

تحولات نوین ارتباطات و رهیافت‌های رسانه‌ای

ارتقای امنیت ملی و صیانت از هویت ملی

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۹/۳۰

تاریخ تأیید مقاله: ۹۲/۲/۱۴

امیر دبیری مهر*

چکیده:

بینابین مطالعات رسانه‌ای و ارتباطی از یکسو و مطالعات سیاسی و اجتماعی و فرهنگی از سوی دیگر مباحث و موضوعات مهم و مستحدثه‌ای وجود دارد که در ذیل مطالعات بین‌رشته‌ای قابل پژوهش و بررسی علمی و تحقیقاتی است. نوع و ابعاد این موضوعات به گونه‌ای است که هر یک از رشته‌های مذکور بطور مستقل و منفک شده توان تحلیل جامع آنها را ندارد و پژوهشگران به‌منظور دستیابی به اهداف پژوهشی ناگزیر به روی آوری به مطالعات بین‌رشته‌ای^۱ هستند. برای مثال مفهومی مانند امنیت ملی^۲ ذاتاً در ذیل مطالعات سیاسی و بین‌المللی قابل پژوهش است و مفهومی مانند هویت ملی^۳ ذاتاً در ذیل مطالعات فرهنگی و جامعه‌شناختی قابل بحث است و تحولات ارتباطی و رسانه‌ای و اطلاعاتی نیز در ذیل علوم ارتباطات رصد و تحلیل می‌شود. اما چگونه می‌توان رابطه و تعامل پیچیده و چندجانبه^۴ این سه مفهوم را با تکیه بر یکی از این شاخه‌های دانش تحلیل کرد؟ راهکار مؤثر پیش روی محققان، مطالعات بین‌رشته‌ای است. در این مقاله با اشاره به تحولات نوین عرصه‌های «ارتباطات و اطلاعات و رسانه»^۵ و پیامدهای گوناگون آن بر ساحت‌های فرهنگی و سیاسی و اجتماعی، دو مفهوم امنیت ملی و هویت ملی و تأثیراتی که این دو از تحولات مورد اشاره می‌پذیرند مورد بازکاوی و پژوهش قرار می‌گیرند. به‌ویژه که امنیت ملی در عصر نوین در معرض تهدیدات نوینی قرار دارد و هویت ملی نیز در عصر جهانی شدن با تهدیدها و آسیب‌های متفاوتی روبروست. از منظر نگارنده می‌توان فرصت‌ها و رهیافت‌های رسانه‌ای ارتقای امنیت ملی و هویت ملی را با تأکید بیشتر بر هویت ملی در مدیریت رسانه‌ای و در فرایند تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری^۶ مورد تأمل نظری قرار داد.

واژگان کلیدی: ارتباطات نوین، رهیافت‌های رسانه‌ای، هویت ملی، امنیت ملی.

* دکتری علوم سیاسی واحد تهران مرکز دانشگاه آزاد Email: a.dabirimehr@irib.ir

1. interdisciplinary
2. National security
3. national identity

4. complex & multifaceted
5. CIM: communication & information & media
6. decision - making

چارچوب نظری و مفهومی این مقاله در گرو تبیین رابطه دو مفهوم کلیدی امنیت ملی و هویت ملی است (Franklin & others 2009). در صورتی که رهیافت هویتی و فرهنگی تأمین امنیت ملی تبیین گردد، به گونه‌ای که صیانت از هویت فرهنگی و تقویت آن به ارتقای امنیت ملی کمک کند، در گام بعد باید رهیافت‌های رسانه‌ای ارتقای این دو مفهوم یعنی هویت ملی و امنیت ملی با اولویت و تقدم منطقی^۱ هویت ملی به بحث گذاشته شود. اولویت و تقدم مذکور از این جهت مهم است که در مفروض اصلی^۲ ما امنیت ملی تابعی از هویت ملی است و رابطه همبستگی و پیوستگی^۳ با آن دارد و به عبارت دیگر تقویت و ارتقای هویت ملی به ارتقای امنیت ملی می‌انجامد و شناسایی و تبیین رهیافت‌های رسانه‌ای ارتقای هویت ملی ضمن تقویت چارچوب‌ها و مرزهای هویتی و فرهنگی ایرانیان، سطح امنیت ملی ایران را نیز بالا می‌برد.

۱. رابطه هویت ملی و امنیت ملی

تبیین رابطه هویت ملی و امنیت ملی مهمترین بحث نظری و مفهومی در این نوشتار است. در میان تعاریف ارائه شده از سوی صاحب‌نظرانی مانند ماندل، هافندورن، اولمان، والتر لیمپن، باری بوزان و برژینسکی تعریف ماندل گویاتر است. رابرت ماندل امنیت ملی را جزو مسئولیت‌های حکومت‌های ملی می‌داند تا از تهدیدات مستقیم ناشی از خارج نسبت به بقای رژیم‌ها، نظام شهروندی و شیوه زندگی شهروندان خود ممانعت بعمل آورند. (mandel, 1994:83) هرچند اگر به سه موج تحول امنیت قائل باشیم، در موج دوم از ۱۹۸۰ به بعد مفهوم امنیت بین‌الملل همراه با ایده وابستگی متقابل و برقراری رژیم‌های بین‌المللی در مطالعات برخی از متفکران رواج یافت (ابراهیمی، ۱۳۷۹: ۱۸) و در موج سوم یعنی آغاز دهه ۱۹۹۰ به بعد واژه امنیت جهانی رواج یافت که در این موج جنبه‌های غیر نظامی امنیت به ویژه مسائل فرهنگی و هویتی برجسته شد (Steinhardt, 2011:21). در پارادایم اخیر تأکید بجای دولت‌ها بر «انسان» هاست.

