

«جك پآر» تعريف ميكرد كه يكبار از دوستي كه دوران جواني را ميگذراند پرسيدم : چرا اين روز ها شما جوانها به جاي كلمه «داغ» بمنظور بيان همان مفهوم كلمه «خنك» را بكار ميبريد ؟ دوست جوانم پاسخ داد :

— براي اينكه شما عزيزان پيش از ما اين كلمه را بكار برده ايد و كهنه اش کرده ايد .

حقيقتا اين روز ها اين دو كلمه جاي خود را با يكديگر عوض کرده اند . پيش از اين يك «بحث داغ» بحثي بود كه در گروهی عميقا ايجاد درگيري و علاقه مي كرد و اصطلاح «Cool Attitude» با مفهوم لغوي «زمينه پذيرش و واكنش خونسردانه» نشان بي توجهي و بي علاقه بود . در همين زمان تركيب disinterested براي بيان بيطرفي و دوري از تعصب ها و دلستگي ها بكار ميرفت و ناگهان اين مفهوم كاملا عوض شد و جاي به «رهايي و بي تفاوتی» پرداخت . كلمه داغ همچنين مفهوم پيشين خود را از دست داد و اين روزها براي بيان همان مفهوم از كلمه متضاد آن يعني «Cool» استفاده ميشود . اين اصطلاح در انگليسي امروز آمريكا مفهوم وقف وايتار و سميانه سيم شدن در يك تلاش دسته جمعي را ميدهد . در مقابل اين كلمه ، واژه ديگري قرار ميگيرد با مفهوم «محدود و بسته» . در برابر انسان اجتماعي و اجتماع پسند ، انسان محدود و خودگرا قرار دارد كه باز در زبان امروز كلمه «Squara» براي بيان مشخصات او بكار ميرود .

با آنچه درباره مفاهيم جديد اين واژه ها گفتيم ، نسل جوان طنز و شوخي را به قول خودش «Cool» و بطور روشن يك موضوع جالب و درخور توجه عموم نمي شناسد و شوخيهاي روز آنها بخوبي اين مسئله را روشن ميكند . براي مثال آنها از يكديگر ميپرسند : «آن چيست كه رنگ شرايي دارد و زمزمه ميكند؟» و جوابشان اين است كه «آن انگور الكترونيك است» باز اين سؤال وجود دارد كه «چرا زمزمه ميكند؟» و جواب اين است كه «زيرا بلد نيست حرف بزند» .

و از نظر آنها شوخيها جالب و باز به اصطلاح خودشان «Cool» نيستند زيرا آنها فقط ما را وادار ميكند كه به مسئله اي بپردازيم ، نه اينكه عميقا به مسئله اي بينديشيم و درگير آن شويم . همين عبارت در مورد سينما نيز صادق است . فيلمهاي «برگمان» و «فليپي» در تماشاگر ايجاد بستگي و مسئوليت بيشتري ميكند تا نمايشهاي سطحی يك سلسله حوادث و داستان هاي معمولی . مير و مفهوم كلي داستان رويدادهای را شامل ميشود كه

شناخت وسايل ارتباط جمعی



ميشود زيرا ناگير است كه خلاء ها و پراكندگي هاي اثر هنري را پر كند و ارتباطی بين قطعات مختلف يك اثر بوجود آورد . بين اين مسئله و خلق اصطلاحات در زبان شباهتي است .

براي يك دانشجوي وسايل ارتباط جمعي لازم است كه نقش اصطلاحات مختلف را در زبان بشناسد . اصطلاحات در انتقال مفاهيم خاص نقش بسيار حساسي را دارند . براي اصطلاحی كه برداشت خاصی را بيان ميكند نمیتوان تئوري يا دستوري قائل شد زيرا در حقيقت اصطلاحات يك زبان به دنبال برداشتها و تجربه هاي آني ايجاد ميشوند . آنها كه با وسايل ارتباط جمعي سروكار دارند بايد بدانند كه تنها اصطلاحات تازه زبان نيستند كه نوع برداشتهای اجتماعي را تغيير مي دهند ، بلكه در دايرهای وسيع تر ، خود وسايل ارتباط جمعي هستند كه هر لحظه درك و احساس انسانها را نسبت به حوادث و تجربه هاي مختلف دگرگون ميكنند .

هر تكنولوژی نويني بشر را به تدريج در فضاي تازه اي قرار ميدهد و هر فضاي تازه يك عامل قاعلي بر سرنوشت و زندگي بشر است . «اريك هولاك» در اثر جالب خود بنام Preface to plato به تضاد فرهنگ مکتوب و فرهنگ زباني يا مکالمه اي يونان اشاره ميكند . در زمان افلاطون نوشته همیشه خواننده را در محيط تازه اي قرار ميداد و اين محيط همیشه حيازي داشت بين انسان و اجتماع . نوشته ، به عبارت ساده تر ، انسان را از قبيله اش جدا مي كرد . پيش از آن يوناني ها تنها از نوعی فرهنگ قبيله اي بر خوردار بودند .

اشعار قبيله را به ذهن خود ميبردند و حافظه به حافظه اين اشعار از نسلي به نسل ديگر ميرسيد . شاعر هاي آن زمان ميكوشيدند كه در اشعار خود براي رويداد هاي پيش بيني نشده زندگي راه حل هاي منطقي و عاقلانه اي ارائه كنند .

با افزايش متن نوشته ها و جدایی انسان از قبيله اش ، نياز به آموزشي كاملا نوين پيدا شد . افلاطون براي آموزش افراد با سواد طرح تازه اي ريخت .

با رواج حروف الفباء ، خرد مدون بر خرد عملي «هر» و «هيزويد» و همچنين فرهنگ موروثي قبيله برتري يافت و از همان زمان تعليم و آموزش از طريق اطلاعات مدون در مغرب زمين رواج پيدا كرد .

امروز ، در عصر الكترونيك ، اين روش جاي خود را به بازشناسي انگاره ها ماشين هاي I.B.M. داده است . به اين ترتيب وقتی حقايق و دانستنی ها افزايش مي يابند و با سرعت

به دنبال هم در داستان پيش مي آيند ، همچنانكه ملودي يك ساختمان مداوم و تكراري در يك قطعه موسيقي است كه در موسيقي شرق دور وجود ندارد . گيرايي عميق هنر و شعر «زن» Zen در نوعي گستگي و ناهماهنگي جالبي است كه شباهتي با نظم و سازمان يافتگي ظاهري دنياي غرب ندارد . در هنر شرق تماشاگر يا شنونده اثر هنري ، خود تبديل به يك هنرمند

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

نوشته: مارشال مک لوهن
ترجمه: ژيلا سازگار

بیشتری پیش روی انسان قرار میگیرند ، در برابر هجوم باری از اطلاعات ، او ناچار است که در ذهن خود برای آنها نظم و ترتیب پیدا کند ، درست با تلاش ملاحی که قهرمان داستان طوفان «ادگار آلن پو» بود . تعداد دانشجویانی که مدارس خود را در نیمه راه رها میکنند و به کلاس و کتاب پشت پا میزنند هر روز بیشتر میشود و این هنوز آغاز ماجرا است . دانشجوی جوان امروزی در دنیای سرعت و گردشهای سریع و سرگیجه آوری زندگی میکند ، دنیایی که به جزء اعتنایی ندارد و در تکاپوی کمال است . جوان امروز تعمق میکند ، زندگی صورت نوعی افسانه سازی را بخود گرفته است و او به این افسانه بسیار میاندیشد . در مدرسه او با نظم و سازمان خاصی روبرو است و آنچه فرا میگیرد اطلاعات تدوین شده و محدود کلاسی است . مطالب دروسها با یکدیگر ارتباطی ندارند . او فقط کتابها را میخواند و از این مطالعه تنها تصویر تعدادی لغت و جمله را به ذهن خود میسپارد ، او به شکل کلمات خو میگیرد بی آنکه حقیقتا با مفاهیم آنها درگیر شود و بی آنکه بین حقایق و تجربه های شخصی خود با محیط آموزشی رابطه روشنی پیدا کند . یکی از مدیران I.B.M گفته است : «بچه های من هنگامیکه وارد کلاس اول دبستان شدند چند برابر پدر بزرگ و مادر بزرگشان زندگی کرده بودند .»

