

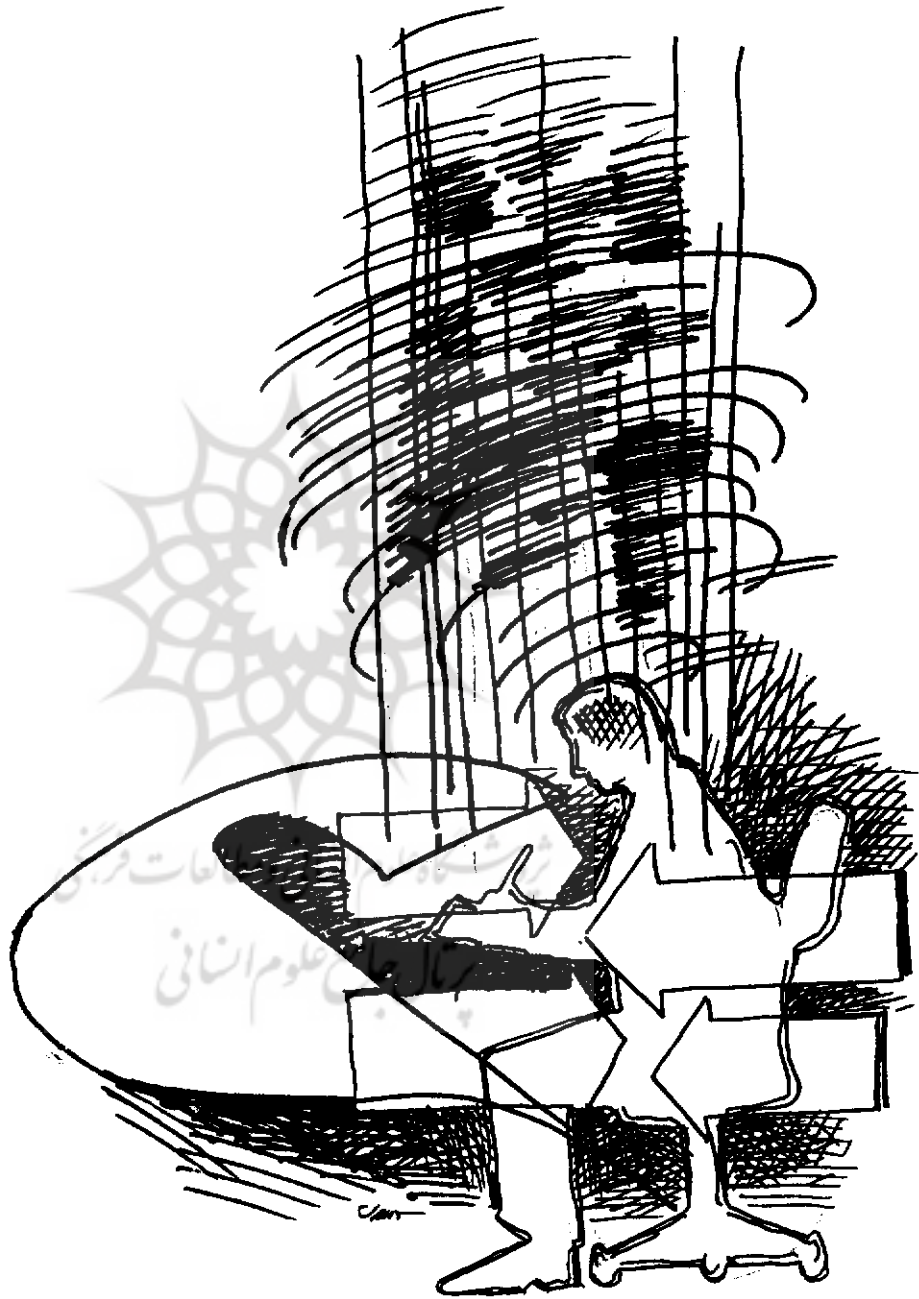


## مقدمه

این مقاله با یک رویکرد انتقادی به تکنولوژی‌های جدید ارتباطی (مانند تلویزیون‌های ماهواره‌ای، اینترنت و ...) و پیامدهای فرهنگی آنها می‌پردازد. هدف اصلی مقاله، ارائه چشم‌اندازی درباره تغییرات فرهنگی ایران و تأثیرپذیری آن از رسانه‌های الکترونیکی جدید است. از نظر نگارنده، جهان با ظهور رسانه‌های جدید ارتباطی مانند فکس، تلویزیون‌های ماهواره‌ای و اینترنت وارد «عصر دوم رسانه‌ها» شده است که کاملاً با «عصر اول رسانه‌ها» متفاوت است. در عصر اول رسانه‌ها، انسان‌های عاقل، خودبسنده، با ثبات و متمرکز پرورش می‌یافت و تولیدکنندگان اندک برای مصرف‌کنندگان بسیار، پیام‌ها را تولید و ارسال می‌کردند. اما در عصر دوم رسانه‌ها که مرزها شکسته شده است، تولیدکنندگان بسیار با مصرف‌کنندگان بسیار ارتباط برقرار می‌کنند. عصر دوم رسانه‌ها، انسان‌های لایه‌لایه، متغیر، منفعل و مصرف‌زده پرورش می‌دهد. مهم‌ترین پیامدهای فرهنگی رسانه‌های الکترونیک جدید، ظهور هویت فراملی نزد استفاده‌کنندگان آنها است.

بخش پایانی این مقاله مهم‌ترین پیامدهای فرهنگی رسانه‌های الکترونیک جدید در ایران را به‌طور فهرست‌وار برمی‌شمارد و بر این نکته تأکید می‌کند که در سال‌های آینده، چالش‌های فرهنگی مهم‌ترین میدان مشکلات پیش‌روی کشور و مسئولان خواهد بود.

[امروزه] ممکن است هر جامعه‌ای با اطمینان اعلام کند که بر مشکلات تاریخی و معاصر ناشی از ارتباطات فایده‌آمده است، اما در دهه آینده یا نهایتاً قرن آینده متوجه خواهد شد که پیشرفت‌های تکنولوژیک، چه پیامدها، سردرگمی‌ها و مشکلات پیش‌بینی نشده‌ای برایش به ارمغان آورده است. شون مک براید (۱۹۸۰)



## فناوری‌های نوین ارتباطی و چالش‌های فرهنگی در ایران

شعبانعلی بهرامپور

در قرن بیستم، حوزه ارتباطات و تکنولوژی‌های وابسته به آن نیز مانند بسیاری از حوزه‌های دیگر، دستخوش تغییر و تحولات گسترده‌ای شده است. در این قرن، بشر شاهد پیدایش نظام‌هایی از ارتباطات بوده که توزیع و انتقال سریع و گسترده پیام‌ها را از یک نقطه به نقاط دیگر امکان‌پذیر ساخته است. این نظام‌ها، ابتدا از طریق الکتریکی کردن اطلاعات، یکدست شده و سپس با پیشرفت‌های روزافزون تکنولوژی‌ها از راه دیجیتالی کردن آنها توانسته است بر عوامل فضا، زمان و مکان غلبه کند. به دنبال این فرایند، اطلاعات به عنوان نماد (Symbol) و دستمایه توسعه همه جانبه و پایدار جوامع مدرن شناخته شده و دیگر بدون دسترسی به آن هیچ‌گونه تحول چشمگیری قابل پیش‌بینی و میسر نیست. چنین وضعی سبب شده که در سال‌های اخیر محققان و دانشمندان، همه جا از انفجار اطلاعات (Information Explosion)، انقلاب تکنولوژی‌های ارتباطی (Information Technologies Revolution) عصر رایانه، عصر ماهواره و از همه مهم‌تر عصر الکترونیک یا عصر رسانه‌های الکترونیک (Electronic Media Age) سخن به میان آورند و عصر جدید را با این تعابیر تعریف کنند. به نظر این صاحب‌نظران، با شرایط جدید، جامعه جدیدی در حال شکل‌گیری و ظهور است که ویژگی اصلی آن حاکمیت تکنولوژی‌های ماهواره‌ای است. جامعه جدیدی که با تعبیر جامعه اطلاعاتی (Information Society) نیز تعریف می‌شود.

برای طرح اصل بحث و موضوع مورد بررسی، در همین جا لازم است مختصری درباره جامعه اطلاعاتی و تکنولوژی‌های مطرح در آن یا به تعبیر دقیق‌تر ویژگی‌های جامعه اطلاعاتی و تکنولوژی‌های جدید ارتباطی سخن گفته شود.



■ جهان با ظهور رسانه‌های جدید ارتباطی مانند فکس، تلویزیون‌های ماهواره‌ای و اینترنت وارد «عصر دوم رسانه‌ها» شده است که کاملاً با «عصر اول رسانه‌ها» متفاوت است.

