

وسائل  
ارتباط  
جمعی  
از دید  
صاحب  
نظران



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات  
پرتمال جامع علوم انسانی

## چند سؤال

- ۱- در جامعه امروز ایران، برای کدام يك از کاربردها و وظایف وسائل ارتباط جمعی (پخش خبر، ایجاد آگاهیهای اجتماعی، سرگرمی و پرکردن اوقات فراغت، آموزش در زمینه‌های مختلف و...) اهمیت بیشتری قائلید و چه نظری در این باره دارید؟
- ۲- کدام يك از وسائل ارتباط جمعی، حوزه تأثیر نیرومندتری در میان گروهها و طبقات فعال و مؤثر جامعه ما دارد و چنین وسیله‌ای، چه وظایف خاصی را باید به عهده داشته باشد؟
- ۳- وسائل ارتباط جمعی و فرهنگ چگونه بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند؟
- ۴- آیا می‌توان گفت که وسائل ارتباط جمعی به مناسبت آنکه با اکثریت افراد جامعه سروکار دارند، محتوای فرهنگی نازلی را عرضه می‌کنند؟ و در این صورت آیا وسائل ارتباط جمعی به غنای فرهنگی جامعه لطمه می‌زنند؟
- ۵- وسائل ارتباط جمعی چه وظایفی در زمینه زبان ملی به عهده دارند و در این باره چه هدفهایی را باید دنبال کنند؟
- ۶- برخورد وسائل ارتباط جمعی و فرهنگهای محلی، چگونه باید باشد؟
- ۷- با توسعه و گسترش روزافزون شبکه جهانی وسائل ارتباط جمعی، اشاعه ناگزیر ارزشهای فرهنگ صنعتی چه مسائلی را به وجود می‌آورد و چگونه باید باین مسائل روبرو شد؟

و چند پاسخ از :

- ۱- هوشنگ وزیری - روزنامه‌نویس
- ۲- کاظم معتمدنژاد - استاد و معاون دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی
- ۳- فیروز توفیق - جامعه‌شناس و مدیر مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی
- ۴- صدرالدین الهی - استاد و رئیس گروه مطبوعات و رادیو تلویزیون دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی
- ۵- تورج فرازمنند - نویسنده و کارشناس رادیو و تلویزیون

# وسائل ارتباط جمعی دنباله‌رو مردم است

۱ - جامعه امروز ایران جامعه‌ای است که نیازهای ناشی از ضرورت توسعه اقتصادی و اجتماعی خود را بر آن تحمیل می‌کند. توسعه، به گسترده‌ترین معنایش، فقط نوسازی ابزار تولید و کار، تحقق طرح‌های عظیم صنعتی، گسترش راهها و شبکه حمل و نقل و تأمین خوراک و پوشاک و مسکن برای جمعیت نیست. باید با به پای تأمین این نیازهای اساسی که برشمردیم، اشاعه فرهنگ و دانش را نیز پاس بداریم. در این تلاش فرهنگی، وسائل ارتباط جمعی اگر مهمترین مکان را بگیرد، دست کم یکی از مکان‌های مهم را به خود اختصاص می‌دهد.

ضرورت رسیدن به سطح يك کشور پیشرفته به معنای امروزی، در جامعه ما حادثتر و فوری‌تر از آن است که وسائل ارتباط جمعی فعالیت عمده خود را بر تهیه برنامه‌های سرگرم کننده و پرکردن اوقات فراغت متمرکز کنند. با وجود این نمی‌توان میان «کاربردها و وظایف» گوناگونی که برشمرده‌اید، مرز جداکننده‌ای کشید، چرا که در وسائل ارتباط جمعی این قلمروهای گوناگون در یکدیگر تداخل می‌کنند؛ مرزها به اصطلاح موج است. اگر از مسأله خبر، که اختصار و ایجاز را ایجاب می‌کند، بگذریم، تجربه در کشورهای دیگر نشان داده است که وسائل ارتباط جمعی نقش خود را به عنوان میانجی انتقال آگاهی‌های اجتماعی و آموزش، فقط هنگامی به نحو مؤثری بازی توانند کرد که چنین برنامه‌هایی را سرگرم کننده فراهم آورند، مگر آن که موضوع خود به خود جاذبه‌ای برای دیدن، شنیدن یا خواندن داشته باشد.

