

تهدیدات رسانه برای دانش تاریخ؛ تاریخ‌پردازی در مصاف با تاریخ‌نگاری

 10.52547/ami.1112

ابوالحسن فیاض انوش / دانشیار گروه تاریخ، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران*
amir.anush2016@gmail.com

دریافت: ۱۴۰۰/۶/۲۸ - پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۳

چکیده

این نوشتار در پی آن است که ضمن به‌دست دادن تعریفی تا حد امکان شفاف از تاریخ و رسانه، نسبت میان این دو را واکاوی نماید. هدف نویسنده از این واکاوی، صرفاً به بحث گذاشتن مضارّی است که از خلط کارکردهای تاریخ و رسانه جمعی متوجه دانش تاریخ می‌شود. به عبارت دیگر، مسئله این نوشتار تبیین تهدیداتی است که رسانه‌های جمعی برای درک تاریخی مردمان یک جامعه ایجاد می‌کنند. روش تحقیق، توصیفی - تحلیلی و با استفاده از داده‌های کتابخانه‌ای است و نویسنده کوشیده است تا تأملات خود را به‌عنوان یک دانشجوی رشته تاریخ در خصوص ابعاد این مسئله تبیین نماید. اهمیت این بحث ناشی از وضعیتی است که امروزه رسانه‌های جمعی با تاریخ‌پردازی برای حوزه دانش تاریخ ایجاد کرده‌اند. این نوشتار با تمایز نهادن میان دو مفهوم «تاریخ‌نگاری» و «تاریخ‌پردازی» درصدد تبیین فرصت‌هایی است که رسانه جمعی برای دامن زدن به تاریخ‌پردازی فراهم کرده است و به این نتیجه خواهد رسید که: هنگامی که رسانه‌های جمعی به یک موضوع تاریخی ورود می‌کنند، شرایط تاریخ‌نگارانه امکان ظهور نمی‌یابند و نظام رسانه با مداخله‌ای ژرف که در نظام علم تاریخ انجام می‌دهد، به‌نوعی تاریخ‌نگاری نامتوازن را دامن خواهد زد.

کلیدواژه‌ها: تاریخ‌نگاری، رسانه جمعی، تاریخ‌پژوهی، تاریخ‌پردازی.

Media Threats to Historiography; Historizing versus Historiography

 10.52547/ami.1112

Abolhasan Fayaz Anush / Associate Professor Department of History, Faculty of Literature and Humanities, University of Isfahan, Isfahanln, Iran.*

amir.anush2016@gmail.com

Received: 2021/9/19 - **Accepted:** 2021/12/24

Abstract

This article explores the relationship between history and media while providing as clear a definition as possible. The author's purpose in this analysis is to discuss the harms that come from the confusion of the functions of history and the mass media that draws on the knowledge of history. In other words, the purpose of this article is to explain the threats that the mass media pose to the historical understanding of the people of a society. The research method is descriptive-analytical and uses library data. The author has tried to explain his reflections as a history student on the dimensions of this issue. The importance of this debate stems from the situation that the mass media has created today for history knowledge through historizing. By distinguishing between the two concepts of historiography and historizing, this article explains the opportunities that the mass media has provided to foster historizing. It will be concluded that: when the mass media enters into a historical subject, historiographical conditions do notaries. With its profound interventions in the system of history, the media system will create a kind of unbalanced historiography.

Keywords: historiography, mass media, study of history, historizing.

مقدمه

دانش تاریخ از دیرباز دانشی مکتوب و مبتنی بر کتابت و نوشتار بوده است. بدین معنا که اصلی‌ترین وسیله ارتباطی مورخان در جهت برقراری ارتباط با مخاطبان‌شان استفاده از حروف الفبا و بازنمایی واقعیت‌های تاریخی از طریق استخدام کلمات بوده است. البته صوت و تصویر - از طریق نقل قول‌های شفاهی و یا سنگ‌نگاره‌ها و نقاشی‌ها - نیز در شکل‌دهی به دانش انسان از تاریخ سهیم بوده‌اند، اما به لحاظ کمیت و حجم می‌توان گفت عمده‌ترین محتوای دانش تاریخ (یا همان تاریخ‌نگاری) از طریق نوشتار و مکتوبات به مخاطبان عرضه شده است. از سوی دیگر، در روزگار کنونی، پدیده رسانه‌های جمعی برای تبادل اطلاعات، امکاناتی متنوع‌تر را با ویژگی‌هایی متفاوت در اختیار انسان‌ها قرار داده است. عمده‌ترین این امکانات استفاده بی‌سابقه از تصویر (ثابت و متحرک) با ویژگی سرعت زیاد در ارسال و گستره وسیع در انتشار اطلاعات است.

بیان مسئله

مسئله این مقاله توصیف و تبیین تهدیداتی است که رسانه‌های جمعی متوجه دانش تاریخ ساخته‌اند. البته برای مطالعه‌ای همه‌جانبه در خصوص نسبت میان تاریخ و رسانه، باید هم به فرصت‌ها و هم به تهدیدات پرداخت، اما در این نوشتار، توجه نویسنده صرفاً معطوف به مضار و تهدیداتی است که رسانه‌های جمعی نسبت به دانش تاریخ پدید آورده‌اند. ورود به بحث رسانه آن هم در پیوند با دانش تاریخ، انبوهی از مسایل و پرسش‌ها را فراروی محقق می‌گذارد که مسلماً نمی‌توان به همه آن مسایل در قالب یک مقاله مختصر پرداخت. نویسنده امیدوار است با تمرکز بر بحث «تهدیدات رسانه برای دانش تاریخ» صرفاً فتح بابی کرده باشد بر موضوع وسیع‌تر رسانه و تاریخ و بهانه‌ای برای عرضه دیدگاه‌های مختلف در خصوص ابعاد مختلف این بحث فراهم آورده باشد.

روش پژوهش

چنانچه گفتمان را «شیوه‌ای خاص برای سخن گفتن درباره جهان و فهم آن یا فهم یکی از وجوه آن» (یورگنس و فیلیپس، ۱۳۹۱: ۱۸) در نظر بگیریم، بدیهی است که باید گفتمان رسانه‌ای را از مهم‌ترین قالب‌های اثرگذار در شکل‌دهی به وضعیت فرهنگی جوامع بدانیم. بنابراین از میان روش‌های متداول در مطالعات علوم اجتماعی، تحقیق حاضر از آن جایی که نوعی رویکرد انتقادی را دنبال می‌کند، بیشتر با طیف رویکردهای موسوم به «تحلیل گفتمان» همدلی نشان می‌دهد، زیرا هدف مشترک همه رویکردهایی که در تحلیل گفتمان مطرح می‌شوند، پژوهش انتقادی است. به طور خلاصه، نوشتار حاضر به نقد انتقادی گفتمان رسانه‌ای در نحوه بازنمایی واقعیت‌های تاریخی می‌پردازد، اما تأملاتی که در این نوشتار عرضه می‌شود عمدتاً به روش توصیفی - تحلیلی و با استفاده از داده‌های کتابخانه‌ای تنظیم و تدوین شده است.

