

ایران امروز، فرهنگ و فناوری‌های نوین

فناوری‌های نوین ارتباطی و چالش‌های فرهنگی در ایران



❖ شعبانعلی بهرامپور

دانشجوی دکتری ارتباطات و رئیس سابق مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها

چکیده

در این مقاله نویسنده با رویکردی انتقادی به فناوری نوین ارتباطی مانند: تلویزیون‌های ماهواره‌ای، اینترنت و ... و پیامدهای فرهنگی آن در ایران و تأثیرپذیری آن از رسانه‌های الکترونیکی جدید و تهدیدها و چالش‌هایی را که از لحاظ فرهنگی برای ایران به دنبال داشته، مورد بررسی و کاوش قرار می‌دهد. از نظر نگارنده، جهان با ظهور رسانه‌های جدید ارتباطی مانند فاکس، تلویزیون‌های ماهواره‌ای و اینترنت وارد عصر دوم رسانه‌ها شده است که کاملاً با عصر اول متفاوت است. در عصر اول رسانه‌ها، انسان‌های عاقل، خودبسنده، باثبات و متمرکز پرورش یافتند و تولیدکنندگان اندک برای مصرف‌کنندگان بسیار، پیام‌ها را تولید و ارسال کردند. اما در عصر دوم رسانه‌ها که مرزها شکسته شد، تولیدکنندگان بسیار با مصرف‌کنندگان بسیار ارتباط برقرار می‌کنند. عصر دوم رسانه‌ها، انسان‌های لایه‌لایه، متغیر، منفعل و مصرف‌زده پرورش می‌دهد. مهم‌ترین پیام‌های فرهنگی رسانه‌های الکترونیک جدید، ظهور هویت فراملی نزد استفاده‌کنندگان آنهاست.

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

نخواهد بود، بلکه اطلاعات در سطح متفاوت بازار بین‌المللی، بازار ملی، بازار محلی و در نهایت، بازارهای شخصی و فردی مورد توجه قرار می‌گیرد. عامل اطلاعات نیز در جامعه اطلاعاتی است که در ماهواره‌ها، اینترنت‌ها، واقعیت‌های مجازی (Virtual Reality) و داده‌های مینا (Data base) نمود یافته است. گسترش و توسعه فناوری‌های جدید ارتباطی در راستای ارائه خدمات سریع و روزآمد، مانند خبر و اطلاعات، زمینه‌ساز اختلالات و نابسامانی‌هایی در ساختار فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بسیاری از کشورهای مصرف‌کننده شده است. از این رو، پرسش‌های بسیاری برای عالمان علوم اجتماعی و سیاسی به وجود آمده که مهم‌ترین آنها به شرح زیر هستند:

- فناوری‌های جدید ارتباطی چه تأثیری بر فرهنگ ملل به معنای عام می‌گذارد؟
- آیا به راستی سلطه فرهنگی غرب برای جهانیان باز تولید می‌شود؟
- آیا این فناوری‌ها به غربی شدن بیشتر جهان می‌انجامد؟
- آیا این فناوری‌های جدید ارتباطی به افزایش نابرابری‌های شمال-جنوب کمک می‌کند؟ ...

این مقاله، می‌کوشد تا آنجا که مقدور است با رویکردی انتقادی به پرسش‌های مذکور پاسخ دهد. اما قبل از پرداختن به آثار فناوری‌های جدید ارتباطی به طور فشرده، نظریه‌های مطرح در این زمینه به اختصار معرفی می‌شوند.

نظریه‌های جدید

دو گروه عمده از اندیشمندان علوم اجتماعی، سعی کرده‌اند در پاسخ به پرسش‌های مذکور و همچنین تحولات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی که متأثر از فناوری‌های جدید ارتباطی است، به تبیین آنها پرداخته و نظریه‌ای فراگیر را در این زمینه ارائه کنند (وبستر، ۱۹۹۵: ۶-۲). گروهی عصر جدید را سرآغاز کنترل‌های بی‌رحمانه شهروندان معرفی می‌کنند و در عین حال که به هیچ وجه اهمیت کلیدی اطلاعات را در دنیای جدید انکار نمی‌کنند و حتی از پذیرش جامعه اطلاعاتی برای عصر رسانه‌های ارتباطی جدید بی‌می‌مانند و راه نمی‌دهند، اما بر استمرار مناسبات حاکم بر جامعه و ثبات آن از گذشته تا کنون اصرار می‌ورزند. نظریه و نظریه‌پردازان این گروه عبارتند از:

۱. مارکسیست‌های نو، مثل: هربرت شیلر.

و سپس با پیشرفت‌های روزافزون فناوری‌ها از راه دیجیتالی کردن آنها توانسته است بر عوامل فضا، زمان و مکان غلبه کند. به دنبال این فرایند، اطلاعات، به عنوان نماد (Symbol) و دستمایه توسعه همه‌جانبه و پایدار جوامع مدرن شناخته شده و دیگر بدون دسترسی به آن هیچ‌گونه تحول چشمگیری میسر نبوده و قابل پیش‌بینی نیست. چنین وضعی سبب شده که در سال‌های اخیر محققان و دانشمندان، همه جا از انفجار اطلاعات (Information Explosion)، انقلاب فناوری‌های ارتباطی، عصر رایانه، عصر ماهواره و از همه مهم‌تر عصر الکترونیک یا عصر رسانه‌های الکترونیک سخن به میان آورند و عصر جدید را با این تعابیر تعریف کنند. به عقیده این صاحب‌نظران، با شرایط جدید، جامعه جدیدی در حال شکل‌گیری و ظهور است؛ جامعه جدیدی که با تعبیر جامعه اطلاعاتی (Information Society) نیز تعریف می‌شود.