بگذارید در اینجا از مصرف کنندگان وسائل ارتباط جمعی (خوانندگان روزنامه ، شنوندگان رادیو و بینندگان تلویزیون) به عنوان «گیرنده» یاد کنم .

این که در چند سطر پیش از «تجربه در کشورهای دیگر» سخن گفتم ، بدان علت است که وسائل ارتباط جمعی نه تنها تأثیری به اصطلاح ناملموس و خزننده برگیرنده می نهند و چگونگی این تأثیرگذاری هنوز به شیوه ای اقتضای کننده بررسی و ثابت نشده است ، و سروکارمان اصولاً با قلمروئی است که در بهر روی شناخت درست می بندد ، بلکه در کشور ما ، تا آنجا که نگارنده می داند ، هنوز بررسی هائی که بزرگ داربست عملی بتند و رشد کنند ، انجام نگرفته است .

۴ - بدین سان به بخشی از پرسش دوم پاسخی زودرس گفته شده است . باری ، آمریکائیان و اروپائیان - خاصه آمریکائیان - سالهاست که در این زمینه سرگرم پژوهش و کاوشند . این پژوهشها ، تا آنجا که مسأله به روش و شیوه کار مربوط می شود ، می تواند درباره ای موارد ما را نیز به کار آید . لکن اقتباس نتایجی که آنان از پژوهشهایشان گرفته اند ، نه تنها ناصواب بلکه گاه خطرناک است . اگر در علوم طبیعی می توان نتایج کاوشها و پژوهشها را از هرجا که باشد ، ستاند و به کار برد ، چنین اقتباسی در مورد وسائل ارتباط جمعی به بیراهه رفتن است . ما این اشتباه را یک چند در جامعه شناسی و علوم سیاسی مرتکب شدیم و اکنون به تدریج داریم آن را تصحیح می کنیم . به طریق اولی نمی توان از نتایج پژوهشهایی که درباره

وسائل ارتباط جمعی در آمریکا و اروپا شده است ، مصالح ساختمان یک پژوهش ایرانی را گرفت . باری ، می توان گفت تأثیراتی که از وسائل ارتباط جمعی بر می خیزند ، با یکدیگر تقاطع پیدا می کنند ، لایه وار برهم می نشینند و مجموعه ای بفرنج را تشکیل می دهند که کاوش آنها سخت دشوار است . لکن می توان گفت که ، به فراخور سطح پائین یا بالای فرهنگی افراد یک جامعه ، وسائل سمعی و بصری (رادیو تلویزیون) از یک سو و وسائل نوشته شده (روزنامه ، مجله) از سوی دیگر ، بیش یا کم تأثیر می نهند .

فقط می دانیم که در جامعه ای که شمار بیسوادان در آن بسیار و سطح فرهنگی در آن ناگزیر نازل است ، رونق وسائل ارتباط سمعی - بصری بیشتر و حوزه تأثیر آن نیرومندتر است . لکن (بدین ترتیب به سؤال سوم می رسیم) چگونگی این تأثیر ، خاصه در کشور ما ، هنوز به درستی روشن نیست .

۳ - وانگهی در رابطه وسائل ارتباط جمعی با گیرندگان ، عواملی وجود دارند که گرچه خود در شمار وسائل ارتباط جمعی نیستند ، لکن تأثیر آن را به میزانی وسیع تعیین می کنند . به عنوان مثال : نظام حکومتی یک کشور البته که در شمار وسائل ارتباط جمعی نیست ، اما هیچکس نیست که بتواند تأثیر نظام حکومتی را بر کاربرد و هدف وسائل ارتباط جمعی انکار کند . نظام حکومتی آمریکا به وسائل ارتباط جمعی آن سرزمین امکاناتی می دهد که در بسیاری از کشورها شناخته نیست . آگاهی و اطلاعی که این وسائل درباره

