

رسانه و اقلیت های قومی ؛ بایدها و نبایدها

دکتر فریدون وردی نژاد

صنم آقا بالا

دانشکده خبر ایرنا

مقدمه :

ارتباط انسان ها ، سنگ بنای جامعه انسانی است و بدون آن هرگز به عنوان خصیصه ی انسانی پدید نمی آید. از جانب دیگر گسترش ارتباطات الکترونیک ، جامعه جدید را چنان از جوامع پیشین متمایز ساخته است که برخی عصر نو را عصر ارتباطات می خوانند . وسایل ارتباطی ، خود بر گردونه ارتباطی تأثیری شگرف بر جای می گذارند . این وسایل بر خلاف انتظار پدیده های خنثی و کاتالیزور نیستند . خود نو پدید می آورد و بر تمامی ارکان جامعه مؤثرند . این وسایل در پیدای عادات تازه ، تکوین فرهنگی جهانی ، تغییر در رفتار و خلق و خوی انسانها و بالاخره ، کوچک شدن کره زمین و همسایگی ملل دور دست ، سهمی شگرف بر عهده دارد .

ایران از جمله کشور هایی است که از تنوع قومی در ساختار جمعیتی خود برخوردار است. با این تفاوت که در اغلب کشور های مهاجر پذیر همانند کانادا، آمریکا، و کشورهای اروپایی، تنوع قومی محصول مهاجرت اقوام مختلف به این کشورها است ولی ایران جزء معدود کشورهایی است که اقوام مختلف همگی بومی این سرزمین اند و ذاتا به ایران و سرزمین خود دلبستگی و تعلق خاطر دارند.

یکی از موضوعات مهم و مسئله ساز در منطقه خاور میانه عدم انطباق مرزهای سیاسی با مرزهای قومی و فرهنگی است . مرزهای سیاسی کشورمان نیز بگونه ای است که اقوام ترک ، کرد ، عرب ، بلوچ و ترکمن در دو سوی آن واقع شده اند. و برخی از این اقوام در دو، سه و حتی چهار کشور گسترش یافته اند. امتداد گسترش مرزهای قومی فراتر از مرزهای سیاسی همواره

زمینه‌هایی را برای تأثیر و تأثر متقابل این اقوام از تحولات فرامرزی فراهم ساخته و گاهی قدرتهای بزرگ و فرمانطقه‌ای بدینوسیله امنیت کشورها را نیز به مخاطره انداخته‌اند.

در مورد تأثیرات اجتماعی رادیو و تلویزیون در گروه‌ها این تأثیر اهمیت کافی دارد. اولاً از یک سو وسایل ارتباط جمعی اختلاف طبقاتی را در زمینه‌های مختلفی کاهش می‌دهند. از سوی دیگر رادیو و تلویزیون بعضی از طبقات مردم را که به علل جغرافیایی تک افتاده بودند از انزوای خود خارج می‌کند. خصوصیت‌های ولایتی در حال از بین رفتن است و بالاخره در سطحی وسیع‌تر تحت تأثیر رادیو و تلویزیون موانع بین کشورها و عادات و فرهنگ‌های ملی آنها کاهش یافته است.

قومیت

هویت فرهنگی و تمدن ایرانی، از ابتدا و دیرباز، با تنوع قومی رقم خورده است. اقوام ایرانی با گروه‌های قومی غیر بومی و مهاجر در بعضی کشورهای دیگر که از طریق فتح سرزمینی و یا تحولات خاص سیاسی - بین‌المللی متاخر شکل گرفته‌اند، تفاوت ماهوی دارند، زیرا جزو ساکنان اولیه بوم و بر ایران و سهیم در تاریخ و فرهنگ و تمدن آن هستند.

گوناگونی فرهنگ ایرانی، خود را به صورت رنگین‌کمانی از ادیان و مسالک، مذاهب، زبانها و گویشهاو حتی نژادها در یک سرزمین مشترک و پهناور نشان می‌دهد و مطابق برخی برآوردها تا حدود ۶۰ گروه قومی را در بر می‌گیرد که از آن میان، شش گروه قومی آذری، کرد، ترکمن، عرب، لر و بلوچ به دلیل نسبت بالای جمعیتی، تمایز حوزه زیستی و مجاورت با هموندان قومی در بیرون مرزهای ملی، جایگاه برجسته‌ای دارند.

بیش از نصف جمعیت کشور، دارای زبانهای محلی و قومی هستند. موقعیت سیاسی کم‌نظیر یا بی‌نظیر ایران در این است که پاره فرهنگهای قومی آن، در حاشیه کشور قرار دارند و با اقوام متناظر خود در سیستمهای پیرامونی بیرون مرزها، مجاورت دارند. به ویژه آنکه بین برخی از آن اقوام با کشورهای خودشان مسائلی هست. این موضوع بالاخص از حیث تحولات

اخیر در گفت‌وگوهای بین‌المللی مبنی بر انتقال از تأکید بر حق حاکمیت دولتها - در دوره پس از جنگ جهانی - به حقوق بشر و از جمله حقوق قومیت‌ها در سالهای اخیر، برای ایران به لحاظ راهبرد امنیت ملی از اهمیت بسزایی برخوردار است.

فرهنگ‌های قومی، قبیله‌ای، ناحیه‌ای، گروه‌های زبانی یا اقلیت‌های مذهبی و نیز فرهنگ‌های ویژه و فرعی گروه‌های شغلی، طبقات، قشرهای موجود در یک کشور را **خرده فرهنگ** تشکیل داده که البته هر کدام در عین داشتن ویژگیهای خاص خود با فرهنگ کلی جامعه مبانی مشترکی دارند.

توجه به خرده فرهنگ‌های یک کشور اعم از فرهنگ‌های قبیله‌ای، مذهبی و طبقه‌ای در جامعه شناسی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و در حقیقت یکی از راه‌های شناخت فرهنگ یک کشور آشنایی دقیق با خرده فرهنگ‌ها یا فرهنگ‌های فرعی آن کشور است زیرا درست است که آگاهی از تاریخ یک قوم و حوادثی که در طول قرون و اعصار بر آن قوم گذشته است لازمه و شرط عمده‌ای برای شناخت فرهنگ آن جامعه است ولی تاریخ تنها کلیات و حوادث عمده را در ارتباط با شناخت فرهنگ بازگو می‌نماید در حالیکه تحقیق در خرده فرهنگ‌های یک ملت این امکان را بوجود می‌آورد که بتوانیم به عمق و کنه خلیات و روحيات آن ملت پی برده، کارکردهای آداب و رسوم و سنت‌ها را درک نموده و عناصر فرهنگ جامعه را نه از بالا بلکه از پائین و، بصورت "میکرو" باز شناخته و تعریف کنیم.

اصطلاح قومیت به گروهی اشاره دارد که با ویژگی‌های بنیادی از قبیل زبان، آداب و رسوم و میراث تاریخی، از سایر گروه‌های اجتماعی که دارای پیوستگی و همبستگی نژادی هستند، متمایزند.

«ویکتور کوزلف» قوم‌شناس شهیر می‌گوید: «قوم یا همبودی قومی، یک سازمان اجتماعی شکل یافته‌ای است که در پهنه سرزمین معین قرار دارد و مردمی را که در طول تاریخ با هم پیوندهای اقتصادی، فرهنگی، خویشاوندی و ... برقرار کرده‌اند، تحت پوشش قرار می‌دهد.» (دژم خوی، ۱۳۸۰)

قومیت هم دارای مؤلفه های ذهنی (Subjective) و هم عینی (Objective) است که عبارتند از: علاقه و آگاهی ذهنی از هویت، تعلق، منافع مشترک و علائق مشترک و اشتراکات عینی فرهنگی در زبان، پیشینه تاریخی، دین و سرزمین مشترک (Milton Esman) الکساندر، قومیت را اینگونه تعریف می کند: «ویژگیهای اولیه واقعی یا تصویری که باعث پیوند یافتن گروهی از افراد به دلیل وجود نژاد، مذهب و ریشه ملی (National origin) مشترک، به اضافه زبان و یا خصوصیات فرهنگی مشترک دیگر می گردد که ناشی از سرزمین آبا اجدادی مشترک می باشد.

به عقیده گرینورد «قومیت بخشی از فرهنگ، گروهی افراد می باشد که بیانگر منشأ و ویژگی های آن گروه است. بنابراین باعث تفکیک آن گروه از سایر گروه های موجود در واحد های سیاسی بزرگ می شود» (Greenwood)

گروه های گوناگون زبانی یا مذهبی- که در تحقیقات قومی از آن ها به عنوان گروه های قومی یاد می شود- ملیت های مشخصی نبوده اند که از دیگر مناطق جهان به این منطقه مهاجرت کرده باشند. بر عکس آنها بخش های جدا ناپذیر جامعه بزرگتری بوده اند که در آن گروه های مذهبی-زبانی بسیاری طی صد ها سال در کنار یکدیگر زندگی می کرده اند و در طول چنین مدت مدیدی تجربیات تاریخی و میراث فرهنگی واحدی به دست آورده اند

ساختار قومی و توزیع فضایی جمعیت در ایران

ایران به جهت قرار گرفتن در گذرگاه مهاجرت های تاریخی ترکیب قومیت های مختلف در بافت جمعیتی خود مواجه است که به تناسب پیشینه تاریخی و تحولات سیاسی و اجتماعی در گستره سرزمین توزیع و مستقر شده اند. مهاجرت های تاریخی بین سه قاره آفریقا، اروپا و آسیا به سکونت اقوام مختلف و در هم آمیختگی نژادی و پیدایش اقوام Polygenis انجامیده است. موقعیت جغرافیایی ایران و پورش اقوام کوچ نشین با زبان ها و ادیان مختلف در طول سه هزار سال گذشته، منجر به استقرار سه خانواده زبانی آریایی، سامی (عربی، عبری، آسوری) و

اورال آلتای (ترکی، مغولی) و نیز ادیانی چون زرتشتی، یهودی، مسیحی و اسلام در ایران شده است.

برای تعریف قوم و ملت از نظر علمی باید نخست ایل را فهمید.

۱- ایلات: مردمانی هستند با همبستگی تباری - خونی و با اساطیر خاص خود که فولکلور و زبان (و ادبیات) شفاهی غنی دارند و عموماً به دور از کتابت هستند.

تمام تاریخ ایران تاریخ مهاجرت و اسکان (روستانشین شدن) ایلات است و مرکز مبادله دهات هم به شهرهای سنتی مبدل شده است. شاهنشاهان و پادشاهان ایران نیز یک تعریف بیشتر نداشتند و آن: خان نظامی ایل حاکم بود. با سه استثنا که دلیل قاعده است و نه نقیض آن: غزنوی، صفویه و پهلوی.

۲- اقوام: مردمانی هستند که هویت تباری ایلی آنها به سبب اسکان ایل مادر، به تدریج فراموش شده و هویت سرزمینی جای آن را گرفته است.

در فرهنگ قومی نیز اسطوره و ادبیات شفاهی فولکلور جای خود را به زبان فاخر ادبی و کتابت شده می دهد و دین که در واقع قانون گزاری در عصر سنت و در شهرها است، جای اساطیر ایلی را میگیرد. نام استانها و ایالات و ولایات و مناطق قدیم (پیش از رضاشاه) همگی از نام ایلاتی است که در بیلاق قشلاق خود نیمه ساکن و ساکن شده، ده نشین گشته و خان ایل در شهر مرکزی، نقش شاه محل را بازی می کرد و خان نظامی ایل حاکم هم شاهنشاه یا پادشاه کشور بود.

کسانی که هویت قومی می یابند به جای آن که مثل یک فرد ایلی، به تبار ایلی یا کاستی خود را ارجاع دهند به سرزمین (شهر یا ایالت/ استان) ارجاع داده که در آن، در دوران سنتی دین و زبان هم مشخص می شد و هویت فرهنگی افرادی که هویت قومی یافته اند را مشخص می کرد. مثلاً به جای آنکه بگویند من داریوش از ایل پارس طایفه بازارگاد و عشیره هخامنش هستم، می گویند: کرمانشاهی هستم (شیعه و کرد هم هستم) و سنندجی (سنی و کرد) می شود. تبریزی

(ترک و شیعه) هست و شیرازی فارسی زبان و شیعه است و . . . در مورد پایتخت و شهرهای مهاجرپذیر (مذهبی و تجاری) فرد به ریشه اجدادی خود هم اشاره می کرد.

۳- هویت ملی و مفهوم ملت: عمر واژه ملت که نخستین بار در معنی مدرن آن به کار رفته است تقریباً ۲۳۱ ساله است (از تالیف کتاب دوران ساز "ثروت ملل" آدام اسمیت) که همزمان بود با نوشته شدن اعلامیه استقلال آمریکا به وسیله جفرسون و همکاران در ۱۷۷۶ که سیزده سال بعد با آغاز انقلاب کبیر فرانسه در ۱۷۸۹ به نوشته شدن حقوق بشر منجر شد. در اعلامیه استقلال آمریکا "ما ملت آمریکا" به کار رفته است. و با توجه به این من به سلیقه خود ملت را که لاجرم مدرن است چنین تعریف می کنم: "ملت گروه بزرگی از اجتماع انسانی است که افراد آن با آگاهی و در جو تفاهم و آزادیهای قانونی و برابری انسانی، با اراده زیست جمعی با هم بر روی سرزمین معینی زندگی می کنند و دارای شرایط لازم ملیت اند که عبارت است از داشتن پایتخت معینی که تحت حاکمیت دولت مستقل خودی قرار دارد؛ دولتی که بنابه قوانین مصوبه ی نمایندگان آن ملت، به اداره و دفاع از آن سرزمین در برابر بیگانگان و حفظ منافع ملی افراد آن کشور موظف بوده و در عین حال نمود فرد فرد مردمان آن سرزمین محسوب می شود.

از این رو به نظر می رسد تولد مفهوم ملت و ملی (در نسبت به آن) با ظهور جامعه سرمایه داری صنعتی و در نتیجه "انسان اقتصادی" Homo Economicus (در برابر انسان مؤمن و دین باور)، جامعه سیاسی و مدنی و دولت مدرن وابسته، همزمان و مترادف است.

لذا به طور خلاصه شرایط لازم ملت بودن عبارتند از: پول، پرچم، و دولت مستقل داشتن که در پایتخت از مرزهایش با گمرک و نیروهای انتظامی و ارتش دفاع می کند و در سازمان ملل متحد برای دولت آن ملت یک کرسی با رای برابر اعطا می شود، اما شرط کافی و ماهوی ملت شدن که یک روند و پروسه است طولانی است. ملت و جامعه مدنی مدرن از لحاظ محتوا به درجه رشد آزادیهای قانونی و برابری انسانی و حقوقی همه ی افراد یک کشور مربوط است. این آزادی های قانونی و برابری انسانی و حقوقی، به تدریج با رشد مردمان و گاه در تقابل با

دولتها، نهادینه شده و امروزه با عنوان کلی "حقوق بشر" مشهور خاص و عام شده است و ناظر به: اصل برابری :

- برابری تباری - نژادی (در معنی رنگ پوست و فنوتیپ آن)

- برابری دینی - عقیدتی که از آن به سکولاریسم و شکل کامل آن لائیسیته می توان نام برد.

- برابری جنسی: زن با مرد در احراز مقامهای اجتماعی.

- برابری سیاسی و حقوقی شهروندان.

و نیز اصل آزادی: وجدان، ادیان و عقاید سیاسی، زبانها و بیان است.

فردریک هوسه (Fredric Houssay) با توقف ۱۸ ماهه در ایران بر اساس اندازه

گیریهای آنتروپومتری Anthropometry اقوام ایرانی را در شش گروه نژادی بشرح زیر

قرار داده است. (میر هاشم محدث، ۱۳۶۳)

۱- گروه آریایی

۲- گروه مغولی

۳- گروه آریا مغولی

۴- گروه سامی ها

۵- گروه مغولی و سامی

۶- گروه آریایی و سیاهپوست

Fredy BeMont ایران شناس معاصر فرانسوی در کتابی اقوام ایرانی را برحسب نام و

توزیع جغرافیایی به کردها در مغرب ایران، بختیاری ها در مرکز- لرها در منطقه لرستان،

قبایل عرب در خوزستان و قشقاییها در فارس، بلوچها و براهوئیها در بلوچستان و ترکمن ها

در شمال و قزلباشها در آذربایجان تقسیم نموده است.

ایلات بلوچه:

ساکن نواحی بلوچستان از سواحل دریای عمان تا بلوچستان شمالی و جنوب خراسان. طوایف براهوئی: ساکن ناحیه بلوچستان شمالی که از نژاد درآویدی و بزبان درآویدی تکلم می کنند.

قوم بلوچ در ناحیه ای مشتمل بر جنوب شرقی ایران جنوب غربی افغانستان و شرق پاکستان استقرار دارند. بلوچستان ایران، منطقه ای دور افتاده ای از کشور است که با ایالت بلوچستان در جمهوری فدرال پاکستان و ناحیه بلوچ نشین افغانستان پیوند فضایی و جغرافیایی دارد.

از نظر مذهبی اقلیت بلوچ ایران، اهل سنت هستند و از این جهت با بلوچها و قلمرو اهل سنت پاکستان و شبه قاره مجانست دارد و با بخش مرکزی ایران متفاوتند.

بلوچستان ایران و پاکستان در سه متغیر مذهب، زبان و قومیت با یکدیگر تجانس دارند. موقعیت جغرافیایی بلوچستان و دروی از مرکز و فضای کویری عاری از حیات فعال و قرار گرفتن فضای گسترده و مثالی شکل کویرها داخلی ایران میان بلوچستان و بخش مرکزی باعث شده که این منطقه از موقعیتی کاملاً حاشیه ای برخوردار گردد.

اقوام ترک:

الف- قزلباشها ساکن آذربایجان-دشت مغان- کوههای سبلان و ارومیه(افشارها)

ب- قزلباشهای افشار ساکن ناحیه زنجان

ج- قزلباشهای اینانلو و بغدادی ساکن نواحی قم و ساوه

د- سه طایفه اینانلو، بهارلو و نفر از طوایف خمسه فارسی

ه- قشقاییها در استان فارس

و- ترکمن ها شامل قبایل یموت- تکه- گوکلان ساکن در سراسر دشت گرگان و شمال

خراسان

ز- قزاق ها شامل سه گروه ساکن حومه شهرهای گنبد کاووس- گرگان و بندر ترکمن ایلات ترک سایر نواحی ایران نظیر سیرجان، قزوین- کرج.

این گروه که پس از اقوام فارس زبان در رتبه بعدی در ترکیب ملی ایران قرار دارد در بخش شمال غربی ایران در استان های آذربایجان غربی ، آذربایجان شرقی ، اردبیل و زنجان استقرار داشته و ارائه آن به استان همدان و غرب گیلان گسترش یافته است ؛ علاوه بر این ، در شهرهای تهران ، قم ، اراک و قزوین نیز به صورت ادغام اجتماعی جمعیت قابل توجهی را شامل می شود .

آذری ها در متغیرهای زبان و احساس قومیت با اکثریت فارس زبان ها تفاوت دارند اما در متغیر دین و مذهب (شیعه) با اکثریت ملت مشترکند و برخی نخبگان آنها رهبری فکری و مذهبی شیعیان را در ایران و خارج از کشور به عهده داشته اند .

ترک های آذری زبان ایران با ترک های قفقاز و ساکن در آن سوی مرزها وجوه مشترک زیادی دارند و آنها را بخشی از مردم ایران می دانند که بر اثر تحولات بین المللی وضعف حکومت مرکزی و طی قراردادهای ننگین گلستان و ترکمانچای از پیکره ایران جدا شده اند . ترک های آذربایجان همواره از این موضوع رنجیده خاطرند و خواهان الحاق پاره جدا شده ایران به بدنه کشور هستند .

موضوع ترک های آذری بدلائل متعدد با سایر اقوام تفاوت های بسیار دارد .

۱- آذربایجانی ها خود را جزء لاینفک ایران می دانند و در تمامی ادوار و مقاطع تاریخی نقش سرنوشت ساز خود را در تحولات سیاسی و اجتماعی ایران بخوبی ایفا نموده اند . تحولات سیاسی یکصد ساله اخیر از جنبش مشروطه خواهی گرفته تا انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی و جان فشانی های مردم آذربایجان گواه این مدعاست .

۲- آذربایجان و تبریز خود را کانون فرهنگ و هنر و ادبیات ترکی می داند و از نظر جایگاه سیاسی نیز سایر بلاد ترک نشین را تابعی از خود بر می شمارد و همواره خواهان الحاق

اجزای ترک نشین به خود بوده و از این رو تمایلات واگرایانه و جدایی طلبانه از ایران در آذربایجان موضوعیت ندارد .

۳- آذربایجان به خاطر پیوندهایی دینی و مذهبی و علاقه های فرهنگی در هم تنیده با فرهنگ ایرانی و منافع سیاسی و اقتصادی تفکیک ناپذیر با منافع ملی خواهان حفظ وحدت و یکپارچگی کشور و توسعه اقتدار ملی است و امنیت خود را در راستای امنیت ملی می بیند .

۴- آذریهای ایران بعلت عدم سنخیت قومی و تفاوت مذهبی در طول تاریخ در برابر عثمانی ها جبهه گرفته و هرگز خواهان الحاق به دولت عثمانی یا ترکیه نبوده اند .

نکته بسیار مهم و قابل تامل این است که حوزه تاثیر زبان ، ادبیات ، هنر و اندیشه سیاسی ترکهای آذربایجان همواره فراتر از مرزهای سیاسی بوده و اکنون نیز برای اقوام ترک سایر کشورها الهام بخش است .

ترک، آذری و آذربایجانی

- ترکی: زبانی است که بزرگترین شاخه زبانهای پیوندی یا پسوندی است. و پنجمین زبان دنیا از نظر جمعیت است (بعد از چینی، انگلیسی، هندو و اسپانیایی) و به شاخه های شرقی (کاشغری و قرقیز) شمالی (کازاخ) (که غیر از قزاق است) میانی (ازبک و ترکمنی) و غربی (آذربایجانی و استانبولی ترکیه) از لحاظ جغرافیایی تقسیم می شود. از نظر زبان شناسی چنان که اشاره شد ترکمنی با دو زبان ترکی آذربایجانی و ترکی ترکیه از یک گروه اند.

تاریخچه خود زبان ترکی بنا به اسناد چینی به امپراتور "مته" پسر "تومان خان" در دویست سال قبل از میلاد می رسد که امپراتوری هون را بنیاد نهاد و در نام جیحون و سیحون و هونگری (مجارستان) به یادگار مانده است.

- آذربایجان: نام مکان جغرافیایی است که از نام قومی به نام آتروپاد یعنی نگاهدارندگان آتش (آتشبان) گرفته شده و نام خود را نظیر سایر مناطق به سرزمین مورد سکونت خود داده

است: مانند بلوچستان، خوزستان، لرستان، گیلان، طبرستان، دیلمان و . . . سابقه آتروپادها را در موقع آمدن اسکندر می دانند و به جای قوم (به فرد) منسوب می دارند، اما از الواح ایلامی تخت جمشید که به همت خانم هاید ماری کخ استخراج و توسط آقای دکتر پرویز رجبی و ویراستاری آقای ناصر پورپیرار به فارسی درآمده، از وجود این قوم مطلع می شویم که در صفحه ۶۳ از آنها به Athrovapati (اتروپاتی) یا آتش بان نام برده شده است. اما مولف به دلیل نامعلوم در صفحه ۴۰ آنها را "آتش ریز" و در همان صفحه ۶۳ "آتش بر" نوشته و تنها در صفحه ۸۷ است که در متن کتاب آنها را آتشیان می نامد.

لذا آذربایجان نام مکان جغرافیایی است که زمانی گوتی ها (۲۲۰۰ ق. م) و سپس مانناها (۱۱۰۰ ق. م) و اورارتوها (۸۰۰ ق. م) و نیز آسوریها با تهاجمات خود همواره در آنجا وجود داشتند. تاریخ از زمان آمدن آتروپادها خبر ندارد، اما از کتاب ماری کخ وجود آنها در زمان داریوش در آذربایجان و به عنوان مامور مذهبی در سراسر امپراتوری محقق به نظر می رسد. هر کسی از آن به بعد با هر زبانی در این سرزمین ساکن بوده خود را آذربایجانی محسوب داشته و امروزه ما، طبیعتاً اقوام پیوندی زبان گوتی، ماننا و اورارتو را هم متعلق به تاریخ آذربایجان محسوب می داریم، همچنان که تمام سلسله های قبل از ایلخانان مغول و حداکثر پیش از ساسانی را به نام امروزی کشورمان، پادشاهان ایران محسوب می داریم (ولی آنها خود را ایرانی نمی نامیدند و دیگران - رومی، یونانی و عرب - نیز با نام ماد و پارس و کسری - معرب خسرو - کشور ما را مینامیدند). در حالی که تنها سلسله ای که خود را رسماً پادشاه ایران نامیده ایلخانان (فرزندان هلاکو) هستند. نام "اران" و "ان - اران" (غیر اران) کتیبه های معدود ساسانی نیز حدود و ثغورش نامعلوم است، زیرا قلب آن ایران (تیسفون) در عراق فعلی قرار داشت که تحول یافته ی سلوکیه قدیم و عهد تمدنهای آسوری، بابلی، اکدی و سومری بود. همچنان که بلوچهای در اویدی که براهوئی ها یادگار آنها هستند ساکنان اصلی این کشورند ولی زبان اغلب آنها امروزه جزو زبانهای تحلیلی شده است. بر همین قیاس با مهاجرت ترکان سلجوقی و پیش از آن با مهاجرت و هجوم اقوام ترک خزر (که بعد در ۷۴۰ میلادی به دین یهود گرویدند) آذربایجان ترک زبان شده ولی نام آن یادگار آن قوم ناپدید شده در تاریکی هزاره

ها است. امروز آذربایجانی یعنی ترک زیرا که ساکنان غالب آن دیار ترک یعنی ترکی زبان هستند.

- آذری: آذر مخفف محذوف آذربایجان است و با یای نسبت به اهالی آن اطلاق می شود. در ترکیه هنوز هم (آذری ترکی و آذری تورکجه سی) یعنی ترک آذری و ترکی آذری می گویند و هیچ حساسیتی بر نمی انگیزد. در فرهنگ محمد معین نیز برخلاف نوشته کسروی، آذری را به همان معنی بالا و به معنی ترکان آذربایجانی به کار برده است.

ترکمنهای ایران در بخش شمالی استان گلستان و ناحیه ای کوچک از شمال غربی خراسان، یعنی شهرهای گنبد، بندر ترکمن، مراوه تپه و جرگلان بجنورد استقرار دارند. قلمرو قوم ترکمن از این منطقه واقع در شرق دریای مازندران آغاز شده به سمت آسیای مرکزی گسترش و امتداد پیدا می کند. نواحی ترکمن نشین آسیای مرکزی پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، در قالب دولت مستقل ترکمنستان، هویت ملی جدیدی یافت و قوم ترکمنصاحب دولت ملی خاص شد.

ترکمنها که نسبت به دیگر اقوام حاشیه ای ایرانی، قلمرو فضایی محدودتری دارند همانند اقوام کرد و بلوچ در سه خصیصه و متغیر زبان، قومیت و مذهب از بخش مرکزی ایران متمایزند و بالعکس با کشور ترکمنستان در این سه ویژگی اشتراک و تجانس دارند.

از لحاظ قومی، ترکمن ها خود را از نیای مشترک «آغوز» می دانند و احتمالاً یکی از مبانی همگرایی میان ترکمنستان و ترکیه در روابط خارجی، همین انگاره مشترک نژادی - قومی است. ترکمنها خود به گروههای مختلفی (یموت، گوگلان و غیره) تقسیم می شوند.

کردها:

الف- طوایف کرد ساکن استان کردستان- کرمانشاه و آذربایجان غربی

ب- طوایف کرد ساکن شهرستانهای بجنورد- قوچان- شیروان در استان خراسان- کردهای

ساکن نواحی مازندران- جنوب گیلان و تهران.

کردها که سومین گروه از ملت ایران به شمار می آیند، در غرب کشور، در استانهای کردستان، جنوب آذربایجان غربی و بخش هایی از منطقه کرد نشین، مشتمل بر نواحی شمالی عراق، جنوب شرقی ترکیه و شمال شرقی سوریه است. دسته جاتی از کردها در شمال خراسان و گروهی نیز در کشور ارمنستان به صورت اقلیت قومی به سر می برند.

عقیده عمومی این است که کردها از اقوام ایرانی و نژاد هند و اروپایی اند که از حدود ۴۰۰۰ سال پیش در منطقه کردستان استقرار یافته اند. این قوم دسته ای از اقوام آریایی هستند که ابتدا در اطراف دریایچه وان، منطقه قفقاز و رود دجله پراکنده بودند و بتدریج که انسجام قومی و قضایی پیدا کردند، در منطقه کردستان کنونی مستقر شدند.

از حیث مذهبی کردها به دو گروه سنی شافعی و شیعه تقسیم می شوند کردهای کردستان اغلب اهل سنت و شافعی مذهبند. گروهی اقلیت نیز به مذاهب دیگر اهل سنت منسوبند. کردهای منطقه کرمانشاهان و ایلام عمدتاً شیعه اند و در کنار آنها مسلکهای دیگری چون اهل حق و علی الهی نیز وجود دارد.

در مجموع اگر چه کردها در ریشه های نژادی، زبانی، تاریخی و برخی خصلت های فرهنگی با بخش مرکزی ایران دارای مشترکات هستند اما از جهات مذهبی، قومی و زبان محاوره با بخش مرکزی ایران تفاوت دارند و در عوض با نواحی کرد نشین خارجه از مرزها همگونی دارند.

فضای جغرافیایی کرد نشین در غرب آسیا که بین قلمروهای فرهنگی آذری و ترک در شمال، عرب در جنوب و فارس در شرق قرار گرفته است به گونه ای است که کردها را از هر سه قلمرو پیرامونی متمایز ساخته است.

لرها و لك ها :

الف- لرهایی مخصوص ساکن نواحی لرستان - قسمت شمالی جلگه خوزستان و کوهپایه زاگرس.

ب- منطقه چهار محال بختیاری و شمال شرقی خوزستان

ج- پشت کوه (ایلام)

د- کهکیلویه و بویر احمد و طوایف محسنی

ایلات عرب:

الف- ایلات مختلف عرب ساکن ناحیه خوزستان

ب- طایفه عرب فارس (از ایلات خمسه فارس)

ج- ایلات عرب ساکن نواحی خراسان (ایل تیموری) عرب خانه و عرب میش مست که در

نواحی ورامین و سایر نقاط ایران و لرستان ساکن هستند و اکثر خاصیت عربی بودن و حتی

زبان خود را از دست داده اند. (یوسفی زاده، ۱۳۷۴)

عربهای ایران در بخش مرکزی و جنوب غربی استان خوزستان استقرار دارند. مردم این

منطقه عمدتاً شیعه مذهبند و از حیث مذهب با بخش مرکزی ایران همگونی دارند.

اعراب خوزستان نیز همچون آذریها خود را وابسته به هویت ملی ایرانی می دانند و

نیروهای همگرایی در آن بر کششهای و اگراییانه برتری دارد. گرچه جالشهای قومی همچون

قیام شیخ خزعلی در ۱۹۲۰-۱۹۲۵ میلادی همزمان با پایان جنگ جهانی اول و جنبش خلق

عرب در سال ۱۹۷۹ به داعیه خودمختاری یا جدایی طلبی متأثر از تحریکات خارجی شکل

گرفته اما این تحریکات نیز در برابر کنش نیروهای مرکز گرای توفیقی در بر نداشته اند. مناطق

عربی خوزستان بعثت همجواری با عراق و ارتباط مستقیم با خلیج فارس و برخورداری از منابع

عظیم نفت و گاز از اهمیت اقتصادی و سیاسی ویژه ای برخوردار است. تحولات عراق بعد از

حمله آمریکا نیز نشان داده که اعراب تمایلات دینی و مذهبی اقوام عرب استانهای جنوبی عراق

و اقبال آنان از سیاستهای اصول نظام جمهوری اسلامی نقش و کارکردهای جدیدی به حرکت

اعراب ایران می بخشد و تعاملات اقتصادی و فرهنگی می تواند زمینه را برای توسعه نقش

منطقه ای ایران در عراق فراهم سازد.

بحران های قومی در یکصدساله اخیر را شاید بتوان در سه مقطع تاریخی دسته بندی نمود.

۱ - بحران قومی پس از انقلاب مشروطه : مجموعاً هفت بحران قومی و منطقه ای در این مقطع می توان احصاء نمود که عبارتند از قیام سمیتقو در کردستان ، قیام شیخ محمد خیابانی در آذربایجان ، نهضت جنگل در گیلان، قیام محمد تقی خان پسیان و شورش خاوردی خان در خراسان ، بحران جدایی طلبی بلوچستان به رهبری دوست محمدخان و غائله شیخ خزعل در خوزستان

۲- دهه ۱۳۲۰ خورشیدی از متلاطم ترین ادوار تاریخ سیاسی ایران بشمار می آید اشغال نظامی ایران توسط نیروهای انگلیسی ، آمریکایی و روسی ، برکناری و تبعید رضاشاه و روی کار آمدن محمد رضا پهلوی ، ظهور احزاب سیاسی ، تشکیل کابینه های متعدد ، اعلام حکومت نظامی در تهران و وقوع بحرانهای قومی متعدد در صحنه سیاسی ایران مشهود است.

در این میان بحران آذربایجان به رهبری سید جعفر پیشه وری و بحران کردستان و تشکیل حزب دمکرات در مهاباد به رهبری قاضی محمد تأمل برانگیزتر و نیازمند بررسیهای بیشتر است .

۳- همزمان با پیروزی انقلاب اسلامی زنجیره ای از مناقشات قومی نیز رخ نموده است

غائله کردستان و بحران قومی در آن ، درگیری های ترکمن صحراونا آرامی های آذربایجان ، مناقشات بلوچستان و تنش های خوزستان در دهه آغازین انقلاب و چالشهای قومی اخیر در خوزستان، بلوچستان و آذربایجان بخش دیگری از مناقشات قومی در ایران معاصر هستند که باید در مجالی فراختر هر یک به تنهایی مورد تأمل، بررسی و کنکاش علمی قرار گیرند تا زمینه ها، آثار و پیامدهای آن مورد مطالعه واقع شود.

ذکر شواهدی از بحران های قومی برای یادآوری تهدیداتی است که از سوی تعدد و تنوع قومی متوجه یکپارچگی و انسجام ملی است. امری که اگر با شناخت دقیق علل و عوامل آن و برنامه ریزی صحیح همراه نباشد می تواند نقطه آسیب جدی برای وحدت ملی محسوب شود.

ارتباط جمعی

ارتباط انسانها سنگ بنای جامعه انسانی است و بدون آن هرگز فرهنگ به عنوان خصیصه جامعه انسانی پدید نمی آید. از جانب دیگر گسترش ارتباطات الکترونیک، جامعه جدید را چنان از جوامع پیشین متمایز ساخته است که برخی عصر نو را عصر ارتباطات می خوانند. ارتباط اجتماعی منشاء فرهنگ است و تعالی فرهنگ بدان مربوط است. ارتباط اجتماعی به عنوان محور فرهنگ و حیات جمع، محدوده ای بس وسیع دارد که در بر گیرنده تمامی صور روابط انسانی است.

ارتباط از نظر لغوی واژه ای است عربی از باب افتعال که در فارسی به صورت مصدری به معنای پیوند دادن، ربط دادن و به صورت اسم مصدر به معنای بستگی، پیوند، پیوستگی و رابطه استعمال می شود. ادوین امری مفهوم ارتباط در معنای عام را (با توجه خاص به ارتباط اجتماعی) چنین تعریف می کند: «ارتباط عبارت است از فن انتقال اطلاعات، افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر. به طور کلی هر فرد برای ایجاد ارتباط با دیگران و انتقال پیام های خود به ایشان از وسایل مختلف استفاده می کند. موقعی که انسان به دیگری نامه می نویسد، با کتبی مقصود خود را به نظر او می رساند و با وی ارتباط برقرار می سازد.»

به تعریفی دیگر از موجز، لاندبرگ، شراگ و لارسن، ارتباط را عبارت از انتقال معانی یا پیام از طریق نمادهای چند می دانند. به نظر آنها زمانی که انسان ها از طریق نمادهای چند به تأثیر بر یکدیگر می پردازند، در ارتباط با یکدیگر قرار گرفته اند. از نظر چلز کولی ارتباط را مکانیسمی می داند که از خلال آن روابط انسانها برقرار می شود و بسط می یابد تمامی نماد های ذهنی، به همراه وسایل انتقال آنان در فضا و حراست از آنان در زمان در

محدوده ارتباط جای می گیرد . پس ارتباط ، انتقال پیام به دیگری و اساس شکل گیری جامعه است .

این ارتباط انواع مختلفی دارد :

_ارتباط مستقیم

ارتباطی است بدون واسطه بین انسان یا انسانها با انسان یا انسان های دیگر . گاه ، ارتباط مستقیم آن نوع ارتباطی است که بدون نیاز به فرد یا افراد واسطه ، وسایل یا ابزار واسطه و هم نمادهای واسطه یا حامل (زبان و ...) صورت می گیرد (ارتباطات اشاره ای ، بدنی ، حرکتی و ...) .

_ارتباط جهانی

با محدود کردن ارتباطات (درون مرزهایی ملی یا فراتر از آن) ، ارتباط را به نوع ملی و جهانی یا بین المللی تقسیم می کنند . از این رو ارتباط بین المللی از چهار دیدگاه و با در نظر گرفتن چهار نوع از وسایل و ابزار مطرح می شود :

ابزار ارتباط جهانی نظیر تلفن ، تلگراف ، بی سیم و ...

_ارتباط احساس برانگیز

فرایند ارتباطی است که از طریق سخن یا نمادهای گوناگون برقرار می شود ، بدون آنکه معنای دقیقی (محتوی) انتقال یافته باشد . در جریان این فرایند ارتباطی ، صرفاً حالات احساس گونه منتقل می شود و همبستگی اجتماعی و آمادگی روانی مشترک پدید می آورد . این مفهوم در آغاز توسط مالینوسکی به کار رفت .

او در علت کار برد این مفهوم می نویسد: « در جوامع ابتدایی، زبان به عنوان یک پیوند در فعالیت های انسانی سنجیده شده و جزئی از رفتار انسانی شناخته می شود. زبان در چنین جوامعی شیوه عمل و نه یک ابزار تفکر است » امروزه این نوع ارتباط را ارتباطی می دانند که در آن نمادها موجبات انتقال آمادگی های روانی را فراهم می سازند و همبستگی به بار می آورند.

۲- ارتباط معطوف به هدف

نوعی خاص از ارتباط است که در آن برقرار کننده ارتباط دارای هدفی خاص، از پیش تعیین شده و برخوردار از برنامه ای مدون است، نظیر ارتباط پرسشگر با پاسخگویش.

۲- ارتباط بازتابی

در این نوع ارتباط هدفی از پیش تعیین شده وجود ندارد، فرد یا افراد یکباره و بدون هیچ آگاهی در جریان ارتباط قرار می گیرند. انبوهی از مواردی چند زمینه چنین ارتباطاتی را فراهم می سازند.

سادگی در این باره می گوید: واژه ارتباط جمعی دارای ۵ ویژگی است

۱- تعداد گیرندگان وسایل ارتباط جمعی نسبتاً زیاد است.

۲- ترکیب گیرندگان بسیار متنوع است (محسنیان در این مورد معتقد است که همیشه

همینطور نیست مثلاً خوانندگان مجلات علمی بسیار تخصصی به وسیله گروهی خاص مطالعه می شوند)

۳- با ارسال پیام از طریق وسایل ارتباط جمعی نوعی تکثیر پیام به وجود می آید.

۴- توزیع پیام سریع است.

۵- هزینه برای مصرف کننده کم است

عناصر ارتباط اجتماعی

پنج عنصر یا رکن در فرایند ارتباط قابل تمیز است : فرسنده پیام ، گیرنده پیام ، پیام (

محتوی) ، وسیله ارتباط ، اثر ارتباط

فرسنده پیام و گیرنده اش : در اندیشه های جدید ، فرسنده پیام را تنها عنصر تأثیر بخش در

گردونه ارتباط

نمی دانند ، بلکه بر این عقیده اند که دیگر ارکان ارتباط (فرسنده ، وسیله ، ارتباط) خود

دارای تأثیری ویژه اند .

فرستنده - گیرنده و گردونه ارتباط

الف - عمل و ارونه ؛ گیرنده پیام به صور گوناگون امکان می یابد که بر فرسنده تأثیر گذارند

و این تأثیر بازگشتی را عمل و ارونه می خوانند . نگاه مستمعین خاموش ، حرکت سر و خطوط

چهره آنان ، همه می توانند حاکی از تایید ، یا عدم تایید ، خستگی ، جذب و یا دفع سخن باشد و

صاحب سخن را از اطناب یا جاذبه سخنش ، درستی یا ترد در باب گفتارش مطلع سازد و در

نیمه راه سخن ، او را به تغییر در نحوه یا محتوای سخن وا می دارند .

ب- باز خورد ؛ تأثیر مخاطب بر فرسنده پیام را برخی با تغییر باز خورد مطرح ساخته اند .

در این تعبیر نیز حرکت پیام و تأثیر یک سویه نیست ، بلکه در لحظه از فرایند ارتباط ، شاهد

حرکتی از طرف مخاطب به سوی فرسنده پیام هستیم که خود می تواند دوری از تأثیر و تأثر

پدید آورد . هر قدر بین فرسنده و گیرنده فاصله یا عوامل واسط بیشتری وجود داشته باشد به

همان نسبت نیز تحقق جریان باز خورد دچار اشکال بیشتری می شود .

وسيله - پیام و گردونه ارتباط

الف- تأثیر وسیله و حدود آن : یعنی پذیرش تأثیر متقابل فرستنده و گیرنده و طرد نظریه

های انفعال مخاطب ، بسیاری نیز بر اثرگذاری وسیله انتقال پیام بر فرایند ارتباطی سخن به میان

آورده اند .

ب- فن سازی : هنگامی است که فنون و صاحبان آنان بر حیات انسانی مستولی می شوند و

قانون هستی را تعیین می کنند .

ج- شی سروری : هنگامی است که برایشا ارزش گذارند و انسان ارزش خود را از شی یا وسیله اش می گیرد . در این شرایط حجم و مدل ماشین یک فرد شخصیت اجتماعی او را می سازند بدین سان ، با ورود یک وسیله ارتباطی (نظیر تلویزیون) به خانه یا روستا ، ساکنان آن با دیدن آگهی های پر زرق و برق چنان از خود بی خود می شود که تعادل هستی شان ناپدید می شود . زمانی که در وسیله ای نظیر تلویزیون از شیوه های از راه دور سود بر می گیرند و در جریان آن فنونی بسیار پیچیده نظیر تبلیغات تجاری فرا آگاهی به کار می آیند ، نیازهای خاص می آفرینند ، شی یا کالای را چنان در ذهن انسان ها وارد می سازند که موجبات ابزاری آنان و امحای تعادل را در هستی شان فراهم می سازند .

فراسوی ارتباط

ارتباط موثر در سایه درک متقابل طرفین ارتباط میسر میشود . این مهم است که افراد ، فراسوی ارتباط را بشناسند و با این مهم که در مسیر همکاری و همراهی و همسوئی بدان نیاز دارند، توافق داشته باشند. در هر شرایطی که گروهی از مردم با هم کار یا زندگی می کنند، قطعاً مواردی وجود دارد که در آن به توافق رسیده اند. این موارد ، خواه پیش پا افتاده و خواه مهم ، موضوعاتی هستند که همدلی و همراهی ایجاد می کنند ، هر چند که یکی از اعضای گروه آن را به اکراه پذیرفته باشد.

در یک ارتباط اولیه ، روابط متعددی وجود دارند که هر یک از آنها دارای ویژگیهای ارتباط اصلی بوده و منجر به تحکیم آن می گردند.

در یک محیط ایده آل ، فراسوی ارتباط نمی تواند نادیده گرفته شود ، چرا که آن دقیقاً جزئی از کالبد ارتباط است.

چنانچه به اسناد و مدارک نگاهی بیاندازیم ، پیوسته مفاهیم جدیدی را در می یابیم ، درک می کنیم ویا تفسیرهای تازه های از آن برداشت و ارزش گذاری می کنیم یعنی سعی می کنیم تا با دقت و تامل روابط فرا ارتباط و فرامتن ها را از لابلای سطور مطالب دریابیم و از نظر شرایط زمانی (زمان وقوع، حال ، آینده) آن را مورد مطالعه و بررسی قرار دهیم. حواشی اسناد، نسخه

های مشابه، یاددشتهای محققان ، ... را بازکاوی کنیم تا بتوانیم به قصد و نیت های پنهان در و رای متون پی ببریم.

فراسوی ارتباط یک راه برای یافتن اطلاعات بیشتر در مورد خود و دیگران است. یعنی ارتباط در مورد ارتباط. مفهومی است که به گونه ای بسیار نزدیک مربوط به سطوح رابطه فرد با محیط و شرایط فراگیر است که با آن بر خورد دارد.

فراسوی ارتباط ، همواره واضح و صریح نیست و برخی موارد به صورت جانبی و شاید در زمان یا زمانهائی مطرح شود که اساسا چندان لازم به نظر نمی رسد و یا اینکه منتظر آن نیستیم.

در یک موقعیت بهتر و تا اندازه های پشتیبانی کننده ، استفاده از فراسوی ارتباط ، ممکن است مردم را یاری دهد تا به روشهای ارتباطی خویش وقوف یابند و مکانیسم ارتباط عملی خود را با یکدیگر در یابند و به شناسائی ارتباطات موثر دسترسی یافته و به اصطلاح اشکالات موجود در آن بپردازند.

ارتباط جمعی از این نظر ممکن است از سایر اقسام متمایز باشد که قسمت بزرگی از عامه را مورد خطاب قرار می دهد ، نه تعدادی محدود یا بخشی خاص .

مهمترین ویژگی های ارتباط جمعی :

۱- یک طرفه بودن ارتباط (دشواری رابطه مستقیم با فرستنده پیام)

۲-تنوع خصوصیات مخاطبین (عدم تجانس آنها)

۳-سرعت نشر

۴-پوشش وسیع

۵-وجود تشکیلات یا سازمان خاص

۶-سهولت از میان رفتن ارتباط توسط مخاطب

۷-رابطه زیاد با نهادها ی دولتی

۸- تکیه بر خصلت همگانی بودن و در معرض قضاوت قرار داشتن

بطور کلی وسایل ارتباط جمعی و در کنار آنها وسایل ارتباط میان فردی، گروهی و جمعی در حال پیشرفتهای چشمگیری هستند گرچه مردم در شرایط خاص به سرعت از وسایل بسیار ابتدایی نیز برای ارتباط جمعی استفاده می کنند (مانند دیوار نویسی)

امروزه **وسایل ارتباط جمعی** جزء لاینفک زندگی شده و نقش آنها در زندگی فردی و اجتماعی انسانها و جوامع انکارناپذیر است. رشد و پیشرفت ملت ها و همچنین عقب ماندگی آنان به میزان گسترده ای وابسته به این امر است و اغراق آمیز نیست اگر گفته شود که ارتباطات از جمله شاخصهای مهم توسعه ی هر کشور است و بر خورداری کشورها از وسایل ارتباط جمعی و فن اوری ارتباطی می تواند بیانگر توسعه و یا توسعه نیافتگی آن کشور محسوب شود. وسایل ارتباطی بر گردونه ارتباطی تأثیری شگرف بر جای می گذارند. این وسایل پدیده هایی خنثی و صرفاً "کاتالیزور نیستند و خود عصری نو پدید می آورند و بر تمامی ارکان جامعه موثرند.

از دیگر وسایل ارتباطی، امروزه بیشتر سخن از وسایل ارتباط جمعی به میان می آید و وسایل شگرفی که مظهر ارتقای تکنولوژیک انسانند و دارای بیشترین تأثیر فرهنگی از میان تمامی ابزار و فنون جدیدند. این وسایل در پیدایی عادات تازه، تکوین فرهنگی جهانی، تغییر در خلق و خوی انسانها و بالاخره کوچک شدن کره زمین و همسایگی ملل دور دست سهمی شگرف دارند. آنچنانکه برخی عصر نو را عصر ارتباطات می خوانند. در این بخش سخن از همین وسایل، ساخت و سازمان آنها، وظایف و کارکرد هایشان و بالاخره مجموعه این وسایل است که در اصطلاح، خانواده وسایل ارتباطی خوانده می شود.

وسایل ارتباط جمعی مولود و محصول اندیشه انسانند از این رو منبعث از جامعه و متأثر از آنند اما بعد از آنکه پیدا شدند و به کار رفتند به حسب طرز استفاده ای که از آنان به عمل می آید، می توانند سالم، آرام بخش یا مضر و انحراف انگیز باشند حال آنکه این وسایل وسعت یافته

اند و پدیده‌هایی بی جان و منفعل (آنطور که برخی می‌پندارند) نیز نیستند. پس می‌توانند ساخت و سازمان، پذیرند و با هر ساخت و سازمان میزان تاثیر شان متفاوت خواهد بود. در آغاز وسایل ارتباط جمعی نه ساخت پذیر و نه قابل ساماندهی بودند (پیک، چاووش و جارچی.....) ولی امروزه وسایل ارتباط جمعی دارای چنان وسعت و عظمتی هستند که امکان ساخت و سازمان‌یابی دارند.

لاسول (در اثرش بنام ساخت و کار کرد ارتباط در جامعه) می‌گوید: وسایل ارتباط جمعی مجموعه‌ای به هم پیوسته را تشکیل می‌دهند و با هم تنسيق می‌شوند این مجموعه که با نام الگوی لاسول معروف است دارای ۵ عنصر است:

کی

به می‌گوید

از کدام مجرا

با کی

با کدام نتیجه

از ترکیب نهایی عناصر عناصر فوق مجموعه‌ای فراهم می‌آید حاوی دو نوع ساخت:

زیر ساختها یا عناصر تکنولوژیک و به طور کلی ابزار مادی تسهیل کننده ارتباط

هستند

رو ساختها یا عناصر غیر تکنولوژیک حاوی سازمانها، مقررات، اندیشه‌ها

افکار مرتبط با ارتباطات

وسایل ارتباط جمعی ابزاری اجتماعی فرهنگی به معنای عالی آن هستند و از این جهت اثرات چشمگیری بر جای می‌گذارند. این آثار نه آنچنان است که هیچ محدودیتی نشانند یا آنکه چنان ناچیز است که هیچ اعتنایی را شایسته نباشد. باید دید حدود تاثیر این وسایل چیست و در چه شرایطی این تاثیرات محدودیت می‌یابند یا تقویت شدنی هستند.

ایجاد انگیزه ها و نگرشهای مثبت و منفی در جامعه، ایجاد و رشد رفتارهای مقبول و غیرمقبول اجتماعی، افزایش یا کاهش مشروعیت های سیاسی حکومتها در دنیا و ایجاد هماهنگی یا از هم گسیختگی فکری در جامعه و پی ریزی افکار عمومی از آثار و سائل ارتباط جمعی بر جامعه به شمار می آید.

دکتر معتمد نژاد در تعریف **وظایف اجتماعی و سائل ارتباط جمعی** می گوید:

در زمان حاضر تنها چند ثانیه کافی است که یک خبر در دور افتاده ترین نقاط گیتی پخش شود به همین جهت است که اکنون در جهان هیچ فردی پیدا نمی شود که با وسایل ارتباط جمعی سرو کار نداشته باشد. لاقلاً نام رؤسای جمهور کشورهای مشهور و بزرگ و تعدادی از شخصیت های مختلف سیاسی و اجتماعی، قهرمانان ورزشی و هنرمندان سینما در دنیا را نشناسد.

شبکه های وسیع ارتباطی که در تمام مدت ۲۴ ساعت فعالیت دارند وظیفه مهم و اساسی انتشار جریان رویدادهای اجتماعی را به انجام می رسانند.

اهمیت وظیفه آموزشی به حدی است که بعضی از جامعه شناسان برای مطبوعات و برای رادیو و تلویزیون و سینما نقش موازی یا آموزش دائمی را قائل شده اند.

لاسول و ظایف ذیل را به عنوان وظیفه اصلی ارتباط جمعی تلقی می کند :

۱-مراقبت از محیط و ایجاد

۲-همبستگی بین اجزای جامعه در پاسخ به نیاز های محیطی

۳-انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر

بطور کلی نقشها و وظایف وسایل ارتباطی را می توان بدینقرار برشمرد :

۱-نقشهای تفریحی

۲-نقشهای خبری

۳-نقش همگن سازی

تعدد وسایل ارتباط جمعی و خنثی سازی اثرات :

در جامعه ای که دولت انحصار وسایل خبری را به طور نسبی در اختیار دارد ، تاثیر این وسایل با جامعه ای دیگر که در آن شاهد تعدد وسایل خبری و مکانیسمهای مختلط آن هستیم یکی نیست . به انحصار آوری وسایل ارتباط جمعی هر قدر که نسبی و محدود باشد ، می تواند موجب بروز تاثیراتی چشمگیر از جانب وسایل ارتباط جمعی بر افراد شود . اما در شرایط پیدایی انحصار ناقص و یا آنگاه که در یک جامعه وسایل ارتباط جمعی در اختیار گروههای گوناگون است اثرات این وسایل نسبت به شرایط اول کمتر خواهد بود.

حتی در شرایطی که وسایل ارتباط جمعی در انحصار دولت است باز هم چنانچه در جامعه ارزشهای گوناگونی حاکم باشد و هر یک از نهاد ها و سازمانهای اجتماعی ارزشهای خاصی را تبلیغ نمایند باز هم اثرات وسایل ارتباط جمعی رو به کاستی می گذارد.

محیط پیرامون و اثر رسانه

پیام وسیله ارتباطی در مجموعه ای جای می گیرد که در محیط اجتماعی خرد خوانده میشود. بنابراین چنانچه پیام صادر شده با محیط پیرامون خود تجانس نداشته باشد امکان دفع آن بیشتر خواهد بود:

□ دفع یک پیام می تواند از عدم توجه ارسال کنندگان آن به سطح آموزشی افراد و فرهنگ رایج قوم مورد نظر ناشی شود.

