

## رسانه، هویت ملی و امنیت ملی؛ با تأکید بر جامعه ایران

نویسنده: بهادر امینیان<sup>۱</sup>

نوشین تیمورپور<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۹۱/۱/۲۰

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۱/۶/۸

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال پانزدهم، شماره ۵۷، زمستان ۱۳۹۱

### چکیده

هدف این مقاله، بررسی نقش رسانه‌ها در امنیت ملی از طریق تأثیر آنها بر هویت ملی و فرایند ملت‌سازی کشور است. هویت ملی و فرایند ملت‌سازی، تحت تأثیر روایت غالب، شکل گرفته و متحول می‌شود. تأثیر و نقش رسانه‌ها در شکل دادن روایت هر فرد و روایت غالب جامعه، آنها را به قدرتمندترین ابزار در سیاست تبدیل کرده است. ادعای اصلی این مقاله آن است که در جامعه‌ای همانند ایران که هویت ملی و عناصر هویتی نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی جامعه و سیاست و امنیت ملی آن دارد، یکی از محورهای اصلی اقدام علیه امنیت ملی، بر تغییر در مؤلفه‌های هویت ملی به ویژه از طریق رسانه‌ها متمرکز است. تأکید اصلی مقاله بر تلاشها برای تأثیرگذاری بر هویت ملی ایرانیان در سالهای اخیر از طریق رسانه‌هاست. هر چند در جامعه‌ای همانند ایران، هویت ملی پدیده‌ای تاریخی است که در طول قرن‌ها شکل گرفته و تکامل یافته است؛ ولی به دلیل تأثیرات بنیادین و ساختاری روایت، سرمایه‌گذاری گسترده‌ای بر بهره‌گیری از روایت برای تحت تأثیر قرار دادن هویت ملی در رسانه‌های مختلف مشاهده می‌شود.

### واژگان کلیدی:

ارتباطات، بازنمایی، رسانه، روایت، هویت ملی، امنیت ملی.

۱. استادیار روابط بین‌الملل دانشکده وزارت امور خارجه (نویسنده مسئول). bahamininan@hotmail.com

۲. کارشناس ارشد روابط بین‌الملل.



هویت ملی، مفهومی بسیار کلیدی و در حال تحول است که به ویژه در مورد کشوری مانند ایران، نقشی اساسی در شکل‌گیری رفتار و موضع‌گیری سیاسی مردم و دولتمردان و از آن طریق، کل یک کشور دارد. در صورت پذیرش این ادعای ریشه‌ای که: هویت هر فرد و جامعه، عامل شکل‌دهی به اندیشه‌ها، افکار و رفتار آن فرد و جامعه محسوب می‌شود و امروزه یکی از مهم‌ترین عناصر شکل‌دهنده هویت هر فرد، هویت ملی است؛ آنگاه بررسی فرایند شکل‌گیری و تحول هویت ملی به عنصری کلیدی در فهم، تحلیل، پیش‌بینی و حتی شکل‌دهی رفتار سیاسی هر فرد و جامعه تبدیل می‌شود. این ادعا بدان معناست که در صورت درک صحیح سازوکار شکل‌دهی و تأثیر بر هویت فردی و جمعی و در بحث ما هویت ملی، می‌توان بر رفتار سیاسی افراد و جوامع تأثیر گذاشت. شکل‌دهی رفتار سیاسی دیگران، معنای صحیح مهم‌ترین عنصر محوری سیاست؛ یعنی قدرت است. قدرت (به عنوان مفهوم محوری سیاست) به معنای توان تأثیر بر رفتار دیگران است و این ادعا به معنای اساس قدرت است. این ادعا بیان می‌کند که کنترل شکل‌دهی و تأثیر بر هویت، به مهم‌ترین سازوکار (و در مواردی هدف اصلی) سیاست تبدیل شده است.

علاوه بر این ادعا، بحث مهم دیگر در این چارچوب، آن است که پذیرش یک روایت از میان روایتهای متعدد، اساس شکل‌گیری هویت است و هویت ملی هر کشور نیز به معنای پذیرش یک ادعای خاص در مجموعه روایتهای محسوب می‌شود. امروزه با افزایش کمی و تنوع کیفی رسانه‌های جمعی، کارکردهای نوینی از جمله: انگاره‌سازی، اسطوره‌سازی و تحریف برای آنها به وجود آمده و این امر، رسانه‌ها را به عوامل تعیین‌کننده در روایتگری و به تبع آن؛ حفظ، تضعیف، تغییر یا تحول هویت ملی تبدیل کرده است. ادبیات علمی این مسئله در زبان انگلیسی، در بُعد نظری و تحقیقات میدانی، قدیمی‌تر و غنی‌تر است که بخشی از آن در این مقاله به کار گرفته شده است (کیندر، ۱۹۹۳؛ کالینز، ۱۹۹۰). تحقیقات میدانی متعددی هم در مورد تأثیر رسانه‌ها بر هویت و هویت ملی در ایران صورت گرفته است که هر یک بر ابعادی از این تأثیر یا در جامعه آماری خاصی تأکید می‌کنند. از مجموع این تحقیقات می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد: خانم حسینی انجدانی و همکاران (۱۳۸۸) به نقش رسانه‌ها در رشد هویت ملی نوجوانان در شهر تهران پرداخته‌اند. علی ربانی و همکاران (۱۳۸۸) هم در مورد نقش رسانه‌های جمعی و



هویت ملی در دانشجویان دانشگاه اصفهان مقاله‌ای منتشر کرده‌اند. همچنین آقای قزلسفلی (۱۳۸۸) در مقاله‌ای به بررسی نقش رسانه بر ساخت هویت ملی پرداخته است؛ اما هیچ یک از این منابع، تأکید اصلی خود را بر بحث روایت و نقش روایتی رسانه‌ها در شکل‌دهی به هویت ملی نگذاشته‌اند.