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

از نظر ویلیام ملودی اولین ویژگی جامعه اطلاعاتی، تلاش در جهت دستیابی به تصویری عام از فناوری‌های ارتباطی در تمام سطوح اجتماعی است. برخلاف دوران گذشته که اطلاعات تنها در اختیار متخصصان و صاحب‌نظران فن و صنایع قرار داشت و مشروعیت آن نیز به تأیید و تصدیق آنها مرتبط بود، در جامعه جدید، اطلاعات فناوران، علمای اجتماعی و مردم معمولی نیز مرتبط با فناوری اطلاعاتی قرار گرفته و بخشی از زندگی روزمره آنها شده است؛ زیرا اطلاعات و اخبار در گروه نیازهای اساسی همه مردم قرار گرفته است و تولیدات آن استفاده همه‌جانبه دارد؛ در حالی که در دوران گذشته استفاده از فناوری مرتبط به قشر خاصی بود و فراگیری زیاد نیز نداشت. (رسانه‌ها و فرهنگ، ۱۳۷۶: ۲)

ویژگی دیگر جامعه اطلاعاتی، کالایی شدن اطلاعات است (وبستر، ۱۹۹۵: ۳). اطلاعات کالاشده به مدد فناوری‌های جدید ارتباطی در دسترس هرکس که طالب آن باشد، قرار می‌گیرد. در این وضعیت دیگر خرید و فروش اطلاعات صرفاً در سطح ملی و فراملی معنادار

دیباچه

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

در قرن بیستم حوزه ارتباطات و فناوری‌های وابسته به آن نیز مانند بسیاری حوزه‌های دیگر، دستخوش تغییر و تحولات گسترده‌ای شده است. در این قرن بشر شاهد پیدایش نظام‌هایی از ارتباطات بوده که توزیع و انتقال سریع و گسترده پیام‌ها را از یک نقطه به نقطه دیگر امکان‌پذیر ساخته است. این نظام‌ها، ابتدا از طریق الکترونیکی کردن اطلاعات، یکدست شده

۲. نظریه مقررات‌گذاری (Regulation Theory) مایکل آگلیتا و آلن لیپیت؛
۳. نظریه انباشت انعطاف‌پذیر (Flexible Accumulation) دیوید هاروی؛
۴. نظریه دولت - ملت و خشونت آنتونی گیدنز؛

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

- نظریه فراصنعتی دانیل بل و پیروان او؛
- نظریه پست مدرنیسم ژان بو دریار، مارک پاستر؛

- تخصصی‌سازی انعطاف‌پذیر میشل پیور و چارلز سیبل؛

- نظریه شیوه اطلاعاتی توسعه (Information Mode of Development) مانویل کستلر.

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

فناوری‌های نوین ارتباطی و ظهور عصر دوم رسانه‌ها

پیشتر گفته شد که گروهی از نظریه‌پردازان جدید، مدعی ظهور و شکل‌گیری نوع جدیدی از جامعه هستند که با گذشته کاملاً متفاوت است. این عده معتقدند ما اکنون در حال پشت‌سر گذاشتن عصر اول رسانه‌ها و شاهد ظهور عصر دوم رسانه‌ها هستیم (پاستر، ۱۳۷۷: ۱۴، ۱۵، ۴۸، ۷۴). عصر اول رسانه‌ها که با فناوری‌های ارتباطی فیلم، رادیو و تلویزیون و ویدئو شناخته می‌شود، دربردارنده توسعه جریان ارتباطی تلفن است. در عصر اول رسانه‌ها، بعد از جریان تلفن که یک نفر با یک نفر ارتباط برقرار می‌کرد، گروه کوچکی از تولیدکنندگان می‌توانستند اطلاعات و آگاهی‌ها و اخبار را برای اقشار وسیعی از مخاطبان بفرستند؛ به این معنی که با انتشار دست اول اطلاعات و اخبار، که ارتباط برتر و یک‌جانبه برقرار

می‌شد و نشر در انحصار تولیدکنندگان محدود و مصرف‌کنندگان بشمار پیام‌ها بود. این شکل از ارتباط، چالش‌ها و پیامدهای خاص خود را داشت و دانشمندان زیادی از جمله نظریه‌پردازان مکتب وابستگی، منتقدان جدی آن به شمار می‌رفتند. وابستگی فرهنگی، سلطه فرهنگی غرب در جهان سوم، سلطه شرکت‌های بزرگ ارتباطی و تولیدکنندگان فیلم‌های تلویزیونی و سینمایی آمریکا بر جهان سوم و غربی‌شدن، مهم‌ترین پیامدهای عصر اول رسانه‌ها از منظر نظریه‌پردازان مکتب وابستگی و منتقدان جدی عصر اول رسانه‌هاست. اما، عصر دوم رسانه‌ها که از دیدگاه نظریه‌پردازان با ظهور و شکل‌گیری نوع جدیدی از جامعه همراه شده است، از طریق ادغام فناوری‌های جدید ارتباطی ماهواره‌ای با رایانه، تلویزیون و تلفن ظاهر شده است. در اثر چنین ادغامی، جانشین‌های تازه‌ای برای سیستم قبلی که محدودیت‌های فنی جدی داشت به وجود آمده و این احتمال بسیار قوت می‌گیرد که نظامی مشترک از تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان، پدیدار شود. وضعیتی که حتی قادر است سیستم گذشته را به طور کامل ساقط کند و آن را از اعتبار بیندازد.

مارک پاستر از نظریه‌پردازان پست‌مدرنیسم در تشریح عصر دوم رسانه‌ها چنین می‌نویسد: «فناوری‌های نوین ارتباطی در حال از بین بردن عقیده ارتباط عده‌ای محدود با افراد بشمار است. برخی از مرتبطان همواره قدرتمندتر از دیگران خواهند بود. اما فکر بزرگی که در پشت قصه‌های این رسانه‌های الکتریکی جدید نهفته، آن است که برای نخستین بار، عده‌ای بسیار با عده‌ای بسیار وارد صحبت می‌شوند. هر روز، اشخاصی که استطاعت تهیه لوازم رایانه و پرداخت صورتحساب تلفن خود را دارند، می‌توانند تهیه‌کننده، مجری، سردبیر و شنونده خود باشند. هر روز که می‌گذرد، داستان‌های ایشان بیشتر و بیشتر دارای سبکی خاص، تحت تأثیر کنش مقابل و توأم با فردگرایی می‌شود». وی همچنین در ادامه می‌نویسد: «این انفجار ... متکی به نوعی فناوری است که با چاپ و رسانه‌های الکتریکی نخستین عصر رسانه‌ها تفاوت دارد؛ ارزان، انعطاف‌پذیر، در دسترس فوری و دارای سرعت است. (پاستر، ۱۳۷۷: ۷۵-۷۴) بدین ترتیب ملاحظه می‌شود، بر خلاف عصر اول رسانه‌ها که به قول آدرنو و هورکهایمر

(۱۹۷۲: ۱۲۱) تضاد ذهنی همیشه میان چند مرکز معدود تولید و گروه بسیار وسیعی از مصرف‌کنندگان متفرق و پراکنده برقرار بود، در عصر دوم رسانه‌ها ظاهراً تضاد انحصاری میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان پیام‌ها از بین می‌رود و تولید نه تنها دیگر یکطرفه نخواهد بود، بلکه در انحصار گروهی خاص قرار نخواهد گرفت!

