

تأثیر اینترنت بعنوان ابزار مهم ارتباطی بر فرهنگ

محمد رضا رضوانی*

امروزه، کمتر کسی است که با مفهوم اینترنت و عباراتی چون بزرگراه اطلاعاتی، دنیای مجازی و یا دهکده جهانی آشنائی نداشته باشد. اینترنت در قالب مجموعه‌ای از شبکه‌های متصل به هم، افراد مختلف در سراسر دنیا را به یکدیگر و نیز پایگاههای اطلاعاتی بزرگ ارتباط می‌دهد. برقراری ارتباط و قرار گرفتن در این بزرگراه اطلاعاتی و زندگی در دنیای مجازی و یا دهکده جهانی دارای ویژگیهایی است که در این مختصر به آن پرداخته و اثرگذاری آن بر فرهنگ را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

بطور کلی اینترنت بعنوان یک ابزار ارتباطی، کلیه افراد، خانواده‌ها، سازمانها، مراکز تحقیقاتی، دانشگاهها، مراکز فرهنگی و تفریحی، شرکتهای تجاری و خلاصه اینکه همه نهادهای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی را به هم متصل کرده است بطوریکه امکان ایجاد تبادل اطلاعات را بصورت چند منظوره صوتی و تصویری بوجود آورده است. این ابزار ارتباطی عرصه تاخت و تاز شرکتهائی شده است که در زمینه برنامه‌های مختلف تفریحی، سرگرمی، آموزشی و... فعالیت جدی

*- عضو شورای پژوهشی و هیأت علمی فصلنامه.

دارند زیرا از این طریق می‌توانند به سهولت و بصورت On-Line^(۱) وبدون اتلاف وقت و حتی بدون محدودیت و با کمترین هزینه به مخاطبین خود دست پیدا کنند. بدین ترتیب ویژگیهای مهم اینترنت، سهولت و سرعت در برقراری ارتباطات و پائین بودن هزینه در مقایسه با سایر رسانه‌های اطلاع رسانی جمعی می‌باشد و براحتی می‌توان در خانه، مدرسه، دانشگاه، شرکت و یا سازمانی که به اینترنت وصل است، دنیا را در دست گرفت. اطلاق دهکده جهانی نیز ناشی از سرعت ارتباطات و سهولت دسترسی آحاد جامعه به یکدیگر می‌باشد. به همین دلیل طی چند سال اخیر اینترنت گسترش زیادی یافته که این گسترش معطوف به مقدار اطلاعات و خدمات اطلاع رسانی و همچنین تعداد افراد و گروههای اجتماعی که به اینترنت دسترسی پیدا کرده‌اند، بوده است و در حال حاضر خدمات اینترنت مورد استفاده کلیه اقشار جامعه قرار می‌گیرد. زیرا تقریباً همه افراد می‌توانند آنچه را که می‌خواهند بر روی شبکه اینترنت منتشر نمایند و یا آنچه را که نیازمند هستند، دریافت نمایند. بعبارتی تعداد پایگاههای اطلاع رسانی در سراسر جهان آنقدر چشمگیر است و همچنین امکان ایجاد سایتهای مورد نظر اطلاعاتی فراهم است بطوریکه تمامی موضوعات و زمینه‌های مختلف علوم و فنون به سهولت تحت پوشش شبکه اینترنت قرار می‌گیرند. به همین جهت نیز اینترنت دائماً در حال رشد و توسعه است و از آغاز بکارگیری آن یعنی از اوایل دهه ۱۹۷۰ پی‌درپی بر کاربران آن افزوده می‌شود بطوریکه امروزه تعداد استفاده کنندگان از اینترنت به صدها میلیون نفر رسیده است. البته اینترنت ابتدا بصورت یک شبکه کوچک در اختیار دولتها و

۱- در تبادل اطلاعات بطوریکه ارتباط صحیح و دوسویه و بصورت مستقیم از طریق شبکه مرکزی برقرار گردد، اصطلاحاً On-Line یا متصل نامیده می‌شود.

دانشمندان بود، سپس از سال ۱۹۹۱ عمومیت یافت.^(۱)
 طبق برآورد و پیش‌بینی‌ها، روند کاربران یا استفاده‌کنندگان از اینترنت در سالهای گذشته و آینده به شرح جدول شماره (یک) خواهد بود.^(۲)

جدول شماره (۱) - برآورد جمعیت اینترنتی

سال	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۲	۲۰۰۵
تعداد کاربران	۲۵۹ میلیون نفر	۳۴۹ میلیون نفر	۴۹۰ میلیون نفر	۷۶۵ میلیون نفر

براساس تحقیقات انجام شده تحت عنوان " اینترنت و زندگی آمریکائی"^(۳)، بدنبال رشد اینترنت در آمریکا، مردم آمریکا وقت کمتری با دوستان و حتی خرید از مغازه‌ها و یا تماشای تلویزیون صرف می‌کنند و بیشتر کارهای خانه را به عهده مستخدم می‌گذارند و از منزل از طریق اینترنت به کارهای اداری می‌پردازند. بنابراین با گسترش اینترنت و بهره‌گیری از تکنولوژی جدید ارتباطات، فرهنگ نوین کار، مصرف، معاشرت، تفریح و سرگرمی جایگزین فرهنگ و ارتباطات سنتی گردیده است.

طبق بررسی‌های فوق که به تفکیک گروه‌های استفاده‌کننده از اینترنت و مدت زمان استفاده از آن طی جدول شماره (دو) آمده است، از بعد مناطق سکونت،

۱- اینترنت در دنیای مدرن Noel Estabrook - ترجمه علیرضا جباریه - انتشارات جهان نو -

۲- برای کسب جزئیات بیشتر در خصوص جمعیت اینترنتی به کتاب "تجارب الکترونیک" تألیف حسین احمدی و ویرجینیاری از انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران مراجعه شود.

۳- Internet & American Life - John B.Horrigan- october 31, 2001-WWW.pewinternet.org

مردم حومه شهر بعنوان بیشترین استفاده کنندگان از اینترنت مطرح بوده و نیز بیشترین مدت زمان استفاده از اینترنت را بخود اختصاص داده‌اند. مقایسه‌های دیگر بر اساس جنسیت، گروههای سنی، نژادها و گروههای آموزشی به شرح جدول مذکور تصریح شده است.

جدول شماره (۲) - بررسی ویژگیهای کاربران اینترنت در آمریکا

نوع تفکیک	مشخصات	تعداد استفاده‌کنندگان از اینترنت	مدت زمان استفاده از اینترنت
منطقه سکونت	روستایی	۲۰٪	۱۶٪
	حومه شهری	۴۶٪	۵۴٪
	شهری	۳۴٪	۲۹٪
جنسیت	مرد	۴۸٪	۵۳٪
	زن	۵۲٪	۴۷٪
گروههای سنی	۱۸-۲۴	۲۱٪	۱۳٪
	۲۵-۳۴	۲۵٪	۲۴٪
	۳۵-۴۴	۲۷٪	۲۹٪
	۴۵-۵۴	۱۶٪	۲۳٪
	۵۵+	۱۱٪	۱۱٪
نژادها	سفید	۷۴٪	۸۱٪
	سیاه	۱۰٪	۹٪
	اسپانیایی و پرتغالی	۱۱٪	۵٪
	سایر	۵٪	۶٪
گروههای آموزشی	دبیرستان و کمتر	۳۹٪	۲۵٪
	دانشگاه	۳۰٪	۲۷٪
	فارغ التحصیلان مراکز آموزشی	۳۱٪	۴۸٪

همچنین شبکه تلویزیونی "یورونیوز" با بررسی کاربران اینترنتی اروپا، رواج این تکنولوژی پیشرفته در میان جوانان اروپایی را مورد بررسی قرار داده است. بر اساس این گزارش اسپانیا و انگلیس به ترتیب ۵۸٪ و ۳۰٪ بیشترین سهم

استفاده کنندگان از امکانات اینترنتی را بخود اختصاص داده‌اند. بعلاوه بیشتر جوانان اروپائی ۱۵ تا ۲۴ ساله از گفتگو یا چت (Chat) استفاده می‌کنند که بطور کلی هر کاربر اینترنت سه الی شش بار در ماه از چت استفاده می‌کند در حالیکه این میزان در مورد پیامهای فوری پنج الی یازده بار در هر ماه است.^(۱)

در ایران نیز یکی از بخشهایی که به شدت گسترش یافته است، اینترنت و خدمات مرتبط با آن است.^(۲) در سال ۱۹۹۹ میلادی یعنی حدود سه سال پیش فقط یک تأمین کننده خدمات و سرویسهای اینترنتی^(۳) (ISP) در کشور وجود داشت اما امروزه تعداد آنها به بیش از یکصد مرکز رسیده است.

البته علیرغم اینکه در غرب گسترش اینترنت مرهون بخش کاربران تجاری می‌باشد، در ایران بخش خصوصی استفاده از آن را گسترش می‌دهد. کارشناس مرکز تحقیقاتی "Pyramid" تعداد کاربران اینترنت در ایران را ۳۸۰۰۰۰ نفر تخمین زده است. عددی که هر ماه ۳۰ درصد افزایش می‌یابد.

بدین ترتیب بر مبنای تخمین فوق تعداد کاربران اینترنت در ایران در حال حاضر حدود نیم میلیون نفر برآورد می‌شود.

بعلاوه رشد اینترنت در ایران خارق‌العاده بیان شده است و در همین راستا اولین دانشگاه اینترنتی جزیره کیش در رشته "فن آوری اطلاعات" یا IT در سال جاری افتتاح گردیده است.^(۴)

۱- اینترنت و جوانان اروپایی - نشریه پگاه - شماره ۴۹ - ص ۳۲ (اردیبهشت ۱۳۸۱).

۲- ایران و اینترنت - ماهنامه کامپیوتری پردازشگر - شماره ۱۳ - ص ۵۰ - (دیماه ۱۳۸۰)

۳- Internet Service Provider

۴- اولین دانشگاه اینترنتی جزیره کیش، نشریه پگاه، شماره ۴۹، ص ۳۲ (اردیبهشت ۱۳۸۱).

نهایت اینکه اینترنت وابسته به مکان خاص، زمان خاص، موضوع خاص، علوم خاص و حتی افراد خاص نیست.

با توجه به مطالب فوق و کاربردهای مختلف اینترنت و ویژگیهای مهم آن در مقایسه با سایر رسانه‌های ارتباط جمعی، جایگزینی آن بخوبی محسوس است بنابراین جوامع باید ظرفیتهای و بسترهای مورد نیاز در استفاده از اینترنت را فراهم کنند.

اما جدا از مباحث فوق، بموازات گسترش شبکه اینترنت، تبادل اطلاعات و شناخت و آگاهی مردم از سایر فرهنگها و کشف ارزشهای جدید نیز گسترش می‌یابد و به سهولت امواج فرهنگی به هر خانه و اندیشه‌ای راه می‌یابد و منجر به تقابل میان فرهنگها، رشد آگاهی در سراسر دنیا و تعامل اندیشه می‌شود که می‌توان آن را از ماهیت اصلی شبکه فوق بشمار آورد. از سوی دیگر امواج محصولات شبکه همواره سازنده نیست زیرا کاربران گوناگون با اهداف مختلف، سیاستهای چندگانه و با ایدئولوژی متعدد در شبکه قرار می‌گیرند بطوریکه انتظار وحدت رویه و اهداف یکسان را نمی‌توان مترتب دانست. بعلاوه در فرایند تبادل اطلاعات شرایطی از قبیل انگیزه‌های تجاری بوجود می‌آید که مانع لحاظ اوضاع فرهنگی و نیازهای اجتماعی خواهد شد. در این حالت تعارض و ناهنجاریهای اجتماعی را باعث می‌شود و به مرور تأثیرپذیری از فرهنگ بیگانه بویژه از سوی جوانان و نوجوانان که در دوران بلوغ فکری و تزلزل اندیشه قرار دارند، صورت می‌گیرد و فرهنگ بومی، نگرشها و حتی بایدها و نبایدها را دستخوش تغییرات قرار می‌دهد. و در نهایت زمینه ساز فاصله بین نسل قدیم و نسل جدید می‌شود چراکه نسل قدیم متأثر از شبکه ارتباطات سنتی بوده است که چرخه تغییرات آن به کندی تحقق می‌یابد اما نسل

جدید برای برقراری ارتباط به تکنولوژی جدید و شبکه ارتباطات نوین متوسل است که سرعت تغییرات از ویژگیهای این شبکه محسوب می شود.

ابراز نگرانی نخست وزیر پیشین ژاپن در نشست بین‌المللی مبارزه با قاچاق مواد مخدر [ژاپن - توکیو - ۱۳۸۱/۲/۳] مبنی بر اینکه گسترش قاچاق مواد مخدر از طریق اینترنت نگران کننده است، مبین سوء استفاده از این ابزار ارتباطی و سرعت انتقال پیام و تغییرات فرهنگی است. وی در نشست فوق خواستار همکاری همه کشورها برای مقابله با آن شد.^(۱)

همچنین نتایج مطالعه انجام شده^(۲) پیرامون تأثیر استفاده از اینترنت بر خانواده، گویای کاهش پیوندهای اجتماعی ناشی از استفاده زیاد از اینترنت می باشد که این نکته نیز بر آثار بکارگیری اینترنت دلالت دارد.

بنابراین امروزه مقابله با نفوذ فرهنگی بیگانگان صرفاً با انجام متقابل فعالیتهای فرهنگی میسر است در نتیجه تا زمانی که عرضه محصولات فرهنگی مطابق نیاز و خواست مخاطبان داخلی نباشد، وابستگی فرهنگی و در نهایت تأثیرگذاری فرهنگ بیگانگان بر فرهنگ بومی را در بر خواهد داشت. لذا بمنظور ممانعت از تغییرات فرهنگی و حفظ هویت ملی و دینی، ضرورت دارد اقدام جدی در زمینه طراحی و خلق محصولات فرهنگی و ایجاد شبکه‌های اطلاع‌رسانی با در نظر گرفتن نیازهای افراد و گروههای اجتماعی و با بهره‌گیری از تکنولوژی جدید صورت گیرد.

۱- مواد مخدر و اینترنت، نگرانی جدید - ماهنامه سراب - شماره ۴۲ - ص ۲۲ - خرداد ۱۳۸۱.

۲- فرهنگ و پژوهش - سال ۱۳۸۱ - شماره ۸۷ - ص ۲۱.

خلاصه اینکه: برای توسعه فرهنگی باید برنامه‌ریزی جامع با لحاظ اهداف، نیازهای فرهنگی، ابزار، زمان‌بندی، و سرمایه‌گذاری طرحها مورد توجه نهادها و سازمانهای مرتبط قرار گیرد.

تولید محصولات فرهنگی و ایجاد شبکه‌های اطلاع‌رسانی مطابق نیاز و خواست مخاطبان داخلی و با بهره‌گیری از تکنولوژی جدید انجام شود.

اثرات منفی بهره‌گیری از شبکه‌های اطلاع‌رسانی مورد شناسایی و جهت مقابله با آنها فعالیتهای فرهنگی مؤثر طراحی و خلق شوند.