**پرسش اصلی:** این مقاله به دنبال پاسخ به این پرسش است که کارکرد روایتی رسانه‌ها در دنیای جدید و تأثیر آن بر هویت ملی (با تأکید بر مورد ایران) چیست؟ بنابر این، روایت و روایتگری به عنوان متغیر واسطی در نظر گرفته می‌شود که رسانه‌ها از طریق آن بر هویت ملی و امنیت ملی تأثیر می‌گذارند. همچنین در این مقاله سعی می‌شود با مفروض گرفتن این دو مسئله (نقش محوری هویت در شکل‌دهی قدرت و اساس سیاست و تأثیر تعیین‌کننده روایت بر شکل‌گیری هویت)، بر تأثیر تعیین‌کننده روایت ارائه شده توسط رسانه بر شکل‌گیری هویت ملی و ابعاد امنیت ملی تمرکز کنیم و از این طریق، به بررسی نقش رسانه در تأثیر بر روایت و هویت ملی ایران واز آن طریق بر تأثیر سیاسی رسانه و تأثیر رسانه بر قدرت (در سطح داخلی و در سطح بین‌المللی) و امنیت ملی بپردازیم. ادعای اصلی مقاله آن است که در جامعه‌ای همانند ایران که هویت ملی و عناصر هویتی نقش تعیین‌کننده در شکل‌دهی جامعه و سیاست و امنیت ملی آن دارند، یکی از محورهای اصلی اقدام علیه امنیت ملی، بر تغییر در مؤلفه‌های هویت ملی به ویژه از طریق رسانه‌ها متمرکز است.

### چارچوب نظری - مفهومی و روش تحقیق

طی دهه‌های اخیر کوششهایی برای ایجاد ارتباط میان تحلیلهای ارتباطی و شبکه‌ای با مطالعات شکل‌گیری هویت انجام شده و با درآمیختن دو مفهوم «روایت» و «هویت»، رویکرد جدیدی برای نظریه‌مند کردن هویت پدید آمده است. این تحولات نظری را می‌توان حاصل یک سری چالشهای غیر عادی دو-سه دهه اخیر در علوم اجتماعی دانست؛ چالشهایی که از یک سو برخاسته از تحولات سیاسی و اجتماعی‌اند و از دیگر سو، ناشی از تلاشهای نظری برای درک مفهوم این تحولات. این تحولات چشمگیر، مفهوم هویت را متأثر ساخته، رویکردهای جدیدی برای فهم آن پدید آورده‌اند؛ از جمله «رویکرد روایی» (روایت‌محور) مبتنی بر این تصور که افراد در طبقات اجتماعی مشابه و با تجارب مشابه از زندگی‌شان (مبتنی بر نژاد، رنگ، جنس، نسل و ...) بر پایه خصایل مشترک و داستان مشترکی که از



خود می‌سازند عمل خواهند کرد. فرض چنین نظریاتی این است که «من عمل می‌کنم به خاطر کسی که هستم»، نه به خاطر منافع عقلایی یا مجموعه‌ای از ارزشهای اکتسابی (رابرتسون، ۲۰۰۳: ۱۰۸-۹۰). در حقیقت؛ ما جهان را از طریق روایت کردن آن تفسیر می‌کنیم.

هویت ملی به عنوان مهم‌ترین سطح هویت در نظام اجتماعی و اصلی‌ترین مرجع تعیین‌کننده هویت افراد، در فرایندی تدریجی و انباشتی مبتنی بر روایت‌هایی که داستان رنجها و شادی‌های، کامیابی‌ها و ناکامی‌ها و فراز و فرودهای مشترک یک ملت را بازگو می‌کنند شکل می‌گیرد، تعهد و تعلق افراد را به جامعه خود تقویت می‌کند و زمینه‌ساز همبستگی ملی و وفاق اجتماعی می‌شود. ریشه و علت بسیاری از عقاید، نظرات و رفتار انسانها و جوامع انسانی، تعریفی است که آنها از خود دارند و ارائه می‌دهند. هویت، تصور یا شناختی است که ما از خویش در برابر دیگران داریم. امروزه یکی از مراجع اصلی تعیین‌کننده هویت، هویت ملی است که متشکل از عوامل عینی و ذهنی متفاوتی است. هویت ملی، مفهومی دو وجهی است که همزمان بر تشابه و تمایز دلالت دارد (کاستلز، ۲۰۱۰: ۸)؛ بدین معنی که از یک سو با تأکید بر مشترکات و ملاکهای پیونددهنده، «ما» را پیرامون محوری واحد، همبسته و متعهد می‌کند و از سوی دیگر، «ما» را از دیگران باز می‌شناساند. اما فراتر از همه این عوامل، هویت هر ملت بر اساس روایتی که از خود دارد شکل می‌گیرد؛ روایتی که حاکی از خاطره‌ها، افتخارات، رنجها، کامیابی‌ها و مصیبت‌هایی است که وجود داشته یا در طول زمان، ساخته و پذیرفته می‌شوند.

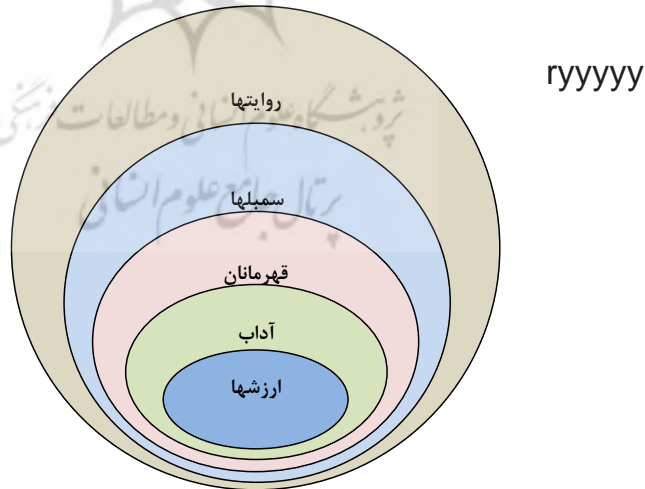
مطالعه فرایند شکل‌گیری هویت ملی، سهم بسزایی در فهم رفتار اجتماعی افراد و ملت‌ها دارد. بخش گسترده‌ای از نظریه پردازان هویت، این مسئله را طرح می‌کنند که بر خلاف دیدگاه‌های ملی‌گرایانه، هویت ملی ذاتی، قطعی و از پیش معین شده نیست (گلنر، ۱۹۹۶: ۵۹)، بلکه ساختی اجتماعی است که در فرایندی اجتماعی در حال شکل‌گیری است. بر این اساس و با توجه به نقش تعیین‌کننده هویت ملی در امور سیاسی و مسئله قدرت در داخل جوامع و همچنین در عرصه بین‌المللی، بسیاری از بازیگران سیاسی می‌کوشند تا بر فرایند شکل‌گیری و تحول هویت ملی تأثیر داشته، آن را بر اساس خواست خود جهت دهند. مطالعه تجربی جوامع نشان می‌دهد که هم بازیگران داخلی و هم بازیگران خارجی با گسترش نقش آحاد یک جامعه در شکل‌گیری فرایندهای سیاسی، با گسترش نقش مردم‌سالاری و همچنین



