

رادپو

مستقیم محمد مهدی



گفتگر با دکتر محمد مهدی فرقانی

دکتر محمد مهدی فرقانی دارای مدرک دکترای علوم ارتباطات و عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی است. وی در حال حاضر پس از ۳۰ سال سابقه روزنامه‌نگاری، در مقام رئیس مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، مدیرمسئول فصلنامه تخصصی رسانه و همچنین سردبیر ماهنامه مدیریتی تدبیر به فعالیت رسانه‌ای خویش ادامه می‌دهد.

● میترا اسدتیبا

توجه کرد. به لحاظ اینکه رسانه‌هایی آمده‌اند که از نظر صوتی، تصویری و دریاقتی، به رادپو ترجیح دارند و در نتیجه، این رسانه، کارکرد دهه‌های گذشته خود را از دست داده و فقط برخی

رادپو تا حدی چیزی شده است. یعنی دوران گذرکرد جدی رسانه‌ای صرفاً سمعی، به پایان رسیده است. این مقوله‌ای است که به لحاظ ریخت‌شناسی مسئله آسیب شناسی رادپو باید به آن

□ به‌طور کلی، دیدگاه شما در مورد رادپو و کارکردهای آن چیست؟
○ من فکر می‌کنم که همه دست‌اندرکاران رادپو باید این واقعیت را بپذیرند که عصر فراگیری و تاثیرگذاری

از خصایص ویژه که شامل سهولت دسترسی، حجم کوچک، قابل حمل و نقل بودن و امکان استفاده از آن در هر

اکنون رادیو کار کرده‌ای خاصی پیدا کرده که این کار کردها در شرایط ویژه‌ای ظهور و بروز پیدا می‌کنند. در واقع، رادیو، رسانه بحران شده است.

شرایطی است را تا حدودی حفظ کرده است. بنابراین، اکنون رادیو کار کردهای خاصی پیدا کرده که این کار کردها در شرایط ویژه‌ای ظهور و بروز پیدا می‌کنند. در واقع، رادیو، رسانه بحران شده است.

شما زمانی می‌توانستید در تعریف کارکرد رادیو، دگداز از مرزهای زمانی و مکانی، را عنوان کنید و رادیو را رسانه‌ای بدانید که موانع جغرافیایی را نمی‌شناسد و در انتقال پیام، سرعت دارد و در زندگی خصوصی مخاطبان، نفوذ می‌کند؛ چرا که این رسانه، در خصوصی‌ترین زوایای زندگی افراد، مثل آشپزخانه، اتاق خواب، ماشین و... حضور داشت و مردم پیامهاش را دریافت می‌کردند؛ اما این فراگیری در مورد تلویزیون، با مشکلاتی مواجه بود. تصاویر تلویزیون در بسیاری از مناطق شهری و رُور هیچ‌یک از مناطق روستایی، قابل دریافت نبود و امکانات دریافت ماهواره‌ای که در حال حاضر وجود دارد و موانع فیزیکی را از بین برده است، نیز وجود نداشت. بنابراین رادیو، تا یکی - دو دهه اخیر، کارکردهای اصلی خود را در

شهرهای کوچک و مناطق دور افتاده و روستایی، حفظ کرده بود و در تحلیلهای بین‌المللی هم گفته می‌شد که رادیو در بسیاری از کشورهای پرجمعیت و وسیع و کشورهایی که دارای تنوع فرهنگی، قومیتها، زبانها و نژادهای مختلف هستند و به دیگر وسایل ارتباطی دسترسی ندارند (مثل هند و فیلیپین)، کارکردهای ویژه‌ای داشته است. اینها ویژگیهایی بود که نقشی مهم در توسعه جوامع و نه در پرورش اپیدئولوژی، از طریق آموزش و اطلاع-رسانی غیرمستقیم، یا به صورت موازی با سیستمهای رسمی به خصوص در زمینه-هایی مثل ترویج زندگی روستایی و کشاورزی، سواد آموزی و، به رادیو داد. گرچه عملاً بسیاری از دولتها و حکومتها، از کارکرد اپیدئولوژیک رادیو استفاده می‌کنند، اما حداقل علمای ارتباطات، بیشتر به کارکرد توسعه‌بخش این رسانه و تأثیری که می‌تواند در تسهیل و تسریع فعالیت توسعه در کشورهای درحال توسعه یا عقب نگه داشته شده، داشته باشد، می‌پردازند. بنابراین باید ابتدا این پیش فرض را بپذیریم که با غلبه رسانه‌های تصویری مثل تلویزیون و امکانات دریافت ماهواره‌ای و پخش مستقیم و پوشش وسیعی که حتی در مناطق روستایی پیدا کرده‌اند، در مجموع، کم‌رنگ شدن نقش رادیو، امری طبیعی است.

نکته دومی که به کارکردهای رادیو می‌گردد، این است که مخاطبان چقدر حضور و بازتاب نیاز خود را در این رسانه می‌بینند و این رسانه را چقدر نزدیک و متعلق به خود می‌دانند. می‌خواهم صریح‌تر بگویم که دولتی‌بودن رادیو و تلویزیون، یک امتیاز منفی برای آن است. برای اینکه صرف نظر از دوره انقلاب اسلامی و

رابطه دولت و ملت که هنوز نهادینه نشده و شکل صحیح خود را پیدا نکرده، مادر ایران، دچار مشکلات تاریخی دولت-ملت هستیم و همیشه در جامعه ما، نوعی بی‌اعتمادی و ناپاوری نسبت به دولت وجود داشته و مقاومت در برابر دولت، نوعی ارزش به حساب آمده است. همچنان که در مقابل، نوعی بی‌اعتمادی و ناپاوری از سوی حکومت، نسبت به ملت نیز وجود داشته است. حکومتی که به دلیل ساختار خاصش، در طول تاریخ، قدرت خود را منبث از ملت نمی‌داند و مشروعیت خود را از آراء عمومی نمی‌گرفته و نیازی هم به مراجعه به این آراء نمی‌دیده است. در چنین شرایطی، تعلق صرف رادیو و تلویزیون به دستگاه دولتی، در واقع نوعی کارکرد اپیدئولوژیک را برای او رقم زده است و بی‌اعتمادی و شکاف تاریخی دولت - ملت را هم تشدید کرده و با حداقل رادیو-تلویزیون، عوارضش را

مهم‌ترین اصل برای هر رسانه، اعتمادسازی است و اینکه منبعی معتبر برای تأمین دانش و اطلاعات مخاطب باشد.

