

گفت‌وگو با دکتر مهدی محسنیان‌راد پژوهشگر ایرانی

در کنفرانس انجمن بین‌المللی تحقیقات ارتباطات چه گذشت

اکرم دیداری

حجت‌الاسلام دکتر محسن الویری (خندان) از سوی دانشگاه امام صادق (ع)، علی‌انتظاری و دکتر محمود شهابی از دانشگاه علامه طباطبائی و حسین رضی و پیمان جبلی از سوی صداوسیما در این کنفرانس حضور داشتند. دکتر ناصر باهنر نیز - بدون حضور - مقاله‌ای را به این همایش ارائه کرد که در کتاب چکیده مقالات آن به چاپ رسید.

به منظور آگاهی از برنامه‌های اجرا شده در این کنفرانس و مباحث مورد بحث پژوهشگران علوم ارتباطی، گفت‌وگویی را با دکتر مهدی محسنیان‌راد استاد علوم ارتباطات انجام داده‌ایم که در ذیل می‌خوانید:

■ موضوع اصلی انتخاب شده برای این نشست چه بود؟ کدام شاخه از حوزه علوم ارتباطات برای بحث و تبادل نظر در این کنفرانس مورد توجه قرار گرفته بود؟

عنوان اصلی کنفرانس امسال «ارتباطات میان فرهنگی» بود. «ارتباطات میان فرهنگی» شاخه نسبتاً جدیدی از علوم ارتباطات است که در دو دهه اخیر در جهان مطرح شده است. من در زمینه این شاخه در درس جامعه‌شناسی تبلیغات در



اشاره:

بیست‌وسومین کنفرانس و مجمع عمومی انجمن بین‌المللی تحقیقات در ارتباطات IAMCR طی روزهای ۳۰ تیر الی چهارم مرداد سال جاری مصادف با ۲۱ الی ۲۶ جولای با حضور حدود ۸۰۰ پژوهشگر علوم ارتباطی و رسانه‌ای در بارسلون اسپانیا برگزار شد.

IAMCR یکی از قدیمی‌ترین انجمن‌های غیردولتی در حوزه علوم ارتباطات و رسانه‌ها است که بیست‌وسومین نشست آن به مفهوم ۴۶ سال سابقه فعالیت این انجمن است. تعداد اعضای انجمن در حال حاضر، ۱۲۳۰ نفر است که ۱۲ درصد آنها از کشورهای در حال توسعه و ۸۸ درصد از کشورهای پیشرفته هستند. ۶۳ درصد اعضا محققانی هستند که به‌طور منفرد عضو انجمن می‌باشند و ۳۷ درصد، تحت پوشش دانشگاه و یا مرکز پژوهشی که به صورت یک شخصیت حقیقی عضو انجمن هست عضویت دارند. حدود ۶۰ درصد اعضا را محققان مرد و ۴۰ درصد را زنان محقق تشکیل می‌دهند. در این نشست تعداد شرکت‌کنندگان نسبت به سال‌های گذشته بیشتر بود. از ایران نیز هیأتی متشکل از دکتر مهدی محسنیان‌راد و

دوره کارشناسی ارشد علوم ارتباطات در دانشگاه تهران و دانشگاه علامه طباطبایی طی دو جلسه مباحثی را در زمینه ارتباطات میان فرهنگی و کاربرد آن برای پروپاگانداست‌ها را مطرح می‌کنم اما به نظر من این شاخه جدیدی است که باید برای آن درس مستقلی را در رشته علوم ارتباطات تدارک ببینیم، زیرا بحث بسیار مهمی در حوزه ارتباطات است. اگر بخواهم موضوع را به سادگی توضیح دهم، می‌توانم بگویم که منشأ بحث «ارتباطات میان فرهنگی» همان بحث مطرح شده در نظریه‌هایی مانند مدل منبع معنی است که بنده آن را در کتاب ارتباط شناسی عنوان کرده‌ام، به این مفهوم که مشابهت زبان الزاماً به مفهوم موفقیت در ارتباطات نیست و تفاوت‌های فرهنگی می‌تواند در این فرایند نقش داشته باشد. به ویژه تحولاتی که اکنون در حوزه سخت‌افزاری علوم ارتباطات مثل اینترنت به وجود آمده، آثار ارتباطات میان فرهنگی را بیشتر نمایان ساخته است. آدم‌هایی با فرهنگ‌های مختلف در مقابل هم در ارتباط هستند.

کنفرانس برای این موضوع هم یک آرم جالبی را طراحی کرده بود. این آرم یک کوزه قدیمی را نشان می‌دهد که نماد مشترکی است که در اکثر فرهنگ‌های فعلی جهان وجود داشته است. در واقع یک منشأ مشترک فرهنگی انتخاب شده بود که روی آن با زبان‌های مختلف دنیا اصطلاح «ارتباطات میان فرهنگی» حک شده بود. البته زبان عربی در میان آن زبان‌ها وجود داشت و زبان فارسی نبود.

برگزارکنندگان کنفرانس ابتکار زیبایی را به خرج داده بودند. به طوری که این کوزه را با یک نوع پارچه پلاستیکی با حجم چهارمتر مکعب ساخته بودند که از طریق یک موتور کوچک فشار هوا وارد آن می‌شد و هوا را در آن ثابت نگه می‌داشت تا کوزه روی زمین ثابت باقی

■ **انجمن بین‌المللی IAMCR یکی از قدیمی‌ترین انجمن‌های غیردولتی در حوزه علوم ارتباطات و رسانه‌ها است.**

■ **ارتباطات میان فرهنگی شاخه نسبتاً جدیدی از علوم ارتباطات است که در دهه‌های اخیر در جهان مطرح شده است.**

بماند و این نماد مشترک فرهنگی جلوی در ورودی محل کنفرانس قرار گرفته بود به طوری که شرکت‌کنندگان به محض ورود اولین چیزی را که می‌دیدند این کوزه بود.