تأثیر یافتن بیشتر عناصری چون قدرت نرم، دریافته‌اند که یکی از ابزار اصلی تحقق اهدافشان، از طریق مؤلفه‌های هویت ملی است و روش اصلی برای شکل‌دهی به این امر و همچنین در دست گرفتن سایر مؤلفه‌های مؤثر در قدرت و سیاست، از طریق کنترل ابزار روایتی امکان‌پذیر است. (مومی، ۱۹۹۳)

«روایت»ها داستانهایی‌اند که بازیگران اجتماعی برای بیان معنی زندگی‌شان و در پاسخ به پرسش «ما کیستیم» می‌سازند. بنابر این، روایتها به عنوان شیوه‌ای از تعبیر افراد از کیستی خودشان، در فرایند ایجاد و تداوم هویت ملی، ضروری به شمار می‌روند و پیش‌شرط شناخت اعمال ما هستند. این اعمال نیز به نوبه خود روایت‌های جدید و اقدامات جدیدی به وجود می‌آورند. روایت، یکی از فرایندهای اصیل فرهنگی است که در همه جوامع انسانی، از بدوی‌ترین تا پیشرفته‌ترین آنها دیده می‌شود. از نظر لوی استراوس<sup>۱</sup> انسان‌شناس شهیر فرانسوی، هر جامعه برای استمرار باورهای فرهنگی خود و حل تضادهای بنیادین خویش، به داستان‌سرایی می‌پردازد. از نظر انسان‌شناسان، روایت‌پردازی در جهت معنا کردن واقعیت و تجربه اجتماعی بر اساس خطوط کلی فرهنگ اصلی و عمده جامعه کارکرد پیدا می‌کند. (میرفخرایی، ۱۳۸۱: ۱۰۶)

در نگاهی کلی‌تر، روایتها و هویت‌های ملی، بخشهایی از مفهومی گسترده‌تر به نام فرهنگ ملی‌اند. یکی از بهترین و متداول‌ترین مفهوم‌سازی‌ها از ساختار فرهنگ ملی، «دیاگرام پیازی»<sup>۲</sup> است که هوفستد<sup>۳</sup> در سال ۱۹۹۷ ارائه داد (ریکوتر، ۱۹۸۷: ۳۶):



1. Momby
2. Levy Strauss
3. Onion Diagram
4. Hofstede
5. Ricoeur



یکی از مباحث نظری این نوشتار به نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به هویت ملی از طریق روایت مربوط می‌شود. مفهوم «بازنمایی رسانه‌ای»<sup>۱</sup> از مفاهیم محوری در مباحث رسانه است. از نظر ریچارد دایر<sup>۲</sup> مفهوم بازنمایی در رسانه‌ها عبارت است از: «ساختی که رسانه‌های جمعی از جنبه‌های مختلف واقعیت، مثل افراد، مکانها، اشیا، اشخاص، هویت‌های فرهنگی و دیگر مفاهیم مجرد ایجاد می‌کنند. تجلی بازنمایی‌ها ممکن است به صورت گفتاری، نوشتاری یا تصاویر متحرک باشد» (احمدی، ۱۳۸۴: ۵۹).

بازنمایی، راه و روشی است که از آن طریق، رسانه‌ها حوادث و واقعیتها را نشان می‌دهند، از ساختار واژه و لغت فراتر می‌روند و این پرسش را پیش می‌کشند که چگونه گروه‌ها و هر چیز ممکن که در رسانه وجود خارجی پیدا می‌کند، به وسیله محصولات رسانه‌ای بازنمایی شده‌اند؟ این مسئله به چگونگی رسانه‌ها و انواع مختلف مربوط می‌شود و در عین حال، معانی یا اثرات ضمنی سیاسی وسیعی را با خود به همراه دارد. بازنمایی، در واقع نوعی عمل دلالت‌گر است که واقعیت بیرونی را منعکس می‌کند؛ نوعی تصویر دستکاری شده از واقعیت بیرونی. زبان و تجلی‌های آن به صورت صدا، تصویر و... ابزار بازنمایی واقعیتند. بازنمایی رسانه‌ای، نوعی معناسازی خنثی و بی‌طرف نیست؛ چرا که هر گونه بازنمایی رسانه‌ای، ریشه در گفتمان و ایدئولوژی‌ای دارد که بازنمایی از آن منظر صورت گرفته و سپس، واقعیت بر اساس بازنمایی‌های رسانه‌ای شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود. باید توجه داشت که بازنمایی‌ها و معناسازی‌های رسانه‌ای، امور ذاتی و طبیعی نیستند، بلکه بر گفتمان و مناسبات و روابط قدرت دلالت می‌کنند. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۲۲-۱۹)

