



سیری در اندیشه های مک لوهان

با نگاهی به تاریخ ایران

مقداد مهربانی

چکیده
هدف از مقاله حاضر بررسی نظریه های مک لوهان (Herbert Marshal McLuhan) است؛ اما از آنجا که نظریه های وی بر پایه هیچ تحقیق تجربی صورت نگرفته است و وی بیشتر یک نظریه پرداز است و برخی از نتایج تصورات وی چنان دور از دسترس هستند که امکان بررسی عملی آنها وجود ندارد، در این مقاله تنها به بررسی نظری برخی اندیشه های وی پرداخته شده است. البته در قسمتی از مقاله نتایج بدست آمده از تحقیقی، با در نظر گرفتن جمله معروف وی که « رسانه پیام است » بصورت آماری ارائه شده است و چنین نتیجه گیری شده که در زمینه درک اخبار پیچیده و دشوار توسط افراد غیر کارشناس این جمله کاملاً صحیح است. در بخش دیگری از این مقاله نیز وضعیت ارتباطی ایران در سه دهه گذشته مک لوهانی بررسی می شود. در پایان اندیشه های مختلف درباره دهکده جهانی مورد نظر مک لوهان بررسی می شود.

کلید واژگان

مک لوهان، رسانه پیام است، دهکده جهانی، کهکشانی های ارتباطی، تاریخ ایران

مقدمه

در پاسخ به اینکه اصولاً آیا می توان گفت مکتب و فلسفه خاصی به نام مک لوهانیزم وجود دارد آرتور شلزینگر چنین جواب می دهد: « وجود دارد، چیزی بنام مک لوهانیزم وجود دارد. مک لوهانیزم ترکیب درهم و برهمی است از نظریات پیش پا افتاده عادی، حدسیات زیرکانه، مقایسه های دروغین و بصیرتهای خیره کننده، آنچه در ابتدا بیهوده و نومید کننده بنظر میرسد... جلوه های مسخره از نمایش و شعبده بازی های اسرارآمیز... مک لوهانیزم اینهاست و خیلی از چیزهای دیگر... اما فراموش نکنیم که مجادلات و بحث های کاملاً جدی و عمیق در مک لوهانیزم، بخش مهم و موثری را به خود اختصاص داده اند.» (رشید پور، ۱۳۵۲: ۶)

به همین دلیل است که «مک لوهان» و موضوع «مک لوهانیزم» پس از گذشت مدتها همچنان پررونق است. هربرت مارشال مک لوهان نظریه پرداز کانادایی در حوزه ادبیات و ارتباطات است که به سبب نظریه هایش در باره رسانه های جمعی به خوبی شناخته شده است. وی از سال ۱۹۶۴ در دانشگاه تورنتو شروع به تدریس کرد و بخاطر جمله قصارش که «رسانه پیام است» مشهور شده است، وی در سال ۱۹۶۷ کتابی بنام «رسانه پیام است» به چاپ رساند. این اثر دارای حجم کمی است که در آن بسیاری از عقاید کلیدی وی بصورت جمله های قصار و پاراگراف های کوتاه خلاصه شده است، کیفیت چاپ، صفحه بندی و تصاویری که بر زیبایی محتوا می افزودند توسط کوئنتین فیور (Quentin Fiore) طراحی شد.

رسانه های جمعی از طریق تأثیرات فرهنگی فراگیرشان، جهان را به اندازه یک دهکده تقلیل داده اند

عبارت معروف وی «دهکده جهانی» این ایده را به ذهن میرساند که رسانه های جمعی از طریق تأثیرات فرهنگی فراگیرشان جهان را به اندازه یک دهکده تقلیل داده اند. برخی آثار تأثیر گذار مک لوهان عبارتند از: کهکشانی گوتنبرگ: شناخت انسان چاپی (۱۹۶۲)، برای درک رسانه ها (۱۹۶۴)، رسانه پیام است (همراه با فیور ۱۹۶۷) و جنگ و صلح در دهکده جهانی (۱۹۶۸).

عده ای از دانشمندان به شدت از مک لوهان انتقاد کرده اند و دیدگاههای وی در زمینه تکنولوژی های رسانه بعنوان «توسعه انسان» را یوتویپایی دانسته و معتقداند که وی قدرت سخنوری و بلاغت (Rhetoric Power) رسانه های جمعی الکتریکی را درک نکرد. (Debra ۱۹۸۳: ۵۷، Kittler ۱۹۹۹)

با این وجود عده ای از پژوهشگران کوشیده اند برخی از افکار مک لوهان را آزمون کنند، اما یکی از مشکلات این کار این است که تصورات وی متضمن اثرهایی چنان دور از دسترس و فراگیر است که آزمون آنها را دشوار میسازد. (سورین و تاناکارد، ۲۰۱۱: ۳۹۴) از طرف دیگر نوشته های مک لوهان پر از ابهام و ایجاز است تا جایی که به رمز و راز می رسد (همان: ۳۹۳). از این رو درک درست مفاهیم مورد نظر وی تا حدی دشوار و گاهی نامانوس و غیر قابل هضم هستند و کاملاً با واقعیتی که پذیرفته ایم در تناقض است.