مفهوم حقیقی «The Medium is the Message» در عصر الکترونیک این است که برای زندگی بشر فضای کاملا نوینی ایجاد شده است . محتوای این محیط جدید ، محیط مکانیزه عصر صنعتی قدیم است . منتها محیط جدید ، در حال دگرگون ساختن محیط قدیم است به همان صورت که محتوای تلویزیون نیز سینما است و تلویزیون امروز سینما را دچار تحول کرده است . تلویزیون پدیده ای کاملا جدید است که ما تنها به محتوای سینمایی آن که متعلق به دیروز است توجه داریم صنایع ماشینی هم در ابتدای ظهور انسان را به فضای زندگی کهنه تری ، یعنی زمان مالکیت های بی حساب زمین های پهناور و هنر های دستی برگرداندند . ماشین محیط زندگی دیروز بشر را دگرگون کرد . با حکومت ماشین ، محیط زندگی گذشته انسان زیبایی و لطافت خود را بیشتر جلوه داد و بصورت یک پدیده هنری درآمد . ماشین در حقیقت سبب شد که طبیعت نیز بصورت یک پدیده هنری جلوه کند و برای نخستین بار انسان طبیعت را منبع زیبایی و لذتهای ارزنده روحی شناخت و به حیرت شد که چگونه هموعان او در روزگار آن گذشته از زیبایی و ظرافت طبیعت بی خبر بوده اند .

هر تکنولوژی جدیدی محیطی را ایجاد میکند که در نوع خود بی اعتبار و بیهوده است و اما چون تکنولوژی تازه تری از راه میرسد انسان آنرا که پشت سر گذاشته است قدر می شناسد و زیبایی آنرا احساس میکند . وقتی نوشتن تازه رواج یافته بود : افلاطون مکالماتی را که در گذشته مرسوم بود بصورت یک فرم هنری درآورد و صنعت چاپ به قرون وسطی جلوه یک هنر زیبا و قابل ستایش را داد و بهمین ترتیب عصر صنعت آنطور که در آثار «جکوب برکهارت» ملاحظه میشود ، به زمان رنسانس نوعی جلوه وارزش هنری بخشید و «زیگفرد گیدیون» در عصر الکترونیک تشریح کرد که چگونه میتوان تمامی داستان ماشینی شدن زندگی انسان به عنوان یک روال و جریان هنری تفسیر کرد و پذیرفت .

همچنانکه تکنولوژی نو آفرین و سازنده ما در هر زمان برای انسان فضای تازه ای آفریده است او را به این عقیده نزدیک کرده است که هنر پدیده ای نمد محیط ، و در جبهه مخالف تازگیهای محیط است که بجای خود بشر را بر همین تازگیها آگاهی میدهد . به عبارت دیگر هنر بی آنکه با تکنولوژی و محیط تازه زندگی سازگاری داشته باشد عامل مهم شناسایی و درک عمیق آنها است . آنطور که «ادوارد . تی . هال» در اثر خود

The Silent Language توضیح داده مردم هرگز به آنچه بر محیط و فرهنگشان حکمفرما است آگاهی ندارند . امروز تکنولوژی و تازگی های محیط چنان یکی پس از دیگری بر زندگی بشر حکمفرما میشوند که شناخت آنها درست در زمانی که فرا میرسند میسر نیست و همیشه هر تکنولوژی تازه ای در عین حال بصورت یک هنر تازه ما را در جریان نتایج و پدیده های که بدنیال دارد قرار میدهد .

هنر به عنوان یک عامل شده محیط و قراردادهای محیط بیش از همیشه بصورت وسیله ای برای تقویت احساس ، تیزبینی و توانایی داوری شده است و این پدیده همیشه هنگامیکه از وظیفه اساسی خود ، یعنی تربیت و تقویت دید اجتماع بدور مانده و بصورت یک کالای تجارتمی درآمد مردود و مطرود شناخته شده است . مطالعه ای در وسایل ارتباط جمعی نشان میدهد که این وسایل امروز راهی جز این ندارند که در برابر چشم انسانها دریچه های تازه ای را به میدانهای وسیع زندگی بگشایند و همین وسایل هستند که به نیروی جوان هر اجتماعی فرصت تحقیق و بررسی میدهند . معلم و کلاس درس تنها میتوانند نیروی محرکی باشند برای واداشتن جوانان به مطالعه و کاوش مسائل ، امروز هر کودکی میتواند در نوشته ای ساده نفوذ و اثرهای تلفن ، رادیو یا اتومبیل را

در زندگی خود و دوستانش بیان کند و در سطحی بالاتر تهیه فهرستی از تأثیر های مختلف وسایل ارتباط جمعی میتواند اساس مطالعه و تحقیق و آگاهی عمیقی قرار گیرد . «ادموند بیکن» یکی از طراحان شهر «فیلا دلفیا» در مطالعات خود به این نتیجه رسیده است که کودکان بهترین و ارزنده ترین مراجعی هستند که برای پیش بینی نقشه و نمای شهر میتوان از وجودشان استفاده کرد . ما وارد عصر تربیتی نوینی شده ایم که در آن کاوش و اکتشاف در برنامه های آموزشی ارزش بیشتری از تعلیم تجربیات گذشته پیدا کرده است و هر چه زمینه های تازه تری برای اکتشاف و دریافت مسائل آماده میشود سطح آگاهی مردم بالاتر میرود . در شهر شیکاگو آزمایش چالشی روی گروهی از کارگران کارخانه انجام گرفت . به این ترتیب که شرایط کار را طوری تنظیم کردند که کارگرا ضمن کار ، هر روز به مسئله و آموزش تازه ای میرسیدند و همیشه احساس بستگی و علاقه شخصی آنها به کاری که میکردند افزایش مییافت . از آن پس هر چه شرایط کار را بدتر و محدود کردند در پیشروی و بهبود کار اثری نداشت ، هر چه حرارت و نور محیط کار و ساعات استراحت کمتر شد ، کارگران از علاقه و نیروی خویشان نکاستند و هر روز حاصل کارشان بهتر و افزونتر شد .

قبلا هم گفتیم که تعداد دانشجویان جوانی که هر روز درس و مدرسه را نیمه کاره رها میکنند رو به افزایش است و دلیلش هم عدم درگیریهای شخصی در کار فراگیری مطالب است . این مسئله به محرومیت های فرهنگی جوانان هم بستگی پیدا میکند . این دسته از کودکان و جوانان در نواحی فقر زده ای زندگی میکنند که در حومه مراکز خوب شهر و محل زندگی طبقه مرفه قرار دارد . کودک بی فرهنگ کودک زمان تلویزیون است ، زیرا تلویزیون برای زندگی او محیط تازه ای را ایجاد کرده است . او سخت گرفتار این محیط تازه میشود و از عوامل آموزش پذیرفته شده ای که از مدت ها پیش وجود داشته است محروم میماند . بهترین راه برای اینکه کودکان از تلویزیون بهره های فرهنگی بگیرند این است که سطح کار آموزشی تلویزیون را از طریق بصری بالا ببریم و به طفل این فرصت را بدهیم که در محیط تازه با این وسیله نوین به دنیای دیروز و شرایط کلاس و درس آن زمان آگاهی کامل پیدا کند . این کار را دست کم بعنوان یک تجربه موقتی میتوان آزمایش و بی گیری کرد .

اما تلویزیون فقط بخشی از دنیای جدید الکترونیک و برقراری این ارتباط ها است ،

دنیایی که انسان امروز در آن زیست میکند و یکسره از جهان دیروز چرخها و پیچها و مهرهها جدا است. و این ابلهانه است که ما از این وسیله و یا هر وسیله دیگری که ما را از آموزشهای سطحی و محدود زمان گذشته دور میکند حداکثر استفاده را نکنیم.

فلسفه اصالت وجود مانند تئاترهای غیر سنتی نمایشگر احساسات ضد محیط و قرارداد های محیط هستند و منعکس کننده فشار هایی که دنیای ماشینی امروز روی زندگی انسانها میگذارد.

«ژان پل سارتر» و همچنین «ساموئل بکت» و «آرتور میلر» تأکید کردهاند که راه رهایی بشر این نیست که خود را گرفتار شغل های مشخص، و متن های چاپی و ارقام و آمار و طبقه بندیهای معمولی و سطحی بکند حتی مفهوم رهایی و آزادی در عصر الکترونیک نسبت به گذشته دگرگون شده است. مهندسی و متخصصین فنی تلویزیون در جستجوی راهی هستند که تصاویر تلویزیونی بطور برجسته روی صفحه ایجاد شود و افراد نابینا بتوانند بالاس صفحه تلویزیون از طریق پوستشان تصویر را بشناسند و حتی ببینند.

این در حقیقت حالتی است که ما باید در برابر وسایل ارتباط جمعی داشته باشیم: حالت بهره برداری هر چه بیشتر برای دیدن و بهتر دیدن.

در این زمان توانایی و قدرت پیشروی هنر های مختلف در پیش بینی توسعه فنی اجتماعی جهان به خوبی روشن شده است.

