نقش رسانه ها در تغيير تفكرات جوامع بشرى

محمد مهدى بهداروند

يكى از موارد و محورهاى اصلى مطالعات جامعه شناسان وسايل ارتباط جمعى (رسانه هاى گروهى) بررسى آثار و كاركرد اين وسايل در دو سطح خرد و كلان مى باشد.

در مورد تإثير رسانه هاى گروهى بر زندگى فردى و اجتماعى انسان ها به طور عمده سه نظريه ى جامعه شناختى وجود دارد كه عبارتند از:

1. برخى بر اين باورند كه ميزان تإثير گذارى رسانه بر زندگى انسان نامحدود است.

2. گروهى ديگر كاركرد رسانه هاى گروهى را بى تإثير مى دانند.

3. عده اى معتقدند كه تإثير رسانه هاى گروهى مشروط است و ميزان تإثير گذارى آن را در محدوده ى شرايط محيطى ارزيابى مى كنند.

البته ديدگاهى افراطى در برخورد با رسانه هاى گروهى مطرح بوده است كه از زمينه ى خاص فكرى و تجربه هاى اجتماعى ويژه منبعث مى شود. برخى بر اين باورند كه وسايل ارتباط جمعى داراى چنان قدرتى هستند كه مى توانند نسلى تازه را براى اولين بار در تاريخ انسان پديد آورند. نسلى كه با نسل هاى پيشين بسيار متفاوت است.

((لازار سفلد)) در تبيين اين ديدگاه مى نويسد:

((بسيارى تحت تإثير همه جايى بودن وسايل ارتباط جمعى(1) و قدرت بالقوه ى آنان به سختى هراسان شده اند. در سمپوزيومى, يكى از شركت كنندگان نوشت: قدرت راديو را مى توان با قدرت بمب اتم مقايسه كرد.))(2)

برخى ديگر بر اين عقيده اند كه وسايل ارتباط جمعى تإثير چندانى بر مخاطبين خود ندارد. به نظر اين دسته از انديشمندان ((دوران سبع)) وسايل ارتباطى و با آن دوران رواج عقايد تند و اسناد اثرات جادويى و خارق العاده به وسايل ارتباط جمعى پايان يافته است.(3)

برآيند نهايى و دورى از افراط گرايى اين است كه وسايل ارتباط جمعى و ابزار اجتماعى ـ فرهنگى به معناى عالى آن است و از اين جهت اثرات چشمگيرى بر جاى مى گذارند, اما اين آثار نه آن چنان است كه هيچ محدويتى نشناسد, يا آن كه چنان ناچيز است كه هيچ اعتنايى را شايسته نباشد, بايد ديد حدود تإثير اين وسايل چيست و در چه شرايطى اين تاثيرات محدوديت مى يابند يا تقويت شدنى هستند.؟

با تمام اين اقوال, آن چه بديهى به نظر مى رسد, آن است كه به دور از آثار مثبت و منفى آن بايد اذعان داشت كه پيدايش دگرگونى هاى اجتماعى و تغيير ارزش هاى اجتماعى از مواردى است كه در نتيجه ى كاركرد رسانه ها صورت تحقق به خود مى گيرند. از سوى ديگر اين وسايل در فرايند تهاجم فرهنگى و مقابله با آن, جنگ روانى, استعمار ملت ها در امر باز سازى و دستيابى به توسعه يافتگى, تحقق هدف هاى آموزشى به سرگرمى و غيره كاربرد موثرى دارند.

امروزه در عصر انفجار اطلاعات ديگر اين حقيقت به خوبى اثبات شده است كه از نظر كاركردهاى آموزشى, رسانه ها سهم و نقش قابل ملاحظه اى در انتقال ميراث فرهنگى و فكرى بشرى در ميان ملل و انسان ها دارا هستند.

در واقع با ظهور وسايل ارتباط جمعى پيشرفته, فرايند آموزش از انحصار مدرسه و آموزش گاه ها خارج شده و جهان پهناور به عرصه ى آموزش تبديل گرديده است. در اين فرايند وسايل ارتباط جمعى, محدوديت هايى از قبيل مكان و زمان, محدوديت سنى, محدوديت هاى اقليمى و... از ميان برداشته شده و در زمينه ى سياست و حكومت, همان گونه كه رسانه ها بر تصميمات سياست مداران و هيإت حاكمه اثر مى گذارند, به منزله ى ابزارى در دست حكومت ها داراى كاربرد و كار آمدى محورى هستند.

با مراعات و لحاظ كردن جنبه هاى مثبت و منفى كاركرد رسانه هاى گروهى, اين پديده مى تواند از يك سو سبب وحدت, همبستگى و وفاق ملى شود و از سوى ديگر حكومت ها مى توانند از اين پديده در ايجاد همگونى, جهت دهى افكار عمومى و هماهنگ سازى نظريات توده ى مردم و جامعه نسبت به نظام سياسى و كاركردهاى آن استفاده كنند, به طورى كه در نظام هاى استكبارى, صدا و سيما و مطبوعات, ابزارى قوى و موثر براى بيعت گرفتن از مردم و جامعه مى باشند.تا آن جا كه از مطبوعات كه مهم ترين و بارزترين وسايل ارتباط جمعى است به عنوان ((ركن چهارم)) ياد مى شود.

بنابراين در تقسيم سه گانه مى توان كارآمدى اين پديده ها را در موارد ذيل مشاهده كرد:

1. عامل انتقال ارزش ها و هنجارهاى فرهنگى;

2. ساماندهى ارتباط خانواده و فرد با دنياى خارجى;

3. تإثير گذارى بر نهادهاى سياسى اجتماعى جامعه.

بر اين اساس حيات سياسى اجتماعى بشر امروز به شدت تحت تإثير رسانه هاى گروهى قرار دارد. با در نظر گرفتن اين واقعيت مسلم كه پيام هاى رسانه ها هرگز از جنبه هاى سازنده و مخرب خالى نبوده, ضرورى است به مطالعه و بررسى پديده ى ارتباطات و آثار و كاركردهاى آن بيش از پيش پرداخته شود.

اهميت اين كار از آن جهت است كه رسانه هاى گروهى با كاركرد خود, و با استقاده از دو عنصر اطلاعات و پيام, به صورت امواج صوتى تصويرى و غيره با هم در نو ديدن مرزها بر افكار و اذهان انسان ها اثر نهاده و به كنش ها و رفتارهاى فردى و اجتماعى آن ها جهت مى دهند. پيام هايى كه در قالب امواج صوتى, تصويرى و يا كتاب و يا مجله در جهان امروز انتشار مى يابد در برخى موارد سبب ظهور و شكل گيرى حوادث, رخدادها و رويدادهاى سياسى مهمى در واحدهاى سياسى و در عرصه ى كشورها و حتى جهانى مى گردند. به عنوان مثال توليد و نمايش يك فيلم سينمايى, يا يك مقاله و يا يك كتاب كه جنبه ى توهين به اعتقادات و باورهاى دينى يك آيين را دارد, در فاصله ى كوتاهى به يك پديده ى سياسى مهم تبديل مى گردد.

تنوع و گستردگى ارتباطات در عصر كنونى

از ويژگى هاى عصر حاضر, ماشينى شدن زندگى, افزايش جمعيت, تقسيم كار و مشاغل, تخصصى شدن فعاليت ها, بسط و گسترش حوزه هاى مشاغل و حرف, تنوع امكانات بهره ورى و. ..است.

در چنين دنيايى رسانه هاى گروهى و ارتباطات از نقش حياتى در زندگى بشر برخوردار بوده و در عين حال متنوع و گسترده مى باشند. برخى از شناخته شده ترين و شاخص ترين انواع ارتباطات عبارتند از: ارتباطات سازمانى (ادارى), ارتباطات اقتصادى, ارتباطات مديريتى و بالاخره ارتباطات سياسى.

ارتباطات سازمانى در فعاليت هاى موسسات و سازمان ها بر قرار است; ارتباطات اقتصادى محدود به قلمرو فعاليت هاى اقتصادى است; ارتباطات مديريتى در شاخه هاى صنعتى, مديريت تجارى و مديريت آموزشى و مديريت سياسى جريان دارد. ارتباطات سياسى نيز به حوزه ى مملكت دارى, ارتباط ميان حكومت, شهروندان و كشورها با يكديگر مربوط مى شود.

سازمان يونسكو وسايل ارتباط جمعى را به صورت ذيل طبقه بندى كرده است:

1. وسايل ارتباط رودررو;

2. وسايل ارتباط محلى, منطقه اى و گروهى;

3. وسايل ارتباط جمعى.

بررسى جايگاه رسانه هاى عمومى در قبل و بعد از انقلاب اسلامى

با نگاهى به رسانه هاى گروهى و انواع آن در دوران قبل و بعد از پيروزى انقلاب اسلامى مى توان كاركردهاى آن ها را در تغييرات جوامع بشرى به خوبى دريافت.

ـ كار كرد سينما

به عنوان مثال, ورود سينما به ايران از دوران حكومت پهلوى مصادف بود با پيروى و تقليد از حال و هواى فيلم هاى غربى و... .كسانى كه متولى اين حرفه بودند, نه حس مسووليت دينى داشتند و نه عرق ملى, بلكه بعضا نسبت به اسلام نيز از خود ضديت نشان مى دادند.(4) عمل كرد مخرب و منفى سينما در اين برهه از تاريخ ايران موجب شد تا نوعى مخالفت اجتماعى نسبت به اين پديده در جامعه ى ايران به وجود آيد و خانواده هاى مذهبى و اصيل, روحانيون آگاه و بيدار به مخالفت جدى با سينما برخيزند.

آلودگى سينما به ابتذال و فحشا و اشاعه ى فرهنگ غربى, علماى دين را بر آن داشت تا فتواى شرعى عليه سينما صادر كنند. شيخ فضل الله نورى آن را وسيله اى جهت تخدير و عامل نوظهور غرب براى رسوخ در اعتقادات ملت ايران دانست.(5)

ـ بررسى كاركرد مطبوعات

با نگاهى به مطبوعات قبل از انقلاب مى توان به اين نكته پى برد كه يكى از عناصر (لاينفك فيلم هاى سينما) صحنه هاى مبتذل و اشاعه ى مسايل ضد اخلاقى بود و نويسندگان فيلم نامه از درك احساسات و نيازهاى واقعى جامعه ى ايران عاجز بودند.

اصل در راه اندازى اين پديده در عصر پهلوى در حقيقت آن بود كه كوشش مى شد تا افكار عمومى را از مسايل اساسى مملكت منحرف ساخته و مردم را به صورت مصرف كنندگان انفعالى ارزش ها و عادات غربى در آورند.

خوشبختانه با پيروزى انقلاب اسلامى و با تغيير معيارهاى ارزش حاكم بر تمامى رسانه هاى گروهى;از جمله سينما, فرهنگ ضد ارزش حاكم بر سينماها كنار گذاشته شد و اين رسانه عهده دار رسالت سنگين و خطير; يعنى معرفى و تبليغ ارزش هاى اسلامى شد. در مقدمه ى قانون اساسى جمهورى اسلامى راجع به رسانه هاى گروهى كشور آمده است:

((وسايل ارتباط جمعى بايستى از جهت روند تكاملى انقلاب اسلامى در خدمت اشاعه ى فرهنگ اسلامى قرار گيرد, در اين زمينه از برخورد سالم انديشه هاى متفاوت بهره جويد و از اشاعه و ترويج خصلت هاى تخريبى و ضد اسلامى جدا پرهيز كند.))(6)

همين محتوى از اصل 175 قانون اساسى استنباط مى شود كه در آن اصول, خط مشى اهداف و وظايف رسانه هاى گروهى تعيين گرديده است.(7)

نمونه ى ديگر كاركرد رسانه هاى گروهى, مسإله ى مطبوعات است. اين پديده براى نخستين بار در دوره قاجار به دستور عباس ميرزا وارد ايران شد.

اين رسانه هم متإسفانه در بدو ورود و در مرحله ى شكل گيرى خود, در شرايط نامطلوب تقليد سطحى از غرب و بى توجهى به هويت ملى تكوين يافت.

نسل اوليه ى مطبوعات كشور به شدت تحت نفوذ حكومت هاى استبدادى وقت بودند و جز نقش جارچى و زبان يك طرفه ى حكومت نقش ديگرى را ايفا نمى كردند.

سال 1357 شمسى را سال طلايى مطبوعات ايران ناميده اند; زيرا در اين سال حدود چهار صد نشريه منتشر شد كه شروعى جهت حضور مطبوعات در خدمت بلوغ فكرى, آگاهى هاى سياسى و اجتماعى جامعه ى ايران محسوب مى شد.

جمع بندى و نتيجه گيرى

رسانه هاى گروهى, علاوه بر اين كه در فرآيند ارتباطات و جابه جايى اطلاعات در درون جامعه و ملل سهيم هستند, مى توانند با كاركرد خويش در عرصه هاى سياسى, فرهنگى و اقتصادى به موازات تحولات عميق در نهادهاى سياسى, اجتماعى, فرهنگى و دگرگونى باورها و ارزش هاى مسلم جامعه كار ساز بوده و به عنوان يك دانشگاه عمومى در راستاى شكوفايى و اعتلاى فرهنگ جامعه به فعاليت بپردازند و زبان هدايت خويش را به كار بسته و جامعه را به سمت و سوى مطلوب هدايت نمايند.

پى نوشت ها

1. Ubiguity.

2. Lazarsfeld (P.F) merton (R.K.) mass Cummunication popular and rganized social action, P. 492

. و نيز ر.ك: كازنو(ژان) جامعه شناسى وسايل ارتباط جمعى, ترجمه باقر ساروخانى و منوچهر محسنى, ص 45.

3. Lazarsfeld (P.F) merton (R,K) op.cit , P : 494

4. اغلب كسانى كه در صنعت ايران پيشگام بوده اند, يا فرنگ رفته و تربيت شده ى غرب بودند يا غير مسلمان, نظير روسى خان كه از پدرى انگليسى و مادرى تاتار روس متولد شده بود و اوهانيان ارمنى كه از روسيه به ايران بازگشته بود به تقليد از غرب به فيلم سازى پرداخت.

(كيهان شماره 14469,9/2/71).

5. همان.

6. حقوق اساسى و ساختار حكومت جمهورى اسلامى, قاسم شعبانى, ص 260, انتشارات اطلاعات, چاپ اول, 1363.

7. قانون اساسى جمهورى اسلامى/وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامى, چاپ اول, 1368.