

مکتب سی‌مرغ «بخش بیست و سوم»، فصل نوزده
تکنیک: پرسازی و احیای آدمیت ایرانی در عرصه رسانه
«ایران یعنی همه ایرانیان»

مهدی مطهرنیا

در بخش بیست و دو از مکتب سی مرغ؛ و فصل هیجدهم از «اومانیسیم رهایی و آدمیت ایرانی» به دنبال تبیین «تاکتیک: دانایی افزایی» پروا داشتیم. بارها بر این باور پای فشردم که دموکراسی به هیچ روی تنها یک سیستم سیاسی و نظام حکومتی نیست. بر آن شدم تا بر این منوال بر استراتژی موجود یعنی گسترش دموکراسی به عنوان سبک زندگی پروا داشته و در پرتو آن بر این نکته تکیه کنم که تاکتیک موجود برای گسترشان عبارت است از: «آموزش دقیق، گسترده و مدل یابی اصیل؛ کنش بایسته و الگودهی عینی؛ نظارت و ارزیابی قانونی». بر همین اساس رویکردهای سه‌گانه شناختی؛ عاطفی؛ روانی و مهارتی بنیامین بلوم را در این چارچوب کالبدشکافی کردم تا بتوانیم تاکتیک‌های موردنیاز را برسازیم. اکنون زمان آن فرارسیده است که به تکنیک "technique" یا ره کنش در این باب پروا داشته باشیم.

تکنیک را به معانی فارسی چون (شگرد، فند، تئینیک) بازگردان کرده‌اند. مثلاً Shadowing؛ Pomodoro را نیز تکنیک نام گذاشته‌اند. شادوینگ متوجه سایه‌پردازی به تکرار یک قطعه از زبان انگلیسی صوتی به صورت کلمه به کلمه‌ای در زمان گوش دادن است.

همچنین تکنیک Pomodoro که در سال 1980 توسط Francesco Cirillo معرفی شد، یکی از محبوب‌ترین سیستم‌های مدیریت زمان است که امروزه مورد استفاده قرار می‌گیرد. اگرچه متخصصان این روش را برای همه مناسب نمی‌دانند چراکه ممکن است برای افرادی که به سازمان‌دهی کارها علاقه دارند، مناسب باشد؛ از جهتی نیز می‌تواند منتقدان بسیاری نیز داشته باشد. در ره کنش Pomodoro به عنوان یک روش مدیریت زمان هدف این است که کاربر بتواند حداکثر تمرکز و خلاقیت را در کار داشته باشد؛ در نتیجه او بتواند پروژه‌ها را سریع‌تر و با خستگی ذهنی کمتری انجام دهد. با استفاده از این تکنیک برای هر پروژه در طول روز، وقت خود را به چند مرحله تقسیم می‌کنید و با انجام برخی کارها، به خود استراحت می‌دهید و دوباره کار را آغاز می‌کنید.

تکنیک، در لغت به معنی «فن» آورده شده است و باز در مقام مثال منظور از آن در ورزش و به‌ویژه در فوتبال، به‌کارگیری صحیح اهرم‌های بدن در اجرای حرکات موردنظر است. اجرای تکنیک در مقابل حریف را مهارت Skill گویند.

تکنیک به‌عنوان ره‌کنش دربرگیرنده همهٔ موارد است. نقشه راه یا roadmaps در این ارتباط به راهی اشاره دارد که فرد و افراد گوناگون بایسته است تا با بهترین ره‌کنش‌ها آن را به بایستگی به مرحله اجرا درآورند. در اینجا هم به فن و هم به مهارت نیاز داریم.

صداقت در پندار، صمیمیت در گفتار، صلابت در شخصیت صراحت در رفتار و صبوری در کنش، صلح با دیگران و صیانت از اهداف در راستای تکنیک: برسازی و احیای آدمیت ایرانی در عرصه رسانه‌ای امری لازم و ضروری است. چراکه در این گسترهٔ پرمعنا از معانی پیچیده و رموز ناگفته در باب ایرانیان و آینده ایران در ساحت تکنیک یعنی بیرونی‌ترین لایه از لایه‌های هرم وجوه شش‌گانه از مکتب سی‌مرغ در احیای ایران آینده را دارا است.