■ **امسال کنفرانس انجمن بین‌المللی تحقیقات علوم ارتباطات با مشارکت چه نهادها و سازمان‌های بین‌المللی و ملی برگزار شد؟**

IAMCR یک انجمن غیردولتی و غیرانتفاعی است که هزینه‌های آن را خود اعضا می‌پردازند لیکن وقتی این کنفرانس در یک کشوری برگزار می‌شود به دلیل اهمیت کنفرانس و اهمیت افرادی که در آن حضور به هم می‌رسانند، سازمانی برای برگزاری کنفرانس تشکیل می‌شود که در این دوره انستیتوی ارتباطات اسپانیا و دانشگاه اتونوما (دانشکده علوم ارتباطات به ویژه بخش ارتباطات سمعی و بصری روزنامه‌نگاری و انتشارات) در بارسلون به طور مشترک برگزاری آن را به عهده گرفتند. علاوه بر آن در سطح ملی هم برخی از سازمان‌ها از جمله وزارت امور خارجه، وزارت علوم و تکنولوژی، وزارت آموزش، فرهنگ و ورزش اسپانیا و در سطح محلی هم شورای شهر بارسلون در برگزاری این مجمع مساعدت کرده بودند.

■ **از برنامه‌های اجرا شده طی روزهای کنفرانس بگویید.**

برنامه‌ها که شامل ارائه مقالات بود، بسیار فشرده بود. ضمن آن که تقریباً دو روز از روزهای کنفرانس به مراسم افتتاحیه و برگزاری مجمع عمومی اختصاص

داشت.

در کنفرانس، ۱۴ بخش تدارک دیده شده بود که هر بخش به موضوع خاصی می‌پرداخت. پیشینه برخی از این بخش‌ها چندین ساله و برخی از آنها هم جدید بود.

■ **این بخش‌ها چه عناوینی از حوزه علوم ارتباطات را در بر می‌گرفت؟**

هر بخش مرکب از تعدادی عضو است که هر ۴ سال یک‌بار، رئیسی را برای خود انتخاب می‌کنند و او عملاً اداره‌کننده جلسات بخش مذکور خواهد بود.

این ۱۴ بخش اصلی عبارت است از:

۱. مطالعات مخاطبان و دریافت پیام؛
۲. ارتباطات جماعتی؛
۳. سیاستگذاری‌های مربوط به فن‌آوری‌های ارتباطی؛
۴. جنسیت و ارتباطات؛
۵. تاریخ؛
۶. ارتباطات بین‌المللی؛
۷. شبکه محققان جوان ارتباطات؛
۸. حقوق ارتباطات؛
۹. تحقیقات آموزش رسانه‌ای؛
۱۰. ارتباطات مشارکتی؛
۱۱. ارتباطات سیاسی؛
۱۲. اقتصاد سیاسی؛
۱۳. آموزش‌های حرفه‌ای در حوزه رسانه‌ها؛

۱۴. روان‌شناسی و افکار عمومی.

در کنار این بخش‌ها که بخش‌های رسمی مجمع هستند و تشکیل آنها از قبل تصویب می‌شود، ۱۰ گروه کاری از جمله موج افشانی در اروپا، سیاستگذاری‌های رسانه‌های جهانی، رسانه‌ها، فرهنگ و

دین، رسانه‌ها و ورزش، رسانه‌های اسلامی و... تشکیل شده بود که این گروه‌های کاری در آینده می‌توانند به یک بخش اصلی تبدیل شوند.

■ هیأت ایرانی شرکت‌کننده در این همایش چه مقالاتی را در چه بخش‌هایی ارائه کردند؟

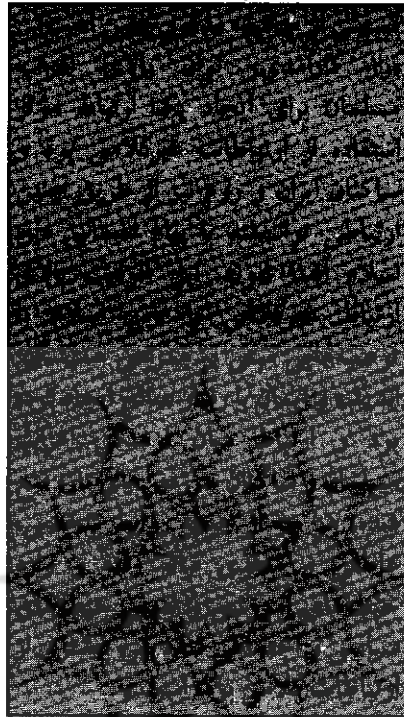
خوشبختانه امسال تعداد خوبی از پژوهشگران حضور داشتند. اما جای دکتر کاظم معتمدنژاد، قدیمی‌ترین پژوهشگر و استاد علوم ارتباطات در ایران خالی بود. در حالی که حضورشان بسیار گرامی بود. تدارک سفر بنده به اتفاق دکتر محسن الویری (خندان) و دکتر ناصر باهنر از سوی دانشگاه امام‌صادق (ع) صورت گرفته بود که دکتر باهنر نتوانستند حضور داشته باشند و مقاله‌شان در کتاب چکیده مقالات کنفرانس منتشر شد. آقای علی انتظاری و دکتر محمود شهابی از دانشگاه علامه طباطبایی شرکت داشتند. آقای حسین رضی و آقای پیمان جبلی دو تن از دانشجویان دوره دکترای فرهنگ و ارتباطات به دلیل سمت‌هایی که در صداوسیما دارند، از طرف این سازمان شرکت داشتند. همچنین خانم دکتر ستاره غفاری که اینک استاد علوم ارتباطات در فرانسه و از جمله اعضای ثابت، پایدار و فعال انجمن هستند، در این مجمع به عنوان پژوهشگر ایرانی حضور داشتند. آقای طاهری خبرنگار خبرگزاری جمهوری اسلامی در اسپانیا نیز از دیگر شرکت‌کنندگان ایرانی در این همایش بودند.

