

نقش شبکه‌های اجتماعی در هویت تمدنی کاربران ایرانی (مطالعه موردی فیس‌بوک و تلگرام)

فرهاد زیویار^۱

مهدی شاهین^۲ جعفر حسن خانی^۳ رضا رحمتی^۴

چکیده

اینک صحبت در خصوص این موضوع که شبکه‌های اجتماعی خود به تحولات سیاسی زیادی جامه عمل پوشانده، چنانکه در تحولات بیداری اسلامی عربی مشاهده میکنیم، چندان دور از واقعیت نیست. بدون تردید نمی‌توان انقلاب‌ها و جنبش‌های اخیر منطقه را جدای از نقش رسانه و شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار داد. رسانه‌های بین‌المللی شده و شبکه‌های اجتماعی مجازی، چه تأثیری بر هویت ملی (و به‌طور خاص حوزه تمدنی فارسی زبان) کاربران ایرانی داشته است؟ از یکسو شکاف دیجیتال (digital divide) در توزیع اطلاعات از ناحیه رسانه بین‌المللی شده، توان تأثیرگذاری آن را سلب نموده، و از دیگرسو، جهانی شدن مانع از کارآمدی کارگزاری آگاهی بخش بین‌المللی شده، شده است که این مورد دوم خود، به دو دلیل منجر به بازگشت به هویت مادر (و در اینجا حوزه تمدنی فارسی) میشود و توانایی رسانه بین‌المللی شده در جهت ایجاد دو و چند دستگی تمدنی و ملی را از کار انداخته است، این دو دلیل، یکی ضرورت توجه به هویت مادر و دیگری، ضرورت شکل‌گیری و قوام ائتلاف تمدنی است. که برای اثبات این دو مورد از اعضا و شهروندان شبکه‌های اجتماعی فیس بوک و تلگرام آزمون صورت گرفته است

*عضو هیئت علمی پژوهشکده علوم سیاسی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، zivyar@ihcs.ac.ir

**استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه لرستان، shahin@lu.ac.ir

***دانشجوی دکتری اندیشه سیاسی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی (نویسنده مسئول)

hasankhani@gmail.com ۵۷

****دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل، دانشگاه تهران، rahmati_reza@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۳/۱، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۵/۲۹

کلیدواژه‌ها: حوزه عمومی جدید، رسانه بین‌المللی شده، هویت تمدنی، شبکه اجتماعی، فیس‌بوک، تلگرام.

۱. مقدمه

جهان درگیر به مناقشات به هم پیوسته و پیچیده قرن بیست و یکم، که پرتویی از ناهم‌سویی‌های سازمان‌دهی نشده تکنولوژیک، به‌همراه پیشرفت علوم با آن قرین و همبسته شده است، جهانی است که در آن، نه تنها دیگر کنش‌گر اصلی برای شکل‌دهی و صورت‌بندی به معادلات سیاسی و روابط بین‌الملل به معنای تجربی آن وجود ندارد، بلکه با همه‌گرایی (از منظر کنش‌گران) در روابط و محیط بین‌الملل، مواجه است. اصول این همه‌گرایی از مناطق (به عنوان بازیگران در حال شکل‌گیری در روابط بین‌الملل) گرفته تا دولت‌ها (به عنوان بازیگرانی که هنوز در کشاکش رها نکردن قدرت به دیگر کنشگران هستند) را در بر می‌گیرد. در این گیرودار و درگیری تجربی - انتزاعی بین بازیگران، خرده‌کنشگران و ریزکنشگرانی در حال خودنمایی هستند که، بد نیست به آن‌ها نیز به عنوان نقش‌سازانی هر چند کوچک ولی تأثیرگذار در روابط و مناسبات بین‌المللی یاد کنیم؛ از جمله گروه‌های خرده تمدنی و ملی مثل اقوام و سایر زیرسیستم‌ها مثل شرکت‌ها و موسسات چندملیتی و گروه‌ها و اتحادیه‌های بین‌منطقه‌ای. در این میان در کشاکش نامرئی بین این کنش‌گران شاید بیراه نباشد اگر به نقش آگاهی، دانش و توانمندی اطلاعاتی به عنوان محرکی بر کنش‌گران نقش‌ساز در معادلات سیاسی و بین‌المللی، یاد کنیم. فضای صورت‌بندی شده توسط این محرک مجازی ضمن این‌که تأثیری بی‌مناقصه بر ساختار می‌گذارد، بر مجموعه کارگزاران - که به عنوان کنشگران دیگر این محیط قلمداد می‌شوند از جمله کنش‌گران منطقه‌ای، دولت، گروه‌ها، شبه‌گروه‌ها و قوم‌ها - نیز تأثیر می‌گذارد. به عبارتی نقش این محرک (آگاهی یا توانمندی) نقشی دوسویه است که هم با ساختار درگیر است و هم با کارگزار.

در عصر کنونی به دلیل پیچیدگی‌های اجتماعی و اهمیت یافتن نقش رسانه‌ی جمعی در ایجاد روابط افقی و عمودی در جوامع، کاربرد این وسایل در زمینه‌های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی بیش از پیش چشم‌گیر شده است. رسانه‌های گروهی با انعکاس اخبار و اطلاعات مربوط به رویدادها و مسائل اجتماعی (از ناحیه رسانه‌های رادیو - تلویزیونی) از یک سو و آگاهی‌دهی و توانمندسازی مخاطبان (از ناحیه فضای مجازی و رسانه‌های بین‌المللی شده) از سوی دیگر در واقع میان مردم ارتباط (افقی) برقرار کرده و آن‌ها را نسبت

به مسائل یکدیگر مطلع می‌سازند، این کارکرد به خصوص در تصمیم‌گیری‌های سازوار با برنامه‌های زندگی، برای مخاطبان رسانه‌ها تا آن حد سودمند است که، می‌توان از آن به شریان حیات اجتماعی تعبیر کرد. همچنین رسانه‌ها قادرند با جمع‌آوری و انعکاس نظرات، انتقادات و عقاید مردم و مسئولان، ارتباط عمودی میان دست‌اندرکاران امور حکومت و مردم را برقرار سازند. این کارکرد که مستقیماً به مشارکت سیاسی مردم در جوامع مردم‌سالار مربوط می‌شود، اثر مستقیمی در افزایش یا کاهش مشروعیت سیاسی هیئت حاکم، از طریق توجه به حل مشکلات مطرح شده، خواهد داشت.

البته این مسئله، گاه از چشم‌اندازهای متفاوت در شناسایی مسایل کشور مد نظر قرار گرفته است که، گاه ناشی از اذهان کنجکاوند. اندیشیدن، واکاوی و دیگرکاوای مسائل، گاه متأثر از ایستارهای ناهمگون عقیدتی و ارزشی و در برخی موارد متأثر از تجربه‌های گوناگون درس‌آموزی از نارسایی در تجزیه و تحلیل‌های گذشته داشته است.

حال آنچه در اینجا برای ما از اهمیت زیادی برخوردار است تأثیر این محرک بر کارگزاری تمدنی در ایران، است. تمدن ایرانی به عنوان یک موزائیک قومیتی، در بردارنده قومیت‌های متعددی است. در کنار فرهنگ تمدنی و ملی، که وجه مشترک همه اقوام ایرانی است، فرهنگ‌های محلی و قومی منطقه‌ای وجود دارند که دارای ویژگی‌های خاص خود می‌باشند. این خرده‌فرهنگ‌های قومی در برخی موارد مشابهت‌هایی با فرهنگ اقوام مشابه در کشورهای دیگر دارند. (میرفردی، ۱۳۸۹) و به طور بالقوه می‌توانند زمینه‌های ناهم‌سویی با مرکز را از سوی خود ایجاد کنند. حال سوال اصلی پژوهش حاضر این است که؛ رسانه‌های بین‌المللی شده و شبکه‌های اجتماعی مجازی، چه تأثیری بر هویت ملی و تمدنی (و به‌طور خاص حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان) کاربران ایرانی داشته است؟ آن‌چه مراد نظر ما در پژوهش حاضر است اثبات این فرضیه است که؛ جهانی شدن نه تنها عامل ایجاد شقاق در هویت ملی (و در این‌جا حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان) نشده است، بلکه موجبات بازگشت به هویت مادر را نیز فراهم کرده است. بنابراین بخواهیم پژوهش خود را بر اساس روش تحقیق در علوم اجتماعی از سطح نظر (کلی و مفهومی) به سطح تجربی و عینی یا انضمامی حرکت دهیم می‌بایست برای نظر یا مفهوم خود، شاخص‌سازی کنیم. شاخصی که برای استفاده از جهانی شدن مورد استفاده قرار گرفته مقوله رسانه‌های بین‌المللی شده و در این‌جا به‌طور خاص شبکه‌های اجتماعی مجازی و شاخصی که برای همبستگی تمدنی و ملی در نظر گرفته شده است، حوزه‌ی فارسی زبان است. بنابراین در صورتی که به‌لحاظ

روش‌شناختی و بر پایه تحلیل همبستگی نسبت این دو مقوله را مورد بررسی قرار خواهیم داد، تا توان تحلیل تحقیق حاضر بالا رود. بنابراین ضمن پذیرش این موضوع که، شکاف دیجیتال به دلیل عدم توازن در توزیع اطلاعات بین نیروهای مختلف اجتماعی زمینه‌های وسیعی برای دگرخواهی هویتی و تأثیر بر زندگی همگانه سیاسی و ملی ایجاد نمی‌کند. به پردازش موضوع اصلی مقاله یعنی این نسبت سنجی (یعنی؛ جهانی شدن و در این‌جا استفاده از شبکه‌های اجتماعی، عامل بازگشت به هویت مادر و در این پژوهش زیرسیستم و حوزه‌ی فارسی زبان بوده است) خواهیم پرداخت، تا تحقیق حاضر را مسلح به بعد تئوریک و انضمامی کنیم. بنابراین پژوهش حاضر بعد از تعریف مفاهیم به دو گفتار تقسیم می‌شود.