پیشینه پژوهش

هر چند در باب «تاریخ رسانه» مقالات متعددی نگارش شده و هر کدام از مقالات به پی‌جویی سرگذشت یکی از رسانه‌ها (مطبوعات، رادیو، سینما و...) در یک دوره زمانی و مکانی مشخص پرداخته‌اند، اما بررسی موضوع «تاریخ و رسانه» یعنی پی‌جویی فرصت‌ها و تهدیدات و تأثیرات متقابل میان حوزه تاریخ‌نگاری و حوزه رسانه، کمتر مورد عنایت محققان بوده است. در محدود مواردی هم که این موضوع مورد توجه قرار گرفته، در حد مصاحبه و یا نوشتار اجمالی بوده و نه تحقیق آکادمیک (برای نمونه، ر.ک: خانیکی، پایگاه تحلیل و اطلاع رسانی فرهنگ و علوم انسانی). در نوشتاری دیگر، نویسندگان به برخی از دغدغه‌های مربوط به مضار رسانه برای تاریخ‌نگاری اشاره کرده است (ر.ک: فرهانی منفرد، ۱۳۸۸). شاید منسجم‌ترین اثری که موضوع اصلی آن نسبت میان رسانه و تاریخ است کتاب کاوش‌هایی در ارتباطات و تاریخ باشد که اثرات متقابل این دو حوزه را دانش را مورد بحث قرار داده است (ر.ک: زلایزر، ۱۳۹۱).

مبنای نظری

این نوشتار صرفاً بازتاب دهنده و حاصل تأملات و نتایج تجربیات یک جوینده دانش تاریخ است و از این‌رو بیش از آن‌که در بند ارجاعات آکادمیک باشد، در پی عرضه تأملات تاریخ‌اندیشانه نویسنده است. در باب مبنای نظری این نوشتار توضیح زیر ضروری است:

از منظر فلسفه علم تاریخ در تبیین رخدادهای تاریخی سه رویکرد وجود دارد: بازساخت‌گرایی،^۱ برساخت‌گرایی،^۲ و واساخت‌گرایی.^۳ به زعم نگارنده، رسانه‌های جمعی فرصت‌هایی را برای تشدید رویکرد واساخت‌گرایانه فراهم آورده‌اند. از این‌رو، نویسنده این مقاله با تأیید رویکردهای بازساختی و برساختی، در مقابل رویکرد واساختی موضع گرفته است. در ادامه بحث، به تمایز این روش‌ها اشاره خواهد شد (برای توضیحات تفصیلی درباره این سه رویکرد ر.ک: مانزلو، ۱۳۹۴).

تاریخ چیست؟

آن‌چه که از لفظ تاریخ^۴ در این نوشتار مورد نظر است، تاریخ - نه در مفهوم نفس رخداد^۵ بلکه - در مفهوم آگاهی^۶ و علم^۷ به رخدادها است که می‌توان آن را در کوتاه‌ترین تعبیر، «ثبت» و «بررسی» زمانمند رخدادهای انسانی دانست. منظور از «ثبت»، صرفاً آگاهی به رخدادها و ضبط اطلاعات در مورد آن‌ها (تاریخ‌نویسی)^۸ و منظور از «بررسی»، تحلیل و تبیین رخدادها و نهایتاً تولید علم تاریخ (تاریخ‌پژوهی)^۹ است. تاریخ‌نویسان رخدادها را توصیف و اطلاعات پراکنده‌ای را غالباً به شیوه داستان‌گونه و روایی در اختیار مخاطب قرار می‌دهند و نوعی آگاهی عام از گذشته عرضه می‌کنند؛ در حالی که اهتمام تاریخ‌پژوهان به دست دادن تبیینی روشن‌گر از نسبت میان رخدادها و کشف روابط علی و معلولی و یا انگیزه‌های نهان در پس هر رخدادی است به نحوی که نتیجه بررسی آنان شایسته عنوان علم یا دانش گردد. غالباً هنگامی که به هر دو حیطه آگاهی و دانش در مورد گذشته اشاره می‌شود، از لفظ عام تاریخ‌نگاری^{۱۰} استفاده می‌شود. بنابراین به‌نحو خلاصه، می‌توان گفت منظور از لفظ تاریخ در این نوشتار، همان

اصطلاح «تاریخ‌نگاری» است که هدف آن چیزی جز بازنمایی واقعیت گذشته نیست؛ یعنی بازساختِ واقعیت (عرضهٔ روایتی از مواقع با روش استقرایی و فارغ از نظریه) یا برساختِ واقعیت (عرضهٔ تبیینی از واقعیت با روش قیاسی و مبتنی بر نظریه) از طریق زبان و متن مکتوب (ر.ک: همان: فصل سوم).



رسانه چیست؟

رسانه^{۱۱} را در کوتاه‌ترین و عام‌ترین تعبیر، می‌توان «هر وسیله که خبری یا مطلبی را به اطلاع مردم برساند» دانست (عمید، ۱۳۸۹: ذیل مدخل «رسانه»).^{۱۲} تأکید اصلی در این تعریف، برقراری ارتباط برای رساندن «خبر یا مطلب» است، به‌نحوی که اگر چیز دیگری رسانده شود مثلاً جریان الکتریکی و یا اشیاء و کالاها دیگر نباید از لفظ رسانه برای افادهٔ مقصود استفاده کرد. بدین‌سان لفظ رسانه مفهوم ارتباطات را «از معنایی مادی به سمت مفهومی متافیزیکی رهنمون شده است» (زلایزر، ۱۳۹۱: ۳۳-۳۴). با تمرکز بر تعریف لغوی از واژهٔ رسانه، به‌سهولت می‌توان تشخیص داد که به‌لحاظ سابقهٔ تاریخی، رسانه در شکل‌ها و ابزارهای مختلف و متفاوتی ظهور و بروز داشته است و تمامی وسایل و وسایطی که در طول تاریخ برای برقراری ارتباط خبری میان انسان‌ها استفاده می‌شده است، رسانه تلقی می‌شوند؛ از گفتار شفاهی گرفته تا روشن کردن آتش و دود برای با خبر کردن افراد در مسافت‌های بعید و از حروف الفبا

در لوحه‌های گلی و کتیبه‌های سنگی گرفته تا پاپيروس‌ها و طومارهای کاغذی و از نسخه‌های دست‌نویس و کتاب‌های چاپی گرفته تا تولیدات نوشتاری و تصویری که امروزه در اشکال مختلف حقیقی و مجازی تولید و عرضه می‌شوند.

با نگاه تاریخی، می‌توان گفت که ابداع خط و الفبا به معنای ابداع مؤثرترین رسانه در تاریخ بشر بوده است. با توجه به پیوستگی ضروری تاریخ‌نگاری با کتابت و الفبا^{۱۳} و از آنجایی که وظیفه اصلی تاریخ و تاریخ‌نگاران، مطلع کردن غایبان رخدادهای تاریخی از اخبار و اطلاعات مرتبط با رخدادهای تاریخی بوده است، شاید بی‌راهه نباشد که تاریخ‌نگاری را از اصلی‌ترین رسانه‌هایی بدانیم که بشر در گذشته تاریخی خود از آن بهره‌مند بوده است. کما این که غالب مورخان به این شأن و وظیفه تاریخی خود اشعار و اذعان داشته و در صدد بوده‌اند اخبار حاضران را به غایبان «برسانند». حتی هنگامی که تاریخ‌نویس، خود در صحنه رویدادی حاضر نبوده و تلاش او صرفاً متوجه انتقال مطالب و اخباری از مجموعه‌ای از کتاب‌های تاریخی پیشینیان به کتاب در دست نگارش خودش بوده است، عملاً به کتاب در دست نگارش خود به‌سان رسانه‌ای می‌نگریسته است که قرار است سرجمع مطالب کتاب‌های پیشینیان را به معاصران و پسینیان «برساند».^{۱۴} همچنین می‌توان به نتیجه و محصول تلاش یک «تاریخ‌پژوه» که به تجزیه و تحلیل و تبیین رخدادهای تاریخ می‌پردازد و حاصل این تلاش خود را در یک کتاب و یا مقاله تاریخی عرضه می‌کند، عنوان رسانه را اطلاق کرد؛ نه مگر همه آنان از طریق کتاب و یا مقاله خود در صددند که خبری و یا مطلبی (نتایج پژوهش خود) را به مخاطبان‌شان «برسانند»؟

