یادداشت

برساخت هویت در ایران

محمد آخوندپور امیری
پژوهشگر مسائل ایران

یکی از چالش‌های عمده معرفتی در جوامع مدرن، چالش تعریف هویت‌های فردی، اجتماعی و ملی است. این موضوع که آدمی خود را در چه چارچوب‌های هویتی تعریف می‌کند، نسبت او با «دیگری» و جهان دیگری را عیان می‌کند. به این اعتبار مقوله هویت به‌گونه‌ای از اهمیت برخوردار می‌شود که نسبت آن با علومی همچون روان‌شناسی فردگرا و جامعه‌شناسی اجتماع‌گرا و چالش‌های فردی و اجتماعی (و حتی سیاسی) محل گفت‌وگو و نزاع قرار خواهد گرفت. به این اعتبار ملت‌هایی که از تاریخ سترگی بهره می‌برند و سنگینی گذشته بر دوش‌های آنان قوت می‌آورد، بیش از جوامعی که سابقه تمدنی کمتر از ۱۰۰ سال داشته و دارند و عموما ساخته دست قدرت‌های استعماری هستند، درگیر مسائل هویتی می‌شوند. ایران در زمره همان جوامع تمدنی است که سعی کرده با پیدایش مظاهر تجدد و مدرنیته، به هویت خود رنگ و لعاب نوینی ببخشد. اولین تلاش‌ها را می‌توان در دوران صفویه جست‌وجو کرد؛ جایی که هویت ایرانی ذیل مذهب شیعه معنا پیدا می‌کرد و فاصله خود را با دیگری مرزبندی می‌کرد. در این میان هنوز تعلقات قومی، زبانی و شئون گوناگون اجتماعی و منسب‌های درباری، خود در برساختن هویت‌های بدیل در برابر هویت شاهان صفوی نقش داشتند.

در عصر قاجار با گسترده‌شدن مراودات ایران با جهان غرب، جمعیت منورالفکران، پرچم‌دار هویت‌سازی شدند. آنها بیشتر هویت را ذیل امر «غربی‌شدن» تعریف می‌کردند. شکست‌های پی‌درپی نظامی، ضعف اقتصادی، عدم توانمندی ساختارهای سیاسی، نظام ملوک‌الطوایفی و تصمیم‌گیری‌های محلی، همگی از بحرانی عظیم حکایت داشت که باید به آنها رسیدگی می‌شد. به همین منظور جمعیت روشنفکر، چاره کار را در غربی‌شدن و رسیدن به مظاهر تجدد می‌دانستند؛ بدون آنکه نسبت آن را با امر سنت مشخص کنند.

شاید شکل‌بندی سیاسی‌تر امر هویت که در پی یکپارچه‌سازی ایران نوین بود، با تاریخ پهلوی‌ها گره خورده باشد. وضعیت سیاسی ایران در اواخر دوران قاجار، ضعف دولت مرکزی، نتایج خسارت‌بار جنگ جهانی اول، دخالت‌های گاه و بیگاه قوای بیگانه، «امنیت» را به گوهری نایاب مبدل کرده بود که روشنفکران را هرچه بیشتر، از آرمان‌هایی همچون آزادی‌خواهی و دموکراسی، به سمت نیل به دولت مقتدر مدرنی سوق می‌داد که بتواند امنیت را در هر کرانه از سرزمین مستقر کند، تا بتوان ذیل آن، به تحقق دیگر آرمان‌های آزادی‌خواهانه اندیشید. این روشنفکران غافل از آن بودند که نیل به نعمت امنیت، در تعبیری هابزی، گاه با قربانی‌کردن عرصه آزادی‌های سیاسی معنا پیدا می‌کند. به هر روی پهلوی‌ها در پی یکدست‌کردن جمعیت انسانی، ذیل بازگشت به گذشته باستانی، سیاست‌های یکسان‌سازی زبانی، یکجانشینی ایلات و عشایر، اعتلای فرهنگ ایران پیش از اسلام و کم‌اهمیت جلوه‌دادن فرهنگ اسلامی و عناوینی از این دست بودند. این سیاست هویتی به‌شدت غیریت‌ساز، نیم‌نگاهی نیز به امر مدرن در مقوله‌های اقتصادی داشت و در پی توسعه بنیادین زیرساخت‌ها و شکل‌دهی مظاهر مدرن (آن‌گونه که در جهان غرب چشم‌ها را به خود خیره می‌کرد)، بودند.