دکتر الویری در مقاله خود بخشی را در خصوص «ارتباطات میان فرهنگی در دهه‌های نخستین اسلامی» در بخش تاریخ کنفرانس مطرح کرد.

■ رویکرد این مقاله چه بود؟

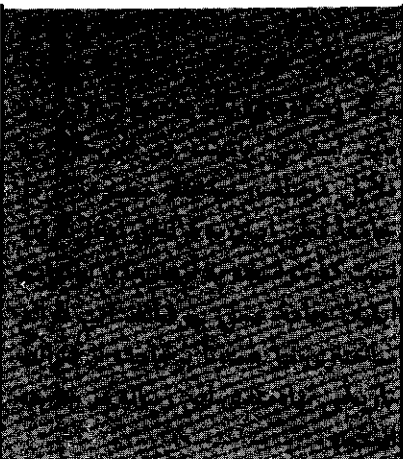
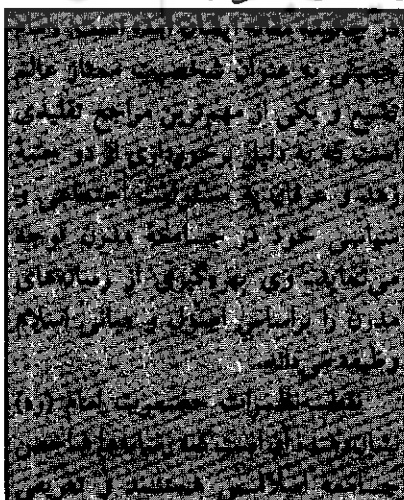
در این مقاله با رویکردی تاریخی به این پرسش پاسخ داده شده بود که «اعراب مسلمان از کدام ابزارها، روش‌ها و

نمادهای ارتباطی بهره جستند تا در راه انتقال فرهنگ و آموزه‌های دینی کارآمد عمل نمودند». چکیده‌ای که از مقاله ایشان در دست دارم را در اختیارتان می‌گذارم که آن را در مجله نقل کنید.

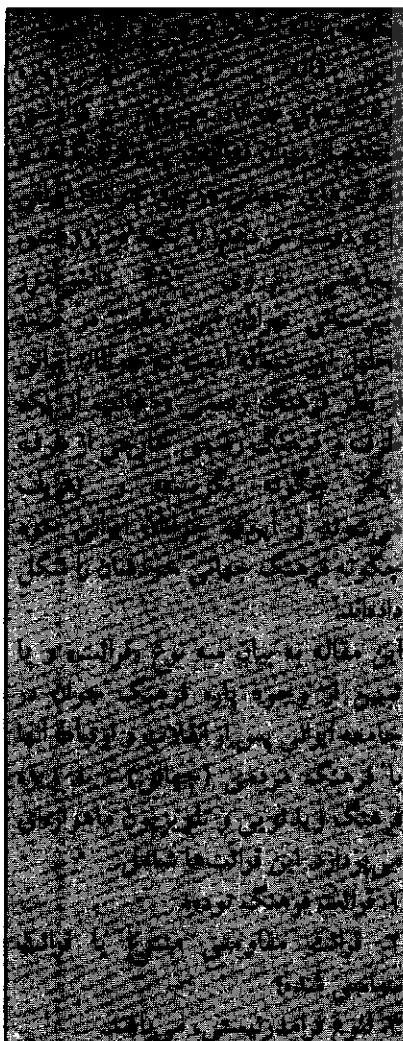


■ دیگر مقالات چه طور؟

عنوان مقاله آقای علی انتظاری «بررسی نقطه‌نظرات امام خمینی (ره) در مورد رسانه‌ها و موانع ساختاری آن در مطبوعات ایران» بود که در بخش رسانه‌های اسلامی ارائه شد.



مقاله دکتر محمود شهابی در بخش بین‌الملل و با عنوان «پاره فرهنگ جوان در ایران، همسان یا متنوع؟» ارائه شد.



برای پژوهشگران و دانشجویان علوم ارتباطات بگویند که تحقیقات ارائه شده در این بخش به چه موضوعاتی اختصاص داشت؟

بخش مذکور برای اولین بار ۴ سال پیش در کنفرانس سنگاپور تأسیس شد و در واقع از بخش‌های جدید انجمن محسوب می‌شود. سال گذشته در کنفرانس منطقه‌ای بوداپست مجارستان نیز تشکیل جلسه داد و به نظر من بسیار موفق بود.