روش تحقیق در این پژوهش، کتابخانه‌ای است که نقش متغیر رسانه‌ها را با بهره‌گیری از رویکرد روایی در تأثیر و شکل‌دهی به هویت ملی کشورها (در این نوشته مورد ایران) بررسی می‌کند. همچنین تلاش شده تا از تحقیقات میدانی مربوط به نقش رسانه‌ها در ایران استفاده شود. رویکرد روایی به هویت، بر این نکته تأکید دارد که مفهوم «خود» در بافت روابط میان زمان و مکان که دائماً در جریان است، تولید و بازتولید می‌شود. چنین هویت‌های اجتماعی‌ای از طریق روایتگری تشکیل می‌شوند. همچنین عمل اجتماعی از طریق روایتگری هدایت می‌شود. رویکرد هویت روایی، بازیگر را در روابط و داستانهایی که در خلال زمان و مکان عوض می‌شوند، قرار می‌دهد و عمل هر بازیگر را تنها در صورتی قابل فهم می‌داند که ما روایت‌های مختلف هستی‌شناسانه و عمومی را که بازیگر در بافت آنها عمل

1. Media Representation
2. Richard Dayer



می‌کند، بشناسیم (بابا، ۱۹۹۰: ۶۱-۵۹). تحقیقات مبتنی بر رویکرد روایی نشان می‌دهند که روایتها، اعمال انسانها را هدایت می‌کنند و مردم، هویتها را از طریق قرار دادن خود یا قرار داده شدن در میان مجموعه‌ای از داستانها می‌سازند؛ نشان می‌دهند که تجربه به واسطه روایتها به دست می‌آید؛ نشان می‌دهند که مردم معنای آنچه اتفاق افتاده و آنچه برایشان اتفاق می‌افتد را با تلاش در جهت سر هم کردن یا به طریقی در جهت گنجاندن این وقایع در یک یا چند روایت درک می‌کنند و نشان می‌دهند که مردم بر پایه تصویرها، پیش‌بینی‌ها، انتظارات و خاطرات به دست آمده از مجموعه‌ای از روایتهای اجتماعی، عمومی و فرهنگی موجود، در جهات مشخصی به سمت رفتارهای خاصی هدایت می‌شوند.

### یافته‌های تحقیق

#### کارکرد روایتی رسانه‌ها در دنیای جدید و تأثیر آن بر هویت ملی

هویت ملی با بهره‌گیری از توانایی‌های نمادین، مانند زبان، دین، گذشته تاریخی و منافع مشترک، می‌تواند به وفاق اجتماعی و همبستگی ملی یاری رساند و از طریق همپاری و همکاری آحاد جامعه و حمایت آنان از نظام سیاسی، بحرانهای حاصل از دوران گذار را حل کند. بدین ترتیب، هویت ملی به دلیل نقش تعیین‌کننده‌اش، از مفاهیم بسیار فراگیر و در عین حال مشروعیت‌دهنده به نظم سیاسی-اجتماعی است و پیوستگی و انسجام درونی یک واحد سیاسی را در پی دارد. برای حفظ پیوستگی یک ملت و ابقای نیروی حیاتبخش نمادهايش، به وجود اینکه این نمادها ریشه در گذشته دارد، می‌بایست افزون بر بازتولید نمادهای قدیمی، نمادهای جدیدی نیز پدید آورد تا این پیوستگی، حفظ و تداوم یابد.

هویت ملی، مسیر و هدف جمعی افراد جامعه را نیز مشخص می‌کند. دولتها با تکیه بر هویت ملی، نظام ارزشی مورد نظر خود را از طریق آموزش، تبلیغات و سایر ابزارهای جامعه‌پذیری، به افراد جامعه القا می‌کنند (چلبی، ۱۳۷۲: ۷۹-۷۶). به علت اهمیت و نقش مفهوم ملت و هویت ملی، امروزه در اغلب جوامع این مسئله در چارچوب فرایندی تأثیرگذار به نام ملت‌سازی در صدر توجه سیاست‌گذاران و مدیران جوامع قرار گرفته تا از این طریق بتوانند شکل‌گیری و تحول مفهوم ملت و هویت ملی را تحت تأثیر قرار دهند.

یک جنبه از کارهای جدید در مطالعات روایت، به طور ویژه با تمرکز جامعه‌شناختی فزاینده به شکل‌گیری هویت مرتبط است و در مورد روایت، این



مسئله را اصل قرار می‌دهد که زندگی اجتماعی خود یک داستان است و روایت، شرط هستی‌شناسانه زندگی اجتماعی است. روایت، سازوکار مرکزی ساختار استدلالی هویت است. وقتی می‌بینیم هویت‌های اجتماعی از طریق روایتگری هدایت می‌شوند و فرایندها و اندرکنش‌های اجتماعی با شیوه‌های روایی تغییر و تعدیل می‌یابند، درک اینکه چرا هویت‌های معینی تولید و بازتولید می‌شوند، ممکن خواهد بود. (سامرز، ۱۹۹۴: ۶۰۹)

هر چند در جامعه‌ای مانند ایران، هویت ملی پدیده‌ای تاریخی است که در طول قرن‌ها شکل گرفته و تکامل یافته است، ولی به دلیل تأثیرات بنیادین و ساختاری روایت، سرمایه‌گذاری گسترده‌ای بر بهره‌گیری از روایت برای تحت تأثیر قرار دادن هویت ملی در رسانه‌های مختلف مشاهده می‌شود.

امروزه رسانه به ابزار منحصر به فردی در تولید، انتقال و غلبه روایت تبدیل شده است. در دنیای امروز که فناوری ارتباطی با سرعتی غیر قابل تصور پیشرفت و چهره جهان را دگرگون کرده است، رسانه‌های جمعی از طریق روایتگری، نقش بسیار مهمی در تولید و بازتولید فرهنگ و هویت ملی ایفا می‌کنند. کاربرد گسترده و نفوذ و تأثیرگذاری این شبکه‌های مهم ارتباطی، آنها را به عوامل تعیین‌کننده‌ای در فرایند شکل‌گیری هویت ملی تبدیل کرده است. به یک نمونه کوچک توجه کنید: ما به شیوه‌های زندگی، اعمال و آرزوهای خاصی، بیش از دیگر انواع آن نیاز داریم، احترام می‌گذاریم، در موردشان نگرانیم یا تحسینشان می‌کنیم. نمادها، تصاویر، نوشته‌ها و نواهایی که از رسانه‌های مختلف دریافت می‌کنیم، بر اشکال مطلوب، انگیزه‌ها، روشها و جهت‌گیری‌های هر روزه ما و در نهایت بر ساخت هویتی ما اثر خواهند گذاشت.