فناوری‌های نوین ارتباطی و

چالش‌های فرهنگی

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

شیوه جدید اطلاع‌رسانی

صاحبان رسانه‌های الکترونیکی جدید (در اینجا منظور تلویزیون‌های ماهواره‌ای) و سایر خدمات مربوط به اینترنت نوع جدیدی از اطلاع‌رسانی را در دستور کار خود قرار داده‌اند که به طور عمده موجب اثرگذاری‌های گوناگون سیاسی و فرهنگی می‌شود. ویژگی این شیوه اطلاع‌رسانی آن نیست که صرفاً به مثابه مجرای خنثی برای انتقال داده‌ها و اطلاعات عمل کند، بلکه دقیقاً برعکس، تغییر شکل دادن داده‌ها و اطلاعات و ترویج تأویل چندلایه‌ای آنها، مشخصه آن است (پاستر، ۱۳۷۷: ۲۱۴-۲۱۳). وسایل الکترونیکی جدید، اطلاعات را از طریق چندلایه کردن، شکستن و پراکنده‌سازی داده‌ها همراه با تصاویر و صداها و زمینه‌ای کاملاً دستکاری شده در معرض مخاطبان قرار می‌دهند. شیوه اطلاع‌رسانی جنگ خلیج فارس را می‌توان یک نمونه جدید اطلاع‌رسانی از طریق وسایل الکترونیکی جدید به شمار آورد. مهم‌ترین مسئله در شیوه اطلاع‌رسانی جنگ خلیج فارس، مسئله انتقال آنی حوادث از محل درگیری به اتاق‌های نشیمن در آمریکا و سپس مخابره آن به سراسر جهان بود.

پاستر معتقد است در شیوه اطلاع‌رسانی ارتباطات مبتنی بر وسایل الکترونیکی با روش‌های جدید و شگفت‌آور، زبان و تصاویر را تغییر شکل می‌دهند. مثلاً در اطلاع‌رسانی جنگ خلیج فارس، گزارشگر تلویزیون که از صحنه جنگ گزارش می‌داد، این تأثیر را در بیننده ایجاد می‌کرد که خبرنگاران در جنگ حضور دارند و فعال هستند. چون تصاویر آنها در حالی نشان داده می‌شد که با عجله ماسک‌های ضد گاز را بر صورت می‌گذاشتند. در جنگ خلیج فارس، پیام‌آوران خود پیام بودند. سرنوشت خبرنگاران درست به همان اندازه اهمیت داشت که سرنوشت سربازان و مردم غیرنظامی. در واقع اخبار به گونه‌ای نظام‌مند انعکاس‌دهنده خود (Reflexive Self) شده بود. همان‌طور که تماشاگران به صحنه عملیات انتقال داده می‌شدند، و وسیله انتقال، خود به بخشی از عملیات و داستان تبدیل شده بود. در این جنگ، تصویر تلویزیونی، ظاهرسازی را با راست‌نمایی و غیرواقع را با صمیمیت در هم آمیخته بود. (هرمان، ۱۳۷۷)

در عرصه اینترنت و خدمات پیام‌رسانی رایانه‌ای نیز نوع ارتباط به گونه‌ای دیگر است. در این عرصه، که برخلاف تلویزیون‌های ماهواره‌ای، تعداد زیادی با تعداد زیاد دیگر ارتباط برقرار می‌کنند، شیوه اطلاع‌رسانی جدیدی ظهور کرده است. در این شیوه که نگارش الکترونیکی، نوع خاصی از فناوری ارتباطی را عرضه می‌دارد، شامل گوناگونی گسترده‌ای از روش‌های نگارش است که پردازش کلمات، متن دگرگون‌شده، نامه‌نگاری الکترونیکی، خدمات پیام‌رسانی و مذاکرات رایانه‌ای مهم‌ترین آنها محسوب می‌شوند. در همه آنها، رایانه، واسطه ارتباط بین بیننده و خواننده است. نگارش الکترونیکی را باید ادامه همان انگیزه‌های دانست که نوشتن با دست و چاپ با آن آغاز شده بود. این نوع نگارش، جداسازی نویسنده از متن را ممکن می‌سازد. به عبارت دقیق‌تر، این نوع نگارش فاصله زمانی و مکانی بین نویسنده و خواننده را بیشتر و مشکل تأویل متون را افزون می‌کند. نگارش الکترونیکی در مقایسه با چاپ، زمان کمتری برای نسخه‌برداری و فضای کمتری برای انداختن لازم دارد. با اتکا به نگارش الکترونیکی و ثبات کلمات بر روی صفحه رایانه، خواننده می‌تواند درباره آنها بیندیشد، به بخش‌های پیشین رجوع کند و حلقه‌های ارتباط‌دهنده بحث

را بازبینی کند و در نهایت، آن را برای مخاطب یا مخاطبان ارسال کند، بی آنکه از جای خود در مقابل رایانه تکانی خورده باشد. این کارها همه در انزوا قرار می‌گیرند. نگارش الکترونیکی در عین حال واژگون‌کننده فرهنگ چاپی است. کنارگذاشتن کاغذ و قلم، کلمه‌سازی رایانه‌ای، سهولت تغییر دادن نوشته دیجیتال و جسمیت نداشتن نشانه‌ها روی صفحه رایانه در مقایسه با جوهر روی صفحه کاغذ، متن را از دفتری باثبات به دفتری فرّار تغییر مکان می‌دهد. همچنین متون دیجیتالی خود را به دست نویسندگان متعدد می‌سپارند. هر پرونده ممکن است بین اشخاص مختلف رد و بدل شود و هر شخصی روی متن کار کند و نتیجه آن باشد که در شکل‌گیری آن بر صفحه رایانه یا روی کاغذ چاپ شده، هیچ ردی از هویت اشخاص هویدا نباشد. علاوه بر آن، برنامه‌های متون متراکم خواننده را ترغیب