اگر امنیت ملی را وضعیت پایدار و همه‌جانبه‌ای در گستره ملی بدانیم که توان هضم و حل تهدیدهای جزئی و کلی در محیط درونی و بیرونی را دارد، آنگاه امنیت ملی از

1. decision -making
2. main Assumption
3. continuity & solidarity

رهیافت‌های گوناگونی قابل تأمین است. برخی از این رهیافت‌ها عبارتند از:

۱-۱. رهیافت نظامی و انتظامی^۱:

برخی دولت‌ها تأمین امنیت ملی را از مجرا و بکارگیری توان نظامی در سرحدات و مرزها و توان انتظامی در حوزه داخلی پیگیری می‌کنند. در این رهیافت امنیت ملی تابعی است از شاخص‌های اعمال قدرت سخت (Gray, 2011:7). بدین‌گونه که نیروهای نظامی با صیانت از مرزها و نیروهای انتظامی با حفظ نظم و امنیت با بکارگیری همه ابزارهای اعمال زور، امنیت ملی را ایجاد کرده و حفظ می‌کنند. اما واقعیت این است که این رهیافت که اغلب در رژیم‌های اقتدارگرا اتخاذ می‌شود، از ابعاد نرم امنیت ملی غفلت می‌کند و این رژیم‌ها در شرایط بحرانی از همین زاویه آسیب‌پذیر هستند و زمانی که قدرت و پاد قدرت هم‌وزنی کنند، عنصر زمان همواره منجر به مضمحل شدن قدرت رسمی و در نهایت فروپاشی سیاسی می‌شود. (Roy, 2002:121)

۱-۲. رهیافت اقتصادی:

برخی دولت‌ها تأمین امنیت ملی را از مجرا و الگوهای اقتصادی پیگیری می‌کنند. در این رهیافت شاخص‌های قدرت اقتصادی مثل تولید ناخالص ملی^۲، درآمد سرانه^۳، بالا، تراز تجاری مثبت^۴، رشد اقتصادی و بهره‌وری تولید و... زیربنای امنیت ملی هستند. در واقع اقتصاد موفق و پویا هم زمینه‌های ناامنی را در سطح محلی و منطقه‌ای از بین می‌برد و هم توان لازم را به دولت‌ها برای مهار بحران‌ها می‌دهد. (potter, 1998:81) این رهیافت هرچند در بسیاری از کشورها از جمله کشورهای اسکاندیناوی یعنی سوئد، نروژ، دانمارک و فنلاند مدل موفق است و تجربه کارآمدی از خود نشان داده است؛ اما همه جوانب مورد نیاز برای امنیت ملی را تأمین نمی‌کند. چنانچه در پیشرفته و صنعتی‌ترین کشورها مانند آمریکا و فرانسه در ۲۰۰۵ و انگلستان هرازگاهی شاهد اغتشاشات و آشوب‌های بزرگی هستیم که امنیت ملی را در این کشورها خدشه‌دار می‌سازد. از این رو می‌توان گفت ضمن اینکه رهیافت اقتصادی از رهیافت‌های ضروری تأمین امنیت ملی است؛ اما به تنهایی نمی‌تواند ضامن امنیت ملی به شکل پایدار و همه‌جانبه باشد.

۱-۳. رهیافت فرهنگی و هویتی:

در سال‌های پس از فروپاشی شوروی توجه متفکران به ابعاد غیرنظامی امنیت مثل

1. Military approach
2. GDP
3. Per capita income
4. posit trade balance

تروریسم، حقوق بشر، محیط زیست، دموکراسی، آموزش و پرورش، مسائل دولت‌سازی و ملت‌سازی به همراه مسائل سنتی یعنی خلع سلاح تسلیحات و بازدارندگی دفاعی افزایش یافت (ابراهیمی: ۱۲۱).

در این رهیافت امنیت ملی یک امر اجتماعی، متکثر و توزیع شده در جامعه است که تک تک شهروندان با مجموعه باورها، ارزش‌ها، جهت‌گیری‌ها و انتخاب‌ها و رفتارهایشان در تقویت یا تضعیف آن ایفای نقش می‌کنند (katzenstein, 1996: 145). امنیت ملی در این رهیافت برآیند باورمتراکم شهروندان به پایه‌ها و مبانی امنیت جامعه است. برای مثال میهن‌دوستی و ملی‌گرایی مثبت و سازنده اگر بعنوان یک باور عمومی و فراگیر در روند جامعه‌پذیری شهروندان منتقل شود، یکی از پایه‌های فرهنگی و هویتی امنیت ملی است که به آسودگی زائل نمی‌شود (Fumiko Sasaki, 2012: 103). ملتی که مملو از حس و تعصب ملی و وطنی است بسیاری از تهدیدهای درونی و برونی را در نظام باورها و ارزش‌های خود هضم و مستحیل می‌کند و گاه این تهدیدها را به فرصت‌های همبستگی ملی تبدیل می‌سازد. در این رهیافت همه گزاره‌های فرهنگی و هویتی مانند تاریخ؛ ادبیات؛ اسطوره‌ها؛ شعر؛ قهرمانان ملی؛ آثار باستانی، مناسک دینی و ملی و مناسبت‌های فرهنگی و اجتماعی و تاریخی از سطح فرهنگی و هویتی بالاتر رفته و متضمن امنیت ملی می‌گردند. زیرا این گزاره‌ها از وضعیت موجود و مطلوبی برای ملت‌ها خبر می‌دهند که حفظ و صیانت از آن شرط لازم پیشرفت و توسعه است و همین تصور ذهنی که با کنش‌های فردی و جمعی تکمیل می‌شود، ضامن امنیت ملی است. اگر مقداری عینی‌تر بحث شود، می‌توان گفت زمانی که مرزهای فرهنگی و هویتی یک ملت به اندازه مرزهای جغرافیایی آن مهم باشد حساسیت و تقابل‌های هوشمند در برابر حمله‌های فرهنگی و هویتی نیز بالا رفته و جلو آسیب‌های فرهنگی با حمیت گرفته می‌شود و دیگران اجازه نمی‌یابند، ارزش‌های عمومی و فراگیر ملت‌ها را به سخره بگیرند یا در پوشش جهانی شدن و چند فرهنگی ارزش‌های بومی و ملی را در معرض نابودی یا تخفیف و تحریف قرار دهند.