ریاست بخش مخاطبان و دریافت پیام آقای Klaus B. Jensen از دانشگاه کپنهاگ است. برخی از عناوین مقالات ارائه شده در این بخش عبارت بود از «چگونه رسانه‌ها برای افکار عمومی جهان قهرمان یا ضدقهرمان می‌سازند»، «بررسی سناریوهای برنامه‌های سرگرم کننده تلویزیون مصر»، «ارتباطات با گروه‌های ناهمگن در رسانه‌های دانمارک»، «اخبار اقتصادی و استنباط از اقتصاد - مقایسه نتایج حاصل از سه مطالعه تطبیقی در

■ تحولاتی که اکنون در حوزه سخت‌افزاری علوم ارتباطات مثل اینترنت به وجود آمده، آثار ارتباطات میان فرهنگی را بیشتر نمایان ساخته است.

هلند، ژاپن و آمریکا»، «فرهنگ بیگانه در تلویزیون اروپا. چه چیزی موج فشانی می‌شود و چه چیزی را واقعاً تماشاگران مشاهده می‌کنند»، «تلویزیون‌های اسپانیایی زبان در آمریکا»، «فرهنگ عامه و فهم سیاسی در میان جوانان در هلند»، «مخاطبان و ساختار شهروندی در یک جهان میان فرهنگی»، «بحران‌های سیاسی به عنوان یک پدیده ارتباطی»، «توسعه میزان دسترسی به وب در تایوان»، «استفاده از تصویر به عنوان ابزار سواد تصویری»، «آیا کودکان عامل تفاوت می‌شوند؟ ساختار رسانه‌ها و معنی در

■ مقاله خود شما به چه موضوعی اختصاص داشت؟

در این مقاله، نحوه انعکاس واقعه ۱۱ سپتامبر و وقایع پس از آن در کاریکاتورهای مطبوعات ایران دنبال شده بود که در اولین روز کنفرانس، در بخش «مطالعات مخاطبان و دریافت پیام» ارائه شد.

■ قبل از آن که به محتوای مقاله تحقیقی شما بپردازیم لطفاً توضیحاتی را در خصوص بخش مطالعات مخاطبان و دریافت پیام ارائه کنید و با توجه به اهمیت این بخش در حوزه ارتباطات

مقاله دکتر ناصر باهنر نیز با عنوان «برنامه‌های مذهبی تلویزیون و دریافت مخاطبان آنها» شامل یک «مطالعه تطبیقی درباره برنامه‌های مذهبی تلویزیون ایران و کلیساهای الکترونیکی» در کتاب کنفرانس منتشر شد.

منابع قدرت - چه داخلی و چه خارجی - دچار تردید شده‌ایم، با زبان استعاره، تمثیل، طنز و جوک حرف‌هایمان را بزینم و این داستان، بخشی از فرهنگ ایرانی است. البته من در این زمینه سند جالبی را پیدا و در مقاله ارائه کرده‌ام. در سال یک هزار میلادی سلطان محمود غزنوی به سلطنت می‌رسد غزنین افغانستان را به عنوان پایتخت انتخاب می‌کند. وی در سال ۱۰۳۸ م در اوج قدرت به هندوستان لشکرکشی می‌کند و ضمن استیلا بر آنجا، بت‌های موجود در بتکده سومنات را می‌شکند هنگامی که وی با ثروت بسیار به ایران برمی‌گردد، مقامات کشور مثل همیشه به او لقب می‌دهند و او را «بت‌شکن» می‌خوانند. در همان زمان ناصر خسرو یک شعر کاریکاتور گونه می‌سراید و بی‌آنکه نامی از اسم شاه ببرد این موضوع را مورد اشاره قرار می‌دهد و می‌گوید آن کس که عازم هند شده و خواسته که در راه خدا جنگ کند، نه در راه دین بلکه در راه دستیابی به طلا و نقره سفر کرده است. شعر این است:

«آنکه به هند روان شد، یعنی که غازیم از بهر سیم و زر نه بهر غزا شده است» البته این شاعر به آوارگی و رنج بسیار دچار شد و شاید علت این که از ۸۵ هزار بیت شعر او ۳۰ هزار بیت باقی مانده است، ناشی از همین آوارگی‌های او بوده است. یک هزار سال پس از این ماجرا، مجله گل آقا که یکی از مجلات طنز ایران است درباره انگیزه لشکرکشی امریکا به افغانستان حرفی مشابه ناصر خسرو زد و نوشت «بن لادن قسمتی از جاده ابریشم است، از طریق آن می‌توان خود را به ولایت ازبکستان رساند». بنابراین ملاحظه می‌کنید که مقاله با این نظریه آغاز می‌شود که در مشرق زمین در مقابل ابهام نسبت به منابع قدرت بیش از هزار سال است که این سنت را داریم. در ادامه تحقیق، به مطالعه تاریخ

■ انجمن بین‌المللی تحقیقات ارتباطات جمعی در اسانسنامه خود سه زبان انگلیسی، فرانسه و اسپانیایی را به عنوان زبان رسمی پذیرفته است.

■ شاید بتوان گفت که منشأ بحث ارتباطات میان‌فرهنگی همان بحث مطرح شده در مدل منبع معنی و موضوع M بر M است.

