



سهام پژوهش در حوزه ارتباطات در آینده رسانه‌ها

مشروح سخنان دکتر مهدی محسنیان راد عضو هیئت علمی دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق به مناسبت هفته پژوهش در محل آمفی تئاتر ساختمان شهدای رادیو

می‌گذرد. البته فراگرد ارتباطات چندان نظم‌پذیر نیست، ممکن است ده دقیقه دیگر در اینجا اتفاقی بیفتد که تمام سیستم صحبت ما را به هم بریزد. ما در ابتدا گفتیم فراگرد تحقیق یک فراگرد فعالیت‌های منظم است و این با سخن اخیر ما ظاهراً تناقض دارد در حالی که این طور نیست زیرا مجموعه فعالیت‌های منظم خود پدیده فرایند ماهیتی دارند که در آنها بی‌نظمی است. بهتر است برای فرایند مثالی بزنم تا قضیه روشن‌تر شود؛ وقتی دو چرخ دنده در حال چرخیدن‌اند، دنده‌هایشان درگیر همدیگر است، هر طور اولی می‌چرخد دومی هم باید بچرخد و هر سرعتی که اولی دارد، دومی هم باید داشته باشد و این یک جریان است، به محض اینکه این جریان به وجود آمد ممکن است این چرخ دنده دیگر نچرخد و یا معکوس بچرخد و کماکان موتور به کار خودش ادامه دهد. بنابراین وقتی که می‌گوییم فعالیتی منظم است یعنی در عین این آشفتگی‌ها و در عین این شرایط بلهوسانه چرخ دنده‌ها، باز هم منظم است.

در این سخن نکته بسیار مهمی نهفته است و آن نزدیک شدن به واقعیت است. یکی از بیماری‌های بزرگ جامعه معاصر ایران همین نزدیک شدن به واقعیت است نه دست‌یابی به واقعیت. وقتی که می‌گوییم این عملیات تحقیقاتی می‌خواهد به منظور نزدیک شدن به واقعیت، مفهومش این است که ما انتظار داریم باز هم واقعیت را کشف نکنیم، بلکه مورد انتظار ما کشف بخشی از واقعیت است. بحث‌هایی که اکنون بین تأویل‌گرایان و اثبات‌گرایان جریان

اگر اجازه بدهید پایه صحبت‌م را بر روی یک تعریف از تحقیق بگذارم. همان‌طور که می‌دانید در علوم اجتماعی تعریف خیلی مهم است و ما باید شالوده حوزه‌های فعالیت‌مان را بر روی تعاریفی که بین حوزه‌های مختلف مشترک است پی‌ریزی کنیم.

بنده در دوره دکترای علوم ارتباطات درسی دارم با عنوان «روش‌های پیشرفته پژوهش»، در این درس سه واحدی، تعریفی کلی وجود دارد که من در اینجا آن را برای شما بیان می‌کنم؛ تعریفی که به صورت ذهنی به آن نرسیده‌اند، بلکه با عملیات تحقیقاتی پنجاه، صد ساله در حوزه علوم اجتماعی، محقق شده است. اولاً تحقیق یک فرایند است و عملیاتی خطی نیست که از یک نقطه شروع بشود و مثلاً من بلیطم را بدهم سوار اتوبوس بشوم، مسافتی را طی کنم و در مقصدی پیاده شوم؛ برخلاف آنچه که در جهان سوم معمول است و برای پروژه، آغاز و انتهای تصویر می‌کنند، تحقیق یک فرایند است، حلقوی است و با چرخش این حلقه‌ها عملیات تحقیق انجام می‌شود. به عبارت بهتر تحقیق یک فراگرد است.

ثانیاً این فراگرد، یک فراگرد فعالیت‌های منظم است، ارتباطات هم یک فراگرد است. اتفاقی که با حضور من در خدمت شما دارد می‌افتد نزدیک یک فراگرد است. من حرکات سر شما، نوع نگاهتان، نوع نشستنتان و چیزهای دیگر را دارم دریافت می‌کنم و براساس آن ادامه صحبت‌م را طراحی می‌نمایم. الان یک حلقه است که دارد



نگرانی بزرگ من این است که اگر ما در زمینه تحقیق تعلل کنیم، معلوم نیست که مثلاً بیست سال دیگر توانایی‌های امروز را داشته باشیم. ما به جای اینکه امروز در نسخه پیچی‌های رسانه‌ای خود از شیوه‌های دیگری استفاده کنیم باید بر اساس برنامه‌ریزی‌های علمی و دقیق کار کنیم

از سه قوه کشور برضد صداوسیما اعلام جرم کرده است، یعنی یک سوم تشکیلاتی که در حال اداره امور کشور است باورش بر این است که رسانه‌ها از چنین قدرت تأثیرگذاری برخوردارند.

عملاً ما در دانشگاه‌ها در حال رسیدن به آخرین دوری‌ها در ارتباط با تأثیر رسانه‌ها هستیم و نباید برای حل چنین مسائلی به سراغ نسخه‌های نوشته شده آقای ویلبرم شرم برویم. مادر دانشگاه‌ها و در کارهای تحقیقاتی خود به این نتیجه رسیده‌ایم که مطلقاً در این زمینه کار نکرده‌ایم. ایرانیان بیرون از ایران هم در مراکز تحقیقاتی خود در این زمینه کار نکرده‌اند و نسخه‌ای نوشته‌اند. پس نسخه کجاست؟ به نظر من نسخه این کار قبل از هر چیز احتیاج به تحقیق دارد؛ یعنی باید به واقعیت نزدیک شویم و اطلاعات بیشتری نسبت به اطلاعات کم قبلی خودمان کسب کنیم. واقعاً در این حوزه کار تحقیقاتی شده باشد، من تردید دارم، البته اگر کاری هم در این حوزه شده باشد براساس آگزیوم‌های قطعی است. شما یک کار جاندار و اصیل و حسابی در این زمینه که آیا این شیوه رادیو تلویزیون دولتی انحصاری عاقبت بخیر می‌شود یا نه، به من نشان دهید؛ چه کسی باید این کار تحقیقاتی را انجام دهد؟

اول باید به سه دلیل اساسی در ایران در حوزه علوم ارتباطات تحقیق شود و این تحقیقات نیز بایک جهان بینی ملی انجام شود. دلیل اول بعد جهانی قضیه است. تحولاتی که در حال حاضر مثلاً در تولید آهن و فولاد در دنیا به وقوع پیوسته، اوضاع را چندان متفاوت تر از ۳۰ سال پیش نکرده است؛ یعنی تقریباً همان کارهای ۳۰ سال پیش را در حال حاضر با ربات انجام می‌دهند، بازار جهانی هم تقریباً مشخص است و نساجی هم کمی بیشتر از ربات پیچیده شده و حوزه‌های خاصی دارد؛ اما در حوزه ارتباطات اکنون در تمام جهان سؤالاتی مطرح است و بسیاری مجهولات وجود دارد، یعنی محققان فرانسوی هم در این زمینه گیج شده‌اند.

دارد، و اینکه آقای ماکس وبر می‌گوید: «قانونی که ابطال پذیر نباشد، قانون علمی نیست». منظورش این است که قانون علمی اولین شرطش این است که بتوانی یقه‌اش را بگیری و بگویی که غلط است. بحثی که در حوزه‌های پوزیتیویستی جریان دارد و معتقدند که تمام رفتارهای ما انسان‌ها تابع قواعدی است که کشف نشده است، سرش در همین نکته نهفته است که اگر بگوییم «به منظور نزدیک شدن به واقعیت» آن وقت می‌توانیم در دو حوزه تأویل‌گرایی و اثبات‌گرایی کار کنیم و در ادامه کار بگوییم به منظور دست‌یابی به آگاهی بیشتر نسبت به آگاهی اندک قبلی، فعالیت‌مان را ادامه می‌دهیم. یعنی گاهی ممکن است به واقعیت هم نرسیم و یا اصلاً صحبت واقعیت هم نباشد و صرفاً بخواهیم به آگاهی و خرد و دانایی بیشتر و اطلاعات جامع‌تر نزدیک شویم، چون الزاماً همه تحقیقات، تحقیقات پایه نیست که به خرد کامل منتهی شود.

