

# نقش رسانه‌ها در کنترل افکار عمومی

« با رویکرد به جنگ اخیر اسرائیل با حزب الله لبنان »

ناهید مونسان - دانشجوی کارشناسی روابط عمومی



توجه به شهری شدن جوامع و تنویر افکار عمومی و بالا رفتن سطح درآمدها و رشد طبقه متوسط شهرفی، بعضی از دولتها که قدرت آن در دست طبقه متوسط جامعه بود از رسانهها برای همبستگی اجتماعی و قوام قومیتها و بسط فرهنگ ملی‌گرائی و تبادل آگاهی و تجارت بهره بردند. از طرف دیگر عده ای از حکومتها از رسانه‌ها به عنوان ابزاری برای توجیه خشونت و اقتدار و تحکیم قدرت اصرار و پافشاری داشته و دارند. به عنوان مصداق می‌توان به کشور آلمان در زمان هیتلر و بسیاری از کشورهای جهان سوم و بلوک شرق (قبل از فرو پاشی) اشاره کرد. ولی رسانه‌ها در بلوک غرب کارکرد چند وجهی داشته که در بعد بین المللی می‌توان به عنوان مثال از تولید و ساخت برنامه‌های متنوع و پخش آن در کشورهای جهان سوم و بلوک شرق که موجب اضمحلال و نابودی بسیاری از حکومتها گردید. اتحاد جماهیر شوروی را نام برد. در واقع غرب با استفاده از رسانه (بعنوان یکی از ابزارها) برای نابودی و انفکاک شوروی نهایت تلاش را داشت و سرانجام قواعد بازی را به نفع خود تغییر داد و همین امر سبب شد تا روسیه با تمام هزینه‌هایی که بعد از انقلاب اکتبر ۱۹۱۷ و جنگ جهانی دوم

پدیداری کهکشان گوتنبرگ در قرن پانزدهم و رواج و گسترش صنعت چاپ و ظهور روزنامه‌ها و چاپ انبوه کتابها و مجلات سبب شده است تا ابعاد جدیدی در قلمرو ارتباطات فی مابین کشورها و افراد بوجود آید و بشر از این طریق با دنیائی که در آن زندگی می‌کند ارتباط برقرار کند و از ناهمواریها و شیرینی‌های زندگی هم‌منوعان خود مطلع شود. با ظهور دولتهای ناسیونالیسم (ملی‌گرائی) و ارتباط جمعی، بسیاری از حکومتها، رسانه‌ها را ابزاری برای دگرگون‌سازی و تغییرات رفتاری افراد جامعه و مردم کشورهای دیگر در مقیاس وسیع و گسترده به کار گرفتند. با بوجود آمدن ابزارهای نوین رسانه‌ای، حکمرانان در کنار ابزار خشونت، از وسایل ارتباط جمعی برای حل مشکلات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و فرهنگی نه تنها در کشور خود بلکه در سطح روابط بین الملل سود جستند. با پیشرفت و ترقی افکار عمومی، به تبع تقاضاها و خواسته‌های مردم نسبت به حکومت افزون‌گشت، در عوض فرمانروایان و صاحب حکومتها و ارتباط جمعی با استفاده از وسایل رسانه‌ای نه تنها در شهرها بلکه به درون روستاها و قبایل نفوذ و رسوخ کرده تا هر چه بیشتر برای پیشبرد اهداف خود نهایت بهره‌برداری را فراهم بکنند. با

و پذیرش علمای این رشته واقع نشده است. مفهوم افکار عمومی مسیر طولانی و پرفراز و نشیبی را طی کرده است و بعدها این واژه در میان سیاستمداران اروپایی بعنوان عامل محدود کننده سیاست عمومی تلقی

