

روابط عمومی در دنیای جدید

نوشته: دکتر رضا امینی

چنانکه در مقاله گذشته یادآور شد، با سقوط امپراتوری رم در سال ۴۷۵ میلادی و استیلای قبایل ژرمن به اروپای باختری مدت ده قرن اروپا در ظلمت و تاریکی فرو رفت. در این دوره طولانی که در تاریخ بنام قرون تاریک نام گرفته قبایل مهاجم وحشی روی ویرانه های تمدن یونان و رم یک نوع تمدن مخصوص بخود بوجود آوردند که در آن روابط عمومی چندان نقشی ایفا نمیکرد.

لیکن در پایان قرون تاریک دو نهضت بزرگ بوجود آمد که بر اثر آن اهمیت فرد و افکار عمومی مورد توجه قرار گرفت. نهضت اول نهضت نو طلبی و تجدد خواهی در افکار و اندیشه و استقرار حکومت عقل در قضاوت و تحقیق در امور جامعه و طبیعت بود و نهضت دوم اصلاح طلبی در امر مذهب. نهضت اولی در تاریخ جهان بنام رنسانس و دومی نهضت اصلاحات مذهبی یا رفورماسیون نام گرفته است. هر دو نهضت موجب بیداری افکار اروپائیان شد و امکانات جدید و دامنه داری در جلوی دیدگان آنها قرارداد. بدون این دو نهضت روابط عمومی بآن معنی که امروز مفهوم ما است امکان پذیر نمیشد.

نهضت رنسانس با احیای علوم و معارف و سنن دموکراتیک یونان و آداب و رسوم جمهوریت رم موجب بسط و توسعه افکار عمومی گردید. بر اثر اکتشافات بزرگ جغرافیائی که در این دوره بعمل آمد قاره های امریکا و آفریقا به روی تمدن اروپائی باز شد و بسا اختراع صنعت چاپ انقلاب عظیمی در ارتباطات و وسایل حمل و نقل و بازرگانی بوجود آمد. این دگرگونی های بزرگ موجب رواج بحث و گفتگوی آزاد شد و بحث و گفتگوی آزاد و مبادله افکار و عقاید بر همه روشن ساخت که هر نهضتی که قائم بر تفاهم عمومی و روابط عمومی نباشد نضج و رونق نخواهد یافت.

نهضت رفورماسیون یا اصلاحات مذهبی نیز بهمین نتیجه رسید. حمله و اعتراض بمقامات مذهبی و تاکید مقام و منزلت فرد که از خصوصیات بارز این نهضت بود اهمیت ارتباط بین رهبران و پیروان و همچنین اهمیت ارتباط بین طبقات مختلف جامعه را روشن ساخت. حالا مردم تئوریهای سیاسی جدیدی بوجود آوردند که با افکار و تئوریهای قرون وسطی اختلاف فاحش داشت.

در قرون وسطی یا قرون تاریک کلیسا و دولت از هم جدا نبودند. قالب گیری افکار عمومی بسا کلیسا بود و هر فکر و اندیشه ای از جانب کلیسا تعیین و القا میشد. کلیسا بوسیله وعظ و خطابه و نقاشی و پیکر تراشی و آواز های مذهبی و آداب و مناسک مخصوص طرز فکر خود را باذهان تلقین میکرد و اتحاد و یکپارچگی مردم را حفظ مینمود. گاه نیز در روابط عمومی خود اقدامات سیاسی و نظامی مهم بعمل میآورد.

چنانکه در جنگهای صلیبی سراسر دنیای مسیحیت را علیه مسلمانان متحد ساخت.

ظهور اصناف (۱) در قرون وسطی عامل جدیدی برای بسط عقیده و نظر و افکار عمومی در خارج از کلیسا بوجود آورد. با ظهور اصناف ابتدا موسسات بازرگانی و اقتصادی کوچک و سپس سازمان های اقتصادی و بازرگانی بزرگ پای بعرصه وجود گذاشتند و فعالیت های اقتصادی بنوبه خود اهمیت روابط عمومی را آشکار ساختند و مسلم داشتند که نضج و رونق هر نوع فعالیت اقتصادی و بازرگانی منوط به حسن ارتباط با طبقات مختلف اجتماع است.

تحولات سیاسی نیز به بیداری افکار عمومی کمک کرد. مبارزه بین پاپها و امپراتورها منتهی به تشکیل چندین حزب سیاسی شد و هر حزبی برای خود کارشناسان روابط عمومی تربیت کرد. بسیاری از ماموران روابط عمومی در قرون وسطی و اوائل دوران رنسانس از شعرا بودند. مثلا دانته در اثر معروف خود بنام کمدی الهی تا حدی افکار و نظریات حزب گیلبلین (۲) را ترویج میکرد و پترک یکی دیگر از شعرای معروف فکر جمهوریت را رواج میداد.

(۱) Guilds (۲) Ghilbellines

- اعضای یک حزب اشرافی در ایتالیا قرون وسطی

در انگلستان مبارزه بین نجبا و پادشاه انگلستان يك سند سیاسی بسیار مهمی بوجود آورد که در پیشرفت روابط عمومی اثرات بسزا بخشید. این سند سیاسی مهم فرمان کبیر یا ماگناکارتا نام دارد که در ۱۲۱۵ میلادی بر اثر پافشاری نجبای انگلستان بامضای جان پادشاه وقت رسید. این سند سیاسی است که پایه و مبنای قانون اساسی و لایحه حقوق (۱) امریکا میباشد. این سند است که آزادی عقیده و بیان و حق هر نوع اختلاف عقیده و نظر را پایه گذاری کرده است.

يك قرن و نیم پس از صدور فرمان کبیر یعنی در سال ۱۳۸۱ میلادی انقلاب بزرگی در انگلستان بوجود آمد. این انقلاب با ترجمه کتاب مقدس مسیحیت به زبان انگلیسی آغاز شد.

برای اولین بار در تاریخ، کتاب مقدس بوسیله جان ونکلیف (۲) به زبان انگلیسی ترجمه شد و با اینکه کلیسا و دولت ترجمه آنرا منع کرده بودند ترجمه انگلیسی آن مورد توجه شایان قرار گرفت و عده زیادی خواننده پیدا کرد و پیروان ونکلیف این ترجمه را در سراسر انگلستان پخش کردند. ترجمه کتاب مقدس فکر و عقیده فردی را ترویج داد و همین امر توأم با تعالیمی که پیروان جان ونکلیف میدادند زمینه افکار عمومی را برای اصلاحات مذهبی یا نهضت رفورماسیون آماده و مهیا ساخت. پیروان جان ونکلیف در کوچه و بازار و مزارع و باغات برای مردم وعظ میکردند و ضرورت اصلاحات مذهبی و اصلاحات در سازمان های کلیسائی و سازمان های دولتی و اجتماعی را تاکید مینمودند. پیروان جان ونکلیف بجای اینکه مطابق معمول زمان مطالب مذهبی را به زبان لاتین بیان کنند زبان انگلیسی بکار میبردند. از اینرو گفته های آنان در اذهان عمومی اثر عمیقی داشت. با اینکه دولت و کلیسا این قبیل فعالیت ها را اکیدا منع کرده بودند پیروان جان ونکلیف به حملات خود علیه کلیسا ادامه میدادند و برای مردم روشن میساختند که کلیسا املاک وسیعی در اختیار خود گرفته و عوارض سنگینی وصول میکند و برای دفن و کفن مردگان و بجا آوردن مراسم مذهبی پول گزافی دریافت میدارد. این قبیل فعالیت های روابط عمومی چنان موثر افتاد که نیمی از مردم انگلستان از تعالیم جان ونکلیف و پیروان او پیروی کردند.

