

تحلیل رویکرد مطبوعات سیاسی به جنبش ملی شدن صنعت نفت ایران

علی اصغر مقصودی^۱

مدرس گروه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه شهید باهنر کرمان

(تاریخ دریافت: ۹۴/۲/۲۹ - تاریخ تصویب: ۹۴/۸/۴)

چکیده

این مقاله به تحلیل رویکرد مطبوعات سیاسی نیمه دوم سال ۱۳۲۹ به جنبش ملی شدن صنعت نفت ایران می‌پردازد. این تحلیل با هدف تعیین میزان تأثیر مطبوعات سیاسی این دوره بر روند شکل‌گیری و به ثمر رسیدن این جنبش انجام گرفته است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی است و برای گردآوری اطلاعات از مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای بهره گرفته شده است. برای انجام این پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری کوتاه یا انتخاب موجه، ۲۶۹ سرمقاله از یازده نشریه وابسته به مهم‌ترین و فعال‌ترین احزاب و جمعیت‌های سیاسی در نیمه دوم سال ۱۳۲۹ ه.ش، به‌عنوان واحد تحلیل انتخاب و با تحلیل محتوای آنها، موضع‌گیری هر یک از آنها نسبت به شش مقوله اصلی و تأثیرگذار بر جنبش، مشتمل بر لایحه الحاقی، دولت انگلستان، شرکت نفت ایران و انگلیس، دولت رزم‌آرا، جبهه ملی و تز ملی شدن صنعت نفت تعیین شده است. در نهایت، با استفاده از این داده‌ها، رویکرد و بالطبع نقش هر یک از آنها، به‌عنوان ابزار فشار احزاب و جمعیت‌های سیاسی در این جنبش تبیین شده است. نتایج این پژوهش بیانگر آن است که اکثریت قریب به اتفاق مطبوعات سیاسی منتشرشده در این دوره تاریخی، با وجود تفاوت در موضع‌گیری نسبت به رزم‌آرا، جبهه ملی و تز ملی شدن نفت، به‌سبب همسویی اکثریت در مخالفت همه‌جانبه با لایحه الحاقی، شرکت نفت ایران و انگلیس و دولت انگلستان، فشار شایان توجهی بر قدرت موجود وارد آورده و نقش مؤثری در این جنبش اجتماعی ایفا کرده‌اند.

واژگان کلیدی

تحلیل رویکرد، جنبش ملی شدن صنعت نفت ایران، مطبوعات سیاسی.

مقدمه

جنبش ملی شدن صنعت نفت ایران که به‌عنوان بخشی از فرایند استعمارزدایی، در شرایط نابسامان سیاسی، اقتصادی و اجتماعی شکل گرفت (مقصودی، ۱۳۹۰: ۱۵۶)، یکی از نقاط عطف تاریخ ایران است. در این دوران صحنه سیاست کشور را تشکیلات و جناح‌های سیاسی گوناگون فرا گرفته بود که از نظر ایدئولوژی از چپ کمونیست تا راست مذهبی را در بر داشت. این گروه‌ها به استثنای چند گروه کوچک از افراد میانه‌رو و راست‌گرا، همگی در یک هدف، یعنی پایان دادن به دخالت کشورهای خارجی در امور داخلی ایران وحدت نظر داشتند. آزادی غیرمترقبه مطبوعات به انتشار صدها جزوه و نشریه سیاسی و روزنامه انجامید. از این‌رو فرصتی برای نقش‌آفرینی مطبوعات فراهم شد (بیل و لوئیس، ۱۳۶۸: ۳). مطبوعات به‌عنوان یکی از ابزارهای مؤثر گروه‌های فشار تأثیر شایان ملاحظه‌ای بر افکار عمومی و بالطبع جریان ملی شدن صنعت نفت گذاشتند. بنا به باور حسین ابوترابیان: «مطبوعات در ماجرای ملی شدن صنعت نفت شایستگی بسیار نشان دادند و موج احساسات شدید ضد استعماری را در بین ملت برانگیختند» (ابوترابیان، ۱۳۶۶: ۴۵). ذاکر حسین نیز با او هم‌عقیده است: «مطبوعات شایستگی بسیار نشان دادند و همین رکن چهارم مشروطیت بود که موج احساسات شدید ضد استعماری را برانگیخت» (ذاکر حسین، ۱۳۶۸: ۲۵۶).

با مراجعه به منابع موجود دریافتیم که با وجود تحقیقات ارزنده در مورد جنبه‌های گوناگون این جنبش، تحقیق قابل‌اعتنایی در مورد تحلیل رویکرد مطبوعات در زمینه این جنبش انجام نگرفته است. از این‌رو این ضرورت تشخیص داده شد که باید به بررسی دقیق این بعد از ابعاد نادیده‌گرفته‌شده این جنبش پرداخت. هدف اصلی این تحقیق تبیین نقش مطبوعات سیاسی در شکل‌گیری و به فرجام رسیدن جنبش ملی شدن صنعت نفت ایران بوده است.

پژوهش از نوع توصیفی - تحلیلی است و اطلاعات به روش اسنادی و کتابخانه‌ای گردآوری شده‌اند. تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از روش تحلیل محتوا و انتخاب نمونه با استفاده از روش کوتا یا انتخاب موجه صورت گرفته است. پس از انتخاب ۱۱ نشریه از بین ۸۰ نشریه وابسته به ۳۰ حزب، جمعیت، انجمن و مجمع سیاسی که نسبت به بقیه فعال‌تر و دارای شمارگان بیشتری بودند، با روش تحلیل محتوا، با بررسی ۹۹۲ سرمقاله به‌طور عام به‌منظور تعیین ارتباط با جنبش و ۲۶۹ سرمقاله به‌طور خاص برای تحلیل رویکرد هر یک نسبت به شش مقوله اصلی که بر جنبش تأثیری انکارناپذیر داشتند، سنجیده شد. این پنج مقوله عبارت‌اند از: ۱. لایحه الحاقی؛ ۲. دولت انگلستان؛ ۳. شرکت نفت ایران و انگلیس؛ ۴. دولت رزم‌آرا؛ ۵. جبهه ملی و ۶. تز ملی شدن صنعت نفت. این مقوله‌ها ارتباط مستقیمی با جنبش داشتند. به این معنا که موضع‌گیری هر یک از نشریات در قبال این مقوله‌ها، با تأثیرگذاری بر

