

انتقاد در مطبوعات و وضعیت آن در ایران

دکتر مهدی محسنیان راد*

چکیده

مقاله حاضر خلاصه‌ای است از یک گزارش ۵۵۳ صفحه‌ای که منعکس‌کننده وضعیت انتقاد در مطبوعات ایران، ریشه‌های شکل‌گیری آن و راه‌های افزایش کارایی آن است. اگر این فرض را بپذیریم که انتقادهای مستند، دقیق و خردگرایانه که دور از اغراض شخصی بوده و از مسئولیت و شهادت ناقد سرچشمه گرفته باشند، می‌توانند در آگاهی افکار عمومی از خطاها و کج‌روی‌ها و نظارت آنان بر عملکردها ایفای نقش کنند و از آن سو، انتقادهای سست، احساسی و مغرضانه می‌توانند منتج به ناامیدی و کاهش عزت نفس مردمان، به ویژه در کشورهای در حال گذر شوند، شناخت وضعیت انتقاد در مطبوعات ایران، برای تحلیل کارکردهای مثبت و منفی آن و برنامه‌ریزی به منظور فراهم کردن زمینه رشد کارکردهای مثبت آن ضروری است.

برای ارائه این تحقیق، مجموعه قوانین مربوط به مطبوعات ایران - از آغاز تا کنون - مورد بررسی قرار گرفت. پس از ارائه تعریفی عملیاتی از دولتمردان (سرآمدان هر سه قوه) کلیه گفته‌های آنان درباره مطبوعات و روزنامه‌نگاران طی شانزده سال استخراج و به وسیله نرم‌افزار ویژه‌ای که برای این بررسی طراحی شد، مورد تحلیل محتوا قرار گرفت. همچنین با نرم‌افزار طراحی شده دیگری، ۶۱۶ نسخه از ۲۱۵ عنوان روزنامه و مجله که طی یک

ماه نشر شده بود، تحلیل محتوا شد. علاوه بر آن، پرسش‌نامه ویژه‌ای که برای آزمون زمینه‌ای مرتبط با برداشت روزنامه نگاران ایران از دولتمردان تنظیم شده بود، به وسیله ۵۴ روزنامه‌نگار با سابقه انتقاد نویس تکمیل شد. در این تحقیق، یک مطالعه موردی نیز انجام شد و مقوله رشد جمعیت ایران و عکس‌العمل‌های انتقادی آن در یک مقطع خاص مورد بررسی قرار گرفت و یک مدل ابداعی نیز برای ارتباط آرمانی دولت - مطبوعات - ملت ارائه گردید.

مقدمه

وقتی بخواهیم به وضعیت انتقاد در رسانه‌های یک جامعه بیندیشیم، به گونه‌ای اجتناب ناپذیر باید به اندیشه در رابطه دولت و رسانه‌ها و متعاقباً به تفکر درباره رابطه دولت و ملت روی آوریم، زیرا میان این مقوله‌ها کنشی متقابل وجود دارد. یکی از مورخان مطبوعات در غرب - راترفورد لیوینگ استون - می‌گوید: «همیشه حق انتقاد آزادانه از دولت، قدرتمندترین سلاح مبارزه با نیروهای استبدادی بوده است» (Livingstone, 1904:131). دیوید اسلون در کتاب چشم‌اندازی بر تاریخ رسانه‌ها می‌گوید: «حق انتقاد از حکومت مهم‌ترین شاخص حضور آزادی مطبوعات است» (sloan, 1991:87-105) اما مقصود از حکومت، همان است که به عنوان کارکرد «ساختی» به نام دولت مطرح است. «دولت مجموعه‌ای از نهادهاست که قوای اجرایی، قانون‌گذاری، اداره امور مرکزی و محلی، دادگستری، پلیس و نیروهای مسلح را در بر می‌گیرد... و حق انحصاری به کار بردن مشروع زور را در اختیار دارد» (آبرکرامبی، ۱۳۶۷: ۳۷۴).

افلاطون در مدینه فاضله خود، حضور «خرد»، «هوشیاری» و «انتقاد» را در رابطه دولت - ملت مطرح می‌کند (دورانت، ۱۳۷۰: ۱۱). یک‌هزار و هفتصد سال پس از او، ابن‌خلدون، نبود فاصله میان دولت - ملت را در کنار «عصبیت» (انسجام اجتماعی) مورد نظر خود برای بقای دولت ضروری می‌داند. (شیخ، ۱۳۶۳: ۱۶۰-۱۸۶) چهارصد سال پس از او، اسپینوزا آزادی گفتار و بحث و اعتراض معقول و فراهم بودن شرایط انتقاد برای ملت در پیوند با دولت را به عنوان یک اصل جای می‌دهد (دورانت، ۱۳۷۰: ۱۱-۱۲).

و از همه مهم تر، قرآن مجید نیز حق انتقاد از حکومت‌ها و به استنباط من، از طریق رسانه‌ها را کاملاً مشروع می‌داند که متعاقباً به آن اشاره خواهیم کرد.

پیشینه رابطه دولت - ملت در ایران

اگر به تاریخ اجتماعی ایران توجه کنیم، آن را مجموعه‌ای پیچیده از روابط ملت با گونه‌های مختلف حکومت‌های اقتدارگرایانه و مستبد خواهیم دید و حتی این نکته در ادبیات کهن فارسی از جمله گلستان سعدی، به کرات دیده می‌شود.

اگر بخواهیم به نخستین اثر اعتراض‌گرانه به استبداد در شرق - از جمله ایران - بپردازیم، کتاب طبایع الاستبداد نمونه‌ای است قابل تعمق. نویسنده این کتاب که از اندیشمندان سرزمین عثمانی بود، وضعیت حکومت‌های استبدادی در مشرق زمین را از نزدیک دیده و از بسیاری کشورهای اسلامی عصر خود بازدید کرده و مدتی با سید جمال‌الدین اسدآبادی در مصر همدم بوده است. کتاب طبایع الاستبداد به هنگام اختناق محمدعلیشاهی در سال ۱۲۸۶ شمسی به صورت چاپ سنگی در ایران منتشر شد. [صادق سجادی در پیشگفتار چاپ جدید این کتاب می‌نویسد که کتاب طبایع الاستبداد را از برخی جنبه‌ها با قرارداد اجتماعی ژان ژاک روسو مقایسه کرده‌اند (کواکبی، ۱۳۶۴: ۷)].

در این کتاب، عوامل بازدارنده «انتقاد» در حکومت‌های استبدادی به خوبی توصیف شده است و اگر حرف‌های نویسنده را به زبان امروزی بازخوانی کنیم، خواهیم دید که کوشش می‌کند تا ثابت نماید محصول حکومت‌های دیکتاتور، شکل‌گیری قلم به‌دستان منافق، توسعه خودسانسوری، به‌وجود آمدن قلم به‌دستان مداح حکومت و عدم امنیت برای قلم به‌دستانی است که بخواهند نهی از منکر کنند.

کواکبی می‌نویسد: «کم‌تر چیزی که استبداد در اخلاق مردمان اثر کند، آن باشد که نیکان ایشان را مجبور سازد تا با ریا و نفاق خو بگیرند که هر دو خصلتی سخت ناهنجارند و بدن را یاری کنند که تا هر آنچه در دل دارند به ایمنی مجری دارند. وقتی از عیب‌جویی و رسوایی ایمن باشند که اکثر اعمال ایشان پوشیده ماند. چه استبداد، پرده‌ای به آن افکند که عبارت از ترس مردمان از پاداش شهادت دادن و بیم از عاقبت افشای عیوب فاجران [تبهکاران] است. قوی‌ترین قانون از بهر اخلاق، نهی از منکرات

است، با نصیحت و سرزنش و نهی از منکر. اما در عهد استبداد، از بهر کسی که قدرت نداشته باشد و باغیرت باشد، چنین عملی غیر ممکن است. شخص صاحب قدرت باغیرت نیز بسیار اندک باشد. اما اشخاصی که در عهد استبداد مصدر و عظم و نصیحت و ارشاد همی باشند، پس ایشان - مطلقاً، اگر نگوییم غالباً - از چاپلوسان ریاکار خواهند بود. و کلام ایشان از تأثیر سخت دور باشد. چه آن موعظه و نصیحتی که اخلاص در او نبود، مانند بذر مرده باشد. اما نهی از کارهای زشت در اداره آزادی برای هر غیرتمندی و وقتی میسر است که با ایمنی و اخلاص بدان قیام نماید و بتواند نهی خویش نسبت به ضعف و اقویا، بدون تفاوت موجه سازد و تیرهای ملامت خویش بر صاحبان شوکت و رؤسا پرتاب کند و در موضوع‌های تخفیف ظلم و ترتیب نظم، به خوبی اندر شده گفت‌وگو نماید و نصیحتی که سود و ثمر بخشد، همین باشد. (کواکبی ۱۳۶۴: ۴۴)

نویسنده فرمولی را مطرح می‌کند که به زبان امروزی چنین است که برای سنجش این‌که آیا ملتی - در طول تاریخ - تا چه حد گرفتار استبداد بوده، کافی است واژه‌های تعظیم و تکریم را در فرهنگ آن ملت شمارش کنیم. «چون خواهند قدیمی بودن ملتی را در استبداد یا آزادی ایشان استدلال نمایند، لغت آن ملت را استنساخ کنند که آیا الفاظ تعظیم در آن بسیار است و از بابت عبارات‌های خضوع و فروتنی بی‌نیاز است؟» (همان منبع، ۴۴).

در اجرای توصیه کواکبی، شمارش القاب و تعارفات مربوط به ناصرالدین‌شاه قاجار در یکصد شماره از روزنامه وقایع اتفاقیه حاکی از وجود ۹۸۴ مورد لقب و تعارف در ۷۳ گونه است.