به دوش کشیده است؛ برای اینکه اینها بلندگویی دولت و قدرت سیاسی محسوب می‌شدند و چاقو هیچ‌گاه دسته خود را نمی‌برده در حالی که در ایران، در بسیاری از مواقع، منافع دولت و ملت، یکی نبوده و حتی در تضاد و تقابل، با



یکدیگر قرار داشته است.

مهم‌ترین اصل برای هر رسانه، اعتماد-سازی است و اینکه متبعی معتبر برای تأمین دانش و اطلاعات مخاطب باشد. اگر این اعتماد وجود نداشته باشد، حتی این وسیله، رسانه خوبی برای کارکرد ایدئولوژیک حکومت هم نخواهد بود. به

می‌کنیم که در آن، کثرت‌گرایی و پذیرش اصل تنوع وجود دارد. در چنین شرایطی، منابع قدرت متنوع است و فقط سرمایه و قدرت سیاسی، اصل نیست. توزیع قدرت و تنوع آن که از انحصاری شدن یک منبع قدرت جلوگیری می‌کند، رقابتی سالم و سازنده را در سطح جامعه به وجود

نهایت فهمیدند که چه خبر بوده است. بنابراین، فکر نکنیم که نقطه قوت یک رسانه، انحصاری بودن آن است. این انحصار، ممکن است از جهانی مثبت باشد، ولی در دراز مدت، شکننده خواهد شد.

❑ یکی از عواملی که باعث تشدید تمایل نسبت به انحصاری کردن رسانه‌ها شده است، تصویری است که نسبت به قدرت رسانه‌ها وجود دارد. آیا حقیقتاً رسانه‌ها واجد چنین قدرت عظیمی هستند که ما تا این حد، نگران کنترل مستقیم و یا غیرمستقیم آنها باشیم؟

○ من فکر می‌کنم که بخشهای عظیمی از جامعه ما دچار این سوء تفاهم هستند و برخوردهایی هم که در چند سال اخیر با مطبوعات صورت گرفته، (نه با رادیو و تلویزیون) ناشی از چنین تفکری است. بر اساس این تفکر، رسانه‌ها، فعال ما پشاه هستند و می‌توانند هر کاری بکنند و مخاطب در مقابل آنها، منفعل است. بعد از جنگ جهانی، چنین تفکری بیشتر رنگ-باخته است. چون از یک سوء، منابع متعدد رسانه‌ای به وجود آمده و مخاطب، اطلاعات خود را تنها از یک منبع دریافت نمی‌کند؛ در واقع، تعدد و رقابت منابع و تنوع در محتوا امکان انتخاب را به مخاطب داده و او را گزینشگر باز آورده است و از سوی دیگر، آگاهی و دانش مخاطبان، از طریق همین رسانه‌ها و توسعه سیستم آموزش رسمی و- افزایش پیدا کرده است. بنابراین، مخاطب امروز، یک مخاطب منفعل نیست. او فکر می‌کند، تجزیه و تحلیل و ارزیابی می‌نماید و نهایتاً انتخاب می‌کند. درسیات روان‌شناسی اجتماعی، این بحث مطرح است که مخاطب امروز، از پیامی تأثیر می‌پذیرد که با پیش‌زمینه‌های ذهنی، گرایشها و علایق قبلی‌اش همخوانی

رسانه‌ها می‌توانند با آموزش، اطلاع‌رسانی و آگاهی-

بخشی، به عرصه کشاندن نخبگان، درگیر ساختن افراد با

مباحثه‌های آزاد و عقلایی، متقاعد سازی، اعتمادسازی و ایفای

نقش یک پل ارتباطی کارآمد، بین حکومت و مردم، این هزینه‌ها

را به حداقل برسانند.

می‌آورد. اگر هیچ‌گونه رقابتی وجود نداشته باشد، حتی قدرتمندترین و سالم‌ترین بخشها هم در درازمدت، دچار فساد، بدفهمی و کج فهمی دروقبال خود خواهند شد.

تحلیلهای تاریخی می‌گویند که حکومت پهلوی به این دلیل شکست خورد که همه مخالفان خود را نابود کرد. یعنی در سرکوب مخالفان و منتقدان خود، موفق شد و به همین دلیل، سرنگون شد. برای اینکه آنها عرصه را در آینه دیگران و در معرض نقد ندیده و در نتیجه، فرصت شناخت خود را پیدا نکردند و هر چه دیدند نقطه قوت و مثبت بود و فکر کردند که درمالی‌الضمیر لایه‌های مختلف اجتماعی، هم، چنین ذهنیتی وجود دارد. تا قبل از کناره‌گیری رضا خان، کسی فکر نمی‌کرد که میزان ناراضیاتی عمومی از حکومت او آنقدر بالا باشد؛ چه در میان نخبگان و چه در میان توده مردم. اما زمانی که این ناراضیها فرصت بروز پیدا کرد، آنها در

لحاظ اینکه حکومت حتی در هدایت افکار عمومی و تغییر نگرش آنها به سوی اهداف ایدئولوژیک خود به رسانه و تبلیغات او نیاز دارد. رسانه‌ای که اعتمادسازی نکرده، پایگاه اجتماعی وسیعی نداشته و آن شکاف تاریخی را پر نکرده باشد، نمی‌تواند چنین تأثیری بگذارد.