به عبارت دیگر در این رهیافت سطح تحلیل انسان در کنار دولت خودنمایی می‌کند و مفهوم امنیت، ساخت‌شکنی و واسازی می‌شود. زیرا در دیرینه‌شناسی مطالعات امنیتی دو رهیافت «انتقادی» و «ساخت‌گرایی» مکتب مسلط و دیرپا در روابط بین‌الملل یعنی مکتب انگلیسی را که در برگیرنده واقع‌گرایی هابزی، آرمان‌گرایی کانتی و نهادگرایی گروسوسی می‌باشد به چالش طلبده‌اند و امنیت را به‌مثابه یک ساخت مطرح می‌کنند (ابراهیمی: ۱۳۱).

عنصر هویت در حوزه امنیت آنچنان اهمیت یافته که شاخه مطالعاتی جامعه‌شناسی امنیت از مرزها و تمایزهای هویتی بحث می‌کند که به واسطه سایر هویت‌ها مورد تجاوز واقع شده یا می‌شوند (نصری، ۱۳: ۱۳۸۱) به گونه‌ای که به باور برخی پژوهشگران سه موضوع («امنیت اجتماعی»، «سرمایه اجتماعی» و «جنبش‌های اجتماعی» سه رکن اصیل جامعه‌شناسی امنیت هستند و مؤلفه‌هایی مثل وفاق اجتماعی، همکاری گروهی، احساس تعلق خاطر به ارزش‌های اجتماعی، سرمایه و ظرفیت اجتماعی، گروه اندیشی، اعتماد اجتماعی، تشکل‌ها و جنبش‌های اجتماعی در این چارچوب قابل بحث هستند.

۲. تحولات نوین ارتباطات کدام جهان را در آینده می‌سازند؟

چند سالی است که دائم از انقلاب ارتباطات و اطلاعات سخن می‌گوییم و از تحولات و تغییرات به روز در این عرصه سخن می‌گوییم و اینکه مختصات زندگی در عصر اطلاعات و ارتباطات به کلی دگرگون شده است (Wilson, 2004)، اما الزامات آینده پژوهانه ما را به تأمل درباره آینده‌ای دعوت می‌کند که با تحولات تدریجی امروز در حال وقوع است. زیرا تحولات ارتباطی در امروز و فردا منفک و برکنار از دیگر تحولات اجتماعی و فرهنگی نیست و نمی‌توان منتظر رخدادهای آن بود و شرایط و اوضاع فرهنگی و اجتماعی را با آن تطبیق داد، بلکه باید با شناخت فرایندهای در حال وقوع و در نظر گرفتن چشم‌اندازهای مطلوب فرهنگی و هویتی و اجتماعی از تحولات ارتباطی در این راستا بهره‌برداری کرد.

مک لوهان مهمترین ویژگی‌های عصر ارتباطات را «سرعت بالای فناوری ارتباطی و انفجار زمان و فضا»، «سیاسی شدن انسان با افزایش شدید آگاهی‌های سیاسی و اجتماعی مردم جهان» و «راز زدایی از انسان و جامعه در دنیای پیش از ارتباطات» می‌داند (پرویزی، ۲۰: ۱۳۸۶).

تافلر با طرح سه مرحله تاریخ یعنی کشاورزی، صنعتی و ارتباطات، نماد موج سوم تاریخ را رایانه می‌داند که با تبادل سریع اطلاعات و گسترش ارتباطات منجر به تغییرات اساسی در ساختارهای سیاسی و اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی می‌شود، ویژگی‌های ساخت ارتباطات در موج سوم از نظر تافلر عبارتند از: واکنش‌پذیری، تحرک، تبدیل‌پذیری از یک رسانه به رسانه دیگر و انتقال‌پذیری و اصل حضور در همه جا (تافلر، ۱۳۷۶: ۱۲۵).

برای مثال رسانه‌های نوین و محیط ارتباطی رو به سوی کثرت‌گرایی دارد. این محیط در ذات خود با هر گونه تمرکز و انحصار مخالف است و یکسان‌انگاری را بر نمی‌تابد. البته برخی از کانون‌های قدرت رسانه‌ای تلاش می‌کنند از این کثرت‌گرایی برای هژمون‌سازی گزاره‌های

