



اشاره

با نگاهی گذرا به جهان پیرامون، انحصار و سلطه رسانه‌های بیگانه را در جهان معاصر به روشنی شاهدیم. در مجموع شش تا از بزرگ‌ترین فرستنده‌های رادیو، تلویزیون دنیا، (سی بی اس (C.B.S)، ان بی سی (N.B.C)، ای بی سی (E.B.C)، سی ان ان (C.N.N)، بی بی سی (B.B.C) و سی بی اس (C.B.S) هستند که بیش از ۳۰۰ میلیون نفر را زیر پوشش دارند.^(۱) و لذا بیش از هشتاد و پنج درصد از مکالمات تلفن بین‌المللی به زبان انگلیسی است و سه چهارم نامه‌های پستی، تلکس‌ها، فاکس‌ها و تلگرام‌ها نیز به زبان انگلیسی است.^(۲) بیش از ۸۰ درصد کل اطلاعاتی که در بیش از ۱۰۰ میلیون رایانه سراسر جهان ذخیره شده به زبان انگلیسی است.^(۳) پیامد طبیعی انحصار و سلطه رسانه‌ای، ورود زبان انگلیسی به مثابه یک کالای وارداتی در فرهنگ دینی، ملی به عنوان یک عنصر اصلی در کنار زبان مادری در دراز مدت است که بدین وسیله، این زبان و سایر مقولات فرهنگی آن وارد فرهنگ ما شده و در

نهایت، موجب گسست فرهنگی می‌شود. این امر با اندک تأمل روشن می‌شود. بنابرین، اگر ما به موقع جوانان و نوجوانان خود را در مقابل امواج توفنده فرهنگ بیگانه تقویت نکنیم و بنیان‌های فرهنگی خویش را غنی نبخشیم و اقدام به جذب جنبه‌های مثبت فرهنگ بیگانه و طرد جنبه‌های منفی آن نکنیم. به زودی شاهد از بین رفتن لایه‌های غنی فرهنگ ملی و دینی خویش بوده و با بحران، گسست و انفعال فرهنگی مواجه خواهیم شد و سرانجام آن چیزی جز خودباختگی فرهنگی نخواهد بود. این قلم، نگاهی گذرا به برخی پیامدهای رسانه‌ها دارد.

اشاعه فرهنگ بیگانه، رسالت رسانه‌های بیگانه

هرگاه از روی تأمل و دقت به شهرهای ایران اسلامی سرکشی کنیم و به نوجوانان و جوانان این مرز و بوم نیک بنگریم، دو چیز بیش از همه جلب توجه می‌کند: فرم لباس، شکل آرایش ظاهری؛ مدتی لباس‌های گشاد به تن می‌شود و پس از اندک زمانی لباس‌های

تنگ، گاهی نیز روی لباس جوانان و نوجوانان برچسب تصویری از آواز خوانان، ستارگان سینما، قهرمانان ورزشی از کشورهای غربی حک می‌شود. موهای سر نیز در رنگ‌های مختلف با اشکال اره‌ای، تیشه‌ای، پرخروسی، میان خالی و... و نیز چیدن ابرو و تلون گونه‌ها با سرخی، سفیدی، چهره جوانان این مرز و بوم را نشان می‌دهد. به گونه‌ای که گویا این صنف سالیان متمادی در غرب زندگی نموده و هم‌اکنون هر روز در رفت و آمد با آنجا هستند. اما بر عکس، این فرم و شکل بر تن و سر و صورت کسانی فرو ریخته و هر دم در حال جایگزینی‌اند که در طول زندگی فقط نام کشور غربی را در کتاب‌ها خوانده‌اند یا در رسانه‌ها دیده‌اند. متأسفانه به همان اندازه که در تغییر و تقلید لباس و شکل ظاهری گوی سبقت از دایه‌های اصلی روبرو‌اند، در تولید فکر، اندیشه و دانش نیز مدال‌کندی، بطلان، کسالت و پس‌مانی را به سیرت و صورت آویخته‌اند و این در سایه اشاعه فرهنگ بیگانه در کشور و وضعیت انفعالی فرهنگ ملی در مقابل آن است، به هر حال، این همه

مرهون تلاش رسانه‌های بیگانه است.

کارکرد متناقض

رسانه‌های جمعی معمولاً دارای کارکردهایی متناقض؛ یعنی هم خروش، پویایی و سرزندگی را تقویت می‌کنند و هم رخوت، تنبلی، کسالت، انفعال و سرکوفتگی را. از یک سو، احساس‌های عاطفی، محبت، صداقت و خوش‌بینی را برمی‌انگیزند و از سوی دیگر، احساس زشتی، دشمنی، بی‌اعتمادی، دروغ و خشونت را زنده می‌کنند. از یک سو، واقعیت را وارونه، کدر و تاریک می‌نمایانند و شخصیت‌های کاذب به وجود می‌آورند و از سوی دیگر، آن را شفاف، روشن و پاک به نمایش می‌گذارند. این کارکرد به طور طبیعی موجب پیدایش تضاد روانی، رفتاری در مقیاس فردی و اجتماعی می‌گردد. فرد و جامعه در قبال انبوهی از ارزش‌ها، روش‌ها و باورهای متضاد قرار می‌گیرند که گزینش آن‌ها سخت دشوار است.

رسانه‌ها، اعم از مکتوب - شنیداری و دیداری - تلازم ناگسستگی را میان توانمندی اقتصادی، رفاه، ثروت،

رساله‌ها

محمد فولادی

فرهنگ سازی و فرهنگ سوزی



بهداشت، علم و فن آوری، توسعه انسانی و... پارهای از ارزش‌ها و اندیشه‌های غربی به تصویر می‌کشاند و چنین وانمود می‌کند که این همه توسعه و پیشرفت کشورهای صنعتی در عرصه‌های سیاسی - اقتصادی، اجتماعی، خدماتی، علمی و فنی بدان جهت است که پیشاپیش به ارزش‌ها و اندیشه‌هایی چون آزادی، حقوق بشر، سکولاریسم، پراگماتیسم، اومانیزم و... پایبندند؛ یعنی چنین وانمود می‌کند که ابتدا درخت این‌گونه گرایش‌ها و بینش‌ها در اینجا تناور شده و پس از آن، رفاه و توسعه و پیشرفت پدید آمده است. طبعاً چنین تبلیغاتی موجب تشنگی و تضاد فکری و اندیشه‌ای می‌شود. برماست که از این رسانه‌های همگانی، در جهت ترویج و اشاعه فرهنگ ملی و دینی استفاده کنیم و جوانان و نوجوانان و به طور کلی فرهنگ خود را در مقابل فرهنگ مبتذل و پوچ بیگانه و هججه رسانه‌های بیگانه به اساس و بنیان فرهنگ خویش واکسینه کنیم.

هویت شکنی

هر انسان و ملتی دارای هویتی است که براساس مؤلفه‌های دینی، ملی، فرهنگی و سنتی، محیطی، اجتماعی، تربیتی و به اضافه جستار او در اندیشه و خرد مردمان و کاوش در حقیقت‌ها شکل می‌گیرد. این هویت از او انسانی می‌سازد که با انسان‌های دیگر علی‌رغم، هم‌نوعی دارای فصول بی‌شمار و پرشماری است. اگر این هویت، که به مثابه ریشه‌های یک درخت است، قطع شود، آن درخت فرو خواهد افتاد، حتی اگر قوی‌ترین تنه‌ها و شاخه‌ها را داشته باشد اگر هم فرو نیفتاد، به درختی بی‌ثمر و بی‌خاصیت و فاقد کم‌ترین ارزش و ثمرای خواهد بود. بدین سان در وضعیت

انفعالی رسانه‌های ما در مقابل هججه خانمان‌سوز و خانمان‌برانداز رسانه‌های بیگانه، وضعیت و شرایطی جز این انتظار نمی‌رود.

فرهنگ‌سازی رسانه‌ها

عرصه فرهنگی، ساختی برای بهره‌بردن از همه ابزارها و ساز و کارهاست و در تعامل فرهنگ‌ها نیز فرهنگی برتر است که با مدیریتی توانمند به ساماندهی همه ابزارها و رسانه‌ها و کارها در راستای اهداف خویش همت گمارد. همه فرهیختگان و کارشناسان معتقدند که هدفمند کردن جامعه فرهنگی و نیز اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی، شایسته مطبوعات آگاهند و نیک می‌دانند که همان‌گونه که طبیعت برای بقا به جریان زلال آب نیازمند است، جامعه نیز برای پویایی، تحرک و به روز شدن، نیازمند جریان سالم اطلاع‌رسانی است و در چنین نظامی همه نیازهای او اعم از اجتماعی، فرهنگی، دینی، سیاسی، حقوقی، اقتصادی، بهداشتی و... به موقع و شفاف اجابت می‌شود. در واقع، فرهنگ‌سازی رسانه‌ها زمانی میسر است که با شناخت درست نیازها و جان مایه و درون مایه‌های فرهنگ خودی اقدام به اشاعه و ترویج فرهنگ غنی و ناب ملی و دینی نموده و همچون بنیانی مرسوس در مقابل هججه فرهنگ بیگانه، به تقویت خودباوری فرهنگی و فرهنگ خودی اقدام نمایند.

فرهنگ سوزی رسانه‌ها

البته، آن روی دیگر سکه مطبوعات نیز باید مورد بازخوانی قرار گیرد. در این روی سکه، رسانه‌های مکتوب به هویت ملی و دینی مردم آسیب جدی وارد می‌کنند. فرایند هویت سوزی و فرهنگ زدایی، کشورگریزی و غربت‌گزینی و بیگانه

گزینی و بیان جاذبه‌های کاذب کشورهای بیگانه و ایجاد اشتباهی کاذب برای دیدن فرهنگ، تصویری بهشت‌گونه از بیگانه و بیگانگان، تحقیر فرهنگ ملی و دینی و بزرگ‌نمایی جلوه‌های کاذب فرهنگ بیگانه و به طور کلی هویت شکنی، هویت سوزی و فرهنگ ستیزی از جمله آسیب‌های دامن‌گیر مطبوعات رسانه‌های مکتوب است.

دین ستیزی، اخلاق شکنی و ترویج اخلاق و فرهنگ بیگانه و ترویج ابتذال و ارزش‌ها و باورهای ضد دینی و ملی و هویت فرهنگی نیز آسیب‌های دامن‌گیر مطبوعات و رسانه‌ها است. از سوی دیگر، خودباوری و یا خودباختگی فرهنگی از دیگر پیامدها و کارکردهای رسانه‌هاست. خودباوری فرهنگی نوعی نگرش فرد نسبت به فرهنگ جامعه خویش است. اگر این نگرش مثبت باشد، آن را خودباوری فرهنگی و اگر منفی باشد، آن را خودباختگی فرهنگی گویند. خودباوری یا خودباختگی از طریق جامعه و کارگزاران و ابزارها و رسانه‌های انتقال فرهنگ و به وسیله فرایندهای جامعه‌پذیری به فرد آموخته می‌شود. سؤال این است که خودباوری به عنوان یک نوع نگرش و تلقی چگونه تغییر می‌کند. به عبارت دیگر، خودباوری فرهنگی چگونه تضعیف می‌شود و به خودباختگی تبدیل می‌شود. در جوامع جدید که از یک سو، ارتباطات وسیعی میان آنان برقرار است و از سوی دیگر، در حال تغییر و تحول سریع‌اند، احتمال تغییر نگرش افراد نسبت به فرهنگ خودی زیاد است. در پرتو ارتباط وسیع و گسترده با کشورهای غربی، ساختار فرهنگی کشور به سرعت دگرگون شده و عناصری از فرهنگ بومی و ملی زیر سؤال می‌رود و عناصری از فرهنگ بیگانه وارد فرهنگ بومی می‌شود. از

این‌رو، میان ارزش‌های سنتی و ارزش‌های جدید تعارض پدید می‌آید. به دلیل جاذبه ظاهری فرهنگ بیگانه و نیز حمایت همه جانبه از این فرهنگ، تعارض‌ها به نفع ارزش‌های جدید کاهش می‌یابد. ارزش‌های وارداتی و بیگانه که جایگزین ارزش‌های فرهنگ خودی شده‌اند، نمی‌توانند پشتوانه نگرش مثبت نسبت به فرهنگ خودی باشند. از این‌رو، نگرش افراد نسبت به فرهنگ خودی تغییر می‌کند.

رسالت رسانه‌ها

هر فرهنگی برای پویایی و حیات خویش، نیاز به انتقال صحیح ارزش‌ها، باورها، هنجارها و کلیه عناصر فرهنگی به نسل جوان دارد، هرگاه به علی انتقال فرهنگ دچار اختلال گردد، نسل جدید از فرهنگ جامعه خویش فاصله خواهد گرفت. جدایی نسل جدید از فرهنگ خویش، موجب آسیب‌پذیری آنان در قبال فرهنگ بیگانه خواهد بود.

اگرچه انتقال فرهنگ فرایندی بسیار گسترده و عام است و همه جنبه‌های زندگی را در بر می‌گیرد. ولی خانواده، مدرسه و رسانه‌های جمعی، اعم از رسانه‌های دیداری و شنیداری و مکتوب و نیز کارگزاران انتقال فرهنگ، به عنوان مهم‌ترین عوامل انتقال عناصر فرهنگی به نسل جوان است و همه باید در راه انتقال ارزش‌ها و هنجارهای بومی و ملی و دینی به نسل جوان تلاش نموده، آنان را در جذب به فرهنگ به ظاهر جذاب و پوچ بیگانه منع نموده و به نوعی واکسینه نمایند.

..... پی‌نوشت‌ها
۱۱ الی ۳. جان نیزیت، پاتریشیا آبروین، سیاست، اقتصاد و فرهنگ در قرن بیست و یکم، ناصر مرقیان، ص ۲۱۲