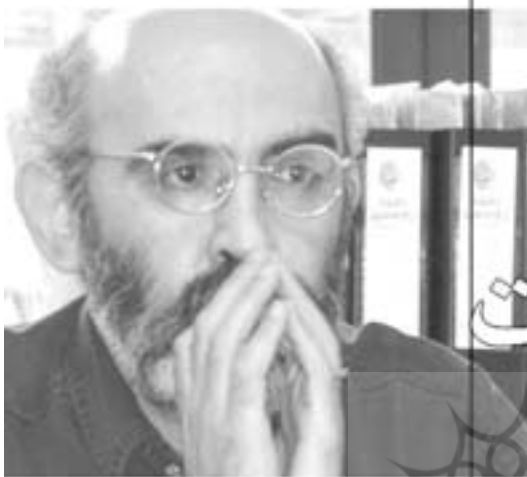


در دنیای امروز رسانه



سانسور یعنی
بمباران اطلاعات

گفت و گو با دکتر یونس شکرخواه
عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی

● میترا اسدنیا

... و را بداند و بفهمد که چه چیزی پس را
پس می‌کند و حتی می‌خواهم بگویم که
باید کسی باشد که «تئوریهای درک» را
بشناسد و اساساً «گفتمان درک» را بفهمد که
چقدر از آن واقعیت سناریویی در رادیو به
منبعی که آن را پخش می‌کند، مربوط
می‌شود و چقدر از آن با فضای ذهنی
مخاطب مرتبط است و درواقع اگر نگویم
گفتمان درک، حداقل او باید اکثر تئوریهای
شناختی را کار کرده باشد و تئوریهای
روانشناسی را بداند. اینها را که می‌گویم
اصلاً ایده‌آل خواهی نمی‌کنم. احساس
می‌کنم که اگر اینها نباشد، کار به صورت
مطلوب انجام نمی‌شود و اگر خوب
دریابید، تصادف است و ممکن است که
قابل تجربه و تکرار نباشد. اما در هرصورت
در ایران، اگر بخواهم طبقه بندی رایج را در

این معانیست که من رادیو - تلویزیون را
نشناسم، اما ترجیح می‌دهم که از حوزه
تخصصی خودم که ارتباطات بین‌المللی و
در مرحله دوم، اینترنت است، خارج نشوم.
□ در مجموع نگاه کلی شما به شرایط
امروزی رادیو به عنوان رسانه‌ای که پیشینه
بسیار قوی داشته و چیست ؟
○ واقع امر این است که من نمی‌توانم به-
عنوان یک شنونده رادیو قضاوت کنم و اگر
قرار باشد حرفهایم جغرافیا بگیرد، یعنی
متوجه رادیوی ایران و شبکه‌های رادیویی
ایران شود، باز هم نمی‌توانم بگویم که من
شنونده ثابت رادیو هستم و رشته‌ام هم
علی‌القاعده به من یاد می‌دهد که راجع به
چه بخشهایی باید اظهارنظر کنم. برای یک
پس رادیویی، فرد خاصی باید نظر بدهد؛
کسی که صدا، درام، سکوت، افکت، نریشن

□ آقای دکتر! شما ظاهراً در جشنواره
برنامه‌های رادیویی به عنوان سخنران
دعوت شده بودید. غیر از این موارد چه
زمینه‌های همکاری‌ای با رادیو داشته‌اید؟
○ من همکاری خاصی با رادیو نداشته‌ام.
در سالهای دور در یک میزگرد رادیویی که
در زمینه ارتباطات بود، به اتفاق دو تن از
همکارانم، دکتر «سلک» و دکتر
«محسنیان‌راد» شرکت کردم. در میزگردی
دیگر، در زمینه توسعه ارتباطات نیز، حضور
داشتم. گاهی اوقات هم از بعضی
شبکه‌های رادیویی، با منزل تماس گرفته‌اند
و در زمینه مسایل روز ارتباطات سوال شده
است. درواقع، من توفیق همکاری پیوسته
وارگانیک با رادیو نداشته‌ام. ضمن اینکه
احساس می‌کنم که نباید به حوزه
تخصصی افرادی دلیل وارد شدن. این امر به



عرصه تفریحات درونی (in doors) و بیرونی (out doors) بپذیریم، چون تفریحات بیرون از خانه، کم است، فکر می‌کنم که رادیو و تلویزیون با توفیق اجباری از نظر مخاطب مواجه شده و اگر این تفریحات به حالت متعادلی برسد، شاید رادیو- تلویزیون، با افت مخاطب روبه‌رو شود. ممکن است

را نداریم.

آیا این درجه‌بندی به صورت فرمول‌بندی شده و ثابت است یا وابسته به پارامترهای گوناگون بوده و در شرایط زمانی مکانی مختلف، تغییر می‌کند؟

در درجه‌بندی، تعداد دستگاه‌های تلویزیونی که در زمان پخش برنامه‌های

تحقیق کرد که یک برنامه چقدر شنیده می‌شود. بخشی از این فرآیند از طریق بازخوردهای طبیعی از طریق نامه و تلفن ... است و بخشی را با پرسشنامه می‌توان تعقیب کرد. یعنی در واقع تحقیقات مخاطب‌شناسی انجام داد که خود یک پهنه گسترده در این عرصه است و طبیعتاً نهادهای پژوهشی که در کنار هر نهاد رسانه‌ای قرار دارند، باید عهده‌دار این وظیفه باشند.

منظور این است که آن استانداردهایی که آندرتاب دارد، چگونه می‌تواند در درجه‌بندی رادیو ایران مشخص شود؟

به نظر من خیلی دشوار نیست. شما می‌توانید در مورد محتوای برنامه‌هایتان تحقیق کنید. یک مثال می‌زنم: می‌خواهم برنامه‌ای در مورد مهارت‌های زندگی پخش کنم. برای این برنامه، سوال اول این است که با چه کدهایی می‌خواهم این برنامه را پخش می‌کنیم؟ با چه نشانه‌ها، نمادها و رمزهایی می‌خواهم این پیام را منتقل کنم؟ برای این برنامه، خاص آیا ما از درست‌ترین شیوه ارائه استفاده می‌کنیم؟ آیا این برنامه با سخنرانی بیشتر جواب دهد یا با میزگرد؟ آیا مستقیم جواب می‌دهد یا غیرمستقیم؟ زبان این برنامه و امکاناتش چیست؟ پشت این برنامه چه پس‌زمینه یا اندیشه (back up) کارشناسی قرار خواهد داشت و... همگی این موارد قابل ارزیابی است؛ یعنی در رسانه، منطقی بودن درون-داد، پردازش درونی و برون‌داد قابل ارزیابی است.

در سازمان صداوسیما و خاصه رادیو که مورد نظر ماست، ارزیابی‌هایی انجام می‌شود، تحت این شرایط تداوم ارزیابی‌های موجود را چگونه می‌بینید؟

عللی‌القاعده، انسان باید از ارزیابی استقبال کند. در رسانه، دو نهاد بزرگ و مهم وجود دارد. یکی نهادی است که به-عنوان تانک فکری تلقی می‌شود و به رسانه پمپاژ فکر و مفهوم و مضمون می‌هد

اتکا به نیروهای قدیمی و حرفه‌ای، یک اتکا هوشمندانه است؛ اما طبعاً باید این نیروها را هم به ادبیات روز مسلح کنید. اگر ممکن است، برای آنها ترجمه کنید. اگر ترجمه را نفهمیدند، ساده‌سازی کنید. اگر به کلاس نیاز دارند، کلاس بگذارید. اگر می‌گویند نمی‌توانند در فلان شرایط بیایند، شما باید بپرسید که در چه شرایطی می‌توانند.

موردنظر روشن است، مشخصی می‌شود. و فرضاً به ازای هر ۱۰۰۰ دستگاه تلویزیون، رقمی روی آن آگهی منظور می‌شود. به همین دلیل است که رقم آگهی در دنیای غرب، بسیار بالاست و از برنامه‌ای به برنامه دیگر متفاوت است و طبعاً برنامه‌ای که زمان اوج (Pike) آن به اندازه یا درجه به آن برنامه می‌رسد، گران‌ترین آگهی را دارد. این یک راه است که بدانیم یک برنامه در تلویزیون مصرف می‌شود یا خیر.