❑ بسا توجه به ارتباط تنگاتنگی که بین مقوله خصوصی‌سازی و سرمایه‌داری جهانی وجود دارد، آیا در چنین شرایطی، خصوصی کردن رسانه‌ها می‌تواند تأمین-کننده اهداف مدیریت ایدئولوژیک نظام رسانه‌ای ما باشد؟

○ اولاً باید بدانیم که بخش غیردولتی، همیشه به معنای بخش سرمایه‌داری نیست. نهادهای مدنی که جزئی از بخش غیردولتی هستند، الزاماً منافع سرمایه‌داری را تأمین نمی‌کنند. بنابراین زمانی که صحبت از بخش غیر خصوصی می‌شود، به معنای گرایش تام و تمام به سرمایه‌داری نیست. دوم اینکه ما از شرایطی صحبت



بیشتری داشته باشد و پیامی را پس می‌زند که فکر می‌کند آن پیام، می‌خواهد آن ذهنیتها را پاک کند. بنابراین در عصر حاضر، نظریه قدرت محدود رسانه‌ها بیش از هر نظریه دیگری پذیرفته شده است. میزان نفوذ و تاثیر رسانه، به محتوایی با شرایط اجتماعی- فرهنگی جامعه و پیام و محتوای رسانه بستگی دارد. در حال حاضر، این بحث وجود دارد که مخاطب چقدر پلزاناب نیازش را در رسانه می‌بیند؛ نه اینکه رسانه، چه به مخاطب می‌دهد. در واقع، امروز، این، مخاطب است که برای محتوای رسانه، تعیین تکلیف می‌کند تا او را بپذیرد.

□ حال این سوال پیش می‌آید که چگونه می‌توان بین نیاز مخاطب و خواسته‌های او با مصالحی که دستگاه گرداننده رسانه برای مخاطب در نظر

می‌گیرد، تلفیقی منطقی ایجاد نمود؟

○ در ایسن تردیدی نیست که در کشورهای درحال توسعه، همه ابعاد توسعه، دولت‌مدار است. چراکه از یک- سو، بسیاری از زمینه‌های توسعه، نیاز به سرمایه‌گذاریهایی دارد که صرفا دولتها به لحاظ منابعی که در اختیار دارند، می‌توانند عهده‌دار آن باشند و از سوی دیگر، آن زمینه‌ها برای بخش خصوصی متضمن سود و بازدهی اقتصادی نیست که برای آنها جایزه داشته‌باشد؛ اما نگرش دولتها اقتضا می‌کند که در آن زمینه‌ها نظیر توسعه بهداشت و درمان، توسعه فضاهای شهری و آموزشی و... سرمایه‌گذاری کنند؛ اما این امر، به معنای آن نیست که ماهیت و آمریت توسعه به‌طور صحیح در اختیار دولتها باشد. دولتها باید نیازهای توسعه را از بطن جامعه بگیرند و مردم را

در فرایند توسعه مشارکت دهند؛ در غیر این صورت، تمام برنامه‌های توسعه، محکوم به شکست است. از این زاویه، طبیعی است که دولتها و نمایندگانشان در رسانه‌ها، این حق را برای خود قائل‌اند که تشخیص دهند که جامعه به چه چیزهایی نیاز دارد و چه چیزهایی را باید دریافت کند و چه چیزهایی را نباید و آنها به عنوان رسانه، چه باید بکنند و غطر از همین جا شروع می‌شود. یعنی قبومیشی که رسانه برای خود در قبال جامعه قائل است؛ در حالیکه جامعه، گزینه‌ها و راه‌حلهای مقتضیات خود را دارد و در دراز مدت، اگر ببیند که این قبومیت تیشه به ریشه آزادی و اختیار او می‌زند، آنرا پس می‌زند. فعالیت‌های توسعه‌ای، در کشورهایی که حکومت‌مدار هستند، در شرایطی موفق خواهند بود که بتوانند نوعی انسجام



راديو در سالهای اخير، انعطاف بیشتری نشان داده و جهت گیری

مثبتی داشته است.

اجتماعی ایجاد کرده و نیازهای لایه‌های مختلف اجتماعی را از بطن آنها گرفته و این نیازها را نامین کنند و برای اینکه این اتفاق بیفتد، باید فرصت بروز منویات، آراء و عقاید مختلف را در اختیار لایه‌های مختلف اجتماعی (تخبگان فکری و توده‌های مردم) بگذارند و شرایطی را فراهم کنند که رسانه، قائل به یک تعامل فرهنگی و فکری در جامعه باشد. رسانه، اختیار، آزادی و حق اظهار عقیده و آزادی بیان را نه تنها به رسمیت بشناسد، بلکه عامل به آن بوده و فرصت بروز و

انسانی بهره‌برداری کند، نمی‌تواند به توسعه دست یابد.

□ در عرصه توسعه، رسانه‌های مثل رادیو باید بیشتر به چه شاخصه‌هایی توجه کند؟

○ در این زمینه، سه پیش فرض وجود دارد؛ یکی اینکه اساسا رسانه دسترسی به اطلاعات را به عنوان یک حق طبیعی به رسمیت بشناسد. البته من هیچ چیز را مطلق نمی‌دانم. طبیعی است که در برخی مواقع، به اقتضای منافع ملی، بخشی از حقایق گفته شود و این به معنای آن نیست که ما دروغ بگوییم. وقتی این اصل را به

رسانه در کشور ما، در شرایطی موفق خواهد بود که بتواند نوعی انسجام اجتماعی ایجاد کرده و نیازهای لایه‌های مختلف اجتماعی را از بطن آنها گرفته و این نیازها را نامین کند و برای اینکه این اتفاق بیفتد، باید فرصت بروز منویات، آراء و عقاید مختلف را در اختیار لایه‌های مختلف اجتماعی (تخبگان فکری و توده‌های مردم) بگذارد.

ظهور طبقه‌های مختلف فکری را در جامعه ایجاد کند. در چنین شرایطی است که توسعه معنا پیدا می‌کند و الا همانند توسعه آمرانه رضاخان می‌شود. من نمی‌خواهم جمهوری اسلامی را با آن دوران مقایسه کنم، اما می‌توانیم از تجربه‌های تاریخی درس بگیریم. در دوره رضاخان، این بحث مطرح بود که مردم این صلاحیت را ندارند که بگویند چه چیزی خوب و چه چیزی بد است و این دولت است که باید در مورد مسائل تصمیم‌گیری کند. نفس این تفکر، به معنای در حاشیه کردن هرچه بیشتر گروه‌های مختلف اجتماعی و خالی کردن متن است و نظام سیاسی‌ای که نتواند از همه ظرفیتها و استعدادهای

رسمیت شناخیم. باید فضای اجتماعی را بازنموده و فضای عمومی پا به قول هابرماس Public steno باید عرضه تعامل افکار، و آراء و اندیشه‌ها باشد. رسانه‌ها بسیار زیاد به مونولوگ معتقد است و تک‌گویی را ترویج می‌کند. رسانه ملی، متعلق به عموم مردم است؛ چرا که بودجه و هزینه‌اش از محل درآمد عمومی تأمین می‌شود. بنابراین، آحاد مردم نسبت به این رسانه حق دارند.

