

بخدمت گرفتن ابزارهای متنوع پیچیده در راه رساندن آگاهی تفریحات و آموزش‌ها به گروه بزرگ و نامتجانسی که عامه نامیده میشود بصورت یکی از پدیده‌های مهم قرن که تأثیری قاطع بر اجتماع معاصر دارد درآمده است.

تکامل روزافزون وسایل ارتباط میان مردم ورشد سریع فن روابط عمومی منتج از آن تبلیغ گران را از توانائی نامحدودی در اغوا و ایجاد واکنش‌های مثبت جمعی برخوردار کرده است. و این نکته هرروز روشن‌تر می‌شود که ارزش‌ها و داوری‌هایی که بشر امروز با آن زندگی میکند همبستگی نزدیک و تأثیر پذیری مستقیم از این وسایل ارتباط توده‌ای و فن‌های افکار عمومی سازی دارد.

استعداد و قابلیت وسایل ارتباط مردمی در رساندن آگاهی‌ها و پخش اخبار و ابلاغ پیغام‌های تبلیغاتی این وسایل را تا حد یک عامل حیاتی برای تأثیر گذاری بر افکار عمومی و هدایت احساسات بالا برده است. مطبوعات و رادیو در حقیقت منابع نامحدود خبر رسانی هستند.

تلویزیون از توانائی استثنائی در جلب مردم برخوردار است و تأثیر سینما هم سوای جنبه آموزشی آن، و تنها بعنوان یک وسیله تفریحی در پرورش و هدایت ذوق‌ها و تهیه الگوی عمل برای عوام غیر قابل انکار است. بدینسان تکامل وسایل ارتباط توده‌ای از جهاتی افق بشر امروز را با فراهم آوردن مشاهدات نامستقیم متعدد و متنوعی که تنها با کمک گرفتن از این وسایل مقدور میسر است - تا حد زیادی وسعت بخشیده است. این مشاهدات و نیز سایر آگاهی‌ها که تنها بطور موثر - از طریق وسایل ارتباط میتوانند بمیان مردم راه پیدا کنند در جریان شکل‌گیری تجربیات فرد مداخله می‌کنند و چون خام ماده‌های لازم تجربیات فرد را پی‌می‌ریزند. و این مداخله‌ی وسایل ارتباط در جریان شکل‌گیری تجربیات افراد است که آن را از تأثیر و قدرتی استثنائی بهره‌مند می‌سازد. تأثیر و قدرتی که بهیچ وجه در جهت خیر و شر محدود نیست.

در همین اینکه ارتباطات برای مردم در جهت خیر - میتوانند بصورت کمک‌یار ارزشمند آموزشگران در راه آموزش و دست‌یار بی‌تای آموزشگران در راه تعلیم و تربیت باشند تحت فشار نیروهای باز دارنده وسیله‌ی شرگستری است درست تبلیغ گران - عوام فریب - که با تحریف حقایق آنرا بصورت یک وسیله‌ای ضد اجتماعی در می‌آورند و بدین ترتیب باردیگر باین اصل می‌رسیم که خیر و شر این وسایل بستگی کامل به نیت و روش‌های بکار گرفته دارد.

در صحبت از تأثیر وسایل ارتباطی بر افکار عمومی باید این نکته در نظر گرفته شود که وسایل ارتباطی امروزه تا بدان درجه در آمیختگی و تداخل رسیده‌اند که به ایزوتوپ‌های یک عنصر شیمیائی میمانند و تا حدی ناممکن است. این در - آمیزی و تأثیر متقابل وسایل ارتباطی بر یکدیگر است که تجرید این وسایل را بمنظور تعیین میزان تأثیر و مقایسه‌ی نسبی اثرات آنها بر توده هنگامیکه مردم در دریائی از وسایل ارتباطی غوطه می‌خورند و گروه‌ها - و افراد بعنوان جزئی از آن - در کار تأثیر ناپذیری و تأثیر گذاری بر این وسایل ارتباطی (وسایل نهادهای اجتماعی) هستند پر اشکال میکنند. خاصه اگر ملاحظاتی محلی و کنترل‌هایی که بسته به میزان آزادی‌های موجود - در محیط‌های مختلف وسعت عمل