در رادیو شاید درجه‌بندی به این معنی امکان‌پذیر نباشد، اما می‌توان با بررسی پس‌خوردهای یک برنامه، آن را استجد.

بسه نظر شما اگر بخواهم در رادیو درجه‌بندی انجام شود، بهتر است چه عواملی مورد توجه قرار گیرند؟

از نظر تکنولوژیکی، یک متخصص باید جواب دهد که آیا می‌توان یک درجه‌بندی رادیویی داشت یا خیر. من دشوار می‌دانم زمانی که یک رادیویی ترازیستوری روشن است، بتوانیم درجه‌بندی کنیم، اما در مورد محتوا شاید بتوان خیلی علمی و دقیق،

در جامعه دیگری فرضاً پارک تکنولوژی یا مراکز قوی صوتی-تصویری یا کتابخانه‌های متعدد، مراکز خرید بزرگ، سینماهای بزرگ و... وجود داشته باشد؛ در این صورت است که می‌توان قضاوت قوی‌تری کرد که آیا مخاطب رادیو-تلویزیون این وسایل را به لحاظ ماهیت آنها انتخاب کرده است یا به دلیل محدودیت out doors در خانه مانده است. در واقع استنباط من این است که ممکن است این عامل در اقبال مخاطبان از رادیو-تلویزیون، ذی‌مدخل باشد، ضمن اینکه این عامل را به عنوان تنها شاخص در نظر نمی‌گیرم. طبیعتاً می‌توان برای تحلیل یک برنامه یکسری استانداردهای دقیق را در نظر گرفت و بر مبنای آن استانداردها قضاوت نمود. در آمریکا با توجه به سیستم‌های درجه‌بندی (rating) که وجود دارد، میزان دیده‌شدن یک برنامه مشخص می‌شود و بر اساس آن درجه‌بندی، قیمت زمان پخش برای آگهی معین می‌گردد. به-نظر می‌رسد که ما در ایران این درجه‌بندی



و نهاد دیگر، نهادی است که کیفیت استفاده از این پمپاژ را تعیین می‌کند. حال ممکن است برخی در انتهای کار نهادی تعبیه کنند که او کیفیت برنامه‌ها را ارزیابی کند، مثل کارخانه‌ای که اتومبیل تولید می‌کند و در آخرین قسمت جایی وجود دارد که تست پذیرش را روی آن کالا می‌زند و می‌گوید این اتومبیل هیچ اشکالی ندارد. در واقع کنترل کیفیت می‌کند، اما این کنترل کیفیت در فرایندهای دیگر این‌گونه دیده می‌شود که یک واحد تنها در انتهای خط نیست. این کنترل کیفیت باید در کل آن فرایند خرد شود و اجزای کوچکی که خط تولید را می‌سازند، خود به خود کیفی باشند.

□ آیا خود رسانه نه چیزی فراتر از بدنه رسانه، می‌تواند بخشهایی از این خط تولید را ارزیابی کند؟

○ ترجیح آن است که بدنه یک مجموعه، حرفه‌ای بوده و از استانداردهای لازم که نیاز به کنترل را به حداقل می‌رساند، بهره‌مند باشد و نیرویی که در رأس مجموعه قرار می‌گیرد، یک نیروی همگرا کننده باشد که بتواند این تفکیکهای تخصصی را به یک همگرایی عمودی تبدیل کند.

می‌توان ترکیبی از نیروهای جوان را با نیروهای حرفه‌ای و متخصص به کار گرفت. یعنی مثلاً فردی که برای مدتی طولانی گویندگی کرده و آن را به‌طور تجربی آموخته و می‌داند که در این ساعت و برنامه خاص، واژه‌ها باید با چه لحنی و چگونه ادا شوند را در کنار نیروهای جوان قرار داد و از آنها استفاده کرد. به دلیل اینکه آنها صورت‌های گوناگون یک اتفاق را دیده‌اند و به‌نظر من، این صورت‌های گوناگون، خود، یک کلاس تمام‌وقت (time Full) است. من منکر آموزش آکادمیک نیستم. می‌گویم حتی اگر ما فهم آکادمیک هم داشته باشیم، یک نیروی قدیمی که کار غیر دانشگاهی هم بخشی از سرمایه است.

□ آن چیزی که در رادیو اتفاق می‌افتد این است که ما از بسیاری از برنامه‌ها و پیش زمینه‌های آکادمیک برخوردار نیستیم. آنچه که از ابتدا شالوده کار رادیو را پدیدار ریخته و هنوز هم ادامه دارد، همان آموخته‌های تجربی است و آن آموزشهایی هم که در ابتدا یا اواسط ورود یک فرد داده می‌شود، به‌نوعی در نهایت انتقال همان تجربیات است. به‌نظر شما با توجه به وضعیت موجود رادیو این شرایط تا چه حد قابل تداوم است و چه پیامدهایی می‌تواند داشته باشد؟

با توجه به شرایط امروز رادیو، گام اولی که باید برداشته شود، آسیب‌شناسی وضعیت موجود است. من سادمولوخانه می‌دانم که نسخه‌ای بنویسم.

○ من عرض کردم که آن نیروها، بخشی از سرمایه شما هستند، اما همه سرمایه شما نیستند، بخشی از قواعد بازی‌اند، همه قواعد بازی نیستند. اما باز هم تأکید می‌کنم که آنها سرمایه‌های سازمان‌اند و درواقع مجموعه را نگهبانی می‌کنند. من از این جنبه، عرض می‌کنم که اتکا به نیروهای قدیمی و حرفه‌ای، یک اتکا هوشمندانه است؛ اما طبعاً باید این نیروها را هم به ادبیات روز مسلح کنید. اگر ممکن است، برای آنها ترجمه کنید. اگر ترجمه را نفهمیدند، ساده‌سازی کنید. اگر به کلاس نیاز دارند، کلاس بگذارید. اگر می‌گویند نمی‌توانند در فلان شرایط بیایند، شما باید برسید که در چه شرایطی می‌توانند... این امر صرفاً به نیروهای قدیمی اختصاص ندارد. برای جوانان کلاس‌هایی بگذارید که آن نیروهای قدیمی تجربه‌شان را منتقل کنند و در عین حال آنها را به

آموزش آکادمیک مجهز کنید. آموزش یک جز لاینفک در زندگی رسانه‌ای است. اساساً یک روزنامه‌نگار یا یک کارگزار ارتباطی، هر لحظه که احساس کند بلد رفت؛ چون این حرفه، (ارتباط‌گری) به دو متغیر احتیاج دارد: یکی روحیه مشارکت است و دیگری روحیه مبتنی بر اندیشه انتقادی. یعنی به‌صورت مداوم باید با فرایندها و تحولات، چه از نظر تکنولوژی و چه نرم‌افزاری، تعامل داشته باشید. ضمن اینکه باید به‌طور مداوم، روحیه انتقادی خودتان را نیز حفظ کنید که از همان مشارکت هم بتوانید انتقاد کنید. یعنی نه جذب و محو یک فضا شوید و نه از آن فضا عقب بمانید. من این روحیه را جز نبض زندگی در هر سازمانی می‌دانم.