جنگ هندوچین به افکار عمومی آمریکا داده‌اند و موضع ضد جنگی که خود این وسائل اختیار کرده‌اند، تأثیر در خور اعتنائی در جریان جنگ داشته است. می‌توان گفت درباره‌ی کشورها روش حکومتها و نهادهای سیاسی و اجتماعی و فرهنگی تا اندازه‌ای به یاری همین وسائل ارتباط جمعی تعیین می‌شود، حال آن که درباره‌ی کشورهای دیگر این سیاست حکومتهاست که راه و رسم وسائل ارتباط جمعی را تعیین می‌کند.

از این گذشته، بی‌آن که بخواهم به قلمروی بحث دانشگاهی پای نهم، اشاره می‌کنم که از بررسی‌های انجام شده چنین برمی‌آید که گذشته از تأثیر وسائل ارتباط جمعی برانبوه گیرندگان، تأثیری که گیرندگان بر وسائل ارتباط جمعی می‌گذارند، در خور اعتناست. گیرنده، به فراخور فرهنگ، آگاهی اجتماعی، دانش، علتهای سیاسی، وابستگی به گروه یا قشرهای معین، دربرخورد با وسائل ارتباط جمعی رفتاری گزینشی دارد، همچنان که سردبیر يك وسیله ارتباط جمعی یا مسئول يك قسمت ناگزیر است از میان انبوه موادی که در دسترس دارد، دست به انتخاب بزند. راهنمای وی در این «انتخاب» چیست؟ اگر افلاطون درباره‌ی سخنوری گفت که این یعنی «تسخیر روح انسان به وسیله کلام»، و اگر ارسطو بر این گفته افزود که سخنوری یعنی تمیز دادن این نکته که در هر شرایطی، در هر موردی، با کدام روشی می‌توان مطلوب‌ترین و بیشترین نتیجه را از کلام گرفت، همانا کار يك سردبیر وسائل ارتباط جمعی از نقش يك سخنور

چندان جدا نیست. باز بدستانه‌ترین شگردهای سخنوری و مطبوعاتی هم نمی‌توان توجه گیرندگان را به مسائلی جلب کرد که به آن علاقه ندارند. اگر يك سخنور بتواند دست به چنین تجربه‌ای بزند، مسئول يك وسیله ارتباط جمعی، به اقتضای شغل، نمی‌تواند. خاصه در کشور ما آشکارا می‌بینیم که وسائل ارتباط جمعی به‌جای آن که از حیث فرهنگی، بی‌آن که از توده فاصله گیرد، چندگام پیشاپیش توده حرکت کند، دنباله‌روی توده است. به گمان من از حیث فرهنگی، بیشتر می‌توان تأثیر فرهنگ توده مردم را بر وسائل ارتباط جمعی مشاهده کرد تا تأثیر آن وسائل را بر فرهنگ. این واژگونی بیشتر در روزنامه‌ها و مجله‌ها به چشم می‌خورد که پیش از همه چیز به عنوان دستگاههای انتقاعی، درصد افزایش تیراژ و در نتیجه، سود بیشتری دارند. با وجود این، تصویر چنان بدبینانه نیست که می‌نماید. زیرا می‌توان با تلفیق این دو امر بایکدیگر یعنی اجرای وظیفه آموزشی و انتقال آگاهی اجتماعی از يك سو و پوشاندن قشری هرچه وسیعتر از گیرندگان از سوی دیگر، رسالت درخوری برای وسائل ارتباط جمعی پدید آورد.

