

ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخصهای الگوی بهره‌گیری از اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی

دکتر مظفر نامدار*
حمید حاذق نیکرو**

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۳/۱۰

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۷/۲۷

چکیده

بیداری در کشورهای اسلامی از پدیده‌های نوظهوری است که انتقال اطلاعات و اخبار در شکل‌گیری و گسترش آن از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده است. یکی از ابزارها و رهیافتهای مؤثر در گردش اخبار و اطلاعات در گردش اطلاعات، بهره‌گیری از فضای مجازی یا اینترنت است. این پژوهش ضمن بررسی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخصهای این رسانه نوین درصدد است نقش آن را در تعمیق بیداری اسلامی تعیین و تبیین، و نتایج را در قالب الگویی مبتنی بر اطلاع‌رسانی، فضاسازی، گفتمان‌سازی و جریان‌سازی ارائه کند و با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی، یافته‌های مطالعاتی و اکتشافی را طی کاری پیمایشی از دیدگاه ۶۰ نفر از خبرگان و صاحب‌نظران دو حوزه ارتباطات و فرهنگ اعتبارسنجی نماید و از نظر پاسخ‌دهندگان چهار بعد اصلی، دوازده مؤلفه و ۳۵ شاخص، بهره‌گیری از اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی را مؤثر دانسته و امکان طراحی الگو را فراهم ساخته است.

کلیدواژه‌ها: بیداری اسلامی، اینترنت، فضاسازی، اطلاع‌رسانی، جریان‌سازی، گفتمان‌سازی

* - استادیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

** - دانشجوی دکتری اطلاعات فرهنگی

۱. مقدمه

حوزه ارتباطات و رسانه از چند دهه پیش مورد توجه قدرتهای بزرگ با هدف سیاستگذاری در عرصه‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی ملل جهان بوده است به طوری که درصد بسیار زیادی از اخبار و گزارشهای از فیلتر خبرگزاریهای غربی عبور کرده، و مصدر اطلاع‌رسانی در دنیا شده است. در رسانه‌های نسل اول شامل رادیو، تلویزیون، خبرگزاریها و ماهواره‌ها حالت یکطرفه، و این شکل از ارتباط، چالشها و پیامدهای خاص خود را داشت و دانشمندان زیادی از جمله نظریه پردازان مکتب وابستگی، منتقدان جدی آن به‌شمار می‌رفتند. وابستگی فرهنگی، سلطه فرهنگی غرب در جهان سوم، سلطه شرکتهای بزرگ ارتباطی (اجتماعی- فرهنگی) و تولیدکنندگان فیلمهای تلویزیونی و سینمایی امریکا بر جهان سوم و غربی شدن، مهمترین پیامدهای عصر اول رسانه‌ها از دید نظریه‌پردازان مکتب وابستگی و منتقدان جدی عصر اول رسانه‌هاست.

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

این تحولات روزافزون در عرصه ارتباطات بر تحولات فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، امنیتی و اقتصادی بی‌تأثیر نیست و ممکن است بر تغییرات ساختاری کشورها نیز نقش زیادی داشته باشد. از جمله مواردی که در سالهای اخیر ساختارهای سیاسی و اجتماعی کشورهای جهان را بویژه در جهان اسلام دستخوش تغییر کرده، بیداری اسلامی است که اغلب خاورمیانه و کشورهای اسلامی مانند مصر، تونس، یمن، لیبی و بحرین درگیر آن بوده و هستند.

۲. بیان مسئله

با شکل‌گیری انقلاب اسلامی و تثبیت نظام جمهوری اسلامی ایران با سیاست نه‌شرقی و نه‌غربی در منطقه و صحنه بین‌المللی نگرش جدیدی بین ملت‌های جهان و بویژه میان کشورهای اسلامی پدیدار شد که بعدها به‌عنوان بیداری اسلامی به‌طور انقلاب‌گونه‌ای بسیاری از نظام‌های سیاسی جهان اسلام را با دگرگونی و فروپاشی روبه‌رو کرد. در دنیای امروز یکی از ابزارهای ارتباطی و رسانه‌ای که در انتقال سریع اخبار، اطلاعات و اندیشه‌ها نقش زیادی ایفا می‌کند، فضای مجازی یا به عبارتی اینترنت است که بسیاری از صاحب‌نظران نیز بر این تأثیر اذعان دارند. با رشد روز افزون اینترنت و افزایش شمار کاربران اینترنت، لزوم بررسی تأثیر اینترنت احساس می‌شود؛ اینترنت که در درون خود دنیایی از اطلاعات را جای داده است و با کارکرد چند رسانه‌ای بودن، ویژگی برقراری ارتباط دو طرفه را دارد و کاربران آن می‌توانند در فضای گفتمانی آزاد، نظر، احساس و عواطف خود را بیان کنند.

در برجسته‌سازی^۱ «ایجاد آگاهی و دغدغه عمومی از مسائل مهم از طریق رسانه‌های خبری» (هیث و بریانت^۲: ۱۹۹۲: ۲۷۹) و جامعه شبکه‌ای مانوئل کاستلز، شبکه نقش بنیادی در توصیف جامعه در عصر اطلاعات دارد و کانون بیان فرهنگی و افکار عمومی در عصر اطلاعات است (کاستلز^۳: ۱۳۸۰: ۵۴۴).

بنا به نظر جان تامپسون^۴ «رسانه‌های ارتباطی را می‌توان نه‌تنها در جهت چالش و تضعیف ارزشها و باورهای سنتی بلکه به‌منظور گسترش و تحکیم سنتها نیز مورد استفاده قرار داد» (تامپسون، ۱۳۸۰: ۲۳۹).

همگانی شدن استفاده از اینترنت، فرصت و انگیزه مناسبی را فراهم ساخت تا توان این پدیده چندرسانه‌ای در راستای تحقق آرمانهای جهانی انقلاب اسلامی مورد توجه و بررسی پژوهشی قرار گیرد. از این‌رو این تحقیق، کارکردها و ظرفیتهای مرتبط و هدفمند بین دو پدیده بیداری اسلامی و اینترنت را بررسی می‌کند. ضمن اینکه نبود الگوی مناسب برای بهره‌گیری از اینترنت برای

1- Agenda Setting
2- Heath and Bryant
3- Castells
4- Tompsun

تعمیق بیداری اسلامی مسئله‌ای اساسی در حال حاضر برای جمهوری اسلامی به‌شمار می‌رود. با این اوصاف و با توجه به تحول شگرف در حوزه ارتباطات نوین و گسترش فناوریهای اطلاعاتی در فضای مجازی و انعکاس و ترویج رسالت و اهداف انقلاب اسلامی در این فضا از یک‌سو و شباهتهای حرکت انقلابی مردم کشورهای اسلامی به مردم ایران و تشدید بیداری اسلامی در بخشی از جهان از دیگرسو، این سؤال را به‌وجود می‌آورد که الگوی بهره‌گیری از پدیده اینترنت برای کمک به تعمیق بیداری اسلامی چه ابعاد، مؤلفه و شاخصهایی دارد؟

۳. اهمیت و ضرورت

در بیان اهمیت این پژوهش می‌توان گفت که در صورتی که به این مهم توجه شود، می‌تواند نقش کاتالیزور داشته باشد و به امکانات زیر دست یابد:

- تولید الگوی علمی در حوزه استفاده از اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی
 - فراهم آمدن بستر و زمینه کمک به بیداری اسلامی از طریق اینترنت
 - کمک به ادامه مسیر انقلاب اسلامی در منطقه و جهان اسلام
 - استفاده مناسب از فرصت اینترنت در راستای اهداف انقلاب اسلامی
 - کمک به مردم مسلمان و ستم‌دیده جهان اسلام در جهت رشد سیاسی و معنوی
 - انتقال تجربیات انقلاب اسلامی به مخاطبان جهان اسلام در حوزه بیداری اسلامی
- در وصف ضرورت این پژوهش می‌توان این‌گونه بیان کرد که در صورتی که موضوع اینترنت به‌عنوان رسانه‌ای سریع، کم هزینه و دوطرفه مورد توجه قرار نگیرد، پیامدهای منفی زیر را در بر خواهد داشت.
- کشورهای دارای نفوذ ممکن است از این فرصت ارتباطی استفاده کنند و مسیر بیداری را به نفع خود رقم زنند.
 - توجه مناسب به تقویت بیداری اسلامی در فضای مجازی نخواهد شد.
 - از اینترنت برای تحقق انتظارات مردم مسلمان منطقه بویژه نخبگان، و مبارزان صورت نگیرد.
 - تجربه مردم ایران در شکل‌گیری انقلاب اسلامی به مردم منطقه منتقل نشود.

۴. هدف

تبیین کارکردهای اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی

۵. سؤالات پژوهش

سؤال اصلی

ابعاد بهره‌گیری از اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی کدام است؟

سؤالات فرعی

۱. مؤلفه‌های استفاده از اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی کدام است؟

۲. شاخصهای استفاده از اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی چیست؟

۶. روش پژوهش

این تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی، و از نظر روش، توصیفی-تحلیلی است. ابعاد اینترنت به‌عنوان متغیر مستقل و بیداری اسلامی نیز متغیر وابسته این تحقیق، و از آنجا که بخشی از محتوای این پژوهش از طریق مطالعات اکتشافی و اسنادی (کتابخانه‌ای) تهیه و تدوین شده برای اعتبارسنجی یافته‌های اکتشافی از روش پیمایش نیز استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق مشخص و محدود و بر اساس نظر و دیدگاه خبرگان و متخصصان حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی، ۶۰ نفر از خبرگان دانشگاهی، حوزوی، مدیریتی ستادی، عالی و سیاستگذار در حوزه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، رسانه و ارتباطات با شیوه نمونه‌گیری هدفمند به‌عنوان نمونه انتخاب، و به‌دلیل محدودیت جامعه آماری به‌صورت تمام شماری در نظرسنجی مشارکت داده شده‌اند.

۷. تعریف مفاهیم

اینترنت: اینترنت رسانه‌ای فراگیر و وسیع با مخاطبانی مختلف و گسترده با بانک جامع از اطلاعات مختلف و کارکردهای آسان و با شبکه‌های ارتباطاتی هوشمند و پیوسته متشکل از

میلیونها شبکه خصوصی، دولتی، تجاری و منطقه‌ای است که از طریق سیمها، کابل‌های فیبر نوری، ارتباطات بی سیم و دیگر فناوریها به یکدیگر متصل شده‌اند. اینترنت حامل منابع و خدمات اطلاعاتی گوناگون مانند پست الکترونیک، انتقال فایل، اشتراک فایل، گفتگوی آنلاین، بازیهای آنلاین و اتصالات میان صفحه و دیگر منابع "وب جهان گستر" است. در واقع اینترنت، شالوده سخت‌افزاری و نرم‌افزاری برای برقراری ارتباط میان رایانه‌ها به شمار می‌آید (سپنجی، ۱۳۹۱: ۲۶).

بیداری اسلامی: بیداری اسلامی به مفهوم زنده شدن دوباره در پرتو اسلام اصیل است؛ به بیان دیگر در معنای تجدید حیات اسلام در کالبد فرد و جامعه به کار می‌رود که در پناه آن، استقلال، عدالت و همه آموزه‌ها و ارزشهای متعالی خداوند، بار دیگر زنده می‌شود یا حیات می‌یابد (صوفی نیارکی، ۱۳۹۱: ۲۹)؛ به عبارت دیگر "بیداری اسلامی یعنی دعوت دوباره به اسلام، احیای ارزشهای اسلامی و دعوت به سوی احیای ارزشهای اسلامی (ولایتی، ۱۳۸۹).

عمق‌بخشی: مجموعه‌ای گزینش شده از روش و محتوایی است که هر مؤمنی برای پیوستن به جبهه جهاد و مجاهدت به آن دانشها، بینشها و انگیزه‌ها و روشها نیاز دارد (احمدیان، ۱۳۸۶). تعمیق: تعمیق، عمق بخشیدن و ژرف گردانیدن مفاهیم و مبانی اعتقادی، سیاسی، اندیشه و انگیزش است که در یک روندی بلندمدت صورت می‌گیرد و شکل دهنده رفتار انسان می‌شود (حاذق نیکرو، ۱۳۸۷: ۶).

۸. ادبیات پژوهش

رسانه‌های جمعی کارکردهای مختلفی از جمله روشنگری، تبلیغ، شکوفاسازی ذهنی، گسترش و نشر ایدئولوژی، نشر اطلاعات، اطلاع‌رسانی، برجسته‌سازی، فضا‌سازی، مدیریت افکار، گفت‌وگوسازی، بسیج عمومی، فرهنگ‌سازی، جریان‌سازی و... را بر عهده دارد. وضعیت حاکم بر بیداری اسلامی و نوع مدیریت و امکانات با استناد به نظریه‌های ارتباطات جمعی و رسانه از جمله، نظریه کارکردهای ارتباطات^۱، تأثیر پیامهای ارتباطی و الگوی ارتباطی ساده هارولد لاسول^۳

1- World Wide Web
2- The Structure and Function of Communication in Society
3- Harold Lasswell

(۱۹۴۸)، چارلز رایت^۱ (۱۹۸۴) نظریه انتشار پل لازارسفلد^۲ (۱۹۴۴)^۳ نظریه رابرت مرتون، اورت راجرز^۴، نظریه کارکرد دستور سیاسی والتر لیمن^۵، با توضیح دونالد شو^۶، ماکسول مک کامبز^۷ و همکارانش و در نهایت نظریه گلوله سوربن و تانکارد^۸ (۱۳۸۱) بر این باورند که رسانه‌ها بر روی سطوح وسیعی از مخاطبان تأثیر بسیار قوی و عمیق و به‌طور یکنواخت دارد که می‌توان با فرستادن مستقیم پیام همانند شلیک کردن گلوله در آنان از طریق طراحی پیامی مشخص، آنان را به عکس‌العمل وادار، و پاسخ دلخواه و مورد انتظار را از آنان دریافت کرد. در نظریه‌شناختی شاید معروفترین اثر و کار اولیه در مورد تأثیرات محدود رویکرد تقویت باشد که به‌طور قابل ملاحظه‌ای توسط جوزف کلایپر^۹ (۱۹۶۰) انجام شد. کلایپر در بررسی نوشته‌هایی مربوط به تأثیرات ارتباطات جمعی این فرض را توسعه داد که ارتباط جمعی علت لازم و کافی تأثیرات مخاطب نیست؛ اما این فرض را گسترش داد که متغیرهای دیگر در آن نقش میانجی دارد. بنابراین رسانه‌ها فقط علت کمک‌کننده هستند. نظریه استفاده و رضایتمندی پالگرین^{۱۰} (۱۹۸۴) بر نقش فعال مخاطب در انتخاب کردن و هدفمند بودن در رفتار استفاده از رسانه‌ها تأکید دارد. رزنبرگ^{۱۱}، ونر^{۱۲} و پالگرین (۱۹۸۵)، رابین^{۱۳} (۲۰۰۲) تجربه و تأثیرات رسانه‌ها را به میزان زیادی به استفاده فرد از رسانه‌ها و رضایتمندی از آن وابسته می‌دانند. نظریه وابستگی ملوین دیفلور و دنیس (۱۳۸۳)، این نظریه رابطه بین طبیعت اجتماعات نوین و محتوای برنامه‌های وسایل ارتباط جمعی و رفتارهای مخاطبان را بیان می‌کند و "تأکید زیادی بر رسانه‌ها و کارکردهای آنها دارد. هر چه رسانه‌ها بیشتر بتوانند نیازهای مخاطبان را برآورده سازند، میزان وابستگی افراد به آنها بیشتر می‌شود. در این نظریه به ارتباط به گونه‌ای نظام‌مند نگریسته می‌شود" (دهقانی و اسماعیلی، ۱۳۹۲: ۵۹ و ۶۰).

- 1- Charles Wright
- 2- Paul Lazarsfeld
- 3- Theory Lazarsfeld Bridge Publishing (1944)
- 4- Everett Rogers
- 5- Walter Lippman
- 6- Donald Show
- 7- Maxwell McCombs
- 8- Sorbonne and Tankard
- 9- Joseph Klapper
- 10- Palgryn
- 11- Rosenberg
- 12- Vnr
- 13- Rubin

نظریه کاشت بر روشهایی تمرکز دارد که از طریق آن، رویارویی گسترده و مکرر با رسانه‌ها طی زمان بتدریج دیدگاه ما را در مورد دنیا و واقعیت‌های اجتماعی شکل می‌دهد. یکی از سازه‌های مهم نظریه کاشت، جریان‌سازی^۱ به معنای همگون‌سازی تدریجی ادراکات و آگرای افراد از واقعیت اجتماعی به صورت جریان‌سازی همگراست (شاپیرو، ۱۹۹۱).

نائینی (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «ژئوپلتیک ارتباطات و رسانه‌های نوین و نقش آن در شکل‌گیری قدرت» درباره کارکرد رسانه‌ها این‌گونه اظهار نظر می‌کند: در نخستین برداشتها، ارتباط، ابتدا به‌عنوان «انتقال اطلاعات» و سپس به‌عنوان «اقناع» مورد توجه قرار می‌گیرد. در برداشتهای جدید، ارتباط از یک‌سو به منزله «تأثیر‌گذاری متقابل و همبستگی اجتماعی» و از سوی دیگر به منزله «ابزار اصلی دگرگونی اجتماعی و سیاسی» مورد بررسی و مطالعه واقع شده است. در جمع‌بندی می‌توان گفت مهمترین دیدگاه‌هایی که نسبت به کارکردهای فناوری نوین ارتباطات و رسانه‌های جدید با توجه به مباحث قبل مطرح است، عبارت است از:

۱. خبری، تشریحی و انتقال میراث فرهنگی (هارولد لاسول)^۲
۲. خبری، تشریحی و انتقال میراث فرهنگی و تفریحی (چارلز رایت)
۳. نوسازی و گذر از جامعه سنتی (دانیل لرنر)
۴. تبدیل جامعه سنتی به جامعه مدرنیته (تامپسون)
۵. رسانه یا خود فرهنگ یا انتقال‌دهنده (مک لوهان)
۶. ارتباطات جدید و رسانه‌ها به‌عنوان شکل‌دهنده و هویت‌بخش جوامع انسانی (کارل دویچ)
۷. رسانه‌های جدید به‌عنوان عامل پیدایش جامعه سیاسی جهانی (کارل دویچ)
۸. اجتناب‌ناپذیر بودن توانایی رسانه‌های جدید در ایجاد دهکده جهانی (مک لوهان)
۹. تحول و توسعه رسانه‌های ارتباطی، عامل ترکیب و سرنوشت زندگی جدید اجتماعی (تامپسون)
۱۰. دگرگونی مفهوم قدرت بر اثر تحول در رسانه‌ها و فناوری ارتباطات (تامپسون)

1- mainstreaming

2-

۱۱. فناوری ارتباطات به‌عنوان نماد امپریالیسم خبری و سرمایه داری پیشرفته و نوعی سلطه

مدرن (هربرت شیلر)

۱۲. جامعه شبکه‌ای و جهانی شده محصول فناوری ارتباطات (مانوئل کاستلز)

۱۳. رسانه‌ها کارپردازی قوی، سریع، گسترده و مؤثر در قدرت (الوین تافلر)

در بررسی و بیان نظریه‌های صاحب‌نظران پیشگفته، ابعادی چون بعد اطلاع‌رسانی، فضاسازی، گفتمان‌سازی و جریان‌سازی، استخراج شد که دارای مؤلفه‌هایی است که ضمن تطابق با حوزه ارتباطات و رسانه از دیدگاه حضرت امام خامنه‌ای در حوزه بیداری اسلامی از طریق تحقیق تحلیلی پیمایشی، مورد اثبات قرار گرفت. "شاخص عمده در حرکت مردمی این کشورها سه چیز است: اسلامی بودن، ضد امریکا و صهیونیست بودن و مردمی بودن. این شاخص در همه این کشورها مشترک است. ملت مصر، که ملتی شاخص در دنیای عرب و دنیای اسلام است، این نهضت را به راه انداخته است؛ این انقلاب را در کشور خودش به وجود آورده است؛ هم اسلامی است؛ هم مردمی است؛ هم صریحاً ضد امریکا و ضد صهیونیستی است. بقیه کشورها هم همین جور. موضع ما در مقابل این حرکت‌های مردمی روشن است: هر جا حرکت اسلامی است؛ مردمی است؛ ضد امریکایی است، ما با این حرکت همراهیم" (امام خامنه‌ای، ۱۳۹۰/۳/۱۴).

جدول ۱. جمع‌بندی نظریه‌های ارتباطات مرتبط با ابعاد (منبع: مؤلف)

ابعاد	مک کویل	هاروی لاسول	مانوئل کاستلز	چارلز رایت	لازارسلفد	اورت راجرز	دونالدشو و مک‌کامیز	سورین تانکارد	پالکترین، رزنگ، ونرو رابین
اطلاع‌رسانی	*	*	*	*	*	*	*	*	*
فضاسازی	*	*	*	*	*	*	*	*	*
گفتمان‌سازی	*	*	*	*	*	*	*	*	*
جریان‌سازی	*	*	*	*	*	*	*	*	*

این مؤلفه‌ها در هر چهار بعد دینی اعتقادی، فرهنگی اجتماعی و سیاسی انقلابی است که به

شرح ذیل مورد بررسی قرار می‌گیرد:

۸-۱. بُعد اطلاع‌رسانی

افراد جامعه برای اطلاع از محیط خود، برای انتقال ارزشهای فرهنگی، اطلاع از مباحث دینی و اعتقادی برای سرگرمی و تفریح و نیز برای تفسیر موضوعات اجتماعی اساسی خود به رسانه‌ها وابسته هستند و در واقع این کارکردها، نقشهای رسانه‌ها را در جوامع جدید شکل می‌دهد. انتشار اطلاعات و اطلاع‌رسانی یکی از برجسته‌ترین نتایج ارتباط است. برای مستندسازی مؤلفه‌های این بعد از نظریه گلوله و دیدگاه‌های سوربن و تانکارد استفاده شده که درباره دامنه تأثیرات رسانه‌های عمومی فرمول‌بندی شده است (سوربن و تانکارد، ۱۳۹۰: ۳۸۷ تا ۳۸۹)

در خصوص مؤلفه‌ها قابل ذکر است که مؤلفه‌های انتخابی سه‌گانه برای همه ابعاد یکسان است و این مؤلفه‌ها از ویژگیها و مؤلفه‌های مرتبط با بیداری اسلامی براساس تبیین مقام معظم رهبری درخصوص تشخیص بیداری اسلامی در جنبش‌ها و خیزشهای چند سال اخیر نسبت به دیگر نظریه‌ها و تلقی‌ها است. "در چنین انقلابهایی، اصول و ارزشها و هدفها، نه در مانیفست‌های پیش‌ساخته گروه‌ها و حزب‌ها، بلکه در ذهن و دل و خواست آحاد مردم حاضر در صحنه، نگاشته، و در قالب شعارها و رفتارهای آنان اعلام و تثبیت می‌شود. با این محاسبه به‌روشنی می‌توان تشخیص داد که اصول انقلابهای کنونی منطقه، مصر و دیگر کشورها در درجه اول اینها است: احیا و تجدید عزت و کرامت ملی که در طول زمان با دیکتاتوری حاکمان فاسد و با سلطه سیاسی امریکا و غرب در هم شکسته و پایمال شده است. برافراشتن پرچم اسلام که عقیده عمیق و دلبستگی دیرین مردم است و برخورداری از امنیت روانی و عدالت و پیشرفت و شکوفایی که جز در سایه شریعت اسلامی به‌دست نخواهد آمد. ایستادگی در برابر نفوذ و سلطه امریکا و اروپا که در طول دو قرن بیشترین لطمه و خسارت و تحقیر را بر مردم این کشورها وارد آورده‌اند. مبارزه با رژیم غاصب و دولت جعلی صهیونیست که استعمار چون خنجر در پهلوی کشورهای منطقه فرو برده و وسیله‌ای برای ادامه سلطه اهریمنی خود ساخته و ملتی را از سرزمین تاریخی خود بیرون رانده است" (امام خامنه‌ای، ۹۰/۶/۲۶) این مؤلفه‌ها عبارت است از:

الف. دینی اعتقادی: افزایش میل به دریافت اطلاعات از اینترنت در گروه‌های مخاطب، آسان بودن دریافت و انتقال اطلاعات به‌وسیله اینترنت، اطلاع‌رسانی در حوزه‌های دینی و اعتقادی در جامعه هدف از کارکردها و نقش‌آفرینی این مؤلفه به‌شمار می‌رود. برافراشتن پرچم اسلام که

عقیده عمیق و دلبستگی دیرین مردم است. ترویج تحقق وعده الهی، توجه به سیاست اسلامی، گسترش سیره نبوی(ص) و ترویج سبک زندگی اسلامی از طریق مؤلفه دینی اعتقادی قابل عمل است.

ب. فرهنگی اجتماعی: این مؤلفه کارکردی چون ظرفیت اینترنت برای تأثیرگذاری در جامعه و مخاطبان، تأثیر پیام در گروه‌های مخاطب، رسیدن بموقع پیام به مخاطبان، گستردگی پیام‌رسانی را در خود دارد. تبلیغ احیا و تجدید عزت و کرامت ملی، ایجاد نگاه نو در عرصه زندگی و عرضه نگاه نو در تحولات اجتماعی ثمره تحقق این مؤلفه خواهد بود. "مهمترین عنصر این انقلابها، حضور واقعی و عمومی مردم در میدان عمل و صحنه مبارزه و جهاد است، نه فقط با دل و خواست و ایمانشان، بلکه علاوه بر آن با جسم و تنشان" (همان، ۹۰/۶/۲۶) و یا می‌فرمایند: "امروز روزی است که ملت‌های مسلمان به هویت اصیل و اسلامی خودشان برگردند. آنچه در درون ما از نیرو و عظمت و شکوه وجود دارد، ناشی از ایمان به اسلام و اعتقاد به قدرت پشتیبان الهی و اتکال به خدای متعال است؛ این است آن قدرتی که هیچ قدرتی بر آن فائق نمی‌آید؛ این را بایستی هرچه بیشتر در دل خودمان در عمل خودمان تجلی ببخشیم" (همان، ۹۰/۶/۹).

ج. سیاسی انقلابی: در این مؤلفه دستور کار سیاسی موضوعات و تصورات برجسته را در اذهان عموم ایجاد می‌کند. ایستادگی در برابر نفوذ و سلطه آمریکا و اروپا، مبارزه با رژیم غاصب و دولت جعلی صهیونیست، نشر وقایع سیاسی جهان اسلام و آشکارسازی چهره وقیح و ستمگر و مستکبر نظام بین‌الملل و بهره‌گیری از تجربه انقلاب اسلامی شاخصهای این مؤلفه به‌شمار می‌رود. "سخن از بیداری اسلامی، سخن از یک مفهوم نامشخص و مبهم و قابل تأویل و تفسیر نیست؛ سخن از یک واقعیت خارجی مشهود و محسوس است که فضا را انباشته و قیامها و انقلابهای بزرگی را پدید آورده و مهره‌های خطرناکی از جبهه دشمن را ساقط کرده و از صحنه بیرون رانده است؛ با این حال، صحنه همچنان سیال و نیازمند شکل‌دادن و به سرانجام رساندن است" (همان، ۹۰/۶/۲۶).

۸-۲. بُعد فضا سازی

رسانه‌ها با استفاده از راهبرد فضا سازی می‌توانند در تحولات دینی، اعتقادی، انقلابی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در گستره وسیعی نقش آفرینی کنند و موجب شکل‌دهی افکار عمومی گردند به گونه‌ای که تافلرها (آلوین و هایدی، ۱۳۷۴) از آن به جنگ جهانی فرهنگی اطلاعاتی تعبیر کرده‌اند. رشد همه جانبه افکار عمومی و ایجاد فضاهای مناسب و مرتبط در سطح جهان به چندین عامل بستگی دارد که از آن جمله گسترش رسانه‌ها و ارتباطات با تأکید بر توسعه فناوریهای جدید موجب تنوع و تعدد رسانه‌های اینترنتی، مخابراتی، درون فردی و... می‌شود. هر یک از این رسانه‌ها منعکس کننده نظریات جامعه هستند که در نهایت به توسعه افکار عمومی و فضا سازی دامن می‌زند (تافلر و تافلر، ۱۳۷۶: ۲۴۷).

نقشهای گوناگون رسانه‌ها در جامعه مانند نقش رسانه‌ها در ایجاد فضای جامعه‌پذیری، فضا سازی، بسیج عمومی، شکل دادن به افکار عمومی یا هدایت مدیریت و رهبری فضاهای عمومی بر اساس پارادایم مسلط مطالعه می‌شود. پژوهشها درباره محتوای رسانه‌ها و چگونگی تأثیرات آنها بر جامعه در جهت تطابق رفتار اجتماعی رسانه‌ها با اهداف جامعه مطلوب در چارچوب این پارادایم صورت می‌پذیرد (سوربن و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۹۷). مؤلفه‌های مرتبط این بعد عبارت است از:

الف. دینی - اعتقادی: کار کردها و نقشهای این مؤلفه عبارت است از شکل دادن به افکار عمومی، هدایت و جهت‌دهی افکار عمومی، مدیریت و رهبری افکار عمومی ایجاد واکنش در افکار عمومی، ایجاد یک صدایی در جامعه، وادار ساختن مخاطبان به عکس‌العمل در جهت انگیزش ادراکات دینی مردمی، تصویر سازی فضای دینی برای مردم، تقویت قدرت یکپارچه اسلامی.

ب. فرهنگی - اجتماعی: در این مؤلفه می‌توان به نقش رسانه‌ها در جامعه‌پذیری، اطلاع رسانی و بسیج عمومی در جامعه، سازماندهی اجتماعی، نفوذ و تأثیر اجتماعی و نقش آفرینی اینترنت در ساماندهی ارتباطات اجتماعی اشاره کرد. ساماندهی حضور میدانی در جهت طوفان قیام و انقلاب، تهییج توده ای آحاد جامعه، حضور در صحنه مردم، کلید فتح و فرج.

ج. سیاسی - انقلابی: تهییج احساسات انقلابی، برانگیختن نخبگان سیاسی انقلابی جامعه، فضا سازی آزادی قدس شریف از جمله شاخصهای این مؤلفه است.

۸-۳. بُعد گفتمان‌سازی

گفتمان‌سازی، تلاشی است برای مهندسی مطالبات مسلمانان و تبدیل آن به ضرورتی اجتماعی و مورد تأکید اکثریت که توسط خواص و نخبگان جامعه صورت می‌گیرد. در بحث مربوط به گفتمان‌سازی نیز می‌توان به نظریه‌های ارتباطات از جمله مک کویل، هارولد لاسول و چارلز رایت و... به صورت مستقیم و غیر مستقیم اشاره کرد. هم‌چنین مکتب فرانکفورت که مکتبی فکری است، رسانه را وسیله فرهنگ‌سازی می‌داند. لاسول نخستین جامعه‌شناسی بود که مکتب جامعه‌شناسی ارتباطات را در چارچوب مشخصی درباره کارکردهای متفاوت ارتباطات به مطالعه وضع اداره‌کنندگان و سازمان‌سایلی ارتباطی، محتوای پیامهای ارتباطی، استفاده‌کنندگان پیام و آثار اجتماعی پیامها بیان کرد که از جمله آنها به انتقال فرهنگی، سامانه‌های فرهنگی و نقشها و کارکردهای منفی و مثبت می‌پردازد.

در این راستا بهترین و اصولی‌ترین منبع برای تبیین این اصطلاح و چگونگی «گفتمان‌سازی»، مفاهیم دینی و قرآنی و دیدگاه‌های حضرت امام خمینی (ره) و بیانات حضرت آیت الله خامنه‌ای در این حوزه است. "یکی از مهمترین تأثیرات، همین فکر کردنها این است که شما فضا‌سازی می‌کنید؛ گفتمان‌سازی می‌کنید. در نتیجه در یک فضای معتقد به یک مبنای فکری یا عملی، رئیس جمهور هم همان جور فکر می‌کند؛ وزیر هم همان جور فکر می‌کند؛ مدیرکل هم همان جور فکر می‌کند؛ کارکنان هم همه همان جور فکر می‌کنند؛ این خوب است. شما این کار را انجام می‌دهید. فکر کنید، بگویید، بنویسید، در مجامع خودتان منعکس کنید... وقتی یک فضای گفتمانی به وجود آمد، همه در آن فضا فکر می‌کنند، همه در آن فضا جهت‌گیری پیدا می‌کنند، همه در آن فضا کار می‌کنند؛ این همان چیزی است که شما می‌خواهید..." (امام خامنه‌ای، ۱۳۹۰). "گفتمان یعنی یک مفهوم و یک معرفت همه‌گیر بشود در برهه‌ای از زمان در یک جامعه آن وقت این می‌شود «گفتمان» جامعه... " (همان، ۱۳۸۸) و "وقتی یک فضای گفتمانی به وجود آمد همه در آن فضا فکر می‌کنند؛ همه در آن فضا جهت‌گیری پیدا می‌کنند؛ همه در آن فضا کار می‌کنند؛ این همان چیزی است که شما می‌خواهید" (همان، ۹۰/۷/۱۳). "گفتمان یک جامعه مثل هواست؛ همه تنفسش می‌کنند، چه بدانند چه ندانند، چه بخواهند چه نخواهند" (همان، ۹۰/۱۰/۱۴). با توجه به دیدگاه‌ها می‌توان گفت «گفتمان» یعنی فکر رایج، معرفت عمومی شده و فضای فکری و معرفتی

غالب. "علاقه عمیق و قلبی ملت ایران به امام باعث غلبه مستمر «گفتمان» امام بر گفتمانهای دیگر است." (همان، ۱۳۸۸/۳/۱۱) و از جمله مصداقهای گفتمان‌سازی در نظام اسلامی «گفتمان عمومی» حاکم است که به انقلاب اسلامی مربوط است و از سوی دیگر در ذیل آن باید «گفتمانهای» متعددی تعریف شود که برخی انجام شده است و بعضی دیگر باید به صورت «گفتمان» درآید.

براساس همین دیدگاه‌ها و کارکردهای بعد گفتمان‌سازی مؤلفه‌هایی به شرح ذیل پیش‌بینی شده است. که حاصل آن استخراج سه مؤلفه است:

الف) دینی - اعتقادی: این مؤلفه کارکردهای متفاوتی همچون دگرگونی فرهنگی جهانی، کارکردهای منفی و مثبت در عرصه فرهنگ، انتقال فرهنگ از جامعه ای به جامعه دیگر و از فردی به فرد دیگر دارد. رسانه در انتقال فرهنگی و تأثیرگذاری فرهنگی دارای نقش و اهمیت است. "ایجاد «گفتمان» پرتراوت بازگشت به هویت اسلامی در امت اسلامی" (خامنه‌ای، ۸۶/۶/۳۱) این انقلاب آمد، نظام درست کرد. این نظام، باقی ماند، روز به روز قوی‌تر شد؛ روز به روز هم پیشرفته‌تر شد؛ این می‌شود الگو. این الگو‌سازی یک «گفتمانی» را به وجود می‌آورد که آن «گفتمان» هویت اسلامی و عزت اسلامی است" (همان، ۸۹/۱۲/۱۹). "خوشبختانه امروز در سطح منطقه گفتمان اسلام، گفتمان پیروی از معارف اسلامی و احکام اسلامی و شریعت اسلامی شده گفتمان غالب" (همان، ۹۰/۷/۲۸).

ب) فرهنگی - اجتماعی: افزایش استقبال عمومی از گفتمانهای مردم سالاری دینی در جامعه اسلامی از طریق رسانه‌های دیجیتال متحرک، ایجاد الگوواره‌های فرهنگی - اجتماعی، تعیین نماد و سمبل فرهنگی اجتماعی، اینترنت وسیله فرهنگ‌ساز و تبدیل فناوریهای نوین به فرهنگ از جمله کارکردها و نقش‌آفرینی این مؤلفه در بعد گفتمان‌سازی به‌شمار می‌رود.

ج) سیاسی - انقلابی: در بحث مؤلفه سیاسی انقلابی می‌توان مصداقها و الگوی تجربی انقلاب اسلامی در ایران را ملاک عمل قرار داد که موفقیت‌آمیز بود و از این تجربه در کشورهای در حال تحول در منطقه بهره برد. رهبر معظم انقلاب اسلامی با نگاه تقابلی گفتمانی به حوزه سیاسی در رویارویی اسلام با غرب می‌فرماید: "انقلاب اسلامی به وجود آورنده «گفتمانی» جدید در برابر گفتمان لیبرال دموکراسی غربی و تفکر مارکسیستی می‌باشد" (امام خامنه‌ای، ۸۱/۵/۲۳). "یکی از

چیزهایی که بلاشک در این حوادث مؤثر بود، الگوسازی و «گفتمان» سازی انقلاب اسلامی بود. انقلاب اسلامی برای مسلمانها الگو شد. اولاً با پیدایش خود بعد با تشکیل موفق نظام جمهوری اسلامی که توانست یک نظامی را با یک قانون اساسی کامل ارائه کند و آن را به کرسی بنشاند و تحقق ببخشد و بعد ماندگاری این نظام در طول سی و دو سال که نتوانند به او ضربه بزنند و بعد استحکام و تقویت هرچه بیشتر این نظام که نظام جمهوری اسلامی امروز از لحاظ عمق و ریشه قابل مقایسه با ده سال پیش بیست سال پیش و سی سال پیش نیست و بعد پیشرفتهای گوناگون در این نظام که پیشرفت علمی پیشرفت فناوری و صنعتی پیشرفتهای اجتماعی گوناگون پخته شدن افکار پدید آمدن افکار نو حرکت عظیم علمی در کشور و فعالیتهای گوناگون است" (همان، ۸۹/۱۲/۹). "ایجاد یک گفتمان نو در سطح بین‌الملل اسلامی، همین گفتمان هویت اسلامی و سلطه‌ناپذیری و استقلال را این نظام ایجاد کرد؛ گسترش داد" (همان، ۸۶/۶/۳۱). "چرا این تهدیدها به ضرر امریکا است؟ به‌خاطر اینکه خود این تهدیدها نشان‌دهنده عجز امریکا از مقابله منطقی و مقابله گفتمانی است! یک گفتمانی در مقابل گفتمان جمهوری اسلامی ندارند، نمی‌توانند در میدان مقابله فکری و منطقی برای خودشان غلبه‌ای ایجاد کنند، مجبور می‌شوند توسل به زور و تشبث به زور بکنند" (همان، ۹۰/۱۱/۱۴).

۸-۴. بُعد جریان‌سازی

برای این بُعد پژوهش از نظریه کارکرد دستور کار سیاسی^۱ بهره برده شد که نظریه دستور کار سیاسی "موضوعات و تصوراتی برجسته را در اذهان عموم ایجاد می‌کند. رویکرد کاربردها و خشنودسازی به جای پیام بر مصرف‌کننده - مخاطب - تأکید می‌کند. برخلاف سنت تأثیرات شدید، این رویکرد تصور می‌کند که مخاطب مصرف‌کننده تمایزدهنده رسانه است. رویکرد کاربردها و خشنودسازی در مقایسه با مطالعات تأثیر کلاسیک، مصرف‌کننده رسانه را به جای بیان رسانه به‌عنوان نقطه آغاز فرض می‌کند و رفتار ارتباطی او را برحسب تجربه مستقیم آن با رسانه تشریح می‌کند. این رویکرد، مخاطبان را به جای افرادی منفعل و تحت تأثیر رسانه، افرادی فعال می‌داند که از مفهوم و محتوای رسانه استفاده می‌کنند" (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۷۵۶)؛ بنابراین رابطه‌ای

1- Functional Theory of Political Agenda

مستقیم بین پیامها و تأثیرات یادشده فرض نمی کند؛ اما در عوض بیان می کند که مخاطبان از پیامها استفاده می کنند و اینکه چنین کاربردهایی به عنوان متغیرهای رابط در فرایند تأثیر عمل می کند. مطابق نظر استفان لیتل جان، شدت تأثیرگذاری رسانه به لحاظ شناختی، عاطفی و رفتاری افزایش می یابد. ملوین دیفلور و اورت دنیس برجسته سازی را «ایجاد آگاهی و دغدغه عمومی از مسائل مهم از طریق رسانه های خبری» تعریف می کنند. هیث و بریانت، رسانه ها لزوماً به ما نمی گویند که چگونه فکر کنیم، اما می گویند در مورد چه چیزی فکر کنیم و بر همین اساس نتیجه تولید مؤلفه برای این بعد شامل ایجاد دغدغه و تغییر نگرش است:

الف. دینی - اعتقادی: کارکردهای این مؤلفه، تشدید دغدغه های افراد، گروه ها، عموم مردم در جامعه هدف، نسبت اعتقادات دینی، قدرت شکل دهی به تصاویر ذهنی مخاطب، ایجاد تصاویر برجسته در اذهان عمومی است؛ الگوسازی ظلم ستیزی پیامبران و رهبران دینی، تصویرسازی از جایگاه تمدن قرآنی.

ب. فرهنگی - اجتماعی: بسترسازی برای تغییر نگرشها، نقش آفرینی در اندیشه ها، رفتارهای فردی و اجتماعی، تأثیرگذاری تغییر نگرش در زندگی روزمره جامعه هدف از جمله کارکردهای این مؤلفه به شمار می رود و شکل گیری اندیشه ها، شکل دهی سبک زندگی در جامعه، ترویج سبک زندگی از جمله کارکردها و نقشهای این مؤلفه است.

ج. سیاسی انقلابی: کارکردهای این مؤلفه را می توان جریان سازی انقلابی برای توده مردم، همگون سازی تدریجی ادراکات نخبگان، نقش و اهمیت اینترنت در جریان سازی برای تقویت جنبشهای انقلابی، شناخت شیوه ها و ترفندهای فریبده دشمن، جریان سازی پرهیز از اختلاف، معارضه های خونین فرقه ای، مذهبی، قومی و ملی و حمایت معنوی از جنبش های بیداری اسلامی برشماری کرد.

۹. نتایج توصیفی پژوهش

۹-۱. نتایج توصیفی شاخصهای بهره‌گیری از اینترنت در تعمیق بیداری

اسلامی

نتایج توصیفی شاخصهای بهره‌گیری از اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی نشان می‌دهد که اعضای جامعه تحقیق، شاخصهای مؤلفه دینی - اعتقادی در مجموع ۸۵ درصد بیان نموده‌اند که تأثیر گذاری اینترنت بر این مؤلفه به‌عنوان یکی از کارکردهای اطلاع‌رسانی که از ترکیب چهار شاخص گسترش فرهنگ قرآنی، اشاعه سیره نبوی(ص)، ترویج تحقق وعده الهی و توجه به سیاست اسلامی ساخته شده در تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) بوده است. حدود ۱۵ درصد میزان اثر گذاری را در حد متوسط دانسته‌اند. در مجموع حدود ۸۵ درصد اعضای جامعه آماری تحقیق، شاخصهای مؤلفه، فرهنگی اجتماعی شامل سه شاخص ترویج سبک زندگی اسلامی، نگاه نو در عرصه زندگی، عرضه نگاه نو در تحولات اجتماعی را به‌عنوان یکی از کارکردهای اطلاع‌رسانی داشته و تأثیر آن را در گسترش و تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) دانسته‌اند. حدود ۱۱ درصد میزان اثر گذاری را در حد متوسط دانسته‌اند. در مجموع حدود ۹۱٫۷ درصد اعضای جامعه آماری تحقیق، شاخصهای مؤلفه سیاسی انقلابی بیان کرده‌اند؛ شامل نشر وقایع سیاسی جهان اسلام، آشکار سازی چهره وقیح و ستمگر و مستکبر نظام بین‌الملل، بهره‌گیری از تجربه انقلاب اسلامی به‌عنوان یکی از کارکردهای بعد اطلاع‌رسانی در گسترش و تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) بوده است. حدود ۸٫۳ درصد میزان اثر گذاری را در حد متوسط دانسته‌اند. در مجموع حدود ۸۵ درصد اعضای جامعه آماری تحقیق بیان کرده‌اند که بعد (کارکرد) اطلاع‌رسانی الگوی بهره‌گیری جمهوری اسلامی از اینترنت در گسترش و تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) است. حدود ۱۵ درصد میزان اثر گذاری را در حد متوسط دانسته‌اند (جدول ۱۰).

در مجموع حدود ۸۲ درصد بیان کرده‌اند که تأثیر گذاری اینترنت بر مؤلفه دینی اعتقادی به‌عنوان یکی از کارکردهای فضا سازی در گسترش و تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) است. حدود ۱۷ درصد میزان اثر گذاری را در حد متوسط دانسته‌اند. در مجموع حدود ۸۸ درصد بیان کرده‌اند که تأثیر گذاری اینترنت بر مؤلفه فرهنگی اجتماعی که از چهار

گویه بسترسازی مناسب و انتقال تجربه در جهت حضور میدانی در مبارزه، ترویج روحیه انقلابی و تغییر در جامعه اسلامی، تهییج و برانگیختن مردم جهان اسلام علیه مستکبران، تقویت حضور مستمر مردم در صحنه مبارزه تشکیل شده است به عنوان یکی از کارکردهای فضا سازی در گسترش و تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) بوده است. حدود ۱۲ درصد میزان اثر گذاری را در حد متوسط دانسته اند. در مجموع حدود ۸۷ درصد بیان نموده اند که تأثیر گذاری اینترنت مؤلفه سیاسی - انقلابی، که از گویه های تهییج و تحریک احساسات انقلابی مردم مسلمان، ایجاد حساسیت و تکلیف در نخبگان سیاسی و انقلابی نسبت به بیداری اسلامی، ایجاد فضای تبلیغی و احساسی نسبت به آزادی قدس شریف تشکیل شده به عنوان یکی از کارکردهای **فضا سازی** در گسترش و تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) بوده است. حدود ۱۲ درصد میزان اثر گذاری را در حد متوسط دانسته اند. در مجموع حدود ۸۷ درصد بیان نموده اند که تأثیر گذاری اینترنت مؤلفه کلی فضا سازی در گسترش و تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) بوده است. حدود ۱۳ درصد میزان اثر گذاری را در حد متوسط دانسته اند. در مجموع حدود ۸۰ درصد بیان نموده اند که تأثیر گذاری اینترنت مؤلفه دینی اعتقادی، که از شاخصهای بازبانی هویت اسلامی، ظرفیت سازی معنوی، فکری و اعتقادی، ارتقای پیوند فکری بین علما و مردم تشکیل شده به عنوان یکی از کارکردهای کلی گفتمان سازی در گسترش و تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) بوده است. حدود ۱۲ درصد میزان اثر گذاری را در حد متوسط دانسته اند. در مجموع حدود ۷۵ درصد بیان نموده اند که تأثیر گذاری اینترنت مؤلفه فرهنگی - اجتماعی، که از شاخصهای ایجاد جریانهای فرهنگی همسو، فکری و اعتقادی، عدالت خواهی تشکیل شده به عنوان یکی از کارکردهای کلی گفتمان سازی در تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) بوده است. حدود ۲۲ درصد میزان اثر گذاری را در حد متوسط دانسته اند. در مجموع حدود ۸۵ درصد بیان نموده اند که تأثیر گذاری اینترنت مؤلفه سیاسی - انقلابی، که از شاخصهای تقویت روحیه استکبار ستیزی، ارتقای روحیه ضد صهیونیستی، ایستادگی بر سر اصول تشکیل شده به عنوان یکی از کارکردهای کلی گفتمان سازی در تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) بوده است. حدود ۱۳ درصد میزان اثر گذاری را در حد متوسط دانسته اند. در مجموع حدود ۸۸ درصد بیان نموده اند که تأثیر گذاری اینترنت در مؤلفه

کلی گفتمان‌سازی در تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) بوده است. حدود ۱۰ درصد میزان اثرگذاری را در حد متوسط دانسته‌اند.

در مجموع حدود ۶۳ درصد بیان نموده‌اند که تأثیرگذاری اینترنت در مؤلفه دینی-اعتقادی که از شاخصهای الگوسازی ظلم‌ستیزی پیامبران و رهبران دینی، تصویرسازی از جایگاه تمدن قرآنی تشکیل شده به‌عنوان یکی از کارکردهای کلی جریان‌سازی در تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) بوده است. حدود ۳۳ درصد میزان اثرگذاری را در حد متوسط دانسته‌اند. در مجموع حدود ۷۳ درصد بیان نموده‌اند که تأثیرگذاری اینترنت مؤلفه فرهنگی-اجتماعی که از شاخصهای تقویت جریانات صادق و سالم ملی، گسترش اخلاق انسانی و تقویت جنبش‌های اجتماعی تشکیل شده به‌عنوان یکی از کارکردهای کلی جریان‌سازی در تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) بوده است. حدود ۲۵ درصد میزان اثرگذاری را در حد متوسط دانسته‌اند. در مجموع حدود ۸۵ درصد بیان نموده‌اند که تأثیرگذاری اینترنت در مؤلفه سیاسی-انقلابی، که از شاخصهای شناخت شیوه‌ها و ترفندهای فریبنده دشمن، جریان‌سازی پرهیز از اختلاف، معارضه‌های خونین فرقه‌ای، مذهبی، قومی و ملی و حمایت معنوی از جنبش‌های بیداری اسلامی تشکیل شده به‌عنوان یکی از کارکردهای کلی جریان‌سازی در تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) بوده است. حدود ۱۲ درصد میزان اثرگذاری را در حد متوسط دانسته‌اند. در مجموع حدود ۸۵ درصد بیان نموده‌اند که بعد (کارکرد جریان‌سازی) اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی در حد زیاد (خیلی زیاد و زیاد) بوده است. حدود ۱۱,۷ درصد میزان اثرگذاری را در حد متوسط دانسته‌اند.

نتایج توصیفی مؤلفه‌های بهره‌گیری از اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی برحسب کارکردها

میزان اهمیت			مؤلفه‌ها	ابعاد و کارکردها
کم	متوسط	زیاد و خیلی زیاد		
۰	۱۵	۸۵	دینی - اعتقادی	اطلاع‌رسانی
۴	۱۱	۸۵	فرهنگی - اجتماعی	
۰	۷/۳	۹۱/۷	سیاسی - انقلابی	
۱	۱۷	۸۲	دینی - اعتقادی	فضاسازی
۱	۱۲	۸۷	فرهنگی - اجتماعی	
۱	۱۲	۸۷	سیاسی - انقلابی	
۸	۱۲	۸۰	دینی - اعتقادی	گفتمان‌سازی
۳	۲۲	۷۵	فرهنگی - اجتماعی	
۲	۱۳	۵	سیاسی - انقلابی	
۴	۳۳	۶۳	دینی - اعتقادی	جریان‌سازی
۲	۲۵	۷۳	فرهنگی - اجتماعی	
۳	۱۲	۸۵	سیاسی - انقلابی	

۹-۲. تحلیل استنباطی یافته‌ها

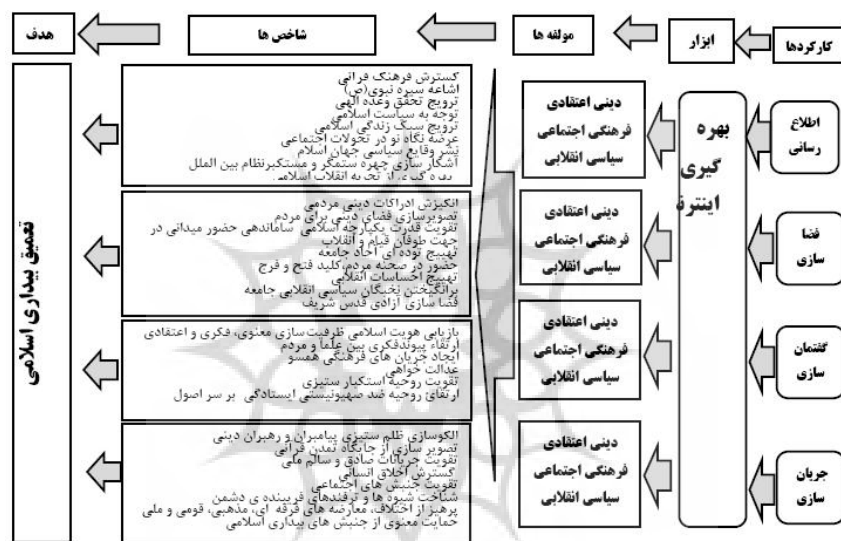
به استناد یافته‌های این پژوهش می‌توان الگویی مناسب برای بهره‌گیری از اینترنت در راستای تعمیق بیداری اسلامی ارائه کرد. از این رو ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخصهای آن، که به تأیید پاسخ‌دهندگان رسیده است بدرستی استخراج، و سطح اهمیت و میزان سهم هر یک از آنها مشخص شد؛ یعنی از نظر پاسخ‌دهندگان چهار بعد اصلی، ۱۲ مؤلفه و ۳۵ شاخص در بهره‌گیری از اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی می‌تواند مؤثر واقع شود و این موضوع امکان طراحی الگو را برای پژوهشگران فراهم ساخته است. در این قسمت به سؤالهای اصلی و فرعی تحقیق پاسخ داده می‌شود.

در پاسخ به سؤال اصلی تحقیق، همان‌طور که ابعاد پیشنهادی شامل چهار بعد اطلاع‌رسانی، فضاسازی، گفتمان‌سازی و جریان‌سازی است. در بخش مربوط مورد بررسی و تبیین قرار گرفت و در مرحله پیمایش توسط جامعه آماری و با استفاده از تحلیل آماری و محتوایی مورد آزمون و تأیید قرار گرفت. به منظور طراحی الگوی بهره‌گیری از اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی، نظریه‌ها و مدل‌های مختلف و متعدد برگرفته از منابع داخلی و خارجی مورد توجه و با استفاده از معادلات ساختاری و توصیف پدیده‌ها، مناسبترین الگوی بهره‌گیری از اینترنت ارائه گردید. همان‌گونه که در بررسی الگوها و نظریه‌ها بیان شده موارد و مباحث مناسب و مهم مورد استفاده واقع شده عبارت است از: پخش اطلاعات، گسترش و اشاعه ایدئولوژی در مدل ۱- تأثیر پیامهای ارتباطی و الگوی ارتباطی ساده هارلد لاسول و رایت (۱۹۸۴) ۲- نظریه انتشار لازارسلفد و رابرت مرتون ۳- نظریه کارکرد دستور کار سیاسی والتر لیمن ۴- نظریه گلوله سوربن و تانکارد (۱۳۸۱) ۵- نظریه رضایتمندی پالکرین (۱۹۸۴) ۶- نظریه وابستگی ملوین دیفلور و دنیس (۱۳۸۳) ۷- نظریه برجسته‌سازی دیرینگ و راجرز (۱۹۹۶).

بنابراین الگوی بهره‌گیری از اینترنت باید از یک سو معیارهای مورد نیاز الگوهای یاد شده را دربرگیرد و از دگرسو با رسالت، سیاستها، اهداف و فعالیتهای مقصد تطابق داشته باشد که در این بین توجه بیشتری به الگوی پیشنهادی براساس محتوا و مطالبات انقلاب اسلامی در خصوص بیداری اسلامی شده است به دلیل اینکه این الگو با اهداف و آرمانهای نظام اسلامی همخوانی دارد. البته امکان تشابه نیز وجود دارد اما تلاش و سعی شده است تا الگویی ارائه گردد که با فرهنگ دینی و

انقلابی و معیارهای نظام جمهوری اسلامی مطابقت و هماهنگی داشته باشد. ویژگیهای آن در مؤلفه‌ها و شاخصهای آن مشهود است و در صورت تبدیل به مرحله اجرا نتایج شایسته‌ای را برای انقلاب اسلامی به دنبال خواهد داشت. در پاسخ به سؤالات فرعی قابل ذکر است: مدل تأیید شده با آزمون معادلات ساختاری در محیط لیزرل برای طراحی الگوی بهره‌گیری از اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی، دارای چهار بعد و هر بعد دارای سه مؤلفه است: **دینی - اعتقادی** از بعد اطلاع رسانی شامل شاخصهای گسترش فرهنگ قرآنی، اشاعه سیره نبوی (ص)، ترویج تحقق وعده الهی و توجه به سیاست اسلامی است. **فرهنگی - اجتماعی** از بعد اطلاع رسانی شامل شاخصهای ترویج سبک زندگی اسلامی، نگاه نو در عرصه زندگی، عرضه نگاه نو در تحولات اجتماعی است. **سیاسی - انقلابی** از بعد اطلاع رسانی شامل شاخصهای نشر وقایع سیاسی جهان اسلام، آشکارسازی چهره وقیح و ستمگر و مستکبر نظام بین الملل، بهره‌گیری از تجربه انقلاب اسلامی است. **دینی - اعتقادی** از بعد فضا سازی شامل شاخصهای انگیزش ادراکات دینی مردمی، تصویرسازی دینی برای مردم، تقویت قدرت یکپارچه اسلامی است. **فرهنگی - اجتماعی** از بعد فضا سازی شامل شاخصهای ساماندهی حضور میدانی در جهت طوفان قیام و انقلاب، تهییج توده‌ای آحاد جامعه، حضور در صحنه مردم، کلید فتح و فرج است. **سیاسی - انقلابی** از بعد فضا سازی شامل شاخصهای تهییج احساسات انقلابی، برانگیختن نخبگان سیاسی انقلابی جامعه، فضا سازی آزادی قدس شریف است. **دینی - اعتقادی** از بعد گفتمان سازی شامل شاخصهای بازیابی هویت اسلامی، ظرفیت سازی معنوی، فکری و اعتقادی، ارتقاء پیوند فکری بین علما و مردم است. **فرهنگی - اجتماعی** از بعد گفتمان سازی شامل شاخصهای ایجاد جریانهای فرهنگی همسو، فکری و اعتقادی، عدالتخواهی است. **سیاسی - انقلابی** از بعد گفتمان سازی شامل شاخصهای تقویت روحیه استکبار ستیزی، ارتقای روحیه ضد صهیونیستی، ایستادگی بر سر اصول است. **دینی - اعتقادی** از بعد جریان سازی شامل شاخصهای الگوسازی ظلم ستیزی پیامبران و رهبران دینی، تصویرسازی از جایگاه تمدن قرآنی است. **فرهنگی اجتماعی** از بعد جریان سازی شامل شاخصهای تقویت جریانات صادق و سالم ملی، گسترش اخلاق انسانی و تقویت جنبش‌های اجتماعی است. **سیاسی - انقلابی** از بعد جریان سازی شامل شاخصهای شناخت شیوه‌ها و

ترندهای فریبده دشمن، جریان‌سازی پرهیز از اختلاف، معارضه‌های خونین فرقه‌ای، مذهبی، قومی و ملی و حمایت معنوی از جنبش‌های بیداری اسلامی است. در پایان این پژوهش بانگ‌ها به نظریات، دیدگاه‌ها و مدل‌های ارتباطی و رسانه‌ای در خصوص بهره‌گیری از اینترنت و توجه به مؤلفه‌های استخراجی براساس نگاه حضرت امام خامنه‌ای در غالب دو الگوی مفهومی و بهره‌گیری، که تعیین‌کننده استفاده از اینترنت با توجه به ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخصها برای تعمیق بیداری اسلامی است، الگو ارائه شده است:



الگوی نهایی بهره‌گیری از اینترنت در تعمیق بیداری اسلامی

۱۰. نتیجه‌گیری

بیداری اسلامی در طول انقلاب اسلامی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار، و تلاش به‌منظور استمرار و تحقق آن از جمله رسالت‌های انقلابی و تکلیفی است بر عهده مسؤلان، نخبگان و علاقه‌مندان به انقلاب اسلامی. تحقق و ماندگاری بیداری اسلامی به عمق بخشی آن در

سطوح مختلف جغرافیایی و گستره مخاطبی وابسته است. در این مسیر برای تحقق این امر به ابزار، امکانات، برنامه، طرح، الگو و... نیاز است. از ابزارهای مؤثر برای تحقق آن رسانه است؛ رسانه فراگیر، کارآمد عصر ما اینترنت و مشتقات مرتبط با آن است. از سوی دیگر برای عملیاتی کردن امور به چارچوب نظری نیاز است. عرصه ارتباطات بسیار وسیع، گوناگون و دارای فراز و نشیب بوده و این حوزه دارای طرفداران و منتقدان فراوانی نیز هست. از میان نظریات و الگوهای ارتباطی با توجه به ویژگیهای اینترنت، چهار بعد اطلاع رسانی، فضاسازی، گفتمان سازی، جریان سازی برجسته شد. براساس همین ابعاد و با توجه نگاه رهبری انقلاب اسلامی، مؤلفه‌های دینی اعتقادی، فرهنگی اجتماعی، سیاسی انقلابی را انتخاب، و متناسب با این مؤلفه‌ها، ۳۷ شاخص طراحی شد. در این تحقیق برای رسیدن به الگو در چارچوب اهداف و سؤالات تحقیق، پرسشنامه‌ای تهیه شد و پس از اطمینان از ملاکهای روایی و اعتبار آن، مورد استفاده قرار گرفت. این پرسشنامه در قالب سؤالات چند گزینه‌ای تنظیم شد. با تهیه ابزار تحقیق (پرسشنامه محقق ساخته)، پایایی آن از طریق شاخصهای روایی سنجی ابزار سنجی مشخص، و روایی مقیاسهای آن با استفاده از ضریب لاشه محاسبه شد و میزان تأثیر و اولویت مؤلفه‌های مرتبط در نقش آفرینی اینترنت در بیداری اسلامی مورد بررسی و اندازه‌گیری قرار گرفت؛ سپس به کمک نرم‌افزار رایانه‌ای پایایی متغیرهای اصلی تحقیق محاسبه و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و الگوی مورد نظر با توجه به میزان اهمیتی که جامعه آماری برای آن قائل بود به دست آمد.

فهرست منابع

۱. احمدیان، علی اکبر (۱۳۸۶). *حدیث آفتاب*. تهران: معاونت فرهنگی سپاه.
۲. پستمن، نیل (۱۳۸۱). *تکنوپولی، تسلیم فرهنگ به تکنولوژی*. ترجمه صادق طباطبایی. چ ۳. تهران: انتشارات اطلاعات.
۳. تافلر، آلوین و هایدی (۱۳۷۴). *به سوی تمدن جدید*. ترجمه محمدرضا جعفری. تهران: سیمرخ.
۴. حاذق نیکرو، حمید (۱۳۸۷). *عمق بخشی فرهنگی (دیدگاه‌ها، مفاهیم، تعاریف، کاربردها)*. تهران: معاونت فرهنگی سپاه.
۵. حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی*. تهران: سمت.
۶. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۶۸-۱۳۹۲). تهران: دفتر رهبر انقلاب اسلامی، <http://www.leader.ir>
۷. دهقانی، محمد صادق و اسماعیلی، محمدرضا (۱۳۹۲). *نقش شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های مجازی در انقلاب تونس*. تهران: جهاد دانشگاهی.
۸. دیفلور، ملوین، اورت (۱۳۸۳). *شناخت ارتباطات جمعی*. ترجمه سیروس مرادی. تهران: انتشارات صدا و سیما.
۹. سپنجی، امیر عبدالرضا (۱۳۹۱). *سیاست‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در هشت کشور فرا صنعتی*. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت ارشاد.
۱۰. سورین، ورنر، تانکارد، جیمز (۱۳۹۰). *نظریه‌های ارتباطات*. مترجم، علیرضا دهقان، چ ۵. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۱. صوفی نیارکی، نقی (۱۳۹۱). *بیداری اسلامی، هویت تمدنی و چالش‌های پیش‌رو*. نهضت نرم‌افزاری وابسته انتشارات انقلاب اسلامی. تهران.
۱۲. کریبر، گلن و مارتین، رویستون (۱۳۹۱). *فرهنگهای دیجیتال درک رسانه‌های جدید*. ترجمه وازگن سرکیسیان. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
۱۳. لیتل جان، استیفن (۱۳۸۴). *نظریه‌های ارتباطات*. ترجمه سید مرتضی نوربخش و سید اکبر میرحسینی. چ، اول، تهران: انتشارات جنگل.

۱۴. ولایتی، علی اکبر (۱۳۹۰). *بیداری اسلامی*. تهران: همایش سفیران فرهنگی.
15. Castells, M. (2007). "Communication, Power and Counterpower in the Network Society".
 16. Castells, Manuel (1996). *The Information Age. Vol.I: The Rise Of The Network Society*.
 17. Storck, Madeline (2011). *The Role of Social Media in Political Mobilisation: a Case Study of the January 2011 Egyptian Uprising*.
 18. Stepanova, Ekaterina (2011). *The Role of Information Communication Technologies in the "Arab Spring" IMPLICATIONS BEYOND THE REGION*.
 19. Smith, Jackie, Charles Chatfield, and Ron Pagnucco (eds). (1997). *Transnational Social Movements And Global Politics. Solidarity Beyond The State*. Syracuse, NY: Syracuse University Press.