## افکار عمومی

### چگونه

### ساخته می‌شود؟

از: سیروس بکتاش

تبلیغ گران در تلاش خود برای تأثیر گذاری بر افکار، جلب رضایت مردم و برانگیختن واکنش‌های مورد نظر ناچار از بهره‌گیری وسیع از وسایل ارتباطی هستند. این وسایل با

کامل ، و تا بالاترین حد ظرفیت این وسایل را دچار محدودیت و یا احتمالا وقفه میکند در نظر گرفته شود هرگونه اظهارنظری پیرامون میزان تاثیر تجریدی وسایل ارتباطی بر افکار عمومی بی توجه به امکانات مکانی و زمانی کم ارزش جلوه میکند . چه نظریه تفاوت میزان محدودیت ها در اجتماعات مختلف ، وسیلهی ارتباطی که در يك محیط از آزادی های نسبی برخوردار است ممکن است در محیطی دیگر دچار خفقان کامل باشد . کوتاه سخن ، تاثیر وسایل ارتباطی بر افکار عمومی - بعنوان عامل بالا برنده بینش و آگاهی و نه توسعهی تبلیغات - سوای ملاحظات ذاتی آنها از قبیل بخش ، عمومیت ، سهولت دسترسی ، شدت تاثیر بر رده های مختلف اجتماعی ، مشکلات فنی ، دوام تاثیر و غیره بستگی تام به میزان محدودیت های اعمال شده بر آنها دارد .

از میان وسایل ارتباط جمعی رادیو ، بعلاوه سهولت دسترسی ، بنظر میرسد از بالاترین درجهی عمومیت برخوردار باشد . پیشرفت تکنیک ، بویژه در دو دهی اخیر ، این وسیلهی ساده و ارزان را تا میان دهات و روستا نشینان بسط داده است . هنوز در میان بسیار کسان بشکل يك وسیلهی سادهی سرگرمی باقی مانده و این جنبه ی تفریحی رادیو متناسب با درجهی نا آگاهی شنوندگان تا آنجا شدت میگیرد که گوش دادن به رادیو در بین این مردم صورت يك عادت را پیدا میکند تا عمل هشیارانه ای برای کسب آگاهی ها ، و از آنجا که این افراد قاعدتا - بسبب جهل زدگی - قادر به کشف طبیعت تبلیغات نا مستقیم نیستند ، آمادگی بیشتری برای تبلیغات دارند و این پذیرش و تاثیر پذیری بهائی است که نا آگاهانه برای رادیو می بردازند .

سرمایه گذاری وسیع و تخصص فنی فوق العاده ای که لازمه گرداندن ایستگاههای رادیویی است - زیاده بر محدودیت ها و کنترل های اعمال شده در راه مالکیت خصوصی رادیو بعنوان يك وسیلهی ارتباط مشکلی است که قابلیت آنرا بعنوان يك وسیلهی آموزشی و نه تبلیغاتی - در دست عموم مشکوک میکند .

تلویزیون هر چند با رده های متفاوت - و تا حدی آمادگی و آگاهی مردم - مردم سروکار دارد و علیرغم همه موفقیت هایش در جلب توجه و علاقه ی بینندگان ( که گاه تا مرز اعتیاد پیش می رود ) و همه ی عامه پسندیش ، همانند رادیو دچار تضییقاتی است که آنرا از صورت يك وسیله آموزشی اصیل از دست آموزشگران خارج میکند .

و بالاخره موفقیت سینما - با توجه به ماهیت تجارتمندانه - در اجرای نقش عامل آموزشی مثبت و ضد تبلیغاتی و بعنوان يك وسیله نشر آگاهی ها ، بالا برندهی بینش ها و پرورش قوه صحیح قضاوتها بین توده محدود و دور از ذهن بنظر میرسد .

بدین ترتیب در معرفی وسایل ارتباط ، مطبوعات صورت موثرترین وسیلهی ارتباطی «در دست عموم و برای عموم» را پیدا میکند و بیجا نخواهد بود اگر قابلیت های آن در اجرای این نقش وسیعتر بررسی شود .