بررسی‌های نگارنده نشان می‌دهد که ۸۲ درصد از ۱۴۱ سال فاصله زمانی از ۱۲۱۶ شمسی که کاغذ اخبار میرزا صالح شیرازی منتشر شد تا پیروزی انقلاب اسلامی در ۱۳۵۷ شمسی، فعالیت روزنامه‌نگاران ایرانی در شرایط خفقان مطلق، در حد اعدام تا سانسور رسمی و دولتی بوده و در نتیجه مطبوعات آیینیه تعظیم و تکریم دولتمردان می‌شد است و آن ۱۸ درصد باقی‌مانده به‌جز چند استثناء کوچک، اکثر آزادی خاصی بود همراه با روزنامه‌نگاری فحاش یا جنگ‌های قلمی بین روزنامه‌ای، یا مطبوعات خنثی و غرب‌زده (محسنیان راد، ۱۳۶۵: ۳۹).

شاید حضور فضای تحمیلی پر از تکریم حکام و دولتمردان در طی تاریخ مطبوعات ایران بر متون آموزش روزنامه‌نگاری نیز تأثیر گذاشته باشد. چندان‌که از مجموع ۲۸ کتاب درسی روزنامه‌نگاری منتشر شده بین سال‌های ۱۳۳۸ تا ۱۳۷۱ فقط، نیم‌در صد سطح زیر چاپ آن‌ها مربوط به نقدنویسی است که اگر سهم مطالب مربوط به نقدهای ادبی و هنری را کسر کنیم، سهم مذکور چیزی در حدود ۰/۲ در صد می‌شود که عمده آن مربوط به کتاب‌های سی سال گذشته است و به دلیل گذشت سال‌ها از چاپ آن‌ها چندان نیز در دسترس روزنامه‌نگاران معاصر نیست. در واقع می‌توان حدس زد که روزنامه‌نگاران معاصر ایران از طریق منابع فارسی در دسترس، هیچ‌گونه آموزشی در زمینه نقد سیاسی - اجتماعی ندیده‌اند. ضمن آن‌که باید بر این نکته نیز تأکید ورزم که اصولاً انتقادنویسی را نمی‌توان در یک قالب خاص روزنامه‌نگاری جستجو کرد، بلکه آن‌را باید در گونه‌ای از ارتباط تبیین کرد که تابع قالب خاصی نیست.

خصلت فراگردی ارتباط سبب می‌شود که میان عناصر آن به صورتی پویا و مستمر، کنش متقابل وجود داشته باشد. همین ویژگی سبب شده که در آثار محققانی چون استفان هیوز (Stephanie Hughe) مسئولیت مخرب یا غیر مخرب بودن یک انتقاد، به عهده هر دو سوی ارتباط یعنی منتقد و نشانگاه انتقاد گذارده شود.

یک انتقاد مخرب می‌تواند در اثر عکس‌العمل غیر مخرب نشانگاه تبدیل به انتقاد غیر مخرب شود و از آن سو، یک انتقاد غیر مخرب می‌تواند در اثر عکس‌العمل مخرب نشانگاه تبدیل به پدیده‌ای شود که آن را دیوار سنگی (stony wall) می‌گویند. دیوار سنگی سبب می‌شود که کارکردهای مورد نیاز انتقاد بروز نکند (وایزینگر، ۱۳۷۰) بنابراین در حوزه ارتباطات دولت/ملت، عملکرد هر دو سوی ارتباط، یعنی روزنامه‌نگاران و هیئت حاکمه و دولتمردان است که مخرب، یا غیر مخرب بودن انتقاد را رقم خواهد زد.

نقش تئوری هنجاری حاکم بر غیر مخرب بودن انتقاد

به نظر می‌رسد که عملکردهای روزنامه‌نگاران، هیئت حاکمه و دولتمردان در حوزه نقد، خود، تابع تئوری هنجاری حاکم بر رسانه‌هاست، تئوری‌هایی که حاوی بایدها و

نبایدهای صریح و ضمنی درباره رسانه‌ها هستند.

تئوری هنجاری حاکم بر رسانه‌ها معمولاً ریشه در گذشته‌ها دارد و به همین دلیل در این تحقیق، برای شناخت تئوری هنجاری حاکم بر مطبوعات ایران از دو دریچه نگاه شد: (۱) بررسی قوانین ۱۵۰ سال گذشته مرتبط با مطبوعات و (۲) گفته‌های دولتمردان ایران درباره مطبوعات از آغاز پیروزی انقلاب اسلامی تا زمان اجرای این تحقیق (بررسی قوانین گذشته به این جهت انجام شد که پاره فرهنگ معاصر مطبوعات ایران نمی‌تواند بی‌تأثیر از ریشه‌های گذشته باشد).

جمع‌بندی بررسی مفصل قانون اساسی و سه قانون مطبوعات مربوط به پیش از پیروزی انقلاب اسلامی حاکی از این است که آن قوانین، شکل‌دهنده تئوری هنجاری اقتدارگرایانه و دیکتاتوری بر سر مطبوعات هستند و می‌دانیم مطبوعاتی که در چنین سپهری تنفس کنند نه انتقاد خواهند داشت، نه انتقاد کردن را خواهند آموخت.

در قانون اساسی جمهوری اسلامی، رویکرد آزادی را می‌توان به وضوح دید (در این قانون ۱۳ بار واژه آزادی به کار رفته در حالی که در قانون اساسی قبلی، این واژه‌ها حتی یک‌بار نیز به کار نرفته بود).

اگر چه در قوانین مطبوعاتی پس از پیروزی انقلاب اسلامی، چهار بار از انتقاد یاد شده، اما انتقاد مورد نظر به صورت انتقاد سازنده و بدون تخریب مطرح شده است. در حالی که دیدیم غیر مخرب بودن انتقاد تابع رفتار حکومت در مقابل انتقاد نیز هست.

اما در باره مهم‌ترین و اساسی‌ترین مرجع درباره مشروعیت انتقاد از حکومت، یعنی قرآن مجید به دلایل زیر می‌توان گفت که آیه شریفه ۱۴۸ سوره نساء جایگاه مهم انتقاد در رسانه‌ها را مطرح می‌کند. آیه مذکور می‌فرماید: «خدا دوست نمی‌دارد که کسی به گفتار زشت، به عیب خلق صدا بلند کند، مگر این‌که ظلمی به او رسیده باشد که خدا شنوا و دانای به احوال بندگان است.» تا پیش از ورود انسان به کهکشان مارکونی، بلندی صدا در همان حد بود که بتواند امواج صوتی را در فضا به گوش دیگری برساند، اکنون رادیو و تلویزیون - در کنار مطبوعات - بلندترین صدای طول تاریخ را فراهم ساخته‌اند، پس می‌توان رسانه‌ها را ابزاری دانست که قادرند آنچه که در آیه ۱۴۸ سوره نساء آمده، یعنی «بلندی صدا به هنگام ظلم» را عملی سازند.

به وضوح مشخص است که خداوند این صدای بلند را برای شنیدن دیگران پیشنهاد کرده نه شنیدن خود، چنان که در آیه ۱۰ سوره رعد می فرماید: «برای خدا وضع شما یکسان است. هم سخنان آن کسی را می شنود که بلند سخن می گوید و هم سخنان آن کس را که آهسته می گوید.» بنابراین در یک جامعه اسلامی، ضرورت دارد که هر گاه ظلمی دیده شد، در ابزار صدای بلند - یعنی رسانه‌ها - منعکس شود.

حتی اگر انتقاد را صرفاً بیان نکات منفی - بدون الزام به پرداختن نکات مثبت بدانیم، که تعریف صحیح انتقاد نیز همین است - در اوج، به عیب‌جویی خواهیم رسید، «عیب‌جویی» در مفهوم نقد در فرهنگ و زبان عرب و در واقع در جامعه اسلامی به هیچ وجه بدین مفهوم نیست که این واژه در حوزه ارزش‌های منفی قرار می گیرد. چنان که از امام جعفر صادق (ع) نقل است: «بهترین دوستان من کسانی هستند که عیب من را برایم هدیه بیاورند» (مجلسی ۱۳۴۵: ج ۷۴: ۲۸۳ - همچنین از امام هادی (ع) روایت شده که «خداوند بر بنده‌ای اراده خیر می کند که اگر او را عتاب و انتقاد کنند بپذیرد» (مجلسی، ۱۳۴۵: ج ۷۵: ۶۵).

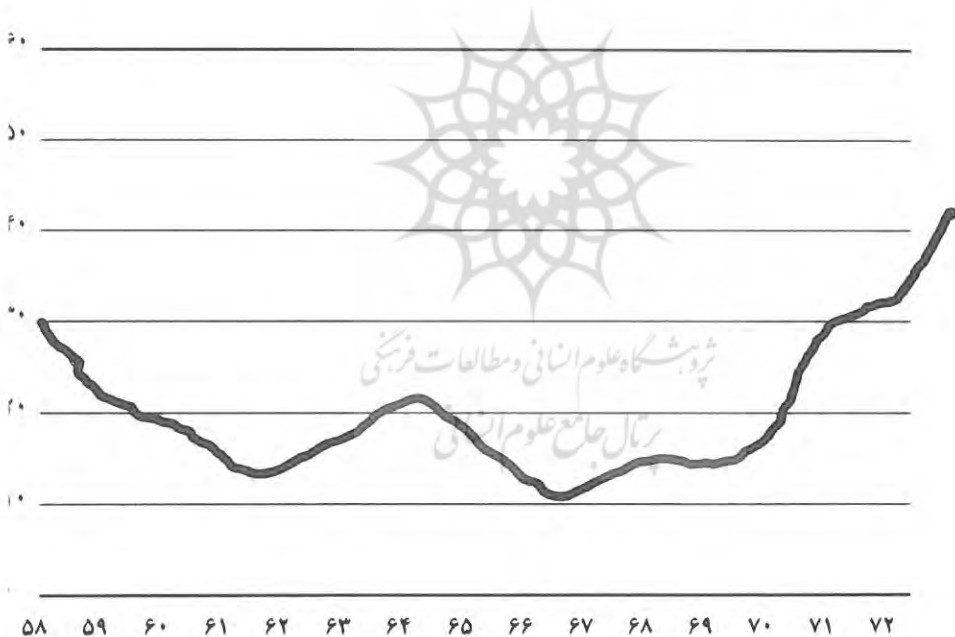
اما انتقاد صرفاً فریاد علیه ظلم یا عیب‌جویی نیست، بلکه جایگاهی است برای ارزیابی عملکردها و رویدادها. این ارزیابی به نوعی دارای کارکرد حضور مشورتی مردم در اداره امور است و چنین کارکردی از نظر قرآن کارکردی ارزشمند است. آن چنان که خداوند متعال در آیه ۳۸ سوره شورا می فرماید: «کسانی که کارهای خود را با مشورت دیگران انجام می دهند، نزد خدا نعمت ابدی دارند.»