رسانه پیام است؟

مک لوهان با جمله قصار خود که «رسانه پیام است» اندیشه های بسیاری را به چالش طلبید. منظور وی از این جمله آن است که پیامی که از سوی هر شکل ارتباطات انتقال می یابد، اساساً تحت تأثیر رسانه ای است که از طریق آن فرستاده شده است. واقعیت آن است که به کمک تحقیقات انجام شده و فرضیه های آشنا پذیرفته شده بود که ارزش و تأثیر وسایل ارتباط جمعی در محتوای آن است و همچنین آنکه رادیو و تلویزیون بصورت محصولات جدید دنیای صنعتی، به خودی خود دارای هیچ گونه ارزش منفی و یا مثبت نیستند. تنها طریقی که مورد استفاده ما قرار می گیرد ارزش آنها را تعیین می کند. مک لوهان با آن به مخالفت می پردازد.

ویلبر شرام و دانشمندان دیگر که رابطه تلویزیون و سینما را با خصوصیات اطفال و نوجوانان مورد بررسی قرار داده اند همگی چنین نکته ای را بصورت اصل مسلم و نتیجه تحقیقات خود پذیرفته اند. آنها می گویند تلویزیون وقتی یک برنامه علمی و یا آموزشی پخش می کند وسیله علمی و سودمندی است، زیرا در محتوا و پیام سود فراوان ملاحظه میشود اما وقتی یک فیلم وسترن جنگی با مایه های شرارت و خشونت را در اختیار

تماشاگران قرار می‌دهد، می‌تواند به ارزشهای مورد قبول آنان آسیب فراوان برساند. (رشید پور، ۱۳۵۲: ۱۶)

بدیهی است در دوره‌ای که اندیشه‌های مذکور به شدت حاکم بود، این جمله مک لوهان که « رسانه پیام است» در سال ۱۹۶۴ در کتاب « برای درک رسانه‌ها» اندیشه‌های بسیاری را به چالش طلبید، با این حال نه تنها امروزه از اهمیت این جمله کاسته نشده است بلکه تلاش‌های بسیار در زمینه‌های متفاوت برای بررسی این جمله قضاوت صورت گرفته است.

مک لوهان در این نظریه که وسیله ارتباطی همان پیام است آنقدر تند روی می‌کند که گویا برای او وسیله ارتباطی ارزش و اعتباری بیش از پیام یا محتوای ارتباط دارد. به همین دلیل بسیاری از دانشمندان معاصر وی، او را طرد کردند. در تمام آثار مک لوهان، موضوع قضاوت‌های ارزشی و توجه به محتوا فراموش شده است. او کمتر به محتوای وسایل ارتباطی پرداخته و برخلاف سایر نویسندگان مسائل ارتباطی که تمام توجه خود را مثلاً به داستان یک فیلم، موضوع یک برنامه تلویزیونی و... معطوف داشته‌اند، او اصولاً به این قبیل مسائل که جنبه محتوا و پیام دارد توجه نکرده است. (همان: ۶۹).

رسانه یا پیام:

ساختار اخبار دشوار برای غیر متخصصان

در یک تحقیق که توسط رونالد باروس انجام گرفت به بررسی تأثیرات دو ساختار متفاوت در ارائه اخبار پیچیده و دشوار بر دانشجویان کارشناسی رشته‌ای غیر از علوم که اطلاعات چندانی درباره محتوای علوم و تکنولوژی نداشتند می‌پردازد. دو متن در زمینه علوم و تکنولوژی از نیویورک تایمز انتخاب می‌شود و مورد دستکاری قرار می‌گیرد و این دو متن هم بصورت اصلی و دست نخورده و هم بصورت دو سبک هرم وارونه (IP= Inverted Pyramid) و ساختار سازی تشریحی (Explanatory Structure Building =ESB) ارائه شدند. در این تحقیق ۲۲۵ شرکت کننده در معرض یک صفحه وب به هر چهار صورت مذکور قرار گرفتند. متغییرهای وابسته عبارتند از علاقه و وضعیت خود گزارش شده و درک وضعیتی عمیق تر (Deeper Situational Understanding of Text) از متن که توسط تفکیک کاری و سوالات تولید کننده استنباط (Generating Questions) اندازه گیری شدند.

مک لوهان در کتاب برای درک رسانه‌ها در سال ۱۹۶۴ تناقض گویی مهم خود که « رسانه پیام است» را به جهان معرفی کرد. با این وجود از دهه ۶۰ به بعد تحقیقات بسیاری در زمینه مطالعات ارتباطات کوشیده است تأثیر سطح کلان در

معرض اخبار بودن را بوسیله اندازه گیری عقاید عمومی، درک یا یادآوری محتوا تعیین کند. در واقع در اکثر تحقیقات به بررسی محتوای اخبار پرداخته شده است تا شکل و فرم ارائه آنها.

