عبدالکریم خیامی، استاد ارتباطات در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

پساحقیقت هنوز ارتباط جامعه ایرانی را با حقیقت قطع نکرده

سهیلا عباس‌پور
خبرنگار گروه ایده حکمرانی

عبدالکریم خیامی، عضو هیات علمی دانشکده معارف اسلامی، فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع) در گفت‌وگو با «فرهیختگان» با موضوع رسانه، حقیقت و پساحقیقت با اشاره به ویژگی‌های عصر پساحقیقت در نسبت با مخاطبان رسانه معتقدند نسبت مخاطب ایرانی با حقیقت قطع نشده است و حساسیت و واکنش موج‌گونه اجتماعی جامعه نسبت به مسائل گوناگون به‌ویژه اخلاقی‌که از سوی رسانه بازتاب می‌یابد دلیل بارز آن است. وی معتقد است کارکرد سنت در جامعه ایران همچنان تداوم دارد و بازگشت به رسانه‌های جمعی درحال رخ دادن است.

حقیقت و پساحقیقت در رابطه با رسانه چیست و چگونه تعریف می‌شود؟

این واژه‌ها یک ریشه فلسفی دارند و خیلی وقت‌ها از آنجا کوچ کرده و پایشان به عرصه رسانه‌ها کاشته‌نه می‌شود. از این جهت وقتی می‌گوییم حقیقت در نسبت با رسانه‌ها یعنی چه، چون در مبانی فکری و معرفتی و فلسفی، مکاتب متنوعی داریم اینجا هم وقتی سوال می‌شود حقیقت و پساحقیقت چیست، قاعدتا پاسخ‌های متنوعی داریم. یک پاسخ کلی آن است، به محض آنکه یک واقعیت بیرونی از کانال رسانه‌ای گذشت و از آن یک بازنمایی شد، ما از حقیقت به پساحقیقت منتقل شدیم. حالا این پساحقیقت ممکن است بسیار نزدیک به حقیقت باشد که اینجا این حقیقت را نزدیک به واقعیت گفته‌اند؛ هم ممکن است این حقیقت بسیار دور از حقیقت اولیه باشد. ولی بالاخره این آن نیست، بلکه بازنمایی آن است. تفسیر دوم این است که وقتی ما وارد تولید انبوه رسانه‌ای شدیم که مثلا از تکنولوژی چاپ برخی گفته‌اند آغاز شده و ما به تعبیر والتر بنیامین وارد دوره بازتولید مکانیکی اثر هنری شدیم، فرد از دچار گم‌شدگی در انبوه شبه‌حقیقت‌ها کرده است. بنابراین از دوره‌ای که توانستیم به مدد فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ای انبوه فراوانی از شبه‌حقیقت‌ها را درست کنیم و آن را تکثیر کنیم یا بازتولید مکانیکی کنیم دیگر وارد عصر پساحقیقت شده‌ایم. پس ما با تکثیر انبوه روایت‌ها و شبه‌حقیقت‌ها که با آمدن فناوری‌های ارتباطی مصنوعی رخ داده، وارد دوره‌ای شده‌ایم که انبوهی از شبه‌حقیقت‌ها واقعی هستند و تشخیص آن دشوار شده است. بنابراین این تعبیر دوم نزدیک به روایت اول بوده ولی بازهم متفاوت است.

واقعیت این است که قصه حقیقت، در دو ساحت امکان دسترسی و بود و نبود است یعنی اساسا باید پرسید امکان چنین حقیقت متعالی فرازمانی و فرامکانی هست یا نیست. یا نه، حقیقتی که به تعریف مطابقت با واقعیت بیرونی عینی است. یک اینکه اساسا چنین چیزی وجود دارد یا نه و در اگر وجود دارد آیا قابل دسترسی هست یا نیست، دعوایی بسیار قدیمی است. تا زمانی که بشر بوده است و تاریخ به ذهن ما می‌رسد، این مناقشه بوده و طی تاریخ بشری هم متعددی به آن داده شده است. اتفاقی که با آمدن رسانه‌های جمعی و ازآن شدیدتر با آمدن رسانه‌های اجتماعی و اینترنت رخ داده، عبارت از این است که ذائقه حقیقت‌یابی گویا عوض شده است. ذائقه حقیقت‌یابی، گرایش به مطالعه و قیاس این ذائقه گفته می‌شود که مخاطب را ناخواسته در میزان جامع بشری تعریف پیدا کرده است و آرام‌آرام گویی بخشی از جامعه بشری با همین شبه‌روایت‌های رسانه‌ای خوکرده و با آن قانع شده و آرام گرفته، یا برعکس ناآرام شده است. ولی در درصورت جامعه بشری دیگر به جای مطالعه دائم بین این و آن، بین بازنمایی‌هایی بین از رسانه‌ای با حقایق یا واقعیت‌های پیش از رسانه‌ای، به‌سمت مقایسه میان بازنمایی‌ها حرکت کرده است. بازنمایی حرف مهمی است. این به‌نوعی حرف بد رویاد هم هست. من تعبیرم این است به جای اینکه دعوا این باشد که حقیقت چه هست و چه نیست، آیا وجود دارد یا وجود ندارد و قابل دسترسی هست یا نیست، به این تعبیر پیدا کرده که ذائقه چیست. ذائقه و گرایش جامعه بشری درباره حقیقت‌یابی کاملا تغییر پیدا کرده است.

این مساله درخصوص ایران چگونه است و آیا مانند سایر نقاط دنیا، ما هم از این موج متاثریم؟

دو نکته را درقضیه ایران یا هر جامعه جهانی یا دنیا، باید از هم تفکیک کنیم. یک نکته پدیده‌ای است که جامعه شناسان به آن تاخر فرهنگی می‌گویند که ترجمه‌ای در مقابل cultural lack است. به این معنا که فناوری می‌آید اما فرهنگ بهره‌وری از آن فناوری با تاخیر می‌آید. فاصله میان آمدن فناوری با فرهنگ استفاده از آن است. این زود اتفاق می‌افتد، چون عینی و تکنولوژیکال است و می‌توان قرارداد بست و آن را آورد. اما آن یکی با مفصل، قرارداد و حمل‌ونقل نیست. در این فاصله اغتشاشات رخ می‌دهد که اغتشاشات در آگاهی. اغتشاشات در سیاستگذاری و اغتشاش در مدیریت و کاربران آن تکنولوژی است. وقتی هم آن سازگاری اتفاق می‌افتد می‌بینید با تکنولوژی بعدی مواجه هستید. پس شما مدام با یک اغتشاش دوره‌ای سروکار دارید. لذا اساسا اینکه ما همان‌گونه که در جامعه مبدع این فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ای انبوه قراوانی از شبه‌حقیقت‌ها را درست کنیم و آن را تکثیر کنیم یا بازتولید مکانیکی کنیم دیگر وارد عصر پساحقیقت شده‌ایم. پس ما با تکثیر انبوه روایت‌ها و شبه‌حقیقت‌ها که با آمدن فناوری‌های ارتباطی مصنوعی رخ داده، وارد دوره‌ای شده‌ایم که انبوهی از شبه‌حقیقت‌ها واقعی هستند و تشخیص آن دشوار شده است. بنابراین این تعبیر دوم نزدیک به روایت اول بوده ولی بازهم متفاوت است.

واقعیت این است که قصه حقیقت، در دو ساحت امکان دسترسی و بود و نبود است یعنی اساسا باید پرسید امکان چنین حقیقت متعالی فرازمانی و فرامکانی هست یا نیست. یا نه، حقیقتی که به تعریف مطابقت با واقعیت بیرونی عینی است. یک اینکه اساسا چنین چیزی وجود دارد یا نه و در اگر وجود دارد آیا قابل دسترسی هست یا نیست، دعوایی بسیار قدیمی است. تا زمانی که بشر بوده است و تاریخ به ذهن ما می‌رسد، این مناقشه بوده و طی تاریخ بشری هم متعددی به آن داده شده است. اتفاقی که با آمدن رسانه‌های جمعی و ازآن شدیدتر با آمدن رسانه‌های اجتماعی و اینترنت رخ داده، عبارت از این است که ذائقه حقیقت‌یابی گویا عوض شده است. ذائقه حقیقت‌یابی، گرایش به مطالعه و قیاس این و آن است که ذائقه حقیقت‌یابی می‌شود که ناخواسته در میزان جامع بشری تعریف پیدا کرده است و آرام‌آرام گویی بخشی از جامعه بشری با همین شبه‌روایت‌های رسانه‌ای خوکرده و با آن قانع شده و آرام گرفته، یا برعکس ناآرام شده است. ولی در درصورت جامعه بشری دیگر به جای مطالعه دائم بین این و آن، بین بازنمایی‌هایی بین از رسانه‌ای با حقایق یا واقعیت‌های پیش از رسانه‌ای، به‌سمت مقایسه میان بازنمایی‌ها حرکت کرده است. بازنمایی حرف مهمی است. این به‌نوعی حرف بد رویاد هم هست. من تعبیرم این است به جای اینکه دعوا این باشد که حقیقت چه هست و چه نیست، آیا وجود دارد یا وجود ندارد و قابل دسترسی هست یا نیست، به این تعبیر پیدا کرده که ذائقه چیست. ذائقه و گرایش جامعه بشری درباره حقیقت‌یابی کاملا تغییر پیدا کرده است.

این مساله درخصوص ایران چگونه است و آیا مانند سایر نقاط دنیا، ما هم از این موج متاثریم؟

دو نکته را درقضیه ایران یا هر جامعه جهانی یا دنیا، باید از هم تفکیک کنیم. یک نکته پدیده‌ای است که جامعه‌شناسان به آن تاخر فرهنگی می‌گویند که ترجمه‌ای در مقابل cultural lack است. به این معنا که فناوری می‌آید اما فرهنگ بهره‌وری از آن فناوری با تاخیر می‌آید. فاصله میان آمدن فناوری با فرهنگ استفاده از آن است. این زود اتفاق می‌افتد، چون عینی و تکنولوژیکال است و می‌توان قرارداد بست و آن را آورد. اما آن یکی با مفصل، قرارداد و حمل‌ونقل نیست. در این فاصله اغتشاشات رخ می‌دهد که اغتشاشات در آگاهی. اغتشاشات در سیاستگذاری و اغتشاش در مدیریت و کاربران آن تکنولوژی است. وقتی هم آن سازگاری اتفاق می‌افتد می‌بینید با تکنولوژی بعدی مواجه هستید. پس شما مدام با یک اغتشاش دوره‌ای سروکار دارید. لذا اساسا اینکه ما همان‌گونه که در جامعه مبدع این فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ای انبوه قراوانی از شبه‌حقیقت‌ها در جهان به لحاظ امکانات، تجهیزات، مالکیت و مدیریت حرف اول را در دنیا می‌زند، اما نهایتا حقیقت متعالی برتر، بسیار، سیاستمداران اروپایی، حتی به‌صورت نمایشی به سمت نقد رژیم‌صهیونیستی می‌روند؛ چون مردم و افکار عمومی به آنها فشار می‌آورند. بنابراین، در همین دوره‌ای که نام آن را پساحقیقت گذاشته‌اند و بخش‌هایی از آن هم درست است مثل گم شدن در انواع حقیقت‌ها و فراوانی شبه‌حقیقت‌ها را نمی‌توانیم منکر شویم، ولی این به این معنا نیست که نهایتا نتوانیم با سازوکارهای فطرت حقیقت را نمایان کنیم.

نقش رسانه‌های خرد در این مورد با توجه به تغییر ذائقه که فرمودید چیست ؟

من فقط پاسخ نظریه‌پردازان ارتباطات را تکرار می‌کنم. ببینید ما اصطلاحاتی داریم که می‌گویند ارتباط خرد شده‌اند، یعنی با آمدن رسانه‌های اجتماعی ما با این مفاهیم تلویزیون‌شده مواجهیم که یکی فردی شدن مصرف رسانه‌ای است؛ دوم، شخصی‌شدن مصرف رسانه‌ای است که غیر از فردی‌شدن مصرف است. فردی شدن شبکه‌ای و شبکه‌ای شدن فردی هم از اصطلاحاتی است که به کاربرد مده شده است. حرف این است که دیگر انحصار تجهیزات و نیز انحصار در تخصص، برداشته شده است. قبلا نیاز به تجهیزات خاصی بود که در انحصار دستگاه‌هایی بود و استفاده از آن هم تخصص خاصی می‌خواست. انحصار دیگر شکسته شده است. الان دیگر انحصار در تولید و هم توزیع شکسته شده است. آنام‌آرام، ذائقه افراد معجه محتوای فردی یا ارتباطات شخصی‌شده را می‌سندد. او، دوست دارد آنچه را که مایل است یا نشده است، در حد تذکار و توجه خوب است. اما، اگر خود اینها تبدیل به تفسیر مورد استناد و مورد ارجاع از جامعه شد و تفسیر واقعی به محاق رفت، پس خود گفت‌وگو در مورد پساواقعیت تبدیل به پساحقیقتی خواهد شد که ما را از حقیقت دور کند.

خطر این جابه‌گزینی و برجسته شدن پساحقیقت چیست؟

اگر ما فکر کنیم که جامعه و مردم ما همه، حقیقت راگم کرده‌اند یا آنها ذائقه حقیقت‌شناسی را از دست داده‌اند، آن‌وقت میل سیاستگذاران و حاکمان و نیز میل صاحبان رسانه و قلم به سمت تمرکز بر زیبایی‌شناسی‌های فرمی و غفلت از دقت‌های محتوایی و اندیشگانی می‌شود. یعنی خود ما به این سرعت می‌دهیم که به جای استدلال، برهان و شواهد باید به دنبال این بوییم که احساس‌مان چه می‌گوید. خودمان به غلبه هیجان و احساس بر تعقل و تفکر پیشاپیش دامن زده‌ایم. اما اگر مواجهه ما با پساحقیقت و نظریه‌پردازان گوناگون که نوعا پست‌مدرن‌ها هستند، ما را متوجه این سازد که باید آگاهی‌بخشی‌هایی انجام دهیم و به تعبیر پست‌مدرن‌ها از غلبه سبک بر محتوا و از سطح بر عمق پیشگیری کنیم، این مفید خواهد بود. این بستگی به مدیریت فرهنگی و رسانه‌ای ما دارد.

در این وضعیت تبیین چه شرایط و وضعیتی پیدا خواهد کرد با توجه به این فرض که نسبت مخاطب با حقیقت قطع نشده است؟ اگر رسانه‌ها بخواهند به تبیین امری دست بزنند یا چه مسائلی مواجهند؟ آیا هر چقدر رسانه بکوشد امری مثل حجاب یا مساله فلسطین را تبیین کند، تاثیری بر مخاطب خواهد داشت؟

رسانه، ابزارها و تکنیک‌های خودش را دارد؛ یک زبان است و تقریبا یک زبان مسلط است. بنابراین، رسانه می‌تواند یک زبان را سلط وارد گفت‌وگو شود. این است که اگر ما خیلی محو نظریه‌های محو شویم که حقیقت و واقعیت محو شده و زیر تلی از اطلاعات گم شده و خودمان محو در این نظریه‌های محو شده‌ایم و یکی از آثار منفی آن نامیدی خواهد بود که دیگر نمی‌شود کاری کرد؛ پس اجازه بدهید که هر کس با آنچه که آسوده‌گی برای او می‌آورد، آسوده باشد و زندگی کند. اعتقادات دینی ما این را نمی‌گوید و پاس را هیچ‌به کفر می‌داند. اما واقعیت میدان هم این را نمی‌گوید. شما همه نظرسنجی‌هایی را که دیراه همین غزه در مقیاس بین‌المللی تا نیویورک و لندن، حتی لندن و پاریس اگر ببینید که فقط خود غربی‌ها و آمریکایی‌ها انجام دادند، همه با فاصله زیادی می‌گویند عمیق مردم جهان در سمت دفاع از فلسطین و علیه اسرائیل ایستاده‌اند. حتی در بازنمایی‌های رسانه‌ای هم اینچنین است. ما هم که در ایران کار پیچیده رسانه‌ای آنچنانی انجام نداده‌ایم که کسی ادعا کند من این کار را انجام دادم یا مثلا اجحیزیه بگوید من این کار را کردم؟ اینکه گزاره را می‌توانیم بپذیریم؟ در آن تردید جدی هست. همین حادثه غزه نشان می‌دهد که فطرت، ولو با تاخیر ولی درنهایت بر تکنیک‌های زیبایی‌شناسی و تکنیک‌های سبک و سطح غلبه می‌کند. آن نقطه اتکاء نجاتی هنجارها که نقطه معروفی است و بخشی از نظریه نظریه‌پردازان جدید پست‌مدرن است، می‌گوید هنجارهایی مثل حقیقت یا زیبایی و علم محصول شرایط اجتماعی روز هستند و مدام تغییر می‌کنند و ما، حقیقت‌ها یا هنجارها و مضامین متعالی که آن بالا ایستاده است و یا گذر تاریخ نیز هم‌ارزه وجود دارند و نیکو هستند را ندارید. خود این حادثه غزه نشان داد به رغم اینکه قدرت رسانه‌های صهیونیست‌ها در جهان به لحاظ امکانات، تجهیزات، مالکیت و مدیریت حرف اول را در دنیا می‌زند، اما نهایتا حقیقت متعالی برتر، بسیار، سیاستمداران اروپایی، حتی به‌صورت نمایشی به سمت نقد رژیم‌صهیونیستی می‌روند؛ چون مردم و افکار عمومی به آنها فشار می‌آورند. بنابراین، در همین دوره‌ای که نام آن را پساحقیقت گذاشته‌اند و بخش‌هایی از آن هم درست است مثل گم شدن در انواع حقیقت‌ها و فراوانی شبه‌حقیقت‌ها را نمی‌توانیم منکر شویم، ولی این به این معنا نیست که نهایتا نتوانیم با سازوکارهای فطرت حقیقت را نمایان کنیم.

دلالت‌های این ادعا چیست؟ چه نمودهای بیرونی در جامعه را می‌توان برای آن برشمرد؟

ما در نظرگاه آگاهی‌های سیاسی و آگاهی‌های اجتماعی، جامعه بسیار قابل قبولی است. یعنی حساسیت‌های زیادی دارد در امر روزمره هنوز گم نشده است. ممکن است بگویید در نسلی این اتفاق افتاده است و من هم این را می‌پذیرم. ولی ببینید جامعه در مقابل دروغ، در مقابل تبعیض که اگر حس کرد اتفاق افتاده و بی‌اخلاقی شکل گرفته، فوری واکنش نشان می‌دهد. ممکن است در این تشخیص خیلی اشتباه کند و جایی قضاوتش درست باشد. اما اگر واقعا احساس تبعیض کرد واکنش بسیار گسترده‌ای نشان می‌دهد. مثلا یک نماینده مجلس به سربازی سیلی زده است؛ در آن روز و تا چند ماه بعد از آن کل جامعه از شهری تا روستایی و از دور تا نزدیک تا مرزها همه واکنش سختی به این ماجرا نشان دادند. بسیاری نمی‌دانستند حقیقت و ریز ماجرا چیست اما می‌گویند ما حقیقت و سیلی زدن را نمی‌پسندیم. شما حق ندارید بیخ گوش سربازی سیلی بزنید. این سیلی زدن مطابق هیچ قانونی نیست، ولو شما رئیس‌جمهور باشید. مامور شهرداری در یک شهرستانی در برخورد با یک دستفروش به او سیلی زده است و واکنش اجتماعی به این مساله خیلی زیاد بود، پس حساسیت اخلاقی بالاست. گرایش‌های عدالت‌طلبانه کماکان بالاست. جامعه واکنش جمعی نشان می‌دهد، نه اینکه مثلا چهار نفر رفتم چیزی بگویند. اگر مردم احساس کردند مسئولی یا یک شخصیت یا سلبریتی‌ای دروغ گفته مثل این چند روز که در قبال موضع‌گیری آقای فوتبالیست بازنده؛ همه واکنش نشان دادند از راننده و بقال ما تا خواننده‌ها و دیگر سلبریتی‌ها گرفته که چه واکنش عظیم موج گونه‌ای نشان دادند، به‌شدت موضع می‌گیرند و این بسیار حساس است، یعنی جامعه درخصوص مسائل اقتصادی، سیاسی، اختلاس، مساله دروغ و اخلاق که در هر حوزه‌ای اعم از فرهنگ تا سایر حوزه‌ها ممکن است باشد، واکنشش موج‌گونه است. این جامعه اگر حقیقت بر آن ارائه شود کماکان آمادگی همراهی را دارد. این غیر از جامعه‌ای است که ساعت ۹ شب سر کار می‌رود و در محیط کار اخلاق حرفه‌ای و مقررات حاکم است و نه هیچ چیز دیگری. آنجا حتی moral بعد از ethics یعنی اخلاق حرفه‌ای کم‌اثر است. انسان اینجا طبق مقررات، شاخص‌ها و ضوابط کار می‌کند و اگر مقداری کم‌کاری کند برکنار می‌شود و باید سرانجام به امثال اینها برود. وقتی هم از آن شغل بیرون می‌آید، به تعبیر فرانکفورتی‌ها صنعت اوقات فراغت او را در خود هضم می‌کند، یعنی او آنچنان درگیر تفریح یا رسانه و درگیر با کالوهاب، بازها، شهریاری‌ها و... است که می‌بینید هوشیاری جمعی در چنین جامعه‌ای از تحمیل خیلی بیشتری می‌شود. نمی‌خواهم بگویم مطلقا آنجا انسانیتی نیست و... نه؛ اما به زحمت بیشتری نیاز دارد. اما اینجا، یک ویدئوی غیراخلاقی که بیرون بیاید کل جامعه با انتشار آن بودنو واکنش نشان می‌دهند. در جامعه ما، از هر ۱۰ مساله به ۹ مساله واکنش جدی نشان داده می‌شود؛ اما آنجا از هر ۱۰ مساله یا به زحمت یکی را تبدیل به مساله اجتماعی کرد. ضمن اینکه من در جامعه ما سنت خوبی را تقدیر می‌کنم، یعنی شبکه سنت، نهادهای تاریخی و سنتی مثل خانواده کماکان دارد کار می‌کند. مثلا دین هنوز کار می‌کند، مسجد و هیات کار می‌کند؛ ضعیف شده است اما همچنان دارد کار می‌کند. ما در جامعه‌شناسی اصطلاحات خانواده گسترده و خانواده هسته‌ای را داریم. گفته می‌شود خانواده گسترده دیگر تمام شده است که پدربزرگ و فرزند و نوه‌ها همه دور هم زندگی می‌کردند. خانواده هسته‌ای، خانواده‌ای است که از بدو ازدواج خانواده مستقل است و تمام شد، که عبارت است از پدرومادر و فرزند و دیگر کسی نیست. از نظر موقعیت جغرافیایی اگر درنظر بگیریم بله، خانواده هسته‌ای شده است و خانواده گسترده که شده است. از نظر ارتباطات اساسی‌اش، اما، باید بگویم خانواده ایرانی باز جامعه هسته‌ای نشده است. جامعه هسته‌ای نظریه مربوط به چند دهه قبل است. ارتباطات به‌شدت در جامعه ایران برقرار است. ما فقط از منظر جغرافیایی و موقعیت زندگی تنها نیستیم یا ارتباطات غیررسمی است. الان رسانه‌های جمعی هم برای این تلاش می‌کنند و سازوکارها و تکنیک‌هایی دارند که روابط را غیررسمی و صمیمانه کنند. در رسانه خرد این کمکش بیشتر فراهم است. غیر از اگروهها هم است. برخی از شبکه‌های اجتماعی از اگروهای پنهان هدایت کاربر استفاده می‌کنند؛ مثلا اگروهای تاریک که اگروهایی است که مخاطب متوجه آن نمی‌شود؛ اینکه چه پیشنهادهایی به شما شود، نتایج چیست وجود را چگونه پیش‌رو را برایتان بچیند و چگونه محتوایی که دیگران استفاده کرده یا شبیه آن را برایتان بیاورد، خلاصه با فرورفتن و بدون اینکه بدانید در عین حال که آسایش آزادی می‌کنید، شما را از طریق این اگروهای نیم‌فراری مدیریت می‌کنند. بنابراین، نوشته‌هایی از این دست می‌توانند هدفت‌بندی و همدلی بیشتری را برای کاربر ایجاد کند تا پیام خود را بنشاند.

ما اماره و نشانه‌هایی از پساحقیقت داریم اما نمی‌شود ما را با جامعه‌ای که وارد آن عصر شده است مقایسه کرد. ما کماکان در مقابل پساحقیقت، هنوز حساسیت‌های بالایی نسبت به حقیقت داریم.

وضعیت رسانه‌های کلان و فراگیر کشور در ارتباط با مخاطب در کشور ما چگونه است؟ آیا در رقابت با رسانه‌های خرد این رسانه‌های کلان کارکرد خود را از دست داده‌اند؟

رسانه‌های کلان، طبق نظریه همگرایی باید خود را با این آرایش جدید رسانه‌ها وفق بدهند وگرنه بازنده خواهند شد. این را هم بگویم که ما دوره‌های پارادایمی را هم در تجربه می‌کنیم. دوره بازگشت سنت مقاطعی که مخاطبان و کاربران به دلایلی از مصرف فردی شده رسانه‌ای خسته می‌شوند و به رسانه‌های جمعی بازگشت می‌کنند. با این شرایط اجتماعی و فرهنگی اجتماعی این ممکن است رخ بدهد. مثلا سینما در کشور ما در حال بازگشت است. پس رسانه‌های جمعی که مهم‌ترین آنها رادیو تلویزیون، سینما و مطبوعات است باید خود را تطبیق بدهند. ماندن کاری که خیلی از رسانه‌های جدید دنیا کرده‌اند و سریع پاسکاری میان broadband/broadcast را انجام داده و ادامه خودشان را در فضای مجازی خود را حفظ کرده‌اند و توانسته‌اند مصرف فردی و ارتباط شخصی را هم در کنار پخش انبوه‌شان تامین کنند. در عین حال، حواس‌مان باشد که وقت‌هایی و سر بزنگاه‌هایی همه افراد جامعه به شکل شبکه‌ای دوباره به رسانه انبوه مراجعه می‌کنند؛ بزنگاه‌ها مثل بحران‌ها است، از بحران‌های طبیعی و سیاسی. مثلا در کرونا مراجعه مردم به رادیو و تلویزیون یکباره زیاد می‌شود چون می‌خواهند اطلاعات موثق بگیرند که در اختیار نهادهای حاکمیتی است و نه در اختیار شبکه‌های خرد. در بحران‌ها معمولا مراجعه مخاطبان به رسانه‌های توده‌ای یا رسانه‌های

ادامه از صفحه ۱۵

اندونزی؛ هدف جدید سیاست نگاه به شرق ایران

سجاد عطازاده
مترجم

فرا اج. لاوسون، استاد رشته «دولت» در کالج میلز دانشگاه نورث ایسترن بوستون ایالات‌متحده آمریکا، در مقاله‌ای با عنوان «مراوده ایران با اندونزی؛ چرا؟ و چرا اکنون»، که در مجله Australian Journal of International Affairs منتشر شده به بررسی روابط رو به رشد جمهوری اسلامی ایران و اندونزی پرداخته است. اگرچه این مقاله از دیدگاه غربی نوشته شده اما خواننی آن می‌تواند ضمن روشن کردن اهمیت روابط تهران و جاکارتا، تمرکز غربی‌ها بر سیاست نگاه به شرق جمهوری اسلامی ایران را نیز روشن سازد.

سیاست «نگاه به شرق» جمهوری اسلامی ایران اغلب از طریق تبیین روابط تهران با جمهوری خلق چین، هند و جمهوری‌های شوروی سابق توضیح داده می‌شود. این سیاست که به‌عنوان کارآزاری برای ایجاد مشارکت‌های دیپلماتیک و اقتصادی با کشورهای آسیایی مذکور آغاز شد، اکنون ابعاد امنیتی قابل توجهی به خود گرفته است. تهران و پکن در نوامبر ۲۰۱۶ یک توافقنامه همکاری نظامی امضا کردند که زمینه لازم را برای رزمایش دریایی مشترک دوطرف در دریای عمان در تابستان سال بعد را فراهم کرد. چین و ایران در مارس ۲۰۲۱ هم یک پیمان همکاری راهبردی ۲۵ ساله منعقد کرده بودند. در همین حال، تهران و دهلی‌نو هم اقداماتی را برای تقویت همکاری‌ها در زمینه مسائل امنیتی داخلی و خارجی و ازسرگیری همکاری‌های خود در بندر چابهار انجام دادند؛ بندری که انتظار می‌رود امکانات آن باعث ارتقای تجارت دوجانبه شود و به کشتی‌های جنگی ایران اجازه دهد نیازی به عبور از گلوگاه تنگه هرمز نداشته باشند. این بندر هند را نیز قادر می‌سازد تا به‌طور مؤثرتری بر فعالیت‌های دریایی پاکستان و همچنین حضور رو به گسترش چین در دریای عرب نظارت کند. با این حال این اتفاقات تنها بخشی از حرکت جمهوری اسلامی به سمت شرق را تشکیل می‌دهند. حسن روحانی، رئیس‌جمهور وقت ایران در اکتبر ۲۰۱۶ به ویتنام، مالزی و تایلند سفر کرد. اقدامی که به گفته یکی از کارشناسان مطلع، موازنه بیشتری را در معادله شرق و غرب در دیپلماسی ایران به ارمغان آورده و البته به ایران کمک می‌کرد تا جایگاهی مناسب در جنوب شرقی آسیا و سازمان‌های منطقه‌ای تاثیرگذار، آن برای خود ایجاد کند. چشم‌انداز برقراری روابط نزدیک‌تر بین تهران و کوالالامپور پس از کاهش خصومت ایران و عربستان که در بهار ۲۰۲۳ شکل گرفت، روشن‌تر شد اما در این میان، رخداد مهم تلاش اخیر ایران برای ایجاد روابط نزدیک‌تر با اندونزی است.

ایران و اندونزی

پس از یک دهه رکود، روابط ایران و اندونزی در اوایل سال ۲۰۲۰ احیا شد. در ژانویه آن سال، سفیر ایران در جاکارتا به خبرنگاران گفت که دولت اندونزی‌پایی Republikorp منعقد کرد. در ماه سپتامبر گزارش شد اوطبی پیشنهاد کرده است که سهم اندونزی در تولید جنگنده بمب‌افکن جدید رادار گریز جمهوری کره- KF-21 را ابتیاع کند. در تلاش برای جبران موقعیت از دست رفته، دولت سعودی در بهار ۲۰۲۳ اقداماتی را برای خرید کشتی‌های جنگی ساخت اندونزی برای نیروی دریایی و گارد ساحلی پادشاهی خود انجام داد.

این تحولات یک خطر آشکار برای ایران به شمار می‌روند. رقابت بین عربستان‌سعودی و امارات بر سر افزایش ارتباطات با اندونزی منجر به افزایش کمیت و کیفیت تسلیحات در دسترس نیروهای مسلح امارات شده و نتیجه‌ آن دسترسی اوطبی به ناوهای جنگی، هواپیماهای جنگی و پهپادهایی شده است که می‌توانند به خاک ایران آسیب وارد کنند. سیاستگذاران در تهران با یک انتخاب جدی بین پذیرش گسترش همکاری نظامی بین امارات و اندونزی و اجرای اقدامات متقابلی که پیشرفت‌های امارات را به چالش می‌کشند، روبه‌رو هستند. هر دو گزینه مخاطره‌آمیز هستند و هیچ‌کدام هم تهدیدهای پیش‌روی جمهوری اسلامی را از بین نمی‌برد. با این‌وجود، برقراری رابطه نزدیک‌تر با جاکارتا راه امیدوارکننده‌ای برای مقابله با حرکت دشمنان اصلی منطقه‌ای تهران به‌دست شود است.

احیای عمد تعهد

رهبری اندونزی طی سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۱۷ و همزمان با افزایش تنش‌ها بین جمهوری خلق چین و ایالات‌متحده در منطقه هند- آرام مجددا بر موضع دیرپای این کشور مبنی بر «تعادل عمل گرایانه» تاکید کردند. رئیس‌جمهور ویدودو و مرسودی وزیر امور خارجه سابق بارها از کشورهای جنوب شرقی آسیا خواسته‌اند که از همسویی با هر یک از این قدرت‌ها خودداری کنند و درعوض به دیپلماسی چندجانبه، اهمیت و مشارکت و اقدامات اعتمادساز متعهد شوند. درخواست‌های مداوم جاکارتا باعث شد انجمن کشورهای جنوب‌شرقی آسیا (آسه‌آن) مانیفستی به نام «چشم‌انداز آسه‌آن در هند- آرام» را اتخاذ کند که در آن تاکید شده است این سازمان بایدنقش «مرکزی» در ترویج گفت‌وگو، یافتن ابزارهای مسالمت‌آمیز برای حل وفصل اختلافات و اجتناب از استفاده از قدرت در این منطقه‌ای داشته باشد.

انتظار می‌رفت پس از به عهده گرفتن ریاست آسه‌آن توسط اندونزی در ژوئن ۲۰۲۳ شاهد تقویت این اصول در میان ۱۰ کشور عضو این مجمع باشیم. اندونزی در ژوئن ۲۰۲۳ با دعوت‌کردن ۱۰ عضو دیگر در اولین مانور نظامی دریایی که کشتی‌های جنگی جمهوری چین، ایالات‌متحده، هند، پاکستان، روسیه، ژاپن، جمهوری‌کره و جمهوری‌دموکراتیک‌خلق‌کره در آن شرکت داشتند برای هند بعد تعهد صحه گذاشت. یک ماه بعد جاکارتا تصمیم گرفت مانورهای دریایی افتتاحیه آسه‌آن را به جایی خارج از آب‌های مجاور جزایر ناتونا واقع در اقیانوس آرام که چین مدعی تملک آن‌هاست، منتقل کند. بنابر گزارش‌های موجود، تصمیم برای جابه‌جایی مکان این تمرینات پس از آن گرفته شد که کامبوج اعلام کرده درصورت برگزاری این رزمایش‌ها در آب‌های مورد مناقشه، از شرکت در آن امتناع خواهد کرد. در همین حال مقامات اندونزی از ایجاد مجمع هند- اقیانوسیه آسه‌آن هم حمایت کرده‌اند؛ گروهی که می‌تواند فرصتی برای گفت‌وگوهای دوره‌ای بین اعضای آسه‌آن و چهار کشور تشکیل‌دهنده گروه کواد- ایالات‌متحده، استرالیا، ژاپن و هند- فراهم کند.

تهران علاقه شدیدی به تشویق جاکارتا به وفادار ماندن به سیاست خارجی عمل‌گرایانه و پایداری آن به عدم‌تعهد در منطقه هند- آرام دارد. جمهوری خلق چین بزرگ‌ترین صرف‌کننده نفت صادراتی ایران است. آمارهای اولیه مربوط به اوت و سپتامبر ۲۰۲۳ حاکی از افزایش ۵۰ درصدی صادرات نفت ایران به چین در مقایسه با پاییز ۲۰۲۲ است. درآمد حاصل از این صادرات نقش مهمی در تثبیت اقتصاد متزلزل داخلی جمهوری اسلامی دارد. علاوه بر این، ایران خرید کالاهای تولید شده در جمهوری خلق چین پس از اوج‌گیری کرونا را افزایش داد. نکته مهم آن است که همه تجارت بین دو کشور به ارز ۱۰۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۷ پیش‌بینی شده است. در همین حال اندونزی و امارات یک توافقنامه تبادل ارز برای تسویه تجارت دوجانبه در دسامبر ۲۰۲۳ منعقد کردند. این توافقنامه تجارت ترجیحی و یک یادداشت تفاهم هند که دو کشور را متعهد به گسترش همکاری در تحقیقات زیست‌پزشکی، تسهیل انتقال فناوری و گسترش همکاری‌های مشترک در بین شرکت‌های بخش دولتی کرد. علاوه‌بر این، دوطرف پرتاب‌هایی را برای ایفای نقش بیشتر شرکت‌های ایرانی در ساخت و تجهیز پایتخت اداری جدید اندونزی در کالیمانتان شرقی در جزیره بورنئو اعلام کردند. دفتر رئیس‌جمهور در وب‌سایت خود اطلاعیه‌ای منتشر کرد مبنی بر اینکه تجارت بین دو کشور از این پس

جمعی افزایش پیدا می‌کند. وقت‌هایی هم هست که جامعه به افراط و اشباعی از مصرف رسانه‌ای فردی می‌رسد. یعنی از نظر روانی اتفاقی می‌افتد که دوست دارد دوباره جمع شود. این جمع شدن‌ها در سینما مثلا رخ می‌دهد. ممکن است همه در خانه جمع شوند و فوتبال ببینند، ولی از یک دوره‌ای سینما قرار شد فوتبال را در یک سالن اکران کند و همه برای تماشا در سالن جمع شوند. الان سریال‌های نمایش خانگگی و سکوهای انتشار را هرکس می‌تواند در خانه ببیند ولی به محض اینکه برخی از این سکوها اعلام کردند که بازیگران را به سینما می‌آورند و آنجا هم برنامه پخش می‌کنند، مردم جمع شدند. بنابراین، یک ایستگاه‌هایی وجود دارد که ممکن است جامعه به دلایل اجتماعی یا روانشناختی یا سیاسی و بحران، بازگشت به رسانه جمعی انجام دهد. اما به ص