

گذار از رسانه اقلیت به رسانه آلترناتیو توده!

یک اشاره کوتاه

امید حبیبی نیا

دانشجوی دکتری مدیریت و تحقیقات ارتباطات

Omid_habibi_nia@hotmail.com

در کارزار بحران اجتماعی (مرحله پیش از شرایط انقلابی) همواره گروههایی از اقلیت تلاش می کنند تا بر شتاب پروسه جهش اجتماعی بیفزایند و بطریق اولی خود در این میان نقش رهبری را به دست گیرند.

می توان گفت که آینده پویایی اجتماعی به گونه ای (صرفنظر از آنکه این پویایی را بر مبنای چه زیرساختی ارزیابی کنیم) بستگی تام به تعامل میان این گروههای اقلیت و در نهایت جامعه دارد.

در شرایط کنونی که ارتباطات امکانات گسترده تری را برای انتشار پیام ها و ایده های انقلابی مطرح ساخته است بدیهی ست که این گروههای اقلیت (که مثلا در ایران می توانند طیف های مختلف روشنفکران مخالف جمهوری اسلامی، معلمان، کارگران پیشرو، جوانان و دانشجویان، زنان، نیروهای چپ، خرده بورژوازی فرصت طلب و سرانجام اقشار مختلف بورژوازی باشند) در اولین گام به ایجاد رسانه های خود اقدام کنند. این رسانه ها اگر چه به لحاظ پایگاه طبقاتی می توانند و باید به عنوان رسانه ای که یک طبقه اجتماعی را نمایندگی می کنند ارزیابی شوند؛ اما از دیدگاه پویایی اجتماعی (Social Dynamism) بازنمایانگر تحرک اجتماعی اقلیت ها برای بازشناسی جایگاه و هویت خود هستند.

اما چگونه رسانه های اقلیت ها می توانند تبدیل به رسانه توده ای آلترناتیو در برابر رسانه های عظیم دولتی و حکومتی شوند؟

مسئله این امر به پویایی نیروهای متعامل اجتماعی بستگی دارد؛ اما رابطه اقلیت/ رسانه/ جامعه در این فرایند رابطه ای پیچیده و چند لایه است و نمی توان آن را با نگاهی خطی بررسی کرد؛ زیرا روشن است که تحرک فزاینده یکی سبب افزایش تحرک دیگری و در نتیجه شتاب گیری این چرخه خواهد بود.

اما سازو کار این فرایند چگونه است که سرانجام یک رادبوی مخفی، یک شبکه تلویزیونی زیرزمینی یا یک سایت مستقل اینترنتی را در این روند به جنبش اجتماعی پیوند می زند و سبب اعتلای سطح و عمق جنبش می شود؟

مهمترین موضوعی که در اینجا می توان به آن اشاره کرد عمق نفوذ اطلاعات اجتماعی است. به عبارت ساده تر هر گاه یک نظام توتالیتر بخواهد اطلاعات را کانالیزه کرده و با سیاست دروازه بانی اطلاعاتی سخت گیرانه خود از جامعه توده وار ایده آتش پاسداری کند، لاجرم گرایش های گریز از مرکز را در بخش هایی از جامعه تشدید خواهد کرد که در نهایت به سرنگونی اش منجر خواهد شد. این گرایش ها (خرده فرهنگ ها، مخالفان سیاسی، جوانان و...) هر یک در جستجوی شیوه های مختلفی برای دسترسی به اطلاعات از مجاری غیر حکومتی بر خواهند آمد؛ زیرا آنها احساس می کنند اطلاعات کانالیزه شده حکومتی قادر به پاسخگویی به نیازهای آنان نیست. این معادله افزایش نیاز / افزایش منابع اطلاعاتی / افزایش پویایی اجتماعی، زمانی شتاب می گیرد که اقلیت موفق شود توده ها را به میدان این کارزار بکشاند و از سوی دیگر حضور در این میدان نیز متکی بر افزایش آلترناتیو های رسانه ای و قدرت جذب آنها است.

اما چرا اطلاعاتی که اقلیت (و رسانه اقلیت) ارائه می دهد همواره جذاب تر، پویاتر و با تاثیرات عمیق تر همراه است؟ علت این امر روشن است؛ زیرا اقلیت در این شرایط به عنوان موتور محرک تعامل اجتماعی ساختار شکنانه فعالیت می کند و در نتیجه اطلاعات آن در تعارض مستقیم با مفاهیمی قرار می گیرد که رسانه های توتالیتر (و حکومت متکی بر اکثریت خاموش) حکم فرما کرده اند. رسانه اقلیت در مرحله نخست با هویت اجتماعی و سپس با تغییر در معادلات پویایی اجتماعی و برهم زدن موازنه قدرت، خود را نشان می دهد.

این رسانه‌ها همچون ساختار خود اقلیت‌ها در جامعه برای خود گروه‌ها و حوزه‌های اجتماعی ایجاد می‌کنند که به واسطه دینامیسم رشد و پویایی گروه در فرایند تحول اجتماعی می‌توانند نقش خود را در پیشبرد اهداف اقلیت‌ها و پیوند زدن این اهداف با اهداف فرایند انقلابی برای گذار به دوران انقلاب و سرنگون سازی قدرت حاکم، ایفا کنند.

بدیهی است که در این شیوه بررسی، هر رسانه اقلیت با یک خاستگاه اجتماعی و گرایش مشخص سیاسی (هرچند پنهان شده) برای حل بحران قابل تشخیص است. این رسانه‌ها با شیوه ارائه اطلاعات و سیاست نفوذ خود در هر گام خواهند توانست پیوند خود با طبقه/گروه محوری مورد نظر را برقرار و سپس به افزایش قابلیت‌های درونی و بیرونی پویایی اجتماعی آنها بپردازند و در نهایت در عرصه فعالیت‌های سیاسی جامعه موثر باشند. اگر چه توصیف تیپولوژیک رسانه‌های اقلیت بر مبنای گرایش‌های سیاسی آنها در این مرحله می‌تواند برای چگونگی برخورد با آنها موثر باشد و مثلاً می‌توان آنها را به: طرفدار رفرم، طرفدار سلطنت، طرفدار انقلاب قهر آمیز و سوسیالیسم، طرفدار سرمایه داری مذهبی و... تقسیم بندی نمود، اما واقعیت آن است که در تحلیل رسانه شناختی بدون درک شیوه‌های کنش و تعامل میان این رسانه‌ها و مخاطبان‌شان و بطریق اولی درک شیوه جذب، مخاطب سازی و نفوذ امکان تمایز روش شناختی میان این رسانه‌ها وجود ندارد؛ زیرا در بحث پویایی اجتماعی در فرایند گذار از رسانه اقلیت به رسانه توده آن چه دارای اهمیت فزاینده است همین دینامیسم درونی رسانه/گروه است که جامعه را به تکاپو وامی‌دارد.

اما رسانه اقلیت چگونه به این سطح از تاثیر گذاری دست می‌یابد؟

رسانه اقلیت در برابر پارادوکس تسلیم پذیری اکثریت و سرسختی اقلیت

تغییراتی تدریجی در رفتار و نگرش مخاطب به وجود می‌آورد که از طریق مخاطب سازی و مداخله مستقیم در تحركات اجتماعی (مثلاً گزارش لحظه به لحظه تظاهرات و خیزش‌های مردمی) به تدریج به سطح جامعه نیز نفوذ می‌کند.

این تغییرات را می‌توان در چند زمینه مشخص کرد:

- تغییرات در میزان فعالیت اجتماعی (مشارکت اجتماعی در فرایند دگرگونی‌ها افزایش می‌یابد)
- تغییرات در تعاملات درونی با خرده گروه‌های اجتماعی و انعطاف پذیری (با دریافت اطلاعات جدید پیش‌انگاره‌ها دستخوش تغییر می‌شود و در رابطه با اقلیت نزدیک به خود به نوعی هویت درون گروهی دست می‌یابد)
- میزان و عمق فعالیت‌ها تغییر می‌کند (سطح مطالبات فرد و گروه را افزایش می‌دهد)
- دامنه تحركات را افزایش می‌دهد (دامنه این تحركات را از سطوح روزمره به سطوح عمقی و تئوریک می‌کشانند)
- به تمایز هویت گروهی می‌انجامد (هویت فردی/اجتماعی/فرهنگی مخاطبان را متمایز می‌سازد)
- برخورد با منابع اطلاعاتی را متحول می‌کند (برخورد از حالت پاسیو به آکتیو بدل می‌شود)
- تحریک خلاقیت‌های فردی/اجتماعی (شیوه‌های تازه‌ای برای خلق تحركات اجتماعی را بر می‌انگیزد)
- به تعامل چند لایه مخاطبان با رسانه و تحولات اجتماعی می‌انجامد (شتاب تحولات را بر اثر این چند وجهی شدن روابط افزایش می‌دهد)
- پیام‌های مخالف خوانی را اشاعه می‌دهد (گریزگاه‌های قدرت با نفوذ پیام‌هایی بر ضد ارزشهای حاکم از دست می‌رود)
- میزان حضور اجتماعی در شرایط حساس را افزایش می‌دهد (قدرت ریسک پذیری توده‌ها را افزایش می‌دهد)

-جامعه پذیری مفهوم بهره مندی از رسانه را تغییر میدهد (گرایش تحریک اجتماعی بر گرایش تخدیر توده ها در استفاده از رسانه چیره می شود)

سخن را کوتاه کنیم؛ رسانه اقلیت در شرایطی می تواند بدل به رسانه آلترا ناتيو توده ها برای دامن زدن به تحولات ریشه ای اجتماعی شود که موفق شود میان گروه های مخاطب خود با سطح مطالبات جامعه پیوند برقرار کند و از طریق اقناع سازی با روش های متنوع، تکثرگرایانه و دوسویه ارتباط مخاطبان را با یکدیگر و در نهایت با سطح جنبش اجتماعی برقرار کند و سپس به عمق یافتن آن بیندیشد.

براین مبنا رسانه های اقلیت در جامعه برای مقابله با انحصار اطلاعاتی حاکمیت باید با توجه به شاخص های اجتماعی شیوه های مختلفی را برای مخاطب سازی از سویی و برانگیختن " خود آگاهی اجتماعی" (Social Conscious) از سوی دیگر در دستور کار خود قرار دهد. عقب ماندن از دامنه تحولات و پیش افتادن بیش از حد از سطح توانمندی های تحركات اجتماعی سبب خواهد شد تا اقلیت مرتبط با رسانه نتواند خود را با مطالبات و فضای اجتماعی همراه سازد و در نتیجه پیامهای رسانه با دامنه نفوذ کمتری روبرو خواهد بود.

تعارض اقلیت ها و رسانه های اقلیت ها نیز موضوعی است که در هنگامه تحولات اجتماعی چون سر برآوردن آلترناتیوهای مختلف در برابر قدرت حاکم، سبب می شود تا بر سطح و عمق مداخلات اجتماعی توده ها افزوده شود؛ اما در نهایت این سیر تحول / نفوذ اجتماعی رسانه / پویایی اقلیت و گروه ها خواهد بود که سیمای رسانه یی که بدل به آلترا ناتيو خواهد شد را روشن خواهد کرد.

این فرایند با شیوه بازنمایی رسانه در تعامل با گروه / خود اجتماعی مخاطب، باور پذیر ساختن ارزشهای جایگزین، دامن زدن به عمق مطالبات و سوگیری آنها به سوی مفاهیم مشترک، برانگیختن حافظه توده ای (برای درک تجارب مبارزات) و سرانجام قدرت جذب برنامه های عمل طبقات و نیروهای موثر در موازنه قدرت در جامعه بستگی خواهد داشت.

برای درک شیوه های تبدیل رسانه اقلیت به رسانه آلترا ناتيو توده ای، البته تحلیل کارکردی رسانه ها در شرایط جامعه در آستانه انقلاب ایران، آزمون خوبی برای پیش بینی چگونگی آرایش قوا در این پویایی های اجتماعی خواهد بود.

این شرایطی است که به آن شرایط " انتظار امید" گفته می شود.

برای آشنایی بیشتر با مفاهیم پویایی اجتماعی و نقش رسانه های مخالف خوان در این زمینه نگاه کنید به :

Representive of Social Infelunce;Deaux & philogne(2001)

Identites,Groups,And Social Issues;Wetrell&Maisset .et al.(1982)

Media & Society;Litzerman(2003)

The Agenda stting; Pan & Kosick(1999)

و سرانجام:

Mass Communication Theory (5th Ed.) Mc Quail.d (2002)