« اگر بپذیریم که تعریف تأثیر رسانه‌ها همچنین شامل تأثیر فرم و یا تأثیر محتوای رسانه است» (Mcleod, ۲۰۰۶ Yaros; Kosiki & Pan ۱۹۹۱; Mcleod & Reeves, ۱۹۸۰) و با توجه به جمله مک لوهان که « رسانه پیام است » می‌توان هر یک از دو سبک مختلف را دو فرم رسانه‌ای متفاوت نسبت به حالت اصلی آنها در نظر بگیریم و به بررسی تأثیر آن‌ها بدون توجه به محتوا بپردازیم. هر چند در این تحقیق رسانه به خودی خود اهمیت ندارد بلکه آنچه اهمیت دارد ساختار ضابطه مند محتوا و در واقع الگوی خواندن است که از طرف فرم‌های رسانه‌ای متفاوت ساده سازی می‌شوند.

این تحقیق بررسی می‌کند که درک عمومی اخبار پیچیده و دشوار تنها از سوی در معرض قرار گرفتن و یا توجه به محتوا تعریف نمی‌شود و این در معرض قرار گرفتن و توجه به محتوا همواره ممکن نیست که به فهم شخصی منجر شود. در این تحقیق نشان داده می‌شود که چگونه ساختار متن می‌تواند بر فهم شخص از اخبار پیچیده و دشوار در زمینه علوم و تکنولوژی تأثیر بگذارد. این کارها از طریق ارائه یک محتوای یکسان به دو سبک مختلف روزنامه نگاری (سبک هرم وارونه و ساختار سازی تشریحی) صورت می‌گیرد. (Yaros, ۲۰۰۶)

این تحقیق کاملاً به شیوه پوزیتیویستی و آماری چندین نتیجه بدست می‌آورد که دو مورد از نتایج که قابل استفاده در این تحقیق است، چنین می‌باشد « ۱- تغییرات در ساختار متنی اخبار علوم و تکنولوژی، چه بصورت هرم وارونه و چه بصورت ساختار سازی تشریحی علاقه و درک موقعیتی را نسبت به هنگامی که متن نیویورک تایمز دستکاری نشده بود، افزایش می‌دهد. ۲- سبک اخبار بصورت ساختار سازی تشریحی علاقه و درک وضعیتی را نسبت به سبک هرم وارونه افزایش می‌دهد.» (Ibid)

نتایج بدست آمده از این تحقیق بویژه نتیجه اول روابط مهم بین ساختار متن، درگیری خواننده و درک متعاقب محتوای پیچیده اخبار را نشان می‌دهد. این نتایج برای ساختار تشریحی، این ادعای مک لوهان را تأیید می‌کند: این رسانه است که با مجموعه‌ای از مطالب و اخبار، همان پیام می‌باشد. شواهد نشان داده شده در این تحقیق که بیان می‌کنند، ساختارهای متفاوت، تأثیرات متفاوتی بر علاقه و فهم دارند، ادعاهای کسانی که اعتقاد دارند که مخاطب اخبار علوم و تکنولوژی تنها باید افراد خبره باشند را رد می‌کند.

ایران در سه کهکشان مک لوهان:

محسنیان راد در کتاب ارتباط شناسی به بررسی وضعیت ایران در سه کهکشان ارتباطی مک لوهان دست می زند و معتقد است که تفاوت بین مدت زمان اقامت غربی ها در کهکشان های سه گانه مک لوهان و ایرانیان از یک طرف و کیفیت این اقامت از طرف دیگر، سبب یک سری ویژگی های اجتماعی در زمینه ارتباطات انسانی در این سرزمین شده است. فرضیه وی چنین است که بدون در نظر گرفتن متغیر سواد، شاید بتوان کم توجهی نسبی ایرانی ها را به پیام های مکتوب، چه در حد روزنامه، مجله، کتاب و چه گزارشهای اداری، نامه نگاری و... ناشی از عواملی از جمله همین عامل عدم اقامت کافی در کهکشان گوتنبرگ دانست. (محسنیان راد، ۱۳۶۹: ۵۰۶) وی برای بیان فرضیه خویش دست به بررسی کمی مدت زمان اقامت در سه کهکشان شفاهی، مارکنی و گوتنبرگ می زند و این کمیت ها را مبنای قضاوت درباره ویژگی های اجتماعی در زمینه ارتباطات انسانی می کند. حال اجازه بدهید وضعیت اقامت های مختلف ایرانیان را در سه کهکشان مذکور با توجه به کتاب ارتباط شناسی وی بیان کنیم و سپس به بررسی قضاوت های وی دست بزنیم.

کهکشان اول کهکشان شفاهی بود که از دور دست تاریخ آغاز و تا سال ۷۱۷ شمسی (۱۳۳۶ م) ادامه داشت. بعد، عصر زندگی در کهکشان گوتنبرگ آغاز شد. مسافران آن کهکشان ۳۸۰ سال در آنجا ماندند و بعد سومین سفر را آغاز کردند؛ سفر به کهکشان مارکنی، و هنوز نیز در آنجا هستند. (همان: ۴۸۷)

ابتدا وضعیت اقامت ایران در کهکشان شفاهی بررسی می شود که مجموع پیام های نوشتاری سرزمین ایران به هنگام ورود به کهکشان گوتنبرگ پایین است. مجموع کتب خطی تا دوران قاجار در کتابخانه های ایران حدود ۴۸ هزار جلد است. (همان: ۴۹۷)