در روزگار ما «ازراپاند» هنرمند را «آتن» یک نسل یا بطور دقیق گیرنده پیام اصلی شناخته است. هنر مانند یک «رادار» به بشر قدرت میدهد که هدف - جویی و هدفیابی کند و خود را برای پذیرفتن و هماهنگی با این هدفها آماده سازد.

در باره هنر، دو عقیده به تضاد روی در روی یکدیگر قرار گرفتهاند: هنر معتمد و هنری که بیان کننده احساسات و عواطف فردی است. اگر بخواهیم بگوئیم که هنر یک هشدار دهنده و بیدار کننده نسل است میتوانیم به عقیده ای که در جنگ جهانی دوم پیدا شد اشاره کنیم و بپذیریم که هنر نه تنها با مطالعه و شناخت وسایل ارتباط جمعی بلکه با توسعه کامل این وسایل پیوستگی کامل دارد.

پیش از اختراع «رادار» از «بالون» هایی برای محافظت شهر استفاده میشد که پس از اختراع این وسیله جدید خود «بالون» ها در راه امواج الکترونیک قرار میگرفتند و کار «رادار» را مختل میکردند. این مثال خوبی

است برای درک روش مدارس ما و درنهای کلاسی ما. از مطالب درسی امروز فقط آن اندازه قابل استفاده است که شامل مطالب فنی و بازده اجتماعی و فیزیکی وسایل فنی میشود. هنر به منزله دستگاه «رادار» امروز یکی از نیاز های انسانی و انکار ناپذیر انسان در راه تربیت و گسترش میدان دید او شده است و دیگر جنبه یک امتیاز محدود برای طبقات برگزیده اجتماع را ندارد.

هنر به منزله یک «رادار» هر لحظه برای ما پیامی تازه و کلیت هایی نو با خود دارد ولی لازمه درک و همراهی با این تازگیها الزامات رها کردن هدفهای گذشته نیست. شاید درک و شناخت هنر لزوم پیگیری هدفهای مشخص را بیشتر روشن میکند.

ما تا کتون بخوبی پی برده ایم که تا چه حد ایجاد تحول در هدفها و خواسته هایمان با همان سرعتی که تکنولوژی اجتماع ما متحول میشود بیهوده و بی مفهوم است.

در عنوان یکی از گزارش های «اوسیتد پرس»، در تاریخ ۲۵ فوریه ۱۹۶۲ چنین میخوانیم:

«مطبوعات برای پیروزی هایش مورد نگویش قرار میگیرد. «راک» ادعا میکند که کندی با شجاعت و نوعی بی اعتنائی زیرکانه اخبار را با نمایندگان مطبوعات در میان میگذارد.»

«آرتور - راک» چنین نقل می کند که توان اصلی کتس و اجرای بارها و مسئولیت های وسایل ارتباط جمعی با وسایل چاپی و الکترونیک است اما به اندک تأملی روشن میشود که سرعت ارتباط ها و انتقال اطلاعات است که لزوم نوعی هدف آفرینانه و سریع را در تنظیم و ارائه اخبار ایجاد میکند.

گر دنیای سیاست نیز همین سرعت سبب میشود که خبر تسمیمهای بزرگ، حتی پیش از آنکه به سراحت اتخاذ شده باشند در اختیار مردم قرار گیرد و به این وسیله قبلا سنجشی از واکنش و پذیرش مردم نسبت به این گونه تسمیمهای سیاسی به عمل آید.

چنین شیوه ای که به علت سرعت بیش از حد ارتباط های خبری اجتناب ناپذیر و کاملاً همه گیر شده است برای گردانندگان مطبوعات دیروز سخت شکست انگیز است، چرا که از نظر آنها این روش میدان پیدایی و نمود عقاید و ایمانهای شخصی را محدود میکند. با افزایش سرعت کار در بخش اخبار، لزوم وجود افراد تام الاختیار و نمایندگان اجتماع در تصمیم های سریع سیاسی، برای سیاستمداران کمتر محسوس میشود. نیاز به فرستادگان

و نمایندگان مردم در زمانی که اخبار و اطلاعات با سرعت کمتری منتشر می شد، آشکارا محسوس بود.

این نمایندگان طبیعتاً آئینه عقاید و بستگی های سطوح مختلف اجتماع هستند و از آنها انتظار میرود که برای نفوذ و تأثیر عقاید و ایمانهای عمومی در گذرهای سیاسی و اجتماعی همواره تلاشی بارور و پی گیر داشته باشند، اما وقتی ارتباط های سریع الکترونیک در چنین سازمانهایی استوار بر شیوه های دیرین نمایندگی - راه می یابد، این سازمانها به ناچار گرفتار تظاهر ها، بهانه آفرینی ها و فرصت طلبی هایی آشکار می شوند و همه اینها به عنوان خیانت هایی تردید ناپذیر به آرمانها و هدفهای سازمانهای اجتماعی برای گروهی سخت حیرت انگیز و باور ناپذیر است.

شناسائی «تم» یا زمینه کلی مطبوعات تنها با سنجش و تماس مستقیم با نمونه های مختلف ممکن میشود و بر همین اساس میتوان گفت که «بستگیها و علائق انسانی» صرفاً نوعی عبارت فنی است و زمانی شکل میگیرد و مفهوم خاصی پیدا میکند که صفحات متعدد یک کتاب بچاپ میرسد یا انواع اخبار و اطلاعات بر روی صفحه روز نامه و یا مجله منعکس می شود. کتاب در حقیقت شامل اعترافهای خصوصی نویسنده است که در مجموع ایمان یا نظریه خاصی را در پیش روی خواننده می گذارد.

مطبوعات شامل بیانیه ها و اعترافهای جمعی و گسترده ای است که در خوانندگان خود زمینه هایی برای همکاری های گروهی ایجاد میکند. روزنامه یا مجله با بزرگ کردن یک حادثه یا با سکوت درباره آن میتواند به آن رنگ و نمای خاصی بخشد. اما آنچه مطبوعات را به صورت نمایشگر تضادهای پیچیده در علائق و بستگیهای انسانها میکند، همان نمای پرتنوع صفحات آن است که هر روز به صورت مجموعه ای از حوادث و مطالب مختلف در کنار هم به اجتماع عرضه میشود. کتاب یک فریاد فردی است و مانند مطبوعات یک نمای اجتماعی ندارد. یکی از نتایج غیر منتظره پیدایی تلویزیون در وضع و موقع مطبوعات، افزایش محبوبیت دو مجله «تایم» و «نیوزویک» بود. از زمانی که تلویزیون در آمریکا کار خود را آغاز کرد تیراژ این دو مجله با سرعتی تصور ناپذیر و حتی بدون تلاش برای جلب مشترکین، بیش از دو برابر شد. تفاوت تلاش این دو نشریه در اصل با فعالیت مجلاتی که به عکس و نقاشی بیشتر میپردازند این است که اینها میکوشند نمایشگر واقعی و درونی اجتماع

متحرك خود باشند. تفاوت خوانندگان این دو نوع نیز در این است که خواننده مجلات رنگی و مزین به عکس و نقاشی گیرنده بر-تصمیم پیام است. حال آنکه خواننده يك مجله خبری نوعی حالت سازندگی پیدا میکند و با اخبار و مفاهیم درونی و نتایج آنها ساخت درگیر میشود. بر همین اساس عادت مداوم به تماشای تلویزیون و تصاویر گذران آن سبب شده است که مجلات خبری جلوه و محبوبیت بیشتری پیدا کنند و مجلات تصویری خوانندگان خود را از دست بدهند.

مشخصه واحدی که در کتاب و روزنامه وجود دارد این است که بدون در نظر گرفتن مایحتوی آنها، هر دو برای کشف درون و ماهیت يك حادثه کوشش میکنند. به آنسان که صفحه کتاب گذرهای فکری و عاطفی نویسنده را نمایش میدهد، صفحه روزنامه ماهیت کنشها و واکنشهای يك اجتماع متحرك را آشکار میکند، و بهمین دلیل است که وقتی مطبوعات به نمایش ناهنجاریها و زشتیها میپردازند به نظر میرسد که در تکامل کار و هدفهای خویش کوشش بیشتری کرده است.

خبر حقیقی خبر بد است، خبر بد در باره کسی یا برای کسی. در سال ۱۹۶۲ وقتی شهر «میناپولیس» برای ماهها بدون روزنامه و مجله ماند، رئیس پلیس شهر گفت: «من کاملاً کمبود روزنامهها و مجلات را احساس میکنم و از این نظر ناراحتم، اما تا آنجا که بکارم ارتباط دارد امیدوارم هرگز دوباره انتشار آنها در این شهر آغاز نشود. اکنون که مدتی است روزنامه و مجله بدست مردم شهر نرسیده و نمونههایی از جرائم و جنایات برای آنها تشریح نشده است، تا اندازه درخور توجهی از میزان خطاها و جنایات کاسته شده است».