از نظر ویلیام ملودی اولین ویژگی جامعه اطلاعاتی، تلاش در جهت دستیابی به تصویری عام از تکنولوژی‌های ارتباطی در تمام سطوح اجتماعی است. برخلاف دوران گذشته که اطلاعات تکنولوژیکی در اختیار متخصصان و صاحبان فن و صنایع قرار داشت و مشروعیت آن نیز به تأیید و تصدیق آنها مرتبط بود، در جامعه جدید، اطلاعات تکنولوژیست‌ها، علمای اجتماعی و مردم معمولی نیز مرتبط با تکنولوژی اطلاعاتی قرار گرفته و بخشی از زندگی روزمره آنان شده است. زیرا اطلاعات و اخبار در گروه نیازهای اساسی همه مردم قرار گرفته و تولیدات آن استفاده همه جانبه دارد. در حالی که در دوران گذشته استفاده از تکنولوژی مربوط به قشر خاصی بود و فراگیری زیاد نیز نداشت.<sup>۱</sup>

ویژگی دیگر جامعه اطلاعاتی، کالا شدن اطلاعات است.<sup>۲</sup> اطلاعات کالا شده

به مدد تکنولوژی‌های جدید ارتباطی در دسترس هر کس که طالب آن باشد، قرار می‌گیرد. در این وضعیت دیگر خرید و فروش اطلاعات صرفاً در سطح ملی و فراملی معنا دار نخواهد بود، بلکه اطلاعات در سطوح متفاوت بازار بین‌المللی، بازار ملی، بازار محلی و نهایتاً بازارهای شخصی و فردی مورد توجه قرار می‌گیرد. عامل ارتباط نیز در جامعه اطلاعاتی، همان تکنولوژی‌های جدید ارتباطی است که در ماهواره‌ها، اینترنت‌ها، واقعیت‌های بالقوه (Virtual Reality) و داده‌مبناها (data base) نماد یافته است. گسترش و توسعه تکنولوژی‌های جدید ارتباطی در راستای ارائه خدمات سریع و روزآمد، مانند خبر و اطلاعات، زمینه‌ساز اختلالات و نابسامانی‌هایی در ساختار فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بسیاری از کشورهای مصرف‌کننده شده است. از این رو، سؤالات بسیاری برای عالمان علوم اجتماعی و سیاسی به وجود آمده که مهم‌ترین آنها به شرح زیر است:

- ۱- تکنولوژی‌های جدید ارتباطی چه تأثیری بر فرهنگ ملل (به معنای عام) می‌گذارد؟
  - ۲- آیا به راستی سلطه فرهنگی غرب دوباره برای جهانیان باز تولید خواهد شد؟
  - ۳- آیا این تکنولوژی‌ها به غربی شدن بیشتر جهان خواهد انجامید؟
  - ۴- آیا تکنولوژی‌های جدید ارتباطی به افزایش نابرابری‌های «شمال - جنوب» کمک خواهد کرد؟ و...
- این مقاله، می‌کوشد تا آنجا که مقدور است با یک رویکرد انتقادی به سؤالات مذکور پاسخ دهد. اما قبل از پرداختن به آثار تکنولوژی‌های جدید ارتباطی به طور فشرده، تئوری‌های مطرح در این زمینه به اختصار معرفی می‌شود.

نظریات جدید دو گروه عمده از اندیشمندان علوم



اجتماعی، سعی کرده‌اند در پاسخ به سؤالات مذکور و همچنین تحولات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی که متأثر از تکنولوژی‌های جدید ارتباطی است، به تبیین آنها پرداخته و تئوری فراگیری را در این زمینه ارائه کنند.<sup>۲</sup> گروهی عصر جدید را سرآغاز کنترل‌های بی‌رحمانه شهروندان معرفی می‌کنند و در عین حال که به هیچ‌وجه اهمیت کلیدی اطلاعات را در دنیای جدید انکار نمی‌کنند و حتی از پس‌دیرش جامعه اطلاعاتی برای عصر رسانه‌های ارتباطی جدید بی‌می‌باید به خود راه نمی‌دهند، اما بر استمرار مناسبات حاکم بر جامعه و ثبات آن از گذشته تاکنون اصرار می‌ورزند. نظریه و نظریه‌پردازان این گروه عبارتند از:

۱- مارکسیست‌های نو، هربرت شیلر  
 ۲- نظریه مقررات‌گذاری (Regulation theory)، مایکل آگلیتا و آلن لیپیتز

۳- نظریه انباشت انعطاف‌پذیر (Flexible Accumulation)، دیوید هاروی

۴- نظریه دولت - ملت و خشونت، آنتونی گیدنز

۵- نظریه عرصه عمومی، یورگن هابرماس

گروه دیگر، عصر حاضر را طلیعه جامعه‌ای سرشار از تخصص و مراقبت مطلوب از همه چیز می‌دانند و مدعی‌اند نوع جدیدی از جامعه ظهور کرده است که با گذشته کاملاً متفاوت است. از نظر این گروه، در این جامعه حاکمیت اصلی با رسانه‌های الکترونیک است. نظریه و نظریه‌پردازان عمده این گروه عبارتند از:

۱- نظریه فراصنعتی، دانیل بل و پیروان او

۲- نظریه پست‌مدرنیسم، ژان بودریار، مارک پاستر

۳- تخصصی‌سازی انعطاف‌پذیر، میشل پیور، چارلز سیبل

می‌شود امتداد و توسعه جریان ارتباطی تلفن است. در عصر اول رسانه‌ها، بعد از جریان تلفن که یک نفر با یک نفر ارتباط برقرار می‌کرد، گروه کوچکی از تولیدکنندگان می‌توانستند اطلاعات و آگاهی‌ها و اخبار را برای اقشار وسیعی از مخاطبان بفرستند. به این معنی که با انتشار دست اول اطلاعات و اخبار، یک ارتباط «بتر» و یک جانبه برقرار می‌شد و به خصوص آن که نشر در انحصار تولیدکنندگان محدود و مصرف‌کنندگان بی‌شمار پیام‌ها بود. این شکل از ارتباط، چالش‌ها و پیامدهای خاص خود را داشت و دانشمندان زیادی از جمله نظریه‌پردازان مکتب وابستگی، منتقدان جدی آن به‌شمار می‌رفتند.<sup>۵</sup> وابستگی فرهنگی، سلطه فرهنگی غرب در جهان سوم، سلطه شرکت‌های بزرگ ارتباطی (اجتماعی - فرهنگی) و تولیدکنندگان فیلم‌های تلویزیونی و سینمایی آمریکا بر جهان سوم و غربی شدن، مهم‌ترین پیامدهای عصر اول رسانه‌ها از منظر نظریه‌پردازان مکتب وابستگی و منتقدان جدی عصر اول رسانه‌هاست.

اما، عصر دوم رسانه‌ها که از دیدگاه نظریه‌پردازان با ظهور و شکل‌گیری نوع جدیدی از جامعه همراه شده است، از طریق ادغام تکنولوژی‌های جدید ارتباطی ماهواره‌ای با رایانه، تلویزیون و تلفن ظاهر شده است. در اثر چنین ادغامی، جانشین‌های تازه‌ای برای سیستم قبلی که محدودیت‌های فنی جدی داشت به وجود آمده و این احتمال بسیار قوت می‌گیرد که نظامی مشترک از تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان به وجود آید. از این‌رو در این رسانه‌های الکترونیکی، عامل تازه‌ای باعث شده که وضع کاملاً متفاوتی در روابط قبلی و مرزهایی که میان هر یک از این گروه‌ها (تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان) وجود داشت، پدیدار

**■ امروزه ممکن است هر جامعه‌ای با اطمینان اعلام کند که بر مشکلات تاریخی و معاصر ناشی از ارتباطات فایق آمده است، اما در دهه آینده یا نهایتاً قرن آینده متوجه خواهد شد که پیشرفت‌های تکنولوژیک، چه پیامدها، سردرگمی‌ها و مشکلات پیش‌بینی نشده‌ای برایش به ارمغان آورده است.**

۴- نظریه شیوه اطلاعاتی توسعه (Information mode of Development)، مانوئل کستلر.

از آنجا که شرح و تفصیل این نظریه‌ها در این مقاله نمی‌گنجد، در ادامه بحث سعی شده است با تلفیق هر دو رویکرد، صرفاً آثار و پیامدهای تکنولوژی‌های جدید ارتباطی مورد بحث و بررسی قرار گیرد.

**تکنولوژی‌های جدید ارتباطی و ظهور عصر دوم رسانه‌ها**

پیش‌تر گفته شد که گروهی از نظریه‌پردازان جدید، مدعی ظهور و شکل‌گیری نوع جدیدی از جامعه‌اند که با گذشته کاملاً متفاوت است. این عده معتقدند ما اکنون در حال پشت سر گذاشتن «عصر اول رسانه‌ها» و شاهد ظهور «عصر دوم رسانه‌ها» هستیم.<sup>۴</sup> عصر اول رسانه‌ها که با تکنولوژی‌های ارتباطی فیلم، رادیو و تلویزیون و ویدئو شناخته



شود. وضعیتی که حتی قادر است سیستم گذشته را به طور کامل ساقط کند و از اعتبار بیندازد.