اروپا در سال ۱۴۳۶ م به همت گوتنبرگ وارد کهکشان جدید شد. در فاصله ای کوتاه چاپخانه ها در اکثر کشورهای اروپایی به کار افتادند و علوم به سرعت همه گیر شد. اما ما ایرانی ها خیلی دیر تصمیم به چنین مهاجرتی گرفتیم. ارامنه اصفهان ۱۹۰ سال بعد با آوردن ماشین چاپ در سال ۱۶۴۰ م از روسیه نخستین کتاب مذهبی به زبان ارمنی را چاپ کردند. ایرانیان فارسی زبان ۳۸۱ سال بعد از اروپا، با آوردن نخستین چاپخانه فارسی در تبریز در سال ۱۸۱۷ م وارد این کهکشان شدند. (همان: ۴۱۸)

این بعد کمی اقامت بود اگر بخواهیم از نظر کیفی هم بررسی کنیم نخستین روزنامه ما به نام «کاغذ اخبار» در سال ۱۸۳۷ م منتشر شد. در حالی که ۲۱۵ سال پیش «ویکلی نیوز» (Weekly News) در لندن چاپ میشد. حتی تیراژ نخستین

روزنامه ها نیز قابل بررسی اند. از طرفی نخستین روزنامه های ما دولتی بودند: مانند « کاغذ اخبار » متعلق به میرزا صالح شیرازی وابسته به وزارت امور خارجه (طباطبائی، ۱۳۷۵: ۱۵) و « وقایع اتفاقیه » متعلق به میرزا تقی خان فراهانی وزیر دربار قاجاریه بودند. این روزنامه ها دارای تیراژ بسیار پایینی بودند که هرگز به مردم عادی نمی رسید. از طرف دیگر مردم عادی توان مالی خرید آنها را نداشتند.

در سال ۱۹۲۰ نخستین فرستنده رادیویی جهان در لندن به کار افتاد و انگلیسی ها وارد کهکشان مارکنی شدند، در حالی که سیصد سال در کهکشان گوتنبرگ مانده بودند. در سال ۱۹۴۰ م اولین فرستنده رادیویی ایران تنها ۲۰ سال پس از انگلستان، به کار افتاد. ایرانی ها با شتاب وارد این کهکشان شدند. (همان: ۵۰۱) شاید بر اثر همین شتاب است که علاقه ایرانیان به پیامهای مکتوب بسیار اندک است.

نخستین فرستنده تلویزیونی جهان در سال ۱۹۳۶ م در انگلستان به کار افتاد و اولین فرستنده تلویزیونی ما در سال ۱۹۵۸ م تأسیس شد. (همان: ۵۰۳) به همان فاصله کوتاه از تأسیس نخستین فرستنده رادیویی در جهان، ما دارای فرستنده تلویزیونی شدیم. با توجه به تاریخ چاپ کتاب محسنیان راد در سال ۱۳۶۹، نویسنده تنها به بررسی سه کهکشان گوتنبرگ دست زده است، در حالی که با توجه به نظریات مانوئل کاستلز در کتاب «کهکشان اینترنت»، دهکده جهانی را رد میکند و آن را محصول شبکه جهانی اینترنت می داند و دهکده را شبکه جهانی باکومه های شخصی می خواند. (Rantanen, ۲۰۰۵)

بنابراین ضروری است که وضعیت اینترنتی ایران و جهان نیز بررسی شود. شبکه اینترنت برای نخستین بار در اوایل دهه ۱۹۶۰ بمنظور حفظ و حراست از اسرار نظامی ارتش آمریکا از طرف « آژانس طرح‌های نظامی پیشرفته » (Advanced Research Project Agency = ARPA) در وزارت دفاع ایالت متحده پایه گذاری شد. سپس این شبکه در اختیار دیگر مراکز تحقیقاتی غیر نظامی قرار گرفت. (معتد نژاد، ۱۳۸۲) اینترنت در سال ۸۳-۱۹۸۲ عمومی شد. اینترنت از سال ۷۳-۱۳۷۲ (۱۹۹۳م) در ایران جنبه کاربردی پیدا کرد. سال ۱۳۷۷ (۱۹۹۷م)، شورای عالی اطلاع رسانی جهت نظم و ساماندهی به استفاده از اینترنت تشکیل شد. تقریباً حدود ده سال پس از نخستین استفاده های کاربردی در اروپا، اینترنت در ایران نیز کاربردی شد. می توان ادعا کرد که فاصله ایجاد تکنولوژی های جدید ارتباطی در اروپا و ایران رو به کاهش است. این در حالی است که اروپا پس از ۶۰ سال اقامت در کهنکشان مارکنی وارد کهنکشان اینترنت (با توجه به نظریه کاستلز) شد و ایران هم تقریباً همین مدت و حتی چند سالی کمتر در کهنکشان مارکنی اقامت داشت.

این بررسی ها بویژه فاصله های رو به کاهش در زمینه فناوری های جدید سبب امیدواری به کاهش دسترسی زمانی به آنها می شود اما از طرف دیگر ممکن است منجر به ویژگی های خاص اجتماعی مانند عدم استفاده همگانی و عام از اینترنت ... نیز شود.

