

جوان مسلمان، رسانه، و موج چهارم

دکتر عباس حُرّی^۱

چکیده: عصر حاضر عصر محوریت اطلاعات است، و رسانه‌ها و فن‌آوری اطلاعات بر این محوریت تأثیر نهاده‌اند. قابلیت‌های فن‌آوری اطلاعات از سوی دیگر، خود سبب آسانگی اطلاعات و ضرورت به‌گزینی از میان انبوه اطلاعات موجود گردیده است. امر گزینش یا گزیر به ارزش‌گذاری می‌انجامد و حضور نظام‌های ارزشی را اجتناب‌ناپذیر می‌کند و در نتیجه عملاً اطلاعات متأثر از ارزش‌های حاکم بر جامعه دریافت‌کننده خواهد بود. نوشته حاضر کوشیده است با اشاره‌ای کوتاه به غلبه نظام‌های ارزشی در گزینش اطلاعات، خصوصاً در جوامع اسلامی بپردازد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

کمتراز دو دهه پیش، آلوین تافلر متفکر و جامعه‌شناس معاصر از سه انقلاب یا سه موج سخن به میان آورد: انقلاب کشاورزی، انقلاب صنعتی، و انقلاب الکترونیکی؛ و نام هر یک از آنها را موج گذاشت و موج سوم را به وضعیت معاصر اطلاق کرد، که عصر مورد نظر او را عصر اطلاعات و ارتباطات نیز نامیده‌اند. موج سوم در واقع در معنایی گسترده موج غلبه اطلاعات و ارتباطات است.

عصر اطلاعات و ارتباطات که به دلیل وقوع پس از عصر صنعتی و غلبه بر آن، عصر فراصنعتی نیز نام گرفته است، عصر محوریت اطلاعات است و آنچه عصر اطلاعات را هویتی بارز بخشیده است وجود رسانه‌های نوین ارتباطی است. وجود این رسانه‌ها و فن‌آوری‌های

۱. سخنرانی افتتاحیه در همایش جوان مسلمان و رسانه

۲. مدیر گروه کتابداری دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه تهران

ارتباط دوربرد می‌کوشد مرزهای سیاسی و فرهنگی را ندیده بگیرد و جهان را به دهکده‌ای، یا به تعبیر جدیدتر، خانه‌ای تبدیل کند که اعضای آن بدون احساس فاصله جغرافیایی با یکدیگر ارتباط می‌یابند.

امکان ارتباط دوسویه با استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های موجود رایانه‌ای، برای بشر امروز زندگی نوینی را پدید آورده است که می‌توان آن را زندگی مجازی نامید. کتابخانه مجازی، بازار مجازی، کلاس مجازی، فراغت مجازی، جامعه مجازی، واقعیت مجازی و از این قبیل، مفاهیمی هستند که فن‌آوری ارتباطات به ارمغان آورده است. در زندگی مجازی می‌توان زیرسقف واحدی ماند و با جهانی گسترده و سرشار از اطلاعات و با استفاده از امکانات دریافت و انتقال صوت و کلام و تصویر ارتباط یافت.

تبادل اطلاعات در مقیاس جهانی خود فزونی حجم تولید و توزیع و انباشت اطلاعات و پیام‌ها را پدید آورده است. انبوهی اطلاعات و پیام‌ها که حاصل چرخه تولید و توزیع و مصرف آنهاست بشر امروزی را با مشکلی نوین روبه‌رو کرده است که خود سبب سرگردانی اوست. رشد تصاعدی حجم اطلاعات که نتیجه به‌کارگیری رسانه‌های امروزی است، کار انتخاب و به‌گزینی را تبدیل به معیایی کرده است که بشر حیرت‌زده امروز با آن روبه‌رو است.

انباشتگی گرچه ممکن است خود مثبت تلقی شود، لیکن همیشه انسان را ناگزیر از انتخاب می‌کند. چگونه می‌توان درست را از نادرست، معتبر را از نامعتبر، مرتبط را از نامرتبط، و سودمند را از ناسودمند بازشناخت و آن را در حدی معقول در هرگزینش محدود ساخت؟ ملاک تشخیص صحت، اعتبار، ربط، و سودمندی در این میان چیست؟

بنابراین، نفس انبوهی انسان امروزی را به‌سوی نوعی ارزش‌گذاری اجتناب‌ناپذیر سوق می‌دهد؛ و ارزش‌گذاری ناگزیر راه به سوی نظام‌های ارزشی خواه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، یا فرهنگی می‌برد و در واقع نوعی نظام معرفتی را بر تصمیم‌گیری در جهت رد یا قبول آنچه پیش‌رو دارد حاکم می‌سازد. بدین ترتیب، اطلاعات و ارتباطات که خود تا مقام محوریت عصر حاضر پیش رفته است، در جریانی خودسوزانه تبدیل به ابزاری می‌شود تا "معرفت" (دانش) و "خرد" از خاکستر آن سربرآورد، و این طلیعه ظهور موج چهارم است.

موج چهارم موج غلبه معرفت و خرد است. معرفت یا دانش بافتاری است که هویت ذهنی و تجلی رفتاری انسان را شکل می‌دهد و اجزاء چنین معرفتی پاره‌های اطلاعاتی است که هر انسان در شبکه مفهومی خود به‌گونه‌ای خاص سامان می‌بخشد، اما هرگاه این معرفت با نظامی ارزشی که خاستگاهی فرهنگی دارد در آمیخت به خرد می‌انجامد که اوج بهره‌وری از اطلاعات است.

تبدیل اطلاعات به دانش و آنگاه به خرد که نتیجهٔ قهری انبوهی اطلاعات و پیمودن مسیر جبری و اجتناب ناپذیر "گزینش" است، چشم اندازی است که می‌توان برای آیندهٔ بشر در عرصه‌های اطلاعات و ارتباطات ترسیم کرد. در واقع، در موج چهارم، انسان در جست‌وجوی خردمندی و خردپیشگی است. دیگر اطلاعات به عنوان عنصری رها از ارزش (value free) مطلوب بشر نخواهد بود، یا دست کم هدف‌غایی او نیست. موج چهارم موج حکومت ارزش‌هاست.

اما، آنچه امروز و در جریان غلبهٔ موج سوّم می‌کوشد ارزش ویژه‌ای را در مقیاسی گسترده القاء کند مفهوم فرهنگ جهانی است؛ مفهومی که با خود در تعارض است. زیرا، فرهنگ ریشه در زاد و بومی مشخص دارد و مفهومی سرزمینی است نه زمینی. پس آنچه زیرکانه و رای مفهوم فرهنگ جهانی پنهان کرده‌اند فرهنگ غالب بر نظام تولید و توزیع داده‌ها و پیام‌هاست، که خود خاستگاه و سرزمینی مشخص دارد. مفهوم فرهنگ جهانی در واقع القاء ارزشی پیش‌بینانه برای جهت بخشیدن به نظام معرفت و خرد آیندهٔ بشر و مهارکردن تلقیات نسل‌های آینده، و در واقع تدوین سناریوی موج چهارم است.

جوامع اسلامی، با آگاهی نسبت به این برنامه‌ریزی‌ها، می‌بایست نظام ارزشی خود را با هدایت‌جویی از مفاهیم اسلامی، به عنوان آیینی که بیشترین رهنمود را در معرفت‌پویی و خرداندوزی به انسان عرضه کرده است، در گزینش خود از میان انباشتگی‌ها به کارگیرد و آگاهانه در جهت‌بخشی موج چهارم یعنی موج غلبهٔ معرفت و خرد که آمیختگی پیام‌ها با مبانی فرهنگی و ارزشی است نقش خود را فعالانه اجرا کند و انجام این مهم بی‌تردید بر دوش نسل جوان و امیدهای آتی جهانی اسلام است که در آینده‌ای نزدیک موج چهارم را درک خواهند کرد.

اما، شناخت قابلیت‌های رسانه‌ها از یک سو و آگاهی نسبت به نیازها و علقه‌های نسل جوان از سوی دیگر برای برنامه‌ریزی بهره‌وری بهینه از رسانه‌ها و تسهیل انتقال پیام امری ضروری است. نابجا به کار گرفتن رسانه‌ای ویژه برای انتقال پیامی خاص، آن را تبدیل به رسانه‌ای نارسا خواهد کرد که طبعاً با خود در تعارض است، زیرا شرط رسانگی رسانایی است. عوامل گوناگونی در این نارسایی دخیل‌اند که همایش حاضر می‌کوشد طی مدت کوتاهی که پیش‌رو دارد و ساعات محدودی که در اختیار اوست. به این عوامل و نقش آنها در رسانه‌های مختلف و جوانان مسلمانی که با این رسانه‌ها در تقابل‌اند بپردازد. امید است که در حدّ تذکّاری مفید افتد. ■