□ شما می‌فرمایید که این مقولات آرمانی نیست و به‌قدری در سطح جهانی جا افتاده است که ما نمی‌توانیم از آنها به‌عنوان یک آرمان و یک امر غیرواقعی و غیرقابل عمل در رسانه یاد کنیم. حال این سوال مطرح می‌شود که در شرایطی که ما تا این حد با این استانداردها فاصله داریم، هریک از افرادی که در رادیو کار می‌کنند، چگونه می‌توانند در حد خود این فاصله را کمتر کنند؟

○ این بحث شاید محور صدها کتاب در دنیا باشد که در حرکت از وضعیت موجود به‌طرف وضعیت مطلوب، نقش رهبری یک سازمان چیست؟ نقش مدیریت و مجموعه‌ای که می‌خواهد با آن مدیر حرکت کند، چیست؟ در این زمینه تئوری‌های گوناگونی مطرح شده است. از تئوری trickle down که نشت به پایین را می‌گوید و trickle up که نشت به بالا را مطرح می‌کند. این تئوری معتقد است اگر مدیریت مجموعه، به طرف جلو حرکت کند، مجموعه به جلو می‌رود و تئوری دوم می‌گوید که این مجموعه است که باید مدیریت را به طرف جلو بکشاند. در این



بین، می‌توان مدل سومی را هم انتخاب نمود؛ ولی به نظر من، با توجه به این شرایط، گام اولی که باید برداشته شود، آسیب‌شناسی وضعیت موجود است. من ساده‌لوحانه می‌دانم که نسخه‌ای بنویسم. بنابراین اگر بخواهم به‌طور مشخص در مورد رادیو بگویم، اصلاً قضاوت‌هایم بر مبنای آنچه که در رادیو صورت می‌گیرد نیست. چون من یک تصویر ذهنی از رادیو دارم و بهتر است بگویم که تصویر عینی از این رسانه ندارم. زمانی که متوجه شدیم

کند. من از این بابت، خیلی خوشحال شدم و معتقدم اگر یک آسیب‌شناسی هم به‌وجود آوریم، شاید ببینیم که اصلاً وضعمان خوب است و یا شاید وضعمان خیلی بد هم نباشد. این به آن مطالعه آسیب‌شناختی اولیه بستگی دارد. این اعتقاد را در مورد نظام ارتباطی کشور هم دارم، صرفاً در مورد رادیو نیست. قاعده‌ای وجود دارد که در آن تقریباً در همه دنیا آزادی‌های الکترونیکی کمتر از آزادی‌های نوشتاری است. و از آنجا که این ابزارها،

درست تعریف کنیم، شاید ۵ یا ۱۰ سال بعد بی‌معضل شویم؛ چون در حال حاضر مطمئن هستیم که این تیمی که از دانشگاه فارغ‌التحصیل می‌شود و رادیو را در دانشگاه آموخته و حتی از آن همکاران تجربی هم در تدریسش استفاده شده، آنها در رادیوی ما میزها را پر می‌کنند، نه روابط دوستانه افراد با یکدیگر و نه امکان استفاده از یک فرد بانفوذ برای ورود به یک مجموعه. باید دید آن حلقه شکننده کجاست؟ آن سیکل معیوب کجاست؟ این را باید در یک آسیب‌شناسی پیدا کنید.

من فکر می‌کنم در فضای رسانه‌ای ایران، قدرت تحلیل به مراتب بیشتر از خبر است. هم در رادیو-تلویزیون و هم در روزنامه‌ها می‌بینیم که تحلیل اطلاعات در ایران، نسبتاً بالاتر از خبر است، اما اینکه آیا از جنبه بیرون‌داد رسانه‌ای این تحلیل کاملاً عمیق و علمی است، جای بحث دارد. در ایران، استفاده از تصاویر تلویزیون برای مطبوعات رایج است، مثلاً عکس از ماهواره و اینترنت می‌گیرند و چاپ می‌کنند؛ اینها قابل مطالعه است و بر مبنای این آسیب‌شناسی اولیه، می‌توان نسخه نوشت. برای مدیریت یک مجموعه، این مثال را در نظر بگیرید: اگر فردی از سربازی به فرماندهی یک هنگ برسد، آن هنگ دیر شکست می‌خورد. زیرا او به شیوه‌هایی آشناست که امکان اینکه او را دور بزنند، دیگر وجود ندارد، ولی اگر برای یک هنگ، یک فرمانده‌ای بفرستیم که با هیچ پارامتری آشنا نباشد، ممکن است همه سربازان را به کشتن بدهد، زیرا قدرت تصمیم‌گیری دارد و می‌گوید باید از این مسیر برویم.

■ **شما در ابتدای صحبتتان به روان‌شناسی ادراک و پرسشهایی که در این زمینه باید مورد توجه رادیو قرار گیرد، اشاره داشتید. این روان‌شناسی ادراک تا چه حد می‌تواند در کل ساختار یک برنامه رادیویی، نه صرفاً در یک پیس**

بعد از بحران ۱۱ سپتامبر یک تحقیق بزرگ رادیویی در آمریکا

صورت گرفت. رادیو، بالاترین ضریب اطمینان را بعد از ۱۱

سپتامبر داشت؛ به دلیل اینکه مردم احساس می‌کردند این

رسانه بسیار سریع‌تر می‌تواند اخبار را برساند، سرعت بالا دارد

و اساساً احساس افراد این است که رادیو رسانه بحران است.

برای دولتهاست، از نظر آزادی در مقایسه با فضای نوشتاری، از محدودیت برخوردارند. هنوز در آمریکا نهادی به نام FFC وجود دارد که موجودیت وضعیت الکترونیکی آمریکا در آنجا تعریف، طراحی و ابلاغ می‌شود. مثال ساده‌ای برایتان می‌زنم، شما در تلویزیون آمریکا نمی‌توانید، سیگار تبلیغ کنید، اما در مطبوعات آمریکا می‌توانید. این کار را انجام دهید. پشت تایمز و نیوزویک شما سالهاست عکس سیگار را می‌بینید. پس به این ترتیب برای خروج از آن نقطه کوری که شما مطرح کردید، ابتدا لازم است که آسیب‌شناسی کنید. ببینید که مشکل در کجای کار است. شاید متوجه شدید که اصلاً مشکل تکنولوژیکی ندارید و فرضاً می‌بینید که مشکل به مدیریت مجموعه و یا بدنه مجموعه برمی‌گردد و جذب و دفع تعریف‌شده‌ای برای این مجموعه وجود ندارد و بنابراین، اگر مقررات جذبه‌مان را

کجای کار نقص دارد، باید همه آنها را آشکار کنیم و بعد ببینیم آیا این یک حلقه مشابهی است؛ یعنی در حیطه‌های مختلف رادیو این احساس وجود دارد یا خیر. بعد از آن می‌توان در مورد آن قضاوت کرد. من اگر بخواهم از بیرون قضاوت کنم، انتشاراتی که از رادیو دیدم، برای من مهم است. برای من به‌عنوان یک معلم ارتباطات یا دانشجوی ارتباطات مهم است که رادیویی در زمینه ادبیات تخصصی خودش بکوشد. من ترجمه تولید BBC دستورالعمل برنامه‌سازی در رادیو و تلویزیون انگلستان را از طرف رادیو، یک اتفاق بزرگ در ایران می‌دانم. یعنی هم شهامت در انتخاب سوژه که به هر حال برای BBC است که می‌تواند برای یک مدیر در دسر زیادی به‌وجود آورد و هم اینکه بگویند این کار خیلی به شما مربوط نمی‌شود و این را باید تلویزیون یا مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها منتشر