مدنظر خود استفاده کنند؛ اما همین تلاش هم با مقاومت جدی طرفداران کثرت‌گرایی مواجه شده است. برای مثال صاحبان بنگاه‌های رسانه‌ای امریکایی با تصور و توهمی درون‌گرایانه مدعی است پیروز میدان کثرت‌گرایی رسانه‌ای آموزه‌های هنری و فرهنگی امریکایی است. آنها نه در شعار بلکه در عمل مدعی‌اند که جاذبه‌های هنری و زیبایی‌شناسی و تکنیک‌های سینمایی و موسیقیایی و تلویزیونی رسانه‌های امریکایی به حدی بالا و متفاوت از دیگر رسانه‌هاست که مخاطبان جهانی فطرتاً و بطور غریزی به تولیدات و محصولات آنها گرایش دارند. اما واقع امر چیز دیگری است، امکانات گسترده تولید و توزیع و پخش رسانه‌ای در امریکا به اندازه‌ای گسترده و وسیع است که در قالب کثرت‌گرایی می‌تواند تولیدات خود را محصولات برتر کیفی معرفی نمایند. برای مثال حجم سرمایه‌گذاری و تولیدات هالیوود که بالغ بر ۳۰۰۰ فیلم سینمایی در سال است از بعد کمی توان رقابت را از دیگر حوزه‌های هنری و سینمایی می‌ستاند هرچند حوزه‌های رقیب واجد محصولات ارزشمند هنری باشند. در مجموع می‌توان گفت رسانه‌ها در گونه‌های مختلف امنیت تأثیرگذارند، امنیت ذهنی و عینی، امنیت فردی و عمومی، امنیت ملی و فراملی. رسانه‌ها همان‌گونه که در تضعیف پایه‌های امنیتی مؤثرند می‌توانند در ایجاد و تحکیم آن نیز کارآمد باشند. آنها می‌توانند با دور کردن طوفان احساس نامنی از فضای ذهنی افراد و جامعه به‌گونه‌ای عمل کنند که ضمن انعکاس واقعیت‌ها از بزرگ‌نمایی ناهنجاری‌ها و کاستی‌ها خودداری شود رسانه‌ها می‌توانند به جای بحران، بحران‌نمایی و بحران‌افزایی به مهار بحران کمک کنند (مهرعلی، بی‌تا: ۵۰).

۳. رهیافت‌های رسانه‌ای بازتعریف هویت ملی

هویت ملی ایرانیان در سطوح و لایه‌های گوناگونی قابل‌بازشناسی است. هویت ملی در یک سطح ترکیبی است از هویت ایرانی، هویت اسلامی و هویت غربی - به نظر برخی هویت انقلابی نیز در سال‌های پس از انقلاب اسلامی پاره چهارم هویتی ایرانیان است - در سطح دیگر ترکیبی است از سنت و تجدد و در سطحی دیگر هویت ملی ایرانیان ترکیبی است از «میراث گذشته»، «رفتار امروز» و «چشم‌انداز فردا».

بنابر این باید با عبور از تضادهای صوری در برخی تعریف‌های غیرپویا و ایستا از هویت ملی در فضایی جهانی شده که می‌تواند به تضاد و تقابل فرهنگی بینجامد، هویت ملی متعامل و انعطاف‌پذیری را به جهان عرضه کرد. زیرا باز تعریف هویت ملی در فضای موزائیکی جهانی، تضادها و تعارض‌ها را تقلیل می‌دهد.

۱-۳. رسانه‌ها و هویت ملی ترکیبی از سه حوزه تمدنی ایران، اسلام و غرب هویت ملی ایرانیان از نظر پیوستگی و وابستگی به حوزه‌های تمدنی با سه حوزه تمدنی پیوسته است. حوزه تمدنی ایران پیش و پس از ظهور اسلام، حوزه تمدنی اسلامی از نوع شکل یافته و تعیین یافته آن در ایران و حوزه تمدنی غرب. هر ایرانی پیوندهای ناگسستنی و ریشه‌داری با این حوزه‌های تمدنی دارد و فرایند هویت‌یابی ایرانیان در واقع تلاشی مستمر برای ترکیب این سه یا چهار پاره هویتی به‌گونه‌ای است که بین اجزای آن هماهنگی و هارمونی باشد. هرگونه تلاش برای برتر نشانیدن هر یک از این پاره‌های هویتی و تخفیف و تضعیف دیگری در تاریخ جدید ایران ناکام بوده و با بحران‌ها و چالش‌های فراوانی مواجه شده است. اسلام‌ستیزان، ایران‌ستیزان و حتی غرب‌ستیزان توان ارائه الگویی کارآمد از هویت یکپارچه برای ایرانیان ندارند. غرب‌گرایی - نه غرب‌زدگی - ایرانیان به‌معنای ممدوح آن برآمده از هویت اسلامی و ایرانی آنهاست هویتی که ایرانیان را به تعامل و ارتباط و شناسایی و بهره‌گیری از یافته‌های فرهنگی و تمدنی دیگر ملت‌ها دعوت می‌کند.

ولو شاء ربك لجعل الناس امه واحده و لايزالون مختلفون (هود/ ۱۱۸)

فرهیبختگان ایرانی از حدود ۱۵۰ سال قبل که با غرب و به‌تبع صنعت و علوم جدید و پیشرفت آشنا شدند بین وجوه منفی غرب یعنی مادی‌گرایی فلسفی، استعمارگری سیاسی و چپاول‌گری اقتصادی که بیشتر مختصات نظامات سیاسی غرب بود با وجوه مثبت و سازنده غرب مثل دانش‌طلبی و پیشرفت‌خواهی تفاوت قائل شدند و به اولی روی ترش و به دومی روی خوش نشان دادند و همچنان نیز چنین است. همانگونه که غرب‌زدگی در فرهنگ ایرانی مدموم است غرب‌ستیزی متعصبانه و فاقد شناخت نیز نشانه تحجر و واپس‌گرایی و ضعف است. در نتیجه در فرایند انگاره‌سازی رسانه‌ای از هویت سه پاره ایرانیان ضروری است به این ظرایف فرهنگی و هویتی با دقت توجه شود و از افراط و تفریط‌های فرهنگی و هیجان‌زدگی‌های تبلیغاتی پرهیز شود.

