



# دهکده‌های جهانی

فرهنگی

## وناگفته‌های ۴۰ ساله

● علی یاری  
اشاره

سال‌ها پیش متفکری غربی به نام «مک لوهان» پیش‌بینی کرده بود که با ظهور نانو تکنولوژی و تولد هر روزه علم و دانش نوین و تسلط رسانه‌ها، دنیای دهکده‌ای کوچک تبدیل خواهد شد که همه از حال همدیگر خبردار خواهند شد و هیچ خبری پوشیده و پنهان نخواهد ماند. علی یاری، نویسنده مطبوعات، به نقش ما در این دهکده که تا چند سال دیگر تحقق خواهد یافت، اشاره کرده است. نقشی که می‌تواند ما را بهرساند یا امیدوار سازد.

ما به رسانه‌ها معتاد شده‌ایم؛ به خبرها، یا به بیان بهتر به خبرهایی که از رسانه‌ها دریافت می‌کنیم. هر روز سعی می‌کنیم سر ساعت، خودمان رابه خانه یا محل کار و یا هر جای دیگر برسیم که بتوانیم اخبار را از تلویزیون ببینیم و یا اگر فرصت آن را نداشته باشیم، از طریق رادیو در اتومبیل، اخبار را کسب کنیم. اگر بیشتر اهل 'خبر' و اطلاعات باشیم، هر روز هنگام رفتن به خانه باید روزنامه خاصی را تهیه یا در محل کار آن را مطالعه کنیم تا از اخبار و وقایعی که در اطرافمان می‌گذرد، مطلع شویم.

اما خبر، تنها چیزی نیست که از رسانه می‌خواهیم. ما از رسانه، چیزهای تازه می‌خواهیم که البته تازه‌ترین آنها در اخبار (NEWS) پیدا می‌شود. ما اخبار تازه می‌خواهیم، سرگرمی‌های تازه می‌خواهیم و... اما از رسانه هر چه که بخواهیم، با استفاده از آن

اطلاعاتمان اضافه می‌شود: این که در جنگ عراق چند نفر کشته شده‌اند، موضوع و دامنه سرپال جدید تلویزیون چیست، جدیدترین سایت‌ها با موضوع جذاب کدام‌اند، نظر کارشناسان درباره استفاده از میوه‌های تازه چیست و... در واقع همین اطلاعات مشترک هستند که مبنای گفتگوهای رو در رو قرار می‌گیرند. اینکه فلان بازیگر در فلان سریال نقشش را چطور بازی کرده، یا آینده جنگ عراق چه خواهد شد، اطلاعاتی «عمومی» هستند که به دلیل عمومی بودن، شرط تفاهم را برای موضوع اصلی بحث مشافهه‌ای قرار گرفتن دارا هستند. به همین دلیل رسانه‌ها تأثیر بسزایی در شکل‌دهی به روابط فردی اعضای جامعه و همچنین شیوه ارتباط برقرار کردن آنها دارند. شما اگر انگلیسی‌زبان نباشید، خیلی راحت می‌توانید با دانستن نتیجه فوتبال مهمی

می‌رسانند تا اطلاعات آنها را افزایش دهند و بدانند که در دنیای پیرامونشان چه می‌گذرد. اما آیا مردم واقعاً آن چیزی را می‌دانند که باید بدانند؟ مردم آمریکا پیش از آنکه بخواهند بدانند در عراق چند نفر به دست سربازان آمریکایی کشته می‌شوند، می‌خواهند بدانند که فلان رقص محبوب و مشهور با کدام بازیکن فوتبال از دواج می‌کند. چند درصد از مردم آمریکا می‌دانند که امسال چه کسی جایزه نوبل شیمی را گرفت؟ هیچ کس نمی‌داند و نمی‌خواهد بداند؛ چون اگر هم بداند، کسی نیست که بخواهد با او در این باره سخن بگوید، یا هیچ شبکه تلویزیونی نیست که چنین موضوعاتی را بحث و حل خود قرار دهد. مردم جوامع به اصطلاح پیشرفته، نمی‌خواهند با کسب اطلاع دقیق و حقیقی از دنیای اطراف خود، بفهمند کجا ایستاده‌اند، بلکه آنها می‌خواهند با دانستن تازه‌های پوچ و بی‌ارزش، دیگران را نیز با خود مشترک ببینند. اما این اطلاعات پوچ و بی‌ارزش را چه کسی در اختیار آنها قرار می‌دهد؟ مردم به دنبال این اطلاعات بی‌ارزش هستند و رسانه‌ها در اختیارشان قرار می‌دهند. آنها ایدئولوژی پوچی را می‌پسندند و رسانه‌ها آن را ترویج می‌کنند. هر روز فکر، عقیده و اراده مردم برای خودشان بی‌اهمیت‌تر و مهم‌تر آن چیزی می‌شود که بحث روز است؛ اما این که حقیقت چیست و انسان کیست، چه زمانی بحث روز خواهد شد؟

غرب متمدن می‌خواهد خود را فراموش کند. به عقیده من، این که «تو حق نداری به جای من فکر کنی»، تنها یک شعار است. واقعیت این است که «بهتر است تو به جای من فکر کنی؛ اما نطقاً نگو که به جای من فکر کرده‌ای، چون من هم شخصیت دارم». مردم مجبورند حکومت و سرنوشتشان را خود انتخاب کنند؛ اما حق ندارند اسلام را برگزینند؛ چون اگر اسلام را انتخاب کنند، رسانه‌ها نمی‌توانند هر کاری را به نایب‌ت از آنها انجام دهند؛ زیرا اسلام - و به معنای عام‌تر «دین» - که با پوچی مقابله می‌کند، با چنین فرهنگی نمی‌سازد.

مردم می‌خواهند خود را فراموش کنند و رسانه‌ها به آنها کمک می‌کنند. چون مردم اگر گمان کنند رنگی ندارند، به همان رنگی درمی‌آیند که به آنها گفته می‌شود به آن رنگ دیده می‌شوند. مردم نمی‌خواهند بدانند که و چه هستند و رسانه‌ها به مردم «اطلاع» می‌دهند که باید چه باشند، چگونه فکر کنند، چه شعاری بدهند، چه غذایی بخورند، چه لباسی بپوشند و... رسانه‌ها تعیین می‌کنند که مردم در مورد چه چیزی فکر کنند تا خود رسانه‌ها فکرها را از کجا می‌آورند؟ قدرت‌ها؛ این قدرت‌ها هستند که افکار متناسب با منافع



که روز گذشته در انگلستان برگزار شده، با یک انگلیسی‌زبان رابطه برقرار کنید. در تحقیقی از چند خانواده که باهم در ارتباط بودند، خواسته شد برای چند روز از تلویزیون استفاده نکنند. در مدت اجرای تحقیق، اعضای این خانواده‌ها دریافتند که موضوعی برای گفتگو ندارند. نوجوانان هم موضوعی برای بحث درزنگ‌های تفریح نداشتند. البته تحقیق در زمانی انجام شد که هنوز اینترنت وارد میدان رقابت با تلویزیون نشده بود؛ اما اگر در زمان حاضر هم تحقیق مشابهی صورت گیرد، بی‌تردید نتیجه مشابهی خواهد داد.

رسانه‌ها، تازه‌ها را به اطلاع مردم

**اگر نتوانیم ایدئولوژی و فرهنگ را در رسانه‌هایمان بیاوریم، نخواهیم توانست رنگ خودمان و دین و فرهنگ‌مان را حفظ کنیم. ما به رسانه‌ای نیاز داریم که با زبان رسانه، یک بار دیگر به ما بگوید چه داریم.**

خود را تولید می‌کنند. شرکت‌ها، همان قدرت‌هایی هستند که با ابزار رسانه به مردم اطلاع می‌دهند که چه بخورند، چه بنوشند؛ آنها حتی ایدئولوژی‌های مردم را هم تعیین می‌کنند.

شرکت‌هایی حامی «بوش» هستند و شرکت‌هایی دیگر حامی «کری»، اما هیچ کدام از این شرکت‌ها نمی‌خواهند ایران قدرت داشته باشد؛ پس در رسانه‌های خود، علاوه بر رقیب، دشمن خود را نیز می‌کوبند. رقابت دنیای فردا - یا جنگ دنیای فردا - بیشتر رقابت بین شرکت‌هاست تا بین کشورها و پیاده نظام این جنگ، رسانه‌ها هستند. اینکه مردم ایران «تویوتا» سوار شوند یا «سی‌لو»، تنها به اندازه درصد مالپاتی که این شرکت‌ها به دولت‌هایشان می‌پردازند، بری این دو اهمیت دارد؛ اما سود اصلی در جیب صاحبان این شرکت‌هاست. این همان جنگ پنهانی است که رسانه‌ها نمی‌گذارند کسی ز اشغال و کشتار مردم آن بویی برد.

رسانه دوسویه، رسانه‌ای است که تو بتوانی باز خورد نظرات را فی المجلس مشاهده کنی. تو در اینترنت و در میان ۳۵ میلیون سایت به دنبال چه می‌گردی؟ سایت‌های به اصطلاح اطلاع رسانی و دوسویه هم همان چیزی را ارائه می‌کنند که قبلاً رسانه‌های یک سویه چون: ماهواره، تلویزیون و روزنامه به او داده‌اند. تو فقط می‌توانی بین دو ظاهر مختلف، یکی را که بیشتر می‌پسندی انتخاب کنی.

آیا دنیا یک دهکده جهانی می‌شود؟ آیا جز این است که مردم، تنها می‌توانند اطلاعاتی را کسب کنند که قدرت‌ها در رسانه‌هایشان به اطلاع می‌رسانند؟ آیا مردم دنیا می‌دانند در کنار شکم‌های به استخوان کمر چسبیده در گوشه دیگر این دهکده، سالانه چند هزار تن گندم آمریکا به دریای ریخته می‌شود تا قیمت آن سقوط نکند؟ مردم دنیا، فقط باید بدانند که در مراسم آغاز بازی‌های المپیک، چند کیبوتر به نشانه صلح به پرواز درمی‌آیند! حال چه اهمیت دارد که همزمان با آغاز این رقابت‌ها، آمریکا به نجف حمله می‌کند تا از حمله رسانه‌ها در امان ماند؟ کدام صلح؟

بدون شک، با آفرینش ابزار و سلاح مدرن به کمک تکنولوژی و کامپیوتر، تا چند سال دیگر رؤیای دهکده جهانی تعبیر می‌شود؛ رؤیایی به ظاهر وحشت‌آفرین برای ما و شادی‌آفرین برای آنها. اما در آینده ما در کجای این دهکده جهانی خواهیم بود؟ در ۲۰ سال آینده اگر نتوانیم ایدئولوژی و فرهنگ را در رسانه‌هایمان بیاوریم، نخواهیم توانست رنگ خودمان و دین و فرهنگ‌مان را حفظ کنیم. ما

به رسانه‌ای نیاز داریم که بزبان رسانه، یک‌بار دیگر به ما بگوید چه داریم. اینکه ماهواره، اینترنت، روزنامه الکترونیکی، یا مولتی‌مدیا بیایند، چه اهمیتی دارد؟! مهم این است که در رسانه، چه حرفی زده می‌شود.

ما می‌توانیم با صحبت‌ها و گفت و گوهای رو در رو - که مردم در نماز جماعت، نماز جمعه، روز عرفه و چند تجمع سه‌سالانه دیگر دارند - از فضای اسلامی استفاده ببریم و افکار مطرح شده را در رسانه اسلامی از طریق رسانه گفتگو ترویج کنیم. اگر می‌خواهیم حرف دیگران را نزنیم، باید حرفی را که خودمان داریم، مطرح کنیم. مهم این نیست که زمین از کیست و قاعده کدام است؛ مهم این است که توپ کدام است و چه بازی خاصی باید داشته باشیم. ما در زمین دیگران و با قاعده دیگران، می‌توانیم بازی خودمان را انجام دهیم. می‌دانید که بازیکنان، برای چه استعدادهای نیافته‌ای هستند؟ باید دشمنانمان را مجبور کنیم که در زمین ما و با قاعده ما بازی کنند. رسانه‌ها تا دو دهه دیگر، همه جای دنیا را دهکده خواهند کرد؛ دهکده‌ای کوچک که فاصله ۱۰ هزار متری را به ۱۰ متر تبدیل می‌کند و این کوتاه کردن فاصله‌ها برای خیلی از ماها وحشت‌آفریده است. حال آن که این حادثه بیش از آن که ما را بترساند، دنیای غرب را به هراس انداخته است؛ دنیایی که دیگر نخواهد توانست در میان خرمن‌ها اطلاعات ارایه شده در رسانه، جلوی «الجزیره»، «المنار» و «العالم» را بگیرد.

پیش از این که دنیای غرب بخواد دروغی بگوید یا عروسکی را به جای جن و پری قالب

کند و قورباغه رنگ شده‌ای را به جای قناری بفروشد، رسانه‌های رقیب در مسابقه‌ای سریع، همه رفتارها و گفتارهای پنهان و آشکار مجریان سیاست‌ها و آرتیست بازی‌های تفنگ



به دوشان گاوچران آمریکایی را روی آنتن‌ها قرار می‌دهند. آنها دیگر حتی کنترل ابزار ساخت دست خود را نیز ندارند. ابزار رسانه‌ای به دست همه - حتی دشمنان آنها - افتاده است. دنیا دهکده خواهد شد؛ اما همه حصارهای آن خواهد شکست و از کودک ۷ ساله، تا پیر مرد ۷۰ ساله بر سر متبر رسانه‌ها خواهند نشست. در این حصار شکنی، کسی پیروز است که حرفی برای گفتن داشته باشد. در این دنیای فریب، چه کسی بیشتر از ما برای گفتن، حرف دارد؟ حرف‌هایی ۱۴۰۰ ساله؟ روشن و سفید و آسمانی؟



**از کودک ۷ ساله، تا پیر مرد ۷۰ ساله بر سر متبر رسانه‌ها خواهند نشست. در این حصار شکنی، کسی پیروز است که حرفی برای گفتن داشته باشد. در این دنیای فریب، چه کسی بیشتر از ما برای گفتن، حرف دارد؟ حرف‌هایی ۱۴۰۰ ساله؟**