افکار عمومی، روند جنبش را تحت تأثیر قرار می‌داد. انتخاب سرمقاله نیز با توجه به اینکه سرمقاله بیانگر دیدگاه و خط‌مشی سیاسی هیأت تحریریه هر نشریه است و به تحلیل و تشریح مسائل مهم روز در چارچوب خط‌مشی روزنامه می‌پردازد و قصد دارد دیدگاه روزنامه را در مورد مسئله‌ای که در نظر مردم جامعه مهم است، بیان کند و از این طریق به مخاطب نسبت به حال آینده آگاهی بخشد، مورد توجه قرار گرفت.

در این مقاله ابتدا به اجمال مطبوعات در نیمه دوم سال ۱۳۲۹ ه.ش بررسی می‌شود تا خواننده از فضای حاکم بر انتشار مطبوعات در این دوره، تعداد نشریات و نیز تعلقات سیاسی آنها آگاهی یابد. تجزیه و تحلیل یافته‌ها در بخشی با عنوان تحلیل رویکرد مطبوعات سیاسی نسبت به شش مقوله اصلی مؤثر بر جنبش ملی شدن صنعت نفت ایران ارائه خواهد شد و در بخش پایانی نیز با عنوان نتیجه‌گیری، نقش مطبوعات سیاسی در جنبش ملی شدن صنعت نفت ایران تبیین خواهد شد.

بررسی اجمالی مطبوعات در نیمه دوم سال ۱۳۲۹ ه.ش

مطبوعات در دهه بیست، متأثر از شرایط اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی، ویژگی‌های خاصی داشتند. فضای سیاسی و اجتماعی حاکم بر این دوره امکان طرح افکار و ایده‌های گوناگون را فراهم آورده بود. همچنین روزنامه‌نگاری به صورت حرفه‌ای از طریق شکل‌گیری هیأت‌های تحریریه رواج یافته بود. ایجاد چنین شرایطی موجب شده بود تا افکار و اندیشه‌های سیاسی احزاب، انجمن‌ها و جمعیت‌ها از طریق مطبوعات منتشر شود. مسعود برزین این دوره را دوره‌ای هیجان‌انگیز می‌داند:

«در دورانی که تسهیلات و وسایل چاپ بیشتر، دریافت امتیاز آسان‌تر، تعداد عناوین تا حد غیرقابل تصور بیشتر، جناح‌های سیاسی متراکم‌تر، تعطیل به روش گذشته تقریباً هیچ، ولی توقیف بیشتر، جانشینی روزنامه‌ها وسیع، مسائل سیاسی روز بسیار حاد، کشور اشغال و جنگ جهانی دوم معضلاتی بی‌سابقه به وجود آورده بود» (برزین، ۱۳۷۰: ۱۹-۲۰).

در نیمه دوم سال ۱۳۲۹ ه.ش مطبوعات دوره‌ای مهیج و پرآشوب را سپری می‌کنند. جنگ کره، احتمال وقوع جنگ جهانی سوم، روابط ایران با سه ابرقدرت، وام آمریکا، اوضاع نابسامان اقتصادی - اجتماعی کشور، قرارداد الحاقی گس - گلشایان، خط‌مشی سیاسی دولت رزم‌آرا و ملی شدن صنعت نفت از مهم‌ترین اخبار آن دوران بودند. نشریه‌های گوناگون با گرایش‌های سیاسی متنوع و متفاوت درباره این موضوعات به قلم‌فرسایی می‌پرداختند و فضایی پویا و در عین حال پرتنش را ایجاد می‌کردند. آزادی نسبی مطبوعات در این سال، بر شدت این تنش‌ها می‌افزود.

در سال ۱۳۲۹.ش مطبوعات به انواع مختلف و با سبک‌های تحریری متفاوت و در حوزه‌های گوناگون منتشر می‌شدند. در این سال، به‌علت حاکمیت جو سیاسی بر کشور، روزنامه‌ها تحت عنوان‌های سیاسی، خبری، سیاسی، اجتماعی یا انتقادی منتشر می‌شدند و اغلب نیز از وابستگی‌های حزبی مبرا نبودند. در این سال حدود ۳۰ حزب و جمعیت سیاسی فعالیت می‌کردند و حدود ۸۰ عنوان نشریه نیز، به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به آنها وابسته بودند.

از مهم‌ترین احزاب و جمعیت‌های سیاسی‌ای که در سال ۱۳۲۹.ش فعالیت می‌کردند، می‌توان از جبهه ملی، جبهه آزادی، جبهه استقلال، حزب آزادی، حزب ایران، حزب اتحاد ملی، حزب توده، حزب مردم و حزب دموکرات نام برد که هر یک برای نشر افکار و اعلام مواضع خود نشریاتی را به‌صورت ارگان یا هوادار در اختیار داشتند.

از مهم‌ترین نشریاتی که در این سال منتشر می‌شدند و از وابستگی حزبی نیز مبرا نبودند، باید از «باختر امروز»، «شورش»، «اصناف»، وابسته به جبهه ملی؛ «داد»، «داریا» و «تهران مصور»، وابسته به جبهه آزادی؛ «کسری» و «کشور»، وابسته به حزب آزادی ایران؛ «آزادی قائنات» و «ایران امروز»، وابسته به حزب ایران؛ «به‌سوی آینده» و «رزم» وابسته به حزب توده؛ «قانون»، «آریا»، «ستاره» و «البرز» وابسته به حزب دموکرات و «صدای مردم» و «مهر ایران» وابسته به حزب مردم نام برد.