در هویت ملی ایرانیان به همان‌سان که نمی‌شود نوروز ستیز بود و آیین‌های ملی و کهن ایرانی را از فرهنگ عامه زدود یا حتی کم‌رنگ کرد نمی‌توان با زیربنا‌های دینی هویت ایرانیان و حتی برخی مناسک فراگیر مانند عاشورا و رمضان و شب قدر از سرستیز درآمد یا آنها را کم رونق کرد و به همین سیاق و در مراتبی نازل‌تر نمی‌توان ایرانی را از سفر به غرب و تعامل با غرب و مشاهده تفاوت‌های فرهنگی و اقتصادی و اجتماعی با غرب بر حذر داشت. این ترکیب و همگون‌سازی فرهنگی نیازمند مدل‌سازی و اجرای مدل از طریق نظامات

آموزشی و پرورشی و از همه مهمتر نظام رسانه‌ای است، به گونه‌ای که از خودآگاه ایرانیان به ناخود آگاه ایرانیان رسوخ یابد تا در وضعیت مطلوب، هر ایرانی نه تنها ناسازگاری‌های واقعی و تحمیلی در اجزای هویتی خود مشاهده نکند، بلکه توان و سواد همسازی و هماهنگی و ترکیب این اجزا را در روند زندگی، تصمیم‌گیری و داوری‌های خود داشته باشد. یکی از تجلیات این همسازی هنر جدید ایرانیان است. ایرانیان هم به موسیقی سنتی و بومی کشور علاقه نشان می‌دهند و هم موسیقی مدرن جهان را با آغوش بازمی‌پذیرند و نه محدودیت‌ها توان ایجاد فراق با موسیقی را دارد و نه جهانی شدن می‌تواند پیوندهای ایرانی را با ریشه‌های هنری خود بگسلد.

۲-۳. رسانه‌ها و سنت و تجدد

ناکارآمدترین رهیافت رسانه‌ای در ایران و در پیوند با هویت ملی رهیافتی است که در کنار یکی از دو پاره هویت‌ساز ایرانیان یعنی سنت و تجدد بنشیند و بر صورت دیگری چنگ بیندازد. در کنار سنت نشستن و لعن و نفرین نثار تجدد کردن روی دیگر سکه بی‌رونتق همنشینی با تجدد و پشت به سنت کردن است. این دو رویکرد که متأسفانه رویکردهای غالب رسانه‌های درون‌مرزی و برون‌مرزی و پوزیسیون و اپوزیسیون در ایران است ناشی از فقر شدید تئوریک دست‌اندرکاران و متولیان این رسانه‌ها در حوزه مباحث هویتی است. همین فقر تئوریک منجر به توهم بلوغ زودرس هویتی در این رسانه‌ها می‌شود. در توضیح این توهم باید گفت رسانه‌ها در مطلوب‌ترین وضعیت باید درک و فهم درست و صحیحی از هویت ملی داشته باشند و مؤلفه‌های هویتی را به خوبی و هنرمندانه بازنمایی کنند؛ اما در وضعیت بلوغ زودرس رسانه چهار این توهم می‌شود که به جای بازنمایی هویتی نقش هویت‌ساز دارد. توهمی که گاه گریبان سیاست‌مداران را در مواجهه با فرهنگ می‌گیرد و تصور می‌کند، فرهنگ مانند موم در دست آنها و ابزاری در دست آنهاست و آنها نیازمند بهره‌مندی از گنج فرهنگ نیستند. در این وضعیت توهم‌گونه رسانه می‌پندارند، با دوگانه‌سازی ساحت هویتی و جانبداری از یک‌سو می‌توانند سویه دیگر را تضعیف و حتی مستحیل کنند. برای نمونه بسیاری از رسانه‌های برون‌مرزی که در موضع اپوزیسیون سیاسی و فرهنگی می‌کوبند با جانبداری یکسویه از تجدد دائماً بطور مستقیم و غیرمستقیم بر صورت سنت تیغ می‌کشند و گاه نیز از سطحی‌ترین ظهورات سنت مثل قلیان و کباب و فال گردو دفاع می‌کنند و در مقابل نیز برخی رسانه‌ها با تقلیل سنت به تعصبات دینی و مذهبی عوامانه به جنگ تجدد رفته و جبهه‌سازی هویتی و فرهنگی را دامن می‌زنند. در این فضای دوئالیستی نه سنت بر

صدر می‌نشینند و نه یافته‌های تجدد بکار می‌آید و توان فرهنگی و هویتی یک ملت ضایع می‌گردد و به‌جای مؤلفه‌های سازنده مؤلفه‌های دگرساز رشد می‌کنند و ارتقا می‌یابند. رهیافت رسانه‌ای کارآمد باید با بهره‌گیری از انباشت نظری و تجارب ارزشمند بشری به ترکیب همگون این پاره‌های هویتی همت گمارد و سطح هویت ملی را ارتقا بخشد.

۳-۳. رسانه‌ها و میراث گذشته فرهنگی: احیا و پاسداری از زبان و ادبیات فارسی،

تاریخ سیاسی و اجتماعی و مشاهیر فرهنگی

رهیافت رسانه‌ای کارآمد و مناسب زمانه رهیافتی است که هم ریشه در گذشته دارد و هم روزآمد است و هم نگاه به آینده دوخته است، از این رو نسبت به دیروز و امروز و فردا از منظر فرهنگی و هویتی موضع و جهت‌گیری و برنامه دارد و این سلسله سه‌گانه است که مفهوم حقیقی هویت ملی را در بر می‌گیرد.