بخش نخست؛ ضمن نگاه کلی به نظریات فرهنگ و ارتباطات و تأثیر جهانی شدن بر آن‌ها، پدیده‌ی حوزه‌ی عمومی جدید را توضیح خواهد داد، و در گفتار دوم، به تأثیر رسانه بین‌المللی شده، شبکه‌های اجتماعی و فضاهای بین‌المللی شده (در حوزه‌ی عمومی جدید) بر ایجاد شکاف در زندگی سیاسی - اجتماعی و تمدنی و ملی و خاصه حوزه و زیر سیستم تمدنی فارسی زبان - به دلیل محدودیت‌هایی که بر تحقیق، هم به دلیل عدم حوصله مخاطب و هم پرهیز از پراکنده‌گویی وجود دارد، حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان را مورد مطالعه موردی قرار می‌دهیم. - را توضیح دهد. در این خصوص و با توجه به محدودیت‌های تحقیق، تلاش شده است تا از جامعه آماری، کاربران و شهروندان شبکه‌ی اجتماعی فیس بوک (facebook) و تلگرام (telegram) تحقیقی در این زمینه (و به‌طور خاص، در حوزه تمدنی فارسی زبان) انجام شود، و در ادامه به تفصیل آنرا توضیح خواهیم داد.

۲. گفتار اول: کلیات

۱.۲ باب نخست: مفهوم‌شناسی (تعریف مفاهیم)

در این‌جا چند مفهوم را مورد بررسی قرار خواهیم داد که استفاده زیادی در تحقیق از آن خواهد شد و برای مخاطب معرفت باشد که زاویه دید نگارنده چیست.

۱.۱.۲ فرهنگ

اگرچه از فرهنگ صدها تعریف در دست است که هر یک افاده به مقصود می‌کند، ولی از میان آن‌ها تعریف ساده و نسبتاً رسایی محمد عبدالجباری را بر می‌گزینیم؛ این پژوهشگر

مراکشی در تعریف فرهنگ معتقد است؛ «فرهنگ مجموعه‌ای از خاطرات، تصورات، ارزش‌ها، نشانه‌ها، برداشت‌ها، تعبیرها، نوآوری‌ها و کشفیاتی است که برای حفظ جوامع انسانی به کار برده می‌شوند، تا با یکدیگر یک امت و یا معادل آنرا با هویتی تمدنی و از چهارچوبی از پیشرفت‌های دینامیک داخلی برای رسیدن به یک داد و ستد تشکیل دهند.» (الجابری، ۱۹۷۷)

۲.۱.۲ ارتباطات

ارتباطات در تعریف کلی و جامع فراتر از نظام دو سویه مبادله اطلاعات و معلومات شامل مبادله کالا، افراد، فن‌آوری، صنعت و فرهنگ نیز می‌شود.

در این مفهوم وسایل ارتباط جمعی، رسانه‌های گروهی، مطبوعات، ماهواره‌ها، کامپیوترها، شبکه‌های اطلاع‌رسانی، کانال‌های متعدد و متنوع پخش برنامه، پست تصویری و... بخشی از کلیت ارتباطات را تشکیل می‌دهند که با پیشرفت‌های تکنولوژیک هر لحظه بر توانایی‌های کمی و کیفی آن، افزوده می‌شود. (مقصودی، ۱۳۷۶: ۷۵)

حمید مولانا با اشاره به جنبه‌های دوگانه انسان و تکنولوژی در فرآیند ارتباطات معتقد است؛ هیچ تحلیل ارتباطی بدون در نظر گرفتن شبکه‌های پیچیده ارتباطات انسانی، بین-فردی و گروهی امکان‌پذیر نیست و بر خلاف سال‌های پس از جنگ جهانی دوم این پروسه را به شکل یک کل هم‌گرا بررسی می‌کنند. (مولانا، ۱۳۷۱: ۲۹)

۳.۱.۲ شکاف دیجیتال (digital divide)

شکاف دیجیتال اصطلاحی است در اشاره به فاصله بین مردمانی که به فناوری دیجیتال و فناوری اطلاعات دسترسی موثری دارند با مردمانی که دسترسی بسیار محدودی به این فناوری‌ها داشته یا اصلاً دسترسی ندارند. این عبارت شامل عدم تعادل در دسترسی فیزیکی به فناوری (تکنولوژی) نیز می‌شود، مانند عدم تعادل در داشتن منابع و مهارت برای دسترسی موثر و مفید به فناوری و محسوب شدن به عنوان شهروند دیجیتال. به عبارت دیگر، شکاف دیجیتال یعنی دسترسی نابرابر برخی از اعضای جامعه به فناوری اطلاعات و ارتباطات. شکاف دیجیتال با مفهوم شکاف دانش ارتباطی نزدیک دارد. شکاف دیجیتال می‌تواند بر پایه جنسیت، درآمد و نژاد باشد. علاوه بر وجود شکاف در یک جامعه، وجود

۱۰ نقش شبکه‌های اجتماعی در هویت تمدنی کاربران ایرانی؛ (مطالعه موردی ...

شکاف دیجیتال بین کشورهای جهان را شکاف دیجیتال جهانی می‌گویند. (shelhofer & husing – 2002)

۴.۱.۲ رسانه بین‌المللی شده

منظور از رسانه بین‌المللی شده رسانه‌ای است که نگاه فرامرزی و فراملی به توزیع اطلاعات دارد و لذا از زاویه و نگاه بین‌المللی معادلات را رصد می‌کند و نه زاویه ملی و تمدنی. این رسانه در جریان‌سازی آگاهی و اطلاعات از سطوح خرد اطلاعاتی (google plus, facebook, youtube, blog, telegram ...) تا سطوح کلان (رسانه‌های خبری و بنگاه‌های اطلاع‌رسانی) را در بر می‌گیرد. مخاطبان شاکله این رسانه تمام اقشار و تمام گروه‌های سنی می‌باشند. رسانه بین‌المللی شده دو طیف از بنگاه‌های اطلاعاتی و آگاهی‌دهی را در بر می‌گیرد؛ نخست، فضای مجازی (یا اینترنت و همان چیزی که سطوح خرد اطلاعاتی خواندیم) و دوم، رسانه‌های رادیو تلویزیونی (خاصه بنگاه‌های خبردهی).

