

## ■ دیجیتالی شدن به سبک ایرانی و ایرانی شدن به سبک دیجیتال

نوشته دکتر نعمت الله فاضلی

مقدمه

نظریه پردازان اجتماعی و خصوصاً محققان مطالعات فرهنگی در توصیف فرهنگ معاصر و روندهای اصلی تحول آن، مجموعه ای از فرایندهایی را نام می‌برند که این فرایندها در همه عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و در همه یا اغلب کشورهای جهان با نسبتهای مختلف در حال وقوع است. برخی از این فرایندها عبارتند از جهانی یا جهان/محلی شدن، عرفی شدن، دموکراتیک شدن، رسانه‌ای شدن، بصری شدن، اطلاعاتی شدن، دیجیتالی شدن یا مجازی شدن، تجاری شدن، فرهنگی شدن، زیبایی شناسانه شدن، تکنولوژیک شدن، عامه پسند شدن، غیر سیاسی شدن و زنانه شدن. این فرایندها از نظر درونی به یکدیگر وابسته و همبسته هستند و محصول تحول کلیت فرهنگ معاصرند. همچنین می‌توان گفت تحول فرهنگ معاصر حاصل مجموعه فرایندهای مذکور است. از این رو درک و شناخت هر یک از ابعاد جامعه و فرهنگ معاصر نمی‌تواند فارغ از شناخت فرایندهای مذکور باشد.

دربارهٔ هر یک از روندها یا فرایندهای فرهنگی مذکور، انبوهی از کتابها و مقالات نوشته و منتشر شده است و هر یک از این فرایندها «گفتمان دانشگاهی» گسترده‌ای را ایجاد کرده‌اند. حتی برخی از این فرایندها مانند جهانی شدن و دیجیتالی شدن در «گفتمان عمومی» – یعنی

شیوه‌ای که مردم درباره زندگی روزمره شان سخن می‌گویند - نفوذ کرده است و در مطبوعات، رسانه‌ها و حتی گفتگوهای روزانه مردم هم وارد شده است. اما با وجود نفوذ و تاثیر گسترده رایانه‌ها و اینترنت در ابعاد مختلف جامعه ایران و زندگی ایرانی معاصر، مطالعات تجربی با نگرش کل نگر و جامع درباره آن به ندرت انجام شده است؛ هر چند تعداد پایان نامه‌ها، مقالات و کتابهای ترجمه شده در زمینه رایانه، جامعه اطلاعاتی و عصر دیجیتال هم کم نیست. اغلب مطالعات ایرانی موجود درباره دیجیتالی شدن یا به کارکردهای اقتصادی رایانه و اینترنت اشاره می‌کنند که باعث تسهیل، تسریع و کاهش هزینه‌های اقتصادی در انجام کارها می‌شود، یا این‌که جنبه‌های اخلاقی و تأثیرات منفی دسترسی به سایتهای پورنو و در نهایت نیز محدودیتهای سیاسی کاربران مورد توجه قرار می‌گیرد. ضمن این‌که موضوعات مذکور نیز حائز اهمیت هستند، باید در نظر داشت که تأثیرات اجتماعی و فرهنگی دیجیتالی شدن به مراتب گسترده‌تر از موضوعات مذکور می‌تواند باشد. برای این‌که تصویری از اهمیت و گستردگی موضوع ارائه کنم برخی مسئله‌ها و پرسشهای موجود در این زمینه را فهرست می‌کنم. پرسشهایی که کم‌و بیش در این مقاله نیز به آنها اشاره می‌کنیم.

به‌کارگیری رایانه و اینترنت یا دیجیتالی شدن چه تأثیری در جهت‌گیریهای اجتماعی، ارزشی و سیاسی کاربران دارد؟

دیجیتالی شدن چه تأثیری بر روابط و تعاملات بین شخصی و زندگی فردی افراد مانند نوع روابط دوستی، گذران اوقات فراغت، روابط بین نسلی فرزندان و والدین، خویشاوندان و امثال اینها گذاشته یا می‌گذارد؟

گسترش رایانه‌ها و فرایند دیجیتالی شدن در تمام عرصه‌های خانه و خانواده، مؤسسات آموزشی و اداری و جامعه چه نوع فرهنگ یا نظام ارزشی و معنایی را تقویت و چه نوع نظام ارزشی و معنایی را تضعیف می‌کند؟

دیجیتالی شدن با ساختار سنت و فرهنگ تثبیت شده ایرانی - یعنی اسلام شیعی و ارزشهای تاریخی ملی، خانواده و خویشاوندی - چه رابطه‌ای دارد؟

دیجیتالی شدن با نظام سیاسی حاکم بر ایران چه نسبتی دارد؟  
جامعه ایران طی چند دهه اخیر تحولات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بسیاری را تجربه کرده است. این تحولات با دیجیتالی شدن چه نسبتی دارند و دیجیتالی شدن تا چه میزان

در این تحولات تأثیر گذاشته است؟

دیجیتالی شدن یک فرایند جهانی است، اما در عین حال هر کشور و جامعه‌ای این فرایند را در درون بستر تاریخی، اجتماعی و فرهنگی خاص خود تجربه می‌کند. با توجه به این امر، دیجیتالی شدن به سبک ایرانی و در چاقوب بستر فرهنگ معاصر ایران چه ویژگی‌هایی دارد؟ و چه تفاوتها و شباهتهایی بین دیجیتالی شدن ایرانی و غیر ایرانی وجود دارد؟

دیجیتالی شدن چه چالشهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در جامعه ایران به وجود آورده است و چرا؟

دیجیتالی شدن چه تاثیری بر جنبه‌های احساسی، عاطفی و زیباشناسانه ایرانی می‌گذارد؟ هر یک از پرسشهای مذکور، موضوعات مهمی هستند که باید به نحو دقیق بررسی و مطالعه شوند. به اعتقاد نگارنده، برای پاسخ دادن به پرسشهای مذکور باید ابتدا نقش و تأثیر دیجیتالی شدن در کلیت فرهنگ ایرانی مطالعه شود بیش از آنکه در عرصه اجتماعی مشخصی مانند آموزش، بانکداری، سازمانها و غیره محدود شود. اگرچه هنوز تا کامل شدن فراگیری گستره نفوذ رایانه‌ها و فرایند دیجیتالی شدن به تمام عرصه‌های زندگی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگ ایرانی فاصله زیادی داریم اما این فرایند هر لحظه رو به گسترش است و با گذشت زمان بتدریج تمام ابعاد زندگی روزمره و ساختارهای خرد و کلان اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران را در بر خواهد گرفت. همچنین قبل از شروع بحث، لازم است چند نکته روش‌شناسانه را توضیح دهیم. نخست این‌که تحلیلهایی که در این مقاله ارائه می‌شوند براساس مشاهدات و تجربیات زیسته نگارنده به مثابه مردم‌نگار در جامعه ایران است. از این رو، محدودیتهای زیادی درباره این تحلیلهای باید در نظر داشت و در بسیاری موارد نمی‌توان این تحلیلهای را به صورت کامل به تمام جامعه ایران تعمیم داد بلکه هدف نگارنده بیشتر بیان روندهای شکل گرفته کنونی است. برخی از این روندها جنبه غالب دارند و برخی دیگر در حال گسترش هستند. در هر حال هیچ‌کدام مطلق نیستند. همچنین تنوعات قومی، مذهبی، سیاسی، و متغیرهای اجتماعی مانند سطح تحصیلات، سن، شغل، درآمد، پایگاه اجتماعی و امثال اینها هر کدام می‌توانند در نوع و چگونگی استفاده و فهم ابزارهای دیجیتالی تأثیر گذارند. در این مقاله هیچ‌کدام از این عوامل را به صورت مستقل در نظر نگرفته ایم بلکه همان طور که ذکر کردیم تأکید بر تحولات کلی فرهنگ ایرانی است.

نکته دیگر این‌که درباره برخی از این روندها، داده‌های تجربی هر چند اندک موجود است اما

از آنجا که هدف نگارنده بیان تجربیات مردم‌نگارانه و تحلیل کیفی مسائل است، از داده‌های آماری و بررسی‌های پیمایشی سود نبرده‌ام. به هر حال، این‌گونه بررسیها نیز می‌توانند به فهم ما از چگونگی دیجیتالی شدن فرهنگ ایرانی کمک می‌کنند. آخرین نکته این‌که هریک از رویدادها و تحولات تشریح شده درباره دیجیتالی شدن فرهنگ ایرانی، می‌تواند موضوع مقاله و مطالعه‌ای مستقل باشند و در واقع نیز برای شناخت همه جانبه هریک از موضوعات به چنین مطالعه مستقلی نیاز داریم. اما در اینجا با توجه به هدف اصلی مقاله مبنی برارائه نوعی تصویر و نگرش جامع از ابعاد فرایند دیجیتالی شدن، از بیان و تحلیل جزئیات هریک از روندهای بحث شده اجتناب ورزیده‌ایم تا امکان بررسی کلی‌تر تمام روندهای اصلی میسر شود.

بنیان نظری بحث من در این مقاله این است که گسترش ابزارهای دیجیتال، یعنی رایانه، اینترنت، تلفن و به خصوص تلفنهای همراه و ابزارهای دیجیتال خانگی، بر نهادهای اصلی جامعه ایران یعنی فرهنگ، سیاست، خویشاوندی، روابط اجتماعی افراد و آموزش تاثیر گذارده است و فرایند دیجیتالی شدن در حال شکل دادن فرهنگ خاص خود است. البته این سخن به معنای آن نیست که این اتفاق اکنون به کمال رسیده است. بلکه منظور شکل‌گیری روند تحول به سوی فرهنگ دیجیتال است. همان‌طور که گفتیم روند در سراسر کشور و در بین تمام گروهها و اجتماعات ایرانی یکسان نیست. در عین حال، تأکید بر این نکته ضروری است که اگرچه دیجیتالی شدن، خود مستلزم و مولد فرهنگ خاصی است، اما این سخن به معنای نفی امکان استفاده از ابزارهای دیجیتال در خدمات ارزشهای گوناگون نیست. ابزارهای دیجیتال می‌توانند به تقویت فردگرایی، ارزشهای دموکراتیک، مشارکت بیشتر مردم در عرصه‌های عمومی، تقویت و بسط آزادیهای اجتماعی، گسترش مصرف و ارزشهای سرمایه‌دارانه، تقویت نهادهای مدنی، کاهش نابرابریها و تبعیضهای قومی، جنسیتی، مذهبی و نژادی، تقویت ارزشهای چند فرهنگی شدن مانند بسط روحیه تسامح و تساهل، گسترش گفت‌وگو و امثال این ارزشها پردازند. اما در عین حال، ابزارهای دیجیتال می‌توانند تا حدودی در خدمات ارزشها و ساختارهای غیر دموکراتیک، اقتدارگرایانه، محافظه‌کارانه و سنت‌گرایانه نیز قرار گیرند. نکته مهم در این زمینه آن است که ماهیت و ساختار فرهنگی و فنی ابزارها و رسانه‌های دیجیتال به گونه‌ای است که با ارزشهای دسته نخست سازگاری بیشتری دارد. از این رو، کاربرد این ابزارها در ساختارهای غیر دموکراتیک، محافظه‌کارانه و سنت‌گرایانه، اگرچه امکان‌پذیر است اما در درازمدت این ساختارها را دستخوش تغییر و چالش

می‌کند.

در این مقاله ابتدا به تعریف منظور ما از دیجیتال شدن می‌پردازیم. سپس به بررسی این پرسش می‌پردازیم که آیا ابزارهای دیجیتال صرفاً ابزارهای انتقال پیامند و عملکرد آنها تابع شیوه استفاده ماست، یا این‌که این ابزارها خود مولد نوع خاصی از فرهنگ هستند؟ بعد از بررسی این نکات به توضیح و تحلیل دیجیتال شدن در ایران می‌پردازیم. در بخش پایانی، چالشها و نقدهای فرایند دیجیتال شدن در ایران را بررسی می‌کنیم.

### دیجیتال شدن چیست؟

در زبان انگلیسی این E تعبیری رواج یافته است که می‌گویند «ا (منظور الکترونیک) برای همه چیز». این عبارت کنایه از فرایندی است که جامعه‌شناسان از آن به «دیجیتال شدن» یا «الکترونیکی»<sup>۱</sup> شدن می‌نامند. الکترونیکی یا دیجیتال شدن فرایندی است که انسان از طریق ابزارها، فنون و رسانه‌های دیجیتال مانند شبکه اینترنت و رایانه به تولید، تکثیر، اشاعه و انتشار نمادها و معانی می‌پردازد و از طریق آنها زندگی خود را سامان و معنا می‌بخشد. در نتیجه رشد و گسترش رسانه‌های دیجیتال و الکترونیکی و افزایش کاربرد آنها در تمام ابعاد زندگی روزمره – از فعالیتهای تجاری بزرگ بانکی، خرید و فروش رایانه‌ای و آموزش از راه دور رایانه‌ای گرفته تا آشپزی و کارهای جزئی درون خانه – فرایند دیجیتال شدن نیز گسترش یافته است و در حال تغییر دادن عادات بنیادین ما در زمینه‌های مختلف فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است. برای مثال، در آموزش، دانش‌آموزان و دانشجویان، متقاضی استفاده هرچه بیشتر تکنولوژیهای آموزشی دیجیتال هستند و کلاسهای بدون تصویر و صدا و بدون کاربرد پاور پوینت برای آنها ملال‌آور و بهتر است بگوییم غیرقابل تحمل شده است. در آشپزخانه‌ها نیز سالهاست که «ماکروبو و ماشین لباسشویی و دیگر وسایل کاملاً مجهز به برنامه‌ها و دستورهای از پیش تعیین شده کامپیوتری برای انجام فعالیتهای خود شده‌اند و دیگر نیازی به تنظیم دستی آنها نیست. درباره بانکها و سازمانهای دیگر نیز نیازی به توضیح نیست زیرا هر یک ما لاجرم هر روزه شاهد نقش رایانه‌ها در آنها هستیم. شاید تلفن‌های همراه بیش از هر ابزار دیگر رایانه و اینترنت را به زندگی روزمره ما وارد کرده است. کافی است یک روز تلفن همراه ما قطع یا به هر دلیلی از دسترس ما خارج شود، دچار احساس غریبی می‌شویم. چون مادری که فرزندش را گم کرده یا

فردی که در جزیره‌ای گم افتاده است، احساس تنهایی و غربت می‌کنیم. این احساسی است که در نتیجه خروج ما از مدار دنیای دیجیتال به ما دست می‌دهد.

شاید درک این نکته که تکنولوژیهای ارتباطی دیجیتال می‌توانند مولد نوع فرهنگ خاصی باشند، در ابتدا کمی دشوار به نظر آید زیرا می‌توان این‌گونه تلقی کرد که این تکنولوژیها صرفاً ابزارهای ایجاد ارتباط و انتقال پیام هستند و نقشی در تعیین محتوا یا تولید پیام ندارند. به تعبیر دیگر، اینترنت رسانه است و چگونگی کارکرد و تاثیر آن، تابع محیط و نحوه استفاده از آن است و محتوای فرهنگی اینترنت همان بازتولید فرهنگ موجود است. اما مارشال مک لوهان (۱۹۶۴) با طرح این ایده که «رسانه همان پیام است» این نحوه تلقی را سالها پیش به چالش کشید و نشان داد که هر رسانه‌ای نوع خاصی از پیامها را گزینش می‌کند و در فرایند انتقال پیام هم تأثیرات بسیاری بر شکل و محتوای پیام می‌گذارد. به اعتقاد مک لوهان «رسانه همان پیام است زیرا این رسانه است که میزان و شکل کشش و تعامل انسانی را کنترل می‌کند و شکل می‌دهد» (McLuhan ۳۱: ۱۹۶۴) مک لوهان با تفکیک دو رسانه سرد و گرم نشان می‌دهد که چگونه هر یک از رسانه‌های مذکور، پیام خاص خودشان را تولید و عرضه می‌کنند.

از این منظر، برای مثال نمی‌توان از تلویزیون برای انتقال هر پیامی استفاده کرد زیرا بصری و فراگیر شدن یک پیام از طریق رسانه تلویزیون، می‌تواند معنای متفاوتی برای آن پیام به وجود آورد. امروز تحت تأثیر رسانه‌هایی مانند تلویزیون، دوگونه متفاوت از اغلب پدیده‌های زندگی به وجود آمده است. یکی گونه رسانه‌ای شده، و دیگری گونه واقعی؛ برای مثال فوتبال رسانه‌ای و فوتبال واقعی. تلویزیون از طریق بازنمایی فوتبال و تکثیر و انتشار بازنمایی مجازی به صورت گسترده و فراگیر، واقعیت بازی فوتبال را که در جمع محدودی و تحت شرایط خاصی صورت می‌گیرد، کاملاً دگرگون می‌کند. بخش مهمی از ارزشها و معانی سیاسی، ایدئولوژیک، اجتماعی و اقتصادی که امروز در فوتبال شکل گرفته است، حاصل رسانه‌ای شدن این بازی است. بنابراین، پخش بازی فوتبال از تلویزیون صرفاً نمایش دادن این بازی نیست، بلکه تغییر و تبدیل کردن آن به صورت پدیده‌ای دیگر است. این امر درباره تمام رسانه‌ها صدق می‌کند. از این رو، رسانه‌های دیجیتال صرفاً به انتقال پیام نمی‌پردازند بلکه در مسیر انتقال دادن، پیام تازه‌ای تولید می‌کنند و نظام معانی خاصی به وجود می‌آورند.

ریموند ویلیامز از بنیانگذاران رشته مطالعات فرهنگی در مقاله‌ای با عنوان «ابزارهای ارتباط

به مثابه ابزارهای تولید» (Williams ۱۹۸۰) استدلال می‌کند که «ابزارهای ارتباط خودشان ابزارهای تولید هستند. این یک واقعیت است که ابزارهای ارتباط از ساده‌ترین اشکال ارتباط جسمانی زبان تا پیشرفته‌ترین اشکال ارتباط تکنولوژیکی، همواره از نظر اجتماعی و مادی تولید و بازتولید شده‌اند. اما در عین حال، اینها نه تنها صورتها بلکه ابزارهای تولید نیز هستند. از آنجاکه ارتباط و ابزارهای مادی آن ذاتی تمام اشکال نیروی کار و سازمان اجتماعی است، بنابراین به نحو اجتناب‌ناپذیری سازنده عناصر نیروهای تولید و روابط اجتماعی تولید هستند» (ibid ۵۰) ویلیامز این ایده را که ابزارهای ارتباط صرفاً رسانه‌ای برای انتقال اطلاعات و پیام بین فرستنده و گیرنده‌اند به چالش می‌کشد. به اعتقاد او این نحوه نگرش، بستر یا بافت فرهنگی و اجتماعی و تاریخی را که ابزارهای ارتباطی، گیرنده و فرستنده در آن قرار دارند نادیده می‌گیرد. همچنین این نحوه نگرش تفاوت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی که بین گونه‌های مختلف ابزارهای ارتباط طبیعی، مکانیکی و الکترونیکی وجود دارد را نادیده گرفته و همه آنها را به صورت رسانه‌های ناقل پیام و اطلاعات در نظر می‌گیرد. در حالی که این ابزارها در دوره‌های تاریخی و شرایط اجتماعی متفاوت، به اشکال متفاوتی ایفای نقش می‌کنند و هر یک مجموعه گسترده و متفاوتی از روابط اجتماعی را تولید می‌کنند.

اکنون پرسش این است که در بستر شرایط اجتماعی امروز، رسانه‌های دیجیتال چه نوع روابط اجتماعی و فرهنگی را تولید می‌کنند؟ مسلماً بررسی همه جانبه این موضوع، نیازمند بررسی زمینه‌ها و مسائل مختلفی است که در اینجا تنها به برخی از آنها اشاره می‌کنیم. شاید مهم‌ترین تاثیر رسانه‌های دیجیتال را بتوان در تولید و بازتعریف هویت یا هویت‌های اجتماعی انسان امروزی بیان کرد. هویت‌های جنسی، قومی، دینی، نژادی، طبقاتی و اجتماعی دیگر به شدت تحت تأثیر رسانه‌ها و ابزارهای دیجیتالی در حال شکل‌گیری، بازتعریف و دگرگونی هستند. از این رو می‌توان گفت مهم‌ترین تولید اجتماعی ابزارهای دیجیتال تولید هویت‌هاست. این نکته نیازمند اندکی تأمل نظری است.

هویت انسان معاصر به روایت آنتونی گیدنز و بسیاری از نظریه پردازان اجتماعی دیگر خصلت «بازاندیشانه یا بازتابی» دارد. بازتابندگی هویت به معنای سیال بودن هویت و تغییر آن در نتیجه تغییر شرایط فرهنگی و اجتماعی و ظهور دانشها، دانستیها و به خصوص تکنولوژیهای ارتباطی و رسانه‌ای جدید است. به تعبیری دیگر، آن تلقی یا تصور هویت به مثابه امری ثابت و ازلی و

ابدی، به پایان رسیده است. از این رو دیگر مفهوم «هویت ایرانی» نیز اگر چه در مقایسه با هویت فرانسوی یا آمریکایی قابل تفکیک و تمایز است و تفاوت‌هایی بین آنها وجود دارد اما هویت ایرانی رنگ‌های مختلفی به خود گرفته و می‌گیرد و متناسب شرایط تازه اشکال تازه‌ای از آن ظهور و بروز می‌یابد. ما هر روز در معرض آگاهی‌ها و شناخته‌های تازه‌ای در زمینه‌های مختلف تغذیه، بهداشت، درمان، مسکن، پرورش کودک، اشتغال، پوشش و لباس، آموزش و پرورش و دیگر موضوعات زندگی هستیم. این فرایند تدریجاً باعث تغییر «سبک زندگی» ما و تغییر عادات و روحیات ما می‌شود. نه تنها سبک زندگی به سبک دیجیتال در حال تغییر است بلکه لایه‌های عمیق‌تری از فرهنگ و هویت ایرانی در معرض دیجیتال شدن است. در گذشته، ایرانیان مانند دیگر ملتها عمدتاً به صورت رو در رو و چهره به چهره با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کردند و از طریق فرایندهای ارتباط مستقیم چهره به چهره نیازهای خود را تأمین و زندگی خود را سامان می‌دادند. فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی عمدتاً منوط و متکی به روابط چهره به چهره دو یا عده‌ای از افراد بود. برای مثال، روابط بین دختران و پسران، سرگرمی‌های کودکان، ارائه و ارسال پیام و انتقال دانش، مبادله احساسات، خرید و فروش، مسابقه و رقابت و تمام اشکال دیگر روابط و کنش‌های اجتماعی مستلزم گونه‌های مختلف روابط چهره به چهره دو یا تعداد بیشتر افراد بود. اما ورود رسانه‌ها و تکنولوژی رایانه‌ای و دیجیتال باعث تغییر الگوی روابط سنتی چهره به چهره به روابط با واسطه و با میانجی رسانه‌ها و اینترنت شده است.

این تغییر دو الگوی روابط، بر نوع و چگونگی هویت و فرهنگ تمام جوامع از جمله جامعه ایران تأثیر می‌گذارد. در الگوی سنتی روابط چهره به چهره، حجم ارتباط بسیار محدودتر و از نظر کمی کم‌شمارتر بود زیرا هر کس تنها در محدوده شبکه خویشاوندان، آشنایان و افرادی که اطراف او هستند امکان مرادده داشت. اما طبق الگوی جدید روابط با واسطه ابزارهای رسانه‌ای و رایانه‌ای، فرد نه تنها با نزدیکان و آشنایان بلکه با هر کس در هر گوشه جهان، امکان مبادله پیام و مرادده دارد. در نتیجه حجم ارتباط افراد به شدت گسترش یافته و افراد می‌توانند در گستره‌ای جهانی دوستان مناسب حال خود را انتخاب کنند. از طرف دیگر، فرد قادر است با استفاده از امتیازات فنی ارتباطات رایانه‌ای و اینترنتی، با آزادی بیشتر و به نحو سلیقه‌ای تری عمل کند و بسیاری از تابوهای اجتماعی و سیاسی را بشکنند و روایت دلخواهانه‌تری از خویشان خود را شکل دهد. همچنین قابلیت‌ها و گستردگی میدان عمل اینترنت این امکان را برای فرد فراهم می‌سازد تا هر روز



بتواند نیازهای بیشتری را از طریق اینترنت پاسخ دهد. مجموعه این عوامل باعث می‌شود تا انسان ایرانی این بار نه از طریق روابط گرم چهره به چهره بلکه از طریق روابط با واسطه صنایع رسانه‌های فنی مانند اینترنت به شکل دادن و بازتعریف خویشتن خود بپردازد. من این فرایند را «ایرانی شدن به سبک دیجیتال» می‌نامم.

### دیجیتالی شدن فرهنگ ایرانی

جامعه و فرهنگ ایرانی و به تبع آن انسان ایرانی مانند دیگر جوامع، فرهنگها و انسانها تحت تأثیر ظهور تکنولوژیهای ارتباطی و اطلاعاتی جدید، در حال دیجیتالی یا الکترونیکی شدن است. هر چند در این مسیر ممکن است کمی لنگان لنگان راه را پیموده باشیم اما جهت و جاده انسان ایرانی در راه آینده همان بزرگراه ارتباطی الکترونیکی شدن است.

ایرانیان بخش وسیعی از فضای مجازی اینترنت را شکل داده‌اند و حجم وسیعی از وبسایتهای و شبکه‌های اینترنتی به ایران، ایرانیان و مسائل مرتبط با جامعه و فرهنگ ایرانی اختصاص دارد. در حال حاضر «اجتماعات مجازی ایرانی» گسترده‌ای در زمینه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی شکل گرفته است و بسیاری از «اجتماعات واقعی» نیز از طریق رسانه اینترنت ارتباطات خود را سامان می‌دهند. تنها یک گذر فوری به «اتاقهای گفت‌وگو» در یاهو یا «پال تاک» یا در شبکه «اورکات» نشان می‌دهد که خیل انبوهی از کاربران و فعالان این اجتماعات ایرانیان هستند. در این شبکه‌های ارتباطی شاهد نوعی الگوی زیستن هستیم که در آن تمام اشکال زندگی را می‌توان یافت. مشاوره‌های پزشکی، مبادله تجربه‌های زندگی، درد دلها و همدلیها، یادگیری زبان خارجی، انتخاب دوست، انتخاب همسر، بازی و سرگرمی، گوش دادن به موسیقی، فعالیت تجاری، خرید و فروش کالا و هزاران صورت دیگر فعالیت فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی که ما در گذشته تنها از طریق روابط چهره به چهره انجام می‌دادیم، اکنون از طریق اینترنت صورت می‌گیرد.

به هر حال، اکنون بسیاری از ما ایرانیان نیز مانند مردمان شمال در آن سوی آبها به دنیای دیجیتال خو کرده و معتاد شده‌ایم. این اعتیاد از بازیهای رایانه‌ای در دنیای کودکی شروع می‌شود و با اعتیاد به وبلاگ نویسی و خواندن مطالب آن لاین به کمال می‌رسد. برای همین است که حتی در دنیای جدید نه تنها توانایی خواندن و نوشتن بلکه آشنایی با رایانه و کار با آن جزئی از مهارتهای ضروری

زندگی شناخته شده است و ناآشنایان با «سواد رایانه ای» جزء گروه «بی سوادان» طبقه بندی می شوند. به دلیل فراگیری و گسترده‌گی فرایند دیجیتال شدن در تمام عرصه‌های زندگی، من این فرایند را در کنار فرایندهایی مانند جهانی شدن، رسانه‌ای شدن، مجازی شدن، تجاری شدن، زنانه شدن<sup>۷</sup> و فرهنگی شدن<sup>۸</sup> یکی از فرایندهای اصلی تحول فرهنگ معاصر می دانم و معتقدم برای شناخت جامعه معاصر، لا جرم نیازمند درک و چگونگی این فرایند در درون هر جامعه هستیم. من در اینجا به برخی از ویژگیهای چگونگی تجربه دیجیتال شدن جامعه و فرهنگ ایران اشاره می کنم؛ اگرچه شرح و تحلیل دقیق هر یک از این نکات نیازمند شرح و بسط بیشتری است.

نخستین و قابل توجه ترین نکته در زمینه دیجیتال شدن جامعه ایران، مقاومت اندک مردم و فرهنگ ایران در برابر ورود رایانه‌ها و اینترنت – به درون جامعه و حتی خانه‌های ایران – است. تاریخ تحولات یکی دو قرن اخیر نشان می دهد مردم ایران مانند دیگر ملتها اغلب در برابر ورود تکنولوژیهای روزآمد و جدید مقاومت‌های جدی نشان داده‌اند و سالیان سال از پذیرش آن سرباز زده‌اند. جعفر شهری در کتاب تاریخ اجتماعی تهران مثالهای متعددی از مقاومت ایرانیان در برابر تکنولوژیهای روز مانند عکاسی، چرخ خیاطی، قطار، رادیو، تلویزیون، دوچرخه، چراق برق و امثال اینها ارائه و ثبت کرده است. ایرانیان اغلب مصنوعات صنعتی جدید را با عنوان چون فرنگی، ارمنی، اجنبی و نجس طبقه بندی کرده و از پذیرش آن تا مدت‌ها سرباز زده است. اما ورود رایانه در خانه‌های ایرانی با مقاومت جدی روبه‌رو نشد و اگرچه تردیدهایی درباره برخی جنبه‌های اینترنت وجود داشت و هنوز نیز وجود دارد اما کلیت رایانه به مثابه ابزاری مشروع، پذیرفته شده است. در حالی مردم ایران از نظر فرهنگی مشروعیت فرهنگی رایانه را پذیرفته‌اند که این ابزار به مراتب بیش از چرخ خیاطی و دوچرخه دارای کارکردها و پیامدهای فرهنگی برای آنهاست. این که چرا و چگونه مردم بدون مقاومت، حضور رایانه در منازل و محل کارشان را پذیرفتند، نیازمند بررسیهای تجربی است. اما به گمان من سرعت تغییرات فرهنگی و اجتماعی به اندازه‌ای است که مجال اندیشیدن به مردم را نمی دهد و مردم در برابر تکنولوژیهای جدید مانند ماهواره، تلفن همراه، اینترنت و رایانه مجال چند و چون کردن را از دست داده‌اند. به علاوه بنیادهای مدرنیته ایرانی قوام بیشتری یافته است و مردم آمادگی بیشتری برای سازگاری و قبول محصولات مدرن دارند.

ویژگی دیگر دیجیتال شدن جامعه و انسان ایرانی، فراگیری این فرایند در سراسر کشور و در

بین تمام گروههای اجتماعی است. ورود اغلب مصنوعات و محصولات مدرن در ایران مانند اتومبیل، موتورسیکلت، دوربین عکاسی، رادیو، تلویزیون و لوازم خانگی برقی این گونه بوده است که ابتدا تا مدتها تنها گروهها و طبقات اجتماعی بالا و اعیان و اشراف امکان برخورداری از آن را می یافتند. روستاییان، عشایر، زنان و کودکان اغلب آخرین گروههایی بودند که امتیاز برخورداری و بهره برداری از آنها را به دست می آوردند. اما رایانه ها و تکنولوژیهای جدید دیگر بسیار سریع فراگیر شدند و در مدت اندکی خصلت طبقاتی خود را از دست دادند. موبایل برای مدت کوتاهی خصلت طبقاتی داشت. اما این نیز دیری نپایید و امروزه کارگر و کارفرما و زن و مرد و حتی کودکان و نوجوانان دارای تلفن همراه هستند. عمومیت رایانه شاید بیش از تلفن همراه است زیرا مدارس، دانشگاهها و مراکز عمومی و دولتی، خدمات رایانه ای را در اختیار همه قرار می دهند و آنها که در منزل دسترسی به رایانه ندارند، در محل کار می توانند از رایانه استفاده کنند. در این زمینه علاقه کودکان، نوجوانان و زنان به رایانه بسیار قابل توجه است. مدرنیته ایرانی که اغلب مذکر و بزرگسال سالار بوده است، به نظر می رسد در زمینه تکنولوژیهای جدید دیجیتالی خصلت دموکراتیک تری دارد و به نحو عادلانه تری بین همه گروهها نفوذ کرده است. با وجود این، نباید از نظر دور داشت که هنوز رایانه نتوانسته است به روستاها راه یابد و دنیای دیجیتال ایرانی همچنان خصلت «شهری» دارد. البته در این زمینه روستاهایی هستند که به دنیای اینترنت وصل شده اند و هستند خانه هایی که رایانه به آنها راه یافته است. اما این موارد همچنان استثنا هستند و بخش کوچکی از جمعیت روستایی ایران را در بر می گیرد.

نکته سوم نحوه استفاده و کاربردهای ایرانی ابزارهای دیجیتال و رایانه ای است. بهره برداری کامل و قابل قبول از امکانات و خدمات رایانه ای، مستلزم مجموعه ای از تحولات زیرساختی است که دسترسی به رایانه یکی از آنهاست. هنوز مردم ایران، آشنایی کامل با امکانات و خدمات رایانه ندارند، و دسترسی به رایانه نیز کم هزینه نیست و از سویی هنوز دلبستگیها و عاداتی بسیاری به روشهای سنتی انجام امور دارند. در نتیجه این عوامل و عوامل بسیار دیگر، هنوز رایانه ها نتوانسته اند تمام زندگی روزمره مردم را تصاحب کنند. برای بسیاری، رایانه صرفاً ابزاری برای شنیدن موسیقی، تماشای فیلم، بازی یا ارسال ایمیل است. بسیاری نیز هنوز از نزدیک شدن به رایانه وحشت دارند و چگونگی استفاده و کار با آن را اصلاً نمی دانند. برخی دیگر نیز رایانه را جزء وسایل فرزندان می دانند و آن را از دنیای بزرگسالان بیرون گذاشته اند. عده ای نیز آن

را در «اتاق پذیرایی» گذاشته و رایانه را جزء کالاهای لوکس طبقه‌بندی کرده‌اند. در حالی که برخی رایانه را ابزاری مدرن و سکولار می‌دانند، برخی دیگر به سی‌دی‌ها و وب‌سایت‌های مذهبی عادت کرده و دنیای مذهبی مجازی بزرگی به وجود آورده‌اند. کاربردهای سنتی، مدرن، شبه‌مدرن و شبه‌سنتی رایانه در جامعه ایران امکان طبقه‌بندی فرهنگی این ابزار را از بین برده است. همچنین همان‌طور که گفتیم امکان طبقه‌بندی جنسیتی، قومیتی، اقتصادی و اجتماعی نیز برای این ابزار کمتر وجود دارد. البته همچنان ممکن است بتوان به‌طور کم‌رنگ تمایزهایی در این زمینه مشاهده کرد. ولی هنوز داده‌ها و بررسی‌های تجربی لازم در این زمینه در اختیار نداریم تا بتوانیم تصویر روشنی از ابعاد قومیت، جنسیتی، فرهنگی و اقتصادی دیجیتالی شدن در ایران ارائه کنیم.

نکته مهم دیگر دیجیتالی شدن به سبک ایرانی، پیامدهای دیجیتالی شدن است. گسترش رسانه‌ها به خصوص رسانه‌های تصویری، و گسترش اینترنت و بازیهای رایانه‌ای مجموعه گسترده‌ای از پیامدهای فرهنگی گوناگون در جامعه معاصر به وجود آورده است. یکی از این پیامدها «بصری شدن» فرهنگ معاصر است. دنیای امروز ما مملو از ایماژها شده است. نه تنها رسانه‌ها، بلکه تبلیغات شهری، موزه‌ها، گالریها و هر چیزی که محیط ما را اشغال یا بخشی از محیط ماست، حاوی انبوه‌ای از نشانه‌ها و ایماژهاست. انسان امروزی در فضای انباشته از تصاویر، به تدریج به تصاویر خو کرده و شیوه‌اندیشیدن او بیش از هر زمانی در تاریخ، وابسته به تصاویر شده است. ما دیگر به‌کمک تصاویر می‌اندیشیم. این همان فرایند بصری شدن فرهنگ معاصر است که عمده‌تأ رسانه‌ها، رایانه‌ها و اینترنت نقش اساسی در آن داشته‌اند. نسل جوانتر ایران که سر و کار و آشنایی بیشتری با رایانه دارد، به تدریج تحت‌تأثیر رایانه‌ها، بصری می‌اندیشد و به زندگی آن لاین و نگریستن به صفحه موبایلها بیش از چیزهای دیگر خو کرده است. تلاش برای آن لاین کردن همه چیز تا حدودی به دلیل تقاضای اجتماعی است که نسل دیجیتال به وجود آورده است. برای مثال، امروزه مدارس، دانشگاهها و مراکز آموزشی در سراسر جهان تلاش می‌کنند تا منابع علمی و آموزشی خود را به صورت دیجیتال و الکترونیکی ارائه کنند. این امر هم باعث سهولت تکثیر و عرضه آن می‌شود، هم می‌تواند به نحو گسترده‌تری مخاطبان و مشتریان خود را پیدا کند، و هم دانش‌آموزان و دانشجویان اقبال بیشتری به مطالب الکترونیکی نشان می‌دهند. از این‌رو صاحب‌نظران آموزش عالی، دانشگاه جدید را «دانشگاه دیجیتال» می‌نامند.

همچنین انتشار روزنامه‌ها به صورت آن لاین نیز پاسخی به این تقاضاست. اگرچه مجموعه

وسیع امتیازهای فنی و اجتماعی انتشار آن لاین روزنامه مانند سهولت و گسترده‌گی جهانی دسترسی به مطالب، کم هزینه بودن انتشار، سرعت انتشار، سهولت آرشو مطالب، سهولت خواندن مطالب، قابلیت دسترسی دائمی، سهولت به‌کارگیری رنگها و طراحیهای رایانه‌ای در صفحه‌آرایی، انعطاف پذیری و قابلیت بسیار در طراحی، صفحه‌آرایی و تنوع بیشتر فونتها و رنگها، و قابلیت بیشتر ارتباط دوسویه با مخاطبان جملگی باعث شده است که روزنامه‌ها هر روز بیش از گذشته به‌سوی آن لاین شدن حرکت کنند؛ اما همچنان تعداد روزنامه‌های آن لاین ایران کم شمار است و روزنامه‌های موجود اغلب همان نسخه چاپی خود را به‌صورت آن لاین نیز ارائه می‌کنند.

تغییر فرهنگ شفاهی به فرهنگ مکتوب و نوشتاری را شاید بتوان یکی دیگر از بارزترین تولیدات فرایند دیجیتالی شدن بدانیم. ایرانیان اگرچه از نظر تاریخی از ملتهایی هستند که پیشینه‌ای غنی از نظر میراث و فرهنگ مکتوب دارند اما توانایی خواندن و نوشتن همواره محدود به عده اندک شمار میرزاها، ملاها، کاتبان و نخبگان و نجبا بوده است و عامه مردم به چنین توانایی تجهیز نمی‌شدند. در نتیجه پایین بودن میزان سوادآموزی، عدم دسترسی به امکانات لازم برای خواندن و نوشتن، عدم نیاز به ارتباطات مکتوب و عوامل دیگر، به نحو تاریخی همه جوامع بشری از جمله ایران نوعی فرهنگ شفاهی مبتنی بر نظام ارتباط شفاهی شکل داده‌اند. انقلاب صنعتی، پیدایش دولت - ملتهای مدرن و به‌طورکلی مدرنیته و فرایندهای مختلف آن از آغاز قرن نوزدهم زمینه‌گسترش و عمومی شدن سوادآموزی در کشورهای غربی را فراهم کرد. با مدرن شدن جوامع دیگر، این فرایند سوادآموزی در تمام جهان گسترش یافت. در ایران از نیمه قرن نوزدهم تاکنون، در نتیجه گسترش نهادهای مدرن از جمله نظام بوروکراسی نوین و نظام مدرسه‌ای جدید و اخیراً توسعه ارتباطات رایانه‌ای، فرهنگ شفاهی همواره در حال تحول یافتن به‌سوی فرهنگ مکتوب بوده است. در نتیجه نظام مدرسه‌ای جدید به تدریج میزان باسوادی در کشور افزایش یافته است، به‌نحوی که در حال حاضر نزدیک به نود درصد جمعیت کشور توانایی خواندن و نوشتن دارند. در مقایسه با یک قرن پیش که کمتر از ده درصد باسواد و نود درصد بی‌سواد در کشور وجود داشت یک انقلاب سوادآموزی تمام عیار در ایران رخ داده است. این انقلاب زیرساخت لازم برای بسیاری از تحولات دیگر از جمله تحول فرهنگ شفاهی به فرهنگ مکتوب را فراهم ساخت. همچنین نظام اداری جدید و الزامات نهادی آن، که از یک قرن پیش تا امروز در حال توسعه یافتن بوده است، دومین تحول بنیادین برای توسعه فرهنگ و ارتباطات مکتوب در ایران بود.

بوروکراسی مستلزم ارتباطات مستند و مکتوب است. از این رو اکثریت نیروهایی که در نظام بوروکراسی جدید فعالیت می‌کنند، حتماً باید سواد خواندن و نوشتن را در درجات مختلف داشته باشند. در واقع، بخشی از گسترش سوادآموزی در ایران به دلیل نیاز و ضرورت‌های نظام بوروکراسی بوده است زیرا اگر نظام بوروکراسی نبود افراد قادر به استفاده عملی از مهارت‌های سوادآموزی خود نبودند. به هر حال، مدرک تحصیلی - در مقاطع مختلف - برای نظام دیوانسالاری حکم سندی برای اعطای شغل و حقوق و مزایای مختلف است. این امر، شرایط عینی مناسب را برای ترغیب افراد به تحصیل فراهم ساخت.

اکنون با ظهور اینترنت و مجموعه امکانات و الزاماتی که ایجاد کرده است، زمینه مناسب دیگری برای تقویت فرهنگ مکتوب به وجود آمده است. استفاده از رایانه و اینترنت مستلزم سواد خواندن و نوشتن و سواد رایانه‌ای است. در عین حال استفاده بیشتر از رایانه، به تقویت مهارت‌های مختلف سواد خواندن و نوشتن و سواد رایانه‌ای می‌انجامد. شاید یکی از ساده‌ترین کاربردهای رایانه و اینترنت، ایمیل باشد. لازمه استفاده از ایمیل علاوه بر توانایی کار با رایانه، نوشتن پیام است. از آنجا که استفاده از پست الکترونیک یا ایمیل نیز عمومیت یافته و بسیاری از جمعیت قشر متوسط شهرنشین از طریق پست الکترونیک مرادوات خود را انجام می‌دهند، می‌توان به تأثیر اینترنت بر تحول الگوی شفاهی به الگوی مکتوب ارتباطات ایرانی بیشتر توجه کرد. مکتوب شدن نظام ارتباطات ایرانی را تلفن همراه نیز تقویت می‌کند. به خصوص این که تلفن همراه و سیستم ارسال پیام آن، که خود نوعی ارتباط الکترونیکی است، باعث تولید حجم کمی و کیفی بسیار گسترده‌ای از پیام‌های مکتوب و تصویری شده است.

علاوه بر این، سیستم پست الکترونیک تأثیرات دیگری نیز دارد و سرعت و حجم مرادوات و ارتباطات اجتماعی بین افراد را افزایش می‌دهد. این امر خود باعث تولید مجموعه وسیعی از روابط اجتماعی می‌شود که در گذشته هرگز سابقه نداشته است. پست الکترونیک توانسته است در روابط اجتماعی و سازمان‌های اجتماعی مانند دانشگاه‌ها و سازمان‌های اداری، تجاری و... تأثیر آشکاری بگذارد و رابطه تازه‌ای بین استاد و دانشجو، کارمند و رئیس، و... به وجود آورد. در نتیجه این تحول الگوهای سنتی رابطه اجتماعی در حال تغییر تدریجی است و در برخی زمینه‌ها ارزش‌های سنتی نیز دستخوش چالش شده‌اند. برای مثال، رابطه خشک استاد و دانشجو یا کارمند و رئیس به واسطه ارتباطات الکترونیک می‌تواند منعطف شود. تبریک روز تولد، اعیاد مذهبی و

ملی، ارسال پیامهای تسلیت یا مطالب جذاب خواندنی مثل طنز یا خبرهای جالب از طریق ایمیل یا تلفن همراه روز به روز در حال گسترش است و می‌تواند بین افراد و گروههایی که به شدت بر اساس نظم سلسله مراتبی سامان گرفته نیز نفوذ کند و این نظم را بشکند. من خود به عنوان استاد دانشگاه که در عین حال مسئولیت و پست اداری و دانشگاهی داشته‌ام، با کارمندان و دانشجویانم ارتباطات ایمیلی گسترده دارم. در این ارتباطات از مشاوره‌های علمی تا مسائل اجتماعی، سیاسی و شخصی پیام مبادله می‌کنیم. در عین حال، این احساس را دارم که بخشی از ارتباطات تنها به کمک و به واسطه رسانه ایمیل و سیستم پیام تلفن همراه امکان پذیر شده است.

علاوه بر این، اینترنت و به خصوص سیستم ایمیل در حال شکل دادن یک تجربه بین فرهنگی در بین مردم جهان و از جمله ایرانیان است. امروز در دفترچه‌آدرسه‌های پستی ایمیل افراد فهرست طولانی از افراد از ملیتها، کشورها، گروهها و قومیت‌های مختلف وجود دارد که در گذشته نزدیک تصور این امر ناممکن می‌نمود. دسترسی به وب سایتها و وبلاگهای مختلف از سراسر جهان در کنار امکان مرآوده و مکاتبه الکترونیکی باعث می‌شود شهروند ایرانی در یک بستر چندفرهنگی مجازی زندگی کند. این تجربه مجازی از طریق شبکه متعدد تلویزیونی ماهواره‌ای و برنامه‌های تلویزیونی داخلی در باره سایر فرهنگها کامل تر می‌شود. علاقه ایرانیان برای آشنایی با فرهنگهای دیگر را می‌توان از انبوه وبلاگهایی که ایرانیان خارج از کشور برای معرفی فرهنگهای دیگر ایجاد کرده‌اند مشاهده کرد.

تنوع روابط اجتماعی از طریق ایمیل، آشنایی با فرهنگ دیگر از طریق وب سایتها و وبلاگها تأثیر بسزایی در بسط روحیه چندفرهنگی، شکل‌گیری تفکر و بینش چندفرهنگی و گسترش روحیه تساهل و تسامح دارد. امروز رسانه‌های دیجیتال، تجربه میان فرهنگی گسترده‌ای برای افراد به وجود می‌آورند بدون این‌که لازم باشد فرد به سرزمینهای دیگر سفر کند. این تجربه میان فرهنگی، شهروند ایرانی را برای همزیستی بهتر و بیشتر با افراد، فرهنگها، گروهها و ملیتها و قومیت‌های مختلف آماده تر می‌سازد. در گذشته نه‌چندان دور تفاوت‌های فرهنگی در نتیجه محدودیت‌های شناختی، ضعف مرآودات بین فرهنگی و فقدان تجربه بین فرهنگی کمتر تحمل می‌شد. میل و اشتیاق امروز ایرانیان برای مهاجرت و سفر در کشورهای دیگر تا حدودی نیز ناشی از تجربه‌های بین فرهنگی مجازی است که رسانه‌های دیجیتال برای آنها فراهم کرده‌اند.

گسترش دیجیتالی شدن تنها به بسط تجربه میان فرهنگی ایرانیان و توسعه روحیه تسامح و

تساهل آنها نمی‌انجامد، بلکه متقابلاً امکان مشارکت و حضور ایرانیان و فرهنگ ایرانی در سرزمینها و فرهنگهای دیگر را نیز افزایش می‌دهد و این امر می‌تواند به تقویت هویت جهانی ایرانی بودن کمک کند. امروز حجم انبوهی از دانستنیها و تصاویر درباره تاریخ، فرهنگ، جغرافیا، جمعیت، اقتصاد، مکانهای توریستی و دیگر جنبه‌های ایران و مردم آن در شبکه جهانی اینترنت وجود دارد. اگرچه به دلیل تعارضات سیاسی ایران و غرب، طی چند دهه اخیر، ایران نوعی انزوای بین‌المللی را در دوره‌های مختلف تجربه کرد و به دلیل محدودیت سفرهای توریستی، کمتر مورد بازدید مستقیم مردم جهان بود، اما بدون تردید در هیچ لحظه‌ای از تاریخ به اندازه امروز دانش فرهنگی درباره ایران در دسترس ملت‌های مختلف نبوده است. انبوه مهاجران ایرانی خارج از کشور با توجه به سرمایه فرهنگی و اقتصادی قابل توجهی که دارند، و با توجه به انگیزه و نیازی که برای تبلیغ و ترویج فرهنگ ایرانی به مثابه مبانی هویت خود دارند، در سالهای اخیر انبوهی از وب‌سایت‌های مختلف را به زبانهای گوناگون به ویژه انگلیسی در باره آداب رسوم ایرانی، زبان و ادبیات فارسی، ایران شناسی و... ایجاد کرده‌اند. این فعالیتها در کنار مجموعه گسترده فعالیت‌های اینترنتی است که دولت و مردم ایران در داخل کشور انجام داده‌اند.

دیجیتالی شدن نقش برجسته‌ای در روابط اجتماعی بین دو جنس زن و مرد در ایران به جای گذاشته است و در حال شکل دادن به نگرش جنسیتی تازه‌ای است. این تأثیر را در زمینه تغییر آگاهی جنسیتی زن و مرد، گسترش روابط بین دو جنس، فراهم شدن زمینه‌ها و امکانات بیشتر برای مشارکت زنان در عرصه عمومی، تأثیر اینترنت بر گسترش چشم‌گیر روابط بین زنان و شبکه‌های دوستی و حمایتی زنانه، جهانی‌تر شدن زن ایرانی و امثال اینها می‌توان دید. در اینجا امکان بررسی و بیان دقیق تمام این تأثیرات وجود ندارد اما به برخی از آنها اشاره می‌کنیم.

اولین تأثیر را باید با توجه به سهمی که رسانه‌های دیجیتال در زمینه گسترش فرایند «زنانه شدن» دارند بررسی کرد. زنانه شدن به فرایند گسترش کمی و کیفی حضور، نقش و تأثیر زنان و خواست‌ها، علایق و ویژگیهای آنها در ابعاد و زمینه‌های مختلف حیات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه معاصر گفته می‌شود. اینترنت به اشکال مختلف به گسترش حضور زنان ایرانی در جامعه کمک کرده است. شاید مروری بر فهرست و تعداد وب‌سایتها و وبلاگهای زنان ایرانی، وب‌سایت‌هایی که مختص مسائل زنان است، وب‌سایت‌هایی که زنان ایرانی از طریق آنها فعالیت‌های تجاری، اجتماعی و سیاسی می‌کنند و وب‌سایت‌هایی که به معرفی محصولات فکری و





اجتماعی زنان ایرانی اختصاص دارد، بتواند بخشی از گستردگی نقش اینترنت در فرایند زنان شدن را نشان دهد. فعلاً چنین آماری در دسترس نیست ولی به سهولت می‌توان انبوه و بزرگی حجم این وبسایتها و وبلاگها را با مختصر جست‌وجو مشاهده کرد.

علاوه بر این، اینترنت توانسته است به یکی از بزرگترین محدودیتهای اجتماعی زنان ایرانی یعنی محدودیت ارتباط با محیط بیرون از خانه و به خصوص محدودیت ارتباط با مردان تا حدودی پایان دهد. سیستم ایمیل، سیستم پیام‌گذاری و وبلاگها، سیستم پیام فرستی تلفن همراه، اتاقهای گفت‌وگوی یاهو و پالتاک و امثال آن و اجتماعات مجازی مانند اورکات این امکان را برای زنان ایرانی فراهم کرده است تا بتوانند بدون آن‌که از خانه بیرون بیایند و بدون در نظر گرفتن محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی سنتی با دیگران و به خصوص مردان به مرادوه و داد و ستد بپردازند و نه تنها از چهار دیوار خانه که حتی از مرزهای کشور نیز خارج شوند. امروز بسیاری از زنان و دختران ایرانی دوستان و آشنایانی از آمریکا، اروپا، آفریقا و سراسر آسیا دارند. در نتیجه، زیست جهان زن ایرانی - یا لاقول گروههایی از زنان - در حال تغییر کردن است و تجربه‌های روزمره زن ایرانی دیگر به آب و جارو کردن خانه و آشپزی، شوهرداری و تربیت فرزند محدود نمی‌شود. زن ایرانی همگام با توسعه و عمومی شدن امکانات دیجیتال جامع، کم‌کم زیست جهان خود را نه در مکان بلکه در فضای مجازی جست‌وجو می‌کند زیرا در فضای مجازی از آزادی، استقلال و امنیت بیشتری برخوردار است.

علاوه بر تغییر و بسط زیست جهان، زنان ایرانی به کمک اینترنت اکنون به مجموعه وسیعی از آگاهیهای جنسیتی در زمینه حقوق اجتماعی، خانوادگی و سیاسی، آگاهیهای پزشکی در زمینه سلامتی، بدن، مسائل جنسی و زیبایی دسترسی پیدا کرده‌اند که این آگاهی هرگز در اختیار آنها نبوده است و حتی امروز نیز نمی‌توانند آنها را از طریق نهادهای رسمی مانند مدارس، دانشگاهها یا حتی کتابهای موجود در بازار به دست آورند. این آگاهیها تمام ابعاد عاطفی، اجتماعی و خانوادگی فردی زنان ایرانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و به تدریج می‌تواند به بازتعریف هویت زنانه در بستر دنیای مدرن و مدرنیته منجر شود. امروز مردان و زنان ایرانی به مراتب بیش از گذشته از دنیاهای یکدیگر آگاهی و شناخت دارند. دنیای زنانه و دنیای مردانه همواره توسط حصارهای بلندی به روی جنس مخالف بسته بوده است. اما به کمک اینترنت ورود به این دنیاهای برای هر دو جنس آزادتر شده است. از این رو بسیاری از دختران امروز روحیات، خواستها، ویژگیها

و مشکلات مردان را می‌توانند بهتر بشناسند هر چندگاهی این شناخت ممکن است به دلیل مجازی بودن نتواند با تمام واقعیت دنیای مردانه منطبق باشد.

یکی دیگر از عرصه‌های اجتماعی ایران که تحت تأثیر دیجیتال‌شدن قرار دارد، خانواده و شبکه خویشاوندی است. رایانه‌ها، اینترنت و تلفن همراه در تمام سطوح روابط والدین و فرزندان، فرزندان با یکدیگر، خانواده و بستگان تأثیر می‌گذارد. امروز والدین و فرزندان بخش زیادی از وقت خود را به بازیهای رایانه‌ای، گوش دادن یا تماشای سی‌دی‌ها، اینترنت (جست‌وجو در سایتها و بلاگها)، SMS فرستادن، یا گفت‌وگو درباره این موضوعات و پی‌گیری نتایج و پیامدهای روابط اینترنتی اختصاص می‌دهند. در این شرایط مجال گفت‌وگو و تعامل گسترده بین والدین و فرزندان یا حتی فرزندان با یکدیگر به شدت کاهش می‌یابد. علاوه بر این، پیوندها و تعاملات خویشاوندی مانند سر زدن به عمه‌ها، عموها، دایی‌ها و بستگان دور و نزدیک به شدت محدود می‌شود زیرا اعضای خانواده ترجیح می‌دهند اوقات فراغت را از طریق اینترنت و ابزارهای دیجیتال بگذرانند. از آنجا که اینترنت فضای اجتماعی بسیار گسترده‌ای برای افراد فراهم می‌کند تا بتوانند مطابق خواست و فردیت‌شان گزینه دلخواهشان را انتخاب کنند، دیگر تمایل چندانی به مرادوبه با خویشاوندانی که تنها پیوند خونی و نسبی عامل اصلی ارتباطشان است ندارند. اینترنت و رسانه‌های دیجیتال بر ترجیحات ارزشی افراد تأثیر می‌گذارد و باعث می‌شود تا حدودی ارزشهای فردگرایانه بر ارزشهای اجتماع‌گرایانه غلبه پیدا کنند. در نتیجه فرزندان که آشنایی بیشتری با دنیای دیجیتال دارند، بیشتر تمایل دارند اوقاتشان را با دوستان، چت کردن، SMS بازی، بازیهای رایانه‌ای و امثال اینها بگذرانند تا به دیدار اقوام و خویشان بروند و به رسم سنت، صلة ارحام به جای بیاورند. فرزندان همچنین ترجیح می‌دهند وقت خودشان را صرف فراگیری مهارت‌های دیجیتال کنند و کلاسهای رایانه بروند تا مهارت‌های سنتی مانند خیاطی، گلدوزی، بافتنی و آشپزی یاد بگیرند. مجموعه این ترجیحات، شکاف ارزشی نسلیها یعنی فرزندان و والدین را عمیق‌تر می‌کند و تنشهای میان آنان را افزایش می‌دهد.

یکی دیگر از عرصه‌های مهم ایران که دیجیتال‌شدن آن را متأثر ساخته است، عرصه سیاست است. دیجیتال‌شدن امر سیاست لایه‌های مختلفی دارد و نمی‌توان آن را به نحو مختصر شرح داد. اما محورهای این امر را می‌توان در سه عرصه مشاهده کرد. عرصه نخست دیجیتال‌شدن مدیریت و سازماندهی است که آن را «دولت الکترونیک» نیز می‌نامند. دوم، استفاده از شبکه‌های

اینترنت و امکانات دیجیتال برای فعالیتهای سیاسی توسط فعالان و گروههای سیاسی اعم از گروههای سیاسی حاکم و گروههای سیاسی مخالف است. سوم کاربردهای تکنولوژیهای دیجیتال در مناسبات اجتماعی قدرت در سطح خرد مانند فعالیتهای اقوام، اقلیتها، گروههای اجتماعی مثل زنان، جوانان، و گروههای حرفه‌ای مانند «سازمان‌های غیر دولتی» است. امروزه «اجتماعات مجازی ایرانیان» در شبکه جهانی اینترنت بسیار متنوع و گسترده است. این اجتماعات هدفهای سیاسی خرد و کلان را دنبال می‌کنند و تلاش می‌کنند با بهره‌گیری از اینترنت ارتباطات توده‌گیر، سریع و ارزان و مؤثر با مخاطبان خود داشته باشند. ایرانیان خارج از کشور که هم از نظر جمعیتی و هم از نظر دانش و ثروت مجموعه نسبتاً گسترده‌ای هستند، عمدتاً به کمک اینترنت در تلاش برای توسعه و حفظ هویت خود در بستر جوامع و فرهنگهای بیگانه یا سرزمینهای میزبان خود هستند. در عین حال، گروههای سیاسی دگراندیش نیز امروز بیش از هر چیز به کمک رسانه‌های دیجیتال فعالیتهای خود را سامان می‌دهند. انبوه و بلاگهای فارسی، وبسایتهای نشریات و مراکز فرهنگی و سیاسی و انبوه اطلاعات و دانشی که این گروهها در شبکه جهانی تولید و توزیع کرده‌اند، نشان‌دهنده شکل تازه‌ای از فعالیت سیاسی در بستر جامعه پسا مدرن امروزی است. «اتاقهای گفت‌وگو» در یاهو و «پل تاک» انباشته از گفت‌وگوهای گروههای سیاسی ایرانی است. نفوذ دیجیتالی شدن باعث گسترش گروههای سیاسی دگراندیش شده است. زیرا به کمک این رسانه هم کنترل و نظارت بر فعالیت آنها دشوار است و هم هزینه ناچیزی برای این گروهها دارد. برخی از گروههای سیاسی صرفاً هویت مجازی دارند و در صورت حذف آنها از شبکه جهانی اینترنت عملاً وجود خارجی دیگری نخواهند داشت.

نه تنها گروههای سیاسی دگراندیش، بلکه دولت نیز به نحو گسترده‌ای در تلاش بوده است تا روشها و فعالیتهای خود را الکترونیکی کند. ظهور «دولت الکترونیک» بیش از هر چیز دیگر، دیجیتالی شدن عرصه حکومت و مدیریت در لایه‌های مختلف آن را نشان می‌دهد. امروز بخش مهمی از فعالیت وزارتخانه‌ها و سازمانهای دولتی به کمک «شبکه» های الکترونیکی انجام می‌شود و یکی از هدفهای مهم دولت در برنامه سوم و چهارم توسعه بسط، دولت الکترونیک بوده است. همچنین در زمینه فعالیتهای سیاسی که در درون چارچوب دولت صورت می‌گیرد مانند انتخابات و فعالیت گروهها و احزاب سیاسی رسمی، نیز می‌توان نفوذ دیجیتالی شدن را مشاهده کرد. برای مثال، مدیریت و رقابتهای انتخاباتی امروز به شدت دیجیتالی شده است. در نهمین دوره انتخابات

ریاست جمهوری تمام کاندیدها دارای وب سایتهای فعال بودند و از طریق وب سایتهای تبلیغ و اطلاع رسانی می‌کردند. اکنون نیز که انتخابات شوراها شهر در شرف برگزاری است شاهد تولید انبوه داده‌ها و اطلاعات درباره کاندیدها از طریق وب سایتهای آنها یا خبرگزاریها در شبکه جهانی اینترنت هستیم.

می‌توان مجموعه تحولات و تأثیرات مذکور را به صورت تأثیر دیجیتالی شدن بر توسعه و تثبیت مدرنیته ایرانی نیز بررسی کرد. رایانه و اینترنت از جمله محصولات تکنولوژی جدید و عقل مدرن هستند که در بستر فرهنگی و اجتماعی دنیای مدرن پدید آمده‌اند. به تعبیر دیگر منبع فرهنگی که ابزارهای دیجیتال معانی خود را از آنها اخذ می‌کنند، تا حدود زیادی دنیای مدرن است. دنیای مدرن نیز با ارزشها و فرایندهای فردگرایانه، عقلانیت، عرفی یا سکولار شدن، دموکراتیک شدن و صنعتی شدن همراه بوده است. رایانه و اینترنت خود نشانه‌ای از کمال تکنولوژی روز و مدرن است و سر و کار داشتن با آن نیز نوعی مدرن بودن شناخته می‌شود. از این رو در بین اجتماعات، گروهها، خانواده‌ها و افرادی که سازگاری و همسویی بیشتری با مدرنیته دارند، رایانه و اینترنت نفوذ و تأثیرگذاری بیشتری دارد. و بالعکس، اجتماعات، خانواده‌ها، گروهها و کسانی که جهت‌گیری ارزشی و خاستگاه اجتماعی سنتی تری دارند، رایانه و اینترنت و به‌طور کلی ابزارهای دیجیتال از نفوذ کمتری برخوردار است. اگرچه این سخن به معنای تعارض یا ناسازگاری منطقی دیجیتال و سنت نیست. شاید نتوان اصولاً ربط منطقی بین این مقوله یافت. اما در این جا من از واقعیت تجربی صحبت می‌کنم نه از ربط منطقی و نظری. نفوذ و حضور کمتر رایانه‌ها در روستاها، عشایر و اجتماعات کوچک سنتی تنها به دلیل عدم دسترسی این گروهها و اجتماعات نیست، بلکه مهمتر از آن به دلیل عدم تناسب فرهنگی صنعت دیجیتال با ساختار فرهنگی و اجتماعی این اجتماعات است. حتی اگر روزگاری تمام روستاهای کشور به خطوط اینترنت دسترسی پیدا کنند، باز عده کم شماری از این ابزار بهره‌گیری خواهند کرد؛ مگر آن‌که تحولات فرهنگی دیگری در ساختار اجتماعات روستایی به وجود آید.

می‌توان گسترش و نفوذ فرایند دیجیتالی شدن در فعالیتهای فرهنگی، دینی، هنری و آموزشی در ایران را نیز مشاهده کرد. امروزه تنها دانشگاهها، مراکز عالی آموزشی و پژوهشی بلکه مدارس و ادارات آموزش و پرورش، آموزشگاههای کوچک و بزرگ خصوصی، فرهنگسراها، موزه‌ها، گالریها، نمایشگاهها، کتابخانه‌ها، کتابفروشی، ناشران، سینماها و مراکز هنرهای نمایشی، سالنهای

سخنرانی و جشنواره‌ها و تالارهای موسیقی، هتلهای مراکز تبلیغ و ترویج دینی مانند مسجدها، زیارتگاهها، مراکز دینی اقلیتها، و همچنین هنرمندان و فعالان فرهنگی، همه دارای وبسایت، وبلاگ و برخوردار از امکانات دیجیتال هستند. تاکنون بررسیهای تجربی لازم درباره میزان ضریب نفوذ فرایند دیجیتالی شدن در عرصه‌های مذکور انجام نشده است اما می‌توان براساس تجربه زیست و معرفت عقل سلیم پذیرفت که اولاً روند دیجیتالی شدن در این عرصه‌ها رو به گسترش است، ثانیاً دیجیتالی شدن نمی‌تواند در این عرصه‌ها بی‌تأثیر باشد. برای مثال، امروز اغلب مراجع تقلید دین دارای وبسایت هستند و به صورت آن لاین به پرسشهای دینی مردم و مراجعان اینترنتی خود پاسخ می‌دهند. این امر نه تنها باعث گسترش عرصه نفوذ مراجع تقلید دینی می‌شود، بلکه می‌تواند باعث باز شدن قلمرو پرسشهای دینی شود که مردم در گذشته نمی‌توانستند آنها را از طریق رابطه رو در رو به دلیل تابوهای اجتماعی یا سیاسی مطرح کنند. همچنین دیجیتالی شدن بر چگونگی آموزش دانشگاهی نیز تأثیر می‌گذارد. دانشگاهیان ایران امروز به مجموعه گسترده‌ای از دانش جهانی دسترسی دارند و می‌توانند در صورت تمایل با همکاران خود در سراسر جهان مرابوده داشته باشند. روشهای تدریس نیز به کمک وسایل و تکنولوژی سمعی و بصری دیجیتال در دانشگاههای کشور در حال دگرگونی است.

### مواجهه انتقادی با دیجیتالی شدن

تا اینجا تلاش کردیم تا برخی از وجوه دیجیتالی شدن در ایران و پیامدهای فرهنگی آن را شرح دهیم. اما پرسشهای بسیاری وجود دارد که به آنها نپرداختیم. از جمله این که آیا دیجیتالی شدن با چالشهای فرهنگی یا سیاسی رو به رو بوده است یا خیر؟ دیگر این که اگر از منظر آسیب‌شناسانه نگاه کنیم، دیجیتالی شدن چه پیامدهای مخرب یا منفی در جامعه ایران داشته است؟ البته تعیین مصداق برای این که چه چیزی مخرب است یا سازنده دشوار است زیرا معیار قطعی برای تعیین این موضوع وجود ندارد و بسته به این که از چه زاویه دید و دیدگاهی به مسائل نگاه کنیم، قضاوت ما ممکن است تغییر کند. علی‌رغم توسعه قابل توجه تکنولوژیهای دیجیتال، ایران همچنان با چالشهایی رو به روست. برای مثال، ایران نه تنها در مقایسه با کشورهای توسعه یافته غربی بلکه در مقایسه با کشورهای هم‌تراز خود مانند ترکیه و مالزی نتوانسته است نرخ دسترسی به اینترنت یا میزان دسترسی به خطوط پرسرعت افزایش دهد. همچنین، مسئله ابعاد سیاسی دسترسی به

اینترنت همچنان به صورت یک چالش در جامعه ایران مطرح است؛ در حالی که دولت خواهان نظارت و مدیریت بر این عرصه است، تقاضای اجتماعی برای برخورداری آزاد از فضاها و امکانات دیجیتال وجود دارد. از نظر اخلاقی و اجتماعی نیز مسئله کنترل و محدودسازی استفاده‌های غیر اخلاقی از شبکه جهانی اینترنت در جامعه ایران با توجه به ماهیت دینی حکومت با ابعاد سیاسی فرایند دیجیتال شدن درهم آمیخته و موضوع را پیچیده کرده است. استفاده از شبکه جهانی اینترنت و امکانات رایانه‌ای در ایران با این مشکل نیز مواجه است که عملاً استفاده از رایانه و اینترنت هنوز نتوانسته است در میان همه گروههای اجتماعی به یک نسبت نفوذ کند و بسیاری از گروهها همچنان برای کار با رایانه و استفاده از اینترنت از نظر داشتن مهارت، دانش، بینش و سرمایه فرهنگی و اقتصادی لازم مشکل دارند. در نتیجه، کار با رایانه همچنان خصلت طبقاتی دارد و عمدتاً اقشار اجتماعی که سرمایه فرهنگی و اقتصادی بیشتری دارند می‌توانند از رایانه به نحو مطلوب بهره برداری کنند.

همان‌طور که اشاره کردیم جامعه ایران در برابر رایانه و اینترنت مقاومت فرهنگی چندانی از خود نشان نداده است و اغلب کسانی که توانایی و امکان دستیابی به آن را داشته‌اند، آن را پذیرفته‌اند. اگرچه به نحو آشکاری نسل جوان بیش از نسلهای قدیمی‌تر پذیرای رایانه بوده‌اند. مقاومت نسلهای قبلی بیش از آن که جنبه فرهنگی داشته باشد، ناشی از فقدان سواد رایانه‌ای و ناتوانی از بهره‌برداری از رایانه در ساختار زندگی خود است. مهمترین چالشی که رسانه‌ها و ابزارهای دیجیتال در جامعه ایران به وجود آورده‌اند، ناشی از تقابل آشکاری بین ارزشها و جهت‌گیریهای مدرن این ابزارها با ارزشهای سنتی است. در حالی که جامعه ایران جامعه‌ای با ارزشهای اجتماع‌گرایانه است، ابزارهای دیجیتال همان‌طور که گفتیم به تقویت ارزشهای فردگرایانه می‌پردازند. □

پی‌نویسها:

1. E (electronic) for everything
2. digitalisation
3. electerionization

۴. پخش سریال امام (ع) از تلویزیون مثال روشنی در این زمینه است. برخی از بینندگان این سریال به این نتیجه رسیدند که از طریق جلوه‌های بصری دادن به شخصیت‌های قدسی مانند حضرت علی (ع) و یاران او، و همچنین مجموعه تکنیک‌هایی که کارگردان برای جذاب‌تر و مخاطب‌پسندتر کردن سریال به‌کار بسته است، باعث تقدس‌زدایی از زندگی و شخصیت قدسی حضرت علی (ع) شده است

5. reflexivity
6. chat rooms
7. feminisation
8. culturalization
9. visualization

#### منابع:

- McLuhan, M. 1996 (1964) *The medium is the message*. In P. marries and S. Thornham (eds.) *Media Studies: A redeal*. UK: Edinburgh University Press.
- Williams, R. 1980. *means of communication as means of production*. In *Culture and Materialism*. London and New York: Verso.

شرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی



شروېشگاه علوم انساني و مطالعات فرهنگي  
پرتال جامع علوم انساني