مارک پاستر از نظریه پردازان پست مدرنیسم در تشریح عصر دوم رسانه‌ها چنین می‌نویسد:

«تکنولوژی‌های جدید ارتباطی در حال از بین بردن عقیده ارتباط عده‌ای معدود با افراد بی‌شمار است. برخی از مرتبطان همواره قدرتمندتر از دیگران خواهند بود. اما فکر بزرگی که در پشت قصه‌های... [این رسانه‌های الکترونیکی جدید] نهفته، آن است که برای نخستین بار، عده‌ای بسیار با عده‌ای بسیار وارد صحبت می‌شوند. هر روز، اشخاصی که استطاعت تهیه لوازم رایانه و پرداخت صورت حساب تلفن خود را دارند می‌توانند تهیه‌کننده، مجری، سردبیر و شونده خود باشند. هر روز که می‌گذرد، داستان‌های ایشان بیشتر و بیشتر دارای سبکی خاص، تحت‌تأثیر کنش متقابل و توأم با فردگرایی می‌شود. داستان‌هایی که در میدان‌های مختلف، برای شنوندگان گوناگون و به روش‌های متفاوت بیان می‌شود» وی همچنین در ادامه می‌نویسد: «این انفجار... متکی به نهمی فناوری است که با چاپ و رسانه‌های الکترونیکی نخستین عصر رسانه‌ها تفاوت دارد: ارزان، انعطاف‌پذیر، در دسترس فوری و دارای سرعت است».<sup>۶</sup>

بدین ترتیب ملاحظه می‌شود، برخلاف عصر اول رسانه‌ها که به قول آدرنو وهورکهایمر تضاد ذهنی همیشه میان چند مرکز معدود تولید و گروه بسیار وسیعی از مصرف‌کنندگان متفرق و پراکنده برقرار بود،<sup>۷</sup> در عصر دوم رسانه‌ها ظاهراً تضاد انحصاری میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان پیام‌ها از بین می‌رود و تولید نه تنها دیگر یکطرفه نخواهد بود، بلکه در انحصار گروهی خاص قرار نخواهد گرفت!

تکنولوژی‌های جدید ارتباطی و چالش‌های فرهنگی  
تکنولوژی‌های جدید ارتباطی،

پیامدهای گوناگونی دارند که به نظر می‌رسد مهم‌ترین آنها در حوزه فرهنگ تجلی می‌یابد. همان‌طور که مارشال مک لوهان خاطر نشان کرده است، رسانه یا خود پیام است و یا اصولاً برای پیام‌رسانی به وجود آمده است. پیام نیز به همین تعبیر یا خود فرهنگ است و یا برای انتقال فرهنگ انتشار یافته است. به عبارت دقیق‌تر، هر رسانه‌ای خود حامل پیام و فرهنگ خاصی است. از این‌رو، رسانه‌های الکترونیکی جدید، حامل پیام‌ها و فرهنگ خاصی‌اند که با گسترش آنها، آن پیامدها و فرهنگ‌ها نیز انتشار می‌یابد.

#### ۱- شیوه جدید اطلاع‌رسانی

صاحبان رسانه‌های الکترونیکی جدید (در اینجا منظور تلویزیون‌های ماهواره‌ای موجود اینترنت و سایر خدمات مربوط به اینترنت است) نوع جدیدی از اطلاع‌رسانی را در دستور کار خود قرار داده‌اند که عمدتاً موجب تأثیرات گوناگون

- از نظر ویلیام ملودی اولین ویژگی جامعه اطلاعاتی، تلاش در جهت دستیابی به تصویری عام از تکنولوژی‌های ارتباطی در تمام سطوح اجتماعی است.
- مهم‌ترین پیامدهای فرهنگی رسانه‌های الکترونیک جدید، ظهور هویت فراملی نزد استفاده‌کنندگان آنها است.



سیاسی، فرهنگی می‌شود. ویژگی این شیوه اطلاع‌رسانی آن نیست که صرفاً به مثابه مجرای خنثی برای انتقال داده‌ها و اطلاعات عمل کند، بلکه دقیقاً برعکس، تغییر شکل دادن داده‌ها و اطلاعات و ترویج تأویل چند لایه‌ای آنها، مشخصه آن است.<sup>۸</sup> وسایل الکترونیکی جدید، اطلاعات را از طریق چند لایه کردن، شکستن و پراکنده‌سازی داده‌ها همراه با تصاویر و صداها و زمینه‌ای کاملاً دستکاری شده در معرض مخاطبان قرار می‌دهند. شیوه اطلاع‌رسانی جنگ خلیج فارس را می‌توان یک نمونه جدید اطلاع‌رسانی از طریق وسایل الکترونیکی جدید به‌شمار آورد. مهم‌ترین مسأله در شیوه اطلاع‌رسانی جنگ خلیج فارس، مسأله انتقال آنی حوادث از محل درگیری به اتاق‌های نشیمن در آمریکا و سپس مخابره آن به سراسر جهان بود. پاستر معتقد است در شیوه اطلاع‌رسانی ارتباطات مبتنی بر وسایل الکترونیکی با روش‌های جدید و شگفت‌آور، زبان و تصاویر را تغییر شکل می‌دهند. مثلاً در اطلاع‌رسانی جنگ خلیج فارس، گزارشگر تلویزیون که از صحنه جنگ گزارش می‌داد، این تأثیر را در بیننده ایجاد می‌کرد که خبرنگاران در جنگ حضور دارند و فعالند، چون تصاویر آنها در حالی نشان داده می‌شد که با عجله ماسک‌های ضدگاز را بر صورت می‌گذاشتند. در جنگ خلیج فارس، پیام‌آوران، خود پیام بودند. سرنوشت خبرنگاران درست به همان اندازه اهمیت داشت که سرنوشت سربازان و مردم غیرنظامی. در واقع اخبار به گونه‌ای نظام‌مند انعکاس‌دهنده خود (Self Reflexive) شده بود. همان‌طور که تماشاگران به صحنه عملیات انتقال داده می‌شوند، وسیله انتقال، خود به بخشی از عملیات و داستان تبدیل شده بود. در این جنگ، تصویر تلویزیونی، ظاهرسازی را با راست‌نمایی و غیرواقع را با صمیمیت

درهم آمیخته بود.<sup>۱</sup>

در عرصه اینترنت و خدمات پیام‌رسانی رایانه‌ای نیز نوع ارتباط به گونه‌ای دیگر است. در این عرصه، که برخلاف تلویزیون‌های ماهواره‌ای، عده بسیار با عده بسیار ارتباط برقرار می‌کنند، شیوه اطلاع‌رسانی جدیدی ظهور کرده است.

در این شیوه که نگارش الکترونیکی، نوع خاصی از فناوری ارتباطی را عرضه می‌دارد، شامل گوناگونی گسترده‌ای از روش‌های نگارش است که پردازش کلمات، متن دگرگون شده، نام‌نگاری الکترونیکی، خدمات پیام‌رسانی و مذاکرات رایانه‌ای مهم‌ترین آنها محسوب می‌شود. در همه آنها، رایانه، واسطه ارتباط بین نویسنده و خواننده است. نگارش الکترونیکی را باید ادامه همان انگیزه‌ای دانست که نوشتن با دست و چاپ با آن آغاز شده بود. این نوع نگارش، جداسازی نویسنده از متن را ممکن می‌سازد. به عبارت دقیق‌تر، این نوع نگارش فاصله (زمانی و مکانی) بین نویسنده و خواننده را بیشتر و مشکل تأویل متون را افزون می‌کند. نگارش الکترونیکی در مقایسه با چاپ، زمان کمتری برای نسخه‌برداری و فضای کمتری برای اندوختن لازم دارد. با اتکاء به نگارش الکترونیکی و ثبات کلمات بر روی صفحه رایانه، خواننده می‌تواند درباره آنها بیندیشد، به بخش‌های پیشین رجوع کند و حلقه‌های ارتباط دهنده بحث را بازیابی کند و نهایتاً آن را برای مخاطب (مخاطبان) ارسال کند، بی‌آنکه از جای خود در مقابل رایانه تکانی خورده باشد. این کارها همه در اتزوا انجام می‌گیرد. نگارش الکترونیکی در عین حال واژگون‌کننده فرهنگ چاپی است. کنار گذاشتن کاغذ و قلم، کلمه‌سازی رایانه‌ای، سهولت تغییر دادن نوشته دیجیتال، جسمیت نداشتن نشانه‌ها روی صفحه



## ■ برخلاف دوران گذشته که

### اطلاعات تکنولوژیکی در

### اختیار متخصصان و صاحبان

### فن و صنایع قرار داشت و

### مشروعیت آن نیز به تأیید و

### تصدیق آنها مرتبط بود، در

### جامعه جدید، اطلاعات

### تکنولوژیست‌ها، علمای

### اجتماعی و مردم معمولی نیز

### مرتبط با تکنولوژی اطلاعاتی

### قرار گرفته و بخشی از زندگی

### روزمره آنان شده است.

رایانه در مقایسه با جوهر روی صفحه کاغذ، متن را از دفتری با ثبات به دفتری فزّار تغییر مکان می‌دهد. همچنین متون دیجیتالی خود را به دست نویسندگان متعدد می‌سپارند. هر پرونده ممکن است بین اشخاص مختلف ردوبدل شود و هر شخصی روی متن کار کند و نتیجه آن باشد که در شکل‌گیری آن بر صفحه رایانه بسا روی کاغذ چاپ شده، هیچ ردی از هویت اشخاص هویدا نباشد. علاوه بر آن، برنامه‌های متون متراکم خواننده را ترغیب می‌کند که به متن به مثابه میدان یا شبکه‌ای از نشانه‌ها بنگرد که می‌تواند در آن بندهای خود را به وجود آورد، بندهایی که ممکن است بخشی از متن شود و بنا به میل خوانندگان دیگر، ادامه یا تغییر پیدا کند. این متن که ممکن است هزاران نفر در آن دخل و تصرف کرده باشند در دسترس هزاران نفر دیگر قرار می‌گیرد که خود نیز می‌توانند در آن تأثیر بگذارند.