شکل‌گیری جنبش ملی شدن صنعت نفت ایران موجب شد هر یک از این مطبوعات متأثر از تعلقات حزبی، نسبت به موضوعات مرتبط با این جنبش موضع‌گیری کنند. سرمقاله‌های این نشریات در نیمه دوم سال ۱۳۲۹ بیانگر این موضع‌گیری‌هاست. در آغاز، به مهم‌ترین نشریات منتشرشده در این دوره و تعلقات حزبی آنها می‌پردازیم (جدول ۱).

تحلیل رویکرد مطبوعات سیاسی به جنبش ملی شدن صنعت نفت ایران

رسانه‌های جمعی مانند مطبوعات، رادیو، ماهواره، تلویزیون و اینترنت و مانند آن به‌عنوان یکی از نهادهای مهم جامعه با تأثیری که بر عقاید و آرا و دیگر ابعاد زندگی بشر دارند، واقعیت‌های سیاسی را برای مردم خلق می‌کنند و در نتیجه تعیین‌کننده چشم‌انداز ما از جهان هستند (سام‌بند، ۱۳۸۹: ۱۶۴). صاحب‌نظران مختلف اهداف، وظایف و نقش‌های متعددی را برای وسایل ارتباط جمعی برشمرده‌اند. ژرژ میشل^۱ چهار هدف اصلی برای وسایل ارتباط جمعی بر می‌شمارد: ۱. یکسان‌تر کردن اطلاعات؛ ۲. یکسان‌تر کردن افکار عمومی؛ ۳. دگرگونی سلسله‌مراتب

گروهی و ۴. اظهار و انتقال حالات عاطفی (ساروخانی، ۱۳۷۵: ۱۳). هارولد لسلول^۱ نیز سه وظیفه اصلی را برای وسایل ارتباط جمعی بر می‌شمارد: ۱. حراست از محیط؛ ۲. همبستگی بین اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی؛ و ۳. انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر (همان: ۱۸). رسانه‌ها همچنین با توجه به قدرت نفوذشان، می‌توانند جامعه را از آفت «بی‌تفاوتی سیاسی» رهایی داده و نقش و تأثیر واقعی مردم را در سرنوشت جامعه خود افزایش دهند و زمینه‌های مشارکت فعال و مؤثر را ممکن سازند (جهانداری، ۱۳۷۵: ۲۷).

مجموعه کارکردها و اهداف بیان‌شده بیانگر تأثیر انکارناپذیر وسایل ارتباط جمعی بر افکار عمومی است. وسایل ارتباط جمعی با ایفای چهار نقش ۱. خبری، ۲. همگن‌سازی، ۳. آگاه‌سازی و ۴. ایجاد احساس تعلق اجتماعی، تأثیر شایان توجهی بر افکار عمومی می‌گذارند. نقش رهبری‌کننده وسایل ارتباطی و تأثیر آنها بر بیداری و رشد افکار عمومی نیز بر کسی پوشیده نیست و روزبه‌روز نیز بر اهمیت آن افزوده می‌شود. افکار عمومی سیاسی مردم نیز به‌عنوان بخشی از افکار عمومی، از نظر بونارد برلسون^۲، از سه طریق و به‌واسطه وسایل ارتباطی جمعی شکل می‌گیرند: ۱. رسانه‌های همگانی مردم را به تصمیم‌گیری تشویق می‌کنند، ولی اینکه آنها چه تصمیمی می‌گیرند، بیشتر به تمایل قلبی آنها مربوط است تا تبلیغات رسانه‌ها، محتوا و پیام رسانه‌ها می‌تواند تمایلات قلبی را برای موافقت یا مخالفت با موضوعی تقویت کند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. H.Laswell
2. B.Berlson

جدول ۱. نشریه‌های نمونه و احزاب و جمعیت‌های وابسته

ردیف	نام نشریه	نام صاحب امتیاز	نوع	ترتیب انتشار	محل انتشار	سال انتشار	وابستگی سیاسی
۱	اتحاد ملی	محمد، احمد و مجید هاشمی	سیاسی و اجتماعی	هفتگی	تهران	۱۳۲۲۱۳۵۲	حزب اتحاد ملی
۲	اصفهان	امیر قلی امینی	سیاسی	دو شماره در هفته	اصفهان	۱۳۲۲۱۳۵۴	حزب آزادی
۳	باختر امروز	حسین فاطمی	سیاسی	روزانه	تهران	۱۳۲۸۱۳۳۲	جبهه ملی
۴	به‌سوی آینده	محمود زندی	سیاسی خیری	روزانه	تهران	۱۳۲۸۱۳۳۲	حزب توده
۵	پرتو ایران	محمد علی یزدچی	سیاسی اجتماعی	دو هفته یک بار	تهران	۱۳۲۹۱۳۳۱	انجمن ملیون
۶	داد	ابوالحسن عمیدی نوری	سیاسی خیری	روزانه	تهران	۱۳۲۱۱۳۴۰	جبهه آزادی
۷	ستاره	احمد ملکی	سیاسی خیری	روزانه	تهران	۱۳۱۶۱۳۲۹	حزب دموکرات
۸	صدای مردم	محمد حسن فریپور	سیاسی خیری	روزانه	تهران	۱۳۵۰-۱۳۲۵	حزب مردم
۹	طلوع	علی هاشمی	سیاسی	روزانه	تهران	۱۳۲۸۱۳۴۱	ناسیونالیست‌ها
۱۰	کسری	حسن رعیتی	سیاسی خیری	روزانه	تهران	۱۳۲۳۱۳۲۹	جبهه استقلال
۱۱	کشور	محمد رضا جلالی	سیاسی خیری	روزانه	تهران	۱۳۳۰-۱۳۲۳	جبهه استقلال