□ این دیدگاه هم وجود دارد که اساسا همه نظام‌های رسانه‌ای جهان، این هدف را دنبال می‌کنند که با استفاده از گفتار منطقی یا مخالف، مشروعیت‌سازی کنند و به نوعی، همه در پی تبلیغ‌اند. اما آنها تبلیغ

را در لباس آزاداندیشی ارائه می‌کنند. ○ اولاً من انکار نمی‌کنم که رسانه‌های بین‌المللی هم به نوعی کارکرد ایدئولوژیک دارند. ایدئولوژی آنها، حفظ منافع سرمایه‌داری و حفظ اقتدار و حاکمیت سرمایه‌داری است. اما بخشی از تحلیل کارکرد رسانه‌ها به این بازمی‌گردد که ما از چه منظری به این کارکرد نگاه می‌کنیم؛ از دیدگاه اثباتی، انتقادی یا اعتدالی. دیدگاه شما، نگرشی انتقادی است و متفکران انتقادی که شامل اصحاب مکتب فرانکفورت و اهالی مکتب مطالعات فرهنگی «بیرمنگام» و کسانی نظیر «شپلر» و «نیل پستمن» می‌باشند، رسانه را ابزار سرکوبگر حکومت می‌دانند و برای آن کارکردی ایدئولوژیک قائل‌اند. حتی تحلیل‌گران انتقادی هم، چنین اعتقادی دارند؛ یعنی کسانی مثل «فرکلاره»، «ونداله» و حتی «پست مدرنیست‌هایی مثل «میشل فوکو»، «لیوسوتار» «دورسدا» و... چنین دیدگاه‌هایی را مطرح می‌کنند. این هم دیدگاهی است که همیشه مورد بحث و چالش بوده است.

دیدگاه مقابل، نظام روزنامه‌نگاری غربی را نظامی آزادی‌گرا، باز، بی‌طرف، عینی‌گرا و مستقل می‌داند و بحث آزادی اطلاع‌رسانی و رسانه‌های آزاد، مستقل و کثرت‌گرا را مطرح می‌کند. دیدگاهی که در حال حاضر، یونسکو به آن پرداخته و بر این اعتقاد است که این گونه رسانه‌ها باید در همه‌جای جهان تقویت شوند و توسعه پیدا کنند و از همه مصوباتی که از دهه ۱۹۹۰ تاکنون، داشته، به کرات به دولت‌ها برای داشتن موانع استقلال، آزادی و کثرت‌گرایی رسانه‌ها در کشورشان و تصویب قوانینی که این موارد را تضمین نموده و حصر قوانینی که مانع این فرایند می‌شوند، توصیه شده است. این دیدگاه هم برای خود،

تولیدکننده‌ای که شناخت
کافی و عمیق از
واقعیت‌های اجتماعی،
تاریخی، فرهنگی و از جهان
امروز و محیط زندگی‌اش
نداشته باشد،
نمی‌تواند تولیدکننده‌ای
عمیق بوده و برای مخاطبان
خود، الگو بسازد.



با هم ببینیم و بعد از بین آنها، خط‌مشی معتدل و قابل قبول، برای رسانه خود ابداع کنیم. به این معنا که نخواهیم ذهنها را بسته، افکار را قالبی نموده و انسانهای یک شکل و یک قد تولید کنیم. انسانهایی که همه حجم مغزشان یک اندازه است و همه‌شان یکجور فکر می‌کنند. این اصلا به صلاح نیست، در عین حال، این امر را نیز باید لحاظ کنیم که ما در ایجاد تفاهم و وفای عوسمی، آگاهی بخشی، هوشیارسازی و توسعه بخشی، با توجه به تنوعها و تفاوت‌های موجود، نقشی اساسی داریم. یکی از تعاریفی که امروزه در مورد توسعه مطرح می‌شود، به رسمیت شناختن تنوعها و تفاوت‌هاست. دیدگاه توسعه‌نگر، بر این باور است که در جامعه بین‌المللی و در درون هر جامعه‌ای، پذیرش تفاوتها و تنوعها یک اصل بوده و دموکراسی به معنای مجال بروز دادن و سرکوب و ادغام نکردن این تفاوت‌هاست.

پوزیتیویستی اعتقاد ندارم. ما باید به یک دیدگاه انتقادی هم مجهز و مسلح باشیم که در غیر این صورت، مغز به دست رسانه‌های غیر ملی و حتی ملی خواهیم شد. نمی‌توانیم این دیدگاه را در سطح بین‌الملل داشته و در سطح ملی نگذاشت باشیم. اینها با هم ناهمخوان هستند. ولی این نگاه انتقادی، نباید عینگی سیاه به چشم ما بزند که همه چیز را تیره و تار ببینیم. از شروع جریان ۱۱ سپتامبر، ضمن اینکه بسیاری از رسانه‌های غربی علیه اسلام و مسلمین جریان‌سازی کرده‌اند. رسانه‌های دیگری (و حتی مطبوعات داخلی آمریکا) نیز بوده‌اند که به عملکرد آمریکا انتقاد داشته و بعضاً در جریان پانزگویی مسائل، به اتهامات اشتباهی که خود به دیگران زده‌اند، اعتراف کرده‌اند. در واقع، زمانی می‌توانیم واقع بین باشیم که هر دو عینگی را به چشم داشته و کارکردهای مثبت و منفی وایدئولوژی‌ها را

جایگاه و پانگاهی دارد و معتقد است گرچه ممکن است در عمل ما با عملکردهای ایدئولوژیک روبه‌رو باشیم، اما اصل بر این است که رسانه‌ها آزاد، مستقل و کترنگرا باشند و ما باید اینگونه رسانه‌ها را تقویت کنیم. به هر میزان که رسانه‌ها به این شاخص نزدیک‌تر شوند، می‌توان گفت که از کارکرد ایدئولوژیک، دور شده‌اند و بالعکس. نگاه سومی هم وجود دارد که معتقد است رسانه‌ها باالذات و بالقوه می‌توانند این هر دو کارکرد را داشته باشند و این امر، بستگی دارد به اینکه رسانه‌ها در اختیار چه کسانی هستند و با چه اهداف و نیایی مدیریت می‌شوند. بنابراین نباید حکمی قطعی و غیرقابل اعتراض صادر کنیم. در حال حاضر، در دنیا شاهد وضعیت چندگانه عملکرد رسانه‌ها هستیم. اصلا اینگونه نیست که بتوان همه آنها را از یک زاویه دید، من اصلا به یک دیدگاه افراطی