### نقش روایت و رسانه در ایجاد و تداوم هویت ملی

برای درک اینکه ما کیستیم، باید بدانیم کجا ایستاده‌ایم و ارزیابی‌مان از زندگی و جهت‌گیری‌مان به کدام سوست. به این ترتیب، هویت فقط پاسخی ساده به پرسش «من کیستم» نخواهد بود، بلکه درک ما از موقعیت و تمایلات و جهت‌گیری‌های تلویحی ما نیز به نوعی «تعبیر از خود» را شکل می‌دهد. بنابر این، ترتیب شاید بتوان دو سطح هویتی تلویحی (نهانی) و آشکار (صریح) را تفکیک کرد. اعمال و انگیزه‌ها و عکس‌العملها در سطح تلویحی و ساختهای زبانی در سطح آشکار قرار دارند. هویت، برخاسته از جهت‌گیری‌ها و تمایلات و انگیزه‌های تلویحی ماست.





می‌توان احساس و درک نهانی از اینکه چه کسی هستیم و چه چیزی برایمان مهم است را آشکار کرده، به سطح دوم آورد. موفقیت ما بستگی دارد به اینکه تا چه حد بتوانیم احساس و انگیزه موجود در سطح نهانی ذهن خود را درست به سطح آشکار آورده، عینی کنیم و از ایجاد تصاویر تحریف‌شده و بعضاً متعارض از خود جلوگیری کنیم.

نقش رسانه‌ها دقیقاً در همین انتقال تعاریف از سطح اول به دوم اهمیت می‌یابد. در سطح دوم، تکثر رسانه‌ها و تعاریف و توصیفات آنها، نه تنها با زبان گفتار، که از میان انواع هنرها، تصاویر، آواها و اصوات ممکن می‌شود. تعریفی که از کیستی خود داریم و آن را آشکارا (در سطح دوم) بیان می‌کنیم، با گذشت زمان به جزئی از عادات شناختی ما تبدیل می‌شود و در سطح تلویحی (نهانی) تعبیر ما از خود جای می‌گیرد. این تعبیر بار دیگر و به خصوص با مطرح شدن تعبیر جایگزین یا رقیب، به سطح آشکار برمی‌گردند و در فرایند بازخوردی تقویت‌کننده، هویت ما را بازتولید می‌کنند (کاستلو، ۲۰۰۷: ۴۲):

ایجاد پس‌زمینه‌های سطح تلویحی → روتین‌ها و عادات → تعبیر و تعاریف افراد از خود

روایت‌های رسانه‌ای، در حقیقت راه انتقال این تعبیر و تفاسیر به سطح آشکارند. بنابر این، روایت‌ها واسطه‌ها یا وسایلی‌اند که تعاریف و تعبیر افراد یک ملت از کیستی خویش را بیان می‌کنند و ما را قادر می‌سازند به زندگی، ایده‌ها و خواسته‌های آن ملت به صورت یک کل به هم پیوسته و منسجم که در یک فضای ارزشی عمل می‌کند توجه کنیم.

امروزه برخی از صاحب‌نظران ارتباطات استدلال می‌کنند که فهم پسامدرن ارتباطات اجتماعی، مبانی نظریه‌های «ملت» را تغییر داده است. اگر چه این تحولات، بسیار چشمگیر و چنین نظراتی قابل تأملند؛ اما باید توجه داشت که هنوز هم هویت ملی، مفهومی زنده و مؤثر است و رسانه‌ها کماکان از طریق روایت و داستان‌پردازی، نقش مهمی در شکل‌دهی به فرهنگ و هویت ملی دارند. رسانه‌ها فراگیرترین نهاد تولید، بازتولید و توزیع معرفت و آگاهی در جهان جدید به شمار می‌آیند؛ آن گونه که محتوای آنها را می‌توان منبع قدرتمندی در شکل‌دهی به جهان اجتماعی و تولید هویت جمعی دانست.



واقعیت این است که تصور ما از جهان، تصویری مستقیم نیست. ما از بسیاری از وقایعی که در این گوشهٔ دوردست از زمین یا آن پهنهٔ بعید از آسمان اتفاق می‌افتد، تجربهٔ دست‌اولی نداریم، بلکه از طریق فرآورده‌های رسانه‌های جمعی از این وقایع آگاه می‌شویم. نه تنها متن خبری این یا آن خبرنگار، بلکه حتی دوربین هم نمی‌تواند واقعه‌ای را کاملاً بیطرفانه برای ما روایت کند. انسانی که سرعت تصویربرداری، بزرگی یا کوچکی دریچه، نوع عدسی و زاویه نگاه دوربین را تعیین می‌کند، دانسته یا نادانسته برشی از واقعیت و در اغلب اوقات روایتی خاص از آنچه در مقابل دوربینش واقع می‌شود، به ما عرضه می‌کند. بنابر این، مخاطب، پدیده‌ها را در قالب روایت می‌فهمد و گزارش‌دهنده، هم به عنوان یک انسان و هم به عنوان یک کارگزار رسانه‌ای، کاری جز روایت کردن نمی‌داند. ریچاردسون<sup>۱</sup> معتقد است که روایت رسانه‌ای، «شیوهٔ اصلی سامان دادن به سلسله‌اتفاقاتی است که پیرامون ما اتفاق می‌افتد. ما از طریق تنظیم این اتفاقات بر اساس اهمیّت زمانی آنهاست که تجربهٔ خود را از آنها معنادار می‌کنیم». با تکه‌تکه کردن و به هم پیوستن و تنظیم‌های مکرر جزییات است که یک رسانه، رخداد‌های مجزا را به هم پیوند می‌دهد و آنها را در قالب یک روایت تدوین می‌کند. مجموعهٔ این سلسله‌روایتها به تصور ذهنی ما از جهان پیرامونمان شکل می‌دهد و انگاره‌های ذهنی‌ای برای انسان معاصر خلق می‌کند تا بتواند با محیط پیرامون خود مواجه شود و احساس کند آن را می‌شناسد. (گیویان، ۱۳۸۵)

قدرت بازنمایی رسانه‌های جمعی و نفوذ آنها در شکل‌دهی به هویت ملی، باعث می‌شود در فرایند ملت‌سازی در دنیای جدید جایگاه ویژه‌ای داشته باشند. رسانه‌ها و وسایل ارتباطی، کارکرد همبسته‌سازی مخاطبان را از طریق تکرار و جا انداختن ساختهای روایی انجام می‌دهند. نگاهی حتی گذرا نشان می‌دهد که رسانه‌های معاصر حاوی مطالب متنوعی‌اند که در صور و قالبهای گوناگون ارائه می‌شوند. کاستلو (۲۰۰۹) بیان می‌کند که تلویزیون در حال حاضر یکی از واسطه‌ها و حلقه‌های اصلی بین مردم و حلقه‌های اجتماعی آنها بوده، نیرومندترین ابزار در خلق تصورات ملی است (ربانی، ۱۳۸۸: ۷۲). این رسانه‌ها تنها با اتکا به ساختار روایی واحد است که می‌توانند از خلال کثرت به وحدت رهنمون شوند. ساختار روایی واحد، روحی همسان را در قالبهای گوناگون فرآورده‌های رسانه‌ای می‌دمد و آنها را به نیروهای هماهنگی که مأموریتی واحد دارند تبدیل می‌کند؛ مأموریتی در جهت خلق جهانی رسانه‌ای با تأکید بر تمایز خود و دیگری. این، مأموریتی حساس و خطیر است؛

1. Laurel Richardson



چرا که رسانه‌ها از یک سو می‌توانند زمینه‌ای مناسب برای همبستگی ملی، تکمیل فرایند ملت‌سازی، کمک به همگرایی و روند توسعه، ایجاد فرهنگ جهانی و انتقال میراث معنوی گذشتگان فراهم آورند و از سوی دیگر می‌توانند با ایجاد تصورات قالبی و دامن زدن به شکافهای اجتماعی و مسائل قومی، آنها را به بحرانی فزاینده تبدیل کنند. (لقمان، ۱۳۸۸: ۷)

امروزه رسانه‌ها برای تأثیرگذاری بر هویت و در راستای بهره‌گیری و کنترل روایت، از روشهای مستقیم و غیر مستقیم مؤثری بهره می‌جویند. ارائه اخبار و گزارشها، برنامه‌ها و فیلمها و داستانها، همه می‌توانند با بهره‌گیری از فنون و روشهای حرفه‌ای و از طریق شکل‌دهی به تصور مخاطبان، گزینش و بزرگنمایی یا احیای خاطره و عمده کردن امور و... ابزار بسیار قدرتمندی محسوب شوند (تیلگا، ۲۰۰۸: ۳۸۲-۳۵۹). همچنین طرح و تثبیت اسطوره‌ها، نوع فرهنگ ملی، تمایزها و رنجهای یا افتخارات، مفهوم همبستگی ملی، زبان ملی، سرود و شعار و حماسه، مراسم و قهرمانها و حتی روایت مراسم ورزشی و... از دیگر ابعاد و ابزارهایی است که دانسته یا ندانسته به کار می‌روند و تأثیرگذار محسوب می‌شوند.

### تغییر هویت با بهره‌گیری از رسانه‌ها: مورد ایران

مجموعه مباحث پیش‌گفته، زمینه مناسبی ایجاد می‌کنند که به بررسی وضعیت بسیار حساس نقش رسانه‌ها در تأثیر بر هویت جامعه ایران بپردازیم. مجموعه عوامل سیاسی، فرهنگی و جغرافیای راهبردی موجود باعث شده تا ایران به یکی از مطرح‌ترین بازیگران در صحنه مناطق بسیار مهم و حساس و همچنین در عرصه بین‌المللی تبدیل شود که نظم و روایت حاکم بر صحنه بین‌المللی را به چالشی جدی بگیرد. این چالش، مخاطبان گسترده‌ای در جهان اسلام و سایر مناطق پیدا کرده و به اصلی‌ترین مشکل حاکمان و قدرتمندان منطقه و عرصه بین‌الملل (صهیونیستها، آمریکا و قدرتهای غربی) تبدیل شده است. علاوه بر بسیج کلیه رسانه‌های قدرتمند مؤثر در صحنه بین‌المللی، اعم از شبکه‌های خبری، خبرگزاری‌ها و رسانه‌های مکتوب (که عناصر اصلی اطلاع‌رسانی و در نتیجه شکل‌دهی تصورات مردم دنیا محسوب می‌شوند)، تمامیت بازیگری چون هالیوود نیز به کار گرفته شده تا تصویری مهندسی شده و سیاه از ایران در بین سایر ملتها شکل گیرد. این برنامه در بسیاری از کشورهای غربی با موفقیت همراه بوده و در نتیجه این موفقیت رسانه‌ها، زمینه سیاستهای پر هزینه و ظالمانه ضد ایرانی در بسیاری از کشورهای غربی فراهم شده



و سیاستمداران این کشورها برای در پیش گرفتن سیاستهای ضد ایرانی، حتی حمایت داخلی را نیز فراهم کرده‌اند.

اما حجم فشار تنها در این سطح محدود نمانده و ابزار قدرتمند روایت‌ساز و هویت‌ساز، مبنای اصلی قدرت ایران را هدف قرار داده است. مبنای قدرت و نوع چالش ایجاد شده توسط ایران، ماهیتی هویتی دارد و در نتیجه، هویت مردم ایران هدف اصلی مراکز و بازیگران سیاسی بین‌المللی شده است. قدرت حاکم بر نظام بین‌الملل که از مهم‌ترین مبانی قدرتش، توانایی شکل‌دهی روایت دیگران و همچنین تعیین هویت دیگران است، تمام ابزار مدرن و سنتی خود را برای مقابله با چالش ایران به کار گرفته است. یکی از اصلی‌ترین مراکز فشار این قدرت مسلط بر صحنه بین‌المللی، فلج‌سازی و ناکارآمدسازی مبنای قدرت ایران چالشگر که ارائه‌دهنده هویت اصیل از مردم ایران و مسلمانان است، می‌باشد. بر همین اساس، صدها شکل رسانه برای مقابله با ایران بسیج شده و همگی تعریف هویت ایران را هدف گرفته‌اند.<sup>۱</sup> همان گونه که پیش‌تر نشان داده شد، قدرت برتر رسانه در شکل‌دهی به روایت و هویت، آن را به اصلی‌ترین ابزار سیاسی در دوران معاصر تبدیل کرده است. امروزه قدرتهای مسلط در صحنه بین‌المللی می‌کوشند از این ابزار بسیار قدرتمند علیه مردم ایران و در هیئت تغییردهنده هویت مردم ایران بهره بگیرند.