رهیافت رسانه‌ای معطوف به هویت ملی نسبت به گذشته و میراث فرهنگی تعهد و مسئولیت دارد. وقتی از گذشته سخن می‌گوییم منظور زبان و ادبیات فارسی است که در واقع تجلی کامل فرهنگ و آداب و رسوم ایرانیان در طول تاریخ است. رسانه‌ها در این حوزه هم وظیفه پاسداری از زبان فارسی به‌مثابه یک زبان را دارند و هم وظیفه ترویج زبان فارسی را به‌عنوان حامل فرهنگ و میراث انسانی و معنوی پیشینیان برعهده دارند. به‌نمایش کشیدن مقاطع مهم تاریخی و علل و دلایل تحولات مهم دوران‌ساز در گذشته ایران از دیگر الزامات رهیافت رسانه‌ای است. تولید و ساخت مجموعه‌های نمایشی روایت‌گر رویدادها و شخصیت‌های مهم تاریخی نقش و تأثیر بی‌مانندی در شفاف‌سازی ذهنیت عمومی نسبت به گذشته دارد. زیرا حقیقت این است که زیربنای هویت ملی تاریخ ملی است. بدون داشتن تصویری کلان؛ اما شفاف از تاریخ گذشته نمی‌توان مدعی داشتن هویت ملی شد. هویت ملی بازتاب گذشته تاریخی یک ملت در حال حاضر است. نکته مهم این است که تاریخ نیز نباید منحصر به تاریخ سیاسی و تحولات دولت‌ها و آمد و شد سلسله‌ها باشد، بلکه تاریخ اجتماعی و تحولات زندگی مردم در دوره‌های تاریخی از اهمیت مضاعف برخوردار است، این تاریخ در معماری، هنر، ادبیات و شعر ظهور و بروز می‌یابد. از همین جهت وقتی سخن از مشاهیر و اساطیر سخن می‌گوییم نیز مرادمان شاهان و سلاطین نیستند که مورخان در مقام میرزای درباری ستایش آنها را روایت کرده‌اند، بلکه منظور مشاهیر ادبی، علمی، فرهنگی و هنری و دینی و رجال نامدار سیاسی است که نام و یاد تک‌تک آنها حس غرور و اعتبار و هویت را در ایرانیان بیدار می‌کند (ولایتی و دیگران، ۱۳۸۹).



۳-۴. رسانه‌ها و اولویت‌های امروز:

تعامل و ارتباط و همکاری با دیگر حوزه‌های فرهنگی و تمدنی و تعریف حوزه‌های مشترک اقتصادی، گردشگری و فرهنگی و عقلانی‌سازی و خرافه‌زدایی از مناسبات اجتماعی یکی از زمینه‌سازی‌های مؤثر رسانه‌ای برای تحکیم هویت ملی تعریف حوزه‌های مشترک اقتصادی و فرهنگی و گردشگری با دیگر کشورها و قدرت‌های منطقه‌ای و فراملی است. هرچند این زمینه‌سازی غیر از رسانه‌ها به دیگر الزامات فرارسانه‌ای مانند سیاست‌های کلان اقتصادی و فرهنگی نظام‌های سیاسی نیز باز می‌گردد؛ اما رسانه‌ها در زمینه‌سازی و تقویت آن نقش مؤثری ایفا می‌کنند. برای مثال بسترسازی لازم روانی و تبلیغاتی برای سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی و افزایش رفت و آمد گردشگران خارجی به کشور و سفر ایرانیان به خارج از کشور و افزایش تعاملات و ارتباطات علمی و فرهنگی با کشورهای دیگر به‌ویژه کشورهای همسایه نقش مهم و مؤثری در بازشناسی هویت ملی و درک شاخصه‌های فرهنگی و هویتی در مواجهه با «دیگران» ایفا می‌کند و البته در ایجاد پیوند بین امنیت ملی با منافع و امنیت دیگران نقش مؤثری ایفا می‌نماید. یکی از ظرفیت‌های تهدید بالقوه در جهان امروز در انزوا بودن و تقویت مستمر هاله‌های توهم و نداشتن حلقه‌های مشترک شناخت و منافع با دیگر ذی‌نفعان است. ملت‌هایی که در تعامل مستمر با دیگران هستند و به تبادل کالا و ارزش‌ها با آنها می‌پردازند، از هرگونه تصویرسازی سیاه‌گونه از خود پیشگیری می‌کنند و زمینه تصویرسازی‌های نامربوط را به دیگران نمی‌دهند. کشورها به میزانی که در تعاملات راهبردی با دیگران هستند و حوزه‌های منافع مشترکی را با دیگر کشورها تعریف کردند از تهدیدها در امان هستند، زیرا هر تهدیدی علیه آنها در واقع تهدیدی علیه متحدان آنها نیز محسوب می‌شود. برای مثال اگر میزان سرمایه‌گذاری خارجی در ایران از حجم معینی بالاتر باشد، هرگونه اعمال تحریم علیه ایران به مبارزه طلبیدن غیرمستقیم سرمایه‌گذاران خارجی و دولت‌های متبوع آنها نیز می‌باشد و در مجموع هزینه این سیاست‌ها را برای دولت‌های متخاصم بالا می‌برد. در گردشگری هم حضور و مشاهده و ارتباط رودر روی گردشگران با واقعیت‌های ایران از یکسو و حضور ایرانیان در دیگر کشورها و فرهنگ‌ها از سوی دیگر بسیاری از واقعیات را بی‌پرده آشکار کرده و امکان عوام‌فریبی را از دستگاه‌های تبلیغاتی متخاصم می‌ستانند. حضور دانشجویان، هنرمندان، پژوهشگران و نخبگان اجتماعی ایران در دیگر کشورها به بهانه‌های گوناگون مانند گردشگری، شرکت در همایش‌ها و سمینارها و دوره‌های آموزشی و... هم به تقویت هویت ملی و هم به ارتقای امنیت ملی یاری می‌رساند

و صد افسوس که تفکراتی وجود دارند که نه تنها از درک این امر بدیهی عاجز هستند، بلکه رابطه وارونه بین آنها قائل هستند و از هرگونه تعامل و ارتباط بین‌المللی ترس و وا همه امنیتی دارند.