حتی پیش از افزایش سرعت تلگراف در قرن نوزدهم روزنامه بسورت يك مجموعه متنوع تهیه میشد. دهها سال پیش از کشف الکتریسته ماشینهای رتایتو مورد استفاده قرار گرفتند، اما حروف چینی دستی بیش از هر وسیله دیگری محبوبیت خود را تا سال ۱۸۹۰ که «لاینوتایپ» بکار افتاد، حفظ کرد. با کمک لاینوتایپ، بهره برداری مطبوعات از اخبار تلگرافی و ماشینهای روتاری افزایش یافت. لاینوتایپ هر چند درمان کاملی برای کندی کار چاپ از طریق حروف چینی دستی بود، از طرف کسانی که دچار این مشکل بزرگ بودند اختراع و بی ریزی نشده بود. ثروتهای سرشاری در این راه بیهوده ماند تا آنکه سرانجام «جیمز کلیفین» در جستجوی راهی برای ایجاد سرعت در تهیه نسخه‌های متعدد از یاد-

داشتنهای کوتاه برآمد و از همراه ساختن ماشین تحریر و دستگاه حروفچینی «لاینوتایپ» را درست کرد. مشکل اصلی چیدن حروف بود که در دستگاه جدید با مدد ماشین تحریر انجام میگرفت. امروز انتشار کتاب و روزنامه هر دو، اتکای مستقیم به ماشین تحریر دارد. سرعت گرد آوری اخبار و انتشار آنها طبیعتاً فرمها و قالب های تازه‌ای را در تنظیم و شیوه ارائه آنها به خواننده ایجاد کرد. مدتها پیش، در سال ۱۸۳۰ شاعر فرانسوی، لامارتین گفته بود «کتاب خیلی دیر بدست ما میرسد» او در حقیقت خواسته بود به این حقیقت اشاره کند که کتاب و روزنامه دو پدیده کاملاً متفاوت هستند. فرض کنیم که در کار تهیه و چاپ خبر سرعت همیشگی را بکار نگیریم و جریان چاپ و انتشار روزنامه را به کندی انجام دهیم، بی تردید تغییری روی خواهد داد و این تغییر نه تنها در ظاهر نشریه محسوس خواهد بود، بلکه سبک نگارش نویسندگان را نیز دگرگون خواهد کرد. نخستین تحولی که در سبک نگارش مطبوعات بوجود آمد در اوائل قرن هجدهم در کار «تلر» و «سیکیتور» بود و در اصل تلاشی بود برای ایجاد سبکی که با شکل حروف چاپی هماهنگی داشته باشد. همچنین در این تحول کوشش شد که در سبک نگارش کلیه مطالب و اخبار يك نشریه نوعی هماهنگی ایجاد شود، یعنی مجموعه نوشته‌ها در سطح واحدی، باهدف و مشخصات یکدستی بسورت يك روزنامه یا مجله به خواننده عرضه میشد و به این ترتیب سبک نگارش برای مطبوعات، مشخصاتی محدود پیدا کرده و یکسره از زیر و بمهایی که در سخن و حتی نوشته‌های دستی وجود دارند، تهی میشد. در اینجا لازم است که در چگونگی ایجاد هماهنگی بین زبان و حروف چاپی کاملاً دقت و تعمق شود. تلگراف با دیگر سبک ایجاد هرزی بین زبان و کلمات جایی شد و فرزند صداهای نامنظم و سریع آن، عنوانها و نوشته‌های دست دومی بود که هنوز هم اجتماع ادبا را از روش بی تفاوت و به اصطلاح بدون شخصیتی که در کار انتشار اخبار بوجود آورده است نارضا نگه داشته است. همین اجتماع لحن و رسایی نوشته‌های «ارتینو»، «رابلیا» و «نش» را پیش از آنکه فنار صنعت چاپ افزوده شود و فرم قالب زبان را دگرگون کند تحسین کردند. در گفتگویی با يك کارشناس اقتصادی که عضو کمیته بررسی بیکار بود، از او پرسیدم که آیا به نظر او خواندن روزنامه در مقام نوعی حرفه نیست؟ و البته انتظار داشتم او از این پرسش حیرت کند. اشتباه هم نکرده بودم. به نظر من تمامی وسایل ارتباط جمعی که

آگهی را جزو برنامه کار خود قرار داده‌اند، کار نوعی آموزش را انجام میدهند که در برابر آن دستمزدی هم برای آموزنده پیش-بینی شده است. در سالهای آینده، وقتی رسم میشود که برای فراگیری، دستمزدی برای دانش آموز و دانشجو در نظر گرفته شود، مسئولان آموزش به روشنی در خواهند یافت که مطبوعات، خاصه نشریاتی که با احصاسات و افکار مردم بستگی کامل دارند، در این تلاش نو آغاز نقشی والا و رهبری کننده را عهده‌دار خواهند بود. عاملی که تاکنون این حقیقت را پنهان نگاهداشته غفلت از این نکته بوده است که روال تهیه و تنظیم و انتشار اخبار یکسره در اختیار عوامل صنعتی و ماشینی نیست، بلکه بیشتر وابسته به جهان الکترونیک و در این زمینه یکی از مهمترین پدیده‌های آورندگان ثروت و پیشروهای اقتصادی است. حتی وقتی عصر ماشین به پایان رسید و انسان وارد دنیای الکترونیک شد مردم هنوز خیال میکردند که حمایت کنندگان اصلی مطبوعات، رادیو و حتی تلویزیون بودجه‌ای است که مصرف کنندگان صابون و بنزین و دارندگان اتومبیل در اختیار صاحبان آگهی و از طریق آنها در اختیار این وسایل ارتباطی می‌گذارند. امروز این مساله روشن شده است که «اطلاعات» بعنوان يك کالای قابل خریداری، کالایی بسیار حساس و در خور تعمق و شناسایی است و کالا های دیگری که در بازارهای مختلف به فروش میرسند، در گرمی بازار کالای «اطلاعات» موثر هستند، هر چند عامل اساسی این پیشروی بشمار نمی‌آیند. افزایش آگهیها و سرگرمیها چنان توجه مردم را بخود گرفت که برای کسی محسوس نشد از چه زمان و چگونه «خبر» در جهان الکترونیک نقش يك کالای مهم اقتصادی را پیدا کرد.

آنهاست که با تأسف از بیهودگی وی بی‌ثمری مطبوعات سخن میگویند و عامه پسند بودن آنرا مردود می‌شناسند، بی تردید از طبیعت و فلسفه وجود مطبوعات غافل مانده‌اند. آنها عقیده دارند که يك روزنامه یا مجله باید چیزی باشد در حد يك کتاب، همانطور که امروز در اروپا تعدادی از نشریات نقش کتاب را عهده‌دار شده‌اند. کتاب سالها پیش از آنکه روزنامه در اروپای غربی رایج شود در این سرزمین برای خود جایی گشود، اما در روسیه و اروپای مرکزی کتاب و روزنامه همبای یکدیگر توسعه پیدا کردند و نتیجه این بود که باهم برخوردی نداشتند و هرگز یکی مانع رشد دیگری نشد. در مطبوعات انگلیسی و آمریکایی همیشه کوشش شد که

زندگی عادی و بی نظمی و خشونت و ناآرامی‌ها
عوامل مختلف آن نمایش داده شود. گروه
محدود ادبا که پیوسته یادآوری میکردند
مطبوعات باید هدف و نظر خاصی داشته باشد
و هر مسأله‌ای را بر اساس همین هدف دنبال
کند، هرگز به نقش حقیقی مطبوعات توجهی
نداشتند. چنین انتظاری در این حد بود که
از يك فروشگاه بزرگ عمومی انتظار داشته باشیم
به جای بخشهای مختلف به يك بخش و فروش
يك کالا محدود شود. اساس کار مطبوعات
آگهیهای کوتاه نیازمندیها است. اگر منبع
دیگری برای آگاهی سریع از این نوع آگهیها
پیدا شود برای مطبوعات راه ادامه حیات
وجود نخواهد داشت. رادیو و تلویزیون به
آسانی میتوانند اخبار ورزشی، حوادث،
سرگرمیها و مطالب فکاهی و عکس‌های
مختلف را در اختیار مردم بگذارند. مقالات
تفسیری که از امتیازات خاص روزنامه نگاری
است برای سالها فراموش شده و جای خود
را به اخبار یا رپورتاژ آگهی داده است.