■ فرضیه و سخن اصلی تحقیق شما چه بود؟

در این مقاله ابتدا به این نکته توجه شده بود که واقعه ۱۱ سپتامبر تأثیر مهمی بر افکار عمومی جهان از جمله ایران گذاشت و من در مقاله، نماد این تأثیر را در گام اول در عدم شعار «مرگ بر آمریکا» در نماز جمعه روز ۱۴ سپتامبر ۲۰۰۱ مطرح کردم. طی ۲۳ سال پس از پیروزی انقلاب این نخستین باری بود که شعار «مرگ بر امریکا» در نماز جمعه گفته نشد و این اقدام نیز به پاس احترام به کشته‌شدگان این حادثه بود. لیکن به دلیل دیگری، فرض من این بود که واقعه ۱۱ سپتامبر در ایران تأثیر مهمی داشت چون ما هم مرز با افغانستان هستیم و بیشترین تعداد مهاجران افغانی در ایران بسر می‌برند و تصویری که افکار عمومی ایران از این افراد داشت، تصویر مردمی مستمند، ناتوان، با سطح تکنولوژی پایین و به تعبیری عقب‌مانده بود. هنگامی که در ساعات اولیه پس از حادثه ۱۱ سپتامبر گفته شد که این کار را افغانی‌ها انجام داده‌اند، آن تصویر ذهنی از افغانی‌ها با عظمت آنچه در تلویزیون دیده می‌شد، ابهامی را ایجاد کرد که حضور خود را در محتوای رسانه‌ها تا ژانویه سال ۲۰۰۲ ادامه داد.

نکته دیگر این است که از آنجایی که ما در مشرق زمین سال‌ها تحت سلطه دیکتاتوری بوده‌ایم، یاد گرفته‌ایم که هرگاه نسبت به حرف‌ها، اعمال و پروپاگاندای

خانواده‌های با فرزند و بدون فرزند» مثلاً در این مقاله محقق درصدد آن بود که تفاوت ساختار رسانه‌ای و معنی پیام را در خانواده‌های همراه با فرزند و بدون فرزند را سنجش کند و همچنین «کاربرد خیر در اینترنت به عنوان بخشی از ساختار اجتماعی معنی» از دیگر مقالات این بخش بود.

اگر این مباحث را با مباحث ۱۰ سال پیش مقایسه کنیم می‌بینیم که تا چه اندازه بحث «معنی» در حوزه ارتباطات اهمیت یافته است.

■ مقاله خود شما عنوانی داشت؟ عنوان مقاله بنده «جنبه‌های ارتباطات میان فرهنگی در کاریکاتورهای مطبوعات ایران راجع به واقعه ۱۱ سپتامبر و رویدادهای مرتبط با آن» بود.

■ روش تحقیق مورد استفاده شما چه بود؟

برای انجام این تحقیق علاوه بر مطالعات نظری، از یک شیوه ترکیبی کیفی و کمی استفاده کردم و با یک نرم‌افزار خاص، تحلیل محتوای تصویری بر روی کاریکاتورها منتشر شده در خصوص واقعه ۱۱ سپتامبر و رویدادهای پس از آن از جمله حمله به افغانستان از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ تا ژانویه ۲۰۰۲ انجام شد. نمونه مورد تحلیل روزنامه‌های هر دو جناح سیاسی کشور در هفته اول واقعه و کلیه شماره‌های مجله گل آقا تا ژانویه ۲۰۰۲ بود.

کاریکاتور در مطبوعات ایران پرداختم. برای خوانندگان جالب است بگویم یک اصلاح تاریخی را در این زمینه که تصور می‌کنم لازم است انجام دهیم و آن این است که در تمامی کتاب‌هایی که راجع به تاریخ کاریکاتور در مطبوعات ایران صحبت می‌شود، اولین نشریه کاریکاتور را در ایران نشریه **ملانصرالدین** عنوان می‌کنند. در حالی که این نشریه یک نشریه روسی است و در تفلیس منتشر و نسخه‌هایی از آن هم وارد آذربایجان می‌شده است، در واقع این نشریه، نشریه ایرانی نیست و نمی‌توان آن را اولین نشریه کاریکاتور ایرانی دانست. علت اشتباه هم این بوده است که پس از سرنگونی حکومت تزاری و انقلاب اکتبر، مدیر این نشریه پس از ۱۵ سال انتشار نشریه‌اش را در تفلیس تعطیل می‌کند و برای مدت دو سال به تبریز می‌آید و نشریه‌اش را آنجا منتشر می‌کند و مورخان آن را به حساب نشریه ایرانی می‌گذارند. در حالی که نام اولین نشریه طنز در ایران، «آذربایجان» است که اولین شماره آن یک سال پس از انتشار نشریه **ملانصرالدین** در تفلیس، منتشر می‌شود. و هنگامی که نشریه **ملانصرالدین** در تبریز منتشر می‌شود، دومین مجله **کاریکاتور ایران** با نام «باباشمل» هم منتشر شده، بوده است.

■ با توجه به این سند تاریخی که شما آن را روشن کرده‌اید، محتوا و سبک کاریکاتورهای مجله آذربایجان چه بوده است؟ آیا نمونه جالبی دارد؟

این نشریه را که حاج آقا بلوری منتشر می‌کرد، حاوی کاریکاتورهای جالبی است که به نظر من یکی از آنها نمادی واقعی از رفتار مردم ایران نسبت به قدرت است. این کاریکاتور عملاً از دو کاریکاتور تشکیل شده و مربوط به زمانی است که محمدعلی شاه ولیعهد در حال ترک کردن شهر تبریز برای رفتن به تهران، جهت جانشینی در مسند پدر می‌باشد. در این

کاریکاتور، آقای محمدعلی شاه با لباس ولیعهدی سوار بر اسب به سمت خیابان می‌رود و مردم بسیار بسیار غمگین و سوگوار در حال زدن بر سر و صورت خود هستند و گریه می‌کنند از این که ولیعهد، تبریز را ترک می‌کند. در کاریکاتور دوم مرتبط با آن، هنگامی که ولیعهد از شهر دور شده است، همین جماعت به شدت در حال رقص و پایکوبی و شادی هستند. این کاریکاتور از آن دسته کاریکاتورهای است که بسیار پندآموز است.

■ **سابقه تاریخی کاریکاتور با موضوع «آمریکا» در مطبوعات ایران به چه زمانی و چه نشریه‌ای برمی‌گردد؟**

در سال ۱۹۴۳ م در نشریه **باباشمل** کاریکاتوری چاپ شده است که برای نخستین بار یکی از سوژه‌های آن آمریکا بوده است.

در این کاریکاتور که اسلاید آن در کنفرانس روی پرده نشان داده شد، روزولت، با کلاه سلیندری پرچم آمریکا جلوتر از چرچیل و استالین به ملاقات یک زندانی آمده است که این زندانی به صورت فردی فرسوده، ناتوان و فقیر، پشت میله‌های زندان و زیر یک نور کم که یک چراغ کوچک نفتی مقابل او قرار دارد، نشسته است. چراغ نفتی روی جعبه‌ای قرار گرفته است که آرم «بریتیش پترولیوم» شرکت انگلیسی انحصاری استخراج نفت ایران بر روی آن وجود دارد. در این کاریکاتور در کنار درب ورودی زندان بر روی یک تابلو مشخصات زندانی به این صورت آمده است که نام زندانی: «ایران»، مدت زندانی: «نامحدود»، اتهام: «ضعف».

زیرتابلو نیز محکومیت زندانی این‌گونه توصیف شده است که «او محکوم است علاوه بر مدت زندان یک عمر هرگونه دخالت ناروای مقامات داخلی و خارجی را تحمل نماید». در مجله **باباشمل**، من کاریکاتور دیگری را یافته‌ام که

در آن دو خیمه شب‌باز که یکی از آنها روزولت و دیگری چرچیل است در یک صحنه خیمه‌شب‌بازی به بهانه خطر کمونیسیم با صورتی خندان و شاد، نخ عروسک‌های ایران، ترکیه، پاکستان، سوریه، اندونزی و اعراب را در دست دارند. در این کاریکاتور عروسک ایران با انگشت شصت خود علامتی را حاکی از استهزاء قدرت نشان می‌دهد.

به این ترتیب در این مقاله تحقیقی گفته می‌شود که سابقه طنز قدرت داخلی و خارجی از جمله آمریکا به صورت کاریکاتور در مطبوعات ایران، پیشینه ۶۰ ساله دارد. در ادامه مقاله با بررسی کاریکاتورهای مربوط به واقعه ۱۱ سپتامبر از زمان این واقعه تا ژانویه ۲۰۰۲ نشان داده‌ام که کاریکاتورهای روزنامه‌های جناح‌های سیاسی ایران تا چه اندازه با یکدیگر متفاوت بوده است و هر یک از دو جناح نگاه خاصی به این واقعه داشته است.

■ **مشخصاً نتایج مقاله شما چه چیزی را نشان می‌دهد؟**

در جمع‌بندی می‌توانم این را بگویم که مقاله مذکور در کنفرانس IAMCR، دو نکته اساسی را مطرح کرد:

۱. همان موضوع شیوه بیانی که افکار عمومی ایران در نگاه خود، به سلطه منابع قدرت دارد و از هزاران سال پیش آموخته که موضوع را با تمثیل، استعاره، طنز و کاریکاتور بیان کند. در این مقاله نشان داده شد که واقعه ۱۱ سپتامبر و حمله به افغانستان نیز از این قاعده مستثنی نبوده است.

۲. براین نکته تأکید شد که نظریه «مدل منبع معنی» و رابطه M بر M در مورد فهم کاریکاتور نیز صادق است. در واقع فهم کاریکاتور به وسیله مخاطبان فرهنگ‌های مختلف متفاوت است و عوامل متعددی مثل «جناس تصویری» سبب می‌شود که فهم‌ها متفاوت شود.

عنوان یک ارتباط‌گر، بسیار مهم‌تر از نقش او به عنوان یک هنرمند است. این سخن اصلی مقاله است که در انتها به صورت یک بحث نظری مطرح کرده‌ام.

■ در صحبت‌هایتان به نگاه دو جناح سیاسی به واقعه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ اشاره کردید. رویکرد کاریکاتورهای منتشره در روزنامه‌های این دو جناح جانبداری یا رویگردانی از کدام دو طرف درگیر ماجرا بود. امریکا یا طالبان؟

کاریکاتورهای مورد بررسی پس از حادثه تا چهار ماه پس از آن حاوی نگاه منفی به هر دو طرف متخاصم چه امریکا و چه طالبان بود. در واقع هیچ‌یک از کاریکاتورها از هیچ‌یک از دو طرف نبرد، جانبداری نکرده است. لازم به ذکر است که در تنظیم و ارائه این مقاله از برخی کمک‌های آقای علی انتظاری برخوردار بودم.

■ بن لادن چگونه ترسیم شده است؟ بن لادن به صورت یک توهم و ابزار دست پرورده امریکا ترسیم و کل ماجرا فرصتی برای نفع طلبی امریکا مطرح شده است.