۲.۲ باب دوم: نگاهی کلی به نظریات فرهنگ و ارتباطات درباره بحران‌های تمدنی و ملی و شکل‌گیری حوزه عمومی جدید

پرسش‌هایی از این دست که؛ پیشرفت تکنولوژیک در عرصه ارتباطات، مبادلات و انتقال فرهنگ‌ها تا چه حد می‌تواند در یک پارچگی اجتماعی و ملی نقش داشته باشد؟ نقش پیشرفت‌های تکنولوژیک در عرصه ارتباطات و رسانه‌های گروهی در تضعیف پیوندهای سنتی از لحاظ قومی، نژادی، محلی، مذهبی و فرهنگ ملی و حتی تمدنی به چه نحو بوده است؟ فن‌آوری ارتباطی در وفاداری‌های قومی - فرهنگی چه تاثیری بر جای نهاده‌اند؟ آیا تمایلات گریز از مرکز این گروه‌ها را تشدید کرده و یا این وفاداری‌ها را در چهارچوب وفاداری بزرگتر ملی و یک فرهنگ مشترک مستحیل کرده است؟ در پاسخ به سؤالات مطرح شده و جمع‌بندی کلی از نظریه‌پردازی‌های انجام شده در حوزه فرهنگ و ارتباطات درباره بحران‌های قومی و ملی و تمدنی سه رویکرد عمده صورت بندی کرد:

۱.۲.۲ رویکرد اول: کاهش منازعات قومی در چشم‌انداز توسعه فرهنگی - ارتباطی

این رویکرد نویدبخش کاهش منازعات قومی است. اندیشمندانی نظیر فردیناندو تونیس، کارل دویچ، گلیفورد گیرتز و مک کورمک، با مثبت خواندن نقش فرهنگ و ارتباطات در فرایند دولت - ملت‌سازی، استقرارگرایی، وحدت ملی و تسریع روند توسعه بر فرآیند رو به کاهش ستیزه‌های قومی تاکید نموده‌اند. و به‌طور مثال نوع ارتباطات را موجب همگرایی سیاسی میان جوامع و درون جوامع می‌دانند و در این باورند که نیازها و همکاری‌های متقابل جوامع در جهان معاصر در نهایت موجب همگرایی و وحدت جهانی خواهد شد. دویچ، مشارکت واحدهای سیاسی از طریق نظام ارتباطی را عامل موثری در کسب برتری‌های سیاسی برشمرده و در کتاب ملی‌گرایی و ارتباطات اجتماعی، تئوری ارتباطات و پیوند مستقیم آن با مفهوم ملی‌گرایی را مورد دقت قرار می‌دهد.

و یا از نظر گیرتز ناسیونالیسم به‌طور مقدماتی مستلزم درک مسئله فرهنگ در مقابله با نهادها یا سمبل‌های متعدد نژادی قبیله‌ای، منطقه‌ای و رفتارهایی است که برای اعصار گذشته به‌وجود آمده‌اند. به‌عبارتی ناسیونالیست، تابعیت سیاسی جدیدی است که تمامی نقطه‌نظرهای خود را در مورد اینکه او چه کسی است و چه کسی نیست تغییر می‌دهد.

۲.۲.۲ رویکرد دوم: تنش‌های قومی در فرآیند عمومی سطح مراودات و مبادلات فرهنگی - ارتباطی

این رویکرد که بعضاً از سوی منتقدان رویکرد اول مطرح شده است، بر ناتوانی تکنولوژی ارتباطی در حذف معادله علائق قومی اشاره داشته، برعکس معتقد است انقلاب ارتباطی موجب آگاهی تمدنی قومی - فرهنگی و رشد و تقویت نیروهای گریز از مرکز گردیده است. در واقع رویکرد دوم از روند رو به تزاید بحران‌های قومی و هویت‌خواهی‌های فرهنگی در چهارچوب انقلاب ارتباطات خبر می‌دهد. (Mowlana and

Robinsons, 1979: 48-63)

هربرت بلومر و مایکل براون، نظریه‌پردازان این رویکردند که با تاکید بر این نقش و تاثیر تلاش یک‌سویه دولت‌ها برای یک سازمان فرهنگی، نفوذ هژمونی و شبیه‌سازی فرهنگی، تحمیل روابط ناظر بر فرهنگ و ارزش مازاد در مبادلات فرهنگی از کانال ارتباطات را، بیش از ایجاد همگونی و همگرایی، موجب بروز بحران‌های قومی بر می‌شمارند.

در توضیح بیشتر و برای مثال حمید مولانا و الیزابت رابینسون در مقاله مشترکی تحت عنوان بسیج قومی و تئوری ارتباطات که در ۱۹۷۹ منتشر نمودند بر این اندیشه تاکید کردند

که پیشرفت در ابزارهای ارتباطی و حمل و نقل، انزوای فرهنگی را کاهش داده است. پیشرفت‌های تکنولوژیک با افزایش آگاهی اقلیت‌ها در قبال تمایزات خودبا سایر گروه‌ها، آگاهی فرهنگی آنان را افزایش داده است. (سید امامی، ۱۳۷۴: ۲۵ و ۲۵۴)

۳.۲.۲ رویکرد سوم: نظریه‌پردازی‌های متفاوت فرهنگی - ارتباطی در قبال کشمکش‌های قومی

این رویکرد را که بر مبادی و نتایج متفاوتی از فرهنگ - ارتباطات و قومیت سازمان‌دهی شده است، با نقطه‌نظرهای داریوش شایگان آغاز می‌کنیم.

شایگان با اشاره به حوزه‌های پر شده توسط فرهنگ جهانی و با تعمق در روانشناسی اجتماعی انسان‌ها، معتقد است؛ بازگشت انسان‌ها به اعتقادات و هویت گذشته خود نظیر قومیت، نشانه‌ای از ناتوانی و بیماری فرهنگ جهانی در حل مشکلات انسان‌هاست. (مردیها، ۱۳۷۷: ۱۰)

هم‌چنین ارنست گلنتر، آلن تورن و دیوید جی. الینکس از دیگر نظریه‌پردازان این رویکردند: که این آخرین فرد، از نقش تکنولوژی‌های نوین ارتباطی نظیر ماهواره‌های ارتباطی بین‌المللی، کانال‌های تلویزیونی بین‌المللی، پست تصویری، اینترنت و اینترنت در خلق جوامع «قومی مجازی» می‌نویسد. به باور وی از دیدگاه متعارف ظرف زمانی مهم‌ترین عنصر لازم برای ساختن جوامع قومی محسوب می‌شود، یا به عبارت ساده‌تر جوامع قومی در طول زمان ساخته می‌شوند، حال آن‌که ساخت جوامع مجازی قومی محصول تکنولوژی ارتباطی دوران کنونی جهان محسوب می‌شود. او جوامع قومی را به سه دسته جوامع قومی متمرکز، پراکنده و مجازی تقسیم می‌کند. او جوامع مجازی قومی را جوامعی می‌داند که به وسیله تکنولوژی ارتباطی و با توجه به اشتراک در ایستارها، تصورات، علایق، ارزش‌ها و ... به هم مرتبط می‌گردند. (David. j. Elkins, 1997: 139-142)

تشکیل این گروه‌های جدید مجازی قومی با افزایش توان و گستره فرامرزی می‌توانند حاکمیت و قدرت دولت‌های مستقر را به چالش طلبیده و حتی جوامع قومی پراکنده در سطح جهان را متشکل سازند. (David. j. Elkins, 1997: 139-142) این دیدگاه در حوزه تمدنی هم قابل استناد است. گروه‌های مجازی می‌توانند حوزه‌های تمدنی را هم متشکل کنند.

اغلب ارتباط‌شناسان معاصر، همدلی را گوهر اصلی فراگرد ارتباط می‌دانند. امروزه در این‌که این دو ابزار ارتباطی به ایجاد همدلی در سطح ملی، تمدنی و حتی بین‌المللی یاری می‌رسانند کمتر محل تردید است. همه‌جا حاضر بودن - شنیداری و دیداری بودن - شفاهی بودن - ارزانی و بی‌واسطگی آن از ویژگی‌های بارز رادیو و تلویزیون است. این دو علاوه بر ایفای نقش‌های خبر رسانی - آگاه‌سازی و شادی‌بخش بودن، و پیوسته همگن‌سازی صحیح، ایجاد احساس تعلق اجتماعی را بر عهده دارند و حتی ثبات سیاسی و وحدت و امنیت ملی کشورها متأثر از عملکرد درست یا نادرست آن‌هاست.

بدیهی است ناکارآمدی این دو ابزار سترگ پیامدهایی واژگونه به بار آورده و ثبات سیاسی و وحدت و امنیت ملی را آسیب‌پذیر خواهد داشت.

اگر اقوام - گروهها و مردم یک کشور نسبت به تلویزیون و رادیو و دستگاه‌های ارتباطی خود به دلیل سوگیری قومی - گروهی و جناحی بی‌اعتماد شده و پیام‌های آن‌را ناعادلانه و تخدیری بدانند، در آن صورت نظام سیاسی یکی از ابزارهای مهم خود جهت تاثیرگذاری بر میلیون‌ها نفر از مردم را از دست خواهد داد که این خود تبعات بسیار عمیقی در وحدت و ثبات آن نظام بر جای خواهد گذارد.

رسانه، امنیت، ثبات: در سنت جامعه‌شناسی دورکهایمی نظام اجتماعی - سیاسی و ثبات و کارکرد بهینه این نظام برآیند کارکرد متعادل چهار حوزه فرهنگ، سیاست، اقتصاد و اجتماع است. از این نظرگاه عملکرد گسترده رسانه و کارآمدی یا ناکارآمدی آن به علت ارتباط و تاثیرگذاری با هر چهار حوزه به شکلی بدیهی ثبات و تعادل سیستم سیاسی را از خود متأثر می‌نماید. حتی اگر این رسانه صرفاً دستگاهی فرهنگی محسوب شود، مداخلت عملکردی عمده آن در موضوع امنیت ملی را به هیچ وجه نمی‌توان نادیده گرفت.