خدمات پیام‌رسانی الکترونیکی

(رایانه‌ای) نیز به نوبه خود، نوعی ارتباط را بنا نهاده است که آن هم، فرهنگ نگارش با دست و چاپ را واژگون می‌کند. انواع مختلف ادارات پست الکترونیکی (E-mail) نیز در زمره خدمات پیام‌رسانی رایانه‌ای‌اند. در ادارات پست الکترونیکی، افراد می‌توانند با به دست آوردن نشانی افراد دیگر (خصوصاً غریبه‌ها) از طریق اینترنت با آنها ارتباط برقرار کرده و بی‌آن که آنها را دیده باشند برای آنها اطلاعات یا پیام‌هایی ارسال کنند. این شیوه اطلاع‌رسانی سبب پرورش انسان‌های خیال‌پرداز، بازیگوش و منزوی می‌شود.

مذاکرات رایانه‌ای، نوع دیگر از ارتباطات فراهم شده از طریق نگارش رایانه‌ای است که در آن می‌توان اطلاعات و اخبار زیادی را ردوبدل کرد. در این مورد، نوشته دیجیتال جایگزین چاپ نمی‌شود، بلکه جای ملاقات‌های رودر رو و ارتباطات شفاهی را می‌گیرد. مذاکرات رایانه‌ای، لزوم تجمع اشخاص در یک زمان و مکان را برطرف می‌کند. حتی امروزه بسیاری از گردهمایی‌های هم‌زمان نیز با استفاده از این شیوه انجام می‌گیرد.<sup>۲</sup> آنچه که در مجموع، در اثر این نوع ارتباط و شیوه اطلاع‌رسانی رخ می‌دهد، این است که کیفیت و نوع خاصی از مناسبات ارتباطی در فضای رایانه‌ای بروز می‌کند. کیفیتی که بدون ایما و اشاره‌های حرکات بدن، موقعیت، قدرت نفوذ شخصیت، جنسیت، سبک لباس پوشیدن، شناخت طرف مقابل، کاغذ و قلم و زمان و مکان تجلی می‌کند.

## ۲- آگاهی آفرینی همراه با سلطه

بسیاری از کشورهای جهان، خصوصاً کشورهای جهان سوم و کمتر توسعه یافته امیدوارند با رشد و توسعه تکنولوژی‌های جدید ارتباطی راحت‌تر بتوانند به اطلاعات، دانش و آگاهی و فناوری‌های





پیچیده دست یابند و در مسیر توسعه گام بردارند. این کشورها که خوشبینانه به مبادله اطلاعات و آگاهی‌ها از سوی کشورهای غنی و صنعتی چشم دوخته‌اند، کمتر به پیامدهای غیراقتصادی آنها می‌نگرند. ویلیام ملودی معتقد است در هر فرآیند ارتباطی که بین شرکت‌های پیشرفته غربی و کشورهای جهان سوم برقرار می‌شود، همیشه منافع و نیازهای شرکت‌های فراملی و پیشرفته غربی تأمین می‌شود. وی که در عین حال منکر آگاهی‌آفرینی و انتشار اطلاعات از سوی شبکه‌های دیجیتال پیشرفته در جهان سوم نیست، بر این نکته نیز تأکید می‌ورزد که نظام‌های ارتباطی جدید مناسباتی را در عرصه جهانی به وجود می‌آورند که با وجود تغییرات اندک در عرصه آگاهی و دانش‌آفرینی کشورهای فقیر و توسعه نیافته، سلطه فرهنگی کشورهای مادر و پیشرفته غربی را به همراه می‌آورد.<sup>۱۱</sup> البته سلطه‌ای که ملودی از آن نام می‌برد به طور بسیار ظریفی یا سلطه‌ای که در عصر اول رسانه‌ها رخ می‌داد، متفاوت است.

فرانسوا میتران در نشست سران کشورهای صنعتی در ژوئن ۱۹۸۲ در کاخ ورسای در این باره چنین گفته است: «امروز در همه کشورها اعمال قدرت بر ارتباطات متمرکز شده است... چند مؤسسه همه شبکه‌های لازم برای انتقال الکترونیکی را در اختیار دارند. آنها با کنترل این شبکه‌ها رسانه‌های سنتی مانند سینما، مطبوعات و تلویزیون را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند. اکثر فعالیت‌های جدیدی که بسیاری از مؤسسات وارد آن شده‌اند (تولید، ذخیره‌سازی و پردازش اطلاعات) مستلزم سرمایه‌گذاری سنگینی است که این نیز به نوبه خود به تمرکز شدید منجر می‌شود... در کل، توزیع اطلاعات که در اختیار چند کشور مسلط است، برای دیگران به این معنی است که تاریخ یا حاکمیت خود را از دست بدهند و به این ترتیب، آزادی آنها در تفکر و تصمیم‌گیری را زیر سؤال می‌برد.<sup>۱۲</sup>

رافائل رونکاگیولو Rafael

۳- ساختن دموکراسی به مسأله‌ای کتی تبدیل می‌شود که چیزی جز وابستگی فزاینده از طریق فناوری و آموزش حرفه‌ای و ایدئولوژیک نیست.

### ۳- جهانی شدن فرهنگ (غربی)

با ظهور عصر دوم رسانه‌ها، نوع جدیدی از جامعه ظهور کرده است که وسایل ارتباطی جدید در آن جامعه همگی در راستای جهانی شدن فرهنگ (و...) عمل می‌کنند. در جامعه جدید، جهان که به نظر مارشال مک لوهان در عصر ارتباطات به دهکده کوچک تبدیل شده بود، به صورت یک دهکده الکترونیک در آمده است. زیرا در این جهان جدید همه می‌توانند به رادیو و تلویزیون و رسانه‌های الکترونیک جدید و آخرین اطلاعات منتشر شده دسترسی داشته باشند. در این جهان، یک انسان مثلاً ایتالیایی می‌تواند با داشتن اندک امکانات، مانند یک انسان اروپایی و آمریکایی از اطلاعات روزآمد و جدید در

Roncagliolo محقق پروری نیز در تحلیلی مشابه، درباره آگاهی‌آفرینی و دموکراتیک کردن تولید و توزیع اطلاعات ضمن تأکید بر وابستگی فزاینده از طریق فناوری‌های جدید و سلطه نظام‌های چند ملیتی بر جهان سوم، چنین نوشته است:<sup>۱۳</sup> روزگاری که مدیران ارتباطات به شکلی نسبتاً پراکنده از طریق سازمان‌هایی چون انجمن مطبوعات کشورهای آمریکایی و مؤسسه بین‌المللی مطبوعات عمل می‌کردند، به سر آمده است. امروز شاهد شکل‌گیری یک اردوگاه بزرگ فراملی هستیم که هدف اصلی راهبرد آن... این است که «دیگر بحث‌ها و فعالیت‌هایی که به پیشنهادی غیرقابل پذیرش برای غرب مربوطند تنفیذ شوند.» هدف دیگر آنها، آن است که خودشان متولی ارائه پیشنهادها می‌شوند. در زمینه ارتباطات و ارتباطات شوند و همکاری با جهان سوم با هدف کمک به آن برای احیای منابع آموزش و تولیدی خود را جایگزین روند دموکراتیک کردن تولید و توزیع اطلاعات سازند. به این ترتیب، مشکل کیفی نقش ارتباطات در بر

همه زمینه‌ها استفاده کند و در صورت لزوم، اطلاعاتی را تولید و برای مصرف‌کنندگان بی‌شمار ارسال کند.

بسیاری از محققان و نظریه‌پردازان مکتب انتقادی<sup>۱۴</sup> برآنند که این امر صورت ساده شده مسأله مربوط به رسانه‌های جدید الکترونیک و جهانی شدن اطلاعات است. این گروه معتقدند که جهانی شدن در معنای واقعی‌اش، غربی شدن، یکنواخت شدن و هماهنگ کردن فرهنگ جهان با فرهنگ غربی است. از نظر آنها، تمام شبکه‌های پیشرفته ماهواره‌ای در غرب تولید و راه‌اندازی می‌شود. همچنین تمام سیستم‌های ارتباطی جدید، اعم از اینترنت و سرورهای (Servers) مرتبط با آن و حتی نرم‌افزارهای مادر، توسط شرکت‌های بزرگ چند ملیتی ساخته شده و مقر همه آنها در اروپا و خصوصاً آمریکا است. و از همه جالب‌تر آن‌که کاربرد غالب زبان انگلیسی در شبکه اینترنت و سایت‌های مرتبط با آن، مبین بسط یافتن قدرت آمریکاست.

از سوی دیگر در عصر دوم رسانه‌ها ما بیش از گذشته شاهد تجاری شدن فزاینده بخش فرهنگ در جامعه هستیم. در این عصر، فرهنگ نیز مانند کالا از طرف بسیاری از تولیدکنندگان قوی‌تر و بانفوذتر، تولید و در اختیار بسیاری از مصرف‌کنندگان منفعل قرار می‌گیرد. رسانه‌های الکترونیکی جدید، انتقال‌دهندگان سریع فرهنگ غربی (ارزش‌ها، نوع دینداری، موسیقی، هنر، تفریحات و...) به اقصای نقاط جهانند و عوامل اصلی تغییرات فرهنگی در جهان سوم محسوب می‌شوند.

#### ۴- تغییر هویت و ذهنیت

پیامدهای اصلی و شگرف رسانه‌های جدید الکترونیکی را باید در ظهور نوع جدیدی از هویت جست‌وجو کرد.



### ■ برخلاف عصر اول رسانه‌ها که به قول آدرنو و هورکهایمر تضاد ذهنی همیشه میان چند

مرکز معدود تولید و گروه بسیار وسیعی از

مصرف‌کنندگان منفرق و

پراکنده برقرار بود، در عصر

دوم رسانه‌ها ظاهراً تضاد

انحصاری میان تولیدکنندگان

و مصرف‌کنندگان پیام‌ها از

بین می‌رود و تولید نه تنها

دیگر یکطرفه نخواهد بود،

بلکه در انحصار گروهی خاص

قرار نخواهد گرفت.

بدین معنی که کارکرد اصلی رسانه‌های جدید الکترونیکی را باید در شکل‌دهی ذهنیت جدید دانست. این ذهنیت خود هویت جدیدی می‌سازد. در عصر اول رسانه‌ها که فرهنگ چاپی در آن غلبه دارد، فرد به مثابه یک ذهنیت تثبیت می‌شود، ذهنیتی که برتر از عینیات است و هویتی پایدار و معین دارد. این ویژگی فرهنگی با نقش ذهنیت در بنیادهای مدرسه نیز همخوانی دارد. بازار سرمایه با افراد تملک جوییش، نظام حقوقی با انسان منطقی‌اش، حکومت جمهوری مبتنی بر مجلس نمایندگان با آرای مخفیانه‌اش و فرض حفظ منافع شخصی افراد، دیوان‌سالاری با معقولیت سودمندش، کارخانه با نظام تیلوری‌اش و نظام آموزشی با امتحانات و گزارش‌هایی که موجب تمیز دادن افراد از یکدیگر می‌شود. به عبارت دیگر، انسان عهد مدرن، انسان معقول خودبسنده‌ای است که ذهنیت عاقل سودمند به عنوان ذات

استوار در او متجلی می‌شود.<sup>۱۵</sup> اما در عصر دوم رسانه‌ها که ارتباطات الکترونیکی جایگزین ارتباطات متکی بر صنعت چاپ و تلویزیون‌های قدیمی می‌شود، نوع جدیدی از ذهنیت شکل می‌گیرد. اگر در عصر اول رسانه‌ها، شیوه تولید (Mode of Production) به گونه‌ای است که هویت‌ها را به صورت عاقل سودمند و خودبسنده در می‌آورد، عصر دوم رسانه‌ها با شیوه جدید اطلاع‌رسانی حاکی از آن روش‌های ارتباطی است که ذهنیات را ناپایدار، چند لایه و پراکنده می‌کند. در عصر دوم رسانه‌های بزرگراه اطلاعاتی و واقعیت بالقوه (Virtual Reality) شیوه‌های اطلاع‌رسانی را به کاربست‌های باز هم بیشتری تعمیم خواهند داد و از طریق گنجاندن روش‌های بیشتر و افراد بیشتر در درون الگوی صورت‌بندی آن، میدان پراکندگی‌اش را بسیار وسیع خواهند کرد.<sup>۱۶</sup>

مارک پاستر معتقد است داده مبنای (Data Base) در اینترنت و رسانه‌های الکترونیکی جدید هویت افراد کاربر را می‌سازند. از نظر پاستر این هویت‌سازی حتی بدون آگاهی افراد از این امر شکل می‌گیرد.<sup>۱۷</sup> به‌طور کلی، رسانه‌های الکترونیکی جدید در اثر تغییراتی که در برداشت‌های بشر امروزی به وجود می‌آورند «هویت»ها را در وضعیت کاملاً تازه‌ای قرار می‌دهند که متفاوت و حتی مغایر با هویت‌های عصر اول رسانه‌ها یا دوران مدرن است. در عین حال هویت‌ها در عصر دوم رسانه‌ها در مسیر فراملیتی شدن نیز حرکت می‌کند.

بنابراین ارتباطاتی که با اتکا به وسایل الکترونیکی جدید شکل می‌گیرد، چشم‌اندازی از فهم ذهنیت را آشکار می‌کند که در صورت بندی‌های گفتار و عملکرد که به لحاظ تاریخی محسوسند، جان می‌گیرد. این ارتباطات، راهگشای

نگریستن به انسان به عنوان پدیده‌ای چند لایه، تغییرپذیر، منفعل و تکه تکه است. پدیده‌ای که خود شکل دادن خویش را به گونه‌ای طراحی می‌کند که با هر گونه تثبیت هویت، بستیزد. به عبارت دقیق‌تر، عصر دوم رسانه‌ها و رسانه‌های الکترونیکی جدید، از صورت‌بندی‌های ذهنی جدیدی حمایت می‌کنند که سازنده هویت بی‌ثبات و تغییرپذیر انسان جدید است.

#### ۵- افزایش نابرابری

هنگامی که از عصر انفجار اطلاعات و عصر رسانه‌های جدید الکترونیک سخن به میان می‌آید، بی‌درنگ این نکته در ذهن تداعی می‌شود که در این عصر افراد به‌طور برابر و یکسان به اطلاعات دسترسی خواهند داشت. در عصر اول رسانه‌ها، در حالی که نظریه‌پردازانی چون بنیامین و مک لوهان امکان دموکراتیک بودن ظرفیت ارتباطی را مدنظر داشتند. متفکرانی چون آدرنو، هورکهایمر و هابرماس با آنها مخالفت کرده و معتقد به ظرفیت به شدت نابرابر رسانه‌ها در ارائه اطلاعات بودند.<sup>۱۸</sup> در عصر دوم رسانه‌ها که گفته می‌شود «رسانه‌ها انعطاف‌پذیر، در دسترس فوری و دارای سرعت» است و در آن عده بسیار می‌توانند با عده بسیار تماس برقرار کرده و اطلاعات رد و بدل کنند و برخلاف عصر اول رسانه‌ها، رابطه‌ها یکسویه و یکطرفه نیست و تولیدکنندگان محدود برای مصرف‌کنندگان بی‌شمار برنامه تولید نمی‌کنند، به شکل دیگری این نابرابری‌ها تداوم پیدا می‌کند. در عصر دوم رسانه‌ها، تنها اشخاصی که استطاعت تهیه لوازم رایانه، خط تلفن و مودم را داشته باشند و قادر به پرداخت صورت حساب‌های تلفن خود باشند، می‌توانند اطلاعاتی را تولید و برای دیگران ارسال کنند و یا در صورت لزوم، اطلاعاتی را دریافت کنند. از این

#### ■ عامل ارتباط در جامعه

#### اطلاعاتی، همان

#### تکنولوژی‌های جدید ارتباطی

#### است که در ماهواره‌ها،

#### اینترنت‌ها، واقعیت‌های بالقوه

#### و داده مبناها نماد یافته است.

#### ■ گسترش و توسعه

#### تکنولوژی‌های جدید ارتباطی

#### در راستای ارائه خدمات سریع

#### و روزآمد، مانند خبر و

#### اطلاعات، زمینه‌ساز اختلالات

#### و نابسامانی‌هایی در ساختار

#### فرهنگی، اجتماعی و سیاسی

#### بسیاری از کشورهای

#### مصرف‌کننده شده است.

گذشته برنامه‌های (ماهواره‌ای) و نرم‌افزارهای (مربوط به اینترنت، پست الکترونیکی و وب سایت‌ها) توسط کسانی ساخته و به کار گرفته شده‌اند که همگی متعلق به شرکت‌های بزرگ و چند ملیتی است و عمدتاً آمریکایی هستند.