در برابر مطبوعات آمریکا که در اساس
به خرج آگهی دهنده و به منظور خریدن
خواننده، وسایل سرگرمی او را فراهم میکنند
مطبوعات روسیه تمام کوشش خود را در راه
توسعه صنعت کشور گذاشته‌اند. اگر مطبوعات
امریکا میکوشند که بهترین اخبار سیاسی
و اجتماعی را در اختیار مردم بگذارند هدفشان
این است که در کنار این اخبار آگهی را
بخواننده نشریه تلقین کنند و در حقیقت پذیرش
او را برای صاحب آگهی بخرند. اما در
روسیه تمام این تلاش در راه گسترش اقتصاد
مملکت است. ملت و در اصل فرهنگی که از
خریدن روزنامه خودداری میکند، (به این
دلیل که به موقع صنعتی نشده است) و هم
چنین اجتماعی که میبندارد مجله یا
روزنامه باید با عمق و ارزش کتاب تهیه
شود، هرگز از نشریه و اخبار آن انتظار
ندارند که آنها را سرگرم کند. حتی در آمریکا،
گروه باسواد کشور کمتر به آگهیهای خوب
و متنوع توجه دارند. آگهیها معمولاً با بی
توجهی مردم روبرو میشوند و فقط عده
معدودی آنها را مطالعه میکنند و لذت میبرند.
آنها که فکر میکنند که تأثیر وجود مطبوعات
در آمریکا و شوروی یا در فرانسه و چین
یکی است حقیقتاً با ماهیت این وسیله ارتباط
جمعی آشنایی ندارند. آیا میتوان تصور کرد
که این ناآگاهی از نقش وسایل ارتباط جمعی
خصوصیتی متعلق به مردم مغرب زمین است
و مردم روسیه میدانند که چگونه
برای مطبوعات خود خط مشی روشن و با
نمری پیدا کنند؟ و آیا مردم اعتقاد مبهمی
دارند به اینکه رهبران کشورهای مختلف جهان

میدانند که در هر سرزمین و هر فرهنگی
روزنامه تأثیری دیگر دارد؟ این تصور نمیتواند
پایه محکمی داشته باشد. سیاستمداران و عالمان
سیاست به يك اندازه از تأثیر وسایل ارتباط
جمعی بر ذهن ناآگاه مردم غافل مانده‌اند.

یکی از دوستان من که در دبیرستان
به دانش آموزان درس وسایل ارتباط جمعی
میداد از واکنش و احساس یکان نو جوانان
نسبت به این وسایل دچار حیرت شده بود
آنها برای چند لحظه نمیتوانستند قبول کنند
که ممکن است مطبوعات یا هر وسیله خبری
دیگری به خاطر مرام یا هدف مشخصی فعالیت
کند. تصور اینکه مطبوعات از آنچه تهیه
میکند و مینویسند قصد خاصی
دارند در نظر آنها زیاد دلپذیر نبود و هر
يك خیال میکرد آشنا یا خویشاوندی که دست
اندر کار مطبوعات یا رادیو و تلویزیون است
نمیتواند گرفتار چنین گمراهی بزرگی باشد. علت
اینکه بسیاری نمیتوانند چنانکه باید وسایل ارتباط
جمعی را بشناسند درگیری زیاد آنها با محتوای
برنامه بدون توجه به فرم خاص آن است. این افراد
خیال میکنند که تنها بیان رسا و پر اهمیت و
گفتار یا نوشته درست و موکد، سطح کتاب،
نشریه، سینما یا تلویزیون را بالا میبرد آنها
تا حدی اشتباه میکنند. واقعا برای يك صاحب
آگهی چه راهی جز استفاده از زبان متداول،
اصطلاحات عامه پسند و عباراتی که بین مردم
مرسوم و محبوب شده است وجود دارد؟ آیا
راه اصلاح وسایل ارتباط جمعی بکار بردن
کلمات و عبارات سنگین و ادبی است؟ در
اینجا از «آرتیموس وارد» یاد میکنیم که
میگوید: شکسیر نمایشنامه‌های بسیار خوبی
نوشت، اما به عنوان يك خبرنگار و آشپزنگار
یا یکی از روزنامه‌های نیویورک نمی-
توانست مرد موفق باشد.

کسی که به کتاب خو گرفته است معمولاً
دچار این تصور نادرست میشود که مطبوعات بدون
آگهی که طبیعتاً زیر فشار و نفوذ صاحب
آگهی قرار نمیگیرند بهتر هستند. تحقیقاتی
که در عادات و دلستگی‌های خوانندگان
نشریات صورت گرفته است و حتی سبب حیرت
ناشران شده است نشان میدهد که وقتی چشمهای
خواننده روی صفحات روزنامه یا مجله گردش
میکند از دیدن آگهیهای جالب به اندازه
اخبار جالب لذت میبرد و راضی میشود. در
جنگ دوم جهانی تعدادی از نشریات محبوب
آمریکائی در شماره‌هایی که آگهی از آنها
حذف شده بود برای افسران و سربازان
آمریکائی فرستاده شد و بدنبال آن همه اعتراض
کردند و خواستند که آگهیها مجدداً در

نشریات به چاپ رسد. امروز برای تهیه يك
آگهی خوب مطبوعاتی به ذوق و هنر و کار
و تلاش بیشتری احتیاج هست تا برای تهیه
يك مقاله خوب و بهمین دلیل این دسته از
آگهیها جالبترین قسمتهای روزنامه‌ها و مجلات
هستند. در حقیقت آگهی خود نوعی خبر
است و چه اشکالی دارد اگر همیشه خبری خوب
و دلپذیر است؟ برای ایجاد تعادل در تأثیر
این دسته از خبرهای خوب، نشریه به تعدادی
خبرهای بد هم احتیاج دارد و به این ترتیب
با آمیختن اخبار خوب و بد نشریه بصورت
يك وسیله ارتباطی کامل و دقیق در میآید.
خبرهای بد همیشه در خواننده ایجاد نوعی
درگیری و دلستگی میکند. از نظر او خبر
حقیقی خبری است که بد باشد. این حقیقتی
است که هر روزنامه‌ای از ابتدای کار خود
آنرا احساس کرده است و میتواند به درستی
گواهی دهد. سیل، آتش سوزی
و دیگر فاجعه‌هایی که دامنگیر گروه میشود،
خبرهایی جالب‌تر از ضایعات فردی است. در
برابر چنین اخباری آگهیها باید سرشار از
پیامهای شاد و هیجان آور و روشنی باشند
که با نفوذ ملال و نگرانی اخبار بد مقابله
کنند.

از زمانی که سنای امریکا در صدد
تحقیق پیرامون حوادث و رویداد های ضد
اخلاقی جامعه افتاد، محققین مطبوعات و
خود سنای امریکا مشاهده کردند که این
اقدام به مجلس سنا، نقش و اهمیتی بسیار
مهمتر از کنگره بخشید. در حقیقت آنچه
مانع بر قراری يك رابطه دلخواه بین ریاست
جمهوری و هیات اجرایی او یا ملت میشد این
بود که آنها همیشه سعی میکردند منبع خبرهای
خوبی برای ملت باشند و آنها را به سوی نیکی
های حساب شده و پذیرفته شده همیشه ارشاد
کنند. از سوی دیگر اعضای کنگره و سنا
آزادی خرده گیری و نمایش جنبه های منفی
کارها را دارند که در جای خود به زنده
بودن و سرشار بودن مطبوعات کمک میکند.
برای کسانی که خیال میکنند محتوای مطبوعات
جز علائق و ایمانهای فردی و هدفهای سیاسی
خاصی نیست و نه تنها رادیو و مطبوعات
بلکه گفتارهای تلویزیونی نیز تنها بیان
تجربیات و ایمانهای سطحی و بی‌ارزشی است،
این موضوع، یعنی زنده بودن و سرشار بودن
وسایل ارتباط جمعی ظاهری تسخر آمیز و
بی‌اعتبار دارد. در اینجا بار دیگر یادآوری
میکم که روزنامه از زمانی که پایه گرفت
هرگز نخواست و نتوانست جایگزین کتاب شود
یا نقش کتاب را بعهده بگیرد، بلکه همیشه
بصورت تریبونی برای عموم و با شرکت عموم

اداره و تهیه شد. با افزایش سرعت گردآوری خبر و چاپ، این وسیله بصورت مهمترین وسیله ارتباط انسانها درآمد و بر همین اساس می‌توان گفت که مطبوعات یک عامل جدایی ناپذیر از روال سیاست دموکراتیک در یک اجتماع است و میتواند بدون شباهت و پیروی از کتاب، مستقلا دارای ارج و ارزشی والا باشد. کسی که بیشتر با کتاب مانوس است، در شناخت نقش واقعی مطبوعات دچار اشتباه میشود و معمولا بزرگترین گلابه و انتقاد او این است که چرا مطبوعات همواره به گزارش اخبار زشت و حوادث ناهنجاری میپردازد که در نهاد اجتماع میگذرد و بدون وجود مطبوعات میتواند همیشه زیر پرده‌ای پنهان بماند. در اینجا باید یادآوری کرد که کتاب نیز مانند روزنامه به کشف نهاد مسائل میپردازد. خواه نویسنده آن «موتین» باشد و یا خواننده خود در خلوت، از ظرافتهای افکار و احساساتش بگوید و خواه «هرست» و «ویتن» به تشریح فلسفه خود در جانبداری از زندگی دور از تمدن و ابتدایی انسانها بپردازند.