بررسی برخی اندیشه های مک لوهان در تاریخ ایران

مک لوهان نه تنها رسانه ها را به دو دسته گرم و سرد تقسیم میکند، بلکه جوامع میزبان رسانه ها را نیز به دو دسته تقسیم کرده، ناخودآگاه برای فرهنگ و معنی های مخاطب نیز اهمیت بسیار قائل میشود. او می گوید: ما میتوانیم کشورهای عقب افتاده را همانند رسانه های سرد و کشور های پیشرفته را چون رسانه های گرم در نظر بگیریم، درست مانند وضعیت افراد حیلہ گر و زیرک یک شهر در مقابل افراد ساده و بی غل و غش آن (مک لوهان، ۱۳۷۷: ۲۹). از همین منظر محسنیان راد فیلم « دختر لر » را بررسی میکند. این فیلم بر اساس داستان عامیانه « جعفر و گلنار » شکل گرفته بود و برای همان افراد ساده و بی غل و غش مورد نظر مک لوهان در یک کشور عقب مانده نمایش داده می شد. (محسنیان راد، ۱۳۸۴: ۱۱۸۱)

مک لوهان درباره علت نامگذاری وسایل سرد و گرم چنین می نویسد: « اوضاع و احوال با گذشته فرق کرده است. وقتی می گویم فلان شخص نسبت به فلان موضوع گرایش سرد دارد، منظورمان این است که چنان با آن یکی می شود، آنچنان نسبت به آن احساس علاقه و تمهد می کند که گاهی اوقات بین او و موضوع فاصله و تفاوتی نمی توان قائل شد. من دو صنعت گرم و سرد را بطور متفاوت بکار گرفتم زیرا در فرهنگ عامه بخصوص در بین جوانان واقعا سرد و گرم درست برخلاف معانی ظاهری آنها بکار برده میشود. (رشیدپور، ۱۳۵۲: ۱۱۳ و ۱۱۲)

وسيلة ارتباطی گرم از نظر او وسیله ای است که تنها یکی از حواس پنجگانه ما را در نهایت تکامل و قدرت بکار می گیرد. وقتی می گویم یک چیز در مقابل حواس ما نهایت تکامل و وضوح خود را آشکار می سازد مقصودمان این است که تمام جزئیات آن دیده می شود و حس ما در برخورد با آنها نباید چیزی از خود مایه بگذارد و یا خلأ موجود را پر کند. وسیله ارتباطی سرد، ضرورتاً دخالت و همکاری بیشتری از حواس مخاطب طلب می کند، در حالی که مخاطب یا گیرنده پیام در مقابل وسیله ارتباطی گرم از این دخالت بی نیاز است و همکاری او به حداقل می رسد. (همان، ۱۱۳)

رادیو یک وسیله ارتباطی گرم است. به هنگام شنیدن رادیو، شنونده خود را به دست آن می سپارد و به اصطلاح در آن غرق می شود. وی معتقد است هنگامی که رادیو به بازار کشورهای اروپایی و آمریکایی سرازیر شد و مورد استفاده وسیع قرار گرفت، تنها دو کشور انگلستان و ایالات متحده برضد اثرات ناگهانی و تکان دهنده آن واکسن مصونیت زده بودند. مک لوهان برخوردار بودن از سواد و شرایط یک اجتماع صنعتی را واکسن مصونیت می شناسد. او میگوید دیگر کشور ها نتوانستند از شوک رادیو در امان باشند. رادیو دارای اثری است که می توان آن را جادوی قبیله ای نامید. تارهای قدیمی پیوستگی های قومی و قبیله ای را در اروپا با آهنگ فاشیسم به لرزش درآورد. (همان، ۱۱۶)

در سالهای اولیه تاسیس رادیو در ایران، درصد باسوادان بسیار پایین بود. آمارهای در دسترس نشان میدهد که سال ۱۳۱۴، تعداد فارغ التحصیلان دوره شش ساله ابتدایی در سراسر ایران در حدود ۹ هزار نفر (۸۸۸۴ نفر) بوده و کل محصلین کشور ۶۷۳ هزار و ۲۵۵ نفر و گرایش باسوادان به روزنامه نیز در پایین ترین حد بوده است. در نتیجه، در همان اوایل کار رادیو، عده داوطلبان شنود رادیو بر خوانندگان بالقوه مطبوعات برتری یافت (الهی، ۱۳۵۳: ۱۱ در محسنیان راد، ۱۳۸۴) بنابراین با توجه به آمارهای موجود در ایران، کاملاً طبیعی است که مردم بشدت تحت تاثیر فرستنده رادیویی قرار داشتند و هیچ گونه مصونیتی بر ضد اثرات

آن نداشتند.

