

## رسانه‌ها و توسعه سیاسی - اجتماعی ایران در دوره قاجار و پهلوی

سید امیر مسعود شهرام نیا<sup>۱</sup> فرزانه صیפורی<sup>۲\*</sup>

تاریخ پذیرش ۱۳۹۵/۲/۲۲

تاریخ دریافت ۱۳۹۴/۱۲/۲۸

### چکیده

رسانه ابزاری است که حامل یا واسط پیام است پس علاوه بر تلویزیون، کتاب و رادیو، یک نقاشی یا مجسمه یا حتی موسیقی در صورتی که پدید آورنده آنها قصد انتقال معنی را داشته باشد یک رسانه است. از آنجا که رسانه‌ها به عنوان رکن چهارم دموکراسی هستند چرا که واسطه اصلی میان سیاست گذاران و توده مردم هستند. با پیدایی وسایل ارتباط جمعی، نه تنها جوامع به یکدیگر نزدیک گردیده‌اند بلکه گروه‌های اجتماعی نیز از انزوا بیرون آمده، نزدیکی با یکدیگر را احساس می‌کنند. این مقاله روند تأثیر وسایل ارتباط جمعی را بر تحولات سیاسی - اجتماعی ایران در دوره قاجار و پهلوی بررسی می‌کند و زمانی تأثیر صورت می‌گیرد که وسایل ارتباط جمعی در متن تطور همه جانبه اندیشه‌ها قرار گرفته باشد. از طرفی این مقاله تلاش می‌کند تا به این سؤال پاسخ دهد که رسانه‌ها چه تأثیری بر تحولات سیاسی - اجتماعی در دوره قاجار و پهلوی در ایران داشته‌اند؟ و اینکه تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر توسعه جامعه و ظهور ارزش‌های جدید ایران تا چه حد و پایه ایی است؟ علاوه بر آن این مقاله بر این فرضیه استوار است که رسانه‌ها به عنوان ابزاری اجتماعی - فرهنگی از نظر کمی و کیفی بر فرآیند تحولات توسعه سیاسی و اجتماعی در ایران تأثیر گذاشت و گروه‌های اجتماعی را از انزوا بیرون کشید و فضای رسانه‌ای را بر فرهنگ مردم مسلط ساخت. ناگفته نماند این بررسی با استفاده از چارچوب نظری مک لوهان صورت گرفته است. و روش تحقیق نیز به صورت کتابخانه‌ای و توصیفی خواهد بود.

**واژگان کلیدی:** رسانه، قاجار، پهلوی، توسعه سیاسی، توسعه اجتماعی، جامعه ایران

۱۱۵

سیاست جهانی

۱- استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان

۲- دانشجوی دکتری گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان

\* نویسنده مسئول farzaneh.seifoori@gmail.com

به طور کلی رسانه را می‌توانیم ابزاری که حامل یا واسط پیام است بدانیم که در این صورت علاوه بر تلویزیون، روزنامه، کتاب و رادیو، یک نقاشی یا مجسمه یا حتی موسیقی در صورتی که پدید آورنده آنها قصد انتقال معنی را داشته باشد یک رسانه است. چرا که رسانه‌های جمعی در زمان واحد پیامهای یکسان را برای تعداد زیادی از افراد ارسال کنند. چه بسا اگر مجموعه رسانه‌ها را به انسانی تشبیه کنیم: مغز آن کتاب، دست‌های آن مطبوعات و پاهایش رادیو و تلویزیون است. رسانه به عنوان اصطلاحی کلی برای اشاره به سیستم‌ها یا دستگاه‌های انتقال اطلاعات و یا سرگرمی به کار برده می‌شود.

رسانه‌های جمعی را نیز می‌توان به پنج گروه کلی تقسیم بندی کرد:

- رسانه‌های چاپی مانند روزنامه، مجله و کتاب
  - رسانه‌های پخش مانند رادیو، تلویزیون، متن نماد سیستم صوتی عمومی فرودگاه‌ها و پارک‌ها
  - رسانه‌های کامپیوتری مانند اینترنت و بانک اطلاعاتی (Online)
  - رسانه‌های خیابانی مانند پوسترهای تبلیغاتی خیابان‌ها و بدنه‌های اتوبوس و تابلوهای خیابانی (رسانه و مشارکت سیاسی، ۱۳۸۹: ۱۱۷).
- از رسانه‌ها به عنوان رکن چهارم دموکراسی یاد می‌شود رکنی که از یک طرف با مردم و از سوی دیگر با حکومت در ارتباط است. رسانه‌ها به خودی خود واحد قدرت نیستند، آنچه به رسانه‌ها قدرت می‌بخشد توانایی آنها برای شکل دهی به افکار عمومی یا علیه حکومت می‌باشد به عبارتی رسانه‌ها واسطه اصلی میان سیاستگذاران و توده مردم هستند. از طرفی نقش رسانه‌ها هدایت تأثیر گذاری بر افکار عمومی، ساختن ایدئولوژی و فرهنگ توده‌ای، پرورش شهروندانی نقاد و ایجاد همبستگی اجتماعی در جامعه‌ای باز و کثرت گرا می‌باشد. به نوعی بر توسعه سیاسی - اجتماعی هر کشوری تأثیرگذارند. جالب توجه این است که ملک لوهان<sup>۱</sup> نه تنها

رسانه‌ها را به سرد و گرم تقسیم می‌کند، بلکه جوامع میزبان رسانه‌ها را نیز به دو دسته تقسیم کرده، ناخودآگاه برای فرهنگ و معانی برای مخاطب نیز اهمیت بسیار قائل می‌شود. او می‌گوید: ما می‌توانیم کشورهای کمتر توسعه یافته را همانند رسانه‌های سرد و کشورهای پیشرفته را چون رسانه‌های گرم در نظر بگیریم، درست مانند وضعیت افراد حيله گر و زیرک یک شهر در مقابل افراد ساده و بی‌غل و غش آن. اگر از بعد جهانی شدن نیز موضوع را بررسی کنیم شاید مک‌لوهان را بتوان از مهم‌ترین نظریه‌پردازانی دانست که نگاهی فرهنگی به جهانی شدن دارد. از نظر او، اصل تعیین کننده فرهنگ ما نه محتوای آن، نقش رسانه‌ای است که فرهنگ از طریق آن منتقل می‌شود. او با تقسیم دوره‌های تاریخ بر مبنای فناوری‌های ارتباطی، به تبیین دوره جدید که به واسطه گسترش ارتباطات به کلی متفاوت از قبل است، می‌پردازد. از نظر او، رشد رسانه الکترونیک به موازات دیگر جنبه‌های ارتباطی، سبب شکل‌گیری شبکه ارتباطی جهانی شده است که خود موجب جهانی شدن فرهنگ می‌شود (شهرام‌نیا، ۱۳۸۵: ۶۹).

علاوه بر مک‌لوهان، رایزمن<sup>۱</sup> نیز از جمله اندیشمندانی است که مبنای کار خود را رسانه و جامعه قرار می‌دهد و بر ارتباط به عنوان محور جوامع انسانی تأکید می‌کند. از نظر رایزمن از روزه ارتباطات می‌توان سه دوران در تاریخ اجتماعی را از هم بازشناسیم. دوره اول که در خلال آن سنت‌ها حاکم بر رفتار و روابط انسانی به حساب می‌آیند. و در اصطلاح خود آن را «انسان سنت راهبر<sup>۲</sup>» می‌داند. دوره دوم که از نظر رایزمن با کاهش اهمیت سنت‌ها در هستی اجتماعی مواجه می‌شویم و تاریخ شاهد پیدایی و تکثر انسان‌هایی خاص می‌شود که او آن را «دوران راهبر<sup>۳</sup>» می‌خواند. و دوران سوم را نیز رایزمن دوران پیدایی انسان «دگر راهبر<sup>۴</sup>» می‌داند، دوران ظهور وسایل ارتباط جمعی است و رایزمن این دوران را دورانی می‌داند که در جریان آن، انبوه‌های تنها در درون شهرهای بزرگ پدید می‌آیند. و از نظر رایزمن، این دوران در

1 D.Riesman  
 2 Tradition- directed-man  
 3 Inner- directed- man  
 4 Other directed- man

تاریخ انسان به‌عنوان دورانی ثبت خواهد شد. که در آن صاحبان وسایل ارتباطی الگوهای حیات اجتماعی را می‌سازند.

تونس<sup>۱</sup> از دیگر متفکرانی است که ارتباط و آمار استفاده از رسانه را محور شناخت و ارزیابی جوامع دانست و تطور جوامع انسانی را نیز با این معیار سنجید. تونس دو نوع جامعه را از یکدیگر متمایز می‌سازد. یکی جامعه معنوی<sup>۲</sup> و به عبارتی اجتماع و دیگری «جامعه صوری»<sup>۳</sup> که در آن هر اقدام انسانی تابعی از عقل‌گرایی<sup>۴</sup> مصلحت‌اندیشی<sup>۵</sup> و حتی در معنایی مطلوبیت‌گرایی<sup>۶</sup> است (ساروخانی، ۱۳۹۱: ۷۳).

ناگفته نماند ایان روکس‌بروف<sup>۷</sup> به عنوان یکی دیگر از پژوهشگران مسائل توسعه نظرات خود را در قالب تغییر و تحولات گوناگون از برای رسانه ارائه داده است و مسائل توسعه را گذار از یک صورت‌بندی اجتماعی به صورت‌بندی دیگر می‌داند و حتی معتقد است علاوه بر رسانه باید مداخله نیروهای دیگر را که اصلاً تحت حاکمیت دولت نیز ممکن است نباشد بر تحولات توسعه تأثیر گذار بدانیم (شیرزادی، ۱۳۹۱: ۴۲).