رادیویی، اهمیت داشته باشد؟
 ○ خیلی زیاد. در یک کار ارتباطی، یا می‌توانیم به این صورت خطی به موضوع نگاه کنیم که چیزی به نام پیام، از طرف فرستنده به مخاطب ارسال می‌شود و بازی را تمام شده قلمداد کنیم و یا می‌توانیم به این صورت نگاه کنیم که ما در حلقه‌ای حرکت می‌کنیم و این پیام از جانب ما به سمت مخاطب می‌رود و دوباره به سمت ما برمی‌گردد. اگر مخاطب این توپ را برنگرداند، این بازی قطع می‌شود. بنابراین در نگاه حلقوی به ارتباط، شما ناچارید که هم در حقیقت به موضوع موردنظر خود فکر کنید و هم در عین حال، به سوژه (ذهن مخاطب) توجه کنید. در نظریه شدت پیام یا تاثیرات پر قدرت پیامها، مخاطبان در واقع به هیچ انگاشته می‌شوند و سوژه یعنی مخاطب، اصل گرفته می‌شود، نه ابژه فرستنده. در آنجا در واقع این ملاحظه وجود دارد که این مخاطب منفعل نیست. این مخاطب هوشمند است و استراتژیهای دفاعی دارد. گاهی اوقات اگر روزنامه‌ای را می‌خرد، نمی‌خواهد ببیند چه نوشته‌اند، می‌خواهد ببیند چه ننوشته‌اند. یعنی پروژکتور از روی فرستنده به روی گیرنده می‌آید. به این ترتیب، شما هر چقدر فرستنده مدار به پدیده ارتباط نگاه کنید، از تئوریهای فهم (understanding theory) فاصله گرفته، به سمت تئوری ادراک (reception theory) می‌روید، یعنی تئوریهایی که به دریافت مربوط می‌شوند. اگر شما به این تقسیم‌بندی فائلید که ارتباطات یعنی فرستنده، به مطالعه تئوریها احتیاج ندارید و اگر هم فکر می‌کنید که تمام ارتباطات، ادراک است، این هم خطاست. به گمان من، ارتباط، گاهی رسانه‌مدار و زمانی مخاطب‌مدار عمل می‌کند. در واقع مخاطب و رسانه در سه حالت با هم قرار می‌گیرند: یک حالت پذیرش مطلق است که هیچ‌کس مشکلی ندارد. یک بچه مادرش را دوست دارد، او در حالت پذیرش

برای من به عنوان یک معلم ارتباطات یا دانشجوی ارتباطات مهم است که رادیویی در زمینه ادبیات تخصصی خودش بکوشد. من ترجمه دستورالعمل برنامه‌سازی در رادیو و تلویزیون انگلستان را از طرف رادیو، یک اتفاق بزرگ در ایران می‌دانم.

مطلق است. اما این کودک کمی که بزرگ‌تر شد، به حالت چانه‌زنی می‌افتد، یعنی چیزی را می‌پذیرد و دیگری را نمی‌پذیرد یا چیزی را در ازای پذیرش دیگری می‌خواهد. اینجا رسانه و مخاطب به یک تعامل دوطرفه فکر می‌کنند و اگر این تعامل صورت نگیرد، به یک فاز سومی می‌رسیم که درحقیقت رد مطلق است. مخاطب، پیچ رسانه را می‌بندد. کانال را عوض می‌کند، یا دیگر روزنامه نمی‌خرد. بنابراین باید ادبیات درک را تعقیب کرد و تمام تئوریهای شناختی (cognitive theory) را به افراد رادیو، تلویزیون یا ژورنالیستهای نوشتاری آموزش داد. گیرنده یک فرایند فکری دارد و ممکن است معانی خود را از پیام بگیرد. شما باید نظرات «دیوید برلو» در مورد معنا و گفتمان دوم مدرنیته که در واقع

گفتمان درک است را دنبال کنید. این تئوری از عینی‌گرایی فاصله می‌گیرد و به طرف تئوریهای درک حرکت می‌کند. در گفتمان عینی‌گرایی، همه حرف بشر، ابژه محوری است و سرشار از نگاهی پوزیتیویستی؛ (الابد او فکر نمی‌کند؛ چون من فکرش را نمی‌بینم) اما در دوره گفتمانهای درک، توجه به سوژه بیشتر از ابژه است. به‌طور کلی در یک ارتباط بین فردی، گاهی من با ابژه‌های خود، شروع می‌کنم و گاهی با ابژه‌های طرف مقابل؛ یعنی اگر قرار است بازی‌ای بین ما صورت بگیرد، باید از نقطه‌ای شروع شود که طرف مقابل بخواهد. نقطه‌ای که من بر آن تمرکز دارم، روی ابژه‌های من است، اما وقتی که به طرف مقابل فکر می‌کنم، در واقع به سوژه فکر می‌کنم. ذهنیت او برای من اصل



می‌شود نه عینیتی که مدنظر من است.

❑ **پس می‌توانیم نتیجه بگیریم که حداقل در ابتدای کار، سوژه مهم است و در تداوم کار است که می‌توانیم حرفی از ایزه‌های موردنظر خود به میان آوریم؟**

○ **من این موضوع را اولویت بندی نمی‌کنم، چون آن را حلقوی می‌بینم. یعنی این را قبول دارم که تا فرستنده‌ای ایزراهایش را علم نکند، ارتباط جمعی آغاز نمی‌شود؛ اما این راهم اعتقاد ندارم که اگر او ایزراهایش را علم کرد، ارتباط جمعی، شروع شده و حتماً مبتنی بر ارتباط متقابل ادامه خواهد یافت.**

در حال حاضر، ممکن است که در سطح ملی و بین‌المللی هزار رادیو وجود داشته باشد، ولی هیچ‌یک از مخاطبان به آن هزار رادیو گوش نمی‌دهند، مگر اینکه پارامتری به نام مشروعیت (legitimacy) را احساس کنند. بنابراین به نظر می‌رسد که تئوریه‌ها و گفت‌مانهای مبتنی بر درک، شناخت، فرآیند تفکر در عرصه‌های روان‌شناسی، زبان‌شناسی، ادبیات، ارتباطات، مطالب بسیاری در زمینه مخاطب پژوهشی دارند که در آن، فرایند فکر و واکنش مخاطب دیده می‌شود و مورد توجه قرار می‌گیرد. قطعاً رادیو هم از این قاعده مستثنی نیست و من فکر می‌کنم باید روی تئوریه‌های درک، سخنرانی گذاشت، کار ترجمه کرد و کتاب نوشت که مخاطب برای فرستنده از تاریکی بیرون بیاید. چون او عمل می‌کند. کار مخاطب هیچ تفاوتی با کار یک فرستنده رادیویی ندارد و هر دو کنش ارتباطی دارند. منتها کنش ارتباطی او را شما خیلی زود نمی‌بینید، به دلیل اینکه این رفتار، بسیار پیچیده است. انقلاب ایران پیروز شد در حالی که تمام رسانه‌ها هم از موج اول و دوم و سوم در اختیار رژیم شاه بود.

❑ **آن زمان هنوز ارتباطات بین‌المللی تا این حد وسعت نداشت و این قدر در**

دسترس نبود.

○ **این بیشتر شهادتی است برای اظهارات من که صرفاً داشتن رسانه، دردی را دوا نمی‌کند. آن زمان رسانه‌های کوچکی مثل کاست، اعلامیه و زیراکس، پشت تلویزیون و رادیو و مطبوعات را زمین زدند.**

❑ **پس با توجه به این مورد، آیا در شرایط امروز، این ترس و نگرانی نسبت به رسانه‌های غیرملی بجاست؟**

○ **هم به جاست و هم به جا نیست. موضوع به نظر من خیلی ساده است،**

«پدیده در کار» و «شفاف بودن در ارتباط با مخاطب» از جمله عوامل بسیار مهم برای یک کار رادیویی است.

ساده‌تر از آن چیزی که ما فکر می‌کنیم. از نظر رسانه‌ای، ما در شرایطی اشیاعی در دنیا قرار گرفته‌ایم. حرف من این است که تئوری دروازه‌بانی خبری، باتوجه به شرایط فعلی شکست خورده است و تحلیل من در مورد سانسور که روزنامه‌هایمان بیشتر روی آن تمرکز کرده‌اند، این است که سانسور در دنیای امروز، ندادن اطلاعات نیست، بعباران اطلاعات است؛ یعنی به شما آن قدر اطلاعات می‌دهند که نتوانید تحلیل کنید، انتخاب کنید و تصمیمی بگیرید. از این جنبه است که می‌گویم موضوع ساده است. ما در شرایطی از نظر رسانه‌ای به سر می‌بریم که اگر حتی موفق شویم که تمام درهای جهان را به روی خود بندیم، فرجامی جز ایزوله شدن نخواهد داشت و در این هم تردید نکنیم که اگر تمام دروازه‌های جهان را به روی خود باز بگذاریم، استحاله شدنمان قطعی است و بعد از مدتی، از پا در خواهیم آمد. شرایط