باور دارم مردم در برخورد با واژه‌ها بیش از آن‌که به معنای آن‌ها بیندیشند به احساسی که از واژه‌ها دارند متکی هستند. به بیان ساده‌تر احساس آن‌ها از واژه‌ها بر معنا و محتوای واژه‌ها برتری دارد.

پارادایم: کثرت در وحدت و وحدت در کثرت

دکترین: تکثرگرایی دموکراتیک

سیاست کلان: اومانیسم رهایی و آدمیت ایرانی

استراتژی: دموکراسی گسترده با تأکید بر دموکراسی به عنوان سبک زندگی

تاکتیک: دانایی افزایی

تکنیک: برسازی و احیای آدمیت ایرانی در عرصه رسانه‌ای

در عبارت تکنیک برسازی و احیای آدمیت ایرانی در عرصه رسانه‌ای، دو واژه آدمیت و رسانه برای مردم دارای ابعاد احساسی متمایز هستند. واژه آدم با بیان زبانی و محاوره بیشتر ما مردمان مأنوس نیست. این واژه اصالت معنایی و مفهومی دارد. اصالت موجودیت وجودی سرشت و صورت ما در واژه «آدم» پژوهاک پیدا می‌کند. در کنار آن احساس بهتری نسبت به واژه «انسان»

وجود دارد. درحالی‌که انسان، موجودی است دور شده از اصالت آدمی در خط‌گذار زمانه و در مکان زمینی زندگی می‌کند و در زبان خاصی می‌زید که با آن می‌فهمد؛ می‌خواند؛ و می‌گوید. «رسانه» نیز در وضعیتی مواج قرار دارد. مردمان دوستش دارند ولی به‌هیچ‌وجه به آن اعتماد کاملی ندارند. رسانه‌ها در دنیای امروز در حال تبدیل‌شدن به یک کشور هستند. کشور برای ما در دنیای مدرن مرجع هویت آدمی است و درحالی‌که اکنون در لایه‌های گذار از دنیای مدرن به فرامدرن و شتابی که این دنیای جدید دارد؛ رسانه‌ها «واقعیت موازی» در حال چیره شدن بر «امر واقع دنیا»ی ما هستند و مزایایی چون موارد زیر دارند:

- ۱- سرعت بالای انتشار اخبار
- ۲- تبلیغات رایگان
- ۳- کاهش هزینه‌های انرژی و کاغذ
- ۴- دسترسی آسان به منابع
- ۵- کاهش هزینه‌های آموزش
- ۶- غلبه بر محدودیت‌های مکانی و زمانی
- ۷- پیدا کردن شغل جدید
- ۸- ارتباط جهانی

ارتباط جهانی

رسانه‌ها در پرتو این روابط می‌توانند افراد را در زمینه‌های مختلفی مانند موارد زیر یاری کنند: ایجاد روابط عاشقانه؛ پیدا کردن شغل جدید؛ پیدا کردن دستیار و ... این روابط مبتنی بر ایجاد گستره‌ای پرپهنا از باند رسانه‌هایی است که امروزه به‌واسطه شبکه جهانی اینترنت و فروریزش بزرگ فاصله‌ها جهان ما را به‌اندازه یک گوی بلورین؛ کوچک و به جهت ارتباط با مکان‌های فرازمینی در گستره کهکشانی بسط می‌دهد.

گرفتن و عرضه خدمات و کالا، حمایت شدن از سوی افراد همفکر، دادن یا گرفتن پیشنهادها و راه‌حل‌هایی درباره مسائل کاری و یا شخصی در این فضا بسیار پررونق است و پررونق‌تر خواهد بود. از خیلی از جهات، شبکه‌های اجتماعی جانشینی مجازی برای روابط در دنیای واقعی به‌منظور ردوبدل کردن اخبار و دیگر مسائل است. این دنیا واقعیت موازی و در حال چیرگی بر امر واقع دنیای ما است. نامه‌های کاغذی جای خود را به آواتارهایی مجازی و پیام‌های خصوصی در شبکه‌های اجتماعی داده‌اند.