آنها اطلاعات یا پیام‌هایی ارسال کنند. این شیوه اطلاع‌رسانی سبب پرورش انسان‌های خیال‌پرداز، بازیگوش و منزوی می‌شود. مذاکرات رایانه‌ای، نوع دیگر از ارتباطات فراهم‌شده از طریق نگارش رایانه‌ای است که در آن می‌توان اطلاعات و اخبار زیادی را ردوبدل کرد. در این مورد، نوشته دیجیتال جایگزین چاپ نمی‌شود، بلکه جای ملاقات‌های رودررو و ارتباطات شفاهی را می‌گیرد. مذاکرات رایانه‌ای، لزوم تجمع اشخاص در یک زمان و مکان را مشخص می‌کند. حتی امروزه بسیاری از گردهمایی‌های همزمان نیز با استفاده از این شیوه انجام می‌گیرد (پاستر، همان: ۱۳۴-۱۳۰). آنچه در مجموع، در اثر این نوع ارتباط و شیوه اطلاع‌رسانی رخ می‌دهد، این است که کیفیت و نوع خاصی از مناسبات ارتباطی در فضای رایانه‌ای بروز می‌کند؛ کیفیتی که بدون ایما و

وابستگی فرهنگی، سلطه فرهنگی غرب در جهان سوم، سلطه شرکت‌های بزرگ ارتباطی و تولیدکنندگان فیلم‌های تلویزیونی و سینمایی آمریکا بر جهان سوم و غربی‌شدن، مهم‌ترین پیامدهای عصر اول رسانه‌ها از منظر نظریه‌پردازان مکتب وابستگی و منتقدان جدی عصر اول رسانه‌هاست.

آشاره‌های حرکت بدن، موقعیت، قدرت نفوذ شخصیت، جنسیت، سبک لباس‌پوشیدن، شناخت طرف مقابل، کاغذ و قلم و زمان و مکان تجلی می‌کند.

آگاهی آفرینی همراه با سلطه

بسیاری از کشورهای جهان امیدوارند با رشد و توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی راحت‌تر بتوانند به اطلاعات، دانش و آگاهی و فناوری‌های پیچیده دست یابند و در مسیر توسعه گام بردارند. این کشورها که خوشبینانه به مبادله اطلاعات و آگاهی‌ها از سوی کشورهای غنی و صنعتی چشم دوخته‌اند، کمتر به پیامدهای غیراقتصادی آنها می‌نگرند. ویلیام ملودی معتقد است: «در هر فرایند ارتباطی که بین کشورهای پیشرفته غربی و کشورهای جهان سوم برقرار می‌شود، همیشه منافع و نیازهای شرکت‌های فراملی و پیشرفته غربی تأمین می‌شود». وی که در عین حال

می‌کند که به متن به مثابه میدان یا شبکه‌ای از نشانه‌ها بنگرد که می‌تواند در آن بندهای خود را به وجود آورد؛ بندهایی که ممکن است بخشی از متن شوند و بنا به میل خوانندگان دیگر، ادامه یا تغییر پیدا کنند. این متن که ممکن است هزاران نفر در آن تداخل و تصرف کرده باشند، در دسترس هزاران نفر دیگر قرار می‌گیرد که خود نیز می‌توانند در آن تأثیر بگذارند.

خدمات پیام‌رسانی الکترونیکی یا رایانه‌ای نیز به نوبه خود، نوعی ارتباط را بنا نهاده است که آن هم، فرهنگ نگارش با دست و چاپ را واژگون می‌کند. انواع مختلف ادارات پست الکترونیکی (E-mail) نیز در زمره خدمات پیام‌رسانی رایانه‌ای هستند. در ادارات پست الکترونیکی، افراد می‌توانند با به‌دست‌آوردن نشانی افراد دیگر، به ویژه غریبه‌ها از طریق اینترنت با آنها ارتباط برقرار کرده، بی آنکه آنها را دیده باشند برای

منکر آگاهی آفرینی و انتشار اطلاعات از سوی شبکه‌های دیجیتالی پیشرفته در جهان سوم نیست، بر این نکته نیز تأکید می‌ورزد که نظام‌های ارتباطی جدید مناسباتی را در عرصه جهانی به وجود می‌آورند و با وجود تغییرات اندک در عرصه آگاهی و دانش آفرینی کشورهای مادر و پیشرفته غربی را به وجود می‌آورد (جرالد ساسمن و جان ای. لنت، ۱۳۷۴: ۶۵-۶۴). البته سلطه‌ای که ملودی از آن نام می‌برد به طور بسیار ظریفی با سلطه‌ای که در عصر اول رسانه‌ها رخ می‌داد، متفاوت است.

جهانی شدن فرهنگ غربی

با ظهور عصر دوم رسانه‌ها، نوع جدیدی از جامعه ظهور کرده است که وسایل ارتباطی جدید در آن جامعه همگی در راستای جهانی شدن فرهنگ عمل می‌کنند. در جامعه جدید، جهان که به نظر مارشال مک لوهان در عصر ارتباطات به دهکده کوچک تبدیل شده بود، به صورت یک دهکده الکترونیک درآمده است؛ زیرا در این جهان جدید همه می‌توانند به رادیو و تلویزیون و رسانه‌های الکترونیک جدید و آخرین اطلاعات منتشرشده دسترسی داشته باشند. در این جهان، یک انسان مثلاً آنتیپایی می‌تواند با داشتن اندک امکانات، مانند یک انسان اروپایی و آمریکایی از اطلاعات روزآمد و جدید در همه زمینه‌ها استفاده کند و در صورت لزوم، اطلاعاتی را تولید و برای مصرف‌کنندگان بشمار ارسال نماید.