پرسشی که میچل کیپور Mitchell Kepor در این خصوص مطرح می‌کند، بحق محل توجه است. وی در این باره می‌پرسد: کلیدها تحت اختیار کیست؟<sup>۱۹</sup> هر چند او خود پاسخ این پرسش را به وضوح نمی‌دهد، اما روشن است که «کلیدها» در اختیار کشورهای پیشرفته صنعتی است. به عنوان مثال در خصوص برنامه‌ها، سریال‌ها و فیلم‌های ماهواره‌ای، کشور آمریکا هم‌اکنون بیش از نصف آنها را تولید کرده و از طریق کانال‌های مختلف برای جهان به نمایش می‌گذارد. در زمینه اینترنت نیز نه تنها کاربرد زبان انگلیسی اکنون در آن غالب است و تبلیغات کالاهای غربی به وفور در آن جاری است،

بلکه کاربران عمده آنها سفیدپوستان و کشورهای ثروتمند هستند.<sup>۲۰</sup> به قول فرانک وستر، فرآیند ارتباطات در عصر «انقلاب اطلاعاتی» (Informational Revolution) به گونه‌ای است که «کشورهای پیشرفته که ثروت‌های [عمده] جهان در آنها متمرکز شده است، بهره‌مندان واقعی آن هستند».<sup>۲۱</sup>

در عصر حاضر که رسانه‌های جدید الکترونیکی در آن غلبه پیدا کرده است، ملت‌های فقیر و کم‌ثروت عمدتاً کشورهای منفعل (همراه با انسان‌های منفعل) و قابل انعطافی هستند که سازمان‌ها و مؤسسات اقتصادی مدرن، شرکت‌های بزرگ چند ملیتی، هالیوود و در یک کلام آمریکا برایشان اطلاعات تولید می‌کند و به هر میزان که بخواهد و منافعش اجازه دهد برای آنها روانه می‌سازد. این امر در قرن بیست و یکم منجر به عمیق‌تر شدن «شکاف اطلاعاتی» بین شمال و جنوب، یا کشورهای غنی و فقیر می‌شود و نابرابری میان آنها را تشدید خواهد کرد. هریوت شیلر از نظریه‌پردازان مارکسیست نو، اطلاعاتی را که در عصر جدید از سوی کشورهای غنی و ثروتمند به طرف کشورهای فقیر و توسعه نیافته سرازیر می‌شود و در دسترس افرادی که از نظر اقتصادی و تحصیلی بر دیگران برتری دارند، قرار می‌گیرد، «اطلاعات بی‌مصرف» می‌نامد. وی می‌گوید «این اطلاعات سرگرم‌کننده‌اند، خنده‌آور و لبریز از پرگویی بی‌حاصل‌اند و ارزش اطلاعاتی بسیار اندکی دارند».<sup>۲۲</sup>

#### ۶- زمینه‌سازی مناسبات جدید

رسانه‌های الکترونیکی جدید با خدماتی که ارائه می‌دهند و ذهنیت‌هایی که می‌سازند، نوع جدیدی از مناسبات اجتماعی را پی‌ریزی می‌کنند که نه تنها از این پس «ارتباطات میان کنشی بین انسان‌ها شخصی‌تر شده»<sup>۲۳</sup> بلکه، انسان‌ها



بیش از پیش گوشه گیر، منزوی و کم تحرک شده و کم کم از زمینه عملی زندگی روزانه شان دور می شوند.<sup>۲۲</sup> مناسباتی که سبب مصرف زدگی، انفعال، کودنی و میانه روی می شود.<sup>۲۵</sup>

هاوارد راین گولد، یکی از کاربران پرشور و حرارت اینترنت در این باره چنین می گوید: «می توانم سوگند یاد کنم که من و هزاران تن دیگر از کاربران رایانه می دانیم که آنچه در جست و جوی هستیم و بسا روش هایی شگفت آور آن را می یابیم، صرفاً اطلاعات نیست بلکه دسترسی آنی به مناسباتی در جریان با افراد بسیار دیگر است.»<sup>۲۶</sup> گولد شبکه مراوداتی که در صفحات مجلات اینترنت پا به عرصه وجود می گذارد را اجتماعات بالقوه (Virtual Communities) می نامد. محققان معتقدند که موفقیت اجتماعات بالقوه، عملاً به مثابه نشانه زوال اجتماعات واقعی است.<sup>۲۷</sup> از نظر این محققان، اینترنت و دیگر رسانه های الکترونیک جدید فراهم آور شق دیگر هر آنچه که واقعی است، هستند. بنابراین، اینترنت و ارتباط با آن امکان پیدایش انواع جدید کنش متقابل را مطرح می سازد که به کلی با آنچه که در عصر اول رسانه ها جاری بود، متفاوت است. کنش متقابلی که عموماً به ارتباطات راه دور مرتبط است و با واسطه رایانه انجام می گیرد. افراد در این مناسبات جدید، پیام های رمزداری برای مخاطبان خود می فرستند و در همان حال می توانند، پاسخ های آنها را دریافت کنند. این افراد از این پس عضو یک اجتماع متغیر و ناپایدار خواهند بود و هویت سیالی را به همراه خواهند داشت. راین گولد در این ارتباط تغییرات فرهنگی عظیمی را پیش بینی می کند که ناشی از تأثیرات استفاده از اینترنت بر فرد خواهد بود:

«... آیا وابستگی و سرسپردگی ها، آنچنان که ما درباره شان می دانیم، در جایی



**■ تکنولوژی های جدید ارتباطی، پیامدهای گوناگونی دارند که به نظر می رسد مهم ترین آنها در حوزه فرهنگ تجلی می یابد.**

**■ صاحبان رسانه های الکترونیکی جدید (در اینجا منظور تلویزیون های ماهواره ای موجود اینترنت و سایر خدمات مربوط به اینترنت است) نوع جدیدی از اطلاع رسانی را در دستور کار خود قرار داده اند که عمده تأثیرات گوناگون سیاسی، فرهنگی می شود.**

که هویت ها سیالند، حتی امکان وجود خواهند داشت؟... ما هویت هایمان را رمزدار کرده، به واژه هایی روی صفحه رایانه تبدیل می کنیم و هویت های دیگر را از حالت رمز در می آوریم و آشکار می کنیم.<sup>۲۸</sup> انسان ها روی صفحات مجله اینترنت، با «غریبه ها» ارتباط برقرار می کنند. بدون ایما و اشاره های دیداری درباره جنس، سن، نژاد و جایگاه اجتماعی و در جهاتی که در غیر این صورت مورد اجتناب قرار می گرفت، بین افراد گفت و گو می گیرد. مشارکان (Participants) در این اجتماعات بالقوه، غالباً بدون فرونشاندن احساسات و افکارشان، آنها را بیان می کنند و گفت و گوها به سرعت پیش می رود و گسترش می یابد.

مناسبات جدیدی که متأثر از رسانه های الکترونیکی نوظهور شکل می گیرد، خرده دنیایی را به وجود می آورد که در آن افراد جدا از دیگران

هستند و هیچ کس نمی تواند بدون موافقت صریح آن افراد، از آن خرده دنیا اطلاعات و شناختی به دست آورد. در این مناسبات، فرد در گمنامی خود سیر خواهد کرد و به عنوان یک «ذره» در نقابی پنهان، اندیشه مستقل خود را از «دیگری» مصون خواهد داشت.

در این مقاله آنچه که مطرح شده است، عموماً ناظر بر پیامدهای فرهنگی رسانه های الکترونیکی جدید است، پیامدهای اقتصادی و خصوصاً سیاسی این رسانه ها خود مقولات و موضوعات پر دامنه ای اند که بحث های مفصل و جداگانه ای را می طلبد و هر یک از آنها نیز می تواند موضوع مقاله مستقلی باشد. اما در بخش پایانی این مقاله سعی می شود تا مطابق آنچه که در صفحات قبل گفته شد، مروری بر تأثیر رسانه های جدید الکترونیکی بر فرهنگ ایران داشته باشیم و چشم اندازی را که این رسانه ها برای فرهنگ کشورمان ترسیم می کنند، فهرست بندی کنیم.

#### مورد ایران

بحث از پیامدهای فرهنگی رسانه های جدید الکترونیکی در ایران، به واقع نیازمند یک بررسی و تحقیق همه جانبه است و کمتر در قالب یک مقاله، قابل تبیین است. از این رو، آنچه که در ادامه می آید صرفاً طرح این بحث و فهرستی از پیامدهای فرهنگی رسانه های الکترونیکی جدید در ایران است. در عین حال این بحث می تواند به سهم خود چشم اندازی از تأثیر رسانه های جدید الکترونیکی بر فرهنگ ایران ترسیم کند.

از یک منظر و مطابق آنچه که از پیامدهای رسانه های الکترونیک جدید در این مقال گنجانده شده است، جهان و به تبع آن ما (یعنی کشور ایران) وارد عصر دوم رسانه ها شده ایم که برخلاف دوره مدرن و عصر اول رسانه ها، آینده آن



به طور کامل قابل پیش‌بینی نیست. عصر دوم رسانه‌ها که در آن رسانه‌های الکترونیک جدید حاکمیت دارند و اطلاعات، حرف نهایی را می‌زند، پدیده‌ها کمتر قابل پیش‌بینی شده‌اند. جهان امروز، جهانی انباشته از سرگشتگی‌ها، دودلی‌ها، تردیدها، عدم قطعیت‌ها (حتی علوم طبیعی و فیزیک نیز از آن در امان نماندند) سوالات جدید، ریسک‌ها و در یک کلام جهان بی‌ثبات و بسیار متغیر است. این جهان، دیگر مثل گذشته منظم و کاملاً قابل کنترل نیست. این جهان پیامدهای ناخواستی بسیاری دارد. با این رویکرد بی‌تردید می‌توان گفت تماسی مواردی که در صفحات قبل به عنوان پیامدهای رسانه‌های جدید الکترونیکی ذکر شده است، همگی در مورد ایران نیز صدق می‌کند. رسانه‌های جدید الکترونیکی از این پس نقش بسیار مؤثری در تغییرات فرهنگی ایران ایفاء خواهد کرد. علاوه بر این به نظر می‌رسد که پیامدهای این وسایل در ایران حتی بسیار بیشتر از آن باشد که در صفحات قبل ذکر شده است. صرف‌نظر از قابل پیش‌بینی نبودن همه پیامدهای این وسایل، باز به نظر می‌رسد، به خاطر «خاص» بودن مورد ایران تأثیر این وسایل بیش از جاهای دیگر باشد. کشورمان ایران بعد از انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ به طور کلی در عرصه فرهنگ بسته عمل کرد و رادیو و تلویزیون دولتی ماند. همچنین حوزه مطبوعات، کتاب، موسیقی، سینما و هنر از گستره رقابت دور بوده است. از این‌رو، در حال حاضر به نظر می‌رسد اشتباهی سیری‌ناپذیری نسبت به آنچه که در آن سوی مرزها (خصوصاً اروپا و آمریکا) می‌گذرد، وجود دارد. البته این امر، در جای خود می‌تواند بسیار خطرناک و ویرانگر باشد. امروزه فرهنگ در غرب به صورت کالا در آمده و تجاری شده است و بازار خود را

**■ مهم‌ترین مسأله در شیوه اطلاع‌رسانی جنگ خلیج فارس، مسأله انتقال آنی حوادث از محل درگیری به اتاق‌های نشیمن در آمریکا و سپس مخابره آن به سراسر جهان بود.**

**■ ویلیام ملودی معتقد است «در هر فرآیند ارتباطی که بین شرکت‌های پیشرفته غربی و کشورهای جهان سوم برقرار می‌شود، همیشه منافع و نیازهای شرکت‌های فراملی و پیشرفته غربی تأمین می‌شود.**

می‌جوید. کشورمان ایران اگر نتواند در رقابت سختی که در حوزه فرهنگ در گرفته است با دست پر وارد شود زبان بسیار زیادی خواهد دید. اکنون دیگر نمی‌توان و نمی‌باید دور خود حصار کشید و خود را از دنیا دور نگه داشت. دنیا (و خصوصاً غرب) وارد شده است و رسانه‌های الکترونیک جدید مظاهر آن هستند. در یک نگاه اجمالی مهم‌ترین آثار این وسایل را برای ایران می‌توان چنین برشمرد:

۱- اطلاع‌رسانی غیرقابل کنترل اطلاعاتی که اکنون از طریق فکس، اینترنت (پست الکترونیکی و وب سایت‌ها) و ماهواره‌ها ارسال می‌شود کمتر از طرف حکومت‌ها قابل کنترل است. در عصر جدید، شهروندانی که توانایی تهیه لوازم مربوط به اینترنت را در اختیار دارند، به راحتی می‌توانند اطلاعات روزآمد را از آن سوی جهان دریافت دارند و در همان حال اطلاعاتی نو

تولید کرده و در اختیار مخاطبان خود قرار دهند. رسانه‌های الکترونیک جدید مرزها را شکسته است و حکومت‌ها کاری در این زمینه نمی‌توانند بکنند. اطلاع‌رسانی به شیوه جدید سبب شکستن انحصار رسانه‌های داخلی شده و افراد را قادر می‌سازد منبع اطلاعاتی خویش را تعیین کنند. کشورمان ایران به هیچ‌وجه در این خصوص نمی‌تواند اطلاعات را کنترل کرده و به دلخواه خود در دسترس مخاطبانش قرار دهد. زمان به نفع تکنولوژی‌های جدید ارتباطی و به زیان شیوه‌های سنتی و انحصاری اطلاع‌رسانی در ایران است.

۲- ظهور انسان‌های با تابعیت بین‌المللی شیوه جدید اطلاع‌رسانی به نوبه خود سبب آگاهی‌های جدید شده و انسان‌های نو می‌آفریند. اطلاعاتی که در عصر دوم رسانه‌ها تولید و عرضه می‌شود، غالباً مخاطبان فراملی و بین‌المللی دارد. انسان‌های بی‌شماری با «دیگران» و «غریبه‌ها» ارتباط برقرار کرده و تبادل اطلاعات می‌کنند. به همین جهت این شیوه اطلاع‌رسانی فرهنگ خاصی (جهانی و غربی) را ترویج می‌کند و مخاطبان (مصرف‌کنندگان) اندک اندک بیش از آن که خود را متعلق به قوم، فرهنگ و کشور خاصی بدانند، خود را انسانی با تابعیت جهانی و بین‌المللی خواهند نامید. انسان‌های عصر دوم رسانه‌ها، با وجود فاصله فیزیکی بسیار، می‌توانند به یکدیگر بسیار نزدیک باشند. یک ایرانی ممکن است بیش از آن که با همسایه خود دوست باشد، با یک آمریکایی یا خارجی که همیشه با او از طریق اینترنت در ارتباط است دوست شود.

۳- رواج فرهنگ جهانی (و غربی) در ایران فرهنگ غربی و خصوصاً آمریکایی که



استفاده از این وسایل را خواهند داشت. این امر سبب می‌شود که یک قشر همچنان مثل گذشته بیشتر از امکانات (و حال امکانات اطلاعاتی) استفاده کند و خود را از هر لحاظ روزآمد و همگام با فرهنگ روز جهان نگه دارد و اقشار دیگر از دسترسی به آن محروم باشند و توانایی استفاده از آن را نداشته باشند.

#### ۶- زبان

یکی از مواردی که در بحث پیامدهای وسایل الکترونیکی باید آن را جدا از مباحث دیگر فرهنگی، به‌طور مجزا مدنظر قرار داد، زبان است. در رسانه‌های الکترونیکی جدید، غالباً زبان انگلیسی سلطه دارد و می‌خواهد خود را به همه (فرهنگ) کشورها از جمله ایران تحمیل کند. نفوذ و گسترش زبان انگلیسی از طریق تلویزیون‌های ماهواره‌ای و اینترنت در جای خود می‌تواند مهم‌ترین تهدید علیه زبان فارسی قلمداد شود.

#### ۷- فقدان سانسور

رسانه‌های الکترونیکی جدید از قوانین ملی کشورهای مختلف پیروی نمی‌کنند و از این رو قانونمند و مرزپذیر نیستند. عدم پیروی از مقررات دولت‌ها سبب شده است که این وسایل ماهیتی جهانی و غیرمتمرکز پیدا کرده و دست‌اندرکاران آنها مطابق امیال و سلیقه‌های خود عمل کنند. از این‌رو آنها برنامه‌ها را مطابق میل خود (یا میل مخاطبان خود) می‌سازند و روی آنتن می‌فرستند. فقدان سانسور در اینترنت نیز مانند تلویزیون‌های ماهواره‌ای اطلاعات طبقه‌بندی شده و حتی تصاویر مغایر شئون اخلاقی (پورنو گرافیک) را به راحتی در دسترس استفاده‌کنندگان قرار می‌دهد. این امر خصوصاً برای کشورهای بی‌مانند ایران که از نظر فرهنگی دارای سیستمی بسته هستند می‌تواند بسیار

■ **خدمات پیام‌رسانی الکترونیکی (رایانه‌ای) نیز به نوبه خود، نوعی ارتباط را بنا نهاده است که آن هم، فرهنگ نگارش با دست و چاپ را واژگون می‌کند.**

■ **بسیاری از کشورهای جهان، خصوصاً کشورهای جهان سوم و کمتر توسعه یافته امیدوارند با رشد و توسعه تکنولوژی‌های جدید ارتباطی راحت‌تر بتوانند به اطلاعات، دانش و آگاهی و فناوری‌های پیچیده دست یابند و در مسیر توسعه گام بردارند.**

وابسته به غرب خواهد ساخت. هویتی را که رسانه‌های الکترونیکی جدید ترویج می‌کنند و در صدد ساختن آن هستند، هویت فراملی و احتمالاً هویت غربی است. این هویت می‌تواند با هویت ملی ایرانی در تضاد قرار گیرد.

#### ۵- افزایش نابرابری‌ها و طبقاتی شدن بیشتر

هر چند گفته می‌شود وسایل الکترونیکی جدید ارزان و در دسترس است، اما باید به خاطر داشت که به هر حال این وسایل و استفاده از خدمات آنها هزینه‌هایی در بر دارد و همگان نمی‌توانند از آنها استفاده کنند. تحصیل کردگان (بالا)، ثروتمندان و شهرنشینان و خصوصاً شهروندان تهرانی عمده استفاده‌کنندگان این وسایل در حال حاضر هستند. از این‌رو دانشجویان، فقرا، روستائیان، ساکنان شهرهای کوچک و به‌طور کلی اقشار آسیب‌پذیر جامعه کمتر توانایی

امروزه به عنوان فرهنگ جهانی در سراسر گیتی شهرت یافته است، از طریق وسایل الکترونیکی جدید در حال گسترش است. تلویزیون‌های ماهواره‌ای (خصوصاً به دلیل آن که اکنون سیستم آن از آنالوگ (Analog) به دیجیتال (Digital) در حال تغییر است و از این پس شهروندان سراسر جهان می‌توانند با کمک آنتن‌های بشقابی بسیار کوچک همزمان به تماشای چند ده کانال بنشینند) که غالباً به زبان انگلیسی برنامه پخش می‌کنند و فیلم‌ها و شوهای آمریکایی نمایش می‌دهند و شبکه خبری C.N.N و B.B.C در آن میداننداری می‌کنند، همگی چیزی جز ترویج فرهنگ غربی را در دستور کار خود ندارند. اینترنت نیز در این زمینه دست کمی از تلویزیون‌های ماهواره‌ای ندارد. این وسایل هم اکنون به قدری در ایران نفوذ کرده‌اند که صرفاً یک مورد از اثرات فرهنگی آنها را در پیروی شهروندان ایرانی از مدهای مختلف لباس و موی ورزشکاران غربی و هنرپیشه‌های معروف هالیوود می‌توان مشاهده کرد. موسیقی در این خصوص نیز جای خود دارد. رواج فرهنگ غربی در ایران به گونه‌ای است که به نظر می‌رسد در آینده نه چندان دور تبدیل به «فرهنگ برتر» شود.

#### ۴- تغییر هویت نزد جوانان

نفوذ سریع و گسترده وسایل الکترونیکی جدید و در همان حال، بسته بودن فضای فرهنگی کشور سبب شده است تا تغییر هویت نزد جوانان ایرانی خیلی زود حادث شود. رسانه‌های الکترونیکی جدید از نظر هویتی و وضعیت تازه‌ای ایجاد کرده که بسیاری از جوانان کاربر این وسایل در ایران هم‌اکنون مثل غریبان رفتار می‌کنند، لباس می‌پوشند (و موسیقی‌های آنها را گوش می‌کنند). این وسایل در آینده نه چندان دور، کاربران آن را در ایران متفعل و از نظر ذهنی کاملاً

خطرناک و افسون‌گر باشد.

## ۸- رواج فردگرایی و انزواطلبی

وسایل الکترونیکی جدید در مجموع سبب رشد فردگرایی و انزوی اجتماعی افشار استفاده‌کننده آن خواهد شد. استفاده‌کنندگان این وسایل زمان‌های طولانی را با آنها می‌گذرانند و در گوشه‌ای با خیالپردازی و بازیگوشی و به دور از هر گونه سروصدا و مزاحمت در دنیای خود سیر خواهند کرد. این وسایل نوع جدیدی از مناسبات اجتماعی را در ایران و در نزد افشار استفاده‌کننده، به دنبال خواهد داشت که در مجموع منجر به افزایش کنش‌های فردی و ظهور انسان‌های منزوی، گوشه‌گیر و کم‌تحرك می‌شود. این انسان‌ها بعدها از نظر ارتباطی با دیگر شهروندان مشکل پیدا خواهند کرد و جامعه را درگیر یک تضاد میان کنشی خواهد ساخت. رواج و گسترش وسایل الکترونیکی جدید در ایران منجر به افزایش انسان‌های گوشه‌گیر، کم‌تحرك و منفعل خواهد شد.

## چالش اساسی

تودیدی نیست که پیامدهای فرهنگی و اجتماعی رسانه‌های الکترونیک جدید در ایران را می‌توان با ذکر موارد دیگر، همچنان برشمرد. اما آنچه که در این مقاله مورد توجه بوده است، بیشتر پیامدهای فرهنگی و اجتماعی رسانه‌های الکترونیک جدید به عنوان یک مسأله جدید است. این مسأله، خصوصاً در شرایطی که فرهنگ تبدیل به کالا شده و مرزها را درنوردیده و هرکجا که تقاضا برای آن وجود داشته باشد وارد می‌شود و در شرایطی که کشورمان به‌طور رسمی وارد مبادلات فرهنگی جهان نشده و دور خود حصار کشیده و از سیستم بسته فرهنگی دفاع می‌کند، بیشتر جلب توجه می‌کند. جهان، وارد عصر تازه‌ای شده است که در آن رسانه‌های الکترونیک

■ در جامعه جدید، جهان که به نظر مارشال مک لوهان در عصر ارتباطات به دهکده کوچک تبدیل شده بود، به صورت یک دهکده الکترونیک در آمده است.

■ هنگامی که از عصر انفجار اطلاعات و عصر رسانه‌های جدید الکترونیک سخن به میان می‌آید، بی‌درنگ این نکته در ذهن تداعی می‌شود که در این عصر افراد به‌طور برابر و یکسان به اطلاعات دسترسی خواهند داشت.

جدید حاکمیت پیدا کرده‌اند. این رسانه‌ها، مرزها را شکسته و هر جا که بخواهند وارد می‌شوند. همچنین این رسانه‌ها، کالای دیگری جز کالاهای فرهنگی و اطلاعاتی عرضه نمی‌کنند. رسانه‌های جدید در همه کشورهای جهان، در درجه اول روی گروه‌های مرجع و نخبگان فکری، فرهنگی و... تأثیر می‌گذارند و اینها نیز دنباله‌روها و پیروانی دارند که از الگوهایشان پیروی می‌کنند. به عبارت دیگر فرهنگی را که رسانه‌های جدید در صدد ترویج آن هستند خیلی سریع در تمام کشورها و از جمله در کشور ما رواج می‌یابد و فرهنگ ما را به چالش می‌کشد. رسانه‌های جدید، وارد شده و ریشه دوانده‌اند، بنابراین راه درست مواجهه با چنین ورود بی‌وقفه‌ای شناخت آن و برخورد علمی و آگاهانه با جلوه‌های آشکار آن است. □

## منابع و مآخذ

- ۱- به نقل از رسانه‌ها و فرهنگ، مجموعه مقالات ش ۲، کتاب سروش، ۱۳۷۶، ص ۲.

2- Frank Webster, Theories of the Information Society, Rutledge, 1995, p.3.

3- Ibid, pp. 2-6.

۴- مارک پاستر، عصر دوم رسانه‌ها، ترجمه غلامحسین صالحیار، مؤسسه ایران، ۱۳۷۷، صص ۱۴، ۱۵، ۷۶، ۷۸.

۵- ر.ک. جرالد ساسن و جان ای. لنت، ارتباطات فراملی و جهان سوم، ترجمه طاهره ژبان حیدری، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۴، جریس هسنون - اوما نارولا، تکنولوژی‌های جدید ارتباطی در کشورهای در حال توسعه، ترجمه داوود حیدری، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۹.

۶- مارک پاستر، همان، صص ۵-۷۴.

7- Theodor Adorno and Max Horkheimer, Dialectic of Enlightenment, Trans, John Cumming New York, 1972, p. 121.

۸- مارک پاستر، همان، صص ۴-۲۱۳.

۹- همان، صص ۶-۲۸۵؛ هرمان و چاسکی، فیلترهای خبری، ترجمه نژاد میرفرخایی، مؤسسه ایران، ۱۳۷۷.

۱۰- مارک پاستر، همان، صص ۱۳۴-۱۳۰.

۱۱- جرالد ساسن و جان ای. لنت، همان، صص ۶۴-۶۵.

۱۲- ساین دورینگ، مطالعات فرهنگی، ترجمه

حمیرا مشیرزاده، مؤسسه آینده پویان، ۱۳۷۸، ص ۴۶۵.

۱۳- همان، ص ۴۶۴.

۱۴- همان، صص ۵۹-۳۹.

۱۵- مارک پاستر، صص ۱۱۲-۱۱۱.

۱۶- همان، صص ۶۹-۶۸.

۱۷- همان، ص ۱۲۸.

۱۸- همان، صص ۵۱-۱۳.

۱۹- همان، ص ۵۹.

۲۰- همان، صص ۶۲-۶۰.

21- Frank Webster, Ibid, p. 91.

22- Ibid.

23- John B. Thompson, Ideology and modern culture, polity press, 1994. p. 214.

24- The media and modernity, polity press, 1997. 190.

۲۵- مارک پاستر، همان، ص ۵۹.

۲۶- همان، ص ۶۹.

۲۷- همان، ص ۷۰.

۲۸- همان، ص ۷۲.