تاکید بر عنصر فرهنگی و امنیت ملی با تعریف عرضه‌شده از مصطلح اخیر هم تناسب دارد، از دیدگاه فرهنگی معنای روشن و محدود امنیت ملی، حفظ مردم یک کشور و سرزمین در مقابل حمله‌ی فیزیکی و به معنای سنتی دفاع می‌باشد و در معنای وسیع‌تر بر حفظ منابع حیاتی سیاسی و اقتصادی و فقدان تهدید نسبت به ارزش‌های بنیادین یک دولت اطلاق می‌گردد. (کاظمی، ۱۳۷۸: ۷۶)

در خصوص ثبات سیاسی ابتدا باید اشاره کرد که از ثبات سیاسی تعبیر مختلفی شده است و نظام‌های سیاسی گوناگون برداشت‌های متفاوتی از آن را به دست داده‌اند به گونه‌ای

که پدیده‌هایی از قبیل نقد عملکرد دولت مردان، مشارکت‌های اعتراض‌آمیز عین بی‌ثباتی و در برخی دیگر از مصادیق ثبات سیاسی است. (چیلکوت، ۱۳۷۷: ۱۲۸)

ولی ثبات سیاسی در اصل ناظر بر وجود توازنی بین خواست‌های مردمی از یک‌طرف و کار ویژه‌ی دولتی از طرفی دیگر می‌باشد.

به تعبیری در هر جامعه‌ای نظام سیاسی حاکم بتواند به خواسته‌های مردم پاسخ درخور وقایع کننده‌ای بدهد و نظام مزبور مطابق با باور، عقاید و در یک کلام ایدئولوژی قابل قبول جامعه باشد و از جانب آن تایید گردد، آن نظام از ثبات برخوردار خواهد بود. (منبع اینترنتی، ۱۳۸۱: ۶۷)

البته رسانه ضمن اینکه می‌تواند به ۱. تضعیف هویت‌های فردی و گروهی افراطی و نامعقول و تقویت خط معقول رسانه‌ای. ۲. تلاش در بازنمایی تعریف مشترک از منافع و امنیت ملی. ۳. معطوف کردن نگاه‌ها از برون به درون. ۴. بازنمایی یک جامعه متکثر و دموکرات. ۵. ممانعت از شکل‌گیری و تقویت اپوزیسیون غیرقانونی و رادیکال. ۶. تخلیه اعتراض‌های نهفته در بطن جامعه و تلطیف فضای سیاسی و ممانعت از بروز حرکت‌های رادیکال. ۷. جناح زدایی و تعرف تثبیت موضوعی کلامی برای آن. ۸. تلاش در جهت جلوگیری از ایجاد فضای وانموده (فضایی که در آن مرز بین حقیقت و غیرحقیقت مخدوش می‌شود). ۹. جلوگیری از ایجاد انشقاق ملی و مخدوش کردن ارزش‌های اصولی انقلاب و نظام. ۱۰. تعریف و تثبیت خودی و دیگرهای کاذب درونی. ۱۱. تقویت مشروعیت و حقانیت حکومت دینی به طور عام و ولایت فقیه به طور خاص. ۱۲. مقابله با ژرف‌سازی و گسترش شکاف میان گفتمان‌ها بازیگران سیاسی جامعه. (الجابری، ۱۹۷۷)

کمک کند، ضمناً می‌تواند زمینه‌هایی را فراهم کند که طی آن تمامی موارد فوق شکل عکس را به خود بگیرد. حال با توجه به این موضوع نگاه رسانه بین‌المللی شده را بررسی می‌کنیم.

۳. گفتار دوم: تأثیر رسانه بین‌المللی شده (شبکه‌های اجتماعی) همبستگی

تمدنی و ملی

آنچه مراد نظر ما در پژوهش حاضر است و بخش دوم پژوهش ما را در برمی‌گیرد، پرداختن به این مقوله است که، در ایران کارگزاری بین‌المللی شده‌ی مجازی (فضای سایبر و رسانه‌های بین‌المللی شده و شبکه‌های اجتماعی) با توجه به نقش اطلاع‌رسانی که بر عهده

دارند و کارویژه مشخص آگاهی‌دهی (صرف نظر از اهداف آن‌ها) که انجام می‌دهند، به‌دلیل غیر رسمی بودن، به عنوان بدیل رسانه‌های رسمی محسوب نمی‌شوند. این امر به دو دلیل میسر نمی‌شود: اولاً به‌دلیل اینکه جامعه قومی در کشور ما از میزان بالای دسترسی و به‌طور کامل به این جهان مجازی بهره‌مند نیست و دسترسی از آن گروه و اقشار و طبقاتی خاص است. به عبارتی ما در ایران با پدیده شکاف دیجیتال در خصوص دسترسی به رسانه بین‌المللی شده مواجهیم. ثانیاً به این دلیل که جهانی‌شدن با آگاهی‌بخشی که ایجاد می‌کند نه تنها منجر به ایجاد نافرمانی و ناهم‌سویی در اقوام، اقشار و شهروندان شبکه‌های اجتماعی در ایران نشده، بلکه زمینه‌های بیشتری برای همبستگی ملی و تمدنی را فراهم کرده است و این آگاهی‌بخشی منجر به تشدید روند ملی‌گرایی و انسجام ملی و تمدنی شده است.

رهیافت نخست: جهانی‌شدن رسانه‌ها و ایجاد هویت‌های مجازی؛ بازگشت به هویت مادر

مارسل مرل از سومین رویداد بزرگ تاریخ جهان به عنوان فروپاشی فضا و نفوذپذیری مرزها یاد می‌کند و جان هرتر معتقد است که فرد، دیگر در قلمرو خود احساس هویت و امنیت نمی‌کند. (هونزینگر، ۲۱۱-۲۱۳) با دگرگون شدن و از بین رفتن معنا و مفهوم زمان و مکان آنچه سابقاً با عنوان مرز و حائل شناخته می‌شد از بین رفته است. تابعیت‌های در هم تنیده؛ آنچه به عنوان شهروندی جهانی و شهروند جامعه شبکه‌ای در جهان جهانی‌شده مطرح می‌شود از مجموعه فراقومی و فراملی (با خاستگاه‌های قومی و ملی) شکل‌دهی شده است. به گونه‌ای که حتی تغییر همه صورت‌های شهروندی تمدنی، ملی و قومی نیز منتهی به ایجاد یک جامعه عاری از این خاستگاه‌ها نخواهد شد. این جهانی‌شدن شهروندی و شکل‌گیری شهروندی جهانی فضاهای مجازی و سایبر و رسانه‌ای را در برمی‌گیرد. فرد در درون شبکه بدون مرز اینترنت با هویت قومی خود به عنوان یک شهروند جهانی تلقی می‌شود. البته میزان تاثیرگذاری شبکه اینترنتی و سایبر به مراتب بیشتر از شبکه رسانه‌ای است علت آن شخصی‌تر بودن و درگیر بودن آن با فرد است. همانطور که گفته شد این از بین رفتن مرزها، حتی به از میان برداشتن تعلقات هویتی نیز منجر شده است. البته این از بین رفتن مرزهای هویتی به نحوی منجر به شکل‌گیری هویت‌های جمعی وسیع نیز منجر شده است. زمانی که فواصل کم می‌شود و اذهان به یکدیگر نزدیک می‌شوند سیال شدن هویت‌ها صورت می‌گیرد. همان چیزی که رابرتسون نسبت‌گرایی هویت می‌نامد. ما به دورانی قدم خواهیم نهاد که هویت‌ها ثابت نخواهد بود و نسبت میان

افراد با گروه‌های مرجع خواه شخص و گروه‌های اجتماعی یا ملیت‌ها دائماً دستخوش دگرگونی است. (آخوندی، ۱۳۸۵) منظور از دگرگونی همان چیزی است که ما در صدد اظهار آن هستیم و آن چیزی نیست مگر؛ نگاه و توجه به هویت مادر؛ به عبارتی در جریان تنش میان هویت نامنسجم ترویج شده توسط رسانه بین‌المللی شده و هویتی که توسط رسانه ملی که مروج هویت مادر است به وجود می‌آید هویت مادر پرتوافشان‌تر خواهد بود. لئوفستینگر در نظریه «ناهم‌سازی ادراکی» به این تعارض شخصیتی و هویتی می‌پردازد و معتقد است که وقتی فرد در موقعیت تعارض آمیز (یعنی موقعیت قبلی) قرار گرفت و ارزش‌ها و هویت‌های موجود ناسازگار را مشاهده کرد در اینجا به تعارض هویتی و شخصیتی می‌رسد در کشاکش میان آنچه فضای شخصیتی فرد قلمداد می‌شود و آنچه سیالیت هویتی نامیده شده است و در جریان این درگیری فرد به سمت هویت مادر گرایش پیدا می‌کند. بنابراین و از این منظر آنچه با عنوان ناهم‌سویی ملی در پیگیری اهداف رسانه بین‌المللی شده پیگیری می‌شود در مورد اقوام، گروه‌ها و اقشار ملی در ایران صورت نمی‌گیرد. (قلی‌زاده، ۱۳۸۹)