شباهتهای هست بین کتاب و روزنامه که مهمترینشان چاپی بودن هر دو، تعدد نسخه‌های چاپ شده و شباهت نسخه‌ها بیکدیگر است و این مشخصات سبب میشود که کتاب و روزنامه هر دو برای انسانها بصورت مرجع و بلندگوئی برای بیان احساسات، دریافتها و افکارشان باشند.

نخستین نوشته‌ای که در یک روزنامه جلب نظر مردم را می‌کند، آنست که مردم با آن آشنا هستند و در باره‌اش معلومات یا مشاهداتی دارند. اگر ما مستقیما شاهد رویدادی از قبیل یک مسابقه، یک سانحه، یا توفان سختی در برف باشیم به محض دریافت روزنامه ابتدا خبر آن حادثه خاص را می‌خوانیم. چرا چنین است؟ پاسخ این سؤال کلیدی برای شناخت کامل وسایل ارتباط جمعی است.

چرا یک کودک علاقمند است که درباره آنچه در طول روز برایش رخ داده است حرف بزند، هر چند گزارشهایش ناقص و نارسا باشد؟ چرا ما داستانها یا فیلم‌هایی را ترجیح میدهیم که با صحنه و مکان آنها آشنا هستیم و قهرمانان داستان را در زندگی حقیقی می‌شناسیم و میبینیم؟ دلیلش این است که برای هر موجودی، بهره‌مند از عقل و منطق متعادل دیدار و بازشناسی تجربه‌ها و مشاهدات گذشته‌اش در قالبها و جلوه‌های تازه یکی از ارزش‌ترین ظرافتهای زندگی است. وسایل ارتباط جمعی این توانایی را دارند که بانمایش تجربیات تازه عواطف و برداشتهای را که ما از رویدادهای زندگی گذشته خود

داشته‌ایم بار دیگر بر ایمن زنده کنند. ما به مدد زیرکی و ذکاوت خویش برداشتهای را که از دنیای خارج داریم به دنیای درون خود منتقل میکنیم و گاهی مطبوعات قادرند شادمانی و هیجانی را که از بکار گرفتن به موقع هوش و ذکاوت و دریافت حقایق به انسان دست داده است بار دیگر در وجود او زنده کنند. هیجان و لذت چنین ادراکی و یادآوری مجدد آن دلیل روشنی است برای تلاش مداوم انسانها در بکار بردن حواس مختلفشان. وسایل ارتباطی جمعی نیز امروز بصورت اشعایات حواس پنجگانه انسان درآمدند و بهمان اندازه که انسان امروز از چشم و گوش خویش برای گسترش تجربیات خویش استفاده میکند، این وسایل را نیز مورد استفاده دائمی خود قرار داده است. از سونی دیگر انسان کتاب دوست، بهره‌گیری مداوم از مطبوعات را تلاش بی‌ثمر میشناسد و نسبت به آن در دنیای خود احساس بیگانگی و گستگی میکند.

تا اینجا ما گفته‌ایم که مطبوعات در قالبی سطحی‌تر و عمومی‌تر دنباله کتاب است و این قالب نشان میدهد که مطبوعات نسبت به کتاب یک پدیده عمومی‌تر و جمعی‌تر است. این پدیده به اجتماع روی دارد. نه بفرد و همه را شامل میشود نه حواس را. برای آشنایی بیشتر با نمای کامل این پدیده باید به جلوه‌های گذشته آن بازگشت و دیدن پیش از آنکه مطبوعات بصورت امروز درآید چگونه بوده است.

تاریخ نشان میدهد که در گذشته مطبوعات به جستجوی خبر نمی‌رفتند بلکه منتظر میشدند تا خبر به آنها برسد. هنگامیکه نخستین روزنامه امریکایی توسط «بنجامین هراست» در ۲۵ سپتامبر ۱۹۶۰ در بطن منتشر شد، اعلام کردند که این روزنامه ماهی یکبار منتشر میشود و فقط در صورتی در ماه بیش از یک شماره تهیه خواهد شد که حوادث بیشتری روی دهد و به اصطلاح اخبار کافی برای گزارش در نشریه فوق‌العاده در دست باشد. هیچ نمونه‌ای بهتر از این نشان نمیدهد که در آن روزگاران خبر چیزی خارج از دسترس روزنامه بود، در شرایطی چنین ابتدایی و ناقص، مطبوعات نقش مهمی را عهده‌دار شده بود و آن تصحیح اخبار زبانی و مردود شناختن شایعات بود. در این مرحله مطبوعات تقریبا نقش فرهنگ لغاتی را بازی میکرد که کارش ریشه‌یابی و درست نویسی کلمات مختلفی بود که از قدیم وجود داشتند و در فرهنگهای دیگر نیامده بودند. بزودی مطبوعات به این حقیقت پی برد که خبر تنها مطلبی نیست که از خارج به روزنامه میرسد، بلکه خود روزنامه می‌تواند به گردآوری خبر بپردازد و

در حقیقت آنرا بسازد. هرچه در روزنامه چاپ میشد خبر بود و هر چه چاپ نمیشد خبر نبود.

به این ترتیب آنکه نامش و ماجرایش در روزنامه میرود هم خبر است و هم خبرساز. خبرسازی مانند کسب مال، احتیاج به مقداری افسانه سازی و مقداری تلاش و عمل مثبت دارد. مطبوعات آمیخته‌ای از حقیقت و افسانه است پیرامون تمامی آنچه در اجتماع روی میدهد و نمایی کامل است از یک برش عرضی یا تصویر واقعی آن اجتماع.

وقتی یک منتقد پذیرفته شده مانند «دنیل بورستین» از مصنوعی بودن مطبوعات که ساخته داستان‌های مرموز و نوشته‌های یکنواخت خبر گزارها و تله تایپ‌ها است شکایت میکند، در عین حال به این مساله نیز معتقد است که او هرگز با طبیعت و ماهیت مطبوعات قدیمی آشنایی کامل نداشته است زیرا نوعی ساختگی بودن همیشه از مشخصات مطبوعات بوده و تنها به روزنامه‌ها و مجلات امروزی اختصاص ندارد.

مدتها پیش از آنکه تجار و صاحبان صنایع و شرکتهای بزرگ دریابند که چگونه سیمای اجتماعی آنها دقیقا روی زمینه‌های پذیرش و احساسات عمومی خالکوبی میشود و بهجا میماند، مطبوعات توانست با منعکس ساختن تمامی آنچه در یک واحد زمانی در جامعه میگذرد، به ترسیم سیمای واقعی اجتماع بپردازد. جدا از زبانهای مختلفی که نشریات دنیا را مشخص میکنند، تاریخ روزنامه یگانه عامل سازنده و شناسائی دهنده آن بشمار می‌آید. اگر تاریخ روزنامه را از بالای آنها بردارید، خواهید دید که تمام آنها شبیه بهم هستند با این حال مطالعه روزنامه یک هفته پیش حتی بدون آگاهی بر اینکه از انتشار آن یک هفته گذشته و اخبار آن کهنه هستند، باز کاری ملال آور و بیهوده است. هنگامیکه گردانندگان مطبوعات دریافتند که خبرگزاری بهیچ روی نوعی تکرار مکررات نیست و بررسی و گزارش هر خبر قدم کاملا تازه‌ای در کار روزنامه نگاری بشمار می‌رود، دریجه‌های تازه‌ای به دنیای مطبوعات گشوده شد. آگهی و بازاریابی که تا آن زمان در دایره‌ای بسیار محدود انجام میگرفت ناگهان با مدد «پارنم» و در قالب داستان‌های جذاب و گیرا راه به صفحات اول روزنامه‌ها و مجلات گشود. روزنامه‌ها و مجلات امروز در دست صاحبان سازمان‌های تبلیغاتی همان وضعی را دارند که صفحه رنگ و لوله‌های رنگ در دست یک نقاش. هر رویدادی برای آنها میتواند منبع بهره‌برداری قرار گیرد و وسیله‌ای برای بدست آوردن هدفهای مورد نیازشان شود.