□ دفع پیام می تواند از عدم تطابق کارکردی آن با محیط مقصد منشاء گیرد . زمانی که محتوای پیام یک وسیله ارتباطی با زمینه زندگی سازگاری ندارد حتی اگر بهترین فنون ارتباطی نیز بکار برده شود مفید نخواهد بود و به سرعت خنثی خواهد شد.

□ دفع پیام ارتباطی می تواند از سازمان درونی ذهن مایه گیرد . بدین ترتیب ، زمانی که با فردی بالغ و از نظر فکری ساخته مواجهیم نباید توقع داشت که پیام به همان نسبت که بر

کودک یا فرد نا آموخته تاثیر می گذارد بر چنین فردی نیز اثر کند. چه در وضع او مکانیسمهای دفاعی به چشم می خورد و در مواردی چند با موانعی سخت چون عقاید قالبی و خرافات ، برخورد می کند که در صورت عدم هماهنگی پیام با این نوع ویژگیهای ذهنی ، به سرعت دفع و طرد می شود. .

□ پیام ارتباطی با توجه به نوع ارائه آن نیز می تواند تاثیری خاص ببخشد . از این دیدگاه واژگان به کار رفته ، عبارات و به طور کلی هر آنچه با نحوه صدور پیام همراه است موثر خواهند بود . (امروزه کوشش می شود از شیوه های ظریفی از جمله بحث گروهی و پانل در راه انتقال پیام استفاده شود .)

مخاطب: فعال یا غیر فعال

۱- مخاطبان رسانه سطح سواد یکسانی ندارند و به همین دلیل گاهی رسانه ها با بمباران اطلاعاتی می توانند آنها را تحت تاثیر قرار دهند و چیزی را که می خواهند به آنها القا کنند و مخاطبان به دلیل نداشتن اطلاعات نمی توانند صحت و سقم مطالب را تشخیص دهند

۲- مخاطبان گاهی مجذوب اسامی یا افراد یا شبکه هایی می شوند که تحت تاثیر اعتبار آنها چیزهای دیگری را هم در کنار آنها و همراه آنها می پذیرند و این هم به دلیل نداشتن اطلاعات کافی است

۳- گاهی رسانه های قدرتمندی چنان اعتماد مخاطب را جلب می کنند که اگر روزی دروغی را هم بگویند حتما می پذیرند (به عنوان مثال شبکه بی بی سی خود را به عنوان یک رسانه بی طرف معرفی می کند و در طول سالیان چنان با مخاطب خود ارتباط برقرار می کند که انگار هیچ حرف نادرستی نمی تواند از این شبکه بشنود ولی در موقعیت های حساس به نفع خودش با هوشیاری و زیرکی تمام مطالبی را به خورد مخاطب خود می دهد که بدون آن زیر سازی امکان چنین باوری میسر نمی شد)

حال اگر مخاطبی با هوشیاری و دقت تمام به برنامه ها توجه کند می تواند با فعال بودن بودن حداکثری خود یا برنامه را انتخاب کند و بماند و یا برنامه را رد کند و دیگر با رسانه

ارتباط برقرار نکند و یا اینکه با اطلاعات کم برنامه را نفهمد که در این صورت هم عکس العمل
ها تقریباً مشابه قبل خواهد بود که یا ادامه می دهد که احتمال آن بسیار ضعیف است و یا رسانه
پس می زند

تلویزیون

در جهان امروز وسایل ارتباط جمعی مانند روزنامه، رادیو و تلویزیون و سینما با انتقال
اطلاعات و معلومات جدید و مبادله افکار عمومی و عقاید عمومی در راه پیشرفت فرهنگ و تمدن
بشری نقش بزرگی به عهده گرفته اند به طوری که بسیاری از دانشمندان، عصر کنونی زندگی
انسان را عصر ارتباطات نام گذاشته اند. فراوانی جمعیت و تمرکز گروه های وسیع انسانی در
شهرهای بزرگ، شرایط خاص تمدن صنعتی را بوجود آورده و پیچیدگی وضع زندگی جمعی
وابستگی ها و همبستگی های ملی و بین المللی، ناامنی ها و بحران ها، تحول نظام های سیاسی
و اجتماعی، دگرگونی مبانی فرهنگی، ترک سنت های قدیمی و مخصوصاً بیداری وجدان
انسانی همه از جمله ی عواملی هستند که روز به روز نیاز انسان را به آگاهی از تمام حوادث و

وقایع جاری محیط زندگی بیشتر می‌کند. تا جایی که پیشرفت وسایل ارتباط جمعی و توسعه اقتصادی و اجتماعی و تحکیم مبانی دموکراسی و تفاهم بین‌المللی، لازم و ملزوم یکدیگر شده‌اند. آگاهی اجتماعی مهمترین ویژگی‌های انسان معاصر به شمار می‌روند. و همین آگاهی است که انسان را به سوی زندگی فردی و جمعی علاقه‌مند می‌سازد و توجه او را به آزادی‌ها و مسئولیت‌های وی جلب می‌کنند. انسان امروز یک انسان اجتماعی است. در جهان ارتباطات دیوارها یکی پس از دیگری شکسته شده و فرو می‌ریزند. دیوارهای فیزیکی و قابل مشاهده، ماهواره‌های کوچک و بزرگ که امواجشان سراسر گیتی را درنوردیده، علاوه بر کاخ‌های اغنیای اروپا و آمریکا تا دل کلبه‌های کوچک و کم‌نور و تاریک روستائیان نقاط دور دست جهان، از آمریکای لاتین گرفته تا میانمار و بنگلادش رسوخ کرده‌اند. انسان به عنوان یک موجود اجتماعی خواه ناخواه تحت تأثیر حوادث و اتفاقات پیرامون خود قرار می‌گیرد. در عصر حاضر این محیط پیرامونی گسترش یافته و کل جهان را شامل می‌شود. کوچکترین تغییری در سیاست‌گذاری‌های کشوری در آن سوی کره خاکی می‌تواند در خط‌مشی سایر کشورها تأثیر گذاشته و به تبع آن بر افراد و تصمیم‌گیریه‌های آنان تأثیر بگذارد. با توجه به اینکه اطلاع یافتن از این دگرگونیها و تغییرات برای افراد مقدر نیست مگر از طریق رسانه‌های مختلف. بدین طریق اهمیت روزافزون وسایل ارتباط جمعی آشکار و روشن می‌شود.

ارتباط انسانها منشاء فرهنگ و عاملی در راه ارتقای انسانی است و فقدان آن به معنای سکون نسبی در حیات انسانی است و مانعی در راه هر نوع تعالی اجتماعی است. فقدان ارتباط اجتماعی موجبات پدید نیامدن زبان، سکون نسبی زمان اجتماعی و عدم امکان انتقال دانسته‌ها را فراهم می‌کند. در تمایز حیوانات جمع‌زی و انسان اجتماعی باید گفت: انسان می‌تواند اطلاعات کسب شده را مورد تحلیل قرار دهد. به انتقاد از خود و سپس بهسازی روشهایش دست زند.

واژه تلویزیون که از زبان فرانسوی به فارسی راه یافته خود واژه ای دورگه است که بخش نخست آن از واژه یونانی تله- (دور) و بخش دوم آن از واژه لاتین ویزیو (دید) گرفته شده است.

با اینکه در بیشتر زبانها همین واژه تلویزیون (البته با تلفظهای بسیار گوناگون) بکار می‌رود برخی زبانها واژه‌های خود را برای این مفهوم دارند. برای نمونه در زبان آلمانی برای تلویزیون همیشه واژه Fernsehen بکار برده می‌شود که معنی واژگانی آن «دوردید» است. یا در زبان ژرمنی نیدرساکسنی به تلویزیون Kiekschapp می‌گویند که معنی لغوی آن «نگرش» است و در فارسی به آن جعبه جادویی می‌گویند!

تلویزیون سامانه‌ای ارتباطی برای پخش و دریافت تصاویر متحرک و صداها از مسافتی دور

به مجموعه فراهم کننده و پخش کننده این تصاویر، سیما گفته می‌شود و دستگاه گیرنده

تلویزیون نام دارد

تلویزیون چگونه بوجود آمد و در کجا شروع به کار کرد؟

با وجود این که نیپ کوف، روسینگ، بیرد خیلی خارق العاده بود، قسمت کمی از تکنولوژی آنها در تلویزیون امروزی کاربرد داشت. در سال ۱۹۳۴، تمام سیستم های تلویزیونی الکترومکانیکی دیگر خارج از مد شده بود. کمپل سوینتون یک نامه به مجله طبیعت در ۱۸ جون ۱۹۰۸م نوشت که در آن استفاده از اشعه کاتد در تلویزیون الکتریکی که توسط کارل فردیناند براون اختراع شده بود را شرح داد. او نظریه داد که از پرتو الکترون هم در دوربین و هم در دریافت کننده استفاده شود، که می تواند به صورت الکترونیکی بچرخد و تصاویر متحرک تولید کند. او سخنرانی در رابطه با موضوعی در سال ۱۹۱۱م داشت و یک نمودار را نشان داد که هیچ کس، حتی سوینتون، نتوانست طرح او را بفهمد، سیستم او هیچ وقت ساخته نشد. سیستم تمام الکترونیک اولین بار توسط فیلو تیلور فرانس وورس در پائیز سال ۱۹۲۷م نمایش داده شد. فرانس وورس مزرعه مورمون پسری از ایداهو، او اولین بار در سن ۱۴ سالگی این سیستم را در نظر داشت. اولین ایده را با معلم کیمیا دبیرستانش بحث می کرد، کسی که فکر می کرد که آن بدون دلیل کار نمی کند (فرانس وورس بعداً به معلمش ثابت کرد ژاستین تال من که یک کلید بر روی اختراعش قرار داد). او به دنبال ایده خود در آکادمی جوانان بریگهام

(جدیداً دانشگاه جوانان بریگهام) بود. در سن ۲۱ سالگی، او یک سیستم کاربر را در لابراتوار شخصی اش در سان فرانسیسکو نشان داد. تمام تلویزیون های امروزی به طور مستقیم از طراحی او پیروی می کنند.

ولادیمیر زوریکین به خاطر اختراع مفیدش ایکونوسکوپ در سال ۱۹۲۳ و اختراع کینسکوپ در سال ۱۹۲۹ به عنوان پدر تلویزیون الکترونیکی شناخته می شود. طراحی او جزء اولین هایی بود که سیستم تلویزیون را نشان می داد که با شکل شباهت دارد. کار قبلی او با روسینگ بر روی تلویزیون الکترومکانیکی به او آموخت که چگونه یک سیستم تولید کنند. اولین فاصله ی زیاد پخش تلویزیون عمومی که از واشنگتن DC به نیویارک پخش شد در ۷ اپریل ۱۹۲۷ پیدار شد. تصویرهای پخش شده در مورد مسائل تجارتي بود. هربرت هوور اولین سرویس مشابه WGY بود، شنکتدی، نیویارک در ۱۱ می ۱۹۲۸ افتتاح شد. اولین نمایش تلویزیون انگلیسی مردی با گل در دهانش بود، که در جولای ۱۹۳۰م پخش شد. ایستگاه CBS در نیویارک اولین برنامه های منظم خود را در هفت روز هفته در ایالات متحده پخش می کرد. در ۲۱ جولای، ۱۹۳۱م اولین پخش که شامل؟؟؟بود جیمز جی. واکر، کیت اسمیت و جورج گرش وین اولین تلویزیون تمام الکترونیکی در لاس آنجلس شروع به کار کرد. CA توسط پخش دن لی. تاریخ شروع آنها از ۲۳ دسامبر ۱۹۳۱م در W6XA0 که بعداً KTSL شد. اصولاً، تجهیزات مکانیکی استفاده شد ولی در جون ۱۹۳۶ سرویس ۳۰۰ خطه تمام الکترونیکی راه اندازی شد. در سال ۱۹۳۲ برنامه ی BBC راه اندازی شد که از سیستم ۳۰ خط استفاده می کرد که این پخش ها تا ۱۱ دسامبر ۱۹۳۵ ادامه داشت. در ۲۱ نوامبر ۱۹۳۶، BBC شروع به پخش سیستم دو طرفه نمود. شش ماه بعد، انجمن شهر بیان کرد که تصویر الکترونیکی EMI مارکونی، برترین تصویر گرفته شده است، و آنها را یک نمونه ی استاندارد انتخاب کردند. این سرویس به عنوان اولین سرویس تلویزیون عمومی منظم و با محدودیت بالای جهانی نامگذاری شد.

از وقتی که سرویس تلویزیونی منظم به صورت استاندارد ۱۸۰ خطی در آلمان پخش شده است، خسارات جنگ جهانی دوم باعث شد تا اختلالاتی در سرویس بوجود آید. نمایش های تلویزیونی فقط از محل الکساندریا ۱۹۴۶ پخش شد.

اولین پخش تلویزیونی منظم در کانادا از سال ۱۹۵۲ شروع شد دقیقاً از وقتی که CBS دو ایستگاه در فضا تأسیس نمود. یکی در مونتreal، کبک در ۶ سپتامبر و دیگری در تورنتو، اونتاریو در دو روز بعد راه اندازی شد. اولین پخش زنده تلویزیونی (سراسری) یا قاره ای در سان فرانسیسکو، کالیفرنیا از کنفرانس عهد نامه صلح جاپان در ۴ سپتامبر، ۱۹۴۵ انجام شد. در سال ۱۹۵۸، شرکت CBC برنامه ی تلویزیونی وسیعی را در جهان کامل نموده از سیدنی، نوآ اسکویتا به ویکتوریا، کلمبیای انگلیس.

برنامه در تلویزیون پخش شد ایستگاه های تلویزیونی (که بعضی اوقات کانال به آن می گفتند/ می گویند.) در ابتدا پخش خشکی زمینی تنها راهی بود که تلویزیون پخش می شد. زیرا قدرت پخش محدود بود، نظم دولت به صورت معمولی بود. در آمریکا نمایندگی ارتباطات فدرال از ایستگاه اجازه ی پخش تبلیغات را گرفت. ولی شامل این بود که تعهد در قبال سرویس برنامه ی عمومی به عنوان یکی از نیازمندی های گرفتن جواز می باشد. در مقایسه، پادشاهی متحده یک برنامه ی مختلفی را انتخاب کرد، قیمت یا نرخ را برای صاحبان برای جواز تلویزیون وضع می کند که هر شخصی هر برنامه ای را می خواهد دریافت کند. بر ای تأسیس BBC که به عنوان بخشی از مجوز سلطنتی بود سرویس عمومی داشتند. تولید کیبل و ماهواره ها به عنوان وسایل پخش در سال ۱۹۷۰ تاجران را بر این داشت تا کانال هایی را برای مخاطبان تأسیس کنند به عنوان HBO و یا مثل پخش آسمان انگلیسی. نتیجتاً هر کشوری در جهان حداقل یک کانال تلویزیونی تولید کرده است. تلویزیون در تمام جهان رشد کرده است، تمام کشورها را قادر می سازد تا پخش هایی از فرهنگ و جامعه را به دیگران نشان بدهند

تاریخ تلویزیون در ایران

• تلویزیون خصوصی

از وسایل ارتباطی نوین همه به جز تلویزیون در ابتدا با حمایت دولت به وجود آمدند. روزنامه، سینما، رادیو همه وقتی برای اولین بار به وجود آمدند دولتی بودند. تلویزیون تقریباً برخلاف روال تمامی کشورهای دنیا کار خود را به صورت خصوصی آغاز کرد. دکتر محسنیان راد در مورد پیدایش اولین تلویزیون در ایران می گوید: "روز یازدهم مهر ماه ۱۳۳۷، وقتی که هنوز در نیمی از کشور های جهان فرستنده تلویزیونی وجود نداشت و هنگامی که بسیاری از کشورهای آسیای بدون تلویزیون بودند و هنوز هفت سال مانده بود تا تلویزیون در هند گشایش یابد، اولین فرستنده تلویزیونی در ایران افتتاح شد. در آن سال فقط ۶۶ کشور در جهان تلویزیون داشتند. قدرت این فرستنده تلویزیونی فقط ۳ کیلو وات بود و فقط در شعاع ۱۷۰ کیلومتری تهران امکان مشاهده تصاویر سیاه و سفید آن فراهم می شد..". (محسنیان راد - ۱۳۸۴ - صفحه ۱۴۷۷)

مالک تلویزیون خصوصی در ایران "ثابت پاسال" بود که مالک کارخانه پپسی کولا در تهران بود. این فرد شاه راجع ایرانیان مقیم آمریکا ملاقات کرده بود و درخواست خود را با شاه در میان می گذارد و شاه نیز می پذیرد. (محسنیان راد، ۱۳۸۴)

آگاهی ها در مورد تلویزیون در آن زمان توسط روزنامه انجام می شد و چون بیشترین خوانندگان روزنامه را افراد روشنفکر جامعه تشکیل می دادند، این آگاهی ها بیشتر در دسترس یک عده بود و مردم عادی کمتر از تلویزیون قبل از آمدن آن به ایران اطلاع داشتند. دکتر محسنیان راد در مورد آگاهی های قبل از ورود تلویزیون به ایران می گوید: "۲۵ سال قبل از به وجود آمدن تلویزیون در ایران، روشنفکران و طبقه شهری ایران در مجله ایران باستان، عکسی از نخستین فرستنده تلویزیونی را دیدند و بسیار شگفت زده شدند. همراه عکس کوشش شده بود که راجع به دستگاه توضیحاتی داده شود. این اختراع "جان بیرد" بود. طی سالهای بعد نیز هر چند وقت یک بار خبرها و مقالات تازه ای درباره تلویزیون منتشر می شد. به عنوان مثال در خرداد سال ۱۳۲۱ در بحبوحه جنگ جهانی دوم، مجله اطلاعات هفتگی که در آن زمان پرتیراژترین مجله عامه پسند ایران بود، ترجمه گزارش یک مصاحبه با جان بیر را چاپ کردند. پس از شش سال در مجله سخن که یک مجله روشنفکری بود، مقاله ای چاپ شد به نام "

آیا تلویزیون برای ایران لازم است؟" بعد از چهار ماه از مقاله سخن، مجله رادیو ایران که متخصص رادیو بود، مقاله تحت عنوان "تلویزیون تهران چه موقع شروع به کار خواهد کرد؟" چاپ کرد و تصویری از استودیوهای موسیقی در بغداد چاپ کرد. در یک همچنین شرایطی همه جا صحبت از تلویزیون بود و مردم با یکدیگر در این مورد صحبت می کردند و می خواستند بدانند که آیا این موضوع حقیقت دارد و تهران در آینده ای نزدیک تلویزیون خواهد داشت یا این موضوع شایعه است. (محسنیان راد - ۱۳۸۴ - صفحه ۱۴۷۸ و ۱۴۷۹)

و اما در مورد محتوای تلویزیون خصوصی دکتر محسنیان راد از قول مجتبابی که پایان نامه خود را راجع به این موضوع نوشته است، این گونه توضیح میدهد. "تلویزیون ایران در سال ۱۳۳۷ روزی چهار ساعت برنامه اجرا می کرد که حدود یک پنجم آن، آگهی های تبلیغاتی بود و تلوزیون تهران در واقع یک فرستنده کاملا تجاری بود. ۴۸٪ برنامه های تلوزیون تهران را تولیدات خارجی و ۵۲٪ بقیه را برنامه های زنده ایرانی تشکیل می داد که ۹٪ آن برنامه های تئاتر و موسیقی ایرانی بود که به طور زنده اجرا می شد و هنرمندان وزارت فرهنگ و هنر مجری آن بودند. تبلیغات بازرگانی آن بیشتر به صورت اسلاید و مربوط به کالا هایی بود که مالک تلویزیون خصوصی، نمایندگی آن را در ایران داشت. (مانند پبسی کولا، روکش لاستیک اتومبیل جنرال) پوشش اولین تلویزیون ایران، در دهمین سال فعالیتش فقط ۸/۷ درصد جمعیت کشور را شامل می شد که نماینده ۲۲٪ جامعه کشور بود. (مجتبابی-۱۳۴۶-صفحه ۸۶، محسنیان راد، ۱۳۸۴، صفحه ۱۴۸۵)

در آن سالها به دلیل نبود امکانات فنی، به ویژه دسترسی نداشتن به دستگاه های ویدئو تیپ استدیویی، سوای فیلم ها، بقیه برنامه ها به صورت زنده پخش می شد و این وضعیت تا ۵ سال ادامه داشت مجموع کارکنان اولین فرستنده تلویزیون در ایران ۶۰ نفر بودند. (همان منبع - صفحه ۸۸)

بعد از یک سال از تاسیس تلویزیون در ایران، شاه دوباره تصمیم به ازدواج گرفته بود و در ۱۴ دی، ۱۳۳۸، مراسم عروسی شاه به صورت مستقیم پخش شد و تهرانی ها توانستند به

کمک دوربین های تلوزیونی، برای اولین بار در در تاریخ به اندرونی دربار نفوذ کنند و بر رویت ناپذیری شاه بیشتر فائق شوند. (محسنیان راد -۱۳۸۴- صفحه ۴۸۵ و ۴۸۶)

بعد از تاسیس تلوزیون در تهران نوبت به احداث دومین تلوزیون خصوصی در آبادان رسید. این امر شاید به این دلیل بود که در آن سالها در عراق کودتا رخ داده بود و روابط ایران با عراق خوب نبود (روز شمار تاریخ ایران -۱۳۷۹- صفحه ۹۱) به همین دلیل، ایران برای مقابله با پیام های تلوزیون بصره که مردم مرزی آن را دریافت می کردند به تلوزیون خصوصی کمک مالی کرد تا تلوزیونی در آنجا تاسیس کند که برنامه های بیشتری از تلوزیون تهران داشته باشد و تمامی آن منطقه را پوشش دهد. دکتر محسنیان راد در مورد تلوزیون در آبادان می گوید: " قدرت تلوزیون آبادان، پنج برابر تهران بود تا بتواند ضمن پوشش اکثر شهرهای خوزستان و شهرهای مرزی عراق، کویت و کلیه حوزه خلیج فارس را نیز پوشش دهد. تلوزیون آبادان هر شب حدود ۵ ساعت برنامه پخش می کرد و برنامه به دو زبان عربی و فارسی بودند. " (محسنیان راد، ۱۳۸۴، صفحه ۴۸۸ و ۴۸۹) به نظر من این اولین استفاده سیاسی دولت از تلوزیون برای پیش بردن اهداف در ایران همین کار بود هرچند این کار به صورت غیر مستقیم انجام شد.

"برآوردهای سال ۱۳۴۲ حاکی از وجود صد ها هزارگیرنده تلوزیون در ایران بود و وجود یک ملیون بیننده در کشور تخمین زده می شد. با توجه به تماشای گروهی تلوزیون در خانوارها و نصب تلوزیون در قهوه خانه ها در ازای هر گیرنده ۱۰ تماشاگر محاسبه می شود. در همان سال دست اندرکاران تلوزیون خصوصی با چاپ پرسشنامه ای در روزنامه کیهان و اطلاعات توانستند از ۲۰۱۵ نفر نظرسنجی کنند. نتیجه نشان داد که ۳۵٪ از کارمندانی که از که پرسش نامه را پر کرده بودند، تلوزیون داشتند؛ در حالی که این نسبت برای مشاغل آزاد ۱۴٪ درصد بوده است. ۶۰٪ کل بینندگان نیز روزی ۲ تا ۳ ساعت تماشا می کردند. (مجتبایی، ۱۳۴۷، صفحه ۹۰-۹۵- محسنیان راد ۱۳۸۴، صفحه ۱۴۹۰) شاید بتوان علت کم بودن تلوزیون در قشر مشاغل آزاد و زیاد بودن آن در قشر کارمند را باسواد بودن کارمندان نسبت به مشاغل آزاد در

آن زمان دانست. داشتن سواد می تواند دلیل بر استفاده بیشتر از یک رسانه جدید مثل تلویزیون باشد.

و اما قبل از رسیدن به نتیجه گیری یک نکته دیگر که هر چند در تاریخ تلویزیون ایران در حاشیه قرار دارد ولی تاثیرات نه چندان کمی را بر فرهنگ مردم داشته است. و آن مسئله ایجاد تلویزیون آمریکا در ایران در سال ۱۳۳۹ یعنی ۲ سال پس از تلویزیون خصوصی بود. مجوز این تلویزیون توسط دولت ایران به ارتش ایالات متحده آمریکا داده شده بود و در تهران افتتاح گردید. محتوای تلویزیون آمریکا، جز دو بخش خبری ۵ و ۱۵ دقیقه ای که در تهران تولید و پخش می شد، بقیه به صورت نوار ویدئویی یا فیلم با هواپیماهای ارتش آمریکا که پروازهای مستمر به تهران داشت، از آمریکا به تهران حمل و پخش می شد. بدین ترتیب برای نخستین بار در تاریخ ارتباطات ایران، بدون حضور دولت، دو رسانه غیر دولتی و یک رسانه بیگانه عصر تلویزیون در ایران را شکل دادند. (محسنیان راد، ۱۳۸۴)

البته همان طور که گفته شد، این تلویزیون در حاشیه قرار داشت چون مطالب آن به زبان انگلیسی بود و از نظر دکتر مجتبایی فقط ۵٪ کل دارندگان تلویزیون می توانستند از برنامه های آن استفاده کنند. هر چند بیشتر برنامه های آن را موسیقی و واریته که ترکیبی از موسیقی و برنامه های سرگرم کننده بود تشکیل می داد. (مجتبایی، ۱۳۴۷)

دکتر محسنیان راد دو ویژگی مهم برای این تلویزیون مطرح کرده اند که در مقایسه با تلویزیون ایران قابل بررسی است. "یکی اینکه این تلویزیون نماینده فرهنگ غربی و جامعه آمریکا بود و هدف ارتش آمریکا از تاسیس این فرستنده در تهران پر کردن اوقات فراغت نظامیان آمریکایی مقیم تهران و خانواده های آنان بود. دومین ویژگی استقلال کامل آن بود دولت ایران هیچ کنترلی بر محتوای برنامه های آن نداشت. سرود شاهنشاهی در آن پخش نمی شود و طبق تقویم سنتی ایران عمل نمی کرد و کاملاً منطبق بر فرهنگ و آداب و رسوم آمریکا بود." (محسنیان راد، ۱۳۸۴، صفحه ۱۴۹۷ و ۱۴۹۸)

و در نهایت اینکه تلویزیون خصوصی توانست نقطه آغازین سرعت بخشی به روند جهانی شدن در ایران شود. هر چند ایرانیان قبل از این این توسط روزنامه و بعد از آن رادیو با تحولات

جهان های دیگر آشنا شده بودند ولی تاثیری که تصویر، آن هم از نوع متحرک می تواند بر ذهن انسان بگذارد را نباید فراموش کرد. شاید تا به حال ایرانیان راجع به مثلا رئیس جمهور آمریکا را مطالب را خوانده و یا عکس آن را در روزنامه ها دیده بودند. و یا حتی صدای او را از رادیو شنیده بودند ولی دیدن فیلم او راه رفتن زندگی کردن و... را مردم به صورت عینی حس نکرده بودند. آنان یا شنیده بودند یا خوانده بودند و تلویزیون توانست دنیای جدیدی را پیش چشم آنان باز کند که ورای تصور آنان بود. از جمله مهم ترین اتفاقاتی که با روی کار آمدن تلوزیون در ایران افتاد و در بالا نیز اشاره به آن کردم راه یافتن مردم به اندرونی و زندگی خصوصی شاه بود. تا آن زمان اخبار خصوصی شاه فقط شنیده می شد. ولی بعد از پخش مراسم ازدواج مجدد شاه در تلویزیون مردم به نوعی به در بار نفوذ کردند. تخیلات و تصوراتشان پیرامون دربار تبدیل به عینیت شد.

این آغاز شامل درصد بسیار کمی از مردم ایران می شد. و هنوز بسیاری از مردم از دنیاهای اطراف خودشان بی اطلاع بودند و دایره دیدشان محل زندگی شان بوداقلیتی که تلویزیون داشتند از طبقه مرفه و روشنفکر جامعه بودند و تلویزیون مانند تمامی وسایل ارتباطی جدید در ابتدا خاص این افراد بود. دکتر محسنیان راد جایی در کتاب می آورند "تلویزیون در ابتدا یک وسیله زینتی و گرانقیمت بود به طوری دستگاہهای اولیه از قاب طلا برای دور صفحه استفاده شده بود" (محسنیان راد، ۱۳۸۴، صفحه ۱۴۸۴) نکته آخر اینکه استفاده از تلوزیون در این زمان به صورت گروهی نیز انجام می شد که این استفاده مختص عوام بود که در قهوه خانه ها و مراکزی که مردم جمع می شدند انجام می شد. (احتمالا بعد از دیدن برنامه ها در همان محل به بحث پیرامون برنامه های دیده شده می پرداختند.) به هر حال استفاده کنندگان در این زمان عده کمی از مردم ایران بودند. بعد از پیدایش تلویزیون ملی تعداد بینندگان تلوزیون نیز زیاد تر شد.

• تلویزیون ملی ایران

تلوزیون ملی ایران در آبان ۱۳۴۵، ۸ سال بعد از تاسیس تلوزیون خصوصی در ایران آغاز به کار کرد. این تلوزیون دو روز بعد از تولد شاه به طور رسمی پخش برنامه های خود را آغاز کرد.

در آن زمان بینندگان تلویزیون با چهار انتخاب (کانال) روبرو بودند : تلویزیون خصوصی ، تلویزیون آمریکا ، تلویزیون ملی و تلویزیون آموزش

قدرت فرستنده دولتی بیش از سه برابر قدرت تلویزیون خصوصی و سیستم آن از نوع ۶۲۵ خطی و متفاوت با سیستم تلویزیون خصوصی بود و تجهیزات آن پیشرفته بود و به روز . تلویزیون دولتی برای آنکه بتواند بینندگان خصوصی را هم داشته باشد ، سیستمی راپیاده کرد که دارندگان تلویزیون خصوصی نیز بتوانند از آن استفاده کنند . با این کار تلویزیون خصوصی به انزوا کشیده شد. (محسنیان راد، ۱۳۸۴)

دکتر محسنیان راد به نقل از گزارش فرهنگی پیرامون محتوای تلویزیون ملی می گوید : در آن سالها (دهه ۵۰) ۳۵٪ برنامه ها را سریالهای تلویزیونی و فیلم های خارجی تشکیل می داد که به زبان فارسی دوبله شده بود. (گزارش فرهنگی، ۱۳۵۱، محسنیان راد، ۱۳۸۴، صفحه ۱۵۳۰)

در ادامه آورده اند : " در آن سال ها موسیقی غربی _ چه کلاسیک و چه جاز _ از نظر میزان پخش ، جایگاهی به مراتب بالاتر از موسیقی سنتی ایران داشت. در سال ۱۳۵۰ ، نسبت موسیقی (به جز شوهای تلویزیونی) به کل برنامه های تلویزیون به طور متوسط ۸٪ بود. مدت نمایش شوهای تلویزیونی ، یازده برابر مدت نمایش موسیقی اصیل ایرانی بود". (همان منبع ، صفحه ۱۵۷۷)

از میان بینندگان تلویزیون ۳۱٪ سریال های ایرانی را می دیدند و ۱۷٪ سریال های خارجی را . به این ترتیب مشخص می شود که شمار بینندگان سریال های ایرانی بیشتر از خارجی بوده است. و علت آن مسلم است زیرا سریال های ایرانی بازگو کننده زندگی در جامعه ایرانی و نشان دهنده خواست ها و امیالشان در جامعه است. (محسنیان راد، ۱۳۸۴)

یکی از مهم ترین استفاده ها از تلویزیون ملی که تاثیرات زیادی را بر اذهان مردم گذاشت ، نشان دادن جشن ۲۵۰۰ ساله به صورت مستقیم از تلویزیون بود. این اتفاق که در سال ۱۳۵۰ اتفاق افتاده ، حقایق پنهانی را که مردم تا به آن روز از آن اطلاع نداشتند فاش کرد.

این جشن که به مدت سه روز به طول انجامید به صورت مستقیم وبا جزئیات کامل از تلویزیون پخش شد در روز ۲۱ مهر مراسم استقبال از میهمانان ودر روز ۲۲ مهر مراسم ضیاف شام در کنار تخت جمشید ودر فردای آن روز مراسم رژه ۲۵۰۰ ساله به صورت کامل از تلویزیون پخش شد. بعد از این تلویزیون ملی یکه تاز عرصه رسانه تلویزیون شد وسانسور و خفقان در این رسانه از بعد از جشن های ۲۵۰۰ ساله تا روزهای انقلاب روز به روز بیشتر می شد.

همچنین تلویزیون ملی ایران پس از حذف تلویزیون خصوصی به گسترش در شهرهای دیگر ایران اقدام کرد.به طوری که در سال ۱۳۵۱ تمامی شهرهای ایران که جمعیت آنها بالای ۱۰۰ هزار نفر بود زیر پوشش تلویزیونی قرار گرفت. این میزان شامل ۷۹٪ جمعیت شهر نشین کشور و ۳۱٪ جمعیت روستایی می شد. این شرایطی در حالی بود که مطبوعات در ایران نتوانسته بودند به همچین جایگاهی برسند.(دکتر محسنیان راد-۱۳۸۴)

دوران رکود تلویزیون (دوران انقلاب و سالهای جنگ)

همان طور که در دوره قبل نیز توضیح داده شد ،پس از جشن های ۲۵۰۰ ساله واعتراضات مختلف از گوشه وکنار کشور ،سیاست دولت در برابر تلویزیون تغییر کرد .کنترل شدید بر برنامه های پخش شده وسانسور در اوج خود قرار گرفتند . از مهم ترین اتفاقات در این دوران اعتصاب مدیران وکارکنان صدا وسیما بعد از روی کار آمدن شریف امامی و کشتار ۱۷ شهریور سال ۱۳۵۷ بود . درتاریخ ۲۱ شهریور ۱۳۵۷ مدیر صدا وسیما (مهندس رضا قطبی) از سمت خود استعفا داد وبه دنبال آن بسیاری از کارکنان صدا سیما اعتصاب کردند یا استعفا دادند.اعتصاب کنندگان قطعنامه ای تنظیم کردند مبنی بر آزادی بیان و از بین بردن محیط اختناق و ارعاب و استقلال و بی طرفی رادیو وتلویزیون .(محسنیان راد ۱۳۸۴) این اولین وآخرین بار بود که اهل رسانه به دخالت های دولت در زمینه محتوای تلوزیون به این شدت مخالفت می کردند و این اقدام کمک بسیاری در بیداری مردم برای دست یابی به پیروزی در انقلاب بود.

در روز ۱۳ آبان همان سال فیلم برداران خبری تلویزیون توانستند با استفاده از فرمان لغو سانسور در تلویزیون، از جریان درگیری خونین مأموران حکومت نظامی با دانشجویان دانشگاه تهران، فیلم خبری موثری تهیه و پخش کنند. نمایش این فیلم که آغاز گر اخبار بدون سانسور تلویزیون بود، به شدت بر افکار عمومی تاثیر گذاشت. روزنامه ها این فیلم را در نوع خود یک جسارت حرفه ای همراه با مهارت نامیدند و آن را دقیق ترین گزارش و سند حادثه دانشگاه معرفی کردند. (محسنیان راد، ۱۳۸۴)

فردای آن روز تلویزیون به اشغال نظامیان در آمد و تا ۲۱ بهمن ۵۷ ادامه داشت. با این کار کلیه تولیدات تلویزیون متوقف شد و فقط برنامه تکراری پخش می شد. در این دوران تلویزیون هم از طرف بزرگان دینی و هم از طرف مدیران صدا و سیما که استعفا داده بودند تحریم شد. من فکر می کنم که این دوران بحرانی ترین وضعیت برای تلویزیون از بدو پیدایشش در ایران تا به حال بوده است. تا به حال در هیچ دورانی تلویزیون اینقدر به انزوا کشیده نشده بود. در این دوران بود که مطبوعات بزرگترین نقش را در آگاهی مردم داشتند و مصرف روزنامه در این زمان بسیار زیاد شد.

در بعد از ظهر جمعه ۲۱ بهمن ۱۳۵۷، در حال که هنوز نبرد مردم با قوای نظامی به طور پراکنده ادامه داشت، آیت الله طالقانی در یک پیام تلویزیونی از اعتصاب کنندگان رادیو و تلویزیون خواست بر سر کار خود باز گردند. پس از پخش این پیام کارکنان رادیو و تلویزیون، جلوی سازمان، در خیابان جام جم جمع شدند و هزاران نفر از مردم به آنها پیوستند. به این ترتیب، قوای نظامی همراه با تانک های خود و بدون درگیری با مردم، جام جم را ترک کردند و اعتصاب کنندگان وارد رادیو و تلویزیون شدند. در ساعت ۷:۲۰ بعد از ظهر همان روز، سرانجام کارکنان فنی توانستند فرستنده تلویزیون را به کار اندازند. و تلویزیون دوباره کار خود را شروع کرد. (محسنیان راد، ۱۳۸۴)

تلویزیون در سالهای اول پس از انقلاب دچار مشکلاتی در تهیه محتواهای جدید شد. دکتر محسنیان راد دوران رکود تلویزیون را به سه دوران تقسیم میکنند. دوره اول دوره استعفای قطبی تا ورود نظامیان به تلویزیون است. دوره دوم از ورود نظامیان تا انقلاب اسلامی و دوره

سوم از پیروزی انقلاب تا تا پایان دوره بازرگان است. (محسنیان راد، ۱۳۸۴) ایشان هم چنین در مورد رکود تلویزیون در این دوران می گویند: "در انتهای سال ۱۳۵۸، بیشترین تاثیر پیروزی انقلاب بر رسانه ها، در تلویزیون دیده می شد. دو سال قبل از انقلاب، هر روز به طور متوسط ۷۱۷ دقیقه برنامه از تلویزیون پخش می شد. اگر این رقم را صد فرض بگیریم، در دوره اول این رقم به ۷۱ رسید. در دوران دوم به ۵۷ و در دوران سوم این شاخص تا ۵۰ کاهش یافت. مفهوم این تغییرات آن بود که ساعاتی که مردم توانستند تلویزیون تماشا کنند به نصف مدت قبل از انقلاب رسیده بود سوای این تغییرات محتوا نیز کاملاً تغییر کرده بود. در حالی که حدود ۱۲ درصد ساعات پخش تلویزیون سال ۱۳۵۵ به پخش موسیقی اختصاص داشت، این نسبت در دوره اول به ۲/۹ درصد، در دوره دوم به ۸/۴ درصد و در دوره سوم به صفر تبدیل شده بود! و جای پخش آن را سرود های انقلابی گرفت. یکی از تغییرات مهم دیگر حذف کامل پخش هر نوع پیام بازرگانی از این رسانه بود که به مدت ده سال ادامه داشت. دکتر محسنیان راد پیرامون کاهش شمار بینندگان تلویزیون در این دوران می گوید: "بخش عمده از این تحولات که در عمل می توانست از شمار بینندگان تلویزیون بکاهد، ناشی از ماهیت این رسانه و وابستگی شدید و دیرینه تلویزیون ایران به تولیدات غربی بود."

ظاهراً تنها راه حل ممکن و راحت و بدون دردسر در یک همچین شرایطی، استفاده بیشتر از کلام به جای تصویر بود. به عبارت دیگر تنها راه حل برای بقای تلویزیون، انتقال سهمی از برنامه های که می توانست رادیویی باشد به تلویزیون بود. دکتر محسنیان را در این زمینه می گوید "در واقع جبرهای مربوط به تهیه امکانات مورد نیاز برای تلویزیون و ممکن نبودن دستیابی به امکانات مذکور سبب شد که برای بقای تلویزیون، مقداری از خصیصه تصویری تلویزیون کاسته و خصیصه رادیویی به آن داده شود. و تلویزیون جدیدی به وجود آید که می توان آن را "تلویزیون رادیویی" نامید. از مجموعه این صحبت ها می توان این نتیجه را گرفت که تلویزیون در این دوران به دو دلیل دچار رکود شد.

۱- تغییر اجباری در محتوا در آن زمان در جامعه ارزشها و هنجارهای خاصی شکل گرفته بود که طبیعتاً تلویزیون در برنامه سازی و پخش باید از آن ها تبعیت می کرد. این در حالی بود که در آرشیو صدا و سیما تقریباً از این محتواهای جدید چیزی یافت نمی شد. صدا و سیما در این زمان فقط باید تولید می کرد. یا حتی در خرید برنامه از خارج از کشور دچار محدودیت های بسیار بود. در این زمان بود که مشکل دوم مطرح می شود.

۲- تلویزیون ایران برای تولیدات جدید نیاز به امکانات فنی و مالی و هم چنین متخصصان در این زمینه نیاز داشت. که این مسائل در کم ترین مقدار خود بود.

۳- این شرایط در زمان جنگ نیز ادامه پیدا کرد زیرا در دوران جنگ ایران در یک شرایط بحرانی بود هم در تحریم اقتصادی قرار داشت و هم در شرایط جنگ بود. تلویزیون در یک همچین شرایطی توانست روی پای خود بایستد هرچند با کیفیت بسیار پایین.

۴- در تمامی سالهای جنگ به طور تمام وقت شعار "مرگ بر آمریکا" نقل تمامی محافل سیاسی و غیر سیاسی بود. تلویزیون نیز از این فضا جدا نبود و در برنامه سازی های خود این فضا را رعایت می کرد. (فضای ضد آمریکایی) بسیاری از سریالهای خارجی و برنامه های فرهنگی و سیاسی که ساخته می شد اخبار و حتی برنامه های کودک و نوجوان نیز بر اساس این ایدئولوژی حاکم ساخته می شدند. در ضمن از مهم ترین سیاست های دیگر صدا و سیما در این دوران انعکاس اخبار جنگ و تصاویر مستند از فضای حاکم بر جبهه ها بود. به دنبال این مسئله ساخت برنامه هایی یا مضمون های شهادت طلبی و رشادت ایثار و شجاعت و.. که در جامعه از ارزشهای غالب آن زمان بود. تلویزیون توانست این ارزش ها را در طول سالهای جنگ و چند سال بعد از آن در بالاترین حد خود ببرد و همان جا نگه دارد. و آن را در افراد بسیاری از جامعه درونی کند.

۵- با نگاه گذرا به جدول پخش تلویزیون در این دوران می توان گفت ما در این دوران به کم ترین میزان در تولید سریال های داخلی در تاریخ تلویزیون رسیده بودیم به طوری که در سال ۱۳۶۵ در دو شبکه موجود در تلویزیون فقط یک سریال تولید داخلی داشتیم. در این سال میرزا کوچک خوان جنگلی در حال ساخت بود و این سریال اولین سریال پر هزینه داخلی

تلویزیون بود. بیشتر برنامه های تلویزیون در این سالها برنامه های آموزشی برنامه کودکان مصاحبه های مختلف و نقد رسانه های خارجی تشکیل می داد. سریالهای خارجی پخش شده در این سال ها اغلب حاوی موضوعات چریکی و انقلابی بود. (سروش - ۱۳۶۵)

۶- از مهم ترین سریال های مورد پسند خارجی در اواخر دهه ۶۰ سریال ژاپنی اوشین بود که در بین مردم طرفداران زیادی داشت.

از نقش های رسانه های ارتباطی می توان به مبادله اطلاعات و پردازش اطلاعات اشاره کرد.

وظایف تلویزیون

۱- لاسول در مقاله ای با نام "ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه" وظایف وسایل ارتباط جمعی را این گونه مطرح می کند

الف: حراست از محیط

ب: همبستگی بین اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی

ج: انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر

تلویزیون به دلیل نظام پیام رسانی تکراری و مداوم به راحتی موفق میشود ارزشها و

رفتارهای سنتی را تقویت کند

و به دلیل گستردگی عملا همه مردم را زیر پوشش قرار می دهد و به این دلیل می تواند به

سادگی و بدون هیچ مانعی در تمام اقشار جامعه نفوذ کند.

همچنین بر اساس نظام پیام رسانی مصنوعی - که بخاطر آن دنیایی تخیلی و بی شباهت به

دنیای واقعی را ترسیم می کند - پایه ریزی شده است. پس تلویزیون با این مشخصه ها قادر

است در د راز مدت ادارک های فردی را با فرایندی ظریف که نام آن "فرهنگ سازی" نهاده اند زیر نفوذ قرار دهند

صنعت فرهنگ و تلویزیون

مهمترین ابزارهای صنعت فرهنگ در تمام دنیا تلویزیون است که ابزاری قدرتمند برای همانند سازی و پایین آوردن سطح درک عمومی از هنر و همچنین حذف موفق هرگونه مخالفت فرهنگ و رانه‌ای. این رسانه در کشور ما تابع همان وضعیت دو پاره جغرافیایی است اما حتا نگاهی بسیار سطحی به آثار هنری ارائه شده در این رسانه نشانگر عدم تفاوت عمده در روند هر دو بخش با وجود ظاهر بسیار متفاوتشان است.

نگاهی به بخش عظیمی از تولیدات این رسانه یعنی سریال‌های خانوادگی و برنامه‌های مخصوص زنان نشان می‌دهد که این محصولات چگونه در کار تولید شکلی آرمانی از زندگی هستند که انگار هرگز قرار نیست برای بیننده‌ی عادی بدست آید. کارکرد این آثار بر تغییر دیدگاه‌های بخش پیشینه‌ی جمعیت کشور (زنان) نسبت به زندگی آرمانی و همچنین سرگرمی، تبدیل به عنصر اساسی این سرکوب فرهنگی می‌شود به اینصورت که آن بخش از جمعیت را نیز که احتمالاً هنوز تحت تاثیر سرکوب فرهنگی قرار نگرفته‌اند و ادار به سکوت خواهد کرد. در ایران ابزارهای قدرتمند صنعت فرهنگ که بیش از همه حضورشان محسوس است، رادیو تلویزیون (که خود نوعی رادیو کمی مصور شده است) و موسیقی پاپ هستند. عناصر دیگر مانند سینمای فیلمفارسی (که غیر از باز تولید در بعضی آثار اخیر) به دلیل از دست دادن امکان نمایش ویژگی‌های اصلیش و همچنین مجلات سبک بدلیل گرایش بیشتر مردم به فرهنگ شفاهی حضور چندان موثری ندارند.

هر دو این ابزارها در کار تولید نوعی تصویر یکسان آرمانی از انسان معاصر ایرانی هستند تا "شنونده!" خود را در آن غرق کند و با آن همانند شود این کار باعث می‌شود تولید کنندگان بدون کمترین نگرانی برای پذیرش آثارشان توسط مردم به تکرار همان نسخه‌های موفق

بپردازند و دیگر حتما سعی در تغییر صورت ظاهر آثارشان نیز ننمایند.

نگاهی به جریان مطرح سریالهای طنز در ده سال گذشته و نحوه بازتولید آنها حتما آنجا که تولید به وسیله دو یا چند گروه به ظاهر رقیب صورت می‌گیرد برای اثبات این ادعا کافی است. همچنین برای دیدن قدرت همسان سازی موجود در چنین برنامه‌هایی کافی است به همه گیری الگوهای رفتار و گفتاری مرسوم در هر یک از این برنامه‌ها و حتما ماندگاری برخی از آنها تا سالها بعد توجه شود.

این نوع ساده سازی که در موسیقی پاپ با آسان گیری در تمامی ارکان موسیقی از جمله ضرباهنگ، ملودی، رنگ و ... و تاکید بیش از حد بر ضرباهنگ تکراری و احتمالا موفق و همچنین "شعر" به عنوان تنها عنصر صوتی قابل درک و یادآوری (برای فرهنگ توده که بیشتر شفاهی است و همچنین بدون تربیت و آگاهی‌های ویژه موسیقایی) همراه است از طریق ایماژ یا تصویر کلی ارائه شده در متن شعر باز همان تصویر آرمانی همانند سازی شده را تکرار می‌کند و گاه آنچنان آشنا و تکراری که شنونده از همان ابتدا تقریبا به آن گوش نمی‌دهد و فقط آنرا به عنوان یک اتفاق پیرامونی مانند دیگر اتفاقات ساده در نظر می‌گیرد.

پس از مدتی مجموع همه‌ی این عناصر باعث پایین آمدن سطح سلیقه‌ی عمومی به اندازه تولیدات صنعت فرهنگ و نابودی هرگونه زیباشناخت در میان توده مردم خواهد شد. حذف زیباشناخت همراه با نابودی ذوق عمومی و حتی گاه، نخبگان فرهنگی راه را برای پذیرش بدون مقاومت و حتی داوطلبانه این لذت و سرگرمی واژگونه هموار می‌سازد و صاحبان صنعت فرهنگ بدون وا همه از در خطر انداختن سرمایه شان می‌توانند به بازتولید همان اندک الگوهای موفق سالهای گذشته بپردازند و مطمئن باشند که حتما نخ نما شدن آن سوژه‌ها نیز باعث بیداری سرکوب شدگان صنعت فرهنگ نخواهد شد.

در این بین شاید بزرگترین پیروزی برای صنعت فرهنگ غیر از انحصار مطلقش بر تولید فرهنگ این باشد که قربانیان آن نیاز تولید شده به وسیله صنعت فرهنگ را نیاز اصلی خود دانسته و هر چند که بیشتر اوقات از توخالی بودن محصولات تولید شده‌ی این صنعت آگاهند اما

خود را موظف به خرید آن می‌دانند یا به عبارت دیگر خود آزادانه تمنای قربانی شدن هر چه بیشتر دارند .

دست آخر و در حادثترین مرحله دستگاہای صنعت فرهنگ زبان یا گویش را کلیشه می‌کنند و آن را به عنصری خالی از هر گونه خلاقیت یا با کمترین خلاقیت ممکن تقلیل می‌دهند برای مثال به نحوه گویش و تغییر معنی کلمه " حالا " در ده سال گذشته توجه کنید که چگونه این کلمه به عکس دلالت ظاهریش بر زمان حال به عنوان فرار از همان "آن" به وسیله ملیونها نفر به کار می‌رود به گونه ای که امروز "حالا" دیگر "اکنون" نیست گریز است از همین "اکنون" به "نا زمان"ی در "نا کجا"ی بر ساخته صنعت فرهنگ

وظایف راهنمایی و رهبری:

نقش رهبری و تأثیر وسایل ارتباط جمعی در بیداری و ارشاد افکار عمومی اکنون بر هیچ کسی پوشیده نیست و روز به روز به اهمیت آن افزوده می‌شود. اگر به سیر تحولات سیاسی دو قرن اخیر توجه نماییم، مشاهده می‌کنیم که مبارزات مختلف انسان برای تأمین آزادی فکر و بیان از عوامل مهم پیشرفت و گسترش وسایل ارتباطی بوده اند. بر اثر این مبارزات، اصل آزادی مطبوعات که برای اولین بار در اعلامیه حقوق بشر و شهروند در انقلاب کبیر فرانسه در سال ۱۷۸۹ به رسمیت شناخته شد. به تدریج در بسیاری از کشورها به اجرا درآمد و بدین وسیله قدرت سیاسی حکومت‌ها تعدیل گردید و مطبوعات به عنوان رکن چهارم دموکراسی تبدیل شدند. اولین بار ادموند بورک انگلیسی سیاست مدار و فیلسوف این اصطلاح را برای مطبوعات در سال ۱۷۸۷ میلادی به کار برد.

در نظام های دموکراسی نشریات و مجلات، رادیو و تلویزیون و سینماها می‌توانند در راه گسترش ارتباط رهبری کنندگان و رهبری شوندگان خدمات مهمی انجام دهند و به عنوان آیینی تمام نمای افکار عمومی در جلب همکاری مردم و شرکت دادن آن‌ها در امور اجتماعی تأثیر فراوان به جا گذارند. در صورتی که در نظام های استبدادی و دیکتاتوری که بین فرمانروایان و فرمانبرداران روابط آزاد و رضایت آمیز وجود ندارد.

وسایل ارتباطی معمولاً به ابزارهای تحمیلی قدرت تبدیل می گردند و بدین صورت آثار نامساعدی را در جوامع دارای نظام عامرانه میگذارد و این همه از یک طرف بودن نقش وسایل ارتباطی و منعکس نساختن آراء و افکار عمومی در این نوع جوامع ناشی می شود.

وظایف تفریحی و تبلیغی:

در صورتیکه وسایل ارتباطی باعث سرگرم شدن افراد و پر کردن اوقات فراغت انسان گردند نقش تفریحی دارند. هرگاه به منظور ایجاد اعتقاد و اطمینان مورد بهره برداری قرار گیرند، دارای نقش تبلیغی خواهند بود. برای پاسخگویی به نیازهای تفریحی افراد وسایل ارتباطی وظایف گوناگونی را بر عهده دارند.

در دنیای کنونی به سبب فشار کار و شرایط دشوار زندگی ماشینی انسان ها بیش از هر زمان دیگر به استراحت نیاز دارند و اگر برنامه های مناسب وجود نداشته باشد که اوقات فراغت آنان را پر کند و خستگی و اضطراب آن ها را تسکین دهد خیلی زودتر از حد معمول فرسوده و از کار افتاده خواهند شد و این پیش از پیش اهمیت وظایف تفریحی و تبلیغی وسایل ارتباط جمعی را نشان می دهد.

جهانی شدن تلویزیون

تلویزیون را می توان به عنوان یکی از ارکان جهانی شدن دانست و از این منظر آن را بررسی کرد. در طول تاریخ جهانی شدن ارتباطات تلویزیون نقش مهمی را داشته است. البته منظور از تلویزیون در ادبیات جهانی شدن تلویزیون های جهانی است ولی از نظر نگارنده در سطح کشوری نیز می توان آن را بررسی کرد.

ایران نیز همانند دیگر کشورهای جهان دچار پدیده جهانی شدن شده است. این پدیده در ایران نیز همانند کشورهای دیگر دنیا از زمانی آغاز شد که امکان برقرار کردن ارتباطات

همزمان فراهم آمد. در ابتدا تلگراف و سپس تلفن و بعد رادیو و بعد از آن تلویزیون به ترتیب با آشنا کردن مردم با جهان اطراف توانستند مظاهر جهانی شدن را در ایران پدید آورند.

فرهنگ

فرهنگ مقوله وسیعی است که در جامعه شناسی برای آن تعاریف زیادی وجود دارد. اساساً فرهنگ مجموعه ای از باورها و اعتقادات جامعه است که بر اثر تأثیرپذیری فرد از خانواده، جامعه و جهان به وجود می آید و به دلیل همین جنبه اکتسابی آن است که باید توجه ویژه نسبت به آن داشت. امروزه پیشرفت شتابان دانش، مرز میان ملت ها را در هم شکسته و پدید آمدن سیستم های ارتباطی، جوامع پراکنده انسانی را در یک مجموعه فرهنگی یگانه جای داده است. به این ترتیب در اثر ارتباط و نزدیکی روز افزون ملت های گوناگون، انتقال ارزش ها و تأثیر و تأثرهای متقابل فرهنگی، مجموعه ای به نام دهکده جهانی با گستردگی و شتاب باورنکردنی در حال شکل گیری است. بنا بر این ضرورت اصلی است که سیاستگذاران عرصه فرهنگ با توجه به شناخت واقعی از جامعه و ضرورت ارزش ها و پایبندی به اصول و قوانین اجتماعی، موازین منطقی را به کار گرفته و فرهنگ و هویت جامعه را بر مبنای اصل خودباوری حفظ کنند.

مطابق با آن چه در لغت نامه دهخدا آمده کلمه «فرهنگ» تشکیل شده از پیشوند «فر» و «هنگ» از ریشه «ثنگ» از واژه ای اوستایی که به معنی کشیدن است.

فرهنگ یا فرهختن هر دو مطابق است با «ادوکات» Educat و «ادوره» Edure در لاتین به معنی کشیدن و نیز به معنی تعلیم و تربیت. در برهان معین آمده: به معنی فرهنگ است که علم و دانش و هنر باشد. در دیکشنری آکسفورد «ادوره» به نمایش گذاشتن خردمندی و

روشنفکری است همچنین دستورالعمل‌های اجتماعی. گاه واژه فرهنگ معادل culture به معنی پرورش و تمدن نیز گرفته شده‌است. با همهی این اوصاف در اصطلاح رایج امروز آن چه از فرهنگ در جامعه استنباط می‌شود عبارت است از مجموعه زبان، آداب، رسوم، باورها، کنش و واکنش‌های اجتماعی و نحوی سلوک با هم یا با جوامع دیگر و خیلی چیزهای دیگر که گاه حتی در تعریف با پیشینه هنری و ذخایر ادبی مخلوط می‌شود. به بیان دیگر (شاید با کمی تسامح) بتوان گفت: فرهنگ یک قوم یا ملت، مجموعه یا کمپلکسی در هم تافته از خصوصیات اخلاقی و اجتماعی و ظرفیت‌های هنری منحصر به فرد آن قوم یا ملت است که آن‌ها را از سایر اقوام و ملل متمایز می‌کند. از این رو شاید وجه دیگر تمایز انسان‌ها از سایر جانوران را نیز بتوان در داشتن فرهنگ‌های متفاوت دانست.

مقوله فرهنگ وابسته به عناصر مختلف و اجزای بی‌شمار خود است و مدام در حال تغییر و تحول است. این تغییرات می‌تواند درونی باشد یا بر اثر برهم کنش و تعامل فرهنگ‌ها. عنصر زبان یکی از مهم‌ترین اجزای فرهنگ است چنان که گویی محمل فرهنگ باشد؛ همان‌قدر که وسیله ارتباط است بیانگر هویت فرهنگی افراد جامعه و شیوه متفاوت تفکر نیز هست. از آن‌جا که زبان و فرهنگ با یکدیگر رابطه‌ای دوسویه دارند. زبان بر فرهنگ جامعه نیز تاثیر می‌گذارد و یکی از عوامل تغییر فرهنگ محسوب می‌شود. بسیاری از مردم هنگامی که از جامعه‌ای به جامعه دیگر مهاجرت می‌کنند به واسطه‌ی زبانی که تکلم می‌کنند خود را بیش‌تر متعلق به فرهنگ مبدا می‌دانند حال آن که در نسل‌های بعد به واسطه تغییر زبان این احساس به کلی تغییر می‌یابد. بدین نحو می‌توان گفت بیش از مرزهای جغرافیایی، این زبان است که مشخص‌کننده تمایزات فرهنگی است.

عوامل اقتصادی، شکل معیشتی و عوامل جغرافیایی مردم، از دیگر عوامل تفاوت فرهنگ‌ها است. نوع زندگی شهرنشینی یا روستانشینی، ساکن بودن یا کوچ‌نشینی بودن، دامدار یا کشاورز بودن حتی نوع آب و هوا، اشکال متنوعی از شیوه زیست را طلب می‌کند که هر کدام منجر به فرهنگی خاص می‌شود. در تاریخ نمونه‌های بسیاری وجود دارد که اقوام مختلف به واسطه تغییرات جوّی، کوچ‌های اجباری یا تغییرات کلی دیگر مجبور به سازگاری با نوع

دیگری از زندگی شدند که موجب دگرگونی فرهنگی آن‌ها شده است. اقتصاد از جمله مهم‌ترین عوامل تنوع و تغییر در فرهنگ است تا آن‌جا که می‌توان گفت بسیاری از عوامل دیگر را تحت شعاع قرار می‌دهد و یا بر آن سرپوش می‌گذارد. عموماً جامعه‌هایی که از رشد اقتصادی بهتری برخوردارند اهمیت بیشتر به هنر و تولید علم می‌دهند. فرهنگ جامعه‌هایی که دست خوش جنگ، بلایای طبیعی و حکومت‌های ناکارآمد و یا خودکامه می‌شوند؛ این عامل بیش از عوامل دیگر بر آنان تاثیر می‌گذارد. نوع توزیع سرمایه در جامعه نیز موجب به وجود آمدن تفاوت‌های بنیانی بین جوامع بشری است. مسلماً فرهنگ جامعه طبقاتی با جامعه همگن متفاوت خواهد بود. نوع عصبیت‌های قومی و نژادی، آموزه‌های دینی و اعتقادی، خرافات، خردورزی یا احساسگرایی و هزاران عامل دیگر نقشه ژنتیکی فرهنگ یک جامعه را تشکیل می‌دهند که برای مطالعه، شناخت و تغییر فرهنگ هر جامعه، ابتدا می‌بایست این نقشه ترسیم شود سپس برحسب نوع جامعه و بررسی راه‌های کاربردی به تغییرات بنیانی آن در دراز مدت پرداخت. چنان‌که تاریخ نشان داده هیچ انقلابی موجب تغییر فرهنگ نشده است چرا که انقلاب اجتماعی که اصولاً پدیده‌ای سریع و روبنایی و عموماً محصول واکنش‌های احساسی بر یک یا چند عامل معدود و مشخص‌اند نمی‌تواند بر زیر بناهای تشکیل‌دهنده فرهنگ تاثیر بگذارد. ایضاً پدیده‌هایی هم‌چون انقلاب فرهنگی اگر بهانه‌ای برای سرکوبی نباشد در عمل چیزی بیش‌تر از لفاظی و یا بازی سیاسی نیست.

حکومت‌ها بر خلاف آنچه می‌پندارند سکان‌دار فرهنگ نیستند و نمی‌توانند باشند زیرا خود محصول فرهنگی (یا نابسامانی فرهنگی) جامعه‌اند. حکومت‌ها در کوتاه مدت تنها می‌توانند بر معلول‌های فرهنگ نظارت کنند و بر عواملش دسترسی ندارند.

نابسامانی فرهنگی عبارت است از تضاد و ناهمخوانی عناصر فرهنگی با هم. این نابسامانی علل مختلف می‌تواند داشته باشد. گاه تفاوت میان باورها و اعتقادات و عملکرد واقعی جامعه یا به عبارت دیگر تفاوت حقیقت (یا آن‌چه که حقیقت پنداشته می‌شود) با واقعیت موجب تضاد و پریشانی می‌شود. این تضاد ممکن است از ناکارآمدی و بیش از حد ایده‌آل بودن اصولی که به عنوان پایه و ملاک عمل در نظر گرفته شده‌باشد و یا از آمیختن آن با خرافاتی که با غرایز و

نیازهای اولیه انسان مغایرت دارد؛ صورت گیرد. گاه قوانین و دستورات فرهنگی که به صورت تحمیلی و به وسیله حکومت‌های غیر مردمی (چه دست‌نشانده و چه خودکامه) بر مردم اعمال می‌شود نیز موجب این تنش می‌شود در چنین جوامعی مردم در خلوت خود جور دیگری فکر می‌کنند، عمل می‌کنند، از فرهنگ و محصولات فرهنگی مطابق میل خود استفاده می‌کنند و در ظاهر و به طور رسمی از فرهنگ حکومتی تبعیت می‌کنند. چنین دوگانگی‌ای علاوه بر به وجود آوردن فرهنگ ریاکاری، عموماً تنش‌زا نیز هست. گاه فاشیسم فرهنگ حکومتی موجب به وجود آوردن آنارشیسم فرهنگ موازی می‌شود. این امر به خصوص در نسل جوان نمود بیشتری دارد و گاه این اعتراض خود را به صورت بیمارگونه‌ای در جشن‌ها، خشونت‌های بعد از بازی‌های ورزشی و مراسم‌های سنتی‌ای که مورد حمایت حکومت نیست؛ به منظور دهن کجی بروز می‌دهند در حالی‌که در حکومت‌هایی که فرهنگ جامعه به طور طبیعی سیر خود را طی می‌کند کمتر شاهد این‌گونه ناآرامی‌ها هستیم. علاوه بر این‌ها اختلاف طبقاتی و تبعیض اقتصادی موجب به وجود آمدن دو فرهنگ غنی و فقیر می‌شود که معمولاً با نگاهی تحقیرآمیز از یک سو و نگاهی کینه‌جویانه از سوی دیگر همواره بین این دو کشمکش به‌وجود آورده و خود عاملی دیگر برای نابسامانی فرهنگی است.

همان‌طور که مردم جوامع مختلف با هم آمد و شد دارند کالاهای اقتصادی و هنری رد و بدل می‌کنند، از سرزمین‌های هم بازدید بعمل می‌آورند، فرهنگ‌ها نیز در تعامل‌اند و بر هم تاثیر متقابل می‌گذارند. خصوصاً در جهان کنونی و وسایل ارتباطی از قبیل اینترنت، ماهواره و... در دنیایی که آن را امروز دهکده جهانی می‌نامیم و فاصله‌ها بسیار کوتاه شده و فرهنگ‌ها تا این اندازه دارای اشتراکند یا لاقلاً به درکی متقابل از هم دست یافته‌اند. میزان این تاثیرگذاری‌ها بی‌شک یکسان نیست همان‌طور که میزان صادرات و واردات در بین کشورها یکسان نیست. اما آنکه کالایی برای عرضه دارد هیچ‌گاه مرزهای خود را نمی‌بندد. تهاجم و شبیخون فرهنگی نامی است برای سرپوش گذاشتن بر بی‌لیاقتی و خلاءهای فرهنگی. در دنیا چنین کلماتی معنی درستی ندارند تنها چیزی که وجود دارد پذیرش فرهنگی است. اینکه یک جامعه در جهت حفظ فرهنگ خود بکوشد و یا چند قسمت از فرهنگ جوامع دیگر را بپذیرد یک انتخاب است که

می‌بایست با هوشیاری و شناسایی جذابیت‌های فرهنگی خود آن جامعه صورت پذیرد؛ نه این که بنا بر سلیقه یا صلاح دید دولت‌ها کیفیت داد و ستد فرهنگی تعیین شود. دولت‌ها اگر نماینده واقعی مردم باشند تنها می‌توانند به خواست عموم با بسترسازی و آزاد گذاشتن فضای فرهنگی روند تحولاتی که مردم به آن گرایش دارند را سرعت بخشند.

پیش از این گفتیم که ملاک‌های فرهنگی به علت مطلق نبودن ارزش‌ها، برای جوامع مختلف، متفاوت است. ولی آیا برآستی در دنیای امروز هیچ ارزش مشترکی بر فرهنگ‌های گوناگون وجود ندارد؟ به نظر می‌رسد درک فرهنگ‌های دیگر و ملاک‌های سودانگاران که در جهت برآوردن نیازهای اولیه و غرایز طبیعی انسان است مردم را به گزینی فرهنگی وا داشته است. تا آنجا که این ملاک‌ها به صورت بدیهی برای ملل مختلف پذیرفته شده‌است. از این رو فرهنگی که جامعه را به سوی بهداشت، آسایش و امنیت، عدالت، حفظ آزادی‌های فردی و اجتماعی، قانون‌مداری، «درک حضور دیگری» و دوری از خشونت سوق می‌دهد مثبت و هرچه در جهت خلاف آن باشد منفی فرض می‌شود. اصولاً وجود چنین معیارهایی است که قوانین حقوق بشر را معنا دار کرده‌است.

آنچه در قلمرو توسعه فرهنگی اهمیت دارد مبادلات فرهنگی است که این مبادلات، یکی از راه‌های توسعه فرهنگی محسوب می‌شود، اما در مبادلات فرهنگی شناخت جامعه و کوشش برای دستیابی بر خط مشی کلی و موازین اصولی آن مهم است.

به هر صورت تبادل و تعاملات فرهنگی جوامع باید طوری صورت بگیرد که پا به پای پیشرفت‌های علمی، تکنیکی و اجتماعی که در جوامع بشری به وجود می‌آید حرکت کند و روابط فرهنگی یک طرفه نباشد بلکه حالت بده بستان داشته باشد و هر جامعه‌ای که بتواند مسائل و ارزش‌های خوب فرهنگی خویش را عرضه کند و از پیشرفت‌های جوامع دیگر نیز در همه عرصه‌ها استفاده نماید تا بتواند خود را با جامعه ملل وفق دهد. برخی جوامع و کشورهایی هستند مثل کشور ژاپن که خیلی زیاد بر سنت‌ها و فرهنگ اصیل خویش تأکید دارند، اما در دنیای امروز که فرهنگ‌های مختلفی وجود دارد نمی‌توان صرفاً با اتکاء به فرهنگ

خویش زندگی نمود. بلکه باید تبادل و تعامل فرهنگی بین جوامع صورت بگیرد و وجود داشته باشد."

در پیشرفت کشورها موضوع توسعه فرهنگی می تواند یکی از مسائل بسیار مهم باشد به خاطر این که موضوع هویت و استقلال ملی کشورها ارتباط می گیرد و هیچ کشوری نمی تواند بدون تکامل و پیشرفت فرهنگی در جهان معاصر ادعای پیشرفت و استقلال نماید.

صنعت فرهنگ

صنعت فرهنگ از جمله مفاهیمی است که در قرن بیستم توسط تئودور آدورنو برای توضیح چگونگی عملکرد مراکز تولید محصولات فرهنگی که - آدورنو آنها را تولید کنندگان فرهنگ نیز می دانست - در ساختمان فرهنگ توده ای مدرن به کار برده شد.

برای آن که بهتر کارکرد چنین پدیده ای را متوجه شویم با یک مثال ساده شروع می کنیم:

فرض کنید که یک کارخانه تولید پوشاک می خواهد برای مردم شهری که در آن واقع است پوشاک تولید کند و همچنین صاحبان این کارخانه مایلند تولیدات کارخانه بتواند به تمام مردمان شهر فروخته شود، برای اجرای این هدف دو راه موجود است یکی آنکه کارخانه سعی کند تولیداتش همه ی سلیقه های موجود در شهر را پوشش دهد و دیگری اینکه سلیقه مردم ابتدا بوسیله یک الگوی یکسان همانند سازی شود و همزمان کارخانه از همان الگو برای تولید استفاده کند، ناگفته پیداست که راه دوم بسیار آسان تر و همچنین مطمئن تر - از نظر بازگشت سرمایه و سود - است. آنچه در مثال بالا اتفاق افتاد با پیچیدگی بیشتری در تمام الگوهای فرهنگ مدرن اتفاق می افتد.

در فرهنگ ایرانی حداقل در دو دهه گذشته همین روند به تبع روند جهانی صنعت فرهنگ

معمول بوده است. منتها با توجه به شرایط ویژه فرهنگ ایران این فرآیند خود را به نوعی

نمودار می‌سازد که تا حدودی با آنچه در مقالات انتقادی آدورنو و دیگر همکارانش مشاهده می‌شود متفاوت است.

اولین عنصر صنعت فرهنگ همانند سازی است، به رغم ظاهر بسیار متنوع، تولیدات این صنعت در محتوی یکسانند و این باعث می‌شود صنعت فرهنگ بعنوان یک دستگاه سرکوب وارد عمل شود تا هرگونه ذوق را از میان بردارد و جاده را برای پذیرش تولیداتش هموار کند. این نوع همانند سازی در فرهنگ ایرانی نیز اتفاق افتاده است با یک تفاوت عمده که سرکوب شدگان فرهنگی نه تنها احساس سرکوب نمی‌کنند بلکه به جهت شرایط ویژه فرهنگ ایران در دهه‌های گذشته احساس پیروزی نیز دارند و این مانند آن است که کسانی از سر سپردن به گیوتین احساس رضایت کنند.

در ایران جایگاه فیزیکی یا حضور جغرافیایی صنعت فرهنگ به دو پاره تقسیم شده است: یکی در درون مرزهای جغرافیایی ایران و دیگری در آنسوی آبهای دور. اگر اصلاً در زمان حاضر بتوان از چیزی به عنوان "صنعت فرهنگ ملی" سخن گفت، باید اشاره کنیم که صنعت فرهنگ در ایران دارای نکات عجیب و نامتعارفی به نسبت تئوری اصلی می‌باشد، یکی از این نکات محرک‌های اصلی صنعت فرهنگ است. تا آنجا که به جهان مدرن مربوط است هدف اصلی صنعت فرهنگ در هم شکستن هرگونه مقاومت آگاهی‌های فردی به نفع سود تضمین شده است.

در ایران اولین آسیب این عملکرد شوم صنعت فرهنگ حذف آگاهی کهنسال موجود در فرهنگ فارسی برای تشخیص کیفیت آثار هنری است. برای مثال کافی است در یکی از نقاط دورتر از مراکز شهری که هنوز صنعت فرهنگ موفق به نابودسازی ذوق ویژه‌ی مردمانش نشده در مورد بهترین استاد یا نمونه موسیقی موجود در محل پرسش کنید و ببینید که جواب تا چه حد درست است ناگفته پیداست که پاسخ چنین سوالی در مناطق زیر نفوذ صنعت فرهنگ تا چه اندازه بی‌ارزش است.

به دلیل حذف همین آگاهی اولین و مرگبارترین ضربه صنعت فرهنگ بر فرهنگ‌های کهن محلی وارد می‌آید و جالب اینجاست که داعیه نگاهبانی و حفظ عناصر اصلی این فرهنگ‌ها را

نیز دارد، غافل از اینکه تلمیح یا استفاده مکانیکی از عناصر هنری موجود در چنین فرهنگ‌هایی به شکل ساده شده‌ای که در صنعت فرهنگ مرسوم است به نابود سازی هرچه بیشتر عناصر اصلی موجود در فرهنگ‌های کهن منجر می‌شود. برای مثال استفاده‌ی ساده شده و دم دستی از ملودی‌های کهن یا استفاده‌ی دلچک گونه از رقص‌های آیینی تا چه حد به نجات این عناصر در حال احتضار کمک کرد؟

تعریف فرهنگ عامیانه

برای ارائه تعریف ما باید به ریشه‌ها برگردیم و ببینیم این علم از چه زمانی آغاز شده و ابتدا چه کسانی به آن پرداخته‌اند.

آقای محمد جعفری قنواتی در مقاله مفصل خود با عنوان ادبیات شفاهی ایران در کتاب ماه کودک و نوجوان شماره های ۹۱ و ۹۳ می‌نویسد "فولکلور (Folklore) که در زبان فارسی به فرهنگ مردم، فرهنگ عامه، دانش عوام، فرهنگ توده و... ترجمه گردیده است، اولین بار توسط ویلیام جان تامز انگلیسی (در سال ۱۸۴۶ میلادی) عنوان شد. از نظر وی، این واژه ناظر بر پژوهش‌هایی بود که باید در زمینه عادات، آداب و مشاهدات، خرافات و ترانه‌هایی که از ادوار قدیم باقی مانده‌اند، صورت می‌گرفت."

خود کلمه فولکلور از دو جزء تشکیل شده. (folk) به معنای توده است و (lore) به معنای دانش یا ادب. البته این ساده‌ترین تعریفی است که می‌شود از این کلمه ارائه داد. و اتفاقاً اصل دعوا هم همین جاست. با توجه به معانی زیادی که از این دو جزء ارائه می‌شود در ایران این کلمه معادل‌های زیادی دارد.

آقای بهاء الدین خرمشاهی مورد خوبی را تذکر می‌دهند:

ابتدا لازم است اندکی بحث روش‌شناسی و بلکه اصطلاح‌شناسی کنیم. اول اینکه فولکلور را نمی‌توان ادبیات نامید زیرا ادبیات در اصطلاح زبان‌شناسی و نقد ادبی معنای معین و شسته رفته‌ای دارد و به ادبیات کلاسیک و میانه و نوین تقسیم می‌شود. حال می‌توان شق چهارمی هم به عنوان ادبیات فرانونین به پست مدرن قائل شد.

فولکلور خود کلمه‌ای مرکب است :

۱) فولک به معنای مردم و عامه، توده مردم نظایر آن و کمابیش عوام در معنای غیر تخفیف آمیز آن، در برابر خواص که نخبگان و فرهیختگان جامعه‌اند.

۲) لور (Lore) یعنی دانش، ادب به معنای قدیم این کلمه که متفاوت با ادبیات است و بیشتر مترادف با فرهنگ مجموعه‌ای از " معارف " و دانستنیها و دانش و بینش غیر تخصصی است و مجموعاً بهترین معادل این کلمه یعنی کلمه فولکلور، فرهنگ عامه است.

فرهنگ در اینجا بیشتر خرده فرهنگ یا sub- culture است تا culture که فرهنگ رسمی و فرهیخته و فرهیختگان است. (سایت خبرگزاری میراث فرهنگی)

البته در تعریف این کلمه هنوز هم بین علمای این علم اختلاف است. اما نقطه مشترکی در همه این تعریف‌ها هست و آن به شیوه انتقال این دانش بر می‌گردد. فولکلور به آن بخش از دانش و هنر گفته می‌شود که به صورت شفاهی و زبان به زبان، از نسلی به نسل دیگر منتقل شود.

به موجب تعریف سنت ایو (saint yves) فولکلور به مطالعه زندگی توده عوام در کشورهای متمدن می‌پردازد. زیرا در مقابل ادبیات توده، فرهنگ رسمی و استادانه ای وجود دارد به این معنی که مواد فولکلور در نزد مللی یافت می‌شود که دارای دوبرورش باشند: یکی مربوط به طبقه تحصیل کرده و دیگری مربوط به طبقه عوام. مثلاً در هند و چین فولکلور وجود دارد اما نزد قبایل وحشی استرالیا که نوشته و کتاب ندارند فولکلور یافت نمی‌شود. زیرا که همه امور زندگی این قبایل مربوط به علم نژاد شناسی است.

نژاد شناسی نه تنها وضع سیاسی و مذهبی و عادات و اخلاق آنها را ضبط می‌کند، بلکه مثلها، ترانه‌ها، قصه‌ها و افسانه‌های آنها را نیز جمع‌آوری می‌نماید. فولکلور نزد قبایل بدوی وجود ندارد چنانکه در ملتی که همه افراد آن دارای پرورش عالی معنوی بوده و از اعتقاد به اوهام و خرافات بر کنار باشند نیز یافت نخواهد شد. ولی چنین ملتی تا کنون وجود نداشته است.

بطور اجمال فولکلور آشنایی به پرورش معنوی اکثریت است در مقابل پرورش مردمان تحصیل کرده در میان یک ملت متمدن .

فرهنگ عامه و تقسیم بندی آن

تمام وجوه زندگی انسان متأثر از فرهنگ است و بدلیل تنوع های جغرافیایی و مکانی موجود که باعث ایجاد روش های زندگی متفاوت با هم شده است ، هر جا که اندک تفاوت جغرافیایی با نواحی دیگر داشته باشد باید جداگانه مورد بررسی های فولکلوریک قرار بگیرد و روش زندگی آن ناحیه جداگانه ثبت گردد.

نسبت به همین تشخیص مکانی و روش خاص زندگی می توان وجوه اقتصادی و معیشتی ، اجتماعی ، اعتقادی و معنوی ، علمی ، هنری زبانی و ادبی یک منطقه را مطالعه کرد.

وجه اقتصادی - معیشتی

در وهله اول باید به نیاز های اولیه هر انسان توجه کنیم. این که مناطق مختلف چه عادات غذایی ای دارند و چگونه هر غذا را تهیه می کنند یا این که مراسم خاصی برای این کار دارند یا نه؟

یا این که نحوه پوشش هر ناحیه تحت چه سنت هایی قرار دارد و یا این که روش های مسکن گزینی مردم هر ناحیه چه تفاوتی با بقیه نواحی دارد و هر ناحیه برای بقای خود چه مراحل را طی می کند؟

در وهله بعد می توان به مشاغل هر ناحیه ، محبوبیت یا مذمت شغل های خاص و نحوه شکل گیری نظام هر شهر یا روستا یا ناحیه ، میزان اهمیت دادن مردم به تجملات و نحوه آرایش منزل ، غذاها ، محل کار و پوشش خود توجه کرد.

غایت همه این بررسی ها نحوه تلقی مردم از این مسائل - جدای از تربیت فرهنگی و رسمی هر ناحیه - و ارزش گذاری عمومی ای است که در عرف برای این مسائل قائل می شوند. همچنین مسلماً در کنار این مسائل اقتصادی ، نوع خاصی از ادبیات به وجود می آید که شامل ترانه ها ، آوازاها ، لطیفه ها و داستان ها و ... است.

وجه اجتماعی

برای رسیدن به تعریف کاملی از وجه اجتماعی زندگی می‌بایست از کوچکترین واحد اجتماعی یعنی خانواده شروع کرد. تعریف خانواده در نواحی مختلف با هم متفاوت است. هم چنین نحوه‌های ایجاد خانواده با توجه به مسائل اعتقادی، نحوه حفظ شالوده خانواده، مردسالاری و زن‌سالاری، مراحل مختلف زندگی خانوادگی و آموزش و پرورش خاص هر کدام از این مراحل، مراسم‌های خاص زندگی از قبیل عزا و عروسی و در آخر روابط بین فامیلی و همسایگی در این مرحله قابل بررسی است.

پس از خانواده سیستم‌های بزرگتر اجتماعی از قبیل آموزش و پرورش و سیستم‌های اداره جمعیتی مورد توجه قرار می‌گیرند. البته این نکته قابل ذکر است که آنچه که در حیطه فولکلور قرار می‌گیرد مربوط به طبقه پائین‌تر جامعه بشری است و الا سیستم‌های موجود در یک زندگی متمدن و پیشرفته شهری زیر گروه علوم دیگر از جمله جامعه‌شناسی قرار می‌گیرد.

وجه اعتقادی و معنوی

تمامی گرایش‌های دینی و پرستش‌های درست و نادرست انسان در طول تاریخ یک ناحیه به این وجه مربوط می‌شود. از دین‌های یکتا پرستی تا چندگانه پرستی‌ها و اعتقادات خرافی در این زمینه، هم چنین گرایش به جادوگری و انواع فال‌گیری و کف‌بینی و تفال و سر کتاب باز کردن‌ها و هم چنین آئین‌های مربوط به مردگان و داستان‌های پیرامون آنها و مراسم‌های مختلف در هر ناحیه از مراسم مربوط به کشت و زرع گرفته تا نذر و نیاز و قربانی همه در این گروه جای می‌گیرند.

وجه هنری - ادبی

در این بخش صنایع دستی و کارهای هنری جای می‌گیرند به همراه ادبیات شفاهی.

ادبیات شفاهی خود شامل بخش‌های زیادی است:

(۱) اساطیر، حکایت‌های اسطوره‌ای، افسانه‌ها، قصه‌های پهلوانی، حکایت‌های واقعی، داستان‌های امثال و لطیفه که هر یک دارای ساختار و موضوعی مشخص و متفاوت از دیگری

هستند. در عین حال هر يك از این انواع، خود به اجزای كوچك تری تقسیم می‌شوند. ویژگی مشترك انواع فوق، روایی بودن آنهاست.

۲) آوازه‌ها، ترانه‌ها، تصنیف‌ها، واسونك‌ها، دوبیتی‌ها، تك‌بیتی‌ها، نوحه‌ها، اشعار سوگواری‌ها و لایبی‌هاست. ویژگی مشترك این انواع، منظوم بودن آنهاست.

۳) ادبیات نمایشی توده از نمایش‌های تخت حوضی تا تعزیه‌ها و نمایش‌های پهلوانی

۴) امثال و حکم، چیستان‌ها، لغزها، زبان‌زدها، بازی‌های زبانی (يك مرغ دارم روزی دو تا تخم مرغ می‌زاره. چرا دو تا؟) زبان‌های زرگری، زبان مخفی، تشبیهات عامیانه، یادگاری‌ها و دیوار نوشته‌ها (به یادگار نوشتم خطی ز دل‌تنگی/ در این زمانه ندیدم رفیق يك رنگی)، ماشین نوشته‌ها (بیمه ابوالفضل، بابا منتظرت هستم، در حقیقت مالك اصلي خداست/ این امانت بهر روزی نزد ماست)، اشعاری که برای نوازش خوانده می‌شود (ماشاءالله چشم نخوری ایشاءالله)، نفرین‌ها، حاضر جوابی‌ها

۵) تمامی مراسم شایع بین مردم و ادبیاتی که حول آنها شکل می‌گیرد از جمله مراسم عزاداری و سنگ‌نباشته‌قبرها و تاسوعا و عاشورا و نحوه شعرخوانی در این مراسم و مولودی‌خوانی و

چند فرهنگ‌گرایی

چند فرهنگی‌گرایی يك رویکرد سیاسی برای مدیریت تنوع اجتماعی در جوامع چندقومی است و بر احترام متقابل و تحمل تنوع فرهنگی در درون مرزهای يك کشور تاکید دارد. چند فرهنگی‌گرایی تلاش می‌کند که برجسته‌های مثبت فرهنگ‌های مختلف متمرکز شود و این کار در برخورد با کسانی که تازه وارد جامعه جدید شده‌اند جدي ترانجام می‌شود. چند فرهنگی‌گرایی در تاریخ برای اولین بار توسط کورش مورد پذیرش و تقدیر قرار گرفت. در منشور حقوق بشر کورش صراحتاً از تحمل بین فرهنگی و آزادی مذهب و فرهنگ سخن به میان آمده و برده‌داری لغو و تقبیح شده است (لاسل، ۲۰۰۵)

در دنیای مدرن و در سال ۱۹۵۷ این کلمه برای اولین بار در مورد شرایط حاکم بر کشور سوئیس بکار رفت، در اواخر دهه ۱۹۶۰ در کانادا رواج زیادی پیدا کرد و سپس به سرعت در میان کشورهای انگلیسی زبان گسترش پیدا کرد (واتسون، ۲۰۰۰)

امروزه چند فرهنگی گرایی به عنوان تنها راه حل مناقشات درونی کشورهای مهاجرپذیر مورد قبول قرار گرفته است. به همین دلیل در سال های اخیر شاهد ظهور طرح های عملیاتی تر چند فرهنگی گرایی مثل تحمل چند فرهنگی و گفتگوی چند فرهنگی بوده ایم. حوادث یازده سپتامبر و وقایع پس از آن مخصوصاً حوادث انفجار سال ۲۰۰۵ در متروی لندن توسط جوانان مسلمانی که در انگلستان به دنیا آمده و بزرگ شده بودند (سگل، ۲۰۰۵) و همینطور شورش های گروه های اقلیت قومی سال ۲۰۰۵ در فرانسه باعث شده که توجه متخصصان بیشتر به این حوزه جلب شود.

چند فرهنگی گرایی در کشوری مثل ایران ماهیتاً متفاوت از تجربه کشور های غربی است. بارزترین این تفاوت را می توان ناشی از مساله مهاجرت دانست. تفاوت دیگر مساله فرهنگ است که در شرق کلاً سازوکارهای متفاوتی از غرب دارد.

انواع چند فرهنگی گرایی

چند فرهنگی گرایی هم مثل بقیه مفاهیم علوم اجتماعی یک مفهوم مبهم است. تنها نکته ای که در همه نسخه های چند فرهنگی گرایی مشترک است پذیرفتن ضمنی یا صریح تکثر و احترام به حقوق گروه های مختلف اجتماعی است. به همین دلیل کوروش در جهان به نام اولین چند فرهنگی گرای تاریخ شناخته می شود. او بطور واضح برده داری را منسوخ کرد و از آزادی فرهنگ و مذهب سخن گفت. این سخن در آن زمان آنچنان عجیب بود که برخی کوروش را دیوانه خطاب کردند. گونه های سنتی تر چند فرهنگی گرایی بر آن بودند که حقوق اقلیت ها باید در حوزه خصوصی مورد احترام باشد و شکل حوزه عمومی باید همان شکل فرهنگ غالب جامعه باشد. نمونه های مدرن چند فرهنگی گرایی معتقدند فرهنگ های اقلیت باید در شکل دهی به حوزه عمومی نقش داشته باشند و گونه های پسا مدرن از چند فرهنگی گرایی که اصطلاحاً پسا چند فرهنگی گرایی نامیده می شوند به تفاوت در جامعه به عنوان یک هدف می نگرند و

معتقدند برای داشتن یک جامعه بهتر باید از تنوع بیشتر طرفداری کرد (آزمون ۲۰۰۵).
ورتووک (۲۰۰۳) معتقد است جریان قوی مهاجر پذیری در اروپا به ظهور یک جریان ضد چند
فرهنگی گرایی در غرب منجر شده و این جریان در آینده قویتر هم خواهد شد.

دلانتي (۲۰۰۳) نسخه های مختلف چند فرهنگي گرایی را به ده گونه تقسیم کرده که خود
این ده گونه در سه دوره زمانی پیوسته قرار می گیرند:

تک فرهنگي گرایی

هرچند تک فرهنگي گرایی از اساس رودر روی چند فرهنگي گرایی قرار می گیرد اما
دلانتي به دلیل ارتباط آن با چند فرهنگي گرایی آن را در ذیل عنوان چند فرهنگي گرایی آورده
است. در این شکل چند فرهنگي گرایی قوم مسلط ویژگی های هویتی و فرهنگي خود را به سایر
اقوام تحمیل می کند. این روش در حال حاضر هم در بسیاری از کشورها اجرا می شود (کیلی ،
۱۹۹۸). به عنوان مثال در کشور آلمان فقط یک نوع هویت قومی به رسمیت شناخته می شود
بنابر این در کشور آلمان (و همینطور فرانسه) تابعیت بر مبنای قومیت تعریف می شود نه
محل تولد (دلانتي ، ۲۰۰۳)

البته باید توجه داشت که وجود این روش در کشور هایی مثل فرانسه و آلمان و دیگر
کشورها به مفهوم عدم استفاده از سایر روشهای چند فرهنگي گرایی در آنها نیست . به عنوان
مثال در کشور ژاپن با اینکه سیاست اصلی دولت تک فرهنگي گرایی است اما چند فرهنگي
گرایی و احترام به تکثر در سطح منطقه ای وجود دارد (کالانز ، ۱۹۹۸)

چند فرهنگي گرایی جمهوری خواهانه

الگوی این نوع چند فرهنگي گرایی مربوط به فرانسه است. در این شیوه چند فرهنگي گرایی
به حوزه خصوصی تقلیل پیدا می کند و در حوزه عمومی جایی برای تفاوت های فرهنگي وجود
ندارد. این الگو مثل الگوی قبلی ظرفیت هایی برای ایجاد انعطاف پذیری بیشتر در جامعه دارد

اما گروهی از منتقدان مثل شاین (۲۰۰۰) معتقدند این الگو بدلیل تمایل دولت به نزدیک شدن به مدل‌های تکثر گرایانه تر همگرایی در جامعه کارکرد خود را از دست داده است.

ستونی سازی

این مدل هم مثل مدل‌های پیشین یک مدل با سابقه تاریخی است. البته تاریخی بودن این مدل به این معنی نیست که در حال حاضر از آن استفاده نمی‌شود. به عنوان مثال این سیاست هنوز هم سیاست فرهنگی اصلی دولت هلند است (شوارتز، ۲۰۰۴). در هلند اصل برابری مذاهب از ابتدای قرن نوزدهم پذیرفته شده بود. با این وجود حمایت دولت از مدارس مذهبی کاتولیک تا سال ۱۹۱۷ اتفاق نیفتاد. در این سال دولت سیاست ستونی سازی در نظام آموزشی را مورد توجه قرار داد. طبق این سیاست نه تنها مدارس کاتولیک و پروتستان ایجاد شدند بلکه رفته رفته مدارس یهودی و هندو هم در هلند تاسیس شدند (وین پیترس، ۱۹۹۷)

سیاست ستونی سازی در شوروی سابق هم تعقیب می‌شد. در این کشور به مردم هر ایالت یک تابعیت قومی داده می‌شد که به این ترتیب جامعه شوروی سابق به ستون‌های متعدد فرهنگی تبدیل می‌شد (دلانتی، ۲۰۰۳). در عثمانی قدیم هم قوانینی وجود داشت که بر مبنای آن اقلیت‌های غیر مسلمان می‌توانستند مناطق خود را بصورت خودگردان اداره کنند (آیزنبرگ، ۱۹۹۹)

چند فرهنگی گرایی لیبرال

این نوع چند فرهنگی گرایی برای اولین بار در جریان انقلاب مشروطه آمریکا ظهور کرد. در این نظام همه گروه‌ها مجازند بر طبق اصول فرهنگ خود عمل کنند اما حوزه عمومی در جامعه باید به لحاظ فرهنگی خنثی باشد. البته خواه ناخواه گروه‌های قویتر شکل حوزه عمومی را به نفع خود تغییر می‌دهند اما هنگامی که تلاش در جهت خنثی ماندن حوزه عمومی وجود داشته باشد این میزان دخالت‌ها کاهش پیدا می‌کند. برای پیش آمدن چنین شکلی از چند فرهنگی

گرایی باید تعداد گروهها در جامعه زیاد باشد (دلانتي ، ۲۰۰۳) ، بنابر اين جامعه آمريکا براي شکل گيري چنين مدلي مناسب ترين جا بوده است.

چند فرهنگي گرايي اشتراکي

اين نوع چند فرهنگي گرايي در کانادا که که سنت مشروطه آن بر اساس مردمسالاري ليبرال کلاسيک نيست بر جسته تر از بقيه کشورها ديده مي شود (دلانتي ، ۲۰۰۳) .
در اين مدل سه ملاحظه فرهنگي لحاظ مي شود:

۱- دادن خود مختاري فدرال (به عنوان مثال دادن خود مختاري به ايالت کبک)

۲- ايجاد قوانيني براي احترام به حقوق گروههاي قومي

۳- دادن حقوق ويژه به اقليت هاي ضعيف تر (کيمليکا ، ۱۹۹۶).

بنابر اين تنها چيزي که براي اجراي اين مدل لازم است يک حد اقل توافق در مورد فضاي مشترک فرهنگي در جامعه است. مدلهاي قبلي چند فرهنگي گرايي همه محصول دوران صنعتي بودند اما مدل چند فرهنگي گرايي اشتراکي محصول جامعه ما بعد صنعتي است (دلانتي ، ۲۰۰۳)

چند فرهنگي گرايي اشتراکي ليبرال

اين مدل از چند فرهنگي گرايي را بيشتري در سطوح خرده ملي و در کنار ساير روشهاي چند فرهنگي گرايي مي بينيم (دلانتي ، ۲۰۰۳) و شباهت زيادي به چند فرهنگي گرايي اشتراکي دارد. البته با کمي دقت در اصول اين نوع چند فرهنگي گرايي مي بينيم که روح تکثر در آن کمي ضعيف تر از نمونه اشتراکي آن است. چند فرهنگي گرايي موجود در انگلستان را مي توان از اين نوع دانست (پارک ، ۲۰۰۰). در اين روش تاکيد بيشتري بر روي همزيستي مسالمت آميز

است. بر خلاف روش کانادایی در روش انگلیسی چند فرهنگی گرایی، اقلیت‌ها در برابر گروه‌های مسلط در جامعه در جایگاه برابری قرار ندارند.

بین فرهنگی گرایی

این روش جزو روش‌های متعادل‌تر چند فرهنگی گرایی است که به تفاوت‌های فرهنگی به عنوان یک امر مثبت می‌نگرد و در تلاش برای بهینه کردن و حتی گاهی افزودن تفاوت‌هاست (واتسون، ۲۰۰۰ و کاره، ۲۰۰۶). امروزه کشورهای زیادی در تلاشند تا برای حل مشکلاتشان از این روش بهره ببرند. استفاده از تفاوت‌های فرهنگی برای بالا بردن توانایی شهروندان در رویارویی با مشکلات یک روش موثر برای کاهش تنش‌هاست. استرافون (۲۰۰۳) با انجام یک تحقیق در میان دانش‌آموزان یک مدرسه بین‌المللی در جنوب شرق آسیا نشان می‌دهد که میان طول دوره تحصیل دانش‌آموزان در آن مدرسه و توانایی آنها برای مدیریت کردن تفاوت‌ها همبستگی مثبت وجود دارد.

چند فرهنگی گرایی رادیکال

مطابق این دیدگاه باید به گروه‌های ضعیف‌تر در جامعه امتیازاتی داد تا بتوانند با فرهنگ مسلط مقابله کنند (دوچه، ۲۰۰۴؛ هیس، ۲۰۰۵؛ وو، ۲۰۰۶) بنابراین طبق نظر طرفداران این دیدگاه دولت باید فعالانه در کنار گروه‌های حاشیه‌ای قرار گیرد. این روش در آمریکا به صورت محدود اجرامی شود. در آمریکا باز نمایی برخی گروه‌های اقلیت واقعاً بیش از اندازه واقعی آنهاست (دلانتی، ۲۰۰۳). برخلاف کشورهای اروپایی که چند فرهنگی گرایی فقط برای نسل‌های اول و دوم مهاجران کاربرد دارد، سیاست‌های امروز دولت آمریکا بر مبنای گونه‌گونی جامعه بر اساس ملیت اصلی آنها استوار است (گلنزر، ۲۰۰۰) این سیاست برای حفظ تنوع قومی حتی با انجام قرعه‌کشی گرین کارت از میان شهروندان کشورهای خاص حمایت می‌شود (وایت، ۲۰۰۵)

چند فرهنگی گرایی انتقادی

اساس این مدل بر چند فرهنگی گرایی اشتراکی استوار است اما به دلیل اینکه این نوع چند فرهنگی گرایی به تکرر فرهنگی بیشتر متکی است از چند فرهنگی گرایی اشتراکی متمایز می شود (گلدبرگ ، ۱۹۹۴). در چند فرهنگی گرایی انتقادی تفاوتها در هویت های قومی مورد تاکیدند و تکرر در هویت های گروهی مورد توجه قرار می گیرد (می ، ۱۹۹۹ ؛ مک لارن و کان پل ، ۱۹۹۵). این مدل به تعارض های فرد و گروه هم توجه می کند و از این بابت از سایر مدل های چند فرهنگی گرایی متمایز می شود.

چند فرهنگی گرایی فراملی

اساس شکل گیری این مدل را می توان تاثیرات جهانی شدن بر مسائلی همچون تابعیت و شهروندی دانست (کولو ، ۲۰۰۵). آنچه این مدل را از بقیه مدلها جدا می کند تاکید مضاعف آن بر انعطاف پذیری در مساله تابعیت است (دلانتی ، ۲۰۰۳). برخی کشور های جنوب شرقی آسیا مثل هنگ کنگ چنین سیاستی را در پیش گرفته اند تا بهتر بتوانند با کارمندان شرکتهای چند ملیتی کنار بیایند. بنابراین در کشورهایی که این مدل را برای سیاستگزاری خود انتخاب می کنند ، افرادی با ملیتهای دوگانه و حتی چندگانه دیده می شوند.

از نظر دلانتی (۲۰۰۳) از میان این ۱۰ نوع چند فرهنگی گرایی ؛ تک فرهنگی گرایی ، چند فرهنگی گرایی جمهوری خواهانه ، ستونی سازی و چند فرهنگی گرایی لیبرال متعلق به دوران سنتی ، چند فرهنگی گرایی اشتراکی ، چند فرهنگی گرایی اشتراکی لیبرال و بین فرهنگی گرایی متعلق به دوران مدرن و چند فرهنگی گرایی رادیکال ، چند فرهنگی گرایی انتقادی و چند فرهنگی گرایی فراملی متعلق به دوران پسا مدرن یا به عبارتی پسا چند فرهنگی گرایی هستند .

پسا چند فرهنگی گرایی

در اواسط دهه ۱۹۸۰ چند فرهنگی گرایی شاهد چرخشهای ناگهانی و اتخاذ سیاست های جدید در مورد تفاوت های فرهنگی بوده است. در حالیکه بیشتر مدل های شناخته شده بر اساس

برابری گروه‌ها و ایجاد یک اجماع سیاسی مورد پذیرش همه شکل گرفته اند دید گاه پسا چند فرهنگی گرایبی تفاوت های فرهنگی در جامعه را به عنوان هدفی که باید به آن دست یافت می بیند (جاکوبوویکز، ۲۰۰۵)

این انواع چند فرهنگی گرایبی هیچکدام به درد کشوری مثل ایران نمی خورند. در کشوری مثل ایران چند فرهنگی گرایبی بیشتر امری خودبخودی و با ریشه تاریخی است. به عنوان مثال اگر یک شیرازی بخواهد با یک تبریزی ازدواج کند ، بنا به دلایل نامعلومی ستارخان و لطفعلی خان زند با هم به تفاهم می رسند. آمار ازدواج میان آذری ها و غیر آذری ها نشان می دهد که سازو کارهای سنتی چند فرهنگی گرایبی خیلی قوی تر از آن هستند که بتوان آنها را با ایجاد گفتمان ترکی ، عربی و کردی در هم شکست. هزاران سال طول کشیده تا این هویت مشترک ایرانی شکل بگیرد و حالا ظرف پنجاه سال شکستن این اسطوره کمی مشکل است.

نقش مردم در افکار عمومی

افکار ساخته و پرداخته ای وجود دارد که فرد در محیط خانوادگی، تربیتی و غیره آنها را دریافت میکند و با استدلال نقادانه عقلایی حاضر به تجدید نظر در آنها نیست. این افکار توهمات یقین هستند که هر چند بر هیچ پایه واقعی بنا نشده اند در انتخاب رفتار موثرند. چنین توهماتی درباره یقین که تعداد زیادی از افراد بدان دل می بندند ممکن است پیش داوری هایی را در سطح ملی، سیاست ها و واکنش های همگانی به بار آورند.

پیدایش افکار عمومی آگاه به عنوان نیروی سیاسی، با طبقه متوسط یعنی بورژوازی و نیز با ایجاد نهاد های دموکراتیک، رشد سواد آموزی و بالاخره پیدایش رسانه های ارتباط همگانی رابطه تنگاتنگ داشته است.

میگویند ارزش یک جامعه به کیفیت افکار عمومی آن جامعه بستگی دارد یا به عبارت دیگر هر جامعه شایسته همان افکار عمومی است که داراست. ارزش افکار عمومی در یک جامعه ارزش تمامی آن جامعه است. افکار عمومی پدیده ای است که احاد مردم را از طرفی و جمع ملتی را از طرف دیگر در برابر یک مسئله اجتماعی ملزم و متعهد میسازد و مسئولیت همگان را میطلبد.

قضاوت در مورد افکار عمومی یک قوم یا ملت با توجه به ارزش های اجتماع صورت می گیرد. هر چه ارزش جمعی ریشه دار تر باشد، افکار عمومی که بر اساس آن شکل گرفته پایدار تر و عمیق تر خواهد بود. به این ترتیب افکار مردم می توان به عنوان شاخصی برای تشخیص ماهوی شخصیت اجتماعی آنها به آنها به کار بیاید.

مفهوم جهانی شدن

مفهوم جهانی شدن به معنای امروزی آن از نیمه دهه ۱۹۸۰ به مثابه یک بحث علمی جدی مورد توجه و مطالعه محققان قرار گرفته است. از نظر دکتر عاملی جهانی شدن به مفهوم جدید

محصول ظهور "صنعت ارتباطات جهانی" است که منعکس کننده "ارتباطات همزمان جهانی" است. (عاملی، ۱۳۸۰) از نظر او نقطه آغازین این دوره زمانی است که انسان توانست بدون ارسال پیک حضوری و یا استفاده از نامه رسان، پیام خود را به طور "آنی" ارسال کند. زمانی که مورس، تلگراف را اختراع کرد این اتفاق روی داد و انسانها توانستند در دو مکان متفاوت با هم ارتباط برقرار کنند. به دنبال آن تلفن با انتقال صدا در لحظه، حس نزدیکی را از این طریق فراهم نمود. با وصل شدن تلفن به کامپیوترهای انفرادی و به وجود آمدن اینترنت ارتباط "همزمان نوشتاری، صوتی و تصویری" دو سویه و چند سویه برای بشر امکان پذیر شد. (عاملی ۱۳۸۳) هم چنین ارتباطات رادیویی و تلویزیونی نیز در این روند نقش مهمی در توسعه جهان مجازی محلی و منطقه ای و جهانی داشته اند. (عاملی ۱۳۸۳) مهم ترین تحولی که در اثر به وجود آمدن صنعت همزمان به وجود آمد از بین رفتن معنای قبلی فضا و مکان بود. مهم نیست که یک فرد در کجا زندگی میکند مهم این است که رد حیطة قلمرو "صنعت جهانی ارتباطات" است.

یکی از مباحث مهم در جهانی شدن، بحث سخت افزاری و نرم افزاری جهانی شدن است. دکتر عاملی در توضیح این دو مقوله می گوید "بعد" سخت افزاری "جهانی شدن تابع صنعت تکنولوژی جهانی ارتباطات است. در واقع تمامی صنایع و تکنولوژی که امکان دسترسی همزمان به آنها وجود دارد، مثل تلکس، تلفن، فاکس، اینترنت، رادیوها و تلویزیون های جهانی (ماهواره ای) اجزای این صنعت به شمار می آیند. و بعد "نرم افزاری" جهانی شدن مربوط به محتوا و در واقع داده هایی است که بر سخت افزار اشاره شده غالب می شود و اطلاعات در گردش آن را تشکیل می دهد. " (عاملی، ۱۳۸۰ صفحه ۱۷۰)

جهانی شدن را می توان از دو بعد بررسی کرد یکی دید "پروژه ای" و دیگری دید "پروژه ای". دید پروژه ای جهانی شدن را به مثابه یک روند طبیعی متکی بر تکنولوژی ارتباطات تحلیل می کند. و دید پروژه ای جهانی شدن، حاکی از روند هدایت شده به سمت "آمریکایی کردن جهان" و یا "آمریکایی گرایی" است. طراح یک همچین دیدی "آلبرو است" (عاملی، ۱۳۸۰).

جریان این پروسه تابع سخت افزار جهانی شدن مثل وسایل ارتباط جمعی از راه دور ، تلویزیون های جهانی و اینترنت ، منشاء به وجود آمدن روند اجباری و غیر قابل کنترل ارتباطات فراملی است ، می باشد . این روند مفاهیمی همچون زمان و مکان را از بین برد و پروسه انجام یافتن تولیدات اقتصادی و فرهنگی را متحول کرد. (عاملی ، ۱۳۸۰)

با توجه به مطالبی که در بالا ارائه شد تلوزیون هم دارای بعد سخت افزاری است و هم نرم افزاری . بعد سخت افزاری تلویزیون خود دستگاه تلوزیون و کلیه تکنولوژی های مربوط به آن است. و بعد نرم افزاری آن محتوا ها و اطلاعات موجود در این وسیله است. محتواها که بعد نرم افزاری صنعت تلویزیون همزمان با رشد سخت افزاری آن در کشور ایران همزمان با هم پیش رود و این محتوا های ارائه شده چه کمکی به فهم جهانی شدن در بین مردم داشته است.

اثر رسانه با محیط

وسایل ارتباط جمعی، ابزاری اجتماعی فرهنگی به معنای عالی آن هستند و از این جهت اثرات چشمگیری بر جای میگذارند، اما این آثار نه آن چنان است که هیچ محدودیتی نشانند یا آن که چنان نا چیز است که هیچ اعتنایی را شایسته نباشند.

در کشور های در حال توسعه که صاحبان قدرت های مادی به وسایل ارتباط جمعی کمک میکنند باید به این نکته توجه داشت که خلاقان برنامه باید همیشه به امکان درک پیام از طرف توده ای که با آنها سر و کار دارند آگاه باشند. ویلبر شرام به روشنی نشان داده است که به منظور همکاری در توسعه جوامع دنیای سوم ، ضروری است که فرهنگ های محلی آنان شناخته شود. از مثال های متعددی از آثار غیر منتظره این وسایل نقل میکنند یعنی برنامه های که نتیجه کاملا عکس آنچه مورد انتظار بوده به بار می آورند چرا که برنامه ها بدون توجه به زمینه فرهنگی مربوط تهیه شده بودند.

زمینه انتقادی دیگری به وسایل ارتباط جمعی انتقادات مربوط به نقش فرهنگی انتشار جمعی است که به طور کلی عبارت است از خطر تقلیل فعالیت های فکری .

تماشاگر تلویزیون هر چه بیشتر متمایل به ترک خویشتن و ورود به روندهای هویت جویی و شخصیت افکنی است و این که پیام های تلویزیونی را در لحظات فراغت و آسایش خویش دریافت میدارد این فکر را بیشتر تقویت میکند.

ملاحظات که قبلا به عمل آمد این فکر را تایید میکند که نباید خود را به تاثیرات فوری محدود کرد. بلکه به عقیده لازارسفلد همچون جامعه شناسان فرانسوی باید به مسائل تحولی آینده هم توجه داشت. تنها کافی نیست که ببینیم توده مردم در برابر یک برنامه مخصوص چه عکس العملی نشان میدهند.

دفع یک پیام میتواند از عدم توجه ارسال کنندگان آن به سطح آموزشی افراد و فرهنگ رایج قوم مورد نظر ناشی شود. عدم توجه به سطح فرهنگی محیط موجبات خنثی شدن تاثیر را فراهم میسازد.

دفع پیام می تواند از عدم تطابق کارکردی آن با محیط مقصد منشا گیرد. بدین معنی که نه تنها محتوای پیام کارگشا و کار ساز نیست بلکه مانعی نیز در راه تداوم حیات جامعه به شمار می آید. در این حال هر قدر هم تکنولوژی انتقال پیام جاذب باشد فقط چند قیقه ای فرد را تحت تاثیر قرار میدهد و به محض کاهش جذب پیام (ارتباط احساسی) فرد به خود آمده، اثر کاذب دفع میشود.

دفع پیام ارتباطی میتواند از سازمان درونی ذهن مایه مبیگیرد. بدین ترتیب زمانی که با فردی بالغ و از نظر فکری ساخته مواجهیم، نباید توقع داشت که پیام به همان نسبت که بر کودک یا فرد ناآموخته تاثیر میگذارد، بر چنین فردی نیز اثر کند، چه، در وضع او، مگانسیم های دفاعی به چشم می خورد. در این حال پیامی که از طریق وسیله ارتباطی پخش میشود بر زمینه ذهنی فرد می نشیند در زمان های مختلف به صورت های متفاوت ادراک می شود و در مواردی چند با موانعی سخت چون عقاید قالبی و خرافات برخورد می کند که در صورت عدم هماهنگی پیام با این نوع ویژگی های ذهنی به سرعت دفع و طرد میشود.

نظریه انگ

بر طبق نظریه انگ زمانی که فرد یا وسیله ارتباطی، انگ یا نشانه نامطلوب بر پیشانی یافت از آستانه اعتماد فرو میافتد و تمامی محتوای آن با نیشخند و یا خشم مخاطب مواجه میشود. در اکثر موارد چنین وسیله ارتباطی به جهت کاهش سریع و چشمگیر مشتریانش دچار نوعی خلاء نسبی میشود و کسانی که بدان گوش فرا میدهند از دیگران فاقد ارزش اجتماعی به حساب می آیند.

فرآیند های اثر بومرنگ باز خورد و اثر باز گشتی منفی عوامل پدیدایی نشان نا مطلوب یا انگ در وسایل ارتباط جمعی خواهد بود.

رسانه و قومیت در برنامه سازی

اگر در مورد تاثیرات اجتماعی رادیو و تلویزیون، موضوع افراد و خانواده ها را رها کنیم خواهیم دید که در گروه ها این تاثیر اهمیت کافی دارد. اولاً از یک سو وسایل ارتباط جمعی مایلند اختلاف طبقاتی را در زمینه های مختلفی کاهش دهند. از سوی دیگر رادیو و تلویزیون بعضی از طبقات مردم را که به علل جغرافیایی تک افتاده بودند از انزوای خود خارج میکند. خصوصیت های ولایتی در حل از بین رفتن است و بالاخره در سطحی وسیع تر تحت تاثیر رادیو و تلویزیون موانع بین کشور ها و عادات و فرهنگ های ملی آنها کاهش یافته است. در دوران ارتباطات الکترونیک، چندگانگی ساکنان یک ملت به پدیدایی قبیله گرایی که در آن هر گروه یا قبیله دارای فرهنگی خاص و بدون هر گونه وجه تشابه با همسایگانش باشد منجر نخواهد شد بلکه موجه پدیدایی عصری در حیات تاریخی یک ملت است که در آن ارکان فرهنگ کل یا ملی پا گرفته اند، لیکن گروه های مختلف یک جامعه ضمن احراز همگنی نسبی با یکدیگر و آگاهی از آن و کوشش در راه حراست از آن به نوعی هویت گروهی خود را پدید آورده رشد و قوام میبخشد.

۳- وسایل ارتباط جمعی بزرگترین سهم را در راه انتقال میراث فرهنگی و فکری بشریت دارند و تعالی فرهنگ انسانی را موجب شدند.

۴- با ورود وسایل ارتباط جمعی به جامعه، خرده فرهنگ ها، فرهنگ های خاص و مجزا ناپدید می شوند و به نوعی تمام ساکنان یک جامعه تشابه می پذیرند و در سبک زندگی علایق و خواسته از الگو های مشابهی که وسایل ارتباط جمعی به آنان میدهند بر خوردار میشوند.

۵- وسیله ارتباط جمعی همچون پلی بین افراد جامعه عمل میکند و آنان را از تعلقشان به یک کل آگاه میسازد.

۶- وسایل ارتباط جمعی به طور معمول با زمان فراغت انسان ها برخورد مینماید. از این رو در مواردی چند باید موجبات جدایی موقت از واقعیت، فراموشی لحظات دشوار زندگی، تمدد اعصاب و سرگرمی انسان ها را فراهم سازند. بنابراین جزیی از کارکرد وسایل ارتباطی صرفا تفریح و تفنن انسان هاست. تا از آنان موجوداتی توانا و خلاق برای کار به بار آورد. لیکن نحوه گذراندن اوقات فراغت هم جنبه اخلاقی دارد زیرا وسیله ارتباطی نباید و نه میتواند به هر ترتیب موجبات خندیدن و تفریح را فراهم سازد و هم جنبه فرهنگی، زیرا فراغتی که با این وسایل صورت میپذیرد گذران زمان است با استفاده از مقولات فرهنگی.

شبکه‌های استانی در بوته نقد

بی شک دوران امروزی را می توان عصر ارتباطات دانست. افزایش روزافزون وسایل ارتباطی و پیشرفته تر شدن آنها و ارائه نظریه جهانی شدن (Globalization) و به تبع آن طرح گفتگوی تمدنهای خاتمی و برخورد تمدنهای هانتینگتون همگی نوید دهنده روزگاری بس نوین در تاریخ بشر امروزی هستند. اگر چه تنها صد سال پیش، روزنامه ها و مطبوعات، آنهم با آن شرایط و اوضاع و احوال، تنها وسایل ارتباطی سریع بین مردمان بودند، ولی امروزه رادیو، تلویزیون، ماهواره و از همه مهمتر اینترنت این وظیفه را به نحوی بسیار مطلوب تر و درست تر انجام می دهند. در این بین و خصوصا در کشورهای جهان سوم بدلیل عدم وجود امکانات اینترنتی و حتی ماهواره ای، رادیو و تلویزیون نقشی اساسی تر و عمومی تر بر عهده دارند و اکثر مردم با استفاده از این دو وسیله ارتباطی، اطلاعات خود در تمامی زمینه ها را

بدست می آورند. به دیگر سخن رادیو و تلویزیون مدارس آموزشی بزرگی هستند که شاگردان و دانش آموزانشان تمامی آحاد مردم، و آموزگاران و معلمانشان برنامه های متنوع پخش شونده از کانالهای آنها می باشند.

مسئولان امر با مطرح کردن این موضوع که «هر چقدر تلویزیون با فرهنگ مردم، با روحیات مردم نزدیکی داشته باشد، هر چقدر تلویزیون نزدیکی و قرابت بیشتری با مردم داشته باشد، بالطبع می تواند در انعکاس و برآورده ساختن خواسته های آنان نیز موفق تر باشد.» یکی از اهداف خود را جذب مخاطب بیشتر و هدایت بهتر و صحیح تر آنها و طرح دقیق همراه با جزییات مشکلات مردم عنوان می کنند. از دیگر اهداف شبکه های استانی، ترویج فرهنگهای منطقه ای و بومی و کمک به پویایی و بالندگی آنها عنوان می شود. کمک به تمرکز زدایی و پرورش استعداد های خارج از مرکز کشور نیز جزو اهداف بیان می شوند.

نقش و جایگاه رسانه های فرهنگی

گوناگونی مطبوعات و گسترش انتشار نشریات متنوع و متفاوت و به طور کلی جایگاه شایسته رسانه ها در تنویر افکار و ایجاد فضای مناسب برای گفت و گو و برخورد سالم و سازنده نظرات و همچنین اهمیتی که رسانه های گروهی در ارتقاء سطح آگاهی و تعالی فرهنگ و دانش عمومی دارند، بی گمان یکی از مهمترین عوامل توسعه فرهنگ و از نشانه های پویایی و تحرک هر جامعه است. بدیهی است که توسعه فرهنگ – به معنای گسترده آن که در برگیرنده گشایش و گسترش گفت و گو های فلسفی و فرهنگی و ادبی و هنری است – نه تنها عامل اصلی رشد خودآگاهی جمعی، بلکه زمینه ساز توسعه سیاسی و اقتصادی و پیشرفت علوم و در واقع نخستین پیش شرط حل بنیادی مسایل و رفع مشکلات فراگیر جامعه است. البته این همه زمانی میسر و متحقق می گردد که از یک سو صاحبان قدرت و دولت، با قانون گرایی و قانون گذاری و سعه صدر به رسانه های گوناگون و نقش آنان در جامعه بنگرند و به ویژه، رسانه های گروهی را نه به مثابه «دشمنان بالقوه» یا بلندگوی تبلیغاتی نظام حکومتی، بلکه به عنوان رکنی اساسی در کنار و همپراز قوای مقننه و مجریه و قضاییه باور کنند و به رسمیت

بشناسند. از سوی دیگر اما ارباب جراید و اهالی قلم نیز باید که به رسالت فرهنگی و مسئولیت خود در اطلاع رسانی درست و ترویج تفاهم و تبلیغ تسامح و تقویت حس همبستگی ملی و همزیستی مسالمت آمیز آگاه باشند و جداً از هتک حرمت اشخاص و دروغ پردازی و شایعه پراکنی، و از همه مهمتر، از تبلیغ خشونت بپرهیزند.

این هشدار بی شک در وهله اول متوجه رسانه های تصویری فراگیر (صدا و سیما و سینما) و روزنامه ها و نشریه های سرتاسری و با نفوذ است که تأثیر آنی و گسترده خبرها و گزارش ها و تجزیه و تحلیل ها و پیام های آنان قابل کتمان نیست؛ تأثیری که بنا بر احساس مسئولیت، می تواند سودمند و سازنده باشد و در صورت بی مسئولیتی گردانندگان آن، لاجرم مضر و مخرب خواهد بود.

بر کسی پوشیده نیست که پرداختن به کارکرد رسانه های گروهی و به خصوص بررسی نقش و مسئولیت رسانه هایی چون صدا و سیما در جوامع در حال توسعه که عامه مردم کمتر امکان دسترسی به رسانه های نوشتاری دارند، از اهمیت بسیار برخوردار است؛ خاصه تأثیر و نفوذی که این رسانه ها در فرایند شکل گیری جامعه مدنی دارند. این امر به ویژه در مورد ایران و در وضعیت کنونی که جامعه در حال گذار از ساختاری اقتداری به مناسباتی مبتنی بر قانون است، به مسأله ای حیاتی و سرنوشت ساز تبدیل شده است، پیش از هر چیز مستلزم گشایش دوباره در عرصه مطبوعات به طور اخص و رسانه های گروهی به طور اعم است. باید دانست که هیچ اصلاح و دگرگونی و هیچ بهبود و پیشرفتی در جامعه به وقوع نخواهد پیوست، مگر آنکه پیشتر گفت و گویی گسترده و همه جانبه میان صاحب نظران و کارشناسان عرصه های گوناگون صورت گیرد؛ و کیست که هوشیاری و بیداری مردم و جایگاه اندیشمندان و روشنفکران و منتقدان و نیز فعالیت آزادانه رسانه های مستقل را در این فرایند بتواند کتمان کند.

مفهوم اخلاق رسانه‌ها

”مقصود از اخلاق رسانه‌ها مجموعه قواعدی است که باید دست‌اندرکاران رسانه‌ها داوطلبانه و براساس ندای وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه‌ای رعایت کنند؛ بدون آن که الزام خارجی داشته باشند یا در صورت تخلف دچار مجازات‌های قانونی گردند. آن‌گونه که «دفلور» و «دنيس» گفته‌اند: به طور کلی اخلاقیات رسانه‌ها در سه نقطه متمرکز است:

۱. درستی و انصاف و زیبایی در تهیه گزارش و سایر فعالیت‌های جنبی آن.
۲. رفتارگزارشگران، مخصوصاً در ارتباط با منابع خبری.
۳. خودداری از درگیر شدن در برخورد منافع گروه‌های مختلف” (اسماعیلی، ۱۳۸۵).

۳.۱ فرهنگ رسانه ای دموکراتیک

رسانه‌ها ضمن اینکه هم بعنوان مجرای جهت‌ثابت و انتقال فرهنگ محسوب می‌شوند دارای پیام و نماد رسانه‌ای نیز می‌باشند. شکل‌دهی و سامان‌آوردن و عواملی که هم بر این واسطه فرهنگی نظارت کند و هم بر پیام منتقل شده سرپرستی داشته باشد؛ کار چندان آسانی نیست.

همانگونه که پیشتر هم بدان اشاره شد تولید رسانه‌ای، محصول فرهنگ‌های متفاوت و گوناگونی است که گاه وجوه متضاد و متناقض در آنها بارز و آشکار است. همچنین جهانی و فرامرزی شدن قلمرو و گستره فعالیت رسانه‌ها و تعدد رسانه‌های جدید، امکان نظارت بر شیوه فعالیت آنها را دشوار کرده است.

لذا در این راستا کارگزاران رسانه‌ها تاثیر عمده‌ای در ایجاد یک فرهنگ دموکراتیک رسانه‌ای دارند. آنها باید ضامن موارد زیر باشند

* سعه صدر و صراحت در کلیه فعالیت‌های رسانه‌ای

* ایجاد امنیت کاری در فعالیت های رسانه ای از طریق ایجاد فرصت های یکسان

* حمایت و دفاع کلی از حقوق بشر و دموکراسی

* حفظ استقلال هیات تحریریه” (هوسمن، ۱۳۷۵).

نظام اخلاقی مبنای یک فرهنگ رسانه ای دموکراتیک است، حال خلق یک فرهنگ دموکراتیک رسانه ای پذیرش یک نظام اخلاقی که همگان بر آن متفق باشند را می طلبد و پایبندی به مجموعه ای از اصول راهنما گامی بزرگ در راه احیای اعتماد مردم به رسانه ها خواهد بود.

نگاهی کوتاه به عملکرد صدا و سیما در ایران:

امروزه وسایل و رسانه های ارتباط جمعی و در راس آنها رادیو و تلوزیون یکی از مهمترین و موثرترین ابزار جهت ارتباط با جامعه و تاثیر بر جامعه بوده و در سایه پیشرفت تکنولوژیکی وسایل ارتباط جمعی و اهمیت آن، میتوان صحبت از عصر ارتباطات نمود. لذا قدرتها با آگاهی از اهمیت وسایل ارتباط جمعی، بخصوص رادیو و تلوزیون سعی در استفاده ابزاری جهت رسیدن به اهداف خویش چه در سطح جهانی و چه در سطح کشوری می نمایند.

شبکه های استانی بجز در آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی و اردبیل در دیگر استانهای آذربایجان (همدان، زنجان، گیلان غربی، قزوین و..) و نیز دیگر مناطق تورک نشین ایران (شیراز، تهران، فارس و..) از پخش هرگونه برنامه ترکی بر حذر می باشند.

در شبکه های استانی از حجم بسیار کمتری از زبان ترکی نسبت به فارسی استفاده می گردد.

عمداً از نوشتار و گفتار غیر صحیح و غیر ادبی ترکی جهت غلط آموزی استفاده می گردد.

استفاده بسیار فراوان لغات و تیکه های فارسی جهت ترویج تدریجی لغات فارسی،.

تولید و پخش برنامه های اکثراً " دهاتی به زبان ترکی جهت القاء دهاتی بودن زبان ترکی.

پخش برنامه های مربوط به کودک، نوجوان و جوانان تماماً" به زبان فارسی.

ترویج فرهنگ و آداب و رسوم فارسی حتی بوسیله زبان ترکی در برنامه ها و سریالهای

این شبکه ها

قوم, جهانی شدن، جهانی سازی, امنیت

درمباحث مربوط به جهانی شدن و قومیت سه فرضیه مختلف را می توان در نظر گرفت

فرضیه اول- فرضیه اول را میتوان این گونه مطرح کرد که توسعه فرهنگ و ارتباطات و به

تبع آن جهانی شدن موجب تقویت همبستگی ملی ، استقرار همگرایی و کاهش تنشها و کشمکش های قومی می شود.

فرضیه دوم- فرضیه دوم معتقد است که افزایش سطح مراودات و مبادلات، زمینه ساز بسط و گسترش آگاهیهای قومی و فرهنگی و در نهایت مطالبات قومی می شود.

فرضیه سوم- فرضیه سوم این است که به عنوان انگاره ای پست مدرن، با توجه به مولفه

های جدید در ساختار نظام بین الملل، فرایند جهانی شدن و دستاوردهای نوین تکنولوژیک در

عرصه ارتباطی، خلق جوامع قومی مجازی، تشکیل اجتماعات تصویری، افزایش همگرایی

فرهنگی و در مقابل، تشدید واگرایی را به دنبال خواهد داشت.

فرضیه اول معتقد است که توسعه ارتباطات و به تبع آن جهانی شدن موجب رفع اختلافات

بین فرهنگی و بین قومی شده و باعث همگرایی و کاهش تنشها میشود. ایرادی که به این فرضیه

می توان گرفت این است که این فرضیه رابطه بین جهانی شدن و کم شدن ستیزهای قومی را به

صورت خطی و تک علیتی در نظر می گیرد. یعنی معتقد است که صرف افزایش ارتباطات خود

به خود منجر به همبستگی خواهد شد. همانطور که در تعریف جهانی شدن متذکر شدیم، فرایند

جهانی شدن پیچیده تر از آن است که با تحلیلهای ساده و سرسری بتوان با آن برخورد کرد.

افزایش ارتباطات زمانی می تواند منجر به کاهش تنشهای قومی شود که در کنار آن مفاهیمی

همچون عدالت، آزادي فرهنگي، قبول تکثر فرهنگي، انتقاد پذيري و ... مطرح شوند. در حالت نابرابر به لحاظ فرهنگي، اقتصادي و سياسي نه تنها آگاهي باعث فروکش کردن التهابات نمي شود بلکه به اين امر شدت بيشتري نيز مي بخشد. چرا که نقطه شروع تضادها معمولاً آگاهي از وضعيت خود و ديگران و مقايسه بين آنهاست.

فرضيه دوم تاکيد ويژه اي بر تکنولوژيهاي ارتباطي و اطلاعاتي دارد و بر اين نکته تاکيد ويژه دارد که آگاهي هاي قومي و فرهنگي منجر به مطالبات قومي خواهد شد. درحقيقت وصل شدن نقطه به نقطه کره خاكي به همدیگر و اين واقعيت که امروزه هيچ اتفاقي نميتواند از دید مردم مخفي بماند موجب بوجود آمدن فضايي شده است که در طول تاريخ نظير آن دیده نشده است. يکي از مشخصه هاي اين فضا تقويت حس همدردی نسبت به کساني است که اشتراکاتي هر چند ناچيز با ديگران دارند. به عنوان مثال جنگ آمريکا عليه عراق واکنشهاي بسياري را برانگيخت. اکثریت قریب به اتفاق اين عکس العملها در حمايت از رژیم بعثي عراق نبود بلکه هدف جلو گيري از کشتار مردم بي دفاع بود. اين امر نشانگر آن است که فراتر از مرزها و فراتر از بازي هاي سياسي حرکتی در حال شکل گرفتن است و از همین جا مي توان نتیجه گرفت که در جهان امروز اقلیت هاي قومي و مذهبي و ... براي رسيدن به خواسته هاي اغلب به حشاشان ديگر تنها نيستند و سرمايه اي عظيم و پتانسيل نيرومندی را در کنار خود احساس مي کنند.

فرضيه سوم چشم اندازي جديد را فرا روي ما باز مي کند. اين فرض بر دو مفهوم به عنوان پیامد تأثير جهاني شدن بر قوميت اشاره دارد: افزايش همگرایی فرهنگي و تشديد واگرایی سياسي

به نظر مي رسد رويکرد فرضيه سوم به فرهنگ رويکردي کل نگرانه است و فرهنگ به طور کل را در نظر مي گيرد. شايد نقطه ضعف اين رويکرد توجه نکردن به تفاوتهاي فرهنگي است. در هر صورت تاکيد بر همگرایی فرهنگي و تشديد واگرایی سياسي به نوعي بحث قدرت گرفتن نهادهاي مردمی و غير دولتي را در درون خود دارد و در مقابل محدود شدن قدرت دولت را نيز مي توان بر آن متصور بود. اگر کمی دقيق تر به اين موضوع تمرکز کنیم واقعيت اين

است که بسیاری از تعارضات قومی از طریق دولت‌ها کانالیزه می‌شوند و حلقه واسط این مناقشات را دولت‌ها تشکیل می‌دهند. شاید اگر انسان‌ها فارغ از قیدوبندهای سیاسی با همدیگر در تماس باشند بسیاری از مشکلات فعلی قابل رفع می‌باشد. کسلز و همکاری‌ها نیز معتقدند که همگرایی روز افزون جهان باعث همگون‌سازی و چند پارگی همزمان فرهنگ می‌شود که به گونه‌ای مؤید این مطلب است که در عین تکرر و تنوع فرهنگی که از قبل وجود داشته است نوعی فرهنگ کلی و جهانی به وجود آمده است که قابل فهم برای انسان‌ها فارغ از تعلقاتشان است.

فرض کنید یک برنامه تلویزیونی باعث شود که احساسات مردم شبه قاره هند - یعنی حدود یک ششم کل جمعیت جهان - علیه کشوری برانگیخته شود و در عین حال برنامه ادامه یابد و نه تنها هیچ اراده‌ای در جهت توقف آن مشاهده نشود بلکه دولت بر استقلال رسانه‌ها تأکید کند و مسوولان تلویزیون هم ادعا کنند که دارند واقعیات را نمایش می‌دهند. مسوولان کشور به طور روز افزونی با چالش ناخواسته و نامطلوب در سطوح حجم قابل توجهی از افکار عمومی دنیا مواجه شوند و برنامه را هم نپسندند ولی با این وجود دست روی دست بگذارند و ناگزیر به تماشای ادامه برنامه تحریک آمیز بنشینند.

کانال ۴ تلویزیون بریتانیا برنامه پربیننده‌ای دارد به نام "برادر بزرگ". شکل این برنامه به این صورت است که چند نفر انتخاب می‌شوند که به مدت ۳ هفته در جایی به دور از هر ارتباطی با محیط بیرون و پیرامونی با هم زندگی کنند در حالی که در این مدت همه اعمال و رفتار آنها زیر نظر دوربین‌های تلویزیون است. مردمی که به تماشای آنها می‌نشینند به هر یک از آنها امتیاز می‌دهند و نهایتاً کسی که رفتارش بیشترین امتیاز را در افکار عمومی کسب کند برنده خواهد بود. در آخرین برنامه "برادر بزرگ" که در چند ماه پیش به نمایش درآمد از چند چهره معروف با ملیتهای مختلف دعوت به عمل آمده بود. در خلال مکالماتی که این چهره‌ها در طول زندگی مشترکشان با هم داشتند دو تن از شرکت کنندگان انگلیسی جملاتی را به یک

هنرپیشه معروف هندی می گویند که از آنها احساسات نژادپرستانه استشمام شده و همین باعث اعتراضات وسیع مردم هند علیه انگلستان گردید. اتفاقاً در همین اثنا گوردون براون وزیر قدرتمند خزانه داری بریتانیا، سرگرم دیداری رسمی از هند بود. لحظه لحظه سفر او مملو از اعتراضاتی شد که خبرنگاران رسانه های گروهی و شخصیت های هند از سوی افکار عمومی آن کشور بیان می کردند. در عین حال وسعت اعتراضات خیلی بیشتر از آن است و حتی از دایره مرزهای هند نیز فراتر رفته و احساسات شرقی را نیز در برخی نقاط برانگیخته است. پاسخ رسمی آقای براون و سایر مقامات دولتی البته چیزی جز پاره ای کلمات کلیشه ای نبود اینکه رسانه ها مستقل از دولت هستند، دولت انگلستان احساسات نژادپرستانه را رد می کند و تاکید بر اهمیت روابط مطلوب ۲ کشور و ۲ ملت. ولی این داستان پاره ای نکات آموزنده حاشیه ای دارد که توجه به آنها مهم است:

۱- نخستین و مهمترین نکته درباره جایگاه رسانه هاست. توجه کنید که برنامه یک رسانه مشکل عظیمی را در میان مردم ۲ کشور ایجاد کرده، اگر به سادگی گفته می شد به همین دلیل نه کل شبکه ۴ تلویزیون بلکه حداقل این برنامه توقیف می شود به نظر می رسد که این تصمیم می توانست آبی بر آتش ایجاد شده بپاشد ولی مشاهده می شود که چنین اراده ای نه تنها وجود ندارد بلکه حتی به عنوان پیشنهاد هم از سوی هیچ نهاد و مقامی مطرح نمی شود. در واقع این مساله به جایگاه رسانه ها در آن کشور برمی گردد. مقامات دولتی و قضایی می دانند که به هیچ وجه چنین امکانی ندارند و حتی طرح پیشنهاد محدودیت های اندک برای رسانه ها کافی است که موقعیت سیاسی آنها و حزب متبوعشان را در سطح افکار عمومی به شدت مخدوش کند و برچسب رسواکننده مخالفان آزادی بیان و رسانه ها را بر پیشانی آنها بچسباند، برچسبی که به سادگی در کوتاه مدت قابل پاک شدن نیست. ضمن آنکه اگر هم بر فرض، چنین پیشنهادی ارائه شود مقامات دولتی از نظر نحوه گردش کار امکان آن را ندارند و نهاد قضایی حافظ حقوق رسانه هاست و جلوی دولت را می گیرد. حتی دولت نمی تواند با اهرمهایی مثل تهدید به قطع بودجه نیز بر سر راه رسانه ها محدودیت ایجاد کند گوانکه بودجه بی بی سی از سوی شهروندان تامین می شود و دولت بدون دخل و تصرف موظف به پرداخت آن است. بر فرض

که همه این ها به نحوی عملی شوند قدرت اتحادیه های روزنامه نگاران به قدری زیاد است که می تواند به تنهایی دولت را وادار به تمکین یا عقب نشینی کند. در نتیجه همان طور که مشاهده می شود در صورت بروز مشکلی از سوی رسانه نه امکانی برای برخوردهای محدود کننده با رسانه هست و نه اصولاً مقامات ریسک تجربه حتی حدودی از آن را می پذیرند. ۳-۴ سال پیش نیز بی بی سی، نخست وزیر- یعنی بالاترین مقام دولت- را به گمراه کردن افکار عمومی در توجیه آغاز جنگ با عراق متهم کرد. این اتهام بسیار بزرگی بود و دولت نیز شدیداً به دفاع از خود پرداخت ولی همه و از جمله دولتمردان می دانستند که اصل رسانه در این میانه مصونیت دارد. و قضیه نهایتاً از طریق تشکیل یک کمیته حقیقت یاب حل و فصل شد و داوری این کمیته هم به گونه ای بود که طرفین آن را پذیرفتند.

۲- برخورد مسوولان این شبکه نیز آموزنده بود. آنها از نظر افکار عمومی شدیداً تحت فشار بودند و این فشار نه تنها موقعیت آنها را از نظر اعتبار حرفه ای مخدوش می کند بلکه خسارت مالی زیادی را نیز بر آنها تحمیل می کند. آنها از برنامه خود دفاع کردند. گفتند اینکه یکی از شرکت کنندگان برنامه احساسات نژادپرستانه نشان داده مشکل شخصی اوست. وجود این احساسات در میان بخشی از مردم یک واقعیت است و بازتاب واقعیات وظیفه رسانه است. آنها گفتند برای نشان دادن حسن نیت خود همه درآمد این برنامه را به مراکز خیریه اهدا می کنند. فارغ از ضعف و قوت این استدلالها توجه شود که دفاع مسوولان رسانه از رسانه صرفاً از جایگاه حرفه ای است و آنها به خوبی می دانند که این تنها و مهمترین امتیاز و نقطه اتکای آنهاست.

۳- برخورد دو کشور با این مساله نیز جالب توجه است. مساله اگرچه مهم است ولی دو دولت نهایت تلاش خود را کردند که از گسترش بحران جلوگیری شود. اصل برای آنها ارتباط مطلوب ۲ کشور در آینده است. در نتیجه هندی ها از انتقال اعتراض شدید افکار عمومی خود فروگذار نکردند و متقابلاً مقامات انگلیس هم تلاش کردند که نشان دهند به این احساسات احترام می گذارند و سیاستهای دولت با آنچه در فیلم نشان داده شده به کلی مغایر است. همین واکنش ها

سبب شد که سطح این احساسات برانگیخته شده، تنها در حد همان برنامه باقی بماند و شعله هایش غیرقابل کنترل نشود.

۴- جالب است که برنده نهایی این برنامه از نظر افکار عمومی نیز هنرپیشه هندی است! دقت شود در تلویزیون بریتانیا برنامه ای پخش می شود، چهره های انگلیسی تبار علیه هنرپیشه هندی سخنان نژادپرستانه گفته اند ولی رای دهندگان میلیونی که بیشتر آنها انگلیسی و سپس اروپایی هستند به هنرپیشه هندی رای می دهند. این رای بهترین پاسخ در رد سخنان نژادپرستانه، همراهی با احساسات تحریک شده هندی و سپس حل و فصل مسالمت آمیز یک بحران است.

ایران به خاطر تنوع قومیت ها و زبان ها و گویش های متفاوت دارای حساسیت فراوانی است و هر نوع بی توجهی و یا نادیده انگاشتن این تنوع می تواند به یکپارچگی کشور ایران آسیب جدی بزند. باید توجه کرد که همه ی اقوام متفاوت و مختلف در چارچوب ایران مستقل خود را شناخته اند و طبعاً باید از حقوق متساوی برخوردار باشند تا به وحدت ایران آسیبی وارد نیاید. اهانت و تمسخر و تحقیر قومیت ها و لهجه ها، دارای ریشه های سیاسی تاریخی است و همواره از آن برای آسیب رساندن به وحدت ملی استفاده می شده است. متأسفانه فرهنگ تمسخر اقوام و لهجه ها، به خصوص با گسترش امکانات ارتباطی مثل اینترنت و sms رواج فراوانی یافته است و بدترین اثری که در جامعه ای مثل کشور ما می گذارد این است که اندک اندک قبح تمسخر و استهزاء اقوام و لهجه ها کم می شود. باید اصحاب ارتباطات در برابر رواج جک سازی برای اقوام و لهجه ها نقش پیشتازی داشته باشند و با آن مبارزه ی همگانی و فرگیر را سامان دهند. رسانه جایی است که استباه یک فرد به صورت سریعی به جامعه منتقل می شود.

وضعیت برنامه‌های محلی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

برنامه‌هایی در شهرهای مورد پژوهش در طول سال ۱۳۷۵_۱۳۷۴ در کل ۱۶ درصد شنونده داشته است. عمده‌ترین دلیل گوش‌نکردن برنامه‌های محلی نداشتن وقت در برنامه‌ها بوده است. ۲- پرشنونده‌ترین برنامه‌های محلی و رشته‌های مورد پژوهش ۵ تا ۶۲ درصد شنونده داشته است. ۳- عمده‌ترین دلایل انتخاب برنامه‌های پرشنونده شاد، تنوع و سرگرم‌کننده بودن

"طرح مسایل و مشکلات محلی‌ها، "محلی بودن" "آموزنده بودن" عنوان شده است -۴ عمده‌ترین پیشنهادهاي شنوندگان نسبت به برنامه‌هاي محلي در طول سال ۱۳۷۵ به ترتیب اولویت و افزایش مدت پخش برنامه‌هاي محلي "پخش بیشتر و موسیقي محلي و سنتي" "متنوع‌تر شدن برنامه‌هاي محلي" "بهرتر شدن کیفیت برنامه‌ها" و "طرح مسائل و مشکلات مردم در برنامه‌ها" بوده‌اند. -۵ برنامه‌هاي محلي سیما در طول سال ۱۳۷۵ در شهرهاي مورد پژوهش در کل ۲۳، ۹۲ درصد بیننده را دارا بوده است. -۶ عمده‌ترین دلایل تماشا کردن برنامه‌ها "نداشتن وقت" و "عدم علاقه" بوده است

رسانه و قدرت

با توجه به عوامل موثر در اتخاذ سیاست های فرهنگی در رادیو و تلویزیون ۵ برخورد کلی امکان پذیر است و رادیو و تلویزیون های کشور های مختلف هر یک تابع یکی از این سیاست هستند. چهار سیاست فرهنگی تا کنون وجود داشته ولی سیاست دیگری که بیشتر جنبه آرمانی دارد و شاید مناسب ترین نوع سیاست فرهنگی جهت توسعه فرهنگی باشد وجود دارد. الف-سیاست فرهنگی عوام فریبانه: هدف این سیاست تامین هر چه بیشتر پیامگیر برای پیام ها از طریق جلب رضایت آنهاست. مبنای چنین سیاستی بر شناخت تبلیغات تجاری نهاده شده و پیام های آن به علت تجاری دارای خصلتی چند گانه و در عین حال متعارض است.

ب-سیاست فرهنگی جزئی: هدف این سیاست بیشتر تلقین ارزشهای مشخص و از پیش تعیین شده به عامه است و خاصیت دست آموزی دارد. ارزش هایی که در پیام هی این شیوه ارائه میشود نسبت به گروه قبلی از تجانس و هماهنگی بیشتری برخوردار است.

ج-سیاست فرهنگی طبقاتی: این سیاست فرهنگی مبتنی بر تمایز قشرهای اجتماعی است بدین معنی که هر یک از این قشرها فرهنگ و نظام ارزش های خود را داراست و باید برای هر قشر پیام های مناسب آن تهیه کرد.

در این نظام هدف پیام رسانی دسترسی یافتن به قشر های گوناگونی است که به صورت یک هرم سلسله مراتب طبقاتی شکل گرفته است. این نظام دارای مدارهای بسته ای است که از

یکدیگر مجزاست تا با هر یک به طور جداگانه ارتباط برقرار شود. بدیهی است که نظام مزبور مربوط به ارجحیت دادن فرهنگ قشرهای ممتاز است.

د-سیاست فرهنگ گرا: این سیاست رادیو و تلویزیون را بر خلاف سیاست عوام فریبانه، عناصر فرهنگ ساز تلقی میکند. از این جهت در پی آنست که پیام های رادیو و تلویزیون آیینه تمام و کمال فرهنگ کلی جامعه باشد ولی از آنجا که انعکاس تمامی داده های فرهنگی یک جامعه امکان پذیر نیست باید کوشش کرد که از طریق ارایه نمونه، فرهنگ هر فرد به صورت مینیاتوری از فرهنگ کلی جامعه در آید.

ه-سیاست پویایی اجتماعی: این سیاست بر مبنای همان سیاست قبلی است منتها بر خلاف آن که بیشتر ایستا بود، پویاست و با گسترش و تسریع آفرینندگی به افزایش رشد فرهنگی مدد می‌رساند. در واقع میتوان سیاست نوع اخر را مناسبترین سیاست برای توسعه فرهنگی قلمداد کرد.

کارکنانی که برنامه ها را تهیه یا کنترل می کنند جامعه هایی هستند کم و بیش به خوبی ساخته شده و دائمی که یا به جامعه هنرمندان تعلق دارند یا بر حسب مورد به سرویس های دولتی یا گروه های متنفذ کنترل کننده و اداره کننده تولید.

رژیم اداری در اینجا نفوذی دارد اما باید توجه داشت که به هر حال آنها که برنامه ها را به وجود می آورند پیوسته به طریقی تحت انقیاد یک قدرت خارج از خود هستند. این قدرت در تلویزیون های ملی قدرت حکومت است و در مورد تلویزیون های خصوصی، بنگاه های بزرگ سرمایه داری.

تارد ادعا میکند: "تحول قدرت با تحول نظرها توجیه پذیر است. تحول نظرها هم با تحول گفت و شنود."

با وجود این ، قدرت بدون دخالت مطبوعات نخواهد توانست کاری از پیش ببرد زیرا بدان نیازمند است تا به آن وسیله کارهای خود را در معرض دید همگان قرار دهد. در کشور هایی

که قدرت در آنها خیلی پایدار مانده، گفت و شنود ر آنها کمتر صورت گرفته است. گفت و شنود برای کسب حیثیت، افزایش قدرت و نیز حفظ آنها ضروری است.

تلویزیون به مثابه رسانه جمعی

وسایل ارتباط جمعی دارای چنان قدرتی هستند که می توانند نسلی تازه را برای اولین بار در تاریخ انسان پدید آورند . نسلی که با نسل های پیشین بسیار متفاوت است . غرق در فضای ارتباطی جدید آکنده از دانسته های پیچیده ای است که حتی به هنگام فراغت از آن متمتع می شود . لازارسفلد و مرتن در توضیح این مساله می نویسند : « بسیاری تحت تأثیر همه جایی بودن ارتباطات جمعی و قدرت بالقوه آنان به سختی هراسان شده اند . در سمپوزیومی ، یکی از شرکت کنندگان نوشت : قدرت رادیو را می توان با قدرت بمب اتم مقایسه کرد . اینان راعقیده بر این است که وسایل ارتباط جمعی جدید ، ابزاری بس نیرومند است که می توان از آنان در راه خیر یا شر با تأثیری شگرف سود بر گرفت و چنانچه کنترل مطلوب وجود نداشته باشد ، امکان استفاده از این وسایل در راه دوم بیشتر است . » ژان کازنو درباره همین طرز اندیشه می نویسد : « این اندیشه در نظر مردم ، چه عادی و چه تحصیل کرده ، رواج یافت که وسایل ارتباط جمعی قدرتی فوق تصور دارند و می توانند افکار فلسفی و سیاسی را منقلب نموده شکل تازه ای بدان بخشند و به اختیار تمامی رفتارها را هدایت نمایند . براساس همین اصل ، این عقیده رواج یافت که مبارزات انتخاباتی از طریق تلویزیون ، موجبات القای انتخاب کنندگان را فراهم می آورد ، زیرا حزبی که بیش از همه از تلویزیون استفاده می کند . لزوماً از انتخابات پیروز بیرون خواهد آمد . » کسانی که بر این عقاید تند تأکید می ورزیدند ، از کار برد وسایل ارتباط جمعی ، خصوصاً رادیو توسط هیتلر و رئیس تبلیغاتش دکتر گوبلز تأثیر بر گرفت . اینان بر ساز و کارهایی چون هدایت از راه دور ، آدمک سازی ، اثر بلع و مخصوصاً تأثیر بازتاب های شرطی تأکید دارند . نظر این عده در دنیایی که امکان انجام عمل یا رفتار خاص با اعمال فشار میسر نیست ، پس باید به ذهن و انسان ها رسوخ کرد و از این طریق اندیشه آنان را در جهت خواست خود جهت بخشید

تعدد وسایل ارتباط جمعی و خنثی سازی اثرات

در جامعه ای که دولت انحصار وسایل خبری را به طور نسبی در اختیار دارد ، تأثیر این وسایل با جامعه ای دیگر که در آن شاهد تعدد وسایل خبری و مکانیسم های مختلط آن هستیم یکی نیست . در شرایط انحصار ، گوینده های خبری مشخصی با دیدگاه های مشخص وجود دارند ، اخبار از کانال های معین و یکسانی می گذارند و در نهایت مشتریان خبری در مورد هر حادثه یک نوع خبر و یک نوع تفسیر خبری می یابند . در حالی که به بیان کازنو : « در یک جامعه لیبرال که در آن همواره وسایل ارتباط جمعی تحت نظارت دولت نیستند ، ممکن است اثرات تلویزیون (وسیله دولتی) با فلان روزنامه خنثی شود . » پس به انحصار آوری وسایل ارتباط جمعی هر قدر هم که نسبی و محدود باشد ، می تواند موجب بروز تأثیراتی چشمگیر از جانب وسایل ارتباط جمعی بر افراد شود ، اما در شرایط پیدای انحصار ناقص و یا آنگاه که در یک جامعه وسایل ارتباط جمعی در اختیار گروه های گوناگون است ، اثرات این وسایل نسبت به شرایط اول کمتر خواهد بود .

تلویزیون یک رسانه دیداری و شنیداری است که در دسترس عموم قرار دارد و این موضوع باعث می شود تا کار دشواری را در مرحله تولید و برنامه سازی پیش رو داشته باشد، در اصل فرایند تولید و مصرف در رسانهء تلویزیون بسیار پیچیده است و باید با در نظر گرفتن طیف وسیعی از مخاطبین ، در میان اقشار مختلف جامعه به حرکت خود ادامه دهد . در عصر حاضر تولید برنامه با هر مضمونی کار دشواری است، زیرا مخاطب منفعل نیست بلکه درک و فهم او از محتوای رسانه تا حدود زیادی متأثر از نیازهای روانی و شخصیتی فرد است و مخاطب معمولاً چیزی را انتخاب می کند که با او سازگاری داشته و احتمالاً برای او مفید باشد به همین منظور " برنامه ریزان رسانه ها در خیلی از حوزه ها باید پژوهش بیشتری درباره مخاطبان بالقوه و رضایت هایی که این مخاطبان می کوشند بدست آورند، انجام دهند." (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱، ص ۴۳۸) و با حرکت بسمت عصر اطلاعات مخاطب امروز با طیف گسترده ای از انتخاب ها روبرو است . در نهایت تولید کنندگان باید

راههای متناسبی را برای رضایت و جذب مخاطب پی گیرند. برای مخاطبان امروز رسانه ها درک و فهم پیام و محتوای آن از طریق موسیقی و ترانه به مراتب سهل و مطلوب تر است.

تهدیدات ناشی از تنوع و تعدد قومی

۱- منازعات قومی

تعدد و تنوع قومی در ایران به گونه ای است که میتوان جامعه پلی اتنیک یا کثیر الاقوام را بر آن اطلاق نمود. هر چند این اقوام در طول تاریخ در نضج و شکوفایی تمدن ایرانی سهیم بوده اند و در مقاطع تاریخی از کیان مملکت و تمامیت آن دفاع کرده اند؛ اما به رغم همزیستی و همدلی و اینارها، در مقاطعی از تاریخ کشور، این همزیستی به چالش کشیده شده و مناسبات بین دولت و اقوام، تبدیل به منازعه و کشمکش گردیده است. موضوعی که با نگاه به تاریخ یکصد ساله اخیر شواهد متعددی میتوان بر آن یافت.

نتیجه گیری:

آن چه مسلم است این است که در روند و فرایند جهانی شدن ارزشهای پیشین (هویتهای قومی، فرقه ای و مذهبی) حفظ می گردند، چون در این مقولات به نوعی دارای اصالت بوده و روند جدید همکاری ها و نیازهای جدید را به همراه خود می آورند که بر اساس آن، هویت نو و جدید ایجاد میگردد. این هویت جدید که آن را میتوان با عنوان هویت جهانی نام برد، لزوما در تعارض با هویت های دیگر قرار نمی گیرد و ممکن است که با هویت های قبلی، چالش موقتی داشته باشد، اما بر اساس تعامل و گفتگویی که بین آنها صورت می گیرد نقاط اشتراکی بین آنها قرار دارد که موجب همکاری هویتهای قبلی در نظام و هویت جدید جهانی می گردد و در نهایت باید متذکر شد که برای خروج از بحرانهای قومی، پاسخ مناسب. مبارزه با چند فرهنگی و محدود سازی آن نیست بلکه آن چه اهمیت دارد، تلاش برای مبارزه با عوامل ساختاری

دربدارنده نابرابری است. این تلاش، باید مبتنی بر تعریف مجدد بنیانهای سازمان اجتماعی و دوری جستن از تأکید سیاسی بر دولت ملی باشد.

حکومت و مدیریت بر ملتهای پلی ژنیک هر چند ویژگی و توانمندی خاصی می طلبد اما به موضوع گوناگونی قومی نمی بایست همواره به دیده تهدید نگاه کرد بلکه تنوع قومی و تکرر فرهنگی فرصت های فراوانی را نیز فرا روی حکومت ها قرار می دهد که در صورت شناخت و برنامه ریزی برای آن کارایی و اقتدار حکومت ها را افزایش می دهد و حوزه تأثیر آن را نیز از مرزهای سیاسی فراتر می برد.

از این روشیسته است با اتخاذ تدابیر لازم برای کاهش مخاطرات و تهدیدات ناشی از تنوع قومی در کشور؛ بادیدی جامع، هویت پلی ژنیک کشور رابه عنوان فرصتی مغتنم در نظر گرفت.

منابع:

- سورین و تانکارد، نظریه های ارتباطات، علیرضا دهقان، دانشگاه تهران، ۱۳۸۱
- بحران جهانی آموزش جامعه شناسی پرورش، کوبز، فلیپ ترجمه داور
- جامعه پذیری سیاسی، گالبریل، ترجمه رضا رحیمی، نشرنی
- جامعه و حکومت مک آیوبزر، ترجمه ابراهیم، نشرنی
- احمدی، بابک. حقیقت و زیبایی، درس های فلسفه هنر، تهران: نشر مرکز (۱۳۷۴).
- بینگر، اتولر. ارتباطات اقناعی، ترجمه علی رستمی، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه های صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، تهران: انتشارات سروش (۱۳۷۶).
- بشیریه، حسین. تاریخ اندیشه های سیاسی در قرن بیستم (ج یکم)، تهران: نشر نی (۱۳۷۶).

- بدره‌ای، فریدون. واژگان نوشتاری کودکان دبستانی ایران، تهران: فرهنگستان زبان ایران (۱۳۵۲).

- پراتکانیس، آنتونی - آرنسون، الیوت. عصر تبلیغات، ترجمه دکتر کاووس سیدامامی و محمد صادق عباسی، چاپ دوم، تهران: انتشارات سروش (۱۳۸۰).

- پستمن، نیل. زندگی در عیش، مردن در خوشی، تهران: انتشارات روزنامه اطلاعات (۱۳۷۳).

- ترادگیل، پیتر. زبان‌شناسی اجتماعی؛ درآمدی بر زبان و جامعه، ترجمه محمد طباطبایی، تهران: نشر آگه (۱۳۷۶).

- جهانبگلو، رامین. نقد عقل مدرن؛ گفت‌وگوهایی با اندیشمندان امروز جهان، ترجمه حسین سامعی، تهران: نشر فرزاد (۱۳۷۶).

- خسروی، فریبرز. سانسور، تهران: مؤسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر (۱۳۷۸).

- ساروخانی، باقر. جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران: انتشارات روزنامه اطلاعات (چاپ نهم) (۱۳۷۹).

- فوکو، میشل. مراقبت و تنبیه؛ تولد زندان، مترجمان: نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده، تهران: نشر نی (۱۳۷۸).

- کازنو، ژان. جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: انتشارات روزنامه اطلاعات (۱۳۶۵).

- کاظمی، سیدعلی اصغر. هفت ستون سیاست، تهران: نشر فرهنگ اسلامی (۱۳۷۹).

- کاستلز، مانوئل. عصر اصلاحات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ؛ قدرت هویت (ج ۲)، ترجمه حسین چاوشیان، تهران: انتشارات طرح نو (۱۳۸۰).

- گیدنز، آنتونی. سیاست، جامعه‌شناسی و نظریه اجتماعی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی (۱۳۷۸).

- گوستاولوبون. روانشناسی توده‌ها، ترجمه کیومرث خواجه‌ای، تهران: انتشارات روشنگران (۱۳۶۹).

- مهرداد، هرمز. مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، تهران: نشر فاران (۱۳۸۰).

- مولانا، حمید. جریان بین‌المللی اطلاعات؛ گزارش و تحلیل جهانی، ترجمه یونس شکرخواه، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها (۱۳۷۱).

- نیومایر، فردریک. جنبه‌های سیاسی زبان‌شناسی، ترجمه اسماعیل فقیه، تهران: نشر نی (۱۳۷۸).

مقالات:

- احراری، ابراهیم. «جهانی شدن و تقسیم کار نابرابر»، روزنامه همشهری، ۲۲ خرداد ۱۳۸۰.

- احراری، ابراهیم. «جهانی شدن و حاکمیت بین‌المللی رسانه‌ها»، روزنامه همشهری، ۲۱ خرداد ۱۳۸۰.

- جعفری چمازکنی، احمد. «جریان آزاد اطلاعات زمینه‌ساز نظم نوین جهانی»، کیهان هوایی، ۲۷ اردیبهشت ۱۳۷۴.

- حسینی، حسین. «انقلاب اطلاعاتی و توسعه سیاسی»، خلاصه مقاله‌های همایش علمی ایران و جامعه اطلاعاتی در سال ۱۴۰۰، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، آذر ماه ۱۳۸۱.

- مولانا، حمید. «بزرگراه‌های اطلاعاتی، تأثیر اجتماعی»، فصلنامه رسانه، سال ششم، زمستان ۱۳۷۴.

- مهدی‌زاده، سید محمد. «ایدئولوژی و اخبار»، فصلنامه پژوهش و سنجش (ویژه خبر)، پاییز ۱۳۸۰.

- محکی، علی‌اصغر. «ایدئولوژی و جانبداری در اخبار»، فصلنامه پژوهش و سنجش، پاییز ۱۳۸۰.

۱- اسماعیلی، م. (۱۳۸۵) تعامل حقوق و اخلاق رسانه‌ها، نشریه رسانه، شماره ۲، سال هفدهم، تابستان ۱۳۸۵،

۲- امینی، ر. (۱۳۷۴) اصول اخلاقی روزنامه‌نگاری، تحقیقات روزنامه‌نگاری، سال سوم، شماره ۱۱ و ۱۲، مهرماه ۱۳۴۷

۳- ان ردی، ج. (۱۳۷۵) اخلاق و جامعه: نیازهای خاص کارگزاران رسانه ها در آفریقایی جنوبی، نگاهی دیگر به اخلاق رسانه ای، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات تحقیقات و رسانه ها.

۴- جی. ای وارد، ا. (۱۳۸۵) مبانی فلسفی اخلاق جهانی روزنامه نگاری، ترجمه پیروز ایزدی، نشریه رسانه، شماره ۲، سال هفدهم، تابستان ۱۳۸۵

۵- قندی، ح. (۱۳۷۶). مقاله نویسی در مطبوعات، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۶

۶- سنی مان، پ. (۱۳۷۵) اخلاق رسانه ای: نگرشی بر مبنای فرائض اخلاقی، نگاهی دیگر به اخلاق رسانه ای، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات تحقیقات و رسانه ها.

۷- شکر خواه، ی. (۱۳۸۵) خبر، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر مطالعات تحقیقات و رسانه ها.

۸- کاسپرسف، ی. (۱۳۷۴) رعایت اصول اخلاقی در روزنامه نگاری، ترجمه مهین دخت صبا، تحقیقات روزنامه نگاری، سال سوم، شماره ۱۰، فروردین ماه ۱۳۷۴

۹- کاسوما، اف. (۱۳۷۵) اخلاق رسانه ای یا قوانین رسانه ای: اعمال روزنامه نگاری، نگاهی دیگر به اخلاق رسانه ای، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات تحقیقات و رسانه ها.

۱۰- کلیفورد جی، ک. (۱۳۷۵) اخلاق رسانه ای: مبارزه اخلاق رسانه ای با امپریالیسم فرهنگی، ترجمه مینو بهتاش، نشریه رسانه، شماره ۳، سال هفتم، پاییز ۱۳۷۵

۱۱- گرانیپیه، بهروز (۱۳۷۸) توسعه مطبوعات و اصول اخلاق حرفه ای، فصلنامه رسانه، سال دهم، شماره ۴.

۱۲- معتمد نژاد، ک. (۱۳۸۵) اصول اخلاقی حرفه روزنامه نگاری، نشریه رسانه، شماره ۲، سال هفدهم، تابستان ۱۳۸۵

۱۳- معتمد نژاد، ک. (۱۳۷۷) میثاق اخلاق حرفه ای روزنامه نگاری، فصلنامه رسانه، سال نهم، شماره ۲۰، تابستان ۱۳۷۷.

۱۴- معتمد نژاد، ک. (۱۳۷۶) مبانی حقوقی استقلال حرفه روزنامه نگاری، فصلنامه رسانه، زمستان ۱۳۷۶.

۱۵- منتظر قائم، م. (۱۳۸۲) مخاطب شناسی، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.

۱۶- نمک دوست، ح. (۱۳۸۵) اخلاق حرفه ای، حریم خصوصی و حق دسترسی به اطلاعات، نشریه رسانه، شماره ۲، سال هفدهم، تابستان ۱۳۸۵

۱۷- نوردنسترنگ، ک. (۱۳۷۴) اخلاقی حرفه ای روزنامه نگاری: جنبه های پنهان و آشکار، ترجمه مجتبی صفوی، نشریه رسانه، شماره ۳، سال ششم، پاییز ۱۳۷۴

۱۸- هوسمن، ک. (۱۳۷۵) بحران وجدان: اخلاق روزنامه نگاری، ترجمه داوود حیدری، تهران، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، معاونت مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

- بحران جهانی آموزش جامعه شناسی پرورش، کوبز، فلیپ ترجمه داور

- جامعه پذیری سیاسی، گالبریل، ترجمه رضا رحیمی، نشرنی

- جامعه و حکومت مک آیوبزر، ترجمه ابراهیم، نشرنی

احمدی، حمید(۱۳۷۸)؛ قومیت و قومیت گرایی در ایران، تهران، نشر نی

- برتون، رولان(۱۳۸۰)؛ قوم شناسی سیاسی، ترجمه ناصر فکوهی، تهران، نشر غزال، چاپ اول

- ناش، کیت(۱۳۸۰)؛ جامعه شناسی سیاسی معاصر: جهانی شدن، سیاست و قدرت، ترجمه محمد تقی دلفروز، تهران، انتشارات کویر

- اطلاعات سیاسی و اقتصادی، سال یازدهم، ش ۱۱۵-۱۱۶، فروردین ۷۶

- ایران فردا، سال چهارم، ش ۱۸، خرداد و تیر ۱۳۷۴

- فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، ش ۶، زمستان ۱۳۷۹

- فصلنامه مطالعات ملی، سال سوم، ش ۱۰، زمستان ۱۳۸۰

<http://radicalacademy.com>

<http://honarparvar.com>

<http://www.chn.ir/News/?section=1&id=17169>

<http://www.baztab.com/news/39590.php>

<http://www.ilna.ir/shownews.asp?code=345283&code1=1>

[-http://www.irna.ir/fa/news/view/menu-151/8506205900124159.htm](http://www.irna.ir/fa/news/view/menu-151/8506205900124159.htm)

<http://www.tik.ir/display/?ID=27844&page=1>

<http://aoij.ir/2006/09>

<http://philosophers.atspace.com/aristotle.htm>

[-http://www.rasaneh.org](http://www.rasaneh.org)