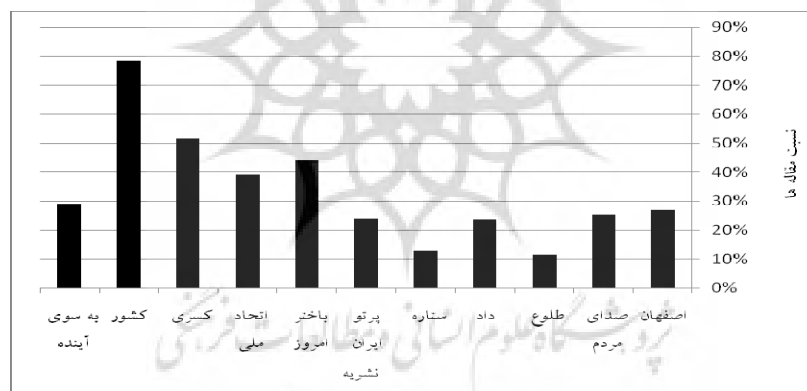
محتوای رسانه‌ها می‌تواند میزان موافقت با نظری‌های فلان حزب سیاسی را افزایش دهد (اسدی، ۱۳۷۱: ۱۱۸). بدین ترتیب وسایل ارتباط جمعی با ایجاد تحرک روانی و یگانگی عاطفی، مشارکت سیاسی را موجب می‌شوند. علاوه بر آن مطبوعات از طریق برجسته‌سازی نیز بر افکار عمومی تأثیر می‌گذارند. به این معنا که مطبوعات با برجسته ساختن برخی از موضوعات و رویدادها بر آگاهی و اطلاع مردم تأثیر می‌گذارند. اگرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم چگونه بیندیشند، اما می‌توانند تعیین کنند که درباره چه بیندیشند (مهدیزاده، ۱۳۸۹: ۵۸).

در عصر کنونی، با وجود پیدایش وسایل ارتباط جمعی نوپدید، هنوز مندرجات مطبوعات از مهم‌ترین منابع شناخت پیام‌های ارتباطی‌اند، چراکه مطبوعات از جمله مقولاتی است که فشرده‌ترین روابط را با وضعیت سیاسی، موقعیت اقتصادی، سازمان اجتماعی و سطح فرهنگی جامعه و عصری دارد که منعکس‌کننده آن است. چنانکه می‌دانیم در دو قرن گذشته وسایل ارتباطی جمعی در مبارزات آزادی‌خواهی ملل جهان تأثیر قاطع داشته و در میدان این مبارزات

برای طرد استبداد و کسب دموکراسی، از سلاح‌های برنده سیاسی بوده است (معتمدنژاد، ۱۳۷۱: ۱۰۴). از نظر بررسی جهش‌های فکری و تغییرات اجتماعی نیز جز توسل به مطبوعات دوره مورد نظر روشی که منطقی‌تر و قابل قبول‌تر باشد نمی‌توان ارائه داد (ابوترابیان، ۳: ۱۳۶۶).

برای تبیین رویکرد مطبوعات به جنبش ملی شدن صنعت نفت، پس از انتخاب نمونه به روش کوتاس، که شامل ۱۱ نشریه از بین ۸۰ نشریه وابسته به ۳۰ حزب، جمعیت، انجمن و مجمع سیاسی و تحلیل محتوای سرمقاله‌های منتشرشده در نشریات نمونه در نیمه دوم سال ۱۳۲۹ ه.ش، شش مقوله ۱. لایحه الحاقی، ۲. دولت انگلستان، ۳. شرکت نفت، ۴. دولت رزم‌آرا، ۵. جبهه ملی و ۶. تز ملی شدن نفت تعیین و بعد از آن رویکرد هر یک از روزنامه‌ها در قبال آنها و بالطبع در قبال جنبش مشخص شد.

در این بخش رویکرد نشریات نمونه به شش مقوله اصلی مؤثر بر جنبش ملی شدن صنعت نفت ایران تبیین می‌شود. داده‌های گردآوری شده از تحلیل محتوای سرمقاله‌های این نشریات در نیمه دوم سال ۱۳۲۹ ه.ش نشان می‌دهد که ملی شدن صنعت نفت یکی از مهم‌ترین موضوعات مورد توجه این نشریات در این فاصله زمانی بوده است (نمودار ۱).



نمودار ۱. اهمیت نسبی ملی شدن صنعت نفت ایران در مطبوعات سیاسی نیمه دوم سال ۱۳۲۹ ه.ش

همان‌گونه که نمودار ۱ نشان می‌دهد، در نیمه دوم سال ۱۳۲۹ ه.ش، روزنامه کشور با اختصاص ۷۸/۳ درصد از سرمقاله‌هایش به ملی شدن صنعت نفت ایران در رده اول و روزنامه طلوع با اختصاص ۱۱/۳۴ درصد از سرمقاله‌هایش به ملی شدن صنعت نفت ایران در پایین‌ترین رده جای می‌گیرند.

با تحلیل محتوای سرمقاله‌هایی که در نشریه‌های نمونه که در فاصله زمانی اول مهرماه تا ۲۹ اسفند ۱۳۲۹ منتشر شده‌اند، می‌توان رویکرد کلی آنها را نسبت به هر یک از مقوله‌های انتخابی بدین گونه تفسیر کرد:

۱. لایحه الحاقی

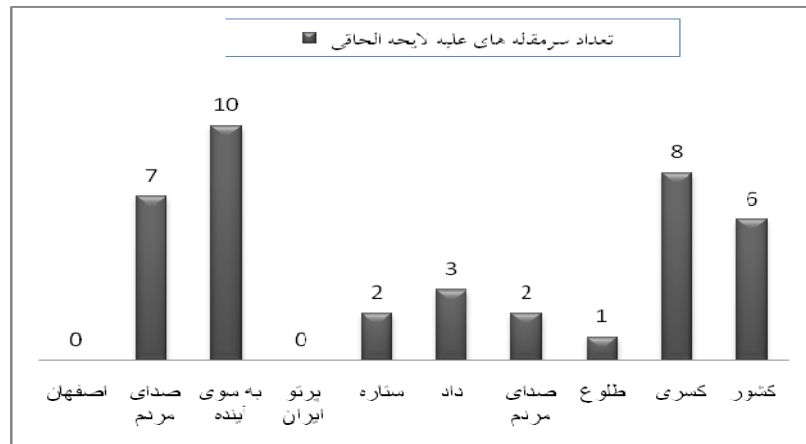
موضوع‌گیری در قبال لایحه الحاقی یا قرارداد گس‌گلشایبان (مشمتمل بر تعدیلاتی در قرارداد ۱۹۳۳، که در ۲۶ تیرماه ۱۳۲۸ بین دولت ایران و انگلیس امضا شد) از مدتی قبل از این دوره (نیمه دوم سال ۱۳۲۹) شروع شده بود، اما در این دوره این موضع‌گیری‌ها حالت جدی‌تر و مشخص‌تری به خود می‌گیرد. در مجموع، براساس یافته‌های به‌دست‌آمده رویکرد مطبوعات نمونه در قبال این لایحه را می‌توان چنین تفسیر کرد: اکثریت این نشریات در مجموع موضعی مخالف را در قبال لایحه الحاقی برگزیده بودند، ولی کثرت مخالفت هر یک از نشریات با یکدیگر متفاوت بود. این نشریات را با توجه به کثرت مخالفت با لایحه الحاقی می‌توان به سه دسته تقسیم کرد:

۱. گروهی که بیشترین و شدیدترین مخالفت را با این لایحه ابراز داشتند. به‌سوی آینده، کشور و باخترا امروز در این گروه جای می‌گیرند؛
۲. گروهی که مخالفتشان با لایحه نسبت به گروه اول از کثرت کمتری برخوردار بود. کسری، داد، ستاره، صدای مردم، طلوع و اتحاد ملی در این گروه جای می‌گیرند؛
۳. گروهی که از هر گونه اظهار نظر در مورد این لایحه خودداری کرده بودند. اصفهان و پرتو ایران در این گروه جای می‌گیرند (نمودار ۲).

۲. دولت انگلستان

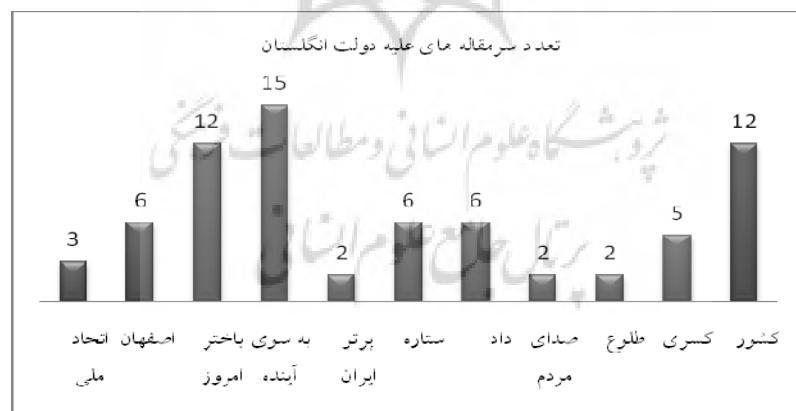
در این دوره رویکرد مطبوعات در قبال دولت انگلستان نیز حالت مشخص‌تر و جدی‌تری به خود می‌گیرد و در مجموع می‌توان رویکرد کلی مطبوعات مورد نظر را در قبال دولت انگلستان چنین تفسیر کرد: اکثریت این مطبوعات در مجموع موضعی مخالف را در قبال آن برگزیده بودند، ولی این مخالفت در هر یک از مطبوعات از کثرت متفاوتی برخوردار بود. با توجه به این جنبه می‌توان آنها را به سه گروه تقسیم کرد:

۱. گروهی که مخالفتشان نسبت به بقیه از کثرت بیشتری برخوردار بود. به‌سوی آینده، کشور و باخترا در این گروه جای می‌گیرند؛



نمودار ۲. رویکرد مطبوعات سیاسی نیمه دوم سال ۱۳۲۹ه.ش به لایحه الحاقی

۲. گروهی که در مجموع مخالفتشان نسبت به گروه اول از کثرت کمتری برخوردار بود. - داد، اصفهان، کسری، اتحاد ملی، پرتو ایران، طلوع و ستاره در این گروه جای می گیرند؛
۳. گروهی که از هر گونه اظهار نظر و موضع گیری نسبت به دولت انگلستان خودداری کردند. صدای مردم در این گروه جای می گیرد.
- آنچه باز در موضع گیری های روزنامه های مذکور به چشم می خورد، همسویی بیشتر آنها در مخالفت با دولت انگلستان است (نمودار ۳).

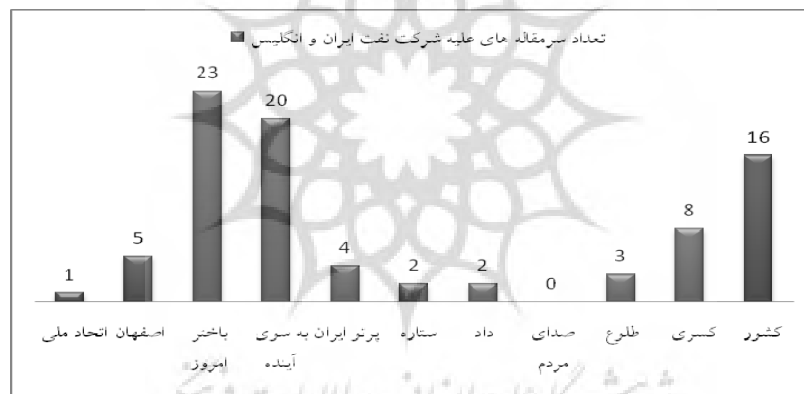


نمودار ۳. رویکرد مطبوعات سیاسی نیمه دوم سال ۱۳۲۹ه.ش به دولت انگلستان

۳. شرکت نفت ایران و انگلیس

در این دوره شاهد مخالفت همه‌جانبه مطبوعات خصوصاً سیاسی، با شرکت نفت ایران و انگلیس هستیم. اما باز هم این مخالفت‌ها و موضع‌گیری‌ها در هر یک از مطبوعات از کثرت متفاوتی برخوردار بود. با توجه به این جنبه می‌توان آنها را در سه گروه جای داد:

۱. گروهی که بیشترین مقالات را در مخالفت با شرکت نفت ایران و انگلیس منتشر کردند. باخترو به سوی آینده در این گروه قرار می‌گیرند؛
 ۲. گروهی که نسبت به گروه اول مخالفتشان از کثرت کمتری برخوردار بود. کسری، اصفهان، ستاره، پرتو، طلوع، داد و اتحاد ملی در این گروه جای دارند؛
 ۳. گروهی که از هر گونه اظهار نظر و موضع‌گیری نسبت به شرکت نفت ایران و انگلیس خودداری کردند. صدای مردم در این گروه جای می‌گیرد.
- آنچه بازهم در موضع‌گیری‌های مطبوعات مذکور به چشم می‌خورد، همسویی اکثریت آنها در مخالفت با شرکت نفت ایران و انگلیس است (نمودار ۴).