حال از آنجا که در زمینه پیدایی وسایل ارتباط جمعی به عنوان ابزاری اجتماعی و فرهنگی و استفاده کمی و کیفی آن و بالتبع تأثیر آن بر تحولات و تغییرات ساخت و چه بسا تنوع طبقات مختلف اجتماعی پژوهشی در قالب مقاله‌ای منحصر به فرد انجام نشده است. با توجه به این موضوع پژوهش حاضر با تقسیم‌بندی ابزارهای رسانه‌ای به تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر تحولات سیاسی - اجتماعی ایران در دو دوره‌های قاجار و پهلوی خواهد پرداخت. و اینکه چگونه وسایل ارتباط جمعی، هنجارها، ارزش‌ها و الگوهای اجتماعی به درون خانواده‌ها راه پیدا کرد و فضای رسانه‌ای بر فرهنگ مردم مسلط شد و فرآیند تحولات توسعه سیاسی و اجتماعی

1 Tonnies

2 Gemeinschaft

3 Gesellschaft

4 Rationalism

5 Pragmatism

6 Utilitarianism

7 Eyan Rox Brof

اتفاق افتاد را بررسی خواهد کرد. و در اصل به این سؤال که رسانه‌ها چه تأثیری بر تحولات سیاسی - اجتماعی ایران دو دوره قاجار و پهلوی داشته‌اند و تأثیر آن بر توسعه جامعه و ظهور ارزش‌های جدید در ایران تا چه حد و پایه‌ای بوده است؟ پاسخ خواهد داد. علاوه بر آن این پژوهش بر این فرض استوار است که رسانه‌ها به عنوان ابزاری اجتماعی - فرهنگی از نظر کمی و کیفی بر فرایند تحولات توسعه سیاسی و اجتماعی ایران تأثیر گذاشت و گروه‌های اجتماعی را از انزوا بیرون کشید و فضای رسانه‌ای را بر فرهنگ مردم مسلط ساخت.

#### ۱. تأثیر وسایل ارتباط جمعی در توسعه

از مجموع مطالعاتی که در زمینه اثرات وسایل ارتباط جمعی در کشورهای در حال توسعه به عمل آمده می‌توان گفت: بهتر است به همبستگی خاص بین توسعه اجتماعی و اقتصادی و استفاده از وسایل ارتباط جمعی اشاره کرد تأثیر وسایل ارتباط جمعی باید با توجه به شرایط فرهنگی ملی صورت بگیرد این تأثیر زمانی می‌تواند به ایجاد تغییر منجر شود که وسایل ارتباطی در متن تطور همه جانبه اندیشه‌ها قرار گرفته شود. از طرفی وسایل ارتباط جمعی جامعه شهری را بیش‌تر از روستاها متأثر می‌سازد.

کشورهای در حال توسعه می‌توانند با ورود ارتباط سنتی به ارتباط جمعی از بحرانی که در جهان صنعتی با برخورد سنت کتابت و توسعه سمعی و رهبری پدید آورد، جلوگیری کنند. البته کتاب به هیچ وجه در برابر توسعه وسایل تازه اشاعه یافته از بین نمی‌رود بلکه باید آن را در مجموعه فرهنگی جدید و تازه‌ای که هم از کتابت و هم از وسایل تازه انتقال پیام تشکیل می‌شود، جای داد.

خوب است که بدانیم سوادآموزی ممکن است به چگونگی استفاده از وسایل ارتباط جمعی در جوامع در حال توسعه مرتبط باشد. البته این پیوند بین عناصر فرهنگ جدید لزوماً از همه مراحل که در کشورهای صنعتی پشت سر گذارده‌اند نخواهد گذشت.

مطالعاتی که درباره اثرات وسایل ارتباط جمعی صورت گرفته و حتی نظریاتی که به طور کلی در افکار عمومی رخنه کرده است نتایج آنی استفاده از این وسایل را در میان مردم مثلاً از جهت افزایش خشونت و یا تقلیل میزان مطالعه و نیز نتایج بلند مدت مرتبط با ایدئولوژیها و انقلاب‌های سیاسی نشان می‌دهد اما توده مردم نیز مانند برخی از متخصصان کمتر توجه می‌کنند که وسایل انتشار جمعی می‌توانند تاثیراتی روی ساختهای اجتماعی داشته باشند و با تحمیل ارزشهای نوینی نظام قشر بندی اجتماعی را تغییر دهند و سلسله مراتب اجتماعی را واژگون سازند (ساروخانی، ۱۳۹۱: ۷۸).

با مطالعه تاثیرات انحصاری تلویزیون روی افکار عمومی این تصور مطرح می‌شود که تلویزیون یک وسیله صرفاً خبری است، اما در حقیقت خبر دهی از طریق وسایل ارتباط جمعی مسائل کاملاً ویژه‌ای را مطرح می‌کند. حال برای فهم بهتر اثرات وسایل جدید انتشار به زندگی روزانه و بر اخلاقیات باید توجه داشت که گسترش آنها به طور کلی به موازات اوقات آزاد فرد صورت می‌گیرد. در این زمینه سه روند خاص در جریان رونق یافتن است. فراغت جای بیشتری در موجودیت انسانی می‌یابد فراغت پدیده‌ای جمعی می‌شود و در نهایت آنکه فراغت بیش از پیش تحت تأثیر صنعتی قرار گرفته که جامعه را مبدل به توده مردم می‌کند و به عبارتی تفریح را به تماشا تبدیل می‌کند.

آن چه مسلم است آن است که چه از نظر کمی و چه از نظر کیفی موقعیت فراغت در جامعه ما در حال تحول و تغییر کلی است و این تحول در جهت طبقات مختلف اجتماعی متنوع می‌گردد. در مجموع تقریباً مسلم است که اوقات فراغت توده‌های بزرگ کارکنان در حال افزایش است. ژان فوراستیه<sup>۱</sup> که دور نگرینهای خود را بر اساس تجزیه و تحلیل‌های دقیق و محاسبات معقول قرار داده است. پیش بینی کرده بود که در سال ۱۹۸۵ انسان فقط ۳۰ ساعت در هفته کار خواهد کرد. یعنی ۴۰ هفته در سال و ۳۵ سال در مدت زندگی این فرد به طور متوسط از ۷۰۰۰۰۰۰، ۴۰۰۰۰

1 - Jhan Fouraciteh

ساعت کار خواهد کرد. چرا که عمر متوسط به علت پیشرفتهای حاصله در بهداشت و پزشکی به ۸۰ سال خواهد رسید. اگر مقدار ساعاتی را که افراد صرف خواب و خوراک خواهند کرد کسر کنیم باز ۳۷۰۰۰ ساعت در اختیار خواهیم داشت. (کازنو، ۱۳۷۳، ۳۵۱)

رادیو، مطبوعات و تلویزیون با اهمیت زیادی در ترکیب کلی فراغت وارد می‌شوند. در صورتی که در گذشته تنها عده خاصی از برگزیدگان تحت تأثیر مطالعه و تماشا قرار می‌گرفتند از این نقطه نظر، وسایل ارتباط جمعی پدیده‌های جدیدی به وجود نیاورده‌اند بلکه فراغت را به قشرهای مختلف اجتماعی کشانده‌اند.

با فراهم شدن فاصله‌های ارتباطی در حوزه فرهنگ، که توسط رسانه‌های جدید امکان پذیر شده است شاهد فرصت‌ها و تهدیدهایی هستیم، چرا که در عصر کنونی نمی‌توان درها را بست و از ارتباطات بین‌المللی بی‌بهره بود. رسانه ابزار اصلی آموزش برای مخاطبان سراسری در قرن ۲۱ است در این میان رسانه‌ها در بالا بردن میدان دید مخاطبان و همانند سازی آنان با تغییرات اجتماعی اثر گذار هستند. البته رسانه‌ای شدن جامعه با وجود پیامدهای منفی خود این امکان را نیز به وجود می‌آورد تا فرصت‌های عظیمی برای کاهش تهدیدهای جهانی باز تولید شود. باید توجه داشت که تغییرات اجتماعی از اهداف و استراتژی‌های رسانه‌ها است. این رسانه است که ترسیم‌گر دورنمای توسعه فرهنگی در ذهن مخاطب می‌باشد.

## ۲. تأثیر رسانه‌ها بر جامعه

در بحث از تأثیر رسانه‌ها دو دیدگاه تند به چشم می‌خورد که هر یک از زمینه‌های خاص فکری و هم تجربه‌های اجتماعی ویژه منبعث می‌شود. گروهی معتقدند که وسایل ارتباط جمعی دارای چنان قدرتی هستند که می‌توانند نسلی تازه برای اولین بار در تاریخ انسان پدید آورند. به نظر این عده در دنیایی که امکان انجام عمل یا رفتار خاص با اعمال فشار میسر نیست پس باید به ذهن انسانها رسوخ کرد و از این طریق اندیشه آنان را در جهت خواست خود جهت بخشید. درونی کردن هنجارها موجبات آشتی انسان با خواست جامعه بوده و به کارگیری نیروی وسیع انسانی را

جهت تضمین آن غیر ضروری ساخته و در نهایت با پذیرش قبلی عناصر کنترل مثل هنجارها انسانها خود به عنوان عاملی در راه حراست از موازین، هنجارها و قوانین جامعه تجلی پیدا می‌کنند و وسایل ارتباط جمعی ابزاری سریع، قدرتمند و مؤثر در راه تأمین این موارد است.

برخی دیگر معتقدند که وسایل ارتباط جمعی تأثیر چندانی بر مخاطبین خود ندارد در مقابل این دو دیدگاه، می‌توان گفت: که وسایل ارتباط جمعی، ابزاری اجتماعی - فرهنگی به معنای عالی آن هستند و از این جهت اثرات چشمگیری بر جا می‌گذارند البته این آثار نه آنچنان است که هیچ محدودیتی را نشانند. (نظریه گروه اول) یا آنکه چنان ناچیز است که هیچ اعتنایی را شایسته نباشد (نظریه گروه دوم) باید دید حدود تأثیر این وسایل ارتباط جمعی چیست؟ و در چه شرایطی این تأثیرات محدودیت می‌یابند یا تقویت شدنی هستند؟ و اینکه تا چه حد بر توسعه سیاسی اجتماعی ایران به طور خاص تأثیر گذار بوده است؟ مسلماً در جامعه‌ای که دولت انحصار وسایل خبری را به طور نسبی در اختیار دارد تأثیر این وسایل با جامعه‌ای دیگر که در آن شاهد تعدد وسایل خبری و مکانیسمهای مختلط آن هستیم، یکی نیست. در شرایط انحصار، گوینده‌های خبری مشخصی با دیدگاه‌های مشخص وجود دارند اخبار از کانالهای معین و یکسانی می‌گذرند و در نهایت مشتریان خبری در مورد هر حادثه یک نوع خبر و یک نوع تفسیر خبری می‌یابند. در صورتی که به بیان کاز نو<sup>۱</sup> در یک جامعه لیبرال که در آن همواره وسایل ارتباط جمعی تحت نظارت دولت نیستند، ممکن است اثرات تلویزیون به عنوان وسیله دولتی یا فلان روزنامه خنثی شود. در این رابطه می‌توان گفت: وسایل ارتباط جمعی تمامی حیات انسان را یکسره در بر می‌گیرند. زندگی معمولاً از آغاز تا پایان در کنار این وسایل و مشحون از پیام آنان به سر می‌آید و از طرفی تمام جهات و ابعاد مختلف را اشغال کرده‌اند و در اکثر موارد انسان بدون آنکه قصد آموزش داشته باشد، در کنار این وسایل قرار می‌گیرند از محتوای خاص آنان متأثر می‌شود. پس رابطه‌ای بین نوع جامعه و

