

درس جامعه‌شناسی در وسائل ارتباط جمعی!

چگونه با این وسائل اصالت فرهنگی ما را دزدیدند؟!
تبلیغات تلویزیونی نسل جوان یاد می‌دهد که بی‌خیالی
پیشه‌کنند و تنها عامل مصرف باشد!

بی‌گمان ما، در یکی از بهترین‌ترین و حساسترین دوران تاریخ زندگی می‌کنیم، دوران تمدن ماشینی. تمدنی که تفکر، در آن فراموش می‌شود و زندگی به گذران ایام تبدیل می‌گردد. انسان از خویشانش بیگانه می‌گردد و امنیت‌هایی را که وجودش را ساخته‌اند انکار می‌نماید. انسانیتش را از یاد می‌برد و سرانجام به یک وحشی تبدیل می‌شود، که تعاقب و انتخاب دارد و نه خلایق.

استعمار فرهنگی

انقلابات، شکست‌ها و پیروزی‌های کشورهای جهان، بازتابی است از کوشش‌های آنان جهت دست یافتن به یک آزادی واقعی. خلق‌های مشرق زمین برای رهایی از یوغ استعمار و باز یافتن استقلال سیاسی و اقتصادی سال‌ها با استعمار و عوامل آن نبرد کردند.

ویکی پس از دیگری زنجیرهای اسارت را از دست وهای خود گشودند. اما پس از گذشت اندک مدتی استعمار نو کوشید باردیگر با شکردی تازه، همچنان بندهای اسارت را بر دست وهای بسیاری از مردم جهان و بخصوص کشورهای جهان سوم محکم‌تر کند، و برای نیل به این مقصود، وسایل ارتباط جمعی را که می‌توانستند برای بشر خوشبختی، دوستی، صلح و تعاون به ارمغان بیاورند، به کمک گرفت و آن‌را به آلتی برای استعمار فرهنگی و مسخ فکری توده‌های جهان سوم تبدیل کرد. زیرا مدیران شرکت‌های بزرگ چند ملیتی و انحصارطلبان دنیای صنعتی آنقدر هوشیار بودند که بدانند ادامه‌ی استعمار اقتصادی و دوام سلطه نظامی، بدون استعمار فرهنگی از ضمانت کافی برخوردار نیست و دیری نخواهد پایید که روبه زوال برود. به این ترتیب بود که غرب مجرای فرهنگ استعماری خود را به روی مشرق گشود و با تبلیغات بی‌گیر و همه جانبه، راه رستگاری مشرق را دردنباله روی و تقلید مشرق از غرب و انمود کرد و شگرد تازه‌اش این بود که مشرقی در عین اسارت فرهنگی و تحقیر خویش و در حالی که خود شاهد نابودی ارزش‌های ملی‌اش می‌باشد، احساس کند آزاد است، استقلال دارد، و بالاتر از همه خوشبخت است و به سوی تمدن گام برمی‌دارد!

شک وسایل ارتباط جمعی یکی از عوامل مهم در دگرگونی ارزش‌های فرهنگی و معیارهای ملی بوده و قادرند که با برنامه ریزی‌های دقیق و کنترل شده، اندیشه‌های مردم را شکل داده، رفتار آنان را به صورت دلخواه قالب ریزی نمایند. چرا که به تجربه ثابت گشته است که برنامه‌هایی که به وسیله‌ی این وسایل ارائه می‌شوند، در معنقات تاملناظران، خوانندگان و شنوندگان، خاصه نوع جوان و بی‌تجربه آن تأثیر و تصرف کرده و بر حسب مضمون و پیامی که دارند می‌توانند اندیشه‌های آنان را به راه‌های مورد نظرسوق دهند.

بدین ترتیب است که منجمدی جادویی تلویزیون، سردمد جهان سوم از همه جا بی‌خبر و سحر می‌کند و به او تعلیم زندگی می‌دهد بطوریکه فرد، موعبتش را فراموش می‌کند، او زیاده می‌برد که در دنیا زندگی می‌کند و خود را در همان صحنه‌هایی که در تلویزیون می‌بیند جای می‌دهد، بی‌روزی قهرمان فیلمها برایش شادی آفرین و شکست آنها تأثیر و رستگاری گاه تالیسی از شب همراه «کابوی‌های غرب وحشی» در دشت‌های بهائور یا سرخوستان بر گناه می‌جنگد و گاه همراه انسان‌های محروم و مساکین دیگر در روزهای فاجعه زمای آغاز می‌شود که فاصله‌ی بین «تخیل» و واقعیت را این‌قدر کم می‌کند که تجربه زندگی و اقتدارش می‌گردد که این برنامه‌ها از حالت تجربی و بی‌ایک سرگرمی ساده بیرون آمده، به صورت واقعیت متجسس می‌شوند. به عبارت دیگر انسان‌ها، نمایش‌ها، برنامه‌ها و

فیلم‌های مبتذل و پوچ این وسایل، جزئی از زندگی شخص شده سبب مسخ فکری تماشاگر کردند در نتیجه کم‌کم تماشاچی مورد بحث نیز به یکی از همان ماشین‌های ساخته شده به دست انسان‌های عرصه‌ها تبدیل می‌شود که به دستگاه کنترل از راه دور مجهز شده بر طبق فرمان حرکت می‌کند. و از خود شعور و اراده‌ای ندارد، اومو جودی می‌شود که دیگر حتی از خود سؤال نمی‌کند که من کیستم؟ و چرا زندگی می‌کنم؟ اوقفت را بد حرکت کند، درست مثل یک عروسک ماشینی بخندد، برقصد، بخورد، و بخوابد!

کنترل همه جانبه‌ای که وسایل ارتباط جمعی در تمامی جوانب زندگی را اعمال می‌کنند سبب می‌شود که او هر روز بیش از پیش در اسارت تخیلات فیلمسازان و داستان‌نویسان بازاری و گهگاه منحرف، غرق گردد.

ارزش‌های پوچ

اربابان شرکت‌های بزرگ چند ملیتی و انحصارطلبان بین‌المللی یکمک این وسایل در مردم انحصاری نقاط جهان نفوذ کرده عقاید و آراء شان را دگرگون می‌سازند، نظریات جدیدی را به آنان تلقین می‌کنند و سرانجام با هر یک که به وسیله‌ی این وسایل ارائه می‌شود، ایدئولوژی جدید به آنان تزریق می‌گردد زیرا یکی از خصوصیات مهم این وسایل، جلب دائمی علاقه‌ی مردم از طریق تنوع برنامه‌ها می‌باشد. بسیاری از مردم هر روز ساعات بسیاری را با وسایل ارتباطی می‌گذرانند، به رادیو گوش می‌دهند، تلویزیون تماشا می‌کنند و یا روزنامه می‌خوانند (کتاب به تدریج فاقد اهمیت ویژه‌ی خود گشته، چرا که برنامه‌های متنوع این وسایل دیگر وقتی برای کتاب خواندن باقی نمی‌گذارند و شاید بهتر باشد که بگوئیم مردم ضرورت کتاب خواندن را دیگر احساس نمی‌کنند)!

برنامه‌های پوچ و مبتذل وارداتی سبب می‌شوند که مردم جهان سوم ارزش‌های فرهنگی خود را فراموش کنند و تاریخ و میراث واقعی فرهنگشان را از یاد ببرند و آنوقت که ذهنشان آماده برای پذیرش هرگونه مطالب بی‌سرقتی از فرهنگ بیگانه شد، با بی‌ارادگی تمام در جهت منافع دنیای صنعت بکوشند. حتی با اقرار به این مسئله که وسایل ارتباط جمعی می‌توانند بهترین و ارزنده‌ترین وسیله‌ی تعلیم و تربیت و پرورش ذوق و اشاعه‌ی فرهنگ و هنر باشند، باز این سؤال پیش می‌آید که آیا اگر سینما و تلویزیون به کشورهای جهان سوم راه نیافته بود این کشورها خوشبخت‌تر از اکنون نبودند؟ زیرا درست است که نمی‌توان منکر نقش آموزشی این وسایل شده، ولی آموزش

در چه جهت؟ در جهت شناخت ارزش‌های راستین برای دستیابی به یک خود آگاهی انسانی و یا آموزش برای مسخ فرهنگی و تقلیدی اساس از مظاهر پوشالی و جنبه‌های مبتذل فرهنگ غرب؟ چرا که مسأله‌ی اساسی این است که به نظر می‌آید این وسایل از هدف اولیه خود دور گشته و برنامه‌هایشان هر روز بیش از پیش به زوال می‌گرایند و هرگاه منتقدین اجتماعی هشدار می‌دهند در مورد ابتذال محتویات رنگین نام‌ها و یابی مسئولیتی مسئولان امور وسایل ارتباط جمعی، به این دستگاه‌ها می‌دهند، اینان فوراً نداسر می‌دهند که «ما خواست‌های مردم را منعکس می‌کنیم» ما فیلمی می‌سازیم که مردم می‌پسندند، ما داستانی می‌نویسیم که مردم از آن لذت می‌برند «ما برنامه‌های تهیه می‌کنیم که مردم مجریان آن را دوست دارند» و علاوه «ما بر طبق خواست و سلیقه‌ی مردم عمل می‌کنیم شاید اشعای مسئولان در این مورد صحیح باشد، ولی باید بی‌رسیم که واقعاً چه کسی این خواست را در مردم ایجاد کرده است؟ چه کسی مردم را به خواندن مطالب بیهوده عادت داده است؟ چه کسی مردم را به خرید بازاری و مصرفی معنادار ساخته است؟

آنها همین وسایل ارتباطی نبودند که مردم را به تدریج از اصالت‌های فرهنگی خود دور کردند و با ارائه‌ی یک شبه فرهنگ غربی، آنها را از ویژگی‌های قومی، اخلاقی و معنوی خویش بیگانه ساختند؟ آیا تبلیغات همه جانبه‌ی این وسایل نبود که سبب پایدار گشتن «ولع مصرف» شد؟ و آیا همین رنگین‌نامه‌های به اصطلاح فرهنگی نبودند که مردم را سرگرم عشق‌بازی‌های فلان رقاصه و یا هرزگی‌های فلان هنرپیشه ساختند؟ پس خواست مردم به وسیله‌ی این تعیین گشته است و سلیقه‌شان توسط برنامه‌های وسایل ارتباطی شکل گرفته است و به همین دلیل هم هست که یک جوان پرورش یافته اینگونه وسایل، حضرات ساعت‌ها برای دیدن رقاصی فلان روسی سر و دست بشکند و یا تا پاسی از شب یا آهنگ جاز برقصد، اما حاضر نیست سخنی در مورد فرهنگش بشنود، و با امیراث تاریخی و فرهنگی‌اش اطلاعی پیدا کند و نازد برای چه نسبت به این مسایل علاقه نشان دهد؟ مگر نه این است که وسایل ارتباط جمعی با ارائه مطالب پوچ و بیهوده خود اهمیت این مسایل را تحت الشعاع قرار میدهد؟ چه کسی به فرد مورد بحث ما پاسداری از ارزش‌های فرهنگی را آموخته و چه کسی ضرورت شناخت تاریخ مملکتش را به او گوشزد کرده است؟ هیچکس، زیرا روند جامعه مصرف اشاعه از خود بیگانگی و بی‌هویتی است. (تخلیص از خواندنیها)