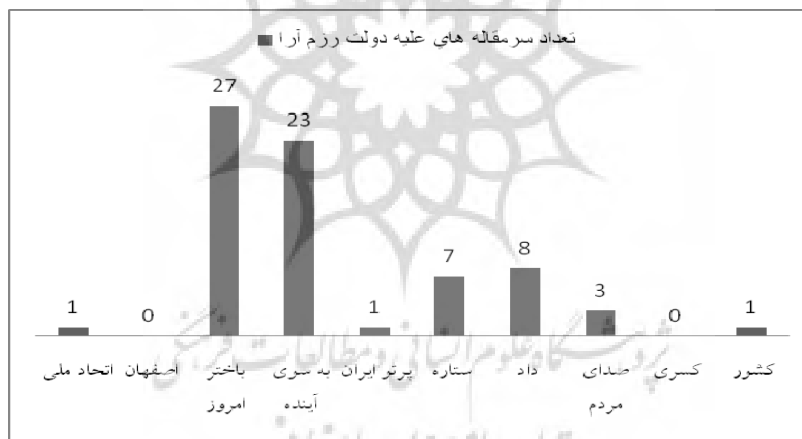
نمودار ۴. رویکرد مطبوعات سیاسی نیمه دوم سال ۱۳۲۹ه.ش به شرکت نفت ایران و انگلیس

۴. دولت رزم‌آرا

با آغاز زمامداری رزم‌آرا موضع‌گیری در قبال دولت و شروع شده بود. اما در این دوره به‌واسطه اهمیت مسئله نفت این موضع‌گیری توسط مطبوعات سیاسی شدت گرفت. در مجموع، در این مقوله ناهم‌سویی و موارد اختلاف مطبوعات سیاسی به‌وضوح آشکار می‌شود. درحالی‌که برخی مطبوعات یکصدا خواستار عزل و برکناری رزم‌آرا می‌شوند، تعدادی به طرفداری از دولت رزم‌آرا می‌پردازد و عده‌ای نیز موضع بی‌طرفی اختیار می‌کنند. ازاین‌رو

می‌توان مطبوعات سیاسی مورد نظر را به لحاظ رویکردشان در قبال دولت رزم‌آرا در سه گروه جای داد:

۱. گروهی که مخالفشان نسبت به بقیه از کثرت فوق‌العاده‌ای برخوردار بود. باختر امروز، کشور و به‌سوی آینده در این گروه جای می‌گیرند؛
۲. گروهی که مخالفشان نسبت به گروه اول از کثرت کمتری برخوردار بود. داد، ستاره، اتحاد ملی و پرتو ایران در این گروه جای دارند؛
۳. گروهی که به طرفداری از رزم‌آرا می‌پرداختند، البته کثرت موافقت و طرفداریشان در سطح گروه دوم است. اصفهان، کسری، طلوع و صدای مردم در این گروه جای دارند. آنچه در موضع‌گیری‌های مطبوعات سیاسی مذکور در مورد این مقوله به چشم می‌خورد، ناهمسویی و اختلاف نظر آنها در این زمینه است (نمودار ۵).



نمودار ۵. رویکرد مطبوعات سیاسی نیمه دوم سال ۱۳۲۹ ه.ش به دولت رزم‌آرا

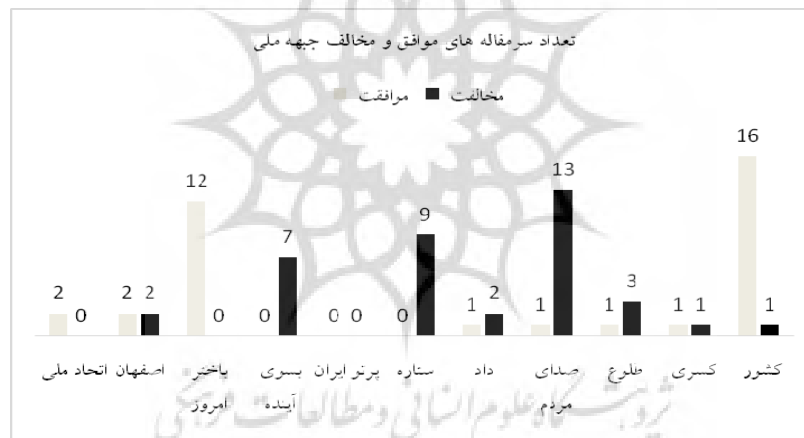
۴. جبهه ملی

بیشترین افتراق، اختلاف و ناهمسویی مطبوعات سیاسی مورد نظر، در این مقوله به چشم می‌خورد، زیرا جبهه ملی صورت یک سازمان سیاسی را داشت و به لحاظ مسئله نفت از اهمیت شایان توجهی برخوردار شده بود، از این رو برخی احزاب سیاسی رقیب به‌وسیله نشریاتشان درصدد تضعیف آن برآمدند. این رویه گاه در بین مطبوعاتی که به لحاظ هدف و

مرام با جبهه ملی همگام بودند نیز به چشم می‌خورد. به هر صورت مطبوعات مورد نظر را به لحاظ موضع‌گیریشان در قبال جبهه ملی می‌توان در پنج گروه جای داد:

۱. گروهی که طرفداری و حمایتشان از جبهه ملی نسبت به بقیه از کثرت بیشتری برخوردار بود. کشور و باختر امروز در این گروه جای می‌گیرند؛
۲. گروهی که حمایت و طرفداریشان از جبهه ملی نسبت به گروه اول، از کثرت کمتری برخوردار بود. ستاره و اتحاد ملی در این گروه جای دارند؛
۳. گروهی که از هر گونه اظهار نظر و موضع‌گیری نسبت به جبهه ملی خودداری کردند. اصفهان، کسری و پرتو ایران در این گروه جای می‌گیرند؛
۴. گروهی که به مخالفت با جبهه ملی پرداختند و این مخالفت به لحاظ کثرت، همسطح گروه اول بود. صدای مردم و به‌سوی آینده در این گروه جای می‌گیرند.

ناهمسویی و افتراق زیاد بین مطبوعات در این مقوله نیز به‌وضوح به‌چشم می‌خورد (نمودار ۶).



نمودار ۶. رویکرد مطبوعات سیاسی نیمه دوم سال ۱۳۲۹ ه.ش به جبهه ملی

۵. تز ملی شدن صنعت نفت

در این مقوله به‌جز معدود موارد استثنا، در موضع‌گیری بیشتر روزنامه‌های مورد نظر همسویی به‌چشم می‌خورد. به‌طور کلی نشریات نمونه را به لحاظ رویکردشان در قبال تز ملی شدن نفت می‌توان در چهار گروه جای داد:

۱. گروهی که در قبال این جریان رویه‌ای کاملاً موافق در پیش گرفتند و حمایتشان از آن از شدت و کثرت شایان توجهی برخوردار بود. روزنامه‌های کشور و باختر امروز را می‌توان در این گروه جای داد؛

۲. گروهی که رویه‌ای موافق را در قبال تز ملی شدن نفت در پیش گرفتند، اما حمایت و طرفداریشان نسبت به گروه اول از شدت و کثرت بسیار کمتری برخوردار بود. روزنامه‌های ستاره، اصفهان، داد، کسری، پرتو ایران و طلوع در این گروه جای می‌گیرند؛

۳. گروهی که از هر گونه اظهار نظر و موضع‌گیری نسبت به این جریان پرهیز می‌کردند. روزنامه‌های اتحاد ملی، صدای مردم و مصلحت در این گروه جای می‌گیرند؛

۴. گروهی که در اینجا از حالتی استثنایی برخوردار است و تنها شامل روزنامه به‌سوی آینده می‌شود. این روزنامه با ملی کردن نفت در سراسر کشور مخالف بوده و تنها ملی کردن نفت جنوب را خواستار است.



نمودار ۷. رویکرد مطبوعات سیاسی نیمه دوم سال ۱۳۲۹ه.ش به تز ملی شدن نفت

با توجه به تفاسیر و جداولی که در این بخش ارائه شد، می‌توان نتیجه گرفت که اکثریت قریب به اتفاق مطبوعات سیاسی مذکور، در رویکردشان نسبت به «لایحه الحاقی»، «دولت انگلستان» و «شرکت نفت ایران و انگلیس» و تا حدی «تز ملی شدن نفت» همسو بوده‌اند و همگام با هم در جهت محکوم ساختن تصویب قرارداد الحاقی، خط‌مشی سیاسی دولت انگلستان نسبت به ایران و موجودیت شرکت نفت ایران و انگلیس گام برداشتند و تنها در دو مقوله «جبهه ملی»، به‌عنوان یک سازمان سیاسی (آن هم بیشتر به سبب موضع‌گیری‌های حزبی و

گاه خصومت‌های شخصی) و دیگری «دولت رزم‌آرا» (به لحاظ محافظه‌کاری و حفظ موقعیت بعضی روزنامه‌ها یا مصالح دیگر) اختلاف نظر وجود داشته است.

نتیجه

بررسی تأثیر مطبوعات به سبب تغییری که در رفتار و کردار اجتماعی و تصمیمات گروهی ایجاد می‌کند، اهمیتی خاص دارد. از آنجا که مطبوعات نقش خبررسانی و تفسیر وقایع روزمره را به عهده دارند (این تفسیر نه به شتابزدگی رادیوست و نه به کهنگی کتاب) و همچنین به این دلیل که می‌توانند به علت تنوع، هر گروه خاصی را مخاطب قرار دهند یا با زبان خودشان با آنها ارتباط برقرار کنند و بدین ترتیب بر افکار آنها تأثیر بگذارند، حتی در عصر ما نیز جزو تأثیرگذارترین وسایل ارتباط جمعی‌اند. تأثیرگذاری مطبوعات وقتی به نهایت خود می‌رسد که تنها وسیله جمعی نشر خبر باشند و این خصوصیت و مزیت اصلی‌ای است که مطبوعات دوره مورد نظر از آن برخوردارند.

نیمه دوم سال ۱۳۲۹ ه.ش، آغاز فصلی نوین در مبارزات ضد استعماری ملت ایران است. در این دوره، در عرصه سیاسی ایران امواج توفان‌برانگیز فزاینده‌ای علیه شرکت نفت ایران و انگلیس بر می‌خیزد که به شکل‌گیری جنبش ملی شدن نفت ایران منجر می‌شود. در این سال، مسئله حساسی مطرح شد و آن ملی کردن صنعت نفت بود که خود موجب شرایطی خاص شد. این مسئله به واسطه حساسیتش در نظر افکار عمومی، دوره‌ای را به وجود آورد که خصوصیتی شبیه دوران جنگ، انقلاب و بحران را به همراه داشت و یکی از نتایج آن افزایش مشارکت سیاسی مردم بود. تشدید مشارکت سیاسی نیازمند آگاهی بود و این امر بر عطش کسب خبر می‌افزود. عطش کسب خبر، بازار مطبوعات را به عنوان یکی از معدود وسایل ارتباط جمعی آن دوران گرم کرد و صحنه‌ای شکل گرفت تا هر یک نقش‌آفرینی کنند.

سؤالی که مطرح می‌شود این است که مطبوعات، به‌ویژه مطبوعات سیاسی در این دوره این نقش را چگونه ایفا کردند؟ عبدالرحمن ذاکر حسین به نقش‌آفرینی بدیل مطبوعات در این دوره به عنوان رکن چهارم مشروطیت اعتقاد دارد. حسین ابوترابی‌ان نیز با او هم‌رأی است:

«مطبوعات در ماجرای ملی شدن صنعت نفت شایستگی بسیار نشان دادند و موج احساسات شدید ضد استعماری را در بین ملت برانگیخته تا حدی که حتی برخی از مطبوعات وابسته به دستگاه سلطنت نیز همراه با گروهی از نمایندگان درباری مجلس، به حمایت از ملی شدن صنعت نفت برخاستند» (ابوترابی‌ان، ۱۳۶۶: ۴۵).

با توجه به داده‌های به دست آمده، موضع‌گیری بیشتر روزنامه‌ها نسبت به لایحه الحاقی، شرکت نفت ایران و انگلیس و دولت انگلستان، با وجود تفاوت در کثرت مخالفت‌ها، تقریباً

یکسان بود و بیشتر آنها تصویب لایحه الحاقی، خط‌مشی سیاسی دولت انگلستان و موجودیت شرکت نفت ایران و انگلیس را محکوم کرده بودند. در مورد تز ملی شدن نفت کمی از میزان این وحدت و همسویی کاسته شده بود که به علت نداشتن تصویری روشن از وضعیت کشور در آینده و ترس از ناتوانی اقتصادی و حتی در اداره صنایع نفت بوده است. عدم همسویی کامل در مخالفت با دولت رزم‌آرا نیز ناشی از محافظه‌کاری بعضی مطبوعات به دلیل پرهیز از مخالفت علنی با رزم‌آرا بوده است. در مورد دولت رزم‌آرا، از میزان این وحدت و همسویی کاسته شده بود که این امر به سبب خط‌مشی محافظه‌کارانه و محتاطانه بعضی روزنامه‌ها به دلیل ترس از به خطر افتادن موقعیتشان بوده است. جبهه ملی نیز از مقوله‌هایی است که میزان افتراق و اختلاف در موضع‌گیری روزنامه‌ها نسبت به آن شایان توجه است. این امر به دو علت عمده بود: یکی اینکه جبهه ملی یک سازمان سیاسی بود و بالطبع محبوبیت و اهمیت یافتن آن برای رقبای سیاسی خوشایند نبود (حتی اگر مرام و اهدافشان نیز به هم نزدیک بوده باشد). علت دیگر مخالفت شدید جبهه ملی با دولت رزم‌آرا بود که بعضی از مطبوعات به منظور حفظ موقعیتشان اظهار نظری درباره آن نمی‌کردند یا در مقام دفاع از رزم‌آرا به آن می‌تاختند.

در نهایت، می‌توان نتیجه گرفت اکثر قریب به اتفاق مطبوعات، در حمایت از رزم‌آرا (به‌عنوان یکی از موانع اصلی ملی شدن صنعت نفت)، مخالفت با جبهه ملی (به‌عنوان جبهه پیشروی نهضت ملی شدن صنعت نفت) و اختیار موضعی محتاطانه یا سکوت در برابر تز ملی شدن صنعت نفت، اما به دلیل همسویی اکثریت در مخالفت همه‌جانبه با لایحه الحاقی، شرکت نفت ایران و انگلیس و دولت انگلستان، به‌عنوان یکی از مؤثرترین ابزارهای گروه‌های فشار (احزاب سیاسی) با برجسته ساختن موضوع، افزایش آگاهی مردم، گسترش نوعی شعور جمعی سیاسی در بین مردم و جلب مشارکت سیاسی‌شان، موجبات افزایش تحرک روانی و همچنین یگانگی عاطفی‌شان را فراهم ساختند، موج احساسات ضد استعماری را در آنها برانگیختند، فشار شایان توجهی بر قدرت موجود وارد کردند و به سهم خود به‌عنوان یکی از عوامل مهم راه را برای پیروزی نهضت ملی شدن نفت هموار ساختند و در مجموع نقش چشمگیری را در این جنبش اجتماعی ایفا کردند.

منابع و مأخذ

۱. ابوترابیان، حسین (۱۳۶۶). تاریخ مطبوعات ایران، تهران، انتشارات اطلاعات.
۲. اسدی، علی (۱۳۷۰). افکار عمومی و ارتباطات، تهران، انتشارات سروش.
۳. برزین، مسعود (۱۳۷۰). تجزیه و تحلیل آماری مطبوعات ایران، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۴. بیل، جیمز؛ ویلیام راجر، لوئیس (۱۳۶۸). مصدق، نفت و ناسیونالیسم ایرانی، ترجمه: عبدالرضا، هوشنگ مهدوی؛ کاوه، بیات، تهران، نشر نو.

۵. جهانداری، خسرو (۱۳۷۵). نظریه‌های ارتباطی توسعه، رساله کارشناسی ارشد تحقیق در ارتباطات، مدرسه عالی تلویزیون.
۶. ساروخانی، باقر (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران، انتشارات اطلاعات.
۷. سام بند، میثم (۱۳۸۹). «تأثیر رسانه‌های نوین بر افزایش و یا کاهش مشارکت سیاسی»، پژوهش نامه رسانه و مشارکت سیاسی، ش ۳، ص ۱۶۳-۱۸۱.
۸. ذاکر حسین، عبدالرحمن (۱۳۶۸). مطبوعات سیاسی در دوره مشروطیت، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۹. مقصودی، علی اصغر (۱۳۹۰). «تحلیل جامعه‌شناختی جنبش ملی شدن صنعت نفت ایران»، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت، ش ۱۶، ص ۱۴۱-۱۵۸.
۱۰. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱). وسایل ارتباط جمعی، جلد اول، تهران، انتشارات دانشکده علامه طباطبایی.
۱۱. مهدیزاده، سید محمد (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران، انتشارات همشهری.

