

کارکرد پیوند (Linkage) رسانه های جمعی چیست؟

رسانه جمعی می تواند اجزای مختلف جامعه را که به طور مستقیم به هم متصل نیستند پیوند دهد. برای مثال، تبلیغات جمعی می کوشد تا نیازهای خریداران را با محصولات فروشندگان پیوند دهد. رأی دهندگان نیز به نوبه خود علاقه دارند تا از طریق رسانه ها، بیش تر در مورد کاندیدای مورد نظر خود بدانند. برنامه های خیریه تلویزیونی تلاش می کنند تا برای درمان یک سری از بیماری ها پول جمع آوری کنند. در اینجا نیز نیازهای کسانی که از بیماری رنج می برند با دیگری که مایل به کمک هستند متصل خواهد شد.

نوع دیگری از پیوند زمانی اتفاق می افتد که از لحاظ جغرافیایی گروه های مجزا علایق مشترک خودشان را از طریق رسانه به اشتراک می گذارند. توجه رسانه ها به یک بیماری به نام سندروم جنگ خلیج فارس، آن هایی را که از این بیماری در عذاب بودند به هم متصل کرد و همچنین باعث شد تا انجمنی از این بیماران تشکیل شود و در نهایت توجه دولت به این مسئله تسریع شود.

یکی از بهترین مثال های کارکرد پیوند در رسانه ها، مربوط به وب سایت ها، گروه های خبری و اتاق های گفت وگو در اینترنت است. به عنوان مثال، حراج های آنلاین در سایت خرده فروشی eBay، افرادی که چیزی برای فروش دارند را به آن هایی که دنبال خرید کالا هستند پیوند داده است.

رسانه ها می توانند گروه های اجتماعی جدیدی را از طریق پیوند دادن اعضای جامعه به یکدیگر خلق کنند در صورتی که بدون استفاده از رسانه ها این افراد نمی توانستند یکدیگر را پیدا کنند. خلق این گروه ها گرچه از طریق روزنامه ها، رادیو و تلویزیون انجام می شده اما با ظهور رسانه های اجتماعی سرعت این فرآیند بسیار بیش تر از قبل شده است.

آن سوی تاریخ کارکرد پیوند: از سویی دیگر، کارکرد پیوند می تواند نتایج ناخوشایندی نیز داشته باشد. در سال 2002 تخمین زده می شد که بیش از 300 وب سایت تنفرآمیز در اینترنت وجود داشته باشد. همچنین تروریست ها نیز می توانند از این امکانات برای گسترش اعضای خود و پیوند با افراد دیگر استفاده کنند. (منبع: نظریه رسانه).