■ بازتاب این مقاله در کنفرانس چه بود؟

پروفسوری به نام Stig Arne Noh از دانشگاه Orebro سوئد چند ماه قبل از برگزاری کنفرانس با من در تماس بود. ایشان در هنگام بحران کوزوو مطالعه‌ای را درباره انعکاس اخبار کوزوو در رسانه‌های سه کشور اروپایی انجام داده بود و قصد داشت که واقعه ۱۱ سپتامبر را هم دنبال کند و نتایج مطالعه تطبیقی خود را به صورت کتاب منتشر کند. در مکاتباتش با من گفت که قصد دارد جوامع عرب، اسلام، آفریقایی، اروپایی و امریکایی را در این مطالعه در نظر بگیرد. لذا این مقاله علاوه بر ارائه در کنفرانس، برای چاپ در کتاب وی در اختیار ایشان قرار گرفت. روش تحقیقی که ما در ایران

■ دکتر محسنیان‌راد: تحقیق مربوط به کاریکاتورهای مطبوعات ایران درباره ۱۱ سپتامبر و حمله به افغانستان نشان داد که نظریه مدل منبع معنی در اینجا نیز صادق است و دستیابی به رابطه M بر M مساوی یک به دلیل وجود جناس‌های کلامی و تصویری ممکن نیست.

معنی، یعنی M بر M مساوی یک ($M=M$) معنی پیام دریافت شده توسط گیرنده پیام و $M=M$ معنی پیام موردنظر فرستنده پیام عملاً در کاریکاتور امکان‌پذیر نیست. در تحقیقی که چندسال پیش خانم امیرچوپانی در رساله کارشناسی ارشد خود در رشته پژوهش در هنر که در مجتمع دانشگاهی هنر به راهنمایی من دفاع کردند، رابطه M بر M را اندازه‌گیری کرده بودیم و دیدیم که نزدیک‌ترین کاریکاتور به فهم مخاطب 0.7 بود.

اگر چه سهم کاریکاتوریست‌ها در دسترسی به $1 = \frac{M}{M}$ یا معنی مشابه موردنظر کاریکاتوریست با معنی متجلی شده در بیننده کاریکاتور بسیار بالا است لیکن منشأ سهم مذکور، آگاهی از مقوله‌های مشترک فانتزی (اصطلاح مقوله‌های مشترک فانتزی مربوط به نظریه «برومن» است که طی سال‌های ۱۹۷۲ تا ۱۹۹۴ مقالاتی را در این باره منتشر نمود) تا حد دستیابی به سرخ‌های نمادین میان خود و مخاطبان است.

در این پژوهش مطرح می‌شود که عنصر اصلی برای نزدیکی M بر M به عدد یک، مقوله‌های فانتزی مشترک میان کاریکاتوریست و مخاطبان است.

به نظر من از سه سطح مطرح در نظریه «برومن»، دو سطح به توانایی‌های ارتباطی کاریکاتوریست و فقط یک سطح به توانایی‌های هنری او مربوط می‌شود و می‌توان گفت که نقش کاریکاتوریست به

ببینید در زبان فارسی کلمه «موش» مشابه «بوش» است. در کاریکاتور وقتی این دو تصویر درج می‌شود، معنی‌ای که از آن در ذهن مخاطب فارسی زبان متجلی می‌شود با معنی‌ای که در ذهن مخاطبی با فرهنگ دیگر متجلی می‌شود، بسیار متفاوت است.

نمونه دیگر این است که در زبان فارسی کلمه «اصلاح» و «اصلاحات» داریم. اصلاح به معنی ریش تراشیدن می‌تواند مفهوم داشته باشد. چیزی که پس از سقوط طالبان در کابل سوژه روز بود و صف‌های طولانی از مردم برای تراشیدن ریش تشکیل شده بود. در عین حال همین واژه به صورت کلمه جمع «اصلاحات» بیانگر سوژه سیاسی در کشور ما است. اگر کسی اینها را نداند، با دیدن کاریکاتوری که از این دو مفهوم - چه به صورت کلام و چه تصویر- استفاده کرده و در واقع مفهوم جناس‌های کلامی و تصویری موجود در کاریکاتورها را ندارند، معنی دیگری در ذهن او متجلی می‌شود. به همین ترتیب کلمه «خر» و «فیل» به عنوان نماد دو حزب امریکا و ضرب‌المثل ایرانی «خرت به چنده؟» وقتی در کنار هم قرار می‌گیرد، فهم آن مربوط به ارتباطات میان فرهنگی است.

■ نظریه منبع معنی که در فرضیه تحقیق مورد اشاره قرار دادید، چگونه در مورد کاریکاتور صدق می‌کند؟ این تحقیق نشان داد که نظریه منبع

بکار بردیم برای ایشان جالب بود و تمایل داشتند که این روش را برای بقیه مقالات کتاب مذکور استاندارد کنند.

■ در گروه «رسانه‌های اسلامی» چه مباحثی مطرح شد؟

گروه رسانه‌های اسلامی سه - چهارسالی است که در کنفرانس عمومی تشکیل شده و به وسیله دکتر محمداحمد صدیق پاکستانی‌الاصل مقیم امریکا از دانشگاه پنسیلوانیای امریکا اداره می‌شود. (این امید هست که روزگاری این گروه ارتقاء یافته و در انجمن تبدیل به بخش شود). مقالات خوبی هم در این گروه ارائه شد که از جمله آن می‌توان به مقالات «گفتمان سیاسی اسلامی در مطبوعات مهاجران عرب در انگلستان»، «مسائل سیاسی مربوط به جنسیت و بنیادگرایی در سینمای مصر و امریکا»، «تروریست: یک چشم‌انداز میان فرهنگی، مقایسه هفت روزنامه در نقاط مختلف جهان با تمرکز بر واقعه ۱۱ سپتامبر»، «نقش ارتباطات در دموکراسی کردن جهان اسلامی» و «اخلاق رسانه‌ای از دیدگاه امام خمینی و موانع ساختاری آن در مطبوعات ایران» اشاره کرد.