مک لوهان در تشبیه معکوس برنامه اورسن ولز می گوید: « برای شناخت بهتر قدرت جهان شمولی رادیو می توان به برنامه مشهور اورسن ولز اشاره کرد که طی آن، او بطور ساختگی مدعی شد که از کره مریخ به زمین حمله شده است. و بدین ترتیب، عکس العمل مردم زیادی از کشورهای گوناگون پس از انتشار این خبر ساختگی برانگیخته شد.» مک لوهان اقدام هیتلر را نیز مشابه برنامه حمله مریخی ها دانسته می افزاید: « البته بعد از اورسن ولز ، هیتلر هم تقریباً چنین برنامه ای را اجرا کرد ، منتهی با این تفاوت که او بطور ساختگی عمل نکرد.» (مک لوهان ۱۳۷۷: ۳۵۲) تا حدودی میتوان حرف های مک لوهان را با شرایط بوجود آمده در شهریور ۱۳۲۰ مشابه دانست.

در روز سوم شهریور ۱۳۲۰ نیروهای مسلح انگلیس از جنوب و نیروهای مسلح روسیه شوروی از آذربایجان ضمن بمباران برخی شهرها پیشروی به سوی تهران را آغاز کردند (پازادگاه، ۱۳۵۰، ۲۲۸-۲۲۴) هنگامی که شهرهای ایران با هوایما های متفقین بمباران می شد، عده بسیار کمی بودند که می دانستند چه باید بکنند آنها را می توان خوانندگان مجله اطلاعات هفتگی فرض کرده که در شماره ۹ آن مجله نحوه مقابله با حملات هوایی را آموزش می داد.

مجله مذکور در آن شماره یک صفحه را بطور کامل به نقاشی گرافیکی اختصاص داده بود که از مجلات خارجی برداشته با ترجمه زیر نویس هریک از عکس ها، شیوه مقابله با حملات هوایی را برای مردم شهرها نشان می داد. تیتزر بزرگ بالای صفحه مذکور این بود: « در مواقع حمله هوایی چه باید کرد؟ » از طرفی خبر حمله متفقین به ایران در همان روز دوشنبه سوم شهریور ۱۳۲۰ از رادیو پخش شد و برای نخستین بار مردم ایران در همان روز حمله مطلع شدند که قوای بیگانه از مرز کشورشان گذشته است. (میرزایی ، ۱۳۷۸: ۷)

یکی از اعضای روزنامه اطلاعات آن زمان را چنین توضیح می دهد: « در روزهای اول حمله متفقین به ایران، استقبال مردم از روزنامه به حدی بود که نظیر نداشت. آن ها از ساعت ها قبل از توزیع روزنامه جلوی دفتر روزنامه آنچنان ازدحام می کردند که برای سربازان و پاسداران جلوگیری از آن امکان نداشت. یک روز تصمیم گرفتیم که در میان آن ازدحام ، قبل از انتشار، چند بسته از روزنامه را با موتور ساید دار خود به شمیران که محل اقامت مقام ها بود ، برسانیم. آقای مهدی روزنامه فروش را ترک خود سوار کرده، در حالی که بسته های روزنامه را در جعبه های ساید کاری موتور سیکلت جای دادم، به طرف شمیران حرکت کردم. هنگامی که در حال انجام این عمل بودیم، مردم به موضوع بی

بردند و در حالی که سیل جمعیت به دنبال ما می دوید، با انداختن یکی دو بسته میان آنها توانستیم خود را خلاص کنیم » (قاسمی، ۱۳۸۳: ۱۴۸)

با توجه به شرایط توصیف شده، رادیو مردم را مطلع می کرد و مطبوعات توضیح می داد(محسنیان راد ، ۱۳۸۴: ۱۲۹۱) هر چند نمی توان دقیقاً این را مشابه برنامه اورسن ولز دانست ، اما مردم بی سواد آن زمان ایران به سبب نداشتن مصونیتی که مک لوهان از آن یاد می کند بسیار تحت تأثیر قرار داشتند.

گشت و گذاری در دهکده جهانی مک لوهان:

مک لوهان دنیای امروز را دنیای الکترونیک می داند. وی معتقد است: محیط الکترونیکی عصر حاضر فضای قدیمی تصویری را که سال هاست به آن خو گرفته ایم، نامطبوع وبدون ارزش خواهد ساخت. در دنیای الکترونیک حوادث، اشیا و موجودات در یکدیگر فرو می روند، با یکدیگر رابطه پیدا می کنند، جدایی ها از بین می رود، تمایزات فراموش می گردد، شباهت ها خود نمایی می کند وبدین ترتیب محیط جدید بوجود می آید. محیطی که می توان آن را یک « دهکده جهانی » نامگذاری کرد. یک دهکده بزرگ جهانی که خصوصیات قبیله ای را در مقیاسی وسیعتر محفوظ می دارد.(رشیدپور، ۱۳۵۲: ۸)

مک لوهان معتقد بود که رسانه های جدید باعث بوجود آمدن پدیده جهش اطلاعات خواهند شد و می گفت: « اطلاعاتی که انسانها نیاز خواهند داشت ، از چهار گوشه جهان و با سرعت فراوان در اختیارشان قرار خواهد گرفت. [به این ترتیب ،] جهان بزرگ، روز به روز کوچکتر می شود و انسانها چه بخواهند وجه نخواهند، گویی در یک قبیله جهانی یا یک دهکده جهانی زندگی می کنند. چنین وضعیتی را امکانات الکترو نیک فراهم خواهد کرد.» (رشید پور ، ۱۳۵۴: ۴۳-۴۱)