رسانس جوامع اروپائی را در قرون ۱۵ و ۱۶ دگرگون ساخت و نهضت رفورماسیون نیز مبانی این تغییرات را در قرن ۱۶ محکمتر نمود. در این دوره ادبیات و نقاشی و پیکر تراشی بوسیله نوابغ مشهوری از قبیل سروانت و میکلائو و لئوناردو وینچی نضج و رونق فراوان یافت و علوم و فلسفه رواج پیدا کرد و آموزش دانشگاهی توسعه پیدا کرد و وضع اجتماعی اصلاح شد. نهضت رفورماسیون در قرن ۱۶ نهضت دولت و مردم علیه قدرت مطلقه کلیسا بود.

در هردو نهضت سخن نقش مهمی در شکل دادن بافکار عمومی ایفا میکرد. ترجمه آلمانی کتاب مقدس که بوسیله لوتر صورت گرفت مانند ترجمه انگلیسی ونکلیف اثرات عمیقی در افکار عمومی بخشید. متفکران دوره رنسانس مسئله افکار عمومی را مورد توجه فوق العاده قرار میدادند. ماکیاول در کتاب خود بنام شاهزاده که دستورالعمل برای سلاطین وزمامداران است راه ایجاد افکار عمومی را از طریق حرف و عمل نشان داده است. يك قرن بعد شکسپیر نیز قدرت افکار عمومی را خاطر نشان ساخت چنانکه در یکی از آثار خود بنام هانری پنجم از قول پادشاه میگوید « من به کمک افکار عمومی به تاج و تخت رسیدم ». شکسپیر بود که افکار عمومی را « الهه موفقیت » توصیف کرد. این عبارات و اصطلاحات همه حاکی از این است که در این دوره جنبه های روابط عمومی و اهمیت آنها بخوبی شناخته شده بود.

تا قرن هفدهم نه فقط اهمیت افکار عمومی شناخته شده بود بلکه مسلم شده بود که با اتخاذ تدابیری میتوان افکار عمومی را در مسیر خاصی سوق داد و در آن تغییرات لازم بعمل آورد. بر اثر این شناسائی بود که کلیسا سعی کرد با استمداد از افکار عمومی با نهضت رفورماسیون مبارزه نماید و در این موقع بود که اصطلاح « پروپاگاندا » بمعنی ترویج و تبلیغ يك مرام مذهبی برای اولین مرتبه بکار رفت. این کلمه را « کمیته نشر و تبلیغ دیانت مسیح » که بوسیله پاپ گرگوری ۱۳ تاسیس شده بود برای اولین بار بکار برد. پاپ اوربان هشتم نیز برای تربیت کشیشان و مبلغان مذهبی دانشکده ای بنام « دانشکده پروپاگاندا » تاسیس کرد.

در انقلاب فرقه مذهبی پورترین ها نیز که در قرن ۱۷ در انگلستان صورت گرفت افکار عمومی نقش مهمی ایفا کرد. هردو طرف مبارزه با نشر کتاب و اوراق و جزوه ها سعی داشتند که از افکار عمومی برای پیشرفت مقاصد خود کمک بگیرند. جان میلتون شاعر معروف انگلیسی یکی از کسانی بود که در این مبارزه شرکت داشت. او در اثر معروف خود بنام بهشت مفقود و همچنین در رسائل خود افکار و نظریات پورترین ها را ترویج میکرد. میلتون در یکی از آثار خود اهمیت آزادی افکار و عقیده را خاطر نشان ساخت و از آزادی مطبوعات جدا و قویسا طرفداری نمود. جان لاک فیلسوف انگلیسی در نوشته های فلسفی خود ضرورت مناسبات دموکراتیک بین دستگاههای دولتی و مردم را تاکید میکرد. در همان حال در فرانسه نیز بافکار عمومی بذل توجه میشد چنانکه بلز پاسکال افکار عمومی را « ملکه جهان » توصیف کرد.

John Wycliffn (۲) Bill of rights (۱)

نحوه تغییر عقاید

اخیرا آقای رفیع‌زاده دانشجوی اسبق‌موسسه روزنامه‌نگاری دانشگاه تهران که مشغول ادامه تحصیل در این رشته در دانشگاه «ویسکانسین» میلواکی واقع در آمریکا است با آقای دکتر «کس جی. جانسن» مدیر و استاد رشته روزنامه‌نگاری دانشگاه مذکور مصاحبه‌ای در زمینه روابط عمومی بعمل آورده و مقاله‌ای از ایشان تحت عنوان «نحوه تغییر عقاید» به دفتر مجله ارسال داشته است. ما ضمن تشکر از همکار عزیز خود خلاصه‌ای از مقاله رسیده را بچاپ میرسانیم:



آقای رفیع‌زاده (راست) هنگام مصاحبه با دکتر جانسن

دکتر «جانسن» دارای درجه فوق لیسانس در رشته روزنامه‌نگاری و درجه دکترا در روابط عمومی است. نامبرده مدت بیست سال است وقت خود را صرف تحقیق و مطالعه در امر روابط عمومی و مشکلات این حرفه نموده است. وی تاکنون مقالات متعددی در این زمینه برشته تحریر درآورده و کتابی نیز تحت عنوان «علم معانی» تالیف کرده است. دکتر جانسن در چند انجمن بزرگ فرهنگی و مطبوعاتی منجمله Sigma-Delta-Chi، قدیمیترین سندیکای روزنامه نگاران، عضویت دارد.

کسانی که مردم را از خطر تبلیغات تجارتنی و سیاسی مطلع می‌سازند، اکثرا اظهار میدارند که مردم مانند عروسکهای خیمه‌شب بازی در دست تبلیغ کنندگان هستند ولی مطالعه روابط عمومی و بررسی عقاید مردم این نتیجه را میدهد که: اینطور هم نیست و عقاید مردم باسانی تغییر نمیکند. کیفیت بررسی عقاید مردم

از مهمترین حوادث این دوره پیدایش روزنامه است. توسعه سریع بازرگانی در قرن هفدهم نشریه مخصوصی بنام خبر نامه بوجود آورد که شهریاران بازرگان پیشه ایتالیا برای نفوذ در افکار مردم منتشر می‌ساختند. اولین خبرنامه در ۱۶۰۹ در اوگسبورگ (۱) آلمان منتشر شد. اولین روزنامه یومیه نیز در سال ۱۶۱۵ در شهر فرانکفورت و اولین روزنامه انگلیسی در سال ۱۶۲۲ و اولین روزنامه فرانسه بنام گازت در سال ۱۶۳۱ زیر نظر کاردینال ریشلیو منتشر شد.

فعالیت های انقلابی فرقه پورتین ها افکار عمومی را سخت به هیجان آورد. مجله «مادرت» (۲) که در سال ۱۶۴۸ بوجود آمد تمام ستونهای خود را برای نفوذ در افکار عمومی و جلب آن بکار برد. در همین سال بود که اولین آگهی در روزنامه منتشر شد. همه این نشریات وسیله جدیدی برای پخش افکار بود. افزایش انتشار مجلات و کتابها و جزوه‌ها در انگلستان و فرانسه و آلمان میدان وسیعی برای روابط عمومی در سطح اجتماعی و اقتصادی و سیاسی و مذهبی جدید بوجود آورد.

کتاب و مجله و رساله تنها وسیله ارتباط عمومی نبودند بلکه دو وسیله دیگر یعنی محافل فرانسه بنام سالن فرانسه (۳) و قهوه‌خانه‌های انگلیس (۴) کمک شایانی برای این منظور نمودند.

سالن فرانسه چنان سرعت دارای نفوذ و اقتدار شد که میگویند در اواسط قرن هیجدهم بیش از دربار فرانسه مسلط بافکار عمومی بود. در قرن ۱۸ در انگلستان بیش از دوهزار قهوه‌خانه وجود داشت که در آن سیاستمداران و نویسندگان و نمایندگان قاطبه طبقات انگلیس گرد می‌آمدند و به بحث و گفتگو و تبادل نظر می‌پرداختند.

در آلمان قرن ۱۸ بجای سالن یا قهوه خانه مجامع اخلاقی و میهن پرستی بوجود آمده بود و زعمای آلمان برای جلب افکار عمومی از این مجامع استفاده میکردند.

یکی دیگر از وسایلی که در توسعه افکار عمومی کمک شایان نمود پیدایش کتابخانه‌های سیار و فروش کتابهای دست دوم و رواج مطالعه کتاب بود. بنیامین فرانکلین در سال ۱۷۳۲ رسم کتاب امانت گرفتن را در کتابخانه‌ها معمول نمود و این رسم سرعت در اروپا رواج پیدا کرد.

در مقاله آینده پیشرفت روابط عمومی را در دوران روشنفکری مورد بحث قرار خواهیم داد.

(۱) Avgsburg (۲) The Moderate

(۳) French Salon (۴) English Coffee-House

و چگونگی تغییر یا مقاومت آن در تبلیغات سیاسی و بازرگانی در یکی از چهار فرضیه زیر گنجانیده شده است :

۱- Injction Theory اولین روش طریقه ترریق یا تلفیق میباشد که تبلیغ کنندگان عقاید خود را از آن راه به شنونده یا خواننده تحمیل مینمایند. در این رویه مردم چون عروسکهای بی اراده ای هستند و فوراً تسلیم نظر مبلغین میشوند و در این فرضیه موفقیت از آن تبلیغ کنندگان خواهد شد.

۲- Erosion Theory تبلیغ کنندگان دریافتند که : « مردم چندان بی اراده نیستند و زمان بی ارادگی سپری شده است » در چنین موقعیت گردانندگان از فرضیه Erosion Theory استفاده کرده اند و در چنین وضعی مبلغین نکات ضعف مردم را مورد توجه قرار میدهند و آنها را برای منظور خویش بزرگتر جلوه میدهند و از این راه مردم با مقاومت کمی قبول عقاید عرضه شده را میکنند.

۳- Homeostatic Theory در سالهای اخیر تحقیقات ثابت کرده است که شنوندگان و خوانندگان در روابط خود با تبلیغ کنندگان سهمی برای خود قائل بوده و با حسن انتخابی که دارند قسمتی از آنچه را که میشوند قبول میکنند نه همه آنها، به بعضی از قسمتهای پیامها توجه دارند نه بجمه آن و برای اینکه بدانیم چرا قسمتی را قبول میکنند و قسمتی دیگر را نمیپذیرند مسئله فرضیه هموستاتیک بان جواب میدهد.

فرضیه هموستاتیک به توازن دادن بین حالت درونی و وضع حاضر اشاره میکند. بعنوان مثال اگر شنونده ای سخنی مخالف عقاید خود از رهبر مورد علاقه خود بشنود چهار حالت در او پیدا میشود :

- الف - نه ، رهبر مورد علاقه من چنین حرفی نزد .
 - ب - نه ، من اشتباه شنیدم .
 - ج - اوه ، این مرد دیگر مورد علاقه من نیست .
 - د - راستی ، شاید او درست گفته باشد .
- بهر حال با قبول یکی از چهار فرض فوق آرامش درون خود را حفظ کرده و بیش از آن متاثر نخواهد شد .

نویسندگان متعددی درباره فرضیه هموستاتیک مطالبی انتشار داده اند و نتیجه ای که از بررسی نوشته های آنان عاید میگردد آنستکه مردم دیگر عروسکهای بی اراده نیستند . آنان در وضع موجود خود اظهار نظر میکنند و بالاخره ثابت شده است که بشر سهولت تغییر عقیده نمیدهد .

در فرضیه هموستاتیک بشر پیچیدگیها را گشوده و به عمق مشکلات پی برده است و با جدیت در جستجوی حوادثی تازه میباشد و در چنین وضعی است که فرضیه هموستاتیک سهم زیادی در درک اعمال انسان داشته و بازگو کننده کیفیت درون انسان است . بنابراین آدمی به نسبت تمایلات قوی و ضعیفی که نسبت برویدادها دارد مایل است حقایق را آنطوریکه هستند اگر

چه ناخوش آیند باشند درک نمایند.

۴- Transactional Theory فرضیه چهارم بنام ترانس اکشنال میباشد که بر بسیاری از محدودیت های فرضیه های فوق فائق آمده است . در این فرضیه شنونده یا خواننده رل مهمتری دارد و راه را مطابق دلخواه خود به تبلیغ کننده نشان میدهد و ارجحیت خود را در روابط ثابت میکند. در این فرضیه گیرنده شخص چشم و گوش بسته ای نیست که مبلغین میتوانند بهر نحوی که مایلند با او رفتار کنند . در این حالت شنونده شخص مستقلی بوده و آنچه را اجتماع باو عرضه میدارد مورد مطالعه قرار میدهد و بنکات آن بذل توجه میکند و آنچه را که مورد نیازش میباشد باطیب خاطر برمیگزیند . یعنی در چنین روابط مردم آنچه را که بنفع آنان است انتخاب میکنند . بنابراین موافقتی مبنی بر طیب خاطر در روابط خود نمائی میکند . بنابر فرضیه ترانس اکشنال بدریافت کننده این اجازه رامیدهد که نخستین قدم را برداشته و با اظهار وجودی که میکند رشد و پیشرفت خود را نشان دهد و آنچه موجب هم آهنگی او با تغییر زمان میباشد مطالعه نماید . در چنین موقعیتی است که گردانندگان صحنه های سیاسی و تجاری در روابط خود اجبار دارند مقام ارزنده انسانی برای مردم فراهم سازند بنابراین فوق عروسکهای فرضیه یک از بین رفته انسانهای مستقل جایگزین آنها میشوند.

ادل برت امز Adelbert A. Ames, Jr. ضمن تفسیر خود راجع به اکتشافات روانی فرضیه ترانس اکشنال اظهار میدارد در طی مسیری که ما در اطراف خود میکنیم و به بررسی محیط میپردازیم هرکس به اندازه قدرت گنجایش ذهن و بصیرتی که دارد قبول واقعیات میکند و تصورات همه ما در تمام موارد با یکدیگر اختلاف داشته و شباهتی مگر در موارد اشیاء بی جان و جامد وجود ندارد. بنابراین عمومیت روابط در مورد اشیاء بی جان صادق است.

بشر هیچگاه نتوانسته اطلاعات زیادی از جهان اطراف خود داشته باشد مگر آنچه را که باو ربط داشته باشد و نتیجه گیری عمومی در همه موارد تا آنجائی صحیح خواهد بود که تلاشها ، هدفها ، درکها و قبولیتها یکسان و در یک مسیر قرار گرفته باشد. بحث در چهار فرضیه فوق پیچیدگی روابط را بین مبلغین و مردم آشکار میسازد فرضیه های اول و دوم نمودار تعهدات ساده و بی تزویر هستند و با وجود کهنگی و یکطرفه بودن هنوز مورد استفاده مبلغین در جوامع قرار میگیرد.

فرضیه هموستاتیک در تغییر عقاید و توضیح روابط مورد استفاده محققین قرار گرفته و در مورد یافتن دلایل اثری قوی نداشته و جوابگوی سئوالات قرن اتم نیست.

ولی فرضیه ترانس اکشنال در چنین مرحله اثر وجودی خود را نشان داده و بهمه سئوالاتی که حتی فرضیه هموستاتیک نتوانسته جواب دهد پاسخ خواهد داد.