کنونی عصر حاضر از نظر ارتباطات به گونه‌ای است که می‌گویند زمان اختطار به حداقل رسیده است. یعنی پیام در چند ثانیه به طرفتان شلیک می‌شود و ورود رو با آن قرار می‌گیرد. می‌بینید که بسیاری از دولت‌های دنیا باید راجع به چیزهایی اظهار نظر کنند که اصلاً به آنها مربوط نیست؛ ولی ناچارند که نظرشان را مطرح کنند. مثلاً حمله به آمریکا در ۱۱ سپتامبر را در نظر بگیرید؛ رئیس جمهور آمریکا به صراحت می‌گوید که ما می‌گویید با ما هستی و یا اگر نمی‌گویید، یعنی بر ما نیست. حال فرض کنید من کشوری هستم در آمریکای لاتین که هیچ کاری به اینکه این اتفاق چگونه افتاده است ندارم؛ اما باید در یک ازدواج بدون عشق شرکت کنم، به خاطر اینکه در دنیای به هم پیوسته‌ای به سر می‌بریم. آمریکا به افغانستان حمله می‌کند و به بقیه می‌گوید که نظرتان در مورد حمله من چیست؟ این در سطح دولتهاست. در سطح فردی شما حتماً دختر یا پسری دارید که حالا او می‌خواهد به گونه‌ای دیگر لباس بپوشد، راه برود ... اگر او در معرض جهان امروز نبود، یعنی اگر او، شما بودید که مادرتان هرچه می‌گفت، گوش می‌دادید و شاید حتی بسیاری از چیزهای شما را هم او تعیین کرده بود و شما واکنش نشان نمی‌دادید، الان ممکن است بگویید این دختر به من نرفته یا این پسر اصلاً سر سوزنی مثل من نیست، ناخلف است و یا چرا این گونه است؟ آنها ناخلف نیستند و در واقع ما حاصل چنین شرایطی هستیم. به همین دلیل است که می‌گویم زمان اختطار کوتاه شده است؛ یعنی اکنون شما به عنوان یک مادر، باید بسیار سریع تر واکنش نشان دهید. اگر در این شرایط نبودید شاید این اتفاق در مدت ۵ سال برای دختر شما پیش می‌آمد، اما اکنون در ۵ دقیقه پیش می‌آید؛ دقایقی قبل که آن لباس را دیده و تقاضا کرده است.

❑ **آیا نمی‌توانیم از موقعیتی که در آن**

ناچار به واکنش هستیم، خارج شویم و در واقع در موقعیت کنش فرار بگیریم؟

○ این وجه سومی است که می‌خواستم اشاره کنم. اگر با انسداده فکر کنید، بدانید که این مسأوی با ایزوله شدن است و اگر با بازبودن و گشودگی محض فکر کنید، استحاله خواهید شد. شما راه سومی نیز دارید. آن راه سوم، تولید قوی فرهنگی است. شما در شرایطی به سر می‌برید که معنا به سرعت تولید می‌شود. هزاران مفهوم را می‌شنوید و حتی بعضی از اینها را با هم می‌پذیرید. شما از یک طرف می‌شنوید که پایان تاریخ فوکویاما است و از یک طرف، جنگ تمدنهای هانتینگتون است. از نظر فکری شتت عجیب و غریبی بین این دو فکر وجود دارد و یا نظم نوین جهانی را همزمان با تکثرگرایی می‌شنوید. آیا باید وحدت و کثرت را همزمان با هم خواست؟

□ فکر نمی‌کنید که این فضای متناقض - نما (Paradoxical) که در جامعه جهانی به وجود آمده، همیشه وجود داشته، اما، چون جوامع با هم در ارتباط نبودند، اکنون این مسئله نمود پیدا کرده است؟

○ در واقع همین است. به دلیل اینکه در حال حاضر مجاری ارتباطی و سرعت ارتباط بیشتر شده است، شما این گونه می‌بینید، در حالی که قبلا هم دنیا این گونه بوده است.

□ وجه دیگری از تناقض هم وجود دارد که شاید خیلی مورد توجه نیست و آن تناقضهای درون انسانهاست که تازه در چندین دهه اخیر مقداری به این مقوله پرداخته‌ایم. این تناقضها برای چه به وجود می‌آید؟

○ برای اینکه داده‌هایی را

می‌گیرید که جغرافیای سنتی ذهنتان را به هم می‌زند. شما قبلا ۵ پارامتر برای تحلیل را داشتید، حالا ۵۰۰ پارامتر دارید.

□ آیا ما نمی‌توانیم جغرافیای سنتی در ذهن نداشته باشیم؟ در صورتی که شما فاقد جغرافیای سنتی باشید، طبیعتا در اثر اطلاعات متناقض و متفاوتی که به ذهن ما شما وارد می‌شود، دچار تناقض نمی‌شویم.

○ احتمالا تعریف ما از سنت با هم متفاوت است. شما داده‌هایی دارید که بر مبنای آن داده‌ها تصمیم می‌گیرید و رفتار می‌کنید. اگر تا دیروز ۱۰ داده برای رفتار داشتید و امروز ۳۰۰ داده، ممکن است رفتار شما پیچیده‌تر و صریح‌تر شود. ممکن است تناقض پیدا کنید و زمین گیر شوید.

□ مستظور من دقیقا همین نکته است. می‌خواهم شما اشاره‌ای به زمین گیر شدن در تصمیم‌گیری داشته باشید.

افراد از گوش ایستادن به نوعی لذت می‌برند. از اینکه رادیو را به گوشمان می‌چسبانیم و می‌توانیم با آن به رختخواب برویم و در حالی که بقیه خوابیده‌اند اخبار خاصی را تعقیب کنیم و یا موزیک خاصی گوش دهیم، به نوعی لذت می‌بریم.



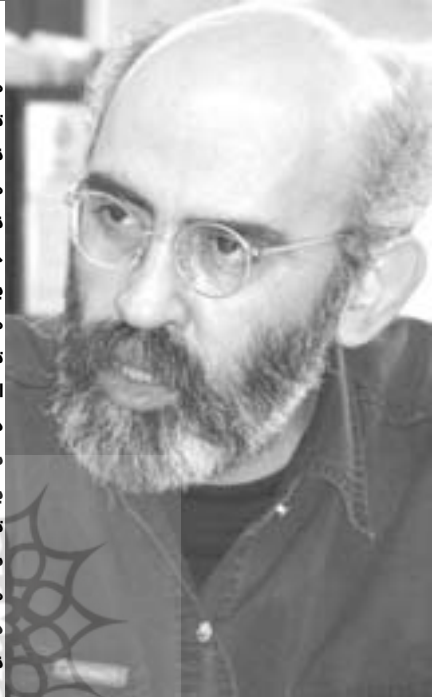
○ این هم یک وجه قضیه است. عرض کردم، اگر شما با گشودگی به سمت وسایل ارتباطی بروید، یکی از تبعات آن همین است که شاید در شرایطی قرار بگیرید که اصلا نتوانید تصمیم‌گیری کنید. در شق سوم در واقع منطقی‌ترین رفتار این است که شما تولید کنید. چون امکان مصرف هم در دنیای امروز آسان شده است.

□ آیا برای ما این امکان وجود دارد که با به‌پای آن بهره‌وری که بر جهان اطلاعات امروزین حاکم هست، حرکت کنیم و از آنها عقب نمانیم؟ شما توانایی رادیوی ما را در چنین سطحی می‌بینید؟

○ من روی این فضا، نظر قطعی می‌دهم. زمانی شما به این نتیجه می‌رسید. که کاری نمی‌توان کرد و این به‌نظر من بهترین نتیجه‌گیری برای دنیای امروز است. یک وقت هست که می‌گویید می‌توان کاری کرد، اما بسیار سخت است، یعنی این را

می‌پذیرد که شاید این احتمال خیلی بالا باشد که شما اصلا نتوانید به جلو حرکت کنید، اما من شخصا هیچ موقع از ترس مرگ، خودکشی نمی‌کنم. یعنی خودم آن زمان را کوتاه‌تر نمی‌کنم، من فکر می‌کنم اگر بخواهیم آینده‌نگری کنیم، آینده هیچ وقت وارد نمی‌شود. ولی هر گذشته‌ای یک آینده دارد، می‌توان نگاه کرد. زمانی هندپها وضعیت مشابه ما را داشتند، ولی امروز ۴ میلیارد دلار نرم‌افزار صادر می‌کنند یعنی یک سوم درآمد نفتی ما را و زمانی چینپها وضعیتی به مراتب بدتر از هندپها داشتند، اما امروز از بزرگ‌ترین قدرتهای جهان‌اند. زمانی کسی نمی‌دانست مالزی کجاست، اما امروز، پروژه





**متاسفانه رادیو،
تئوری بزرگ
ندارد و این امر،
مختص ایران
نیست. در هر
جای جهان که
بروید، رادیو
متاسفانه فاقد
تئوریهای بزرگ
است؛ یعنی به
دلیل
سهل الوصول
بودنش، آن رشد
تئوریک که
سینما، تلویزیون،
مطبوعات و تئاتر
داشته‌اند را انجام
نداده است.**

پرقدرتی هستند و دولتی هم نمی‌باشند، در این زمینه چه برنامه‌ای داریم؟ برای شما دو مثال می‌زنم. اول از یک رادیو در کوهستانهای نپال که توانسته به سه زبان برنامه پخش کند و حقوقدانان، معلمها و کشیشها را روی ایستگاه خود بیآورد و با یک جستجوی اینترنتی به آنها که سه زبان می‌دانند اطلاعات به روز دهد، و دوم مثالی است از رادیویی در آمریکا، بعد از بحران ۱۱ سپتامبر یک تحقیق بزرگ رادیویی در آمریکا صورت گرفت. تصور غالب ما این است که در رسانه‌های آمریکا، اعتماد به تلویزیون و مطبوعات بالاتر از رادیوست؛ در حالی که رادیو، بالاترین ضریب اطمینان را بعد از ۱۱ سپتامبر داشت؛ به دلیل اینکه مردم احساس می‌کردند این رسانه بسیار سریع‌تر می‌تواند اخبار را برساند، سرعت بالا دارد و اساساً احساس افراد این است که رادیو رسانه بحران است. فردی پشت میکروفون می‌نشیند و اخبار و اطلاعات می‌دهد و مخاطبان هم می‌توانند به آن رادیویی ترانزیستوری در هر مکانی گوش دهند؛ نه برق زمینگیرش می‌کند، نه باران تیراژش را مختل می‌کند و نه ماشین توزیعش دیر راه می‌افتد. از نظر تئوری دریافت شناختی، افراد از گوش ایستادن به نوعی لذت می‌برند. از اینکه ما رادیو را به گوشمان می‌چسبانیم و می‌توانیم با آن به رختخواب برویم و در حالی که بقیه خوابیده‌اند اخبار خاصی را تعقیب کنیم و یا موزیک خاصی گوش دهیم، به نوعی لذت می‌بریم. رادیو گرچه از تصویر و نوشتار بی‌بهره است، اما هنوز جاذبه‌های زیادی برای مخاطب دارد.

□ یعنی هنوز هم می‌تواند با آن نیازهای روان‌شناختی انسانها ارتباط نهانی برقرار کند؟

○ بله، مثلاً در جامعه‌ای مثل آمریکا که دیگر نمی‌توانید بگویید آنجا عقب افتاده‌اند و فقط رادیو دارند، یعنی مهد تکنولوژی و

شرایط خود می‌تواند. برنامه بریزد و مطمئن هستیم نسخه قطر برای کشور همسایه‌اش قابل پیچیدن نیست، هر جامعه‌ای نسخه خاص خود را می‌خواهد.

□ در واقع باید به نقطه‌ای برسیم که هرکس بتواند موقعیت خود را به‌طور نسبی درک بکند.

○ من فکر می‌کنم که فرایندهای نوین جهانی از جمله جهانی شدن و... فضاهایی سرشار از تهدید و فرصت است.

□ این فرصتها و تهدیدها برای رادیوی جمهوری اسلامی چه می‌تواند باشد؟

○ دیجیتال شدن، تهدیدی برای ما محسوب می‌شود و تاخیر در این امر، برای همیشه ما را از این فرصت محروم می‌کند. الان رادیوهای Paperless رادیوهای

کریودر دیجیتال مالزی vision 2020 در واقع جامعه بدون کاغذ است که در ۴۵ کیلومتر آن‌را به‌اجرا گذاشته‌اند. استفاده از پاسپورت الکترونیک و بلیط الکترونیک در مالزی در حال افزایش است. سایبرجایا و پتروجایا، دو شهرمالزی‌اند که دولت الکترونیک از اینجا شروع می‌شود. من نگاه تاریخی نسبت به آینده ندارم. مگر اینکه بگویم ما از نظر پتانسیل در ابعاد تکنولوژی، نیروی انسانی و فهم تاریخی نسبت به قطر یا الجزیره‌اش کمتر هستیم. شبکه الجزیره، اتفاقی است که محصول برنامه‌ای دقیق است.

□ این برنامه‌ریزی دقیق چگونه اتفاق افتاده و چه کسی متصدی آن بوده است؟

○ هرکسی در شرایط خود و براساس

به ویژه تکنولوژی ارتباطی هستند، رادیو بالاترین اعتماد را نشان می‌دهد. اگر درست حرکت کنید، رادیو هنوز این قابلیت را داراست. در دو مثال من که یکی دهکده‌ای کوهستانی و دور افتاده بود و دیگری یک ما در شهر ارتباطی، در هر دو، رادیو زندگی خود را می‌کند. منتها این زندگی مبتنی بر یک آداب صحیح ارتباطی و تشخیص موقعیت موجود است.

برای مثال، برنامه شما به لحاظ یک اشکال فنی قطع می‌شود. شما ممکن است صدافانه بگویید این برنامه با مشکل مواجه شده و ما دل نگرانیم که آیا می‌توانیم نیم ساعت دیگر هم با شما صحبت کنیم یا نه؟ مخاطب صبر می‌کند که ببیند آیا این برنامه درست می‌شود یا نه و در این مورد، شاید با دیگران صحبت کند یا اینکه به مخاطب می‌گوید مشکل ما در حال برطرف شدن است و شما همچنان با ما باشید. در واقع «بدهه در کار» و «شگاف بودن در ارتباط با مخاطب» از جمله عوامل بسیار مهم برای یک کار رادیویی است.

نکته دیگر این است که متأسفانه رادیو، تئوری بزرگ ندارد و این امر، مختص ایران نیست. در هر جای جهان که بروید، رادیو متأسفانه فاقد تئوریهای بزرگ است؛ یعنی به دلیل سهل‌الوصول بودنش، آن رشد تئوریک که سینما، تلویزیون، مطبوعات و تئاتر داشته‌اند را انجام ندهد است.

□ **دلیل این امر شاید آن باشد که رادیو تاکنون با این بن‌بست‌هایی که امروزه با آن مواجه است، رویه‌رو نبوده که بخواهد در او انگیزه‌ای را برای تحقیق و تفکر برانگیزاند. شاید بعد از این شاهد تئوریهای بزرگ هم بودیم.**

○ **با تغییرات شرایط موجود، ممکن است که شاهد این اتفاق باشیم.**

□ **شما در فرمایشاتان به مشروعیت رسانه‌ها اشاره کردید. با توجه به کنترل و نظارت دولتها بر رادیوها این مقوله دچار نوعی تضاد کلی است. به نظر شما چگونه**

می‌توان این تضاد را تخفیف داد و یا تعدیل کرد؟

○ **این ارزیابی، مخصوص ایران است. در ایران شاید به دلیل نوع حکومتی که داشتیم که این حکومتها حتی در شرایطی هم که با رای مردم انتخاب شدند، احساس کردند که سرور مردم‌اند و به جای اینکه به مردم خدمت کنند، فکر کردند که مردم باید به آنها خدمت کنند، اساساً یک نوع بدبینی راجع به دولت وجود دارد و این امر به وسایل ارتباطی هم تسری پیدا کرده است. شما در نظر بگیرید که در همه جای جهان، اضلاع مثل طلایی مطبوعات، جمعیت، سطح سواد و قدرت خرید است. شما نمی‌توانید بگویید که در ایران، قدرت خرید نیست، سطح سواد پایین است و جمعیت کم است؛ هیچ کدام را نمی‌توانید بگویید؛ اما مجموعاً تیراژ مطبوعات شاید ۷۳ میلیون نمی‌شود.**

□ **در مورد یک ضلع از این مثلث یعنی سطح سواد محل اختلاف هست. بسیاری معتقدند فرهنگ شفاهی ما مانع از این می‌شود که تیراژ روزنامه‌ها از وضع موجود بالاتر برود.**

○ **فرهنگ شفاهی و نداشتن سواد، دو مقوله متفاوت است. اول اینکه داشتن فرهنگ شفاهی اصلاً جرم نیست و این مقوله، حالتی ایستا ندارد. نه مادرزاد این گونه به دنیا آمده‌ایم و نه مادرزاد این گونه می‌مانیم، ممکن است که دچار تغییر و تحولات بسیاری شویم. در حال حاضر، ما نوع دیگری از فرهنگ شفاهی را در ایران داریم که CD را به روزنامه ترجیح می‌دهد. ما الان یک نسل weblog نویس حجیم ایرانی در اینترنت داریم که با ادبیات خاص خود درباره موضوعات مختلف بحث می‌کند. فردی که باید هر شب -log-web خود را به روز (upto date) کند و هر روز باید بنویسد و ساعت بزند، من چنین فردی را «شفاهی» نمی‌نامم. اما همین شخص، ممکن است روزنامه نخواند. می‌خواهم**

بگویم بین سواد و فرهنگ شفاهی تفاوت وجود دارد. یعنی ممکن است فردی سواد داشته باشد، اما الزاماً روزنامه نخواند، نه به خاطر اینکه فرهنگ شفاهی دارد، به دلیل اینکه به رسانه اعتماد ندارد. در واقع سطح سواد بالاست، اما تیراژ پایین است و دلیل این امر، همان بینش تاریخی ماست که در مقابل «روزنامه»، «شب‌نامه» هم داریم. یعنی یک آلترناتیو محکم در مقابل «روزنامه» که افراد برای بی‌اعتبار ساختن مطالب مخالفان و اظهار مطالب خود به کار می‌گرفته‌اند. پس مشروعیت، ذات ارتباط است. مثل این می‌ماند که دیواری بین آپارتمان من و شما باشد و من بگویم که با برداشتن این دیوار، می‌خواهم با هم تعامل داشته باشیم. برداشتن مانع، ایجاد ارتباط نمی‌کند و اگر شما در ارتباط با من مشروعیتی را قائل نباشید، یعنی نمی‌خواهید ارتباط را ادامه دهید. این مطلب، همان مقوله‌ای است که در دنیا تحت عنوان فرهنگ و تهاجم فرهنگی (culture exception) مطرح است. تمایز فرهنگی برحسب اینکه برنامه‌ای برای کشوری مشروعیت دارد و یا نامشروع است، سنجیده می‌شود. مثلاً فرهنگ یک فرانسوی که برای یک غذای معمولی، از آداب خاصی چون گل و شمع استفاده می‌کند، با فرهنگ یک آمریکایی که در snackbar دارد و ممکن است افراد در خیابان هنگامی که سرکار می‌روند، آن را بخورند، فرق دارد. ما فکر می‌کنیم فرانسویها و آمریکاییها مثل هم‌اند، اما آنها چنین فکری در مورد هم نمی‌کنند و این تفاوتها در سراسر دنیا وجود دارد و طبیعتاً هر تمایزی ممکن است به بالیدن منجر شود و هر بالیدنی به تحقیر نفر بعدی و ممکن است هر تحقیری هم به یک درگیری ختم شود.

البته در جوامع دموکراتیک احتمالاً این اتفاق رخ نخواهد داد. یک نمونه بزرگ در این کره خاکی، هند است. در آنجا صدها



هزار فرهنگ و قبیله و طایفه را می بینید که زندگی بسیار ملایمی باهم دارند، یعنی در یک کوجه، دو درخت و در دل آن، دو بت وجود دارد و هیچ یک به دیگری متعرض نمی شوند، یعنی الزاما این گونه نیست که هر تکتک فرهنگی ای به تنازع بیانجامد اما وقتی هم که به تنازع می پیوندد، اتفاقات بدی می افتد. مگر آقای هانتینگتون از جنگ تمدنها صحبت نمی کند؟ این تمایز تمدنی، آریستن جنگ بزرگی است و این تمدنها با هم درگیر خواهند شد.

□ در مبحث مشروعیت رسانه ها و کنترل دولتها شما اشاره کردید که در آمریکا مرکزی هست که رادیوها را کنترل می کند. پس با وجود FCC ما نمی توانیم از رادیوی آزاد در آمریکا و اروپا صحبت کنیم. آنها چگونه عمل می کنند که هم کنترل اعمال می شود و هم آزادی لازم برای رادیوها وجود دارد؟

○ کنترل به این معناست که FCC مقررات رادیویی را از ابعاد گرفتن مجوز، فرکانس رادیویی، پخش آگهی تعیین می کند و الزاما این گونه نیست که شما می فرمایید. به نظر من بهتر است که اول معنای کنترل را روشن کنیم. این کنترل در زمین فوتبال هم صورت می گیرد. به این دلیل که رقابت، عادلانه بین دو تیم به پیش رود و در واقع قواعد بازی رعایت شود. کنترل مضمونی، مفهومی و محتوایی یک بحث دیگر است. کنترل محتوایی وقتی شکل سلیقه ای به خود می گیرد، خطرناک می شود، اما شما هیچ جامعه ای را نمی توانید بیابید که فاقد این مقررات باشد. هر وقت جنگ می شود، شرایط رسانه ای در جهان تغییر می کند و هر وقت حکومت نظامی برقرار می شود، مقررات ویژه ای به رسانه ها اعمال می شود. در جنگ خلیج فارس، آمریکاها به سرعت بیانیه دارند که هیچ رسانه ای حق ندارد سرباز ما را در حالت ترس (Panic) نشان دهد؛ به نوعی انحصار خبری اعلام کردند

و تعارف هم نکردند. بعد از ۱۱ سپتامبر آقای «بوش» گفت که پستهای الکترونیکی، سایتها و تلفنها را به دلیل امنیتمان کنترل می کنیم. در برخی کشورها با تدوین قانون مطبوعات، مشخص می کنند که مطبوعات باید چگونه رفتار کنند و این قانون، کنترل نیست. این را

توصیه من به هر رسانه

ارتباطی از جمله رادیو، بر سه

پایه استوار است: پایه اول

آموزش است، پایه

دوم آموزش است، پایه سوم

هم آموزش است. من

معتمدم که فضا باید برای

آموختن باز باشد.

همگی می پذیرند که باید بر یک مبنای رفتار کنند. مثلا وقتی در آمریکا ممنوع است که بیماری یک نفر را نویسند، می پذیرند و نمی نویسند، و این قانون برای همه است. همچنین اعلام میزان منابع زیرزمینی و کشفیات مطرح نشده، زودتر از دولت، ممنوع است. این وضعیت چه اشکالی دارد؟! در واقع در بحث کنترل و نظارت،

□ پس در واقع در بحث کنترل و نظارت، اعمال کنترل و نظارت کاملا قانونمند و مشخص تایید می شود؟

○ کنسوری وجود ندارد که در آن قواعد رسانه ای ثبت نشده باشد.

□ مسئله اینجاست که در مرحله عمل، زمانی که می خواهید آن قوانین تصویب شده را اجرا کنید، محل اختلاف است که

آیا این امر در زمره این مصوبات قرار می گیرد یا خیر؟

○ ارتباطات چیزی را از جایی بر نمی دارد که با گوییم سرفتی صورت گرفته است.

با مقوله تفکره سر و کار دارد؛ اما همین فکر ممکن است به اتهام به یک نفر منجر شود. شاید استنباط من این باشد که با این برنامه، به کسی توهین نکرده ام اما فردی که مصداق صحبت من بوده، این استنباط را کرده است. به همین دلیل در کار رسانه، یک هیات منصفه بزرگ درست کرده اند که این مسائل را رسیدگی کند، یعنی در واقع ابزارهای ارتباطی آن قدر مهم دیده شده اند که به جای اینکه قاضی به تنهایی برای مسئله ای تصمیم بگیرد، گروه بزرگی که شامل حقوقدانان، وکلا و تعدادی شهروند عادی هستند، این تصمیم گیری را برعهده دارند. اعضای این دادگاه، ثابت نیستند و برای دادگاه بعدی تغییر می کنند، به لحاظ اینکه افراد و جوامع می توانند از مفاهیم، استنباطهای خاص خود را داشته باشند. شاید فردی اصطلاح تروریسم را، دفاع شخصی، برای خود بداند و فلسطینیها شاید اساسا حاضر نباشند بپذیرند که تروریست هستند. آنها می گویند که اسرائیل باید از خانه شان بیرون رود. نمونه بارز دیگر، آن است که در جریان حمله به افغانستان، آمریکاها گفتند که ما دیگر کاری به سازمان ملل هم نداریم. اما آیا این قدرت، الزاما مشروعیت هم می آورد؟ خیر. بسیار بعید است. در بسیاری از اوقات، شما زورتان به من نمی رسد و من با زورم به شما غلبه می کنم و ولی شما مشروعیتی برای این تحمیل شدگی برای خودتان قائل نیستند.

□ اما مسئله اینجاست که این آموزشها در عمل چقدر کارایی دارند و مهم اند؟

○ این مسئله، به شیوه و محتوای آموزش شما برمی گردد. بین یک دانشگاه روزنامه نگاری و print و یک دانشگاه Broadcast، تفاوت «واحد دسی» وجود دارد که تعدادی از متخصصان اینها را طراحی کرده و مرزهایشان را در آورده اند. فرض من اگر برای دانشکده صداوسیما در

مقطع فوق لیسانس، «خبر» درس می‌دهم، قطعاً باید «رادیونویسی» درس بدهم. من باید به آنها بگویم که برای شما ارزشمندترین پارامتر خبر، زمان است و باید بفهمانم که شما نباید در رادیو عدد و رقم را با ممیز بگویید. در ابتدا، سمت افراد را بگویید و بعد نامشان را و... اینها جزئی از یک package آموزشی است و بسیاری موارد دیگر هم وجود دارد. آن package باید قواعد و مقررات خاص خود را نیز داشته باشد. علاوه بر این، محیط آموزشی هم باید مختصات خاص خود را داشته باشد. اگر در محیط آموزشی برای دانشجویی که می‌خواهد راه آهن بخواند، ریل نکشیده باشیم، محیط آموزشی مان مسئله دار است. شما باید دانش آموختگی را به اجبار تبدیل کنید و با رای جمعی اعضای این صنف، تعدادی از افراد را برای سمت داوری انتخاب کنید که این، در بسیاری از نقاط دنیا رایج است. هر حکمی که این جمع صادر می‌کند، باید در وسایل ارتباط جمعی اعلام شود. این یک رفتار حرفه‌ای است.

□ به نظر شما یک ژورنالیسم رادیویی باید واجد چه شرایطی باشد؟

○ و باید دانش آموخته رشته رادیو باشد و برای اینکه یک هویت حرفه‌ای به او اعطا شود و جزء این قبیله به حساب بیاید، باید فرصت کار تجربی را هم به او بدهیم و در عین حال، او را به شرکت در آموزش ضمن خدمت، ملزم کنیم و این آموزشها را نیز باید جزئی از ارتقا به حساب آوریم.

□ آقای دکتر، نظر کلی شما در مورد مجله رادیو و همچنین سایر کارهای پژوهشی مرکز تحقیق و توسعه صدا چیست؟

○ من از مجله رادیو خیلی خوشم آمد. ای کاش این مجله هم مثل سایر مجلات روی کیوسک بود و می‌توانستم به دانشجویانم بگویم که آنها را بخرند. همچنین این کتابهایی که در حال حاضر در رادیو منتشر می‌کنید، حتی اگر الان هم خوانده نشوند،

شما ضرر نمی‌کنید. یعنی این ادبیات باید روی زمین بیاید. این جفاست در حق قبیله ارتباطات که شما روی این کتب قیمت نزنید و بیرون نفروشید. چرا فکر می‌کنید که فقط همکاران خودتان باید از این منابع استفاده کنند؟! اگر این جو از بین برود و برای بیرون هم کمی فضا را باز بگذارید، وضعیت مطلوب‌تری خواهید داشت. چرا مخاطب شما نباید سواد رادیویی داشته باشد؟ یعنی به مخاطب یاد دهیم که همه برنامه‌های رادیو-تلویزیون برای او نیست.

ما در شرایطی از نظر

رسانه‌ای به سر می‌بریم که

اگر حتی موفق شویم که تمام

دربهای جهان را به روی خود

ببندیم، فرجامی جز

ایزوله شدن نخواهد داشت و

در این هم تردید نکنیم که اگر

تمام دروازه‌های جهان را به

روی خود باز بگذاریم، استتاله

شدنمان قطعی است و بعد از

مدتی، از پا در خواهیم آمد.

همان‌طور که گفتیم تفریحات بیرون از منزل در ایران کم است و مخاطب پکسره و به-طور مداوم با رادیو-تلویزیون سرو کار دارد و به این دلیل، این رسانه در برابرش غریب می‌شود و ضریب نارضایتی از این رسانه بالا می‌رود. اصلاً نباید همه چیز را نگاه کرد. وقتی که وظایف تفریحات بیرونی هم برعهده رادیو و تلویزیون باشد، برخی از قضاوتها دیگر منطقی نخواهد بود؛ به دلیل اینکه مخاطب، هر روز در معرض پیامهای آن است و اگر رادیو-تلویزیون هر روز هم برایش کیک بیاورد، دلش را می‌زند.

بنابراین باید به مخاطب، سواد رسانه‌ای بدهیم و (مسئله‌ای که در ایران اصلاً صحبتی از آن نیست) توقعاتش را پایین آوریم. فرانسویها ضرب المثلی دارند که «از من چیزی می‌خواهی که اینجا آن را نمی‌فروشند (have come to wrong you)» ما حتی این را به مخاطبانمان نگفته‌ایم. یعنی واقعاً ممکن است که مخاطب ما بسیار متوقعانه برخورد؛ به-گونه‌ای که هیچ شبکه‌ای در جهان نتواند نیاز او را تامین کند. مخاطب باید بداند که کدام قطعه از برنامه‌ها برای اوست؛ یعنی علاوه بر اینکه باید به رسانه توجه داشت، باید مخاطب را هم به ادبیات خاص خود مسلح کرد. متأسفانه همان‌طور که پرسنل ویژه‌ای به تولید و فرستنده‌مان حاکم نیست، پرسنل ویژه‌ای هم به دریافت‌مان حاکم نیست.

□ من فکر می‌کنم پرداختن به ادبیات رسانه هم یکی از وظایف خود رسانه است و شاید پیش از آن، وظیفه سازمان آموزش و پرورش باشد.

○ در واقع اگر سواد رسانه‌ای از طریق آموزش و پرورش به مردم داده می‌شود، خطرات تا این حد از جانب رسانه‌های غیرملی ما را تهدید نمی‌کند. و رسانه‌های ملی‌مان هم اینقدر دادگاهی و تعطیل نمی‌شوند. در یک فکر جمعی، با یک خرد جمعی سروکار داریم که خطراتمان را پایین می‌آورد.

□ در مجموع شما برای اصلاح و بهبود اوضاع رادیو چه راه‌کارهایی را پیشنهاد می‌دهید؟

○ توصیه من به هر رسانه ارتباطی، بر سه پایه استوار است: پایه اول آموزش است، پایه دوم آموزش است، پایه سوم هم آموزش است. من معتقدم که فضا باید برای آموختن باز باشد.