با این همه، امروزه واژه رسانه و به‌ویژه اصطلاح رسانه جمعی^{۱۵} از آن‌چنان بار مفهومی خاصی برخوردار گردیده است که فراتر از کارکرد رساندن خبر و یا مطلب به مخاطب خود، کارکردهای متعدد دیگری را نیز عهده‌دار شده است؛ کارکردهایی که وقتی با کارکردهای دانش تاریخ یا همان تاریخ‌نگاری مقایسه می‌شوند نوعی تفاوت ژرف و در برخی مواقع تعارض محض را به نمایش می‌گذارند. این کارکردهای جدید، در تعریف عام و بسیط از واژه رسانه که قبلاً آرایه شد، نمی‌گنجد و از این‌رو، نیاز است

که به بازتعریف واژه رسانه آن هم به مثابه یک اصطلاح - و نه صرفاً یک واژه - در حوزه مطالعات اجتماعی اقدام شود.^{۱۶} برای این بازتعریف، ضروری است نگاهی به پیشینه و روند ظهور «پدیده رسانه» در دنیای کنونی داشته باشیم.

آن چه که امروزه با اصطلاح رسانه و به ویژه در اصطلاح رسانه جمعی بدان اشاره می شود، ثمره و محصول نهایی روندی است که در گام اول با ظهور الفبا (حدود ۶ هزار سال قبل) آغاز شده است.

«اختراع خط، سیر تکامل بشر را به دو دوره تقسیم می کند؛ دورانی که در آن هیچ چیز دستیاب و فهم پذیر نیست و دورانی که در آن به اذهان و عقول دیگران دسترسی داریم» (پوکنر، ۱۳۹۹: ۷۳-۷۴).

خاصیت مهم الفبا که آن را از گفتار شفاهی متمایز می سازد، در دو چیز نهفته است که در مفهوم امروزی رسانه نیز این تمایزات - البته با توانمندی بیشتر - وجود دارد: یکی نمایندگی کردن حروف نوشتاری به جای الفاظ شنیداری که نوعی نمادپردازی را در پی داشت و دیگری، ماندگاری سخن در قالب نوشتار مکتوب که می توانست مرزهای زمان و مکان را به نحوی سابقه ای درنوردد؛ از طریق الفبا بود که ارتباط اندیشه بین زمان ها و بین مکان ها اولین گام های خود را برداشت. گام دوم را شاید بتوان به ظهور پدیده چاپ، ابتدا در چین و به خصوص در اروپا نسبت داد. چاپ به دو ویژگی قبلی الفبا یعنی نمادپردازی و ماندگاری (در زمان و مکان)، دو ویژگی دیگر افزود که عبارت از سرعت و کثرت در تولید متون نوشتاری بود. از کتاب های چاپی اولیه گرفته تا روزنامه ها و مجلات، همگی رهاورد این گام دوم محسوب می شوند. گام سوم با پدیده هایی همچون تلگراف، تلفن، رادیو، سینما و تلویزیون مشخص می شود که دو ویژگی اساسی دیگر به مفهوم رسانه افزودند: یکی به خدمت گرفتن دانش جدید^{۱۷} و دیگری جلوه گری بیشتر صدا و تصویر^{۱۸} به جای نوشتار. سرانجام در گام چهارم با ظهور رایانه ها و اینترنت به عصری وارد می شویم که مهم ترین ویژگی آن جهانی^{۱۹} بودن آن است (ر.ک: حبیب زاده ملکی، ۱۳۹۴: ۳۴-۴۵). والتر بنیامین در مورد تأثیر تاریخی گام سوم بر این باور بود که تولید انبوه تصاویر، به خصوص در سینما عصر «واقعیت» را

نابود کرد. دیگران با عنایت به گام چهارم این وضعیت را لحظه «مرگ تاریخ» (الیاس کانه‌تی) یا «محو شدن تاریخ» (ژان بودریار) و یا «فلج شدن تاریخ» (گای دبور) نامیده‌اند. همه این تعابیر، به‌معنای آشوب‌ناکی فهم تاریخی و عجز از دریافت کارگشا از تحولات تاریخی است، زیرا فن‌آوری رسانه‌های جمعی

«مکان اشباع اطلاعات را میسر می‌سازد. به‌دلیل سرعت و تراکم تاریخ، تحلیل تاریخی غیرممکن می‌گردد. در این محو شدن، تاریخ غایت یا هدف خود را با خود می‌برد ... این امر پدیده پساتاریخی را ایجاد می‌کند ... که به هیچ الگوی عام هدفمندی متعلق نیست» (به نقل از: برنز و ریمنت - پیکارد، ۱۴۰۰: ۴۶۷-۴۶۸).

به‌ویژه دو گام پایانی از این گام‌های چهارگانه که محصول نظام سرمایه‌داری بوده‌اند، سرانجام بشر را با پدیده‌ای مواجه ساختند که به آن رسانه‌های ارتباط جمعی گفته شد. «هنرهای جدید مثل سینما ... هنرمندان و نویسندگان را به چالش کشیدند تا اشکال غیرواقع‌گراتر بیان را بیازمایند». این امر به شکل‌دهی به آن چه بدان «فرهنگ انبوه» گفته می‌شود، بسیار یاری رسانید. جامعه هدف فرهنگ انبوه، توده مردم بودند که قرار بود از طریق فن‌آوری‌های جدید ارتباطاتی شکل داده شوند. به‌همان سان که «مصرف انبوه» پادزهر اقتصادی نظام سرمایه‌داری برای جلوگیری از انقلاب توده‌ها بود، فرهنگ انبوه هم پادزهر فرهنگی آن نظام شد. فرهنگ انبوه درصدد درهم شکستن مقاومت فرهنگی^{۲۰} مخاطبان رسانه است.

«فن‌آوری‌های جدید فرهنگ انبوه از جمله رادیو و روزنامه و خصوصاً سینما روش‌های نوینی برای تأثیر بر عقاید و برخوردها و رؤیاهای مردم سراسر جهان پیش‌رو گذاشتند و دولت‌ها و تبلیغ‌کنندگان قدرت آن‌ها را قدر دانستند» (کریسچن، ۱۳۹۹: ۱۴۷).

کریستوفر سیمپسون در تحلیلی درخشان نمونه‌ای از پیوند قدرت و رسانه را در دروان جنگ سرد به‌تصویر کشیده است. وی معتقد است که هر چند بحث درباره پیوند رسانه‌ها با ارباب قدرت

«خواب کسانی را که به وضع فعلی امور رضایت دارند، آشفته می‌سازد، اما برای بقیه کور سوی امید محسوب می‌شود» (ر.ک: سیمپسون، ۱۳۹۶: ۱۵۵).

رسانهٔ جمعی

رسانهٔ جمعی به‌معنای وسیله‌ای ارتباطی که بخش قابل ملاحظه‌ای از مردم را تحت پوشش قرار می‌دهد، عمدتاً رهاورد گام‌های سوم و چهارم پیدایش رسانه است. از آن جایی که غایت نهایی رسانه، تأمین اطلاعات است و نیز از آن جایی که اطلاعات، نوعی از دانش است، انتظار می‌رود که تهیه‌کننده و گیرندهٔ اطلاعات، دستیابی به واقعیت را هدف خود بدانند (ر.ک: اسپنس و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۰)، اما به‌نظر می‌رسد آن‌چه بر فرهنگ رسانه‌های جمعی غالب است، با این انتظار فاصله دارد. مفهوم رسانه‌های جمعی بیش از هر چیز به این واقعیت اشاره دارد که «فرستنده‌ها و گیرندگان نمی‌توانند به شکل حضوری با هم تعامل کنند» (لافی، ۱۳۹۶: ۲). هرچند رسانه‌های قدیمی نظیر کتاب‌های خطی و حتی چاپی می‌توانستند بخشی از مردم را تحت پوشش قرار دهند، اما با توجه به وضعیت جوامع بشری تا قبل از گام سوم می‌توان گفت کتاب در آن جوامع حالتی نخبه‌گرایانه داشت، زیرا هم تعداد باسوادان اندک بود و هم کتاب، جزو اشیاء تجملی محسوب می‌شد، ولی با فراگیر شدن نسبی سواد و نیز با ورود روزافزون صوت و تصویر، رسانه‌های جدید اشکال متنوع و تغییرات کمی و کیفی شایانی را به همراه آوردند. آن‌چه رسانه‌های جمعی را از تعریف قدیمی رسانه متمایز می‌سازد کارکردهای جدیدی است که رسانه‌های جمعی از آن برخوردارند. کارکردهای رسانه‌های جمعی را می‌توان به‌طور عمده در دو محور شناسایی کرد: «نفوذ» در نحوه تصمیم‌گیری‌های مخاطب و «سرگرم» کردن مخاطب.

در آن‌چه به دانش تاریخ مربوط می‌شود، رسانه‌های جمعی هر دو رویکرد را در قبال مسایل و موضوعات تاریخی دنبال کرده‌اند. برای سرگرم کردن، موضوعات تاریخی دست‌مایهٔ انواع فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی و بازی‌های رایانه‌ای می‌شود که آن‌چه

لزوماً در اولویت اهداف آن‌ها نیست، کشف حقیقت تاریخی است. با وجود این نباید فراموش کرد که «حتی وسایل سرگرمی مانند روزنامه‌ها یا تلویزیون تأثیر فراگیری بر تجربه ما دارند» (گیدنز، ۱۳۸۷: ۴۸۳). اما برای نفوذ در نحوه تصمیم‌گیری‌های مخاطب اولین گام، جلب توجه مخاطب و گام دوم، قرار دادن مخاطب در یک وضعیت غیر عادی برای تسریع در روند نفوذ است. آرنولد توینبی مورخ و فیلسوف تاریخ بریتانیایی، نفوذ رسانه‌ای را چنین توضیح می‌دهد:

«گرداندگان رسانه‌ها می‌توانند پیامشان را از سطح دانسته روان به اعماق دانستگی زیرین یا نیمه آگاهی رسوخ بدهند. آن‌ها می‌توانند مطابق مقاصد خودشان در دانستگی زیرین مردم دست ببرند» (توینبی و ایکدا، ۱۳۹۸: ۱۸۵).

رسانه‌های جمعی بهترین جایگزین برای وضعیت عادی را ایجاد وضعیت هیجانی برای مخاطب می‌دانند. مخاطبان رسانه‌های جمعی غالباً فرصت سنجش و ارزیابی متأملانه ادعاهای خبری و تحلیلی رسانه‌ها را ندارند. تکرار، شتاب‌آلودگی و استفاده از جلوه‌های ویژه صوتی و تصویری، اصلی‌ترین دست‌مایه‌های ایجاد فضای هیجانی و قرار دادن مخاطب در یک وضعیت غیر عادی هستند. برای رسانه‌های جمعی هدف اصلی عبارت از کسب حداکثر توجه ممکن است. از این‌رو، همه رسانه‌های جمعی برای رسیدن به این هدف ناگزیرند که به تولید هیجان بپردازند. رسانه‌های جمعی هرچند بنا به ماهیت رسانه بودن‌شان قاعداً باید انتقال صحیح و سریع اطلاعات به مخاطب را در دستور کار خویش قرار دهند، اما به‌نظر می‌رسد آن‌چه هم‌اکنون فضای رسانه‌ها را آکنده ساخته است، در درجه اول، خبر‌پردازی است نه خبر رسانی. منظور از خبر‌پردازی بازتاب دادن یک رویداد به مخاطب متناسب با منافع صاحبان رسانه است و نه بنا بر سرشت و ماهیت و اهمیت واقعی آن رویداد. طبیعی است هر رویدادی را می‌توان به‌لحاظ نحوه استخدام کلمات و ارایه تصاویر به انحاء گوناگون بازتاب داد. هر رسانه جمعی هر چند - برای جذب نظر موافق مخاطب - مدعی است که دقیق‌ترین نوع اطلاع‌رسانی را در قبال رویدادها بر عهده دارد، اما امروزه این امری مخفی نیست

که رسانه جمعی در قبال همه رویدادها از یک رویه ثابت پیروی نمی‌کند و در نسبتی که «وقوع رویداد» با «منافع صاحبان رسانه» برقرار می‌کند، رویه خاصی در قبال هر رویداد اتخاذ می‌شود.

با توضیحات اجمالی که در باب رسانه جمعی عرضه شد اکنون باید پرسید اگر رسانه جمعی در قبال وظیفه اصلی‌اش که اطلاع‌رسانی و خبررسانی است، بیشتر تمایل دارد که خبرپردازی کند، چنان‌چه به مباحث تاریخی ورود کند، خروجی آن چه خواهد بود؟ به نظر می‌رسد اجمالی‌ترین پاسخ در برابر این پرسش در یک اصطلاح خلاصه می‌شود: تاریخ‌پردازی! ایضاح این پاسخ و تبیین این اصطلاح نیازمند توضیحاتی مقدماتی است.

تاریخ‌نگاری و رسانه جمعی

تاریخ به مثابه آگاهی و دانش یا همان تاریخ‌نگاری در دو جلوه اصلی خود یعنی تاریخ‌نویسی (توصیف و آگاه‌سازی) و تاریخ‌پژوهی (تبیین و تولید دانش) همواره در معرض سوء استفاده غافلانه و یا عامدانه بوده است. مراد از سوء استفاده غافلانه اشاره به کسانی است که علی‌رغم علاقه و بعضاً شدت علاقه‌ای که به تاریخ و مباحث آن دارند از آن جهت که با منطق حاکم بر تاریخ (در هر دو مفهوم نفس رخداد و تاریخ‌نگاری) آشنا نیستند، تولیداتی عرضه می‌کنند که از حداقل استانداردهای لازم برای تاریخ‌نگاری برخوردار نیست. آنان یا در اسلوب‌ها و فنون تاریخ‌نگاری خود دچار ضعف هستند و یا در تاریخ‌نگاری^{۲۱} خود از قوت کافی برخوردار نیستند. نتیجه در هر حال یکی است و آن تاریخ‌نگاری‌هایی است که بدیهی‌ترین اصول و ضوابط تاریخ‌نگارانه و تاریخ‌نگارانه را نادیده گرفته‌اند. سراغ این افراد را عمدتاً باید در خارج از فضاهای آکادمیک گرفت. این بلیه به‌ویژه در مورد کسانی که اشتباهات عظیمی به تولید کتاب یا مقاله‌های تاریخی دارند، بیشتر مشاهده می‌شود.

اما سوء استفاده‌کنندگان تعمّدی از تاریخ‌نگاری را باید در دو دسته اصلی شناسایی کرد. از یک سو، تاریخ‌نویسانی که قلم خویش را در خدمت ارباب قدرت قرار داده‌اند و

حقیقت تاریخی را با زر و سیم معاوضه کرده‌اند و از دیگر سو، به اصطلاح تاریخ‌پژوهانی که به اخلاق حرفه‌ای خود خیانت می‌کنند و علی‌رغم آن که می‌دانند تاریخ به‌عنوان یک دانش موظف به بازنمایی واقعیت و کشف حقیقت است، با پیش‌داوری‌های خود عرصه پژوهش‌های تاریخی را به اغراض غیر حقیقت‌جویانه می‌آلاینند. اینان غالباً رشد یافته در فضاهاى آکادمیک‌اند، از این‌روست که حتی برخی از عنوان‌داران دانشگاهی را نیز می‌یابیم که در به اصطلاح پژوهش‌های تاریخی‌شان کمتر پای‌بندی به اصول و ضوابط بدیهی روش تحقیق و تحلیل‌نشان می‌دهند. به‌نظر می‌رسد سوء استفاده‌هایی که اینان از دانش تاریخ می‌کنند، بدترین نوع سوء استفاده باشد، زیرا با هدف و غرض مشخص، پژوهش در تاریخ را به‌سمت «پردازش تاریخ» منحرف می‌کنند.

پردازش تاریخ، پرداختن به تاریخ با اهداف غیر علمی است. تاریخ‌پردازی به آن‌چنان وضعیتی گفته می‌شود که هدف آن جست‌وجوی حقیقت نباشد، بلکه ترسیم و تحلیل واقعیت‌های تاریخی به‌نحوی باشد که اغراض غیر علمی (و نه لزوماً ضد علمی) محقق شود. از نویسندگان دانشگاهی که غرض اصلی او از نگارش یک مقاله تاریخی صرفاً افزودن بر رزومه علمی خود و کسب امتیاز پژوهشی است گرفته تا یک تاریخ‌دان و نویسنده حزبی که تلاش دارد برای موجه‌نشان دادن عملکرد و سیاست‌های حزب متبوع خود از تاریخ مایه بگذارد - و نه این که از عمر و امکانات خود برای دانش تاریخ مایه بگذارد - همه در ردیف تاریخ‌پردازان هستند؛ نه تاریخ‌نگاران. تاریخ‌پرداز به تاریخ نظر استقلالی ندارد، بلکه تاریخ را دست‌مایه‌ای می‌داند برای رسیدن به اهداف غیر علمی. این که این اهداف از نظر جامعه علمی موجه یا غیرموجه، معقول یا نامعقول، مقدس یا نامقدس و در یک کلام، قابل دفاع یا غیر قابل دفاع است، مسئله دیگری است. مسئله اصلی در این‌جا آن است که به هر حال، تاریخ در خدمت اغراض و اهداف تاریخ‌پرداز قرار گرفته است. رویکرد و اساختی به تاریخ یعنی تبیین تاریخ بدون التزام به وثاقت واقعیت تاریخی و به‌صورت دل‌خواهانه (ر.ک: مانزلو، ۱۳۹۴: فصل ۴) بهترین محمل را برای پیش‌برد اهداف و اغراض تاریخ‌پردازان فراهم می‌سازد. تاریخ‌پردازی مبتنی بر رویکرد و اساختی هرگاه بر توسن رسانه سوار شود با بهره‌مندی از جلوه‌های بصری و هنری

به‌نحو متزایدی واقعیت را دست‌خوش تغییر می‌کند و به شکل‌گیری نوعی «تاریخ بدیل» می‌انجامد. «تاریخ بدیل، به‌هیچ‌عنوان تاریخ نیست، بلکه داستانی است که در آن، تاریخی که ما می‌شناسیم به‌منظور ایجاد جلوه‌های نمایشی و کنایی تغییر داده می‌شود» و «فضایی سرشار از توهم واقعیت» ایجاد می‌شود (زین العابدینی، ۱۴۰۰: ۱۷). درحالی‌که تاریخ‌پژوه این‌گونه با تاریخ مواجه نمی‌شود. برای تاریخ‌پژوه، هدف اصلی، کشف و بازنمایی واقعیت تاریخی است و نه تنها برجسته‌سازی جلوه‌های هنری و ادبی رخدادها در دستور کار او نیست، بلکه چنان‌چه دست‌آورد تحقیق با تمایلات و اغراض شخصی یا سیاسی او تباین داشته باشد، در برابر دست‌آورد تحقیق علمی خاضع خواهد بود. این هدفی است که در امکان و نحوه وصول بدان می‌توان چون و چرا کرد، اما در «شرافت علمی» آن نمی‌توان تردید داشت.

تقابل‌های تاریخ و رسانه

با عنایت به موضوع رسانه‌های جمعی، موضوع تاریخ‌پردازی ابعاد و جوانب جدیدی پیدا می‌کند. در پیوندی که میان رسانه‌های جمعی و تاریخ برقرار می‌شود، - گذشته از فواید احتمالی که این پیوند می‌تواند به همراه داشته باشد و موضوع این مقاله نیست - مضرات و آسیب‌های تاریخ‌پردازی از سرعت، شدت، وسعت و اثرگذاری بیشتری برخوردار می‌شود. به‌نظر می‌رسد که می‌توان برای ترسیم تقابل‌ها و تفاوت‌های تاریخ و رسانه‌های جمعی این چنین گفت:

درحالی‌که تاریخ می‌کوشد با تذکر دادن به شرایط خاص زمانی و مکانی هر رخداد، مخاطب را بر زمان غلبه دهد، رسانه‌های جمعی درک امروزیین از موضوع را به تمامی زمان‌ها و مکان‌ها تسری می‌دهند و به‌نوعی مخاطب را اسیر زمانه کنونی می‌کنند. تاریخ به گذشته برای فهم امروز توجه می‌کند و رسانه جمعی گذشته را برای رد و اثبات امروز به خدمت می‌گیرد. تاریخ، ارزش‌ها و هنجارهای امروزین را محصول فرایندی زمان‌مند قلمداد می‌کند، ولی رسانه‌های جمعی هنجارها و ملاک‌های امروزین را ملاک داورى همهٔ اعصار تلقی می‌کنند. تاریخ‌دان می‌داند که وضعیت امروز نمی‌پاید

و رسانهٔ جمعی جز حفظ منافع امروز هدفی نمی‌یابد. تاریخ به‌دنبال تفسیر و تحلیل ریشه‌ها و سوابق سیاست‌های جاری و نقد آن است؛ درحالی که رسانه‌های جمعی در پی تثبیت و تحکیم سیاست‌های صاحبان خویش‌اند و نقد برای آنان جز برای تضعیف رقیبان رسانه‌ای موضوعیت نمی‌یابد. اصحاب تاریخ پر حوصله‌اند و صبور و کم ادعا، ولی ارباب رسانه‌های جمعی کم حوصله‌اند و عجول و پر مدعا. تاریخ عمدتاً به متون زنده است و رسانه جمعی عمدتاً به اصوات و تصاویر. به‌دیگر سخن، تاریخ اساساً با فاهمهٔ متنی مخاطب سروکار دارد، ولی رسانهٔ جمعی عمدتاً با ادراک بصری مخاطب ارتباط برقرار می‌کند. از همین‌روست که

«برخلاف کتاب تاریخ که ضرورتاً در اثر فاصلهٔ زمانی و پیشرفت‌های تحلیلی تغییر می‌کند، اثر هنری [مانند فیلم سینمایی] دایمی است و بی‌تغییر باقی می‌ماند» (فرو، ۱۳۹۷: ۱۸۸)

و باز هم به‌همین دلیل، مردمانِ جوامعی که سطح سواد اندک و نرخ مطالعهٔ پایینی دارند، در درک تاریخ خویش بیش از آن که به محصولات تاریخ‌نگارانه وابسته باشند به رسانه‌های بصری وابسته‌اند.

درحالی که هدف تاریخ کشف و بازنمایی واقعیت گذشته است، رسانهٔ جمعی تمایز میان تصویر واقعی گذشته و تصویری دلخواه از گذشته را دشوار می‌سازد. این وضعیتی است که ژان بودریار متفکر فرانسوی آن را «واقعیت حاد»^{۲۲} می‌خواند. وضعیتی که منجر به ناپدید شدن تاریخ و زندگی واقعی می‌شود:

«واقعیت حاد، به‌دلیل توسعهٔ فناوری‌های مدرن اطلاعاتی و ارتباطی اتفاق می‌افتد. فراگیری مدرن اخبار، تلویزیون، آگهی، رایانه و عکس‌های ویدیویی، قلمرو تصاویر را در چارچوب فرهنگ بسط و توسعه داده و بدان اعتبار بخشیده است. به‌علاوه ما اکنون برای خود فهمی فردی، فرهنگی و تاریخی‌مان وابسته به این تصاویر هستیم. این وابستگی به قیمت ناپدید شدن زندگی واقعی آن‌گونه که قبلاً فهمیده می‌شد و ظاهر شدن واقعیت حاد صورت گرفته است. یعنی یک شبیه‌سازی که جایگزین آن چیزی

است که ما به عنوان واقعیت به آن فکر می کردیم ... واقعیت حادث تفکر و فرهنگ ما را کاملاً فاسد می کند» (به نقل از: برنز و ریمنت - پیکارد، ۱۴۰۰: ۴۶۶ و ۴۶۸).

تاریخ در پی «کشف منطق» حاکم بر رفتار انسان هاست؛ در حالی که رسانه جمعی در پی «تولید هنجار» حاکم بر رفتار هاست. تاریخ می کوشد زمینه های رشد و تکامل افکار و اندیشه ها را بازشناسی کند، ولی رسانه جمعی در صدد است برای شکل گیری افکار و عقاید زمینه سازی کند. تاریخ در پی تولید علم انسانی است و رسانه جمعی در پی تحریک عمل انسانی. تاریخ در پی اقناع و فرهیختن مخاطب است و رسانه جمعی در صدد اغوا و یا برانگیختن مخاطب. روند اغوا طیف گسترده ای از ایجاد رغبت به موضوعی خاص تا ایجاد ترس از موضوعی دیگر را شامل می شود. از این منظر، برای مثال مسئله هراس افکنی یا فوبیا^{۲۳} در کارکردهای رسانه برجسته می نماید (برای مطالعه موردی در این زمینه ر.ک: سعید، ۱۳۷۹؛ گاتشاک و گرین برگ، ۱۳۹۲). این روند در ادامه می تواند به عرضه نوعی تاریخ پردازی هیستریک^{۲۴} منجر شود. زیرا از آن جایی که

«رسانه ها در تکه تکه شدن و قطبی شدن مخاطبان رسانه ها نقش دارند ... بسیاری از صداها ی خنثی و معتدل را از گفت و گو خارج می کنند» (شلدون، ۱۳۹۶: ۹۶).

تاریخ، مدعی ست که دانش می سازد و رسانه جمعی، ترجیح می دهد که تنش بزاید. تاریخ اگر بخواهد معتبر باشد، باید غیر ایدئولوژیک باشد و رسانه جمعی اگر بخواهد تأثیرگذار باشد لزوماً باید ایدئولوژیک باشد و اساساً رسانه جمعی کارکردی ایدئولوژیک (آگاهی مبتنی بر منفعت مادی و در خدمت منفعت طبقاتی) دارد.^{۲۵} بنابراین تحقیق گروه رسانه ای دانشگاه گلاسکو،

«خبر نه یک پدیده طبیعی و خنثی، بلکه محصولی است که در کارخانه ایدئولوژی ساخته و پرداخته می شود» (کرتیس، ۱۳۹۲: ۴۶۱).

تاریخ های تأثیرگذار عمدتاً غیر دولتی و غیر رسمی اند، اما رسانه های جمعی

تأثیرگذار، عمدتاً از حمایت‌های رسمی و دولتی برخوردارند. تاریخ، درصدد است ساختار دولت‌ها و حکومت‌ها را مطالعه و تبیین کند و رسانه جمعی به‌نوعی درصدد ایجاد تحکیم یا تغییر در ساختار دولت‌ها و حکومت‌هاست. تاریخ‌درپی واکاوی حقایق رسمی است؛ درحالی که رسانه‌های جمعی وابسته به قدرت، درپی حراست و پاسداری از حقایق رسمی‌اند. تاریخ را مخاطبان‌اش می‌جویند و آن را مصرف (مطالعه) می‌کنند، ولی رسانه‌های جمعی، مخاطبان‌شان را می‌سازند و از آنان مصرف می‌کنند. غالب مخاطبان تاریخ کسانی هستند که چون مسئله دارند به تاریخ روی می‌آورند تا پاسخ مسایل‌شان را بجویند، ولی مخاطبان رسانه‌های جمعی غالباً بدون مسئله به رسانه رو می‌کنند و بعد مسئله‌دار می‌شوند! تاریخ هر چند به‌لحاظ محتوایی غالباً محتوایی سیاسی دارد، ولی عمدتاً رویکردی معرفتی دارد و حال آن که رسانه جمعی هر چند به‌لحاظ محتوایی تنوع سرگرم‌کننده‌ای عرضه می‌کند، اما در نهایت، رویکردی سیاسی دارد. گرچه ایده‌ال، آن است که مورخان تربیت‌کنندگان حاکمان باشند، واقعیت این است که اربابان رسانه‌های جمعی، حاکمان واقعی جامعه‌اند و این بدان معناست که بیش از آن که رسانه‌ها در خدمت حاکمان باشند، این حاکمان هستند که زیرمهمیز رسانه‌ها قرار می‌گیرند. در یک کلام، دانش تاریخ‌درپی تاریخ پژوهی است، اما رسانه جمعی درپی تاریخ‌پردازی است. سامانه تاریخ‌پردازی رسانه‌های جمعی چنان‌چه با اغراض و اژگون‌نمایی تاریخ آلوده شده باشد، حتی به خود اجازه می‌دهد که ناواقعیت‌هایی را لباس واقعیت بپوشاند و واقعیت‌هایی را نابوده انگارد. در چنین شرایطی تاریخ‌پردازی در شدیدترین نوع خود که تاریخ‌سازی (حذف یا جعل تاریخ) است، ظهور می‌کند! برای مثال، منتقدان هولوکاست متهم اصلی دربرکشیده شدن این ماجرا تا حد یک واقعیت تاریخی را عمدتاً تاریخ‌پردازی رسانه‌ای (رمان، فیلم، سریال و...) می‌دانند و نه یک تاریخ‌نگاری استاندارد آکادمیک. با استفاده از تعبیر والتر لاکور پدر تاریخ‌نگاری صهیونیسم، می‌توان گفت که علی‌رغم عدم کفایت و وجاهت مستندات تاریخی، رسانه‌های جمعی این فرصت را به صهیونیسم داده‌اند تا به نحو مؤثر روند «از تبلیغات آبکی نازی‌ها، کره گرفتن» (برنر، ۱۳۹۱: ۴۵) را عملیاتی کنند.

برخی از این منتقدان با استفاده از تعبیر «صنعت هولوکاست» به تصنعی بودن واقعیت تاریخ‌پردازانه در این زمینه اشاره کرده‌اند (ر.ک: دوک، ۱۳۹۳: ۴۱۷).

در همه دنیا، تاریخ‌نگارانی که تجربه شرکت در مصاحبه‌های رسانه‌ای - چه به صورت برنامه‌های رادیو تلویزیونی و چه به صورت مصاحبه‌های مطبوعاتی - را دارند کم‌وبیش با این تجربه ناخوشایند مواجه شده‌اند که مصاحبه‌کننده تلاش دارد تا از گفتار آنان در جهت خاصی بهره‌برداری کند. این تجربه ناخوشایند در موجزترین تعبیر ناشی از نشستن منافع رسانه به جای کشف حقیقت تاریخی است. رسانه‌های جمعی غالباً با سگردهایی نظیر گنجاندن تصاویر و فیلم‌ها در لابلای مصاحبه و یا تقطیع کردن مصاحبه و یا سوتیتر کردن برخی از مواضع مصاحبه، در صدد سمت‌وسویی خاص به جریان مصاحبه بدهند و در کی خاص از مصاحبه را به ذهن مخاطب القا کنند. این‌جا حتی اگر تاریخ‌پژوه هم باشی رسانه تو را به مثابه تاریخ‌پرداز مصرف خواهد کرد!

نتیجه

بدیهی است هرگونه نگارش تاریخ کم‌وبیش از رگه‌هایی از تاریخ‌پردازی ناگزیر است، زیرا به هر حال این تاریخ‌نگار است که به مخاطب نشان می‌دهد چه موضوعی برخوردار از اهمیت و چه موضوعاتی بی‌اهمیت‌اند. غالباً فرض بر این است که تاریخ‌نگار، باید با تقید به بی‌طرفی، یافته‌های خود را در یک فضای علمی و به دور از هیجان در معرض داوری مخاطبان قرار دهد. گرچه در امکان‌پذیری و چندوچون تحقق این شرط در تاریخ‌نگاری می‌توان مجادله کرد - و کرده‌اند - اما در این نکته تردید نیست که رسانه‌های جمعی محیط و شرایطی را بسترسازی می‌کنند که شرط بی‌طرفی در سخت‌ترین موقعیت برای امکان تحقق خویش قرار می‌گیرد و هنگامی که رسانه‌های جمعی به یک موضوع تاریخی ورود می‌کنند، هیچ‌کدام از شرایط تاریخ‌نگارانه امکان ظهور نمی‌یابند. نظام رسانه با مداخله‌ای ژرف که در نظام علم تاریخ انجام می‌دهد، به نوعی به تاریخ‌نگاری نامتوازن دامن می‌زند؛ نازل بودن کیفیت و ثوق پیام و عالی بودن کمیت مخاطب پیام. رسانه‌های جمعی هنگام تبیین مباحث تاریخی به خود

حق می‌دهند زمین بازی را خط‌کشی و قواعد بازی را ترسیم کنند و بدون ارجاع به داوری بیرونی برای خودشان شأن داوری قایل می‌شوند. رسانه‌های جمعی فرصت تأملات تاریخ‌نگارانه را از مخاطب می‌گیرند و به او هیجانات تاریخی تزریق می‌کنند و با درهم ریختن مرزهای یک بررسی حقیقت‌جویانه، تاریخ را در استخدام منافع صاحبان رسانه درمی‌آورند.

با توجه به ضریب بالای نفوذ رسانه‌های جمعی در مخاطبان‌شان می‌توان گفت دانش تاریخ با تهدیدی جدی از سوی رسانه‌های جمعی مواجه است؛ تاریخ‌پردازی به قیمت به مسلخ رفتن تاریخ‌پژوهی در حال گسترش است، زیرا اکنون تاریخ‌پردازان با تسلیح به رسانه جمعی به اصلی‌ترین و قوی‌ترین اسلحه در زرادخانه خویش مجهز شده‌اند. اگرچه می‌توان گفت که این رسانه نیست که تاریخ‌پردازی می‌کند، بلکه این تاریخ‌پردازان‌اند که از رسانه به نحو مؤثر بهره می‌برند، اما با توجه به جذابیت‌ها و تسهیلاتی که رسانه جمعی برای کاربران خود فراهم می‌کند مسلماً انکار تأثیر رسانه بر وضعیت دانش تاریخ فقط چشم بستن بر یک واقعیت تاریخی است. به عبارت دیگر، این فقط تاریخ‌پردازان نیستند که آگاهانه در خدمت اغراض رسانه‌های جمعی قرار گرفته‌اند، بلکه تاریخ‌نگاران نیز در معرض لغزشگاه‌های این فن‌آوری‌ها قرار گرفته‌اند. اگر بخواهیم از زبان تمثیل استفاده کنیم باید گفت رسانه‌های جمعی با میدان دادن به تاریخ‌پردازی، عملاً کاربران خود را به ترک غذای سالم تاریخ‌نگارانه و اعتیاد به فست فود ناسالم تاریخ‌پردازانه ترغیب می‌کنند!

پیشنهاده‌ها

برای صیانت از دانش تاریخ در برابر این تهدید، پیشنهاد عملیاتی نویسنده این مقاله در دو نکته خلاصه می‌شود:

اول: گنجاندن واحد درسی مشخصی با عنوان «تاریخ و رسانه» در سرفصل‌های درسی رشته تاریخ در تمامی مقاطع و تمامی گرایش‌ها. توجه به این پیشنهاد با توجه به مباحثی که در زمینه تحول در علوم انسانی مطرح می‌شود، ضرورت و فوریت

می‌یابد.

دوم: اهتمام استادان رشته تاریخ به برگزاری کارگاه‌های علمی مشترک با متخصصان رسانه برای تسهیل یک فضای گفتمانی مشترک در جهت هم‌افزایی توانمندی‌های این دو حوزه.

تاریخ‌نگاران در وهله اول باید این وضعیت را به‌خوبی شناسایی و تحلیل کنند و سپس به این موضوع بیاورند که آیا رسانه جمعی برای تاریخ فقط تهدید آفرین است یا می‌توان رسانه‌های جمعی را در خدمت اهداف دانش تاریخ نیز به‌کار گرفت. برای مثال، کارآمدی فضای مجازی به‌ویژه در امر آموزش تاریخ از جمله مواردی است که نشان از فرصت‌هایی دارد که رسانه‌های جمعی می‌توانند برای رشته تاریخ ایجاد کنند. این موضوعی است که می‌تواند محور یک بررسی مستقل باشد.

پی‌نوشت‌ها

1. Constructionism
2. Reconstructionism
3. Deconstructionism
4. History
5. event
6. Knowledge

۷. science البته وقتی به تاریخ با تکیه به مفهوم دانش اشاره می‌شود، منظور دانشی است که در زمره علوم اجتماعی قرار می‌گیرد: social sciences.

8. writing history
9. study of history
10. Historiography
11. Medium

۱۲. البته کلمه رسانه به مفهوم امروزی در زبان فارسی سابقه دیرپایی ندارد؛ به‌گونه‌ای که حتی فرهنگ معین برای این مدخل تعریفی جز «حسرت، افسوس، تأسف» نداشته است، اما ضرورت معادل‌گزینی برای لفظ خارجیِ مدیوم سرانجام واژه رسانه را به عنوان بهترین معادل برگزیده است. گویا فرهنگ عمید اولین لغت‌نامه‌ای است که این مدخل را به مفهوم امروزی در خود جای داده است.

۱۳. با ابداع خط بود که مفهوم تاریخ به‌مثابه ثبت و ضبط مکتوب تغییرات و رخدادها هم شکل گرفت. به‌دیگر سخن، ابداع خط، آغاز تاریخ به‌مثابه ثبت و ضبط رخدادها هم بود. نهایتاً این «خط [بود که] تاریخ را به‌وجود آورد» (پوکرن، ۱۳۹۹: ۷۳).

۱۴. به‌قول ابوالفضل بیهقی مورخ نامدار پارسی‌گوی (م: ۴۷۰ ق)، «اخبار گذشته را دو قسم گویند که آن را سه قسم نشناسند: یا از کسی باید شنید و یا از کتابی نباید خواند» (بیهقی، ۱۳۸۰: ۱۰۱۹/۲).

15. Mass Media

۱۶. در تفاوت نهادن میان «واژه» و «اصطلاح»، توضیح ضروری آن که واژه دارای معنا و اصطلاح دارای مفهوم می‌باشد. واژه را به‌لحاظ لغت‌شناسانه معنا می‌کنند. یعنی آن واژه به‌خودی خود دارای چه معنایی است. ولی اصطلاح را باید مفهوم‌شناسی کرد، زیرا اصطلاح نوع خاصی از کاربرد واژه است. وقتی واژه‌ای را در بستر خاصی و در چارچوب معنایی ویژه‌ای به‌کار می‌بریم، دیگر معنای لغت‌شناسانه آن وافی به مقصود نیست و باید با مفهوم خاص آن آشنا باشیم تا بتوانیم جایگاه آن را در آن بستر بیابیم. برای مثال، واژه استعمار از منظر لغت‌شناسانه به معنای «درخواست آبادانی و عمران» است؛ درحالی‌که مفهومی که امروزه از آن مستفاد می‌گردد، لزوماً همان معنای لغت‌شناسانه آن نیست. به‌لحاظ مفهومی استعمار بر بهره‌کشی دلالت دارد. این‌گونه تفاوت نهادن میان معنا و مفهوم در مورد لفظ رسانه نیز قابل طرح است.

17. modern science

18. image

19. Global

20. Cultural resistance

۲۱. اصطلاح تاریخ‌نگری به‌نحوه درک و دریافت مورخ از مباحث هستی‌شناختی، انسان‌شناختی، معرفت‌شناختی و ارزش‌شناختی و تأثیر این مباحث در نگرش مورخ اشاره دارد.

22. hyperreality

23. Phobia

24. Hysterical Historizing

۲۵. از واژه ایدئولوژی، تلقی‌های مثبت و منفی، هر دو وجود دارد. هر چند تلقی مثبت از آن را نفی نمی‌کنم، اما در این‌جا تلقی منفی از آن مد نظر بوده است؛ یعنی آگاهی برآمده از منافع مادی و در خدمت حفظ و تحکیم منافع طبقاتی. به‌دیگر سخن، ایدئولوژی در معنای منفی آن نظامی از اندیشه است که «تظاهر به بازتاب دقیق واقعیت دارد، اما عملاً آن را تحریف می‌کند و یک آگاهی کاذب می‌سازد که نمود را به جای واقعیت می‌گیرد» (رومان، ۱۳۹۹: ذیل مدخل «ایدئولوژی»).

منابع

اسپنس، ادوارد اچ و همکاران. (۱۳۹۳). فساد در رسانه‌ها. ترجمه حبیب‌الله معظمی.

تهران: سروش.

برنر، لنی. (۱۳۹۱). صهیونیسم در عصر دیکتاتورها. ترجمه زهرا مرادی نسب. تهران:

ساقی.

برنر، رابرت ام و پیکارد، هیو ریمنت. (۱۴۰۰). فلسفه علم تاریخ از روشنگری تا

پستاجدد. ترجمه سید خدایار مرتضوی و دیگران. تهران: سمت.

- بیهقی، ابوالفضل محمد بن حسین. (۱۳۸۰). *تاریخ بیهقی*. دو جلدی. مقدمه و تعلیقات منوچهر دانش پژوه. تهران: هیرمند.
- پوکنر، مارتین. (۱۳۹۹). *جهان مکتوب*. ترجمه علی منصوری. تهران: بیدگل.
- توینبی، آرنولد و ایکدا، دایساکو. (۱۳۹۸). *برای قرن بیست و یکم؛ گفت و گوی دو فرزانه*. ترجمه ع. پاشایی و دیگران. تهران: ثالث.
- حبیب زاده ملکی، اصحاب. (۱۳۹۴). *رسانه شناسی*. تهران: جامعه شناسان.
- خانیکی، هادی. «تعامل میان رشته‌ای تاریخ و رسانه». *پایگاه تحلیل و اطلاع رسانی فرهنگ و علوم انسانی*. تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۷/۲.
- دوک، دیوید. (۱۳۹۳). *برتری طلبی یهود*. ترجمه مصطفی حسامی. تهران: امیرکبیر.
- رومان، کریس. (۱۳۹۹). *فرهنگ گزیده اندیشه‌ها و اندیشمندان*. ترجمه رشاد مردوخ. تهران: کتاب سده.
- زلایزر، باربی. (۱۳۹۱). *کاوش‌هایی در ارتباطات و تاریخ*. ترجمه مریم کیانی. تهران: ساقی.
- زین العابدینی، پیام. (۱۴۰۰). «برساخت گرایی واقعیت و مستندسازی رسانه سینما». *مطالعات هنر و رسانه*. ۳(۵). ۱۳-۴۲.
- سعید، ادوارد. (۱۳۷۹). *اسلام رسانه‌ها*. ترجمه اکبر افسری. تهران: توس.
- سیمپسون، کریستوفر. (۱۳۹۶). *دانش ارتباطات و جنگ روانی در سال‌های ۱۹۴۵ تا ۱۹۶۰*. ترجمه محمد معماریان. تهران: علمی و فرهنگی.
- شلدون، پاپیسا. (۱۳۹۶). *رسانه‌های اجتماعی اصول و کاربردها*. ترجمه حسین حسینی. تهران: ثانیه.
- عمید، حسن. (۱۳۸۹). *فرهنگ فارسی عمید*. تهران: امیرکبیر.
- فرو، مارک. (۱۳۹۷). *سینما و تاریخ*. ترجمه محمد تهامی نژاد. تهران: علمی و فرهنگی.
- فرهانی منفرد، مهدی. (۱۳۸۸). «تاریخ و رسانه». *کتاب ماه تاریخ و جغرافی*. ۱۳۹.
- کرتیس، مارک. (۱۳۹۲). *شبکه فریب*. ترجمه علی فتحعلی آشتیانی. تهران: سروش.
- کریسچن، دیوید. (۱۳۹۹). *این جهان گذرا*. ترجمه مزدا موحد. تهران: بیدگل.

گاتشاک، پیترو و گرین برگ، گابریل. (۱۳۹۲). *اسلام‌هراسی*. ترجمه حسین علیزاده. تهران: سروش.

گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی*. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
لافی، دن. (۱۳۹۶). *موضوعات کلیدی در نظریه رسانه‌ها*. ترجمه یونس نوربخش. تهران: علمی و فرهنگی.

مانزلو، آلن. (۱۳۹۴). *واساخت تاریخ*، ترجمه مجید مرادی سده. تهران: پژوهشکده تاریخ اسلام.

یورگنس، ماریان و فیلیپس، لوئیز. (۱۳۹۱). *نظریه و روش در تحلیل گفتمان*. ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.