برای هر طبقه و هر دسته از کسانی که صاحب آگهی احساس میکنند باید در آنها نفوذ کند، نمونه‌ها و راههای بی‌شماری وجود دارد و بهر راه ممکن، خواه از طریق لحن آگهی، یا تحریک احساسات عمومی، یا درگیر ساختن خواننده با مطالب عمیق و درخور تفکر، توجه و علاقه او به پیام مورد نظر جلب می‌شود.

اگر مو شکافانه در ماهیت مطبوعات تعمق کنیم و ببینیم که این پدیده در قالبی کاملاً همه‌گیر و جامع تا چه حد گسترش یافته است به آسانی میتوانیم لزوم آنرا در کنار یک حکومت دموکراتیک احساس کنیم و بپذیریم. در بررسی و مطالعه‌ایکه «داگلاس کتر» در نوشته خود بنام «رکن چهارم حکومت» میکند، خود از این حقیقت به حیرت است که در میان تمام سازمانهای دولتی و انشعابات آنها یک عامل قوی وجود دارد و آن مطبوعات است که علاوه بر استقرار ارتباط مداوم و منطقی این دستگاه‌ها با یکدیگر، ارتباط آنها را با ملت نیز برقرار می‌سازد. او آشکارا به این تضاد و دوگانگی کار مطبوعات اشاره میکند که از یکسو مطبوعات خود را وقف انتشار و روشن ساختن حقایق میکند و از سوی دیگر، گرفتار در تار و پودهای ناگستنی حوادث و سرعت‌های حیرت‌زای دنیای الکترونیک بسیاری از حقایق بناچار باید راز مانند از اذهان عمومی پنهان بماند. مهمترین مطالب محرمانه زیر پرده‌ای از امور پر جنجال و مسئولیتهای اجتماعی سر پوشیده میماند و این تنها از توانایی‌های سحر آمیز مطبوعات، از مجرای انعطاف پذیر اخبار است با چنین توانایی ماهرانه و عظیمی که مطبوعات در تحمیل تحولات و خودآفرینی دارند انسان غریب آرام آرام به جهان سرعت‌ها و دگرگونیه‌ها و اتکاها و بستگیهای متقابل پامینهد. توانایی ایجاد تحول در افکار و عادات مردم در هیچ جای دیگر بیش از مطبوعات محسوس و آشکار نیست. مطبوعات، مالا و ناگیر، فنی است در جهت پدید آوردن کنش‌های اجتماعی و کاملاً مخالف با افکار و کنشهای فردی.

بد نیست ببینیم که چگونه به موازات گسترش تلفن، رادیو، و تلویزیون در سال‌های اخیر، مطبوعات دچار دگرگونی شدند و به قالب تازه‌تر و ساده‌تری درآمدند. گفتیم که تلگراف به این دلیل که میتوانست اخبار مختلف را از هر گوشه و در هر زمینه به سرعت به نشریات برساند، یکی از مهمترین عواملی بود که مطبوعات امروز را بصورت مجموعه‌هایی عمومی‌تر، جامع‌تر و متنوع‌تر درآورد، همین حقیقت که صفحه روزنامه سرشار از خبرهای کوچک و بزرگ و گونا-

گون در باره شرایط و حوادث زندگی مردم است سبب میشود که نشریه بصورت ارگان اجتماع و نماینده سیمای راستین آن در آید و مقالات تفسیری در این زمینه نقشی به آن درجه مهم و با نفوذ ندارند که اخبار کوچک و بزرگ و سطحی برای انسانی که به کتاب خود دارد و فرهنگ او، بسوی خلوتی کاملاً جدا از دیگران گرایش داده است مطبوعات جزو عاملی برای ایجاد جنجال بشمار نمی‌آید و گنجاندن آنچه خبر و عکس و مقاله کوچک و بزرگ در کنار هم وسیله‌ای جز برای جلب توجه نیست و این صرفاً بازیگری بی‌شرمانه‌ای با احساسات و بستگیهای انسانی است. تلگراف زمان و فاصله را در کار خبرگزاری از میان برداشت و از این راه سکوت و خلوت جهان کتاب و کتاب خوانان را برهم زد و به مطبوعات قدرت داد که نماینده تصویر تازه‌تر و کامل‌تر از سیمای جامعه باشند.

اولین رویداد حیرت‌آور و ناراحت‌کننده برای روزنامه نگاری که وارد مسکو میشود، در دسترس نبودن کتاب راهنمایی تلفن است و مقاله رنج آور دیگر این است که در ادارات دولتی مرکز تلفن وجود ندارد. هر کس باید شماره تلفن کسی را که میخواهد با او تماس بگیرد بداند و اگر نه... یک دانشجوی وسایل ارتباط جمعی باید مشتاقانه صدها کتاب را برای آگاهی از چنین حقایقی مطالعه کند. از این طریق است که نکات مبهم و تاریک مطبوعات در یک جامعه روشن میشود و دانشجوی بر نقش وسیله‌ای مانند تلفن در فرهنگی دیگر آگاهی می‌یابد. یک خبرنگار امریکائی معمولاً تمامی جریان‌ها و حقایق و آماری را که برای نوشتن یک مقاله مورد نیاز او است، از طریق تلفن بدست می‌آورد زیرا هیچ وسیله دیگری با چنین سرعت و فوریتی تماس او را با منابع خبر برقرار نمیسازد. در مقایسه با روزنامه نگاران امریکائی، روزنامه نگاران روسی و اروپایی بیشتر درگیر ادبیات زبان خود هستند. در اینجا تضادی آشکار احساس میشود: در مطبوعات ادبی امریکائی تأثیر عمیقی از زبان محاوره‌ای این کشور وجود دارد، حال آنکه مطبوعات عادی و محاوره‌ای روسیه و اروپا آشکارا دارای مشخصات و بازه ادبی هستند.

مردم انگلستان تمایل زیادی به استفاده از تلفن ندارند و ترجیح میدهند از طریق نامه‌های پستی باهم در تماس باشند. برای ملت روسیه تلفن یک نشانه شخص و برتری است، درست مانند ساعتی که در آفریقا مورد استفاده رئیس قبیله بوده است و بعنوان یکی از لوازم تزئینی روی لباس بکار میرود.

سیمای ظاهری مطبوعات در روسیه، این وسیله را عاملی برای ایجاد یکرنگی و یگانگی در اجتماع و تشویق افراد به شرکت در امور اجتماعی معرفی میکند. همان مشخصاتی که از نظر مردم آمریکا برای مطبوعات آمریکا نشان ناهماهنگی یک نشریه با معیارهای زندگی یک انسان با فرهنگ است در روسیه مناسب است و مورد توجه حزب کمونیست قرار میگیرد. لنین گفته است: «روزنامه نه تنها یک وسیله تبلیغاتی جمعی و یک قوه محرکه جمعی شناخته میشود، بلکه میتوان آنرا یک سازمان دهنده و برقرار کننده نظم اجتماعی نیز به شمار آورد». استالین مطبوعات را «قوی‌ترین سلاح» حزب خود شناخت و خروش جف اظهار داشت که مطبوعات «مهمترین سلاح و مدافع ایدئولوژیکی» یک اجتماع است. این مردان توجهشان بیشتر به بازه اجتماعی مطبوعات و قدرت معجزه مانند این وسیله در تلقین فرضیات و عقاید خاص خود بود تا به تاثیر حروف چاپی در بیان یک سلیقه یا عقیده فردی. در روسیه مانند آمریکا جزئیات قدرتهای حکومتی آشکار نیست و برای آنها مطبوعات وسیله ارتباط و ایجاد هماهنگی و همبستگی بین قدرتهای جزء شناخته شده است. بهره‌برداری از مطبوعات در روسیه اساس و روش دیگری دارد. روسیه امروز همانقدر به روزنامه و مجله نیازمند است که در گذشته آمریکا به کتاب احتیاج داشت تا به مدد آن و مشخصات ملی و زبان خود، فرهنگ و ادب کشور را نمایش دهد و آنرا به ملل دیگر جهان بشناساند. در مصر کار مطبوعات تأثیر در رژیم ناسیونالیستی است به این کیفیت که مطبوعات در افراد اجتماع نوعی شباهت و یگانگی بوجود می‌آورند و آنها را از نگاره‌ها و ایمانهای سنتی و محلی خود جدا میکنند. با روشی کاملاً مخالف با مطبوعات، در مصر رادیو، در راه احیای قبیله‌های قدیمی و عقاید و سنتهای آنها پیشقدم شده است. رادیوهای باطری دار که افراد قبیله «بدوی» هنگام سواری بر شترها با خود حمل میکنند در وجود آنها نوعی برانگیختگی و هیجان زندگی بوجود می‌آورد، اما اگر این احساس را که رادیو در ملت عرب زنده میکند، «ناسیونالیسم» نام بگذاریم، آشکارا حقیقت را از خود پنهان کرده‌ایم.