۴. واکاوی میزان همبستگی تمدنی و ملی و هم‌سویی هویتی در فیس‌بوک و تلگرام

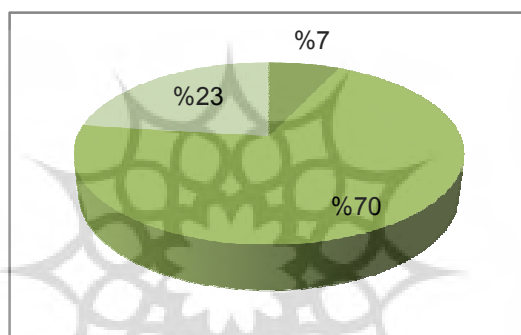
با توجه به این مقوله تلاش کردیم تا با واکاوی جامعه آماری و اعضاء و شهروندان شبکه‌های اجتماعی فیس بوک (facebook) و تلگرام (telegram) در خصوص حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان تحقیق خود را غنی‌تر و به داده‌های عینی نزدیک‌تر سازیم. در این خصوص از اعضاء این شبکه‌های اجتماعی (که قابلیت عضوگیری و اجتماعی شدن را دارند)، که؛ جامعه آماری ما هستند ۱۰ پرسش، پرسیده شده، تا در خصوص میزان همبستگی تمدنی و ملی (و حوزه‌ی فارسی زبان) به نتایجی برسیم و بتوانیم فرضیه خود را که عبارت است از «افزایش حجم جهانی شدن و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مساوی با ضرورت توجه و ائتلاف در حوزه‌ی فارسی زبان و بازگشت به هویت مادر می‌شود» را ثابت کنیم، تا این شق از فرضیه خودمان را از راه داده‌های آماری، اثبات کنیم. لذا به دلیل پرداختن به همین امر از طرح پرسش‌نامه در مقاله پرهیز کرده و صرفاً تحلیل نتایج به دست آمده را بررسی می‌کنیم؛

در این جا مجدداً دو متغیر خود را باز تعریف می‌کنیم؛ متغیر نخست افزایش سطح و میزان جهانی شدن و متغیر دوم میزان همبستگی ملی یا هم‌سویگی تمدنی است. در توضیح متغیر اول بایستی اشاره کرد که شاخص‌های این متغیر عبارت‌اند از تکنولوژی‌های بی‌زمان، انقلاب اطلاعات، از بین رفتن زمان و زدوده شدن مکان، افزایش دامنه و حوزه شبکه‌های اجتماعی و... که در این جا به طور خاص ما به افزایش دامنه و حوزه شبکه‌های اجتماعی اشاره می‌کنیم. و به دلیل گستردگی آن از موبایل گرفته تا کل فضای نت، صرفاً دو مورد فیس بوک و تلگرام را بررسی کرده‌ایم. همچنین به این دلیل که جامعه آماری معرف ما اعضا و شهروندان شبکه‌های اجتماعی هستند، بنابراین شاخص معرف ما برای جهانی شدن نیز قلمداد می‌شوند. و در خصوص متغیر دوم یعنی میزان همبستگی ملی و هم‌سویگی هویتی تمدنی از دو شاخص بهره برده‌ایم؛ نخست، توجه به هویت مادر (در حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان) و دوم توجه به میزان و ضرورت ائتلاف فرهنگی - تمدنی در حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان. به این ترتیب و در خصوص افزایش سطح جهانی شدن باید اظهار داشت از مجموع ۱۰ گویه‌ای که در تحقیق از شهروندان شبکه‌ی اجتماعی استفاده شده، به دو شاخص می‌رسیم، شاخص اول را توجه به هویت مادر قرار داده‌ایم و شاخص دوم ضرورت ائتلاف فرهنگی - تمدنی. که از ترکیب پنج گویه اول شاخص توجه به هویت مادر و از ترکیب ۵ گویه دوم شاخص دوم یعنی توجه به ضرورت ائتلاف تمدنی به دست آمده است که در زیر نتایج به دست آمده را به تفصیل بیان می‌کنیم.

لذا به احتساب درصد پاسخ‌های قابل پذیرش ما، ۷ درصد (۷ فراوانی) قائل به این بوده‌اند که ضرورتی برای وجود نگاهی ملی و تمدنی وجود ندارد و تمدن و ملیت می‌بایست در فضای جدید (فضای شکل گرفته در عصر جهانی شدن) ترکیب شود و ضرورتی برای تکیه بر مؤلفه‌های ملی و تمدنی وجود ندارد و تمدن مسلط تمدن جهانی شده است. ۷۰ درصد (۷۰ فراوانی) قائل بودند که ضرورت نگاه به هویت مادر احساس می‌شود، ولی با این حال فضای جهانی شدن را نیز باید به عنوان یکی از شاخص‌های اصلی برای ترکیب این حوزه تمدنی مدنظر قرار داد به عبارتی اینان نگاهی دوسویه نسبت به هویت و حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان و جهانی شدن دارند، یعنی ضمن توجه به هویت مادر لزوم توجه به هویت در حال ایجاد جهانی شدن را نیز در نظر می‌گیرند. و ۲۳ درصد (۲۳ فراوانی) نیز قائل به تقدم هویت مادر بر هویت در حال جهانی شدن هستند و معتقدند که نگاه ما می‌بایست بر ضرورت تکیه بر هویت مادر و زیر سیستم فارسی زبان آن باشد.

جدول شماره (۱): ضرورت نگاه تمدنی (در زیر سیستم و حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان) در بین شهروندان فیس بوک و تلگرام

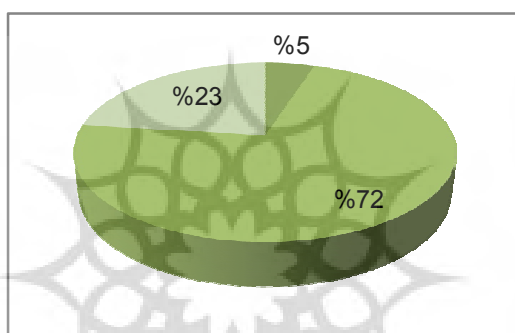
ارزش	درصد	فراوانی
کم	۷	۷
متوسط	۷۰	۷۰
زیاد	۲۳	۲۳
جمع کل	۱۰۰	۱۰۰



شاخص دوم که از ترکیب ۵ گویه دیگر بدست آمده است عبارت است از ضرورت ائتلاف فرهنگی - تمدنی در عصر جهانی شدن. به احتساب درصد پاسخ‌های قابل پذیرش ما، ۵ درصد (۵ فراوانی) معتقد به عدم ضرورت ائتلاف فرهنگی - تمدنی در حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان بوده، و معتقد بودند که نیازی به وجود هیچ سازمان و NGO در این زمینه و برای حل کردن و احیای حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان نیست، ۷۲ درصد (معادل ۷۲ فراوانی) معتقد بودند که ضمن حفظ الگوهای جهانی شدن، ائتلاف فرهنگی تمدنی نیز می‌بایستی حفظ شود و فرهنگ و تمدن ایران و حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان ضمن این‌که نقاط قوتی دارد، می‌بایست خود را با شرایط در حال تغییر عصر ارتباطات وفق دهد. و ۲۳ درصد (معادل ۲۳ فراوانی) معتقد به حفظ الگوهای تمدنی و نیاز به ائتلاف، بدون توجه به جهانی شدن و ملزومات آن بودند. و قائل به تک‌سویگی تمدنی و ضرورت ائتلاف فرهنگی - تمدنی بدون توجه به شاخصه‌های عصر پست مدرنیسم بوده‌اند.