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

از سوی دیگر در عصر دوم رسانه‌ها ما بیش

از گذشته شاهد تجاری شدن فزاینده بخش فرهنگ در جامعه هستیم. در این عصر، فرهنگ نیز مانند کالا از طرف بسیاری از تولیدکنندگان قوی تر و بانفوذتر، تولید و در اختیار بسیاری از مصرف‌کنندگان منفعل قرار می‌گیرد. رسانه‌های الکترونیکی جدید، انتقال‌دهندگان سریع فرهنگ غربی، ارزش‌ها، نوع دین‌داری، موسیقی، هنر، تفریحات و... به اقصی نقاط جهان هستند و عوامل اصلی تغییرات فرهنگی در جهان سوم محسوب می‌شوند.

تغییر هویت و ذهنیت

پیامدهای اصلی و شگرف رسانه‌های جدید الکترونیکی را باید در ظهور نوع جدیدی از هویت جست و جو کرد؛ بدین معنی که کارکرد اصلی رسانه‌های جدید الکترونیکی را باید در شکل دهی ذهنیت جدید دانست. این ذهنیت خود هویت جدیدی می‌سازد. در عصر اول رسانه‌ها

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. هر رسانه حامل پیام و فرهنگ خاصی است. از این رو، رسانه‌های الکترونیکی جدید، حامل پیام‌ها و فرهنگ خاصی اند که با گسترش آنها، آن پیام‌ها و فرهنگ‌ها نیز انتشار می‌یابد. پیامدهای اصلی و شگرف رسانه‌های جدید الکترونیکی را باید در ظهور نوع جدیدی از هویت جست و جو کرد؛ بدین معنی که کارکرد اصلی رسانه‌های جدید الکترونیکی را باید در شکل‌دهی ذهنیت جدید دانست. این ذهنیت خود هویت جدیدی می‌سازد.

ارتباطات الکترونیکی جایگزین ارتباط متکی بر صنعت چاپ و تلویزیون‌های قدیمی می‌شود، نوع جدیدی از ذهنیت شکل می‌گیرد. اگر در عصر اول رسانه‌ها، شیوه تولید به گونه‌ای است که هویت‌ها را به صورت عاقل سودمند و خودبسنده درمی‌آورد، عصر دوم رسانه‌ها با شیوه جدید اطلاع‌رسانی حاکی از آن روش‌های ارتباطی است که ذهنیات را ناپایدار، چندلایه و پراکنده می‌کند. در عصر دوم رسانه‌های بزرگراه اطلاعاتی و واقعیت بالقوه (Virtual Reality) شیوه‌های اطلاع‌رسانی را به کاربرت‌های باز هم بیشتری تعمیم خواهد داد و از طریق گنجاندن روش‌های بیشتر و افراد بیشتر در درون الگوی صورت‌بندی آن، میدان پراکندگی‌اش را بسیار وسیع خواهند کرد. مارک پاستر معتقد است داده میناها (Data)

Base) در اینترنت و رسانه‌های الکترونیکی جدید هویت افراد کاربر را می‌سازند. از نظر پاستر، این هویت‌سازی حتی بدون آگاهی افراد از این امر شکل می‌گیرد (پاستر، ۱۳۷۷: ۶۹-۶۸). به طور کلی، رسانه‌های الکترونیکی جدید در اثر تغییراتی که در برداشت‌های بشر امروزی به وجود می‌آورند، هویت‌ها را در وضعیت کاملاً تازه‌ای قرار می‌دهند که متفاوت و حتی مغایر با هویت‌های عصر اول رسانه‌ها با دوران مدرن است. در عین حال هویت‌ها در عصر دوم رسانه‌ها در مسیر فرامیلتی شدن نیز حرکت می‌کند.

بنابراین ارتباطی که با اتکا به وسایل الکترونیکی جدید شکل می‌گیرد، چشم‌اندازی از فهم ذهنیت را آشکار می‌کند که در صورت‌بندی‌های گفتار عملکرد که به لحاظ تاریخی محسوس هستند،

که فرهنگ چاپی در آن غلبه دارد، فرد به مثابه یک ذهنیت تثبیت می‌شود؛ ذهنیتی که برتر از عینیات است و هویتی پایدار و معین دارد. این ویژگی فرهنگی با نقش ذهنیت در بنیادهای مدرسه نیز همخوانی دارد؛ بازار سرمایه با افراد تملک جویش، نظام حقوقی با انسان منطقی‌اش، حکومت جمهوری مبتنی بر مجلس نمایندگان با آرای مخفیانه‌اش و فرض حفظ منافع شخصی افراد، دیوان‌سالاری با معقولیت سودمندش، کارخانه با نظام تیلوری‌اش و نظام آموزشی با امتحانات و گزارش‌هایی که موجب تمیز دادن افراد از یکدیگر می‌شود. به عبارت دیگر، انسان عهد مدرن، انسان معقول خودبسنده‌ای است که ذهنیت عاقل سودمند به عنوان ذات استوار در او متجلی می‌شود. اما در عصر دوم رسانه‌ها که

جان می‌گیرد. این ارتباطات راهگشای نگرستن به تغییر انسان به عنوان پدیده‌ای چندلایه، تغییرپذیر، منفعل و تکه‌تکه است؛ پدیده‌ای که خودشکل‌دادن خویش را به گونه‌ای طراحی می‌کند که با هر گونه تثبیت هویت، بستیزد. به عبارت دقیق‌تر، عصر دوم رسانه‌ها و رسانه‌های الکترونیکی جدید، از صورت‌بندی‌های ذهنی جدیدی حمایت می‌کنند که سازنده‌ی هویت بی‌ثبات و تغییرپذیر انسان جدید است.

افزایش نابرابری

هنگامی که از عصر انفجار اطلاعات و عصر رسانه‌های جدید الکترونیک سخن به میان می‌آید، بی‌درنگ این نکته در ذهن تداعی می‌شود که در این عصر افراد به طور برابر و یکسان به اطلاعات دسترسی خواهند داشت. در عصر اول رسانه‌ها، در حالی که نظریه‌پردازانی چون بنیامین و مک لوهان امکان دموکراتیک‌بودن ظرفیت ارتباطی را مد نظر داشتند، متفکرانی چون آدرنو، هورکهایم و هابرماس با آنها مخالفت کردند. آنها معتقد به ظرفیت به شدت نابرابر رسانه‌ها در ارائه اطلاعات بودند. در عصر دوم رسانه‌ها که گفته می‌شود «رسانه‌ها انعطاف‌پذیر، در دسترس فوری و دارای سرعت‌اند» و در آنها عده بسیاری می‌توانند با عده بسیار دیگر تماس برقرار و اطلاعات ردوبدل کنند، و برخلاف عصر اول رسانه‌ها، رابطه یکسویه و یکطرفه نیست و تولیدکنندگان محدود برای مصرف‌کنندگان بیشمار برنامه تولید نمی‌کنند، به شکل دیگری این نابرابری‌ها تداوم پیدا می‌کند. در عصر دوم رسانه‌ها، تنها اشخاصی که استطاعت تهیه لوازم رایانه، خط تلفن و مودم را داشته باشند و قادر به پرداخت صورت‌حساب‌های تلفن خود باشند، می‌توانند اطلاعاتی را تولید و برای دیگران ارسال کنند، و یا در صورت لزوم، اطلاعاتی را دریافت کنند. از این گذشته برنامه‌های ماهواره‌ای و نرم‌افزارهای مربوط به اینترنت، پست الکترونیکی و وبسایت‌ها توسط کسانی ساخته و به کار گرفته شده‌اند که همگی متعلق به شرکت‌های بزرگ و چندملیتی است که به طور عمده آمریکایی هستند. پرسشی که میچل کیپور (Mitchell Keapor) در این خصوص مطرح می‌کند، به حق محل توجه است. وی در این باره می‌پرسد: کلیدها تحت اختیار کیست؟ هرچند او خود پاسخ این پرسش را به وضوح نمی‌دهد، اما روشن است که کلیدها در



اختیار کشورهای پیشرفته صنعتی است. به عنوان مثال در خصوص برنامه‌ها، سریال‌ها و فیلم‌های ماهواره‌ای، کشور آمریکا هم‌اکنون بیش از نصف آنها را تولید می‌کند و از طریق کانال‌های مختلف برای جهان به نمایش می‌گذارد. در زمینه اینترنت نه تنها کاربرد زبان انگلیسی اکنون در آن غالب است و تبلیغات کالاها ی غربی به وفور در آن جاری است، بلکه کاربران عمده آنها سفیدپوستان و کشورهای ثروتمند هستند. به قول فرانک وبستر، فرایند ارتباطات در عصر انقلاب اطلاعاتی (Informational Revolution) به گونه‌ای است که کشورهای پیشرفته که ثروت‌های عمده جهان در آنها متمرکز شده است، بهره‌مندان واقعی آن هستند. (پاستر، ۱۳۷۷: ۷۰-۶۶)

زمینه‌سازی مناسبات جدید

رسانه‌های الکترونیکی جدید با خدماتی که ارائه می‌دهند و ذهنیت‌هایی که می‌سازند، نوع جدیدی از مناسبات اجتماعی را پی‌ریزی می‌کنند که نه تنها از این پس ارتباطات میان‌کنشی بین انسان‌ها شخصی‌تر می‌شود، بلکه انسان‌ها بیش از پیش گوشه‌گیر، منزوی و کم‌تحرک شده و کم‌کم از زمینه علمی زندگی روزانه‌شان دور می‌شوند؛ مناسباتی که سبب مصرف‌زدگی، انفعال و میانه‌روی می‌شوند.

اینترنت و ارتباط آن امکان پیدایش انواع جدید کنش متقابل را مطرح می‌سازد که به کلی با آنچه در عصر اول رسانه‌ها جاری بود، متفاوت است، کنش متقابلی که به طور عمده به ارتباطات راه دور مرتبط است و با واسطه رایانه انجام می‌گیرد. افراد در این مناسبات جدید، پیام‌های رمزداری برای مخاطبان خود می‌فرستند و در همان حال می‌توانند پاسخ‌های آنها را دریافت کنند. این افراد از این پس عضو یک اجتماع متغیر و ناپایدار خواهند بود و هویت سیالی را به همراه خواهند داشت. راین گولد در این ارتباط تغییرات فرهنگی عظیمی را پیش‌بینی می‌کند که ناشی از تأثیرات استفاده از اینترنت بر فرد خواهد بود.

آیا وابستگی و سرسپردگی‌ها، آنچنان که ما درباره‌شان می‌دانیم، در جایی که هویت‌ها سیال هستند، حتی امکان وجود خواهند داشت؟ ... ما هویت‌هایمان را رمزدار کرده، به واژه‌هایی روی صفحه رایانه تبدیل می‌کنیم و هویت‌های دیگر را از حالت رمز درمی‌آوریم و آشکار می‌کنیم. انسان‌ها روی صفحات مجله اینترنت، با غریبه‌ها

ارتباط برقرار می‌کنند. بدون ایما و اشاره‌های دیداری درباره جنس، سن، نژاد و جایگاه اجتماعی و در چهراتی که در غیر این صورت مورد اجتناب قرار می‌گرفت، بین افراد گفت‌وگو سر می‌گیرد. مشارکان (Participants) در این اجتماعات بالقوه، غالباً بدون فرونشاندن احساسات و افکارشان، آنها را بیان می‌کنند و گفت‌وگوها به سرعت پیش می‌روند و گسترش می‌یابند. مناسبات جدیدی که متأثر از رسانه‌های الکترونیکی نوظهور شکل می‌گیرد، خرده‌دنیهایی را به وجود می‌آورد که در آن افراد جدا از دیگران هستند و هیچ‌کس نمی‌تواند بدون موافقت صریح آن افراد، از آن خرده‌دنیه‌ها اطلاعات و شناختی به دست آورد. در این مناسبات، فرد در گمنامی خود سیر خواهد کرد و به عنوان یک ذره در نقابی پنهان، اندیشه مستقل خود را از دیگری مصون خواهد داشت.

و اما ایران

بحث پیامدهای فرهنگی رسانه‌های جدید الکترونیکی در ایران، به واقع نیازمند یک بررسی و تحقیق همه‌جانبه است و کمتر در قالب یک مقاله، قابل تبیین است. از این رو، آنچه در ادامه می‌آید، تنها طرح این بحث و فهرستی از پیامدهای فرهنگی رسانه‌های الکترونیکی جدید در ایران است. در عین حال این بحث می‌تواند به سهم خود چشم‌اندازی از تأثیر رسانه‌های جدید الکترونیکی را بر فرهنگ ایران ترسیم کند. از یک منظر و مطابق آنچه از پیامدهای رسانه‌های الکترونیک جدید در این مقاله گنجانده شده است، جهان و به تبع آن ما یعنی کشور ایران وارد عصر دوم رسانه‌ها شده‌ایم که برخلاف دوره مدرن و عصر اول، آینده آن به طور کامل قابل پیش‌بینی نیست. عصر دوم رسانه‌ها که در آن، رسانه‌های الکترونیک جدید حاکمیت دارند و اطلاعات حرف‌نهایی را می‌زند، پدیده‌ها را کمتر قابل پیش‌بینی می‌کند. جهان امروز، جهانی انباشته از سرگشتگی‌ها، دودلی‌ها، تردیدها، عدم قطعیت، حتی در علوم طبیعی و فیزیک، است و در بردارنده سؤالات جدید و ریسک‌هاست. در یک کلام جهان، بی‌ثبات و بسیار متغیر است. بی‌تردید می‌توان گفت تمامی مواردی که در صفحات قبل به عنوان پیامدهای رسانه‌های جدید الکترونیکی ذکر شده‌اند، همگی

در مورد ایران صدق می‌کنند. علاوه بر این به نظر می‌رسد که پیامدهای این وسایل در ایران حتی بیشتر از آن باشد که در صفحات قبل ذکر شده است. صرف‌نظر از قابل‌پیش‌بینی نبودن همه پیامدهای این وسایل، باز به نظر می‌رسد، به خاطر خاص بودن مورد ایران تأثیر این وسایل بیش از جاهای دیگر باشد.

کشورمان ایران بعد از انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ به طور کلی در عرصه فرهنگ بسته عمل کرد و رادیو و تلویزیون دولتی ماند. همچنین

امروزه فرهنگ در غرب
به صورت کالا درآمده
و تجاری شده است و
بازار خود را می‌جوید.
کشورمان، ایران، اگر
نتواند در رقابت سختی
که در حوزه فرهنگ
در گرفته است با دست پر
وارد شود، زیان بسیار
زیادی خواهد دید.

حوزه مطبوعات، کتاب، موسیقی، سینما و هنر از گستره رقابت دور بوده‌اند. از این رو، در حال حاضر به نظر می‌رسد اشتباهی سیری‌ناپذیر نسبت به آنچه در آن سوی مرزها؛ به ویژه اروپا و آمریکا می‌گذرد، وجود دارد. البته این امر، در جای خود می‌تواند بسیار خطرناک و ویرانگر باشد. امروزه فرهنگ در غرب به صورت کالا درآمده و تجاری شده است و بازار خود را می‌جوید. کشورمان ایران اگر نتواند در رقابت سختی که در حوزه فرهنگ در گرفته است با دست پر وارد شود، زیان

بسیار زیادی خواهد دید. اکنون دیگر نمی‌توان و نمی‌باید دور خود حصار کشید و خود را از دنیا دور نگه داشت. دنیا و به ویژه غرب وارد شده است که رسانه‌های الکترونیک جدید مظاهر آن هستند. در یک نگاه اجمالی مهم‌ترین آثار این وسایل را برای ایران می‌توان چنین برشمرد:

الف- اطلاع‌رسانی غیرقابل کنترل

اطلاعاتی که اکنون از طریق فاکس، اینترنت، پست الکترونیکی و وبسایت‌ها و ماهواره‌ها ارسال می‌شود، کمتر از طرف حکومت‌ها قابل کنترل است. در عصر جدید، شهروندانی که توانایی تهیه لوازم مربوط به اینترنت را در اختیار دارند، به راحتی می‌توانند اطلاعات روزآمد را از آن سوی جهان دریافت دارند و در همان حال اطلاعاتی نو تولید کنند و در اختیار مخاطبان خود قرار دهند. رسانه‌های الکترونیک جدید مرزها را شکسته است و حکومت‌ها کاری در این زمینه نمی‌توانند بکنند. اطلاع‌رسانی به شیوه جدید سبب شکستن انحصار رسانه‌های داخلی شده و افراد را قادر می‌سازد منبع اطلاعاتی خویش را تعیین کنند. کشورمان ایران به هیچ وجه در این خصوص نمی‌تواند اطلاعات را کنترل کند و به دلخواه خود در دست مخاطبان قرار دهد. زمان به نفع فناوری‌های نوین ارتباطی و به زبان شیوه‌های سنتی و انحصاری اطلاع‌رسانی در ایران است.

ب- ظهور انسان‌هایی با تابعیت بین‌المللی

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

ارتباط است، دوست شود.

ج- رواج فرهنگ جهانی و غربی در ایران

فرهنگ غربی و خصوصاً آمریکایی که امروزه به عنوان فرهنگ جهانی در سراسر گیتی شهرت یافته است، از طریق وسایل الکترونیکی جدید در حال گسترش است. تلویزیون‌های ماهواره‌ای، به ویژه به دلیل آنکه اکنون سیستم آن از آنالوگ به دیجیتال در حال تغییر است و از این پس شهروندان سراسر جهان می‌توانند با کمک آنتن‌های بشقابی بسیار کوچک همزمان به تماشای چند ده کانال بنشینند که غالباً به زبان انگلیسی برنامه پخش می‌کنند و فیلم‌ها و شوهای آمریکایی نمایش می‌دهند و شبکه‌های خبری *BBC* و *CNN* در آن میدان‌داری می‌کنند، همگی چیزی جز ترویج فرهنگ غربی در دستور کار خود ندارند. اینترنت نیز در این زمینه دست کمی از تلویزیون‌های ماهواره‌ای ندارد. این وسایل هم‌اکنون به قدری در ایران نفوذ کرده‌اند که صرفاً یک مورد از اثرات فرهنگی آنها را در پیروی شهروندان ایرانی از مدهای مختلف لباس و موسیقی و ورزشکاران غربی و هنرپیشه‌های معروف هالیوود می‌توان مشاهده کرد. موسیقی در این خصوص نیز جای خود دارد.

د- تغییر هویت نزد جوانان

نفوذ سریع و گسترده وسایل الکترونیکی جدید و در همان حال، بسته‌بودن فضای فرهنگی کشور سبب شده است تا تغییر هویت نزد جوانان ایرانی خیلی زود حادث شود. رسانه‌های الکترونیکی جدید از نظر هویتی وضعیت تازه‌ای ایجاد کرده که بسیاری از جوانان کاربر این وسایل در ایران هم‌اکنون مثل غربیان رفتار می‌کنند، لباس می‌پوشند و موسیقی‌های آنها را گوش می‌کنند. این وسایل در آینده نه‌چندان دور، کاربران آن را در ایران منفعل و از نظر ذهنی کاملاً وابسته به غرب خواهد ساخت. هویتی را که رسانه‌های الکترونیکی جدید ترویج می‌کنند و در صدد ساختن آن هستند، هویت فراملی و احتمالاً هویت غربی است. این هویت می‌تواند با هویت ملی ایرانی در تضاد قرار بگیرد.

ه- افزایش نابرابری‌ها و طبقاتی شدن بیشتر

هرچند گفته می‌شود وسایل الکترونیکی جدید و

در دسترس است، اما باید به خاطر داشت که به هر حال این وسایل و استفاده از خدمات آنها هزینه‌هایی در بر دارد و همگان نمی‌توانند از آنها استفاده کنند. تحصیل‌کردگان، ثروتمندان و شهرنشینان و خصوصاً شهروندان تهرانی عمده استفاده‌کنندگان این وسایل در حال حاضر هستند. از این رو دانش‌جویان، فقرا، روستائینان، ساکنان شهرهای کوچک و به طور کلی اقشار آسیب‌پذیر جامعه کمتر توانایی استفاده از این وسایل را خواهند داشت. این امر سبب می‌شود که یک قشر همچنان مثل گذشته بیشتر از امکانات و حال امکانات اطلاعاتی استفاده کند و خود را از هر لحاظ روزآمد و همگام با فرهنگ روز جهان نگه دارد و اقشار دیگر از دسترسی به آن محروم باشند و توانایی استفاده از آن را نداشته باشند.

و- زبان

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

ز- فقدان سانسور

رسانه‌های الکترونیکی جدید از قوانین ملی کشورهای مختلف پیروی نمی‌کنند و از این رو قانونمند و مرزبند نیستند. عدم پیروی از مقررات دولت‌ها سبب شده است که این وسایل ماهیتی جهانی و غیرمتمركز پیدا کرده و دست اندرکاران آنها مطابق امیال و سلیقه‌های خود عمل کنند. از این رو آنها برنامه‌ها را مطابق میل خود یا میل مخاطبان خود می‌سازند و روی آنتن می‌فرستند. فقدان سانسور در اینترنت نیز مانند تلویزیون‌های ماهواره‌ای اطلاعات طبقه‌بندی‌شده و حتی تصاویر مغایر شئون اخلاقی را به راحتی در دسترس استفاده‌کنندگان قرار می‌دهد.

ح- رواج فردگرایی و انزوایی

وسایل الکترونیکی جدید در مجموع سبب رشد فردگرایی و انزوای اجتماعی اقشار استفاده‌کننده آن خواهد شد. استفاده‌کنندگان این وسایل زمان‌های طولانی را با آنها می‌گذرانند و

در گوشه‌ای با خیال‌پردازی و بازیگوشی و به دور از هر گونه سروصدا و مزاحمت در دنیای خود سیر خواهند کرد. این وسایل نوع جدیدی از مناسبات اجتماعی را در ایران و در نزد اقشار استفاده‌کننده، به دنبال خواهد داشت که در مجموع منجر به افزایش کنش‌های فردی و ظهور انسان‌های منزوی، گوشه‌گیر و کم‌تحرک می‌شود. این انسان‌ها بعدها از نظر ارتباطی با دیگر شهروندان مشکل پیدا خواهند کرد و جامعه را درگیر یک تضاد میان‌کنشی خواهد ساخت. رواج و گسترش وسایل الکترونیکی جدید در ایران منجر به افزایش انسان‌های گوشه‌گیر، کم‌تحرک و منفعل خواهد شد.

چالش سیاسی

تردید نیست که پیامدهای فرهنگی و اجتماعی رسانه‌های الکترونیک جدید در ایران را می‌توان با ذکر موارد دیگر، همچنان برشمرد. اما آنچه در این مقاله مورد توجه بوده است، بیشتر پیامدهای فرهنگی و اجتماعی رسانه‌های الکترونیک جدید به عنوان یک مسئله جدید است. جهان وارد عصر تازه‌ای شده است که در آن رسانه‌های الکترونیک جدید حاکمیت پیدا کرده‌اند. این رسانه‌ها، مرزها را شکسته و هر جا که بخواهد وارد می‌شوند. همچنین این رسانه‌ها، کالای دیگری جز کالاهای فرهنگی و اطلاعاتی عرضه نمی‌کنند. رسانه‌های جدید در همه کشورهای جهان، در درجه اول روی گروه‌های مرجع و نخبگان فکری و فرهنگی تأثیر می‌گذارند و اینها نیز دنباله‌روها و پیروانی دارند که از الگوهایشان پیروی می‌کنند. به عبارت دیگر، فرهنگی را که رسانه‌های جدید در صدد ترویج آن هستند خیلی سریع در تمام کشورها و از جمله در کشور ما رواج می‌یابد و فرهنگ ما را به چالش می‌کشد. رسانه‌های جدید، وارد شده و ریشه دوانده‌اند، بنابراین راه درست مواجهه با چنین ورود بی‌وقفه‌ای شناخت آن و برخورد علمی و آگاهانه با جلوه‌های آشکار آن است.

منبع:

باشگاه اندیشه

WWW . bashgah . net

(فهرست منابع و مآخذ در دفتر مجله موجود است)