1 - Kazeno



تصویری که از خلال وسایل ارتباط جمعی از خود می‌سازد، وجود دارد. رسانه‌ها فضاهای اجتماعی را به طور محسوس دگرگون می‌سازد. از دیدگاه جامعه‌شناسی، یکی از مهمترین نتایج دگرگونی‌هایی که در فضاهای اجتماعی پدید می‌آید تحولاتی است که در عقاید گروه‌های اجتماعی نسبت به یکدیگر به وجود می‌آید. چه بسا تحت تأثیر وسایل ارتباط جمعی، هنجارها، ارزش‌ها و الگوهای اجتماعی بیش از پیش به درون خانواده راه پیدا می‌کنند و اینجاست که توسعه سیاسی و اجتماعی در راستای یکدیگر اتفاق می‌افتد از طرفی ملتها نیز به نوبه خود در تماس با یکدیگرند. تا جایی که وسایل ارتباط جمعی فاصله بین انسانها را کاهش می‌دهند مثلا دهقانان با پذیرش تلویزیون، رویدادها و مناظر شهر را به روستا می‌کشند. از انزوای اجتماعی گذشته خود بیرون می‌آیند. همچنین، طبقات مختلف اجتماع از آنچه در سطوح بالا و پایین می‌گذرد اطلاع می‌یابند. جامعه جدید به سوی تنوع و تعدد راه‌های زندگی سوق داده می‌شود. می‌توان گفت: وسایل ارتباط جمعی می‌توانند دارای دو تأثیر باشند: هم تشابه و هم تنوع در سلیقه‌ها، امکانات و بالاخره راه‌های زندگی تقریبا تا اواسط قرن بیستم، نوع اول تأثیرهمچنان مشهود بوده و بعد از آن تأثیری از نوع دوم آغاز شد و تمدنی را پدید آورد که همسانی کمتری در ارکان آن دیده می‌شود (کازنو، ۱۳۷۳: ۴۶).

### ۳. گسترش رسانه‌ها و ظهور ارزش‌های جدید

می‌دانیم که کتاب، روزنامه، سینما و اخبار، اندیشه‌هایی به ما القا می‌کنند که به گسترش افق فکری و افزایش اطلاعات ما در مورد آنچه خارج از مرزهای ما می‌گذرد، مدد می‌رساند. رادیو به سهم خود چنین وظایفی را لحظه به لحظه انجام می‌دهد. مانند تلویزیون که روز به روز گسترش بیشتری پیدا کرده و ادراک مستقیم پیامها را در هر لحظه برای هزاران نفر به طور رسمی و بصری ممکن می‌سازد. تلویزیون نیز جهان را به خانه ما می‌آورد. به نظر می‌رسد با اختراع بزرگ تلویزیون در عالم ارتباطات مسأله شناخت متقابل ملتها با در دسترس بودن اطلاعاتی برای همه، حل شده باشد. چه بسا با تهیه برنامه‌هایی که اندیشه را متأثر می‌سازد و چشم

اندازه‌های تازه‌ای برای آن می‌گشایند، یعنی با گسترش فرهنگ در وسیعترین و انسانی‌ترین معناهای آن می‌توان ملتها را به شناخت متقابل واداشت.

با پیدایی وسایل ارتباط جمعی، نه تنها جوامع به یکدیگر نزدیک گردیده‌اند بلکه گروههای اجتماعی نیز از انزوا بیرون آمده، نزدیکی با یکدیگر را احساس می‌نمایند و این امر موجب بروز تطوراتی در اندیشه آنان نسبت به یکدیگر شده است. تلویزیون اروپایی از مظاهر نزدیکی گروهها و هم ملتها در جامعه امروز انسانیت است. در راه تطور این پدیده جدید مشکلاتی چون زبانهای متفاوت ملل، فرهنگ‌های گوناگون وجود دارد ولی به نظر نمی‌رسد هیچ یک از این مسائل مانعی در راه بسط تکامل چنین پدیده‌هایی در راه نزدیکی انسانها با یکدیگر گردد.

با تهیه برنامه‌های سنجیده که موجب گشایش چشم اندازه‌های تازه و تأثیر بر اندیشه‌ها را فراهم می‌سازند، می‌توان امیدوار بود جهان فردا با شناخت بهتر و متقابل ملل و گروهها همراه گردد. به شرط آنکه نه تنها به محتوی و کیفیت برنامه بلکه نوع تأثیر آنان در اذهان دیگران با در نظر گرفتن زمینه فرهنگی آنان، توجه شود. این در حالی است که بررسی تأثیر رسانه‌ها از جهت تغییراتی که در رفتار و کردار اجتماعی و تصمیمات گروهی ایجاد می‌کنند دارای اهمیت خاصی هستند و چه بسا پیام‌های ارتباطی می‌توانند دارای دو نوع تأثیر باشند. آثار و نتایج زودرس که عمدا و با تصمیم قبلی و پیش بینی اداره کنندگان و همکاران ارتباطات به وجود می‌آیند و آثار و نتایج دیررس که غیر قابل پیش بینی و غیر منتظره و مجهول می‌باشند مطالعات دانشمندان و محققان آمریکایی اغلب متوجه آثار و نتایج اجتماعی قابل پیش بینی و قریب الوقوع پیام‌های وسایل ارتباطی هستند. در صورتی که در اروپا و مخصوصا در فرانسه به آثار و نتایج دیررس و طولانی توجه بیشتری معطوف می‌گردد (معتدلزاد، ۱۳۷۱: ۳۱).

جامعه شناسان معتقدند که گسترش رسانه‌ها موجب ظهور ارزش‌های جدید و افزایش تطابق با فرهنگ جهانی می‌شود از جمله چالش‌های اساسی گسترش فناوری ارتباطات آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی است. ورود تکنولوژی به خانه، یعنی ورود

غریبه‌ها به خانه! تکنولوژی در صورت مصرف غیر صحیح فرصت‌های تعاملات خانگی را از اعضای خانواده می‌گیرد. فضای خانواده را به سوی فردگرایی هدایت می‌کند و از سوی دیگر افراد را به صورت منفعل و پذیرنده در می‌آورد و غالباً قدرت انتخاب، تحلیل و تفکر را از کاربران، مخصوصاً کودکان و نوجوانان می‌گیرد. به هر حال تکنولوژی بخشی از زندگی مدرن است. اگر بتوان جنبه‌های مثبت استفاده از تکنولوژی را قوت بخشید، می‌توان امیدوار بود که در گذر از مرحله سنتی به صنعتی افق‌های روشنی پیش رو داشت. به عبارت بهتر نسل امروز یعنی انسانی رشد یافته در شرایط زندگی امروز و بخشی از این زندگی برای نسل جدید در حوزه ارتباط و تعاملات مجازی در بستر ابزارهای تکنولوژیک تعریف می‌شود (رسانه تکنولوژی‌های ارتباطی فرصت‌ها و تهدیدها، ۱۳۹۰: ۴۸).

فضای جریان‌های عصر اطلاعات بر فضای مکانهای فرهنگ‌های مردم مسلط است. رسانه ابزار لاینفک بیان در فرهنگ جدید هستند. بنیان مادی که توانایی مجاز واقعی را برای تسخیر قوه تخیل مردم و سیستم‌ها تبیین می‌کنند. امرار معاش آنها در فضای جریانها بوده و از طرفی کارکردها و ارزش‌های مسلط در جامعه در جریانهای اطلاعات سازمان دهی می‌شود. از طرفی ارزشها و منافع مسلط بدون ارجاع به گذشته یا آینده شان در چشم انداز شبکه‌های کامپیوتری و رسانه‌های الکترونیکی ساخته می‌شوند، ساختار اجتماعی نوین عصر اطلاعات است که آن را جامعه شبکه‌ای می‌توان نامید. چرا که شبکه‌های تولید قدرت و تجزیه تشکیل شد. که فرهنگ مجازی را در جریانهای جهانی که زمان و مکان را در می‌نوردند می‌سازد. همه ابعاد و نهادهای جامعه از منطق جامعه شبکه‌ای پیروی نمی‌کنند. اما همه جوامع در عصر اطلاعات در واقع با شدت‌های متفاوت تحت تأثیر منطق فراگیر جامعه شبکه‌ای قرار دارند که گسترش پویای آن به تدریج شکلهای اجتماعی از پیش موجود را جذب و بر آنها غلبه می‌کنند.

جامعه شبکه‌ای همچون هر ساختار اجتماعی دیگری از تناقضها، کشمکش‌های اجتماعی و چالش‌های شکل‌های جایگزین سازمان اجتماعی تهی نیست. اما این

چالش را ویژگی‌های جامعه شبکه‌ای دامن می‌زنند و به این ترتیب از چالشهای عصر صنعتی کاملاً متمایزند. درک جهان ما نیازمند تحلیل همزمان جامعه شبکه‌ای و چالشهای متضاد آن است این قانون تاریخی مبنی بر این که هر جا سلطه هست، مقاومت هم هست همچنان کاربرد دارد. اما مستلزم کوششی تحلیلی برای شناسایی چالشگران فرایندهای سلطه است که جریانهای غیر مادی اما قدرتمند جامعه شبکه‌ای آن را به پیش می‌برند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۳۳).

#### ۴. تأثیر رسانه‌ها بر تحولات سیاسی اجتماعی ایران در دوره قاجار و پهلوی

نقش مهم رسانه‌ها به ویژه مطبوعات در توسعه سیاسی جامعه در صدر مطالعات مختلف قرار داشته است. این مسئله به ویژه در ارتباط با کارکرد مردم سالارانه رسانه‌ها صدق می‌کند. همیشه در بررسی‌ها بر این نکته تاکید شده است که مطبوعات همواره نقش مهمی در توسعه سیاسی ایفا کرده است، این نقش مبتنی بر اصل «آزادی مطبوعات» به عنوان یک پیش نیاز و سپر ایمنی در یک جامعه مردم سالار می‌باشد و کارکرد رسانه‌ها به ویژه مطبوعات نیز از موضوع آزادی و نظارت جدا نیست. از آنجا که روش مرسوم تقسیم بندی نقش مردم سالارانه رسانه‌ها بر اساس سه اصل آزادی خواهی، کارکرد نظارتی، کارکرد سخنگویی عموم مردم و منبع اطلاعاتی مبتنی است، سه کارکرد فوق نقشی حیاتی برای ایجاد یک جامعه مردم سالارانه دارند و فقدان هر کدام مانعی بر سر راه فرآیند توسعه سیاسی است. به عبارتی جامعه مبتنی بر مردم سالاری که تمام رسانه‌هایش بتوانند به عنوان ابزارهای آزاد و مستقل اطلاعاتی و ارتباطی عمل کنند تمام این کارکردها در یک جامعه آزاد قابل تحقق هستند.