جدول شماره (۲): ضرورت ائتلاف فرهنگی - تمدنی (در زیرسیستم و حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان) در بین شهروندان شبکه‌های اجتماعی فیس بوک و تلگرام

ارزش	درصد	فراوانی
کم	۵	۵
متوسط	۷۲	۷۲
زیاد	۲۳	۲۳
جمع کل	۱۰۰	۱۰۰

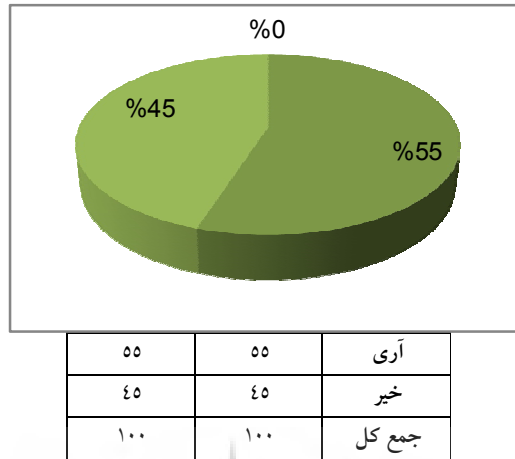


در این‌جا برای فهم بهتر، به صورت موضوعی به دو پرسش که از نمونه‌ی آماری پرسیده شده پرداخته و مفصلاً توضیح خواهیم داد که، نقاط توجه ما برای اثبات فرضیه کدام یک هستند. در پاسخ به این سؤال که «آیا به نظر شما ضرورت دارد ایران برای تعریف هویت و بازتعریف آن بر وحدت زبانی پافشاری کند؟» ۵۵ درصد شهروندان این شبکه‌های اجتماعی (معادل ۵۵ فراوانی) قائل به ضرورت ایفای نقش ایران در بازسازی حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان بوده‌اند، و ۴۵ درصد (معادل ۴۵ فراوانی) به این دلیل که هم قائل به دخالت ایران در بازسازی حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان نبوده‌اند و هم قائل به بازسازی حوزه‌ی تمدنی نبوده‌اند، پاسخ منفی داده‌اند.

جدول شماره (۳): آیا به نظر شما ضرورت دارد ایران برای تعریف هویت و بازتعریف آن بر وحدت زبانی پافشاری کند؟

ارزش	درصد	فراوانی
------	------	---------

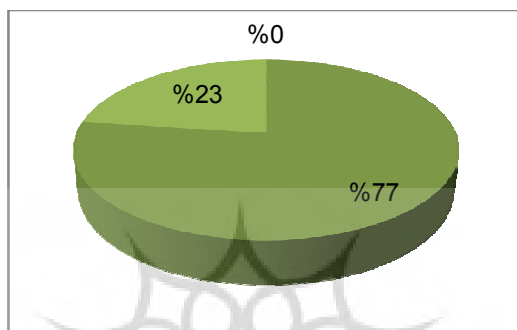
۱۲۰ نقش شبکه‌های اجتماعی در هویت تمدنی کاربران ایرانی؛ (مطالعه موردی ...)



و در پاسخ به این سؤال که «آیا ائتلاف فرهنگی - تمدنی (ضرورت ترکیب فرهنگ و تمدن) در حوزه تمدنی فارسی زبان برای رسیدن به هویت مادر ضرورت دارد؟» ۷۷ درصد شهروندان این شبکه‌های اجتماعی (معادل ۷۷ فراوانی) قائل به ائتلاف فرهنگی تمدنی برای تقویت هویت مادر بوده‌اند. و به ضرورت آن تأکید داشته‌اند. و ۲۳ درصد (معادل ۲۳ فراوانی) قائل به ضرورت ائتلاف فرهنگی - تمدنی برای رسیدن به هویت مادر فارسی زبان نبوده‌اند. تفاوت در این مقوله خود مؤید این امر است که بسترهای جهانی شدن و بخصوص عضویت در شبکه‌های اجتماعی چون فیس بوک و گوگل ریدر بر میزان ناهم‌سویی تمدنی نیفزوده به گونه‌ای که بخش زیادی از نمونه آماری قائل به ضرورت تأکید بر بافت‌های هویتی و رسیدن به هم‌سویی هویتی هستند.

جدول شماره (۴): «آیا ائتلاف فرهنگی - تمدنی (ضرورت ترکیب فرهنگ و تمدن) در حوزه تمدنی فارسی زبان برای رسیدن به هویت مادر ضرورت دارد؟»

ارزش	درصد	فراوانی
آری	۷۷	۷۷
خیر	۲۳	۲۳
جمع کل	۱۰۰	۱۰۰



همان‌طور که از تحلیل سؤالات برمی‌آید هرچه سطح و حجم جهانی شدن افزایش می‌یابد، بر همبستگی ملی و حوزه‌ی تمدنی فارسی زبان تأثیر مثبت گذاشته و موجب افزایش آن می‌شود. بنابراین تحلیلی که از این همبستگی دوسویه می‌توان ارائه داد عبارت است از این‌که؛ افزایش میزان و حجم استفاده از شبکه‌های اجتماعی و افزایش حجم آگاهی کاربران این شبکه‌ها منجر به افزایش همسویه حجم تعلقات ملی و تمدنی در ایران می‌شود. و این خود مؤید فرضیه حاضر است.

۵. همبستگی ملی / شکاف‌های اجتماعی در حوزه عمومی جدید

هم‌چنین در توضیح این‌که استفاده از فضای سایبر تا چه حد می‌تواند بر میزان همبستگی ملی - اجتماعی یا شکاف اجتماعی در حوزه عمومی و اجتماعی جدید دخیل باشد، بایستی اشاره کرد؛ اگر همان بسترهایی که توسط برخی از فعالان در فضای سایبر شکل گرفته مورد مطالعه قرار گیرد، نتایج و رهنمون‌های عائد خواهد شد، علاوه بر این‌که معطوف به طیف خاصی است، همه فعالیت‌های آن‌ها نیز گرد مطالبات روشن قومی - فرهنگی و یا اجتماعی خاصی صورت نمی‌گیرد که کنشی معطوف به هدف قوم‌گرایی، فرقه‌گرایی و ... باشد. در همین راستا پژوهشی در زمینه میزان مشارکت اقوام و هم‌سویی

آن‌ها در فضای سایبر صورت گرفته است که ما در اینجا به طور گزینشی از دو مبحث وب‌سایت‌ها و وبلاگ‌های مورد استفاده و میزان مشارکت در آن‌ها بهره خواهیم برد.

۱.۵ وب‌سایت‌ها

تعداد وب‌سایت‌های هر یک از گروه‌های قومی با یکدیگر متفاوت است. به طوری که بیشترین تعداد موارد به دست آمده متعلق به آذری‌ها و کردها و کمترین آن به اعراب خوزستانی تعلق دارد.

در مورد وب‌سایت‌ها و استفاده از آن‌ها تحقیق موجود به این نتیجه رسیده است که اگرچه می‌توان با انواع جهت‌گیری‌ها و ایدئولوژی‌های سیاسی مواجه شد ولی ظاهراً مطالبات مطرح شده در اغلب این وب‌سایت‌ها یکسان بوده و با استناد بر یافته‌های اینترنتی اغلب بر محرومیت‌زدایی توجه بر شاخص‌های عمده هویت قومی یعنی زبان مذهب و وطن مشترک و همچنین عموماً بر تشکیل دولتی با ساختار فدرالیستی توجه دارند. (فکوهی و عیاری، ۱۳۸۸: ۱۱-۱۳).

۲.۵ وبلاگ‌ها

در زمینه وبلاگ‌نویسی جایگاه نخست در اختیار آذری‌ها و سپس کردها است. کمترین میزان مشارکت مربوط به اعراب خوزستانی است. در مجموع بخش اعظم وبلاگ‌ها به اقشار جوان و تحصیل‌کرده گروه‌های قومی تعلق داشته است و در حالی که زنان نیز مشخصاً در این عرصه به نسبت وب‌سایت‌ها حضور فعالانه‌تری داشته‌اند.

یکی از بارزترین و مهم‌ترین فعالیت‌های اینترنتی گروه‌های قومی در راستای مطالبات و چالش‌های سیاسی آن‌ها شکل گرفته است که به نوعی عموماً بر این مفهوم دلالت دارند که گروه‌های قومی خود را به مثابه یک اقلیت حاشیه‌ای در کشور در نظر می‌گیرند که این احساس حاشیه‌ای بودن محرومیت و تبعیض عمدتاً به صورت چالش با دولت مرکزی و در واقع به صورت نوعی زمینه‌سازی برای سازمان‌دهی اینترنتی به تحركات سیاسی مزبور نمایان می‌شود.

گروه‌های قومی ایرانی در فضای مجازی علاوه بر این که اعضای یک قومیت‌اند ولی به دلیل پراکندگی شماری از آنان یک اجتماع فراملی نیز به شمار می‌روند. زیرا امروزه شمار بسیاری از آن‌ها به واسطه مهاجرت پناهندگی و یا تبعید در سراسر جهان پراکنده‌اند. یافته‌های اینترنتی حاکی از آن است که علی‌رغم فواصل جغرافیایی زیاد بسیاری از اعضای گروه‌های قومی مورد نظر ما در هر کجای جهان که به سر برند از پیوندهای قومی خویش دست برداشته‌اند و در پرتو امکانات ارتباطی نوین به ویژه اینترنت به صورت‌های مختلف با اعضای گروه قومی خویش در ارتباط به سر می‌برند. (فکوهی و عیاری، ۱۳۸۸: ۱۱-۱۳)

چنانچه مطابق با آمار مشاهده می‌شود هر چه میزان حوزه و دامنه جهانی شدن و استفاده از شبکه‌های اجتماعی به عنوان شاخص آن، بیشتر می‌شود و کاربران بیشتر در این عرصه وارد می‌شوند، بیشتر بر ضرورت نگاه و توجه به هویت مادر پافشاری می‌کنند. در خصوص فضای فعال اینترنتی و فضای هویت مجازی می‌بایستی اشاره کرد که؛ همان‌طور که وب‌سایت‌ها و وب‌لاگ‌ها مؤید این فرضیه هستند؛ میزان همسویی هویتی بین این‌دو و شهروندانشان و اعضایشان وجود ندارد و این می‌تواند منبث از این باشد که تعداد جامعه آماری و حوزه و دامنه و گستره‌ی این جامعه محدود به وب‌لاگ‌ها و وب‌سایت‌هایی بوده است که، فضای هویتی در آن‌ها جامعه خاصی داشته و نه جامعه شبکه‌ای یا سایبری. دلیل دیگر این‌که ما قومیت مجازی را بررسی کرده‌ایم و نه اجتماع ملی به‌طور کلی را. و همان‌طور که اشاره شد لئوفستینگر نیز در نظریه «ناهم‌سازی ادراکی» به این تعارض شخصیتی و هویتی می‌پردازد و معتقد است که وقتی فرد در موقعیت تعارض آمیز (یعنی موقعیت قبلی) قرار گرفت و ارزش‌ها و هویت‌های موجود ناسازگار را مشاهده کرد، در این‌جا به تعارض هویتی و شخصیتی می‌رسد، در کشاکش میان آنچه فضای شخصیتی فرد قلمداد می‌شود و آنچه سیالیت هویتی نامیده شده، است و در جریان این درگیری فرد به سمت هویت مادر گرایش پیدا می‌کند. از این منظر آنچه با عنوان ناهم‌سویی ملی، در پیگیری اهداف رسانه بین‌المللی شده، مورد توجه واقع می‌شود، در مورد افراد، اقوام، گروه‌ها و اقشار ملی در ایران صورت نمی‌گیرد. (قلی‌زاده، ۱۳۸۹)

رهیافت دوم: شکاف دیجیتال (digital divide) در توزیع اطلاعات از ناحیه رسانه بین‌المللی شده

در دهه ۱۹۹۰ و قبل از ورود رسانه‌های دیجیتالی متفکران به وجود «شکاف آنالوگی» اشاره می‌کردند و از این اصطلاح وجود تمایز و تفاوت بر حسب تولید محتوا و دسترسی به فن‌آوری‌های رسانه‌های سنتی نظیر رادیو، تلویزیون و تلفن را مراد می‌کردند.

افزون بر نابرابری در دسترسی و مصرف، نابرابری‌های ساختاری در تولید هم وجود داشت که هنوز هم به قوت خود باقی است. همین امر موجب شد که رسانه‌های غربی با تسلط بر برنامه‌های خبری، تلویزیونی و فیلم‌ها در سطح جهان به تاخت و تاز در زمینه حفظ انحصار طلبی تکنولوژی ادامه دهند. (صدیق بنای، ۱۳۸۹)

مطرح شدن و مطرح کردن رسانه فراملی (رسانه بین‌المللی شده) به عنوان رسانه‌ای که داعیه‌دار خدمات عمومی باشد غالباً مورد توجه واقع نمی‌شود؛ چرا که رسمیت و شناسایی این رسانه از سوی محافل عمومی و رسمی با چالش‌های زیادی مواجه شده و می‌شود. همچنین رسانه فراملی به این دلیل که بافت سنتی و مرسوم فرهنگ قومی را مورد توجه قرار نداده و به سمت سکولاریسم حرکت کرده است مورد اقبال اقشار سنتی در اقوام که البته طیف وسیعی از جمعیت قومی را در برمی‌گیرند، واقع نمی‌شود. (مولانا، ۱۳۸۹) با این حال و علی‌رغم تاثیر گسترده‌ای که دنیای رسانه‌ای قادر به اعمال آن است و نقشی که در گسترش ارتباطات و آگاهی‌های سیاسی، می‌تواند داشته باشد، تاثیر آن‌ها بر اقشاری که از سطح تحصیلات و معلومات بیش‌تری برخوردارند بیشتر است و در اقشار با معلومات و سطح تحصیلات کمتر تاثیرگذاری رسانه ملی گسترده‌تر است. و بر عکس رسانه ملی در اقشاری که از سطح تحصیلات و معلومات کمتری برخوردارند تاثیر بیشتری دارد و در اقشاری که سطح تحصیلات و معلومات بیشتری دارند کمتر است و در اینجا این افراد و اقشار به دنبال آلت‌رئاتیوی فرای بدیل رسمی می‌گردند و تاثیر رسانه بین‌المللی شده به مراتب در این طیف بیشتر است.

در مورد فضای سایر نیز البته ضمن این‌که این گفته صادق است، باید اذعان داشت، با وجودی که امروزه با گسترش وسایل ارتباطی جدید مانند اینترنت، به تدریج بخش قابل ملاحظه‌ای از آگاهی سیاسی مردم در سراسر دنیا از این منبع اطلاعاتی بزرگ تامین می‌شود و از این طریق بدست می‌آید، رواج این چنین وسایلی در کشور ما هنوز به‌طور گسترده‌ای در اختیار تمام گروه‌های اجتماعی در زندگی سیاسی نشده است و این عدم گسترده‌گی موجبات تأثیرپذیری کم‌تر و ناهمگون‌تری را ایجاد کرده است، با این وجود ما شاهد گسترش تدریجی استفاده از آن توسط کاربران هستیم. بدیهی است که این روند در کشور

ما روز به روز گسترش می‌یابد. در این میان دست اندرکاران و متولیان مربوط به ساماندهی آگاهی‌ها و اطلاعات سیاسی جامعه می‌باید در قبال استفاده از این رسانه جدید و ارائه اطلاعات صحیح و کافی از این طریق به مخاطبان خود اقدام کنند. (کریمی، ۱۳۸۲: ۱۳۵)

یکی دیگر از علل ناکارآمدی رسانه‌ها در تامین نیازها و ضروریات آگاهی‌بخشی به مخاطبان در ایران بحث انتقال عمودی اطلاعات است. علت ناکارآمدی این فرآیند عمودی انتقال اطلاعات از ناحیه رسانه بین‌المللی شده نگاه سلبی است بدین معنی که؛ چون کارویژه رسانه‌ها (منظور رسانه رسمی است) این است که؛ قادر است با جمع‌آوری و انعکاس نظرات، انتقادات و عقاید مردم و مسولان ارتباط عمودی میان دست‌اندرکاران امور حکومت و مردم را برقرار سازند و چون به طریق اولی این کارکرد که مستقیماً به مشارکت سیاسی مردم در جوامع مربوط می‌شود و اثر مستقیمی در افزایش یا کاهش مشروعیت سیاسی هیأت حاکم، از طریق توجه به حل مشکلات مطرح شده دارد در ایران صرفاً از طریق رسانه ملی انجام می‌شود پس نقش رسانه بین‌المللی شده که از یک طرف به انتقال عمودی اطلاعات مبادرت می‌ورزد و از طرف دیگر مشارکت مردم را شامل نمی‌شود، به مراتب کمتر است. این بُعد حتی آثار سوءیی (از ناحیه مردم در خصوص رسانه بین‌المللی شده) نیز دارد. خاصه در مورد رسانه‌های خبری بین‌المللی شده، اینگونه شبکه‌های خبری مثل BBC و CNN و ... با ماهیت سلسله‌مراتبی خبردهی و آگاهی‌دهی مواجه هستند - به عبارتی ماهیت عمودی اطلاع‌رسانی - به عبارت دیگر و بنا به اثبات تجربی زمانی که مردم به طور مستقیم با رسانه‌ها درگیر نباشند و احساس کنند نمی‌توانند در جریان اطلاعات نقشی داشته باشند و رسانه نماینده مشکلات رفاهی ایشان به طور عینی نمی‌باشد تأثیر این رسانه تأثیری به مراتب کمتر و حتی گاهی اوقات تأثیری سوء خواهد بود.

ارتباطات باید مبادله‌ای مستمر و برابر بین هر دو طرف باشد. اکنون در اکثر موارد جریان اطلاعات به جای حرکت افقی، عمودی و یک‌طرفه است. این جریان نابرابر اطلاعاتی، تأثیر سوء دیگری تحت عنوان «اضافه بار اطلاعاتی» دارد. «اضافه بار اطلاعاتی» یعنی حالتی که ازدیاد اطلاعات آن‌چنان زیاد و سریع است که شهروند معمولی باید برای جذب آن، فوق‌العاده تلاش کند. لذا نمی‌توان این اطلاعات را جذب کرد. و نتیجتاً احساس سرگردانی و بیگانگی در فرد ایجاد می‌شود. (میرزایی تابش، ۱۳۸۸)

همان‌طور که گفته شد تمدن ایرانی به عنوان یک موزائیک قومیتی - هویتی، در بردارنده قومیت‌ها، اقشار، گروه‌های اجتماعی و ... متعددی است. این اقوام، گروه‌ها و ...، در عین حالی که می‌توانند با برنامه‌ریزی سازماندهی شده و از بالا به پایین رسانه بین‌المللی شده، زمینه‌های ناهم‌سویی با مرکز را از سوی خود ایجاد کنند، می‌توانند با ایجاد مشوق‌های آگاهی‌دهی ملی، بسترهایی برای تقویت همبستگی ملی، نیز باشند. ما در پژوهش حاضر به این مقوله پرداختیم که؛ در جریان آگاهی‌دهی که از ناحیه رسانه بین‌المللی شده و شبکه‌های اجتماعی، بازتولید می‌شود، دو دلیل، عامل اصلی عدم موفقیت این رسانه (رسانه بین‌المللی شده و شبکه‌های اجتماعی) در ایجاد همبستگی ملی و اجتماعی در ایران بوده است. نخست، نقش و جایگاه جهانی شدن به عنوان عاملی بری بازگشت به هویت مادر که طی آن از شهروندان شبکه‌های اجتماعی نظرسنجی به عمل آمد و نتایجی که در بالا به آن اشاره شد، که در این‌جا از توضیح مجدد صرف نظر می‌کنیم، مؤید این مطلب است، و همچنین فضای سایبری و وب‌لاگ و وب‌سایت و ... است که؛ شواهد مؤید این قضیه در بالا مفصلاً گفته شد. و دوم شکاف دیجیتال که خود منبعث از شکاف اطلاعاتی و شکاف دسترسی است، مانع از ایجاد شکاف اجتماعی می‌شوند.

بنابراین، همان‌طور که گفته شد؛ هرچه سطح و حجم جهانی شدن افزایش می‌یابد، بر همبستگی ملی و حوزه‌ی فارسی زبان تأثیر مثبت گذاشته و موجب افزایش آن می‌شود. بنابراین تحلیلی که از این همبستگی دوسویه می‌توان ارائه داد عبارت است از این‌که؛ افزایش میزان و حجم استفاده از شبکه‌های اجتماعی و افزایش حجم آگاهی کاربران این شبکه‌ها منجر به افزایش همسویه حجم تعلقات ملی و تمدنی در ایران می‌شود. و این خود مؤید فرضیه حاضر است.

پی‌نوشت‌ها

۲. ناگفته پیداست که مفاهیم متعددی از جمله هویت ملی، همبستگی ملی، همسویی هویتی، جهانی شدن هویت آن‌لاین، هویت آف‌لاین، تناقض تکنولوژیک و ... مورد استفاده قرار خواهد گرفت که ما از توضیح، تحلیل و تفسیر آن، (هم به دلیل عدم حوصله تحقیق و هم به دلیل پرهیز از پراکنده‌گویی) اجتناب می‌کنیم. و صرفاً مفاهیمی را مورد استفاده قرار می‌دهیم که بیشتر محل مناقشه در بین مخاطبان هست و از سوی دیگر نیاز به توضیح بیشتری دارد.

۳. منظور از جامعه آماری؛ افرادی هستند که در این مجموعه قرار می‌گیرند، نمونه آماری یا حجم نمونه؛ نمونه افرادی هستند که در این جامعه آماری قرار می‌گیرند. در این‌جا ذکر این نکته ضروری است که؛ مکانیسم انتخاب نمونه آماری در پژوهش حاضر مطابق با روش تحقیق در علوم اجتماعی، تصادفی است، به عبارت دیگر به صورت تصافی به کاربران این شبکه‌ها پرسش‌نامه ارائه شده و نه بر حسب شناخت قبلی (که نشان دهنده هویت هر کاربر باشد و هویت او را مشخص می‌کند)، بلکه بر مبنای تصادف به آن‌ها ارائه شده است.

کتاب‌نامه

(۱۳۸۱) مجموعه مقالات همایش رسانه و ثبات سیاسی و اجتماعی جمهوری اسلامی ایران - چاپ اول - تهران.

آخوندی، مریم (۱۳۸۵) «تاثیر جهانی شدن رسانه‌ها بر فرهنگ و هویت» در:

<http://mediaculture.blogspot.com/?PostID=77>

اخوان‌کازمی، بهرام (۱۳۷۸)، راهبردهای اعتلای تمدن و فرهنگ اسلامی و تضمین امنیت فرهنگی، فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره سوم، بهار.

الجابری، محمد (۱۹۷۷) سخنرانی در بیروت در مورد «هویت فرهنگی و جهان‌گرایی در همایش سه روزه اعراب و جهان شمول شدن»

چیلکوت، رونالد (۱۳۷۷)، نظریه‌های سیاست مقایسه‌ای، ترجمه: وحید بزرگی و علیرضا طیب. تهران: موسسه خدمات فرهنگی رسا.

سید امامی، کاووس (۱۳۷۴) «ملی‌گرایی قومی در جستجوی درک بیشتر» خاورمیانه سال ۴ شماره ۱۰.

صدیق‌بنای، هلن (۱۳۸۹) «مفاهیم: شکاف دیجیتال چیست؟» در:

<http://hamshahrionline.ir/news-13403.aspx>

فکوهی، ناصر و عیاری، آذرنوش (۱۳۸۸) «اینترنت و هویت در پنج هویت قومی ایرانی»، مجله جهانی رسانه، بهار، شماره ۷.

قلی‌زاده، بهنام رضا (۱۳۸۹) «اهمیت جریان آزاد اطلاعات» در:

<http://www.hccmr.com/news-447.aspx>

کریمی، سعید (۱۳۸۲) رسانه‌ها و راه‌های تقویت مشارکت مردم در صحنه‌های سیاسی و اجتماعی، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.

مردیها، مرتضی (۱۳۷۷) «فرهنگ جهانی در گفتگو با داریوش شایگان»، روزنامه جامع، سال یکم شماره ۶۷-۲۸ اردیبهشت.

مقصودی، مجتبی (۱۳۷۶) «نظریه‌هایی چند در ارتباطات»، فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش و سنجش، سال چهارم، شماره یازدهم بهار (۷۶)

۱۲۸ نقش شبکه‌های اجتماعی در هویت تمدنی کاربران ایرانی؛ (مطالعه موردی ...

مولانا، حمید (۱۳۷۱) گذر از نوگرایی، ترجمه: یونس شکرخواه. تهران: مرکز مطالعات تحقیقات رسانه‌ها.

مولانا، حمید (۱۳۸۹) «رسانه و تأثیر آن بر هویت مسلمانان» ۳/۶ / ۱۳۸۹. در:

<http://www.pajooh.com/fa/index.php?Page=definition&UID=37735>

میرزایی تابش، علی (۱۳۸۸) «مشکلات و سائل ارتباط جمعی در جهان سوم». در:

<http://ertebatat-1387.blogfa.com/post-43.aspx>

میرفردی، اصغر (۱۳۸۹) «چیستی و چرایی هویت ایرانی؟» در:

<http://farasoomag.blogfa.com/page/a02.aspx>

ووجل، آراف (۱۳۷۱)، ژاپن کشور شماره (۱) ترجمه: شهیندخت خوارزمی و علی اسدی، تهران: نگارش.

هانتینگتون، ساموئل (۱۳۷۰)، سامان سیاسی در جوامع دستخوش تغییر، ترجمه: محسن ثلاثی، نشر علم. هونتزینگر، ژاک (۱۳۶۸) درآمدی بر روابط بین الملل، ترجمه ی: عباس آگاهی، مشهد: استان قدس رضوی.

هیوز، آرون (۱۳۷۷)، مدیریت دولتی نوین. ترجمه: سید مهدی الوانی و سهراب خلیقی و معمارزاده، تهران: مروارید.

Hannes, Shelhofer & Tobias Husing, (۲۰۰۲). The Digital Divide Index – A Measure of Social Inequalities in the Adoption of ICT", Empirica GmbH, D- ۵۳۲۲۵ Bonn, Oxfordstr David j.Elkins.globalization (1997) Tele Communication and virtual ethnic communities.International Political Science Review.Vol 18.no.2.

Mowlana, hamid and Robinsons, anne elizabet, (1979) ethnic mobilization and communication theory, new bruns wick, nj, translation books.

Thcher Vincent Frank Eass (1996),Goverrace, Dicipline of Development; Desember.No2.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی