

تلویزیون و جوانان

از : کامبیز محمودی

اندازه‌گیری میزان تاثیر وسائل ارتباط جمعی روی جمعیت و یا بهتر بگوئیم تاثیر پیام روی گیرنده پیام با اینکه حائز نهایت اهمیت است کاری است بس مشکل و دقیق . چه ، گذشته از موجود نبودن وسائل اندازه‌گیری کاملا مطمئن و دقیق ، خود موضوع مورد مطالعه برخلاف علوم فیزیکی امریست تا حدی ناپایدار و دائم در حال تغییر ، اما از این گفته نباید نتیجه گرفت که کوششهای ارزنده دانشمندان علوم اجتماعی در این زمینه بی‌ثمر و عبث بوده است . برعکس چون موضوع مورد مطالعه ، مسئله‌ایست بسیار پیچیده از اینرو باید توجه کرد که نتایج حاصله علیرغم دقت و تلاشی که میشود دارای نواقص و کمبود هایی است . پژوهشهای مربوط به اندازه‌گیری اثرات برنامه های تلویزیون بر روی تماشاگران از روش و شیوه های تحقیقاتی مربوط به فیلم و سینما الهام گرفته و چون اقل ۲۰ سال سابقه این نوع تحقیقات در زمینه فیلم و اثرات آن وجود داشت محققان علوم اجتماعی و بخصوص دانشمندان علوم ارتباطات دسته جمعی به‌میزان قابل ملاحظه‌ای از روشها و سبک کار پژوهشگران باصطلاح سینمایی تقلید کرده‌اند .

بجرات میتوان ادعا کرد که کلیه تحقیقات علمی مربوط به اثرات فیلم از قبیل : «اعتیاد سینمایی» ، اثرات سینما بر اوقات بیکاری مردم ، ارتباط بین افزایش جنایات و سینما ، اثرات سینما بر روی کسانیکه دارای ناهم‌آهنگیهای روانی هستند و مسائلی از این قبیل عینا در مورد تلویزیون تکرار شد . از اینرو بیجا نیست اگر بگوئیم محققان «تلویزیونی» اسیر فرضیه ها و روشهای تحقیقی که قبلا در مورد سینما بکار رفته بود شدند و مدتها ابتکاری در این زمینه از خود نشان ندادند و راه رفته شده را با همان امکانات و شیوه ها ، منتهی برای يك وسیله جدید (تلویزیون) ، از نو پیمودند . جالب‌تر آنکه همزمان با ایجاد شبکه های تلویزیونی در يك کشور آنچه قبلا در کشور دیگری انجام شده بود عینا و حتی اغلب با کلیه نواقص و عیوب تکرار میشد .

خوشبختانه از حدود سال ۱۹۶۲ میلادی (۱۳۴۱ شمسی) دانشمندان علوم اجتماعی توجه بیشتر و مطالعات عمیق‌تری را در زمینه وسائل ارتباط جمعی شروع کردند و تلویزیون بعنوان يك پدیده جدید و يك وسیله ارتباط سمعی و بصری موثرتر ، سهم بیشتری از این تحقیقات عمقی نصیبش شد .

پژوهشهای مربوط به وسائل سمعی و بصری بخصوص درباره فیلم و سینما که بیشتر متوجه فرم پیام و شیوه‌های تولید بود متوجه اثرات پیامها (چه سمعی و چه بصری) در گیرنده پیام شد و برای رسیدن به نتایج صحیح‌تر لازم بود مسائل روانی و اجتماعی مورد مطالعه قرار گیرد . تحقیقات از این زمان گرايشی بسوی شناخت فرد و موضوعات روانشناسی بخصوص روانشناسی اجتماعی یافت . عواطف ، احساسات ، عقاید ، سنتها و شخصیت پدید بازتری مورد مطالعه قرار گرفت و اثرات پیامها بر روی افراد و جوامع با آگاهی از روحیات خلقی و عاطفی و اعتقادات فرد و گروه بررسی و ارزیابی شد .

حتی علاوه بر توجه به اثرات پیامهای سمعی ، بصری و با سمعی و بصری توجه به عامل حرکت (Motion) نیز شد . چه ، این عامل که از زمان پیدایش فیلم متحرك ناطق در پیام وجود داشت ، از تحقیقات دانشمندان گذشته بدور مانده بود . نباید ادعا کرد همه تحقیقات مربوط به تلویزیون از ۱۹۶۲ به بعد صحیح و درست انجام شده ولی آگاهی باین مسائل و توجه باصول ذکر شده در اغلب پژوهشها بچشم میخورد .

قبل از اینکه به‌شما ای از نتایج بدست آمده تحقیقات مربوط به تلویزیون و اثرات آن روی جوانان بپردازیم لازم است توجه کنیم :

چرا نوجوانان و جوانان تا این حد به تلویزیون روی می‌آورند؟

ساده‌ترین پاسخ آنکه تلویزیون برخلاف برادر بزرگتر خود یعنی سینما سهل‌الوصول است . وقتی گیرنده تلویزیون در منزل وجود داشت ، نه تنها نوجوانان و جوانان ساده‌تر و بدون صرف پول و خرید بلیط از آن استفاده میکنند ، بلکه پدر و مادر راغب‌تر هستند که بجای اجازه دادن به فرزندان خود برای رفتن به سینما آنها را به تماشای سینمای خانگی متعلق بخودشان ترغیب کنند .

به جوانی که با خانواده خود زندگی میکند ، در شرایط خیلی مناسب در هفته اجازه يك یا درو بار سینما رفتن داده میشود ، در حالیکه تلویزیون هر شب حداقل بمدت ۷ تا ۸ ساعت در دسترس آنهاست .

اما اگر عمیق‌تر توجه کنیم که اصولا چرا انسان علاقمند به مشاهده فیلم و بالاخره برنامه تلویزیون است ، شاید پاسخی را که «گایل‌هاکر» داده است قانع کننده بیابیم : «... به سینما می‌رویم چون میخواهیم از زندگی یکنواخت روزانه بگریزیم ، حقایق زندگی را در بازی بازیگران فیلم عریان‌تر مشاهده کنیم ، حالات و روحیات و ماجرا های روابط دیگران را بدون اینکه متهم به فضولی شویم از نزدیک ببینیم ...» شك نیست که گفته‌های فوق اگر تمام حقیقت نباشد ، ولی حقیقتی را دربردارد که عینا در مورد تعداد زیادی از برنامه‌های تلویزیون نیز صادق است . «ویلبر شرام» در همین زمینه میگوید : «... تلویزیون تماشا میکند چون این وسیله بما یکنوع سرگرمی میدهد ، سرگرمی که کوششی در راه بوجود آوردنش نکرده‌ایم ، اغلب برنامه ها ما را بیک دنیای خیالی می‌برد ، موجب میشود ناراحتی و مسائل زندگی روزمره را برای چند لحظه از یاد ببریم ، ما را دستخوش هیجانانی میکند که معمولا در زندگی معمولی خود از آن سراسی نداریم ...»

حال بدون توجه باینکه بگوئیم اینوع خیالات و هیجانان و احساسات کاذب مفید و یا مضر است ، متوجه میشویم که نیازهای باطنی شخص و زندگی ماشینی خیلی ساده و ناخودآگاه ما را بسوی وسیله‌ای چون تلویزیون رهنمون میشود . ممکن است بگوئیم برای صرف وقت راههای بهتر تفریح هم وجود دارد . باز بدون اینکه داخل چنین بحث و گفتگویی شویم باید قبول کنیم که تلویزیون بزندگی ما داخل شده ، اینجا آمده و آمده است که بماند و حتما هم می‌ماند . باین تفصیل توجه زیاد نوجوانان و جوانان به تلویزیون به‌دلایلی که ذکر شده و بسیار دلایل دیگر امری طبیعی است . همانطور که قبلا اشاره شد نمیتوان در این مختصر مسئله تلویزیون و جوانان را که موضوع قسمتی از بحثهای این سمینار است و حتی میتواند موضوع يك کتاب قطور باشد به تفصیل تشریح کرد و امید است در گفتگوهائی که در این سمینار خواهیم داشت آنرا بهتر و بیشتر مورد مذاقه قرار دهیم .

قسمتی از نتایجی که از پژوهشهای اثرات تلویزیون بر کودکان،

نوجوانان و جوانان بدست آمده در نشریه شماره ۴۳ یونسکو تحت عنوان «الرات تلویزیون بر کودکان و جوانان» چاپ شده است .
برای اینکه حدود بحث و گفتگو های این سمینار روشن شود لازم است اشاره کوتاهی به این تحقیقات و نتایج آن بشود :

۱ - تأثیر تلویزیون در اوقات بیکاری جوانان

تمام تحقیقات مربوط نشان میدهد که در خانوار های صاحب گیرنده تلویزیون اکثر وقت آزاد نوجوانان و کودکان صرف تماشای تلویزیون میشود . از نتیجه تحقیقاتی که در تعداد زیادی از کشورهای مختلف جهان انجام گرفته اینطور مستفاد میشود که کودکان و نوجوانان بین سنین ۶ و ۱۶ سال ۱۲ تا ۲۴ ساعت را در هفته صرف تماشای تلویزیون میکنند .

کودکان با داشتن تلویزیون کمتر به رادیو گوش میدهند ، کمتر بسینما میروند و کمتر مجله میخوانند . ولی همین کودکان بیشتر از همسالان محروم از تلویزیون ، کتاب و روزنامه میخوانند . جوانان و نوجوانان صاحب تلویزیون بهمین نحو کمتر رادیو گوش میدهند و کتاب بیشتر میخوانند . جوانان صاحب تلویزیون فقط از برنامه های موسیقی و گاهی از اخبار رادیو استفاده میکنند . نوجوانان و جوانانی که دسترسی به تلویزیون دارند اندکی دیرتر از همسالان خود که تلویزیون ندارند برختخواب میروند . برای مثال این دیرتر خوابیدن در ژاپن ۱۷ دقیقه و در کانادا ۱۱ دقیقه در شب است .

نوجوانان و جوانان صاحب تلویزیون بطور متوسط ۱۵ تا ۳۰ دقیقه کمتر از همسالان فاقد تلویزیون صرف تکالیف مدرسه میکنند . بطور متوسط نوجوانان و جوانان در کشورهاییکه دارای فرستنده تلویزیونی هستند سالی ۵۰۰ تا ۱۰۰۰ ساعت و در عرض ۱۲ سال (دوران تحصیلات ابتدائی و متوسطه) ۶۰۰۰ تا ۱۲۰۰۰ ساعت از وقت خود را صرف تماشای تلویزیون میکنند .

۲ - تأثیر تلویزیون روی سلیقه و ذوق جوانان

اکثر تلویزیونهای جهان در برنامه های خود فیلمها و برنامه های تهیه شده در کشورهای دیگر را منظور میکنند و در طول برنامه آگهی تجاری پخش میکنند . این موضوع مورد توجه دانشمندان علوم اجتماعی قرار گرفت و بخصوص علاقه مند بودند بدانند تأثیر این برنامه ها ، که اصولا برای بزرگسالان تهیه شده و از آن مهمتر در کشوری تولید شده که فرهنگ و آداب و رسوم آن اغلب با فرهنگ کشوری که آنها در برنامه های تلویزیونی خود نمایش میدهد متفاوت است ، چه اثراتی بر روی نسل جوان دارد . نتیجه این پژوهشها نمایان ساخت اولاً ذوق و سلیقه «تلویزیونی» نوجوانان در سنین ۱۰ و ۱۱ سالگی ظاهر میشود و از این سن به بعد است که تفاوت هائی را آگاهانه و دانسته بین برنامه ها درک میکنند . ناگفته نماند که اگر کودکان کوچکتر از ۱۰ سال چندین سال برنامه های تلویزیونی مخصوص بزرگسالان را دیده باشند بدون شك در این ذوق و سلیقه «تلویزیونی» آنها در دوران نوجوانی و جوانی اثر گذاشته است ، ولی بهر صورت سلیقه و ذوق بیش از آنچه تابع نوع برنامه های تلویزیونی قرار گیرد ، تابع سن ، جنس ، هوش و ارزشهای اجتماعی و اعتقادات مذهبی افراد خانواده است .

چندین تحقیق جالب در مورد کودکان و نوجوانان در سراسر جهان صورت گرفت تا بدانند آیا این گروه «آنچه را می بینند دوست میدارند» و یا «آنچه را دوست میدارند می بینند ؟» نتیجه کاملاً متیقنی از این تحقیقات بدست نیامد ولی از خلال این نوع پژوهشها کشف شد که اگر در کشوری و یا شهری فقط يك کانال تلویزیونی وجود داشته باشد تماشاگران نوجوان بتدریج «آنچه را می بینند

دوست خواهند داشت» . ولی اگر دویا چند کانال تلویزیونی باشد نوجوانان بدنبال آنچه دوست دارند و بطریقی از آن برنامه مطلع شده اند میروند و بزبان دیگر «آنچه را دوست دارند می بینند» .

۳ - تلویزیون و یادگیری

تحقیقات نشان میدهد که تلویزیون یکی از موثرترین وسائل آموزش برای نوجوانان و جوانان است بیشمار میباشد . تلویزیون بهر دو صورت کمک و یاور معلم در کلاس و هم جانشین معلم مورد استفاده قرار گرفته و نتایج آن بستگی به نوع برنامه و مواد تدریس داشته است . اما اگر از تلویزیون آموزشی صرف نظر کنیم رابطه مستقیم و تاحدی از لحاظ آماری معتبر و متیقنی بین معلومات عمقی شاگردان دبیرستانها و استفاده و تماشا از تلویزیون عمومی وجود دارد . اما هنوز ثابت نشده است که جوانان استفاده کننده از تلویزیون غیر آموزشی نمرات درسی بالاتر و یا پایین تری از همسالان فاقد تلویزیون خود داشته اند ، یعنی هیچ رابطه مثبت و یا منفی بین شاگرد «زرنک» و یا «تنبل» بودن و تماشای تلویزیون پیدا نشده است . اما با آزمایشهای دقیق تر تا حدی دیده شده است که معلومات عمومی و عمقی شاگردان دبیرستان که تلویزیون تماشا میکنند بیشتر از شاگردانی است که تلویزیون نمی بینند .

نکته جالبتری که کشف شده این است که : شاگردان دبیرستانی که بعللی غیر از صرف وقت در کنار تلویزیون از دروس خود عقب مانده اند . پس از احساس این عقب ماندگی و باصطلاح سرخوردگی در درس یا دروس خود بشدت روی به تلویزیون می آورند و سرخوردگی درسی را با تماشای تلویزیون ولدت بردن از برنامه ها جبران میکنند .

۴ - تأثیر تلویزیون روی ارزشهای اجتماعی و دید کلی نو جوانان

این نوع تأثیر بر روی کودکان بسیار زیاد است ، ولی جوانان نیز از اثرات آن مصون نیستند . باید توجه کرد که این تأثیر در دو جهت مثبت و منفی قابل مطالعه است و نوع برنامه و حوادثی که بخصوص بر قهرمان فیلمها رخ میدهد و نحوه مقابله با این حوادث از مهمترین موضوعهای قابل بحث و مطالعه هستند . این تأثیر را باید شبیه اثر رمان ها و داستانهای جنائی ، عشقی و قهرمانی بر روی خوانندگان نوجوان دانست . در اینکه این نوع تأثیرات تا چه حد عمیق خواهند بود پژوهشهای علمی مربوط پاسخ صریحی نمیدهند و در این رشته است که احتیاج فراوان به تحقیقات عمقی و طولانی مدت احساس میشود .

۵ - تلویزیون و بزهکاری جوانان

بمانند سینما ، در مورد تلویزیون و ارتباط نمایش فیلمهای جنائی آن با بزهکاری و احتمالاً جنایت کاری جوانان فراوان بحث شده است . عوام يك ارتباط مستقیم و غیر قابل انکاری را بین این دو پیش بینی میکنند ولی هیچ تحقیق علمی تا بحال نتوانسته چنین رابطه ای را حتی در حد مشکوک نشان دهد . چه ، عواملی که موجب بزهکاری های جوانان و نوجوانان میشوند بسیار زیاد و دارای ریشه های عمیق هستند . برخی از تحقیقات نشان داده که فیلمهای خاص تلویزیونی بجوانی که بدلائل روانی ، اجتماعی و ارثی آمادگی اعمال جنایتکارانه داشته راهنمایی کرده و او را در انتخاب روش بزهکارانه هادی بوده ولی هنوز ثابت نشده است که برنامه های جنائی تلویزیونی فرد و یا گروهی را به سوی بزه و جنایات سوق داده باشد . در پی بردن به علل بزه جوانان باید بسیاری از مسائل اجتماعی و تربیتی را مورد مذاقه و مطالعه قرار داد .

پیشنهاد ها

نتایج تحقیقاتی که خلاصه آن بصورت فهرست ذکر شده هنوز پاسخ همه سوالات را نداده و اغلب آنها صد درصد جواب مثبت و یا منفی به علاقه‌مندان ارائه نمیدهد، بخصوص که تقریباً هیچ نوع تحقیقی در زمینه های مورد بحث در کشور ما بعمل نیامده. بجاست محققان علاقمند ذیصلاحیت این پدیده جدید را که روز بروز گسترش می‌یابد نادیده نگیرند و باتوجه به اوضاع و احوال خاص سرزمین ما دست به تحقیقاتی بزنند تا از نتایج آن نه تنها کشور ما بلکه سایر کشور های جهان نیز بهره‌مند شوند.

هنوز نکات بسیار حساس و تاریکی در مورد تاثیر برنامه‌های خاص تلویزیونی بخصوص اثراتی که ممکن است از مشاهده مداوم و طولانی يك نوع برنامه ظاهر شود مورد مطالعه قرار نگرفته است. دراینکه چه نوع برنامه‌ای باید برای جوانان تهیه شود تا ضمن جالب بودن مفید باشد ما اطلاع دقیقی نداریم. اصولاً وقتی می‌گوئیم «برنامه مفید» مقصودمان چیست؟

وقتی عده‌ای می‌گویند برنامه تلویزیونی جوانان باید آموزنده باشد، منظور از «آموزنده بودن» کدام است؟ امید است مباحث این سمینار بتواند راهنمای کسانی باشد که دست‌اندر کار تهیه برنامه های تلویزیونی بخصوص برنامه های نوجوانان و جوانان هستند.

اعمال خشونت‌آمیز بازیگران فیلمهای تلویزیونی در صورتیکه از قهرمان داستان سر بزنند موجب تقلید نوجوانان میشود و مقداری از تحقیقات اجتماعی نشان دهنده این واقعیت بوده که نوجوانان به تقلید از قهرمانان مورد علاقه خود در فیلمهای سریال تلویزیونی اعمالی را مرتکب شده‌اند. این اعمال به تقلید از قهرمانان فیلمها زمانی از نوجوانان سر میزنند که در اوضاع و احوالی مشابه قرار می‌گیرند و بهر صورت باید اتفاقی بیافتد تا جوان تحت تاثیر آنچه از قهرمان مورد علاقه خود آموخته مرتکب این اعمال بشود.

در اینکه تا چه حد برنامه های تلویزیونی خشونت آمیز میتواند مسئول آفرینش چنین اوضاع و احوالی از طرف جوانان باشد نمیتوان نظر درستی ابراز کرد.

۶- تأثیر تلویزیون روی سلامت نوجوانان

برخلاف تصور برخی هیچ آزمایش و تحقیقی هنوز ثابت نکرده است که مشاهده تلویزیون اثرات سوئی بر روی قوه بینائی، شنوایی و یا دستگاه گوارش افراد گذاشته است. تاثیر تلویزیون بر روی سلامت جسمانی افراد نظیر تاثیر است که ممکن است مثلاً مطالعه بر روی قوه بینائی داشته باشد. بدیهی است تماشای تلویزیون بمدت بسیار زیادی مانند مطالعه مداوم بی‌اثر نیست. اما ارتباط مستقیمی بین بروز این نوع ناتوانی ها و تماشای تلویزیون کشف نشده است.

مطبوعات در باره سمینار چه نوشتند؟

بهر حال اگر مساله را باین صورت مجزا در نظر بگیریم، باصطلاح بساختن شعری می‌پردازیم که سرانجام در قافیه‌اش گیر می‌کنیم - یعنی وقتی میخواهند در سمینار وسائل ارتباط جمعی بوضوح مطبوعات، که یکی از وسائل ارتباط جمعی است، بپردازند ادعا میکنند که مطبوعات ما فاقد ایدئولوژی هستند و هدفهای اجتماعی را بمردم نشان نمیدهند و نقشی برای دعوت مردم به‌نوسازی جامعه ندارند و سرانجام نتیجه می‌گیرند که دولت باید يك سیاست مطبوعاتی و انتشاراتی اتخاذ کند و در چهار چوب این سیاست الزام محدودیت و جنبه تجارتي مطبوعات باید تضعیف گردد.

بنظر ما اینگونه داوری درباره مطبوعات ناشی از همان نقصی است که بدان اشاره کردیم - یعنی جدا کردن وسائل ارتباط جمعی از مجموع شرایط اجتماعی جامعه و تصوراتی که مطبوعات جدا و مستقل از قوانین و رسوم و روابط موجود جامعه دارای تاثیر و نقش مستقلی هستند و اشتباه در این مساله که این مطبوعات نیستند که با داشتن ایدئولوژی به جامعه و سازمانهای آن ایدئولوژی میدهند، بلکه این جامعه و نظام ارزش ها و روابط اجتماعی آنست که باید بمطبوعات و سازمانهای مختلف خود و اصولاً بحرکت اجتماعی و اقتصادی خود ایدئولوژی بدهد.

اگر مطبوعات فاقد ایدئولوژی هستند، بخاطر اینست که دیگر سازمانهای کشور نیز ایدئولوژی ندارند زیرا کار اجتماعی براساس نهادهای اجتماعی و ارزش های اجتماعی است و هیچ جامعه‌ای را نمیتوان تصور کرد که مطبوعات آن فاقد ایدئولوژی باشند ولی دیگر سازمانهای اجتماعی‌اش دارای ایدئولوژی باشد. از این گذشته وقتی

درباره تاثیر وسایل ارتباط جمعی بر جوانان هنگامی میتوان بحث و مطالعه کرد که مساله عمل و تاثیر و کیفیت بکار بردن وسایل ارتباط جمعی قبل از هر چیز در شعاع روابط اجتماعی و اقتصادی که بر جامعه حکومت میکنند مورد بررسی قرار گیرد. زیرا وسایل ارتباط جمعی یعنی مطبوعات و رادیو و سینما و تلویزیون، جزئی از ابزار و وسایلی است که از طرف روابط اجتماعی و اقتصادی و نظام موجود ارزش ها بخدمت گرفته میشود. مساله اساسی بر سر چگونه بکار گرفتن وسایل ارتباط جمعی است - یعنی اگر قدمی فراتر بگذاریم باین نتیجه میرسیم که وسایل ارتباط جمعی را که از مثنی آهن و کاغذ و نوار و پلاستیک تشکیل میشود، فقط و فقط میتوان در شعاع مجموع روابط موجود اجتماعی و اقتصادی و سیاسی و قانونی و اخلاقی و فرهنگی بررسی کرد. یعنی اگر میخواهیم درباره وسایل ارتباط جمعی صحبت کنیم قبل از هر کار باید نظام موجود ارزش‌ها و نهاد های جامعه را مورد مطالعه قرار دهیم زیرا از راه بررسی این ارزش‌ها و نهاد ها است که میتوان به کیفیت کار و تاثیر وسایل ارتباط جمعی بر جامعه پی‌برد و کمال یا نقص آن را قضاوت کرد. اگر ما نهادها و ارزش ها را مورد بررسی قرار ندهیم و حتی به کیفیت عمل وسایل ارتباط جمعی در شرایط موجود جامعه توجه نکنیم، چگونه میتوانیم به تاثیر کار این وسایل در جوانها بپردازیم؟ چگونه میتوانیم جوانها را بصورت يك جزء مستقل از جامعه و وسایل ارتباط جمعی را بصورت جزء مستقل دیگری از ابزار نظام اجتماعی و اقتصادی جامعه جدا کنیم و آنها را بصورت مجزا و منزوی از مجموع مسائل اجتماعی و نظام ارزش ها مورد مطالعه قرار دهیم؟

به جنبه تجارتي بودن مطبوعات حمله ميشود ، بطور صريح نقش ارشادي مطبوعات و همچنين جنبه تجارتي آنها که در جوامع سرمايه داري به نسبت کيفيت ارزشها و ميزان دخالت مردم در امور اجتماعي فرق ميکند - مورد بحث قرار نميدهند و نميگويند که در کدام کشور سرمايه داري مطبوعات فاقد جنبه تجارتي هستند ؟

براي روشن شدن ذهن ناطقين محترم سمينار بايد اين نکته را توضيح دهيم که شدت وضع جنبه تجارتي و جنبه ارشادي مطبوعات رابطه مستقيمي با وضع و کيفيت روابط اجتماعي موجود جامعه دارد. يعني اين دولت ها و باقوانين نيستند که جنبه تجارتي و ارشادي مطبوعات را تنظيم ميکنند ، بلکه اين نظام ارزش ها و کيفيت روابط اجتماعي و سطح فرهنگي و رشد سياسي جامعه است که اين جنبه و ديگر مسائل اجتماعي مربوط به فعاليت وسايل ارتباط جمعي وساير سازمانهاي جامعه را تنظيم ميکنند .

اين وسايل بنظر ما از جمله مسائل بديهي علم جامعه شناسي است که بکمک يك احساس وسابقه ذهني در مسائل اجتماعي نيز ميتوان شکل منطقي آن را درک کرد و در هنگام بحث و مطالعه بجاي بررسي مسائل در قالب مجردات و فرار از روبرو شدن با واقعيات علمي و اجتماعي ، مسائل را در قالب خاص علمي خود و براي رسيدن بيک نتيجه منطقي و منطبق با حقايق مورد بررسي قرار داد .

(روزنامه کيهان)

اگر هدف نهادها و ارزش هاي اجتماعي به فقر آرمانها و حقارت مایه هاي فرهنگي و علمي جامعه کمک کند ، طبعاً کيفيت کار وسايل ارتباط جمعي بموازات اين هدف حرکت ميکند - يعني محصول کار اين وسايل خواه و ناخواه بدوام اين هدف کمک ميکند و طبعاً دوام فقر فکري به تدريج بصورت جزئي از عناصر و مایه هاي فرهنگي جامعه درميآيد . و برعکس غناي فرهنگي و علمي و حرکت دائمي نهادها و ارزش هاي جامعه بسوي کمال ، بالطبع وسايل ارتباط جمعي را نيز به کار خلاقه ميکشاند . وقتی سطح شعور اجتماعي و وجدان سياسي مردم بخاطر وجود تاسيسات و سازمانهاي اجتماعي و برخورد مداوم عقايد و آرا و تقسيم منطقي و قانوني و طبيعي قدرت ها بالا باشد ، طبعاً وسايل ارتباطي و محصول کار آنها نيز با اين سطح اجتماعي منطبق خواهد بود . و با لااقل به نسبت برخورداری طبقات اجتماعي از فرهنگ ، وسايل ارتباط جمعي بصورت متنوع تری در اختيار مردم قرار خواهد گرفت - يعني به نسبت وجود دموکراسي اجتماعي و اقتصادي و سياسي و به نسبت تمايلي که مردم به مسائل علمي و ادبي و هنري و سياسي و اجتماعي دارند و به نسبت سطح فکر و درک آنها از اين مسائل وسايل ارتباطي محصولات خود را بطور متنوع و در سطوح مختلف تنظيم کرده ، گروههاي مختلف مردم محصولاتي را که باب ذوق و فکر و شعور آنهاست انتخاب ميکنند . در غرب امروز شکايت از همين است که با وجود تمام آزاديهاي فردي ، سيستم توليد با استفاده از وسايل ارتباط جمعي استقلال فکر و قدرت اندیشه و شعور قضاوت را از جماعت و توده هاي مردم سلب ميکند و آنها را در سحر و افسون تبليغات و مایه هاي مبتدل و تخديرکننده محصولات وسايل ارتباط جمعي - منجمله مطبوعات پرتيراژ روزانه و هفتگي بخواب ميبرد . و مي بينيم که در غرب امروز حمله اصلي قبل از اينکه بطرف معلول باشد ، بطرف علت است - يعني روش توليد و روابط اجتماعي ناشي از آن را علت اين آشفتگي و ابتدال ذوق و فکر عمومي و ميل به آسان پذيري و زود باوري عامه ميدانند . (روزنامه کيهان)

چند روز است سميناري بابتکار انجمن ملي يونسکو ، در تهران

تشكيل شده است ، تا ارزش تائير «روابط جمعي» را بر جوانان بررسي کند .

منظور از روابط جمعي ، گويي وسايل ارتباطي است که براي جماعت کثير بوجود ميآيد . نظير روزنامه ، که قديمترين است و سينما ، راديو ، تلويزيون ، و از بحث هايي که طی دو جلسه سمينار شده است ، و فشرده يي از آنها ، دبیرخانه انجمن ملي يونسکو براي روزنامه فرستاده است ، چنين برميآيد که تکیه و توجه اصلي را ، آنجا روي تلويزيون گذاشته اند و تلويزيون و اثر آنها روي جوانان ، در مرحله اول بررسي قرار داده اند .

شايد بعنوان اينکه تلويزيون ، تازه ترين وسيله برقرار کردن ارتباط فکري با جامعه هست ، اين ترتيب زياد بدنباشد . اما بايد گردانندگان سمينار ، به چند نکته خاص توجه داشته باشند و اهميت و اثر هروسيله را ، در مقام مطالعه آن ، بطور کامل در نظر بگيرند .

ارزشها ، در هر بهره برداري از هر يك از اين وسايل ارتباط جمعي ، متفاوت است . و به تناسب انتظاري که افراد جامعه از هر وسيله ارتباط جمعي دارند ، اگر بدسته بندي ارزش ها مبادرت شود ، کار بجايي است .

وسايل ارتباط اجتماعي ، که ظريفي آنها را در نام «رستم» خلاصه کرده است و ظريف ديگر ، آنها در کلمه «مستر» انگليسي گنجانده است ، و با ابهامي که در اين انتخاب تازه هست ، به اختصار و ترکيب ، عمق بيشتري بخشیده است . برمدار نحوه بهره برداري که از آغاز از آنها شده ، هر يك داراي خصلت و فايده معين هستند . عده يي ، تنها از آن نظر مورد علاقه و توجه قرار ميگيرند که وسيله تفريح و سرگرمي بشمار ميروند . و بهره برداري از اين دسته وسايل در زمينه مسائل و مطالب جدی به تنهائي بسيار محدود است . و حتى پنج درصد مجموع ارزش آنها را نميسازد . و بطور چيني ، در تکميل کار ساير وسايل ميتوانند ، مفيد واقع شوند .

تلويزيون از اين دسته است ، راست است که وسيله يي است که گوش و چشم هر دو را بکار ميگيرد ، اما ، از آنجا که بطور کامل ، هيچ يك را مشغول نميسازد ، اثری که بجا ميگذارد محدود است . شنيدن يك قطعه موزيك خوب ، از راديو يا گرام مجال تفکر و تعمق بيشتري و وسعت تخيل و درک فزونتر به شنونده ميدهد ، تا همان قطعه موزيك را از تلويزيون ، با چشم و گوش ، هر دو به مفرز انتقال بدهد .

در زمينه مطالب جدی ، که خشکي و ابهام آنها تفکر و تعمق ميطلبد ، وضع از اين نيز پيچيده تر است . در خانه هاي خودتان ، همه مجال داريد که به بيشتري چگونه پای بحث و مطلب جدی از خبر ، سخنراني ، مصاحبه گرفته ، تا گزارش هاي سياسي ، تلويزيون مشتري هاي خود را از دست ميدهد ، و طالبين برنامه تلويزيون ، قريب باتفاق خواهان برنامه هاي هستند که سرگرم کننده باشد ، و بتوانند ، خاطرشان را با آنها مشغول کنند .

قسمتي از اين وضع خاص خود را ، در اين جامعه ، تلويزيون ، بخاطر نحوه عرضه نخستين آن ، بدست آورده است . اما ، در عين حال جزو خصلت اصلي و ارزش ماهوي تلويزيون ، اينست که مردم آنها وسيله سرگرمي و تفنن ميدانند .

اين طرز قبول جامعه از وسايل ، يك بنياد اساسي دارد ، و در باره همه اشياء و لوازم و اشخاص صدق ميکند ، شما عدوت کرده ايد ، براي هر يك از آشنايان خود ، در زمينه معين ارزش قائل شويد ، معيار ارزش ها هميشه قضاوت است و بطور کلي تعيين ارزش ها ، ذهني و ناخودآگاه انجام ميگيرد .

اما ، در موارد معین که طبقه بندی ارزش ها ، شروع میشود ، ناگهان ارزش ها با قالب گیری قضاوت ، عرضه میشوند و شکل و مفهوم پیدا میکنند .

براین اساس ، باید هنگامی که ارزش تلویزیون ، و رادیو و سینما و مطبوعات را بررسی میکنند ، این ارزش ها ، در ردیف های خود آنها مطالعه شود و اگر میتوانند و معیار های دقیق و سنجیده پی دارند ، علاوه بر ارزش اصلی هر وسیله ، در ردیف معلوم آن ، ارزش های فرعی آنها ، بصورت « درصد » بدست بدهند . روزنامه ، و مطبوعات ، بطور کلی ، يك وسیله ارتباط اجتماعی جدی است و اثری که میگذارد ، دگرگون سازنده است . اندیشه و درك و قبول جامعه را ، دائم میسازد ، و تکامل میبخشد و تغییر میدهد .

در هر جامعه که مطبوعات ، نتواند این خصلت اصلی خود را آشکار سازد ، علت را باید در جامعه ، پیدا کرد و جامعه نرسایی برای پرورش مطبوعات دارد . یا در راه رشد مطبوعات مانع و رادع بوجود آورده است .

اما ، باقی ارزش های مطبوعات ، ارزش های فرعی و جنبی است . درست همانطور که ارزش اصلی تلویزیون ، که تلفیقی از رادیو و سینما با تحريك بیشتر میباشد ، در جنبه سرگرم کننده آن است . و اگر در تشخیص این ارزش اشتباه کنیم ، و تصور کنیم همان اندازه که آگهی شیرین کفش ملی ، و صحنه عروسی ، همه افراد خانواده ها را به تماشا میکشاند ، طرح يك مساله سیاسی ، یا اجتماعی نیز وسیله تلویزیون قادر است ، هم تاثیر قاطع روی اندیشه تماشاگران کنیز آن بگذارد و هم همه این تماشاگران را ، بخود جلب کند ، در بهره برداری از ارزش واقعی تلویزیون . زبان میکنیم .

نظیر این بحث را ، در بزه يك وسائل ارتباطی جمعیتی میتوان ادامه داد ، هم سینما ، هم رادیو ، هم تلویزیون ، و روی همه آنها ، مطبوعات ، در ایران ، روشی مخرب ذوق و روح و تمایل جوانان پیش گرفته اند ، و آثاری که برجا میگذارند . به تربیت جامعه پی بی بند و بار ، طالب وقت گذرانی و فاقد حس مسئولیت اجتماعی ، و دور از مال اندیشی ، منجر میشود .

(روزنامه پیغام امروز)

در میان سمینار های متعددی که همروزه بمنظور بررسی یکی از مسائل اجتماعی ، فرهنگی ، اقتصادی و ... تشکیل می شود ، سمینار «تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر جوانان» از دوناظر حائز اهمیت بیشتر و شایان توجهی خاص است : نخست اینکه در این سمینار بار دیگر یکی از مسائل حیاتی جامعه ما - مسئله نسل جوان - و احتیاجات او مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است ، و دیگر اینکه وضع و چگونگی وسایل ارتباط جمعی مطبوعات ، رادیو ، تلویزیون ، فیلم و غیره ... را ، با توجه به نقش عظیم و انکار ناپذیری که این وسایل در تحولات و روابط اجتماعی جوامع امروز دارند ، مورد بررسی قرار داده است .

تردیدی نیست که همه پیشرفتهای شکفت انگیز دانش و تکنیک در زمان ما ، از بین رفتن فواصل بعید قاره ها و کشور ها ، تاثیر متقابل فرهنگ و تمدن ملل مختلف جهان بر یکدیگر ... همه و همه ناشی از توسعه و گسترش وسایل ارتباط جمعی است . و هر کوششی در راه بررسی ، شناسایی بیشتر و در نتیجه پیشرفت و تکامل این وسایل ، گامی است مثبت و مفید ، در جهت تحول و پیشرفت اجتماع . و این ، همان کاری است که سمینار مورد بحث ما ، دست اندرکار انجام آنست .

سمینار ، پس از بررسی مسائل مربوط به تلویزیون و رادیو و پاره ای وسایل ارتباط جمعی دیگر ، در پنجمین جلسه خود ، به بحث پیرامون مطبوعات و تجزیه و تحلیل نقشی که این وسیله موثر در پرورش روحیه جوانان داراست پرداخت .

در این جلسه که استاد محمد محیط طباطبائی همکار ارجمند ما نیز ، بعنوان يك مطبوعاتی قدیمی و با تجربه در آن شرکت داشت ، نخست مشکلات و نقائص موجود مورد بررسی قرار گرفت و آنگاه پیشنهادات ارزنده ای برای بهبود وضع مطبوعات و افزایش قدرت تاثیر آن در مردم بخصوص جوانان عنوان گردید ، از جمله اینکه دولت باید يك ایدئولوژی و سیاست مطبوعاتی و انتشاراتی ارائه دهد ، سیاستی که روشهای جدید و مؤثر را جایگزین سنتهای کهنه و قدیمی سازد و هم چنین جنبه های تجارت و محدودیت مطبوعات تضعیف شود .

در این واقعیت که مطبوعات بایستی مانند سایر وسایل ارتباط جمعی و پیشاپیش همه آنها ، نقش ارشاد کننده و بیدار کننده ای در جامعه داشته باشند ، تردیدی نیست ، ولی همانطور که شرکت کنندگان در سمینار نیز تأیید کردند ، برای اینکه مطبوعات در انجام این مسئولیت خطیر با توفیق روبرو شوند ، توجه بمسائل مختلف دیگر ، از جمله نیازمندیهای جامعه و ضروری تر از همه ، شناختن طبقات مختلف خوانندگان مطبوعات - بویژه جوانان - در درجه اول اهمیت قرار دارد . برای اینکه نشریه ای در جوانان يك جامعه نفوذ کند و مورد پذیرش آنان قرار گیرد ، نخست باید جوانان را شناخت و از احتیاجات آنان آگاه شد و آنگاه تامین همین احتیاجات . یعنی بوجود آوردن نشریه دلخواه را نیز بخود جوانان سپرد . درکشوری چون ایران که دست اندرکار اجرای برنامه های عظیم صنعتی و اقتصادی است و با گسترش روزافزون علم و دانش در شهرها و روستاهای دور و نزدیک هر روز پرتعداد افراد باسواد و جوانان تحصیل کرده افزوده می شود ، پیروی از روشهای کهنه مطبوعاتی و تامین نظر گروههایی که بمطالب آسان و زود هضم عادت کرده اند ، نوعی بی توجهی به نیازمندیهای جامعه ، بویژه جوانان است و نمیتواند فکر و ذهن و تعقل و تفکر خواننده را بسوی مصالح و هدفهای واقعی اجتماع متوجه سازد .

همانطور که صاحب نظران ، نمایندگان جوانان و دانشجویان و سایر شرکت کنندگان در سمینار نیز تأیید کردند ، امروز دیگر بيك روزنامه و مجله نباید صرفاً بعنوان يك وسیله سرگرمی و وقت گذراندن نگاه کرد .

يك نشریه هنگامی میتواند ادعا کند که از عهده انجام وظیفه مطبوعاتی خویش برآمده است که در راه افزایش سطح دانش و فرهنگ جامعه ، آگاه ساختن آنان از مسائل مختلف علمی ، فرهنگی ، سیاسی و اجتماعی گام بردارد و یا چنانکه شرکت کنندگان در سمینار عنوان کردند ، نقشی را که برای دعوت مردم به نوسازی جامعه دارند ، چنانکه باید و شاید ایفا کنند . و صفحات تهران مصور طی چند شماره اخیر بهترین گواه این مدعاست که ما در این زمینه تا چه حد از عهده انجام وظیفه مطبوعاتی خویش برآمده ایم . اگرچه ما خود اذعان داریم که هنوز تا رسیدن به يك نشریه کامل و ایدآل راه درازی در پیش داریم ، ولی باتوجه به مذاکرات و پیشنهادات صاحب نظران شرکت کننده در سمینار ، خرسندیم که راهی روشن و درست را در پیش گرفته ایم و میکوشیم تا نیاز روحی و معنوی مردم ، مخصوصاً جوانان دانش پژوه را که تشنه آموختن بیشتر و تطبیق معلومات خود بادنیای پیشرفته امروزند تامین کنیم . راهی که - اگرچه دشوار - سرانجام آن بدون تردید پیروزی و سربلندی است .

(مجله تهران مصور)