ولی می دانیم که مرجع عملکرد روزمره روزنامه‌نگاران، گاهی عملاً منابع گرانقدر فوق و قوانین جاری کشور نیست، بلکه گفته‌ها و سلاقی دولتمردان می شود.

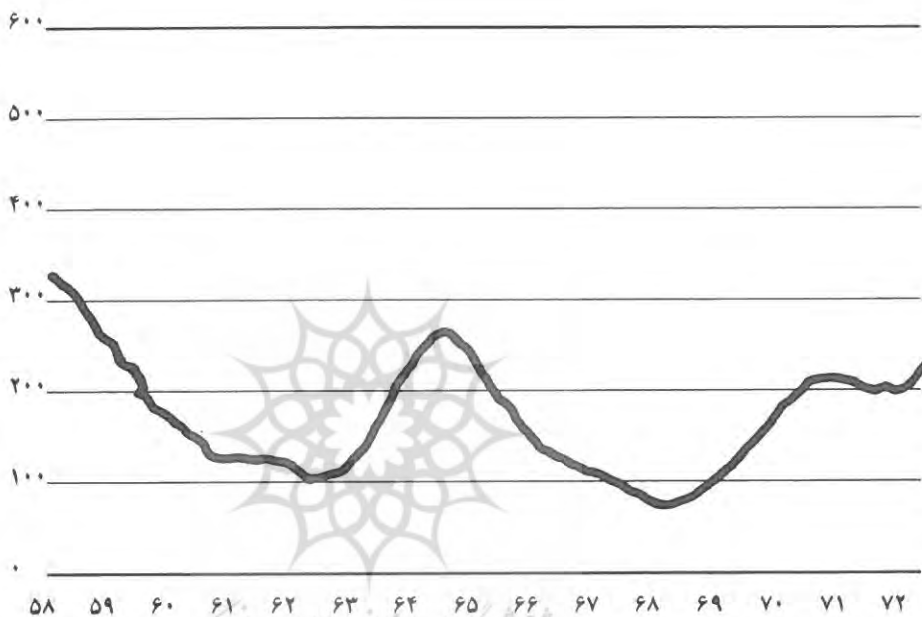
بررسی مجموع گفته‌های دولتمردان ایران از آغاز پیروزی انقلاب اسلامی تا سال ۱۳۷۴ (زمان اجرای پروژه حاضر که مرکب از ۴۹ هزار کلمه بوده و از آن ۲۲۹۱ گویه باید و نباید استخراج شد) نشانی می دهد که در سال اول پیروزی انقلاب، تعداد اظهار نظرهای دولتمردان در باره مطبوعات در سطح بالایی بوده و بعد به تدریج کم شده و در میانه جنگ به کم‌ترین رسیده و مجدداً پس از پایان جنگ و به ویژه از سال ۱۳۷۰ که تحولی در مطبوعات کشور به وجود آمد و تنوع مطبوعات به بالاترین حد خود در طول

تاریخ مطبوعات ایران رسید، تعداد اظهارنظرها افزایش یافته است: اما در تمامی ۱۶ سال مورد بررسی، میزان نارضایی دولتمردان ایران از مطبوعات و روزنامه‌نگاران دو برابر رضایتشان بوده است. ضمن آن‌که در شانزده سال گذشته به طور متوسط، هر ماه ۶/۶ گویه «باید» برای مطبوعات و یک گویه «باید» برای روزنامه‌نگاران بیان شده است.

۱- نمودار روند تغییرات تعداد گفته‌های دولتمردان ایران درباره مطبوعات و روزنامه‌نگاران طی شانزده سال

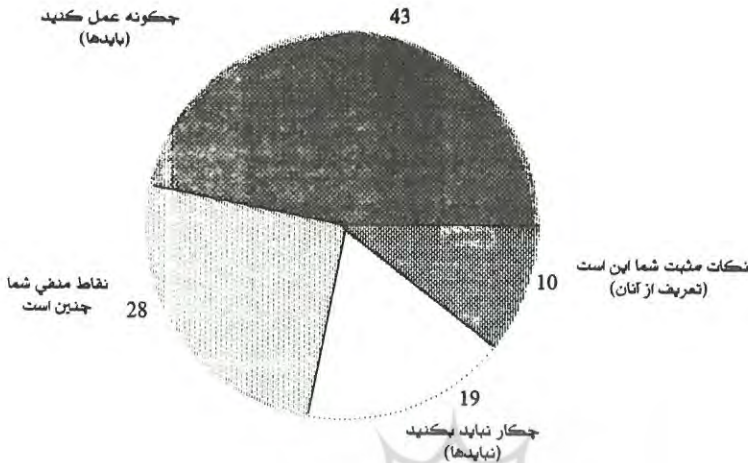


۲- نمودار روند تغییرات حجم گفته‌های دولتمردان ایران درباره مطبوعات و روزنامه‌نگاران طی شانزده سال



دولتمردان ایران، طی شانزده سال گذشته بیش از هر چیز به مطبوعات و روزنامه‌نگاران گفته‌اند که چگونه عمل کنید و چگونه باشید (۴۳ درصد)؛ پس از آن، نقاط منفی آنان را بر شمرده‌اند (۲۸ درصد)؛ در رده سوم، نبایدها را برای مطبوعات و روزنامه‌نگاران تعیین کرده‌اند (۱۹ درصد) و در آخرین رده، نکات مثبت را ذکر نموده‌اند (۱۰ درصد).

۳- نمودار مضامین گفته‌های دولتمردان ایران درباره مطبوعات و روزنامه‌نگاران



در ۶۷ درصد از گفته‌ها، ابهام در باره موافقت دولتمرد با آزادی دیده می‌شود؛ به عبارت دیگر، ۳۳ درصد از گفته‌ها را چنین داوری کردیم که گوینده موافق با آزادی مطبوعات است. اما به نظر می‌رسد که ۴۲ درصد گفته‌ها حالتی خنثی، ۱۵ درصد بالانس و ۹ درصد حالت مخالف دارند و ۳۰ درصد گفته‌ها حاکی از موافقت دولتمرد با چاپ انتقاد در مطبوعات است.

انطباق گفته‌های شانزده سال گذشته دولتمردان ایران با تئوری‌های هنجاری رسانه‌ای نشان می‌دهد که بایدها و نبایدهای آنان در باره مطبوعات به گونه‌ای بوده که بر یک تئوری خاص حتی در سطح حداقل ۵۰ درصد گویه‌ها نیز متمرکز نشده است.

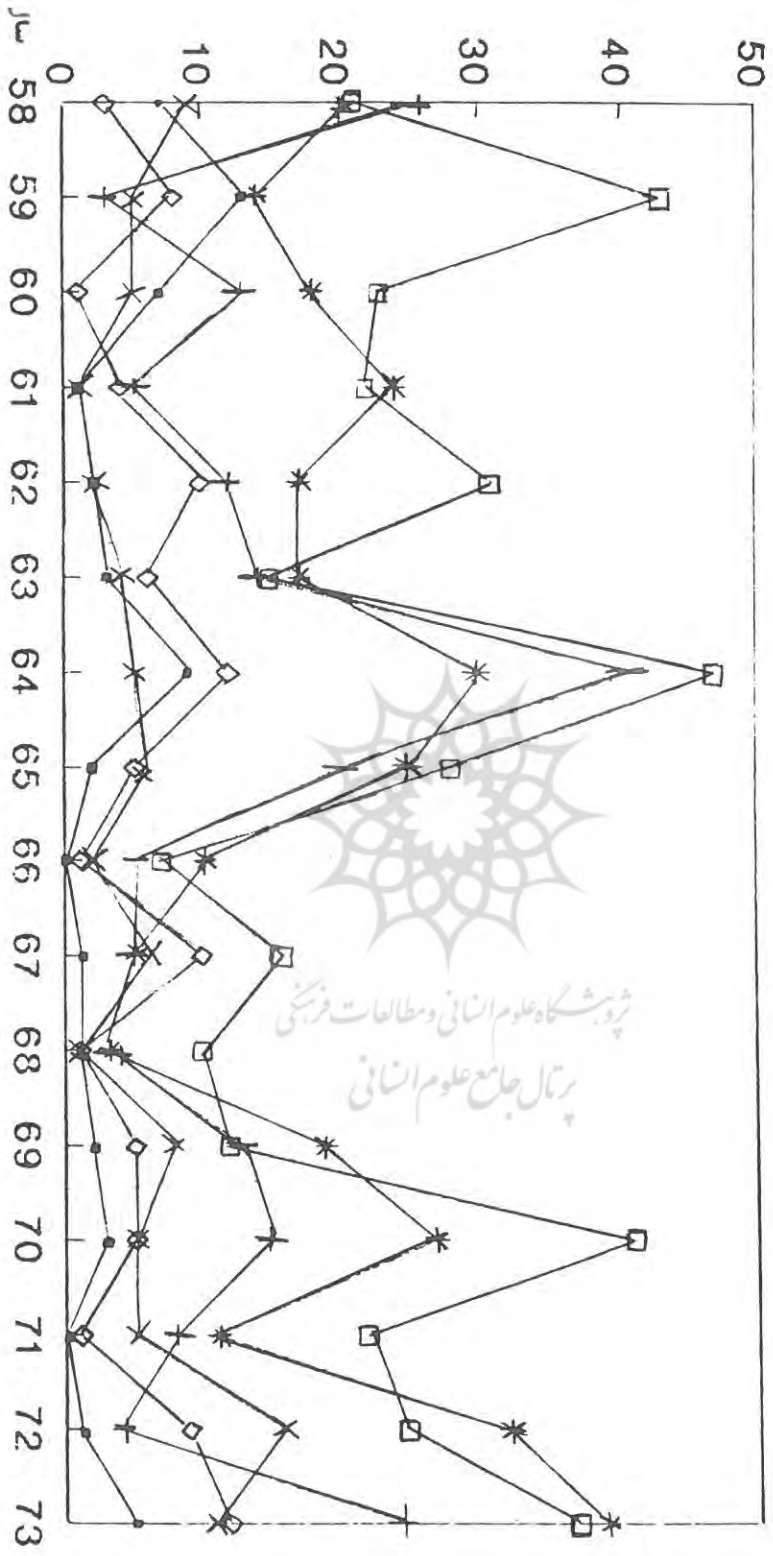
بیشترین نسبت مربوط به تئوری مسلکی است که ۳۴/۴ درصد کل بایدها و نبایدها را شامل می‌شود؛ ولی از همان ۳۴/۴ درصد، ۱۴/۴ درصد را گویه‌هایی تشکیل می‌دهد که در چارچوب شاخه‌های فرعی تئوری مذکور نمی‌گنجد. نکته‌ی اخیر نشانگر آن است که سایه‌هایی از تئوری هفتمی وجود دارد که مستلزم کار کارشناسی و در واقع تبیینی عملی است و بسیاری از مفاهیم نیاز به تعریف عملیاتی دارد. در واقع، تنوع بایدها و نبایدهای مطرح شده در شانزده سال گذشته و قرار گرفتن آن‌ها در تئوری‌های هنجاری