مک لوهان درباره نقش رسانه‌ها در افزایش رؤیت پذیری، می‌گوید: افراد مشهوری که سعی می‌کنند خود را از انظار پنهان کنند، سابقه‌ای دیرینه دارد، عصری فرا رسیده که نام و تصویر آن روز به روز در پرده‌هایی که بزرگ‌تر می‌شوند بیشتر نقش می‌بندد و از طرفی آنها نیز می‌کوشند که هر چه بیشتر از نظرها پنهان بمانند.

رؤیت پذیری اصطلاحی از حوزه علوم ارتباطات است. گفته می‌شود که در گذشته، بسیار مردمانی بودند که حتی یک بار نیز تصویر پادشاهی را که در پایتخت و در آن دور دست بر آنان حکومت می‌کرد، ندیده بودند. بسیاری بودند که اگر چه در پایتخت زندگی می‌کردند جز شایعاتی مبهم، هیچ اطلاع دیگری از آنچه که در اندرونی‌های سیاسی و خصوصی شاه می‌گذشت، نداشتند و مثلاً به درستی نمی‌دانستند که چند تن از فرزندانشان به فرمان پدر نابینا شده‌اند.

حال پیدایش مطبوعات جدید در قرن نوزدهم در ایران گامی بزرگ در روند تحولات کشور بود. مطبوعات چه دولتی و چه خصوصی در سطوح مختلف به این روند کمک کردند و نقش اساسی از آن روزنامه‌های منتشر شده در تبعید بود، اما اثرگذاری بعدی مربوط به نشریاتی بود که چند سال پیش یا در حین انقلاب مشروطیت به فعالیت پرداختند و چه بسا مطبوعات در این دوره توانستند نقش اطلاع رسانی خود را حفظ کنند.

شرایط سیاسی - اجتماعی ایران در نیمه دوم قرن ۱۹ با ظهور نسل جدید روشنفکران ایرانی ایرانی، توسعه روابط با غرب، تأسیس دارالفنون، ورود علوم جدید به درون جامعه، سفر جهانگردان اروپایی به ایران تحت عنوان معلم، صاحبان حرف و دیپلمات‌ها این دوره را به یکی از منحصر به فردترین دوره‌های تاریخ ایران معاصر تبدیل کرد.

در این دوره مقوله «آزادی» در تمامی اشکال خود همواره به عنوان مهم‌ترین موضوع سیاسی اجتماعی در جامعه ایران خود را نشان داد. مثلاً خود آزادی یکی از عناوین مطرح شده توسط ملکم خان در روزنامه قانون همان «آزادی» به ویژه «آزادی بیان» است. علاوه بر آن به مواردی مانند حقوق مردم، مجلس قانونگذاری، انجمن آدمیت (که فرصت گسترده‌تری برای مشارکت آزادانه مردم را فراهم می‌کرد و در واقع یک انجمن غیر رسمی بود که باورها، رفتارها و اصول اخلاقی خاص را از مردم مطالبه می‌کرد که این روند جهت توسعه و پیشرفت را در اختیار عموم قرار می‌داد.) و در نهایت قانون (بشیر، ۱۳۸۸:۳۱۸). بررسی محتوایی مطبوعات ایران در دوره قاجار

به وضوح مشارکت فعال آنها را در فرآیند توسعه سیاسی و اجتماعی ایران نشان می‌دهد که این نه فقط خاص محتوا نیست بلکه حتی تنوع اسامی روزنامه‌ها نیز خود بیانگر این موضوع است. به طور کلی دولت در این دوره از رسانه‌ها به عنوان یک ابزار تبلیغاتی و از روزنامه نگار به عنوان ابزار استفاده می‌کرده است.

از دیگر مواردی که بر تحولات سیاسی - اجتماعی این دوره‌ها تأثیر گذاشت: نوشتن رساله‌های اجتماعی و سیاسی توسط روشنفکران بود که می‌توان آن را به دو دسته تقسیم نمود. دسته اول به موضوعاتی مانند آداب سلطنت، قواعد حکومت ایران، ستایش عدل و پاسداری رعیت و ... پرداخته‌اند و دسته دوم که به مسائل اجتماعی و سیاسی ایران پرداخته‌اند. با ترجمه کتب فرانسوی گوناگون به موضوعاتی مانند آزادی خیال، آزادی انصاف، آزادی طبع روزنامه‌ها، آزادی مذاهب، آزادی تعلیم و ... پرداخته‌اند (راوندی، ۵۶۸۱۳۵۴). از آنجا که در دوره قاجار به مرور بر تعداد چاپخانه‌ها و رشد تعداد روزنامه‌ها و کتابها در کشور آن هم بدون کنترل و نظارت دولتی افزوده می‌شد. رژیم در صدد نظارت بر مطبوعات و کتاب‌های منتشرشده برآمد. اما در دوره مظفرالدین شاه (۱۳۱-۱۳۲۴ ق) از شدت سانسور کاسته شد. با پیروزی جنبش مشروطه در سال ۱۳۲۴ ق، تقریباً سانسور از کشور کنار رفت و هر گونه کتاب و مطبوعات آزادانه در کشور منتشر شدند. اما این آزادی بارها توسط قدرت‌های بیگانه و دولت‌های دست‌نشانده آنها مورد تهدید قرار گرفت. این دوره در اصل اولین دوره مطبوعات آزاد ولی پر سانسور بود. با کودتای رضا خان میرپنج در اسفند ۱۲۹۹ و صعود تاریخی او به نردبان قدرت، سایه سانسور و خفقان سیاسی بیش از پیش بر مطبوعات و کتاب سایه افکند. آنچه دوران حکومت رضا خان برای مطبوعات ایران به ارمغان آورد، توقیف مطبوعات، سرکوبی آزادی بیان و ایجاد اختناق بود و در کنار موانع رسمی و دولتی، شرایط اجتماعی و فرهنگی حاکم بر کشور نیز به اندازه کافی بر مطبوعات، حرفه‌ی روزنامه نگاری و علاقمندان به مطالعه تأثیر منفی بر جای می‌گذاشت.

این دوره، دوره خفقان و فعالیت در فضای بسته بود. و با ورود متفقین به ایران و برکناری رضا شاه به پایان رسید. با روی کار آمدن محمد رضا شاه موج آزادی، فضای عمل گسترده‌ای را برای جراید و نشریات به وجود آورد. علاوه بر افزایش تعداد و گسترش دامنه فعالیت آن‌ها حیطه نقد و ارزیابی سال‌های گذشته هم در روزنامه‌ها و مجلات اهمیت ویژه‌ای یافت. البته فضای آزاد مطبوعات، آرامش چندانی را برای جامعه به بار نیاورد. چرا که مطبوعات آزاد در قالب مطبوعات حزبی بود. این دوره‌ها با کودتای ۲۸ مرداد به پایان رسید. سپس مطبوعات خنثی و غربزده روی کار آمد. به طور حرفه‌ای رو به فعالیت گذاشت (مجمع فرهنگی شهید آیت ... بهشتی (ره): ۱۳۸۳، ۷۸).

#### ۱-۴. مطبوعات

به دنبال قتل ناصرالدین شاه در سال ۱۲۸۴ شمسی و ۱۳۱۳ قمری (۱۸۹۶ م) و در فاصله سالهای ۱۳۱۷ تا ۱۳۲۳ قمری (۱۹۰۶ تا ۱۹۰۰ م) روزنامه نگاری ایران، نقش مهمی در افزایش رؤیت پذیری حکومت ایفا کرد. مهم‌ترین دلیل این امر توسعه روزنامه نگاری غیر دولتی یا روزنامه نگاری آزاد بود. این روزنامه نگاری جدید که هفتاد سال پس از تأسیس مطبوعات دولتی پدید آمد، به رغم نظارت دولت موفق شد در مدت کوتاهی به صورتی بی‌سابقه نقش دیده بانی حکومت را ایفا کند و بتواند جایگاه و رسالت خود را به دور از قید و بندهای معمولی دولتی، در دفاع از مصالح عمومی ملت حفظ کند. ارتقای این جایگاه به گونه‌ای بود که در حد یکی از ارکان تشکیلاتی مشروطیت محسوب شد.

این نوع روزنامه نگاری که پیش‌تر آزادی خواهان و اصلاح طلبان در خارج از کشور پایه گذاری کرده بودند، توانست در کنار روزنامه نگاری دولتی که در چارچوب تئوری استبدادی قرار داشت، چهره دیگری به خود بگیرد، به صورتی که با انتشار روزنامه خصوصی غیر دولتی و قید «روزنامه آزاد» در کنار جمله «با اجازه وزارت جلیله انطباعات» در سرلوحه آنها، دوره جدید مطبوعات ایران آغاز شد (محسنیان راد، ۱۳۸۴: ۱۳۶).

روزنامه نگاری ایران، در دوره بیست و پنج ساله پس از کودتای ۲۸ مرداد تا اوج گیری انقلاب اسلامی در تابستان ۱۳۵۷ هجری شمسی، یکی از تیره‌ترین و نامساعدترین دوره‌های خود را گذرانده، دوره‌ای که می‌توان آن را دوره روزنامه نگاری مطیع و غیر سیاسی نام داد. چرا که مشتی از روزنامه نگاران وابسته به حکومت و قلم به مزد پا به عرصه فعالیت نهادند که هدف آنان اطاعت و چاپلوسی و تملق گویی حکومت بود. در حدی که کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۲۳ را معجزه قرن توصیف کردند در وصف آن رویداد تلخ، روزنامه‌ها و نشریه‌های گوناگون انتشار دادند و پس از آن نیز با انتشار روزنامه‌ها و مجله‌های مدافع رژیم و جیره خوار حکومت عنوان‌های پر طمطراق صاحب امتیاز و مدیر نشریه و روزنامه را یدک کشیدند و طی سالها به فریب افکار عمومی پرداختند و راه کسب ثروت و مقام را ادامه دادند. جلال آل احمد نیز این دوره را «دوره رنگین نامه‌های تحریک کننده حیوانی‌ترین غرایز و خالی از حق و شعور و شوق توصیف کرد» (بهشتی پور، ۱۳۷۲: ۴۸-۴۹).