۴ - در حالی که، دست کم در کشور ما، هنوز نمی‌توان چگونگی تأثیر وسائل ارتباط جمعی را بر فرهنگ تعیین کرد، تردیدی نیست که این تأثیر وجود دارد. لکن گرایش وسائل ارتباط جمعی همواره این است که قشری هرچه گسترده‌تر از گیرندگان را به خود جذب کند. از این رو نه تنها می‌کوشد با گوناگونی برنامه‌هایی که ارائه

می‌دهد، چه از حیث محتوا و چه از حیث سطح، قشرهای گوناگون را با سطوح گوناگون فرهنگی، مخاطب قرار دهد، بلکه خواه ناخواه، اگر از نشریه‌ها و برنامه‌های خیلی اختصاصی بگذریم، محتوای فرهنگ را بر سطح نازل‌تری می‌فشارد. درحالی‌که می‌توان، به‌طور مشروط، به قسمت اول این پرسش پاسخی رویهمرفته مثبت داد، مشکل بتوان ادعا کرد که «وسائل ارتباط جمعی به غنای فرهنگی جامعه لطمه می‌زند. عرضه کردن فرهنگ در سطحی بالنسبه نازل برای قشرها و گروههایی که به علل گوناگون فرصت یا امکان بهره‌برداری از فرهنگ را ندارند، نمی‌تواند به لطمه‌زدن به غنای فرهنگی تأویل شود. وانگهی این امر پیش از آن که به خود وسائل ارتباط جمعی مربوط باشد، به شیوه کاربرد آن مربوط می‌شود.» بدین ترتیب باز می‌رسیم به همان نکته‌ای که پیش از این مطرح کردیم: که در تأثیر وسائل ارتباط جمعی، عوامل - و نیز موانعی - وجود دارند که در شمار این وسائل نیستند.

۵ - حتی زبانی که وسائل ارتباط جمعی به کار می‌گیرند نقشی جز انتقال خبر ندارند. من در مقاله‌ای به این امر مهم اشاره کردم که وسائل ارتباط جمعی در کشور ما نه فقط در اشاعه زبان مکتوب و پالایش یافته فارسی نقشی بازی نمی‌کنند، بلکه به عکس، زبانی را که خواسته یا ناخواسته اشاعه می‌دهند، هیچ ارتباطی با آن سنت‌های زبانی ما که سزاوار ماندگار شدن است، ندارد. اگر به یادآوریم که به برکت فرستنده رادیوئی «بی. بی. سی» در انگلستان بود که زبان ادبی

انگلیسی توده‌گیر شد بدان سان که امروز هر فروشنده مغازه‌ای هم زبان شکسپیر را می‌فهمد، آنگاه تصور یا غفلت وسائل ارتباط جمعی ما از این حیث چشمگیرتر و برجسته‌تر آشکار می‌گردد. و در اینجا نقش رادیو و تلویزیون، به علت داشتن مخاطب بیشتر و برخورداری از امکانات گشاده‌تر، مهمتر از نقشی است که روزنامه‌ها و مجله‌ها بازی می‌کنند. البته نمی‌توان از هر خبرنگار انتظار داشت که ادیب بزرگی هم باشد، اما بروسائل ارتباط جمعی نباید چندان گران افتد که، به بهای کاستن از سرعت کار به میزانی اندک، سهمی را نیز به پرداخت زبان مطالبی که عرضه می‌کنند، بدهند. نمی‌توان در اینجا گیرندگان یا مصرف‌کنندگان متاعی را که وسائل ارتباط جمعی عرضه می‌دارند، از گناه فارغ دانست. خواننده، شنونده یا بیننده عادی و متوسط ما همان کسی است که، اگر در شمار بیسوادان نباشد، شاهد آن بوده است که چگونه در مدرسه - از دبستان گرفته تا دانشگاه - زبان و ادبیات فارسی را سرسری گرفته‌اند و از آن گذشته‌اند. این ولنگاری فرهنگی مهر خود را بر وسائل ارتباط جمعی هم کوبیده است. هدف اکنون باید این باشد که شکاف موجود میان زبان گفته و نوشته، اگر یکسره از بین نرود، دست کم کاهش پذیرد. وسائل ارتباط جمعی می‌توانند در رسیدن به این هدف سهم مؤثری برعهده گیرند.