گوناگون سبب شده که روزنامه‌نگار ایرانی طی سال‌های پس از انقلاب با گفته‌هایی مواجه شود که اگر می‌خواست آن‌ها را مبنای بایدها و نبایدهای کار خود قرار دهد، با مجموعه‌ای بسیار پیچیده مواجه می‌شده که پیش از آن‌که برای او راهگشا باشد، او را سردرگم می‌کرده است. این سر در گمی را به وضوح می‌توان در نمودار صفحه بعد نموداری که از تعداد گویه‌های مرتبط با هر یک از شش تئوری هنجاری طی سال‌های ۱۳۵۸ تا آخر ۱۳۷۳ خبر می‌دهد، به خوبی نشان داد.

یعنی مروری بر تنوع موجود در گویه‌ها و در مواردی تضاد در آنچه خطاب به مطبوعات و روزنامه‌نگاران گفته شده وضعیت را بهتر نشان می‌دهد. در نگاهی به مجموعه مذکور می‌بینیم که دولتمردی گفته است روزنامه‌نگاران باید مانند معلمان باشند و دیگری افزوده است که روزنامه یعنی یک مدرسهٔ سیار. اما از آن سو، گفته شده که روزنامه‌نگار نباید احساس قیم بودن مردم را بکند؛ دیگری گفته است که مطبوعات باید بیانگر واقعیات آن‌طور که هست، باشند. دولتمردی گفته است که مطبوعات باید آینهٔ تمامی جامعه باشند؛ دیگری افزوده که روزنامه‌ها باید دنبال اسرار قابل چاپ باشند و از سویی دیگر، دولتمردان دیگری گفته‌اند که مطبوعات تحریک‌آمیز نباشند، تفرقه‌انداز نباشند، اختلاف‌برانگیز نباشند، جو سازی نکنند، تحریک‌کنندهٔ مردم نباشند، مانعی برای دولت در جهت سازندگی نباشند، بهانه به دست دشمنان اسلام ندهند، و ایجادگر وحشت در مدیران فعلی نباشند.

دولتمردانی گفته‌اند که مطبوعات با حفظ آزادی باید زیر نظر دولت باشند، با موازین جور بوده، تندر و نباشند. دیگرانی گفته‌اند که مطبوعات باید مراقب مسئولان نباشند، زیر سلطهٔ قوهٔ مجریه نباشند، زیر کنترل مقامات نباشند. دولتمردانی گفته‌اند که روزنامه‌نگاران باید متخصص باشند و دولتمردی گفته است باید فقط متعهد باشند. دولتمردی گفته است روزنامه‌نگار خودش باید متر و معیار باشد و دیگری گفته است که بلاک، سلیقه‌های شخصی و فردی نباید باشد و دولتمرد دیگری افزوده است در تأیید و تکذیب مقالات، برداشت‌های شخصی او نباید معیار باشد. گفته‌اند که روزنامه‌نگار نباید خودسانسوری کند و از آن سو گفته‌اند که باید بداند کجا حرفی را بزند و کجا نزند و دیگری افزوده است که باید دارای کنترل قلم باشد.

ع - نمودار تحول محور شش تنوری هنجاری رسانه‌ها در میان گفته‌های دو دستمردان ایران
 طی سال‌های ۱۳۵۸ - ۱۳۷۳



مجموعه گویه‌های دیگر نشانگر تمایل برای حضور انتقاد در مطبوعات است، اما شرایطی که برای این حضور مطرح شده، مبهم و در مواردی کاملاً نامفهوم و حتی غیر ممکن است.

مجموعه اطلاعات فوق نشان می‌دهد که مطبوعات ایران از حوزه تئوری اقتدارگرایانه قبل از انقلاب اسلامی خارج شده‌اند (فقط ۴/۸ درصد گویه‌ها مربوط به این تئوری است) اما وارد حوزه‌های شده‌اند که چشم‌انداز آن پیش از آن که بایدها و نبایدهای مشخص، تعریف شده، کاربردی و منطبق با خصلت روزنامه‌نگاری در آن باشد، مجموعه پیچیده‌ای از ترکیب تئوری‌های مختلف است. در واقع، بسیاری از دولتمردان بر اساس نظام ارزشی خود و به گونه‌ای ذهنی، به تعیین بایدها و نبایدها برای حوزه‌ای پرداخته‌اند که قانونمندی‌های علوم ارتباطات بر آن حاکم است. این امر سبب شده که در تمامی شانزده سال گذشته، تنوع تمامی تئوری‌های هنجاری رسانه‌ها را - به صورتی کم و بیش آشفته - در میان گویه‌ها ببینیم. بدیهی است محصول چنین وضعیتی، احتیاط، نگرانی و در مجموع، مساعد بودن شرایط خودسانسوری است که مغایر با بستر مناسب برای انتقاد است.

عدم فهم متقابل میان دولتمردان و روزنامه‌نگاران

تحقیق حاضر نشان می‌دهد که فهم متقابل میان روزنامه‌نگاران و دولتمردان بسیار کم است. اگر بالاترین حد فهم متقابل را یک فرض کنیم، فهم مذکور در حدود ۰/۴ به دست آمده است. برای این محاسبه از شصت روزنامه‌نگار باتجربه که سابقه نویسنده‌گی در نقد سیاسی - اجتماعی دارند، پرسش‌های متعددی مطرح شد که در یکی از آنها کوشش نده بود که معنی متجلی شده در ذهن روزنامه‌نگاران در اثر شنیدن برخی از بایدها و نبایدهای دولتمردان، بر اساس تعریف و مدل منبع معنی، یعنی نسبت M بر M محاسبه شود.

در کتاب ارتباط‌شناسی تعریفی برای ارتباط ارائه شد که براساس آن، شرط اصلی برای رقراری ارتباط، مشابهت معنی بود:

«ارتباط عبارت است از فراگرد انتقال پیام، از سوی فرستنده برای گیرنده، مشروط بر

آن که معنی متجلی شده در گیرنده، مشابه معنی مورد نظر فرستنده باشد» (محسنیان راد، ۱۳۶۹).

اصطلاح‌ها $\frac{M'}{M}$

به این منظور از میان گفته‌های دولتمردان، پانزده واژه و اصطلاح استخراج شد که «انتقاد سازنده» رایج‌ترین آن‌ها بود، ضمن آن‌که به نظر می‌رسید برخی از این واژه‌های ترکیبی، ابداعی خود دولتمرد باشد.

یازده اصطلاح در دسته باید‌ها جای می‌گرفت (انتقاد باید X باشد) که Xها عبارت بودند از: انتقاد سازنده، انتقاد راه‌گشا، انتقاد سالم، انتقاد مثبت، انتقاد خیراندیشانه، انتقاد دلسوزانه، انتقاد با حسن نیت، انتقاد ایجادگر حرکت، انتقاد / نه انتقام، انتقاد به نفع نظام و انقلاب و انتقاد با اهداف الهی. چهار اصطلاح در دسته نباید‌ها جای می‌گرفت (انتقاد نباید Y باشد) که عبارت بودند از: انتقاد در حد طرح سلیقه، انتقاد افراطی، انتقاد مغرضانه و انتقاد با هدفی بی‌محتوا.