در عین حال به این موارد نیز اشاره می‌کنیم که با انتشار روزنامه‌ها در ایران، زبان فارسی برای تحریر و انشای خود به منابع تازه‌ای که از زبان‌های غربی گرفته می‌شد نیازمند شده بود. ترجمه کتاب‌های تاریخ و جغرافیا و فنون نظامی و علوم طبیعی تازه و چاپ آنها در تهران و تبریز و رواج کتاب‌ها و روزنامه‌ها ما بین مردم با سواد موجب تحول اسلوب بیان از فارسی متداول از سابق به زبانی که به تدریج تغییرات و اصطلاحات و نکات غیر مأنوس را در خود می‌پذیرفت. زبان رایج را به کیفیتی در آورد که بعد از دوران انتشار روزنامه‌های مختلف، سبک نگارش اخبار و مطالب را برای درج در روزنامه‌های دولت علیه ایران یا روزنامه‌های حوزه علمیه هموارتر و راحت‌تر از زبان رایج و معمول بود. از آنجا که روزنامه‌ها در تنظیم و تحریر ملزم به رعایت اصول مختلف از زبان بود توانستند بر ثروت لفظی و عبارتی زبان فارسی بیفزایند. به عبارتی انتشار سریع روزنامه‌ها به سرعت راه را برای اقتباس و استعمال الفاظ خارجی مانند نفوذ افکار و مفاهیم و عقاید سیاسی باز می‌کرد. و زبان فارسی



دری از کتاب و کاغذ و شعر فراتر رفته و در مجالس و محافل عمومی نیز به کار می‌رفت (طباطبایی، ۱۳۶۶: ۲۰۷). در زمان مشروطه نیز، مطبوعات با تأمین هر خواسته از انقلابیون «خواستہ» دیگری را نیز مطرح نموده و از فرصت استفاده می‌کردند. علاقه مشروطه، قانون اساسی و تشکیل مجلس شورای ملی را نیز به تدریج بین مردم رواج دادند (ذاکر حسین، ۱۳۶۸: ۵۱). ناگفته نماند که روش آنها مبنی بر تجزیه و تحلیل گفتمانی بوده و توجه بیشتر به ترقی و احیای پیشینه پر عظمت ایران بر پایه اعتقاد به نوعی ناسیونالیسم هم‌پدیر با سازگاری مذهب و ملیت، خود نمایی می‌کند. در دوره تمرکز قدرت سیاسی دوره حکومت و سلطنت رضا شاه از کودتای ۱۲۹۹ تا شهریور ۱۳۲۰، نظارت بر مطبوعات افزایش می‌یابد. توجه بیشتر به مسائل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و عدم انتقاد از مسئولان و نهادهای درجه اول مملکتی سوق پیدا می‌کند. مطبوعات در این دوره به نوعی ناسیونالیسم افراطی و پندار گرایانه متوسل می‌شدند (خانیک، ۱۳۸۱: ۲۴).

مطبوعات بعد از سال ۱۳۲۵ در خدمت حرکت اجتماعی بود. صحنه انعکاس اندیشه‌ها و عقاید مختلف مردم محسوب می‌شد. سبک نگارش جدید، نثر روان و قابل فهم بیان افکار به زبان سهل و ساده موجب شد با استفاده از این شیوه‌ها، حمایت عامه مردم را به دست آورند و بزرگترین عامل روشن کردن افکار مردم به اصول و فلسفه نوین گشته و بعدها بهترین محرک انقلابی به شمار می‌روند (تهرانیان، ۱۳۵۶: ۲۹۸).

#### ۲-۴. سینما

در کنار مطبوعات، در همان روزها، برای اولین بار، رؤیت پذیری شاه به کمک سینما شروع شد. مظفرالدین شاه، تابستان سال ۱۳۱۷ قمری (۱۸۹۹ م) همراه با عده‌ای از درباریان برای بازدید از نمایشگاه بین‌المللی پاریس و برج ایفل، با وام دریافتی از روستاها راهی اروپا شد. در واقع پدر تاجدار مظفرالدین شاه سفر به اروپا را جایگزین سفرهای پای پیاده صفویه اما به سوی قبله‌ای جدید کرده بود. در همین

سفر بود که شاه، شیفته سینما شد و پنج سال پس از اختراع سینما به وسیله برادران او، آن را برای نشان دادن به نوکران خود به ایران وارد کرد (مک لوهان، ۱۳۷۷: ۳۴۶). در سال ۱۳۰۳ شمسی نخستین سالن سینما به معنای واقعی آن به نام گراند سینما، به همت علی و کیلی در گراند هتل در خیابان لاله زار تهران افتتاح شد (جاودانی، ۱۳۷۹: ۲۲). به این ترتیب با افتتاح گراند سینما، آبرومندترین سینمای تهران از چشم متجددین عصر رضا شاه شروع به کار کرد.

از سال ۱۳۱۳ نمایش فیلم‌های خبری خارجی در سینماهای تهران آغاز شد. این فیلم‌ها از سوی سفارت انگلیس در اختیار شخصی به نام ابوالقاسم طاهری که کارمند سفارت در ایران بود و ضمناً برای «بی بی سی» نیز کار می‌کرد، قرار می‌گرفت و او اخبار مخصوص کشور انگلیس را که به صورت فیلم در لندن تهیه می‌شد، ترجمه می‌کرد این فیلم‌ها پس از بازبینی از سوی اداره هنرهای صنایع مستظرفه در سینماها پخش می‌شد موضوعات آنها هم اغلب در خصوص اخبار دربار انگلیس، اختراعات، ملاقات‌های سیاسی در لندن، افتتاح مجالس در انگلیس و گاهی گزارش‌هایی از مستعمرات انگلیس بود.

علی و کیلی، مبتکر حوزه سینما در ایران در سال ۱۳۰۹ دست به ابتکار دیگری زد و نخستین مجله سینمای ایران را منتشر کرد این مجله که سینما و نمایشات نام داشت، در قطع کوچک رقی، با ۴۸ صفحه به قیمت سه ریال منتشر شد. علی و کیلی، صاحب امتیاز نشریه بود و سردبیری آن را فردی به نام اسحاق زنجانی بر عهده داشت.

مک لوهان، سینما را رسانه‌ای با ماهیت تصویری بسیار دقیق می‌شناسد و می‌گوید دست اندرکاران تئاتر و تلویزیون، به اندازه سینما ناچار نیستند که در تقلیدهایشان دقت به خرج دهند. چرا که اصولاً ماهیت تصویری آنها چندان دقیق نیست در مشاهده دقیق آنها جزئیات چندان مشخص نمی‌شوند؛ در حالی که در سینما چنین نیست. مثلاً برای تهیه فیلمی تاریخی مربوط به قرن دوازدهم، نه تنها باید لباس‌ها به شکل قرن دوازدهم طراحی شوند، بلکه به دلیل دقت و باریک بینی زیاد و دوربین

فیلمبرداری، باید پارچه‌های لباس‌های مذکور نیز با تکنیک همان زمان نساجی شوند، به این ترتیب هالیوود<sup>۱</sup> ناچار است علاوه بر تمام خیال پردازی‌هایش، از نحوه بازسازی دقیق و هوشیارانه بسیاری از صحنه‌های مربوط به گذشته هم بهره بگیرد. مک لوهان در ادامه معرفی ماهیت سینما، ضمن مقایسه آن با تئاتر می‌گوید که کارگردان یک نمایشنامه فقط هنگامی می‌تواند دو یا سه شخصیت را در صحنه حفظ کند که به طور مداوم حضور آنها را در مکانشان مورد تأکید و توضیح قرار دهد در صورتی که مخاطبان فیلم، بر عکس این حالت و درست مانند خوانندگان یک کتاب، فقط به دنبال یک توالی منطقی هستند و در نتیجه به راحتی غیبت شخصیت‌ها را پذیرا می‌شوند.

به بیانی دیگر، هر آنچه را که پروژکتور فیلم نشان دهد تماشاچی آن را می‌پذیرد و همراه تصویر به دنبال دیگری می‌رود. مک لوهان در مقایسه فیلم با مواد چاپی می‌نویسد: فیلم به عنوان یک رسانه و مانند مواد چاپی می‌تواند حجم عظیمی از اطلاعات را در خود حفظ کند و به موقع انتقال دهد. این محمل قادر است در یک لحظه صحنه‌ای از افراد مختلف را نشان می‌دهد که برای توصیف آنها از طریق چاپ باید صفحات زیادی به صورت منظم نگاشته شوند. تا آنها را توصیف کنند. علاوه بر این، فیلم دارای قدرت تکرار صحنه‌ها و اطلاعات مشروح به صورت مکرر است در حالی که یک نویسنده قادر نیست چنین حجمی از اطلاعات مشروح را طی یک قطعه نوشته شده یا به صورت گشتالت<sup>۲</sup> (کل به هم پیوسته و تقسیم ناپذیر اما دارای اجزای قابل تشخیص) به خواننده خود ارائه کند. درست همان طوری که عکاسی، نقاشی را به سمت هنر انتزاعی سوق داد مثلاً ایجاد سبک کو بیسم<sup>۳</sup> در نقاشیو حالتی تجسمی به آن بخشید، سینما هم نویسنده را به نوعی صرفه جویی در شفاهیات و سمبولیسم عمیق نزدیک کرد.

1 - Haliwood  
2 - Geshtalt  
3 - Coobism

مک لوهان، میان فیلم صامت و فیلم ناطق تفاوت خاصی قائل شده و می نویسد: ساختارهای ادراکی تماشاگر به هنگام مشاهده یک فیلم صامت، این امکان را پدید آورد که هر کس، آن صدایی را که مایل است بر روی فیلم تصور کند، اما وقتی صدا با تصویر همراه می‌شود امکان اشتراک مساعی تماشاگر به شدت کاهش می‌یابد. به عبارتی فیلم صامت به رسانه‌ای تبدیل می‌شود که چون تشریک مساعی کمتری را ایجاب می‌کند پس از نظر مک لوهان گرم‌تر می‌شود مک لوهان در تقسیم بندی رسانه‌های گرم و سرد می‌گوید: اصولاً رسانه‌های گرم به عکس رسانه‌های سرد جای خالی چندانی برای مخاطبان خود باقی نمی‌گذارند تا پر کنند و در نتیجه باید گفت: که رسانه‌های گرم تشریک مساعی چندانی را ایجاب نمی‌کنند. مک لوهان معتقد است زمانی که رسانه‌ای بتواند اولاً یکی از حواس انسانی را امتداد بخشد مثلاً اگر چشم بتواند قدرت بینایی خود را امتداد دهد فواصل بسیار دورتر را ببیند و ثانیاً حساسیت بالاتری را ایجاد کند.