شد. لازار معتقد است «پیدایش افکار عمومی آگاه، به عنوان نیروی سیاسی با طبقه متوسط، یعنی بورژوازی و نیز با ایجاد نهادهای دموکراتیک، رشد سودآموزی و بالاخره پیدایش رسانه های ارتباط همگانی و تکوین افکار عمومی رابطه تنگاتنگ داشته است.»<sup>۵</sup> عده ای از مردم جزء تدوین کنندگان افکار عمومی به حساب می آیند که در واقع تدوین کنندگان افکار عمومی نسبت به سیاست ها و رخدادهای جامعه واکنش نشان می دهند. این واکنشها بر اساس افکار عمومی (عقلانی، ارزش، احساسی) و نسبت به مسائل عمومی رخ دهد. شایان ذکر است بسیاری از مردم که نسبت به مسائل عمومی بی تفاوتند کمتر برنامه های رسانه ای را جدی می گیرند. «نیازهای روزمره زندگی در جامعه ای مبتنی بر رقابت یا نظام سرمایه داری برای آنها فراغتی نمی گذارد تا به مسائل عمومی توجه کنند و بطور معمول افکار عمومی حاضر و آماده ای را از دیگران می گیرند که ممکن است رهبر، همسایه یا کس دیگری باشد که به او توجه دارند» بنابراین افکاری است که از چند نفر سرچشمه می گیرد و عده ای زیادی از مردم آن را می پذیرند و فی الواقع قدرتها از طریق تبلیغات روی افکار عمومی اثر می گذارند چون با آراء موافق و مساعدت و همراهی توده های مردم نیاز دارند. مبلغان با تقویت معتقدات عام و شفاف سازی آن به نفع قدرتمندان از هیچ کوششی دریغ نمی کنند. در عصر حاضر افکار عمومی بر اساس سوابق ذهنی و مسائل سطحی از طریق ژورنالیست ها شکل و قالب می گیرد. همچنین م. اوزوف اذهان می دارد «آنچه در تحول افکار عمومی نقش بنیادی داشته است مفهوم شفافیت بوده است و می گوید آنچه در واژه نامه ها با تعاریفی از انتشار دادن، تبلیغات، نشر بیش از هر چیز روشن است موضوع شفافیت افکار عمومی و بویژه آزادی بودن حرکت آن است که راز نهفته را مکشوف می دارد و آشکار می سازد» بنابراین افکار عمومی از طریق تبلیغ که مؤثرترین سلاح برای کسب قدرت است با استفاده از دروغ، ریاکاری، ظاهر و صحنه سازی توسط صاحبان صنایع فرهنگی برای استیلای فرهنگی در عرصه مطالعات اجتماعی و ارتباطی مخاطبان رسانه هاست.

**کنترل افکار عمومی:** همیشه افکار حاضر و آماده در دسترس همگان نمی باشد بلکه افکار از طریق تبلیغات ماهرانه و حرفه ای در معرض توجه قرار داده می شود، روشهای تبلیغ بصورت مختلف گاه مستقیم و آشکارا و یا غیر مستقیم و مخفی و مشکوک صورت می گیرد. هدف عمده تبلیغات می تواند دلایل