مقاله «تروریسم: یک چشم‌انداز میان فرهنگی...» توسط دکتر صدیق ارائه شد که در آن روزنامه **تهران‌تایمز** نیز به عنوان روزنامه ایرانی مورد بررسی قرار گرفته بود. پس از ارائه مقاله ایشان من ضمن تمجید از پژوهش او این پرسش را مطرح کردم که موضوع این مقاله چه ارتباطی با گروه رسانه‌های اسلامی دارد و اضافه کردم که البته شاید مرتبط هم باشد اما عنوان این گروه رسا نیست و می‌تواند دربرگیرنده هر موضوعی که در رسانه‌های ۵۶ کشور اسلامی پوشش داده می‌شود، باشد و مقاله‌ای درباره ۱۱ سپتامبر می‌تواند در این گروه ارائه شود ضمن آن که در گروه دیگر هم قابل عرضه است. لذا پیشنهاد تغییر نام گروه را مطرح کردم. پس از پایان

نشست در یک جلسه ۱۵ دقیقه‌ای راجع به پیشنهاد من مبنی بر تغییر نام گروه به «اسلام در رسانه‌ها» بحث و تبادل نظر شد و در نهایت با اکثریت آرا، عنوان «اسلام و رسانه‌ها» مورد تصویب قرار گرفت و قرار شد دکتر صدیق موضوع را به مقامات بالاتر کنفرانس اطلاع دهد تا در آینده اسم جدید این گروه جایگزین شود.

این را هم بگویم که در این بخش، محققان اسرائیلی هم حضور داشتند و هنگام ارائه مقاله آقای انتظاری، بحث‌هایی مطرح شد و ایشان به خوبی از عهده پاسخگویی برآمد. آقای محسن الویری (خندان) هم در پوشش لباس روحانی مقاله خود را در بخش تاریخ ارائه کرد و بحث‌های جالبی را عنوان نمود که مورد پرسش یکی از استادان قدیمی علوم ارتباطات امریکا که در دانشگاه مصر تدریس می‌کند، قرار گرفت که ایشان عالمانه پاسخ دادند.

■ مسائل حاشیه‌ای کنفرانس چگونه بود؟ و چه تفاوتی با دوره‌های گذشته داشت؟

تحولات سخت‌افزاری ارتباطات به ویژه اینترنت و سهولت تکثیر CD نیز تأثیر خود را بر این کنفرانس گذاشته بود. در حالی که ۱۰-۱۵ سال پیش نسخه‌های زیراکسی از مقالات در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌گرفت این روال دیگر کنار گذاشته شده بود. همچنین مدت زمان ارائه مقاله در بعضی از بخش‌ها از ۳۰ دقیقه در سال‌های گذشته به ۱۰ دقیقه رسیده بود و چون مقاله به راحتی از طریق اینترنت در دسترس مردم قرار می‌گرفت، دیگر نیازی به بیان طولانی نبود و مقالات شبیه یک پیام تبلیغی بازرگانی ارائه می‌شد.

در حاشیه کنفرانس نیز چندسالی است که ناشران بزرگ علوم ارتباطات، کتب خود را با تخفیف چنددرصدی عرضه می‌کنند که این فرصت مغتنمی بود تا به دور از ازدحام نمایشگاه کتاب در تهران

بتوانیم کتب جدید را ببینیم.

به این ترتیب می‌توان گفت برخلاف نشست‌های محققان شیمی یا پزشکی که در کنفرانس‌های تخصصی رشته خود شرکت می‌کنند و فضای یادگیری آنها همان کنفرانس است، فضای یادگیری پژوهشگران ارتباطی در برگیرنده لحظه لحظه حضور آنها در یک جامعه بیگانه، فضای ارتباط میان فردی، ارتباط گروهی و ارتباط رسانه‌ای حاکم در آن جامعه است. براین اساس خوشحالم که محققان جوان ایرانی این فرصت را بدست آورند.

■ می‌خواهم گفت‌وگویمان را با این پرسش که کنفرانس و مجمع عمومی بعدی انجمن بین‌المللی تحقیقات علوم ارتباطات در چه تاریخی و در چه کشوری برگزار می‌شود، به پایان برسانم. بیست‌وچهارمین کنفرانس عمومی در سال ۲۰۰۴ در برزیل تشکیل خواهد شد. اما در این فاصله یک کنفرانس منطقه‌ای با موضوع، جامعه اطلاعاتی و جهانی‌شدن: گام بعدی چیست؟» به مدت چهار روز از ۱۳ الی ۱۶ جولای ۲۰۰۳ مطابق با ۲۲ الی ۲۵ تیر ۱۳۸۲ در تایپه تایوان در دانشگاه Shih Hsin برگزار می‌شود.

تایپه‌ای‌ها یک گروه شش نفره را به بیست‌وسومین کنفرانس در بارسلون اعزام کرده بودند، آنها کاتالوگ رنگی ۲۰ صفحه‌ای را در قطع A4 آماده کرده بودند که بین شرکت‌کنندگان توزیع شد و در روز آخر کنفرانس نیز توضیحاتی راجع به برنامه‌ها، محل کنفرانس و امکانات آنجا ارائه کردند. در این بروشور «فرانک مورگان Frank Morgan پریزیدنت IAMCR مقدمه‌ای را با عنوان "What's Next" که قسمتی از موضوع کنفرانس منطقه‌ای آینده است، نوشته بود و این پرسش را مطرح کرده بود که «گام بعدی چیست؟ این را چه کسی می‌داند؟ اما این همیشه یک سؤال خوب است که پیش‌رو باشد».

متشکرم □