به آن گرم می‌گویند. او توضیح می‌دهد که مقصودش از حساسیت بالا ارائه هر چه بیشتر داده‌ها به وسیله رسانه است. حال از آنجا که موضوع مقاله پیرامون تأثیر انواع رسانه‌ها بر جامعه ایران در دوره قبل از انقلاب می‌باشد. برای سینمای مستند ایران پیش از انقلاب می‌توان سه دوره را در نظر گرفت: دوره اول فیلمبرداران نسبتاً آشنا به دوربین به برداشت‌های بدون واسطه از رویدادهای خبری، گزارشی در سالهای پایان حکومت قاجاریه و اوایل رژیم پهلوی مشغول بودند. دوره دوم، دورانی که بحرانهای سیاسی سالهای کودتای ۱۳۲۸ تا ۱۳۴۰ را موجب شد و در حقیقت در این زمان، آمریکا، نقطه اتکایی برای حضور خود در منطقه پیدا کرد و با نفوذ به ارکان فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی کشور، تأثیر تکنیکی خود را بر تعدادی از مستند سازان آینده کشور گذاشت. ذکر این نکته مهم است که سالهای ۱۳۲۸ تا ۱۳۴۰ هیچ نوع جنبش اجتماعی و فرهنگی خلاق و قوی در زمینه فیلم مستند در ایران مطرح نشد و اگر هم چند نمونه‌ای هم در این سال‌ها عنوان شد زیر تیغ ممیزی مورد حملو یورش قرار گرفت.

دوره سوم، یعنی از سال ۱۳۴۰ تا ۱۳۵۰، چون فیلمسازان صاحب اندیشه قادر به انتقال اندیشه خود به طور صریح در فیلمهایشان نبودند، گرایش به فرم و در نتیجه سمبل گرایی در مضامین فیلمهایشان کمک می‌کرد تا آنها بتوانند به طرح مسائل اجتماعی و انتقادی بپردازند، که البته بعضی اوقات به خاطر ضعف در میزان اطلاعات تماشاگران، فیلم‌های مستند با آنها ارتباط برقرار نمی‌کرد (عادل، ۱۳۷۱: ۱۵۱).

با توجه به سه دوره فوق، متأسفانه در کل سینمای مستند ما درست مانند فیلمهای داستانی تولید شده در بخش خصوصی و دولتی نتوانست به طور کامل پاسخگوی نیاز مردم و جامعه باشد. چه بسا علی‌رغم تکنیک قابل قبولی که در خود داشت، نقطه ضعف اساسی آن فقدان تحقیق و مطالعه کافی در باره موضوع و رویداد مستند در فیلمهای مستند بود.

### ۳-۴. تلفن و تلگراف

سال ۱۳۲۱ قمری (۱۹۰۳ م) دوستعلی خان معیرالممالک، امتیاز دایر کردن تلفن در تهران را از مظفرالدین شاه قاجار گرفت و این دستگاه کار خود را با یک خط تلفن میان دربار و محل اقامت نخست وزیر آغاز کرد. در سال ۱۸۶۴ تلگراف همراه با تسهیلاتش توسط انگلیسیها در ایران آماده شد، اما به دلیل سوء تفاهمهایی با مقامات ایرانی تا یک سال به کار نیفتاد. البته تلگراف برای خزانه دولت ایران نه تنها در آمد زیادی ایجاد نمی‌کرد. بلکه دست شاه را برای مذاکره با ماموران دور دستش باز کرده بود و بیش از هر عامل دیگری به تنهایی در پیدایش نهضت‌های اصلاح طلبانه و ملی که در ربع آخر سده‌های نوزدهم اوج گرفت، مؤثر بود. نخستین روزنامه تهران نیز که در سال ۱۸۹۸ منتشر شد به خلاصه گزارش‌های خبرگزاری رویتر پرداخته که هر صبح برای انتشار در هند از لندن مخابره می‌شد. البته این رسانه باعث شهرت زیاد انگلیسیها در سایه تلگراف مرکز و جنوب ایران بیش از روسها شد (رایت، ۱۳۵۷: ۱۲۸).

مک لوهان به برخی از پیامدهای تلگراف و تأثیرات آن بر سایر حوزه‌های ارتباطی در جوامع غربی اشاره می‌کند که در ایران روی نداده بلکه بعدها بدون تأثیرپذیری از تلگراف به وقوع پیوسته و در واقع به تقلید از تجدد دنبال شده است. برای مثال انتشار اخبار پیش بینی هوا در رسانه‌ها مدت‌ها پس از دستیابی به تلگراف دنبال شده است. لوهان می‌نویسد: پس از ظهور تلگراف بود که گرایش‌های وضع هوا، یعنی یکی از عناصر مهم نفع انسانی که جنبه‌ای کاملاً مردمی و همگانی دارد به شدت از سوی روزنامه‌ها پیگیری شد. تلگراف موفق شد مطبوعات کوچک‌تر و حاشیه‌ای مناطق گوناگون را از وابستگی به مطبوعات بزرگ برهاند. بعدها تلگراف، در اغلب کشورهای اروپایی، تعدد گروه‌های ملی کوچک را دامن زد و چیده‌ها و موزاییک‌های متداوم را تشدید کرد. از طرفی تلگراف به سرعت ساختار مرکز محیطی را نیز تضعیف کرد (مک لوهان، ۱۳۷۷: ۳۰۰-۲۹۷).

مک لوهان معتقد است که تلگراف حتی بر سبک‌های ادبی نیز تأثیر گذاشت و آن را به سمت اختصار نویسی و عنوان نویسی هدایت کرد. شواهد حاکی از این است که از حدود سال‌های ۱۹۲۰ استفاده از گرامافون نیز، در ایران رایج شد و استفاده از آن حتی در میان طبقات میانه جامعه نیز رسوخ کرد. روزنامه اطلاعات در شماره ۶ مرداد ۱۳۰۸ خود در مقاله‌ای نوشت: بالاخره گرامافون و صفحه، در رگ و ریشه جامعه ما جای گرفت. یک گرامافون با صفحات جورواجوری که هر روز مثل سیل به این مملکت سرازیر می‌شود، هستی یک خانواده طبقه سوم را به باد داده است. از سال ۱۳۱۳ استفاده از تمبر پست نیز برای تبلیغات حکومتی آغاز شد. هفتم فروردین آن سال نخست وزیر طی نامه‌ای خطاب به وزیر پست و تلگراف نوشت: «هیئت وزرا در جلسه چهارم فروردین ۱۳۱۳ طبق پیشنهاد وزارت پست و تلگراف و تلفن، طبع تمبرهای مخصوص تجسم ترقیات مملکت را به شرح ذیل مطابق قطعه عکس‌های ضمیمه که در مقابل هر یک از تمبرها شرح داده است تصویب نماید» (مک لوهان، همان: ۳۰۵). در فهرست پیوست این سند، تصاویر تمبرها اینگونه معرفی شده است: بنای تخت جمشید، قوای هوایی، هتل رامسر، راه آهن جنوب.

مک لوهان در مورد تلفن می‌گوید: یکی از مهمترین اثرات تلفن، تأثیر بر شبکه پیچیده‌ای از ساختارهای به هم فشرده اداری و تصمیم‌گیری‌های سازمانی است چرا که اصولاً نمی‌توان از طریق تلفن، یک حاکمیت را به گونه‌ای سیستماتیک تفویض کرد؛ چون با سرعتی که این وسیله دارد، ساختار هرمی شکل قدرت را بر هم می‌ریزد و در سلسله‌مراتبی که افراد به شدت درگیر آن هستند دگرگونی پدید می‌آورد. تشکیلات رزمی آلمان که طی جنگ به رادیو تلفن مجهز شده بود، اگر چه از این طریق تحرک بالایی به دست آورد ولی به ناچار ساختارهای سنتی نظامی نیز دگرگون شد. تلفن به دلیل طبیعت وجود خود، ابزاری شخصی و فردی گردید.

#### ۴-۴. رادیو و تأثیر آن بر تحولات ایران

مردم ایران از همان سالهای تأسیس اولین فرستنده‌های رادیویی در جهان از طریق مطبوعات، با اختراع و طرز کار آن آشنا شدند برای مثال در سال ۱۳۱۲ (۱۹۳۳ م) وقتی هنوز هفت سال به تأسیس فرستنده رادیو در ایران باقی مانده و احتمالاً فقط چند دستگاه گیرنده رادیو وارد کشور شده بود. مجله ایران باستان یک صفحه کامل را به «رادیو و فواید آن» اختصاص داد و نوشت «رادیو دیگر امروزه در اروپا جزء لوازم اولیه شده است» (ساروخانی، ۱۳۹۱: ۳۹). اولین گیرنده‌های رادیو در سال ۱۳۰۴ وارد ایران شد. اختراع رادیو، مهم‌ترین اختراع قرن دانسته شده و ضمن باور شدید به نظریه تزریقی<sup>۱</sup> وجود رادیو برای کشوری چون ایران که در آن بی‌سوادی عمیق و گسترده وجود دارد و در شرایط نبود مطبوعات بسیار ضروری دانسته شد. رادیو، یکی از عوامل بسیار بزرگ و مهم برای پیشرفت فرهنگ و تمدن در هر کشوری می‌باشد در کشور ما فواید رادیو به مراتب بیشتر از سایر جاها بوده است. چرا که قسمت بیشتری از جمعیت ما بی‌سواد بوده، کتب و مجلات هم به قدر کافی نداشتیم و آنچه بوده در دسترس همگان نبوده است. خلاصه آنکه منظورهایی را که در کشورهای دیگر به وسیله کتاب و مجله و نشریات دیگر حاصل می‌نمایند در

۱. نظریه‌ای که قدرت تأثیرگذاری فوق‌العاده‌ای برای رسانه قائل بوده و اثر رسانه‌ها را مانند یک تزریق زیر پوستی می‌دانسته است این نظریه در اواخر دهه ۱۹۶۰ میلادی کاملاً رد شد

ایران با رادیو باید انجام داد؛ چرا که هر کس هر قدر بی سواد و عامی و محض هم باشد از رادیو می‌تواند استفاده کند و این کار خرجی هم ندارد و در قهوه خانه‌ها یا میدان‌های عمومی بزرگ، عامه مردم می‌توانند رادیو را بشنوند. البته این موارد مربوط به دهه‌های قبل است.