بخشی از مشکلاتی که در ایران در حوزه رسانه‌ها داریم این است که آمده‌ایم واقعیت‌ها را اجسامی سخت، به سختی سرب و از جنس یخ فرض کرده‌ایم؛ وقتی که قطعه‌ای یخ روی پایتان بیفتد همان قدر دردتان می‌آید که وقتی قطعه‌ای سرب به پایتان اصابت کند ولی آنقدر برای این قطعه عظیم یخی صلابت قائل می‌شویم که خود را بی‌نیاز می‌دانیم نزدیک برویم و از سربی بودن آن مطمئن شویم. من در لفافه صحبت نمی‌کنم و صریحاً می‌گویم یکی از این یخ‌های سنگین که پایه بسیاری از نگاه‌های رسانه‌ای در ایران است، بحث تأثیر رسانه‌هاست.

رسانه‌ها دارای چه تأثیری هستند؟ شما شاهد بوده‌اید که در تلویزیون مجموعه‌ای پخش می‌شود و برای اولین بار در ایران قوه قضائیه برضد صداوسیما اعلام جرم می‌کند و می‌گوید شما مردم را از راه به در برده‌اید. در اینجا یک آدم معمولی، یک قاضی و یا یک خواروبار فروش نیست که اعلام جرم می‌کند، یک قوه است، قوه‌ای

مادر کره در کنفرانسی شرکت داشتیم، یکی از محققان بلژیکی سخنرانی می‌کرد و در ضمن سخنرانی جمع‌بندی زیبایی داشت؛ او می‌گفت: «ما دیگر نباید فکر کنیم رسانه‌ها با ما چه کار می‌کنند، بلکه باید فکر کنیم که ما با رسانه‌ها چه کار کنیم» و مقصودش از «ما»، همه ما آدم‌ها و همه انسان‌های معاصر روی کره زمین بود.

این تحول در آفریقا به یک گونه بود، در اروپا به گونه‌ای دیگر. پایان عمر استعمار اروپا، پایان اتفاق دیگری نیز بود و آن پایان سلطه زبان فرانسوی در دنیا بود. بعد از جنگ جهانی دوم آمریکا ارباب اصلی زبان در جهان شد، در ایران هم این اتفاق افتاد. به طور مثال من زبان انگلیسی خواندم اما سن‌های قبل از مادر دبیرستان‌های تهران زبان فرانسوی می‌خواندند.

پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، در اولین ملاقاتی که با محققان ارتباطات روس در یوگسلاوی و در کنفرانس M.P.R. داشتیم (البته نه پشت میز و به صورت رسمی، بلکه در لابی) آنها در صحبت‌هایشان گفتند که ارتباطات باعث فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی شده است وضعیت رسانه‌ای نظام لیبرالی غرب، حکایت از یک گیجی جهانی دارد که ما را نیز شامل می‌شود. اما دومین گیجی، گیجی است که ما بدان دچاریم و این در کره زمین منحصر به فرد است؛ این مسئله را من بدون سند عرض نمی‌کنم، در سال ۱۹۸۶ یونسکو تحقیقی را آغاز کرد بر روی ۸۰ کشور، سال ۱۹۸۶ تقریباً اواسط جنگ ایران و عراق بود، بعد از چند ماه ما در ایران متوجه شدیم که این تحقیق دارد انجام می‌شود، با یونسکو تماس گرفتیم و ما هم در این تحقیق وارد شدیم؛ البته در گزارش یونسکو نام ایران نیست. گزارش یونسکو در ایران هم چاپ شد. در این گزارش متوجه شدیم که ایران تنها کشوری است که در رادیو و تلویزیونش آگهی تجارتي پخش نمی‌کند. وضعیت آن سال‌ها را شما با آنچه که در حال حاضر در رادیو و تلویزیون ایران می‌گذرد مقایسه کنید، کم مانده که برنامه اخبار را هم قطع کنیم و آگهی پخش کنیم. بر اساس قاعده دو دوتا چهارتای ریاضی یکی از این دو تصمیم غلط است و نمی‌تواند هر دوی آنها درست باشد. چرا ما یکی از این دو تصمیم را که غلط بود، اتخاذ کردیم و بر اساس آن کار کردیم؟ این مسئله نشان می‌دهد که ما سردرگم ایم. چرا ما در دانشگاه‌ها نمی‌گفتیم که این کار غلط است؟ حتی بر عکس موضوع می‌گرفتیم و می‌گفتیم چقدر خوب است که در رادیو و تلویزیون ما آگهی پخش نمی‌شود. بنابراین ما به یک سردرگمی کهن مبتلاییم. سردرگمی فقط این نیست که مثلاً تار یا ویولون را در تلویزیون نشان بدهیم یا ندهیم؛ سردرگمی ما فراتر از این چیزهاست. چهار سال پیش به خانم دانشجویی که رساله فوق‌لیسانس خود را در دانشگاه علامه با من می‌گذراند پیشنهاد کردم آگهی‌های تجارتي شبکه اول ایران (آقای میرفخرایی چند بار به من فرموده‌اند به اینها نگو شبکه، بگو کانال)، تلویزیون کانال یک بیروت و تلویزیون کانال یک

رم راضبظ کند؛ این آگهی‌های تجارتي را با هم مقایسه کردیم، پدیده جالبی دیدیم؛ در تلویزیون ایتالیا و در تلویزیون لبنان، آدم‌ها گاهی می‌رقصند، اما در تلویزیون ایران قوطی ریکامی رقصند. مادر دهه ۶۰ در یک تحقیق اعلام کردیم که مجموعه‌های ایرانی تلویزیون هر وقت پدر بزرگ‌ها و مادر بزرگ‌ها را نشان می‌دهند، دارند با نگاه و قربان صدقه رفتن به یکدیگر عشق می‌ورزند، اما تمام زن و شوهرهای جوان مجموعه‌های ایرانی تلویزیون در حال دعوا کردن‌اند؛ چه کار کرده‌ایم ما؟ چیزی را پرچم کرده‌ایم و زیرش ایستاده‌ایم و ناخواسته به چیزهای مهم تری آسیب رسانده‌ایم. مادر زمینه تأثیر رادیو و تلویزیون بر مخاطب کلی تحقیق کرده‌ایم و می‌دانیم این دو رسانه در درازمدت می‌توانند آثار عمیقی بر مخاطب بگذارند. با این حساب دختری که در آن مقطع تاریخی زندگی می‌کرده و از سیزده چهارده سالگی مجموعه تلویزیونی را نگاه کرده، وقتی که بزرگ می‌شود و ازدواج می‌کند، احساس می‌کند طبیعی است که با همسرش جیغ و داد کند.

بخشی از این سردرگمی بومی مانشی از این است که ما پس از پیروزی انقلاب اسلامی دچار توهمی بزرگ شدیم و آن این است که رسانه رادیو و تلویزیون را با رسانه منبر، مشابه فرض کردیم. یاد می‌آید در دهه ۶۰ در دانشگاه امیرکبیر سخنرانی داشتم، در آنجا گفتم که ما کارکرد منبر را به رادیو، و کارکرد رادیو را به تلویزیون، و کارکرد تلویزیون را به ویدئو داده‌ایم. اتفاقی که در آن زمان در مورد ویدئو به وقوع پیوست این بود که وقتی **کتاب جهانی ویدئو** منتشر شد، در آن نوشته شده بود که در سه سال گذشته شمال خلیج فارس (نگفته بود ایران در شمال خلیج فارس) پرمصرف‌کننده‌ترین جمعیت را در ارتباط با ویدئو به خود اختصاص داده است.

فرق منبر با رادیو و تلویزیون و مطبوعات را شما می‌دانید و من در اینجا فقط یک نکته آن را عرض می‌کنم. اولاً پای منبر رفتن، مخصوصاً در شیعه فی نفسه ثواب دارد؛ بر این اساس اگر یک نفر یک سخنرانی منبری را پنج دفعه هم به صورت تکراری بشنود خسته نمی‌شود. ولی اگر تلویزیون یک فیلم سینمایی را دوبار پخش کند، همه اعتراض می‌کنند. ثانیاً منبر اصولاً یک وسیله ارتباطی یک سویه بی نظیر در کره زمین است؛ در هیچ کنفرانس و هیچ ارتباط گروهی در جهان نیست که کنترل بازخورد با خود سخنران باشد که هر وقت دید مردم دارند چرت می‌زنند تقاضای فرستادن یک صلوات بکند. ثانیاً ممکن است در یک مسجد ۱۰ تا بلندگو هم نصب شده باشد اما اگر مستمع مجلس پشت یک ستون قرار گرفته باشد و نتواند سخنران را ببیند، سرش را خم می‌کند و سعی می‌کند هر طوری که شده چهره او را ببیند، در صورتی که شما در یک کنفرانس ممکن است سرتان را پایین بیندازید و گوش کنید. رابعاً در منبر شما هیچ وقت نمی‌توانید کانال عوض کنید، حتی نمی‌توانید مجلس سخنرانی را ترک کنید،

چون این کار را نامناسب می‌دانید؛ مثلاً در مجلس ترحیم اگر دقت کرده باشید حضاران در مجلس فقط در مواقع خاصی می‌توانند آنجا را ترک کنند.

درباره این کانال عوض کردن خاطره‌ای به یادم آمد؛ وقتی که من در دانشکده صدا و سیما فوق لیسانس ام را گرفتم، چون شاگرد اول شده بودم، آقای قطب‌زاده که در آن زمان رئیس صدا و سیما بود، یک تلویزیون رنگی به من جایزه داد، وقتی تلویزیون را باز کردم دیدم داخل جعبه اش یک قوطی کوچک هم وجود دارد، اول نمی‌دانستم به چه درد می‌خورد، بعد فهمیدم کنترل از راه دور است که خیلی برایم جالب بود، البته در آن موقع نمی‌دانستم این وسیله چقدر مهم است، بعدها فهمیدم. خلاصه کلام اینکه این دستگاه روزبه روز دارد گزینش‌گری انسان را زیاد می‌کند و به او امکان می‌دهد که هر کانالی را دوست نداشته باشد عوض کند، الان تعداد کانال‌ها هفت تاست، ممکن است هفت سال دیگر ۷۰۰ تا باشد.

خوب حالا در منبر کجای می‌توانیم کانال عوض کنیم، این هم باز یک توهم و سردرگمی دیگر است که ما آنچه را که در منبر می‌کردیم منتقل کرده‌ایم به رادیو. محصول این سردرگمی به شرایط خاص دیگری پیوند می‌خورد که در واقع سردرگمی دیگری است. این سردرگمی در حقیقت ناشی از این مسئله است که در ایران رسانه‌ها در مقایسه با سایر کشورها موجودی متوازن نیستند؛ درست مثل یک موجودی که یک دستش خیلی بلند و یک پایش خیلی کوتاه است و سرش بی‌قواره است.

مادرسی داریم در دوره دکترای فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) و در دوره دکترای ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی به نام «ارتباط جمعی در کشورهای اسلامی» که برای اولین بار است که در دانشگاه‌های دنیا چنین درسی تدریس می‌شود و کار بسیار سنگینی است، خود اصل اثر ۲۰۰۰ صفحه است و در سه دوره‌ای که من آن را تدریس کرده‌ام دانشجویانم هر کدام یک کار سنگین برای این درس انجام داده‌اند. بنابراین می‌توانم ادعا کنم که من در حال حاضر حجم قطوری از کارهای تایپ شده در باب ارتباط جمعی در کشورهای اسلامی دارم. نکته‌ای را که می‌خواهم از این کار دانشگاهی خدمتتان عرض کنم این است که ما در کشورهای دیگر یک توازن ارتباطی داریم بدین معنی که همه رسانه‌ها در کشورهای دیگر کنترل قبل از انتشار می‌شدند. اگر قرار است مثلاً نماینده فهد این کنترل را انجام دهد، کنترل او رادیو، تلویزیون و مطبوعات را شامل می‌شود، چون این رسانه‌ها در عربستان مربوط به حکومت‌اند. و یاد ر اندونزی معلوم شده است که مثلاً صاحب تلویزیون کانال چهار، شوهر خواهر زن پسر بزرگ سوکارنو است و بعداً کشف شده است که یک شبکه فامیلی اداره رسانه‌های آن کشور را به عهده دارد. اما اگر در رسانه‌های ایران دقت کنیم، سخت‌ترین کنترل قبل از انتشار برای

سینماست تا جایی که ممکن است در آخرین لحظات پروانه نمایش یک فیلم لغو می‌شود، اما کنترل در رادیو و تلویزیون نسبی است. به عنوان مثال من در یک برنامه زنده دعوت شده بودم و یک ساعت در برنامه حضور داشتم اما هیچ کس قبل از شروع برنامه با من راجع به آنچه که می‌خواهم بگویم چیزی نگفت و من همان‌گونه که الان در خدمتتان هستم در رادیو صحبت کردم؛ حتی دو سال پیش در یک برنامه زنده رادیویی که بنده و آقای دکتر لاریجانی باهم بحث می‌کردیم به ایشان گفتم که شما درست مثل کوپن ارزاق عمومی تعدادی کوپن بین مقامات مملکتی تقسیم کرده‌اید و شب موقع اخبار این کوپن‌ها را به ترتیب مصرف می‌کنید!

یک کنترل سلیقه‌ای هم وجود دارد که مثل دروازه‌بانی است، یک جا چنان لوله را باریک می‌کنند که اصلاً پیام رد نمی‌شود و جای دیگر آنقدر لوله گلوگشاد است که هر پیامی رد می‌شود. در مطبوعات هم در ایران کنترل قبل از انتشار وجود ندارد و اصلاً این کار غیرقانونی است.

شما در ایران در مورد مطبوعات، مطلقاً کنترل قبل از انتشار ندارید. مطبوعات در ایران گسترده‌ترین توزیع را در بخش خصوصی دارند، سینمای ایران هم یک بخش خصوصی است، اما رادیو و تلویزیون انحصاری است. به همه این چیزهایی که بر شمردم تحولاتی را که در سطح جهان در حال وقوع است اضافه کنید. تحولات جهانی را که من به صورت اشاره عرض کردم در اثر این سردرگمی است، بخشی از این تحولات در آینده به وقوع خواهد پیوست. در حال حاضر بخشی از ذهنیت محققان ارتباطات را این موضع اشغال کرده که ما به کجای رویم؟ اصطلاح «دهکده جهانی» را مارشال مک لوهان، ۵۴ سال پیش برای اولین بار به کار برد. خیلی جالب است، ۵۴ سال پیش مک لوهان گفت ما داریم به سمت چیزی می‌رویم که نامش دهکده جهانی است و توصیفی که او از دهکده جهانی داشت ما الان داریم حس می‌کنیم.

و اما دهکده جهانی چیست؟ همه شما می‌دانید در یک ده اگر مثلاً یک شب مراسم عقدکنانی باشد و برای یکی از همسایه‌های حتی دور اتفاقی بیفتد که عزادار شوند، مسلماً دیگر صدای موسیقی و شادی و سرور از آن خانه برنخواهد خاست. وقتی که در یک ده

ما باید با این عقیده که برای برآورده ساختن نیازها و حل مشکلات به تحقیق نیاز داریم، به تحقیقات کارساز روی بیاوریم. اگر این کار را بکنیم و با این رویه مسائل داخلی مان را هر چه سریع‌تر حل کنیم، آنگاه می‌توانیم به دلیل نیت‌های خیری که داریم به هدف‌هایمان برسیم

سینمایی در چین نشان داده نشد. بارها گفته شده که اگر در حال حاضر مائو زنده بود و می خواست این کارها را انجام بدهد هرگز موفق نمی شد.

مهم این نیست که ما وارد دهکده جهانی شده ایم، بلکه مهم این است که بدانیم مثلاً ۱۵ تا ۲۰ سال دیگر مایه کجای رویم و این مسئله برای بسیاری از محققان در دنیا مطرح است و دارند روی آن کار می کنند.

تاکنون تحقیقاتی که در زمینه مقایسه وضعیت دسترسی به رسانه ها در دنیا انجام شده، تمامی به صورت منطقه ای بوده است، مثلاً مناطق آسیا، اروپا، آمریکا، کشورهای در حال توسعه، کشورهای پیشرفته، کشورهای خاورمیانه، کشورهای آسیای جنوب شرقی؛ کسی نمی آید این مقایسه را براساس ادیان انجام دهد و مثلاً بگوید وضعیت دسترسی مسلمان ها، یهودی ها و یا مسیحی ها به رسانه ها چگونه است، و این ناشی از دیدگاه جهان معاصر و مخصوصاً غرب است که به دین، به عنوان یک مقوله خصوصی می نگرد.

عروسی است، همه عروسی دارند و همه در این شادی مشترکند، در یک ده نمی شود خبری را پنهان کرد. بر همین اساس است که در کتاب های روانشناسی اجتماعی می گویند «افکار عمومی» خاص جوامع مدرن است، در جوامع سنتی به دنبال پدیده افکار عمومی نگردید، چون چنین اصطلاحی اصلاً معنی ندارد و همه از همه چیز مطلع اند؛ آقای مک لوهان می گفت ما به چنین روزی می رسیم.

ما این پدیده را در مورد زلزله بم دیدیم. زلزله بم اتفاقاً پدیده زیبایی بود؛ پسر من از طریق اینترنت خیلی زودتر از رادیو و تلویزیون به من گفت که این زلزله چند ریشتر بوده، و واقعاً دیدیم که جهان سوگواریم شد.

در ارتباط با دهکده جهانی خاطره ای به ذهنم رسید. ما در فرودگاه استانبول به قسمتی که مخصوص پذیرایی بود رفته بودیم، یک دفعه متوجه مهمه و سروصدای زیادی شدیم، احساس کردم اتفاقی افتاده، بعد هم اسم صدام به گوشم خورد؛ به تلویزیون که نگاه کردم دیدم صدام را که با آن قیافه ژولیده گرفته بودند، نشان می دهد.

مادر زمینه تأثیر رادیو و تلویزیون بر مخاطب بسیار تحقیق کرده ایم و می دانیم این دور رسانه در درازمدت می توانند آثار عمیقی بر مخاطب بگذارند



یکی از دستاوردهایی که چند سال تدریس درس ارتباطات جمعی در کشورهای اسلامی برای من داشته است این بوده که بالاخره ما موفق شدیم در بهار سال ۸۳، بدون حمایت سازمان خاصی و فقط با همکاری دانشگاه، مقایسه بین ادیان را انجام دهیم. حاصل آن مقاله ای شد که قرار بود تیرماه گذشته در برزیل ارائه دهیم. در حال حاضر نسخه انگلیسی این مقاله را دانشگاه امام صادق (ع) چاپ کرده و نسخه فارسی اش را دانشگاه علامه طباطبایی؛ من توصیه می کنم این مقاله را حتماً بخوانید که بسیار مهم و هشدار دهنده است. در این تحقیق وضعیت دسترسی مسلمانان، مسیحیان، یهودیان و چندین گروه دینی دیگر را به رسانه ها بررسی کرده ایم و متوجه پدیده بسیار جالبی شده ایم، اولاً جهان اسلام از این نظر وضعیت

مادر آن سفر میهمان وزارت امور خارجه اسپانیا بودیم، به همین علت برای ما بلیط فرست کلاس گرفته بودند، اولین بار هم بود که من با فرست کلاس پرواز می کردم، در نتیجه برای ما جایی برای پذیرایی در نظر گرفته بودند. خلاصه من دیدم مسافران نشسته نه، بلکه ایستاده اند و صدام بازداشت شده را تماشا می کنند؛ همه صدام را می شناسند، این معنی دهکده جهانی است. در حال حاضر این دهکده جهانی محقق شده است، اما بعضی ها دارند دور خودشان زده می کشند، بعضی ها دیوار آهنی بلند می کشند تا خودشان را از این دهکده جهانی جدا کنند، اما نمی توانند؛ آنچه که در چین کمونیستی در زمان مائو اتفاق افتاد دقیقاً همین قضیه بود، در زمان او حتی فیلم چارلی چاپلین هم از تلویزیون پکن پخش نشد و اصلاً هیچ گونه اثر

بسیار بدی دارد، یعنی تقریباً در ردیف آنی میست‌ها یا هندوئیست‌ها قرار دارد و بودائیان از ما بالاترند، مسیحیان و یهودیان نیز بالاترند؛ تعریف عملیاتی ما هم از جهان اسلام شامل کشورهای می‌شد که حداقل ۵۱٪ از جمعیتشان مسلمان است. آمار سازمان کنفرانس اسلامی در زمینه کشورهای اسلامی اصلاً دقیق نیست؛ مادر تحقیقی که در سال ۱۹۹۶ داشتیم، آمار سازمان کنفرانس اسلامی را به عنوان مبنا قرار دادیم، بعد متوجه شدیم که اشتباه کرده‌ایم چون تعدادی از کشورهای آفریقایی عضو کنفرانس اسلامی اند و تا آنجایی که من اطلاع دارم فقط ۴٪ مسلمان دارند؛ البته این بدان علت است که این کشورهای آفریقایی تصور کرده‌اند با عضو شدن در سازمان کنفرانس اسلامی، که ممکن است در آینده تبدیل به بانک اسلامی شود، بتوانند وام دریافت کنند. به هر حال می‌بینیم که در کشورهای اسلامی، سفره رسانه‌ها، سفره ایست که سوء تغذیه ایجاد می‌کند. برای اینکه قضیه بهتر روشن شود اول به سراغ ژاپن که یک کشور غیراسلامی است برویم و سفره رسانه‌ها را در آنجا بررسی کنیم؛ برای ژاپنی‌ها این سفره به منزله یک لیوان آب پرتقال، مقداری گوشت، مقداری برنج و مقداری سبزیجات است؛ یعنی این تغذیه ضمن اینکه آنها را سیر می‌کند، هوش فرزندانشان را هم افزایش می‌دهد و سلامت جسمانی آنها را نیز تقویت می‌کند. در حقیقت آنها سفره‌ای متوازن را در اختیار دارند، مثلاً اگر ژاپن از نظر دسترسی به رادیو در جهان رتبه هفتم است، از نظر دسترسی به تلویزیون رتبه ششم را داراست و از نظر دسترسی به روزنامه رتبه شش و نیم است. در مقابل سفره ژاپن به رسانه‌ها که چنین ترکیب مغذی را داراست، سفره جهان اسلام به شدت غیرمغذی است، مثل نان همراه با غذای کم ارزشی که در سفره یک خانواده فقیر معمولاً وجود دارد.

از حدود سال ۲۰۰۰ در دنیای رسانه‌ها شاخص جدیدی هم به میدان آمده است و شاخص‌ها چهارتایی شده، هرچند که از سال ۲۰۰۳ با مطرح شدن شاخص دسترسی راقومی که مقصود اینترنت است، این شاخص‌ها به پنج تارسیده است. تا قبل از این دوران ما مثلاً در سال ۱۹۷۵ که مطالعه می‌شد شاخص چهارم نبود و میزان سنجش‌ها بسیار فرق می‌کرد. شاخص چهارم عبارت است از مصرف کیلوگرم کاغذ مطبوعات سرانه. شاخص قبلی رسانه‌ها این بود: تعداد روزنامه به هزار نفر، که این رقم ترکیبی می‌شد از تعداد روزنامه‌ها و شمارگان آنها، اما تعداد صفحات روزنامه‌ها در این شاخص تأثیری نداشت. اگر شما به روزنامه‌هایی که در مراکز استان‌ها منتشر می‌شود دقت کنید متوجه می‌شوید که تعداد صفحاتشان معمولاً کم است! بنابراین با استفاده از شاخص چهارم می‌توان میزان دسترسی به رسانه‌ها را اندازه‌گیری دقیق‌تری کرد.

به هر حال با کمال تأسف مشاهده می‌کنیم که با همین شاخص کیلوگرم کاغذ، میزان دسترسی به رسانه‌ها در جهان اسلام، حتی

کشورهای نفت خیز بسیار پایین است، چرا چنین است؟ مطالعه سال ۲۰۰۳ نشان داده است که بین شاخص دسترسی راقومی و سطح سواد همبستگی زیادی وجود دارد من کتابی را در سال ۱۳۶۹ با حدود پانصد ششصد صفحه منتشر کرده‌ام با نام **ارتباط جمعی و توسعه روستایی**. این کتاب حاصل یک کار سنگین مطالعه نقش ارتباطات در توسعه است که در ۳۰۰ روستای ایران انجام گرفته است. در این بررسی ما به بعضی از روستاییان برخورد می‌کردیم که می‌گفتند ما با سوادیم ولی وقتی که برای امتحان نوشته‌ای را که با خط کلاس اولی‌ها تنظیم شده بود، نشانمان می‌دادیم نمی‌توانستند بخوانند. به هر حال در سال ۱۹۹۶ آمدند در شاخص توسعه انسانی سطح تحصیلات را هم وارد کردند. در آن سال معلوم شد که معدل سطح تحصیلات یک آلمانی ۱۱/۹ است که سطح دیپلم است و سطح تحصیلات یک ایرانی ۳/۸ است، یعنی چهارم ابتدایی. در همین تحقیق مشخص شد که بین شاخص دسترسی به رسانه‌های راقومی، یعنی آنچه که در آینده تکلیف دنیا را روشن می‌کند، و سواد همبستگی زیادی وجود دارد.

من بعد از زلزله بم، در خبرگزاری برای خبرنگاران سخنرانی داشتم، در آنجا گفتم مطالعات اولیه به ما نشان می‌دهد که نحوه برخورد رادیو و به ویژه تلویزیون با زلزله بم، مانند برخورد با دهه عاشورا بوده است، یعنی نوعی عزاداری و تحریک عواطف و لا غیر. آیا آن تحریک سنگین عواطف به این معضل منتهی نشد که راه جاده کرمان به بم بسته شود و خودروهای امداد رسانی نتوانند در آن جاده تردد کنند؟ چه کسی باید در این زمینه‌ها تحقیق کند؟ ما در حوزه رسانه‌ها در ایران بیشتر از هر چیزی نیاز داریم که با تحقیق گام به گام جلو برویم.

نگرانی بزرگ من این است که اگر ما در زمینه تحقیق تعلل کنیم، معلوم نیست که مثلاً ۲۰ سال دیگر توانایی‌های امروز را داشته باشیم. ما به جای اینکه امروز در نسخه پیچی‌های رسانه‌ای خود از شیوه‌های دیگری استفاده کنیم باید بر اساس برنامه‌ریزی‌های علمی و دقیق کار کنیم.

نکته آخری که می‌خواهم متذکر شوم انگیزه تحقیق است؛ موضوعی که کمتر بر روی آن بحث و بررسی می‌شود. در دانشگاه‌های ایران برای تحقیق سه انگیزه مطرح است و دیگر به دنبال انگیزه چهارم نباید بگردیم چون در ایران انگیزه دیگری وجود ندارد.

اولین انگیزه برای تحقیق رفع نیاز است، یعنی هرگاه در زمینه‌ای نیازی احساس شود، برای برآورده شدن آن نیاز، عده‌ای به دنبال تحقیق می‌روند. دومین انگیزه تحقیق حل مشکلات است و سومین انگیزه ارضای حس کنجکاوی است.

فرق اولی با دومی، یعنی فرق نیازها با مشکلات در این است که مادر نیازهایمان نگاه به آینده داریم، مثلاً اگر قرار است بچه‌هایمان در

خانواده سه تا بشوند، دیگر نمی‌توانند در یک اتاق بخوابند و باید به فکر این باشیم که آپارتمان را تبدیل به یک آپارتمان دو خوابه کنیم، اما مشکل به زمان حال برمی‌گردد و اتفاقی است که به وقوع پیوسته و باید به گونه‌ای آن را حل کنیم، مورد سوم هم که کنجکاوی است بیشتر در حوزه تحقیقات پایه مطرح است و جای بحث‌اش در دانشگاه‌هاست؛ مثل اینکه ما کنجکاو شدیم بدانیم پیروان ادیان مختلف از نظر دسترسی به رسانه‌ها چه وضعیتی دارند، رفتیم و تحقیق کردیم و به نتیجه رسیدیم.

معضل ما در بخش تحقیقات صداوسیما به موارد اول و دوم برمی‌گردد؛ ما باید ببینیم مرکز تحقیقات سازمان چقدر به دنبال رفع یک نیاز و حل یک مشکل است. اصولاً به مرکز تحقیقات صداوسیما چه ربطی دارد که ببیند آیا آقای خاتمی در انتخابات هشتم برنده می‌شود یا نمی‌شود؛ چه معنی می‌دهد که مرکز تحقیقات سازمان دائم به دنبال این باشد که فلان مجموعه تلویزیونی را مردم چقدر می‌بینند، زیاد می‌بینند و یا کم می‌بینند؛ بالاخره بعد از این همه تکرار و تحقیق باید به یک جمع‌بندی رسیده باشند. این تحقیق اگر یک کار دانشگاهی بود، بعد از این همه تکرار نتایج آن برای ما مشخص بود که مثلاً مردم مجموعه‌های تلویزیونی آبکی را نمی‌بینند، اینکه دیگر تحقیق مجدد نمی‌خواهد. چرا در مرکز تحقیقات سازمان به سراغ تحقیقاتی که در جهت برآوردن نیازها و یا حل مشکلات باشد، نمی‌روند؟ البته ممکن است خیلی هم مقصر نباشند چون شاید نیازی احساس نمی‌کنند.