نسبت M بر M برای یازده اصطلاح به شرح زیر محاسبه شد:

- | | |
|------|---------------------------------|
| ۰/۶۲ | ۱- انتقاد راه‌گشا |
| ۰/۵۲ | ۲- انتقاد سازنده |
| ۰/۴۴ | ۳- انتقاد با حسن نیت |
| ۰/۴۰ | ۴- انتقاد سالم |
| ۰/۳۹ | ۵- انتقاد دلسوزانه |
| ۰/۳۹ | ۶- انتقاد با اهداف الهی |
| ۰/۳۸ | ۷- انتقاد خیراندیشانه |
| ۰/۳۵ | ۸- انتقاد نه انتقام |
| ۰/۳۴ | ۹- انتقاد ایجادگر حرکت |
| ۰/۲۲ | ۱۰- انتقاد به نفع نظام و انقلاب |
| ۰/۱۷ | ۱۱- انتقاد مثبت |

میزان مشابهت معنی میان دولتمردان و روزنامه‌نگاران یا میانگین M بر M برای یازده

اصطلاح = ۰/۳۸۴

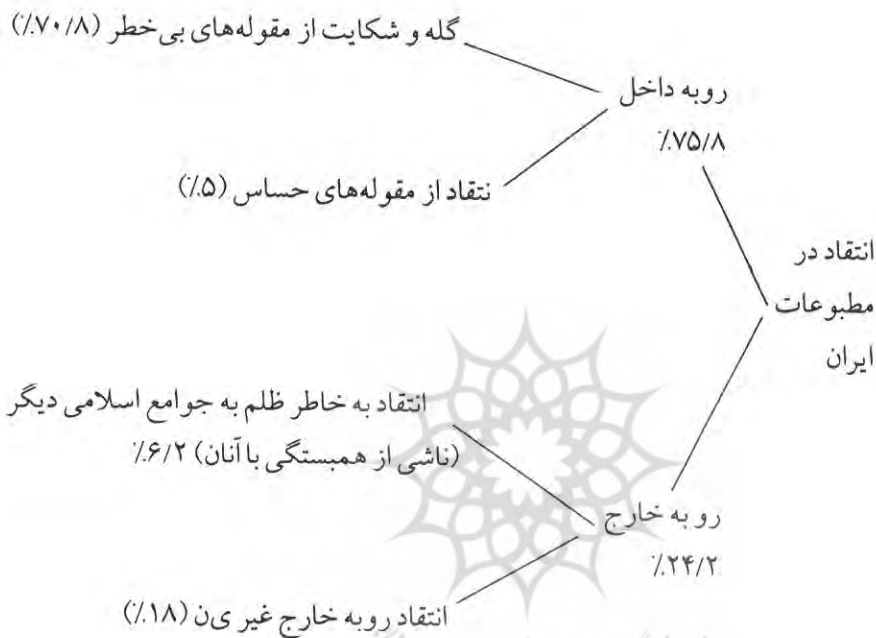
عدد ۰/۳۸۴ نسبت مناسبی نیست و نشان‌دهنده ناموزونی و پارازیت در ارتباط میان دولتمردان با روزنامه‌نگاران دربارهٔ بایدهای انتقادنویسی است. نکته قابل توجه دیگر آن است که میان خود روزنامه‌نگاران نیز - در مورد واژه‌های مذکور - مشابهت معنی وجود ندارد. فرضاً اگر همهٔ روزنامه‌نگاران مورد بررسی در برابر اصطلاح انتقاد سازنده، یا انتقاد دلسوزانه، می‌نوشتند که این اصطلاح بی معنی است. یا همه، آن را سدر راه انتقادنویسی می‌دانستند، می‌شد گفت که اگر چه در مورد این اصطلاحات میان روزنامه‌نگاران و دولتمردان مشابهت معنی نیست، ولی میان خود روزنامه‌نگاران، شباهت معنی دیده می‌شود، در حالی که جدول فوق نشان می‌دهد که چنین نیست.

در واقع، این‌گونه ابهامات، ناشی از پیشنهاد هنجارهایی می‌شود که تعریف مشخصی ندارند و سبب تشدید عدم تفاهم میان دولتمردان و روزنامه‌نگاران شده، از آن مهم‌تر، ر خودسانسوری روزنامه‌نگاران خواهد افزود.

سهم انتقاد در محتوای مطبوعات ایران

در میان کلیهٔ شماره‌های یک‌ماههٔ مطبوعات مورد بررسی مربوط به سال ۱۳۷۴ - ۴۱ نسخه از ۴۴ عنوان روزنامه و ۲۰۴ نسخه از ۱۷۱ عنوان مجله - ۱۷۸۲ مطلب نقادانه (اعم از انتقادات ورزشی، هنری، ادبی، سیاسی، اجتماعی و ...) دیده شد که در سطحی برابر ۲ میلیون و ۲۴۳ هزار و ۳۷۰ ستون سانتیمتر چاپ شده است (معادل ۴۵۰/ صفحه استاندارد روزنامه). اگر این رقم را به نسبت کل سطح زیر چاپ اعم از گهی و تصویر - بسنجیم، رقم مذکور نمایندهٔ شش درصد سطح زیر چاپ و اگر فقط بر ماس سطح نوشته‌ها ارزیابی کنیم، ۹/۴ درصد خواهد شد که رقم قابل توجهی است. اما اگر این انتقادات را به دو دستهٔ الف) انتقاد از مقوله‌های مربوط به ایران و ب) نقادهای مربوط به سایر کشورها تقسیم و انتقادات گروه الف را مجدداً به دو دستهٔ ۱) له و شکایت‌ها (مانند گله و شکایت از گرانی، تورم، کمبود اتوبوس و از این قبیل) و ۲) نقاد از مقوله‌هایی که حساس بوده و می‌توانسته خودسانسوری مانع طرح آن باشد و نقادان از خارج را نیز به دو دستهٔ ۱) انتقاداتی که ناشی از احساس همبستگی ما به

جوامع اسلامی می‌شود و ۲) سایر انتقادهای تقسیم کنیم، چشم‌انداز دیگری به دست خواهد آمد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

نوع انتقاد

در انتقادهای روبه خارج، امریکا، روسیه و اسرائیل سه کشوری هستند که بیش از بقیه مورد انتقاد قرار گرفته‌اند. در واقع، پس از گذشت شانزده سال از پیروزی انقلاب اسلامی، محتوای شعار نه شرقی، نه غربی در انتقادهای مطبوعات معاصر به وضوح حضور دارد.

کدگذاران، در داوری خود، ۵۴/۳٪ انتقادهای مستدل و خردگرایانه صرف تشخیص داده‌اند (این نسبت نشان می‌دهد که اگر چه ۷۰/۸ درصد از انتقادهای روبه داخل گله و شکایت‌هاست، اما بیش از نیمی از همین نوع انتقادهای، به صورتی مستدل و خردگرایانه

تنظیم شده است). ۱۰/۷ درصد طنز، ۶/۵ درصد احساسی صرف، ۲ درصد تمسخر و ۰/۸ درصد انتقاد از نوع فحاشی. از میان ترکیب‌ها، احساسی به علاوه خردگرایی و استدلال با ۱۸/۹ درصد در ردیف اول است. پس از آن، ترکیب فحاشی به علاوه احساسی و عاطفی است که ۲/۴ درصد را در بر می‌گیرد. در واقع، از نظر تعداد، در ۳/۲ درصد انتقادها، فحاشی را می‌توان به وضوح مشاهده کرد.

با ۹۹/۹ درصد اطمینان، نوع انتقادات رو به ایران بارو به خارج با یکدیگر متفاوت است. مهم‌ترین دلیل این تفاوت، مربوط به نسبت بالای انتقادات فحاشی، احساسی و فحاش گونه رو به خارج است که سهم هر کدام در حدود سه تا پنج برابر رو به داخل است اما بالعکس، انتقادات طنز رو به ایران حدود چهار برابر رو به خارج تخمین زده می‌شود.

از نظر موضوع، بیش‌ترین تعداد، مربوط به انتقادات اجتماعی، فرهنگی و تربیتی است (مانند اعتیاد، طلاق، مسائل آموزشی و تربیتی در خانواده و مدارس و از این قبیل) که ۱۷/۴ درصد مجموع انتقادها را شامل می‌شود. از این نظر، سهم رو به ایران دو برابر رو به خارج - یعنی ۱۹/۸ و ۹/۷ درصد - است. پس از آن، انتقادات اقتصادی با ۱۱/۶ درصد در ردیف دوم قرار دارد که سهم رو به ایران آن ۶ برابر رو به خارج است (۱۴/۳ و ۲/۶ درصد). انتقادها با موضوع هنری و ادبی ۷/۶ درصد در ردیف سوم است که سهم رو به ایران آن نیز ۶ برابر رو به خارج است (۹/۵ و ۱/۴ درصد). در ردیف چهارم، انتقادها ورزشی است با ۷ درصد که رو به ایران آن ۱۳ برابر رو به خارج است (۸/۵ و ۰/۷ درصد). ۶/۵ درصد انتقادها دارای موضوع سیاسی است که رو به داخل آن فقط ۱/۵ درصد و رو به خارج آن ۲۲/۵ درصد است (۱۵ برابر).

داوری کدگذاران حاکی از آن است که در ۳۰ درصد انتقادها (۳۸/۳ درصد سطح زیر چاپ) ضمن نشان دادن جنبه‌های منفی، راه حل نیز به وضوح ارائه شده است. در ۲۳ درصد انتقادها، در حالی که موضوع قابل ارائه، راه حل نیز بوده، بدون پیشنهاد راه حل و صرفاً با نشان دادن جنبه‌های منفی مطرح شده است. در ۲۲ درصد از مواردی که چنین خصیصه‌ای داشته، رگه‌هایی از راه حل نیز دیده شده است. ۲۱/۷ درصد انتقادها درباره مسائل بوده‌اند که انتظار ارائه راه حل از سوی منتقد بی‌معنی بوده و ۲/۹ درصد، انتقادهایی از گذشته تاریخی بوده که آن نیز مشمول ارائه راه حل نمی‌شده است.

