

روان‌شناسی و رسانه در ایران

دکتر رضا پورحسین

موضوعی که بنده به‌اختصار در مورد آن صحبت می‌کنم، بحث رسانه و گستره روان‌شناسی، به‌ویژه روان‌شناسی و رسانه در ایران است. ابتدا تکلیف خودمان را با مسئله رسانه به‌عنوان یک مدیوم مشخص می‌کنیم و بعد ببینیم که رسانه برای روان‌شناسی و روان‌شناسی در رسانه چه باید بکند، چه کرده و چشم‌انداز چه چیزی است. گاهی شما چیزی را می‌سازید و از آن چیزی که ساختید می‌ترسید و از چیزی که می‌سازید پشیمان می‌شوید. رسانه یک کارکردی دارد که منشعب از ذاتش است و آن، تغییر مدام است. تغییر مدام در کارکرد ذاتی رسانه موجب می‌شود که رسانه هرروز خودش را نو کند و حتی این نو شدن و تغییر شتاب‌آور در ذات الکترونیکی آن وجود دارد. یعنی شکل دیجیتالی و فناوری الکترونیکی آن به گونه‌ای است که شما باید همیشه نقاطی را کنار هم بچینید و نوبه‌نو تصویر را تازه کنید و جلو بروید. این ذات موجب می‌شود که خود رسانه آرامش نداشته باشد و آرامش را از مخاطب خودش بگیرد. پس رسانه با آرامش سنخیت ندارد. به‌خصوص با توجه به صحبت حکیمانه جناب آقای دکتر غباری، فرهنگ شرقی که بنا بر آرامش، استقرار، سکون و یک نوع آرامش عرفانی و شرقی است، با رسانه‌ای که فعلاً در دنیا موجود است و با جعبه رادیو و تلویزیون و از این قبیل تعریف می‌شود، مغایرت دارد. به عبارت دیگر، ما از یک جعبه استفاده می‌کنیم برای ایجاد یک رفتار و نگرش جدید و از آن طرف هم، کوشش می‌کنیم برای همین جعبه، برای سامان دادن رفتارها. یعنی هم آن رفتار را خراب می‌کنیم و هم سامان

می‌دهیم. به عبارتی، سر خودمان را گرم می‌کنیم که بالأخره اشتغالی داشته باشیم. این ذات رسانه است، اما آیا واقعاً همین است؟ قطعاً این نیست. استفاده از فناوری و تکنولوژی در هستی و استفاده از مصنوعات بشری قاعدتاً باید به سمتی برود که بتواند در دل خودش سکون و آرامش را هم داشته باشد. اینکه امروز و ارتباطات امروز به اینجا نرسیده است، به این دلیل است که فناوری امروزی پای خود را جایی گذاشته که اینجا متعلق به شرق نیست. به همین دلیل، من با یک نگاه اعتراضی به اصل رسانه بحث را آغاز می‌کنم، تا برسیم به رسانه داخلی. قاعدتاً توقعی که از یک رسانه با این ذات و کارکرد دارند، نباید یک انتظار و توقع سازش‌دهنده و شکل‌دهنده رفتار به طرز کاملاً مطلوب باشد و متأسفانه در ایران، یک نگاهی وجود دارد که هر آسیبی را برمی‌شمارند و درباره آن صحبت می‌کنند به یاد رسانه می‌افتند.

شما اگر به دانشکده‌ها هم بروید همه نگاه‌ها برای حل مسئله سراغ یک نفر می‌رود. یعنی چیزی به عنوان تلقی جمعی و مسئولیت‌پذیری کمتر دیده می‌شود. در مورد دلیل این موضوع باید بررسی کرد. کاری که رسانه انجام می‌دهد در دو جهت فرهنگ‌سازی و به عبارتی، تغییر نگرش و رفتار است. در بعد پرداختن به مسائل روان‌شناسی، یک تغییر جهت در رسانه ملی صدا و سیما اتفاق افتاد و آن این است که تقریباً در دهه ۷۰ شمسی، رسانه ملی عمدتاً بحث‌های روان‌شناسی و تربیتی در گستره مسائل نابهنجار بود، یعنی مسائلی که شما از رادیو و تلویزیون، به‌خصوص رادیو می‌شنیدید، عمدتاً بحث‌هایی در حیطه افسردگی، اضطراب و حل مسائل کاملاً فردی در حوزه نابهنجار است. از دهه ۷۰ به این طرف، به دلیل استقرار روان‌شناسان بیشتر و ایجاد دغدغه در رسانه، این حوزه هم گسترش پیدا کرد تا به جایی که امروز یکی از محورهای اساسی در رسانه ملی، بحث رفتارسازی در زمینه سبک زندگی و بحث رفتار معیار یا رفتار بومی و کمک به بهداشت روانی است. این را هم بگوییم، برای این کار، شوراهای زیادی در رسانه تشکیل شده است. در حال حاضر، به شکل سامان‌یافته، شورای تعلیم و تربیت، شورای سیاست‌گذاری سلامت موجود است و دغدغه‌های این‌چنینی را دارد و سیاست‌گذاری‌ها را سامان می‌دهد و به اجرا هم می‌رساند. البته ممکن است به دلیل عدم نظارت، خیلی اقبال نداشته باشد ولی مسیر، چنین مسیری است. در این خصوص به نظر من، رسانه ملی از حرکت از مسائل نابهنجار، حوزه هنجار به نابهنجار توفیقاتی داشته که این توفیق از دانشگاه بیشتر بوده است. قبلاً شروع مسائل روان‌شناختی و طرح مسائل تربیتی در یک رسانه، ابتدا این گونه مسائل را می‌طلبید که صرفاً به

مسائل ناپهنجار بپردازد و شاید یکی از تنها جاهایی بوده است که دسترسی به آن وجود دارد. این امر برگرفته از فرهنگ موجود دربارهٔ روان‌شناسی در ایران است و فکر می‌کنم، مقصر اصلی در این زمینه خود روان‌شناسان هستند که روان‌شناسی را ابتدا به شکل حوزهٔ ناپهنجار تعریف کردند، روان‌شناسی یعنی کلینیک؛ در حالی که روان‌شناس هر جا که انسان وجود دارد باید باشد. انصافاً رسانه توانسته نگاه اجتماعی به روان‌شناس و روان‌شناسی را تصحیح کند و این موضوع ابتدا مدیون، روان‌شناسان و بعد رسانه است.

جهت دوم این است که وقتی گسترش از حوزهٔ ناپهنجار به حوزهٔ هنجار آمد و در حال حاضر، دربارهٔ بحث موفقیت، آموزش و پرورش، روان‌شناسی در خانه، روان‌شناسی ازدواج و از این قبیل داریم در رسانه صحبت می‌کنیم. مرحلهٔ بعدی، بردن این مباحث در قالب‌های دیگر به جز قالب‌های گفت و شنود و میزگرد است. اگر دقت کرده باشید، بعضی از کارهای نمایشی تک‌قسمتی و یا چند قسمتی وجود دارد، مجموعه‌هایی که حتی به شکل تله‌فیلم و سینمایی وجود و سعی دارد بعضی از مفاهیم روان‌شناختی را توسعه دهد یا با استفاده از مفاهیم روان‌شناسی، بتواند به‌نوعی در سبک زندگی ما و ارتقای سطح بهداشتی و روانی جامعه کمک کند. ما اگر بخواهیم مفاهیم خودمان را به‌خصوص در بومی‌سازی، واقعاً به شکل وریدی در درون شخصیت افراد بگذاریم، بهترین قالب، قالب هنر است؛ یعنی شک نکنید ما اگر در قالب هنر وارد شویم، می‌توانیم حتی در حیطهٔ درمانی هم موفق‌تر باشیم. به همین دلیل، گاهی یک حالت اعتراضی به شرایط موجود و روان‌شناسی موجود در ایران داریم؛ به عنوان مثال، روان‌شناسی موجود در ایران سهمش در گسترش روان‌شناسی به‌هنجار چه‌قدر است و ما چه‌قدر روان‌نمایشگری را می‌دانیم و ترویج می‌کنیم. چون می‌دانیم که روان‌نمایشگری یکی از بهترین و مؤثرترین روش‌های درمانی در شرق و به‌خصوص در ایران است. با استفاده از بعضی رگه‌های درمانی شرق که به‌راحتی می‌تواند از طریق هنر منتقل شود، نقش دیگر رسانه در کنار این کارهایی که انجام داده، این است که انسان ۱۴۰۴ بسازد. ما یک دورنمایی داریم به نام ۱۴۰۴. دنیا با چشم‌انداز حرکت می‌کند، چشم‌انداز یعنی انگیزه. اگر بخواهیم انگیزه را در جامعه منتشر کنیم، یعنی باید چشم‌انداز و افق تعیین کنیم؛ سیاست‌های کلان کشور اعلام شده بر اساس سال ۱۴۰۴. ما بالطبع اگر می‌خواهیم انسان‌های ۱۴۰۴، انسان‌های یک قطب دنیا باشند؛ انسان‌هایی باید این امر را محقق کنند که الان به دنیا بیایند. حال، ما باید در چه

سیستمی حرکت کنیم تا ایران را به سمت ۱۴۰۴ پیش ببریم؟ آیا این سیستم موجود، بچه‌ها را به آن سمت می‌برد؟ به عبارتی رسانه باید یک ترازوی از انسان ۱۴۰۴ را تعریف کند و این تراز را معرفی کند و در جهت فرهنگ‌سازی این تراز کوشش کند. سهم روان‌شناسی امروز ایران در تعیین انسان ۱۴۰۴ و در تعیین تراز جمهوری اسلامی چیست؟

در حالی که ما از انسان تراز غرب تعریف می‌کنیم و مقاله‌هایی را روزه‌روز منتشر می‌کنیم، سهم روان‌شناسی امروز با دادن راه‌کارها و روش‌هایی که می‌تواند در حوزه روان‌شناسی تبلیغات، روان‌شناسی سازمان، روان‌شناسی خانواده، مشورت داده و بدهد چیست؟ چه قدر ما می‌توانیم به عنوان یک متولی رسانه، از روان‌شناسی بهره‌برداری کنیم؟

تحقیقات میدانی و استفاده‌ها عمدتاً به سمت روان‌شناسی فردگرایانه است و اینها در مقالات هم به صورت فارسی چاپ می‌شود. اینها تولید علم است، اما تولید علم در یک‌جایی که ممکن است جذب نشود. و سهم روان‌شناسی امروز ایران در جنبش نرم‌افزاری و تولید علم بومی چه قدر است؟ اگر این سهم را مشخص کنیم، رسانه استفاده‌کننده از این روان‌شناسی است. به همین دلیل، رسانه دستش را به سوی روان‌شناسی بومی دراز می‌کند و چیزی به دست داده نمی‌شود. ما بیشتر در جهت افزایش تعداد داده‌ها و همبستگی‌ها حرکت می‌کنیم؛ ارتباط پیشرفت تحصیلی با اضطراب، ارتباط پیشرفت تحصیلی دبستان با اضطراب، پیشرفت تحصیلی فوق دبستان با اضطراب. این واقعاً تولید علم نیست، این افزایش داده‌های قبلی با داده‌های جدید است. سهم روان‌شناسی در نظریه‌پردازی بومی چه قدر است؟ در حالی که در نانو تکنولوژی، در شیمی، در فیزیک، در زیست‌شناسی به خصوص در قسمت‌های فنی مهندسی، این سهم تعریف شده و آنها توانسته‌اند در ارتقای کلان ملی حرکت کنند. به همین دلیل، رسانه یک مطالبه است. البته عامه مردم هم از رسانه مطالبه دارند که ما به هر طریق، باید از روان‌شناسی بومی و روان‌شناسی غیر بومی برای ارتقا استفاده کنیم. اگر رسانه توفیقی ندارد، جدای از اینکه ممکن است متبخر نباشد؛ اما اگر آن طرفش را هم نگاه کنیم، رسانه ما تابعی از دستگاه‌های موجود دیگر است و از دست‌پرورده‌های دانشگاه‌ها استفاده می‌کند و سیستم آموزشی همین کشور استفاده‌کننده است. به طور کلی، اهتمام فعلی رسانه این است که در جهت بومی شدن قدم بردارد.