علاوه بر رسانه‌های قدرتمند پیش‌گفته، صدها شبکه ماهواره‌ای به طور مستقیم در رابطه با تغییر مبنای هویتی ایران، فعال (و در بخشهایی مؤثر) بوده‌اند. این مسئله به حدی جدی و مؤثر است که آمریکا بر خلاف نرّمهای موجود بین‌المللی مبنی بر عدم مداخله در امور داخلی دیگران، به طور رسمی بودجه‌ای برای رسانه‌ها به منظور تأثیر بر روایت غالب بر مردم ایران (و از این طریق، مبنای هویتی آنان) تصویب کرده و مبالغ بسیار بیشتری را مستقیم و غیر مستقیم هزینه می‌کند.<sup>۲</sup> نمودار ۱ می‌کوشد هدف برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان را در ایجاد تغییر در هویت مردم ایران نشان دهد.

۱. به این دو خبر توجه کنید: «با توجه به حملات متعدد لابی صهیونیسم و آمریکا به ایران، در حال حاضر علاوه بر ۴۰۰ شبکه ماهواره‌ای فارسی‌زبان، ۸۰۰۰ سایت به زبان فارسی علیه ایران فعالیت می‌کنند» (<http://www.gerdab.ir/fa/news/10264>). «رئیس فتاوری و اطلاعات سازمان بسیج دانش‌آموزی و فرهنگیان کشور از فعالیت ۳۰۰ هزار وب‌سایت فارسی‌زبان علیه باورهای ملی و اعتقادی ایران خبر داد» (<http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=13900711000846>)

۲. بر اثر همین سرمایه‌گذاری مستقیم آمریکا، طی سالهای ۸۵-۱۳۸۳، تعداد شبکه‌های تلویزیونی سیاسی ضد ایرانی، ۹ برابر افزایش یافت. (<http://www.yjc.ir/fa/news/4015262D>)



نمودار ۱: محتوای فرهنگی شبکه های ماهواره ای فارسی زبان (<http://www.psyop.ir/?p=11030>)

با توجه به ماهیت چند قومیتی و متنوع ایران، فشار رسانه ای بر تغییر مبانی بومی هویتی جامعه ایران به اشکال مختلف نمود پیدا کرده است.<sup>۱</sup> با بررسی دقیق رسانه های فعال در مقابله با هویت بومی، می توان محور فعالیتهای این رسانه ها را دسته بندی کرد. از جمله این عرصه ها، موارد ذیل قابل اشاره است:

- شکل به چالش کشیدن هویت بومی مذهبی (صدها رسانه از طریق القای عناصر ضد دینی، سکولار، مادی گرایانه و برنامه های لذت طلبانه غیر دینی در این عرصه فعالند)؛
- به چالش کشیدن هویت ملی ایرانی (دهها رسانه با تلاش در ایجاد یا تقویت هویت های قومی، تلاش می کنند در هویت ملی تشکیک ایجاد کرده یا زبان فارسی را تضعیف کنند)؛
- به چالش کشیدن عناصر مذهبی (رسانه هایی با شکل افراطی گری مذهبی همانند رسانه های سلفی یا حتی افراطی شیعی، یا به شکل دعوت برای ادیان و فرقه های انحرافی و تبلیغ سایر ادیان را می توان در این بخش قرار داد)؛
- به چالش کشیدن هویت سیاسی (رسانه های سیاسی و وابسته به گروهکها و جریانهای سیاسی)؛
- به چالش کشیدن روایت سیاسی جامعه ایران (دهها شبکه خبری به زبان فارسی توسط آمریکا و سایر کشورهای عربی و همچنین کشورهای منطقه)؛
- به چالش کشیدن اخلاق جامعه و نفی الگوی زندگی بومی (دهها رسانه با

۱. امروزه اغلب شبکه های بزرگ بین المللی، بخش بسیار فعال فارسی خود را برای تأثیر گذاری بر مخاطبان ایرانی راه اندازی کرده اند که این حجم سرمایه گذاری به نسبت افراد فارس زبان بسیار غیر عادی است.



ترویج الگوهای ضد بومی اخلاقی، ترویج بی‌بندوباری و به اصطلاح ارائه الگوی زندگی آمریکایی، در جهت به چالش کشیدن اخلاق و الگوی زندگی بومی تلاش می‌کنند).

## نتیجه‌گیری

تحقیقات مبتنی بر رویکرد روایی نشان می‌دهند که روایتها، اعمال انسانها را هدایت و هویت‌های معینی را تولید و بازتولید می‌کنند. در دو-سه دهه اخیر که اشاعه فرهنگ و اطلاعات، انفجار فناوری‌ها و شبکه‌های ارتباطی و گسترش صنایع فرهنگی از مشخصات بارز آن است، رسانه‌های جمعی کارکردهای نوینی پیدا کرده و به عوامل تعیین‌کننده‌ای در روایتگری و به تبع آن، حفظ، تضعیف، تغییر یا تحول هویت ملی تبدیل شده‌اند. امروزه این رسانه‌ها با گردآوری و ساماندهی سلسله اتفاقاتی که پیرامون ما اتفاق می‌افتد، دست به ایجاد، تغییر، تکرار و جا انداختن ساخته‌های روایی خاصی می‌زنند؛ در نتیجه، به ابزارهای مؤثر در فرایند هویت و ملت‌سازی تبدیل شده‌اند که می‌توانند زمینه‌ای مناسب برای تقویت هویت ملی، همگرایی و روند توسعه فراهم آورند و البته از سوی دیگر می‌توانند با ایجاد تصورات قالبی و دامن زدن به شکافهای اجتماعی و مسائل قومی، آنها را به بحرانی فزاینده تبدیل کنند.