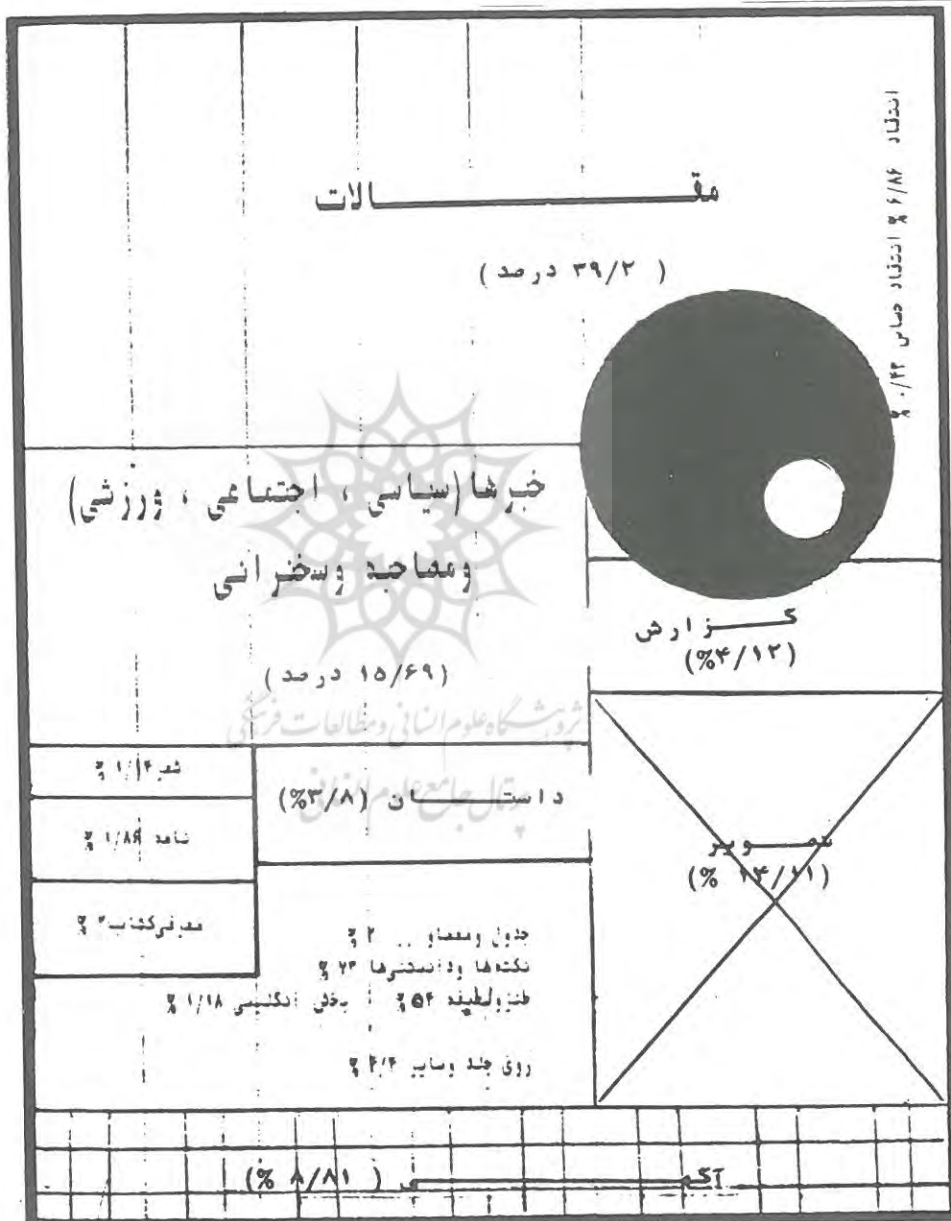
ساخت مدل از سهم انتقاد در محتوای روزنامه‌ها و مجلات

در صفحات بعد، مدلی از یک روزنامه خیالی که منطبق بر محتوای یک ماهه ۴۱۲ نسخه از ۴۴ عنوان روزنامه سال ۱۳۷۴ است و همچنین مدلی مشابه برای محتوای یک ماهه ۲۱۹ عنوان مجله تهیه شده که ضمن نشان دادن سهم مقوله‌های مختلف موضوعات، سهم مطالب انتقادی و همچنین مطالب انتقادی به اصطلاح حساس را نشان می‌دهد.

الگوی مناسب: ارتباط سه طرفه ملت-مطبوعات-دولت

شاید اگر توانمدهای امروز رسانه‌ها را در جهان در اختیار اندیشه‌مندان چو افلاطون، ارسطو، ابن خلدون و دیگران قرار می‌دادیم، صورت مسئله درباره رابطه آرمانی دولت-ملت کمی تغییر می‌کرد. به نظر نگارنده، رابطه دولت و مطبوعات از یک سو می‌تواند نمادی از رابطه دولت و ملت باشد و از سوی دیگر، مطبوعات می‌توانند ابزاری برای گفت‌وگویی سه‌سویه میان «دولت»، «ملت» و «نخبگان» باشند. این‌که نخبگان را جدا از ملت مطرح می‌کنم، نه از سر تمایز طبقاتی است و نه آن‌که آنان را در طبقه یا قشری خاص (مثلاً تکنوکرات‌ها) قرار می‌دهم، بلکه همان‌گونه که باتومور و موسکا توصیف می‌کنند، آنان کسانی هستند که به علت آموزش‌های فکری سخت خویش [نه الزاماً آموزش‌های مدرسه‌ای و دانشگاهی] دارای عناصر مساعد برای اصالت منش، افق‌های وسیع فکری و توانایی‌های گسترده‌ای چون شجاعت، بی‌پروایی، پایمردی و روحیه فدا کردن منافع خصوصی خویش برای منافع عمومی هستند (باتومور، ۱۳۶۹: ۹، ۷۷). در تاریخ معاصر ایران نیز می‌توان افرادی با خصایص مذکور را یافت. به هر حال به نظر نگارنده، رسانه‌ها و در میان آن‌ها مطبوعات می‌توانند وسیله این ارتباط سه‌سویه (ملت-مطبوعات-دولت) و ابزار ایجاد حداکثر مشارکت در میان این سه قطب باشند. تنها به این وسیله است که می‌توان فضای مناسب برای حیات انتقاد را فراهم کرد و در پیشگیری یا رشد فساد، از مشارکت مردم بهره جست؛ فساد که متأسفانه بذرش هرگز خشکیده نمی‌شود. ویل دورانت در آخرین سال‌های عمرش

۵- مدل روزنامه‌ای خیالی، نماینده محتوای یک ماهه ۲۴ عنوان روزنامه در ۴۱۲ نسخه و سهم انتقاد (دایره سیاه) و انتقادهای به اصطلاح حساس (دایره سفید) در آن.



۶- مدل مجله‌ای خیالی، نماینده محتوای یک ماهه ۱۱۵ عنوان مجله در ۲۰۷ نسخه و سهم انتقاد (دایره سیاه) و انتقادهای به اصطلاح حساس (دایره سفید) در آن.

خبرهای سیاسی و اجتماعی

(۲۵/۱۵ درصد)

<p>اخبار ورزشی (۴/۳۱ درصد)</p>		<p>مقالات (۱۰/۴۳ درصد)</p>		<p>انتقاد ۵/۲۴ درصد</p>
<p>نام‌ها و جوایز %۳/۱۵</p>	<p>اخبار هنری (۳/۶۹ %)</p>	<p>گزارش (۳/۷۸ درصد)</p>	<p>انتقاد حساس ۲۴/۰ درصد</p>	
<p>*آکمی‌های بازرگانی (۱۸/۹۵ %)</p>			<p>مطالب سرگرم کننده و اطلاعات عمومی (۸/۲۶ %)</p>	
<p>آکمی شب‌تزی (۵/۹۲ %)</p>			<p>تصویر %۴/۲۸</p>	
<p>نیازمندی‌ها (۱۳/۰۲ %)</p>				

در سن ۸۰ سالگی، وقتی در حال نگارش آخرین جلد از تاریخ تمدن بود، نوشت: «من هیچ حکومتی را در تاریخ سراغ ندارم که از فساد مصون باشد، ما هم شبیه آنان هستیم. باید در دیگران بر این نقطه ضعف انگشت بگذاریم و در مورد خودمان هم هر روز آن را زیر نظر داشته باشیم (دورانت، ۱۳۷۲، ۴۲۹). این نظارت دائم را می توان از مطبوعات انتظار داشت.

به نظر می رسد که با فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی بتوان جایگاه مطبوعات را در هر یک از جوامع معاصر، در نقطه‌ای از یک طیف مجسم کرد که یک سوی آن وضعیتی است مشابه عصر مطبوعات دولتی، رسمی و استبدادی و سوی دیگر، طیف مطبوعات خبری-تجارتی با سپهری از کوررنگی.

پیش‌بینی سرانجام عصر مطبوعات خبری-تجارتی دشوار است، اما در مورد نقطه افراطی آن سوی طیف-یعنی مطبوعات زیر سلطه دولت‌ها-می توان از تجربه تاریخ استفاده کرد و حدس زد که حضور مطبوعات مطیع سبب خواهد شد که مردم به حضور این گونه از مطبوعات (نه استفاده از این گونه مطبوعات) عادت کنند. این عادت سبب می شود که به تدریج، منزلت روزنامه و روزنامه‌نگار در نگرش مردم تنزل کند و مطبوعات در سبد مصرف جای نگیرد و به امری تفننی و غیر ضروری تبدیل شود. از آن سو، همان مطبوعات زیر سلطه به دلیل آن‌که می دانند بود و نبودشان برای مردم چندان تفاوتی ندارد، دچار دل‌نگرانی ناشی از بی‌اتکایی به مردم خواهند شد که سرانجام این دل‌نگرانی یا مرگ زودرس است، یا اتکا به همان حکومت مستبد که حداقل این نوع اتکا این است که چنین مطبوعاتی ناخودآگاه، مخاطب اصلی خود را پیش از آن‌که توده‌های مردم فرض کنند، دولتمردان فرض خواهند کرد و چنین مطبوعاتی قطعاً دچار خودسانسوری خواهند شد؛ به این ترتیب، حلقه‌ای شکل می‌گیرد که گردش آن روز به روز به نهادی شدن چنین وضعیتی کمک می‌کند.

سواى آنچه که در عمق خواهد گذشت، وضعیت مذکور دارای تصویری بیرونی و ظاهری است که معمولاً دولتمردان نظام استبدادی به لایه بیرونی توجه دارند تا لایه عمقی و درونی. از نظر آنان، این مطیع بودن نمایانگر رابطه‌ای سالم میان دولت و مطبوعات و به عبارتی دولت-ملت است. ولی می دانیم که مطبوعات مطیع حکومت و

ابزار حکومت، روزنامه‌نگارانی خواهند داشت که حرفه خود را مکانیکی انجام خواهند داد و اکثر آن‌ها اجباراً دچار روحیه‌ای منافقانه خواهند شد. اما تصور چنین وضعیتی به عنوان «یک وضعیت سالم» کاملاً یک باور سراب‌گونه است. اگر مطبوعات را یک «عقل مستقل» بدانیم، (۱) خواهند توانست به عنوان ناظری مطلع و خردمند، مردم را بر آنچه بر آن‌ها می‌گذرد و آنچه در پیش است، آگاه سازند و در نتیجه، عاملی برای حضور مشارکت مردم شوند؛ (۲) از طریق این نظارت، خواهند توانست در کاهش خطاها، به عنوان یک کنترل‌کننده ایفای نقش کنند و (۳) خواهند توانست به عنوان یک رابط، درجه حرارت آن عصبیت مورد نظر ابن خلدون را نشان دهند و حکومت را وادار سازند که مراقب این درجه باشد. چنین مطبوعاتی می‌توانند وسیله‌ای برای توسعه محسوب شوند.