برای پیوند و گسترش آن تحت عنوان اتحاد جماهیر شوروی را داشت، به عقب برگردد. در ۲۳ مه ۱۹۸۸ گیورگی آرباتوف رئیس مؤسسه امور آمریکای شمالی در شوروی و مشاور نزدیک وقت میخائیل گورباچوف در مصاحبه با مجله تایم عنوان کرد «مادر صددم بلای وحشتناکی بر سرتان بیاوریم، قصد داریم شما را از داشتن دشمن محروم کنیم»<sup>۱</sup> این مصاحبه منتشر شد و هر دیپلمات و سیاستمدار و ژورنالیست تعبیر و تفسیرهای متعددی از آن داشتند، شاید گیورگی آرباتوف از طریق این رسانه در صد ارسال پیامی بسیار مهم برای غرب بوده است که در زمان بسیار کوتاهی شاهد فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی بودند. بسیاری از منتقدان به روسیه معتقدند به دلیل عدم سرمایه گذاری این کشور در بخش نرم افزاری (کامپیوتر، ماهواره، اینترنت) و انسداد رسانه ها در ارسال پیام به مخاطبین و تنویر افکار عمومی از یک سو و از سوی دیگر غرب با رهبری آمریکا با استفاده از نرم افزارهای ارتباط جمعی و یا سرمایه گذاری کلان و با استفاده از رسانه های سرد و گرم\* با تبلیغات چشم گیر بر نیمه دیگر جهان فائق آمد. در سال ۱۹۱۸ جورج ولز با اعلام کرد «پیشرفت فنون انسانی ممکن است روزی اوضاع جهان را در هم بریزد و حتی عقاید مارکسیستی را از مفهوم خود عاری سازد»<sup>۲</sup> لنین در مقابل سؤال ولز چنین اظهار می دارد «حق با شما است. کلیه عقاید انسانی بر این فرض بنا شده که قدرت فنی هیچگاه از محدوده زمین فراتر نخواهد رفت. اگر ما موفق شویم بین کرات ارتباط برقرار کنیم، باید در همه عقایدمان تجدید نظر کنیم. اگر قدرت فنی نامحدود شود، پایان خشونت آمیز را بعنوان وسیله و شیوه پیشرفت بر ما تحمیل خواهد کرد»<sup>۳</sup>. نگاه لنین نسبت به قدرت فنی بسیار کارشناسانه و دقیق و سنجیده بود. پیشرفت در قدرت فنی در ابعاد مختلف علی الخصوص نرم افزاری سبب شد که گورباچف، گلاست نوست را در روسیه اعلام دارد و فضای شفاف سازی سیاسی و اقتصادی باعث شکل گیری و تغییر و دگرگونی در افکار عمومی شد.

**ب: افکار عمومی و شکل گیری آن:** خوزه اورتگا گفته است «در هیچ زمانی و در عالم کره خاکی کسی فرمانروایی نکرده است مگر اینکه فرمانروایی خود را به چیزی غیر از افکار عمومی مبتنی نکرده باشد»<sup>۴</sup> در واقع اورتگا خواسته است تا اهمیت و جایگاهی که برای افکار عمومی قائل است را به زبان قابل درک و فهم بیان کند و به این ترتیب این سؤال مطرح می شود که افکار عمومی چیست و چه جایگاهی دارد و چه تعریفی می توان از آن داشت تا مورد قبول و پذیرش اندیشمندان و علماء رشته های علوم اجتماعی و روان شناسی قرار گیرد. به نظر می رسد این دانش واژه همانند بسیاری از واژه های دیگر علوم اجتماعی با تعاریف مختلف از ناحیه اندیشمندان مورد قبول

قابلیت تطبیق اطلاعات از مردم گرفته شده است یعنی رسانه ها بقدری سریع حرکت و تغییر می کنند که مردم دنیا نمی توانند با تغییرات سریع خو بگیرند و از رسانه ها در امور فرهنگی و ایجاد الگوهای رفتاری با بهره گیری از دانشهای مختلف مورد نظر خود به بهترین وجه بهره می برند. قدرتهای بزرگ « همواره آمده اند تا از بحران ها و رویدادها و دخالتهای نظامی و غیره برای تقویت برنامه های تبلیغاتی بهره برداری کنند.»<sup>۱۲</sup> غرب با بهره گیری از رسانه های مدرن و از طریق توسعه شبکه های ماهواره ای توانسته است الگوهای ارزشی، مصرفی، شیوه تفکر و زندگی را در بلوک شرق بشدت دگرگون کند و این تغییرات سرانجام زمینه های سرنگونی بسیاری از حکومتها را در بلوک شرق بوجود می آورد. مجموعه تأثیرات تبلیغاتی غرب در بلوک شرق شرایطی را بدنبال آورد که رهبران شوروی سابق را بر آن داشته تا در الگوهای رفتاری گذشته خود تجدید نظر کنند و جهت گیریهای جدید سیاست خارجی را برگزینند<sup>۱۳</sup>. افکاری که توسط رسانه های مدرن زنجیره ای شکل گرفته با استفاده از موضوعات ارزشی و هنجاری فی الواقع به نفع صاحبان قدرت و ثروت می انجامد. اگر به الگوهای مصرفی اکثر مردم جهان نگاهی بیاندازیم متوجه می شویم الگوهای غربی موجب تغییر ذاتیها و رفتارها در بین مردم کشورهای آفریقایی، آسیایی و آمریکای لاتین شده است بدین ترتیب ارتباط جمعی علاوه بر تعیین و هدایت الگوها در مواقع ضروری به عنوان توجیه گر مسائل نظامی در زمانهای بحرانی کاربرد ویژه ای دارد و برای برانگیختن کینه، نفرت و عداوت مردم نسبت به طرف دیگر از اصطلاحات زشت همانند سگ درنده، شیطان، خون آشام، جنایتکار و تروریسم مورد استفاده قرار می گیرد.

رسانه ها در زمان جنگ نسبت به تحریف حقایق و مشروع جلوه دادن عملکرد حکومت و همچنین آرایش نیروهای نظامی و تجهیزات و امکانات نظامی به رجز خوانی برای تضعیف روحیه جهت شکستن مقاومت ذهنی و ایجاد ترس و وحشت برای طرف درگیر از قدرت خویش به خوبی بهره می برند. اگر جنگ اسرائیل با حزب الله را مورد ملاحظه و بررسی قرار دهیم آنگاه خواهیم دید که در تمام تحلیل ها و تفسیرها، رسانه های غربی ارتش اسرائیل را با سلاحهای فوق پیشرفته و ارتش رتبه ۴ در بین ارتشهای دنیا با جمعیت کم و با انگیزه و قدرت و مستحکم قرار می دادند و از طرف دیگر کشور لبنان را دارای ارتش بسیار ضعیف بدون تجهیزات و نفرت و کشوری با گرایشهای مذهبی متعدد و دارای اختلاف ما بین شیعه و سنی و مسیحی و گروههای چپ و ملی معرفی می کردند که در صورت حمله اسرائیل در ۲ الی ۳ روز خلع سلاح خواهد شد و در نتیجه بسیاری از

وسایل ارتباط جمعی علاوه بر تعیین و هدایت الگوها در مواقع ضروری به عنوان توجیه گر مسائل نظامی در زمانهای بحرانی کاربرد ویژه ای دارد و برای برانگیختن کینه، نفرت و عداوت مردم نسبت به طرف دیگر از اصطلاحات زشت همانند سگ درنده، شیطان، خون آشام، جنایتکار و تروریسم مورد استفاده قرار می گیرد

مختلفی از جمله: کسب قدرت، ایجاد یکپارچگی، در هم کوبیدن نفوذ دیگران، رضایت حکومت شونگکان، ترغیب و برانگیختن احساسات مردم برای شورش و ابزار خودکار برای بدست آوردن توده ه باشد و بقول آندره زیگفرد « وسوسه ها خیلی زیاد و سلاحها بسیار کارآمد است ». تبلیغات در عرصه جهان سیاست از طریق ارتباطات جمعی به صورت گسترده مورد استفاده قرار می گیرد « همه دولتها برای تأثیر گذاری در گروههای خاص مورد نظر در دولتهای دیگر به آن متوسل می شوند. از این لحاظ میان منافع ملی کشورهای رقیب سازش صورت نمی گیرد بلکه هدف تأمین منافع ملی دولت تبلیغ گراست» دولتها و شرکتهای چند ملیتی با استفاده از رسانه ها جهت تسلط بر منافع مالی و معنوی و همچنین بر دیگر کشورها از قدرت رسانه ها بهره می برد. آنشول بر این امر صحنه می گذارد و می نویسد « رسانه های خبری عوامل قدرت هستند که قدرت سیاسی و اقتصادی را اعمال می کنند و محتوای رسانه های خبری همیشه منافع کسانی را منعکس می کند که مطبوعات را از نظر مالی تأمین می کنند.»<sup>۱۴</sup> در همین راستا، مکتب فرانکفورت در مباحث محوری مطرح در اندیشه های انتقادی ارتباطی هشدار داد که امپریالیسم از طریق ابزارهای ارتباطی، سلطه خود را بر جهان تحمیل کرده و افکار عمومی را تحت کنترل داشته و واقعیت را به هر صورت که بخواهد با عوام فریبی غیر واقعی جلوه می دهد. تافلر طی مصاحبه با بیزنس تو اعلام می کند. « وقوع رویدادهای وحشتناک هم وجود دارد. یکی از این رویدادها به اعتقاد من به بن بست رسیدن واقعیات است. تکنولوژی عوام فریب در مقایسه تکنولوژیهای مورد تأیید همگان، با سرعت بیشتری رشد می کنند، ما اکنون ابزارهای بسیار قدرتمندی برای فریفتن یکدیگر داریم.»<sup>۱۵</sup> متأسفانه دولتها برای رسیدن به اهداف مورد نظر خود از هر ابزاری استفاده می کنند، با توجه به کارکرد رسانه های مدرن همانند ماهواره ها، اینترنت، SMS، روزنامه های زنجیره ای و غیره، اطلاعات واقعی برای فریب و اغوا مخاطبان تولید می شود با عنایت به سرعت پخش این اطلاعات

\* بر عکس رسانه های سرد ، نیاز به تمرکز زیادی ندارد ولی در عوض انتقال مفاهیم و معنا از وضوح بالایی برخوردار می باشد.

۲- آندره فوتتن ، پیشین ، همان ، ص ۵

۳- همان ، ص ۵

۴- عالم ، عبدالرحمن ، بنیاد علم سیاست ،

نشر نی ، چاپ اول ۱۳۷۳ ، ص ۳۶۵

۵- لازار. ژودیت ، افکار عمومی ، ترجمه

مرتضی کتبی ، نشر نی ، چاپ دوم ۱۳۸۳ ، ص ۳۸

۶- عالم ، عبدالرحمن ، پیشین ، ص ۳۶۷

7-M.ozpif,lni,home regener,op.,p32

۸ و ۹- همان ، ص ۳۶۹

۱۰- ورنر- سورین- جیمز تانگارد ، نظریه های ارتباطات

، ترجمه دکتر دهقان ، انتشارات دانشگاه تهران ، چاپ دوم

۱۳۸۴

۱۱- ماهنامه آموزشی ، پژوهشی و اطلاع رسانی ، ۸۴ ، ص

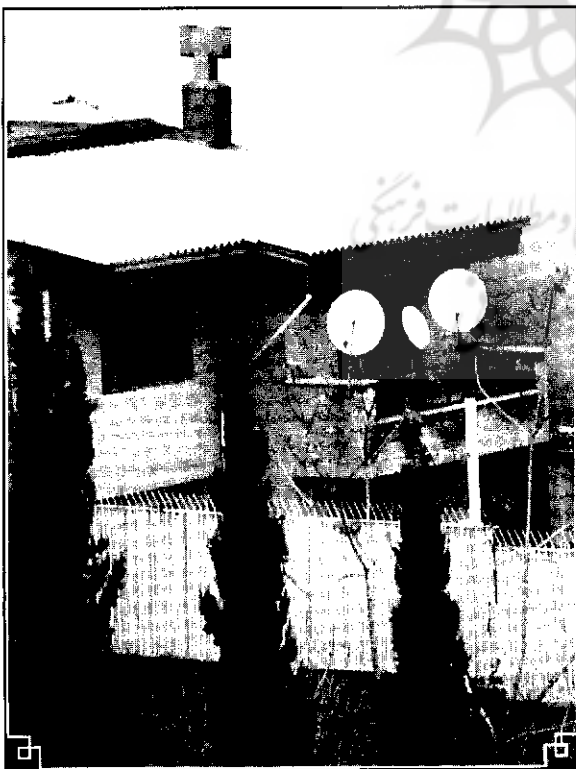
۷۶

۱۲- دکتر قوام سید عبدالعلی ، اصول سیاست خارجی و

سیاست بین الملل ، انتشارات سمت ، ۱۳۸۰ ، ص ۲۱۶

۱۳- همان ، ص ۲۱۷

۱۴- ویژه نامه تحلیلی مقاومت ، مرداد ماه ۸۵ ، ص ۲۶



افکار عمومی علی الخصوص عربهای خاور- میانه منتظر سقوط حزب الله در روزهای اول جنگ بودند. بدین ترتیب بسیاری از کشورهای عربی حمایت خود را از اسرائیل اعلام داشتند و کمترین توجه و عنایتی به عکس العمل و واکنش شهروندان خود نشان ندادند. از سویی به دلیل بمباران هوایی و موشکی رسانه های وابسته به حزب الله و دولت لبنان مردم جهان عرب ناچار شدند اخبار را از طریق خبرگزاری های وابسته به امریکا و اسرائیل تعقیب کنند.

« هنگامی که نیروهای مقاومت اسلامی (حزب الله) به حوزه نظامیان اسرائیل در منطقه اشغالی شبا حمله کردند و در یک عملیات نظامی ۲ سرباز اسرائیلی را به اسارت گرفتند رسانه های غربی مانند سی ان ان ، بی بی سی ، هرالڈ تریبون و تایمز ... از کلمه ربوده شدن و دزدیدن بجای واژه اسارت استفاده کرده که این کلمه بار منفی خود را به بیننده و خواننده القا می کند و حتی چندین بار در ارائه گزارشی از این کلمه استفاده شد.<sup>۱۱</sup>» چنین رویکردی توسط رسانه های غرب و اسرائیل با حرکت منسجم رسانه ای علاوه بر تخریب حقایق جنگی ، با بزرگنمایی عملکرد حزب الله به عنوان تروریسم و بهره گیری از تجهیزات نظامی پیشرفته و مدرن به بمباران شهرهای جنوب لبنان ، سعی در ایجاد شکاف سیاسی میان رهبران سیاسی لبنان و حاکمان عرب های خاورمیانه داشته تا از ایجاد اختلاف مابین آنها به متاع مورد نظر خود برسند. اسرائیلی ها در کنار تهدید قهری از ابزار رسانه ای (سنت و مدرن) برای توجیه رفتار و کردار خود و اقلان نیروهای نظامی از مذهب هم دریغ نکردند مثلا خاخام های اسرائیلی از احکام دینی برای کشتار کودکان و زنان فلسطینی و لبنانی فتوا و بیانیه صادر می کردند. پس صهیونیست ها با نفوذ در رسانه ها سعی می کردند شاهره اطلاعاتی بین المللی را در اختیار خویش گرفته و از این راه بر مجامع رسانه ای چیره شوند. بدین ترتیب هر حکومتی چه در صحنهای داخلی و چه بین المللی در زمانهای صلح یا جنگ از ابزارهای رسانه ای برای تثبیت حکومت و یا منافع ملی و جهانی دریغ و کوتاهی نخواهد کرد. بنابراین صاحبان ثروت و قدرت با استفاده از ارتباط جمعی غالباً از طریق اقناع ، افکار عمومی را به تسخیر خود در می آورند. در تحقیق و پژوهشهای متعدد توسط روشنفکران و اندیشمندان مستقل، به اثبات رسیده است که معمولاً مردم آگاه و هوشیار و فهیم کمتر اسیر خداوندان زر و سیم و تزویر می شوند.

### منابع و مأخذ:

۱- نظم نوین جهانی ف آندره فوتتن،

ترجمه عبدالرضا هوشنگ مهدوی ، نشر فاخته، تهران

۱۳۷۱ ، ص ۱