در همه این حوزه‌ها رسانه‌ها در گام نخست زمینه‌ساز و در گام بعدی تحکیم بخش هویتی و فرهنگی هستند.

دیگر کارکرد و وظیفه رسانه‌ها در تحکیم هویت ملی در امروز عقلانی‌سازی و خرافات‌زدایی در جامعه و در بین اقشار و لایه‌های گوناگون اجتماعی است. یکی از آسیب‌های جدی حوزه هویت ملی اختلاط خرافات با اساطیر و کم‌رنگ شدن سطح عقلانیت در نظام اجتماعی است. ترویج خرافات هر چند در مقاطع کوتاه‌مدت به تهییج احساسات بکار می‌آید؛ اما در میان‌مدت و بلندمدت پایه‌های سازنده و نگهدارنده هویت ملی را متزلزل می‌سازد، زیرا هویت ملی را از یک امر واقعی و عینی و محسوس و کارآمد به امری خیالی و ذهنی و نوستالوژیک مبدل می‌سازد. انتظار از رهیافت‌های رسانه‌ای کارآمد این است که بطور مستقیم و غیرمستقیم ضمن خرافات‌زدایی و گشودن پرده‌های و هم به عقلانی‌سازی مناسبات اجتماعی یاری رسانده و سطح رفتارها و نگرش‌های منطقی و عقلانی را ارتقا بخشند. جامعه روبه پیشرفت و توسعه نیازمند شهروندان قابل پیش‌بینی است که کنش‌ها و واکنش‌های آنان در وضعیت‌های متفاوت قابل پیش‌بینی و محاسبه باشد و تنها در نظامی اجتماعی این امر ممکن است که قواعد روشن و آشکاری بر آن حاکم باشد. جامعه احساسی، خرافی، متأثر از جریانات روز و... در واقع جامعه غیرقابل پیش‌بینی است که نمی‌توان با تکیه بر آن برای توسعه برنامه‌ریزی کرد. رسانه‌ها با قابلیت‌های متعددی که دارند می‌توانند از لایه‌های بیرونی رفتاری شهروندان خرافات‌زدایی نموده و در هدایت فرهنگ عمومی به سوی هنجارهای پایدار و ایستارهای معقول نقش مؤثری ایفا کنند.

۳-۵. رسانه‌ها و چشم‌اندازسازی امیدوارانه به آینده

رهیافت رسانه‌ای کارآمد همانگونه که نسبت به گذشته و حال موضع و جهت‌گیری و هدف دارد نسبت به آینده هم در پیش روی جامعه چشم‌اندازی را تصویر می‌کند که این چشم‌انداز امیدبخشی است. بزرگترین آسیب حقیقی به امنیت ملی ایجاد روحیه ناامیدی و یأس نسبت به آینده در جامعه است. پیچیدگی کار اینجاست که بسیاری از رفتار و اقدامات بدون اینکه ترویج یأس و ناامیدی را هدف قرار داده باشد منتج به این آفت بزرگ فرهنگی می‌شود. ملتی می‌تواند با تکیه بر هویت ملی خود به سوی پیشرفت و توسعه حرکت کند

که مملو از امید به آینده باشد برای حیات فردی و اجتماعی خود چشم‌انداز روشنی تصویر کند و خود و جامعه خود را در مسیر دستیابی به آن ببیند. ضرورت نقد و رویکرد انتقادی در رسانه‌ها از همین جهت قابل تأمل است. رسانه منتقد رسانه امیدبخش است و منتقدان و نقادان بیشترین سهم را در ایجاد امید در جامعه دارند. متملقان و محافظه‌کاران بیشترین تیشه را بر ریشه امید جامعه می‌زنند، زیرا با نادیده گرفتن واقعیات و تلخی‌های جاری مسیر حرکت اجتماعی را منحرف می‌سازند. رسانه‌های مداح و غیرمنتقد مانند پزشک غیرمتعهد و کودنی هستند که توان تشخیص علائم بالینی بیماری را نداشته و با تلقین دروغین سلامتی به بیمار و عدم درمان در واقع بیمار را به وضعیت بغرنج و حتی مرگ هدایت می‌کند. در حالی که تشخیص بیماری و بی‌تعادلی در بدن بیمار برای ارائه راه‌حل برون‌رفت به وضعیت سلامت و تعادل مهمترین رسالت و وظیفه پزشک است. در نظام اجتماعی نیز رسانه چنین نقشی دارد و نمی‌تواند با رویکردهای محافظه‌کارانه و غیرمسئولانه اجازه دهد، انحراف در جامعه نهادینه گردد. شهروندان هیچ‌گاه از طرح نارسایی‌ها و انحرافات ناراحت و ناامید نمی‌شوند، همانگونه که هیچ بیماری از تشخیص بیماری خود ناامید نمی‌شود؛ بلکه شهروندان از پنهان و معطل ماندن اشکالات و ضعف‌ها و بی‌تفاوتی نسبت به آنها دچار یأس و ناامیدی می‌شوند.

