشکار می کند.

آنچه گفته شد، حداقل الگو و شیوه زندگی روزنامه نگاری در ایالات

## حد و مرز استقلال مطبوعاتی

ترجمه بتول خدا بخش

• واقعیت این است که مضامین مطبوعات مستقیماً همپای منافع کسانی است که تأمین کننده مالی مطبوعات بوده اند.

• مطبوعات چون فلوتی است که آهنگ آن را کسانی می سازند که حق الزحمه فلوت زن را می پردازند و این امر آنچنان در خلوت و به آرامی صورت می گیرد که پرداخت کننده هیچ گاه شناخته نمی شود.

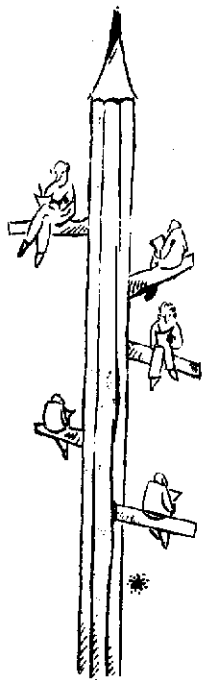
متحده و - با درجه هایی متفاوت - در سراسر جهان سرمایه داری است. مسئله امور مالی مطبوعات، در میان روزنامه نگاران سوسیالیست موضوعی است در حد همین مسئله در دنیای سرمایه داری، و نه چیزی بیش از آن. در اتحاد جماهیر شوروی [سابق]، نقش زنوس را نه مردم، بلکه حزب کمونیست به عنوان راهنما و پیشقراول مردم بازی می کند. در اینجا اگر فشاری بر روزنامه نگاران شوروی اعمال شود، این اعمال فشار نه از جانب تبلیغاتچی ها بلکه از طرف عوامل حزب است. به بیان دیگر، هم در ایالات متحده و هم در جماهیر شوروی [سابق] (و نیز اقمار آنها)، افسانه مطبوعات دائماً این ایده را القا کرده است که فشار همیشگی بر مطبوعات، از جانب سیاستمداران بوده است، نه تبلیغاتچی ها.

از طرف دیگر، واقعیت این است که مضامین مطبوعات مستقیماً همپای منافع کسانی است که تأمین کننده مالی مطبوعات بوده اند. مطبوعات چون فلوتی است که آهنگ آن را کسانی می سازند که حق الزحمه فلوت زن را می پردازند و این امر آنچنان در خلوت و به

یکی از جالبترین جنبه های فرهنگ مطبوعاتی، این است که در آن، هیچ ارجاع و اشاره ای به مسئله پول نمی شود. در تاریخ اسطوره ها و علم و افسانه شناسی، می توان مطبوعات را چون آتنا، الهه دانایی و بصیرت به حساب آورد، الهه ای از لحاظ رشد متکامل که از پیشانی مردم بیرون جسته است.<sup>(۱)</sup> چهار تئوریست، مسئله مالی مطبوعات را تنها گه گاه و اتفاقی مطرح می کنند و مسئله سوددهی را نیز نادیده می انگارند. در گزارش کمیسیون «هاتچینز» و کمیسیون سلطنتی انگلستان، پول، شکل ابری بدشگون به خود می گیرد که مطبوعات را تهدید به انحراف از وظایفی می کند که آنها را مردم - مردمی که شاید نمایندگان زنوس هستند - تعیین و تکلیف کرده اند. آنچه حتی بیشتر تعجب آور است، برخورد غیرجدی در مورد تأثیر پول بر شیوه های زندگی روزنامه نگاران است که خود روزنامه نگاران دست اندرکار بر آن اتفاق نظر دارند. آنها در حالی که از هزینه چاپ و پخش آگاهی دارند، نگران درآمدهای خود و هزینه هایی که برای تهیه خبر و مطالب متقبل می شوند و آژانس یا نشریه مربوطه آنها را پرداخت می کند، هستند. با

کشور دیگری را کنترل شده معرفی می کنند، در واقع، به ساده انگاری الگوهای پرداخته اند که خود در واقع بسیار پیچیده اند. برای نمونه، ما می توانیم بحثهای قابل باور و مجاب کننده ای مطرح کنیم که مطبوعات - مثلاً - ایالات متحده، از مطبوعات جماهیر شوروی [سابق] یا اندونزی یا برزیل آزادی و استقلال بیشتری دارند. اما در این موقعیت، باید این نکته تشخیص داده شود که ما تنها در حال بحث درباره استقلال سیاسی هستیم و در بحث خود، استقلال اقتصادی یا استقلال فرهنگی را مورد توجه قرار نداده ایم. از این گذشته، چنین سیستم ارزش گذاری، این وهم و گمان را ایجاد می کند که مطبوعات هر کشور یک سیستم یکپارچه و هماهنگ است. روزنامه ها و مجله ها در داخل مرزهای یک کشور، مثل هم نیستند. حد و اندازه استقلال سیاسی از یک انتشارات تا انتشارات دیگر تفاوت می کند. برای مثال، استقلال سیاسی مضمون و محتوای لیتری گزات در مسکو بالاتر از استقلال محتوا و مضمون ایزوستیاست. در همان زمان، سطح استقلال سیاسی - حداقل در حد انتقاد از نظم سیاسی - محتوای نیشن بالاتر از استقلال سیاسی

آرامی صورت می گیرد که پرداخت کننده هیچ گاه شناخته نمی شود. در حقیقت، این به نفع پرداخت کننده دستمزد است که ناشناخته باقی بماند، چه در این صورت، بر بقا و جاودانگی افسانه استقلال مطبوعات می افزاید. ارتباط بین فلوت زن و پرداخت کننده دستمزد او، می تواند به چهار شکل متفاوت صورت پذیرد: دولتی، تبلیغاتی، منفعتی و غیردولتی. به ندرت این ارتباط تنها یکی از موارد بالا را شامل می شود، بلکه همیشه آمیختگی در چهار شکل بالا معمول و عادی است؛ استثنائات نیز به همچنین. با وجود این، چهار الگوی اصلی ارتباطی بالا از وضوح برخوردارند. در الگوی «دولتی»، مضمون روزنامه و مجله و پخش رادیو تلویزیونی را دستورات و قوانین و اوامر تعیین می کنند. برخی رسانه های خبری ممکن است ارگان نهاد های دولتی باشند، و برخی ممکن است مستقیماً تحت ضوابط و قوانین دولتی باشند، و برخی ممکن است با سلسله قوانینی به نام مجوز کار، کنترل شوند. هیچ ملیتی از کنترل های رسمی و دولتی در امان نیست؛ تفاوتها در میزان و محدوده استقلالی است که حکومتها تعیین می کنند. در الگوی



### • سازمانهایی که مطبوعات یک کشور را

آزاد می دانند و مطبوعات کشور دیگری را کنترل شده

معرفی می کنند،

در واقع، به ساده انگاری الگوهای پرداخته اند که

خود در واقع بسیار پیچیده اند.

### • در الگوی «دولتی»، مضمون روزنامه و مجله و پخش رادیو تلویزیونی را

دستورات و قوانین و اوامر تعیین می کنند.

برخی رسانه های خبری ممکن است ارگان نهاد های دولتی باشند،

برخی ممکن است مستقیماً تحت ضوابط و قوانین دولتی باشند،

و برخی ممکن است با سلسله قوانینی به نام مجوز کار، کنترل شوند.

یو. اس. نیوز اند ورلد رپورت است. اشتباه، یکی کردن و مساوی انگاشتن سطوح مختلف استقلال سیاسی با آزادی است.

هیچ روزنامه، مجله یا مرکز پخش رادیو تلویزیونی، از حد و مرز استقلالی که قابل قبول پرداخت کننده هاست، فراتر نمی رود. باید به یاد آورد که این حدود مرزها در سنگ حک نشده اند؛ بلکه بسیار تغییر پذیرند، و در همه جای زمین، این حد و مرزها با گذشت زمان تغییر کرده اند. استفاده از قوانین مشخص مثل خط کش، برای دسته بندی موارد پویا و متغیر، امری به ناچار اشتباه است، همان گونه که آنان که می خواهند طبقه بندی های ملی را با چوب قوانین معین اندازی گیری کنند، سخت در اشتباهند. بهترین راه - گرچه باز هم ناکامل و نارساست - به کار بردن درجات و سلسله مراتب است. برای مثال، می توانیم تا حدی با اطمینان بگوییم که سیستم سیاسی در یک کشور با ساختار قدرت اقتصادی آن کشور هماهنگ و مرتبط است و در نتیجه، مطبوعات آن کشور، کمابیش در هر زمانی منعکس کننده اهداف کسانی هستند که اقتصاد را در دست دارند. این اهداف، ممکن است به

«تبلیغاتی»، مضمون مطبوعات منعکس کننده دیدگاههای تبلیغاتیها و شریکهای تجاری آنهاست، اینان معمولاً در میان مالکان و ناشران مطبوعات یافت می شوند. حتی در کشورهایی که اقتصادی بسته و از پیش تعیین شده، دارند، می توان نفوذ تبلیغاتی را ردیابی کرد، گرچه این گونه فشارها در چنین جوامعی تنها غیرمستقیم اعمال می شوند. در الگوی «منفعتی»، مضمون مطالب رسانه نشان دهند و منعکس کننده دیدگاههای پرداخت کننده مالی است؛ شاید یک حزب سیاسی یا یک سازمان مذهبی یا هر گروه دیگری که مبلغ پیام و هدفی خاص است. در الگوی «غیردولتی»، مضمون رسانه، آینه اهداف نزدیکان و دوستان و آشنایانی است که یا به طور مستقیم تأمین کننده مالی هستند، و یا از نفوذ خود به نحوی استفاده می کنند که مطمئن شوند آهنگی که فلوت زن می نوازد، به گوش همه می رسد.

طبیعت مطبوعات، ملی است. از این رو، فشار وارد آوردن بر آن برای تبدیل کردنش به یک سیستم کلاسیک و منظم، یک اشتباه بزرگ است. سازمانهایی که مطبوعات یک کشور را آزاد می دانند و مطبوعات

شکلی باز و آشکار مطرح شوند و یا ممکن است شکلی مخفی داشته باشند. زمانی که اهداف، آشکارا مطرح می‌شوند، احتمال دارد که مطبوعات در کنترل شدید دولت باشند. جایی که اهداف پنهان هستند، احتمالاً مطبوعات را یا مستقیماً کانالهای تبلیغاتی کنترل می‌کنند، یا قوانین غیردولتی و غیررسمی. در تمام موارد، گروههای منفعتی، کسانی که حامی اهداف قدرت حاکمه هستند و مردمی که مخالف آن اهداف هستند، از مطبوعات برای هدفهای مختلف خود بهره می‌گیرند.

در جماهیر شوروی [سابق]، هویت پرداخت کننده کاملاً آشکار است: تصمیم نهایی در مورد نحوه و چگونگی خرج پول با حزب کمونیست است. در اتحاد جماهیر شوروی [سابق]، در ذهن هیچ کس هیچ شکمی وجود ندارد که روزنامه‌ها، مجلات و مراکز پخش رادیو تلویزیونی ملزم به عمل در چارچوبی هستند که حزب تعیین می‌کند. دانشجویان روزنامه‌نگاری در شوروی [سابق] به نحوی تربیت می‌شوند که اطلاعات را «همان گونه که هستند» عرضه کنند تا در نهایت به اهدافی دست یابند که به نفع جامعه است. ارائه اطلاعات مخالف، خدمت به منافع مخالفان بوده و در نتیجه، پذیرفتنی نیست. در این مورد، فلوت زن به هدفهای پرداخت کننده جامعه عمل می‌پوشاند، فلوت زنهایی که آهنگهایشان در جهت منافع آنانی است که دستمزد آنها را پرداخته‌اند. در حالی که در دانشگاههای روزنامه‌نگاری مارکسیستی هیچ توجهی به نحوه تأمین مالی مطبوعات شوروی [سابق] نمی‌شود، این نکته هیچ گاه در مواد درسی فراموش نمی‌شود که روزنامه‌نگاران دنیای سرمایه‌داری در خدمت منافع پرداخت کنندگان و تأمین کنندگان خود هستند. در آنها، این گونه القا می‌کنند که عدالت و توازن در دنیای سرمایه‌داری، تنها تظاهری بیش نیست و این اهداف تنها در محدوده قوانین مارکسیسم - لنینیسم قابل تحقق است.

جالب آنکه، دست یافتن به اطلاعات آماری در زمینه تأمین مالی مطبوعات شوروی [سابق]، اگر نگوییم ناممکن، مشکل است. کاملاً محتمل است که هیچ کس از هزینه‌ای که صرف گرداندن سیستم مطبوعاتی شوروی [سابق] می‌شود، آگاه نباشد. برای مثال، می‌توان پروادا، ارگان رسمی حزب را در نظر گرفت. ممکن است عجیب به نظر بیاید، اما بنابه گفته‌های مسئولان شوروی [سابق]، پروادا یک نشریه سودآور است. تیراژ آن ۱۱ میلیون و قیمت آن ۳ کوپک، معادل ۵ سنت ایالات متحده است. مسئولان شوروی [سابق] می‌گویند هزینه چاپ یک روزنامه ۶ صفحه‌ای کمتر از ۱ کوپک در هر نسخه است. با تنها حدود ۲۰۰ کارمند حقوق بگیر، درآمد اشتراک مجله بیش از هزینه‌های چاپ روزنامه است. بنابر ارزیابیها در شوروی [سابق]، هر روزنامه‌ای با تیراژ بیش از ده هزار نسخه یک ریسک و قمار سودآور است. طبق این گفته‌ها، مسئولان شوروی [سابق] معتقدند که آنها باید تنها مشوق روزنامه‌های خرد و کوچک باشند. رادیو و تلویزیون تا جایی که کارمندان محلی آنها را بگردانند، کاملاً حمایت و تشویق می‌شوند. روزنامه‌ها و مجلات در لیست مالکیت‌هایی که دولت آنها را کنترل و اداره می‌کند، قرار ندارند. آنچه در این محاسبه مالی عجیب نادیده گرفته شده و به چشم نمی‌خورد، کلیه هزینه‌های اصلی است. هزینه وسایل، به حساب نیامده است؛ همچنین است هزینه جا و مکان روزنامه، و هزینه‌های تعمیرات و وسایل و ساختمانها. حتی هزینه‌های پخش و توزیع نیز در بخشهای دیگر منظور شده‌اند. با چنین استانداردهایی، تقریباً هر روزنامه‌ای در روی زمین یک سرمایه‌گذاری سودآور خواهد بود.

این سیستم محاسبه شوروی [سابق]، تنها خاص روزنامه‌ها

نیست. هزینه‌های اساسی به سادگی در محاسبه‌های بودجه‌ای شوروی [سابق]، به حساب نمی‌آیند. سیستم، کاملاً از بالا به پایین و جداگانه عمل می‌کند و واحدهای کاری با یکدیگر ارتباط ندارد و تنها با مسئولان بالایی خود در تماس هستند. به همین دلیل است که ساختمانهای زیادی در جماهیر شوروی [سابق] برای مدتهای زیاد نیمه تمام می‌مانند. گاه سالها سازندگان دیوارها کار خود را تمام می‌کنند و به دنبال کار بعدی می‌روند، در حالی که جرثقیلهای بلند را در محل باقی می‌گذارند تا روزی بناها و نجارهایی که زیر نظر یک بخش مرکزی جداگانه کار می‌کنند، کار را به پایان برند. بنابراین، دانستن اینکه هزینه گرداندن یک روزنامه یا - در این مثال - ساخت یک بنا چقدر می‌شود، اگر نگوییم غیرممکن، باید گفت بسیار مشکل است. هزینه تهیه روزنامه‌ها هر چه باشد، مطمئناً زمانی که این روزنامه‌ها در خیابانها برای فروش عرضه می‌شوند، مفاد آنها برای مسئولان روزنامه‌ها و یا رییسهای آنها در کرملین ناخوشایند نیست؛ همان رییسهایی که هزینه‌های سنگین چاپ این روزنامه‌ها را می‌پردازند، حال به هر نام پنهانی که در لیست بودجه باشد، باشد.

اما به هر حال، حزب تنها پرداخت کننده در جماهیر شوروی [سابق] نیست. هزینه چاپ ایژوستیا را با تیراژی معادل تیراژ پروادا هیئت وزیران می‌پردازند. تروود، یک نشریه نظامی بانفوذ است که ارتش آن را چاپ و هزینه‌اش را تأمین می‌کند. هزینه‌های لیتری گزات را سازمانهای فرهنگی می‌پردازند. در سراسر جماهیر شوروی [سابق]، گروههای مختلف ذی‌نفعی وجود دارند که به پرداخت کنندگان فلوت زنها مشهورند، همان فلوت زنهایی که آهنگها و نتهای آنها در لابه‌لای صفحات روزنامه‌ها نواخته می‌شود. در جامعه شدیدا کنترل شده جماهیر شوروی [سابق]، هویت پرداخت کنندگان آشکار نمی‌شود؛ با این حال، می‌توان تصور کرد که این پرداخت کنندگان، مشخصاً از موقعیت‌هایشان بهره می‌برند، شاید از لحاظ مالی و یقیناً از جنبه قدرت. کار آنها در اینجا شبیه نوعی کار تبلیغاتی است. و در نتیجه، امور و مقدمات کاری غیردولتی آشکارا محدود می‌شود. برای مثال، مدت زیادی داماد خروشچف دبیر کل حزب، مقام سردبیری پروادارا عهده‌دار بود.

در نتیجه، همه‌الگوهای ارائه شده بین فلوت زن و پرداخت کننده، به این شکل یا آن شکل، در جماهیر شوروی [سابق] وجود دارد. همین مسئله در ایالات متحده نیز صدق می‌کند، گرچه قوت و شدت موردهای چهارگانه ارتباطی در دو کشور با هم متفاوت است. در حالی که آشکارترین شیوه ارتباطی در جماهیر شوروی [سابق] از نوع دولتی آن است، در ایالات متحده این الگوی تبلیغاتی است که بیشتر به چشم می‌خورد. چند استثنا هم وجود دارد. یک نشریه مخالف میانه‌رو توانسته است با منابع و قدرت محدود، همچنان به حیات خود ادامه دهد. اما توجه اساسی پرداخت کنندگان مطبوعات در ایالات متحده به سود است، و ارزیابی میزان این سود، با توجه به سود تبلیغاتی صورت می‌گیرد. در جماهیر شوروی [سابق]، همان‌طور که پیدا کردن هزینه واقعی انتشار یک روزنامه بسیار مشکل است، تعیین میزان سود انتشار یک روزنامه نیز ناممکن است، اما می‌توان حدس و گمانهایی زد.

#### • پانوشته

۱. اشاره به آتنا، الهه بصیرت و دانایی یونان. در افسانه‌های یونانی آمده است که آتنا بی‌آنکه مراحل نوزادی و کودکی و سپس دوره‌های مختلف رشد را پشت سر بگذارد، یکباره و از لحاظ جسمی کاملاً متکامل، از پیشانی زئوس، خدای خدایان، بیرون جسته است.