

عاشقانه در آستانه بیست و ششمین سال انتشار

آریتا افهمی

با آغاز سال ۱۳۸۹، نشریه عاشقانه با سیصدمین شماره وارد بیست و ششمین سال انتشار خود می شود. سالی که گذشت، سال درد بود و اندوه. سال از دست دادن بسیاری از فرهیختگان روشن ضمیر و روشن روانی بود که در گذر زمان برف سپید سالمندی بر موی و رویشان نشسته بود، سال از دست دادن بسیاری از شاخه های جوان درخت تنومند و چندین هزار ساله ایران بود. شاخه های تُرد و جوانی که در یورش یک باد سرد زمستانی شکستند و بر خاک افتادند. هر چند که می دانیم شاخه های جوان بار دیگر بر درخت تنومند جوانه می زنند و می بالند و امیدهای سبز تازه ای می آفرینند. در آغاز فرخنده بهار ۸۹، رویش شاخه های سبز را امید می داریم و پاس می داریم.



در تمام دوران ها، مطبوعات و سپس رسانه های گروهی در هدایت و شکل دهی افکار عمومی و فرهنگ سازی جامعه نقش عمده ای را به عهده داشته اند و کارکرد های متفاوتی را بروز داده اند.

به یقین می توان گفت که یکی از کارکردهای اصلی و مهم مطبوعات، «آموزش» است که در این راستا، ظرفیت گسترده ای در جامعه دارد. این آموزش می تواند در جهت تغییر، به وجود آوردن و تقویت

ارزش ها و هنجارها و نگرش های افراد جامعه در ابعاد مختلف فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی باشد؛ کارکردی که متأسفانه مورد بی توجهی بسیاری از مردم قرار گرفته است و آن را فقط از بُعد خبر رسانی و سرگرم سازی می بینند.

از طرفی شرط اساسی دموکراسی و توسعه فرهنگی و سیاسی هر جامعه در گرو آگاهی و شناخت است و مطبوعات و رسانه ها با دادن آگاهی های مختلف و متنوع فرهنگی، سیاسی، علمی، اجتماعی و...، شناخت را در ذهنیت مردم به وجود می آورند و مردم با شناخت شخصیت فردی و جمعی خود است که احساس تعلق، همبستگی، مسئولیت و تعهد کرده و در تعیین سرنوشت جامعه و ارزش ها و نهادهای آن می توانند مشارکت نمایند.

باید همچنین اشاره نمود که زمانی مطبوعات و رسانه ها می توانند کارکرد آموزشی و آگاهی دهنده خود را حفظ کنند که در فضایی آزاد بتوانند عمل کنند.

مطبوعات و رسانه ها علیرغم کارکرد آموزشی و عرضه اندیشه ها و عقاید، نباید نقش رهبری سیاسی یک جامعه را ایفا کنند و یا اینکه بنا به مقتضیات سیاسی، اقتصادی و یا گروهی، برایش رسالت حزبی، گروهی و... تعیین کنند، و در راستای اهداف این گروه و یا آن گروه قرار گیرند. زیرا که مطبوعات و

رسانه ها با وابستگی، در جهت منافع و عملکرد یک گروه و یا یک اعتقاد یا یک قدرت سیاسی و یا اجتماعی حرکت می کنند و کارکرد آموزش و اطلاع رسانی را در همان چارچوب حزب، یا گروه و یا اندیشه خاص عرضه می دارند. و از طرفی چنانچه کارکرد مطبوعات درست نباشد، در اذهان عمومی عدم اعتماد و سست اندیشی به وجود می آورند و می توانند با کارکردهای غلط خود، منافع ملی، فرهنگی و سیاسی جامعه را به خطر اندازند و یا بدان لطمه وارد آورند.

هارولد لاسول «Lasswell» و «چارلز رایت» Raite از جمله پژوهشگرانی هستند که بطور جدی به نقش و کارکرد رسانه ها در جامعه توجه کرده اند. آن ها معتقدند که «رسانه ها دارای کارکردهای نظارت بر محیط، ایجاد همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط و انتقال میراث فرهنگی و سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت است.

این دو نظریه پرداز ارتباطات، بر این باورند که در کارکرد نخستین، وظیفه رسانه ها نظارت، مراقبت، تهیه و رساندن خبر درباره محیط پیرامونی است. دومین کارکرد رسانه، انتخاب و تفسیر اطلاعات در محیط است. رسانه اغلب شامل انتقادات و تجویزهایی برای چگونگی واکنش افراد به حوادث است. در این نقش، رسانه ها به تقویت ارزش های اجتماعی، افشای انحرافات، رجوع به پایگاه رهبران فکری، ممانعت

از تهدید ثبات اجتماعی و وحشت عمومی، مدیریت افکار عمومی و نظارت بر حکومت و حفاظت می‌پردازند. یکی دیگر از کارکردهای رسانه، انتقال فرهنگ، افزایش انسجام اجتماعی و تعمیق تجربه مشترک، کاستن از نابهنجاری‌های اجتماعی و احساس از خود بیگانگی، استمرار اجتماعی شدن پیش و پس از آموزش رسمی و کمک به یک‌دست سازی و انسجام است.

از نظر «هارولد لاسول» Lasswell جامعه شناس و نظریه پرداز ارتباطی آمریکایی، رسانه‌ها در حکم انتقال‌دهنده فرهنگ، برای انتقال اطلاعات، ارزش‌ها و هنجارها از یک نسل به نسل دیگر و از افراد جامعه به تازه واردها، کاربرد دارند. آن‌ها از این راه با گسترش بنیان تجربه مشترک، انسجام اجتماعی را افزایش می‌دهند. رسانه‌ها با استمرار اجتماعی شدن پس از اتمام آموزش رسمی و نیز با شروع آن در طول سالیان پیش از مدرسه، به جذب افراد در جامعه کمک می‌کنند.»^(۱)



حال با توجه به عملکرد مهم مطبوعات، وقتی به جامعه ایرانی در غربت می‌نگریم متأسفانه آشکارا می‌بینیم که بسیاری از هموطنان نسبت به اهمیت وجود و کاربرد مطبوعات، یا بی توجهند، یا بدان آگاهی و شناخت ندارند. و بسیاری هم مطبوعات را در شکل منبعی برای خبررسانی و گذران وقت می‌بینند؛ و به همین دلیل هم هیچ گونه مشارکتی در تداوم آن‌ها ندارند. و از طرفی هستند سازمان‌ها و گروه‌های سیاسی و اجتماعی در جامعه ایرانی برون‌مرز که مطبوعات و رسانه‌ها را در جهت منافع و عملکرد خود می‌خواهند و تا

زمانی خود را حامی نشان می‌دهند که مطابق خواسته‌ها و علایق آن‌ها رفتار شود و چنانچه این گونه نباشد و این مطبوعات بخواهند مستقل و فارغ از این دسته بندی‌ها و سلیقه‌ها عمل کنند، آن‌ها به جای همبستگی و مشارکت، گسستگی و دشمنی را بر می‌گزینند، که مسلماً این گونه رفتارها و افکار غلط و عقب مانده که ناشی از خودبینی و خودخواهی و بدبینی و فرد بینی است، جز دو دستگی و تشتت و بی‌اعتمادی در جامعه حاصلی ندارد.

و هر چند ... هستند بسیاری از هموطنان که عملکرد مطبوعات و رسانه‌های در غربت را پاس می‌دارند و با حمایت خود، تداوم آن‌ها را خواهند.

و هستند گروه‌هایی که مشارکت و همبستگی را اصل قرار می‌دهند و فارغ از دیدگاه‌های فردی و گروهی، رابطه‌ها را حفظ می‌کنند و هر عمل فرهنگی و اجتماعی را پاس می‌دارند.

مجله عاشقانه در درازنای زمان، از آن هنگام که با دست خالی و با کمترین امکانات آغاز به کار کرد تا اکنون، با اعتقاد به تبادل نظر، مشارکت و همکاری در جامعه ایرانی، همیشه پشتیبان و حامی گروه‌ها و سازمان‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه ایرانی در هوستون و حتی در شهرهای دیگر بوده است و از کمک‌های مختلف بدان‌ها دریغ نداشته است.

مجله عاشقانه تلاش داشته است با برگزاری برنامه‌هایی چون سخنرانی نویسندگان و شاعران، اجرای تئاترها و اجرای موسیقی توسط گروه‌های موسیقی، هنر را در جامعه ایرانی رشد دهد و کار فرهیختگان و هنرمندان را

پاس بدارد.

مجله عاشقانه با انتشار مطالب مختلف و متنوع به کارکرد مثبت خود در جامعه توجه داشته و راه را برای تبادل اندیشه‌ها و تنویر افکار هموار کرده است و نویسندگان و شاعران و هنرمندان را پاس داشته است.

مجله عاشقانه با انتشار آگهی‌های تبلیغاتی در مجله و در یلوپیج ایرانیان، موجب شناخت و ارتباط نهادها و سازمان‌ها و صاحبان مشاغل و خدمات و مردم در جامعه ایرانی شده است، که این امر به نوبه خود در پیشرفت و گسترش جامعه ایرانی موثر بوده است. و حرف آخر اینکه، ما، از شما هموطنان عزیز که خوانندگان خوب عاشقانه هستید و با خرید و یا اشتراک سالیانه آن را حمایت می‌کنید، از شما نویسندگان و شاعران و هنرمندان ارجمندی که در عاشقانه قلم زده‌اید و یا نوشتارهای خود را به ما سپرده‌اید، و از شما مدیران و صاحبان خدمات و مشاغلی که با درج تبلیغات خود در عاشقانه، بر لزوم خبررسانی و تبلیغات در جامعه ایرانی واقف، و ما را پشتیبان بوده‌اید، و از شما مدیران مراکزی که موجبات بخشش مجله عاشقانه را فراهم آورده‌اید، آری، از همه شما عزیزان و گرامیان سپاسگزاری می‌کنیم و دستتان را به نشانه دوستی و مودت نادیده می‌فشاریم.

و نیز از عزیزی که در دفتر مجله عاشقانه با ما همکاری کرده‌اند، بسیار سپاسگزاریم.

*زیر نویس

۱- مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۲)، درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلالی، تهران، نشر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها. چاپ اول.