۶ - در حالی که ما اصولاً تیمار میراث فرهنگی خود را چنان که شاید و باید نخورده‌ایم و آن را پاس نداشته‌ایم، تکلیف برخوردارمان با

فرهنگ‌های محلی نیز روشن است. نمی‌خواهم بگویم که در يك دوران به نسبت طولانی جدا افتادگی از کانون‌های جوش فرهنگ در جهان، نهال فرهنگ ملی ما یکسره خشکیده است، بلکه بیشتر می‌توان گفت که رشد آن به مثابه رشد گیاهی خودرو بوده است. آبیاری نشده، نبالیده، حاصل دندانگیری نداده است. کالبدی است که گرچه زندگی از آن پرواز نکرده، لکن نشانه‌ای از جوش و خروش حیات نیز در آن نبوده است. در اینجا بیهوده است اگر از وسائل ارتباط جمعی انتظار مسیحا نفسی داشته باشیم. پا به پای تیمارخواری فرهنگ ملی باید در اندیشه پاسداری و حراست از فرهنگ‌های محلی نیز بود. در این کار، وسائل ارتباط جمعی سهمی به اهمیت سازمان‌هایی که مستقیماً در زمینه فرهنگ فعالیت می‌کنند، ندارند، اما می‌توانند مدد برسانند. ضرورت این کوشش آشکار است. زیرا اگر هم فرهنگ ملی ما حاصل جمع فرهنگ‌های محلی نباشد، بی‌گمان از آنها تأثیر می‌پذیرد. از راه این تیمارخواری می‌توانیم به فرهنگ ملی خود میانی استواری بدهیم. و یک فرهنگ ملی هرچه استوارتر، آسیب‌پذیری آن در برابر تأثیرات زیان‌بخش آنچه «هجوم فرهنگ غربی» خوانده می‌شود، کمتر. سوء تفاهم نشود. از فرهنگ غربی گریزی نیست. نمی‌توان به یاری هیچ سدی جلوی آن را بست. خواه ناخواه اشاعه می‌یابد پس چه بهتر که این اشاعه افسارگسیخته نباشد. به صورت سیل خروشان بنیان‌کن در نیاید. پس باید برای هدایت درست آن ترعه‌ها کند و مخزن‌ها ساخت. ارزش‌های فرهنگی

جامعه‌های صنعتی، چه بخواهیم و چه نخواهیم، بهندشت فرهنگ ملی و محلی ما را درمی‌نوردد. در برابر امواج رادیوئی هیچ مرزی به اندازه کافی متراکم و بسته نیست. چه بسا که در آینده نزدیک، ماهواره‌های خبری همان گستردگی شعاع عمل را برای تلویزیون فراهم آورند که امواج ائیری برای رادیو فراهم آورده است.

تجربه نشان داده است که، برخلاف پیشگویی سراسیمه‌وار مارشال مک‌لوهان، تلویزیون، مطبوعات چاپی را به زوال نمی‌کشاند. اما در میان وسائل ارتباط جمعی، به علت نفوذ تکنولوژی در قلمروهای تازه و ناشناخته، نقل مکانی پدید خواهد آمد و نقش روزنامه و رادیو و تلویزیون و فیلم از یکدیگر مشخص‌تر خواهد شد. باری، مسلم این است که دم به دم بر شتاب و دامنه عمل وسائل ارتباط جمعی افزوده می‌گردد و تأثیر آنها تصاعد می‌یابد. هر مقاومتی برای مصون ماندن از این تأثیر، فقط مشکلات را انبوه‌تر می‌کند. وسائل ارتباط جمعی از جامعه‌هایی برخاسته‌اند که نظامشان امروز می‌تواند دعوی برتری بر نظام‌های دیگر داشته باشد. برای آن که تأثیر وسائل ارتباط جمعی بر جامعه، ژولیدگی و آشفتگی به بار نیاورد، باید ساختها و شالوده‌های اجتماعی را فراخور ضرورت‌های دوران الکترونیک و کیهان‌نوردی تغییر داد یا نوسازی کرد و برای روبرو شدن درست با مسائلی که «اشاعه ناگزیر ارزش‌های فرهنگ صنعتی» پدید می‌آورد، آمادگی‌های بیرون از وسائل ارتباط جمعی به دست آورد. وسائل ارتباط جمعی می‌تواند در به دست آمدن این آمادگی‌ها یاری مؤثری برساند.