اشتراک علایق؛ اشتراک لحظه‌ای اطلاعات؛ تبلیغات رایگان در این فضا پیوستگی اقتصادی را هم به معنای بالا افزون می‌سازد. اگر شما دارای یک شرکت خصوصی هستید و نیازمند این هستید که خدمات و یا کالای خود بر سر زبان بیندازید، راهی بهتر از فرستادن پیامتان از طریق شبکه‌های اجتماعی به میلیون‌ها انسان ندارید. مزیت اصلی این نوع تبلیغ رایگان بودن آن است. شما می‌توانید یک کالا، سرویس یا یک ایده را ترویج دهید زیرا شما در این کار هیچ محدودیتی به‌جز زمان ندارید.

شبکه‌های اجتماعی افزون بر سرعت بالای انتشار اخبار، انقلابی در زمینه سرعت بخشیدن به انتقال خبر هستند. بسیاری از خبرگزاری‌ها، امروزه در شبکه‌هایی همچون توئیتر، یوتیوب و فیس‌بوک فعالیت دارند و اخبار را با سرعت بالایی انتقال می‌دهند. یک فرد به‌راحتی و تنها با خواندن تیتراهای اصلی مطالب در این سایت‌ها می‌تواند از اخبار روز دنیا اطلاع پیدا کند. این موضوع باعث شده است که اخبار به‌وسیله صدها شبکه اجتماعی بی‌درنگ و فوری به سراسر دنیا منتشر شود.

بر این باور بارها پای فشرده کرده‌ام و به تکرار آن اصرار ورزیده‌ام که دنیای آینده «دنیای ارتباط فرا شبکه‌های مجازی» بین آدمیان خواهد بود. «مرگ رسانه در رسانه» رقم خواهد خورد. در نوشته‌های دیگر در باب رسانه‌های آینده بارها بر سناریوهایی در این ارتباط پروا داشته‌ام. در آینده قدرت و سناریوهای آینده جهان به رسانه - دولت‌ها و دولت - کشورها پرداخته‌ام.

در همین حال باید با چالش‌های دنیای رسانه‌های هم روبرو شد. بایسته نیست که در این مسیر تکنیکی با در معرض خطر قرار گرفتن روابط چهره به چهره؛ زمینه پروری اثرگذار در این زمینه را از کف بنهیم.

در این‌جا به مزاحمت‌های سایبری و جرائم علیه کودکان؛ جعل هویت و کلامبرداری چندان نگاه مؤثر ندارم. چراکه ما در این مسیر و از این محیط برای انجام رسالتی مهم بهره‌مند می‌شویم. رسالتی که با این امور همراه نیست و مراقبت از اردوگاه ناهماهنگ را عهده‌دار است. در همین حال نباید فراموش کنیم، رسانه‌ها و شبکه‌ها می‌توانند اتلاف کننده زمان باشند. باید مراقب بود همان‌گونه که در واقعیت عینی نباید در امور واقع غرقه شویم؛ در واقعیت موازی نیز بیش‌تر و فزون‌تر از آن باید مراقب بود. به خطر افتادن حریم شخصی در این موارد باید مورد پروا باشد.

این‌ها دل‌نگرانی عمومی است. از آن‌ها ادراک معناداری داریم؛ اما موضوع اصلی ما بهره‌برداری معنادار تعریف‌شده و مدل پذیرفته برای پیاده‌سازی تاکتیک موردنظر در استراتژی تبدیل دموکراسی به سبک زندگی ایرانیان است.

در مقدمه رساله دکترا با عنوان «آینده رسانه و نقش آن در جنبش‌های نوین اجتماعی» آورده‌ام: «جهان آینده جهانی شبکه‌ای است. جهان آینده، ریز جهانی بزرگ‌شده خواهد بود. در این جهان، کثرت به وحدت و وحدت به کثرت خواهد انجامید. این جهان، مجموعه‌ای به‌هم‌پیوسته از ویژگی‌های فرهنگی بی مرکز، در هم‌تنیده و چندوجهی خواهد بود.

دنیای آینده، دنیایی فراسبکه‌ای خواهد بود. در آن دنیا، هویت انسان به‌گونه‌ای دیگر بازتعریف خواهد شد. هویت‌های تک‌سرنشین دانش‌بنیاد، شکل و محتوا خواهند پذیرفت. در این جغرافیای جدید، دانایی و هم‌افزایی دانش با فهم و ادراک بشری در گستره «جهانی رسانه‌ای شده» سرچشمه معنا و تجربه خواهند بود. در آن دنیا، منابع هویت‌ساز، دگرگون شده‌اند. مکان، فضا، زمان، فرهنگ، جامعه و دولت در مقیاس با گذشته نقش‌های متفاوتی خواهند داشت. سرزمین زدایی ناشی از جهانی‌شدن، مرکزگشایی انسانی، در هم‌تنیدگی فضاها، در هم‌فشرده‌گی زمان، فزون‌یابی فرهنگ تبادل و تعامل بیشتر ناشی از «مرگ فاصله‌ها» - چند پارگی مراجع اجتماعی - مازاد نشانگان - و کاهش نقش هویت‌ساز «دولت‌ها - ملت شبکه‌های جهانی»؛ از جمله رویدادهای پیش روی شکل‌گیری و محتوای پذیرایی این جهان است.

جهان پیش رو، جهانی با جهان‌های بی‌شمار است. ماهیتی فرهنگی، چندوجهی و تمدنی دارد. جهانی که در آن انسان در پرتو آینده رسانه‌ها در جهان رسانه‌ای شده «جهان شبکه‌انسانی» را بر خواهند ساخت. از این رو جهان آینده را نمی‌توان به عرصه سیاست با نگرش تقلیل‌گرای کنونی تنزل داد.

تنوع، ویژگی بارز دنیای پیش‌روست، این تنوع، تکثرافزا خواهد بود. انقلابی فراپارادیمی را شکل خواهد بخشید. تناقض‌نمای «جهانی‌شدن» و «بومی بودن»، به‌روشنی در آن مشهود خواهد بود. پس می‌توان گفت فرآیند جهانی‌شدن «خاص‌گرایی» فرهنگی را در پی خواهد داشت. این خاص‌گرایی در «هویت تک‌سرنشین شده دانش‌بنیاد» سویه‌گیری جهانی‌شدن انسان را در پیکره حیات اجتماعی در پی خواهد آورد.

جهانی‌شدن نقطه هم‌گن ساختن نیست؛ به چالش کشیدن وضع کنونی، وضع دیرپای دیرینه‌تر آن برای رسیدن به مطلوبیت‌های بیشتر برای آینده‌ای سزاوارتر برای آدم آزاد است. در عین حال به زبان آوردن حاشیه‌ها نیز هست. در عرصه فرهنگی باید بازیگر فعال بود، باید کنشگری به‌روز و جلوتر از زمانه بود و در «زمان زیست خویش»؛ جهان را رهبری نمود. رسالت فرهنگی برای

جماعت‌های مدنی و جوامع ملی در گستره جهانی دستیابی به ابزاری مؤثر برای رسیدن به این هدف را معنادار می‌کند. این ابزار چیزی جز رسانه نیست.

در دنیای متعامل فرهنگی نه می‌توان مصرف‌کننده و تماشاچی صرف بود و نه می‌شود محال‌اندیش و بر هم زنده بازی شد. در این ساحت، باید قدرت گفت‌وگو و حضور در عرصه‌های فراتر از دولت - تمدنی - و فروتر از دولت - جامعه مدنی - را باز یافت. توسعه «جامعه اطلاعاتی و ارتباطی» با خصلت مردم‌گرا، فراگیر، قدرت محور و تأثیرگذار می‌تواند بخشی از این رویکرد باشد.

ما در حال گذار پرشتاب از یک تحول تاریخی هستیم. این تحول در شیوه زندگی، یادگیری، کار، ارتباطات و اقتصاد و... قابل‌ردیابی است. از همین رو، باید به‌عنوان سازندگان سرنوشت، با بازآفرینی هندسه معرفتی جدید وارد عرصه عمل شویم. رسانه‌ها نه در حاشیه که در متن این دگرگونی‌های پرشتاب قرار دارند.

در این میان، رسانه‌هایی موفق‌اند که دنیای چند شالوده‌ای، چند منبعی و متنوع همراه با پذیرش «میکرو هویت‌های انسانی ماکرو شده جهانی» را به رسمیت بشناسند و درصدد ایجاد فضای تک‌ساحتی نباشند. نقش رسانه‌ها تنوع بخشیدن به فرهنگ و تکیه بر هویت مشروعیت بخش است. هویت را نمی‌توان در گفتمان‌های رسمی پی گرفت و «رسمی» کرد. هویت، اصلی‌ترین سرچشمه معناست که ریشه در دل تاریخ، فرهنگ و زبان یک ملت دارد، اگر رسانه‌های خود را با کنش‌های هویتی، سازگار کرد؛ ماندگار خواهد ماند.

اگر در این ساحت پرتغییر و پردگرگونی، رسانه محیط عمل خود را درک نکند و به‌جای هویت پروری تعریف‌شده، مناسب و متناسب با زمان دست نیازد و به هویت‌سازی به‌جای زمینه پروری هویتی روی آورد، چنین رسانه‌ای بیشتر «هویت مقاومت» ی را بر خواهد ساخت. در پرتو همین معنا است که دانه‌های وحشت داعش از طریق رسانه در ذهن مخاطب کاشته می‌شود و خشونت درو می‌شود.

مسئله مهم رسانه‌های آینده، تأمل در «فهم ارتباطی» و «توان ارتباطی» و «قدرت رهبری ارتباطی»، است. فهم ارتباطی بر فهم گفت‌و شنود متکی است. این فهم و سپس ادراک حاصل از بازتعریف آن در ذهن مخاطب، با فاصله گرفتن از ارتباطات یک‌سویه و گوینده مدار شکل می‌گیرد. توان ارتباطی نیز برخوردار از قدرت فرهنگی در ارتباط با جهان پیرامون و دنیای

چند ذهنی و چند منبعی مربوط است. توان ارتباطی، فراتر از تکنیک رسانه‌ای و توانایی زبان ارتباط با جهان پیرامون و دنیای چند ذهنی و چند منبعی است. توان ارتباطی، فراتر از تکنیک رسانه‌ای است و توانایی زبان ارتباطی با بالابردن امکان و توان «شنیدن» همراه است. در «دنیای رسانه‌ای شده» باید به سازوکارهای ارتباطی اندیشید که به‌جای «وجه مجازی واقعیت» بتواند به «عینیت‌گرایی»، توجه کند. قدرت رهبری ارتباطی، به معنای بهره‌برداری از پتانسیل رسانه‌ای برای پرورش فضای معنادار و هوشیارانه برای دگرگون‌سازی جهان آینده است که در پرتو قدرت توانمند ارتباطات در تأثیرگذاری فرهنگی ایجاد می‌شود که آن‌هم از نوع «گفت‌وگویی و مخاطب مدار» می‌سور است.

آهنگ رشد فناوری ارتباطی در چند دهه اخیر چنان سریع بوده است که اثرات اجتماعی و فرهنگی آن در بسیاری موارد هنوز مبهم و ناشناخته است. گذار از یک نظام ارتباط شفاهی به یک نظام ارتباط چندرسانه‌ای، بدون گذشتن از مرحله ارتباط نوشتاری، مسائل خاص خود را به دنبال خواهد داشت. سواد دیداری در برابر سواد نوشتاری، تورم تصاعدی انتظارات در برابر آگاهی بر مسئولیت‌های اجتماعی و میهنی، کشش به‌سوی شهرها در برابر امکان دسترسی به منابع فرهنگی از جمله پیامدهای آن است. در نقاط دور افتاده برخی از اثرات متضاد رسانه‌ها هویدا هستند. این در حالی است که این حکایت هم چنان باقی است و رشد فناوری ارتباطی بسیار بیش از گذشته مطرح است.

در این میان تغییر جدی در الگوی مصرف رسانه‌ای جامعه، چالش مهم پیش روست. بهره‌گیری گسترده از شبکه‌ها و ماهواره‌ها و آسیب‌پذیری اعتماد اجتماعی به رسانه‌ها، از جمله مسائل چالش کنونی است. رسانه‌ها آنگاه رسانه‌اند که از «اعتبار منبع»، «اعتقاد بارور» و «اعتماد سیاسی» برخوردار باشند. این مسئله در حدی اهمیت دارد که می‌توان گفت حتی رسانه‌های بزرگ و فراگیر اگر متکی بر اعتماد عمومی نباشند، در برابر رسانه‌های کوچک ناتوان می‌شوند. در صورتی که اگر اعتماد سیاسی به رسانه‌ها نباشد، توسعه کمی رسانه‌ها نیز نتیجه‌ای جز توسعه بی‌اعتمادی ندارد. اعتماد، به‌ویژه اعتماد سیاسی، بر اساس ارتباطات «مشارکت‌جویانه» و «حقوق مدار» شکل می‌گیرد. این ارتباطی دوسویه و نیازجویانه است؛ و یک‌سویه و کنترلی نیست.

مهمترین راهبرد پیش رو، توسعه کیفی ارتباطات است. ستون فقرات این تلاش، پیش برد ارتباطات مردمسالار مستقل از قدرت و متکی بر گفت‌وگو میان دولت و جامعه مدنی است. توجه به این راهبرد برای آینده بیش از دو وجه دیگر توسعه ارتباطی اهمیت دارد. توسعه ارتباطات یعنی ظرفیت مجازی نظام ارتباطی و توسعه به‌وسیله ارتباطات یعنی به‌کارگیری ظرفیت‌های ارتباطی در جهت ارائه خدمات آموزشی، اجتماعی و اقتصادی - آموزش از راه دور، خدمات الکترونیک - که لازم، اما ناکافی‌اند.

به نظر می‌رسد، باید به رفع اختلال‌های ارتباطی و اغتشاش‌های معرفتی و فرهنگی در جامعه در حال گذار اندیشید. اندیشندگی‌ای که تجربه عبور از مراحل فشرده و درهم‌تنیده سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و ارتباطی در آن موردنظر است. این دوراندیشی به حل خردمندانه چالش‌های نو می‌انجامد و ما را به‌سوی چشم فروبستن بر آن چالش‌ها و یا دامن زدن به آن‌ها نمی‌کشاند؛ بنابراین، فرصت و تهدید پیش روی ما، بیش از هر چیز و پیش از هر موضوعی، نحوه رویارویی ما با این مهم است. در همین‌جا است که باید به آینده رسانه در پرتو بروز و ظهور رسانه‌های آینده پروا روا داشت.

از این‌رو و با توجه به این‌که در ارتباط با ساخت و پرداخت رساله‌ای علمی باید:

- به هویت یک مفهوم در اصیل‌ترین نمود بیرونی آن توجه داشت؛ و در تعریف باید از اصیل‌ترین واژگان تعریف‌شده در ارتباط با مفهوم موردنظر بهره برد.
 - این مجموعه واژگان را در جمله‌های معنادار قرار داد که بتوان در پرتو آن‌ها دانش‌واژه موردنظر را از دایره دانش فردی به دایره فهم و درک جمعی منتقل ساخت.
 - جملات برساخته در متن را براساس انباشته‌های علمی و داشته‌های دانشی تعریف‌پذیر نمود.
 - این جملات را در قالب تبیین معرفت‌شناسانه و تئوری علمی، شفاف‌تر نمود.
 - دانشجو در نگارش رساله دوره عالی دکترا حامل رسالتش در افزودن واژگان و تئوری‌های علمی جدید است. او باید در افزودن کلمات و خطوطی معنادار و تعریف‌شده به گستره دانش و حکمت بشری؛ شجاعت و ژه‌پردازی جدید و ارائه نظریه‌های نو را - تحت حمایت اساتید راهنما و مشاور و با نقد اساتید داور - داشته باشد.
- رساله حاضر بر آن است که بر مبنای رسالت تعریف‌شده خود و بر مبنای دغدغه‌های موجود در دو محیط:

- آینده رسانه‌ها و

• دگرگونی‌های اجتماعی

به بررسی و ژرفانگری در آینده رسانه‌ها و نگارش سناریوها - فریندارها - ی مطلوب تأثیرگذار بر آینده رسانه‌ها در بافت متن جامعه و فرهنگ ایران‌زمین، بپردازد. این بافت متن دارای خصوصیتی است:

1- حوزه تمدنی است. جزء تمدن‌هایی است که هزاره‌ای زیست کرده‌اند و دارای شناسنامه می‌باشند.

2- هویتی دینی دارد. همواره موحد بوده است.

3- در چهارراه ارتباط قاره‌های بزرگ و در مسیر جاده ابریشم قرار گرفته است

4- همه‌های بزرگ اقوام و ملت‌های دیگر را در تاریخ به شکل‌های گوناگون تجربه کرده است.

5- انقلابی بزرگ را به انجام رسانده است که گرچه در چارچوب دین اسلام و با قرائت شریعت شیعه قرار می‌گیرد، اما براساس جهان‌شمولی دین اسلام و رسالت جهانی آن، مدعی گسترش جهانی این شریعت در جهان است.

(ایران خود یک مکتب است. تنها جغرافیا نیست. مردم ایران به‌عنوان محتوای ایران در گزاره «ایران یعنی همه ایرانیان» قبل از پذیرش اسلام دارای جوهره عشق به یزدان پاک و اهورای جهان‌آفرین بوده‌اند. پارسایی داشته‌اند و مذهب را در درون‌مایه وجودی خود به همراه داشته‌اند. اصالت مذهب با هویت ایرانی همراه بوده است).¹

از این رو با در نظر داشتن این‌که آینده می‌تواند ملو از نبود حتمیت و عدم قطعیت باشد، آینده مطلوب رسانه‌ها و نقش آن‌ها در جنبش‌های نوین اجتماعی را نیز در لایه‌بندی آینده‌های مطلوبی - شایسته‌ای - قرار می‌دهد که هر لایه تکمیل‌کننده لایه بعدی و به پیروی از آن، دارای مطلوبیت تعریف‌شده بیشتری خواهد بود.

براساس همین نیاز و متکی بر روش تحقیق - توصیفی و تحلیلی - و روش آینده‌پژوهی موجود در این رساله - سناریونویسی - تلاش شده است که یک روش جدید معرفت‌شناسانه و ارانه‌شناسی تئوری پیشنهادی براساس داده‌ها و انباشته‌های توصیفی - تحلیلی به‌دست‌آمده، اقدام نماید.

در سطح کلان و در گام دوم، با تکیه بر متن اصلی و داده‌های تئوریک با تأکید بر روش سناریونویسی پیتر شوارتز و مراحل هشتگانه پیشنهادی وی و ترکیب محتوایی داده‌ها با تکیه بر

¹ جمله داخل پرانتز در رساله به دلایلی معلوم ذکر نشد!!!

روش نبوغ آمیز هرمان کان به تصویرنگاری سناریوهای آینده رسانه‌ها و نقش آن در جنبش‌های نوین اجتماعی ارائه گردد.

نقطه ارتباط این دو با یکدیگر و نقطه تلاقی تئوری‌های شش‌گانه مطرح در این رساله با سناریوپردازی بیشتر متوجه «آینده پردازی و آینده نمایی» به‌عنوان خروجی سطح چهارم پیشنهادی برای مبانی معرفت‌شناسی آینده‌پژوهی است که تحت عنوان خردورزی انتقادی از آن یاد می‌شود. ارائه سناریوهای لایه‌لایه‌ای مطلوب آینده رسانه‌ها و نقش آن‌ها بر جنبش‌های نوین اجتماعی بر همین اساس، انجام خواهد پذیرفت.

در رساله مذکور که می‌تواند با بازآفرینی براساس نیاز آینده ایران و ایران آینده برای طراحی مدل شایسته برای یافتن الگوی بایسته رفتن به‌سوی آینده توسعه‌یافته برای ایران مدنظر باشد؛ تلاش دوباره‌ای را آغاز خواهم کرد.

این مقدمه در بخش بیست و سوم آمد تا پیوندی باشد برای آغاز جلد دوم «مکتب سی‌مرغ» که در آن ریز تر و عملیاتی‌تر به موضوع نگاه افکنده شود.

خاک‌پای ملت ایران و فدای آدمیت

مهدی مطهرنیا