پس از پیروزی انقلاب، هویت معنا و مفهوم دیگری پیدا کرد. دهه‌های آغازین انقلاب، اسلام سیاسی و تجلی مظاهر آیینی، بخش قابل توجهی از هویت در قرائت رسمی را به خود اختصاص می‌داد. گرچه این برساختگی هویت در شکل نوین خود، از صورتی یکدست در تمامی دهه‌های پس از انقلاب برخوردار نبوده و گاهی مظاهر ملی (در قرائتی متفاوت از آنچه باستان‌گرایی پهلوی می‌توان نامید) دوشادوش هویت دینی، سازه‌های هویتی ایران را شکل می‌داد.

به هر ترتیب اگر تاریخ صد ساله ایران اخیر را مطالعه کنیم، درک خواهیم کرد که هنوز ما در شکل‌دهی به سازه‌های هویت اجتماعی و ملی خود، به مدلی واحد و یکدست، دست نیافته‌ایم. مدل‌ها عموما وارداتی بوده و نسبتی وثیق با دایره معرفتی نظام‌های سیاسی و جریان‌های قدرت در ایران پیدا می‌کند، آنچه در این میان از اهمیت بسیاری برخوردار است، این است که سازه‌های هویتی در ایران، هیچ‌گاه از بطن جریان‌های اجتماعی و پوست‌اندازی‌های فرهنگی و تاریخ تحولات آن متولد نشده و ابزارهای قدرت همواره خود را در برساختن مدل هویتی خاص، ذی‌حق پنداشته‌اند. شاید مواجهه انتقادی با چنین رویکردهایی و بهره‌مندی از جامعه‌شناسی تاریخی، بتواند باگ‌های سیاسی، معرفتی و ایدئولوژیکی ما را در مواجهه با امر به‌غایت مهم «هویت»سازی در ایران آشکار کند. به این ترتیب، اولین نقد جدی آنکه هویت و برساختن آن باید از سیر طبیعی جریان‌های فرهنگی-اجتماعی و از بطن خود جامعه غلیان کند، نه از اراده ساختارهای قدرت در هرم سیاسی. نکته دوم آنکه هرگونه هویت‌سازی در ایران امروز باید با درنظرگرفتن مشخصه‌های فرهنگی، زبانی، قومی و جنسیتی به‌گونه‌ای تدارک دیده شود که چتر هم‌گرایی آن بر بلندای جغرافیای سرزمینی ایران گسترده شود. در این صورت، همه آحاد ملت، در مواجهه با هویت فردی، اجتماعی و ملی، خود را برابر، آزاد، دارای حقوق یکسان و به دور از تنگ‌نظری‌های غیریت‌ساز مورد شناسایی قرار داده و همواره در جهت اعتلا و سربلندی سرزمین خود قدم بر خواهند داشت.

از کنسرت شجریان تا احتمال اجرای اسنپ‌بک

ادامه از صفحه ۳

او افزود: «آقای شجریان به سفر دوبی و سپس سفر دیگری برای امور شخصی رفته‌اند و پس از بازگشت، گفت‌وگوی لازم برای برنامه‌ریزی برگزاری کنسرت انجام خواهد شد».صالحی درباره وضعیت کنسرت‌ها اظهار کرد: «بخشی از مسائل مربوط به محتوای کنسرت‌هاست که شعر و آهنگ آن به شورای شعر و موسیقی ارائه و تأیید می‌شود. اگر مشکلی وجود داشته باشد، تذکرات لازم داده می‌شود، اما حواشی معمولا در محل اجرا رخ می‌دهد».او در پاسخ به پرسشی درباره اصلاح قانون مطبوعات گفت: «لایحه اصلاح قانون مطبوعات در دولت دوازدهم اقدامات درخورتوجهی داشته که متأسفانه در دولت بعدی پیگیری نشده است، اما این اصلاحات قابلیت تکمیل‌شدن را دارد».

توزیع ویژه‌نامه‌های آموزشی درباره جنگ ۱۲روزه در مدارس

علیرضا کاظمی، وزیر آموزش و پرورش، اعلام کرد: «سه ویژه‌نامه در زمینه جنگ ۱۲روزه تهیه شده است که در سه مقطع تحصیلی شامل دوره دوم ابتدایی، متوسطه اول و متوسطه دوم توزیع خواهد شد».او افزود: «این ویژه‌نامه‌ها علاوه بر روایت وقایع جنگ ۱۲روزه، دستاوردهای نظام جمهوری اسلامی و معرفی شهدا را در قالب محتوای آموزشی به دانش‌آموزان ارائه می‌دهد».کاظمی تأکید کرد: «فعالیت‌های فوق برنامه‌ای نیز برای مربیان مدارس تهیه شده که شامل موضوعاتی مانند اقتدار نظام، وطن‌پرستی و قدرت موشکی ایران است و مکمل ویژه‌نامه‌های آموزشی محسوب می‌شود».

علت تأخیر در اعلام نتایج آزمون ارشد

حسین سیمایی‌صراف، وزیر علوم، تحقیقات و فناوری، در پاسخ به پرسشی درباره تأخیر در اعلام نتایج آزمون کارشناسی ارشد گفت: «علت اصلی تأخیر، تعویق در برگزاری آزمون‌های کارشناسی بود».او توضیح داد: «نفرات اول هر دوره می‌توانند بدون کنکور رشته و محل خود را انتخاب کنند، اما به دلیل جابه‌جایی زمان امتحانات از خرداد و تیر به شهریور، اعلام نتایج نیز به نیمه دوم یا حتی ۱۰ روز پایانی مهر موکول شد».وزیر علوم افزود: «اگر مشکلی درباره مشمولیت دانشجویان پیش بیاید، با همکاری سازمان نظام وظیفه رفع خواهد شد و دانشجویان نگرانی نداشته باشند».

عکس: علیرضا رمضانی، جماران

برگزاری «نمایشگاه آثار جشنواره کاریکاتور باج‌نیوزها» در خانه هنرمندان

باج‌نیوزها در کمین هستند

«نمایشگاه آثار جشنواره کاریکاتور باج‌نیوزها» در خانه هنرمندان در حال برگزاری است. به گزارش گروه رسانه‌ای «شرق»، خانه هنرمندان میزبان نمایشگاه آثار جشنواره کاریکاتور «باج‌نیوزها» است. در این نمایشگاه که در گالری «استاد مرتضی ممیز» برگزار می‌شود، بیش از ۸۰ کاریکاتور با موضوع «باج‌نیوز» به نمایش درآمده است.

«باج‌نیوز» مفهومی نسبتا جدید در فضای رسانه‌هاست و به‌نوعی به باج‌گیری با هدف تأثیرگذاری بر افکار عمومی از طریق انتشار اخبار خلاف واقع اشاره دارد. این جشنواره نیز با دبیری «هادی حیدری» و با حمایت «پتروشیمی خلیج فارس» برای آگاهی‌سازی نسبت به ابعاد اجتماعی این پدیده مخرب برگزار شده است. در میان آثار به‌نمایش‌درآمده، کاریکاتورهای متنوعی با محوریت موضوعاتی مثل «فساد مالی در رسانه‌های منتشرکننده باج‌نیوز»، «باج‌دهی مسئولان و مدیران به خبرنگاران و اهالی رسانه»، «شیوع تولید خبرغیرواقع از طریق افراد منفعت‌طلب» و... وجود دارد.

آثار به‌نمایش‌درآمده که توسط شرکت‌کنندگانی از ۱۷ سال تا ۷۴ و ساکن در استان‌های مختلف کشور کشیده شده، کیفیت بالایی در اجرا و پرداخت به موضوع دارند. در این نمایشگاه آثاری از «اردشیر رستمی»، «علی پاک‌نهاد»، «کیوان زرگری»، «سعید نوروزی» و... نمایش داده شده و همین‌طور آثار منتخب این جشنواره که توسط «فیروزه مظفری»، «جمال رحمتی» و «سلمان طاهری» داوری و انتخاب شده‌اند نیز در این نمایشگاه قابل مشاهده است.

همه چیز درباره باج‌نیوزها

رسانه‌ها به‌عنوان یکی از بنیادی‌ترین نهادهای اجتماعی، در جهان امروز نقش محوری در شکل‌دهی به افکار عمومی، هدایت جریان‌های اطلاعاتی و حتی تعیین دستور کار سیاست‌گذاری ایفا می‌کنند. رسانه دیگر تنها یک ابزار انتقال پیام نیست، بلکه نهادی اجتماعی و فرهنگی است که میان نهاد قدرت و جامعه عمل می‌کند. از طریق رسانه‌هاست که مردم از وقایع آگاه می‌شوند، تصمیم‌گیران به پرسش کشیده می‌شوند و امکان گفت‌وگوی اجتماعی فراهم می‌شود.

در عصر دیجیتال، رسانه‌ها به شکل شبکه‌ای و فراگیر درآمده‌اند؛ اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مرزهای سنتی روزنامه، رادیو و تلویزیون را در هم شکسته و خبری که زمانی ساعت‌ها یا روزها طول می‌کشید تا به مخاطب برسد، اکنون در کسری از ثانیه منتشر می‌شود. این تحولات گرچه فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای شفافیت و گردش آزاد اطلاعات ایجاد کرده‌اند، اما هم‌زمان زمینه‌های تازه‌ای برای انحراف، تحریف و سوءاستفاده از جریان اطلاع‌رسانی را نیز به وجود آورده‌اند.

پیدایش پدیده باج‌نیوزها به‌عنوان یک انحراف در کارکرد رسانه

یکی از انحرافات جدید در کارکرد رسانه‌ها، پدیده‌ای است که در ادبیات ارتباطات به آن «باج‌نیوز» (Ransom News) گفته می‌شود. باج‌نیوزها به رسانه‌هایی اطلاق می‌شوند که از خبر و اطلاعات نه به‌عنوان خدمتی عمومی، بلکه به‌عنوان ابزاری برای باج‌گیری، تهدید و معامله استفاده می‌کنند.

در واقع، اگر رسانه‌های حرفه‌ای بر پایه اصولی همچون صحت، بی‌طرفی و پاسخ‌گویی عمل می‌کنند، باج‌نیوزها این اصول را کنار می‌گذارند و فرایند اطلاع‌رسانی را به ابزاری برای فشار بر افراد، شرکت‌ها یا نهادها بدل می‌کنند. آنها گاه با تهدید به انتشار اسناد خصوصی یا گزارش‌های منفی، از افراد یا سازمان‌ها امتیاز می‌گیرند؛ گاه نیز برای منافع سیاسی، بخشی از حقیقت را گزینشی منتشر می‌کنند تا تصویری مخدوش یا جهت‌دار از واقعیت بسازند.

به بیان دیگر، باج‌نیوز نه در خدمت آگاهی‌رسانی عمومی، بلکه در خدمت منافع گروهی و شخصی قرار می‌گیرد و همین امر آن را به یکی از خطرناک‌ترین انحرافات رسانه‌ای عصر دیجیتال بدل می‌کند.

بررسی پدیده باج‌نیوزها از دو جهت اهمیت اساسی دارد:

نخست آنکه این رسانه‌ها به‌طور مستقیم به اعتماد عمومی لطمه می‌زنند. اعتماد، سرمایه اصلی رسانه است و زمانی که مخاطبان نتوانند میان «خبر واقعی» و «خبر باج‌گیرانه» تمایز قائل شوند، نه‌تنها رسانه‌های آلوده بلکه کل نظام اطلاع‌رسانی دچار بحران مشروعیت می‌شود.

دوم آنکه باج‌نیوزها پیامدهای عمیق سیاسی و اجتماعی دارند. آنها می‌توانند در فرایندهای انتخاباتی، در پرونده‌های قضائی، یا در منازعات اقتصادی و تجاری نقش‌آفرینی کنند و به‌جای شفافیت، به گسترش فساد، ترس و بی‌ثباتی کمک کنند. از منظر علمی نیز مطالعه این پدیده به ما کمک می‌کند تا مرزهای میان «روزنامه‌نگاری تحقیقی مشروع» و «باج‌گیری رسانه‌ای» را دقیق‌تر ترسیم کنیم، سازوکارهای شکل‌گیری این رسانه‌ها را بفهمیم و راهکارهای حقوقی، اخلاقی و فرهنگی برای مقابله با آنها ارائه دهیم. به همین دلیل، پرداختن به باج‌نیوزها تنها یک موضوع حاشیه‌ای نیست، بلکه بخشی از بحث بنیادین درباره آینده رسانه و نقش آن در دموکراسی و جامعه مدنی است.

تعریف دقیق باج‌نیوز

تمایز میان خبررسانی مستقل، خبر زرد و باج‌نیوز

برای درک ماهیت «باج‌نیوز» ابتدا باید آن را از دو مفهوم نزدیک یعنی خبررسانی مستقل و خبر زرد تفکیک کرد:

خبررسانی مستقل بر پایه اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری بنا می‌شود: صحت، بی‌طرفی، اتکا بر منابع معتبر و هدف اصلی آن خدمت به آگاهی عمومی است. رسانه مستقل حتی زمانی که افشاگری می‌کند، آن را در راستای منافع جامعه و براساس شواهد معتبر انجام می‌دهد.

خبر زرد (Tabloid /Yellow Journalism) به‌دنبال هیجان‌سازی و جلب توجه مخاطب است. این رسانه‌ها گاه در صحت خبر سهل‌انگارند و از تیترهای اغراق‌آمیز یا داستان‌های سطحی استفاده می‌کنند، اما معمولا هدف اصلی آنها افزایش مخاطب و درآمد تبلیغاتی است، نه لزوما باج‌گیری مستقیم.

باج‌نیوز از هر دو فاصله می‌گیرد. این نوع رسانه، نه‌تنها اصول حرفه‌ای را کنار می‌گذارد، بلکه خبر را به ابزار معامله و فشار تبدیل می‌کند. اگر خبر زرد به‌دنبال سرگرمی یا جذب کلیک است، باج‌نیوز در پی کسب منفعت سیاسی، مالی یا شخصی از طریق تهدید است. به بیان ساده، خبررسانی مستقل، مشروع است، خبر زرد سطحی است، اما باج‌نیوز انحرافی و مخرب است.

مؤلفه‌های اصلی باج‌نیوز

سه عنصر کلیدی در تعریف باج‌نیوز قابل شناسایی است:

تهدید (Threat): اساس کار باج‌نیوز بر پایه تهدید به انتشار یا عدم انتشار اطلاعات است. این تهدید می‌تواند مستقیم باشد (مثلا افشای اسناد خصوصی) یا غیرمستقیم (انتشار اخبار منفی در صورت عدم همکاری).

معامله (Transaction): باج‌نیوز به دنبال معامله است: امتیاز مالی، سیاسی یا تبلیغاتی. خبر به کالایی بدل می‌شود که در ازای چیزی عرضه یا پنهان می‌شود.

افشاگری مشروط (Conditional Exposure): برخلاف روزنامه‌نگاری تحقیقی که بدون شرط خبر را منتشر می‌کند، باج‌نیوز انتشار را به شرط خاصی گره می‌زند. اگر شرط محقق شود (پرداخت یا امتیازدهی)، خبر متوقف می‌شود یا تغییر می‌یابد؛ در غیر این صورت، خبر منتشر یا تشدید می‌شود.

این سه مؤلفه، ساختار «باج‌نیوز» را از هر شکل دیگر رسانه‌ای متمایز می‌سازند.

رابطه با قدرت، سرمایه و مخاطب

باج‌نیوزها در سه سطح عمل می‌کنند:

رابطه با قدرت: این رسانه‌ها به‌جای ایفای نقش ناظر و منتقد قدرت، خود را به ابزاری برای بازیگران سیاسی تبدیل می‌کنند. گاهی برای حذف رقیب از آنها استفاده می‌شود، گاهی برای محافظت از یک جریان یا فرد در برابر افشاگری‌های واقعی.

رابطه با سرمایه: باج‌نیوزها معمولا در حاشیه اقتصاد رسمی رسانه عمل می‌کنند. آنها با استفاده از باج‌گیری مالی (مثلا دریافت پول برای جلوگیری از انتشار خبر منفی علیه یک شرکت یا فرد) به حیات خود ادامه می‌دهند. بنابراین، خبر در اینجا بیش از هر چیز یک ابزار سودآوری نامشروع است.

رابطه با مخاطب: مخاطب در باج‌نیوزها نه یک شهروند آگاه، بلکه ابزاری برای فشار و ایجاد ترس است. این رسانه‌ها به‌جای تقویت سواد رسانه‌ای یا اطلاع‌رسانی سالم، با برانگیختن احساسات، کنجکاوی یا ترس مخاطب، فضای لازم برای تهدید و معامله را ایجاد می‌کنند. در واقع، اعتماد یا هیجان مخاطب به سرمایه‌ای برای چانه‌زنی بدل می‌شود.

طبقه‌بندی باج‌نیوزها

پدیده باج‌نیوز را می‌توان بر اساس نوع هدف‌گذاری، ماهیت مخاطب و شیوه‌های اعمال فشار به دسته‌های گوناگون تقسیم کرد. این طبقه‌بندی نه‌تنها به درک دقیق‌تر عملکرد آنها کمک می‌کند، بلکه نشان می‌دهد چگونه یک پدیده رسانه‌ای می‌تواند در حوزه‌های متفاوت سیاسی، اقتصادی و اجتماعی نفوذ و تخریب ایجاد کند.

۱. باج‌نیوز سیاسی

این دسته از باج‌نیوزها مستقیم در فضای سیاسی و رقابت‌های قدرت عمل می‌کنند. هدف اصلی آنها حذف، تخریب یا تضعیف چهره‌های سیاسی و احزاب رقیب است.

ویژگی‌ها:

انتشار اسناد انتخاباتی، مکاتبات حزبی یا اطلاعات محرمانه نمایندگان و مقامات.

تهدید سیاست‌مداران به افشای مسائل شخصی یا خانوادگی برای فشار سیاسی.

استفاده از «افشاگری‌های مشروط» برای وادارکردن سیاست‌مدار به عقب‌نشینی در تصمیم‌گیری یا رأی‌دهی.

پیامد: این نوع باج‌نیوزها به بی‌ثباتی فضای سیاسی، کاهش اعتماد مردم به فرایندهای دموکراتیک و تقویت فضای پوپولیستی دامن می‌زنند.

۲. باج‌نیوز اقتصادی

تمرکز این دسته بر شرکت‌ها، بنگاه‌های اقتصادی و فعالان بخش خصوصی یا دولتی است. آنها تلاش می‌کنند با تهدید به انتشار گزارش‌های فساد یا بحران‌های مالی، از صاحبان سرمایه باج‌گیری کنند.

افشای گزینشی قراردادها یا صورت‌های مالی شرکت‌ها.

تهدید به انتشار اخبار منفی درباره کیفیت محصولات یا خدمات.

معامله مستقیم: دریافت پول یا امتیازات اقتصادی در قبال توقف یا تغییر روایت خبر.

پیامد: این باج‌نیوزها نه‌تنها موجب افزایش هزینه‌های پنهان فعالیت اقتصادی می‌شوند، بلکه فضای کسب‌وکار را ناامن می‌کنند و سرمایه‌گذاران را به خروج از بازار یا همکاری پنهانی با رسانه‌های فاسد سوق می‌دهند.

۳. باج‌نیوز اجتماعی و فرهنگی

هدف اصلی در این دسته، افراد شناخته‌شده یا حتی شهروندان عادی هستند که با افشای اطلاعات شخصی، اخلاقی یا خانوادگی تحت فشار قرار می‌گیرند.

انتشار تصاویر خصوصی، پیام‌های شخصی یا زندگی شخصی افراد در قالب خبر.

ساختن روایت‌های تحقیرکننده یا اتهام‌زنی‌های بی‌پایه.

تهدید به انتشار اسناد خصوصی در ازای پول یا سکوت.

پیامد: این باج‌نیوزها بیش از هر چیز به «امنیت روانی جامعه» آسیب می‌زنند. آنها حس ناامنی و ترس را در زندگی روزمره افراد تزریق کرده و به تضعیف سرمایه اجتماعی و اخلاق عمومی منجر می‌شوند.

۴. باج‌نیوز ترکیبی

این دسته مرز مشخصی میان حوزه‌های سیاسی و اقتصادی قائل نیست و اغلب در جایی عمل می‌کند که سیاست و اقتصاد در هم تنیده‌اند.

استفاده هم‌زمان از اطلاعات مالی و سیاسی برای فشار بر افراد یا نهادها.

هدف‌گیری شرکت‌های بزرگ با پیوندهای دولتی یا شخصیت‌های سیاسی با منافع اقتصادی.

روایت‌سازی ترکیبی که هم مشروعیت سیاسی و هم اعتبار اقتصادی فرد یا نهاد را هدف قرار می‌دهد.

پیامد: این نوع باج‌نیوز خطرناک‌ترین شکل است زیرا هم ثبات سیاسی را تضعیف می‌کند و هم فضای اقتصادی را ملتهب می‌کند. ترکیب این دو حوزه، چرخه‌ای از فساد دوطرفه ایجاد می‌کند که خروج از آن برای جامعه بسیار دشوار خواهد بود.

طبقه‌بندی باج‌نیوزها نشان می‌دهد که این پدیده صرفا محدود به یک حوزه خاص نیست، بلکه می‌تواند سیاست، اقتصاد، فرهنگ و زندگی اجتماعی را به‌طور هم‌زمان تحت تأثیر قرار دهد. این رسانه‌ها با بهره‌گیری از تهدید و افشاگری مشروط، فضایی می‌سازند که در آن اعتماد، امنیت و شفافیت به شدت آسیب می‌بیند. آثار باج‌نیوزها فراگیر و چندلایه‌اند: از صدمه به فرد و خانواده تا تضعیف ساختارهای سیاسی، اقتصادی و حقوقی. مهم‌تر از همه، این پدیده نه یک مشکل رسانه‌ای محض، بلکه مسئله‌ای ساختاری است که نیاز به پاسخ‌های میان‌رشته‌ای دارد- از اصلاح مقررات و قوه قضائیه، تا توانمندسازی رسانه‌های مستقل، ارتقای سواد رسانه‌ای عمومی و طراحی مکانیسم‌های شفاف مالی برای رسانه‌ها. هر راهکار تک‌بعدی احتمالا ناکافی است؛ مقابله مؤثر باید هم‌زمان در سطوح قانونی، اقتصادی، آموزشی و فرهنگی دنبال شود.

کاریکاتور زبان طنز، اغراق و تصویر است؛ یعنی پیچیده‌ترین نقدها را می‌تواند در یک قاب ساده منتقل کند. در موضوعی مثل «باج‌نیوز» که بار منفی و اخلاقی بالایی دارد، کاریکاتور می‌تواند ریاکاری، تهدید، معامله پنهانی و دوگانگی چهره‌ها را به شکل بصری آشکار کند. پیام طنز و تصویر ماندگاری بیشتری از مقاله و گزارش در ذهن عموم دارد.

خیلی از مردم ممکن است اصطلاح «باج‌نیوز» را نشنیده باشند؛ اما وقتی در قالب کاریکاتور با صحنه‌هایی مثل «فروش خبر پشت پرده» یا «باج‌گرفتن خبرنگار از سیاست‌مدار» مواجه شوند، سریع‌تر مفهوم را درک می‌کنند.

نمایشگاه می‌تواند پلی باشد میان تحلیل‌های دانشگاهی و درک عمومی جامعه.

مخاطب کاریکاتور الزاما متخصص رسانه نیست؛ از شهروند عادی تا دانشجو، هنرمند یا فعال مدنی می‌تواند با آن ارتباط بگیرد. همین ویژگی باعث می‌شود نمایشگاه بتواند طیف وسیعی از مردم را نسبت به خطرات باج‌نیوزها حساس کند. در جوامعی که نقد مستقیم رسانه‌ها یا نهادهای مرتبط پرهزینه است، کاریکاتور با زبان طنز و نماد می‌تواند پیام را منتقل کند بدون اینکه الزاما مخاطب خاصی را هدف قرار دهد.

یادداشت

مدرسه بدون معلم؛ معلم بدون انگیزه

مجید طهرانیان، کارشناس آموزش و ارتباطات: سخنان اخیر دکتر پزشکیان مبنی بر اینکه «در هیچ منطقه‌ای از کشور دانش‌آموزی نباید در کانکس یا چادر درس بخواند»، موجی از امید و احترام را در میان افکار عمومی برانگیخت. بدون شک رفع محرومیت فیزیکی و تأمین فضای آموزشی استاندارد، گامی ارزشمند و انسانی است؛ اما این پرسش بنیادین باقی می‌ماند که آیا مدرسه‌سازی، بدون نهضت هم‌زمان برای تربیت و توانمندسازی معلم و تحول محتوای آموزشی، می‌تواند کیفیت یادگیری را تضمین کند؟

۱- ابعاد مسئله: مدرسه به‌مثابه ظرف، معلم و محتوا به‌مثابه مظروف

براساس آمار رسمی، کشور حدود ۱۶ میلیون دانش‌آموز دارد که حداکثر دو میلیون نفر از آنان در فضاهای غیراستاندارد (کانکس، چادر یا کلاس‌های فرسوده) تحصیل می‌کنند. این آمار نشان می‌دهد مشکل «فضای فیزیکی» گرچه مهم و فوری است، اما مسئله اصلی برای ۱۲ میلیون دانش‌آموز دیگر، کیفیت و انگیزه نیروی انسانی و محتوای آموزشی است. مدرسه صرفا ظرفی برای یادگیری است؛ اگر این ظرف پر نشود یا مظروف آن بی‌کیفیت باشد، ارزش آن کاهش می‌یابد.

۲- کمبود و فرسودگی نیروی انسانی

کمبود کمی معلم: سال‌هاست سیاست‌های جذب محدود، خروج بازنشستگان و نبود برنامه پایدار برای تربیت معلم، باعث کاهش جدی نسبت معلم به دانش‌آموز شده است.

فرسودگی شغلی: بسیاری از معلمان، حتی در مدارس نوساز، به علت فشار معیشتی، نبود حمایت روانی و تکرار روش‌های سنتی، انگیزه کافی ندارند.

عدم آشنایی با روش‌های نوین: بخش زیادی از معلمان آموزش لازم در زمینه فناوری آموزشی، یادگیری فعال و مهارت‌محوری را دریافت نکرده‌اند.

۳- نهضت فراموش‌شده: تحول محتوا و روش تدریس

حتی اگر بهترین معلمان در مدارس مدرن تدریس کنند ولی محتوا و روش‌ها همچنان مبتنی بر محفوظات، بی‌ارتباط با زندگی واقعی و فاقد جذابیت باشد، نتیجه‌ای جز دلزدگی و بی‌انگیزگی دانش‌آموزان نخواهد داشت. تحول واقعی آموزش زمانی رخ می‌دهد که محتوای کتاب‌ها مهارت‌محور، به‌روز و متناسب با دنیای امروز باشد، روش تدریس از حالت سخنرانی یک‌سویه به سمت یادگیری تعاملی، پروژه‌محور و مسئله‌محور تغییر کند و ارتباط آموزش با زندگی روزمره و آینده شغلی دانش‌آموزان برقرار شود.

۴- تقدم و تأخر؛ کدام نهضت اولویت دارد؟

ساخت مدرسه مانند احداث جاده است؛ اما بدون وسیله نقلیه (معلم توانمند) و نقشه مسیر (محتوای آموزشی متحول) این جاده به مقصد نمی‌رسد.

به بیان دیگر مدرسه بدون معلم کارآمد، صرفا ساختمان است؛ معلم بدون انگیزه و مهارت، حتی در بهترین ساختمان، بازدهی پایینی خواهد داشت و محتوای نامتناسب، بهترین معلم و بهترین مدرسه را هم ناکارآمد می‌کند.

۵- پیشنهاد یک رویکرد ترکیبی

به‌جای یک نهضت یک‌بعدی، پیشنهاد می‌شود:

۱. توزیع متوازن منابع: بخشی از بودجه ساخت مدارس به «نهضت تربیت و توانمندسازی معلم» و «تحول محتوا» اختصاص یابد.

۲. تربیت معلم بومی: برای مناطق محروم، جذب و آموزش جوانان بومی که با فرهنگ و زبان محلی آشنا هستند، انجام شود.

۳. برنامه ملی انگیزش معلمان: شامل بهبود معیشت، کاهش بوروکراسی فرسایشی و فرصت ارتقای شغلی.

۴- مرکز نوآوری آموزشی: طراحی و تولید محتوای جذاب، دیجیتال و مهارت‌محور برای جایگزینی روش‌های سنتی.

جمع‌بندی

نهضت ساخت مدرسه اقدامی ارزشمند و فوری برای رفع تبعیض فیزیکی است؛ اما اگر هم‌زمان نهضت تربیت معلم و تحول محتوا آغاز نشود، نتیجه آن ممکن است به «ساختمان‌های زیبا با کلاس‌های بی‌روح» منجر شود. آموزش باکیفیت مثل یک سه‌پایه است: مدرسه، معلم و محتوا. اگر یکی از این پایه‌ها کوتاه باشد، کل سازه کج خواهد شد.