□ البته دیدگاهی هم وجود دارد که می‌گوید مبانی توتالیتریزم در نهایت، برخلاف میل خود، به دموکراسی می‌انجامد و برعکس، در واقع هر یک، باعث زایش ضد خود می‌شوند. پس به این ترتیب، اگر یک رسانه ایدئولوژیک، شدت عمل زیادی نشان دهد، در واقع نامناسب‌ترین عملکرد را نسبت به پاورها و عقاید خود خواهد داشت.

○ بله، منحنیهای سیر تاریخی، منحنیهای سینوسی است که مدام اُفت و خیز دارد و ما در این صورت در دراز مدت، عملاً به پایگاهی که ضد خود را تقدیر می‌کند، تبدیل می‌شویم. مردم نیمه پر را نگاه می‌کنند، برای اینکه بتوانند نیمه خالی‌اش را تشخیص دهند. یعنی ممکن است به آنچه که می‌گوییم گوش دهند، نه به خاطر اینکه آن‌را بپذیرند، بلکه برای اینکه ببینند چه چیزهایی را نگفته‌ایم. ما در اصطلاح روزنامه نگاری می‌گوییم مردم بین‌السطور، روزنامه‌ها را می‌خوانند نه سطور و سفیدپاش را یعنی بخش ناگفته‌اش را خودشان می‌نویسند و می‌خوانند. اگر ما درست ننویسیم، آنها هرچه را که خود بخواهند می‌نویسند و ممکن است در این قضاوت، دچار افراط هم بشوند؛ چرا که ما با فراهم کردن بستر تعادل بخشی، زمینه افراط را فراهم کرده‌ایم.

□ در ایسن عرصه نکتولوژیکی، تمام نظامهای رسانه‌ای دنیا، تابع اهداف و برنامه‌ریزیهای سیاسی خاص هستند. اما چیزی که بیشتر موجب تمایز آنها می‌شود، شاید بحث تکنیک کار باشد. در رسانه‌ای مثل رادیو و در کشوری مثل ایران، شیوه‌های تولید محتوا و قالب برنامه‌ها، تا چه حد می‌تواند اهمیت داشته باشد و رادیو باید در این زمینه، چه مسائلی را در نظر بگیرد؟

○ در زمینه قالب، پشرفتها تا آن حد است که دانشگاههای معتبر دنیا حتی تا سطح فوق دکترا، آن‌را آموزش می‌دهند و دانشجو تربیت می‌کنند. حال بگذریم از اینکه دانشجویان فوق‌لیسانس دانشکده صداوسیما، هنوز برای دسترسی به یک برنامه رادیویی یا تلویزیونی، مشکل دارند؛ ولی دانشگاه پردیو «Purdue»، آمریکا، خود یک ایستگاه رادیو-تلویزیونی دارد و

رادیو باید طبیعت و عوارض

حرکت در زمینه توسعه را به

جامعه بشناساند که افراد،

آن‌را فاجعه تلقی نکنند و با

مطرح کردن راههای مقابله با

این بحرانها، مقاومت آنها را

بالا برد و آنها را به این نکته

متوجه کند که در واقع

معرفت و شناختنشان را مورد

بازنگری و تردید قرار دهند.

دانشجویان به ایستگاه رفته، برنامه‌سازی نموده و در همه شبکه‌ها بخش می‌کنند. در واقع تا این حد، برای آموزش عملی سرمایه‌گذاری کرده‌اند. اما از بعد محتوا، باز هم ما مشکل داریم. محتوا مستقیماً به دیدگاهها و عملکردهای ما برمی‌گردد. فرض کنید که امروز می‌گویند که برنامه‌سازی، به بیرون منتقل شود. با چه نگاهی و با چه رویکردی؟ اروپاگردی که ما می‌خواهیم بر آن غالب باشد! اصلاً چقدر حاضریم وارد این عرصه شویم؟ چقدر بستر رشد و تولید افرادی که متوجه و متدبر فکر می‌کنند و جسارت و بروز و ارائه افکارشان را دارند را فراهم

کرده‌ایم؟ مشکل برنامه‌سازی ما از اینجا شروع می‌شود. برنامه‌سازی تلویزیون ما عملاً برعهده بخش خصوصی‌ای است که عمدتاً از دل تلویزیون بیرون آمده‌اند. برنامه‌های موجود، چقدر متحول شده است؟ به نظر من، برنامه‌ها بسیار سطحی‌تر شده است. برای اینکه اگر تا دیروز، بخش دولتی، انگیزه سودجویی نداشت، این انگیزه به مجموعه انگیزه‌های بخش خصوصی اضافه شده و برنامه‌ای که می‌تواند در 5 قسمت ارائه شود، در ۱۳ قسمت بخش می‌شود و نهایتاً مخاطب، این برنامه‌های سطحی را پس می‌زند.

در مقوله تولید می‌توان گفت؛ تولید برنامه‌ها باید تنوع پیدا کند و تحقق این امر، مستلزم از بین رفتن و یا کمرنگ شدن مرزها و عرصه‌های متنوع در جامعه است. مشکل ما این است که عملاً برای مواردی که می‌توانیم حرف بزنیم، تعیین تکلیف می‌کنیم! یعنی می‌گوییم که اکثر عرصه‌ها اصلاً قابل بحث نیستند و نباید به آن وارد شویم و حرفش را بزنیم که این هم مشکلی تاریخی است. در انقلاب مشروطه، می‌بینید که شعار قانون، مهم‌ترین شعار محوری انقلابیون مشروطه است. برای اینکه مردم آنقدر از بی‌قانونی، خودسری و مطلق‌گرایی حکومت در طول تاریخ، آسیب دیده‌اند که فکر کردند اگر خودسری و یک اراده مافوق مردمی که هر کار که دلش خواست بکند، وجود نداشته باشد، این یعنی آزادی، یعنی در انقلاب مشروطه، شعار آزادی خواهی، تحت‌الشعاع شعار قانون بوده است. علت این مسئله آن است که فعالیتهای اجتماعی در ایران، برخلاف عرف معمول دنیای غرب که ابتدا قانون می‌آید و موارد و محدودیتهای آزادی را

تصویب می‌کند، بوده است و در واقع، قانون، معادل آزادی گرفته شده؛ برای اینکه فکر می‌کردند با محدود شدن قانون قدرت شاه، به آزادی رسیدند. یعنی درست عکس مصوبات دنیا اتفاق افتاد و در حال حاضر، ما میراث‌دار آن شرایط هستیم.

□ از مسئله کارگرد رسانه‌ها در توسعه، یک موضوع مغفول مانده و آن، کارکرد رسانه‌ها در خصوص عوارض روانی توسعه است. لطفاً در این مورد توضیحات بیشتری بفرمایید؟

○ شوسین پای؛ نظریه پرداز توسعه سیاسی آمریکا، هنگامی که در مورد نقش و کارکرد رسانه‌ها به خصوص در جریان توسعه سیاسی، بحث می‌کند، یکی از موارد مشخص آن را کاهش عوارض روانی توسعه می‌داند، چرا که بر این اعتقاد است که هر توسعه‌ای، یکسری بی-هنجاری و بحران، با خود خواهد آورد که در واقع از مقتضیات تغییر است. برای اینکه گروهها در مورد از دست رفتن هویت، ارزشها و احساس خطر خواهند کرد و حکومت، خود را ناتوان از برآورده کردن تقاضاهای عمومی دانسته و از جانب داخل و خارج، احساس تهدید می‌کند؛ همه این موارد، عوارض و بحرانهایی است که توسعه را تهدید می‌کند، به این علت است که می‌گویم دوران گذار، دوره نقد باید باشد؛ چرا که در این دوران، حکومتها احساس خطر کرده و حتی موجودیت خود را در معرض تهدید می‌بینند. برای اینکه طوفانی در حال وزیدن است که چیزهایی را از زمین می‌کند و یا خود می‌برد، این طوفان ممکن است بخشی از ستاره، ارزشها و هنجارها و یا حداقل بازتعریف کردن بخشی از آنها باشد. ممکن است محدود

کردن قدرت و مقید کردنش به قانون باشد و... به هر حال احساس اینکه طوفانی در حال وزیدن است که ممکن است بنیاد خانه ما را هم بکند و ببرد، همیشه حکومتها را محافظه کار و پرخاشگر کرده است. این است که در اینجا نمی‌توان با زبانی که در غرب از حکومت انتقاد می‌شود، نقد کرد. یکی از مشکلات روشنگری ما در طول تاریخ، زبان نامناسبی بوده است که روشنفکران

رسانه در ایجاد تفاهم و

وفاق عمومی،

آگاهی بخشی،

هوشیار سازی و

توسعه بخشی، با توجه به

تنوعها و تفاوتهای موجود،

نقشی اساسی دارد.

برای گفتگو با حکومت به کار گرفته اند و مشکل حکومت هم در رابطه با مردم و روشنفکران همین بوده است. او از موضع امر و نهی، و باید و نباید حرکت کرده و روشنفکران و حتی بخشهایی از توده مردم، از موضع عصیان و پرخاش نوعی پنجه بر روی حکومت کشیدند. حرکت کرده‌اند. ما باید این مسایل را بنسبیم. به نظر بن، فرزان پحران، باید ابتدا این فهم توریک به وجود آید که به لحاظ نظری بدانیم که بخشیم از اتفاقاتی که رخ می‌دهد طبیعی دوران توسعه و دوره گذار است. آنرا به شکل یک حادثه و فاجعه بنیان کن بنبیم و بدانیم که برای رسیدن به توسعه، نباید هزینه‌های بسیاری را پرداخت. حکومت و ملت، هر یک باید

سهم خود را از این هزینه‌ها بدهند. چرا که بدون پرداخت هزینه، نمی‌توان به توسعه رسید. اما رسانه‌ها می‌توانند با آموزش، اطلاع رسانی و آگاهی بخشی، به عرصه کشاندن نخبگان، درگیر ساختن افراد با مباحثه‌های آزاد و عقلایی، متقاعد سازی، اعتماد سازی و ابفای نقش یک پلی ارتباطی کارآمد، بین حکومت و مردم، این هزینه‌ها را به حداقل برسانند. در حال حاضر، این پلی ارتباطی وجود ندارد.

□ به نظر شما، برنامه‌هایی که به صورت مباحث نظری در رادیو تهیه می‌شود، تا چه حد می‌توانند در این زمینه موثرتر باشند؟

○ طبیعی است که اینها می‌توانند تأثیرات متفاوتی داشته باشند. شدت و ضعف تأثیر را نمی‌توان به راحتی دیده اما این فهم توریک را باید ابتدا در ذهنیت حکومتگران و مدیران سیاسی جامعه که کار مدیریت رسانه هم بخشی از آن است، به وجود آوریم و بعد از آن، در ذهنیت نخبگان، روشنفکران و توده مردم. تا این ذهنیت به وجود نیاید، بعضی اتفاقات، ناهنجاری تلقی خواهند شد و ممکن است ضرورت درگیر شدن و مقابله با آنها را به اذهان برساند. نه طبیعی تلقی کردن و کنار آمدن و تحلیل کردن آن شرایط را طبیعی است که رسانه‌ها می‌توانند این آموزشها را در ذهنیت عمومی جامعه ارتقا دهند. چرا که اعتقاد بر این است که در حوزه مفاهیم سیاسی-اجتماعی، افراد به اندازه وسعت مفاهیم نظریشان عمل می‌کنند و تا جایی آزادی، حقوق و حدود خود را شناسند. در آن حوزه عمل نمی‌کنند. بخشی از خودسانسوری، ناشی از عدم شناخت حقوق و یا به نوعی تمکین در برابر اطمینان شدن حقوق است.

چیزی دیگر و هر یک، تعریف خود را داشته‌اند. مردم، منافع ملی‌شان را در سرنگونی یک حکومت می‌دیدند و حکومت، منافع ملی‌اش را در تمکین مردم. ببینید چقدر این دو نگاه تفاوت است و نتیجه آن شده‌است که ما ناکثون، تعریفی از منافع ملی نداشته‌ایم. وفاق ملی و امنیت ملی، در واقع بخشی از منافع ملی است. وقتی ما مباحث مشترکی برای بحث و گفتگو نداریم، بر سر چه چیزی می‌خواهیم وفاق کنیم. علاوه بر این، وفاقی که امروزه از آن صحبت می‌شود، پیش‌نیازی دارد و آن، این است که حاصل را بر این نگذارید که همه حقانیت دست من است و شما از هرگونه حقانیتی عاری هستید و در نتیجه، شما باید حرف من را بپذیرید. باید بنشینیم، بحث کنیم، با هم راه بیفتیم و ببینیم که به کجا می‌رسیم. در جامعه ما، این اتفاق، به یک تحول معرفت‌شناختی نیاز دارد. بنابراین، زمانی

مجموعه باید هماهنگ با هم عمل کنند تا بتوانند یک محصول مشترک را به وجود آورند. در حال حاضر، بسیاری از انرژی‌هایی موجود، صرف خشی کردن یکدیگر می‌شود و در واقع، هیچ برون‌داد مطلوبی ندارند. این مشکل اساسی ماست. مطبوعات سعی می‌کنند تلویزیون را بگویند و تلویزیون سعی می‌کند روشنفکران را بگوید و روشنفکران در تلاش برای کوبیدن تلویزیون‌اند و حکومت سعی می‌کند هر دو را بگوید و در واقع، همه در نوعی تضاد، جنگ و کشمکش دائمی هستند. در بسیاری از مواقع، این کشمکشها پا از عدم شناخت ناشی می‌شود و پا از ترجیح منافع سیاسی و جناحی خاص بر منافع کلان ملی. ما هنوز چیزی به عنوان منافع ملی نمی‌شناسیم. برای اینکه وجود نداشته است. منفعت ملی در طول تاریخ، از دیدگاه مردم یک چیز بوده است و از دیدگاه حکومت،

بنابراین، این آموزشها می‌توانند مشرمنر باشند. اما زمانی مؤثرتر خواهند بود که از یکسو، این مسائل در فرهنگ و باور عمومی تبیین شود و از سوی دیگر، ابتدا نوعی هماهنگی بین رسانه‌های مختلف و بعد خرده سیستمهای یک مجموعه به وجود آید؛ یعنی نظام آموزش و پرورش، مدارس و کتسب‌های درسی، فرهنگسراها، کودکانها، مهدکودکها و همه کسانی که در تولید فرهنگ و تولید علم و نهادینه کردن آن به نوعی نقش دارند، باید هماهنگ عمل نموده، اثر یکدیگر را خنثی نکرده و جامعه را دچار تناقض نکنند. افراد نمی‌دانند که بین آنچه رسانه‌ها می‌گویند و آنچه که معلمین و با خانواده‌ها می‌گویند، بالاخره کدام یک درست است و باید آنرا انتخاب کنند. این نگاه، معلول توسعه‌نیافتگی است. برای اینکه در اینجا یک نگاه سیستمی شکل گرفته که ما فکر کنیم که اجزای یک



مسئله

این نیست که ما چقدر پوشش داریم.
مسئله این است که مردم چقدر خود
را در معرض پیام رادیو
قرار می‌دهند و زیر

- این پوشش
- می‌آیند، بیچ
- رادیو را باز
- می‌کنند، به
- آن گوش
- می‌دهند و
- تأثیر
- می‌پذیرند.





تاسیس شبکه‌های مختلف برای پاسخگویی به نیازهای متفاوتی که در جامعه وجود دارد، مثبت است. شاید

اگر این اتفاقات نمی‌افتاد، شما الان همین تعداد مخاطب را هم نداشتید.

با این بهرانه‌ها مقاومت آنها را بالا برد و آنها را به این نکته متوجه کند که در واقع معرفت و شناختشان را مورد بازنگری و تردید قرار دهند. این امر هم باید با مراجعه به ظرفیتهای بالقوه اجتماعی محقق شود، نه از یک موضع آمرانه و از بالا به پایین. □ این تعامل چگونه می‌تواند دوسویه شود؟

○ با اعتقاد به اینکه مردم، محور توسعه‌اند و آنها حق دارند متفاوت باشند، متفاوت فکر کنند و این افکار متنوع و متعدد را بیان کنند و به تعامل بگذارند. تا این واقعیت به وجود نیاید، همه این حرفه‌ها سطحی، ظاهری و عوام‌فریبانه خواهد بود. اگر این باور به وجود آمد، آنوقت دیگر نیاز نیست که ما برای رسانه، خط‌مشی تعیین کنیم. رسانه، درون این باور، خود به‌خود، راهش را پیدا می‌کند. مشکل ما در نگاهی است که از بالا بر رسانه غلبه دارد.

شده است. این تحولاتی که در همه عرصه‌ها رخ داده است، بنیادهای جامعه را متحول می‌کند و بنابراین، ایفای نقشها هم متفاوت خواهد شد. در حال حاضر، زمانی که با مردم در رسانه‌ها صحبت می‌کنیم، باید با زبان ۲۳ سال پیش و با سلیقه ۵۰ سال پیش تفاوت داشته باشد.

□ به نظر شما، برای اینکه رادیو بخواهد در راستای ایجاد این فهم تئوریک در افکار مختلف اجتماعی حرکت کند، چه راهکارهایی پیش رود؟

○ رادیو می‌تواند نقش بسیاری در این زمینه‌ها داشته باشد. بسیاری از مباحثی که در تلویزیون مطرح می‌شوند، ماهیتاً رادیویی‌اند. تلویزیونی یعنی ایجابی‌تر، گرام و بیان، ایفای نقش می‌کند و نه تصویر. در واقع رادیو باید طبیعت و عوارض حرکت در زمینه توسعه را به جامعه شناساند که افراد، آنرا فاجعه تلقی نکنند و با مطرح کردن راههای مقابله

که از وفای صحت می‌شود، عملاً بسیار سطحی است و بیشتر به معنای نوعی سکوت یا کوتاه آمدن تلقی می‌شود تا رسیدن به یک نقطه مشترک.

□ در مجموع، درخصوص نقش رسانه‌ها در کاهش عوارض روانی توسعه، تاکید شما بر انذار و آگاهی بخشیدن به حکومت و مردم است که در واقع، طبیعت دوره گذار را برای همه توضیح دهند.

○ ما حتی باید سرعت توسعه را تنظیم کنیم. بسیاری از مواقع، سرعت بیش از حد و یا کمتر از معمول، عوارض منفی در پی دارد. سرعت توسعه باید با تحمل و پذیرش جامعه و ظرفیت نیروی انسانی‌ای که ما تربیت می‌کنیم، تناسب داشته باشد. باید تفاوت بین سالهای ۵۹ - ۵۸ را با شرایط کنونی که فقط دانشگاه آزاد بیش از یک میلیون فارغ التحصیل به جامعه داده است را بدانیم. افتخار جوانها بسیار متفاوت



□ چه آینده‌ای را می‌توان برای رادیو تصور بود؟

○ رادیو همیشه خواهد بود. مسئله این نیست که ما چقدر پوشش داریم. مسئله این است که مردم چقدر خود را در معرض پیام رادیو قرار می‌دهند و به زیر این پوشش می‌آیند و بیچ و بیباز می‌کنند و به آن گوش می‌دهند و تاثیر می‌پذیرند. ممکن است بیچ و رادیو، باز باشد، برای اینکه صداهای اطراف، افراد را کمتر آزار دهند. این بسیار متفاوت است با آنکه فردی، رادیو یا تلویزیون را روشن کند و از برنامه‌های آن لذت برد و در واقع آنها را قبول داشته باشد. البته باید به این سوءتفاهم، اجازه شکل‌گیری ندهم که گرچه خود می‌گویم دوره نرم گفتار است، ولی شاید خودم خیلی نرم صحبت نکرده باشم؛ ولی مطمئنم که این سخنان، از یک دل سوخته برمی‌آید. چون می‌خواهم که شاهد پیشرفت و ترقی و سرفرازی این ملت و مملکت باشم. فکر می‌کنم که حتی با زبان عتاب و خطاب هم که شده، باید این حرف‌ها را زد؛ چون در این گفتگو، مخاطب من، نوده مردم نیستند. تلخی ظاهری این سخنان، برای آن است که بتوانیم شیرینی واقعی را به مذاقها بپاوریم. رادیو در سالهای اخیر، تعاطف بیشتری نشان داده و من انکار نمی‌کنم که جهت‌گیری مثبتی داشته است، یعنی در ساختار خود که صدای جمهوری اسلامی است، زیر آن چتر، تنوع خوبی به برنامه‌هایش داده است. تاسیس شبکه‌های مختلف برای پاسخگویی به نیازهای متفاوتی که در جامعه وجود دارد، مثبت است. شاید اگر این اتفاقات نمی‌افتاد، شما الان همین تعداد مخاطب را هم نداشتید. در این صحبت‌ها، مخاطب من، فقط رادیو نیست؛ کل نظام رسانه‌ای

کشور است. تکلیف نظام رسانه‌ای ما و جایگاه و کارکردش به طور دقیق، مشخص نیست. این نظام چگونه می‌خواهد در خدمت توسعه باشد؟ واقعا معلوم نیست. به همین دلیل است که هر

که چیزی بیشتر از مخاطبان خود ندارد، که به آنها بدهد. بنابراین تولیدکننده، فردی است که از نظر شخصیت، دانش، آگاهی، مسئولیت‌شناسی و احساس وظیفه، از میانگین مخاطبان جامعه که

باید نوعی هماهنگی بین رسانه‌های مختلف و خرده-سیستم‌های یک مجموعه به وجود آید؛ یعنی نظام آموزش و پرورش، مدارس و کتابهای درسی، فرهنگسراها، کودکانستانها، مهدکودکها و همه کسانی که در تولید فرهنگ و تولید علم و نهادینه کردن آن به نوعی نقش دارند، باید هماهنگ عمل نموده، اثر یکدیگر را خنثی نکرده و جامعه را دچار تناقض نکنند.

کدام راه خود را می‌روند و موردی و سلیقه‌ای عمل می‌کنند. در BBC شیوه‌نامه‌ای وجود دارد که در هر زمینه‌ای، آنچه را که افراد باید بگویند و آنچه را که نباید بگویند را تدوین کرده است.

□ پسه نظر شما یک برنامه‌ساز رادیو یا اساسا فردی که در رسانه کار می‌کند، برای اینکه فردی رسانه‌ای محسوب شود، باید واجد چه ویژگی‌های شخصیتی و علمی باشد؟

○ این فرد باید ابتدا اصول حرفه‌ای را برای خود تعریف کند. اصول حرفه‌ای به او حکم می‌کند که نوعی استقلال را تا آنجایی که به مبانی حرفه‌ای‌اش مربوط می‌شود، در نظر داشته باشد و رعایت کند. مؤرد دیگر، خودسازی و خودآگاهی عوامل تولید است. تولیدکننده‌ای که شناخت کافی و عمیق از واقعیت‌های اجتماعی، تاریخی، فرهنگی و از جهان امروز و محیط زندگی‌اش نداشته باشد، نمی‌تواند تولیدکننده‌ای عمیق بوده و برای مخاطبان خود، الگو بسازد. چرا

برای آنها برنامه تولید می‌کند، بالاتر باشد. او باید با انکا به شناخت خود، اولویتها را استخراج کند، نیازها را بشناسد و بر مبنای آن برنامه‌های تولید کند که بتواند حرفی برای گفتن به مخاطب داشته باشد. قبول دارم که این فرد هم در یک سیستم فعالیت می‌کند. اما نباید این امر را فراموش کرد که بسیاری از تحولات جامعه هم به وسیله افرادی اتفاق افتاده است که در همان سیستمی زندگی می‌کردند که دیگران زندگی کرده‌اند. این جهشها، مثل جهشهای کروموزومی در بدن انسان) باعث شده است که فردی بتواند در سطحی وسیع، نسل معاصر خود را متاثر کند. اینها شاید مقداری در مقوله آرمانگرایی باشد. اما هر فرد باید رسانی را برای خود تعریف نموده و در خدمت چیزی باشد که به آن باور و اعتقاد دارد.