بنظر میرسد یکی از دلایل عمدهی تاثیر مطبوعات در شکل دادن و پرورش افکار و حالات عمومی بهره گیری مطبوعات

از عامل چاپ باشد . سالیان دراز «مشروط» بودن چنین بنا آموخته که مطالب چاپ شده صحیح و مهم هستند . بعلاوه تکرار مطالب توسط روزنامه نگار تا آنجا که خواننده بتواند مطلب را مجسم و درک کند ، امکان مرور و بازگشت به مطالب گذشته و تأمل و تعمق در مطالب مشکل تر از سایر عوامل تشدید این اثر گذاری است .

در این میان آنچه کار روزنامه نگار مسئول را مشکل میکند ناتوانی خواننده است در تعیین میزان صحت اخبار و گزارش ها و اخبار و گزارش روزنامه ها چه با قبل از اینکه خواننده فرصتی برای تشکیل قضاوت های دیگر در مورد خیر داشته باشد و یا اصولا چیزی در آن مورد شنیده باشد بدست او میرسد و بدین ترتیب خواننده - با آمادگی زیاد برای قبول - به استقبال گزارش بترتیبی که خبر گزار میخواهد میرود . و اگر در نظر آوریم که يك روزنامه خوان متوسط از وقت ، امکان و یا انرژی لازم برای مقابله و تحقیق چند و چون صحت مطالب عرضه شده برخوردار نیست ، بعهد روزنامه نگار مسئول است تا درجائیکه عمده ای به نشان دادن يك روی سکه اکتفا میکنند ، با ارائه ی روی دیگر سکه تصویر کاملی از ماجرا در ذهن مردم بسازد .

عامل دیگر در کار مداخله با انجام وظیفه ی صحیح مطبوعات عامل مالی و اقتصادی است . در جائیکه آگاهی های تجارتمندانه محدود نیمی از درآمد روزنامه را تشکیل میدهد و گسترش این منبع مستلزم جلب خواننده بیشتر است ، و سوسه ی سودجویی روزنامه داران را به ازدیاد تیراژ و امیدارد . و از آنجا که این بالا بردن تیراژ طبیعی و نتیجه مستقیم بالا رفتن فرهنگ و فزونی یافتن خوانندگان آنگونه مطالب نیست این گسترش تیراژ راه بسوی انحطاط و ابتذال دارد چه ، ازدیاد تیراژی که نه بجهت فزونی تقاضا ، و بلکه به پیروی از انگیزه های مادی صورت گیرد ، مستلزم سر نهادن به خواسته های گروه بزرگتر و نامتجانس تری است و انگیزه ای برای خرج و تمهیل مطالب بدانگونه که مورد پسند همگان باشد . بدین ترتیب توسعه مایه های مادی و تشکیلات اداری لزوما باغیای معنوی همراه نیست . و نگاهی کوتاه به روزنامه های موجود - و هر چند کوچک - سالها پیشتر و مقایسه ای اجمالی آنها با روزنامه های پرانتشار امروز گواه این مدعی است که مرکزیت یافتن دستگاههای انتشاراتی و مطبوعاتی متأثر از انگیزه های مادی - نه تنها سیری بسوی سازندگی ندارد ، بلکه تغییری در جهت کنفورمیسم و پیروی از خواست های رایج مینماید .

ملاحظات فوق ، یعنی تعهدات اجتماعی از یکسو و قیود اقتصادی از سوی دیگر ویژگی دوگانه ای را در مورد مطبوعات سوکم و بیش سایر وسایل ارتباط توده ای - پیش می آورد . مطبوعات باید نشان دهد در عین توانائی به عمل در چارچوب قوانین اقتصاد سرمایه داری ، قادر به تهیه صحیح ترین ، مطمئن ترین ، و بی نظیرترین اطلاعات و تجزیه و تحلیل رویداد ها میباشد . و از آنجا که کم و بیش - از طریق این آگاهی ها است که افراد کلیشه ها و عقاید خوش را میسازند و مطابق آن عمل میکنند ، چگونگی تهیه ی این اخبار و انحراف جهت گیری که - آگاهانه یا نا آگاهانه - بدست خبرنگاران و کار گزاران مطبوعات صورت میگیرد ، موضوعات پراهمیتی

را برای خوانندگان تشکیل میدهد.