۴. رسانه‌ها و سه‌گانه هویت ملی، منافع ملی و امنیت ملی

زمانی منظومه سه ضلعی هویت ملی و منافع ملی و امنیت ملی سامان می‌یابد که هر یک از این سه مؤلفه مکمل دیگری باشد و در مقام نقیض دیگری قرار نگیرد. اگر منظومه مذکور به‌گونه‌ای طراحی شود که پایبندی به هویت ملی متضمن منافع ملی باشد و ارتقای امنیت ملی به افزایش منافع ملی بینجامد و منافع ملی حقیقتاً در برگیرنده منافع آحاد شهروندان جامعه باشد، آنگاه ظرفیت‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در بردارهای مکمل به قدرت ملی منجر می‌شود و توان و سرعت جامعه را در دستیابی به قله‌های پیشرفت مضاعف می‌سازد. تجربه ما ایرانیان نشان داده کسانی که خود را پاسداران میراث فرهنگی و هویت ملی می‌دانند، چندان به امنیت ملی و منافع ملی توجهی ندارند و رابطه ملازم این مفاهیم را درک نمی‌کنند، به غلط تصور می‌کنند می‌توان پاسدار هویت ملی بود؛ ولی به امنیت و منافع ملی بی‌اعتنا بود. از سوی دیگر کسانی که خود را پاسدار امنیت ملی می‌دانند تصور می‌کنند می‌توان برکنار و بی‌اعتنا به هویت ملی و میراث فرهنگی رویکردی جامع‌الاطراف و پایدار به امنیت ملی داشت و در ضلع سوم این منظومه موضوع مهم منافع ملی اغلب مورد غفلت قرار

گرفته و گاه مورد حمله قرار می‌گیرد و در واقع به نادیده گرفتن یا مورد حمله قرار گرفتن منافع ملی تحت هر عنوان یا بهانه‌ای امنیت و هویت ملی یکسره مورد خدشه قرار می‌گیرد.

نتیجه‌گیری:

همه سخن ما در این نوشتار این است که اولاً سه پاره کلیدی و بنیادی پیشرفت و توسعه در جهان جدید عبارتند از: هویت ملی، امنیت ملی و منافع ملی و نمی‌توان این سه را از هم منفک کرده و هر یک را قربانی دیگری نموده یا اهمیت یکی را به پای دیگری نادیده گرفت. ثانیاً تحولات ارتباطی و اطلاعاتی در جهان جدید بر سه پاره مورد اشاره تأثیرات به‌سزایی گذاشته است و می‌گذارد.

ثالثاً در میان فناوری‌های فراگیر در عصر ارتباطات مانند ماهواره‌ها، فیبرهای نوری، اینترنت، بی‌سیم‌ها و... رسانه‌ها تصویرساز و تصویرگر و حامل پیام بیش از دیگر فناوری‌ها بر سه‌گانه هویت ملی، امنیت ملی و منافع ملی تأثیر گذاشته و از آن تأثیر می‌پذیرند، اما نکته کلیدی و اساسی این است که این فرایند تأثیرگذاری و تأثیرپذیری نیازمند مدیریت رسانه و مدیریت فرهنگی است، به‌گونه‌ای که روابط این متغیرها در منظومه‌ای منسجم و منطقی بازتعریف شده و به وضعیت پایداری دست یابد.

منابع:

- قران کریم، ترجمه ناصر مکارم شیرازی، مرکز طبع و نشر قران جمهوری اسلامی.
- علی اکبر ولایتی و دیگران. (۱۳۸۹). «فرهنگ و تمدن اسلام و ایران»، ج دوم، تهران، امیرکبیر.
- شهروز ابراهیمی. (۱۳۷۹). «تحول مفهوم امنیت ملی تا امنیت جهانی»، مجله سیاست دفاعی، شماره ۳۱.
- قدیر نصری. (۱۳۸۱). «معنا و ارکان جامعه‌شناسی امنیت»، ژرفنا، شماره ۲۶.
- بهزاد پرویزی. (۱۳۸۶). «جهانی شدن و انقلاب ارتباطات»، فصلنامه روابط عمومی، شماره ۵۲.
- تافلر آلوین و تافلر هایدی. (۱۳۷۶). «به‌سوی تمدن جدید»، ترجمه محمدرضا جعفری، چاپ سوم، نشر سیمرخ، تهران.
- حمیدرضا مهرعلی، توسعه ارتباطات جمعی و امنیت ملی، فصلنامه دانش انتظامی، سال هفتم شماره اول
- Franklin D. Kramer, Stuart H. Starr, Larry Wentz (2009) *Cyber power and National Security*, Potomac Books.
- Robert Mandel (1994) *The changing face of national security, a conceptual analysis*, Greenwood Press.
- Bernice Steinhardt (2011) *National Security: An Overview of Professional Development Activities Intended to Improve Interagency Collaboration*, DIANE Publishing.
- Colin S. Gray (2011) *Hard Power and Soft Power: The Utility of Military Force as an*

Instrument of Policy in the 21st Century, , Strategic Studies Institute.

- Arundhati Roy (2002) Power Politics, South End Press.

- Evan H. Potter (1998) Economic Intelligence and National Security, McGill-Queens.

- Peter J. Katzenstein (1996) The Culture of National Security: Norms and Identity in World Politics, Columbia University Press.

- Fumiko Sasaki (2012) Nationalism, Political Realism and Democracy in Japan: The Thought of Masao Maruyama, Routledge.

- Ernest J. Wilson III (2004) The Information Revolution and Developing Countries, MIT Press.



سال هشتم - شماره ۷۵
بهار ۱۳۹۲

۱۵۹



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی