

ارتباطات جمعی و تعلیم و تربیت

ارتباط جمعی می‌تواند توکونی که این مسائل جز اثری سطحی و زودگذر ندارند و بالاخره دسته‌سومی نیز قائل بوجود رابطه‌ای متقابل یعنی فعل و انفعال دو جانبه میان مسائل مذکور و انسان هستند و از سبب آن در میان تائید یا تک‌جهتی و مسائل ارتباط جمعی، پرهیز دارند.

ما هم با گروه اخیر در این نکته موافقت داریم که تمایلات فرد در انتخاب نوع برنامه و پلی می‌که از ارتباطات جمعی بدو می‌رسد، مؤثر است اما غافل از این نیستیم که بمجرد انتخاب برنامه و پیام مورد علاقه از جانب فرد، آن برنامه و پیام هم‌بنوبه خود گرایشها و باور داشته‌های قبلی او را تقویت میکند و عبارت راجح، آنچنان را آنچنان‌تر می‌نماید و در نتیجه فردی که مثلا تمایل به شکست‌ناپذیری و قواعد جامعه در زمینه‌های خاص داشت، اگر از پیام‌های رادیو - تلویزیون «تربیت» شنید و مانند آن تصدیق و حتی تجلیل تمایل خویش را استنباط کند، در گرایش نامطلوب خود بی‌تردید راسخ‌تر می‌شود.

بیشتر در ارتباطات جمعی و جرم و بزه‌کاری بیرون از حوزه بحث ماست اما حداقل باین نکته باید اشارت کرد که بدآموزی و مسائل ارتباط جمعی، به تقویت تمایلات نامطلوب یا آموزش فن‌وشیوه‌کاری، محدود نمی‌شود چه این مسائل قادر است که «قیح» چیزهای بد را از چشمها بپندارد و پرده حیا و آرزوم را از کند و از همه بدتر آنکه ارزشهای سالم اخلاقی مقبول در یک جامعه را در معرض تامل و تردید قرار دهد.

فی‌الحقیقه مشکل بزرگ تعلیم و تربیت معاصر در همین امر است که گاه مسائل ارتباط جمعی نه فقط با ارائه اطلاعات پراکنده و نامرتبط، ذهن را که بمنطق سلیم و دانشی مرتب نیاز دارد آشفته می‌سازد و عادت به تفکر منظم و حرکت از مبادی و مقدمات ساده به سوی نتایج و غایات پیچیده را تضعیف میکند بلکه احیانا تشدید، تناقضات تربیتی و انتقال اطلاعات و ارزشهای مخالف آنچه در نظام خانه و مدرسه مقبول است، به تشنگی فکری و تزلزل اخلاقی که در عصر ما بعلل دیگری ظاهر شده، نیرو و وسعت میبخشد.

در این باره شبهه نمی‌توان کرد که در روزگار ماکر تعلیم و تربیت تنها در اختیار و انحصار خانواده و مدرسه نیست جامعه بطور کلی، و برخی از عوامل اجتماعی بطور خاصی، و از آن جمله مسائل ارتباط جمعی نقشی بارز و روافزایش در زمینه تعلیم و تربیت ایفا می‌کنند و چنانکه در مقاله‌ای دیگر باشارت آمده است می‌توان از هم اکنون پیش‌بینی کرد که دخالت و مسائل ارتباط جمعی، بخصوص رادیو - تلویزیون و سینما نه فقط بعنوان مکمل آموزشهای رسمی و نیمه رسمی بلکه در مواردی نیز بعنوان جانشین آنها در دنیای فردا بسی بیشتر از گذشته توسعه باید.

ناگفته نماند که کار و مسائل ارتباط جمعی تنها آموختن نیست بلکه پرورش هنری و فرهنگی و در مواردی تربیت اخلاقی و معنوی را هم میتواند از این مسائل چشم داشت و با توجه به آن که نزدیکترین از گروههای جوان، اوقات مواجهه با مسائل ارتباط جمعی، از ساعاتی که در برابر آموزش رسمی صرف میشود، در مجموع کمتر نیست و با عنایت باین نکته که در تمدن ما گوش و چشم که بقول ملایطان تکلیف گاه فرهنگ تبیله‌ای و تمدن مکتوب بودند جای خود را به مجموعه حواس که مسائل ارتباط جمعی امروز خصوصا تلویزیون و تاندازه‌ای هم سینما در برگیرنده آنها هستند) سپرده‌اند و عبارات دیگر آدمی از جهت همه حواس و از هر سو با این مسائل احاطه شده است نباید اذعان کرد که تاثیر این مسائل جدید ارتباط، با همه پراکندگی و بی‌نظمی که در ارائه پیامهای آن بچشم میخورد (بخلاف آموزش و پرورش رسمی که حالتی منظم و متراکم دارد) در مقایسه با مسائل سنتی آموزش و پرورش، ناچیز نیست.

همین تاثیر قابل ملاحظه و مسائل ارتباط جمعی در تغییر احوال نفسانی بشر موجب شده است که در مجموع سه دسته متفکران و محققان بظهور رسند:

توضیح آن که عده‌ای از دانشمندان، ارتباطات جمعی و تکنولوژی بنیادی آن را «تصرفی عدوانی» در ذهنیات انسان و تجاوزی به آزادی بشر می‌دانند و بعکس، گروهی دیگر با خوش بینی سهل‌گیرانه به مسائل



بنگامی که سخن از تاثیر تربیتی ارتباطات جمعی می‌رود، نخستین سئوالی که طرح می‌شود این است که تهیه کننده پیام های ارتباطات مذکور کیست و هدف و غرض او از این کار کدام است؟ آنچه میدانند که سه هدف عمده وسائل ارتباط جمعی را «اطلاع دادن، سرگرم کردن و تشکیل بخشیدن» دانسته‌اند اما از این نکته هم غفلت نباید کرد که اهمیت مقاصد تجاری و احیانا سیاسی در عصر ما موچیده است که غالبا هدف «سرگرمی» بر دو هدف دیگر چنان باید در مورد نقل و اشاعه اطلاعات، آنچه مورد نظر است آزادی و رفاه و وسائل ارتباط جمعی از هر نوع دخل و تصرف مفرطی است و این آنچه بیشتر بهدفعه‌های تربیتی مربوط می‌شود، نقشی است که وسائل ارتباطات امروزی در تشکیل ذهنی، اخلاقی و فرهنگی شنوندگان، بینندگان یا خوانندگان خویش دارند و متاسفانه باید اذعان کرد که بسیاری از تهیه کنندگان پیام‌ها، نه معلمی کرده‌اند و نه خود را به اهدافی علمی پایبند می‌دانند. در جهان ماکه جلب مشتری هر چه بیشتر یعنی دسترسی به کمیت‌ها بیش از اهتمام در تحقق کیفیت‌ها مورد نظر است. طبیعتا تهیه کننده، برنامه‌ای می‌سازد که مورد خواست عده کثیری از مردم باشد معمولا چیزی خواسته و خوش آیند خلق است که در سطح عادی باشد و نه در مرتبه عالی، ساده و آسان درک شونده آنکه مجاهدتی فکری را اقتضا کند، ملایم طبیعت و غیره آدمی باشد نه آنکه مهارت برخواهد نفس سرکش‌زند. تهیه کننده‌ای که طالب شهرت است برفع خویش میدانند که با خواسته‌های آشکار و نهانی مردم همراهی کند و در ارضای همانها کوشا باشد نه آنکه رسالت و مسئولیت ارشاد و هدایت را، علی‌رغم تمایل توده‌عامی، خواهان و پذیرا شود.

بنگامی از فرهنگ جامعه متفاوت است و بیشتر منشاء شهری دارد چنانکه بعضی از پژوهشگران نکته‌سنج گفته‌اند، بیشتر خدمتگزار تمدن مصرف است و مبلغ میرنگی و هماوانی باجماعت. برنامه‌ای که بر این اساس تهیه می‌شود، غالبا تصویر مادی‌ساده لوحانه‌ای از خوشبختی ارائه می‌کند و سراب فریبی از این جهت در برابر دیده ما پدید می‌آورد. این گونه برنامه ملهم از فرهنگ توده بیش از همه بر «کلیشه‌ها» یعنی قالبهای متعین فکری تکیه میکند، چنانکه روانشناسان اجتماعی متعدد از جمله لیپمن و کلابرک باز نموده‌اند و بدین قرار شیوه‌های تبلیغی را در برابر واقعیت‌ها قرار میدهد که با منطق علم و واقع گرایی و سعه صدر عالم، سازگاری ندارد.

المنتهی ناقل از این نباید بود که ممکن است فرهنگ توده که از خلال وسائل ارتباط جمعی اشاعه می‌یابد حاوی فوایدی برای جمعی (بخصوص سینما) است از «فرهنگ توده» هم کمتر فواید مورد دهد و بکسانی که در مدرسه یا بزرگان جهان علم و ادب و هنر و فن و آثار آنان آشنا نشده‌اند از این جهت معلومات سودمندی عرضه کند ولی از سوی دیگر باید اعتراف کرد که دردنیای کنونی ما که زور و خشونت و حذب جنسی، موضوع و پایه اصلی غالب ارتباطات معی (بخصوص سینما) است از «فرهنگ توده» هم کمتر فواید مورد نظر حاصل میشود.

جمعی (بخصوص سینما) است از «فرهنگ توده» هم کمتر فواید مورد کنندگان پیام ارتباطات جمعی است. در این مورد پژوهشگران روشن کرده‌اند که شدت تاثیر پیامهای ارتباطات جمعی بدو عامل اصلی وابسته است: نخست بوجود آمدگی قبلی در اذهان و روحیه مردم و دوم بوجود ارزشها و قواعدی در گروه که با مضمون آن پیام موافق و مساعد باشد. اما حقیقت این است که رابطه میان تهیه کننده و شنونده با ملاحظاتی، رابطه‌ای بسته نیست و طبیعتا تهیه کننده بخصوص اگر طالب نوآوری باشد، قدمی از مقبولات فرد جامعه

تهیه کننده غالبا مروج سرسپرده نوعی فرهنگ است که در زبان جامعه شناسان فرهنگ توده Culture De Masse نامیده شده است که

فراتر می‌گذارد و آرمانها و آرزوهای خود از جامعه و فرهنگ رانمایه الهام خویش قرار می‌دهد و در این جاست که نقش او میتواند بوجه بارزی، سازنده یا ویران‌کننده باشد و در همین جاست که مسأله اساسی رسالت یا مسئولیت تهیه کننده شدت تمام مطرح میشود. این نکته هم از تحقیقات گروهی از جامعه شناسان ارتباطات جمعی برآمده است که هر قدر ذهن ساده‌تر است و بخصوص در نزد کودکان و جوانان و مردم عامی و روستائیشان، تاثیر و حتی تسخیر سینما، تلویزیون و وسائل مشابه بیشتر است و بعکس هر اندازه بختگی فرد بیشتر می‌شود، اثر مزبور هم کاهش می‌یابد. تحقیقات بلسون در انگلستان مبین آن است که در سالهای اولیه که خانواده‌ای صاحب دستگاه تلویزیون شده است، عملاً از فعالیت و حرکت اعضای خانواده کاسته میشود و عبارت دیگر در ابتدا افراد دریافت‌کننده پیام ارتباطات جمعی تا حدی از صورت فعل بی‌خالت «غافل‌گیر» در می‌آیند ولی بمرور زمان و پس از گذشت چند سال، سحر تلویزیون تقلیل می‌یابد و بتدریج از میان می‌رود و در نتیجه خانواده قادر میشود که باردیگر بعدتهای دیرینه خود بازگردد و فعالیت‌های گذشته را از سرگیرد و عبارت روشنتر از اسارت و مسائل ارتباط جمعی خارج شود. اگر نکاتی که یاد شد در مورد همه وسائل ارتباط جمعی صادق باشد، باید تصدیق کرد که اهمیت این وسائل در حیات متعلمان و مربیان جوان که بیشتر نقش پذیرند، تعلیم و تربیت، قابل مقایسه است و اگر تضاد و تعارضی میان آموخته‌های وسائل مذکور و نظام آموزشی و پرورش روی می‌دهد حداقل زبان، دست شدن میانی تعلیم و تربیت است چه بی‌گمان تاثیر و تسخیر پاره‌ای از این وسائل، خصوصاً آنها که مک‌لوهان بصف «گرم» توصیف کرده است، حتی از کتاب و دیگر ابزارهای متعارف مدرسه سنتی در عصر حاضر که عصر الکترونیک خوانده شده، شدیدتر است.

سؤال سومی که میتوان طرح کرد، مربوط به محتوی پیام مطلب ارتباطات جمعی است. روانشناسان اجتماعی روشن کرده‌اند که گاه محتوای «نهانی» این ارتباطات، تاثیر برابری برای محتوای «آشکار» آن دارد. چنانکه بسیاری از تفصیلات رایج بین گروهها را وسائل ارتباط جمعی بطور غیر مستقیم تأیید و تقویت میکنند. مثلاً اگر در برنامه‌های رادیو و تلویزیون بیا بر پرده سینما، نژادسپاه در موقعیت که تراز سپید پوستان قرارداد شده، خود این «کنایه»، اندیشه‌های متعجب شایع در جوامع تعصب آلوده را بصورت بیشتر می‌بخشد. ضمناً پیش از این گفتیم که محتوای آشکار ارتباطات

جمعی ممکن است بر اساس اصل هم‌رنگی و هماهنگی باجماعت به تبعیت از ذوق منحن و خواسته مبتذل عمومی دعوت کند اما از سوی دیگر امکاناتی را که در بطن وسائل ارتباطات جمعی برای معرفی و ترویج فرهنگ عالی وجود دارد ندیده نباید شمرد زیرا هرگاه وسائل مذکور از پیروی مقاصد تجاری و هدفهای مشابه خودداری کنند، بی‌گمان میتوانند در شناساندن ارزشهای والای فرهنگی بتوده خلق نقشی سودمند ایفا کنند. دیده‌ایم که گاه رادیو و تلویزیون به معرفی کتاب‌های خوب پرداخته و از این طریق شوق مطالعه و پژوهش را در شنونده و بیننده نیز گرده است و بجای آنکه میانی «تمدن مکتوب» را متزلزل کند به تشدید آن، بتفیع فرهنگی غنی‌تر و جامع‌تر، یاری نموده است.

در مورد زبان یا شکل و قالب و مسائل ارتباط جمعی و تاثیر آن هم جای گفتگو بسیار است. نارسائی و نادرستی این زبان ممکن است عامل مهمی در تضعیف ادب مکتوب و بی‌مایه و مغلوب شدن زبان عامه مردم شود. بسیار دیده‌شده است که دیوان سالارانی که مسئولیت اداره رادیو - تلویزیون و مانند آن را داشته‌اند همان زبان خشکیده و در بسیاری موارد نارسای اداری را در ادای پیام‌های ارتباط جمعی بکار گرفته‌اند. در موارد دیگر نیز یک نوع زبان دوشنفری که چون سکه قلب فقط رایج بازار مخصوص جمعی محدود است باین پیامها راه یافته و بهانه نوآوری در اصطلاحات و عبارت سازی‌ها، تفاهم درست و دقیق میان گوینده و شنونده را دشوار کرده است. این هر دو گونه افراط و تفریط در خویشکامی است خصوصاً که اصطلاحات و جملات مستعمل در رادیو و تلویزیون و حتی سینما و تئاتر زود برسوزبان‌ها می‌افتد و شیوه سخن گوئی و تکاورش مردم را، خصوصاً نزد افراد نابخته و نوجوان، سخت تحت تاثیر خود قرار میدهد.

از این گذشته شکل یا نحوه ارائه پیامهای ارتباط جمعی خود از جهت تربیتی و تعلیمی حائز اهمیت بسیار است و هنر عمده اصحاب ارتباطات جمعی در همین انتخاب شکل‌ها یا قالب‌هایی است که بهتر مقاصد را ادا کند و بدین گیرندگان، انتقال دهد. فی‌المثل در این جا این مطلب مطرح میشود که آیا حقائق اخلاقی را باید بصورت تند و اندرز ارائه نمود که غالباً مطبوع طبع مردم امروز نیست یا آن که بطور غیر مستقیم، در خلال قصه و داستان عرضه گردد که بی‌گمان تاثیرش در خلق حاضر بیشتر است.

هواداران این جنبه‌های تربیتی و مسائل ارتباط جمعی سخنان گفتنی بسیار است که باید بمقالتی دیگر احوال کنیم.