این اهمیت و موقعیت خاص مطبوعات در جامعه معاصر که باید نیاید هائی بیش پای روزنامه نگاران میگذارد آنها را در چارچوب «اسول روزنامه نگاری» محدود میسازد. اصولی که حق مطبوعات را در جلب خوانندگان توسط ملاحظیات برای خیر عموم محدود میکند و رهائی از تمام مقیدات بجز وفاداری به منافع عمومی را از شرایط حیایی می داند و معتقد است پیش برد منافع خصوصی مغایر باخیر عموم با روزنامه نگاری شریف سازگار نیست و تنها روزنامه داران و روزنامه نگاران شایستهی قدر و اعتبار هم پایهی پیشینیان هستند که سراسر روزنامه را تنها به انعکاس دردها، آرزوها و احتیاجات تمامی جامعه اختصاص دهند.

اینکه مطبوعات در يك خلاء اجتماعی منتشر نمیشود نکته است روشن، و روشن تر تاثیر پذیری آنست از محیط عمل. مطبوعات گذشته از عهده داری وظیفه ی بخش اخبار و آگاهی ها نهاد اجتماعی مهم و قدرتمندی را تشکیل میدهد که - همچون سایر نهادهای اجتماعی - کار تربیت افراد را برای سر نهادن به قوانین و آداب و رسوم برخورد گرفته است پیشی روشتر که نتیجه ی مستقیم این تربیت است، تغییر و تعدیل شرایط و احتیاجات توده رامنجر میشود و دگرگونی شرایط و نیازمندی های توده بنوبه ی خود مردم را تساهل از پذیرفتن اصلاحاتی در نهاد های اجتماعی میسازد. این کش و واکش دوجانبه و متقابل است که تغییرات اجتماعی را فراهم میآورد، تغییراتی که تنها باید بسوی تکامل باشد و نه در مسیر ابتذال. چه، هر چند مطبوعات بهمان اندازه توسط اجتماع تعدیل میشود که اجتماع بوسیله ی مطالب آنها، نظر به نقش آموزشی مطبوعات. این تاثیر پذیری باید تنها در جهت مثبت باشد و نه در راه انحطاط و پیروی از خواست های مبتذل و بنجل عوام.

روزنامه نگاری باید کاری سواى پول سازی و حرفه ای و رای ساختن و پرداختن اجناس معمول و متعارف و جوراك مصارف جمعی - همچون غذا، لباس، و آلات و ابزار - باشد. حرفه ای در خدمت مردم و وقف خیر عموم، و این از عمده وظایف کارگزارانش خواهد بود که در تهیه آگاهی ها و ایجاد قوه ی قضاوت و تشخیص صحیح بکوشند. روزنامه بگفته ی

Bleyer

باید در راه پرورش افکار عمومی نقشی و وظیفه ای سه جانبه بعهده گیرد. در نخستین وهله، اخبار روز را - که خام ماده افکار و عقاید است - به صحیح ترین وجه ممکن ارائه دهد. دوم بمنظور کمک بخوانندگان در تشکیل افکار عقاید و روشن و آگاه، شرح، تفسیر و تجزیه و تحلیل حوادث و مسائل جاری بپردازد. و سوم پس از ارائه بیطرفانه تمام وجوه مسائل، با نشان دادن زوای که بالاترین درجه ی خیر را برای بیشترین مردم داراست، براهنمایی افکار عمومی بپردازد.

مطبوعات با برخوردار بودن از قوه ی لازم برای تعدیل عادات، خلقیات، رسوم قراردادی، بازداشتها و گرایشهای اجتماعی مردم می تواند نقشی اساسی در پی ریزی قواعد صحیح رفتار بعهده گیرد و با تاکید بر مسائل جدی و اساسی در کار شکل گیری انگیزه های انسانی زندگی موثر افتد، تاکید

برظواهر و تجملات متوقی است برای مردم در دنباله روی این راه و انصراف از مسائل اساسی، و در کار این پیروی است که فضیلت های اخلاقی پژمرده میگردد و انگیزه های انسانی فراموش میشود. و از این رو بر روزنامه نگار شریف است تا با طرح مسائل اساسی روز و شرح و تفسیر رویدادها پیشی روشن و قوه ی قضاوتی صحیح در مردم بپردازد تا آنان بتوانند در معرکه تبلیغات، درست را از نادرست تمیز دهند، ژرف تر بنگرند، و قضاوت های شان را بر کرده ها بنیان کنند تا گفته ها، کوتاه سخن مطبوعات با بعهده گرفتن نقش ضد تبلیغاتی، باید حقایق را تلخ و شیرین - از پرده بیرون اندازد و بانشان دادن روی دیگر سکه و تجزیه و تحلیل وقایع تبلیغات نادرست را بیرنگ سازد.

کارگزاران مطبوعات میتوانند با استفاده از آزادی های - هر چند ناچیز - موجود در محیط، در بسط آگاهی ها بکوشند. گسترش آگاهی ها و بالا رفتن بینش ها بنوبه خود موجب افکار عمومی صحیح تر و آزادی های بیشتری است، و آزادی های بیشتر بوجود آورنده ی فرصتهای بهتر است برای انجام وظیفه ی دقیقتر. و بدین ترتیب این تسلسل شتاب گیرنده می تواند به حصول آزادی های چشم گیری انجامد، و آنچه در این راه ضروری بنظر میرسد وجود مردانی است مومن، شریف، مجاهد و فداکار. کسانی که وظیفه ی حفظ و دفاع از منافع ضعیف را بر خود گرفته اند و معتقدند همه نیرویشان و تمامی قدریشان موقوفاتی است در راه خیر عمومی و نه در راه منافع شخصی. مردانی که رسالتی برای خود میشناسند نه این الوقتها و نه سودجویان و دکاندارانی که در کار پر کردن جیب رنگین نامه ها، رنگین نامه ها و تبلیغ نامه ها چاپ میزنند. سخیف نامه های اجیر پول و بنجل نامه های سرا ته انباشته از داستان های مبتذل، مصاحبه ها و خاطرات کذائی و شرح ماجراها و هنرهای هنرمندان آنچنانی. مطالبی که در کار تخدیر افکار عمومی ذوقها را بابتذال و مردم را بانحطاط میکشد و مروج همه گونه پستی و سستی است، بر تجملات تکیه میکند و مردم را به پیروی از ظواهر وامیدارد.

و در این آشفته بازار مطبوعات تنها معدودی هستند نامه های سنگینی که آگاه از وظیفه ی خطیر خویش، این بار رسالت و مسئولیت را بدوش میکشند و کارگترش آگاهی ها را بعهده دارند. یادآور مسئولیت ها، توانائی ها، و استعدادها هستند و بهره مند از کارگزارانی مومن، مجاهد و کارگزارانی که در بند کارند تادربند نان.

و برای این چنین مردان است تا با ایجاد شریات و نامه های - از لحاظ محتوی - مدرج و پله پله مطالبی درخور فهم و آگاهی سطوح مختلف مردم مهیا کنند و آنانرا در حرکشان از يك سطح آگاهی به سطح بالاتر یاری دهند. باشد تا در کنار سنگین نامه های کنونی که مورد توجه و استفاده ی تنها معدودی اهل دل و باصطلاح روشنفکر است، نامه های درآید موافق و متناسب با آگاهی دیگر سطوح مردم و پله های بین درجات مختلف آگاهی، تا شاید مطالب ساده تر - و در عین حال جدی - آنها پی ریز زیر بنا و زمینه ی لازم باشد برای آن دسته از مردم که بدلالی از آگاهی کافی محروم هستند و آنانرا ره نما و کمک یاری شود برای گذشتن از «مراحل عبوری» پیوستن به درجات بالاتر آگاهی و تشکیل افکار عمومی روشن و صحیح.

افکار عمومی چگونه ساخته می شود ؟