رادیو می‌تواند مهمترین ابزار پرورش افکار جامعه باشد. به منزله آموزشگاه وسیعی است که وسعت آن به اندازه وسعت جهان است و در آن واحد می‌تواند میلیون‌ها نفوس انسانی را در مکتب خود پرداخته و به تهذیب اخلاق و تنویر افکار پردازد. رادیو می‌تواند هر کسی را که دارای هر شغل و پیشه‌ای باشد مانند ناصحی مشفق و دوستی صادق راهنمایی کند، سطح فرهنگ و دانش همگانی جامعه را بالا ببرد. آن‌ها را به حقایق مقتضیات زندگی عصر حاضر و واجبات و تکالیف آن آگاه کند و بالاخره همگان را برای زندگی مالی و شرافتمندانه مهیا و آماده سازد. رادیو، از همان آغاز نویسندگان برجسته آن عصر را به کمک طلبید. وقتی رادیو در ایران در حال افتتاح بود. یک سال از شروع جنگ جهانی دوم گذشته بود.

در سالهای اولیه تأسیس رادیو در ایران درصد با سوادان بسیار پایین بود و آمارهای در دسترس نشان می‌دهد که سال ۱۳۱۴ حدود فارغ التحصیلان دوره شش ساله ابتدایی در سراسر ایران در حدود ۹ هزار نفر (۸۸۸۴ نفر) بوده و کل محصلین کشور ۶۷۳ هزار و ۲۵۵ نفر و گرایش با سوادان به روزنامه نیز در پایین‌ترین حد بوده است. در نتیجه، در همان اوایل کار رادیو، عده‌ی داوطلبان شنود رادیو بر خوانندگان بالقوه مطبوعات برتری یافت. مک لوهان معتقد بود که جوامع پر سواد که پیش‌تر فرصت حضور کافی در کهکشان گوتنبرگ را داشتند در مقابل رادیو مقاومت بیشتری بروز می‌دادند. او می‌نویسد: مردم کشورهای انگلستان و ایالات متحده آمریکا به دلیل عادت دیرینشان به خواندن و استفاده از صنعت چاپ، مدت مدیدی توانستند خود را در برابر نفوذ رادیو مصون نگه دارند.



بنابراین، جامعه بسیار کم سوادى مثل جامعه سال ۱۳۱۹ شمسی ایران که چند بار فرصت اقامت ماندگار داشته، مصونیت کمتری در برابر نفوذ رادیو از خود نشان داده ضمن اینکه رسانه جدید، تقویت یکی از حس‌های آنها را نیز به ارمغان آورده بود. مک لوهان معتقد بود که رادیو، به مثابه یک رسانه الکتریکی در امتداد سیستم عصبی انسان است. او رادیو را مشابه اختراع چرخ می‌دانست که در امتداد پای انسان عمل کرد و توانست قدرت آن را افزایش دهد. رادیو نیز توان حس شنیدن را ارتقا داد (ساروخانی، ۱۳۹۱: ۴۱) رادیو حتی از تلفن و تلگراف هم اثر بیشتری دارد چرا که به طور خاصی با اولین وسیله تماس انسانی یعنی زبان محاوره ملی رابطه مستقیم دارد تلفیق این دو فناوری یعنی زبان مادری و رادیو که از تمام فناوریهای انسانی قدرتمند و متنفذترند، باید شکل‌های تازه‌تر و خارق‌العاده‌تری از تجربیات انسانی را بروز دهند.

با استفاده از رادیو فرد با جامعه عجین می‌شود و همه یک صدا می‌شوند به طوری که کمتر برنامه رادیویی وجود دارد که تهیه کنندگانش این هدف را دنبال نکنند. حال از آنجا که نفوذ فرهنگی رادیو در جامعه ایران، به تدریج توسط دولتمردان یک ضرورت شناخته شد. حکومت می‌توانست از این رسانه، نه تنها در جهت ایجاد ارتباط بیشتر و عمیق‌تر با مردم استفاده کند. بلکه با به کارگیری این وسیله، افکار و اندیشه‌های خاص حکومتی را به مردم القا و افکار آنان را کنترل کند. به طور کلی شبکه رادیویی در ایران به عنوان وسیله‌ای برای سرگرم کردن مردم و القای افکار و اندیشه‌های خاص حکومتی طی مدت چهل سال به دورترین نقاط کشور راه یافت و جالب آنکه به دلیل بی سوادى عموم مردم حوزه تأثیر تأثیر گذاری آن به مراتب فراتر از مطبوعات بود. رادیو ملی به شدت تحت کنترل دولت بود و تنها افکار و عقاید دولت را تحت شعاع قرار می‌داد و سعی در حفظ و تثبیت حاکمیت رژیم پهلوی داشت (نواختی مقدم، ۱۳۹۲: ۲۰۵).

اما نکته مهم آن است که این رسانه مهم و فراگیر نه تنها نتوانست در جذب مشروعیت برای پهلوی مفید باشد بلکه سرانجام در پایان این دوره مغلوب پایگاه مهمی مانند مساجد و حسینیه‌ها شد.

#### ۵-۴. عصر تلویزیون

روز یازدهم مهرماه ۱۳۳۷، وقتی که هنوز در نیمی از کشورهای جهان، فرستنده تلویزیونی وجود نداشت و هنگامی که بسیاری از کشورهای آسیایی بدون تلویزیون بودند هنوز هفت سال مانده بود تا تلویزیون در هند گشایش یابد، اولین فرستنده تلویزیون در ایران افتتاح شد، شروع به کار سایر وسایل ارتباط جمعی در ایران را همیشه دولت به عهده گرفته بود. اولین روزنامه ایران، دولتی بود. اولین نمایش سینما را دولت آغاز کرد و اولین فرستنده رادیویی نیز کاملاً در اختیار دولت بود. اما ساعت ۵ بعدازظهر روز جمعه ۱۱ مهر ۱۳۳۷ برای اولین بار بخش خصوصی ایران، بر اساس مصوبه سه ماه قبل مجلس شورای ملی، نخستین فرستنده تلویزیونی را در تهران به کار انداخت که قدرت آن فقط ۳ کیلو وات بود و فقط در شعاع ۱۷۰ کیلومتری تهران امکان مشاهده تصاویر سیاه و سفید آن فراهم می‌شد.

در مصوبه مجلس قید شده بود که تلویزیون مذکور تا ۵ سال از پرداخت مالیات نیز معاف است. تلویزیون وسیله تفریحی جدیدی است که مزایای سینما و رادیو را به طور مشترک به خانه می‌آورد و اگر درست مورد استفاده قرار گیرد می‌تواند خدمات فرهنگی مهمی انجام دهد. علیرغم آن تلویزیون، وسیله‌ای تفریحی فردی و بی‌فعالیتی است با تماشای تلویزیون حس ابتکار و استدلال کم شده و فعالیت روحی، جسمی و تفریحی خارج از منزل محدود می‌گردد. روح اجتماعی کم کم به انزوا و انفراد تبدیل شده و حرکت و فعالیت به راحتی و آسایش طلبی تبدیل می‌شود.

تلویزیون نوعی دگرگونی روانی و اجتماعی پدید آورد که عامل اصلی آن تصویر تلویزیونی بودمک لوهان در مقایسه تلویزیون با کتاب می‌نویسد: وقتی که تلویزیون جای کتاب را گرفت مفاهیم و مشخصات فکری انسان نیز تغییر کرده و با تلویزیون کل و وحدت دیده می‌شود انسان با محتوا یکی می‌شود با مطالعه کتاب فرد خود را

کنار می‌کشد فقط پیام را می‌گیرد، مک لوهان به ترکیب رادیو و تلویزیون نیز اینگونه اشاره می‌کند: با وجود رادیو و تلویزیون نمایش رویدادها می‌تواند آن گونه اجرا شود که گویی همه چیز در آن واحد اتفاق افتاده است مک لوهان در مقایسه تلویزیون با عکس می‌نویسد: از نظر ارزش داده‌ها تلویزیون برای تماشاگر از غنای چندانی برخوردار نیست. چرا که تصاویر آن ثابت نیست.

برخلاف عکس که فقط سایه‌ای از آن‌ها در ذهن باقی می‌ماند او در مقایسه تلویزیون و با سینما می‌نویسد: که یک تصویر تلویزیون به نحوی ارائه می‌شود که با فیلم کاملاً متفاوت است. او معتقد است که تلویزیون حتی بر عملکرد رادیو نیز تأثیر گذار است، رادیو پس از تلویزیون جنبه‌ای کاملاً خصوصی و فردی یافت به طوری که حتی نوجوانان خود را از برنامه‌های تلویزیونی بیرون کشیدند تا به موسیقی رادیو گوش فرا دهند. از طرفی از آنجا که رسانه تلویزیون در ابتدا به صورت خصوصی اداره می‌شد و تأمین کننده اهداف سیاسی - اجتماعی حکومت نبود. حکومت پهلوی برای دستیابی به اهداف سیاسی و فرهنگی خود و برای شکل دادن افکار عمومی طبق خواسته‌های خود به طراحی یک مرکز تلویزیونی کاملاً انحصاری در دست حکومت پرداخت. در عین حال فیلم‌هایی که از طریق تلویزیون پخش می‌شد، تبلیغاتی برای کشاندن جوانان به طرف فرهنگ غرب و از بین بردن سنتهای دیرین جامعه بود تا به جایی که هر بیننده‌ای را به سمت کارهای دور از شئون اسلامی سوق می‌داد. در بیشتر فیلم‌های خارجی نیز، بینندگان که اکثر آنان جوانان بودند هویت فرهنگی خود را از دست داده و جذب فرهنگ کشورهای غربی به ویژه آمریکا و انگلیس می‌شدند. مخصوصاً آن که صحنه‌های خیالی اکثر فیلم‌ها، جوانان را از زندگی واقعی دور می‌کرد و به عالم رؤیا و زندگی مصنوعی و ساختگی و تقلید کورکورانه از هنر پیشه‌ها می‌کشاند (مصطفوی، ۱۳۷۷: ۶۶).

### نتیجه‌گیری

در این مقاله ابتدا سعی شده است که به تعریف رسانه، انواع رسانه، دیدگاه‌های مربوط به رسانه، تأثیر رسانه‌ها بر تحولات سیاسی - اجتماعی ایران و تأثیر وسایل

ارتباط جمعی بر توسعه پرداخته شود. حال با توجه به موارد مطرح شده می‌توان گفت در ایران نیز جهانی شدن در کنار عوامل داخلی به رشد و گسترش رسانه‌های کمک کرده است. علاوه بر کتاب، جهانی شدن موجب رشد چشمگیر در سایر رسانه‌های مکتوب همچون مطبوعات نیز شده است. تأثیر این رسانه در شکل‌دهی عقاید و رفتارهای مردم و جامعه‌پذیریشان، به دلیل استفاده روزافزون از ابزارهای نوین و شیوه‌های علمی ارتباط، اقناع و تبلیغات بیشتری شده است. نمی‌توان منکر تأثیر رسانه‌ها مخصوصاً مطبوعات در رشد و آگاهی‌های سیاسی - اجتماعی و علمی جامعه شد. رشد نسبی مطبوعات در ایران نیز نشانی از تحولات بنیادین در سطح جهانی یا نظام داخلی کشور بوده است. به عبارتی تاریخ روزنامه‌نگاری هر کشور، تاریخ تحولات عمومی آن جامعه است. چه بسا پژوهش در مطبوعات هر جامعه‌ای پژوهش در حوزه سیاسی و اجتماعی آن جامعه می‌باشد. بررسی محتوایی مطبوعات ایران در دوره قاجار به وضوح مشارکت فعال آنها را در فرآیند توسعه سیاسی و اجتماعی نشان می‌دهد. علاوه بر مطبوعات رسانه‌های اجتماعی نیز به تحلیل مسائل اجتماعی و سیاسی پرداخته و بر روند توسعه ایران تأثیر گذار بوده‌اند. و چه بسا پیدایش مطبوعات جدید دولتی و خصوصی در قالب سطوح مختلف به عنوان یک رسانه مکتوب و آن هم به شکل روزانه و یا هفتگی در قرن نوزدهم توانست گامی مهم در روند تحولات کشور ایفا کند. حتی با نقش تاکتیکی و اطلاع رسانی خود توانستند بر پایه‌های انقلاب مشروطیت نه تنها تأثیرگذار باشند، بلکه آن را نیز به ثمر برسانند. با تغییر شرایط سیاسی و اجتماعی ایران آن هم از برای رسانه‌های مختلف و مخصوصاً مطبوعات، این دوره ظهور روشنفکران ایرانی را به خود اختصاص داد که نه تنها با تأسیس دارالفنون و ورود علوم جدید به ایران پنجره‌های زیادی را به سمت پیشرفت و توسعه گشود، بلکه واژه معنادار آزادی نیز در این میان به عنوان مهم‌ترین موضوع سیاسی - اجتماعی خود را در جامعه ایران نشان داد و حتی علاوه بر آن مواردی مانند حقوق مردم، مجلس قانون گذاری و ... فرصت بیشتری را برای مشارکت مردم فراهم نمود که این همان روند توسعه و پیشرفت برای جامعه چند

قومی ایران با یک ادبیات مشترک بود و فرآیند توسعه سیاسی و اجتماعی را نیز در اصل برای ایران به ارمغان آورد. ناگفته نماند همان طور که در متن این پژوهش نیز مطرح شد در اصل در این دوره از حکومت از رسانه‌ها به عنوان یک ابزار تبلیغاتی و از روزنامه نگار به عنوان یک ابزار استفاده شده است.

در دوره رضا خان نیز فضای بسته‌ای بر مطبوعات حاکم شد و با روی کار آمدن محمد رضا شاه از آنجا که مطبوعات آزاد در قالب مطبوعات حزبی فعالیت می‌کرد فضای توسعه سیاسی گسترده‌تر شد البته در این میان سینما به عنوان یک رسانه توانست پاسخگوی نیاز مردم و جامعه باشد ولی تلفن و تلگراف با توجه به ویژگیهای خود در پیدایش نهضت‌های اصلاح طلبانه و ملی مؤثر واقع شدند در عین حال رادیو به عنوان رسانه‌ای جدید در دوره پهلوی وسیله‌ای برای سرگرم کردن مردم و القای افکار و اندیشه‌های حکومتی بود ولی به دلیل بی سوادی عامه مردم در استفاده راحت‌تر از آن، حوزه تاثیرگذاری آن بیش‌تر از مطبوعات بود و بینش و آگاهی مردم را بسیار گسترده‌تر و وسیع‌تر نمود تلویزیون نیز به عنوان رسانه دیگر در دوره پهلوی از آنجا که تأمین کننده اهداف سیاسی و اجتماعی حکومت نبود بر شکاف و فاصله بیشتر حکومت و جامعه می‌افزود.

این بررسی نشان می‌دهد در دوره‌های مختلف تاریخ ایران علاوه بر زمینه‌ها و بسترهای داخلی، رویدادهای خارجی و فضای بین‌المللی بسیار تأثیرگذار بر شرایط بوده است. مثلاً با توجه به تاریخ تحول مطبوعات در دوره‌های مختلف تاریخ معاصر می‌توان گفت: دوره‌های خفقان و سانسور در مطبوعات، مشابه آنچه در دوره استبداد رضاشاهی یا سال‌های پس از کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ و خرداد ۱۳۴۲ می‌بینیم، برابر با فضای سکون و رکود اجتماعی، فرهنگی و سیاسی می‌باشد. رسانه‌ها با توجه به جایگاه خود می‌توانند مبدأ رویکردها، جهت‌گیری‌ها، گفتمان‌ها و خرده گفتمان‌های تازه در ایران باشند این روند با برگزاری میزگردها، مناظره‌ها، تحلیل و گفت و گوهای چالش برانگیز و عمیق که ایده‌های گروه‌های فعال سیاسی را به نقد می‌کشد قابل اجراست. از این طریق اطلاعات لازم را در اختیار مردم قرار می‌دهند. و

فضای لازم را برای شناخت دقیق‌تر مردم نسبت به گروه‌ها و جریان‌ها ایجاد می‌کنند. از طرفی افکار عمومی در فضایی شکل می‌گیرد که آگاهی وجود داشته باشد و نقد تبادل افکار و وجود روحی از تضاد بین عقاید، جایگاه شکل‌گیری افکار عمومی است و رسانه جایگاه طرح این مسئله است، نقش رسانه‌ها در حالی که رسانه‌ها ابزار قدرتمند تاثیرگذاری در عرصه بین‌المللی به شمار می‌روند نقش آنها در تبلیغات مختلف بازرگانی، سیاسی و فرهنگی و در نتیجه شکل‌دهی افکار عمومی و بالتبع فرآیند توسعه سیاسی و اجتماعی بیش از پیش به چشم می‌آید. از طرفی گسترش مباحث تکنولوژی‌های ارتباطی در ایران بهتر است به گونه‌ای باشد که به خلاقیت گسترده‌تری و نه به خلاقیت زدایی منجر شود. مثلاً در زمینه فرهنگی به پیوند زدن نوآوری‌ها به سنت‌ها در زمینه اقتصادی، رسانه‌ها با افزایش انتظارات و اشاعه دانش‌ها و مهارت‌ها به تجهیز و تربیت نیروی انسانی پردازد و از نظر سیاسی نیز به تفاهم و نزدیکی ملل و فرهنگ‌های گوناگون پرداخته و در نهایت به زیر بنای فکری به هم پیوسته جهانی همت گمارد.

## منابع

### الف- فارسی

- بشیر، ح. ۱۳۸۸. نقش مطبوعات در فرآیند نوسازی سیاسی و اجتماعی ایران در دوره قاجاریه، تهران، دانشگاه امام صادق (ع)، چاپ اول.
- بهشتی پور، م. ۱۳۷۲. فهرست نام اشخاص در تاریخ جراید و مجلات ایران، تهران روزنه کار، چاپ اول.
- تهرانیان، م. ۱۳۵۶. پیرامون ساخت و نقش رسانه‌ها، تهران، سروش.
- جاودانی، ح. ۱۳۷۹. سال شمار تاریخ سینمای ایران، تهران، قطره. چاپ اول.
- خانیک، ه. ۱۳۸۱. قدرت، جامعه مدنی و مطبوعات، تهران، فرهنگ و ارشاد.
- ذاکر حسین، ع. ۱۳۶۸. مطبوعات سیاسی ایران در عصر مشروطیت، تهران، دانشگاه تهران.
- رایت، د. ۱۳۷۵. انگلیسیان در ایران، ترجمه: غلامحسین صدری افشار، تهران، دنیا.
- راوندی، م. ۱۳۵۴. تاریخ سیاسی - اجتماعی ایران، تهران، امیرکبیر.
- ساروخانی، ب. ۱۳۹۱. جامعه شناسی نوین ارتباطات، ج ۱، تهران، اطلاعات، چاپ اول.
- ساروخانی، ب. ۱۳۹۱. جامعه شناسی نوین ارتباطات، ج ۲، تهران، اطلاعات، چاپ اول.
- شهرام‌نیا، س. ا. ۱۳۸۶. جهانی شدن و دموکراسی در ایران، تهران، نگاه معاصر، چاپ اول.
- شیرزادی، ر. ۱۳۹۱. نوسازی توسعه، جهانی شدن، تهران، صحافی.
- طباطبایی، م. ۱۳۶۶. تاریخ تحلیلی مطبوعات در ایران، تهران، بعثت.
- عادل، ش. ۱۳۷۱. گزارشی کوتاه از سینمای مستند ایران (از پیدایش تاکنون)، تهران، دانشکده هنر و معماری.
- کازنو، ژ. ۱۳۷۳. جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه: باقر ساروخانی، تهران، اطلاعات، چاپ اول.
- کاستلز، م. ۱۳۸۰. عصر اطلاعات، ترجمه: احمد علیقلیان، افشین خاکباز، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ اول.
- نواختی مقدم، میرزائزاد، ا و م. ۱۳۹۲. بررسی نقش رسانه‌های گرم و سرد بر پایه نظریه مک لوهان در تسریع روند پیروزی انقلاب، تهران، مجله مطالعات انقلاب اسلامی، سال دهم - شماره ۳۲ علمی - پژوهشی ISC

میرزابیگی، ع. ۱۳۸۳. مجموعه مقالات تربیت و توسعه، تهران، مجمع فرهنگی شهید آیت الله بهشتی.

محسنیان راد، م. ۱۳۸۴. ارتباط شناسی، تهران، سروش، چاپ سوم.

معمدنژاد، ک. ۱۳۷۱. وسایل ارتباط جمعی، ج ۱، تهران، علامه طباطبایی، چاپ اول.

مک لوهان، م. ۱۳۷۷. ایران در چهار کهکشان ارتباطی، سیر تحول ارتباطات در ایران،

ترجمه: مهدی محسنیان راد، تهران، سروش، چاپ اول.

مصطفوی، م. ۱۳۷۷. آثار تاریخی ایران، تهران، گروس.

مصطفوی، م ۱۳۸۹. رسانه و مشارکت سیاسی، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع

تشخیص مصلحت نظام.

مصطفوی، م ۱۳۹۰. رسانه تکنولوژی‌های ارتباطی فرصت‌ها و تهدیدها، تهران، پژوهشکده

مطالعات فرهنگی، اجتماع