۵۴
 ارتباط جهانی
 نشریه علمی-تخصصی
 فصلنامه علمی-تخصصی
 شماره ۱۳۸۴، زمستان ۱۳۸۴

به این ترتیب فکر دهکده جهانی در سال ۱۹۶۴ پایه گذاری شد. مک لوهان تا پایان حیاتش یعنی ۱۵ سال بعد همواره به دهکده جهانی اشاره می کرد و می گفت: «اکنون دیگر کره زمین بوسیله رسانه های جدید آنقدر کوچک شده که ابعاد یک دهکده را یافته است.» (مک لوهان، ۱۳۷۷: ۱۷۲). مک لوهان با مقایسه دهکده فرضی خود با دهکده سنتی می گفت: «همانگونه که در این دهکده سنتی، روابط انسانها بیشتر حالت بین فردی دارد، در دهکده جهانی نیز با وجود رسانه های جدید، روابط بین انسانها در همه جا حالت رابطه ای بین فردی خواهد یافت و در حد روابط افراد یک دهکده کوچک خواهد بود.» (همان: ۲۹۸)

فلورین پیه ته (Florin Pitea) به ستایش پیشگویی های مک لوهان می پردازد و دلیل بیان چنین تفکری را نحوه انعکاس حوادث جنگ ویتنام در کانادا می داند و می نویسد: «مک لوهان، در جریان جنگ ویتنام می دید که اگر چه هموطنان وی - کانادایی ها - اصلاً در جنگ شرکت ندارند، اما گزارش های جنگی شبکه های تلویزیونی آمریکا را دنبال و همانند آمریکایی ها ابراز احساسات می کنند. به این ترتیب، او در سال ۱۹۶۸، یعنی بیست و سه سال قبل از پوشش تماشایی جهانی جنگ خلیج فارس از سوی شبکه تلویزیونی سی.ان.ان گفت که جنگ ویتنام اگر چه اولین جنگ از نظر تجاوزگری نیست، نخستین جنگ از لحاظ مخاطبان رسانه های دیداری است. همین تجربه، مک لوهان را به طرف نگرش به همه جهان به مشابه یک جامعه بزرگ یعنی «دهکده جهانی» راهنمایی کرد. او پیش بینی کرد که رسانه های الکترونیک موجب ایجاد روابط آنی بین جوامع می شوند و بنابراین با «حضور همه جایی الکترونیک»، مرزهای فیزیکی از بین می رود و نوعی تجانس کامل ایجاد می شود. (Pitea, ۲۰۰۵: ۵.P)

محسنیان راد هم بوجود آمدن دهکده جهانی مورد نظر مک لوهان را تصدیق می کند و معتقد است: «شکل گیری دهکده جهانی، آنگونه که مک لوهان تجسم می کرد با ایجاد اولین وب سرویس در سال ۱۹۹۰، تأسیس شبکه تلویزیونی جهانی سی.ان.ان. در ۱۹۹۱ و ایجاد وب سایت یاهو در ۱۹۹۳ آغاز شد. ضمن آنکه قبل از آن تاریخ، نخستین تجربه های پوشش با ماهواره های پخش مستقیم برنامه های تلویزیونی (Direct Broadcasting satellite = DBS) به وقوع پیوسته بود. (محسنیان راد، ۱۳۸۴، ص ۱۷۰۹)

در خصوص تغییر نام دنیای جدید هم محسنیان راد معتقد است: «اندیشمندان ارتباطات از اوایل دهه ۱۹۹۰ شاید چون اصطلاح دهکده جهانی (Global Village) ناظر بر انجام عملی نبود، از فعل جهانی شدن (to globalize) استفاده کرده و ابراز آن را

نیز فناوری اطلاعاتی _ ارتباطاتی، نامیدند.» (همان: ۱۷۰۹) این در حالیست که مانوئل کاستلز طی مصاحبه اش با ترهی روناتانن به صراحت چنین می گوید: «دهکده جهانی یک موضوع قوی و جالب توجه در زمان بیانش بود، یک پیش بینی کاملاً غلط بود. آن یک دهکده، نیست بلکه یک شبکه جهانی از کومه های شخصی (Individual cottage) است که بسیار متفاوت است. اینترنت جوامع محلی را به جوامع جهانی تبدیل می کند که این کار از طریق اتصال به موتورهای جستجوگر، اطلاعات فرا متنی یا داده های متفاوت فراوان صورت می گیرد.» (Rantanen, ۲۰۰۵)

با وصل شدن به کامپیوتر های شخصی و بوجود آمدن اینترنت، ارتباطات همزمان نوشتاری، صوتی و تصویری دوسویه و چند سویه برای بشر امکان پذیر شد. در حال حاضر افراد در هر نقطه جهان می توانند بصورت همزمان با مشاهده تصویر همدیگر و داشتن صدای دو طرف به تبادل مطلب با یکدیگر بپردازند. (عاملی، ۱۳۸۳). ویژگی ارتباطی اینترنت کاملاً متفاوت از ارتباطات رادیویی و تلویزیونی یکسویه است، بنابراین چنین ویژگی های متفاوتی سبب بوجود آمدن جوامع جدید شده است و با توجه به دیدگاه کاستلز هر فرد کومه شخصی خود را دارد که می تواند لزوماً از دسترس دیگران دور باشد.

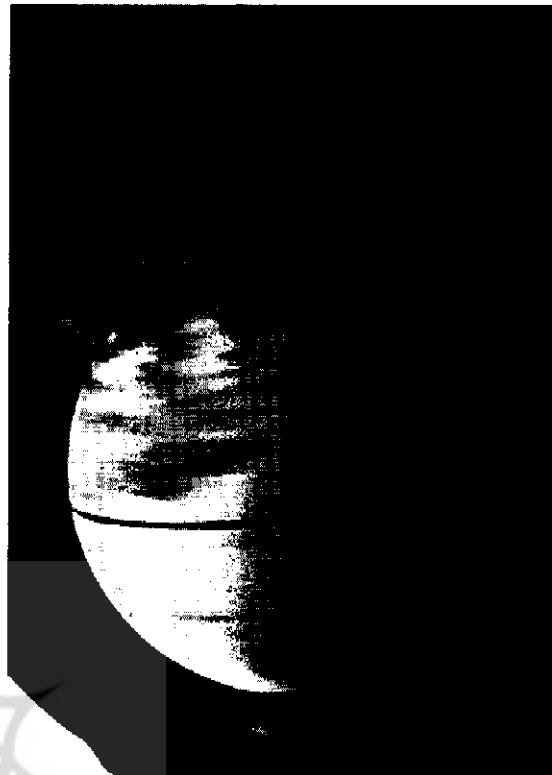
منابع:

فارسی:
 • الهی، صدر الدین؛ معتمد نژاد، کاظم و محسنیان راد، مهدی (۱۳۵۳). بررسی محتوای برنامه های رادیو ایران، تهران: دانشکده علوم ارتباطات، مرکز تحقیقات.
 • پازارگاد، بهاء الدین (۱۳۵۰). گرونولوژی تاریخ ایران، تهران: اشراقی.
 • رشید پور، ابراهیم (۱۳۵۲). آینه های جیبی آقای مک لوهان: تهران: دفتر انتشارات رادیو تلویزیون ملی ایران.
 • سورین، ورنر و تانکاره، جیمز (۱۳۸۱). نظریه های ارتباطات، مترجم: علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران
 • طباطبایی، محیط (۱۳۷۵). تاریخ تحلیلی مطبوعات ایران، تهران: موسسه انتشارات بعثت.
 • عاملی، سعید رضا (۱۳۸۲). «جهانی شدن: مفاهیم و نظریه ها»، فصلنامه فلسفی، ادبی، فرهنگی ارغنون، ش ۲۴، تابستان ۱۳۸۳، صص ۱-۵۸.
 • قاسمی، فرید (۱۳۸۳). رویدادهای مطبوعاتی ایران ۱۳۱۵-۱۳۸۲، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه .
 • محسنیان راد، مهدی (۱۳۶۹). ارتباط شناسی (ارتباطات انسانی

- میان فردی، گروهی و جمعی، تهران: سروش.
- محسنیان راد، مهدی (۱۳۸۴). ایران در چهار کهنکشان ارتباطی (سیر تحول تاریخ ارتباطات در ایران، از آغاز تا امروز)، تهران: سروش.
- معتمد نژاد، کاظم (۱۳۸۲). اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی، تهران: مرکز پژوهش های ارتباطات.
- مک لوهان، هربرت مارشال (۱۳۷۷). برای درک رسانه ها، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- میرزایی، محسن (۱۳۷۸). «اینجا برلین... اینجا برلین»، ایران، ش ۱۲۹۵، ۲ مرداد ۱۳۷۸.

لاتین:

- Society of the Spectacle, (۱۹۸۳), Debord, G
- Detroit: Red and Black
- Gramophone, Film, (۱۹۹۹), Kittler, F
- typewriter, trans. G. Winthrop-Young.
- Palo Alto, CA: Stanford University Press
- Illustrated Encyclopedia, (۱۹۹۲) Oxford
- Oxford, Peoples and Cultures, V
- University Press.
- Mac Donald, Micheal
- Empire and Communication, Media» (۲۰۰۶)
- Wars of Marshal McLuhan» Media, Culture
- ۵۰۵-۵۲۰. Nom (۴) ۲۸. & Society Vol
- http://www.geocities.com/them_addancnyyod/infinn.html
- The Message is the «(۲۰۰۵), Rantanen, Terhi
- Media: An interview with Manuel Castells»
- Global Media and Communication, Vol
- (۲) ۱۳۵-۱۴۷.
- Is it the medium» (۲۰۰۶), Yaros, Ronald A
- or the message? : structuring complex
- news to enhance engagement and
- situational understanding by nonexperts»,
- .۴ .No. ۳۳. Communication Research, Vol



۵۵
 ارتباطات
 شماره ۱۴۰ - بهار و تابستان ۱۳۸۵
 چاپخانه: نشر چشمه - تهران