یگانه ضامن اتحاد و یگانگی ملت‌های عرب مطبوعات است. «ناسیونالیسم» برای دنیای عرب نیز تا زمان «روناس» و هنگامی که گوتمبرگ به صداهای زبان جامه‌ای قابل رویت پوشید، کاملاً ناشناخته بود. توانایی نمایش یکسانها و هماهنگی‌هایی که لازمه

شناسایی و درک ناسیونالیسم است در دایره قدرتهای رادیو نیست. برخی از حکومتهای عربی برای آنکه افراد کمتری به برنامه‌های ملی رادیو گوش بدهند بر طبق قانونی استفاده از گوشیهای مخصوص یکنفره را ممنوع کرده‌اند و در مقابل در قالب برنامه‌های دیگری به تقویت بستگیهای قبیله‌ای و محلی در شنوندگان رادیو پرداخته‌اند. رادیو به آسانی می‌تواند توانایی بخش‌تعمسها و پیوندهای قبیله‌ای باشد و شنوندگان خود را با مشخصات بارز و سنتهای ایل و محل زندگی خود آشنایی و درگیری دهد. از سوی دیگر، مطبوعات با تأثیری کمتر از رادیو به نمایش مشخصات و شباهتهای زندگی قبایل می‌پردازد و در این کار با دستی بازتر میتواند خصوصیات متنوع‌تر و بیشتری را بررسی و معرفی کند.

اگر تلگراف سبب کوتاهی جملات در مطبوعات شد، رادیو سبب کوتاهی متن اخبار شد و تلویزیون در دنیای روزنامه نگاری ایجاد حس کنجکاوی بیشتر کرد. در حقیقت مطبوعات کنونی نه تنها تصویر کامل و ساعت بساعت اجتماع انسانی است بلکه فنی است جامع و شامل تمام فنونی که در جوامع امروزی بکار است. بطوریکه حتی مطبوعات برای تکمیل گروه خبری خود ترجیح میدهند از همکاری کسانی استفاده کنند که قبلاً در فعالیتهای سینمایی، رادیویی، تلویزیونی و «دراما» موفقیت و شهرتی یافته‌اند. بر این اساس درجه‌های دیگر به طبیعت و ماهیت مطبوعات می‌گنجانیم و میبینیم کسی که بدون تجربه و آگاهی از فنون دیگر از آغاز وارد کار مطبوعاتی میشود، کارمندی است در حد انسانهای معمولی دیگر.

تولید کنندگان کاغذهای دیواری اخیراً نوعی کاغذ دیواری ساخته‌اند که طرح آن ظاهر یک روزنامه فرانسوی را نشان میدهد. اهل اسکیمو روزنامه را به سقف کلبه‌اش می‌چسباند تا از ریزش قطره‌های آب جلوگیری کند. حتی روزنامه‌ایکه کف آشپزخانه پهن شده است، خیری را گزارش میدهد که شاید انسان هنگام مطالعه روزنامه آنرا ندیده و از آن گذشته است. بهرحال، خواه کسی در تنهایی و خلوت خویش روزنامه میخواند تا به آگاهیهای پیرامون اجتماع خود برسد و خواه برعکس در قلب اجتماع بخواند روزنامه می‌پردازد تا خود را از گروه جدا کند و به خلوتی دست یابد، مطبوعات نقشهای گوناگون خود را در سطح مختلف اجتماع انجام میدهد و این کاری است که کمتر از کتاب ساخته است: ایجاد آگاهی‌های عمومی و بستگیها و درگیری‌های جمعی. طرح

ظاهری مطبوعات یا عبارت دیگر مشخصات ساختمانی آن، باین منظور که در بیداری و آگاهی عموم تأثیر والاتری داشته باشد به سادگی زیر نفوذ شرعی بعد از «بودلر» قرار گرفت. صفحه یک روزنامه معمولی نه تنها امروز با شیوه‌های «سورآلیسم» و «سمبولیسم» تلاش‌های روشنفکرانه و «آوانگاردی» را دنبال میکند، بلکه در گذشته نیز چنانکه از نوشته‌های «فلویر» و «رمبو» مشهود است الهام بخش و رواج دهنده این دو شیوه در شعر و هنر بوده است. قسمتهای از «یولیسس» «جویس» یا اشعار «تی. اس. الیوت» که گزاشی بسوی قالبها و فرمهای روزنامه‌ای پیدا کرده‌اند دلچسب‌تر هستند و بهتر خوانده میشوند.

باید نظر گرفتن این عقیده راسخ و دیرین که مطبوعات باید وسیله‌ای برای تبلیغات سالم و اصلاح کننده باشد شاید بتوان این سؤال را پیش کشید که آیا این عقیده برخورداردی بین کتاب و روزنامه ایجاد نمیکند؟ طبیعی است که مطبوعات بعنوان یک وسیله جمعی و اشتراکی یا هر وسیله‌ای که افراد اجتماع را از جمع جدا کند و بسوی هدفها و تلاشهای فردی بکشاند سازگاری نداشته باشد. هر فردی که از خویش جنبش و هیجانی نشان بدهد و کوششی را بنفع اجتماع آغاز کند بی‌تردید به صفحات روزنامه‌ها و مجلات راه خواهد یافت. کسی هم که برای سودهای شخصی برگرددش چرخهای اجتماع دستی مییابد ممکن است با تأثیر تبلیغات از طریق مطبوعات آشنا باشد، بهرحال، خودنشان و گردانندگان روزنامه و یا کسانی که مطبوعات را برای هدفهای تجارتمی وسیله قرار میدهند در عین آنکه با یک روال اجتماعی درگیر هستند در زیر سرپوشی پنهان میمانند و چنانکه نباید شناخته نمیشوند. و آیا همین مسئله بیهودگی و بی‌اساسی بدبینی و سواس آمیزی را که دوستداران کتاب نسبت به صاحبان با قدرت نشریات دارند روشن نمیکند؟ نظرها و عقاید جزئی و محدودی که از طریق کتاب برای خواننده و نویسنده بوجود میآید، همواره منتهی بنوعی کینه و بدبینی نسبت به قدرتهای عظیم و اجتماعی مطبوعات میشود. بعنوان دو وسیله ارتباطی در دو قالب متفاوت، کتاب و روزنامه ناهماهنگ‌ترین و بی‌شبهت‌ترین وسایل هستند. کوشش صاحبان و گردانندگان مطبوعات همواره در این راه است که اجتماع را راضی کنند و برای مردم همان مطالبی را تهیه کنند که تشنه‌اش هستند زیرا آنها بخوبی میدانند که قدرت آنها بستگی به موفقیت خود وسیله دارد، نه پیامی که در آن گنجانیده شده است.

بررسی کتاب

تاریخ مطبوعات ایران و جهان

اخیراً کتابی تحت عنوان «تاریخ مطبوعات ایران و جهان» تألیف جهانگیر صلح‌جو منتشر شده است. این کتاب که درمجاوز از ۳۰۰ صفحه بچاپ رسیده‌است شامل چهار بخش: (۱) تاریخ خط در جهان، تاریخ پیدایش کاغذ در شرق و غرب، روزنامه‌نگاری در ایران باستان، تاریخ پیدایش روزنامه در جهان، روزنامه‌نگاری نوین در جهان (۲) روزنامه‌نگاری در ایران (۳) روزنامه‌های مهم ایران و (۴) روزنامه‌نگاری در جهان می‌باشد.

مؤلف در مقدمه کتاب نوشته است: «تاریخ روزنامه و روزنامه‌نگاری یکی از دلکش‌ترین مباحث معرفت بشری است و در این کتاب تا آنجا که صفحات محدود آن اجازه داده است از این مقوله سخن رفته است. تاریخ روزنامه‌نگاری از یکطرف به تاریخ پیدایش خط و از طرف دیگر به تاریخ پیدایش کاغذ مربوط میشود و بهمین مناسبت در بخش اول کتاب به اجمال در این باره سخن رفته است و در بخشهای دوم و سوم و چهارم کتاب تاریخ روزنامه‌نگاری در ایران و جهان (از ابتدا تا امروز) مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. همچنین در این کتاب با نمونه‌های نشر روزنامه‌های قدیم ایران و پیش‌گوتان عالم روزنامه‌نگاری آشنا می‌شوید و فهرستی از روزنامه‌های مهم قدیم و جدید ایران را می‌بینید.

ناشر کتاب تاریخ مطبوعات موسسه انتشارات امیرکبیر و بهای هر جلد آن ۶۰ ریال است.