

امروزه بحث ارتباطات بسیار مطرح و پر کاربرد است؛ به طوری که حتی عصری را که در آن به‌سر می‌بریم عصر ارتباطات نامیده‌اند. وجود وسایلی همچون تلویزیون، رادیو، روزنامه، مجله، پوستره‌های آگهی و عکس، رایانه و بردهای تبلیغاتی در شهرها همه حکایت از کاربرد روزافزون وسایل ارتباط جمعی و به دنبال آن لزوم آگاهی از مطالعات ارتباطی دارد. اما برای سود بردن از این علم، نخست باید به معرفی انواع آن بپردازیم:

۱. **ارتباط درون فردی**؛ شامل پرورش افکار، تصمیم‌گیری، گوش دادن و خودنگری یا همان ارزیابی خویش است.

۲. **ارتباط میان فردی**؛ شامل گفت‌وگو، مصاحبه و مذاکره گروهی است.

۳. **ارتباط جمعی/عمومی**؛ عبارت است از فرستادن پیام از یک فرد یا یک گروه به عده‌ای از مخاطبان که گاهی تعداد آنان به بیش از محدوده یک کشور یا حتی یک قاره می‌رسد و با وسایل ارتباط جمعی انجام می‌پذیرد.

اما از میان این سه دسته آنچه که امروزه پرداختن به آن ضرورت بیشتری دارد، «مطالعات ارتباط جمعی» است، چرا که اولاً مخاطبان بسیار زیادی را در بر می‌گیرد و ثانیاً در بسیاری از جاها با توسل به همین وسایل ارتباط جمعی است که گاهی حکومت‌ها تغییر می‌کنند، بر سرکار می‌آیند، فرهنگ ملت‌ها ناگهان تغییر می‌کند و حتی منجر به شکست ملت‌ها می‌شود.

به همین خاطر ما هم بیشتر به بررسی علوم، فنون و تکنیک‌های مربوط به همین حوزه می‌پردازیم تا اشتباهات تاریخی دوباره تکرار نشود.

چرا که اگر دیروز عمروعاص و پیروانش قرآن بر نیزه کرده و شعار «لا حکم الا لله» سر دادند و باعث گمراهی فکری عده بسیاری شدند، امروزه افراد دیگری از نسل همان عمروعاص مکار با رسانه‌های جمعی و با شعارهایی چون آزادی و دموکراسی نتوانند دوباره گروه خوارجی را درست کنند و چون مرکبی چهارپا بر پشت آن سوار شده و به وسیله آنان به مقصود خود برسند.

جنگ صفین، حيله عمروعاص و جریان خوارج دیگر در تاریخ اتفاق نخواهد افتاد، ولی انسان هوشیار کسی است که با بصیرت فکری خویش بفهمد امروز چه کسی جایگزین عمروعاص و چه حيله‌ای جایگزین قرآن بر نیزه کردن و چه شعاری جایگزین شعار خوارج شده است.

به همین دلیل بر هر انسانی که درد حقیقت‌جویی دارد لازم می‌نماید که با فراگیری تکنیک‌های فریب زمانه خویش (مهارت فریب افکار عمومی) حداقل از لغزش خود و اطرافیانش جلوگیری کند. با این مقدمه به سراغ معرفی علمی می‌رویم که این تکنیک‌ها در آن بررسی و مطالعه می‌شود.

ارتباط جمعی یعنی هنر، مهارت و علم
ارتباط جمعی، هم هنر، هم مهارت و هم علم است. مهارت است، بدین معنا که بعضی از فنون اساسی و قابل

یادگیری را در بر می‌گیرد. فنی مانند هدف‌گیری فکری، تمرکز دادن به دوربین تلویزیون و یادداشت‌برداری هنگام مصاحبه. هنر است، بدین معنا که در برگزیده خلاقیت‌هایی چون نوشتن متن برای یک برنامه تلویزیونی، تدوین و تنظیم یک آگهی چشمگیر در یک مجله و انتخاب یک عنوان جذاب برای یک گزارش خبری است.

علم است، بدین معنا که می‌توان از اصول معین قابل اثباتی در کار ارتباط استفاده کرد تا با اثربخشی بیشتری به اهداف خویش رسید. حال اگر فرد یا گروهی از هر سه عنصر علم، مهارت و هنر به اندازه مطلوبی برخوردار باشد مطمئناً در رسیدن به اهداف خویش موفق‌تر هستند.

البته گرچه این سه عامل برای دستیابی به موفقیت لازم است، ولی کافی نیست، برای مثال شبکه تلویزیونی را تصور کنید که در زمینه‌های ارتباطی بسیار قوی عمل می‌کند و موفق است، ولی از مخاطبان خود به عنوان یک قربانی استفاده می‌کند^۱ و با استفاده از اصول ارتباطات به نشر اطلاعات دروغ یا گزینش خبر به شکل یک‌جانبه می‌پردازد و یا حتی به مخاطب خود احساس کاذبی داده و او را در جهت برآورده کردن نیازش به خرج کردن پول بیشتر یا انجام رفتاری مشابه، تشویق و ترغیب می‌کند، و این همان خواسته‌ای است که نظام سرمایه‌داری آن را دنبال می‌کند، اما چنین انتظار می‌رود که برای جلوگیری از این مشکل و عدم سوءاستفاده از مخاطب باید عامل دیگری به این سه مورد اضافه شود و آن «تعهد اخلاقی» است، و این تعهد اخلاقی میسر نمی‌شود مگر با داشتن پشتوانه و ضامن اجرایی قوی چون



ارتباطات جمعی

محمدتقی تفرجی

بنابراین، برای حمایت مردم و بهره‌مندی از نیروی پشتیبانی آن، دولت‌ها سعی در تبلیغ و ارائه عملکردهای مثبت خود برای راضی نگه داشتن افکار عمومی دارند و این کار محقق نمی‌شود، جز با استفاده از ابزار رسانه و تبلیغات.

پی‌نوشت

۱. استعمارگران فرانسوی در الجزایر توانستند با القای پیام «کمرنگ کردن معنای حجاب» افکار مردم را تغییر دهند و با این حربه از دشمن‌ستیزی مردم نسبت به اجانب بکاهند.
۲. تاثیرگذاری بر ضمیر ناخودآگاه به‌وسیله رنگ‌ها و تصاویر، فریب افکار جمعی، رواج سکس و فرهنگ‌های مغایر با فطرت انسانی، ایجاد رغبت و گرایش به گروه‌های جذاب انحرافی مانند شیطان‌پرستی و... از جمله مواردی است که از مخاطب قربانی می‌سازد.

۳. بین‌رشته‌ای یعنی رشته‌ای تحصیلی که از ترکیب چند رشته دیگر ایجاد شده باشد؛ مثلاً مطالعات فیمینستی از چند رشته جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی و روان‌شناسی بهره می‌جوید. به همین خاطر لقب بین‌رشته‌ای بر آن نهاده شد.
۴. ماجرای کشتی لوزیتانیا که با توافق محرمانه‌ای میان نیروی دریایی انگلیس و خطوط کانارد آمریکا ساخته شده بود یکی از همین عوامل فریب افکار عمومی بود. در سال ۱۹۱۵ هنگامی که آمریکا به شدت سیاست بی‌طرفی را اعمال می‌کرد، کشتی مسافربری لوزیتانیا که از نیویورک حرکت کرده بود، با حمله یک زیردریایی آلمانی خارج از ساحل ایرلند غرق شد و ۱۲۰۰ نفر زن و مرد و کودک که بیشتر آنان آمریکایی بودند همراه آن غرق شدند. جاسوسان آلمانی در نیویورک می‌دانستند که این کشتی هزاران تن مواد نظامی و مهمات بارگیری کرده بود. آلمان‌ها پیش از حرکت، مسافران را به‌وسیله روزنامه‌های آمریکایی از سفر با این کشتی بر حذر داشته و غرق شدن کشتی را پیش‌بینی کرده بودند. از طرفی نیز کشتی جنگی انگلیسی که مأمور شده بود لوزیتانیا را به محل امن هدایت کند، به‌طور ناگهانی و بدون هیچ توضیحی فرا خوانده شد. اینها و خیلی واقعیت‌های دیگر هیچ‌گاه افشا نشد و برای پنجاه سال محرمانه نگه داشته شد و فقط چیزی که در رسانه‌ها به مردم نشان داده شد تصویری از وحشی‌گری آلمان‌ها بود. ماجرای لوزیتانیا نقش زیادی در تسریع ورود پست‌پرده آمریکا به جنگ جهانی اول داشت.

عمل فوق نمونه‌ای از مغالطه تاریخی با استفاده از انحراف افکار عمومی است که توسط رسانه‌های جمعی به مردم القا شد.

تلخیص از کتاب نظریه‌های ارتباطات، صفحه ۱۷۰.

۵. «شرام» (۱۰۹۷ - ۱۹۸۱) از بزرگان علم ارتباطات است. وی بنیانگذار نخستین برنامه دکترای تخصصی «PH.D» ارتباطات جمعی است. او خدمات بسیاری به ارتباطات کرد و به پیشرفت آن کمک شایانی کرد.

۶. (OFF)
(USAI),V

زمینه مهیا شد و توانست با بهانه از بین رفتن چند کشتی به‌دست آلمان و متحدانش وارد جنگ شده و پیروز جنگ شود.
از عوامل مهم موفقیت و پیروزی آمریکا در جنگ به کارگیری همین استادان و بزرگان علم ارتباطات بود.

برای مثال در هفتم دسامبر ۱۹۴۱ کمی پس از آنکه آمریکا وارد جنگ شد، ویلبر شرام^۵ به سمت مدیر دفتر اطلاعات و ارقام آمریکا^۶ منصوب شد که وظایف این دفتر از قرار زیر بود:

۱. ستجش و ارزیابی افکار عمومی
۲. راه‌اندازی مجموعه برنامه‌های رادیویی
۳. گسترش پیام‌های میهن‌پرستانه
۴. سانسور محتوای رسانه‌های ایالات متحده
۵. نظارت بر عمل کرد سخن‌پراکنان خارجی
۶. نظارت بر پیام‌های رسانه‌های دیگر.

گفتنی است که سازمان اطلاعاتی ارقام آمریکا بعدها به دفتر اطلاعات جنگ و پس از مدتی به سازمان اطلاعات ایالات متحده^۷ تغییر نام داد.

در جنگ جهانی دوم به علت رقابت‌های سیاسی و فرهنگی کشورها، مطالعات ارتباطی پیشرفت‌های زیادی کرد و این امر تا امروز که شاهد رشدونمو صدها نگاه خبرپراکنی، هزاران شرکت فیلم‌سازی، دفاتر مجله‌ها و روزنامه‌ها و شرکت‌های رایانه‌ای هستیم، ادامه دارد.

قدرت‌ها و افکار عمومی

چون در گذشته حکومت‌ها از طرف مردم انتخاب نمی‌شدند بنابراین، برای کسب مشروعیت خود از دو شیوه استفاده می‌کردند:

۱. تطمیع (اقتصادی)
۲. تهدید (نظامی)

اما امروزه به علت رسوخ دموکراسی در جوامع و تعیین حکومت به‌دست مردم، عامل دیگری به دو مورد پیشین اضافه شده است که حکومت‌ها بسیار به آن وابسته‌اند این عامل همان افکار عمومی است و حکومت‌ها تحت حمایت این نیروی نامرئی اعمال قدرت می‌کنند.

پس نتیجه اینکه، برای اداره یک حکومت ضروری است که مردم را با خود همراه کرده و به آرمان‌های

عمومی و خواسته‌ها و تمایلات مردم پاسخ مثبت داده شود؛

پایبندی دینی یا اعتقاد به خدایی که اگر قوانینش را زیر پا بگذاری آن را بی‌پاسخ نخواهد گذاشت.

ارتباطات از کجا آغاز شد؟

وقتی نخستین دانشکده روزنامه‌نگاری در سال ۱۹۰۸ در دانشگاه میسوری ایالات متحده تأسیس گردید نخستین خشت رشته ارتباطات نهاده شد. تأسیس صدها دانشکده روزنامه‌نگاری و اضافه شدن مطالعات رسانه‌ای به رشته روزنامه‌نگاری باعث شد بررسی روی مخاطبان و تأثیرات محتوای رسانه‌ها جدی‌تر دنبال شود و بدین ترتیب دانشکده‌های جدید روزنامه‌نگاری و همچنین ایستگاه‌های پخش رادیویی برای استادان علوم تجربی که به مطالعات ارتباطات علاقه‌مند شده بودند جایگاهی ویژه فراهم سازد. از طرفی لزوم پژوهش در رسانه‌های جمعی، کنترل و آثار آن بر جامعه، نام دانشکده‌های «روزنامه‌نگاری حرفه‌ای» و مؤسسات پژوهشی وابسته به ارتباطات را به میان آورد.

حدوداً در همین سال‌ها یعنی دهه ۱۹۳۰ چندین مجله در زمینه ارتباطات برای نخستین بار راه‌اندازی شد. گفتنی است که در آمریکای آن زمان که علوم انسانی بسیار مورد توجه بود، فقط پنج گروه از علوم اجتماعی یعنی اقتصاد، روان‌شناسی، علوم سیاسی، جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی در دانشکده‌ها تدریس می‌شد که بعدها تعداد کمی از رشته‌های جدید مانند زبان‌شناسی، مطالعات قومی و نژادی، مطالعات فیمینستی و مطالعات ارتباطی ایجاد شدند، که بین‌رشته‌ای یا میان‌رشته‌ای نام گرفتند.^۸

گسترش مطالعات ارتباطی مصادف شد با وقوع جنگ‌های جهانی و این در حالی بود که بیشتر کشورها درگیر جنگ بودند و ضررهای سنگینی را متحمل می‌شدند، و از طرفی ایالات متحده آمریکا مشغول آماده‌سازی افکار عمومی برای ورود به جنگ بود^۹ و در این امر از استادان و محققان علم ارتباطات سود می‌برد، تا اینکه