با توضیحات فوق، می‌توان مدل مناسب ارتباط دولت-مطبوعات را این‌گونه توصیف کرد که این ارتباط نباید ارتباطی عمودی، از بالا به پایین و یک‌سویه باشد. مطبوعات باید به رغم تنوع و تعدد و داشتن تمامی ویژگی‌های تکثر (pluralism) و با مشارکت یا حضور نخبگان در آن و بدون سلطه حکومت بر آن، و در زیر چتر قانون، به صورت یک عقل مستقل، از یک‌سو ناظر بر عملکردها (چه دولت و چه ملت) و از سوی دیگر تحلیلگر و منعکس‌کننده عملکردها باشند. در این صورت است که خواهند توانست نقش انتقادی و هشداردهنده خود را به خوبی ایفا کنند.

برای دستیابی به یک جمع‌بندی، وضعیت مورد نظر در یک مدل، پیشنهاد شده است. همان‌گونه که مدل نشان می‌دهد، مطبوعات (P) به صورت جایگاه نخبگان (p) و به گونه‌ای عقل مستقل و در حالتی از تکثر که با حرف زیگما مشخص شده، نقش میانجی یا واسطه (media) میان دولت (G) و ملت (N) ایفا می‌کنند. این نقش از طریق ارتباطات دوسویه میان مطبوعات-مردم و مطبوعات-دولت به صورت پیکان‌های (N,P)، (P,N)، (N,G)، (G,N)، (P,G) و (G,P) امکان‌پذیر خواهد بود. در مدل، شکل و ضخامت پیکان‌ها با یکدیگر متفاوت است. پیکان‌های هاشوردار نماینده عبور داده (data) و پیکان‌های پر نماینده عبور پیام با محتوای اطلاعات هستند. ضخامت‌های بیش‌تر، نماینده کمیت (حجم) و کیفیت بیش‌تر پیام است.

اگر درجه حجم پیام را با d نشان دهیم آرمانی‌ترین وضعیت، رابطه زیر است:

$$d(N,G) \ d(G,N) \ d(P,G) \ d(G,P) \ d(N,P) < d(P,N)$$

این رابطه می گوید: میزان ارتباطات مطبوعات با مردم (P,N) بسیار مهم تر از ارتباطات مطبوعات با دولت (P,G) است. در واقع، اگر چنین نباشد، مطبوعات پیش از آن که دل نگران عکس العمل های مردم در مقابل پیام های خود باشند، نگران عکس العمل های دولت در برابر پیام های خویش خواهند بود. نیز رابطه فوق نشان می دهد که دولت باید در پیچه های ارتباطی خود را روی مطبوعات باز نگه دارد و در واقع، حجم ارتباطات (G,P) بیش از (P,G) باشد. در مدل، کانال های ارتباطی ضعیف تر بدون واسطه ای میان دولت - ملت وجود دارد. این کانال ها از شکل گیری انحصاری نقش میانجی برای مطبوعات جلوگیری می کند ولی اهمیت آن از سایر کانال ها کم تر است و به همین دلیل در رابطه فوق (G,N) در آخرین رده قرار گرفته است. مدل می گوید: دولت باید به مطبوعات داده بدهد نه پیام؛ و بالعکس، مطبوعات باید به مردم پیام بدهند، نه داده. علاوه بر آن، مدل می گوید: مطبوعات نباید کارگزار دولت باشند، یعنی دولت به آنان پیام دهد و آنان به صورت یک وسیله تکثیر، آن را به مردم منتقل کنند.

در مدل، سطح میان دوایر بزرگ تر و دوایر کوچک تر، به مفهوم قسمت مکمل (complete) است. دوایر بزرگ با حروف G,N,P نشان داده شده است و به ترتیب،

نماینده پیام آفرینان حرفه ای، مخاطبان بالقوه مطبوعات و دولتمردان (به معنای عام) است. دوایر کوچک تر، نماینده نخبگان (p)، مصرف کنندگان (n) و ناظران (g) است (در صفحات بعد، مدل آرمانی و ناموزون نیز ترسیم شده است). در صفحات قبل درباره نخبگان توضیح لازم داده شد. مصرف کنندگان (n) همان هایی هستند که در مدل ارتباطی ویندهال - که به آن مدل مصرف (use) گفته است - معرفی شده اند. در مدل او، واژه «مصرف» دارای مفهوم بسیار وسیعی است که می توان به طور خلاصه گفت: مصرف به مفهوم دریافت و درک پیام - چه از نظر مقدار و حجم و چه کیفیت و محتوا و چه خود وسیله است (ویندهال مانند مک لوهان معتقد است که سهمی از مصرف مربوط به خود وسیله است که ترکیب وسیله - محتوا منتهی به حالتی می شود که آن را تأثیرات با هم conseeffect می گویند) با انتظاراتی خاص از سوی مصرف کننده - ناشی از نیازهای مصرف کننده که متناسب با شرایط درونی اوست - و در شرایطی خاص [که

ناشی از خصیصه فراگردی ارتباط است] منتهی به پاداشی ویژه برای او می شود. این پاداش همان است که مصرف کننده در اثر این مصرف به دست می آورد (محسنیان راد، ۱۳۷۴: ۴۶۹-۴۷۳).

بازبینان (g) اصطلاح دیگری است که در این مدل به کار برده ام. آنان مراقبانی هستند که خود را موظف به ارزیابی محتوای رسانه‌ها براساس بایدها و نبایدهای حاکم می دانند. در هر جامعه، هر چقدر قوانین مادر و قوانین مطبوعاتی، نظارت و کنترل گسترده دولت بر عملکرد مطبوعات را ضروری تر بداند، تعداد و قدرت بازبینان بیش تر خواهد بود. اما این بازبینی می تواند در دو مقطع زمانی انجام گیرد که همین امر سبب می شود دو نوع بازبینی به وجود آید که با یکدیگر تفاوت بسیاری دارند.

بازبینی پیش از انتشار «سانسور» نام دارد و آنچه مراد من است، بازبینی پس از انتشار است. هر چقدر معیار و متر بازبینان (پس از انتشار) مبهم تر و نامدون تر باشد و هر چقدر احترام به قانون - از سوی بازبینان - کم تر باشد، احتمال گسترش «خودسانسوری» در میان روزنامه نگاران بیش تر خواهد شد.

هر چقدر حضور نخبگان در مطبوعات بیش تر باشد، مدل به طرف وضعیت آرمانی گرایش بیش تری خواهد یافت. اگر شعاع دایره P را یک فرض کنیم، شعاع دایره P می تواند صفر تا یک باشد که مقدار آن را در مدل به صورت درجه مشارکت نخبگان نشان داده ام. به همین ترتیب، در مدل، درجه حضور بازبینان و درجه مصرف کنندگان پیش بینی شده است. هر چقدر درجه مشارکت نخبگان در مطبوعات و درجه مصرف کنندگان به مخاطبان متمایل به سمت یک و درجه بازبینان به دولتمردان متمایل به صفر باشد، وضعیت مطلوب تر خواهد بود. گرایش به سوی وضعیت مطلوب را می توان در روابط زیر نشان داد:

P - p

G - g

N - n

آنچه که عامل تنظیم کننده درجات و شکل دهنده روابط مذکور است، بایدها و نبایدهای حاکم بر رسانه‌های آن جامعه است. در واقع، ساخت مدل مذکور در هر جامعه

تابع عوامل مختلفی است که مهم‌ترین آن‌ها، تئوری حاکم بر روابط مذکور است و این همان است که دنیس مک کوایل در کتاب تئوری‌های ارتباط جمعی به وضوح مطرح کرده است. او می‌گوید: «تئوری‌های هنجاری با این سؤال اساسی سروکار دارد که وسایل ارتباط جمعی چگونه باید عمل نمایند و چه انتظاری از آنان می‌رود. این امر به «زنجیره جامعه - رسانه (media-society linkage) مربوط می‌شود و زنجیره مذکور به سه نکته باز می‌گردد:

۱- ریشه‌های شکل‌گیری رسانه‌ها در آن جامعه،

۲- تصویری که رسانه‌ها به عنوان واسطه میان رویدادها و رسانه‌ها از خود دارند و

۳- تصویری که از رسانه‌ها برای تداوم سیستم حاکم در جامعه وجود دارد.

در واقع تئوری هنجاری حاکم بر رسانه‌های جامعه، مشخص‌کننده بایدها و نبایدها در عملکرد آن‌هاست که قوانین رسانه‌ای جاری با تعیین میزان استقلال رسانه‌ها و شروعیت بخشیدن به ارتباط عمودی یا افقی هیئت حاکمه با رسانه‌ها به رغم اهمیتی که دارد، فقط سهمی از این بایدها و نبایدها را تعیین می‌کند (Mc Quail, 1987: 109).

توقعات غیررسمی دولتمردان، توقعات گروه‌های فشار، باور و انتظارات مردم از رسانه‌ها، محتوای حافظه عامه از عملکرد رسانه‌ها و در مجموع، پاره فرهنگ حاکم بر رسانه‌ها تعیین‌کننده بخش عمده‌ای از این بایدها و نبایدها هستند که می‌توان همگی آن‌ها را در تئوری‌های هنجاری حاکم بر رسانه‌های یک جامعه خلاصه کرد. بنابراین، ستر ساخت و کارکرد رابطه دولت - مطبوعات - ملت را می‌توان تئوری‌های هنجاری حاکم دانست که عملاً فضای تنفسی مطبوعات را تشکیل می‌دهند و بر میزان و نوع انتقاد مطبوعات تأثیری عمیق می‌گذارند.

