

نام کتاب: افکار عمومی و شیوه‌های اقناع

نویسنده: کاظم متولی

ناشر: تهران- انتشارت بهجت

شمارگان: 3200

معرفی: امیرهوشنگ طهماسبی‌پور

پس از وقوع انقلاب اسلامی، کتاب‌های بسیاری در حوزه "افکار عمومی" تألیف و ترجمه شده است. این توجه شاید از این مهم نشئت گرفته باشد که انقلاب اسلامی خود خیزش افکار عمومی مردم ایران علیه نظامی استبدادی بود و هم از این‌رو که افکار عمومی مردم منطقه و جهان را به تکاپو انداخت. بی‌تردید، در دوران معاصر، هیچ پدیده‌ای همچون انقلاب اسلامی ایران نتوانسته است این‌چنین بر افکار عمومی داخلی و خارجی تأثیرگذار باشد.

براین‌اساس، بازخوانی پویش علمی در حوزه افکار عمومی، از طریق معرفی کتاب‌ها‌ و آثار علمی منتشرشده، گامی مناسب و مفید در شناسایی و گسترش ادبیات این عرصه، به‌نظر می‌رسد.

کتاب "افکار عمومی و شیوه‌های اقناع" اثر جناب آقای "کاظم متولی"، از جمله آثاری است که در سال 1384 توسط انتشارات بهجت، چاپ و انتشار یافته است. با وجود این، هنوز می‌تواند به‌مثابه بسته‌ای مکفی راهنمای دانشجویان و استادان و پژوهش‌گرانِ این حوزه قرار گیرد.

نویسنده، بر این باور است که اثرش دستاورد چند دهه تلاش و کوشش وی در عرصه افکار عمومی است و از این‌رو در مقدمه کتاب، آن را بیش از آنکه تألیف بداند، تأسیسی بومی از معنای افکار عمومی برمی‌شمارد. وی در این خصوص می‌گوید: «گفتنی است و به جدّ هم گفتنی است که محتوای کتاب از ابتدا تا انتهایش نشئت‌گرفته از رهیافت‌ها و نظریه‌پردازی‌های مؤلف است که از پشتوانه ده‌ها سال مطالعات نظری و علمی و پژوهشی برخوردار می‌باشد. درواقع، واژه "تألیف" در نشانه‌های این کتاب به معنا و مفهوم واقعی آن که تأسیس و بنیانگذاری است به کار رفته است و نه گردآوری و ساخته و پرداخته کردنِ جابه‌جای یافته‌های دیگران که بیشتر به ترجمه نزدیک است تا تألیف .... و امید است که این اثر پژوهشی، بومی و تأسیسی نیز نمونه و مشوق کوچکی باشد تا رهروان راه تحقیق و ابداع و اندیشه‌ورزی و تولید علم را به‌ویژه در حوزة علوم ارتباطات به حرکت سریع‌تر ترغیب نماید.»

همچنین برای بررسی مفهوم و ابعاد مختلف افکار عمومی، شناخت پیش‌زمینه‌هایی را ضروری دانسته، از این‌رو، اثرش را به دو بخش اصلی تقسیم نموده است. براین‌اساس، در بخش نخست، پیش‌زمینه‌های افکار عمومی را مورد بحث و کاوش قرار داده است. از نظر وی، برای درک و دریافت درست و جامع افکار عمومی باید ابتدا با مفاهیمی همچون: ارتباطات، اطلاعات، تبلیغات، ترغیبات، اقناع و سرانجام، روابط عمومی آشنایی داشت. فصل‌های شش‌گانه بخش نخست، پیش‌زمینه‌های افکار عمومی، به‌ترتیب مفاهیم یادشده را بررسی و تحقیق کرده است.

اما بخش دوم، موضوع اصلی کتاب، افکار عمومی، را در ذیل چهار فصل بحث و تدقیق کرده است. این فصل‌ها به‌ترتیب عبارتند از: پیشینه و اهمیت افکار عمومی، سنجش افکار عمومی، شیوه‌های اقناع، و خانه شناخت.

بدین‌ترتیب، مهم‌ترین مؤلفه‌های پیش‌درآمد و متنِ موضوع افکار عمومی مبتنی‌بر تجارب علمی نویسنده، نگارش یافته است. مطالعه این کتاب افزون‌بر آنکه می‌تواند محققان و پژوهش‌گران را با سرفصل‌های اصلی این حوزه آشنا کند، همچنین می‌تواند با مقایسه این اثر با دیگر آثار و سرفصل‌ها و مسائلی که در طی بیش از یک‌دهه بر این حوزه مترتب شده است، از میزان گسترش ادبیات علمی این حوزه آگاه نماید. در این حال، ملاک‌ها و معیارهایی دقیق‌تر به‌دست خواهد آمد تا بر میزان اعتبار مدعای کتاب در تأسیس بومی این مفهوم قضاوت شود.