تأثیر و نقش رسانه‌ها در شکل دادن روایت هر فرد و روایت غالب جامعه، آنها را به قدرتمندترین ابزار در سیاست تبدیل کرده است. بنابر این، یکی از مهم‌ترین کارکردهای رسانه‌ها، شکل‌دهی به هویت ملی و از این طریق، تأثیر قطعی بر فرایند همواره در حال تحول ملت‌سازی در جوامع مختلف و به ویژه جوامعی همانند ایران است. نقش قاطع و تعیین‌کننده در شکل‌دهی به روایت در سطح ملی (و حتی فراملی)، رسانه‌ها را به ابزاری چنان تأثیرگذار تبدیل کرده که شاید کمتر بتوان آن را با دیگر ابزارها مقایسه کرد. در این چارچوب می‌توان تأکید و سرمایه‌گذاری جهانی بر رسانه‌ها را درک و تحلیل کرد. مسئله تأثیر قاطع رسانه‌ها بر روایت، هویت و هویت ملی و از این مسیر بر فرایند امنیت ملی، امری است که در کشوری همانند ایران و همچنین سایر کشورهای مناطق پیرامونی ایران باید در صدر توجه قرار گرفته و در تحلیلها و سیاستگذاری‌ها به آن اولویت داده شود.

برنامه‌ریزی‌های گسترده برای تغییر در مبانی هویت بومی ایران از طریق رسانه‌ها را باید جدی گرفت و با برنامه‌ریزی دقیق فرهنگی به ویژه از طریق رسانه‌های



خودی، اجازه نداد تا سونامی مخرب رسانه‌هایی که هر روزه مانند قارچ سر بلند می‌کنند، بتوانند با برنامه‌های تلویزیونی، فیلمها، برنامه‌های جذاب، سریالها و... به تدریج کرسی روایتگری خانواده‌های ایرانی و مبانی هویتی آنان را در دست گیرند و الگوی زندگی دلخواه خود را از آن طریق به خانه‌های ایرانی آورده، مبنای فرهنگ بومی را تخریب کنند. متأسفانه این مسئله جدی گرفته نمی‌شود و برنامه‌ریزی بنیادین برای آن انجام نمی‌شود.

## منابع

۱. احمدی، بابک (۱۳۸۴)؛ از نشانه‌های تصویری تا متن: به سوی نشانه‌شناسی ارتباط دیداری، تهران، مرکز.
۲. چلبی، مسعود (۱۳۷۲)؛ «وفاق اجتماعی در ایران»، نامه علوم اجتماعی، جلد ۲ (دوره جدید)، ش ۳.
۳. حسینی انجدانی، مریم و هکاران (۱۳۸۸)؛ «نقش رسانه‌ها در رشد هویت ملی نوجوانان شهر تهران»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ش ۵۸ (تابستان): ۶۴-۳۹.
۴. ربانی، علی و همکاران (۱۳۸۸)؛ «رسانه‌های جمعی و هویت ملی»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ش ۵۸ (تابستان): ۹۳-۶۵.
۵. زاهد، سعید (۱۳۸۴)؛ «هویت ملی ایرانیان»، فصلنامه راهبرد یاس، ش ۴.
۶. قرلسفلی، محمد (۱۳۸۸)؛ «رسانه و ساخت هویت ملی»، فصلنامه سیاست، دوره سی‌ونهم، ش ۳ (پاییز): ۳۳۸-۳۲۱.
۷. گیویان، عبدالله (۱۳۸۵)؛ «کار رسانه: واقعیت‌نگاری یا روایتگری». بازیابی از سایت مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای همشهری آنلاین: <http://www.hccmr.com/news98spx>
۸. لقمان، مسعود (۱۳۸۸)؛ «هویت ملی و رسانه»، روزنامه اعتماد، ش ۱۹۹۷.
۹. مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۷)؛ رسانه‌ها و بازنمایی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۱۰. میرفخرایی، تژا (۱۳۸۱)؛ «روایت رسانه‌ای»، فصلنامه رسانه، سال سیزدهم، ش ۵۲.
۱۱. میرمحمدی، داود (۱۳۸۳)؛ گفتارهایی درباره هویت ملی در ایران، تهران، مؤسسه مطالعات ملی.
12. Bhabha, H.K. (1990). **Narrating the Nation**, New York, Rutledge.
13. Castelló, Enric (2007). **Television Fiction and National Identities**, SAGE Publications.
14. Castells, Manuel (2010). **The Power of Identity**, Oxford, Blackwell.

15. Collins, Richard (1990). **Culture**, Communication & National Identity: the Case of Canadian Television, Toronto, Toronto University Press.
16. Gelner, Ernest (1996). **Nation and Nationalism**, Oxford, Blackwell.
17. Khaledi, Rashid (2010). **Palestinian National Identity: The Construction of Modern National Consciousness**, Columbia University Press.
18. Kinder, Marsha (1993). **Blood Cinema: the Reconstruction of National Identity in Spain**, London, University of California Press.
19. Momby, Dennia (1993). **Narrative and Social Control: Critical Perspectives**, London, Sage.
20. Ricoeur, Paul (1987). **Time and Narrative**, Chicago, the University of Chicago Press.
21. Robertson, Alex (2003). “**Narrative Analysis and Identity Research**”, Media, Culture and Society, Vol.22.
22. Somers, Margaret R. (1994). “**The Narrative Constitution of Identity: A Relational and Network Approach**”, Theory and Society, Vol.23, No.5.
23. Tileaga, Cristian (2008). “**National Commemoration, Collective Memory and Managing Authenticity in the Representation of a Political Event**”, Discourse & Society, Vol.19.
24. Wodak, Ruth and et al. (2009). **The Discursive Construction of National Identity**, Edinburg University Press.