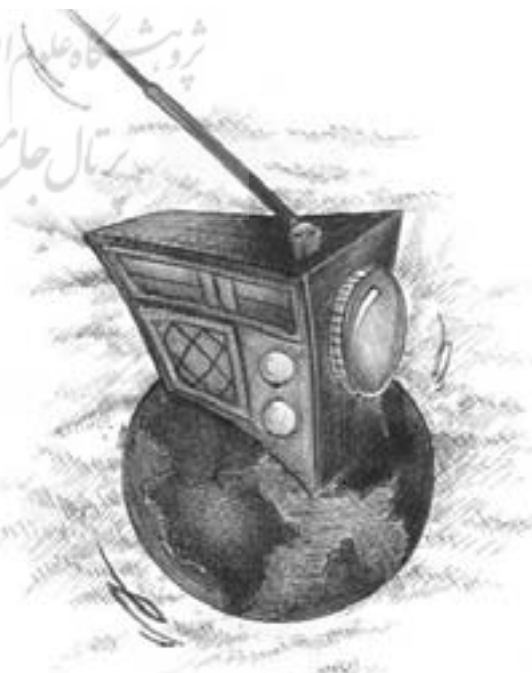
از چند سال پیش تا حالا ما درگیر مسئله ماهواره شدیم، تعداد دیش‌ها را بررسی کنید و ببینید چه وضعیتی دارد. اولین تحقیق سنگین را در ایران بنده انجام دادم، مجلس تمام امکاناتش را در اختیار گذاشت و من این تحقیق را هشت ماهه به انجام رساندم و قبل از آنکه

قانون مربوط به ماهواره تصویب بشود آن را به مجلس ارائه کردم. در آن تحقیق عکس‌العمل‌های کشورهای آسیایی را درباره شبکه استار که آمده بود بالای سر آسیا، به هفت دسته تقسیم کرده بودم و رفتار آنها را مورد بررسی قرار داده بودم، در مورد ایران هم گفته بودم که ما به این صورت نمی‌توانیم رفتار کنیم و دستور بدهیم و هر کدام از این رفتارها را که انجام دهیم به این نتایج مشخص می‌رسیم. پول بنده را دادند، مرا تشویق هم کردند، تحقیق مذکور را در مجله پژوهش مجلس هم چاپ کردند، اما قانون ماهواره را برخلاف آنچه که نتیجه تحقیق بود، تصویب کردند! بعداً یکی از دانشجویانم که با یکی از نمایندگان مجلس نسبتی داشت از قول آن نماینده محترم مجلس به من گفت که به بخشی از تحقیق تو استناد کرده‌اند و به نتیجه نهایی تحقیق کاری نداشته‌اند. بنابراین در ایران، اتفاق بدی که در حوزه تحقیقات افتاده است این است که برای برآورده ساختن نیازها و حل مشکلات به سراغ تحقیقات نمی‌روند و حوزه تحقیقات را اتاق میهمانخانه‌ای فرض کرده‌اند که هر وقت میهمانی می‌آید باید درش ربابا کنند.

من از شمایی پرسم آیا هفته پژوهش صرفاً جشن گرفتن و مراسم برگزار کردن و به دست رئیس جمهور جایزه پژوهش سال را به محسنیان را دادن است؟

من فکر می‌کنم که مهم‌ترین تفاوت ما با جهان اسلام و کشورهای دیگر این است که در چنین محفلی این حرف‌های انتقادی زده می‌شود و این خودش خیلی مهم است. در دانشگاه هم در این زمینه‌ها مطالعاتی در دست انجام است و دانشجویان می‌فهمند که کجای کارند. خیلی‌ها مرا به خوش بینی زیاد متهم می‌کنند، اما من معتقدم که مانسبت به گذشته این مسیر طبیعی را داریم خوب طی می‌کنیم هر چند که سرعتمان کم است، برای پیشرفت در حوزه فولاد

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی



**در جهان معاصر رادیو موجودی است که
سه‌م پخش موسیقی‌اش بسیار زیاد است،
هنوز رادیو بر روی کره زمین تنها وسیله
ارتباطی است که شما می‌توانید در زمان
استفاده از آن، کارهای دیگری را نیز انجام
دهید، اما در رسانه‌های دیگر به هیچ وجه
بدین گونه نیست**

وقت تنگ نیست، اما در حوزه ارتباطات وقت تنگ است. آنچه که دارد اتفاق می افتد مسلماً در آینده شرایط عجیبی را رقم خواهد زد، و ما باید با این عقیده که برای برآورده ساختن نیازها و حل مشکلات به تحقیق نیاز داریم، به تحقیقات کارساز روی بیاوریم. اگر این کار را بکنیم و با این رویه مسائل داخلی مان را هرچه سریع تر حل کنیم، آنگاه می توانیم به دلیل نیت های خیری که داریم به هدف هایمان برسیم.

بنده که دارم در اینجا صحبت می کنم اگر ریا نباشد نیت منفی ندارم، قطعاً آنچه را که شما نیز انجام می دهید باین نیت نیست، قطعاً کسانی هم که برای حل مشکلات نسخه می نویسند، نیت منفی ندارند؛ اما نیت منفی نداشتن کافی نیست، ما باید قبل از هرکاری مسائل ملی مان را به سرعت حل کنیم که اگر زمان را از دست بدهیم با مشکلات جدی مواجه خواهیم شد، و آن وقت است که می توانیم به سراغ حل مسائل جهانی شدن برویم که خوشبختانه در این زمینه توان ما از بسیاری از کشورهای هم قدمان بیشتر است. والسلام.

شما به تحقیقاتی اشاره کردید که تحقیقات رسانه ای است و ما به عنوان کسانی که در رسانه کار می کنیم؛ صد درصد به این تحقیقات نیاز داریم؛ البته این تحقیقات رسانه ای؛ کلی است؛ اما تحقیقاتی وجود دارد که به برنامه سازان مربوط می شود و ما به صورت روزمره به آنها احتیاج داریم. مسلماً برنامه سازی که درگیر آنتن است و باید به سرعت کار کند از بهره گیری از تحقیقات قوی به عنوان پشتوانه کاری و بنیه علمی محروم می ماند. به نظر شما

چاره کار چیست

○ یکی از بحث هایی که در علوم ارتباطات مطرح است این است که در این حوزه دیگر نباید در خصوص تأثیر رسانه ها نظریه های کلان و بزرگ داد، به همین سبب در این حوزه نظریه های خرد شکل گرفته مثل نظریه برجسته سازی که شما با آن آشنایی دارید؛ طبق این نظریه خرد علوم ارتباطات که ثابت هم شده است، رسانه ها چیزی را که برجسته کنند، همان چیز در جامعه برجسته خواهد شد، در ایران هم ما راجع به این نظریه تحقیق کردیم دیدیم این نظریه در اینجا هم جواب می دهد، پس ما در علوم ارتباطات هم نظریه های کلان داریم و هم نظریه های خرد، مثلاً نظریه دهکده جهانی، یک نظریه کلان است و نظریه برجسته سازی همان طور که متذکر شدم یک نظریه خرد و هر کدام از اینها تحقیقات مناسب خود را می طلبند.

کار مهمی را ما هفت سال است که شروع کرده ایم و حاصل آن کتابی است تحت عنوان **ایران در چهار کوهکشان ارتباطی** که امیدواریم به زودی منتشر شود. در کتاب مذکور این بحث مطرح شده که ما داریم به کجا می رویم و توضیح داده شده که چطور شد مک لوهان به دهکده جهانی رسید.

در همین حوزه ارتباطات سازمان تحقیقی در حال انجام است

در ایران، اتفاق بدی که در حوزه تحقیقات افتاده این است که برای برآورده ساختن نیازها و حل مشکلات به سراغ تحقیقات نمی روند و حوزه تحقیقات را اتاق میهمانخانه ای فرض کرده اند که هر وقت میهمانی می آید باید درش را باز کنند

که جزء تحقیقات خرد محسوب می شود و موضوع آن این است که چرا با وجود ساخت و نمایش فیلم «فانهایت ۹/۱۱» باز هم بوش انتخاب شد، و نتایج این تحقیق با تحقیق درباره نیکسون و رسوایی و اترگیت که منجر به برکناری او از قدرت شد، مقایسه می شود.

تحقیقاتی هم در باب برنامه سازی انجام می شود، اما مشکلی که ما در ایران داریم این است که برنامه سازی می خواهد بدبیهات و اصول برنامه سازی را در حین انجام دادن کار فرا بگیرد، در صورتی که این فنون و دانش ها را او باید قبلاً در دانشگاه فرا گرفته باشد و بعد به سراغ برنامه سازی برود. البته او احتمالاً به دانشگاه رفته است اما در رشته دیگری و در رادیو به عنوان برنامه ساز تجربی فعالیت می کند و چون از پشتوانه آموزشی و حرفه ای لازم برخوردار نیست و در این زمینه احساس نیاز می کند، برای پر کردن این خلأ به دنبال تحقیق می رود. بنابراین مشکل بزرگ ما در حوزه رسانه ها نامشخص بودن مرز آموزش و تحقیق است. البته گره کور این معضل فقط با دانشگاه رفتن و تحصیل در رشته های ارتباطات باز نمی شود، شما اگر دقت کرده باشید برجسته ترین روزنامه نگاران جهان اتفاقاً در دانشگاه ارتباطات درس نخوانده اند. مگر خانم اورینا فالآچی دانش آموخته رشته های مرتبط با ارتباطات است؟ مشکل اساسی ما در این زمینه که در حقیقت آفت بزرگی است که مادر سایر شئون زندگی اجتماعی نیز از آن رنج می بریم، مشکل پارتی بازی و قوم و خویش بازی است. اگر واقعاً کسی با توصیه و سفارش نابجا وارد کار برنامه سازی نشده باشد و خودش رشد کرده باشد می تواند در این حرفه به جایی برسد و بر موانع راه فائق شود.

از سوی دیگر یکی از آن سردرگمی هایی که قبلاً اشاره کردم مانند یک چتر در اینجا هم سایه افکنده است، به عنوان مثال شما یک مسابقه تلویزیونی را در تلویزیون بروکسل می بینید و با اینکه زبان فرانسه را خیلی کم می دانید بالذت تمام، آن برنامه نیم ساعته را تماشا می کنید، اما بعد از دو سال برنامه تقلید شده آن مسابقه را در تلویزیون خودمان مایل نیستید تماشا کنید، چون اصلاً برایتان جاذبه ندارد؛ زیرا تقلید آن کارها در ایران در نظام هنجاری رسانه های ما جا ندارد و نباید به این نحو از برنامه سازی های دیگران تقلید کنیم. اینکه در ابتدای سخنانم گفتم تحقیق یک فرآیند است، این فرآیند در اینجا هم مصداق

آنچه مسلم است و تاکنون تاریخ ارتباطات نشان

داده است رسانه‌ها مکمل یکدیگر شده‌اند.

امروز اگر در دنیا به طور ناگهانی شایع شود که

جنگ جهانی سوم آغاز شده است، همه

مردم در ابتدا به سراغ رادیوهای خود

می‌روند تا از صحت و سقم شایعه مطلع

شوند؛ هنوز رادیو در دنیا از نظر

سرعت اطلاع‌رسانی در ردیف

اول قرار دارد



مرکز تحقیقات کاملاً مستقل و خصوصی دارد که به طور دائم عملکرد این تلویزیون را براساس آنچه که باید انجام می‌دهد، بررسی می‌کند. به هر حال مادر زمینه نظام ارتباط جمعی در ایران بیماریم؛ و اگر نظام ارتباط جمعی مابه این صورت باشد آیامی توانیم در مقابل آنچه که در پیش رو داریم مقاومت کنیم؟ اصلاً هیچ کس نیامده است در ایران نظام ارتباط جمعی را طراحی کند و این مهم‌ترین کاری است که در حال حاضر باید انجام دهیم. البته من در مورد رادیو و تلویزیون و مطبوعات و اینترنت و ماهواره معتقدم که هر چه زودتر باید یک نظام یکپارچه و متحد طراحی بشود و در این صورت است که ماقطعاً توان رشد زیادی را در جهان خواهیم داشت.

جناب‌عالی در زمینه ضعف‌های فعلی نظام رسانه‌ای ایران که از ضعف‌های اساسی نیز به‌شمار می‌آیند تحقیقاتی کرده‌اید و به نتایجی هم رسیده‌اید؛ اینکه مثلاً برنامه‌سازان رادیو نمی‌توانند در مناسبت‌های خاص مذهبی کار چندانی بکنند؛ چون نمی‌دانند تکلیفشان چیست و چه برنامه‌ای باید بسازند که مطلوب نظام حاکم بر کشور باشد؛ به همین ضعف‌های اساسی بر می‌گردد؛ البته منظورم از نظام حاکم بر کشور دولت و حکومت نیست؛ بلکه اراده و اندیشه‌ای است که بر مجموعه آحاد ملت حاکم است و خود دولت و حاکمیت را نیز در برمی‌گیرد. بنابراین خواهش می‌کنم راجع به این ضعف اساسی و همچنین بحث هنجارها در نظام رسانه‌ای ایران توضیحاتی ارائه فرمایید.

بحثی در حوزه ارتباطات و حوزه رسانه‌ها مطرح است و آن نظریه‌های هنجاری رسانه‌هاست. این نظریه‌ها را در سال ۱۹۵۲ برای اولین بار شخصی مطرح کرد که نام آن شخص را در حال حاضر به خاطر ندارم به دنبال او کسان دیگری این بحث را ادامه دادند تا در دهه هفتاد نوبت به شرام رسید و سال‌ها پس از او آقای مک کوئل در سال ۱۹۹۰ این نظریه را تکمیل کرد. نظریه هنجاری رسانه‌ها یعنی

پیدامی‌کنند یعنی همه اجزای یک برنامه به هم آمیخته است و همه باید باهم و در کنار هم اجرا شوند.

اگر بخواهیم تحقیقات را در حوزه رسانه‌های ایران رده‌بندی

کنیم؛ اولویت با چیست

ما معتقدیم مهم‌ترین کاری که باید در ایران انجام شود، تحقیق در باب نظام ارتباط جمعی ایران است. برای اولین بار در حدود نه سال پیش مجلس از من خواست در این زمینه کاری انجام دهم، من هم طرح این کار را فراهم کردم و به مجلس ارائه دادم اما اجرا نشد. یک باردیگر سازمان رادیو و تلویزیون چنین کاری را از من خواست، طرحش را به مرکز تحقیقات سازمان دادم، اما با عوض شدن مدیر وقت مرکز تحقیقات اجرای طرح متوقف ماند. این کار، کار بسیار مهم و کار ملی است.

به طور کلی در کشورهای پیشرفته، نظام ارتباط جمعی طراحی شده است؛ مثلاً کشور کانادا نظام ارتباط جمعی دارد، انگلستان هم نظام ارتباط جمعی دارد و در این کشور هر سال تحقیقات تکمیلی انجام می‌شود و در صورت لزوم آن را اصلاح می‌کنند. مثلاً در انگلستان برای انتشار یک روزنامه نباید از جایی اجازه گرفته شود، فقط کافی است روزنامه را منتشر کنند و قبل از انتشار آن را در دفتری به ثبت رسانند، درست مانند تولد یک نوزاد که باید در ثبت احوال ثبت شود و هیچ دفتری نمی‌تواند بگوید من این کار را نمی‌کنم. این گوشه‌ای از یک نظام ارتباط جمعی است؛ البته در طرف مقابل هم قانون منسجم و محکمی از حقوق مردم انگلستان در برابر انتشار رسانه حمایت می‌کند. در این زمینه می‌توان کشور دیگری را مثال زد و آن هم ژاپن است، در نظام ارتباط جمعی این کشور هر کسی که بخواهد می‌تواند تلویزیون خصوصی تأسیس کند، اما هرگز مثل مغازه‌های ماکسی به او سرفق‌لی نمی‌دهد و می‌شود امتیاز آن را سال به سال باطل کرد و یا تمدید کرد و تمدید این امتیاز بستگی به نظر یک

مجموعه بایدها و نبایدهای رسانه‌ای و در حال حاضر شش نظریه هنجاری برای رسانه‌ها در دنیا وجود دارد که هر کدام از این نظریه‌ها به نوبه خود پیامدهایی را به دنبال داشته‌اند؛ مانند داروهای مختلف که در عین اینکه برای سلامتی و بهبود بیمار تجویز می‌شوند، ناگزیر زیان‌هایی را نیز متوجه بیمار می‌کنند، بنده از سال ۱۳۷۳ تاکنون، هر پنج سال یکبار پژوهشی را انجام می‌دهم که هدف آن کشف نظریه هنجاری مورد نظر دولتمردان ایران برای مطبوعات است تاکنون نتایج دو پژوهش از این دسته از پژوهش‌ها منتشر شده و در حال حاضر پژوهش سوم در حال انجام شدن است.

اجازه بدهید جمع‌بندی پژوهش‌های اول و دوم را خدمتتان عرض کنم. در این جمع‌بندی ما آثار هر شش نظریه هنجاری را هر کدام به صورت چند درصدی می‌بینیم که واقعاً آش‌شله قلم‌کار است. چنین ترکیب عجیب و غریبی قطعاً پیامدش رسانه‌هایی سردرگم است. مثلاً وقتی که در خانواده‌ای هم نظام دیکتاتوری حاکم باشد و هم نظام لیبرالی و نظام‌های دیگر هم حاکم باشند، نتیجه‌اش این می‌شود که به طور مثال اگر امشب دختر دیر به خانه بیاید اشکال نداشته باشد و فردا شب اگر پسر ساعت شش به خانه بیاید کتک بخورد. ما در کشورمان واقعاً خانواده آشفته رسانه‌ای وجود دارد. مادر مورد نظریه هنجاری اصلاً لازم نیست راجع به رادیو و تلویزیون صحبت کنیم چون نتایج تحقیقاتی که درباره تلویزیون انجام داده‌ایم با نتایج تحقیق در مورد مطبوعات نزدیک است. نکته دیگر این است که اگر رادیو و تلویزیون و مطبوعات در ایران دچار بیماری می‌شوند و قلبشان می‌گیرد نباید به جایی غیر از بیمارستان ارتباطات مراجعه کنند، اما متأسفانه این کار صورت نمی‌گیرد و این پدیده فراتر از تحقیقاتی است که تاکنون انجام شده است.

یکی از تحقیقاتی که بنده انجام داده‌ام و در سال ۱۳۷۴ انتشار یافته و به سبب آن از آقای هاشمی رفسنجانی هم جایزه گرفتم، تحقیق در زمینه وضعیت انتقاد در مطبوعات ایران بود. در این تحقیق من ابتدا به هریک از نظریه‌های هنجاری نگاه کرده‌ام و سپس نتیجه تک‌تک آنها را در حوزه انتقاد بررسی کرده‌ام.

حالا که این سؤال مطرح شد جادارد که باز هم بگویم، مهم‌ترین تحقیقی که در ایران باید انجام شود، پژوهش در زمینه نظام ارتباط جمعی است؛ اگر نظام ارتباط جمعی درستی داشته باشیم تکلیف تمامی مراکز تحقیقاتی ارتباط جمعی از قبیل مرکز تحقیقات صداوسیما، مرکز تحقیقات رسانه‌ها و تشکیلاتی که سازمان فرهنگ و ارتباطات در زمین‌های عباس‌آباد به راه انداخته است روشن خواهد شد.

□ در دنیای ارتباطات امروز رادیو در کجا قرار می‌گیرد
○ این راه‌همه می‌دانید وقتی که رادیو اختراع شد، تصور می‌شد که

عصر روزنامه به سرآمده است و وقتی که تلویزیون اختراع شد، عصر سینما را پایان یافته تلقی می‌کردند، در صورتی که اصلاً چنین تصوراتی محقق نشد. بنده در سفری که به ژاپن داشتم، در فرودگاه توکیو می‌خواستم مقداری پول را تبدیل کنم؛ به یک شعبه بانک در آن فرودگاه با عظمت رفتم و درخواست کردم که این کار را برایم انجام دهند، متصدی صندوق بانک به جدول نرخ‌ها نگاه کرد و آنگاه چرتکه کوچکی را جلوی چشم گذاشت و با آن بهای پول‌های مرا محاسبه کرد و تحویل داد؛ استفاده از چرتکه در کشوری که به همه جای دنیا ماشین حساب صادر می‌کند، تعجب‌آور است.

آنچه مسلم است و تاکنون تاریخ ارتباطات نشان داده است رسانه‌ها مکمل یکدیگر شده‌اند. امروز اگر در دنیا به طور ناگهانی شایع شود که جنگ جهانی سوم آغاز شده است، چنان که تحقیقات متعددی نشان داده‌است همه مردم در ابتدا به سراغ رادیوهای خود می‌روند تا از صحت و سقم شایعه مطلع شوند؛ هنوز رادیو در دنیا از نظر سرعت اطلاع‌رسانی در ردیف اول قرار دارد، هنوز در جهان معاصر رادیو موجودی است که سهم پخش موسیقی‌اش بسیار زیاد است، هنوز رادیو بر روی کره زمین تنها وسیله ارتباطی است که شما می‌توانید در زمان استفاده از آن، کارهای دیگری را نیز انجام دهید، اما در رسانه‌های دیگر به هیچ وجه بدین گونه نیست.

زمانی که اینترنت بود، تلویزیون رسانه‌ای بود که در هنگام استفاده، انحصاراً یقه انسان را می‌گرفت و او را گرفتار می‌کرد، اما در حال حاضر اینترنت در این زمینه از تلویزیون جلو افتاده است، مگر یک انسان چقدر وقت دارد که از همه این رسانه‌ها استفاده کند. در ۲۰ سال آینده هر قدر از این اتفاق‌ها بیشتر بیفتد آدم در استفاده از فرصت و وقتش محدودتر می‌شود، چون ظرفیت‌ها مشخص و ثابت است؛ بنابراین اگر مثلاً موسیقی مورد علاقه‌ام را رادیو پیام پخش کند، به رادیو پیام گوش می‌دهم، اما اگر فرستنده دیگری همان موسیقی را با کیفیت استریو فونیک و شفاف و دیجیتال پخش کند، رادیو پیام را خاموش می‌کنم و به آن رادیو گوش می‌دهم. بعضی از ما نیز دوست داریم در خودروی خودمان مثلاً رادیو قرآن گوش کنیم، اصلاً ماه رمضان هم نیست، بلکه می‌خواهیم حال کنیم، تازه اگر شیشه را هم بکشیم پایین و راننده خودروی بغل‌دستی مان به مابخندد، اشکالی ندارد، چون او هم می‌تواند با موسیقی پایی که گوش می‌دهد، حال کند. خود ما چقدر در طول این بیست، ۳۰ سال سلیقه توجه به موسیقی مان عوض شده و تا چه میزان متحول شده‌ایم؟ رادیو اگر بتواند خود را بشناسد، ضعف‌ها و توانایی‌هایش را رصد کند، و با جبران ضعف‌ها و استفاده از توانایی‌هایش فعالیت کند، می‌تواند بر اساس اصل هم‌زیستی مسالمت‌آمیز با سایر رسانه‌ها به بهار حیات خویش ادامه دهد.