با توضیحات فوق، مدل نهایی ارتباطات دولت - ملت با نقش میانجی مطبوعات و در ستر تئوری هنجاری حاکم، به صورت مدل آرمانی صفحه بعد پیشنهاد می‌شود و علاوه بر آن مدل ناموزون که شرایط ناجوری (disonance) بر آن حاکم است نیز ترسیم شده است.

در مدل ناموزون، سهم عمده‌ای از فضای دایره دولت (G) را بازیگران (g) تشکیل می‌دهند. درجه بالای حضور بازیگران، نماینده میزان قدرت و تعدد آنان است.

از آن سو، دایره مطبوعات به صورت P نشان داده شده، نه زیگمای که این امر نشان دهنده عدم تکرر در مطبوعات است. همچنین در این دایره، سهم نخبگان و درجه حضور آنان بسیار کم و نزدیک به صفر است. از دولت به مطبوعات پیکانی از پیام (G,P) [نه داده سرازیر است که نشان دهنده نگاه دولت به مطبوعات به صورت یک ابزار و صرفاً وسیله است نه یک میانجی (mediation) و از آن سو، پیکان ضعیفی از مطبوعات رو به دولت دیده می شود که نماینده آن است که دولت، کنجکاو پیام های مطبوعات خطاب به خود نیست، بلکه مراقب داده های مطبوعات به مردم است و برای مطبوعات وظیفه ای در جهت پیام دهی به دولت نمی بیند.

در دایره ملت (N)، سهم و درجه مصرف کنندگان (n) در مقابل مخاطبان بسیار کم است. این امر نشان می دهد که از یک سو تیراژ بالفعل مطبوعات در مقابل تیراژ بالقوه آر بسیار پایین است و از سوی دیگر، خریداران آن تیراژ پایین نیز بیش تر بیننده و خواننده مطبوعات هستند، نه آن گونه که ویندهاها توضیح می دهد، مصرف کننده آن ها. ا. مطبوعات به ملت، پیکان هاشور خورده ای (P,N) دیده می شود که نمایانگر ارسال چیزی است جز پیام (اطلاعات فیلتر شده، نامتسجم، پرنماد و کم محتوا به شکل داده) و از آن سو، پیام های ارسالی دولت به ملت (G,N) نیز بالاست.

حاکمیت چنین مدلی بر ارتباطات سه سویه دولت - مطبوعات - ملت نمی تواند منتی به حضور انتقاد در مطبوعات و استفاده از کارکردهای ضروری و مثبت آن در جامعه باشد.

مدل آرمانی، ویژگی هایی دارد، معکوس آنچه در مدل ناموزون دیده شد.

این ویژگی ها را می توان در رابطه ای این گونه نشان داد که هر گاه نسبت نخبگان به روزنامه نگاران بیش تر (یعنی $\frac{P}{n}$ به یک نزدیک تر) باشد، نسبت مصرف کنندگان به مخاطبان بالقوه بیش تر ($\frac{N}{n}$ به یک نزدیک تر) می شود و نسبت بازیبانان به دولت مردا کم تر (یعنی $\frac{G}{G}$ به صفر نزدیک تر) شده وضعیت به شرایط آرمانی نزدیک تر خواهد شد

یعنی

$$\frac{\frac{p}{P} + \frac{n}{N} + 1 - \frac{g}{G}}{۳} = ۱$$

یا

$$\frac{p}{3P} + \frac{n}{3N} + \frac{1}{3} - \frac{g}{3G} = ۱$$

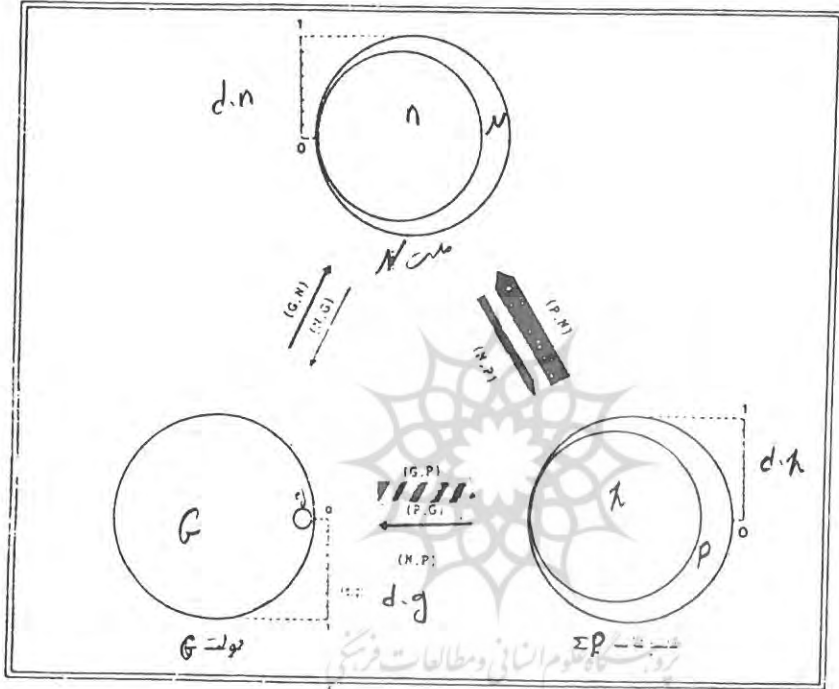
یا

$$\frac{p}{3P} + \frac{n}{3N} + \frac{G-g}{3g} = ۱$$

در خاتمه یادآوری این نکته ضروری است که مسئولیت روزنامه‌نگاران در کشورهای در حال توسعه در ارائه انتقادهای مستند، دقیق و خردگرایانه که دور از اغراض شخصی رده و از مسئولیت و شهامت ناقد سرچشمه گرفته باشد، بیش از سایر جوامع است، بر چنین نقدهایی می‌تواند در آگاهی افکار عمومی از خطاها و کج روی‌ها و نظارت نان بر عملکردها بسیار مؤثر باشد. حضور این نظارت، مانعی بر گسترش خطاها و نتباهات شده و محصول آن، کاهش عملکردهای نادرست و افزایش مشارکت مردم و نتیجه وسیله‌ای برای رشد و توسعه خواهد شد.

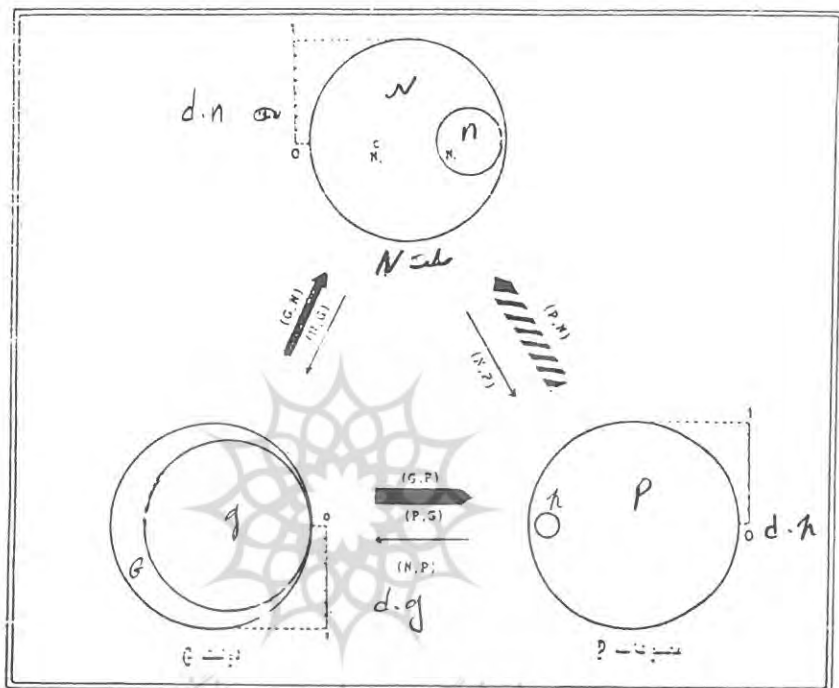
به نظر می‌رسد که کشورهای در حال گذر - در مقابل کشورهای پیشرفته - به دلیل مان خصیصه «در حال گذر بودن»، در شرایطی قرار دارند که احتمال اشتباه در طرح‌ها ندیدن تمام جوانب اقدامات در آنان بیش تر است. اما حضور انبوهی از نارسایی‌ها - که خیی از آن‌ها اجتناب‌ناپذیر بوده، تحمل و بردباری همراه با تلاش برای تغییر را می‌لبد و می‌تواند به گونه‌ای منعکس شود که منتج به افزایش ناامیدی و کاهش عزت نفس دمان کشورهای در حال گذر باشد. چرا که یکی از عوامل بازدارنده در کشورهای حال توسعه، وجود نو میدی در مردم و از دست دادن عزت نفس آنان است.

۵- مدل آرمانی ارتباط سه سویه دولت- مطبوعات- ملت



پرتال جامع علوم انسانی
پژوهش‌های علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

۶- مدل ارتباط ناموزون دولت - مطبوعات - ملت



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

۱۳۶۷.

انقلاب اسلامی، چاپ نهم، ۱۳۷۰.

دوم، ۱۳۶۳.

۱۳۶۴.

— محسنیان راد، مهدی. ارتباط شناسی (ارتباطات انسانی: میان فردی، گروهی و جمعی).

تهران: سروش، ۱۳۶۹. (چاپ دوم ۱۳۷۴)

— وایزینگر، هندری. هیچ کس کامل نیست. تهران: مروارید، چاپ سوم، ۱۳۷۱.

- Livingston , Rutherford . John Peter Zenger : His press *His trial and a Bibliography of Zenger Imprints* . New York : Dodd , 1904
- Me QUail , Denis. *Mass Communication Theory (An Introduction)*. London: Sage , Second Edition , 1987.
- Sloan , David Wm . *Perspectives on Mass Communication History* . New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates , 1991 .



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی