



مرکز تحقیقات اسلامی

اصفهان

گامی



عمران  
علیهما السلام

www. **Ghaemiyeh** .com  
www. **Ghaemiyeh** .org  
www. **Ghaemiyeh** .net  
www. **Ghaemiyeh** .ir

# تحويلات بين المللي رسانه هاي نوين و

علي حاجي محمدی - عبدالله بيچرانلو



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# رسانه های نوین و تحولات بین المللی

نویسنده:

جمعی از نویسندگان

ناشر چاپی:

مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتال:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

## فهرست

۵	فهرست
۹	رسانه های نوین و تحولات بین المللی
۹	مشخصات کتاب
۹	اشاره
۱۷	دبیاچه
۱۹	پیش گفتار
۲۳	فصل اول: کلیات تحقیق
۲۳	اشاره
۲۵	مقدمه
۲۷	تبیین موضوع
۴۱	فصل دوم: پیشینه تحقیق
۴۱	اشاره
۴۳	مقدمه
۴۳	آثار و تحقیقات داخلی
۵۳	مطالعات خارجی
۵۵	فصل سوم: چارچوب مفهومی و نظری تحقیق
۵۵	اشاره
۵۷	مقدمه
۵۷	رویکردهای گوناگون به رسانه های نوین
۶۵	نظریه همگرایی رسانه ای
۶۵	اشاره
۶۷	نمودار ۱ ۳. همگرایی رسانه ها
۷۳	نمودار ۲ ۳: ابعاد گوناگون همگرایی

۷۴	تحول و تکامل رسانه ها در جهان در حال تغییر
۷۴	اشاره
۷۷	۱. ابداع (بهبود در رسانه قدیمی)
۷۷	۲. نوآوری (ظهور رسانه جدید)
۷۷	۳. نهادینه شدن
۷۷	اشاره
۷۸	جدول ۱ ۳. نهادینه شدن و صنعت رسانه ای
۸۱	نمودار ۳ ۳: چرخه های تحول و تکامل رسانهای
۸۳	نمودار ۳ ۴: چهارچرخه تحول و تکامل رسانه ها
۸۴	مصرف رسانه ها در عصر همگرایی رسانه ها
۸۸	پی آمدهای همگرایی رسانه ها
۹۰	جامعه شبکه ای
۹۰	اشاره
۹۰	چیستی جامعه شبکه ای
۹۵	بستر و زمینه شکل گیری جامعه شبکه ای
۹۵	اشاره
۹۶	۱. نسل اول وب؛ وب ۱
۹۶	اشاره
۹۶	نمودار ۳ ۵: نحوه تعاملات در وب ۱
۹۷	۲. نسل دوم وب؛ وب ۲
۹۷	اشاره
۹۸	نمودار ۳ ۶: نحوه تعاملات در وب ۲
۱۰۳	نمودار ۳ ۷: مقایسه نحوه تعاملات در وب ۱ و وب ۲
۱۰۴	۳. نسل سوم وب؛ وب ۳

۱۰۴	..... اشاره
۱۰۵	..... نمودار ۸ ۳: نحوه تعامل در وب ۳
۱۰۹	..... نمودار ۹ ۳: تحولات درون شبکه ای از وب ۱ تا وب ۳
۱۱۰	..... جدول ۲ ۳: تفاوت های وب ۱، ۲ و وب ۳
۱۱۲	..... فصل چهارم: نقش رسانه های نوین در تحولات بین المللی
۱۱۲	..... اشاره
۱۱۵	..... مقدمه
۱۱۶	..... روندهای کنونی جامعه اطلاعاتی و دیپلماسی
۱۱۹	..... انقلاب اطلاعات و دیپلماسی
۱۲۳	..... تأثیر جانبی تحول و انقلاب اطلاعات بر دیپلماسی
۱۲۶	..... نقش فضای مجازی در دیپلماسی
۱۴۱	..... مدیریت اطلاعات
۱۴۴	..... امنیتی کردن اطلاعات و سیستم
۱۵۰	..... تأثیر فضا و محیط رسانه ای جدید بر دیپلماسی
۱۵۵	..... دیپلماسی سایبر (مجازی)
۱۵۸	..... فن آوریهای نوین ارتباطات و اطلاعات به عنوان عامل مثبت در دیپلماسی
۱۶۰	..... فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی به عنوان تقویت کننده و تعدیل کننده قدرت نرم و سخت در روابط بین الملل
۱۶۰	..... اشاره
۱۶۲	..... جدول ۳ ۳: سه وجه قدرت در فضای مجازی
۱۷۱	..... مدیریت روابط بین بازیگران اصلی دیپلماسی
۱۷۲	..... مدیریت وجهه در نظام بین المللی
۱۷۶	..... پیشرفت اهداف سیاسی
۱۷۸	..... هیئت های دیپلماتیک مجازی
۱۸۰	..... تأثیر عصر دیجیتال بر هیئت های دیپلماتیک

۱۸۵	تحلیل قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک مجازی
۱۸۵	اشاره
۱۸۶	جدول ۴ ۱: نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک
۱۸۷	ارتباطات میان فرهنگی و رسانه های نوین
۱۹۵	نحوه شکل گیری جنبش های اجتماعی و سیاسی در فضای مجازی و نحوه تغییر آنها در طی زمان
۲۰۰	جنبش های اجتماعی جدید
۲۰۷	فضای مجازی و جنبش های نوین اجتماعی
۲۰۷	اشاره
۲۱۰	مهم ترین دلایل کاربرد گسترده رسانه های مجازی و فضای مجازی در جنبش های جدید
۲۱۲	سازمان های جنبش های اجتماعی و رسانه های نوین
۲۱۷	گروه های رادیکال و فضای مجازی
۲۲۲	فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها
۲۲۲	اشاره
۲۲۴	نتیجه گیری
۲۲۶	پیشنهادها
۲۳۸	فهرست منابع
۲۳۸	اشاره
۲۳۸	الف) فارسی
۲۴۰	ب) لاتین
۲۶۳	درباره مرکز



## رسانه های نوین و تحولات بین المللی

## مشخصات کتاب

سرشناسه: حاجی محمدی، علی، ۱۳۵۸ -

عنوان و نام پدیدآور: رسانه های نوین و تحولات بین المللی / علی حاجی محمدی، عبدالله بیچرانلو؛

ویراستار محمود سوری؛ [تهیه کننده] مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما.

مشخصات نشر: قم: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری: ۲۴۰ ص.: مصور، جدول، نمودار؛ ۲۱/۵×۱۴/۵ س م.

ISBN: ۹۷۸ - ۹۶۴ - ۵۱۴ - ۳۴۹ - ۵۷۲۰۰۰ ریال؛.

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه: ص. [۲۲۷] - ۲۴۰؛ همچنین به صورت زیرنویس.

موضوع: رسانه های گروهی و تکنولوژی

موضوع: رسانه های گروهی -- نوآوری

شناسه افزوده: بیچرانلو، عبدالله، ۱۳۵۹ -

شناسه افزوده: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی

رده بندی کنگره: ۱۳۹۲ ح ۲ ۸ ت / ۹۶ P

رده بندی دیویی: ۳۰۲ / ۲۳

شماره کتاب شناسی ملی: ۳۶۰۰۰۸۴

ص: ۱

اشاره

















ص: ۹

**دیباچه**

دیباچه

در عصر ارتباطات و اطلاعات، رسانه های نوین از جمله اینترنت، شبکه جهانی وب، سینمای دیجیتال، رایانه های شخصی، دی وی دی ها، سی دی ها و ماهواره که با رسانه های آنالوگ تفاوت اساسی دارند، ابعاد گوناگون حیات بشری را تحت تأثیر قرار داده، نقش بسیاری در تحولات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ارتباطی دارند.

امروزه رقابت در فضای رسانه ای پیچیده جهانی موجب شده کشورهای مختلف برای دستیابی به اهداف و منافع خود و تسلط بر افکار عمومی در دیگر نقاط جهان از این فن آوری بهره فراوان برند. پدیداری این مسائل، کنشگران عرصه های یادشده را به مطالعه کارکردهای گوناگون این رسانه ها و آثار آن ترغیب کرده تا از این رهگذر بتوانند رسانه های پیش گفته را به جایگاه مناسبی در معادلات جهانی سوق دهند. این پژوهش درصدد است با بررسی نقش رسانه های نوین در دیپلماسی کشورها و امکانات و زمینه های رسانه های نوین در تحول آفرینی در عرصه معادلات جهانی، نقش این رسانه ها را در دگرگونی های اجتماعی و سیاسی اقتصادی بررسی کند.

ص: ۱۰

گروه آینده پژوهی و رسانه های نوین مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما از پژوهشگران ارجمند، جناب آقای دکتر عبدالله بیچرانلو و جناب آقای علی حاجی محمدی که این پژوهش را به سامان رسانده اند، سپاس گزاری می کند و امیدوار است ره آورد این اثر برای اصحاب رسانه و برنامه سازان ارجمند، سودمند باشد و مسئولان و مدیران رسانه ملی را در بررسی و رصد رسانه های رقیب، یاری کند.

اداره کل پژوهش

گروه آینده پژوهی و رسانه های نوین

ص: ۱۱

**پیش گفتار**

پیش گفتار

در دهه‌های گذشته، تغییر و تحولات فن آوریهای ارتباطی و اطلاعاتی با ظهور فضای مجازی و رسانه‌های جدید با ایجاد مدل‌های جدید تولید، مدیریت و توزیع اطلاعات، به شکل‌های نوینی از رسانه‌ها انجامیده که فضا و محیط رسانه‌های جدیدی را شکل داده، تأثیرهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی گوناگونی بر جوامع، گذاشته است. به دلیل اینکه این فضای جدید، بسیاری از مفاهیم و مسائل را تغییر داده و تعریف‌های جدیدی از آنها ارائه کرده است، برای تشخیص و تبیین بهتر بسیاری از تغییرات و تحولات عرصه‌های مختلف در سطوح متعدد، سودمند است.

ارتباطات سیاسی و تحولات بین‌المللی نیز به طور پیوسته با فن آوری معاصر تغییر پیدا میکنند و از آنجا که رشد و تحولات فن آوران، رسانه‌های جدیدی را شکل میدهد، رابطه میان رسانه و تحولات بین‌المللی نیز در حال تغییر است. به واقع، تغییر فن آوری و رسانه بر مسائل بین‌المللی و ارتباطات سیاسی در سطوح مختلف اثر میگذارد؛ به

ص: ۱۲

طوری که برخی پژوهشگران بر آن اند که شرایط نوین رسانهای، در بردارنده تغییر پارادایمی در تغییر و تحولات بین المللی است.

در این شرایط، دولت ها نه تنها با چالشهای این فضای نوین رسانه ای مواجه اند، بلکه همواره می کوشند از آن برای اهداف سیاسی در سیاست داخلی و خارجی و روابط بینالملل بهره بگیرند. شرایط و رقابت در فضای رسانهای پیچیده جهانی موجب شده برخی کشورها برای تسلط بر افکار عمومی جهانی و تسهیل همکاری و تعریف مناسب از جایگاه خود و نحوه ارتباط با دیگران و در نتیجه، کسب وجهه و اعتبار بین المللی، سازوکارها و پروژه های مختلفی برای استفاده از توانمندی ها و قابلیت های جدید رسانه ای و مواجهه با چالش ها، تدوین و طراحی کنند.

در این کتاب در کنار بررسی پیشینه تحولات فضای مجازی، رویکردهای گوناگون به رسانههای نوین و تحول و تکامل رسانها، به تأثیر فضای نوین رسانهای بر دیپلماسی، ارتباطات بین فرهنگی و جنبش های نوین اجتماعی با رویکرد بین رشتهای پرداخته ایم. مطالعه رابطه میان تحولات بین المللی و رسانههای جدید در فضای پیچیده جهانی، می تواند ابعاد و زوایای دیگری از نقش رسانه را در جوامع آشکار سازد. هدف این کتاب، ابتدا ترسیم و توضیح تصویری کلی از نقش و جایگاه رسانه های نوین در تحولات اجتماعی و فرهنگی بین المللی، به ویژه در زمینه موازنه قدرت و دیپلماسی عمومی کشورهاست که در دهه گذشته صورت گرفته، و نیز ارائه برخی پیشنهادها در زمینه استفاده و بهره‌مندی از تجارب، مزیت و ظرفیت رسانها و ابزارهایی با قابلیت دسترسی به مخاطبان جهانی و چالشها در این زمینه است.

ص: ۱۳

از مسئولان مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما برای فراهم کردن زمینه اجرای این تحقیق، به ویژه از گروه آینده پژوهشی؛ جناب آقایان اسفندیار، رضوانی و حاج احمدی و سرکار خانم برغمندی برای همراهی و یاری در مسیر اجرای تحقیق تشکر و قدردانی مینماییم.

عبدالله بیچرانلو، استادیار ارتباطات دانشگاه تهران

علی حاجی محمدی، دکتری ارتباطات دانشگاه تهران



ص: ۱۵

## فصل اول: کلیات تحقیق

### اشاره

فصل اول: کلیات تحقیق

زیر فصل ها

مقدمه

تبیین موضوع





ص: ۱۷

**مقدمه**

مقدمه

فن آوری در سه دهه اخیر، چهره جهان را بسیار دگرگون کرده و آثار شگفتانگیز آن ابعاد و جوانب گوناگون حیات بشر را تحت تأثیر قرار داده است. «تحولات سریع نه تنها در عرصه فن آوریها و دستگاهها و ابزارهایی که انسان برای خدمت به خود ابداع کرده مشهود است برای مثال، از انتقال سریع پیام ها و اطلاعات تا جابه جایی پرشتاب افراد و کالاها که در قلمرو دانشها و معرفتها نیز نظیر همین سیر پرشتاب به چشم میخورد. در سطح نظریهها و دیدگاهها و فرضیههایی که مستمراً در حوزههای گوناگون پیشنهاد میشوند و در کوتاه زمان جای خود را به نظریههایی جدیدتر میبخشند. آهنگ بیدرنگ تغییر را حتی در روشها و شیوهها و شگردهای ارائه و عرضه در عرصههای مختلف می توان مشاهده کرد مثلاً در شیوه طراحی کتاب ها یا صفحات روزنامهها و تنظیم مطالب در آنها (مقالات کوتاه در کادرهای مشخص) یا در روش نمایش فیلمها (پرشها و کاتهای مکرر و تصاویری که تنها چند ثانیه یا کمتر بر صفحه باقی میمانند) و حتی در نحوه سخن گفتن و مکالمه افراد. دگرگونی های همه جانبه که در تمام عرصه های زندگی انسان مدرن، آثار مثبت و منفی فراوانی به همراه داشته است. تغییرات سریع بدین معناست که هنجارها، باورها، رویه ها و احکامی که در

ص: ۱۸

گذشته اعتبار داشته اند و در تنظیم روابط اجتماعی و چگونگی تعامل میان انسان ها نقش ایفا می کرده اند، با چالش های بسیار جدی مواجه می شوند»<sup>(۱)</sup> این تغییر و تحولات در عرصه فن آوریهای ارتباطی و رسانه‌های نیز رخ داده است و در این زمینه نیز شاهد تحولات شگرف سخت افزاری، به موازات انقلاب نرم افزاری و محتوایی بودهایم. اکنون هیچ عرصه حیات بشری، اعم از خصوصی و عمومی، ملی یا بین المللی را نمی توان سراغ گرفت که رسانه ها در آن ورود یا تأثیر نداشته باشند؛ حتی در عرصه دین داری و دین ورزی که بخش عمده ای از آن جنبه فردی و خصوصی دارد، یا چگونگی تعامل با همسر و فرزندان در درون منزل، که بسیار خصوصی به شمار می روند، به راحتی می توان در زندگی بیشتر انسان ها رد پای رسانه ها را جست که مردم که همان مخاطبان رسانه ها هستند، چگونه بر اساس انگاره های دریافتی از رسانه ها در زندگی خود می اندیشند و تصمیم گیری و رفتار می کنند.

در نگاهی کلان تر، همین وضعیت را در سطح بین المللی و جهانی شاهدیم و فن آوری های ارتباطات و اطلاعات با قابلیت های گسترده ای که در اختیار کشورها، دولت ها، احزاب و صاحبان رویکردهای فرهنگی، سیاسی و اقتصادی گوناگون قرار داده اند، میدان عمل گسترده و بسیار اثرگذاری برای این نقش آفرینان فراهم کرده اند. در اثر پیش رو، برآنیم با ژرف اندیشی در این موضوع، چشم اندازی از نقش آفرینی رسانه هایی مانند شبکه های تلویزیونی ماهواره ای، به ویژه شبکه های خبری ۲۴ ساعته پردازیم که به نقش آفرینانی جدی در عرصه تحولات بین المللی تبدیل شده اند. به علاوه، با تأمل در تحولات شگرفی که در عرصه فضای

---

۱- علی پایا، فن آوری، فرهنگ و اخلاق، ص ۱۴.

ص: ۱۹

مجازی و ارتباطات سایبری رخ داده، این بستر ارتباطی را که مجرا و زمینه ساز شکل‌گیری انواع جدیدی از ارتباطات در جهان شده است، بررسی، و نقش و کارکرد آن را در تحولات اجتماعی، سیاسی و... در عرصه‌های فراملی تبیین خواهیم کرد.

## تبیین موضوع

### تبیین موضوع

امروزه تلویزیون با کمک فن آوری ماهواره با گذشتن از مرزهای ملی یک کشور، قادر به پخش و انتشار ارزش‌ها و عناصر فرهنگی یک جامعه در میان جوامع دیگر است. خاصیت فراملی تلویزیون‌های ماهواره‌ای سبب گشته تغییرات و تحولات ارزشی در بیشتر کشورهای جهان با شتاب فراوانی همراه شود. برای مثال، نتایج تحقیق اینگلهارت (۲۰۰۰) با عنوان «مطالعات ارزش‌های جهانی» که به بررسی ارزش‌ها و باورهای مردم تمام قاره‌های جهان پرداخته است (شصت کشور دربرگیرنده ۷۵ درصد جمعیت جهان) حاکی از دگرگونی‌های بزرگ در ارزش‌ها و سبک زندگی مردم جهان است که این دگرگونی‌ها از نقش فن آوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات و رسانه‌های فراملی سرچشمه می‌گیرد.

اگرچه بیشتر دیدگاه‌های صاحب‌نظران در خصوص نقش تلویزیون درباره بازنمایی و روایت‌گری خوش‌بینانه و مثبت‌نگر است، اما نباید نادیده انگاشت که تلویزیون، به ویژه تلویزیون‌های ماهواره‌ای فراملی با گذشتن از مرزهای ملی می‌توانند با ایفای نقش منفی، در جهت تضعیف، استحاله و کاهش احساس تعلق به ارزش‌های ملی حرکت کنند؛ تا جایی که برخی صاحب‌نظران همچون واکر کانر، الیزابت روبینسون، رابرت پارک، هربرت بلومر و مایکل بروان، رسانه‌ها را عامل تشدید بحران‌های

ص: ۲۰

ملی، یکسان سازی و همگون سازی (۱) فرهنگی، تحمیل و سلطه روابط نابرابر فرهنگی، تقویت واگرایی ملی و ایجادکننده شکاف ها و فاصله های نسلی و ملی می دانند. (۲) امروزه تلویزیون های ماهواره‌های از فراگیرترین رسانهها در گستره بین المللی به شمار می آیند که محتوای گوناگونی برای مخاطبان ناهمگون در سراسر کره زمین پخش می کنند. شرکت ها و سازمان های تلویزیونی ملی و بین المللی با بهره گیری از امکانات و ظرفیت های ارتباطات ماهواره ای، به پیشبرد اهداف خبری، سرگرمی، تجاری، سیاسی و فرهنگی در دنیا مشغول هستند. «دگرگونی و تغییرات در زمینه دسترسی به فن آوری در کشورهای در حال توسعه، باعث افزایش انتشار فراملی برنامه های تلویزیونی، و همچنین عامل گسترش تقاضا برای برنامه سازی شده است. سیستم های گیرنده ماهواره ای بین المللی در انتشار برنامه های تلویزیونی از کشورهای توسعه یافته به کشورهای در حال توسعه بسیار بااهمیت هستند». (۳)

در واقع، تحت تأثیر تغییرات و رشد سریع ارتباطات و اطلاعات، به ویژه ظهور تلویزیون های ماهواره ای و اینترنت، امروزه مبادله صوت و تصویر و متون، ابعادی جهانی و فراملی یافته است و حتی بسیاری از برنامه های تلویزیونی افزون بر دریافت کننده های خانگی (دیش، آنتن و تلویزیون) از طریق تلفن همراه هم دریافت می شوند. به طور مشخص در

## ۱- Assimilation

۲- منصور ساعی، «بازنمایی ابعاد سیاسی و تاریخی هویت ملی در تلویزیون جمهوری اسلامی ایران؛ تحلیل محتوای سریال های تاریخ درجه الف در سه دهه بعد از انقلاب اسلامی ایران»، دو فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش سیاست نظری، زمستان ۱۳۸۹، ش ۷، ص ۱۱۵.

۳- دایان کرین، نوبر کاواشیما و کنجی کاوازاکی، فرهنگ جهانی؛ رسانه، هنر، سیاستگذاری و جهانی شدن، ص ۲۹.

ص: ۲۱

خصوص شبکه های تلویزیونی ماهواره ای که ذیل صنعت تلویزیون باید به آنها توجه داشت، گفتنی است که این صنعت از اواسط دهه ۱۹۸۰، تحولات شگرفی را تجربه کرده که بر رشد و توسعه شبکه‌های تلویزیونی، به ویژه شبکه‌های خبری بینالمللی اثرگذار بوده است. «از طرف دیگر، پیشرفت‌ها در عرصه فن آوری اطلاعات نیز باعث بروز پدیده‌ها و تحولات جدیدی در فضای رسانه و ارتباطات رسانه ای شد. در پایان دهه ۱۹۹۰ میلادی دیدن برنامه های تلویزیون از طریق اینترنت امکان پذیر شد. شبکه های ماهواره ای نیز پخش جهانی را سرعت بخشیدند و کمبود کیفیت پخش اینترنتی را جبران کردند»<sup>(۱)</sup>.

در حقیقت، برخی زمینه‌ها موجب تحول در صنعت تلویزیون و جهانی شدن آن شد و در نتیجه، به تدریج توسعه این گونه تلویزیونها را فراهم کرد:

( سقوط بلوک شرق و سوسیالیسم؛

( تحول همیشگی اقتصاد جهانی شده؛

( تحولات فن آورانیه.

محتوای اصلی شبکه‌های بینالمللی را برنامه‌های سیاسی همچون خبر و تفسیر خبر تشکیل می دهد، ولی در عین حال بسط دیدگاه‌های طرفدار گسترش نرم خبر و به طور کلی، برنامه‌های ملا-یمی که مباحث زمخت سیاسی در لایه‌های زیرین آن قرار میگیرند، موجب شد به تدریج این دسته از برنامه‌ها، بخش مهمی از جدول پخش شبکه های تلویزیونی متمرکز بر خبر و برنامه‌های سیاسی را تشکیل

۱- احمد میرعابدینی، پژوهشنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری، ص ۴۳.

ص: ۲۲

دهند. تلویزیون هایی مانند سی ان ان، (۱) بی بی سی، (۲) فاکسنیوز، (۳) فرانس ۲۴، (۴) الجزیره، العربیه، یورونیوز، (۵) راشاتودی (۶) (روسیا الیوم)، سی سی تی وی (۷) و بسیاری شبکه‌های خبری دیگر، در زمره تلویزیون های بین المللی خبری به شمار می روند. بیشتر این تلویزیون ها که بر مخاطب بیرون از مرزهای کشور متبوع خود متمرکز هستند، کوشیده اند با تأسیس شبکه های گوناگونی به زبانهای مهم بینالمللی، مانند انگلیسی و عربی یا به زبان مخاطبانی که در سیاست خارجی کشورشان از جایگاه مهمی برخوردارند (برای مثال، مخاطبان فارسی زبان برای انگلستان، یا مخاطبان ترکزبان برای امریکا) به نحو اثربخشی با این مخاطبان ارتباط برقرار کنند و در جایگاه بازوانی برای نظام دیپلماسی کشور تأسیسکننده یا حامیان مالی این شبکه ها عمل نمایند. همان گونه که کارین ویلکینز اشاره کرده است «گذشته از رابطه غیرمستقیم میان تصاویر رسانهای و سیاست خارجی که در افکار عمومی مطرح می شود، حلقه‌های ارتباط مستقیم بین تولید فرهنگ عامه‌پسند و سیاست خارجی به روشنی قابل مشاهده است. توبی میلر (۸) (۲۰۰۷) و دیگران، به روابط کاری تاریخی میان سیاستمداران واشنگتن و تولیدکنندگان هالیوود به عنوان «واشوود» (۹)

۱- CNN.

۲- BBC.

۳- Fox News.

۴- France ۲۴.

۵- Euro News.

۶- Russia Today.

۷- CCTV.

۸- Toby Miller.

۹- Washwood: ترکیبی از کلمه های واشنگتن و هالیوود است.

ص: ۲۳

اشاره میکند. برای مثال، کارکنان کاخ سفید، با کارگردانان، بازیگران و نویسندگان هالیوود دیدار داشتند تا علایق یکسان را در زمینه ترویج ارزش های ایدئولوژیک مشترک در جهان پس از یازده سپتامبر دریابند. لويس، (۱) ماکسول (۲) و میلر (۲۰۰۲) این رابطه را از منظر اتکای نسبی صنعت فیلم به کمک دولت در اعطای یارانه به تولید و توزیع، شرح می دهند و معتقدند این وابستگی با هدف دولت برای راهاندازی تبلیغاتی اقناع کننده در میان افکار عمومی، سازگار است. (۳)

بسیاری از کشورها و سازمانهای رسانهای، رسانههای گوناگونی را راهاندازی کردهاند تا از این طریق به افکار عمومی در سراسر جهان دسترسی پیدا کنند و همین موضوع، فضایی رقابتی میان رسانههای جهان پدید آورده است. برخی از این رسانههای راهاندازی شدهاند تا با کلیشه های مربوط به یک فرهنگ مقابله کنند و برخی راهاندازی شدهاند تا تصویر صاحبانشان را بهبود بخشند. با این حال، برخی دیگر نیز احساس کردهاند از رسانههای میتوان به عنوان ابزاری برای پیشبرد ارزش ها و سیاستهای خارجی خود بهره گرفت.

از اوایل دهه ۱۹۹۰ تحولات فن آورانیه، دگرگونی های اساسی در فرآیندهای کسب خبر، مونتاژ، پردازش و ارائه خبر در تلویزیون پدید آورد. تثبیت و تسهیل شرایط به کارگیری تکنیکهای ماهوارهای برای تلویزیونهای خبری این امکان را فراهم کرد تا در چند دقیقه، صدا و تصویر مربوط به یک حادثه در حال رخ دادن را از مکانهای دور دست

۱- Lewis.

۲- Maxwell.

۳- Karin G Wilkins, Home /Land/ Security: What We Learn about Arab Communities from Action- Adventure Films, Lexington Books, ۲۰۰۹, p. ۷

دریافت کنند. در روزگار گذشته پس از تصویربرداری گزارشها، دو روز برای دریافت آن انتظار کشیده میشد. همچنین تحولات فنی این امکان را فراهم کرد که فعالان رسانه ای جدیدی وارد کسب و کار توزیع تولیدات صوتی تصویری شوند و خدمات ارتباطات ماهواره ای را به دیگر تلویزیونهای خبری ارائه کنند و بر این اساس، اغلب ایستگاه های تلویزیونی وابسته یا مستقل، سلطه سنتی شبکههای موجود خبری را شکستند.

همچنین این فرصتهای خبری پیشرفت یافته، نقش فن آوری را در فرآیند گردآوری خبر افزایش داد؛ به گونه ای که شبکههای گوناگون خبری برای ارائه رویدادهای خبری پیش از رقبای نخستین منبع بودن در پوشش رویدادها در نبرد با یکدیگر قرار گرفتند. توزیع سریع اخبار و اطلاعات ماهواره‌ای، تا حد زیادی انحصار بسیاری از شبکهها را در دسترسی به اطلاعات کاهش داد. (۱)

نمونه برجسته اثرگذاری شبکه های تلویزیونی ماهواره ای در معادلات سیاسی بین المللی، در تحولات منطقه خاورمیانه، به ویژه در جریان انقلاب های اخیر در کشورهای عربی خاورمیانه بروز کرده است. سه شبکه تلویزیونی خبری مهم که مخاطبان عربزبان، به ویژه مردمان خاورمیانه را هدف قرار داده‌اند، عبارت اند از: شبکههای الجزیره (قطر)، العربیه (عربستان) و الحرة (امریکا) که شبکه العالم ایران در گفتگوهایی متفاوت با آنها به رقابت می پردازد. هر یک از این شبکهها، سیاست های خارجی کشورهای خودشان را در قبال مسائل و تحولات گوناگون

---

۱- Roger Wallis, and Baran Stanley, The Known World of Broeacast News, Routldge, ۱۹۹۰



ص: ۲۵

بین المللی پی می گیرند. «سه شبکه الجزیره، العربیه و الحره به وسیله حامیان مالی مختلفی پشتیبانی میشوند که نقش سیاسی پررنگی در تحولات منطقه ایفا میکنند، حکومت عربستان سعودی برای محدود کردن هژمونی الجزیره در منطقه، شبکه العربیه را راهاندازی کرد و دولت امریکا نیز که از برخی فعالیتهای الجزیره ناراضی بود، شبکه الحره را راه انداخت»<sup>(۱)</sup>.

تغییرات چشم گیر در صحنه رسانه‌های جهانی، تأثیر فراوانی بر نحوه فعالیت رسانه‌های عربی گذاشته است. برخی از دولت های عربی که با چالشهایی در خصوص حیات خود مواجه هستند، رسانه های وابسته به خود را راهاندازی کرده‌اند تا سیاستهای خود را تشریح کنند و با دیگر رسانه‌های منطقه‌ای و بینالمللی به مقابله بپردازند. نگرانی درباره از دست دادن سهم بازار رسانه‌های عربی و نیز تأثیر رسانه‌های جهانی بر حوزه عمومی عربی، برخی رسانه های عربی را واداشته تا اقداماتی جدی برای پیشبرد برنامه هایشان انجام دهند.<sup>(۲)</sup>

در جریان انقلاب مردم مصر هنگامی که فشار بر رژیم حسنی مبارک شدت گرفت، مقامات این کشور امواج ماهواره ای شبکه الجزیره را مختل کردند و آن را واداشتند بیدرنگ فرکانسهای خود را تغییر دهد. شبکه به پخش گزارشهای پرشور خود ادامه داد و نیروهای امنیتی مصر را برانگیخت تا آن را به تحریک مردم متهم و خبرنگارانش را محدود کنند. این حاصل عملکرد شبکه الجزیره بود که با اوج گرفتن انقلاب مردم

۱ - El Mustapha Lahlali, Contemporary Arab Broaddcast Media, Edinburgh University – ۲۰۱۱, Press.

۲- همان، ص ۶.

مصر بر ضد رژیم مبارک، به طور شبانه روزی و به صورت زنده به پوشش میدان التحریر قاهره، مهم ترین محل تظاهرات و تجمعات انقلابیون مصر پرداخت. در خیابانهای قاهره، جوانان مصری نام شبکه الجزیره را به وسیله محفظه‌های دستی رنگ افشان روی دیوارها با حروف درشت می نوشتند و روزنامه نگاران الجزیره، که بسیاری از آنان مصری بودند، به قهرمانان انقلابی مبدل شدند. مجریان برنامه‌های عربی زبان الجزیره، انقلابیان لیبایی را که در جنگ با طرفداران و ارتش قذافی کشته شدند، «شهید» نامیدند و بر نیروهای وفادار به معمر قذافی، زمامدار لیبی برچسب «مزدور» زدند.

هنگامی که انقلاب های خاورمیانه از کشوری به کشور دیگر سرایت کرد و به کشورهای همسایه قطر رسید، موقعیت برای دولت قطر دشوارتر شد و بر اساس گفته منتقدان، استقلال شبکه الجزیره مخدوش گردید. هنگامی که تظاهرکنندگان به خیابانهای بحرین و عربستان سعودی ریختند؛ یعنی متحدان نزدیک امیرنشین قطر، به گونه چشم گیری از تعداد و حجم گزارشهای این شبکه در قبال این تحولات کاسته شد و حتی در اغلب اوقات، الجزیره به طور کامل تحولات بحرین و عربستان را نادیده گرفت. در واقع، رویدادهای جزیره کوچک بحرین، شریک راهبردی قطر، معضل شبکه عربی زبان الجزیره را در تهیه و پخش گزارش درباره قیامهای مردم منطقه به بهترین صورت نشان داد؛ چرا که شبکه عربی زبان الجزیره از دادن گزارش درباره انقلاب مردم عمدتاً شیعه بحرین برای خاتمه یافتن نظام پادشاهی بحرین قصور ورزید و از پخش تظاهرات عظیم مردم بحرین که مداخله نظامی عربستان سعودی را هم در پی داشت، خودداری کرد.

ص: ۲۷

در مقابل، تمرکز شبکه های العالم و المنار بر تحولات بحرین و پخش تظاهرات مردم انقلابی این کشور، خشم پادشاهی بحرین را برانگیخت. همین تقابل را در جریان تحولات سوریه نیز شاهد بوده ایم؛ یعنی نوعی تقابل رسانه ای میان رسانه هایی همچون العالم، المنار و پرس تی وی، با عمده شبکه های عربی و غربی در قبال چگونگی پوشش تحولات سوریه صورت گرفته است.

شبکه های تلویزیونی ماهواره ای به تدریج از فضای سایبر نیز برای ارتباطات رسانه ای خود بهره گسترده ای گرفته اند و اکنون افزون بر برخورداری از وب سایت هایی بسیار پویا، حضور چشم گیری در شبکه های اجتماعی دارند و از محتوای عرضه شده در شبکه های اجتماعی نیز به نحو چشم گیری استفاده می کنند. همچنین شبکه های تلویزیونی ماهواره ای به دلیل فعالیت فرامرزی، توانسته اند از بستر فضای مجازی برای ارتباط گیری با خبرنگاران و نیز مخاطبان خود در داخل کشورهای مختلف و نیز توسعه خبرنگار شهروندی بهره گسترده ای بگیرند.

در بسیاری از تحولات و جریان های بین المللی و جهانی، علاوه بر فضای شبکه های تلویزیونی ماهواره ای، از فضای مجازی نیز به عنوان بستر ارتباطی بسیار اثرگذاری استفاده کرده اند. برای نمونه، شبکه های اجتماعی مجازی، زمینه ها و بسترهایی ارتباطی را برای انقلاب های رنگی در کشورهای گوناگون و نیز انقلاب های روی داده در کشورهای عربی خاورمیانه فراهم کرد. در بسیاری از کشورهای عربی خاورمیانه، جوانان در «توییتر» و «فیس بوک»، اعتقاد خود را به اسلام همراه با اعتقاد به دموکراسی اقرار می کنند و پیوسته آیاتی از قرآن را که به ناعدالتی، ظلم و صبر اشاره دارد، در سایت های خود قرار

می دهند. این گونه پدیده ها، نمونه هایی از کارکردهای رسانه ها در تحولات مهم بین المللی است.

در طول دو دهه اخیر، به موضوع کارکردهای گوناگون اینترنت از ابعاد مختلف توجه کرده اند. از جمله، رشد چشم گیر اینترنت از اواسط دهه ۱۹۹۰ بحث درباره پی آمد احتمالی این رسانه جدید را در فرآیندهای سیاسی در اولویت برنامه های پژوهشی قرار داده است. پژوهشگرانی همچون جانسون و کای (۲۰۰۰)، بيمبر (۱۹۹۸)، بارنت (۱۹۹۷)، کاستلز (۱۹۹۷)، هیگ و لودر (۱۹۹۹)، لکس (۲۰۰۰) و نوریس (۲۰۰۱) به این موضوع پرداخته اند. بیشتر صاحب نظران «دموکراسی دیجیتال» به تکاملی بودن تأثیر اینترنت در حوزه سیاست اذعان دارند. آنها معتقد نیستند که اینترنت، تغییری بنیادین (چه مثبت یا منفی) در زمینه دموکراسی پدید می آورد. در حالی که فعالان حوزه سیاست و افراد خارج از دایره سیاست می توانند از این فن آوری های نوین اطلاعات و ارتباطات (آی سی تی ها) استفاده کنند، موازنه قدرت و ساختارهای سیاسی موجود تحت تأثیر این ارتباطات تغییر نمی کنند. پژوهش ها نشان می دهد افرادی که در فضای وب، فعالیت سیاسی انجام می دهند، از پیش در حوزه سیاست به عنوان افرادی خرده پا عمل می کنند. (۱)

با این حال، مشارکت در سیاست از طریق استفاده از فن آوری های اطلاعات و ارتباطات تسهیل شده و با توسعه این فن آوری ها، فعالیت سیاسی سریع تر، آسان تر و عمومی تر گردیده است. فن آوری های اطلاعات و

---

Johnson, T. J., Kaye, B. K. Using is Believing: The Influence of Reliance on the Credibility – ۱ of Online Political Information Among Politically Interested Internet Users. Journalism Mass Communication Quarterly, ۷۷(۴) ۸۶۵- ۸۷۹, ۲۰۰۰. Norris, P, Democratic phoenix: Reinventing political activism, Cambridge, UK: Cambridge University Press, ۲۰۰۲

ارتباطات، هزینه‌ها و موانع سازمان دهی اقدام جمعی را بسیار کاهش داده‌اند. بیمبر (۱۹۹۸) معتقد است این موضوع مزیت‌های ویژه‌ای برای آن دسته از گروه‌هایی دارد که خارج از مرزهای نهادهای عمومی سنتی یا سازمان‌های سیاسی قرار دارند. (۱)

در زمینه تحولات فرهنگی که در جهان در حال رخ دادن است و نقشی که رسانه‌ها در این زمینه ایفا می‌کنند نیز روندهای قابل تأملی در حال وقوع است؛ روندهایی که به نحوی در تقابل با یکدیگر عمل می‌کنند. «از یک طرف، شرکت‌های بین‌المللی رسانه‌ای بر انواع فرهنگ جهانی نفوذ و کنترل دارند. در طرف مقابل، شاهد افزایش اهمیت مناطق به مثابه تولیدکنندگان و بازارهای محصولات رسانه‌ای منطقه‌ای هستیم که این امر، مدل شبکه‌ای جهانی شدن فرهنگی را تأیید می‌کند؛ به این معنا که مناطق کمتر توسعه یافته با نواحی دوردست پیوند می‌خورند. همچنین شمار تولیدکنندگان محتوای رسانه‌ای و شمار توزیع‌کنندگان به تدریج در حال افزایش است که این امر به متنوع‌سازی فرهنگ جهانی کمک می‌کند و تأثیر فرهنگ جهانی غربی از طریق توسعه فرهنگ‌های منطقه‌ای در درون فرهنگ‌های جهانی جبران و تعدیل می‌شود.» (۲) بی‌گمان بخش عمده‌ای از روندهای یادشده به دلیل تحولات رخ داده در فضای فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات است. با توجه به شرایط کنونی، در مجموع باید اذعان داشت جهان کنونی در مسیر جهانی شدن و ساختن یک فرهنگ جهانی پیش می‌رود و بخش زیادی از این فرآیند با

---

Peter Van Aelst, and Stefaan Walgrave, in *Cyberprotest New Media, Citizens and Social Movement*, Wim van de Donk, Brian D.Loader, Paul G.Nixon Dieter Rucht (eds), Routledge, ۲۰۰۴, p ۸۴

۲- فرهنگ جهانی؛ رسانه، هنر، سیاست گذاری و جهانی شدن، ص ۳۲.

ص: ۳۰

بهره‌گیری روزافزون از فن آوری‌های اطلاعات و ارتباطات در حال انجام است.

به واقع، فن آوری‌های ارتباطی در هر دوره، ویژگی و شرایط خاص خود را عرضه می‌کنند؛ به این معنا که هر چه به دوره جدید و وسایل ارتباطی جدید مانند ماهواره و اینترنت نزدیک‌تر شده‌ایم، با توجه به فن آوری‌های به کاررفته در آنها، ویژگی‌ها و شرایط جدیدی پیش روی انسان‌ها قرار گرفته است. این ویژگی‌ها عبارت‌اند از:

(جذاب و اثربخش؛

(متأثر از صنعت تفریحات (مقتضیات بازار)، صنعتی شدن فرهنگ؛

(ظرفیت بالای نگهداری و انتقال متن، عکس، صوت و تصویر؛

(جمع‌زدایی؛

(ناهم‌زمانی، عدم پابندی به زمان. (۱)

اکنون این تحولات و شرایط یادشده در عرصه ارتباطات رسانه‌های نوین که در طلیعه ظهور وب ۳ بروز کرده‌اند، آثار اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و حتی اقتصادی گسترده‌ای در جهان داشته است که به تأمل و تعمق درخور نیازمندند.

از آنجا که سازمان صدا و سیما مهم‌ترین سازمان رسانه‌های کشور است و تولیدات رسانه‌های صدا و سیما بر جامعه ایران بسیار اثرگذارند، رویکرد این سازمان به عنوان سازمانی رسانه‌های در قبال تحولات رسانه‌ای باید همراه با توجه به آثار و تبعات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و حتی اقتصادی رسانه‌های دیگر، به ویژه رسانه‌های نوین باشد که به

---

۱- علی اصغر محکی، «فن آوری‌های نوین ارتباطی و امنیت اخلاقی مطالعات امنیت ملی»، فصلنامه علمی کاربردی معاونت اجتماعی ناجا، ۱۳۸۲، پیش شماره ۲، ص ۴۴.

دلیل تازگی‌ها و نوآوری‌های موجود در آنها برای نسل‌های جدید، جذابیت‌های ویژه‌ای پدید آورده و عمده کاربران و بهره‌گیران از این رسانه‌ها نوجوانان و جوانان به شمار می‌روند. در غیر این صورت، با از دست دادن مخاطبان، از ایفای رسالت خود که با اثرگذاری بر مخاطب حاصل می‌شود، بازمی‌ماند. در صورت عدم شناخت کافی و دقیق محیط رسانه‌های که این رسانه در آن فعالیت می‌کند و ناآگاهی از نقاط قوت و ضعف رقبا و راهبردهایی که آنها در جذب مخاطب دنبال می‌کنند، صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران با افت مخاطب مواجه می‌شود و در بلندمدت با مسائلی جدی در جذب مخاطب روبه‌رو خواهد بود. به علاوه، باید توجه داشت که صدا و سیمای به عنوان زبان و چهره انقلاب اسلامی، در صورتی که بر کارکردهای سیاسی رسانه‌های نوین در تحولات بین‌المللی توجه نداشته باشد، به نوعی در ایفای رسالت خود در قبال بسیاری از تحولات نوین بازمی‌ماند. برای مثال، بی‌توجهی به رقابت جدی پدید آمده در فضای شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، به ویژه در منطقه خاورمیانه و با ظهور شبکه‌های تلویزیونی مانند الجزیره، العربیه و الحرة، به نحوی از سرعت شکل‌گیری گفتمان انقلاب اسلامی در فضای بیداری اسلامی پدید آمده در کشورهای عربی خاورمیانه می‌کاهد. از سوی دیگر، از دهه ۱۹۹۰ به تدریج شبکه‌های خبری ماهواره‌ای گوناگونی در عرصه بین‌المللی ظهور کرده‌اند که بر افکار عمومی جهان بسیار اثرگذار بوده‌اند و در طول دو دهه گذشته، مردم جهان از دریچه دوربین‌های این شبکه‌های تلویزیونی مانند سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی به جهان نگرسته‌اند.

در حقیقت، در این زمینه آگاهی اجمالی وجود دارد، ولی هرگونه

ص: ۳۲

تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری رسانه‌ای، نیازمند شناخت تفصیلی و دقیق از این موضوع است. شناخت دقیق ساز و کارهای نقش‌آفرینی رسانه‌های نوین در عرصه‌های گوناگون فکری، فرهنگی و سیاسی در جهان و تحولات بین‌المللی و ظرفیتها و چالشهای آنها، موجب می‌شود فرصتها و تهدیدهای این رسانه‌ها برای گفتمان انقلاب اسلامی نیز شناسایی شوند و به سیاست‌گذاری رسانه‌ای، به ویژه در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در قبال آنها بینجامند.



ص: ۳۳

## فصل دوم: پیشینه تحقیق

### اشاره

فصل دوم: پیشینه تحقیق

زیر فصل ها

مقدمه

آثار و تحقیقات داخلی

مطالعات خارجی



ص: ۳۵

**مقدمه**

مقدمه

واکاوی مطالعات درباره رسانه‌های جدید و تحولات بینالمللی نشان می‌دهد در این زمینه، تحقیقات اندکی در ایران صورت گرفته است. هر چند تحقیقات انجام شده، مسائل مهمی را مطرح کرده‌اند، ولی نتوانسته‌اند چشمانداز کامل و گسترده‌ای از نقش آفرینی رسانه‌های نوین و تحولات بینالمللی نشان دهند. البته منظور از عبارت یادشده این نیست که صرفاً با انجام شدن تحقیق حاضر، مطالعه درباره این موضوع مهم به میزان مطلوب و کفایت کننده خواهد رسید، بلکه غرض این است که این موضوع نیازمند تتبع و مطالعه بسیار زیادی از زوایای گوناگون است و بررسی پیش رو نیز قدمی در این زمینه خواهد بود و ادعای بیشتری وجود ندارد. در ادامه، برخی تحقیقات اخیر داخلی و خارجی را در خصوص موضوع مطالعه معرفی می‌کنیم.

**آثار و تحقیقات داخلی**

آثار و تحقیقات داخلی

برخی از آثار و مطالعات ترجمه و منتشرشده در ایران در خصوص کارکردها و نقش فن آوری های ارتباطی و نیز سیاست های کشورهای گوناگون که در بهره گیری از این فن آوری پیشرو بوده اند، به تفصیل به این موضوع پرداخته اند؛ از جمله:

ص: ۳۶

کتاب ارتباطات فراملی و جهان سوم، ویراسته جerald ساسمن و جان. ای. لنت، ترجمه طاهره ژیان احمدی، مجموعه ای از مقالات است که نویسندگانی از کشورهای گوناگون، به ویژه کشورهای در حال توسعه مانند برزیل آنها را نگاشته اند. همگی این مقالات با دیدگاهی انتقادی آغاز می شوند. در این مقاله ها، فن آوری ارتباطات و انتقال رسانه های گروهی به جهان سوم در یک چارچوب مفهومی تحلیل شده که این چارچوب، نیروهای تاریخی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را مد نظر دارد. به باور ویراستاران این مجموعه، امروزه (اوایل دهه ۱۹۸۰) در مقایسه با دهه ۱۹۵۰ شاید مداخله مستقیم ابرقدرتها، از جنبه های خاصی برای کشورهای جهان سوم آن قدرها وحشت آور نباشد، ولی از دیدگاه مردم، در این عصر فراملی گرایی، خصوصی سازی و عقلایی کردن همه جانبه بازار به منظور کالایی کردن تقریباً همه ابعاد زندگی روزمره، ضرورت تحلیل فن آوری ارتباطات و رسانه های جمعی، اهمیت خود را از دست نداده است.

افزایش امکانات در زمینه تمرکز بازار برای کسانی که قادر به بهره گیری از امکانات پرمادانه فن آوریهای ارتباطاتی جدید هستند یعنی شرکتهای فراملی پیدایش رشته های فرعی «اقتصاد اطلاعات» را تشویق کرده است. به نظر اقتصاددانان «نو محافظه کار» علاقه مند به ارتباطات بین المللی، اقتصاد اطلاعات، «مزایای نسبی» شرکتهای فراملی را در مقابل کشورهای جهان سوم، از نظر کنترل ارتباطات و فن آوری های اطلاعاتی، به عنوان «کارآمدترین» وسیله توسعه عوامل تولید، در جهانی با «وابستگیهای متقابل» توجیه می کند. (۱)

---

۱- ساسمن، جerald و جان. ای لنت، ارتباطات فراملی و جهان سوم، ۱۳۸۷.

ص: ۳۷

مولانا در کتاب جریان بین‌المللی اطلاعات همراه با تبیین سیری از تحولات فن‌آوری اطلاعات و نیز دانش مربوط به این حوزه در دوره قبل و پس از جنگ جهانی دوم، به تلاش‌های کشورهای در حال توسعه از طریق سازمان‌هایی مانند سازمان ملل متحد (کمیسیون امور اطلاعاتی) و یونسکو برای ایجاد دگرگونی در روند یک سویه جریان بین‌المللی از سوی کشورهای قدرتمندتر مانند آمریکا به سوی کشورهای به اصطلاح موسوم به جهان سوم پرداخته و این گونه ابراز عقیده کرده است:

با تغییراتی که در سیاست‌های اقتصادی و تجاری و ارتباطی دنیا و مخصوصاً دُول صنعتی به وجود آمده، همراه با گسترش بیشتر فن‌آوری ارتباطات، نظام جهانی ارتباطات و اطلاعات که اکنون بر دنیا حاکم است، وارد مرحله جدیدی شده است. در واقع، نظام کهنه، جای خود را به نظام جدید داده است، ولی این نظام نوین، نظامی نیست که جهان سوم خواستار آن بود. برعکس، نظام جدید ارتباطی و اطلاعاتی جهانی که در حال نمو است، یک نظام جهانی است که در آن ممالک غربی، از جمله ژاپن نقش مهمی دارند و آن را رهبری می‌کنند و این خود متأسفانه باعث بسی اختلاف بین ممالک دنیای سوم شده است. نظام جدید اطلاعاتی و ارتباطی که اکنون مشاهده می‌کنیم، جنبه اقتصادی و تجاری عمیقی پیدا کرده است؛ زیرا فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، خود یک متاع و کالای مهم تجاری شده است که هم همکاری و هم رقابت کشورهای غربی را دامن می‌زند. کسر بودجه آمریکا، اولویت اقتصادی ژاپن و آلمان در اقتصاد بین‌المللی، حمل و نقل، فن‌آوری ارتباطات و مخابرات از

ص: ۳۸

غرب به بلوک شرق و بین خود غربی‌ها، همه اینها مسائل جدید حقوقی و اقتصادی را پیش آورده است که در دگرگونی اقتصاد دنیا و سازمان‌های مسئول بین‌المللی مربوط به ارتباطات و اقتصاد تأثیر مهمی بر جای می‌گذارد. به طور خلاصه، نظام جدید حاکم، نظام جهانی کشورهای صنعتی غرب است، نه کشورهای در حال رشد و توسعه. از این جهت، مسئله ارتباطات وارد یک مرحله جدید بین‌المللی شده است که در دهه آینده (۱) با شدت بیشتری دنبال شده و درباره آن بحث خواهد شد. (۲)

مولانا در کتاب ارتباطات جهانی در حال گذار در کنار مروری تفصیلی بر تاریخ ارتباطات بین‌المللی در قرن بیستم، به ویژه پروژه‌ها و جریان‌های علمی، دانشگاهی و پژوهشی اثرگذار در زمینه ارتباطات بین‌المللی در غرب و نیز تبیین جایگاه، تأثیرات و نقش فن‌آوری رسانه‌ای در جوامع سنتی مانند ایران و جوامع سکولار، سرانجام به این نتیجه می‌رسد که «گسترش سریع ارتباطات بین‌المللی به خودی خود، ابداً دست‌یابی به تفاهم بین‌المللی بیشتر را تضمین نمی‌کند. اکنون شاید حتی بیشتر از قبل نیاز به بحث و جدلی میان سطوح در قبال ارتقا و افزایش جست‌وجو برای ارتباط انسانی یا «نرم‌افزار» وجود دارد که به وسیله سطوح پیشرفته فن‌آوری‌های ارتباطات یا «سخت‌افزار» با همه اشکال بی‌شمارش، امکان‌پذیر شده است. فن‌آوری‌های ارتباطی مدرن، افزایش تفاهم بین‌المللی را تضمین نمی‌کند؛ اما چنانچه به شکل مؤثری

---

۱- این نوشتار در سال ۱۳۶۹ نوشته شده است.

۲- حمید مولانا، جریان بین‌المللی اطلاعات؛ گزارش و تحلیل جهانی، ص ۸.

ص: ۳۹

از آنها استفاده شود، می‌توانند امکان بیشتری برای آن فراهم آورند. هر چه بیشتر دامنه جهانی رسانه‌ها و ارتباطات به عنوان یک کل مورد توجه قرار گیرد، احتمالاً بیشتر به استقرار آنچه که می‌توان چارچوب اخلاقی جهانی نامید، توجه می‌شود. از این پس ارتباطات، تنها در سطوح میان فردی، محلی و ملی عمل نمی‌کند؛ به شکلی اجتناب‌ناپذیر، ارتباطات از مرزهای ملی درمی‌گذرد و فعالیت‌های کشورهای دیگر را تحت پوشش قرار می‌دهد و بر طرح‌های فرهنگی مختلف و جدید پرتوافکنی می‌کند. به علاوه، ارتباطات، محیط نمادین بین‌المللی و جهانی‌ای فراهم می‌سازد که رفتار سیاسی و اقتصادی بین‌المللی باید در چارچوب آن روی دهد و هدایت شود»<sup>(۱)</sup>.

هر سه اثر یادشده گرچه در دوره انتشارشان، افق‌ها و چشم‌اندازهای بسیار عمیق و گسترده‌ای برای مخاطبان خود گشودند، ولی به دلیل اینکه در طلیعه ظهور رسانه‌های نوین به بحث از رسانه‌ها و ارتباطات رسانه‌ای و ارتباطات بین‌المللی پرداخته بودند، بی‌گمان بر بسیاری از پی‌آمدها و آثار رسانه‌های نوین در عرصه بین‌الملل و جهانی ناظر نبودند. برای مثال، در آن دوره، بحث از شبکه‌های اجتماعی دیجیتال و نقش آفرینی آنها در این زمینه مطرح نبود یا بسیاری از کشورهای در حال توسعه همچون ایران، اقدام به تأسیس شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای مانند العالم و پرس تی وی برای نقش آفرینی در این عرصه نکرده بودند. از این رو، بسیاری از دیدگاه‌ها همچنان تمرکز زیادی بر جریان یک سویه اطلاعات از طرف شمال به جنوب یا غرب به شرق دارد. منظور از این بحث، این نیست که جریان یادشده به طور کلی تغییر ماهیت داده، ولی شکل و

ص: ۴۰

کیفیتی را که در گذشته داشت از دست داده است. قطع شدن شبکه های تلویزیونی برون مرزی تلویزیونی ایران، نشانه ای از میزانی از اثرگذاری و نقش آفرینی آنها در این عرصه از ارتباطات بین المللی است که گفتمان مقابل خود را به چالش کشیده و آن را به چنین برخوردی واداشته است.

با توجه به ملاحظه یادشده، می توان کتاب مرزهای نو در ارتباطات بین الملل، ویراسته مهدی سمتی و ترجمه حسن بشیر و همکاران را تا حد اندکی در جبران خلأ و نقیصه یادشده مؤثر دانست؛ چون همان گونه که خود سمتی اظهار می دارد «ارتباطات بین الملل، یک حوزه وسیع مطالعاتی است که هنوز نه تنها نتوانسته است به نظریات مشخصی دست یابد، بلکه حتی فراتر از آن، شناسایی دقیق موضوع های مرتبط با آن نیز به علت گستردگی فراوان با مشکلات جدی روبه روست. این مسئله نه تنها از اهمیت این حوزه مطالعاتی نمی کاهد، بلکه آن را به مثابه یکی از مهم ترین حوزه های مطالعاتی که نیازمند پژوهش ها و بررسی های بسیار زیادتر و عمیقتر است، مطرح می سازد»<sup>(۱)</sup>.

مهم ترین فصل این کتاب که ارتباط وثیق تری با مطالعه پیش رو دارد، فصل یازدهم با عنوان «سلول ها و شبکه های اطلاعاتی و امنیت دولتی: سازمان های سیاسی بین المللی و کنترل و نظارت بر اینترنت» است. «در این فصل، هایدی ماری براش، به فن آوری های الکترونیکی اشاره کرده و محدودیت هایش را در گفتمان وضعیت امنیت نشان می دهد. او به وضوح، سختی ها و مشکلات نظارت و کنترل بر موجودی چون اینترنت را نشان می دهد. چنین شبکه غیرمتمرکزی که گستره بسیاری یافته است، همانند راهبرد دفاعی جنگ سرد، ادراک و احساس را در یک جهان دو

---

۱- مهدی سمتی، مرزهای نو در ارتباطات بین الملل، ص ۱۵.



ص: ۴۱

قطبی شکل می دهد. این ساختار متشابه، مانند ساز و کاری است که امکان نفوذ و مقاومت را به ابزاری قدرتمند برای کسانی بدل می کند که آرزوی فرار از سلسله مراتب ها، مرزها و کنترل ملی و بین المللی را دارند. برایش، ضد شبکه را به عنوان یک نهاد سلسله مراتبی در برابر اینترنت مطرح می کند و جنگ شبکه ای و یا عوامل غیردولتی و غیرنظامی را در جایگاه عوامل ویژه ای می بیند که در مقابل جنگ سایبر، یعنی فن آوری های سلسله مراتبی نظامی در استفاده از اطلاعات قرار می گیرند» (۱).

کتاب عصر اطلاعات نوشته مانوئل کاستلز است که تدوین نهایی آن در دهه ۱۹۹۰ بوده، ولی در واقع او از ۱۹۷۹ به آن اشتغال ذهنی داشته است. کاستلز انقلاب اطلاعاتی تکنولوژیک را ستون فقرات دیگر تحولات ساختاری می داند. از دیدگاه وی، به دلیل تأثیرات همسوی بحران نظام سیاسی سنتی و گسترش به شدت فزاینده رسانه های جدید، اطلاعات سیاسی اساساً در حوزه رسانه ها فراجنگ می آید، بیرون از دنیای رسانه ها رخ می دهد و توسط خود رسانه ها تعیین نمی شود، بلکه فرآیندی سیاسی و اجتماعی باز و بدون قطعیتی در جریان است؛ اما منطبق و سازمان رسانه های الکترونیک، چارچوب ها و ساختارهای سیاست را پدید می آورد. تا هنگامی که رسانه ها نسبتاً از قدرت سیاسی مستقل باشند، کنشگران سیاسی مجبورند با قواعد، فن آوری و منافع رسانه ها کنار بیایند. رسانه ها چارچوب سیاست هستند. به باور او، انقلاب فن آوری اطلاعات و بازسازی ساختار سرمایه داری، شکل تازه ای از جامعه، یعنی جامعه

۱- همان، ص ۲۱.

ص: ۴۲

شبکه ای را پایه گذاری کرده است. وجه بارز این جامعه، جهان شمول شدن فعالیت های اقتصادی است که اهمیت راهبردی قاطعی دارند. او بر این باور است که همان گونه که دولت سالاری صنعتی در قرن بیستم، جهان را زیور و کرد، این سازمان اجتماعی نوین نیز نهادهای اجتماعی را به لرزه درمی آورد، فرهنگ را دگرگون می کند، ثروت می آفریند و فقر را نیز به دنبال می آورد. حرص و آز و نوآوری و امید برمی انگیزد، ولی مرارت ها و سختی ها و ناامیدی هم دارد.

هسته بحث کاستلز این است که توسعه شبکه های فن آوری اطلاعات در سراسر جهان، اهمیت جریان های اطلاعاتی را برای سازمان دهی اجتماعی و اقتصادی افزایش و در عین حال اهمیت نقاط خاص جغرافیایی را کاهش می دهد. در نتیجه در اقتصاد اطلاعاتی، نگرانی عمده سازمان ها مدیریت و چگونگی پاسخ گویی به جریان های اطلاعات است. بنابراین، ایجاد شبکه های اطلاعاتی، موجب تمرکززدایی از بسیاری از جنبه های سازمان دهی اجتماعی و اقتصادی همراه با تمرکز در تصمیم گیری می شود. کاستلز بر این باور است که تهیه کنندگان اطلاعات که یک طبقه نوین حرفه ای مدیریتی را شکل می دهند، از نظر تعداد اندک اند، ولی از نظر فرهنگی در موضع مسلطی قرار دارند. آنها به اصطلاح او یک طبقه اجتماعی برتری خواه هستند که شاید ضرورتاً بر یک کشور حکومت نمی کنند، ولی اساس جامعه مدنی را شکل می دهند. افراد جامعه بر حسب دسترسی به اطلاعات، به دو دسته غنی اطلاعاتی و فقیر اطلاعاتی در شهر جهانی تقسیم بندی می شوند.

عاملی در کتاب استعمار مجازی امریکا (۱۳۸۹) به بررسی، توصیف و تحلیل شیوه های جدید نفوذ و سلطه امریکا از طریق ابزارهای نوین

ص: ۴۳

ارتباطی و فضای مجازی پرداخته است. او در مقدمه به دو فضایی شدن قدرت و قدرت نرم در فضای مجازی می‌پردازد و طی آن مفهوم قدرت، قدرت نرم و قدرت سخت، قدرت نرم و فضای مجازی، راهبرد و ابزار این قدرت و اعمال قدرت نرم از طریق امپراتوری های مجازی را بررسی می‌کند. او با تأکید بر اینکه استعمار، دوره های متفاوتی را پشت سر گذاشته است، بر این موضوع صحنه می‌گذارد که در دوره استعمار نو، فرهنگ و اندیشه ملت‌ها را استعمار کردند و با روشهای مختلف برای عقب‌نگه داشتن کشورها از طریق سیاست‌های اقتصادی و فرهنگی کوشیدند. در دوره استعمار مجازی، امریکا قله دار فضای سلطه و استعمار بوده است. از آنجا که هدف استعمار در درجه نخست، مسخ فکری فرد و جامعه مستعمره بوده است، در استعمار مجازی که از ساز و کارهای قدرت نرم استفاده میشود، هدف اصلی از بین بردن استقلال رأی کاربران فضای مجازی و عضویت آنها در جامعه فرهنگی امریکاست. از فضای مجازی به عنوان محیطی برای استعمار و کاهش استقلال رأی کاربران و عضویت دادن آنها در فرهنگ امریکایی، استفاده ابزاری صورت گرفته است. از دیدگاه نویسنده،

، ام اس ان،

، فیس بوک، توئیتر، ویکی‌پدیا، یوتیوب و همچنین آی ام دی بی، از جمله هشت امپراتوری مجازی مورد مطالعه هستند که هر یک به تنهایی قدرت نرم قابل توجهی برای گردانندگان آن و کشور امریکا پدید آورده است. این ساز و کارهای مجازی همه در یک سطح نیستند و حوزه کار و مأموریت متفاوت و گاه مشترک دارند.

هدف این کتاب، نشان دادن قدرت شکلدهی این امپراتوری‌ها به فضای غالب سیاسی، فرهنگی و اقتصادی فضای مجازی است.

هشت

امپراتوری پیش گفته، همگی امریکایی هستند و به طور طبیعی تفکر غالب این کشور را دنبال میکنند. همچنین عاملی در انتهای مباحث خود نتیجه گیری می کند که فرهنگ تبلیغ شده در این امپراتوری ها، در برخی حوزه ها در تباین و در برخی دیگر در تضاد با دین و فرهنگ کشورهای هم چون ایران است.

کتاب بری اکسفورد و ریچارد هاگینز (۱۳۸۷) با عنوان رسانه های جدید و سیاست، رسانه های جدید را در پیوند با سیاست بررسی می کند و پی آمدهای سیاسی آن را برای فرهنگ و اجتماع مدنظر دارد. مسائلی همچون تأثیر رسانه در پذیرش الگوهای خاصی از دموکراسی، فضای عمومی، هویت و شهروندی، مباحث قانونی این کتاب را تشکیل می دهند. این مباحث در ارتباط تنگاتنگ با مسائلی چون نحوه زمامداری و کارکرد احزاب سیاسی پیش می روند. کتاب در کنار وجوه مثبت خود، بر این نکته تأکید دارد که «سبک منحصر به فرد رسانه ای شده» از زندگی را باید به چالش کشید. در واقع، این کتاب در تداوم بحث قدیمی رابطه میان رسانه ها و دموکراسی است و با تأکید بر نوآوری های اخیر فن آوران، بُعد جدیدی را به روی این مسئله باز می کند. به گفته آکسفورد و هاگینز، سمت و سوی کتاب، تعیین بی درنگ قلمروهایی است که نشان می دهد چگونه در برخی عرصه های مهم، این دو حوزه، فصل مشترک می یابند و در چه حوزه هایی، تکنولوژی های نوین ارتباطی مربوط به انتقال، ذخیره سازی و دریافت ممکن است با الگوهای جاافتاده پیشین سازگاری داشته باشند. نقطه آغاز کتاب، حول این نکته است که فرآیندهای سیاسی به طور فزاینده ای به اشکال و ساختارهای رسانه ای وابسته اند. بنابراین، مسئله باید بررسی این نکته باشد که: هنگامی که

اشکال و ساختارهای رسانه ای متحول می شوند، چه بر سر فرآیندهای سیاسی می آید؟

## مطالعات خارجی

### مطالعات خارجی

بوی برت (۲۰۰۶) در مقاله «فضای مجازی، جهانی شدن و امپراتوری» چارچوب امپریالیسم رسانه ای را مطرح می کند که برای مطالعه سلطه امریکا بر فن آوری اطلاعات و ارتباط در طی ۱۹۷۵ تا ۲۰۰۰ مناسب است. او در این مقاله، همراه با بیان نظریه‌های اولیه امپریالیسم رسانه ای که بر صادرات برنامه های تلویزیون امریکا تأکید میکردند، معتقد است باید در دوره جدید بر ظهور فن آوری های شبکه ای ریزپردازنده رایانه ای، اهمیت آنها برای توسعه صنایع فن آوریهای اطلاعات و ارتباط و تأثیر زیاد آنها بر سیاست های خارجی و اقتصادی امریکا تأکید کرد. بنابراین، در این مقاله، سلطه پیوسته قدرت شرکت های امریکایی، شرکت های فراملی امریکایی و از همه مهم تر، صنایع ارتباطی و اطلاعاتی را در درون اقتصاد جهانی مستند میکند و سلطه امریکا را بر بیشتر حوزه‌های ارتباطات راه دور و رایانه ای در قرن بیست و یکم نشان می دهد.

استراثوبار (۲۰۱۰) رابطه چین و هند (چیندیا) را در بافت دیگر قدرتهای رسانه ای و فرهنگی در حال ظهور در نظام جهانی یا دنیای در حال تغییر بررسی میکند. تحقیق او با تکیه بر چشماندازها و استقلال نامتقارن، رابطه آنها را با قدرت های اصلی موجود و با همدیگر و با دیگر فرهنگ ها و ملت‌های کمتر توسعه یافته بررسی می کند.

فاتز (۲۰۱۰) در تحقیق خویش، برای توصیف جامعه معاصر به منظور نشان دادن و توضیح شکل جدیدی از مفهوم مارکسیستی امپریالیسم با

ص: ۴۶

عنوان امپریالیسم اطلاعاتی / رسانه ای از تحلیل ولادیمیر لنین از امپریالیسم استفاده می کند و به تحلیل آماری اقتصاد کلان داده های موجود می پردازد. تحلیل او بر اساس پنج ویژگی امپریالیسم بنا شده است: (۱) نقش تمرکز اقتصادی؛ (۲) سلطه سرمایه مالی؛ (۳) اهمیت صدور سرمایه؛ (۴) طبقه بندی فضایی جهان در نتیجه سلطه شرکتها؛ و (۵) بعد سیاسی طبقه بندی فضایی جهان. نتایج پژوهش او نشان می دهد نظریه های لنین باید برای مطالعات ارتباطی و رسانه ای معاصر دوباره استفاده شود.

کومار (۲۰۱۰) در پژوهش خویش با عنوان «گوگل ارث و دولت ملت: حاکمیت در عصر رسانه های نوین» ماهیت حاکمیت در یک دنیای جهانی و نقش رسانه های نوین را در چارچوب آن تحلیل می کند. نگارنده این مقاله معتقد است موجودیت های رسانه های جدید مثل گوگل، وجه جدیدی از قدرت را نشان می دهد که به طور روزافزون تهاجم و حمله به درون نظام دولت ملت و ستفالی را میسر می سازد.

ص: ۴۷

## فصل سوم: چارچوب مفهومی و نظری تحقیق

### اشاره

فصل سوم: چارچوب مفهومی و نظری تحقیق

زیر فصل ها

مقدمه

رویکردهای گوناگون به رسانه های نوین

نظریه همگرایی رسانه ای

تحول و تکامل رسانه ها در جهان در حال تغییر

مصرف رسانه ها در عصر همگرایی رسانه ها

پی آمدهای همگرایی رسانه ها

جامعه شبکه ای





ص: ۴۹

**مقدمه**

مقدمه

معرفی رسانه‌های جدید به افزایش شدید پیچیدگی اجتماعی، هم در فضا و هم در زمان انجامیده است. وسعت و توانایی دسترسی ارتباطی گسترش پیدا کرده است. زمانی که یک رویداد یا موضوع در جایی اتفاق می‌افتد، مردم به سرعت در نقاط دیگر جهان بدان دسترسی پیدا می‌کنند. در واقع، سرعت ارتباطات بیشتر شده است. آنچه سبب این دگرگونی‌های گسترده شده، رشد فن‌آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی و رسانه‌های نوین است که موجب پیچیدگی در فضای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و حتی اقتصادی در جهان شده است. برای شناخت و درک چنین فضای نوینی در شرایط جهانی، ناگزیر به رویکردهای نظری جدید نیازمندیم که قدرت تفسیر و تبیین بیشتری در مقایسه با رویکردهای دیگر داشته باشند.

**رویکردهای گوناگون به رسانه‌های نوین**

رویکردهای گوناگون به رسانه‌های نوین

از دید نظری، سخن گفتن از رسانه‌های نوین، مشکل و بحث‌انگیز است: آیا تلویزیون یک رسانه جدید است؟ این پرسش را درباره رادیو و سینما هم می‌توان مطرح کرد. برخی محققان معتقدند نبودن رسانه‌های جدید تا حدی واقعی است؛ بدین معنا که این رسانه‌ها پیش‌تر نبوده‌اند، ولی در نظر گرفتن این دگرگونی‌ها، به معنای از میان رفتن همه تاریخ رسانه‌ها

ص: ۵۰

نیست؛ زیرا تاریخ رسانهها دارای لحظه‌های یکسان جدید برای همه رسانهها بوده است. (۱) همه رسانهها سابقاً رسانه‌های جدید بودند؛ (۲) بنابراین، «رسانه‌های جدید» یک مفهوم نسبی است. در بیست یا سی سال بعد، وبلاگها و روزنامه‌نگاری آنلاین، رسانه‌های قدیمی در نظر گرفته خواهد شد. پس چگونه میتوان گونه‌های جدید ارتباطات را در عصر جدید تعریف کرد؟ چگونه محققان درباره آنها سخن بگویند؟ آیا باید «چیز جدید» را «ارتباطات تعاملی» بنامیم یا بهتر است آن را با عنوان فقط «ارتباطات دیجیتال» تعریف کنیم؟ چرا شیوه‌های ارتباطی جدید را میتوان ارتباطات شبکه‌ای یا مشارکتی نامید؟

بنابراین، سخن گفتن درباره این گونه‌های جدید ارتباطی، راحت نیست. هر محقق، یک یا چند ویژگی برای توصیف و توضیح آنها در نظر می‌گیرد: دیجیتالی شدن، تعاملی، مجازی بودن، پراکندگی، فرامتنی بودن، (۳) بازنمایی عددی، پیمانهای، اتوماسیون، تغییرپذیری، فراکدگذاری، (۴) شبکه‌ای، همگرایی (۵) و غیره. در بررسی شرایط رسانه‌های و مطالعه رسانه‌های نوین باید به این ابهام معناشناختی توجه کرد. هر چند این ابهام‌های مفهومی، کار محققان رسانه‌ها را با مشکل مواجه می‌کند، ولی

۱- Martin Lister, ed, New media: A critical introduction, Taylor Francis, ۲۰۰۳, p۳

۲- Lisa Gitelman, Always already new: Media, history and the data of culture, The MIT Press, ۲۰۰۶. Lisa Gitelman and Geoffrey B. Pingree, eds, New Media, ۱۷۴۰-۱۹۱۵, MIT Press,

۲۰۰۳. Siegfried Zielinski. Deep time of the media: Toward an Archaeology of Hearing and Seeing by Technical Means, Cambridge, MA: MIT Press, ۲۰۰۶

۳- New media: A critical introduction

۴- Lev Manovich, The language of new media, MIT press, ۲۰۰۱

۵- Carlos Alberto Scolari, Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactive, Gedisa, ۲۰۰۸

ص: ۵۱

فرصتی برای طراحی دوباره گفت و گوهای علمی (۱) فراهم می آورد. بنابراین، در این تحقیق، ما به جای رسانه‌های نوین، از فضا و محیط رسانه‌های نوین استفاده کرده ایم تا نقش رسانه‌های جدید را در تحولات بینالمللی بهتر و مناسبتر تبیین کنیم و آن را توضیح دهیم.

یکی از این بحثها و گفت و گوهای علمی، صحنه گذاشتن بر «نظریه رسانه» (۲) به شکل تلویحی یا آشکار به عنوان رویکرد نظری است. (۳) نظریه رسانه به تعدادی از محققان مختلف، مثل هارولد آدامز اینیس (۱۹۷۲)، مارشال مک لوهان (۱۹۶۲، ۱۹۶۴)، والتر اونگ (۱۹۸۸) و جوشوا میروویتس (۱۹۸۵) مربوط میشود. میروویتس (۱۹۸۵) نظریه رسانه را به عنوان تمرکز بر رسانه به منزله محیطها (زمینه‌ها یا محیط) برای ارتباطات جامعه توضیح میدهد: استعاره رسانه به منزله محیطها بر ویژگیهای نسبی ثابت یک رسانه خاص توجه می نماید که آن را به فضای ارتباطی خاصی تبدیل و از دیگر رسانهها و از تعامل رو در رو متمایز می کند. هر چند نظریه رسانه، ریشه‌های متفاوتی دارد، ولی پارادایمی مبتنی بر استعاره رسانه به منزله محیط هاست. بسیاری از محققان رسانه‌ها، در کنار صحنه گذاشتن بر فرضیات اصلی این نظریه، معتقدند عرصه اجتماعی خاص می تواند به مجموعه ای با ویژگیهای

۱- گفت و گوهای علمی به معنای شکل گیری فضای گفت و گوی دانشگاهی، مراکز تحقیقی، مجلات علمی، کنفرانس ها و کنگره هاست. در این فضاها، محققان به تبادل اطلاعات، بحث ایده‌ها و مطرح کردن اختلاف نظرها به منظور رسیدن به توافق و توجه به یک روششناسی و یک سری از قواعد گفتمانی در درون یک چارچوب کنش گفتاری خاص و به عبارت دیگر، فعال کردن گفت و گوهای علمی در یک فضای گفتمانی می پردازند.

۲- medium theory.

۳- Niels Ole Finnemann, Internettet I Mediehistorisk Perspektiv, Copenhagen, - Samfundslitteratur, ۲۰۰۵, p ۳۶-۷.

ص: ۵۲

قابل شناسایی و ثابت مربوط باشد. در درون این تعریف گسترده، نظریه رسانه برای جوامع اولیه، یعنی دوره‌های شفاهی، نوشتار و چاپ مناسب بوده است. در عصر شفاهی، دانش اجتماعی با شبکه‌های قصه‌گوها و نقال‌ها بایگانی می‌شد. اندازه اجتماع ارتباطی با حوزه فیزیکی ارتباطات کلامی محدود شده و چالش اصلی اطلاعات، یادآوری آنچه گفته شده بود. در عصر نوشتار، دانش اجتماعی با مجموعه‌های نسخ خطی آرشیو بندی می‌شد. اندازه اجتماع ارتباطی با دسترسی به تعداد نسبتاً محدودی از نسخه‌های نوشتاری و با توانایی خواندن محدود می‌گردید و چالش اساسی اطلاعاتی، حفظ دست‌خط‌ها بود. در عصر چاپ، دانش اجتماعی با کتابخانه آرشیو بندی می‌شد. اندازه اجتماع ارتباطی در اصل جهانی بود؛ هر چند با انتقال فیزیکی دچار وقفه و تأخیر و با توانایی‌های خواندن محدود می‌گردید و چالش اساسی، شناخت و تشخیص میزان رو به رشد تولیدات چاپی بود.

در حقیقت در این نظریه، فرضیه بر این اصل استوار است که یک رسانه خاص تعداد محدودی از ویژگی‌های ثابت را دارد. با پیشرفت فن‌آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی و دیجیتالی (دست‌کم از نظر فن‌آورانه) و ظهور اینترنت به عنوان یک رسانه جهانی و همگرایی رسانه‌ها، پرسش اصلی این است که: آیا فضای شبکه‌های و نوین ارتباطی را میتوان با تعداد محدودی از ویژگی‌های ثابت تعیین کرد؟

در عصری که دسترسی به ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی بیشتر و راحتتر از گذشته شده است، شکل‌گیری تعداد گسترده اجتماعات اینترنتی و مجازی تعاملی که مردم را قادر می‌سازد علائق عمومی را به اشتراک‌گذارند، فعالیت‌هایی برای ارتباط و اشتراک‌گذاری، هم در سطح

ص: ۵۳

محلی و هم در سطح جهانی پدید آورده است. در حقیقت، در چنین فضا و محیط رسانهای جدید، مشارکت مردم و گروهها فارغ از مکانها، و در گفتمان عمومی، فراتر از محدوده و مرزهای ملی صورت میگیرد؛ دانش اجتماعی توسط فرآیندی آرشیو می شود که می توان بدان «فراآرشیو» (۱) گفت. (۲) در این فضا، دانش از طریق موتورهای جست و جو و طبق معیارهای جست و جو که از سوی نیروهای فنی، سیاسی و اقتصادی یا شرکتهای بزرگ تعیین می شود که فضای ارتباطی و ماهوارهای را در اختیار دارند، قابل دسترس می گردد. از نظر فنی، میزان اجتماعات و محدوده ارتباطی، جهانی است. قدرت و دانش با دسترسی به فضاهای ارتباطی و شبکههای ماهوارهای تعیین می شود. چالش اطلاعاتی، مدیریت پیچیدگی اطلاعات و نحوه فعالیت در این فضا و محیط نوین ارتباطی است.

برخلاف روندهای پیشین، فضای ارتباطی جدید را میتوان به عنوان یک «نظام معناشناختی چندگانه» (۳) مشخص کرد که ویژگی اصلی آن، ادغام همه رسانههای شناخته شده در درون یک نظام چندرسانه ای همگراست. (۴) رسانههای دیگر و به اصطلاح قدیمی، رسانههای یک معنایی بودند و واجد تعداد محدودی از ویژگیهای نسبتاً ثابت. فضای رسانهای جدید به عبارت دیگر، عصر همگرایی رسانه ای، دارای تعداد نامحدودی از ویژگی هاست. در نتیجه، مشخص کردن این فضا به عنوان یک محیط

---

۱- meta-archive.

۲- Lars Qvortrup, Understanding New Digital Media Medium Theory or Complexity?, European Journal of Communication, ۲۱ (۳), pp ۳۴۵-۳۵۶.

۳- multi-semantic system.

۴- Ibid, pp ۳۴۵-۳۵۶.

ارتباطی با مجموعه ثابتی از ویژگیها نظیر نظریه رسانه، امری مسئله ساز است. در نتیجه، رویکرد دیگری باید برای این فضا در نظر گرفت که تا حدی بتواند پاسخ گوی این فضای نوین ارتباطی باشد.

این رویکرد که از سوی کورتروپ در سال ۲۰۰۶ مطرح شده، «رویکرد نظری پیچیدگی»<sup>(۱)</sup> است. بر اساس این رویکرد، نقش اصلی رسانه، مدیریت پیچیدگی اجتماعی است و سازوکار اصلی این است که پیچیدگی با پیچیدگی مدیریت شود. در فضای نوین رسانهای جهانی که فضای پیچیده‌های است، این امر فقط از طریق فضاهای شبکه‌های ممکن است. این پارادایم، نتایجی نظری دارد: به جای مشخص کردن این فضای نوین رسانه ای از طریق ویژگیهای رسانهای ثابت، باید آن را بر حسب ظرفیت مدیریت پیچیدگی آن مشخص کرد. در اینجا، نقطه اصلی، توانایی آن برای بازتولید خود از طریق ایجاد ارتباط و پیوند بین گرهها در شبکه است. از این رو، با یک نظام رسانه ای پویا و خود توسعه دهنده با توانایی توسعه پیچیدگی درونی مواجه هستیم.

یکی از تأثیرات اصلی، تأثیر متضاد پیچیدگی اینترنت و رسانههای جدید است. با افزایش پیچیدگی داخلی، توانایی مدیریت پیچیدگی خارجی امکان پذیر می شود. برای مثال، اینترنت خودش میتواند مشکلات مدیریت پیچیدگی را تولید کند. این یک تجربه زندگی روزمره است: ما نمیتوانیم بدون ظرفیت اینترنت و رسانههای جدید زندگی کنیم. در سطح اجتماعی، با مشخص سازی ریختشناسی شبکه و مفهوم «فضاهای جریان»<sup>(۲)</sup> به عنوان یک مفهوم برای هویت پویای جامعه

۱- complexity theoretical approach.

۲- spaces of flow.

شبکه ای، «مانوئل کاستلز (۱)» برخی مفاهیم جامعه شناختی را برای یک جامعه پیچیده نه جامعه بی نظم ارائه کرده است.

در مقایسه با جبرگرایی رسانه ای، نظریه رسانه، نظریه پیچیدگی، آنچه را بدان جبرگرایی اجتماعی گفته می شود، نشان می دهد. چنین نگاهی، رسانه و توسعه رسانه را بر حسب تکامل رسانه در نظر می گیرد. (۲)

بنابراین، بهتر است این فضا و محیط رسانه‌های نوین و پیچیده را به عنوان یک فرآیند درک کنیم که پراکنده، شبکه‌های و پیوندی است که امکان شبکه‌سازی، ارتباطات چندرسانه ای، مشارکتی و تعاملی را فراهم می کند.

بنابراین، در این تحقیق برای فهم فضا و محیط رسانه‌های نوین و پیچیده با بهره‌گیری از رویکرد نظری پیچیدگی، نقشه گفت و گوه‌های علمی میتواند راهگشا باشد. در واقع، حوزه نظریه های ارتباطات را در خصوص رسانه های جدید باید در یک نقشه مرتب و طبق یک محور پیوستگی ناپیوستگی قرار داد.

با ظهور فن آوریهای ارتباطی و اطلاعاتی هم زمان و شکلگیری محیط و فضای ارتباطی جدید، نمی توان سنت های قدیمی نظری را دور انداخت، ولی میتوان آنها را با دیگر رشتهها و سنتها غنی کرد. نظریه های رسانه های جدید را همانند نظریه های سنتی ارتباطات می توان یک «فراگفتمان» یا یک «ماتریس یا شبکه گفت و گویی دیالکتیکی رشته ها» در نظر گرفت که از رویکردهای گوناگون تشکیل شده است. نظریه سازی یا استفاده از دیدگاه ها برای مطالعه رسانه‌های جدید در

۱- Manuel Castells.

۲- Understanding new digital media medium theory or complexity theory

ص: ۵۶

شرایط و محیط رسانه ای جدید، باید بازتاب دهنده دیدگاه بین رشته ای و برای ورود دیگر نظریه‌ها باز باشد. به عبارت دیگر، محققان هنگام مشارکت دادن دیدگاه‌های گوناگون در یک گفت و گوی نظری، باید «پذیرش و شنود نظری» ترکیبی داشته باشند. در واقع، فضای نظری پیرامون رسانه‌های جدید همانند دیگر مذاب میماند و دربرگیرنده پرسش‌ها و چالش‌های بسیاری است، ولی برای رفع این مشکل، محققان برای انعکاس و استفاده نظری در محیط رسانه‌های نوین، باید اتخاذ یک الگوی گفت و گویی مطلوب را با طیف گسترده‌ای از رشته‌ها، مدنظر قرار دهند.

بر این اساس، با توجه به اینکه هدف تحقیق، بررسی نقش رسانه‌های نوین در تحولات بینالمللی است، برای شناخت بهتر فضا و محیط رسانه‌های جدید که رسانه‌های جدید را نیز دربرمیگیرد، یک الگوی گفت و گویی را با طیفی از دیدگاه‌ها به کار میگیریم تا شرایط، محیط و فضای نوین رسانه‌های را خوب درک کنیم. در واقع، متناسب با هر کدام از مباحث در زمینه نقش رسانه‌های نوین در تحولات بین‌المللی، نظریه مربوطه، مطرح می‌شود و دلایل آن توضیح داده خواهد شد. بر همین اساس، در این بخش از تحقیق، در مرحله نخست در کنار تشریح نظریه همگرایی رسانه‌های، تحول و تکامل رسانه‌ها را در جهان در حال تغییر، استفاده رسانه‌ها را در عصر همگرایی رسانه‌ها و پی آمدهای همگرایی رسانه‌ها را توضیح می‌دهیم. سپس، ماهیت جامعه شبکه‌ای، فرآیند شکل‌گیری وب ۲ و وب ۳ (وب معنایی) به عنوان زمینه شبکه‌سازی در فضای مجازی، و روند ایجاد و تکامل جامعه شبکه‌ای و ظرفیت آن را به بحث می‌گذاریم.



## نظریه همگرایی رسانه ای

## اشاره

نظریه همگرایی رسانه ای

منظور از فرآیند همگرایی «محو شدن مرزهای سنتی بین فن آوریهای رسانهای پیشین و نوین است که در دهه ۱۹۸۰ میلادی با ظهور سیستمهای کابلی، ماهواره‌ای، تلتهکتست و ویدئوتکتست آغاز شد. اکنون همگرایی به واقعیتی روزمره تبدیل شده است؛ به گونه‌ای که عمده مراحل تکاملش را طی کرده است: فن آوری، بازار، سیاست، محتوای برنامه‌ها و در پایان امیانه به معنای کماهمیتتر مصرف رسانهای» (۱). در حقیقت، فن آوری رسانها با هر نسلی تغییر میکنند، ولی رسانه های سنتی با ظهور فن آوری دیجیتالی تحولات شگرفی پیدا کرده اند و از سوی دیگر، شرکت های رسانه ای سنتی با شرکت های نوین رسانه ای ادغام شده و الگوهای مصرف رسانه ای، زندگی ما و جوامع را تغییر داده اند. به عبارت دیگر، در حال حاضر با پیشرفت های فن آوری دیجیتالی و شبکه های ارتباطات راه دور، شاهد ادغام رسانه های ارتباط جمعی سنتی به درون شرکت های رسانه ای جدید هستیم. فن آوری های رسانه های نوین از طریق ارائه سبک زندگی جدید، ایجاد مشاغل جدید و حذف برخی مشاغل دیگر، تغییر امپراتورهای رسانه ای، نیاز به مقررات و قوانین جدید و ارائه موضوعات اجتماعی خاص بر فرهنگ اثر می گذارند. (۲) دیجیتالی شدن تلفن ها و پخش، امکان عرضه محصولات رسانه ای را در تلفن همراه فراهم کرده است. همگرایی فن آوری های

Johannes Bardoel, and Leen d'Henens, Public Service Broadcasting in Converging – ۱ Media Modalities, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, ۱۴(۳), ۲۰۰۸, p ۳۵۱

Joseph D Straubhaar, "Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and –۲ .cultural proximity," *Critical Studies in media communication*, ۲۰۱۱, ۸(۱), p ۳۹–۵۹

اساسی تلفن، رایانه و تولیدات رسانه ای، فرصت های فراوانی برای سازمان های رسانه ای پدید آورده و محصولات رسانه ای موجود را به چالش کشیده است. تولید و بسته بندی محتوا، نرم افزار و سخت افزار رایانه ای و تلفن، سه صنعت مهم ارتباطات هستند که همگرایی در آنها رخ داده است. همگرایی تعیین کرده که چه چیزی تبادل پیدا کند، چه کسی می تواند ارتباط برقرار کند و ارتباط با چه سرعتی صورت گیرد. همچنین همگرایی در نحوه استفاده از محتوا، انعطاف ایجاد کرده و موجب شده نقش آفرینان گوناگونی در استفاده از محتوا مؤثر باشند. (۱)

البته گفتنی است تغییرات صرفاً فن آورانه نیستند، بلکه خلاقیت افراد و فرهنگ سبب بازتعریف استفاده از رسانه ها میگردند. شرکت ها و بنگاه های بزرگ رسانه ای با روزنامه نگاری شهروندی، شبکه های اجتماعی و حتی با تولیدکننده های غیرحرفه ای ویدئو رقابت میکنند. (۲)

همگرایی کنونی رسانه ها که فن آوریهای دیجیتالی رو به گسترش، سبب تشدید آن شده است، اختلال مضاعفی را در روند گذشته ایجاد میکند: نخست اینکه، دیجیتال شدن رسانه های کنونی، مبنای فعالیت و قواعد موجود در هر رسانه را زیر سؤال میبرد. برای مثال، انتقال دیجیتال، بسیاری از محدودیتهای گذشته را در زمینه پخش رادیو تلویزیونی از بین برده است. دوم اینکه، هر یک از رسانه ها، اکنون جایگزین های بالقوه ای دارند. برای مثال، خدمات خطوط تلفن را اکنون میتوان غیر از کابل های مسی، از طریق کابل های تلویزیونی، امواج رادیویی یا اینترنت عرضه کرد؛ در حالی

Robert Picard, Environmental and Market Changes Driving Strategic Planning in Media – ۱

.Firms, JIBS Reports on Media Series No. ۲۰۰۴-۲, p ۵

Peter Leonard, 'Making Converged Regulation Possible', Communications Law Bulletin, – ۲

(۲) ۳۱، (۲۰۱۲).

ص: ۵۹

که نوع خدمت تغییر نکرده است، ولی قواعد متفاوتی برای عرضه خدمات در هر رسانه پدید آمده است. (۱)

همچنین، توافق نامه های تجاری جهان و شبکه های دیجیتالی، نهادهای رسانه ای مشهور مثل سی. ان. ان را مجبور می کند با بی. بی. سی و منابع خبری خاورمیانه مثل الجزیره، العربیه و العالم رقابت کند. بنابراین، از یک دیدگاه، همگرایی در فصل مشترک فرهنگ، فن آوری، صنایع و قوانین و مقررات است و می توان این مسئله را به شکل نمودار ۳۱ نشان داد:

همگرایی

فن آوری

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

همگرایی

نمودار ۳۱. همگرایی رسانه ها

نمودار ۳۱. همگرایی رسانه ها

۱ - Francois Bar, and Christain Sandvig, US Communication Policy after Convergance, -  
Media Culture Society, ۲۰۰۸, p ۵۳۱

ص: ۶۰

همان گونه که نمودار ۳۱ نشان می‌دهد، همگرایی بر عرصه فرهنگ، صنایع، مقررات و فن آوری اثر می‌گذارد، ولی آنچه در همه این تغییر و

تحولات مهم، اثرگذار و محور و تکیه گاه است، کاربران و مصرف کنندگان هستند که بدون آنها هیچ تغییر و تحول چشم گیری اتفاق نیافتد. البته این بدین معنا نیست که همگرایی هیچ تأثیری بر کاربران و مصرف کنندگان نمی‌گذارد، بلکه بدان معناست که رابطه بین همگرایی و کاربران و مصرف کنندگان، رابطه ای دوطرفه است.

نظریه همگرایی رسانه‌های بر این باور است که فن آوریهای نوین، رسانه‌های گوناگون را گرد هم آورده و در نتیجه، محیط رسانه ای را بازتعریف میکنند. بر اساس این نظریه، دگرگونی ها در فن آوریهای ارتباطی و اطلاعاتی، زندگی روزمره را تغییر شکل داده، الگوهای تولید، مصرف، یادگیری و تعامل بین شخصی را تغییر می‌دهد. فن آوریهای نوین، محتوا را بازتعریف و تعامل انسان را با نهادهای اجتماعی، مثل دولت، آموزش و تجارت تغییر می‌دهند، (۱) ولی با توجه به چندوجهی بودن همگرایی رسانه ای، هیچ تعریف تجربی جهانی از همگرایی ارائه نشده است و هر کدام از محققان از زوایای مختلف به تعریف آن پرداخته اند. برای درک بهتر همگرایی رسانه ای، ارائه تعریف های گوناگون آن ضروری است.

هنری جنکینز (۲) (۲۰۰۷) مفهوم فرهنگ همگرایی را در کتاب خود با همین نام در سال ۲۰۰۷ عمومی کرد. او در فرهنگ همگرایی (۳) جنبه های

- 
- ۱- August E Grant, and Jeffrey Wilkinson, Understanding media convergence: the state of  
the field, Oxford University Press, USA, ۲۰۰۸, p ۳۶
- ۲- Henry Jenkins
- ۳- Convergent Culture

بسیاری از همگرایی رسانهها را تجزیه و تحلیل کرده است. در حقیقت، با فهم فرهنگ همگرایی است که همگرایی رسانه، از صرف تحول فن آورانه فراتر می رود و جنبه های دیگر به خود می گیرد. او در این کتاب، برخی اصطلاحات را برای مباحث نوظهور رسانه ها، سواد و حتی سیاست ناشی از همگرایی رسانه های مطرح می کند. جنکینز در این کتاب می کوشد همگرایی رسانه های را در ارتباط با فرهنگ رسانه های معاصر، فرهنگ مردم پسند، سیاست و حتی توسعه سواد رسانه های تبیین کند. از این رو، در مرحله نخست به تعریف همگرایی می پردازد. از نظر او، همگرایی یعنی جریان محتوا بین چند پایگاه رسانه ای، همکاری بین صنایع رسانه ای چندگانه و تغییر جهت مخاطبان رسانه ای. همگرایی واژه ای است که توصیف دگرگونی های فن آورانه، صنعتی، فرهنگی و اجتماعی را مدیریت می کند؛ بسته به اینکه چه کسی و چه چیزی درباره این موضوع صحبت می کند. (۱)

با فرض چنین تعریفی، محدوده تحقیق جنکینز گسترده است و او با توجه به همگرایی رسانه ای در ارتباط با فرهنگ مردم پسند، به ویژه آنچه وی بدان «فرهنگ مشارکتی» میگوید، کار قابل تحسینی انجام داده است. از نظر جنکینز، همگرایی، استفاده محتوای رسانه در ترکیب کردن آنها، بازترکیب و از نو طرح کردن رسانه از تلویزیون، سینما و صنعت ضبط است که برخی از اشکال قدرتمند بیان شخصی و حتی خلاق جمعی را به وجود آورده است. برای اندیشمندان مثل جنکینز، چالش نهایی همگرایی رسانه ای، فهم سواد نیست، بلکه فهم ما از عاملیت سیاسی و کارآمدی است که از این فرآیند حاصل میشود. به گفته جنکینز، وقتی

ص: ۶۲

یک فن آوری جدید ابداع می شود، هم تولیدکنندگان و هم کاربران محصول بر روش استفاده از آن اثر میگذارند. بنابراین، مهم نیست که یک تولیدکننده، چقدر فکر و برنامه ریزی برای یک محصول صرف کرده است؛ مصرف کنندگان در نهایت سرنوشت آن را در بازار فرهنگی رقم میزنند.

با این حال، سید حسین محمد(۱) (۱۹۹۹) معتقد است همگرایی یک فرآیند تغییر یا تغییر پارادایمی توسعه فن آوری های سنتی به صنعت خدمات جدید است که میتواند مرزهای میان ارتباطات راه دور، رادیو و تلویزیون، و صنایع رایانه ای را محو کند. بنابراین، در صنایع همگرا، تلفن، رایانه، تلویزیون کابلی و شرکت های رسانه ای با ادغام مالکیت ها همراه می گردد.

از اصطلاح ارتباطات رسانهای جدید، برای توصیف همگرایی رسانه های جمعی سنتی و فن آوری رایانه استفاده می شود.(۲) بنابراین، همگرایی فن آوری های ارتباطات بدان معناست که تمام فن آوری های ارتباطات به شکل دیجیتالی و سازگار با فن آوری های رایانه ای همگرا می شوند.

کاتلر و کو(۳) (۱۹۹۷) تعریف این جنبش های جدید فن آوری را به عنوان ارزش های دوران توسعه اقتصادی کنونی در نظر می گیرند. همگرایی، ادغام پیشرفته زنجیره های از اطلاعات و صنایع محتوا ارتباطات راه دور، پست، پخش رادیو و تلویزیون، چاپ، چندرسانه ای،

۱- Syed Hussein Mohamad

۲- J. D. straubhaar, R.larose, media, now: understandings media: understanding media, culture, and technology, cengage learning. ۲۰۰۰

۳- Cutler Co

ص: ۶۳

تجارت الکترونیک و پردازش دادهها با مجموعه‌های از بازارهای اقتصادی پیوسته بر اساس فن آوری دیجیتالی است. در حقیقت، کاتلر و کو، بر جنبه‌های اصلی پویایی تجاری و بر دو اصل زیر تأکید میکنند:

( همگرایی مربوط به روند بازسازی بازار و صنعت؛

( همگرایی مربوط به ظهور زنجیره‌های از ارزش مبتنی بر پایه‌های دیجیتالی و شبکه‌ای.

از نظر فلو،<sup>(۱)</sup> همگرایی به معنای به هم پیوستگی رایانه، فن آوری اطلاعات و ارتباطات، شبکه‌های ارتباطی و محتوا، رسانه‌ای است که با توسعه و عمومی شدن اینترنت و محصولات همگرا، خدمات و فعالیت‌هایی به وجود آمده که در فضای رسانه‌ای دیجیتالی رخ داده است و بسیاری از افراد آن را به عنوان آخرین تحول و دگرگونی در نظر می‌گیرند؛ زیرا تمام جنبه‌های فعالیت‌های نهادی و زندگی اجتماعی از هنر تا تجارت، دولت تا روزنامه‌نگاری، بهداشت و آموزش و فراتر از آن به طور فزاینده‌ای در این محیط رسانه‌های دیجیتالی از طریق فن آوری‌های ارتباطات و اطلاعات شبکه‌های انجام می‌شود.<sup>(۲)</sup> رینولد<sup>(۳)</sup> معتقد است همگرایی رسانه‌ها تنها امری فن آورانه نیست، بلکه با دگرگونی‌هایی در الگوهای صنعتی، فرهنگی و اجتماعی همراه است. به واقع، همگرایی رسانه‌ای، مصرف‌کنندگان فردی را قادر می‌سازد در سطوح اجتماعی با همدیگر ارتباط برقرار کنند و از رسانه‌های مختلف برای ایجاد تجربیات جدید بهره‌برند. رینولد این جنبه از تأثیرات

۱- Flew.

۲- Terry Flew, New media: An introduction (۳rd ed.), Oxford University Press, ۲۰۰۸, P ۲۲-۲۳.

۳- Rheingold.

ص: ۶۴

همگرایی فن آوری های رسانه ای را «آثار جانبی اجتماعی» می نامد که بر اساس آن، جهان اجتماعی و فیزیکی به هم می پیوندند. (۱)

فرهنگ انگلستانی اکسفورد (۲) همگرایی را «فرآیندی تعریف می کند که از طریق آن، فن آوری های کاملاً متمایز با یکدیگر، بسیار سازگار یا قابل ادغام میشوند؛ به طوری که بسیاری از ابزارها (به ویژه در حیطه الکترونیک، ارتباطات راه دور و رایانه) چندنقشی شده و از اطلاعات استفاده میکنند.» به یقین کنار هم قرار گرفتن فن آوری های گوناگون و تسهیل فزاینده ادغام نرم افزاری، نقش مهمی در ایجاد فرهنگ همگرا ایفا می کند.

از سوی دیگر، انجمن رسانه و ارتباطات استرالیا (۳) همگرایی رسانه ای را «پدیده‌های تعریف می کند که دیجیتالی شدن محتوا و استانداردها و فن آوری های حمل و ارائه محتوای دیجیتال، تمایزات میان پخش و دیگر رسانهها را در همه عناصر تولید محتوا، انباشت، توزیع و دسترسی به مخاطبان کم کرده است».

گراهام میکل و شرمن یانگ (۴) در کتاب همگرایی رسانه: رسانه های دیجیتالی شبکه ای در زندگی روزمره (۵) معتقدند همگرایی را می توان در چهار بُعد فهم کرد:

( فن آورانه: ترکیبی از محاسبات رایانه ای، ارتباطات و محتوا در تمام پایگاه های رسانه های دیجیتالی شبکه ای؛

( صنعتی: تعامل مؤسسات رسانه‌های سنتی در فضای رسانه‌های

۱ - Howard Rheingold, Smart Mobs: The Next Social Revolution, Basic Books, Perseus, Cambridge, Massachusetts, ۲۰۰۰, pp ۱۵۷-۸۲.

۲ - Oxford English Dictionary, <http://www.oed.com/view>, ۲۰۰۵.

۳ - ACMA, ۲۰۱۱.

۴ - Graham Meikle and Sherman Young

۵ - Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life



ص: ۶۵

دیجیتال و ظهور شرکت های دیجیتالی مثل گوگل، اپل، مایکروسافت و دیگران به عنوان ارائه‌دهندگان محتوای رسانه‌های مهم؛

( ظهور رسانه های شبکه های اجتماعی مانند فیس بوک، توئیتر و یوتیوب، و رشد محتوای ایجاد شده از سوی کاربر؛

( متنی: استفاده مجدد و باز ترکیب رسانه‌ها، چیزی که بدان مدل فرارسانه گفته می شود؛ مدلی که روایت ها و محتوای رسانه ای

(مثلاً صدا، تصاویر و متن نوشتاری) در سراسر پایگاه های رسانه های چندگانه پراکنده می شود. (۱)

در نهایت اینکه، همگرایی رسانه‌های بیش از تغییر فن آوران است و ارتباط میان فن آوری های موجود، صنایع، بازارها، ژانرها و مخاطبان را متحول میکند. در حقیقت، همگرایی نقطه نهایی نیست، بلکه به فرآیند (و در عین حال فرآیندها) اشاره دارد، ولی در طی این فرآیند (فرآیندها)، خیلی از مفاهیم و رویکردها تغییر می کند و به دلیل چندوجهی بودن همگرایی، بسیاری از مسائل تحت تأثیر آن قرار می گیرد که در نمودار ۳۲ به طور خلاصه آمده است.

فن آوری

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

**نمودار ۳۲: ابعاد گوناگون همگرایی**

نمودار ۳۲: ابعاد گوناگون همگرایی

Graham Meikle, and Young Sherman, Media convergence: Networked digital media in – ۱  
everyday life, Palgrave Macmillan, ۲۰۱۲, P ۵۵

بنابراین، همگرایی، پدیده‌ای است که علم، فن آوری، رسانه‌ها و انسان را تحت پوشش خود قرار داده است. این همگرایی، هم در فضای مجازی و هم در فضای واقعی اتفاق افتاده است؛ به طوری که تمام ابعاد همگرایی در دو فضای

متصل به هم روی داده است. تحول و تکامل رسانه‌ها نیز در دو فضا پدید آمده است. از طرفی، همگرایی، محصول تحول و تکامل رسانه‌هاست. از این رو، همگرایی رسانه‌ای با تحول و تکامل رسانه‌ها بهتر فهم می‌شود. به واقع، بدون فهم تحول و تکامل رسانه‌های، همگرایی اتفاق نمی‌افتد. بر همین اساس، در ادامه به تحول و تکامل رسانه‌ها می‌پردازیم.

## تحول و تکامل رسانه‌ها در جهان در حال تغییر

### اشاره

تحول و تکامل رسانه‌ها در جهان در حال تغییر

رسانه‌های قدیمی، در دوره ظهور خود، رسانه‌های جدید به شمار می‌آیند و هر رسانه جدیدی در نقطه مشخصی از هستی خویش، قدیمی تلقی می‌شود. با وجود این، همچنان ظهور رسانه‌های جدید، فرآیندی مبهم و نامفهوم است. برخی بر این باورند که این فرآیند با فن آوری هدایت می‌شود. بعضی دیگر انگیزه‌های اقتصادی را مطرح می‌کنند. عده‌ای معتقدند این فرآیند بیشتر مربوط به مخاطب است و عده دیگری بحث‌های فرهنگی را مطرح می‌سازند.

هربرت شیلر از صاحب نظران اقتصاد سیاسی ارتباطات، همراه با نقد دیدگاه‌های خوش بینانه غربی در خصوص پیشرفت‌های فن آوری اطلاعات و ارتباطات و شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی، این تحولات را ناشی از فشارها و الزام‌های نظام سرمایه‌داری، و آثار و پی‌آمد آن را تأمین منافع شرکت‌های تجاری سرمایه‌داری به زیان اکثریت محروم در جامعه به اصطلاح اطلاعاتی می‌داند. وی در نوشته‌هایش درباره نقش

ص: ۶۷

اطلاعات در توسعه سرمایه داری، نخست توجه خود را به ارتباط معیارهای تجاری با پیشرفت های اطلاعات معطوف می دارد. به زعم شیلر، نوآوری های اطلاعاتی و ارتباطاتی، تحت تأثیر فشارهای تعیین کننده حاکم بر بازار خرید و فروش و تجارت به منظور کسب سود صورت می گیرد. وی اصلی ترین پی آمد خصوصی سازی امکانات و فرآیندهای ارتباطی را تحمیل معیار بازار می داند. برای شیلر، مرکزیت اصول بازار، یک اجبار نیرومند در کالایی سازی اطلاعات و به معنای دسترسی فزاینده به اطلاعات تنها به شرط قابلیت فروش آن است. اطلاعات، امروزه به عنوان یک کالا دادوستد می شود.

شیلر در کتاب اطلاعات و اقتصاد بحران می نویسد:

هسته فرهنگ یعنی همان اطلاعات، در جوامع صنعتی به یک کالای تجاری و به مقوله ای قابل فروش تبدیل شده است. اکنون تفکیک فرهنگ، سیاست و اقتصاد بی معنا به نظر می رسد. ارتباطات الکترونیک، مخرج مشترک تولید فزاینده کالاها و خدمات است و اطلاعات که به اصلی ترین بخش فرآیند تولید تبدیل شده است و کالایی مهم به شمار می آید، تحت کنترل معیارهای بازار درآمده است؛ تحت کنترل معیارهایی که در تولیدات صنعتی و فرهنگی، همسانی ایجاد می کند. (۱)

با وجود اینکه تعدادی از محققان (۲) درباره تاریخ رسانه های خاص، مباحث فراوانی مطرح کرده اند، ولی نگاه همه آنها بدون چارچوب نظری

۱- سید محمد مهدی زاده، نظریه های رسانه؛ اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی، ص ۱۸۷.

۲- نک: بریگز و بورک، ۲۰۱۰؛ رابرتز و دیگران، ۲۰۰۲؛ اشتوبر، ۲۰۰۳؛ ویلکه، ۲۰۰۳؛ وینستون، ۱۹۹۸.

کلان و خرد است. اما اشتوبر (۱) (۲۰۰۴) در تحقیقات خود یک چارچوب نظری را مطرح می کند و به خوبی به تحول و تکامل رسانه می پردازد. نگاه نظری او، یک نگاه نظری کلان است. در حقیقت، دیدگاه های پیشین مثل شومپتر (۱۹۹۷) بیشتر بر فرآیند فن آورانه تأکید داشتند، ولی این رویکرد کلان، فرآیند اقتصادی، اجتماعی و حتی فرهنگی محصولات جدید و رسانه ها را توضیح می دهد.

نگاه و رویکرد اشتوبر (۲۰۰۴)، نظریه تکامل و تحول رسانه‌های (۲) است. چنین نگاهی، دیدگاهی برای تحول رسانه ها می‌گشاید و تبیین نسبتاً بهتر و منطقی‌تری از تحول و تکامل رسانه ها به دست می‌دهد. در حقیقت، برای اینکه نشان دهیم آیا همگرایی رسانه‌های «تحول» واقعی را نشان می دهد یا نه، دیدگاه تکامل و تحول رسانه ای برای روندهای جاری همگرایی رسانه‌های سودمند است.

رسانه ها در بستر زمان دچار تغییر و تحولات می شوند و آنها جامعه را تغییر می دهند. (۳) نظریه تکامل و تحول رسانه ها بر اهمیت پدیده های نوخاسته در رسانه تأکید می کند و چارچوبی برای تفسیر ظهور رسانه های جدید است. اشتوبر (۲۰۰۴) سه مرحله توسعه را شناسایی می کند: ابداع، نوآوری و نهادینه شدن. (۴) برای فهم بهتر دیدگاه اشتوبر از تحول رسانه ای، در ادامه، مراحل یادشده و ارتباط آنها با همگرایی رسانه ای را توضیح می دهیم:

۱- Stöber.

۲- media evolution.

۳- E, L, Eisenstein, The printing press as an agent of change: communications and cultural transformations in Early – modern Europe, cambridge: cambridge university press, ۱۹۷۹.

۴- invention, innovation and institutionalization.

**۱. ابداع (بهبود در رسانه قدیمی)****۱. ابداع (بهبود در رسانه قدیمی)**

درباره همگرایی رسانه ای، ابداع، توانایی تبدیل بیت های متمایز داده ای آنالوگ (مثل صدا، متن، صوتی یا تصویری) به بیت های نامتمایز داده های رقمی است. در حال حاضر، به کارگیری ابداع برای همگرایی رسانه ها آشکار و این مرحله، کامل شده است؛ زیرا دیجیتالی کردن صدا، متن یا داده صوتی و تصویری بیش از یک دهه اتفاق افتاده است.

**۲. نوآوری (ظهور رسانه جدید)****۲. نوآوری (ظهور رسانه جدید)**

مرحله نوآوری به کارگیری ابداع در «جهان واقعی» را بررسی می کند. در خصوص همگرایی رسانه ای، نوآوری به معنای توانایی توزیع و مصرف انواع رسانه های مختلف، یعنی رادیو، تلویزیون یا اینترنت از طریق مجرای یکسان است. هم اکنون این مرحله کامل شده است؛ زیرا گرفتن داده های رسانه ای دیجیتالی شده از مجراهایی مثل کابل یا اینترنت امکان پذیر شده است.

**۳. نهادینه شدن****اشاره****۳. نهادینه شدن**

صنعت رسانه اکنون، به سوی مرحله نهادینه شدن در حال حرکت است. اکتوبر (۲۰۰۴) چهار دسته عامل تغییر را معرفی میکند که در یک زمان، برای شکل گیری نهاد سیستم جدید اتفاق می افتد: فن آوری، فرهنگی، قانونی / سیاسی، و اقتصادی. اکتوبر بیان میکند که شرایط همه این عوامل، مدل تجاری را شکل میدهد. این چهار دسته عامل نهادینه شدن برای شناسایی درجه تغییر، لازم و ضروری است. برای فهم بهتر، این مسئله را در جدول ۳۱ نشان داده ایم.

ص: ۷۰

**جدول ۳۱. نهادینه شدن و صنعت رسانه ای**

جدول ۳۱. نهادینه شدن و صنعت رسانه ای

عامل تغییر

تشریح

به کارگیری در صنعت رسانه ای

فن آوری

پیشرفت های عمیق در فن آوری به کاهش قابل توجهی در هزینه و افزایش عملکرد انجامیده است. این دیدگاه مطابق با قانون مور است که بیان می کند قدرت پردازش رایانه در برابر هزینه ۲۴ ماه، دو برابر است. هر چند ارتباط این اصل در طول زمان مورد تردید قرار گرفته، ولی مفهوم کلیدی این است که هزینه ها پایین آمده و بی گمان، عملکرد به طور چشم گیری در طول زمان افزایش پیدا می کند.

در صنعت رسانه ها، یک الگوی کاهش هزینه ها و افزایش عملکرد وجود دارد. پهنای باند سرعت انتقال اطلاعات، تلفن همراه، کیفیت و محدوده را بهبود بخشیده و هزینه ذخیره داده را پایین آورده است. پیشرفت ها در فن آوری، میزان عملکرد را بهبود بخشیده؛ زیرا سبب قابل حمل شدن ابزارها گردیده، و اندازه و وزن ابزارهای موبایل کوچک شده، ولی قدرت افزایش یافته است.

فرهنگ

فرهنگ یک عامل اصلی است. مهم نیست پیشرفت فن آوری چقدر بزرگ است. اگر مصرف کنندگان نپذیرند و در فن آوری جدید سرمایه گذاری نکنند، در نهایت فن آوری شکست خواهد خورد.

نخست، اقتباس یا پذیرش فن آوری تنها زمانی اتفاق می افتد که ارزش دریافتی داشته باشد. پهنای باند و

ص: ۷۱

دیگر خدمات دیجیتال در میزان بالایی پذیرفته می شود و صدا در پروتکل اینترنت، صنعت ارتباطات راه دور را متحول می کند.

دوم، تطابق و سازگاری را می توان با اندازه گیری زمان صرف شده بر مصرف خدمات رسانه ای همگرا سنجید. در انگلستان، بین ۱۹۹۹ و ۲۰۰۳ زمان آنلاین بودن هشت برابر گردیده (دوتا شانزده ساعت در هر هفته)، زمان استفاده از تلفن همراه تقریباً سه برابر شده، پیام های متنی ارسالی پانزده برابر گردیده، گوش دادن به رادیو شش درصد و تماشای تلویزیون دو درصد افزایش یافته است. بیشتر این فعالیت ها به طور هم زمان اتفاق افتاده که از منبع واحد تعامل، یک تغییر اساسی فرهنگی است. تطابق و سازگاری فرهنگی مشابه در امریکا نیز روی داده است.

قانون/ سیاست

نظام حکومتی و حقوقی به طور قابل توجهی بر محیطی

ص: ۷۲

اثر می گذارند که در آن همگرایی رسانه ای تحول پیدا می کند. نقش آن، حصول اطمینان از رقابت منصفانه و سالم است؛ به طوری که هم مصرف کننده و هم صنعت، سود ببرد. همچنین دولت می تواند به عنوان یک کاتالیزور برای تغییر عمل کند.

بسیاری از دولت ها آشکارا همگرایی رسانه ای را تشویق می کنند و در بسیاری از مواقع، دولت ها با تعیین مهلت، میزان تغییرات را تحمیل می نمایند تا همه سیستم های پخش به طور اجباری دیجیتال شود. انگلستان این مهلت را تا ۲۰۱۰ تعیین کرد و کره جنوبی و ژاپن تا ۲۰۰۹ مشخص کردند. در امریکا نیز بین ۲۰۰۸ تا ۲۰۰۹ تعیین شده بود.

#### اقتصاد

اقتوبر (۲۰۰۴) نشان می دهد «هر رسانه جدید باید مدل تجاری مناسب خودش را پیدا کند». ظهور مدل تجاری جدید، آینده صنعت رسانه‌های را تعیین خواهد کرد.

زمانی که عوامل تغییر فن آوری، فرهنگ و سیاسی ایجاد شدند، درباره عوامل اقتصادی باید همچنان تصمیم گیری شود؛ زیرا ادامه فعالیت به مدلی تجاری بستگی دارد.

بنابراین، در حال حاضر، مرحله ابداع و نوآوری کامل شده است. صنعت با عوامل فن آورانه، فرهنگی و سیاسی در حال حرکت در مرحله نهادینه شدن قرار گرفته است. عوامل اقتصادی هنوز در حال تحول است و نقطه اوج اینهاست که آینده مدل تجاری رسانه را شکل خواهد داد. بر این اساس، آنچه بین این مراحل مهم است، فرآیند نهادینه شدن در تحول رسانه ای است.



ص: ۷۳

فرآیند تحول رسانه ای، موضوعی پیچیده است؛ زیرا با همه تحولات و توسعه اجتماعی درگیر است. بنابراین، هیچ مدلی به تنهایی مناسب همه اهداف نیست؛ چون هر مدلی باید ساده سازی شود و به دلیل همین مسئله است که معمولاً یک مدل ساده که مناسب اهداف ماست برای تحول در نظر گرفته می شود. اگر به چهار زیرسیستم یا چرخه های گفتمانی موجود در جامعه، یعنی فرهنگ، سیاست و قانون، اقتصاد، و فن آوری بنگریم می توانیم هر سیستمی را به عنوان یک پایگاه گفتمانی درک کنیم. هر سیستمی متناسب با قوانین خویش عمل می کند و همه سیستم ها با یکدیگر تعامل برقرار می کنند. این تعامل، قسمتی از نهادینه شدن رسانه های جدید است. از این رو، جامعه، رسانه های جدید و نقش های جدید آنها را می پذیرد. این چهار سیستم و چرخه های تحول و تکامل رسانه ای را در نمودار ۳۳ نشان داده ایم.

فن آوری

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

**نمودار ۳۳: چرخه های تحول و تکامل رسانهای**

نمودار ۳۳: چرخه های تحول و تکامل رسانهای

هر پیشرفت و بهبودی در جامعه و نیز در رسانه‌ها، از نامطلوب بودن وضع موجود فرهنگی و اجتماعی، سیاسی و قانونی، اقتصادی و فن آورانه سرچشمه می‌گیرد. به طور کلی، بحث‌های موافقان و مخالفان، ویژگی‌های رسانه‌های جدید را برای جامعه روشن تر می‌کند. حتی این بحث‌ها در خصوص رسانه‌های جدید، به بحث‌ها و جنبه‌های قانونی می‌انجامد. به محض اینکه ظرفیت نوآوری جدید شناخته می‌شود، واکنش‌ها آغاز می‌گردد. هیچ رسانه جدیدی، تابع قوانین و مقررات قدیم نیست، ولی به مجرد اینکه به عنوان یک چیز جدید در جامعه پذیرفته می‌شود، بحث درباره قوانین جدید و خاص آغاز می‌گردد. هر قانون جدید، ویژگی‌های رسانه‌های قدیمی را با هم ترکیب می‌کند و این اساس نهادینه شدن سیاسی رسانه‌های جدید است. وقتی سیاست، رسانه جدید را به عنوان رسانه جدید در نظر می‌گیرد، به یقین، جامعه، آن رسانه را به عنوان ابزار ارتباطی جدید پذیرفته است. در مسائل اقتصادی و مسائل دیگر، شیوه عمل، تقریباً مشابه است.

به طور کلی، فرآیند نهادینه شدن اجتماعی، خود رسانه‌ها را تغییر می‌دهد. جامعه، ابداع رسانه جدید را با کشف امکانات ارتباطی نهادینه می‌کند و نقش‌های رسانه جدید را شکل و مدل‌های اقتصادی جدید را توسعه می‌دهد. جامعه، رسانه‌های جدید را با ایجاد یک چارچوب سیاسی و یک نظم قانونی و حقوقی برای آن رسانه جدید می‌پذیرد.

برای فهم بهتر و کامل تر، می‌توان چهار چرخه تحول و تکامل رسانه را به شکل نمودار ۳۴ نشان داد.

ص: ۷۵

فن آوری

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

چرخه های فناوری تحول رسانه ها چرخه اقتصادی تحول رسانه ها

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

واکنش های قانونی و سیاسی بحث های فرهنگی در مورد رسانه ها

در مورد رسانه های جدید

### نمودار ۳۴. چهارچرخه تحول و تکامل رسانه ها

نمودار ۳۴. چهارچرخه تحول و تکامل رسانه ها

بنابراین، نظریه تکامل و تحول رسانه ای بر این باور است که تحول و تکامل رسانه ها، همگرایی را تشکیل می دهد و ترکیبی از همه عوامل است و چالش ها و ظرفیت های ناشی از همگرایی رسانه ای از همه این عوامل سرچشمه می گیرد. این عوامل بر همگرایی رسانه‌های در فضای

واقعی و فضای مجازی اثر می گذارد و همگرایی های مختلف و شاید متفاوتی شکل میدهد.

شکل و نوع همگرایی شکل گرفته و نحوه نهادینه شدن آن، نقش رسانه را در تحولات بینالمللی و منطقهای نشان میدهد. در حقیقت، در هر مرحله از فرآیند همگرایی قرار بگیریم، به همان اندازه، رسانه جدید، نقش خود را در ابعاد سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی به نمایش می گذارد.

### مصرف رسانه ها در عصر همگرایی رسانه ها

مصرف رسانه ها در عصر همگرایی رسانه ها

چنان که پیش تر مطرح کردیم، یکی از مباحث اصلی و مهم در پدیده همگرایی رسانه ای، شیوه مصرف رسانه هاست که در فضا و محیط رسانهای نوین دچار تغییراتی شده و به تبع آن، شیوههای ارزیابی مخاطبان و مطالعه مصرف رسانهای آنها و به بیان بهتر، رتببندی مخاطب (آمار مخاطبان)<sup>(۱)</sup> را با چالش مواجه کرده است؛ زیرا در عصر همگرایی رسانه ها، تغییر صورت وسایل ارتباط جمعی، تأثیرات روزافزون فن آوری بر مصرف رسانه ها و ظهور فن آوری های رسانهای جدید در فرآیند رسانهای<sup>(۲)</sup> موجب استفاده بیش از یک شکل از رسانه ها در یک زمان مشخص یا استفاده متناوب از یک رسانه و بعد رسانه ای دیگر و بالعکس شده است. اگر از این منظر به همگرایی رسانهای توجه کنیم، همگرایی رسانهای عموماً به عنوان ترکیب دو یا چند رسانه سنتی درون یک فرآیند<sup>(۳)</sup> پنداشته می شود و

۱- audience raing.

۲- David Gunzareth, Audience measurement in the face of change, International Journal on Media Management, ۲۰۰۰, ۵, ۷-۱۱.

۳- Jean Folkerts, Stephen Lacy, and Lucinda Davenport, The media in your life: An introduction to mass communication, Boston: Allyn and Bacon, ۲۰۰۴, p ۳۱۸.

در اساسیترین سطح آن، این نوع همگرایی به معنای ترکیب فن آوریهای ارتباطی برای ارائه یک پیام است، ولی از منظری دیگر در این زمینه، همگرایی رسانهای شامل پیوند شرکتهای وسایل ارتباط جمعی سنتی با فن آوری های رایانه ای و اینترنت، و ایجاد موجودیتهای رسانهای جدید همگراست.

به طور کلی این اعتقاد وجود دارد که با به کارگیری فن آوریهای ارتباطی و اطلاعاتی، عملکردهای وسایل ارتباط جمعی به شدت تحول یافته است، ولی شبکه اینترنت و فضای مجازی استفاده مخاطبان را از رسانهها دگرگون کرده است. (۱) در عین حال، تجمع برخی از رسانههای سنتی به شکل نوین در یک رسانه جدید مثل موبایل، نوع و نحوه استفاده از آنها را در مقایسه با وسایل ارتباط جمعی تغییر داده است.

در حقیقت، فهم عمومی از رسانه، اطلاعات و فن آوریهای ارتباطی و نیز استفاده مؤثر از رسانه دچار تغییراتی شده است. با توجه به ابعاد گوناگون همگرایی، آنچه در علوم ارتباطات و مطالعات فرهنگی و رسانه بیش از همه ابعاد همگرایی، مهم و مورد توجه است، ارزیابی مصرف رسانهای مخاطبان می باشد و این مسئله در تحقیقات مربوط به استفاده از رسانه ها متناسب با محیط رسانهای نوین و فرآیند همگرایی و واقعیت استفاده از رسانه ها نیست. هر چند در مرکز تحقیقات پیو، (۲) پروژه های تحقیقاتی مختلفی درباره مصرف رسانه های جدید صورت می گیرد، ولی مصرف رسانه ها به شکل یکپارچه و همگرا تحقیق و پژوهش نمی شود؛

۱- Karl Baehr, the New Media: The Internet's Effect on the Mass Communication Industry, -

.University of New Mexico, ۲۰۰۰, p ۱۴

۲- <http://www.pewinternet.org/About-Us.aspx>

ص: ۷۸

اما به هر حال امروزه همگرایی یک مسئله و موضوع قابل مشاهده در جامعه بوده، به طور مستقیم و غیرمستقیم بر بسیاری از جنبه های زندگی روزمره مخاطبان اثر گذاشته است. همگام با این نوع دگرگونی ها، بسیاری از تحقیقات رسانهای درباره مصرف رسانه ها در ایران و دنیا به طور مؤثر تحول نیافته است.

با توجه به مباحث پیشین و فرآیندهای یادشده، در ایران نیز هر چند رشد فن آوریها در مقایسه با دیگر کشورهای پیشرفته تا حدی اندک است، ولی محیط رسانهای امروز ایران، دیگر محیط رسانهای قبل نیست و به سرعت و به شدت در حال تغییر است. از اینرو، سازمان های رسانه ای (در ابعاد کوچک و بزرگ) و عملکرد و نقش آنها و نیز شیوه های پیام رسانی و ارتباط مخاطب با رسانه و بالعکس با فن آوری های نوین و فضای مجازی مواجه شده و در اثر همگرایی تغییر یافته است. با وجود این، شکل های مختلفی از همگرایی وجود دارد و به طور خاص همگرایی رسانهای ضرورتاً به معنای ترکیب فن آوریهای ارتباطی برای ارائه یک پیام نیست. هر روز میتوان نمونههای از این پدیده را در فن آوریهای تلفن همراه و اینترنت، وسایل ارتباط جمعی، موسیقی و غیره مشاهده کرد.

شرایط پیچیده فضای نوین رسانه ای ناشی از پدیده همگرایی، نقش رساننها و استفاده از آنها را متحول کرده است و این چالش و پرسش را به وجود می آورد که: چگونه می توان استفاده از رسانه ها را در این محیط همگرایی رسانه ای ارزیابی کرد؟

بحث از سودمندی های ارزیابی استفاده از رسانه ها و رتبهبندی استفاده از رساننها در عصر حاضر، می تواند از شرایط پیچیده فضای

نوین رسانه‌های و نقش رسانه‌ها در همه عرصه‌ها سرچشمه بگیرد. اگر این باور را بپذیریم که خاستگاه دگرگونی‌های امروزی در عرصه فرهنگ، اجتماع، سیاست و اقتصاد، رسانه است، این سخن چندان اغراق آمیز به نظر نمی‌رسد. هرچند به مرور زمان، نگرش مخاطبان به رسانه و اهداف و نگرش رسانه‌ها به مخاطبان دگرگون شده یا بسته به جغرافیای جهان این موضوع تغییر کرده است، ولی هیچ‌گاه رسانه‌ها از این نیاز بنیادی دست‌نسته‌اند؛ چرا که به خوبی می‌دانند ادامه حیات آنها به مخاطب بستگی دارد؛ اما این امر زمانی محقق می‌شود که شناخت مخاطب و ارزیابی مصرف رسانه‌های مخاطبان، متناسب با شرایط و محیط رسانه‌های باشد که رسانه‌ها در آن زمان و در آن محیط فعالیت می‌کنند.

همان‌گونه که گفتیم، در فضای نوین رسانه‌های که با عصر همگرایی رسانه‌های شناخته می‌شود، شناخت مخاطب و ارزیابی مصرف رسانه‌های آن، ملزومات خاص خود را می‌طلبد. همگرایی رسانه‌های پدیده‌های است که در انواع ارتباطات رخ داده (۱) و مالکان رسانه‌ها، تحلیلگران و قانون‌گذاران و حتی اهل سیاست را به فعالیت واداشته تا در ساختار کلی ارائه اطلاعات به مخاطبان انبوه بازاندیشی کنند. از همه مهم‌تر، آنها را وادار می‌کند به دگرگونی‌های فراوان در استفاده جدید از رسانه‌ها، و نیز نقش قوی و تعاملی در حال تغییر اعضای مخاطب کنونی توجه نمایند، ولی با تحول رسانه‌ای و تحول مصرف، روش‌های ارزیابی مصرف رسانه در درون این محیط همگرایی، جدید نیست. از این رو، همگرایی بر ابعاد مختلف رسانه‌های اثر می‌گذارد و پی‌آمدهای گوناگونی دارد.

---

Jean folkerts, lacy stephaen and daren port, lucinda, the media in your life: an – ۱  
introduction to mass communication, bostan: allyn and bacon, ۲۰۰۴

## پی‌آمدهای همگرایی رسانه‌ها

پی‌آمدهای همگرایی رسانه‌ها

پی‌آمد اصلی همگرایی برای مصرف‌کنندگان، افزایش قابل توجه در دسترس بودن محتوای رسانه‌ای آنلاین مثل رادیو و تلویزیون، سازمان‌های خبری، سایت‌های رسانه‌های اجتماعی و یوتیوب، به نام چند منبع رسانه‌ای اصلی و انعطاف‌پذیری کاربران در استفاده از ابزارهای رسانه‌ای، و زمان و مکان مصرف رسانه‌هاست.

از یک سو، همگرایی رسانه‌ای، آثار و پی‌آمدهای سیاست‌گذاری مهمی دارد. در همگرایی رسانه‌ها، سیاست‌گذاری رسانه‌ای به ارائه محتوای بسیار و افزایش رقابت رسانه‌ای نیازمند است تا بر کمبود توزیع و بازارهای رسانه‌ای انحصاری یا انحصار چندجانبه چیره شود. از سوی دیگر، دگرگونی‌های فن‌آورانه، چالش‌های جدیدی برای حفظ مقررات رسانه‌ای قدیم و مواجهه آن با همگرایی پدید می‌آورد. از یک سو، فن‌آوری جدید، تبعات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی خاص خود را دارد و نظام حقوقی را به چالش می‌کشد. از سوی دیگر، همگرایی رسانه‌ای در فضای مجازی، جهانی است و باید نظام حقوقی و قانونی برای عملکرد بهتر با نظام‌های بین‌المللی سازگار شود. قوانین و مقررات رسانه‌ها پی‌آمدهای ناخواسته در برتری یا عدم برتری برخی پایگاه‌ها، خدمات و تأمین‌کنندگان در مقایسه با برخی دیگر که درگیر فعالیت‌های مشابه هستند، به دست می‌دهد و این چالش دیگری برای رسانه‌ها در فضا و محیط همگراست. (۱)

همچنین، بازارهای رسانه‌ای، بعد بین‌المللی بیشتری یافته و مقررات ملی نمی‌تواند با این بازارهای رسانه‌ای و ارتباطی بین‌المللی

---

Heidi A. McKee, Ethical and legal issues for writing researchers in an age of media – ۱  
convergence, Computers and Composition ۲۵, ۲۰۰۸, pp ۱۰۴–۱۲۲



سازگار باشد و محیط همگرا، چالش فراوانی برای رقابت به وجود می‌آورد.

دموکراتیزه شدن محتوا، یکی از چالش‌ها و در عین حال ظرفیت‌های همگرایی رسانه‌ای است. (۱) همگرایی رسانه‌ای، کاربران را توانمند می‌سازد تا محتوای خود را در اینترنت به راحتی در دسترس عموم قرار دهند. حتی به اشتراک‌گذاری محتوای حرفه‌ای، نه تنها برای رسانه‌های تجاری و خصوصی تهدید به شمار می‌رود، بلکه رادیو تلویزیون‌های عمومی را نیز به چالش کشیده است. هنر و صنعت موسیقی، آسیب‌های جدی دیده‌اند. در بسیاری از موارد به دلیل اینکه فضای رسانه‌ای بیش از گذشته، جهانی شده است، مقرراتی بین‌المللی نیاز است تا توانایی دسترسی مصرف‌کنندگان را به محتوا محدود کند، ولی اینترنت و فضای مجازی، برای استعدادهای در حال ظهور بستر مناسبی فراهم می‌آورد. برخی هنرمندان توانایی به اشتراک‌گذاری هنر خویش را در این فضا پیدا می‌کنند. برخی از هنرمندان می‌توانند از طریق اینترنت، فروش دیجیتال داشته باشند. از طرفی، چنین محیطی، سازوکاری برای مصرف‌کنندگان فراهم می‌آورد تا به راحتی این هنرها و محتواها را به دست بیاورند.

در حقیقت، همگرایی رسانه‌ای، کاربران را قدرتمند می‌سازد تا محتوای مورد نظر خود را تولید و توزیع کنند؛ زیرا هزینه تولید و توزیع به دلیل دیجیتالی شدن تولید و امکانات عرضه در فضای مجازی پایین آمده و پایگاه‌های بسیاری محتوای تولیدشده را به مخاطب گسترده انتقال می‌دهند. از سوی دیگر، محتوای تولیدی کاربر، نگرانی‌های فراوانی پدید

---

Susan Zavoina, and Tom Reichert S, Media Convergence/Management Change: The – ۱  
Evolving Workflow for Visual Journalists, The Journal of Media Economics, ۲۰۰۰, ۱۳(۲), pp  
۱۴۳-۱۵۱.

ص: ۸۲

آورده و چالش‌های زیادی برای سایت‌های خبری ایجاد کرده است؛ چون تولیدات غیرحرفه‌ای، کیفیت پایینی دارند و از نظر دقت و صحت محتوا دچار خدشه اند. (۱)

در نهایت، همگرایی رسانه‌ای سبب ظهور الگوهای جدید مصرف رسانه‌ای در فضای واقعی و مجازی شده است و این موضوع، محیط و فضای رسانه‌ای را به سمت پیچیده‌تر شدن می‌کشاند و هر روز ظرفیت‌ها و چالش‌های فراوانی برای جوامع پدید می‌آورد. جوامع باید از هر نظر بتوانند از ظرفیت‌های آن بهره‌برند و با چالش‌های آن به‌طور مناسب و منطقی برخورد کنند.

## جامعه شبکه ای

### اشاره

جامعه شبکه ای

زیر فصل‌ها

چیستی جامعه شبکه ای

بستر و زمینه شکل‌گیری جامعه شبکه ای

### چیستی جامعه شبکه ای

چیستی جامعه شبکه ای

این جامعه جدید در ربع پایانی قرن بیستم و از راه تعامل میان سه فرآیند مستقل که هم‌زمان رخ دادند، به وجود آمد: نخست، انقلاب در فن‌آوری اطلاعات؛ دوم، بازسازی اجتماعی اقتصادی سرمایه‌داری و دولت‌گرایی؛ و سوم، جنبش‌های فرهنگی و اجتماعی که در دهه ۱۹۶۰ در آمریکا و اروپای غربی سر برآوردند. در حالی که این دگرگونی‌های اجتماعی چندبعدی، موجب بیان‌های اجتماعی و فرهنگی گوناگون در هر بافت نهادی علمی می‌شوند، کاستلز معتقد است از نظر برون‌داد وجه اشتراکاتی دارند که اگر در خود فرآیند نباشد، در سطح شکل‌گیری فرم‌های اجتماعی جدید و ساختار اجتماعی خواهد بود. در ریشه‌های

---

Chandrasekhar Vallath, "The technologies of convergence." Electronic communication – ۱  
convergence, Policy challenges in Asia, New Delhi: Sage, ۲۰۰۹, pp ۳۳-۴۷

جامعه جدید با همه تکتیری که دارد یک ساختار اجتماعی جدید با نام جامعه شبکه ای وجود دارد. (۱) در این راستا، گستره وسیع اینترنت با امکانات شبکه سازی بسیط خود، بستر تعامل و تقویت روابط اجتماعی را گسترانده، به گونه ای که پیش تر هرگز تصویر نمی شد و در واقع، ترکیب شبکه سازی اجتماعی، با فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی (۲) به حالت های جدید برقراری ارتباط انجامیده است. همان گونه که ولمن بیان می کند، در سال های اخیر، سیستم های رایانه ای با مرتبط ساختن مردم و سازمان ها به طور عمیقی اجتماعی شده و بازتاب دهنده نظر مانوئل کاستلز هستند که ما در حال انتقال از جوامع مبتنی بر گروه به جوامع شبکه ای هستیم. (۳) این نظریه پرداز و استاد دانشگاه برکلی، جامعه شبکه ای را محصول جهانی شدن اطلاعات و ارتباطات می داند. به تعبیر وی، در تعامل میان انقلاب فن آوری اطلاعات، بحران در نظام اقتصاد سرمایه داری و دولت سالاری و شکوفایی جنبش های اجتماعی، فرهنگی، ساختار جدید اجتماعی یعنی جامعه شبکه ای و نیز ساختار جدید اقتصادی، یعنی اقتصاد اطلاعاتی جهانی و یک فرهنگ نوین، یعنی فرهنگ مجاز واقعی متولد شده و در حال رشد است. (۴) منطق شبکه ای، عزمی اجتماعی پدید می آورد که مرتبه آن از سطح منافع اجتماعی خاصی که از طریق شبکه ها ابراز شده اند، فراتر است. به بیان بهتر، قدرت جریان ها از جریان های قدرت پیشی

Manuel Castells, Power and Counter-power in the Network Society, International – ۱  
Journal of Communication, ۲۰۰۷, ۱ (۱), pp ۲۳۸–۶۶

ICT – ۲

Cachia Romina, Ramón Compañó Olivier Da Costa, Grasping the potential of online – ۳  
social networks for foresight, Technological Forecasting and Social Change, ۲۰۰۷, ۷۴(۸), pp  
۱۱۷۹–۱۲۰۳

.Manuel Castells, Toward Sociology of the Network Society, UK: Oxford, ۱۹۹۶ – ۴

می‌گیرد. غیبت یا حضور در شبکه، و پویایی هر شبکه در برابر دیگر شبکه‌ها، منابع حیاتی سلطه و تغییر در جامعه هستند. به این ترتیب، جامعه ای را می‌توان به درستی جامعه شبکه ای نامید که ویژگی آن، برتری ریخت اجتماعی بر کنش اجتماعی باشد. (۱)

در واقع، شبکه‌های دیجیتال از این نظر هیچ محدودیتی از حیث ظرفیت پیکربندی دوباره خود ندارند و جهانی‌اند. بنابراین، یک ساختار اجتماعی که زیرساخت آن بر شبکه‌های دیجیتال مبتنی است، طبق تعریف، جهانی پنداشته می‌شود و جامعه شبکه ای، جامعه ای جهانی است.

با این حال، این بدان معنا نیست که افراد در هر کجای جهان در این شبکه‌ها مشارکت دارند. در واقع، شماری از آنها نقشی در این گستره نخواهند داشت، ولی همگی تحت تأثیر فرآیندهایی هستند که در شبکه‌های جهانی مبتنی بر این ساختار اجتماعی، الگوی مسلط تلقی می‌گردند. فعالیت‌هایی محوری نیز که حیات انسانی را در هر نقطه از جهان شکل می‌دهند و کنترل می‌کنند، در این شبکه‌های جهانی سازمان دهی می‌شوند. مثلاً بازارهای مالی، تولید فراملیتی، مدیریت، توزیع کالاها و خدمات، نیروی کار بسیار ماهر، دانش و فن آوری، رسانه‌های ارتباطی، فرهنگ، هنر، ورزش، نهادهای بین‌المللی که اقتصاد جهانی و روابط میان دولت‌ها را مدیریت می‌کنند، مذهب، سازمان‌های مردم‌نهاد فراملیتی که بر حقوق و ارزش‌های یک جامعه مدنی جدید و جهانی تأکید می‌کنند، همه جلوه‌هایی از این تغییر بزرگ هستند. (۲) نقاط

1- Toward sociology of the net work society, uk: oxford, ۱۹۹۶

2- Manuel castells, informationalism, networks, and the network society: A theoretical blueprint, text published in the network society: a cross – cultural perspective, northampton: Edward elgar, ۲۰۰۴

ص: ۸۵

مشترک جامعه از شبکه های الکترونیک ساخته می شوند و ابزار این شبکه ها، رسانه هایی هستند که میراث عصر رسانه های توده ای اند، ولی به واسطه دیجیتالی شدن عمیقاً تغییر کرده اند یا تحت تأثیر سیستم های جدید ارتباطی قرار گرفته اند که حول اینترنت پدید آمده است. این مسئله در فرهنگ جدید، بدان معنا نیست که شهرها از بین رفته اند یا تعامل چهره به چهره، مربوط به گذشته است. در واقع، شاهد گرایش متضادی هستیم: هرچه در فضای الکترونیک، ارتباطات بیشتری صورت گیرد، افراد بیشتری می توانند بر فرهنگ و تجربه خود در مناطق بومی تأکید کنند.<sup>(۱)</sup>

کاستلز مهم ترین ویژگی های جامعه شبکه ای را مواردی از این دست برمی شمارد. در رویکرد جدید اقتصاد اطلاعاتی جهانی بهره وری و رقابت در فعالیت های کشاورزی، صنعت و خدمات میان بنگاه های تجاری در سراسر جهان بیش از هر زمان دیگر بر معرفت، دانش و اطلاعات و فن آوری لازم برای پردازش اطلاعات مبتنی گشته است. ماهیت این اقتصاد چنان است که بخش ها، بازارها و افراد را به یکدیگر مرتبط می سازد و در یک چرخه تولید سود، به همکاری وامی دارد و افراد، بازارها و بخش های فاقد امکانات را از محدوده فعالیت های سودآور خود طرد می کند.<sup>(۲)</sup>

کاستلز در خصوص فعالیت های شبکه ای نیز این فعالیت ها را نوع تازه ای از سازمان و تشکیلات می داند که مشخصه فعالیت اقتصادی جهانی همچون شرکت های چندملیتی، شبکه های تولید و توزیع مواد

---

۱- Power and Counter-power in the Network Society, p ۴۶

۲- Ibid.

مخدر، کالاهای قاچاق و شبکه فعالیت های اقتصادی دولت است. البته فعالیت های شبکه ای را صرفاً به حوزه اقتصادی محدود نمی کند و گستره عملکرد اقدامات شبکه ای را مستلزم دگرگونی هایی در ساختار مشاغل و انجام کارها از صورت رسمی، طولانی و مادام العمر به مشاغل پاره وقت، خوداشتغالی و اشتغال موقت می داند. به زعم وی، ظهور قطب های متقابل بین آنانی که صاحب اطلاعات هستند و آنانی که این توانایی را ندارند، از رهگذر فرآیند جهانی شدن، شبکه ای شدن فعالیت های اقتصادی و در واقع، تضعیف نهادهای اجتماعی همچون اتحادیه های کارگری و دولت رفاه بدیهی می نماید. (۱) فرهنگ عصر اطلاعات نیز در چارچوب انتقال نمادها به وسیله واسطه های الکترونیک شکل می گیرد و فضای مجازی با اطلاعات متنوع و متکثر درونی خود، به جزئی از واقعیت اجتماعی مبدل می شود و در فضایی که فرهنگ، متکی به واقعیت مجازی است، سیاست بر بال رسانه قرار می گیرد. این بدان معناست که سیاست مداران برای بقا، حضور در صحنه و اثرگذاری بر روند تحولات، مجبورند از رسانه های حامل نمادهای الکترونیک سود جویند و هر چه بیشتر بر برجسته کردن عدم مشروعیت سیاسی و نقاط ضعف دیدگاه های رقیب تأکید نمایند. (۲)

توسعه فن آوری های ارتباطات را می توان به عنوان تجزیه تدریجی مجاورت و اشتراک زمان درک کرد که کاستلز از آن با عنوان زمان بی زمان و فضای جریان ها یاد می کند و در پی آن، تغییر در مفهوم زمان و مکان به واسطه توسعه رسانه ها و از بین رفتن فواصل زمانی و مکانی را تبیین

---

۱- Ibid, p ۳۸

۲- Ibid, p ۴۰

می‌نماید. منظور از فضای جریان‌ها، امکان‌سازمانی اقدام هم‌زمان بدون مجاورت است. عمده کارکردهای مسلط در جامعه شبکه‌ای (بازارهای پولی، شبکه‌های تولید فراملیتی، شبکه‌های رسانه‌ای، اشکال شبکه‌ای، حاکمیت جهانی و جنبش‌های اجتماعی جهانی) حول فضای جریان‌ها سازمان‌دهی می‌شوند. با این حال، فضای جریان‌ها بی‌مکان است و از گره‌ها و شبکه‌ها تشکیل شده است؛ یعنی از مکان‌هایی که با شبکه‌های ارتباطی مبتنی بر الکترونیک به هم متصل شده‌اند و از طریق آنها جریان‌های اطلاعات تعاملی رخ می‌دهند. در جامعه شبکه‌ای، فضای جریان‌ها با بی‌نظم کردن زنجیره رویدادها و هم‌زمان کردن آنها، نقش زمان را کمرنگ می‌کند و از این رو، جامعه را در زودگذری ساختاری قرار می‌دهد. در واقع، فضا و زمان در عین حال با پیدایش یک ساختار اجتماعی جدید و به واسطه کشمکش‌ها بر سر شکل و برنامه‌های این ساختار، بازتعریف می‌شوند. در یک معنا، فضا و زمان بیانگر فرهنگ جامعه شبکه‌ای هستند. (۱) در ادامه، فرآیند بازسازی اجتماعی، الگوی فن‌آوری جامعه و ایجاد جامعه جدید شبکه‌ای را با تکیه بر خدمات تکوینی وب تبیین می‌کنیم.

### بستر و زمینه شکل‌گیری جامعه شبکه‌ای

#### اشاره

بستر و زمینه شکل‌گیری جامعه شبکه‌ای

رسانه‌ها در چند نسل گوناگون طبقه‌بندی می‌شوند. نسل اول رسانه‌ها، رسانه‌های لین بک (۲) هستند؛ رسانه‌هایی که مخاطب در کمال آرامش و در حال استراحت از آن استفاده می‌کند. به همین دلیل است که در رسانه‌ای مثل سینما، راحتی صندلی‌ها و فضای سینما، به اندازه فیلمی که روی

۱- مانوئل کاستلز، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه: حسن چاووشیان، ج ۲.

۲- Lean-back.

ص: ۸۸

پرده است، اهمیت دارد. نهایت ارتباط و تعاملی که مخاطب با این نوع رسانه برقرار می‌کند، در حد کنترل فردی است. تلویزیون، رادیو، سینما و بسیاری از رسانه‌های مشابه دیگر، در شمار رسانه‌های لین بک هستند.

## ۱. نسل اول وب؛ وب ۱

### اشاره

#### ۱. نسل اول وب؛ وب ۱

مهم‌ترین هدف این رسانه‌ها، تفریح و سرگرمی‌سازی است. در این رسانه‌ها مسیر جریان یافتن اطلاعات و انتقال پیام از رسانه به سمت کاربر است. وب ۱ (۱) در شمار رسانه‌های لین بک قرار می‌گیرد، نوعی از صفحات اینترنتی است که کاربر، حداقل تعامل را با آنها برقرار می‌کند.

برای نمونه، سایت یک خبرگزاری در وب ۱، شامل خبرهایی است که روی آن آپلود می‌شود و در سرور (۲) سایت قرار می‌گیرد. بدین ترتیب در وب ۱، یک تولیدکننده اطلاعات وجود دارد که محتوا را روی وب می‌گذارد و گروه‌های مصرف‌کننده اطلاعات یا محتوا هستند که به آن مراجعه می‌کنند. مدلی که برای وب ۱ می‌توان ترسیم کرد، مدل یک به چند است.

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

### نمودار ۳۵: نحوه تعاملات در وب ۱

نمودار ۳۵: نحوه تعاملات در وب ۱

۱-۱۰ Web.

۲- Server.



ص: ۸۹

وب ۱ چند ویژگی دارد: نخست آنکه، غیر تعاملی است و جریان اطلاعات به طور یک جانبه به سمت کاربر است. دیگر آنکه، سرعت اتصال به اینترنت در وب ۱ پایین است. این ویژگی از آن نظر است که وب ۱ متعلق به نسل گذشته است و در نسل اول رسانه های «لین بک» قرار می گیرد. وب ۱ همچنین مشکل بزرگی دارد و آن این است که با تعداد محدودی تولیدکننده محتوا، درصدد تغذیه تعداد نامحدودی مخاطب است. در این نسل وب، تعداد قابل توجهی کاربر که هر کدام می توانند ایده ای داشته باشند و محتوایی تولید کنند و به اشتراک بگذارند، نادیده گرفته می شوند. بدین ترتیب، خلاقیت های فراوانی که می تواند به تولید محتوا بینجامد، از دست می رود. این مشکل در وب ۱ سبب شد تا تدابیری برای شکل گیری نسل دوم رسانه ها اندیشیده شود.

## ۲. نسل دوم وب؛ وب ۲

### اشاره

#### ۲. نسل دوم وب؛ وب ۲

نسل دوم وب با اصطلاح لین فوروارد(۱) شناخته می شود که در آن، تمایل کاربر به سمت رسانه، نمایان است. استعاره خم شدن به سمت رسانه، به معنای تعامل پیدا کردن با رسانه است. در این نسل، کاربران از حد مصرف کننده مطلق اطلاعات فراتر می روند و به مشارکت جدی در تولید محتوای رسانه ها می پردازند. البته این تعامل در رسانه های دیگر نیز رخ داد. برای نمونه، نشانه هایی از تعامل موجود در وب ۲(۲) را می توان در تلویزیون نیز دید. فن آوری های جدید تلویزیون مثل تلویزیون تعاملی،(۳) این امکان را می دهد که محتوای مورد نظر کاربر به

۱- Lean Forward

۲- Web ۲.۰

۳- IPTV

ص: ۹۰

تلویزیون انتقال یابد و در زمان بندی مورد نظر پخش شود. همچنین امکان اظهار نظر در همان فضا و درباره محتوای تولیدشده وجود دارد. نسل دوم رسانه ها به جز توانمند ساختن کاربران، هدف دیگری نیز داشت و آن بازتولید خود در فضای رسانه بود. برخلاف نسل اول که جریان اطلاعات، فقط در داندود کردن محتوا خلاصه می شد، در نسل دوم رسانه ها جریان اطلاعات متمایل به آپلود کردن است و اطلاعات از کاربر به سمت رسانه جاری است.

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

### نمودار ۳۶: نحوه تعاملات در وب ۲

نمودار ۳۶: نحوه تعاملات در وب ۲

وب ۲ تلاشی برای تبیین اهمیت مجموعه ای از برون داده هاست که فن آوری های وب در اختیار ما گذاشته اند. وب ۲، در واقع نسخه ای جدید، ارتقا یافته و کاربر سازنده از وب ۱ و واژه ای فراگیر است که می کوشد چارچوب ایده هایی را نشان دهد که به تلاش برای درک جلوه های این خدمات جدیدتر وب در بافت فن آوری هایی مربوط است که آنها را تولید کرده اند. تیم اوریلی، بنیان گذار شرکت اوریلی که ابداع

ص: ۹۱

واژه وب طی بحث گروهی آنها درباره آینده وب صورت پذیرفت، در مقاله مشهور خود با عنوان «وب ۲ چیست؟ الگوهای طراحی و مدل های کسب و کار برای نسل بعدی نرم افزار به شکل دقیق نشان می دهد منظور از این واژه چیست:

وب ۲ شبکه ای است که مانند یک سکو تمام سیستم های مربوطه را به هم وصل می کند. کاربردهای وب ۲ آنهایی هستند که بیشتر مزایای طبیعی این سکو را تامین می کنند. تحویل نرم افزار، به عنوان سرویسی تا مرتباً در حال به روز شدن و بهتر شدن است و موجب افزایش کاربران میشود. تک کاربرانی که هنگام تامین اطلاعات شخصی و خدماتشان آنها را از منابع مختلف مصرف. بازآمیزی و ترتیب مجدد می نمایند. به شکلی که قابلیت اصلاح آن به واسطه دیگران وجود داشته باشد، اطلاعات همچنین به دلیل مشارکت و پشت سر گذاشتن وب (۱) و برای ارائه تجارب غنای کاربران اثرات شبکه ای ایجاد می شود. (۲)

اوریلی در این مقاله، کاربردهایی همچون مشارکت و تجربیات غنی کاربران را یادآور میشود که همراه با فن آوری های نرم افزار اجتماعی، هستند. قابلیت به کارگیری این فن آوری بر استانداردهای معروف وب ۱ مبتنی است، ولی شماری از خدمات و کاربردهای مبتنی بر وب وجود دارند که نشان دهنده بنیان مفهوم وب ۲ هستند. این موارد فن آوری

۱ – What is Web ۲.۰: Design Patters and Business Models for the Next Generation of Software

۲ – Tim Oreilly, "What is Web ۲.۰: Design patterns and business models for the next generation of software," Communications strategies, ۲۰۰۷, ۶۵

نیستند، بلکه خدمات یا فرآیندهای کاربر هستند که با استفاده از فن آوری‌ها و استانداردهایی ساخته می‌شوند که از اینترنت بهره می‌گیرند. بسیاری از این کاربردهای فن آوری وب تا حد زیادی جا افتاده‌اند و سال‌های بسیاری است که از آنها استفاده می‌شود. (۱) از جمله این موارد می‌توان به وبلاگ‌ها، (۲) ویکی‌ها، (۳) فیدمای آراس اس، (۴) خدمات اشتراک چندرسانه‌ای، (۵) انتشار هم‌زمان محتوایی، (۶) بخش پادکست، (۷) و خدمات برجسته زنی محتوا (۸) و در نهایت شبکه‌های اجتماعی مجازی اشاره کرد. (۹) تفاوت میان نسل اول و نسل دوم رسانه‌ها، مدل‌های معمول را که ارتباطات رسانه‌ها را در سال اول تعریف می‌کرد، دگرگون ساخت. در نسل اول رسانه‌ها می‌توان از استعاره پیام به مثابه گلوله استفاده کرده گلوله‌ای که رسانه به سمت کاربر یا مخاطب شلیک می‌کرد. این رویکرد و استعاره آن بر نسل دوم رسانه‌ها مترتب نیست و با دیدگاه‌های دهه‌های اخیر مربوط به ارتباطات رسانه‌ای منطبق است. در وب ۲ محتوا تولید و نشر می‌شود و تا زمانی که به مخاطبان منتقل گردد، هزاران بار تغییر می‌کند و بازنشر می‌شود. اگر در نسل اول رسانه‌ها از استعاره گلوله

استناد می‌شد. برخی معتقدند در وب ۲ از استعاره پین‌بال (۱۰) می‌توان

- 
- Paul Anderson. All That Glisters Is Not Gold'—Web ۲.۰ and the Librarian. Journal of – ۱  
 Librarianship and Information Science, ۲۰۰۷, ۳۹(۴), p۴  
 .Weloge –۲  
 .Wikis –۳  
 .RSS Feeds –۴  
 .multimedia sharing services –۵  
 .content syndication –۶  
 Podcasting –۷  
 .content tagging services –۸  
 What Is Web ۲.۰ Design Patterns and Business Models for the Next Generation of – ۹  
 .Software, p۳  
 Pinball –۱۰

استفاده کرد. پین بال، بازی رایانه ای است که در آن کاربر توپ رهاشده را تا جایی هدایت می کند که به مسیر دلخواه برسد. رسانه در نسل دوم، محتوایی را تولید می کند، ولی فقط تا زمان انتشار بر آن کنترل دارد و پس از آن ممکن است این محتوا به مسیرهای گوناگون هدایت شود. در واقع، دیگر پیام، گلوله ای نیست که مستقیم به هدف یا مخاطب بخورد. در وب ۲، پیام با طی مسیرهای مختلفی تغییر می کند و معلوم نیست به کدام مخاطب برسد. در نگاه کلان می توان دید که اساساً فیزیک رسانه ها دگرگون شده و در مقایسه با گذشته تحولات بیشتری نیز در مدل هایی پدیدآمده است که تعریف کننده ارتباط در رسانه ها هستند. تولیدات رسانه های نسل دوم شکل مردمی یافته و هر کسی می تواند محتوا تولید کند.

با ظهور نسل دوم رسانه ها، رسانه های گوناگون دچار همگرایی نیز شده اند، به گونه ای که رادیو و تلویزیون در اینترنت قابل دسترسی است و روی گوشی تلفن همراه، می توان از اینترنت استفاده کرد. رسانه های نسل دوم به رسانه های اجتماعی معروف هستند با این تعریف که تک تک افراد اجتماع، در تولید، توزیع و مصرف رسانه سهیم می شوند. برای استفاده از رسانه های نسل دوم، کاربر الزامی به قرار گرفتن در مکانی خاص ندارد. رسانه های نسل دوم، به جایی خاص محدود نمی شوند و هزینه های بازتولید در رسانه های نسل دوم صفر است. با استفاده از امکان به اشتراک گذاری در وب ۲ به راحتی می توان محتوا را بازنشر کرد. رسانه وب ۲ متشکل از سرورها، ابزارها و نرم افزارهای تحت وبی است که به افراد اجازه می دهد اطلاعات را به اشتراک بگذارند.

تفاوت میان وب ۱ و وب ۲ با یک مثال روشن می شود. نسخه وب ۱ سایت خبری را در نظر بگیرید. متنی را در اختیار کاربر می گذارد و او پس از مطالعه، هیچ مشارکتی با آن رسانه ندارد. همین سایت در نسل دوم وب به تولید خبر می پردازد. کاربر خبر را می بیند و می تواند درباره آن نظر بگذارد، نظرهای دیگران را ببیند و درباره آنها هم نظر بدهد، و حتی می تواند به محتواهای دیگر که به آن خبر مربوط است، پیوند دهد. همچنین می تواند محتوا یا خبر را بازنشر کند و آن را در شبکه های اجتماعی مختلف به اشتراک بگذارد. اگر در نسل اول وب، یک تولید کننده محتوا، با صدها هزار مصرف کننده محتوا ارتباط برقرار می کرد (ارتباط یک به چند) در وب ۲ هزاران نفر به هزاران نفر مرتبط می شوند (ارتباط چند به چند). برای مثال در فیس بوک یا تویتر، تولید کننده محتوا یک نفر نیست، همه تولید کننده محتوا هستند و همه مصرف کننده آن نیز به شمار می آیند. نظام وب ۲، تعامل چند به چند با یک هسته مرکزی به نام اینترنت است. سازمان های رسانه ای در سال اول رسانه ها به مثابه ظرفی عمل می کردند که تولید کننده محتوا آنها را تغذیه می کرد و محتوای یاد شده از سوی رسانه به مخاطب منتقل می شد. در نسل دوم، نقاشی سازمان هایی رسانه ای در سطح ایجاد کننده یا تسهیل کننده انتقال محتوا است. این رسانه ها تنها ظرفی خالی ایجاد می کنند و وظیفه تأمین محتوا به عهده کاربر است. برای مثال، در سایت فیس بوک هیچ محتوایی تولید نمی شود و تمام محتوا از سوی کاربران آن تولید می شود و در اختیار همه قرار می گیرد.

ص: ۹۵

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

### نمودار ۳۷: مقایسه نحوه تعاملات در وب ۱ و وب ۲

نمودار ۳۷: مقایسه نحوه تعاملات در وب ۱ و وب ۲

از ویژگی های دیگر وب ۲ افزایش سرعت اتصال به اینترنت است که در حقیقت از مقتضیات شرایط جدید این نسل به شمار می آید، ولی مهم ترین ویژگی وب ۲، اجتماعی بودن آن است و وبلاگ های متنوع، از مظاهر این ویژگی در وب ۲ شمرده می شوند.

باید توجه داشت که میان رسانه های اجتماعی و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد. شبکه های اجتماعی، جزئی از انواع گوناگون رسانه های اجتماعی هستند. از رسانه های اجتماعی می توان به وبلاگ ها، میکروبلانگ ها، و سایت های به اشتراک گذاری محتوا مثل ویدئو و عکس اشاره کرد. به این ترتیب، تویتر را نمی توان یک شبکه اجتماعی دانست؛ زیرا در دسته بندی ها، جزو میکروبلانگ ها قرار می گیرد؛ از آن رو که کاربر می تواند محتوای خیلی کوچکی را به واسطه آن به اشتراک بگذراند.

ص: ۹۶

گرچه با ظهور وب ۲ و امکان تعامل فراوان میان تولیدکنندگان و کاربران، بسیاری از محدودیت های وب ۱ برطرف شد، در همین حال، معضل بزرگی نیز به وجود آمد: در این نسل از رسانه، تعداد فراوانی کاربر مشارکت می کنند که به تولید حجم انبوهی از محتوا می انجامد. در چنین وضعی، هنگامی که کاربر با حجم زیادی از محتوا روبه رو شود و نتواند آنها را طبقه بندی کند، نمی تواند از آن بهره برد؛ همچون فردی که از بین هزاران کتاب مورد علاقه اش، نمی تواند یکی را برای مطالعه برگزیند.

### ۳. نسل سوم وب؛ وب ۳

#### اشاره

۳. نسل سوم وب؛ وب ۳

در فرآیند تکامل وب، به مرحله هوشمندسازی اطلاعات و ظهور وب ۳ می رسیم. حجم فراوان اطلاعات و عدم امکان طبقه بندی این اطلاعات در وب ۲، به آن انجامید تا نتوان به عنوان یک کاربر معمولی بهترین بهره را از آن برد. در چنین شرایطی، این فضای مجازی، نیازمند سرورهایی هوشمند است تا بتوان اطلاعات را طبقه بندی و تلخیص شده در اختیار کاربر قرار داد. برای مثال، گرچه الگوریتمی که در گوگل برای شاخص گذاری اطلاعات وب و ارائه نتایج استفاده می شود، بسیار پیچیده است، ولی به دلیل انباشت فراوان اطلاعات و اینکه کاربر نمی تواند به آسانی اطلاعاتی را که دقیقاً مورد نیاز اوست پیدا کند، فن آوری رسانه، وب ۳ را در دستور کار قرار می دهد.

وب معنایی یا وب ۳ نوعی الگوریتم معنایی است که به طور خودکار امکان فهم و برآورده ساختن تقاضای افراد را برای جست و جو در



ص: ۹۷

محتوای وب فراهم می‌سازد. عمدتاً وب معنایی به اطلاعات ساختار نیافته، ساختار می‌بخشد. از این رو، کاربران برای جست و جوی اطلاعات، زمان کمتری صرف خواهند کرد؛ در عین حال که در تولید محتوا مشارکت فراوانی دارند. (۱)

وب ۳ را وب هوشمند می‌نامند؛ زیرا می‌تواند معانی را درک کند. بسیاری وب ۳ را، وب معنایی (۲) می‌دانند؛ چون در این شبکه، طبقه بندی و دسته بندی اطلاعات، پیش از انتقال آنها به کاربر، از سوی ماشین های هوشمند انجام می‌شود.

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

### نمودار ۸: نحوه تعامل در وب ۳

نمودار ۸: نحوه تعامل در وب ۳

وب ۳ بر آن است تا با ارزش گذاری بر اطلاعات، آنها را برای استفاده افراد مختلف در زمان ها و مکان های متفاوت و در شرایط گوناگون، مهیا سازد. انباشت اطلاعات در فضای مجازی سبب شده مفهومی با نام

۱- ۲۰۱۱, it.toolbox.com

۲- Semantic Web.

«اقتصاد توجه در رسانه‌ها» به وجود آید. صاحب‌نظران بر آن اند که در عصر تحولات

شتابان فن آوری های اطلاعات و ارتباط، جذب توجه مخاطبان از طریق رسانهها به سادگی گذشته نیست. «دنیای نو، دنیای چندصدایی است. از دنیای بسته و انحصاری به دور است. خانهها پر از امواج گوناگون شده‌اند. اطلاعات هر روز بیشتر میشود؛ به نحوی وسیعتر توزیع میگردد و انسانها مستغرق در دنیای رسانه‌های و اطلاعات اند. در مقابل، توانایی و ظرفیت مغز آدمیان محدود است. لذا اطلاعات تولیدشده و موجود در محیط باید با گذر از فیلترهای لگاریتمی و در یک رقابت شدید، به صور مختلف به ذهن راه یابد و درک شود. در نتیجه، تنها تولید وسیع و توزیع درست اطلاعات کافی نیست، بلکه جلب توجه انسانها، مد نظر و هدف ارتباطات است. اگر مخاطب توجه نکند یا توجهی سطحی نشان دهد، تمام تلاشها بر باد رفته است. از همین رو، شاخه‌ای در دنیای ارتباطات با نام اقتصاد توجه پدید آمده است که در آن، سخن از شیوه‌ها و فنونی است که میتوان از طریق آن دو دنیای متناهی ذهن آدمیان و نامتناهی اطلاعات را تحلیل کرد و سپس شیوه‌های رسوخ به دنیای ذهن را فراهم کرد.» (۱) از این رو، اکنون مهم ترین دغدغه موجود در رسانه‌ها، جلب توجه بیشتر مخاطبان به منظور سودآوری بیشتر است. این موضوع نیز یکی از دلایل مهم روی آوری به نسل سوم رسانه به شمار می آید.

درباره نام این وب اتفاق نظر وجود ندارد. اگر نسل اول رسانه‌ها لین بک (لمیده به عقب) و نسل دوم لین فوروارد (خمیده به جلو) نامیده

۱- علیاکبر فرهنگی و دیگران، «توجه؛ حکمرانی جدید در اقتصاد رسانه»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۳۸۹، ش ۶۳، ص ۹۶.

ص: ۹۹

می شود، برای نسل سوم، اصطلاح جامپ این (۱) (پريدن به داخل محتوا) پیشنهاد شده است. به عبارتی، زندگی کاربر در اتحاد با رسانه قرار می گیرد. گرچه بسیاری، ظهور نسل چهارم و پنجم رسانه ها را نیز پیش بینی کرده اند.

با مرور کلی می توان سه نسل از وب را چنین توضیح داد که در وب ۱ محتوا تولید می شد و در اختیار مصرف کننده قرار می گرفت. در وب ۲، تولید کننده و مصرف کننده نقش واحدی یافتند و کاربران نیز محتوا تولید کردند و به اشتراک گذاری آن پرداختند. در وب نسل سوم یا وب هوشمند، ماشین هوشمندی طراحی شده که می تواند اطلاعات را دریافت، پردازش و طبقه بندی کند و آنها را متناسب با کاربران خاص در اختیار قرار دهد.

وب ۳، همچنین به استفاده از برخی فن آوری ها روی آورده که کارکرد نظامی و امنیتی داشته اند. سیستم تشخیص صدا و تبدیل آن به متن یا ترجمه آن، از فن آوری هایی است که در وب ۳ استفاده می شود. همچنین تجزیه و تحلیل تصویر یا فهم ماشین از تصویر، که در وب ۲ نیز عملیاتی شده، از دیگر ویژگی های وب ۳ است. اکنون سرور گوگل می تواند در کمتر از چند ثانیه، یک تصویر را تجزیه و تحلیل کند و درباره آن اطلاعاتی ارائه نماید. این موارد از فن آوری هایی است که کاربرد امنیتی نظامی داشته اند و اکنون در فضای مجازی رسانه کاربرد یافته اند.

دیدگاه های مختلفی درباره چگونگی فن آوری های وب ۳ مطرح است. اشمیت، مدیرعامل سابق گوگل در اظهارنظری در این باره گفته است: وب

ص: ۱۰۰

۲ [از نظر اجتماعی بودن] کلمه ای تجاری برای سودآوری بود، ولی می توانم حدس بزنم وب ۳ از نرم افزارها و چیزهایی است که بر اساس استاندارد آژانس طراحی می شود.

به نظر می رسد نرم افزارهای نسل بعدی خدمات و نرم افزارهای تحت وب، به نوعی همگرایی خواهند رسید؛ به گونه ای که محتوای آنها در سرورها قرار می گیرد و از طریق رایانه ها و تلفن های همراه از آن استفاده می شود. احتمالاً نرم افزارهای لازم نیز از طریق شرکت گوگل در اختیار کاربران قرار خواهد گرفت.

در یک تصویر کلی می توان پیش بینی کرد در وب ۳ نرم افزارها هوشمند می شوند و قابلیت درک زبان انسان ها را خواهند داشت. سیر تطوّر زبان های برنامه نویسی از ابتدا تاکنون نشان می دهد این زبان ها در مسیر حرکت خود به تدریج به زبان انسان نزدیک تر شده اند. بنابراین، دور از انتظار نیست اگر در آینده نه چندان دور، ماشین، زبان انسان را بفهمد.

از ویژگی های دیگر نسل سوم وب، این است که ساختار آنها بر اساس نرم افزارهای منبع باز، (۱) طراحی شده است؛ به گونه ای که از قابلیت ارتقا و تغییر کدهای نرم افزاری برخوردارند و دسترسی مستقیم به کدهای آنها فراهم است. وب ۳ احتمالاً منبعی باز، مبتنی بر سکوی اجتماعی خواهد داشت. در این نسل از رسانه یک هویت باز (۲) وجود دارد که بر اساس آن کاربر به راحتی می تواند با حساب کاربری واحد، هویت قابل تعریفی در تمام سایت ها داشته باشد.

---

۱- open source.

۲- open identity.

ص: ۱۰۱

همچنین در وب ۳ کاربر بدون توجه به اینکه عضو کدام سایت اجتماعی است، می تواند هم زمان از ابزار های گوناگونی استفاده کند و خدمات مختلف را دریافت نماید. به عبارتی، نوعی یکپارچگی میان اپراتورهای مختلفی که این خدمات را ارائه می دهند، به وجود می آید؛ به گونه ای که کاربر می تواند عضو فیس بوک باشد، ولی از گوگل پلاس استفاده کند. به این ترتیب، اطلاعات کمتری روی هارد دیسک یا کارت حافظه یا سیم کارت کاربر ذخیره می شود؛ زیرا بیشتر اطلاعات در سرورها قرار گرفته است. کاربر در این فضا می تواند در هر محیطی کار کند و مطمئن باشد که اطلاعاتش در سرورها محفوظ می ماند؛ چون پس از هر فعالیتی در این فضا، اطلاعات به طور خودکار آپلود می شود و در حافظه سرور قرار می گیرد.

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

### نمودار ۹: ۳: تحولات درون شبکه ای از وب ۱ تا وب ۳

نمودار ۹: ۳: تحولات درون شبکه ای از وب ۱ تا وب ۳

ص: ۱۰۲

در جدول ۳۲ تفاوت های وب ۱، ۲ و ۳ مشخص شده است.

### جدول ۳۲. تفاوت های وب ۱، وب ۲ و وب ۳

جدول ۳۲. تفاوت های وب ۱، وب ۲ و وب ۳

عملکرد وب ۳

عملکرد وب ۲

عملکرد وب ۱

هوشمندسازی و معنابخشی

مشارکت (۱)

انتشار (۲)

نمونه برجسته: شبکه های اجتماعی

نمونه برجسته: ویکی پدیا (۳)

نمونه برجسته: دایره المعارف آنلاین بریتانیکا (۴)

تری دی مدیا و سکند لایف

نمونه فراگیر: وبلاگ ها

نمونه فراگیر: وب سایت های شخصی (۵)

ساختاردهی و معناسازی

ویکی ها (۶)

مدیریت محتوا (۷)

برآوردن رضایت کاربر از طریق هوش مصنوعی

برچسب زنی (فردمحوری جمعی) (۸)

سیستم های رده بندی (۹)

الگوریتم معنایی

دریافت مطالب بدون نیاز به بازدید وب سایت (آراس اس) (۱۰)

اتصال و پیوند مطالب (۱۱)

۱- Participation

۲- Wikipedia

۳- Publishing

۴- Britannica Online

۵- personal websites

۶- Wikis

۷- content management

۸- tagging (folksonomy)

۹- taxonomies (directories)

۱۰- Syndication

۱۱- Stickiness

ص: ۱۰۳

## فصل چهارم: نقش رسانه های نوین در تحولات بین المللی

### اشاره

فصل چهارم: نقش رسانه های نوین در تحولات بین المللی

زیر فصل ها

مقدمه

روندهای کنونی جامعه اطلاعاتی و دیپلماسی

انقلاب اطلاعات و دیپلماسی

تأثیر جانبی تحول و انقلاب اطلاعات بر دیپلماسی

مدیریت اطلاعات

امنیتی کردن اطلاعات و سیستم

دیپلماسی سایر (مجازی)

فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی به عنوان تقویت کننده و تعدیل کننده قدرت نرم و سخت در روابط بین الملل

مدیریت روابط بین بازیگران اصلی دیپلماسی

مدیریت وجهه در نظام بین المللی

هیئت های دیپلماتیک مجازی

تأثیر عصر دیجیتال بر هیئت های دیپلماتیک

تحلیل قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک مجازی

ارتباطات میان فرهنگی و رسانه های نوین

نحوه شکل گیری جنبش های اجتماعی و سیاسی در فضای مجازی و نحوه تغییر آنها در طی زمان

جنبش های اجتماعی جدید



فضای مجازی و جنبش های نوین اجتماعی

سازمان های جنبش های اجتماعی و رسانه های نوین

گروه های رادیکال و فضای مجازی



ص: ۱۰۵

## مقدمه

مقدمه

در فصل پیش، درباره دیدگاه‌های گوناگون مرتبط با فضا و محیط رسانه‌ای نوین بحث کردیم. در حقیقت، بدون آگاهی از فضا و محیط رسانه‌های نوین و دیدگاه‌های مختلف درباره آن، بحث از نقش آفرینی رسانه‌های نوین، مشکل و تا حدی ناممکن است. آشنایی با دیدگاه‌های مختلف درباره رسانه‌های نوین و فضای رسانه‌های جدید، چشم انداز و فضایی گسترده برای بررسی و تبیین نقش چنین رسانه‌هایی در ابعاد سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی باز می‌کند.

این فصل با توجه به مباحث فصل پیش، بر نقش رسانه‌های نوین در تحولات بینالمللی متمرکز است. در مرحله نخست، نقش رسانه‌های نوین را در دیپلماسی و روابط بین‌الملل تبیین می‌کنیم و در ادامه، به نقش رسانه‌های نوین در جنبش‌های اجتماعی می‌پردازیم. این دو موضوع، از مهم‌ترین مسائل در تحولات بینالمللی است و توضیح آنها می‌تواند چشم انداز روشنی از نقش رسانه‌های نوین در تحولات بینالمللی ارائه کند. کوشیده ایم تبیین هر دو موضوع، با توجه به تحولات کنونی یا تحولات سال‌های اخیر در جهان صورت گیرد که رسانه‌های نوین در بطن آنها سهم و نقش پررنگی بر عهده داشته‌اند.

## روندهای کنونی جامعه اطلاعاتی و دیپلماسی

روندهای کنونی جامعه اطلاعاتی و دیپلماسی

برای اینکه نقش جامعه اطلاعاتی را در دیپلماسی توضیح دهیم، باید ابتدا تعریفی از دیپلماسی ارائه کنیم. «دیپلماسی، شیوه‌های برای تنظیم و رسیدن به اهداف سیاست خارجی است. در این زمینه، کار اصلی دیپلمات‌ها، ارائه اطلاعات و مذاکره است.» (۱) برای اینکه دیپلمات‌ها اطلاعاتی را ارائه کنند، باید ابتدا اطلاعات گرد آوری شود. دیپلماسی به شدت به روش‌های مختلف ارتباطی و اطلاعاتی وابسته است و هرگونه پیشرفتی در ارتباطات یا هر نوع پیشرفت در فن آوری که ارتباطات را تقویت و بهتر می‌کند، بی‌گمان بر دیپلماسی اثر می‌گذارد. بنابراین، برای فهم تحول دیپلماسی و روابط بین‌الملل در دنیای کنونی، باید روند تحولات را در جامعه اطلاعاتی توضیح دهیم.

هنگامی که تلگراف در دنیای دیپلماسی به کار گرفته شد، دیپلماسی تحولی مفهومی یافت؛ به طوری که دیپلمات‌ها، امکان دریافت و فرستادن اطلاعات را به شکل خلاصه و با هزینه کمتر به دست آوردند. ظهور تلفن، ارتباطات را به شکل دیالوگ صدا و پیوسته امکان پذیر ساخت. کشتی‌های بخار دریایی، جایگزین کشتی‌های بادی، و قطار جایگزین اسب‌های حمل‌کننده پیام شدند. سپس، هواپیما ابداع شد و به شدت زمان سفر و ارتباط را کوتاه کرد. چنین تحولاتی، امکان سفر به نقاط خیلی دور را در زمانی خیلی کوتاه فراهم ساخت و این مسئله، سبب افزایش سفر دیپلمات‌ها و اجازه فعالیت بیشتر در عرصه دیپلماسی شد و تأثیر بسیار چشم‌گیری بر مذاکرات داشت. (۲) در طی دهه‌های

۱- Nikos christodolides, the internet diplomacy, american, ۶, ۲۰۰۵

۲- Eytan Gilboa, Global communication and foreign policy, Journal of Communication, -

۷۴۸-۷۳۱, pp ۵۲(۴), ۲۰۰۲.

ص: ۱۰۷

گذشته، تحولات در عرصه فن آوری بسیار چشم گیر بوده و پیشرفت های عرصه فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی، به تحول اطلاعات انجامیده است. به واقع، جهان شاهد تحولات و نوآوری های بزرگ تری در عرصه دیجیتال بوده است و ما اکنون در عصر دیجیتال زندگی میکنیم. تولید و ایجاد ریزپردازنده ها بر بسیاری از حوزه ها اثر گذاشته و امروزه با تعداد بسیار زیادی از ابزارها و فن آوری های همه جا حاضر، روبه رو هستیم که بر عرصه روابط بینالملل و دیپلماسی اثر فراوانی گذاشته است.

ذخیره اطلاعات به شکل دیجیتال، ویژگی مهمی است که باید در عصر کنونی بدان توجه کرد و نتایج مختلفی در همه ابعاد سیاسی، اقتصادی و اجتماعی جوامع داشته است. رایانه های شبکه ای، ویژگی های اطلاعات ذخیره شده دیجیتالی را تکمیل می کنند تا اجازه انتقال سریع و روزافزون اطلاعات را از طریق شبکه های خصوصی (با دسترسی محدود) یا شبکه های عمومی مثل اینترنت بدهد. (۱)

هرچند مفهوم اینترنت به دهه ۱۹۶۹ برمی گردد، در دهه ۱۹۹۰ بود که اینترنت شهرت یافت و هم زمان با دیگر فن آوری های نوین ناشی از ریزپردازنده ها، تحول و انقلاب اطلاعات را پایه ریزی کرد. پایه اصلی تحول اطلاعات، شبکه جهانی وب بود. توانایی انتقال متن و تصویر به طور هم زمان از طریق اینترنت، دستاورد بی نظیر و چشم گیری بود که نقش مؤثری در جلب توجه تجارت و عموم داشت. همچنین، سیستم فرامتن، (۲) اطلاعات و ارتباط و پیوند آنها را بدون در نظر گرفتن محل شان برقرار کرد.

Andrew Chadwick, Internet politics: States, citizens, and new communication – ۱  
technologies, Oxford University Press, ۲۰۰۶  
–۲ Hypertext

ص: ۱۰۸

در حقیقت، ایده وب گسترده جهانی، از سوی تیم برنرزی در سال ۱۹۸۹ مفهوم سازی شد و توسعه یافت. پس از آن، وب، نماد اصلی پیشرفت فن آوری گردید و بر توسعه فرهنگی، تمرکززدایی از اطلاعات و جامعه اطلاعاتی اثر گذاشت که اکنون می بینیم. تا اواخر سال ۲۰۱۱، دسترسی اینترنت در سراسر جهان به بیش از دو میلیارد و دویست میلیون نفر رسید و هر روز بر تعداد کاربران اینترنت از نقاط مختلف جهان افزوده می شود.

در گذشته، ملت ها از طریق بازرگانان و فرستاده های آنها با یکدیگر ارتباط برقرار می کردند، ولی اکنون از طریق فیبر نوری، ماهواره ها، سیم ها و کابل در یک شبکه پیچیده و بدون کنترل مرکزی شبکه و در یک محیط رسانه ای نوین و همگرا با همدیگر ارتباط برقرار می کنند. جریانهای اطلاعات از مسیر خطی یک سویه به مسیرهای چندگانه پایگاه های رسانه ای تحول یافته اند که امکان ارتباطات مستقیم، دسترسی بیشتر به اطلاعات، اشتراک اطلاعات و توسعه بیشتر و بهتر را فراهم می کند. به واقع، وب از وضعیت ایستای وب ۱ که صرفاً یک خبردهنده بود، به وضعیت پویای وب ۲ رسید و با تعاملات و تبدلات به نسل بعدی، وب ۳ که دارای دریافت های عاطفی و حسی است، تبدیل شده است.

وب، رسانه های ارتباطی سنتی مثل تلویزیون، رادیو، روزنامه ها و تلفن را همگرا و به یک رسانه به نام اینترنت تبدیل کرد که منبع اصلی اطلاعات و ارتباطات در جهان شد. اشتراک گذاری فایل (ایمیل، کنفرانس ویدئویی، شبکه اجتماعی، انتقال اطلاعات بصری و صوتی و پادکست ها) ارائه ساده اطلاعات را به شکل پیچیدهتر تعاملی، کارآمد و سریع تحول داده است. (۱) نتایج تحقیقات در سال ۲۰۰۹ در امریکا نشان داد که یک امریکایی به طور متوسط

ص: ۱۰۹

سیزده ساعت در هفته به جز ساعتهای فرستادن ایمیل، آنلاین است و مشغول وبلاگ نویسی، فعالیت در تویتر، فعالیت در سایت های شبکه های اجتماعی یا دنیای مجازی، دانلود و آپلود کردن اسناد و فیلم ها، اشتراک گذاری عکس ها، گشت و گذار اینترنتی، گرفتن برنامه های یادگیری الکترونیک یا خرید اینترنتی است. (۱) این اعداد هر سال افزایش می یابد و نشان دهنده علاقه روزافزون به ارتباطات، تعامل و دسترسی به اطلاعات میان عموم است.

در حقیقت، عصر دیجیتال، شهروندان را قدرتمند ساخته تا پیوندهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی خویش را به طور مستمر ارزیابی کنند. به علاوه، ارتباطات تجاری و رسمی و تبادلات به طور گسترده با استفاده از فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی در عصری انجام می گیرد که هر چیز سنتی با نوع جدید آن جایگزین می شود. دولت ها نیز به طور مشتاقانه اطلاعات را در حوزه عمومی به کار می گیرند و برای شهروندان، خدمات عمومی را به شکل آنلاین فراهم می کنند. (۲) از این رو، رشد فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی و در نتیجه، تحول و انقلاب اطلاعات بر رابطه دولت با عموم و شهروندان، شهروندان با دولت، و دولت ها با یکدیگر و دیپلماسی و روابط بین الملل اثر گذاشته است.

## انقلاب اطلاعات و دیپلماسی

انقلاب اطلاعات و دیپلماسی

تحولات در عرصه فن آوری ها و رسانه های نوین، موجب بازاندیشی در سیاست خارجی کشورها در عرصه بین المللی شده تا بتوانند ارتباط

Lance Whitney, Average Net user now online ۱۳ hours per week, December ۲۳, ۲۰۰۹, -۱  
(http://news.cnet.com/۸۳۰۱-۱۰۲۳\_۳-۱۰۴۲۱۰۱۶-۹۳.html (accessed March ۳۱, ۲۰۱۲).

Sarah Oates, and Rachel K. Gibson, The Internet and politics: citizens, voters and - ۲  
activists, New York: Routledge, ۲۰۰۶.

ص: ۱۱۰

خود را با تحول روابط بین الملل حفظ کنند. همه این دگرگونی‌ها با اینترنت پدیدار گشته و اینترنت، نیروی مهمی برای دیپلماسی مدرن شده است.

ابزارهای ارتباطی جدید، جریان رایگان محتوا و اطلاعات را فراهم ساخت. در نتیجه این تحولات، اطلاعات دیگر به مقامات رسمی دولتی محدود نشد و دسترسی عموم به بسیاری از اطلاعات میسر گردید. این امر به تضعیف انحصار اطلاعات از سوی دولت‌ها انجامید. در چنین شرایطی، ویژگی پنهانی دیپلماسی به طور گسترده کاهش یافت و یک ویژگی جدید شکل گرفت: شفافیت. شفافیت در روابط رسمی و خارجی و ارتباط با بخش خصوصی و عموم بیش از هر زمان دیگر، در نتیجه تحول اطلاعات پدید آمد. اطلاعات و اخبار به سرعت در محدوده جهانی و سریع قابل دسترس شد. در چنین حالتی، عموم می‌توانند در دیپلماسی، مشارکت و دخالت کنند. فعالیت و مشارکت رسانه‌ها و عموم به شکل خاصی از دیپلماسی موسوم به «دیپلماسی عمومی» انجامیده است. (۱)

تحول و انقلاب اطلاعات به طور پیوسته دیپلماسی عمومی را در مرکز دیپلماسی قرار داده است. دیپلماسی عمومی برای جلب حمایت عموم و نهادها، یعنی اشتراک آزادی‌ها و ارزش‌ها، تبادل ایده‌ها و تجربه‌هاست. دیپلمات‌ها باید در هر سطحی به افکار عمومی توجه داشته باشند و در جهت رضایت آنها بکوشند. اکنون عموم، آزادی بیشتری برای اعمال فشار بر تصمیم‌های دولت‌ها، به ویژه بر تصمیم‌های

---

Robert M Entman, "Theorizing mediated public diplomacy: The US case," The - ۱  
International Journal of Press/Politics, ۱۳(۲), pp ۸۷-۱۰۲



راجع به تعهدات بین‌المللی یا منافع ملی دارند و در برخی از مواقع، اعمال فشار سبب فشار زیاد به دولت‌ها می‌شود. (۱)

تحول اطلاعات به نهادها و سازمان‌های مردم‌بنیاد موجود و جدید، اجازه گسترش جهانی از طریق شبکه‌های فراملی را داده و اعتبار و نفوذ زیادی برای آنها به ارمغان آورده است. مجموعه‌های مستقل بسیاری در کشورهای مختلف، توانایی اشتراک عقاید درباره موضوعات خاص و فعالیت در روابط بین‌دولت‌ها را پیدا کرده‌اند. فعالیت کنشگران غیردولتی مثل شرکت‌ها، سازمان‌های غیردولتی، گروه‌های دارای منافع ویژه، جنبش‌های اجتماعی و حتی شهروندان خصوصی در امور دولت، به طور پیوسته در حال افزایش است و این عمل، دیپلماسی دولتی و سنتی را به تحلیل برده است. قابلیت دسترسی بیشتر به فن‌آوری ارتباطات، توانایی کنشگران غیردولتی و مردم را در دسترسی به افراد بیشتر فراتر از مرزها تقویت می‌کند و این فرآیند، کنترل و مدیریت امور خارجی را برای دیپلمات‌ها مشکل می‌سازد؛ زیرا آنها باید افزون بر مذاکره با سازمان‌های بین‌المللی و دیپلمات‌های دیگر کشورها، به کنش‌ها و مواضع فعالان غیردولتی نیز توجه کنند.

تحول اطلاعات و رشد فن‌آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید، عملاً اطلاعات را به منبع قدرت و نفوذ ملی تبدیل کرده است. اکنون، قدرت بین‌المللی بر حسب دسترسی به زیرساخت‌های ارتباطات جهانی و قدرت فن‌آوری و اطلاعاتی کشورها ارزیابی می‌شود. قدرت نظامی و

---

Jan Melissen, "The new public diplomacy," *Soft Power in International Relations*, New York: Palgrave Macmillan, ۲۰۰۵

مالی با قدرت نرم جایگزین شده است. «قدرت نرم، توانایی به دست آوردن نتایج مطلوب در امور بین الملل از طریق اقناع و رضایت است؛ متقاعد کردن دیگران در تبعیت، موافقت با هنجارها و نهادهایی است که رفتار مطلوب را تولید می کنند. محیط ارتباطی جدید با تأکید بر اطلاعات و دانش، بیشتر وابسته به قدرت نرم است. در واقع، فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی جدید برای قدرت نرم مهم هستند و دسترسی مستقیم به کنشگران زیادی را امکان پذیر می سازند»<sup>(۱)</sup>.

شبکه های جهانی و اینترنت در حال تحول ارزش ها، هویت ها و اعمال اجتماعی هستند. فن آوری های جدید، تجارت، مهاجرت و جریان سرمایه را تسریع بخشیده و موجب ادغام اقتصاد جهانی شده است. این پدیده، «جهانی شدن» نام گرفته و به طور مستقیم به دیپلماسی مربوط است؛ زیرا بر ماهیت روابط بین الملل اثر می گذارد. در چنین شرایطی، استانداردهای عمومی، پدید آمده، تبادل اطلاعات، تسریع بخشیده شده و فضایی برای همکاری بیشتر بین المللی فراهم آمده است. تعداد جلسات بین المللی افزایش یافته و بخشی از وظایف و کارهای روزانه دیپلماتیک شده است.<sup>(۲)</sup>

رشد و تحول زیرساخت های اطلاعاتی و ظهور فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی جدید و فضای مجازی، نه تنها تعامل دیپلمات ها را در سطح ملی و دولتی ممکن کرده و تسریع بخشیده، بلکه ارتباط و تعامل را در همه سطوح امکان پذیر ساخته است. چنین تعاملی در سطحی دیگر، ماهیت دیپلماسی را تغییر داده است. به طور کلی، تحول و انقلاب

۱- Todd Martin, "Virtual Diplomacy," A Student Journal of International Affairs, ۲۰۰۱

۲- T. becker, c. slaton, the future of teledemocracy, Westport,ct: praeger, ۲۰۰۰

اطلاعات این امکان را فراهم کرده تا موتور قدرتمندی در ایجاد دگرگونی‌ها در عرصه امور خارجه شوند.

### تأثیر جانبی تحول و انقلاب اطلاعات بر دیپلماسی

تأثیر جانبی تحول و انقلاب اطلاعات بر دیپلماسی

تحول اطلاعات، یک ویژگی اصلی جدید در دیپلماسی پدید آورده است: پدیده سرعت. جهان، پرآشوب و ناآرام شده و گاهی واکنش‌ها و تصمیم‌گیری‌های دیپلماتیک باید در عرض چند ثانیه انجام شود. رسانه‌های جهانی، اخبار را از سرزمین‌های دور به سرعت و به مجرد بیان تصمیمات دیپلماتیک از سوی دیپلمات‌ها ارائه می‌کنند. دیپلمات‌ها تحت فشار پیوسته برای تصمیم‌گیری سریع هستند. با وجود این، صرف نظر از اینکه تصمیم سریع صورت گرفته یا نه، ممکن است تأثیر جانبی داشته باشد.

اگر تصمیم‌گیری‌ها خیلی سریع‌تر انجام بگیرد، در آن صورت، دیپلمات‌ها ممکن است در فرآیند تصمیم‌گیری، عجولانه عمل کنند و برخی اطلاعات و حقایق مهم را هنگام ارزیابی و قضاوت از دست بدهند. در نتیجه تحول اطلاعات و فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، دولت‌ها و حکومت‌ها نمی‌توانند کاملاً به منابع رسمی اطلاعات بسنده کنند، بلکه باید رسانه‌های خبری و منابع مختلف اینترنتی را پایش نمایند. دیپلمات‌ها باید مجموعه اطلاعات غنی، پویا و جدید را کسب و ارزیابی کنند. برای تصمیم‌های خوب باید ایده‌های خوب داشته باشند و به همه منابع اطلاعاتی توجه نمایند. تصمیم‌گیری‌های دیپلماتیک، تأثیر گسترده‌ای بر آینده یک کشور یا یک منطقه دارد و هرگونه تصمیم‌گیری مبتنی بر سرعت زیاد، پی‌آمدهای گسترده‌ای خواهد داشت. هر چند در موقعیت‌های خاص، دولت‌ها باید

با دیگر دولت‌ها مشورت کنند و این مستلزم زمان طولانی برای تصمیم‌گیری است. (۱)

از سوی دیگر، در عصر تحول اطلاعات و ارتباطات، به دلیل پخش فوری اخبار و اطلاعات و نقش کنشگران گوناگون در عرصه تصمیم‌گیری بین‌المللی، پاسخ و واکنش سریع نیازمند است و عدم پاسخ‌گویی سریع و موضع‌گیری در روابط بین‌الملل امروز، به شکست در عرصه فعالیت و بازیگری بین‌المللی می‌انجامد؛ زیرا به محض حادث شدن یک رویداد، عموم مردم، انتظار پاسخ و موضع سریع و منطقی دارند و هرگونه تأخیر در ارائه پاسخ در محدوده زمانی منطقی، ممکن است به ناامیدی و عدم پایداری و از دست دادن اعتماد به دولت یا حکومت بینجامد و در سطحی دیگر، عموم برای مرتفع ساختن نیاز خبری خویش، به منابعی مراجعه می‌کنند که شاید در تضاد کلی با منافع عموم و دولت باشد.

گیلبوآ (۲۰۰۲) چنین شرایطی را این‌گونه شرح می‌دهد:

اگر کارشناس مسائل سیاسی، مأموران اطلاعاتی و دیپلمات‌ها، تحلیل سریعی بر اساس اطلاعات ناقص و فشار زمانی شدید انجام دهند، ممکن است پیشنهادهای سیاسی بدی ارائه کنند. برعکس، اگر زمان لازم برای تأیید و ادغام و یکپارچه کردن اطلاعات و ایده‌ها از منابع مختلف داشته باشند تا گزارش‌ها و پیشنهادهای قابل اعتماد عمیقی تولید کنند، در صورت تصمیم‌گیری سریع تصمیم‌گیران سیاسی در پاسخ به چالش‌ها و

Monroe E Price, Media and sovereignty: The global information revolution and its. –۱  
challenge to state power, MIT Press, ۲۰۰۴

فشارهای پوشش رسانه ای جهانی، در آن صورت درمیابند که تلاش شان بیهوده و بی تأثیر بوده است.

جدا از مسئله سرعت در پاسخ گویی، تأثیر جانبی دیگر، افزایش خطر سوء برداشت است. با فشار پیوسته بر دیپلمات ها در دیپلماسی عمومی، اطلاعاتی که پیش تر هدف شان دیپلمات ها بوده، اکنون تا حدی در دسترس جامعه غیردیپلمات نیز قرار گرفته است. این مسئله، مشکلاتی برای افرادی که آشنایی چندانی با مفاهیم، اصطلاحات و اعمال دیپلماتیک دارند، به وجود می آورد و سبب سوء برداشت یا برداشت نادرست از کنش و اطلاعات اعلامی آنها می شود. بنابراین، در جوامع کنونی، دیپلمات ها باید مهارت های جدیدی برای پاسخ گویی به بازخوردها برای اقناع اجتماع عمومی داشته باشند؛ زیرا سوء تفسیر اطلاعات ممکن است تأثیرات جدی داشته باشد و اختلاف ها را در همه سطوح داخلی و خارجی موجب شود. (۱)

جامعه دیپلماتیک باید به ارتباط با عموم و افکار عمومی بیشتر توجه کند؛ زیرا با توجه به شرایط خاص امروز در مقایسه با قبل، دیپلمات ها بیشتر در معرض توجه قرار میگیرند. به علاوه، افزون بر منابع مخالف و چالش برانگیز دیپلماتیک که دیپلمات ها بیشتر مورد بررسی و توجه قرار می دهند، رصد و انتقاد از دیپلمات ها از سوی رسانه ها، عموم و سازمانهای غیردولتی افزایش یافته است.

از سوی دیگر، تحول اطلاعات، تأثیرات جانبی بر دیپلماسی داشته است. ماهیت دیپلماسی برای حذف محدودیت های زمانی و مکانی

Wilson P Dizard, Digital diplomacy: US foreign policy in the information age, New York: -۱

.Praeger, ۲۰۰۱, p ۲۸

فرآیند دیپلماتیک عمومی، تحت فشار تغییر و تحولات است؛ به گونه ای که گاهی شیوه‌های رسمی و جاافتاده گذشته و واکنش دیپلمات‌ها را به هم میریزد و شکل نوینی به آن می بخشد. در این شرایط، دیپلمات و گروه دیپلماتیکی موفق عمل میکند که بتواند از این شرایط استفاده بهینه بکند و بتواند خود را با این دگرگونی‌ها تطبیق دهد.

گاه بحرانهای منطقهای و بینالمللی پدید می آید که کشورهای بیشتری را درگیر میکند. اطلاعات درباره توقف چنین بحرانهایی، ساعت‌ها و روزها وقت مقامات رسمی دولتی را می گیرد و رسانه‌ها آن را انتشار می دهند. اما آنچه اکنون اتفاق افتاده و باید به آن توجه کرد، علاوه بر رادیو و تلویزیون و روزنامه‌های رسمی، اطلاعات از طریق اینترنت در زمان واقعی روی دادن اتفاق است. گاهی افراد بومی و نزدیک به حوادث بحرانی، اطلاعات بیشتری از رسانه‌های رسمی از طریق فضای مجازی فراهم میکنند یا اطلاعات مربوط را به رسانه‌های جریان اصلی میفروشند و هر رسانه‌های بیشتر به این اطلاعات دسترسی پیدا کند، یک امتیاز به دست آورده است. همچنین برای تصمیم‌گیران سیاسی، اشاعه فوری اطلاعات درباره حوادث نزدیک یا دور، حکم امتیاز را دارد و در عین حال، گاه مخرب نیز به شمار می آید.

### نقش فضای مجازی در دیپلماسی

بیش تر مطرح کردیم که روابط بین الملل و دیپلماسی همواره تحت تأثیر فن آوری بوده است. اما فضای مجازی به همراه دیگر فن آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، تأثیر زیادی بر دیپلماسی و روابط بین الملل گذاشته

ص: ۱۱۷

است. در حقیقت، اینترنت و فن آوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، توانایی افراد را برای ارتباط یک به یک، به ارتباط یک به چند، و چند به چند امکان پذیر کرده و از این رو، مجموعه جدیدی از فرصت ها و چالش ها برای جهان در عرصه دیپلماسی و روابط بین الملل پدید آورده است. برخلاف دیگر فن آوری ما و رسانه های اثرگذار در روابط بین الملل، دگرگونیهایی ته انضای مجازی بر همه سطوح این عرصه گذاشته، سریعتر و عمیق تر بوده است. بی گمان اینترنت به عنوان چارچوبی در اشاعه اطلاعات در تحول و انقلاب اطلاعات عمل کرده و با ارتباط های متنی، صوتی و تصویری به شیوه های گوناگون، مسائل مختلفی را به یکدیگر پیوند داده و یکی نموده است. همچنین فضای مجازی، این امکان را فراهم آورده که برخی از وظایف مهم دیپلماتیک در کنسولگری ها یا دیگر وظایف اجرایی به شیوه آنلاین اجرا شوند. به واقع، فضای مجازی توانسته موقعیت کشورها را در موضوعات مختلف افزایش دهد و ایده و نگرش آن کشور را در مسائل مختلف و در ابعاد گوناگون در محدوده جهانی ترویج نماید و در ایجاد تصویر مثبت از کشورها نقش مهمی ایفا کند.<sup>(۱)</sup>

تأثیر فضای مجازی بر روابط بین الملل، تاکنون نشان داده که فضای مجازی اثرهای زیر را بر روابط بین الملل و دیپلماسی گذاشته است:

• تعداد صداها و علایق در گیر در سیاست گذاری بین المللی،

---

Gordon Smith, and Allen Sutherland, "The new diplomacy: Real-time implications and applications," Canadian Foreign Policy Journal, ۲۰۰۲, ۱۰ (۱) pp. ۴۱-۵۶. Tim Stevens, "A cyberwar of ideas? Detenence and norms in cyberspace." Contemporary Security Policy, ۲۰۱۲, ۳۳ (۱), pp ۱۴۸-۱۷۰.

پیچیدگی تصمیم‌گیری بین‌المللی و کاهش کنترل فراگیر دولت‌ها را در فرآیند افزایش داده و آن را گسترده کرده است.

اشاعه اطلاعات (درست یا نادرست) درباره هر موضوع یا رویداد را تسریع می‌بخشد یا آزاد می‌کند که می‌تواند بر نتایج، عواقب و دستکاری اثر بگذارد. پس این امکان را فراهم می‌کند که سرویس‌ها و خدمات دیپلماتیک سنتی، سریع‌تر و با هزینه کمتر و به طور مؤثر برای شهروندان یا دولت یک کشور یا شهروندان دیگر کشورها ارائه شود.

● مهم‌ترین نیاز هر دیپلمات، آگاهی از رویدادها و تحولات در کشور خود و تحولات بین‌المللی است. اینترنت این امکان را برای دیپلمات‌ها با سرعت زیاد و با هزینه کمتری فراهم می‌کند. دیپلمات‌ها - منابع آنلاین، مثل روزنامه‌های محلی و بین‌المللی، خبرگزاری‌ها، نهادهای بین‌المللی، مراکز سیاسی، اتاق‌های فکر، انجمن‌ها و دیگر منابع مهم مثل اسناد، قوانین، مقررات و آرشیو‌ها دسترسی پیدا کرده‌اند. فضایی مجازی، دیپلمات‌ها را در هر زمان درباره بسیاری از مسائل و موضوع‌ها به روز نگه می‌دارد و موجب می‌شود آنها تحلیل‌های عمیق‌تر و بهتری در بازه زمانی کوتاه‌تر ارائه دهند که نیاز امروز جامعه دیپلماتیک است.

● فضای مجازی، امکاناتی برای دیپلمات‌ها پدید می‌آورد تا در تماس و ارتباط پیوسته با دست‌اندرکاران امور خارجه کشور خود و با همکاران و هم‌پیمانان در دیگر کشورها باشند و بازخورد فوری به دست بیاورند. چنین امکانی، همکاری در تصمیم‌گیری را افزایش می‌دهد و به کشش و واکنش سریع کمک می‌کند. از سوی دیگر، ایمیل به عنوان یکی از ابزارهای ارتباطی مهم در فضای مجازی، ارتباط و انتقال اطلاعات به



طیف گسترده‌ای از افراد و سازمان‌ها در مدت کوتاه و استفاده و مدیریت آسان آن، نقش مهمی برای دیپلمات‌ها در مذاکرات دارد. صرف نظر از تبادل اطلاعات از راه ایمیل یا دیگر ابزارهای نوین ارتباطی، اینترنت به عنوان پایگاهی برای انتقال دانش عمل می‌کند. دیپلمات‌ها، فعالیتهای علمی و برنامه‌های آموزشی را از طریق استفاده از اینترنت پیگیری می‌کنند. برخلاف روندهای کنونی دیپلماسی، در عصر دیجیتال، به روز بودن پیوسته دیپلمات‌ها اهمیت فراوانی دارد. ماهیت یادگیری سنتی، چارچوبی ارائه نمی‌کند که انعطاف‌پذیر و پویا برای نیاز آموزشی امروز دیپلمات‌ها باشد. بنابراین، فضای مجازی، سازوکارها و راه‌های بسیار مؤثری برای یادگیری طولانی مدت با طیفی از فعالیت‌های مختلف و همه روزه دیپلمات‌ها ارائه می‌کند. همچنین، یادگیری متصل و ترکیبی (ترکیبی از اعمال سنتی و الکترونیک یادگیری) را امکان‌پذیر می‌سازد. (۱) پیشتر گفتیم که امروزه جامعه دیپلمات‌ها با چالش‌های بسیاری روبه‌رو هستند که نیازمند مهارت‌های حرفه‌ای و به روز است. یادگیری این مهارت‌ها، نیازمند ترک محل خدمت در کشور دیگر است که افزون بر تحمیل هزینه‌های فراوان و وقت‌گیر بودن، آسیب‌های جبران‌ناپذیری به روابط دو کشور دارای روابط دیپلماتیک می‌زند. بنابراین، جامعه آموزشی باید شرایطی برای آموزش دیپلمات‌ها بدون ترک محل - خدمت فراهم کند. چنین شرایطی تنها با استفاده از فن‌آوری‌های نوین و فضای مجازی امکان‌پذیر است. رسانه‌های نوین و فضای مجازی، امکان انتقال اطلاعات را به شکل امن و کارآمد و با

---

۱ - Rose Gottemoeller, From Telegraph to Twitter Ams. Control Diplomacy in the Information Age, Mission of the United States in Geneva Switzerland ۲۰۱۲.

ص: ۱۲۰

هزینه کمتر فراهم می‌کند. در نتیجه، فناوری می‌تواند برای توزیع مواد آموزشی و دسترسی نامحدود اطلاعات به شکل‌ها و قالب‌های مختلف تعاملی و پویا به دیپلمات‌ها استفاده شود. ماهیت یادگیری الکترونیکی به دیپلمات‌ها اجازه می‌دهد حوزه‌های مورد علاقه و ضروری خویش را از طریق فرامتن در جهان وب جست و جو کنند. (۱)

یکی از مهم‌ترین نهادها در زمینه آموزش دیپلماتیک با استفاده از فن آوری‌های نوین و فضای مجازی، بنیاد دیپلماسی (۲) است. بنیاد دیپلماسی، وجهه‌ای علمی و دانشگاهی دارد و در زمینه امور تحقیقاتی و پژوهشی درباره دیپلماسی و با موضوعات جدیدی همچون نقاشی و استفاده از فن آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در دیپلماسی فعالیت می‌کند. در واقع، این بنیاد، سازمانی علمی است که محققان، سخنرانان، مدرسان و دانشجویانی از سراسر جهان در آن فعالیت دارند. بنیاد دیپلماسی، سازمانی غیرانتفاعی است که از طریق آموزش و برنامه‌های تعلیمی، تحقیقات توسعه فن آوری اطلاعات و ارتباطات برای فعالیت‌های دیپلماتیک، به تمام کشورهای جهان، و از جمله کشورهای که منابع انسانی و مالی محدودتری دارند، کمک می‌کند تا در امور بین‌المللی مشارکت ورزند. این سازمان، در سال ۱۹۹۳ از پروژه‌ای در آکادمی مدیریتانه‌ای مطالعات دیپلماتیک در مالت و برای معرفی ابزارهای کاربردی فن آوری اطلاعات برای دیپلماسی رشد نمود و در نوامبر سال ۲۰۰۲ از سوی دولت‌های مالت و سوئیس به بنیادی مستقل تبدیل شد.

- 
- ۱- Stefano Baldi et al. Online learning for professionals in full time work: a guide to what works and what does not. DiploFoundation, ۲۰۰۳
- ۲- DiploFoundation www.diplomacy.edu

ص: ۱۲۱

یکی از موضوع های مطرح شده در پایگاه اینترنتی بنیاد دیپلماسی، سفارت خانه مجازی است. این سایت مفهوم سفارت خانه مجازی را معرفی کرده است. روابط دیپلماتیک میان دو کشور، نه بر پایه سفیر مقیم و سفارت خانه فیزیکی، بلکه از طریق اینترنت هدایت میشود و سفیر در کشور خود باقی می ماند. این سایت معتقد است سفارت خانه های مجازی ممکن است به کشورهای کوچک و کشورهای با منابع مالی و انسانی محدود، فرصت افزایش و بهبود نمایندگی های خارجی خود را بدهد. دولت امریکا نیز که از اوایل انقلاب اسلامی و در پی قطع روابط با جمهوری اسلامی ایران در کشورمان سفارت خانه ای ندارد. در اواخر سال ۱۳۹۰ سفارت مجازی خود را در ایران راه اندازی کرد. در سایت این سفارت خانه مجازی، هدف از افتتاح این سایت چنین اعلام شد: این تارنمایک هیأت رسمی دیپلماتیک نیست. یا یک سفارت واقعی ایالات متحده را که به دولت ایران معرفی شده باشند. نمایندگی نمی کند. اما در غیبت روابط مستقیم، می تواند به عنوان یک پل رابط میان مردم امریکا و مردم ایران عمل کند. همان گونه که پرزیدنت اوباما در اوایل سال جاری اعلام داشت و کلینتون، وزیر امور خارجه در مصاحبه های اخیر خود با صدای آمریکا و بی بی سی تأکید کرد: شما - جوانان ایران - هم حامل عظمت کهنسال تمدن ایرانی هستید و هم از قدرت شکل دادن به کشوری که پاسخ گوی آرمان های شما باشد، برخوردارید. استعداد، امیدها و گزینش های شما به آینده ایران، شکل و به روشنایی بخشیدن به جهان یاری خواهد داد. و هرچند زمانه ممکن است تیره جلوه کند، میل دارم بدانید که من با شما هستم. با چنین روحیه ای است

که ما سفارت مجازی تهران را راه انداخته است. این نمایندگی ما نزد مردم ایران است. این مکان برای شما ایجاد شده است. امیدواریم لحظه ای در آن درنگ کنید. (۱)

از سوی دیگر، فضای مجازی، نه تنها تغییرات شکل را در روابط بین الملل و دیپلماسی ارائه می کند، بلکه برخی دگرگونی های مفهومی را هم موجب میشود. با توجه به افزایش کنشگری در عرصه سیاست داخلی و خارجی با فضای مجازی و درگیری آنها در فرآیندهای سیاسی و دیپلماتیک، دولت اما مجبور خواهند بود در آینده، مسئولیت بیشتری بر عهده بگیرند. به عبارت دیگر، اگر دولت ها خواهان ایفای نقش مؤثر در روابط بین الملل و دیپلماسی هستند، باید از فرصتهای فضای مجازی، بیشترین استفاده را برند و در غیر این صورت، ظرفیت های چنین فضایی به دلیل افزایش روزافزون استفاده عموم و انجمن ها و بنیادهای مردم نهاد از این فضا، تبدیل به تهدید خواهد بود، زیرا فضای مجازی، گروه هایی را که دارای منافع و ایده های مشترک هستند، به طور مؤثر به همدیگر پیوند می زند و صدای آنها را جهانی و در عین حال قدرتمند می سازد. ریچارد گرانت، دیپلمات نیوزیلندی این فرآیند را به عنوان «دموکراتیزه کردن دیپلماسی» (۲) می داند و بیان می کند: دیپلماسی، دموکراتیک شده است. فضای مجازی و رسانه های نوین به بیشتر مردم اجازه ایفای نقش، افزایش میزان بازیگری با بازنمایی بیشتر را داده و هر روز، قواعد را تغییر می دهد. (۳)

این فرایند خود را در سه روش نشان می دهد:

۱- <http://persianiran.usembassy.gov>

۲- democratization of diplomacy

۳- August Egrant and Wilkinson jeffiey, understanding media convergence: the state

.offield, oxford university press, USA, ۲۰۰۸

ص: ۱۲۳

۰ افزایش و تنوع بخشی کنشگران،

۰ رشد افزایشی همکاری :

۰ قطبی شدن بین آنها(۱)

افزایش کنشگران، یک مسئله جهانی رایج است. اینترنت این تغییر را ایجاد نکرده، بلکه ظرفیت کنشگران غیردولتی را در مشارکت تقویت نموده است. یک پویش مبارزه با فقر(۲) در سال ۲۰۰۵ از اینترنت برای ائتلاف و همبستگی گروه های مختلف (و تعدادی ستارگان موسیقی) برای مقابله با فقر جهانی دعوت کرد و این ائتلاف به سرعت شکل گرفت و اجلاس هشت کشور صنعتی را در گلنیگلس(۳) اسکاتلند ترغیب کرد پیشنهادهایی عملیاتی برای افزایش کمک به کشورهای فقیرتر مطرح سازد. نتیجه نه تنها در کانالهای دولتی، بلکه در اینترنت و در وب سایت های انجمن های مردم نهاد جهانی منتشر گردید و بازخوردهای جهانی موفقی داشت.(۴)

نهادهای مردم بنیاد به سرعت از ظرفیت فضای مجازی در افزایش اثر گذاری آنها در روابط بین الملل و دیپلماسی بهره گرفتند. امنستی، آکسفام، صالح سبز و دیده بان حقوق بشر، با استفاده از اینترنت به عنوان منبع اصلی اطلاعات، حضور و قدرت خویش را افزایش داده اند به گونه ای که بیشتر بدون فضای مجازی چنین چیزی محدود و مشکل بود.(۵)

۱- understanding media convergence: the state of field.

۲- The Make Poverty History.

۳- Gleneagles

۴- Nicholas Westcott, "Digital diplomacy: The impact of the Internet on International relations." ۲۰۰۸.

۵- Nicholas Westcott, "Digital diplomacy: The impact of the Internet on International relations." ۲۰۰۸.

ص: ۱۲۴

بنابراین، فضای مجازی، ارتباط کنشگران دارای علایق مشترک را در محدوده جهانی تسهیل کرده و ارتباط آنها را پیوسته و صدای جمعی آنها را جهانی ساخته است که پیش تر امکان پذیر نبود. ارمنی های دیاسپورا از طریق فضای مجازی و با ارتباط بیشتر با دولت ارمنستان، به کنشگرانی در روابط بین الملل تبدیل شده اند. تأثیر آیک (۱) (کمیته روابط عمومی امریکا - اسرائیل) در امریکا با توانایی بسیج و همکاری بیشتر و مؤثر لابی صهیونیسم از طریق فضای مجازی، وسعت و گسترش یافته است.

همکاری میان این کنشگران جدید، پویایی جدیدی پدید می آورد. همکاری و مشارکت، هدف جمعی و یکی از اصول اساسی پدید آوردن اینترنت است؛ در حالی که شکل گیری آن در مرحله اولیه به عنوان یک شبکه علمی بود. اثرگذاری چنین روندی با موفقیت لینوکس به عنوان یک نرم افزار باز و ویکی پدیا به عنوان یک پایگاه ذخیره دانش عمومی متن باز بیشتر شده است. (۲) اکنون در مسائل عمومی، ایجاد شبکه در امور عمومی بیشتر مشاهده می شود. یکی از بزرگترین دگرگونی ها، تسهیل ائتلاف های مختلف تعداد زیادی از گروه ها در موضوعات و مسائل عمومی است. در پویش مبارزه با فقر که پیش تر ذکر شد، در سال ۲۰۰۵، زنجیره های توسعه یافته گروه های کلیسا، طرفداران موسیقی راک و شبکه مدارس و آموزش در یک ائتلاف گسترده، متمرکز و قوی جمع شدند و بر اجلاس کشورهای صنعتی برای کاهش فقر در مناطق محروم جهان اثر گذاشتند. به واقع، هندسه متغیرهای اثرگذار در امور جهانی نه تنها متنوع شده، بلکه همکاری میان این گروه های متنوع نیز تسهیل و مؤثر گشته است.

---

۱- American Israel Public Affairs Committee

۲- Don Tapscott, Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything, New York.

۲۰۰۷.

ص: ۱۲۵

از سوی دیگر، ظرفیت مای یکسان این فضا که موجب همکاری بیشتر شده، می تواند به قطبی شدن بیانجامد. اعطای اختیار جست و جوی آزادانه منابع سبب می شود افراد اطلاعات را از منابعی جست و جو و پیدا کنند که دیدگاه های آنها را به اشتراک می گذارد و این امر به قطبی شدن عقاید و ایده ها می انجامد. همچنین، فضای مجازی می تواند به راحتی در تقویت پیش داوری ها، تعصبات و چالش ها عمل کند و معدنی طلایی برای نظریه پردازان توطئه باشد. در فضای مجازی، دیگر کنترل و نظارت سر دبیر و مسئولان همانند رسانه های ارتباط جمعی سنتی نیست، بلکه هر کس، هر گروهی و هر جنبشی می تواند عقاید خویش را به راحتی و آزادانه در این فضا منتشر و عمومی کند. از این رو، ارتباط میان افراد و گروه هایی که ایده های یکسانی دارند، تسهیل می شود و آنها این ایده ها را به اشتراک می گذارند و عمل گرایی در آن حوزه، تسریع و تسهیل می گردد. در حقیقت، ماهیت و شرایط فضاهای مجازی و از بین رفتن محدودیت های سنتی سبب می شود هر کس بتواند دیدگاه های خویش را توسعه دهد و موفقیت های بسیاری به دست آورد و این عمل موجب شنیده شدن صدای آنها و در نتیجه تقویت آنها می شود. (۱) پی آمد این فرآیند به توافق و اجماع در حوزه خاصی میانجامد. در گانیگلکس، نتیجه ائتلاف به پذیرش و توافق امریکا با پیشنهادها و نقشه راهبری ۲۰۰۷ برلین در خصوص ریشه کنی فقر در جهان انجامید.

در زمینه سیاست و دولت ها، فضای مجازی و رسانه های جدید نیز ظرفیت ها و چالش هایی به وجود می آورد. در سیاست های بین المللی و

ص: ۱۲۶

در سیاست داخلی، اینترنت پایگاهی جدید برای اعمال قدیمی روش های متقاعد سازی و اقناع فراهم می کند. در استفاده از رسانه های جدید و فضای مجازی، سه چیز مهم است: حضور، مشارکت در بحث و گستره ارتباط. (۱) گروه هایی که این سه شرط را داشته باشند، در زمینه اثرگذاری در محدوده جهانی موفق عمل می کنند. ارتباط و اتصال، پیش شرط است. افراد با دسترسی منظم به اینترنت در خانه یا محل کار، در اصل از نظر بین المللی رها هستند و افرادی که رها نیستند، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، از طریق فراهم کنندگان خدمات مخابراتی محلی و ملی، ارتباط و پیوندشان با یکدیگر از طریق رهایی نسبی ایجاد می شود. در این کشورها، تلفن همراه به عنوان یک رسانه، این رهایی را ایجاد می کند و همانند رادیو، تحولات فراوانی در این جوامع پدید آورده است. از این رو، در این کشورها، فشارهایی برای تغییر اعمال میشود. حتی اگر از رسانه های نوین ارتباطی و اطلاعاتی مثل تلفن همراه برای اهداف اجتماعی و سیاسی استفاده نشود، ظرفیت آن برای اهداف سیاسی هنوز وجود دارد: (همان) چنان که در حوادث پس از انتخابات سال ۱۳۸۸ در ایران، تصویربرداری از طریق تلفن همراه از حوادثی مانند قتل ندا آقاسلطان و انتشار آن در شبکه های اجتماعی، چنین کارکردی یافت. اتصال و پیوند، مصرف کنندگان را ایجاد می کند و سبب حضور بیشتر شخص یا گروه می گردد و این حضور بیشتر، موجب تبدیل شدن فرد یا

---

۱ - Said Saddlki, "Diplomacy in a Changing World." Alternative: Turkish Journal of International Relations, ۲۰۰۶, ۵(۴), pp.۹۳-۱۰۵.



ص: ۱۲۷

گروه به کنشگر می شود. پرداختن به انتخابات ریاست جمهوری آمریکا ریاست جمهوری ایران و نیز سیاست های داخلی انگلستان، از اهمیت رو به رشد بودن حضور در اینترنت خبر می دهد. همچنین گروه های لابی به طرز فزاینده ای از اینترنت برای تلاش در جهت اثرگذاری بر سیاست استفاده می کنند و دولت ها از اینترنت و فروم های اینترنتی برای پاسخ گویی و اثرگذاری بر بحث های خودشان بهره می گیرند.<sup>(۱)</sup>

از نظر بین المللی، اینترنت به طور گسترده به عنوان پایگاهی برای بررسی و اثرگذاری بر افکار جهانی استفاده شده است. نمونه هایی از این را در داخل کشورمان مشاهده کردیم. در ۳۰ نوامبر ۲۰۰۶، رئیس جمهور وقت، محمود احمدی نژاد در وب سایت های رسمی کشورمان نامه ای به رئیس جمهور سابق آمریکا، بوش نوشت و او را به مناظره دعوت کرد و این نامه در بیشتر شبکه های تلویزیونی بین المللی و روزنامه ها و مجلات جهانی منتشر شد. در آوریل ۲۰۰۷، در آستانه کناره گیری عبدالله گل از نامزدی ریاست جمهوری ترکیه، ارتش بیانیه ای در وب سایت خود منتشر ساخت که نقش ارتش را به عنوان مدافع دولت سکولار در ترکیه نشان می داد. وقتی نیکولا-سارکوزی انتخابات ریاست جمهوری فرانسه را در سال ۲۰۰۷ برد، تونی بلر پیام خویش را در سایت یوتیوب خود به زبان فرانسوی منتشر کرد.<sup>(۲)</sup>

هر چند از یک دیدگاه، انتشار اینترنتی تفاوت چندانی با نشر در مطبوعات، رادیو و تلویزیون ندارد. ولی اینترنت ۲۴ ساعت شبانه روز فارغ از مکان و زمان، امکان دسترسی بیشتر و همه را به بیانیه،

۱ - Said Saddlki, "Diplomacy in a Changing World." Alternative: Turkish Journal of International Relations, ۲۰۰۶, ۵(۴), pp.۹۳-۱۰۵

۲ - Reports in The Economist, ۲۷ Nov ۲۰۰۶, The Observer, ۲۹ April ۲۰۰۷. The Guardian. ۹ May ۲۰۰۷.

ص: ۱۲۸

اعلامیه و مطلب منتشرشده فراهم می‌سازد و در سطحی دیگر، انتشار مطلب در صورت فراگیری در فضای مجازی، در بیشتر رسانه‌های پخش و روزنامه‌ها بازنمایی می‌شود. در این زمینه، گوردون براون، نخست‌وزیر سابق انگلستان تغییر ماهرانه در قدرت را از طریق فضای مجازی بدین شکل توضیح می‌دهد:

چند سال پیش بحث این بود که: آیا رسانه‌ها، سیاسیون را کنترل می‌نمایند یا سیاستیون رسانه‌ها را کنترل می‌نمایند؟ اما اکنون پرسش این است که: چگونه ما همه به قدرت روزافزون شهروندان، مصرف‌کنندگان و بلاگرها پاسخ دهیم؟ کانون جدید با رسانه‌هایی نوین تغییر یافته است و شهروندان از تمام انرژی و قدرت خویش استفاده می‌کنند.<sup>(۱)</sup>

دولت‌ها، گروه‌ها و بیشتر کنشگران امروزی دریافته‌اند که فقط حضور ساده کافی نیست، بلکه مشارکت و همکاری در بحث‌های آنلاین، عامل اصلی اثرگذاری است. گوگل تست<sup>(۲)</sup>، ابزار خوبی برای ارزیابی حضور در فضای مجازی است. در دنیای امروز و در عصر ارتباطات و اطلاعات و فضای مجازی، تجارت و موفقیت با حضور در صفحه نخست جست و جوی گوگل یا موتورهای جست و جوی موضوعی و عمومی دیگر ارزیابی می‌شود. با گوگل تست، کنشگران در روابط بین‌الملل را می‌توان ارزیابی نسبی کرد. هر چند گوگل تست، تنها دسترسی به ایده‌ها را نشان می‌دهد و اطلاعات چندانی از تأثیرگذاری به دست نمی‌دهد، ولی موضوع مهم جایی است که مردم اکنون اطلاعات را جست و جو می‌کنند

۱- Gordon Brown speech at the World Economic Forum in Davos, cited by Jackie Ashley in

.The Guardian, ۲۹ Jan ۲۰۰۷

۲- Google Test

و بر عقایدشان اثر می‌گذارد. یک روزنامه نگار، گروه مذاکره کننده یا دیپلمات خارجی که می‌خواهد دیدگاه وزارت امور خارجه کشوری مانند امریکا یا انگلستان را درباره موضوعی عمومی یا خاصی بداند، به طور مستقیم به وب سایتشان مراجعه می‌کند، ولی مردم بیشتر از طریق موتورهای جست و جو مثل گوگل این اطلاعات را جست و جو می‌کنند. اثرگذاری موتورهای جست و جو در افکار عمومی جهانی، خیلی مهم است زیرا شاهد کاربرد گسترده موتورهای جست و جوی اینترنتی در زندگی روزمره، تبادل اطلاعات و انتقال تصاویر و تصورات ذهنی درباره کشورها یا شخصیت‌های سیاسی هستیم. بررسی ابعاد مثبت و منفی گسترش این فضای ارتباطی به تعمق و بررسی بیشتری نیاز دارد. از آنجا که زیرساخت های ارتباطی موتورهای جست و جوی اینترنتی همچون گوگل و یاهو در کشورهای غربی متمرکز است، بدیهی است جهت گیری اصلی موتورهای یاد شده، هدایت افکار عمومی و تأمین منافع اقتصادی صاحبان این مراکز است. مهمترین ابزارهای مورد استفاده در این زمینه از سوی موتورهای جست و جوی اینترنتی عبارت است از: تبلیغات، تکرار، بسته بندی هدفمند مطالب، بمباران خبری، ارائه آمار، جذابیت های ارائه مطالب، و نیز استفاده تبلیغاتی از پست های الکترونیکی. هدف موتورهای جست و جو اثرگذاری بر ذهن مخاطبان است، (۱) به گونه ای که مخاطبان ناچار به مشاهده تبلیغات انعکاس یافته در فضاهای یاد شده هستند. به ویژه موتورهای جست و جو با تکرار متون و تصاویر منفی، القای روانی و انگاره سازی درباره بعضی از فرهنگ ما، کشورها یا اشخاص مورد نظر را دامن میزنند. سرانجام قرار گرفتن

در

---

۱- داوود زارعیان، نقش موتورهای جست و جوی اینترنتی در مدیریت افکار عمومی جهان.

ص: ۱۳۰

صدر صفحه های موتورهای جست و جوی اینترنتی، ناخود آگاه نوعی هدایت افکار عمومی جهانی درباره موضوع های خاص را برمی انگیزد.

۷۵ تا ۸۵ درصد کاربران برای استفاده از اینترنت حتماً باید به سایت های جست و جو مراجعه کننده و گرنه نمی توانند به اهداف خود دست یابند و به مطالب مورد نظرشان برسند. معمولاً فردی که از موتورهای جست و جو استفاده می کند، بیشتر از دو صفحه یابست نتیجه را بررسی نمی کند. موتورهای جست و جوی و از همین ویژگی استفاده می کنند و با شیوه های خاص خود می کوشند بر افکار عمومی اثر بگذارند، زیرا آن مطالبی را که باید در معرض دید مخاطب قرار بدهند، جزو حداکثر بیست مطلب نخست می گذارند و بعد مطالبی را قرار می دهند که ممکن است برای آنها اهمیتی نداشته باشد.

در حقیقت، فضای مجازی، محدودیت های ارائه اطلاعات و مشارکت در بحث ها را که در رسانه های سنتی جاری بوده است، از بین می برد. از این رو، برخی دولت ها و حاکمیت ها از این ظرفیتهای فضای مجازی در بحث های آنلاین استفاده بهینه می کنند. در انگلستان، (۱) از این ظرفیت در جولای ۲۰۰۷ برای سیاست گذاری آموزشی استفاده شد و وزیر امور خارجه از عموم دعوت کرد به تجدید و تقویت راهبرد سیاست خارجی انگلستان کمک کنند. در کشورهای دیگر، از این ظرفیت برای به چالش کشیدن سلطه دولت بر اطلاعات و بحث ها استفاده شده است. برای نمونه، در مصر، گروهی از بلاگرها موسوم به پیجامیهیدین (۲) از وبلاگ های عمومی برای

۱- See <http://www.fco.gov.uk>

۲- pyjamahideen

ص: ۱۳۱

فاش کردن فساد، شایعه و اذیت و آزار زنان استفاده کرد که رسانه های سنتی توان انجام آن را نداشتند. به واقع، وبلاگ نویسی به یک برنامه سیاسی تبدیل شد و ویژگی فضای مجازی، این موضوع ها را در عرصه سیاسی عمومی زیاد کرد. در چین و عربستان سعودی، به رغم تلاش برای کنترل و نظارت بر دسترسی به اینترنت و سانسور اطلاعات امنیتی یا ارتجاعی، فضای مجازی ابزارهای جدیدی برای مخالفان فراهم کرده است تا مقالات انتقادی ویدئوهای واقعی در حوزه عمومی منتشر، و تمامی و ارتباط با یکدیگر را حفظ کنند. (۱)

گفتنی است درباره استفاده از اطلاعات در فضایی مجازی، دو مسئله اصلی مطرح می شود: کاربران چگونه می توانند تعداد زیاد اطلاعات قابل دسترس را مدیریت کنند؟ چه میزان از این اطلاعات را می توان قابل اعتماد دانست و چگونه می توان اطلاعات و سیستم خویش را امن و ایمن کرد؟ (۲)

## مدیریت اطلاعات

مدیریت اطلاعات

اینترنت میزان اطلاعات قابل دسترس را برای عموم چند برابر کرده است. هر چند قبل از موتورهای جست و جوگر، به ویژه گوگل چنین شرایطی امکان نداشت، ولی اکنون به طرز فزاینده ای جست و جو در فضای مجازی آسان شده است. همان گونه که نویسنده داستان های

Egypt: The Economist, ۱۴ April ۲۰۰۷; China: an excellent, if now dated, article in The – ۱ Economist, ۲۷ April ۲۰۰۶, and material on the Human Rights Watch website. <http://www.hrw.org/background/asia/china>.

"۲ – ۲۰۰۸. Digital diplomacy: The impact of the Internet on International relations."

ص: ۱۳۲

تخیلی، ایزاک آسیموف (۱) گفت، گرفتن اطلاعات درخواستی شما، همانند تلاش برای به دست آوردن شیشه ای از آب آشبار نیاگراست.

مسئله دیگر در این زمینه، قابل اعتماد و اطمینان بودن اطلاعات دریافتی از فضای وب است. در روابط بین الملل و دیپلماسی، اطلاعات موثق همواره برای ارتباط، مؤثر بوده است. در فضای مجازی، اطلاعات غیرقابل پیش بینی و شک آلود زیاد منتشر می شود و این موضوع، سبب جا افتادن دروغ و اطلاعات نادرست می گردد و تا دولت ها بکوشند این اطلاعات را تکذیب کنند، عموم به آن اطلاعات نادرست، دسترسی پیدا می کنند و مثل بمب منفجر می شود. ارائه و تحلیل اطلاعات نادرست بر مذاکرات در روابط بین الملل اثر گذاشته است و چالشهایی برای دولت ها در سیاست گذاری خارجی به وجود آورده، بر افکار عمومی مؤثر بوده است.

در ۱۳ می ۲۰۰۵، اعتراض های فراوانی در شهر اندیجان ازبکستان روی داد و معترضان با فشار نیروهای امنیتی متفرق شدند و بین آنها و نیروهای امنیتی درگیری اتفاق افتاد. در این اعتراض، تیراندازی شد و برخی کشته شدند. مقامات ازبک و رسانه ها کمتر این رویداد را پوشش دادند، ولی کشته شدن افراد زیاد و غیرنظامیان در اینترنت از سوی نهادهای غیردولتی منتشر شد. دیده بان حقوق بشر مصاحبه هایی با پنجاه نفر از شاهدان نقل کرد و گزارش شد صدها نفر کشته شده اند. مقامات مستقل دیگر با بررسی و بازدید صحنه ها و دلایل اتفاق افتادن رویداد، مسائلی درباره واقعیت و اعتبار این گزارش ها و تعداد کشته شده ها مطرح کردند. این گمانه زنی ها با واکنش منفی مقامات دولت ازبکستان

ص: ۱۳۳

به تحقیق در این زمینه انجامید و به دنبال آن، اخراج برخی نهادهای غیردولتی و مردم بنیاد از کشور، تشدید شد. گزارش های رسانه ای از یک کشتار جمعی با اخبار و اطلاعات در اینترنت کامل شد. در بیشتر مواقع، موضعگیری کشورهای خارجی در واکنش به چنین موضوع هایی بر اساس اخبار و اطلاعات ناقص و نامطمئن صورت میگیرد.<sup>(۱)</sup> در چنین مواقعی، اینترنت، هم در این زمینه کمک کرد و هم ممانعت به وجود آورد: برخی اطلاعات به راحتی قابل دسترس شد، ولی ادعاها به سرعت به عنوان یک واقعیت در نظر گرفته شد و از یک سایت به سایت دیگر و رادیو تلویزیون ها مطرح گردید. پیش از اینکه واقعیت مشخص شود، فشارها برای واکنش و پاسخ درباره این مسئله و ابعاد آن بسیار شد.

پس از نشست ایران و اعضای ۵+۱ در روزهای ۱۵ و ۱۶ اکتبر ۲۰۱۳ در شهر ژنو سوئیس، بعد از نشست مطبوعاتی دکتر ظریف و خانم اشتون و اعلام محرمانه بودن مفاد پیشنهاد ایران به ۵+۱، بیانیه مشترکی صادر شد. اما سایت امنیتی دبکا<sup>(۲)</sup> در گزارشی مدعی شد پیشنهاد ایران هفت محور داشته و در گزارش خود به این محورها اشاره کرد. همچنین دبکا مدعی شد اختلاف نظرها میان ایران و ۵+۱ به حدی زیاد بود که در روز دوم، شش کشور مذاکرات چندجانبه با ایران را متوقف کردند و به دو اردوگاه تقسیم شدند. روسیه و چین با ایرانی ها جلسه داشتند و چهار کشور دیگر مشغول مباحثه با یکدیگر شدند. به نوشته دبکا، در شرایطی

---

Rustam Burnashev, and Irina Chernykh. "Changes in Uzbekistan's military policy after – ۱  
the Andijan events," The China and Eurasia Forum Quarterly, ۲۰۰۷, ۵(۱), pp. ۶۷-۷۳  
Geneva talks fail to break standoff on Iran's nuclear program. Tehran unclear on – ۲  
concessions, [http:// www. debka. com/ article/ ۲۳۳۵۹/ Geneva – talks – fail –to –break –  
.standoff – on – Iran's –nuclear –program– Tehran– unclear– on– concessions](http://www.debka.com/article/۲۳۳۵۹/Geneva-talks-fail-to-break-standoff-on-Iran's-nuclear-program-Tehran-unclear-on-concessions)

ص: ۱۳۴

که ظریف و عراقچی، دو دیپلمات ایرانی از مذاکرات به شکل مثبت یاد می‌کنند، طرف غربی در این مذاکرات چیزی بیش از چارچوبی جزئی و بدون جزئیات مشخص ندیده است. این در حالی است که مقامات غربی نیز در اظهارنظرهای خود، مذاکرات اخیر را ستودند. هم‌کاترین اشتون و هم‌کاخ سفید و سخنگوی وزارت خارجه آمریکا دست کم از جدیت مذاکرات تقدیر به عمل آوردند. در این گزارش آمده است که طرف ایرانی مذاکره در داخل ایران تحت فشار گروه‌های رادیکال در ارتباط با غرب و آمریکا هستند.

اتفاق شهر اندیجان ازبکستان و مذاکرات میان ایران و ۱+۵ و موارد بسیار دیگر، بیانگر این است که در چنین شرایط حساسی، باید واکنش نشان و پاسخ سریع داد یا درباره مذاکرات، از قبل باید برای مدیریت اطلاعات و نیز افکار عمومی داخلی و خارجی چاره‌جویی کرد.

### امنیتی کردن اطلاعات و سیستم

#### امنیتی کردن اطلاعات و سیستم

برآوردهای دقیقی از کل حجم اطلاعات ذخیره شده در سیستم‌های متصل شده به اینترنت وجود ندارد، ولی برخی تخمین‌ها نشان می‌دهد نیمی از اطلاعات موجود، غیر قابل انتشار بوده و در سیستم‌های بسته، مثل پایگاه‌های شرکت‌ها یا دولت‌ها یا در رایانه‌های خانگی قرار دارند. اکنون در یک عصر دیجیتال تاریک زندگی می‌کنیم؛ زیرا بسیاری از اطلاعات غیرفعال یا غیرقابل دسته‌بندی وجود دارد و حتی برخی تولیدکننده‌های اطلاعات نمی‌توانند آن را ریشه‌یابی یا بازیابی کنند. هر چند فن‌آوری نظارت داده‌ها و مدیریت دانش به سرعت در حال گسترش است، نگرانی‌های بسیاری در زمینه امنیت اطلاعات وجود دارد.



ص: ۱۳۵

به عبارت دیگر، هکرها نشان داده اند چگونه می توان به برخی اطلاعات محرمانه و دولتی دست یافت. (۱) لو رفتن اطلاعات و داده های دولت انگلستان و افشای آن در سال ۲۰۰۸، نمونه ای از این موارد است.

در فضای مجازی عملاً هیچ گونه اطلاعات محرمانه ای وجود ندارد. هر چیزی به اینترنت فرستاده می شود، حتی اطلاعات رمزگذاری شده، به شدت در معرض خطر است؛ به ویژه زمانی که اطلاعات از جایی به جای دیگر در فضای مجازی انتقال داده می شود.

بنابراین، اینترنت ابعاد جدیدی به امنیت اطلاعات در روابط بین الملل بخشیده است: (۲)

( نخست، اطلاعات خصوصی و محرمانه زمانی که عمومی شوند، ممکن است تأثیری بسیار زیاد و سریع بر ارتباط در زمینه امور جهانی بگذارد. زندان ابوغریب نمونه ای از اطلاعاتی است که اطلاعات آن در بعد جهانی عمومی شد و تصاویر ترسناک و فوری زندان از طریق فضای مجازی منتشر گردید و ضربه مهلکی به وجهه و اعتبار امریکا زد؛ وجهه اخلاقی امریکا را در جهان خدشه دارتر و تنور حمله های انتحاری را در عراق شعله ور کرد. هر چند این کار بدون اینترنت اتفاق افتاده، ولی اینترنت و فضای مجازی تأثیر آن را چند برابر کرده و آن را گسترش داده است.

( دوم، رقابت های دیپلماتیک کنشگران دولتی و غیردولتی (مثل سازمان های تروریستی) ممکن است به هک کردن سیستم های دولتی و دسترسی به اطلاعات کاربردی بینجامد. جاسوسی، جزو حرفه هایی است

Sara Bentivegna, "Rethinking politics in the world of ICTs," European Journal of – ۱  
Communication, ۲۰۰۶, ۲۱ (۳), pp ۳۳۱-۳۴۳

Paul Sharp, Diplomatic theory of international relations, Cambridge University Press, – ۲  
۲۰۰۹.

ص: ۱۳۶

که در دنیا بیشتر مورد توجه افراد قرار می‌گیرد و فضای مجازی فرصت‌ها و امکاناتی برای افراد به وجود می‌آورد تا از درون خانه بتوانند سیستم‌های دولتی را هک کنند. از سوی دیگر، دولت‌ها برای امنیت بیشتر و مدیریت حملات سایبری، به منابع کامل یک دستگاه دولتی و مهارت‌های ضروری نرم‌افزاری نیازمند هستند.

دلیل سوم این است که اینترنت خودش جزئی آسیب‌پذیر از هر زیرساخت اصلی دولت است. حملات ویروسی یا کرم‌ها به راحتی ایجاد می‌شوند و می‌توانند بخش‌های فراوانی از اینترنت و بسیاری از سیستم‌های متصل به آن را متوقف کنند و در روند ارتباطات سطح داخلی و جهانی تأثیر بسیاری بگذارند. در ژانویه ۲۰۰۳، کرم «اسلمر(۱)» اینترنت و سیستم‌های متصل به آن را در بیشتر قسمت‌های کشور کره جنوبی و چندین کشور آسیایی به مدت ۲۴ ساعت از کار انداخت. نگران‌کننده‌ترین حمله هدفمند بر ضد استونی(۲) در اوایل می ۲۰۰۷ آغاز شد که شدیداً به تجارت در این کشور ضربه زد و چند روز ارتباط و دسترسی به مردم قطع شد. پیچیدگی، و محدوده و مقیاس حمله و هدف دقیق آن، حکایت از حمله سازمان یافته دولتی داشت. آیا با وجود ریشه‌یابی این مورد و یافتن عوامل، می‌توان آن را به عنوان تجاوز بر ضد حاکمیت و مرز مجازی این کشور در نظر گرفت؟ در دنیا، کشورهای اندکی مثل استونی وجود دارند که تجارت خود را در تمامی ابعاد، آنلاین کرده‌اند. در این کشور حتی جلسات کابینه از طریق آنلاین و اینترنت برگزار می‌شود.

۱- Slammer.

۲- The Economist, ۲۶ May and ۸ Sept ۲۰۰۷.

ص: ۱۳۷

همچنین حمله اینترنتی به تأسیسات هسته ای ایران از سوی ویروس استاکس نت از مشهورترین ماجراهای امنیتی در این زمینه است. پایگاه تحلیلی وایرد در گزارشی مفصل، استاکس نت را رمزگشایی و اهداف آن را در حمله به تأسیسات هسته ای ایران بررسی کرده است. بر اساس این گزارش، در ژانویه سال ۲۰۱۰ بازرسان آژانس بین المللی انرژی اتمی، بررسی تأسیسات غنی سازی اورانیوم نظیر را به پایان رساندند. در همین هنگام آنها متوجه شدند چیزی در اتاق های آبشاری که هزاران سانتریفیوژ در آن مشغول غنی سازی اورانیوم بودند، از کار افتاده است. متخصصان نیروگاه نظیر با لباس ها، دستکش ها و کفش های سفید خود به سرعت در اتاق های آبشاری پاکیزه این طرف و آن طرف می رفتند و سانتریفیوژهای سنگین را یکی یکی در استوانه های نقره ای درخشان بیرون می بردند.

هر بار که کارکنان نیروگاه، سانتریفیوژهای آسیب دیده یا غیرقابل استفاده را از کار می انداختند، باید پیش از آنکه آنها را از بین ببرند، این دستگاه ها را در مکانی قرار می دادند تا آژانس بررسی کند که مواد رادیواکتیو از آنها به بیرون نشت نکرده است. اکنون بیش از یک ماه بود که متخصصان نیروگاه این کار را انجام می دادند.

ایران به طور معمول سالیانه تا ده درصد از سانتریفیوژهای خود را به علت خلل فیزیکی یا دلایل دیگر جایگزین می کرد. از آنجا که در آن زمان حدود ۸۷۰۰ سانتریفیوژ در نیروگاه نظیر وجود داشت، به طور عادی باید در طول سال حدود هشتصد عدد از آنها جایگزین می شد.

بعدها آژانس انرژی اتمی، فیلم دوربین های نظارت بر برنامه غنی سازی اورانیوم ایران را که در خارج از اتاق های آبشاری نصب شده بود، بازبینی کرد. مأموران آژانس از شمردن تعداد سانتریفیوژها

ص: ۱۳۸

شگفت زده شدند. تعداد سانتریفیوژهای جایگزین شده باورنکردنی بود: تخمین های بعدی نشان داد که بین هزار تا دو هزار سانتریفیوژ تنها در طول چند ماه جایگزین شده اند. پرسش این بود: چرا؟

از ایران خواسته نشد دلیل جایگزینی سانتریفیوژها را اعلام کند و بازرسان نیز از نظر قانونی حق نداشتند این سؤال را بپرسند. آنان دستور داشتند بر کار ایران با مواد هسته ای نظارت کنند، نه اینکه اشکالات موجود را در تجهیزات هسته ای این کشور کنترل نمایند، ولی مشخص بود چیزی به سانتریفیوژها آسیب رسانده بود.

آنچه بازرسان نمی دانستند این بود که پاسخی که به دنبال آن بودند، در اطراف خودشان مخفی شده بود: درون فضای دیسک ها و حافظه رایانه های نیروگاه. در ژوئن ۲۰۰۹، فردی بدون سر و صدا یک کرم رایانه ای حرفه ای و ویرانگر را منتشر کرده بود. این کرم به درون رایانه های ایران خزیده بود و تنها یک هدف داشت: برنامه غنی سازی اورانیوم ایران را خراب کند.

اما این تاریخ تقریباً یک سال پیش از پی بردن بازرسان به وجود این کرم بود. ده ها محقق امنیت رایانه ای در سراسر جهان ماه ها زمان صرف یافتن پاسخ و رمزگشایی نرم افزاری کردند که پیچیده ترین برنامه ویرانگری است که تاکنون نوشته شده است؛ نرم افزاری که سرانجام به عنوان نخستین سلاح سایبری واقعی در جهان، دفتر تاریخ را ورق زد. (۱)

این مسائل، نشان دهنده خطر برای کشورها و دولت هایی است که به شدت برای ارتباطات در ابعاد مختلف و تجارت به فضای مجازی

۱- این گزارش از خبرگزاری فارس، ۱۳۹۱۰۳۲۱۰۰۱۱۱۷، <http://www.farsnews.com/newstext.php?Nn=۱۳۹۱۰۳۲۱۰۰۱۱۱۷> نقل شده است.

ص: ۱۳۹

وابسته اند. ظرفیت ایجاد ویرانی و خرابی در این شیوه از سوی سازمان‌ها و برخی دولت‌های تروریستی برای فعالیت در فضای مجازی نه تنها نادیده نگرفته شده، بلکه آنها درصدد استفاده بیشتر از این فضا هستند. (۱) در مارس ۲۰۰۷، مرکز پلیس شهر لندن، اسکاتلند یارد (۲) شواهدی را گزارش کرد که القاعده درصدد برنامه ریزی برای حمله سایبری و از کار انداختن اینترنت در انگلستان است. از سال ۲۰۰۱، پنتاگون یک قرارگاه فضای مجازی برای مدیریت خطر چنین حملاتی در فضای وب پدید آورد و در سال ۲۰۰۶ یک راهبرد نظامی برای عملیات فضای مجازی منتشر کرد. هم آمریکا و هم انگلستان منابع بسیاری برای نظارت و حفظ اینترنت به منظور شناسایی و کشف تهدیدهای تروریست‌ها یا دیگران اختصاص داده‌اند. بیشتر کشورها و به ویژه کشورهایی که احتمال حمله سایبری به آنها زیاد است، سرمایه‌گذاری فراوانی برای کنترل، استفاده و مدیریت اینترنت در راستای اهداف خویش کرده‌اند. (۳) زیرساخت اینترنت در عمل، ارتجاعی و عدول‌کننده است و این شرایط برای تجارت دشوار می‌نماید؛ زیرا با خرابی اینترنت و از دست دادن اطلاعات شخصی، عملاً آسیب جدی به ارتباطات تجاری وارد می‌کند. راه حل‌های اینترنتی فقط می‌تواند مانع برخی مراحل پیشروی هکرها و خرابکاران سایبری شود. حفاظت دولت یا سازمان‌ها در مقابله با چنین حملات سایبری، تنها از طریق نظارت و مراقبت پیوسته، نوآوری و سرمایه‌گذاری شرکت‌های بزرگ امنیتی مثل مایکروسافت، سیسکو، گوگل، یاهو و شرکت‌های

- 
- John Arquilla, and David Ronfeldt, Networks and networks: The future of terror, crime, – ۱  
and militancy, Rand Corporation, ۲۰۰۲.  
Scotland Yard – ۲.  
– ۳- هاگس، ۲۰۰۷.

بزرگ دیگر است که اغلب در ارتباط و همکاری نزدیک با دولت‌ها هستند. در آینده با افزایش ظرفیت‌ها و امکانات اینترنت، حملات و تهدیدها نیز افزایش خواهد یافت. بنابراین، به روزرسانی و تطبیق زیرساخت‌های اطلاعاتی هر کشور با پیشرفت فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی ضروری است.

حکمرانی بر اینترنت نیز مسئله و موضوعی بین‌المللی است؛ زیرا از یک سو، برخی کشورها مثل آمریکا که حاکمیت اصلی اینترنت را در دست دارند، به خوبی از ظرفیت‌های آن برای پیشبرد اهداف خارجی و داخلی خود استفاده می‌کنند و کشورهای دیگر از این ظرفیت بی‌بهره‌اند. (۱) از سوی دیگر، به اعتقاد برخی از محققان (۲) ساختار کنونی حاکمیت اینترنت توانسته به خوبی آن را مدیریت کند، ولی برای چالش‌های آینده کافی نیست؛ چون قوانین بین‌المللی لازم است و به دلیل ماهیت و ساختار اینترنت، رسیدن به یک توافق و قوانین بین‌المللی ممکن است سال‌ها طول بکشد.

### تأثیر فضا و محیط رسانه ای جدید بر دیپلماسی

روش‌های معمول و سنتی دیپلماسی و روابط بین‌المللی عمدتاً بین حکومت‌ها یا دولت‌ها و به شکل رودررو انجام می‌شد؛ زیرا اهرم قدرت

- 
- 1- Thierry Balzacq, "The Policy Tools of Securitization: Information Exchange, EU Foreign and Interior Policies," *JCMS: Journal of Common Market Studies*, ۲۰۰۸, ۴۶(۱), pp ۷۵-۱۰۰
- 2- Rolf H Weber, "Internet of things—Need for a new legal environment?," *Computer law security review*, ۲۰۰۹, ۲۵(۶), ۵۲۲-۵۲۷.
- Terje Rasmussen, "Techno-politics, Internet Governance and some challenges facing the Internet," ۲۰۰۷.
- Milton L Mueller, *Networks and states: The global politics of Internet governance*, Mit Press, ۲۰۱۰.

ص: ۱۴۱

و قانون را در دست داشتند و نهادهای مردم بنیاد و گروه های دیگر قبل از اینترنت و ظهور فن آوری های نوین در روابط بین الملل و دیپلماسی وجود داشته اند ولی نمی توانستند در روابط بین الملل چندان نقشی فعال و گسترده ای ایفا کنند، اما فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی جدید، دیپلماسی را در همه ابعاد آن تسریع بخشیده اند. (۱) امروزه، ارتباطات دیپلماتیک روش هایی فراتر از روش های معمول و سختی در تحولات بین المللی است و دیپلمات ها به طور پیوسته نتایج پیشرفت های فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی را دنبال می کنند و مشتاقانه فرآیندها و گفتمان های خویش را تغییر داده اند تا به رسانه های در حال ظهور و کنشگران غیردولتی که عامل دیپلماسی را پیچیده کرده اند، پاسخ دهند. (۲)

واقع، امروزه دیپلماسی که در یک نظام بین المللی چندقطبی عمل می کند، بیش از گذشته نیازمند فن آوری برای کنشگری در تحولات بین المللی است. در حالی که شهروندان و شرکت ها به طور گسترده، از فن آوری های نوین استفاده می کنند، هیئت های دیپلماتیک به همگرایی اعمال دیپلماتیک سنتی و جریان آزاد، سریع و فراگیر اطلاعات مجبورند و این همگرایی سبب تغییر محیطی شده که دیپلماسی در آن عمل می کند.

از نظر گرانت (۳) سه عامل در این تحولات نقش دارند:

- ۱ - Rose Gottemoeller, From Telegraph to Twitter Ams. Control Diplomacy in the Information Age, Mission of the United States in Geneva Switzerland ۲۰۱۲.
- ۲ - Seib Philip, Headline Diplomacy: How News Coverage Affect: Foreign Policy, London: Praeger, ۲۰۱۰.
- ۳ - Richard Grant. The democratization of diplomacy: negotiating with the Internet, Netherlands Institute of International Relations' Clingendael, ۲۰۰۵.

ص: ۱۴۲

• سرعت به کارگیری؛

• افزایش ظرفیت؛

• کاهش هزینه ها.

برخی معتقدند استفاده از فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی جدید، جایگزین برخی نقش های اصلی یک دیپلمات سنتی شده است. یکی از نقاشی های اصلی یک دیپلمات، پیام رسانی و گردآوری اطلاعات است. این نقش با پیشرفت زیرساخت های فن آورانه است و تا حدی با فن آوری جایگزین شده است. البته این به معنای حذف نقش دیپلمات در این زمینه نیست، بلکه به معنای تغییر و نحوه انجام این نقاشی از سوی دیپلمات است.

در مرکز دیپلماسی، ارتباطات مسالمت آمیز بین دو یا چند کشور قرار دارد، ولی دیپلماسی عمومی، مدلی را در عرصه بین المللی بنیان نهاده که دولت نه تنها با همتایان خویش در دیگر کشورها ارتباط برقرار می کنند، بلکه با گروه بسیاری از فعالان جدید مثل سازمان های مردم نهاد (غیردولتی)، شهروندان، روزنامه نگاران و تاجران به طور مستقیم و به شیوه های مختلف با استفاده از ابزارهای گوناگون در راستای اهداف سیاست خارجی ارتباط برقرار می نمایند.<sup>(۱)</sup> در این زمینه، فن آوری های نوین، نیروی محرکه اصلی دیپلماسی عمومی شده اند که چالشی برای همه دیپلمات ها در جامعه اطلاعاتی پدید آورده است.

به واقع، سیاست مداری قرن ۲۱ که با آزادی اطلاعات در فضای مجازی، جامعه مدنی و نوآوری و تحول اطلاعات روبه رو شده است<sup>(۲)</sup> هیأت های

---

۱ – Filippoo proedrou, and Christos A. Frangonikolopoulos, "Russia's Reemergence in the Global System: Globalising or Anti-Globalising Force?" Journal of Contemporary European Studies. ۲۰۱۰, ۱۸(۱), pp. ۷۹-۹۰.

۲ – Rose gottemoeller, from telegraph to twitler: arms control diplomacy in the information age mission of the unitel states in geneva Switzerland, ۲۰۱۲



ص: ۱۴۳

خارجی را مجبور می کند برای پویایی بیشتر در نظام بین الملل از فن آوری های جدید استفاده کنند. با وجود این، سیاست بین المللی در قرن ۲۱ به طور روزافزون نظامی شده و وقایعی چون افشاگری ویکی لیکس (۱) موجب سرمایه گذاری بیشتر در دیپلماسی مجازی گردیده است. نمونه های بیشتری را می توان به عنوان ارزیابی انطباقی دولت ها در چنین شرایطی مطرح کرد. همان گونه که پیشتر اشاره کردیم، امریکا سفارت خانه مجازی خود را در دسامبر ۲۰۱۱ در تهران افتتاح کرد که به رغم روابط دیپلماتیک تیره میان دو کشور به ایرانیان سرویس و اطلاعات ارائه کند. این یک تخطی کلاسیک از دیپلماسی سنتی است. دلیل افتتاح این سفارت خانه مجازی، تعامل آنلاین و از بین بردن شکاف میان ایرانیان و امریکاییان گفته شده که از زمان قطع رابطه دیپلماتیک دو کشور در بیش از سی سال بیشتر به وجود آمده است. این نوع سفارت خانه با عملکرد دیپلماسی عمومی می کوشد اطلاعاتی درباره سیاست های دولت آمریکا و اخبار ایران ارائه کند. (۲)

وزیر امور خارجه پیشین و امریکا، این پروژه بی سابقه اینترنتی را یک وسیله تماس برای برقراری بدون ترس میان دو ملت نامید. در ویدیویی استقبال وب سایت سفارت، هیلاری کلینتون با اشاره به فن آوری های جدید مانند وب سایت گفت: ایرانیان می توانند اطلاعات مربوط به فرصت های تحصیلی در امریکایا دریافت ویزا را برای دیدن

از امریکا جست و جو و پیدا کنند.

---

۱- WikiLeaks

۲- سایت سفارت مجازی امریکا ۲۰۱۲ به آدرسی: [persian.iran.usembassy.gov](http://persian.iran.usembassy.gov).

مقامات وزارت امور خارجه آمریکا گفتند: سفارت مجازی می تواند مشکلات ایرانیان را برای سفر به امریکا کاهش دهد. این وب سایت همچنین با هدف افزایش تعداد دانشجویان ایرانی در امریکا راه هایی برای دانشجویان ایرانی ارائه می کند که به دنبال ادامه تحصیل در دانشگاه های امریکا هستند.

وندی شرم، معاون وزیر امور خارجه آمریکا در امور سیاسی گفت: هدف این پروژه آنلاین این است که پرده الکترونیکی را که از سوی تهران برای جلوگیری از پیوندهای اینترنتی میان ایرانیان و جهان خارج برافراشته شده، از میان بردارد. البته این نخستین بار نیست که دولت امریکا سفارت مجازی تأسیس می کند. وزارت امور خارجه به امریکا تا کنون تجربه راه اندازی سفارت خانه های مجازی در برخی کشورهای آسیا - ترکیه و عربستان - و همچنین برخی کشورهای اروپایی را دارد، ولی برخلاف سفارت خانه مجازی امریکا در تهران، محل استقرار این سفارتخانه های مجازی در داخل ساختمان سفارتخانه های مستقر در این کشورهاست، اما خدمات ارائه شده به صورت اینترنتی بوده و متقاضیان دریافت روایید با ارسال مدارک خود به صورت اینترنتی، تنها در زمان ارائه مصاحبه به دفاتر کنسولی مراجعه می کنند.

به علاوه، سوئد، فیلیپین، استونی، صربستان، کلمبیا، مقدونیه و آلبانی سفارت خانه های مجازی در وب ایجاد کرده اند. نمونه دیگر، ترویج دیپلماسی الکترونیکی و مجازی از سوی دولت اوپاما و ایجاد اداره ای برای افزایش مدیریت دانش، همکاری الکترونیکی و تصمیم گیری فن آوری اطلاعات همراه با حفظ حضور مجازی در فضای مجازی است.

ص: ۱۴۵

همچنین، دولت انگلستان فعالانه در حال به کارگیری و استخدام «دیپلمات های الکترونیک»<sup>(۱)</sup> در توسعه حوزه اطلاعات از طریق شبکه های اجتماعی مثل توییتر و فیسبوک است. در حقیقت، فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی و فضای مجازی بیش از هر زمان دیگر بر زندگی سیاسی و دیپلماتیک اثر گذاشته است و دیپلماسی جدیدی پدید آورده که بدان «دیپلماسی سایبر» می گویند.

### دیپلماسی سایبر (مجازی)

دیپلماسی سایبر (مجازی)

پیش تر اشاره کردیم که چگونه تحول و انقلاب اطلاعات در عصر دیجیتال تأثیر قابل توجهی بر دیپلماسی گذاشته است؛ تأییراتی که موجب شکل گیری نوعی دیپلماسی جدید به نام دیپلماسی سایبر<sup>(۲)</sup> یا مجازی<sup>(۳)</sup> یا دیپلماسی فوری<sup>(۴)</sup> یا دیپلماسی زمان واقعی<sup>(۵)</sup> گشته است.<sup>(۶)</sup> ذکر این نکته ضروری است که اولاً، هیچ تعریف استانداردی از دیپلماسی مجازی وجود ندارد، و دوم اینکه، مطالعات آکادمیک معدودی جنبه های این نوع دیپلماسی را بررسی کرده است، ولی به طور کلی تمایز میان تعریف های محدود و کلان دیپلماسی مجازی سودمند است. در تعریف کلان، دیپلماسی مجازی بر ادغام فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی جدید، به ویژه اینترنت در اعمال دیپلماسی در تمامی سطوح برای تسهیل دست یابی به اهداف دیپلماتیک دلالت دارد؛ در حالی که در تعریف

۱- E diplomats

۲- cyber diplomacy

۳- Virtual diplomacy

۴- instant diplomacy

۵- real-time diplomacy

۶- Olesya M Grech, "VIRTUAL DIPLOMACY," Universal-Publishers, ۲۰۰۶

محدود آن، دیپلماسی مجازی به معنای بهره‌گیری از فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، به ویژه اینترنت در انجام دادن اعمال و نقش های دیپلماسی، یعنی معرفی، اطلاعات، مذاکره، ارتباطات و... است. (۱)

هر چند سولومون در سال ۱۹۹۷ دیپلماسی مجازی را به عنوان تعاملات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی تعریف کرد که از طریق ابزارهای الکترونیک به جای ارتباطات رو در رو انجام می‌گیرد، ولی او روشن می‌کند که گرچه مجازی بر نبود واقعیت دلالت می‌نماید، با وجود این، دیپلماسی مجازی یک دیپلماسی واقعی است؛ زیرا تعاملات میان مقامات رسمی کشورها و حکومت های مختلف به طور واقعی در این فضا انجام می‌گیرد. در حقیقت، این نوع دیپلماسی بر نقش فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و فضای مجازی در انجام دیپلماسی در قلمرو جهانی تأکید دارد. به طور دقیق تر، این نوع دیپلماسی در بردارنده تصمیم‌گیری، همکاری، ارتباط و عمل در روابط بین الملل با کمک فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی است. (۲) همچنین دیپلماسی مجازی، ابزار ارتباط دیپلماسی کلاسیک شمرده می‌شود، ولی اکنون به مدد پیشرفت های فن آوری، چنین فعالیت کلاسیکی به شیوه های مختلف و از سوی طیف گسترده ای از افراد، از جمله افرادی که دیپلمات های حرفه ای نیستند، انجام می‌گیرد. (۳) در حقیقت، دیپلماسی مجازی، خود عامل گسترش دیپلماسی عمومی شده است. از سوی دیگر، دیپلماسی مجازی

۱- Todd Martin, "Virtual Diplomacy," A Student Journal of International Affairs, ۲۰۰۱, ۲-۱

۲- بنیاد صلح امریکا، ۲۰۰۶.

۳- Gordon S Smith, Reinventing Diplomacy: A Virtual Necessity, US Institute of Peace, ۲۰۰۰

ص: ۱۴۷

مدلی از دیپلماسی است که در آن، دولت‌های جهان با استفاده از ابزار و دانش فن آوری، راهبردهای سیاسی و اقتصادی خود را در سطح بین‌المللی تبیین می‌کنند. دیپلماسی مجازی در ساده‌ترین تعریف، بهره‌گیری از ابزارهای فن آوری اطلاعات و ارتباطات نوین برای تبیین، گسترش و ارتقای سطح اثربخشی دستگاه دیپلماسی یک کشور در فضای مجازی است.

پیشرفت فن آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در عصر دیجیتال، بهبود نقش‌های دیپلماتیک در معرفی، مذاکرات، گزارش‌دهی، تسهیل و همکاری را تقویت کرده است. این‌گونه دیپلماسی، مردم داخل و خارج کشورها را به هم نزدیک می‌کند و به دیپلماسی امکان می‌دهد از طریق رسانه‌های جهانی و فن‌آوری‌های نوین ارتباطی انجام شود. در حقیقت، دیپلماسی مجازی یک الزام و ضرورت جدید برای دولت‌ها در جهان است. این دیپلماسی از اهداف سیاست خارجی حمایت، منافع ملی را بیشتر، و امنیت ملی را از طریق تلاش‌های مجازی تقویت می‌کند که در کنار اثرگذاری بر موضوعات خارجی، روابط میان‌ملت‌ها را در جهان گسترش می‌دهد. دیپلماسی مجازی، طبیعت و ماهیت خاص خود را دارد و شناخت چنین ماهیتی، می‌تواند در شناسایی دیپلماسی مجازی سودمند باشد.

ماهیت دیپلماسی مجازی عبارت است از:

۱. ورود فن آوری اطلاعات و ارتباطات به عرصه دیپلماسی؛
۲. گسست انحصار اطلاعات روابط خارجی که پیش‌تر در تصرف دولت و وزارت خارجه بود؛
۳. تماس مقامات عالی‌رتبه و حذف وزارت خارجه و تشریفات هر می‌دیپلماتیک؛

۴. پایان انحصار تماس ها و ملاقات ها و مرگ ملاقات های سنتی و رسمی؛

۵. ظهور رقبای جدید؛

۶. درهم ریختن فاصله، زمان و مکان؛

۷. ضرورت شفافیت و پاسخ گویی به افکار عمومی؛

۸. موضوع های جدید و دگرگونی های روزافزون روش ها در دیپلماسی. (۱)

دیپلماسی برخلاف کار بیشتر بخش های دیگر دولت یک تجارت رقابتی است. کشورها (و دیگر کنشگران بین المللی) با یکدیگر رقابت و همکاری می کنند و در آینده دیپلماسی، بازی دست کسانی (و دولت هایی) خواهد بود که سریع ترین سازگاری را با واقعیت ها و فرصت های دنیای به هم پیوسته فضای مجازی پذیرند و آن را به کار گیرند.

### فن آوریهای نوین ارتباطات و اطلاعات به عنوان عامل مثبت در دیپلماسی

در شکل قدیم سیاست خارجی، دیپلمات ها مشغول گردآوری و تهیه اطلاعات هستند و پیام رسان، مذاکره کننده و گاهی به عنوان میانجی در امور بین الملل عمل می کنند. به علاوه، دیپلمات ها مشغول حل اختلاف ها، مصالحه و دیپلماسی پیشگیرانه اند. فن آوری اطلاعاتی و ارتباطی می تواند در مدیریت اطلاعات به دیپلمات ها یاری رساند. اطلاعات، هسته اصلی دیپلماسی است. مذاکرات، تصمیم گیری ها،

سیاست‌ها و کنش‌ها همه بر اساس اطلاعات انجام می‌گیرد. اطلاعات به دلیل ماهیت حساس آن و اعتماد، برای جامعه دیپلماتیک مهم و حیاتی است و فن آوری‌های نوین نقش حیاتی در ارائه ابزارهای اصلی برای اطمینان بخشی از مدیریت بهینه اطلاعات ایفا می‌کنند.<sup>(۱)</sup> در دیپلماسی سنتی، یک هیئت و گروه اصلی، مسئول گردآوری اطلاعات از منابع اصلی برای افراد مذاکره‌کننده است، ولی از طریق فضای مجازی و فن آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، صنایع دسترسی به اطلاعات، متنوع و راحت‌تر گردیده و دسترسی به اطلاعات زمینه‌ای دیگر آسان شده است. آمارهای اقتصادی دولت‌ها، نهادها و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کشورها و حتی چشم‌انداز دولت‌ها و گروه‌ها در عرصه‌های گوناگون از طریق اینترنت قابل دریافت است. یکی از نقش‌های اصلی دیپلماسی، مذاکره است. مذاکرات دوجانبه و چندجانبه از فن آوری‌های نوین بهره‌های لازم را برده‌اند و هر مرحله از مذاکره با بهره‌گیری از فن آوری‌های نوین راحت‌تر و سریع‌تر شده است. همچنین در شرایط حساس جهانی، ارتباطات گسترده در ایجاد، حفظ و افزایش روابط لازم است. در چنین موقعیت‌هایی، فن آوری‌های نوین می‌توانند در فرآیند انتقال اطلاعات و ایجاد کانال‌های گفت‌وگو مؤثر واقع شوند.<sup>(۲)</sup>

همچنین هنگام بروز اختلاف میان دو یا چند کشور یا یک گروه با یک کشور، تبادل و اشتراک اطلاعات نقش اصلی را در حل

۱- Milka radansvis diplomacy in the information age, mcclelland stewart inc, ۲۰۱۰

۲- Ben Fong, "Didn't you get the memo": Changing Discourses of Diplomacy in the Age of

(۳) ۱۸, ۲۰۱۰, International Affairs: Review, (Information.)

ص: ۱۵۰

اختلاف ها و رسیدن به سطح مصالحه و آشتی ایفا می کند. (۱) از این رو، فن آوری های نوین نه تنها می توانند در تبادل اطلاعات مؤثر باشند، بلکه می توانند فضای بحث باز را میان طرفین پدید آورند و در دریافت بازخوردهای لازم میان طرف های درگیر مؤثر باشند و سریع عمل کنند. در نتیجه رسیدن به مرحله توافق، راحت و مؤثر خواهد بود.

### فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی به عنوان تقویت کننده و تعدیل کننده قدرت نرم و سخت در روابط بین الملل

#### اشاره

فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی به عنوان تقویت کننده و تعدیل کننده قدرت نرم و سخت در روابط بین الملل

یکی از جنبه های اصلی دیپلماسی مجازی، کمک به بهره گیری از قدرت نرم در دست یابی به اهداف خاص است. قدرت نرم به عنوان استفاده از رویکرد تشویقی و ترغیبی اثرگذاری در روابط بین الملل تعریف شده و به معنای توانایی دست یافتن به اهداف دولت ملت یا اهداف دولت مجازی بدون استفاده از زور و اجبار است که گاهی از آن به «فشار غیرمستقیم» نیز یاد می شود. (۲)

از دیدگاه نای، قدرت در عمومی ترین سطح، یعنی توانایی به دست آوردن نتایجی که شخص خواهان آن است. (۳) از این رویکرد، بدون قدرت، رهبری امکان پذیر نیست. کسانی که در یک رابطه، قدرت بیشتری دارند، برای ایجاد تغییر یا مقاومت در برابر آن از جایگاه بهتری

Piers robinson, the cnn effect: can the news media drive foreign policy?, review of – ۱  
international studies. ۲۵(۲), ۳۰۱-۳۰۹, ۱۹۹۹

۲- ژان میلسن و همکاران، دیپلماسی عمومی نوین؛ کاربرد قدرت نرم در روابط بین الملل، ترجمه: رضا کلهر و سید محسن روحانی.

۳- جوزف نای، قدرت نرم، ترجمه: محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، ص ۳۸.



ص: ۱۵۱

بهره مند هستند. (۱) همچنین قدرت به معنای توانایی اثرگذاری بر رفتار دیگران به منظور اتفاق افتادن آن چیزی است که ما می خواهیم. بنابراین، به طور خاص، قدرت قابلیت نفوذ در رفتار دیگران برای حصول به نتایج دلخواه است. این مفهوم به دو بخش تقسیم می شود: نرم (ارزش ها، فرهنگ، سیاست، نهادها، تنظیم اولویت ها و جذب مخاطب) و سخت (قدرت نظامی و اقتصادی).

به تعبیر نای، «پایان جنگ سرد، آغاز جنگ نرم» به شمار می آید و فضای مجازی ابزار قدرت نرم، و قدرت نرم نیز مرجع تولید فضای مجازی شده است. (۲) بر این اساس، در فضای مجازی وضعیت به نحو پیچیده و شبکه ای تعریف می شود. جوزف نای در تازه ترین اثر خود با عنوان آینده قدرت (۳) این استدلال را مطرح می کند که در دنیای اطلاعات که بر ناامنی در فضای سایبری مبتنی است، توزیع قدرت در قیاس با انتقال قدرت می تواند تهدید بزرگ تری برای دولت ها باشد. (۴) از این رو، در خصوص فضای مجازی و قدرت، دو رفتار قدرت مطرح می شود: رفتار قدرت سخت و رفتار قدرت نرم.

رفتار قدرت سخت بر پایه اجبار و پرداخت قرار دارد، ولی رفتار قدرت نرم بر اساس تدوین دستور کار، جذب یا ترغیب استوار است. حتی کشورهای بزرگی مانند امریکا که منابع عظیمی از قدرت سخت و نرم در اختیار دارند، خود را در حال تقسیم عرصه با بازیگران جدید و مواجه شدن با مشکلات بیشتر در کنترل مرزهای شان در حوزه سایبر

۱- Joseph S Nye, The powers to lead, Oxford University Press, ۲۰۰۸

۲- قدرت نرم، ص ۱۱۳.

۳- The Future of Power

۴- Joseph S Nye, The Future of Power, US: Public Affairs, ۲۰۱۱

ص: ۱۵۲

می یابند. فضای سایبر، جای فضای جغرافیایی را نخواهد گرفت و حاکمیت دولت را منسوخ نخواهد ساخت، ولی پراکندگی قدرت (و ایجاد پاد قدرت) در فضای سایبر وجود دارد که اعمال قدرت را در هر یک از این ابعاد به شدت پیچیده خواهد ساخت. (۱)

جوزف نای نیز در آینده قدرت به نوع دیگر نگاه کردن به قدرت و پاد قدرت (یا به زعم او، قدرت سخت و قدرت نرم) در حوزه سایبر پرداخته و سه وجه قدرت رابطه ای را مد نظر قرار داده است: (نای، ۲۰۱۱)

### جدول ۳۳. سه وجه قدرت در فضای مجازی

جدول ۳۳. سه وجه قدرت در فضای مجازی

سه وجه قدرت در فضای مجازی

مصادیق قدرت

وجه اول:

«الف»، «ب» را به انجام کاری و ادار می کند که خود «ب» در شرایط عادی آن را انجام نمی داد.

قدرت سخت: ممانعت از حملات سرویس، جاسازی بدافزارها، ایجاد اختلال در کنترل نظارتی و گرد آوری داده ها (۲) (SCADA) و دستگیری و بلاگ نویسان

قدرت نرم: برنامه های تبلیغاتی برای تغییر سلیقه اصلی هکرها، جذب اعضای سازمان های تروریستی

وجه دوم:

کنترل دستور کار (۳)؛ «الف» با کنار گذاشتن «ب»، «ب» را از انتخاب منع می کند.

قدرت سخت: فایروال ها فیلترها، و فشار بر شرکت ها برای کنار گذاشتن برخی عقاید

قدرت نرم: کنترل آی.اس.پی ها و موتورهای جست و جو، قوانین (۴) (ICANN) درباره نام دامنه ها، استانداردهای پذیرفته شده در خصوص نرم افزارها

۱- Ibid.

۲- SCADA (Supervisory Control and Data Acquisition).

۳- Agenda Control.

۴- ICANN (Internet Corporation for Assigned Names Numbers).

ص: ۱۵۳

وجه سوم:

«الف»، سلايق «ب» را طوری شکل می دهد که برخی از راهبردها، حتی مطرح هم نمی شوند.

قدرت سخت: تهدید به تنبیه وبلاگ نویسانی که مطالب سانسور شده را منتشر می کنند

قدرت نرم: اطلاعات برای ایجاد اولویت ها (مثلاً- تحریک ملی گرایی و هکرهای میهن پرست (۱))، به وجود آوردن هنجارهای انزجارآور (همچون هرزه نگاری کودکان)

در فضای مجازی، شواهدی از رفتار قدرت و پاد قدرت را می توان در تمامی جنبه ها یافت. نخستین وجه قدرت، قابلیت یک بازیگر برای وادار کردن دیگران به انجام دادن چیزهایی برخلاف سلیقه یا راهبردهای اصلی خودشان است. نمونه های مرتبط با قدرت سخت می توانند شامل حملات انکار سرویس، به علاوه دستگیری وبلاگ نویسان مخالف یا به نوعی جلوگیری از کار آنها باشد. برای مثال، در دسامبر ۲۰۰۹، چین یک وبلاگ نویس و فعال کهنه کار حقوق بشر را به نام لیو جیابو (۲) به دلیل تحریک به براندازی نظام به یازده سال حبس محکوم کرد و محدودیت های جدیدی برای ثبت و راه اندازی وب سایت ها از سوی افراد وضع نمود. یک ارائه دهنده خدمات میزبانی وب در چین این یادداشت را گذاشته بود که «به مدت نه سال یک کار موفق و قانونی را اداره کرده ام، ولی اکنون ناگهان به من می گویند کاری که می کنم، مرا یک مجرم می سازد» (۳).

در زمینه قدرت نرم، یک فرد یا سازمان ممکن است بکوشد دیگران

۱- patriotic hackers.

۲- Liu Xiaobo.

۳- The economist, don't mess with us, the economist, January ۲, ۲۰۱۰, ۳۱-۳۲.

ص: ۱۵۴

را متقاعد سازد تا رفتارشان را تغییر دهند. هنگامی که مقامات ژاپنی موضوعی در پیش گرفتند که مغایر نگرش چینی‌ها درباره روابط دهه ۱۹۳۰ میان دو کشور بود، حکومت چین از اینترنت برای بسیج دانش آموزان به منظور تظاهرات بر ضد ژاپن استفاده می‌کرد. هدف ویدیوهای القاعده و به تازگی جبهه النصره در سوریه در اینترنت، جذب افراد برای آرمان خودشان، و مثالی دیگر در خصوص استفاده از قدرت نرم برای تغییر افکار و سلايق اصلی مردم است.

دومین وجه قدرت، تدوین یا تعیین برنامه است که در آن یک بازیگر با کنار گذاشتن راهبردهای بازیگران دیگر، گزینه‌های پیش روی آنان را حذف می‌کند. اگر این کار خلاف میل آنها باشد، آن‌گاه جنبه‌ای از قدرت سخت خواهد بود؛ و اگر به عنوان یک کار مشروع پذیرفته شود، مثالی از قدرت نرم است. نای با استناد به طرح شبکه آزاد،<sup>(۱)</sup> معتقد است دست کم چهل کشور از فیلترها و فایروال‌های به شدت محدودکننده استفاده می‌کنند تا جلو بحث درباره موضوعات مشکوک را بگیرند. هیجده کشور درگیر سانسور سیاسی هستند که این مسئله در چین، ویتنام، لیبی، اتیوپی و عربستان چشم‌گیر توصیف شده است. افزون بر اینها، بیش از سی کشور بنا به دلایل اجتماعی، سایت‌های مرتبط با موضوعاتی چون سکس، قمار و مواد مخدر را فیلتر می‌کنند. حتی خود امریکا و بسیاری از کشورهای اروپایی به صورت «گزینه‌شی» این کار را انجام می‌دهند. این کار گاهی پذیرفته می‌شود و گاهی نه. اگر فیلترینگ مخفیانه و محرمانه باشد، برای شهروندان دشوار است که بدانند چه چیزی را نمی‌دانند! فن‌آوری‌های فیلترینگ نسل اول، در نقاط به اصطلاح

ص: ۱۵۵

بازرسی اینترنتی نصب می‌شوند و کارشان جلوگیری از دسترسی به فهرستی از پیش تعیین شده از وب سایت‌ها و آدرس‌هاست. آنها اغلب برای کاربران شناخته شده هستند، ولی اکنون آنها را با فن آوری‌های هوشمندتری تکمیل کرده‌اند که پنهان‌کارتر و پویاتر است و درست به موقع دشمنان را هدف قرار می‌دهد.

در برخی موارد، آنچه برای یک گروه قدرت سخت به نظر می‌رسد، برای دیگری جذاب پنداشته می‌شود. پس از شورش‌های ژینگ‌جیان (۱) در سال ۲۰۰۹، چین هزاران وب‌سایت را مسدود و پیامک‌ها را سانسور کرد. این کار ارتباطات را برای ساکنان منطقه مشکل‌تر ساخت، ولی در مقابل، سبب رواج جایگزین‌های داخلی برای سایت‌هایی چون یوتیوب، فیس‌بوک و توییتر گردید که از نظر هکرهای میهن‌پرست جالب بود. (۲)

همچنین وقتی صنعت موسیقی بیش از دوازده هزار امریکایی را به دلیل سرقت مالکیت معنوی از طریق دانلود غیرقانونی موسیقی تحت پیگرد قرار داد، کسانی که تحت پیگرد قرار گرفته بودند و نیز خیلی‌هایی که از آنها شکایت نشده بود، این تهدید را به عنوان قدرت سخت پنداشتند، ولی هنگامی که یک شرکت فراملی مانند اپل تصمیم می‌گیرد اجازه ندهد برنامه‌های خاصی روی آیفون دانلود شوند، بسیاری از خریداران حتی روح‌شان نیز از این مخاطرات خبر ندارد، و تعداد اندکی از آنها الگوریتم‌هایی را که جست‌وجوهای‌شان را هدایت می‌کند، درک می‌کنند.

---

۱- Xingjian.

۲- Jonathan Ansfield, and Sharon LaFraniere, China under stress: The Xinjiang question, -۲, ۲۰۱۰, New York Times, March, ۴, Av

سومین وجه قدرت این است که یک بازیگر به سلايق اصلی بازیگران ديگر شكل مي دهد تا برخي از راهبردها، حتي مجال مطرح شدن هم نيابند. هنگامي كه شركت ها تصميم گرفتند از يك كد به جاي كد ديگر براي محصولات نرم افزاري شان استفاده كنند، خريداران اندكي به اين موضوع توجه كردند.

حكومت ها نيز ممكن است تبليغاتي را براي نامشروع ساختن عقايد معيني انجام دهند؛ چنان كه چين، مذهب فالون گونگ (۱) و انتشار اندیشه های آن را در اينترنت محدود ساخته و بدین ترتيب، شناختن آن را برای مردم چين مشکل کرده است. در ايران نيز وبلاگ ها و سايت های ترويج بهائيت يا ديگر آيين های انحرافي با محدوديت مواجه هستند. عربستان نيز برخي از سايت های داراي رويکرد ديني معارض با نسخه ترويجي از اسلام را در اين کشور برای شهروندان غير قابل دسترس ساخته است. حتي دولت امريكا تدابيري بر ضد شركت های كارت اعتباري وضع کرده تا قماربازي اينترنتي برای شهروندان ناممكن گردد. فرانسه و آلمان از بحث درباره ايدئولوژي نازي در اينترنت جلوگیری می کنند. در موارد معدود، همچون هرزه نگاري کودکان، اجماعي گسترده در تمامی فرهنگ ها برای محدود ساختن دسترسي به برخي عقايد و تصاوير وجود دارد. (۲)

ادبيات موجود در زمينه ارتباط میان قدرت نرم و فضای مجازی نشان ميدهد شبکه های مختلف اينترنتي با خدمات متعدد و متنوعي كه ارائه می دهند، می توانند به عنوان ابزاري برای قدرت نرم (يا پاد قدرت) عمل

۱- Falun Gong religion

۲- The Future of Power, ۲۰۱۱

کنند. (۱) قدرت سایبر برای تولید نتایج ترجیحی در درون فضای سایبر، یا ابزارهای سایبر برای تولید نتایج ترجیحی در دیگر ابعاد خارج از فضای مجازی استفاده می‌شود. این مسئله درباره افزایش قدرت نرم در نظام بین الملل درست است. مفهوم قدرت نرم در قدرت جذب به جای اجبار یا زور است. افزایش مشروعیت و پذیرفتن آرمان‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی یک کشور از سوی شهروندان و دیگر کنشگران در نظام بین الملل، نشان دهنده افزایش قدرت نرم است. از آنجا که قدرت نرم بیشتر بر عقاید و ایده‌ها تأکید دارد، با ظهور فضای مجازی و رسانه‌های نوین، برخی از ایده‌ها و عقاید موفق شده‌اند یا شکست خورده‌اند؛ زیرا برخی از کنشگران فعال در عرصه جنگ نرم و افکار عمومی از فضاهاى مجازی استفاده بهینه کرده، پیام‌شان را به مخاطبان فراوان مجازی در محدوده جهانی گسترش داده‌اند و برخی از ایده‌ها و عقاید به دلیل عدم تطبیق با شرایط فن‌آوری و نیاز امروز افکار عمومی در جهان، شکست خورده یا ضعیف شده‌اند. (۲) رسانه‌ها در جنگ نرم و افکار عمومی نقش فراوانی دارند و اینترنت با توسعه فضای مجازی، نه تنها رسانه‌های سنتی دیگر را در خود جای داده، بلکه با وبلاگ‌ها و فروم‌های تعاملی و شبکه‌های اجتماعی، اثرگذاری بر افکار عمومی را دوچندان کرده و موجب بازاندیشی در عرصه دیپلماسی و روابط بین الملل شده است.

جست‌وجو و ایجاد شبکه‌های درست برای اعمال تأثیر بر بحث‌های سیاست خارجی و تصمیم‌گیری‌ها، امری حیاتی در تحولات بین‌المللی

۱- سعیدرضا عاملی، مطالعات انتقادی استعمار مجازی آمریکا: قدرت نرم و امپراتوری‌های مجازی، ص ۳۳.

۲- Daniel Ventre, ed, Cyberwar and Information Warfare, John Wiley Sons, ۲۰۱۲.

ص: ۱۵۸

است. برخی شبکه‌ها پیش‌تر در اینترنت شکل گرفته و برخی از سوی دولت‌ها برای اثرگذاری بر بحث‌های سیاست داخلی و خارجی در فضای مجازی و شکل‌دهی به آن ایجاد شده‌اند تا از این فضا برای شکل‌گیری عقاید و آگاهی از افکار عمومی استفاده کنند.<sup>(۱)</sup> این شبکه‌ها، وب‌سایت‌های عمومی یا اتاق‌های چت نیستند، ولی می‌توانند در مشارکت عموم مؤثر واقع شوند. یکی از شبکه‌های عمومی گسترده و اثرگذار بر عموم، ویکی‌پدیاست که طیف گسترده‌ای از مسائل بین‌المللی معاصر و برخی موضوعات را با جزئیات فراوان تحت پوشش قرار می‌دهد. امروز ویکی‌پدیا به قدری گسترش یافته که افزون بر عموم مردم که برای دسترسی به اطلاعات اولیه از آن استفاده می‌کنند، افراد تحصیل‌کرده نیز برای دسترسی و هدایت به اطلاعات بیشتر به دیگر منابع ارزشمند و معتبر از ویکی‌پدیا بهره می‌گیرند.

شبکه‌های عمومی دیگری برای کارشناسان در حوزه‌های مختلف وجود دارد. افراد فعال در عرصه سیاست خارجی، باید از محل موضوع‌های مورد بحث خود آگاه شوند. حضور و دیده شدن در این فضاهای عمومی برای اثرگذاری مهم است. ظاهر شدن دیدگاه‌های یک دولت در صفحه نخست جست‌وجوی وب از طریق موتورهای جست‌وجو برای اثرگذاری بر افکار عمومی جهانی مهم تلقی می‌شود. در هر مقاله ویکی‌پدیا، پیوندهایی به دیگر منابع در وب‌سایت‌ها، وبلاگ‌ها و منابع دیگر وجود دارد که هر کدام از آنها می‌توانند در جهت‌گیری مخاطب مؤثر باشد. شبکه‌های عمومی مثل ویکی‌پدیا، تفاوت میان

---

۱ - Rupert Brown, and Miles Hewstone, "An integrative theory of intergroup - contact," *Advances in experimental social psychology*, ۲۰۰۵, ۳۷(۳۷), pp ۲۵۵-۳۴۳.



ص: ۱۵۹

حضور فعال و منفعل را نشان می‌دهد و بیانگر چالش گونه‌های سنتی قدرت و مشروعیت است. کشورهایی در عرصه دیپلماتیک و تحولات بین‌المللی موفق خواهند شد که بتوانند از ظرفیت شبکه‌های عمومی آگاهی کافی داشته و در آن حضور فعال و مشارکت مؤثر داشته باشند.

در گذشته، رویدادهای وحشتناک و کشتارهای جمعی فراوانی در جهان صورت می‌گرفت، ولی در معرض دید بسیاری از افراد در جهان نبود و در نتیجه، هیچ واکنش جمعی نیز از سوی افراد و گروه‌های فعال صورت نمی‌گرفت، ولی امروز با ظهور رسانه‌های جدید و فضای مجازی، چنین رویدادهایی در معرض دید جهانی قرار می‌گیرد و واکنش‌های مختلفی در پی دارد. در پنجم مارس ۲۰۱۲، کمپین ویدیویی اینترنتی با نام «Kony ۲۰۱۲» برای متوقف کردن جنایات ارتش مقاومت خدا به ویژه بر ضد کودکان و نوجوانان در

ایجاد شد که به بازداشت رهبر آن،

و محاکمه او در

انجامید. کانی ۲۰۱۲ پنج روز پس از انتشار در

، بیش از ۶۵ میلیون و تا تاریخ ۲۴ ژوئن ۲۰۱۲ بیش از نود میلیون بازدیدکننده از سراسر جهان داشت و توجه افراد مؤثر را از سراسر مرزها به خود جلب کرد.<sup>(۱)</sup>

خارج کردن قلب یک سرباز سوری از سوی یکی از فرماندهان نیروهای معارض در منطقه القصیر در مرکز سوریه و خوردن آن، واکنش‌های جهانی شدیدی به ویژه در بین رسانه‌ها، سازمان دیده بان حقوق بشر و دیگر سازمان‌های بین‌المللی در پی داشت.<sup>(۲)</sup> این مورد و نمونه‌های مشابه دیگر نشان می‌دهد در شرایط امروزی، قدرت با

۱- [en.wikipedia.org/wiki/Kony\\_2012](http://en.wikipedia.org/wiki/Kony_2012)

۲- <http://www.islamtimes.org/vdcewe^wvjh^pxi.b^bj.html>

فن آوریهای ارتباطی و رسانه‌های جدید متحول گردیده و نقش فضای مجازی در این زمینه برجسته شده است.

زمانی که جمعیت بسیار زیادی از سراسر جهان برای دریافت اطلاعات و ایجاد ارتباط به فضای مجازی روی می آورند، دیپلماسی نیز برای مشارکت و نفوذ کنشگران، موضوع ها، عقاید و راهبردهای دیپلماتیک خود را تغییر می دهد. مخاطب دیپلمات دیگر به طرف های خارجی و همکاران داخلی محدود نیست، بلکه در دنیای امروز، او تحت فشار است تا به انواع منابع خبری مؤثر که در وب منتشر و تولید می شوند، توجه کند و پاسخ گو باشد. (۱) در سریلانکا، وزیر امور خارجه به تبلیغی واکنش نشان داد که از سوی گروه ببرهای تامیل در فضای مجازی تولید و منتشر شده بود. این شرایط، از محیط و فضای نوین رسانه ای سرچشمه می گیرد و هر گروه، کشور یا فردی بتواند از فرصتهای ایجاد شده برای ایجاد آگاهی، مدیریت دریافت، اعتبار، شهرت و پاسخ گویی استفاده لازم را ببرد، نه تنها بر چالش ها چیره می شود، بلکه بر قدرت نرم خود می افزاید.

از سوی دیگر، فضای مجازی به عنوان شبکه ارتباط جهانی، از طریق تعاملات، زمان واقعی بین مردم در سراسر جهان، فرصت ها و ظرفیت هایی برای ایجاد و تقویت گفت و گوی فرهنگی فراهم می آورد که این مسئله به شکل گیری فهم بهتر بین مردم از فرهنگ ها و ملیت های گوناگون کمک می کند. (۲) در جهان امروز و آینده، هر قدر شهروندان یک کشور فعالانه در تعاملات و گفت و گوهای فضای وب مشارکت کنند،

۱- The democratisation of diplomacy: negotiating with the Internet, ۲۰۰۵

Wilson P Dizard, Digital Diplomacy: U.S. Foreign Policy in the Information Age, New York: Praeger, ۲۰۰۱

بهرتر می‌توانند همراه با شناسایی فرهنگ دیگران، فرهنگ خود را به دیگر افراد بشناسانند. تعامل شهروندان و شناخت بهتر از همدیگر، می‌تواند تسهیل‌کننده ارتباط کشورها در عرصه‌های جهانی شود.

در ادامه، به موقعیت‌هایی اشاره می‌کنیم که از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی برای دست‌یافتن به سه بنیان اصلی دیپلماسی عمومی استفاده می‌شود. (۱)

### مدیریت روابط بین‌الملل و دیپلماسی

مدیریت روابط بین‌الملل و دیپلماسی

روابط دیپلماتیک، دیگر روابط انحصاری نیست، بلکه دیپلماسی، ویژگی انحصاری و توانایی عمل را در چرخه‌های جزیره‌ای و حفظ شده از دست داده است. تأثیر در روابط بین‌الملل، دیگر در یک مسیر، یعنی از کارگزاران/کارگزار دولت به سمت شهروندان نیست. دیپلماسی دموکراتیک تر از قبل شده است. (۲) این فضای دموکراتیک، استلزامات خاص خود را دارد. دیپلمات‌ها باید این دموکراتیک‌تر شدن را بپذیرند و ارتباطات خویش را توسعه دهند و از ابزارهای فن‌آورانه برای مدیریت بازیگران جدید و قدیمی در نظام بین‌المللی و جهانی استفاده کنند. شبکه‌ها و میزهای مجازی، بازیگران اصلی مثل دانشگاهیان، نهادهای مردم‌بنیاد، شرکت‌ها، شهروندان و دیاسپوراها، (۳) تعاملات/مشارکت فعال

Shivam Singh, "Political Actions and Sports Policy," Economic and Political Weekly, ۲۰۱۳, -۱  
۲۲-۲۰, pp (۳۴)۴۸.

۲- The democratisation of diplomacy: negotiating with the Internet, ۲۰۰۵

۳- جوامع دور از وطن یا دیاسپورا (به انگلیسی: Diaspora) به پراکندگی، مهاجرت یا آوارگی گروهی از مردم اطلاق می‌شود که دور از خانه و کاشانه اصلی خویش زندگی می‌کنند و در دنیا پراکنده شده‌اند. دیاسپورا حاصل جابه‌جایی سرزمینی میان دولت‌ها و مهاجرت‌های گسترده فرامرزی است که بنا به ضرورت‌های سیاسی، اقتصادی و گاهی اعمال محدودیت‌هایی برای گروه‌های قومی و مذهبی صورت می‌گیرد. در این حالت، معمولاً پیوندها و تعلقات اقلیت‌های قومی مذهبی مهاجر یا سرزمین اصلی همچنان پا برجا می‌ماند.

ص: ۱۶۲

در حوزه وبلاگ و رسانه‌های اجتماعی را به همدیگر وصل میکنند که می‌تواند اعتماد و اطمینان و اعتبار را میان بازیگران جدید، مثل سازمان‌های مردم‌بنیاد و شهروندانی فراهم کند که قدرت بسیج‌کنندگی در حوزه عمومی را گسترش داده‌اند. سریلانکا را میتوان مثال خوبی از دولت‌ها دانست که برای صلح و آشتی و برخورد با کنشگران مختلف در سناریوی بعد از اختلافات، از بسترهای رسانه‌ای نوین در افزایش تلاش‌های صلح‌طلبانه در مؤسسه کادیرگامار (۱) استفاده کرد. بنابراین، بازیگران قدیمی دیپلماسی می‌توانند از پیشرفت‌های فن‌آورانه سود ببرند و راه‌های ارتباطی را امن نمایند و برای ارتباطات مختلف بگشایند و روابط میان کنشگران و طرف‌های مختلف را با ایجاد اطمینان و شفافیت بر موضوعات مورد مذاکره تقویت کنند.

### مدیریت وجهه در نظام بین‌المللی

مدیریت وجهه در نظام بین‌المللی

زمانی که عوامل خارجی دولت و کارگزاران امور خارجی با مسئله مدیریت وجهه و اعتبار روبه‌رو می‌شوند، روابط عمومی در دیپلماسی سنتی تحت فشار پروتکل‌های سخت قرار می‌گیرد، اما قرن ۲۱ وجهه جدیدی به روابط عمومی در عرصه بین‌المللی بخشیده است. پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، نکته‌ای که از سوی بیشتر شهروندان امریکایی پرسیده شد، این بود که «چرا آنها از ما این قدر متنفرند؟» (۲) و این مسئله، موجب

۱- Kadirgamar Institute

۲- Why do they hate us so much?

ص: ۱۶۳

شکلگیری هشدار ضد امریکایی گرای جهانی شد و تبعات آن این بود که جنگ جهانی بر ضد ترور، نیازمند جنگ طولانی برای به دست آوردن قلب‌ها و ذهن‌ها در محدوده جهانی است و پیشبرد این امر بیشتر به «جنگ اطلاعاتی» متکی است تا نظامی. (۱) همان‌گونه که پیش‌تر گفتیم، دولت اوباما با ایجاد اداره دیپلماسی الکترونیک (۲) از طریق ابزارهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی، سرمایه‌گذاری فراوانی بر «جنگ اطلاعاتی» برای فعالیت در زمینه مدیریت وجهه کرده است و هم‌اکنون، امریکا ۱۵۰ کارمند ثابت در منزل و نهصد دیپلمات در خارج از کشور دارد که از یوتیوب، توئیتر و بلاگ‌ها برای کارهای دیپلماتیکی‌شان استفاده می‌کنند. با گذشت زمان نیز این کشور راهبردهای چندوجهی و پیچیده‌تری را در نظر می‌گیرد.

مثال دیگر در این زمینه، وزارت امور خارجه انگلستان است که یک وب‌سایت تعاملی، وبلاگ نویسانی برجسته و پیوندهایی به یوتیوب و فلیکر را اداره می‌کند تا بتواند با استفاده از فن‌آوری‌های نوین و رسانه‌های جایگزین، وجهه انگلستان را حفظ کند و در سطحی دیگر، موجب افزایش اعتبار و وجهه بین‌المللی و داخلی انگلستان شود. در حقیقت، انگلستان، پیش‌قراول به‌کارگیری دیپلماسی دیجیتال، و از نخستین کشورهایی است که دیپلماسی ارتباط دیجیتال را در دستور کار قرار داد و توانست راهبرد خوبی در این زمینه توسعه دهد. در وزارت خارجه انگلستان برای پیشبرد اهداف دیپلماسی، واحد ویژه امور دیجیتال تشکیل شد. این بخش راهکارهایی در خصوص چگونگی به

- 
- ۱ – N. Taylor, information war: American propaganda, free speech and opinion control – since ۱۴ – ۹, seven stories press, ۲۰۰۸.  
 ۲ – e – diplomacy.

کارگیری رسانه‌های اجتماعی و فن آوری‌های جدیدتر و آموزش دیپلمات‌هاست. همچنین نقش نظارتی را بر عهده دارد؛ زیرا مجبور است فعالیت‌های پرخطر دیپلمات‌ها را نظارت و بررسی کند. در هر سفارت خانه، مقامات رسمی درباره نحوه تعامل با کشورهای خارجی آزادی عمل دارند. دیپلمات‌ها در انتخاب موضوع مورد بحث و نوع اطلاعات ارائه شده به مردم آزادند. بخش دیپلماسی ارتباط دیجیتال با اختصاص بهترین امکانات و ترغیب بهره‌گیری از آنها، به دیپلمات‌ها در زمینه مشارکت در تجربیات مثبت و منفی کمک می‌کند. البته، عوامل بیرونی چون بحران مالی جهانی و ظهور فن آوری جدید ارتباطی، انگیزه‌های بیشتری پدید آورده است. نخستین و مهم‌ترین انگیزش این است که دیپلماسی ارتباط دیجیتال بسیار مقرون به صرفه‌تر از راهبردهای سنتی است و به منابع مالی، زمان و افراد کمتری نیاز دارد. مطالعه برنامه‌های انگلستان نشان می‌دهد در سالهای آینده بر دیپلماسی ارتباط دیجیتال بیشتر تأکید خواهد کرد؛ زیرا به کارگیری رسانه‌های اجتماعی و فن آوری‌های جدید ارتباطی، این امکان را به دیپلمات‌ها می‌دهد تا به مخاطبان گسترده‌تری دست یابند. دیپلماسی ارتباط دیجیتال برای انگلستان مهم‌ترین ابزار به منظور تعامل با جوانان دیگر کشورهاست. برای مثال، مقامات رسمی این کشور می‌توانند با یک وبلاگ و پیام داخل آن، به هزاران نفر دسترسی پیدا کنند و با اقدامات و تعاملات خود، بر وجهه و اعتبار کشورشان اثر مثبتی بگذارند.<sup>(۱)</sup>

وجهه و اعتبار خوب می‌تواند سطح رقابت یک ملت را ارتقا دهد.<sup>(۲)</sup> و

---

John Hoffman, Reconstructing diplomacy, The British Journal of Politics International – ۱  
Relations, ۲۰۰۳, ۵(۴), pp ۵۲۵-۵۴۲

Theresa Loo, and Gary Davies, "Branding China: The ultimate challenge in reputation – ۲  
management?" Corporate Reputation Review, ۲۰۰۶, ۹(۳), ۱۹۸-۲۱۰

ص: ۱۶۵

افزون بر تقویت وجهه ملی میان شهروندان، موجب تقویت تصویر یک کشور بین طرف های خارجی شود که همواره تأثیر مهمی بر همه روابط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی میگذارد. جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی، کمک خارجی، وام بین المللی، تقویت اقتصاد محلی، انتقال دانش، همکاری های فرهنگی و غیره، همه به وجهه و اعتبار کشورها در عرصه بینالمللی بستگی دارد. در حال حاضر، ارتباط و تماس اولیه یک شخص خارجی با یک کشور و ملت دیگر، با واسطه و رسانه ای است و با توجه به نفوذ فضای مجازی و توسعه آن به سمت وب ۳، اطلاعات و متون مختلف فضای وب است که در این ارتباط اولیه، نقش مهم و اثر گذاری دارد و در آینده خواهد داشت. (همان)

برای مثال، اگر کسی برای گذراندن تعطیلات در جزایر کارائیب برنامه ریزی کند، نام مقصد مورد نظر را در گوگل جست و جو و اطلاعات مورد نظر را از وب سایت های مربوط در منطقه به دست می آورد یا از طریق فضای مجازی، تمام اطلاعات و نقشه سه بعدی و دیگر اطلاعات آب و هوایی و حتی حساسیت های فرهنگی منطقه را مطالعه می کند و از آن آگاه میشود. بنابراین، وزارت امور خارجه باید با مقامات محلی مربوطه همکاری کند تا از بهینه سازی وب سایت ها در موتورهای جست و جو و دسترسی اطلاعات لازم برای خارجی ها اطمینان حاصل نماید. وب سایت های تعاملی و اطلاعاتی، وبلاگ های گردشگری و کمپین های رسانه های اجتماعی، روش هایی است که فن آوری های نوین در ایجاد و شکلگیری تصویری مثبت در روابط بین الملل عمل می کنند.

ص: ۱۶۶

در زمان شکل‌گیری بحران و آسیب‌های گوناگون، برای کنترل و مدیریت بحران در سطح بین‌المللی و داخلی، دیپلمات‌های الکترونیک و مجازی و فعال‌سازی شبکه مجازی سودمند است. سریلانکا تلاش‌های فراوانی در این زمینه انجام داده و موفقیت زیادی به دست آورده است.

### پیشرفت اهداف سیاسی

اگر کشوری رابطه قوی خود را با بازیگران اصلی دیپلماتیک حفظ کند و تصویر مثبتی در عرصه بین‌المللی پدید آورد. پیشرفت و توسعه اهداف سیاسی چندان کار دشواری نخواهد بود. در حال حاضر، فن‌آوری‌های نوین به عنوان ابزاری برای حمایت میان بازیگران اصلی استفاده شده است. هر چند علت اصلی جنبش‌های اسلامی در کشورهای عربی، رسانه‌های جدید نیست، از رسانه‌های جدید در این فضا بهره گرفته شد. اهداف سیاست خارجی از طریق ابزارهایی رسانه‌های نوین می‌تواند برای تعامل، مذاکره و لابی با دولت‌ها تسهیل و تسریع شود. به علاوه، از فن‌آوری‌های نوین نه تنها به عنوان یک محرک، بلکه به عنوان یک سازنده و تولیدکننده رضایت در جهت دستیابی به اهداف سیاست یک

دولت استفاده می‌شود. (۱)

البته پیشرفت در فن‌آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، چالش‌هایی مثل کاهش سلسله‌مراتب، ایجاد شکاف در اعتماد، افزایش شفافیت و آزادی، تشویق بحث‌های چندسویه و بسیج جنبش‌های اجتماعی جهانی را برای دیپماسی سنتی به وجود آورده است. این استفاده از فن‌آوری‌های نوین

---

Said Saddlki, "Diplomacy in a Changing World." Alternative: Turkish Journal of – ۱  
International Relations, ۵(۴), pp.۹۳-۱۰۵



ص: ۱۶۷

و فضای مجازی، به ویژه برای اقتصادهای در حال ظهور و کشورهای سودمندی است که می‌خواهند جایگاه خود را در روابط بین‌المللی و جهانی ارتقا دهند.<sup>(۱)</sup> همچنین برای کشورهای فایده‌دار که می‌خواهند با دیاسپورها که به دلیل شرایط یک کشور به کشورهای دیگر مهاجرت کرده‌اند، شبکه‌هایی ایجاد کنند و بازگشت آنها را به کشور تشویق نمایند و پیوندهای فرهنگی و اجتماعی شکسته شده را بسازند. فن آوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و فضای مجازی در این زمینه، مؤثر و سودمند است. فن آوری‌های نوین نه تنها برای منافع اساسی و اصلی استفاده می‌شوند، بلکه از نظر راهبردی به عنوان یک ابزار بازاریابی برای توانایی‌های یک کشور، اهداف اقتصادی و اجتماعی - سیاسی استفاده می‌شوند.

همان‌گونه که پیشتر گفتیم، دیپلماسی با پیشرفت فن آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و فضای مجازی، دموکراتیک‌تر شده است. این موضوع با تمرکززدایی از اطلاعات به عنوان نتیجه فن آوری‌های نوین بر دیپلماسی تأثیر زیادی گذاشته، به گزارش و ارائه رویدادها در عرصه بین‌المللی کمک کرده و موجب شده دیپلمات‌ها مواضع و واکنش‌های خود را به موقع و سریع‌تر به مخاطبان داخلی و خارجی در فضای جهانی در حین رویدادها و بعد از آنها ارائه کنند. در حقیقت، کشورهایی که از فرصت‌های فن آوری‌های نوین و رسانه‌های جدید در عرصه دیپلماسی در تمامی سطوح بهره می‌برند و در این زمینه آینده‌نگری و چشم‌انداز روشن و شفاف را تنظیم کرده‌اند، سرعت عمل و کنشگری در

---

Said Saddlki, "Diplomacy in a Changing World." Alternative: Turkish Journal of – ۱  
International Relations, ۵(۴), pp.۹۳-۱۰۵

یک محیط عملیاتی پویا را برای دستیابی به اهداف قابل پیش بینی خواهند داشت و به دیپلماتها این اجازه را خواهند داد تا بر موانع سیاسی و اقتصادی چیره شوند و توسعه سیاسی در عرصه جهانی را تسریع نمایند.<sup>(۱)</sup>

### هیئت های دیپلماتیک مجازی

هیئت های دیپلماتیک مجازی

پیش از توضیح هیئت های دیپلماتیک مجازی، لازم است هیئت های دیپلماتیک را تعریف کنیم. دایره المعارف بریتانیکا، هیئت های دیپلماتیک را گروهی از افراد تعریف می کند که به یک کشور خارجی برای انجام دادن امور دیپلماسی فرستاده می شوند.<sup>(۲)</sup> با وجود این، از هیئت های دیپلماتیک انتظار می رود برخی نقش های کشور خود را در کشور خارجی انجام دهند.

انواع گوناگونی از هیئت های دیپلماتیک وجود دارد و هر کدام برای انجام دادن نقش خاصی فرستاده می شود. عصر دیجیتال، تأثیر زیادی بر هیئت های دیپلماتیک گذاشته است. هیئت های دیپلماتیک مجازی، آینده هیئت های دیپلماتیک سنتی و معمول را متحول ساخته اند. در حقیقت، عصر دیجیتال موجب شده هیئت های دیپلماتیک مجازی و سنتی هم زیستی داشته باشند و همدیگر را تکمیل کنند یا هیئت های دیپلماتیک مجازی در بسیاری از نقش ها، عملاً جایگزین هیئت های سنتی بشوند.

Ronald J. Deibert, "International plugnplay? Citizen activism, the Internet, and global – ۱ public policy." International Studies Perspectives, ۲۰۰۰, ۱۰), pp ۲۵۵–۲۷۲

Encyclopaedia Brittanica on-line, Definition of 'Diplomatic Missions [online], ۲۰۱۲ – ۲ Available from: <http://www.britannica.com/ebi/article-۲۳۴۲۸۸>

ص: ۱۶۹

درگاه ای دیپلمات وب (۱) (۲۰۱۰) چندین نقش گوناگون را به شکل طبقه بندی شده معرفی می کند:

( کشور خود را در یک کشور خارجی دیگر نمایندگی میکنند؛

( منافع شهروندان کشور خویش را در کشور خارجی دیگر حفظ می نمایند؛

( با دولت آن کشور مذاکره میکنند؛

( شرایط و تحولات در زندگی مالی، اقتصادی، فرهنگی و علمی کشور خارجی را پایش و گزارش می نمایند؛

( روابط دوستانه میان کشور خارجی و کشور خود را افزایش می دهند؛

( روابط علمی، سیاسی، اقتصادی و تجاری میان دو کشور را توسعه میدهند؛

( گذرنامه، اسناد سفر و روادید صادر میکنند.

از هیئت های دیپلماتیک انتظار می رود از منافع کشور خود دفاع کنند. این ممکن است به روش های مختلف انجام شود. هیئت های دیپلماتیک ممکن است هوشیاری و مراقبت بیشتری بر اتفاقات در کشور خارجی داشته باشند تا مطمئن شوند هیچ گونه موقعیت یا کنشی نمی تواند تأثیر سوئی بر کشورشان بگذارد. آنها می کوشند سطح پیوسته ای از هماهنگی میان کشور خود و کشور دیگر را با مراقبت ضروری برای جلوگیری از هر نوع منبع اختلاف بین کشورها حفظ کنند. این نقش همواره در کنار دیگر نقش ها عمل می کند تا به عنوان منبعی از اطلاعات برای کشور خود عمل نماید. هیچ کس یا هیچ منبعی بهتر از هیئت های دیپلماتیک

ص: ۱۷۰

نیست که بتواند اطلاعات مربوط را در جهت منافع کشور خود در کشور میزبان گرد آورد. اطلاعات ممکن است شامل جزئیاتی از محیط سیاسی، تجاری، اقتصادی یا فرهنگی کشور میزبان، همراه با تحولات و دگرگونی ها باشد. از دیدگاهی دیگر، یک هیئت دیپلماتیک ممکن است به عنوان منبعی از اطلاعات برای عموم عمل کند.

مذاکره، نقش کلیدی و اصلی هیئتهای دیپلماتیک است. هیئت های دیپلماتیک از طرف یک دولت با دولت میزبان تعامل برقرار می کند تا به حل اختلاف ها پردازد و با هدف توسعه روابط بینالمللی، امتیازهای جمعی یا فردی را به دست آورد. وجود اطلاعات از امتیازهای کشور میزبان، به توفیق هیئت های دیپلماتیک کمک می کند. توسعه روابط دوجانبه که هدف آن، توسعه روابط بین المللی در ابعاد سیاسی، تجاری، اقتصادی و فرهنگی است، زمانی محقق می شود که هیئت های دیپلماتیک از گسترش اطلاعات، مطمئن شوند تا با ایجاد آگاهی و فرهنگ بین شهروندان کشور میزبان، جایگاه کشور خود را ارتقا دهند. رسانه های نوین در کنار دیگر شیوه های اطلاع رسانی، کمک مؤثری به گسترش اطلاعات در این زمینه کرده است.

### تأثیر عصر دیجیتال بر هیئت های دیپلماتیک

تأثیر عصر دیجیتال بر هیئت های دیپلماتیک

برای فهم بهتر تأثیر عصر دیجیتال بر هیئت های دیپلماتیک، باید انواع هیئتهای دیپلماتیک را توضیح داد: سفارت خانه ها، کنسولگری ها و هیئت های دائمی. اما دیپلماسی اکنون با عصر دیجیتال و همگرایی رسانه ای روبه رو گردیده و اینترنت، پیش گام اصلی زمان مدرن شده و در همه انواع هیئتهای دیپلماتیک، دگرگونی هایی پدید آورده است.

نقش اصلی هیئت های دیپلماتیک، نمایندگی رسمی است. «اگر فضای مجازی به عنوان یک فضای جدا در نظر گرفته شود، در آن صورت وب سایت های سرویس های دیپلماتیک را می توان به عنوان یک نمایندگی کشور در آن فضا در نظر گرفت.» (۱) عصر دیجیتال به هیئت های دیپلماتیک اجازه داده نمایندگی خود را در اینترنت گسترش دهد تا خدمات خویش را به اجتماع اینترنتی، ارائه کند. در حقیقت، اینترنت وسیله ای است که وزارت امور خارجه بیشتر از دیگر وزارتخانه ها از آن برای ارتباط بهتر استفاده می کند؛ زیرا اینترنت، فضایی جهانی است. بر این اساس، اطلاعات منتشر شده بر روی اینترنت و وب سایت کنسولگری یا سفارت، به اندازه اعلامیه ارائه شده از سوی دیپلمات ها مهم است. (۲)

در فضای واقعی، نمایندگی ها از نظر فیزیکی از هم جدا هستند، ولی در فضای مجازی، یکدیگر را هم پوشانی می کنند. در فضای واقعی، سفارت خانه های واقعی و کنسولگری ها در یک کشور یا منطقه خاص، به آن محل استقلال می بخشند و تنها از طریق افراد یا افراد رسمی با هم ارتباط برقرار می کنند، ولی در فضای مجازی، هر کس از هر جایی می تواند با کنسولگری، سفارت یا تک تک افراد در کشور میزبان و یا با سفارت خانه های کشور خودش در آن کشور یا کشورهای دیگر ارتباط برقرار کند. هیئت های دیپلماتیک با حضور آنلاین و ارائه اطلاعات خاص، به مخاطب هدف کشور میزبان توجه ویژه ای می کنند. در بسیاری از

- 
- Jovan Kurbalija, and Stefano Baldi, The internet guide for diplomats, DiploPublishing, – ۱  
 .Mediterranean Academy of Diplomatic Studies, ۲۰۰۰, p. ۱۰۰  
 .The internet guide for diplomats, ۲۰۰۰ – ۲

ص: ۱۷۲

کشورها، محدودیت های خاصی برای دیپلمات های دیگر کشورها در دسترسی به گروه های مختلف اجتماعی وجود دارد یا افراد آن کشور به دلایل گوناگون از همکاری و مشارکت با سفارت خانه یا کنسولگری کشورهای خاصی منع می شوند. بنابراین، فضای مجازی این محدودیت ها را کاهش و ارتباط با گروه های اجتماعی مختلف را افزایش می دهد. (۱)

کنسولگری ها یا سفارت خانه ها تحت فشارند تا سرویسها را آنلاین کنند و اطمینان یابند اطلاعات مناسب در اینترنت قابل دسترس هستند. این مسئله سه دلیل عمده دارد: نخست، برای هیئت دیپلماتیک مهم است تا در رقابت با دیگر کشورها از آن به عنوان سکوی پرتاب برای شهروندان کشور میزبان عمل کنند و ممکن است برای بارزگانان یا گردشگران مؤثر باشد. تعداد کاربران در همه کشورها هر روز در حال افزایش بوده، کشف هیئت های دیپلماتیک در اینترنت بیشتر یک واقعیت است. دوم، وفاداری شهروندان به یک کشور از طریق سرویس های ۲۴ ساعته در اینترنت و به راحتی حفظ میشود. سوم بر محدودیت های زمانی بر مکانی ارتباطات در فضای واقعی غلبه کرده و تعامل با کشورها را در سطوح مختلف به طور چشمگیری افزایش می دهد.

مفهوم ارائه خدمات کنسولی در اینترنت، درجات مختلفی دارد. برخی کشورها به راحتی منبعی از اطلاعات را در اختیار افراد قرار می دهند که حضور فیزیکی را در کنسولی کامل می کند. از سوی دیگر، راهبرد دیگر کشورها، افزایش حضور مجازی در حذف کارهای مشخصی از سفارت یا کنسولگری فیزیکی است؛ مثل برنامه ریزی و

ص: ۱۷۳

زمان بندی قرار ملاقات و مصاحبه ها. نمونه یک سرویس ملاقات ویزاپوینت،(۱) خدمات اطلاعات ویزای سفارت امریکا در استرالیاست که موارد کاربردی از طریق آنلاین توزیع میشود و ویزای تأیید شده به صورت الکترونیکی در اختیار متقاضی قرار میگیرد.

عصر دیجیتال موجب شده هیئت های دیپلماتیک، منافع کشور را در دنیای آنلاین حفظ کنند. در حالی که هیئت های دیپلماتیک با انتشار اعلامیه های رسمی، کنترل جزئی بر رسانه ها داشته اند، تحول اطلاعات، موقعیتی را پدید آورده که آنها دیدگاه ها و عقاید بسیاری را در یک محدوده زمانی کمتر، منتشر و قابل دسترس می کنند؛ زیرا هیئت های دیپلماتیک به راحتی توانایی پاسخ به اطلاعات مخالف را ندارند و در حفظ منافع کشور خویش باید مواضع خویش را درباره موضوع های مختلف در یک بازه زمانی کارآمد منتشر نمایند و عدم انتشار مواضع اصولی و سریع، ممکن است پی آمدهای فراوانی برای هیئت دیپلماتیک و روابط میان کشورها داشته باشد.

هیئت های دیپلماتیک در سفارت خانه ها از یک نوسان اطلاعات درباره رویدادها رنج می برند و تحت فشارند تا تفسیر خویش را از چنین اطلاعاتی در کوتاه ترین فاصله زمانی ممکن به کشور خویش منتشر کنند. در عصر دیجیتال، شرایط رسانهای جدید افزون بر اثرگذاری بر هیئت های دیپلماتیک در خصوص چارچوب زمانی، سبب تنوع رسانه هایی شده که هیئت ها از طریق آنها با مخاطبان هدف شان ارتباط برقرار می کنند. امروزه این ارتباطات ممکن است به وسیله تلفن، ایمیل، ویدئو کنفرانس و پیام رسانی آنلاین انجام شود.

ص: ۱۷۴

اطلاعات بی شماری ممکن است به عنوان محتوای آنلاین ارائه شود؛ از جمله اطلاعات راجع به کنسولگری و کارکنانش، اطلاعات مهم از کشور خود و از کشور میزبان، تماس ها و ارتباطات مهم و پیوند به سایت های سودمند. ارتباطات میان کشور و سازمان های بین المللی و شهروندان کشور خود و کشور میزبان، یکی از مزایای فن آوری های نوین ارتباطی و فضای مجازی است که در همه سطوح اثر گذاشته است. چنین تأثیراتی بر شیوه مذاکره نیز اثر می گذارد. فوروم ها، جلسات گفت و گو، ارتباطات ویدئویی از طریق نرم افزارهای خاص و دیگر ابزارها، شیوه های خوبی برای اجرای زمینه های خاص در حوزه مذاکرات شده است.

همچنین عصر دیجیتال و فضای مجازی به شکل های مختلف بر توسعه روابط دوجانبه سیاسی، تجاری و فرهنگی اثر گذاشته است. اکنون چنین نقشی با ارائه محتوای آنلاین در فضای سیاست خارجی نسبتاً راحت شده است؛ اطلاعاتی که به بازرگانان کمک می کند فهم تجاری از کشور خود داشته باشند و نیز فرصت های تجاری، گردشگری یا دانشگاهی و دیگر اطلاعات را افزایش دهند؛ به گونه ای که موجب توسعه بیشتر روابط بین کشورها شود.

دولت ها با اجرای دولت الکترونیک به فن آوری، واکنش نشان داده اند. دولت های الکترونیک شامل نماینده وزارتخانه های مختلف در اینترنت هستند که اطلاعات و سرویسها را ارائه میکنند. بخشهای مشخصی در دولت الکترونیک، مثل امور فرهنگی، اقتصادی یا سیاسی متنی دارند که شبیه متون هیئت های دیپلماتیک است. زمانی که عموم به حضور آنلاین دولت عادت کنند، از هیئت های دیپلماتیک نیز انتظار می



رود حضور آنلاین داشته باشند. چنین فشاری به تأثیر هیئت های دیپلماتیک کمک میکند تا حضور خود را در وب گسترش دهند. تأثیر عصر دیجیتال بر هیئت های دیپلماتیک مهم است. سفارت خانه ها، کنسولگری ها و هیئت های دائمی ممکن است امروز در اینترنت حضور یابند و تا حد زیادی همانند هیئت های دیپلماتیک واقعی در نظر گرفته شوند. در حقیقت، تأثیر عصر دیجیتال بر هیئت های دیپلماتیک، به ایجاد هیئت های دیپلماتیک مجازی انجامیده است که امروزه بیشتر کشورها در راستای دست یابی به اهداف خویش از آن بهره می برند.

## تحلیل قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک مجازی

### اشاره

تحلیل قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک مجازی

تحلیل قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدها (۱) یک ابزار برنامه ریزی راهبردی برای ارزیابی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدهایی است که در یک پروژه یا فعالیت اقتصادی یا دیگر موقعیت ها برای تصمیم گیری استفاده میشود. از این روششناسی برای ارزیابی منافع و آسیب های هیئت های دیپلماتیک مجازی استفاده شده است. استفاده از این روش، نگاه دقیق تری در بررسی ویژگی های هیئت های دیپلماتیک مجازی به ما می بخشد. مزایا به نقاط قوت و فرصت ها تقسیم و آسیب های آن به نقاط ضعف و تهدیدها طبقه بندی می شود. بر این اساس، نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک را می توان بر اساس تحلیل گریچ (۲) در جدول ۴۱ نشان داد.

۱-SWOT

۲-۲۰۰۶

ص: ۱۷۶

## جدول ۱: نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک

جدول ۱: نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک

نقاط قوت

نقاط ضعف

هزینه پایین

نبود روابط بین شخصی

آسودگی و راحتی مضاعف

نبود تأیید و تشخیص هویت

اطلاعاتی

نیازمند حفظ و نگهداری دقیق و حساس

دقت و صحت

پیچیدگی مضاعف

دسترس پذیری

محدود

فرصت ها

تهدیدها

حضور بین المللی

آسیب پذیری بالا در برابر حملات

امکانات بازاری جدید

سوء برداشت از اطلاعات

تعاملی بودن

انتظار مشارکت بالا از سوی شهروندان

ابزار فوق العاده برای تبلیغات

از دست دادن اعتبار

با توجه به اینکه فضای مجازی در همه امور زندگی روزمره راه یافته و هر روز افرادی که به این فضا دسترسی پیدا می کنند، بیشتر می شود، مجاز جای خود را به واقعیت می دهد و نقاط ضعف بسیاری از امور مجازی خود را به نقاط قوت خواهد داد. بر این اساس، تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک رفته رفته کاهش می یابد و هر روز بر فرصت های آن در دست یابی به اهداف افزوده می شود.

### ارتباطات میان فرهنگی و رسانه های نوین

ارتباطات میان فرهنگی و رسانه های نوین

رسانهها، نقش بسیار مهمی در ارتباط بین فرهنگی دارند و حتی شناخت بسیاری از عناصر فرهنگی از دیگری، بر اساس بازنماییهای رسانه‌های

ص: ۱۷۷

صورت میگیرد. با ظهور فن آوریهای نوین رسانهای و فضای جهانی وب، گفت و گوی میان فرهنگی تقویت شد؛ زیرا قدرت مردم برای ارتباط مستقیم با یکدیگر از طریق رسانه های نوین افزایش یافت. آشفتگی و بحران های جهانی و وابستگی متقابل همه کشورها در عرصه های گوناگون به یکدیگر، موجب شده شهروندان درباره همدیگر بیشتر بیاموزند. در این شرایط، رسانه های نوین، ارتباطات میان فرهنگی را در یک مقیاس جدید جهانی مفهوم سازی کرده و ارتباطات رسانه ای توده وار را به سمت ارتباطات تعاملی تغییر داده است. (۱)

از آنجا که ارتباطات فرهنگی نقش بسیار مهمی در تحولات بین المللی و پیشبرد اهداف کشورها در عرصه جهانی دارد، بررسی نقش رسانه های نوین در ارتباطات میان فرهنگی می تواند چشم انداز بهتری از نحوه عمل و فعالیت در زمینه ارتباطات میان فرهنگی ارائه کند.

با توجه به مطالعات محققان ارتباطات درباره ارتباطات میان فرهنگی و رسانه های جدید، نقش رسانه ها را می توان در موارد مختلفی توضیح داد:

( رسانه های دیجیتال ارتباطات میان فرهنگی را امکان پذیر و در عین حال محدود می کنند.

اینترنت با کاهش هزینه و محدودیت های دسترسی (هرچند به شکل ناعادلانه) طیفی از فوروم ها از وب سایت ها گرفته تا سایت های شبکه اجتماعی و میکرو بلاگ ها را تولید می کند که میزبان گفت و گوهای فرهنگی هستند. این رسانه های جدید، به شکل گیری اجتماعات گفتگومانی

David Morley, and Kevin Robins, Spaces of identity: Global media, electronic landscapes – ۱  
and cultural boundaries, Routledge, ۲۰۱۳

ص: ۱۷۸

با علائق مشترک یاری می رساند و در برخی موارد، حتی سبک جدیدی از ارتباطات شکل می گیرد که پیش تر امکان پذیر نبود. (۱)

در حال حاضر، این فوروم ها و مکان های بحث به عنوان سایت های تقویت کننده و رونق بخش تبادل ارتباطات میان فرهنگی عمل می کنند؛ زیرا با حذف دروازه بانی و ویراستاری رسانه های ارتباط جمعی مانند روزنامه ها، ظرفیت بالایی از ارتباطات میان فرهنگی را برای همه پدید می آورند. در رسانه های نوین، دیگر هیچ دروازه بانی نمی تواند محدودیت های مشابه رسانه های ارتباط جمعی را برای عموم در خصوص فرهنگ های دیگر اعمال کند. نفوذ رسانه های دیجیتالی جدید به زندگی روزمره و رسانه ای شدن جنبه های مختلف زندگی روزمره، موجب شده افراد بدون نگرانی از امنیت شخصی خویش در بیان دیدگاه ها، جنبه های گوناگون فرهنگ را با فرهنگ های دیگر به اشتراک بگذارند. (۲)

در حال حاضر، به محض حادث شدن رویدادی در جامعه و فرهنگی دیگر، افراد آن فرهنگ به طور روزافزون سعی در بسیج افکار عمومی در قبال آن رویداد می کنند و از ابزارهای رسانه ای نوین و شبکه های ارتباطی گسترده بهره می برند. نمونه این مورد، آتش زدن بوعزیزی، جوان ۲۶ ساله تونسی است. این جوان که از یافتن شغلی آبرومند ناامید شده و مورد آزار و اذیت پلیس قرار گرفته بود، خود را جلو چشم مردم در یک مکان عمومی آتش زد و داستانش به سرعت از مرز شهر کوچکش خارج

۱- A. M Froomkin, technologies for democracy, iu p, shane (ed), democracy online: the prospects for political renewal through the internet (pp. ۳ – ۲۰, new York, ny: routledge, ۲۰۰۴.

۲- James Slevin, Internet and society, Cambridge UK, Polity Press, ۲۰۰۰

ص: ۱۷۹

شد و همه جا بر سر زبان ها افتاد. اندکی بعد شدت سوختگی ها سبب مرگ بوعزیزی شد و او را هم زمان به یک نماد و شهید تبدیل کرد. ناآرامی هایی که در پی قربانی شدن این جوان تونسسی پدید آمد، حکومت یکی از دیکتاتورهای مستبد و دیرپا را ساقط نمود.

هنگام آتش زدن، بسیاری از ناظران از طریق تلفن همراه خود از این حادثه فیلم برداری و عکس برداری و با اتصال به اینترنت، آن را در وبلاگ ها و شبکه های اجتماعی منتشر کردند. انتشار تصویر این جوان تونسسی، نمونه ای از ظرفیت عمومی رسانه های شبکه ای جدید است و این ظرفیت رسانه های نوین موجب شد چنین رویدادی در دیدرس و نگاه عمومی، کشورها و فرهنگ های دیگر قرار گیرد. انتشار فیلم ها و عکس های این جوان تونسسی در یوتیوب، موجب به روزرسانی اعتراض ها شد و فضای گفت و گو را میان مردم تونس و مردم سراسر جهان فراهم کرد.

( رسانه های دیجیتال، به شکل های گوناگون ارتباطی، «فضاهای» جدید و بی نظیری برای ارتباطات میان فرهنگی ارائه می کنند.

بعد از کار اولیه آلپورت، (۱) محققان زیادی از رشته های مختلف در تحقیقات خویش بر شناخت و فهم شرایط تسهیل کننده ارتباط میان گروه های اجتماعی مختلف تأکید کرده اند. از نظر تاریخی، مجموعه تحقیقات مربوط به این موضوع، بیشتر بر تعاملات رودررو و مستقیم تأکید کرده اند. با وجود این، در سال های اخیر، محققان به محتوای رسانه های دیجیتالی و الکترونیک توجه نموده اند. برای مثال، شیپا، گرگ

Gordon Willard alport: becoming: basic considerations for a psychology of personality, -۱  
yale university press, ۱۹۹۵

و هیوز(۱) نشان داده اند تعاملات از طریق تلویزیون یا فیلم ها با شخصیت های واقعی یا خیالی می تواند نتایج مثبت یکسانی همانند تعاملات رودررو ارائه کند. پیشرفت های فن آوران در رسانه های شبکه ای دیجیتالی و رشد قابل توجه فهم عامه و استفاده از این رسانه ها، به فرصت های بیشتر تعامل انجامیده است. از این رو، رسانه های نوین، بافت و زمینه بی نظیری ارائه می کنند یا آنچه هاروود(۲) بدان «فضاهای تماس و ارتباط(۳)» می گوید که اغلب از ارتباطات رودررو و شیوه های متنی ارتباطات فراتر می رود و در آن، نزدیکی و شناخت فرهنگی بیشتر اتفاق می افتد. پویایی، غنی بودن و توانگری رسانه های نوین می تواند به نظریه پردازی نقش آنها در ارتباطات میان فرهنگی کمک کند.

توانگری رسانه های نوین، به ویژه رسانه های چندرسانه ای در ویدیوهای گسترده جوان تونسسی دیده شد و به نماد معترضان در داخل تونس و خارج از تونس تبدیل گردید. افراد خارج از تونس، بدون توصیف متنی و توضیح سوم شخص، این ویدیو را دیدند. در حقیقت، تصاویر این جوان تونسسی در فضای نوین، به عنوان فضای ارتباطی میان فرهنگی عمل کرد که در آن، مردم تونس و فرهنگ های دیگر جهانی از تلاش یک جوان برای رهایی از ستم و بدبختی و مرگ فراتر رفتند. به عبارت دیگر، این نمونه بیانگر این است که رسانه های نوین، شرایط تجربه میان فرهنگی دور را فراهم می کنند تا فرهنگ ها از نظر شناختی و

- 
- Edward Schiappa, Peter B. Gregg, and Dean E. Hewes, "The parasocial contact – ۱ hypothesis," *Communication Monographs*, ۲۰۰۵, ۷۲(۱), pp. ۹۲-۱۱۵
- Jake Harwood, "The contact space: A novel framework for intergroup contact – ۲ research," *Journal of Language and Social Psychology*, ۲۹(۲), pp ۱۴۷-۱۷۷
- contact spaces –۳

عاطفی بیشتر به هم نزدیک شوند و دریافت از دیگر فرهنگ‌ها تغییر یابد. حتی اگر تغییر در دریافت‌های فرهنگی از یکدیگر طولانی یا زودگذر باشد، رسانه‌های نوین توانایی شناخت و شروع ارتباط میان فرهنگی را فراهم می‌سازند. به عبارت دیگر، میزان تغییر در دریافت فرهنگی چندان مهم نیست، بلکه مهم این است که رسانه‌های دیجیتال، امکان یک تجربه میان فرهنگی دوربرد را فراهم می‌کنند تا از نظر روانی و احساسی بیشتر به هم نزدیک شوند.

این تصاویر در فضای ارتباطی جدید، یک بازنمایی سمعی و بصری غنی از رویدادها در جهان پدید می‌آورد. از این رو، بینندگان با بازنمایی متنی محدود از فرهنگ تونس یا فرهنگ هر کشور دیگر روبه‌رو نیستند، بلکه با طیف بزرگ تری از تجربه‌های فضای زبانی، خصوصی و عمومی مواجه می‌شوند. بازنمایی بصری در مقایسه با روایت سنتی و متنی پدیده فرهنگی، تجربه قوی و تقویت شده ارائه می‌کند. بر اساس ایده «چشم انداز زبان شناختی (۱)» (۲) فرهنگ بصرمحور رسانه‌های نوین را می‌توان به عنوان ایجادکننده چشم انداز تصویری در نظر گرفت که در آن توانگری و غنای رسانه‌های نوین، «حسی» از یک مکان یا موقعیت از طریق بازنمایی بصری گروه‌های دیگر فراهم می‌آورد. در جامعه شبکه‌ای و نوین امروزی، تماس و ارتباط میان فرهنگی رسانه‌ای و باواسطه نباید به عنوان شکل معیوب و خیالی از تعاملات رودررو در نظر گرفته شود، بلکه رسانه‌های نوین، فضاهای جدیدی پدیدار می‌سازند و مفهوم سازی دیگری از تعاملات و ارتباطات میان فرهنگی ارائه می‌کنند.

۱- linguistic landscape.

۲- Shohamy, E. and Durk Gorter, Linguistic Landscape: Expanding the Scenery, New York, Routledge, ۲۰۰۹.



( رسانه های نوین، ارتباطات میان فرهنگی را در مقیاس جدید چند به چند تسهیل می کنند.

به طور کلی، محققان میان فرهنگی مایل به مدل های ارتباطی هستند که گفت و گو را در گروه دو نفره یا گروه های کوچک مشروعیت می بخشد. غالب شدن اصطلاح گفت و گوی فرهنگی در تحقیقات پیشین، بیشتر بر ارتباط میان فرهنگی در مقیاس کم به کم یا توده ای تأکید می کند. بی گمان چنین تأکید و توجهی به این شکل ارتباط میان فرهنگی با انواع رسانه ها تغییر یافته و ارتباط میان فرهنگی موجود تسهیل شده و شکل دیگری یافته است. با وجود این، فن آوری ارتباطات شبکه ای و فضای مجازی، ارتباطات چند به چند را تقویت و از آن حمایت می کند و گفت و گوها را در سطوح مختلف با یکدیگر ترکیب می کند و در مقیاس گسترده اشاعه می دهد. یکی از عوامل رشد ارتباطات میان فرهنگی، رشد فوروم ها و مکان های بحث ارتباطات چند به چند در ارتباطات شبکه ای و رسانه ای نوین است که در افزایش «چند چشم انداز گرایی (۱)» ریشه دارد. برخلاف رسانه های سنتی که عموماً به شیوه های دوگانه مخالف و موافق بود، ارتباطات چند به چند تنوع گستردهای از عقاید بدون محدودیت های رسمی دارد. در انقلاب های کشورهای خاورمیانه، وبلاگ ها، شبکه های اجتماعی و توییتر، گفت و گوی قوی داخلی را برای حمایت از راهبردهای انقلاب، و گفت و گو با مخاطبان خارجی در گیر رویدادهای اخیر را تسریع کرد؛ به گونه ای که عموم جهان، نوعی همبستگی با مردم این کشورها نشان دادند.

( رسانه های نوین، شیوه های جدید بازنمایی را ارائه می کنند که ارتباطات و دریافت های میان فرهنگی را شکل می دهند.

محققان درباره بازنمایی رسانه های ارتباط جمعی، به طور پیوسته تأثیر اقتصاد سیاسی رسانه را در تحقیقات خود نشان داده‌اند: بازنمایی از «دیگران» فرهنگی، بیشتر کلیشه ای، تقلیلی و احساسی است. از آنجا که هزینه رسانه های پخش خیلی بالاست و درآمدهای حاصل از تبلیغات بازرگانی، از برنامه های رسانه های سنتی حمایت می کند، این مسئله به بازنمایی های درست و واقعی از گروه ها و فرهنگ های خارجی نمی انجامد. هدف بیشتر محققان ارتباطات، فهم و نقد اثرگذاری پیام های رسانه های ارتباط جمعی یا نحوه دریافت پیام رسانه ها از سوی خوانندگان است، ولی آنچه امروز با رسانه های نوین اتفاق افتاده، انتشار خیلی ارزان و آسان انواع پیام های رسانه ای است که هر شهروندی می تواند آن را انجام دهد. فضای مجازی به افراد اجازه معرفی خودشان و گروه های متعدد را میدهد. از این رو، بازنمایی از رسانه هایی چون رادیو و تلویزیون گسترده شده است. به عبارت دیگر، رسانه های جدید بازنمایی را دموکراتیک کرده اند. البته گفتنی است این بازنمایی دموکراتیک، یکسان و عادلانه نیست.

بازنمایی که در رسانه های پخش، مسئله بود با رسانه های نوین تا حدی بر طرف شده است. اقتصاد سیاسی رسانه های جدید، با توانایی ارائه خود، اصطلاح ارتباطات میان فرهنگی را دگرگون کرده است. برخلاف پوشش تلویزیونی و روزنامه ها که پوشش نخبگان از رویدادها بود، در حال حاضر، شهروندان قادر به ارائه توضیحات خود از موقعیت و رویداد حادث شده هستند. شهروندان نه تنها می توانند نگاه خود را به

ص: ۱۸۴

یک رویداد نشان دهند، بلکه قادر به ارائه فرهنگ خود و خواسته‌ها به شیوه‌های گوناگون هستند. در چنین فضایی، اجتماع جهانی با پیام‌ها، ویدیوها و بحث‌های عموم مردم شکل می‌گیرد و دولت ملت دیگر پایداری قبل را در رویدادها ندارد. به عبارت دیگر، قبل از فضای نوین رسانه‌ای، دولت ملت‌ها نماینده عموم مردم در مواجهه با فرهنگ و ملت‌های دیگر در عرصه جهانی بودند و در حال حاضر، عموم مردم در سطحی متفاوت، نماینده خودشان در عرصه بازنمایی شده‌اند. در برخی موارد، زمانی که اعتراض‌ها در یک کشور بر ضد رویدادی یا دولتی شکل می‌گیرد، بازنمایی عموم از آن رویداد با بازنمایی دولت متفاوت می‌گردد. در این شرایط، بازنمایی عموم در فضای نوین رسانه‌ای بر بازنمایی دولت یا حکومت چیره می‌شود؛ زیرا فضای نوین رسانه‌ای، فرصتی برای جمعی از صداها را فراهم می‌کند و بیشتر محدودیت‌های ارتباطات میان فرهنگی مؤثر با مجموعه بازنمایی متنوع از فرهنگ کشور بهتر می‌شود. این روند می‌تواند نگاه کلیشه‌ای را از بازنمایی رسانه‌ای از فرهنگ‌های دیگر، و دریافت‌های همگن را از آن فرهنگ بهتر کند.

در حقیقت با رسانه‌های نوین، عادی شدن ارتباطات میان فرهنگی در سطوح مختلف روی داده و ماهیت چندوجهی رسانه‌های دیجیتال، فضای جدیدی برای ارتباط چند به چند در تعامل میان فرهنگ‌ها به تصویر کشیده است.

### **نحوه شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی و سیاسی در فضای مجازی و نحوه تغییر آنها در طی زمان**

نحوه شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی و سیاسی در فضای مجازی و نحوه تغییر آنها در طی زمان

چنان که پیش‌تر گفتیم، امروزه پیشرفت فن‌آوری و گسترش رسانه‌های

ص: ۱۸۵

جمعی، تحولات فراوانی در ارتباطات و عرصه‌های گوناگون فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و... پدید آورده است. فضای مجازی، اینترنت و فن آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی به عنوان پدیده‌ای فن آورانه در مناسبات اجتماعی و انسانی راه یافته و خود نیز تا حد زیادی به پدیده‌ای اجتماعی تبدیل شده است. در این میان، اینترنت و فن آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید در کنار دیگر کارکردهای شان، از یک سو آگاهی سیاسی افراد را افزایش می‌دهد و از سوی دیگر، آنها را در مناسبات سیاسی درگیر می‌کند. از آنجا که فضای عمومی دیگر برای گفت و گو به ندرت وجود دارد، فضای مجازی به عرصه‌ای برای گفت و گو تبدیل شده و ویژگی اصلی آن، پویایی این فضا است که با توجه به ابزارهایی که در اختیار کاربران قرار می‌دهد، سبب می‌شود افراد بهتر بتوانند گرایش‌های سیاسی و کنش جمعی خود را نشان دهند.

در حقیقت، اینترنت مکانی هندسی برای انواع گروه‌ها در ارتباط، همکاری و مشارکت است. اصولاً این فن آوری بی‌طرف است، ولی می‌تواند راهی برای ارتباطات و پیوندهای مثبت و منفی باشد. به عبارت دیگر، فضای مجازی، مکانی برای افراد با یک طیف گسترده از علایق است. گروه‌های رادیکال که به تحریک نارضایتی سیاسی و اجتماعی دست می‌زنند، در این فضا حضور دارند. از این رو، محققان همواره راه‌های ارتباطی و نحوه بسیج و همکاری افراد را برای کنش جمعی در این فضا بررسی کرده‌اند. خود راه‌ها، محتوای پیام‌ها، کنشگرانی که پیام‌ها را می‌گیرند یا دریافت می‌کنند و بازخورد به آن پیام‌ها، همه در فهم چگونگی و چرایی سازمان‌دهی افراد نقش دارند.

بنابراین، با توجه به گسترش و تحولات فن آوری‌های ارتباطی و

ص: ۱۸۶

اطلاعاتی و رسانه‌های جدید و ظهور فن آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید، به ویژه اینترنت، کاملاً چشم‌انداز کنش جمعی تغییر یافته است. لویپا و سین (۱) توضیح می‌دهند که ارتباطات و محدودیت‌های داخلی، دیگر مانع جنبش‌های اجتماعی نیست. بنابراین، گروه‌های بسیار بزرگ، دیگر موفق‌تر از گروه‌های کوچک نیستند (دست کم از نظر اندازه و وسعت). ایمیل، وب‌سایت‌ها، اتاق‌های چت، وبلاگ‌ها و بولتن‌بوردها، سازمان‌دهی، ارتباطات کارآمد و حتی مشورت و تعامل در درون جنبش‌های اجتماعی را در هر شکل و وسعت و اندازه ممکن امکان‌پذیر می‌سازد.

با وجود این، برخی کارشناسان و متخصصان بر این باورند که درباره تأثیرات کنش جمعی اینترنت اغراق شده است و ممکن است این اثرها زودگذر باشد. برای نمونه، مک آدامز (۲) معتقد است ارتباطات بین‌المللی آسان‌تر، به طور خودکار به موفقیت جنبش‌های اجتماعی بین‌المللی نمی‌انجامد؛ زیرا شبکه‌های میان‌فردی اصلی و اساسی به طور مناسب شکل نگرفته و حفظ نمی‌شوند. اتریونی و اتریونی (۳) نیز معتقدند بدون تعاملات رودررو، ارتباطات اینترنتی نمی‌تواند اجتماع‌پایداری شکل دهد که یک جنبش اجتماعی در بلندمدت نیاز دارد. ون دو دونک و همکارانش (۴) معتقدند اعتراض‌ها و تظاهرات مجازی نمی‌تواند علاقه و

Arthur Lupia, and Gisela Sin, "Which public goods are endangered?: How evolving – ۱ communication technologies affect the logic of collective action," *Public Choice*, ۲۰۰۳, pp ۳۱۵–۳۳۱.

Dan P McAdams, "Personality, modernity, and the storied self: A contemporary – ۲ framework for studying persons," *Psychological inquiry*, ۱۹۹۶ ۷(۴), pp ۲۹۵–۳۲۱.

Amitai Etzioni, and Oren Etzioni, "Face-to-face and computer-mediated communities, a – ۳ comparative analysis," *The information society*, ۱۹۹۹, ۱۵(۴), p ۲۴۱–۲۴۸.

Wim Van De Donk, Brian D. Loader, Paul G. Nixon, and Dieter Rucht, eds, *Cyberprotest: – ۴ New media, citizens and social movements*, Routledge, ۲۰۰۴.

ص: ۱۸۷

تمایل معترضان را برای یورش، هجوم عاطفی، هیجان واقعی و کنش فیزیکی برطرف سازد.

اما نمونه‌های بسیاری از جنبش‌های اجتماعی اینترنتی موفقیت آمیز وجود دارد؛ مثل شورش زاپاتیستی (۱) در سال ۱۹۹۶ در مکزیکو و جنبش جهانی جودی ویلیامز (۲) در ممنوعیت مینهای زمینی. (۳) عمل گروه‌هایی از این دست، به تازگی به عنوان عملی فراتر از جنبش‌های اجتماعی سنتی تشخیص داده شده است: شبکه نوآوری همکاری که به عنوان «تیم سایبری مردم خودجوش با یک دید جمعی، تعریف شده است که از طریق وب به وجود آمدند تا با اشتراک گذاری ایده‌ها، اطلاعات و تحقیق در رسیدن به هدفی عمومی، همکاری کنند». (۴) با شفافیت و سرعت درونی و ارتباطات مستقیم، این شیوه همکاری می‌تواند به تبیین و توضیح برتری در حال ظهور جنبش‌های اجتماعی آنلاین و برنامه ریزی موفقیت پیوسته آنها در آینده نزدیک کمک کند.

بدیهی است اینترنت، ظهور و شکل‌گیری سریع و عمل جنبش‌های اصلی جدید را امکان‌پذیر می‌سازد، ولی بسیاری شک دارند که: آیا چنین تلاش‌های اینترنتی می‌تواند ادامه پیدا کند؟ بيمبر (۵) معتقد است شاید این موضوع، مدلی برای جنبش‌های اجتماعی آنلاین جدید

۱- Zapatista rebellion.

۲- Jody Williams.

۳- <http://www.icbl.org/index.php>.

۴- Peter A Gloor, "Swarm Creativity, Competitive advantage through collaborative innovation networks", Oxford University Press, ۲۰۰۶, p ۱۱.

۵- Bruce Bimber, "Information and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level," Political Research Quarterly, ۵۴(۱), p ۵۳-۶۷.

ص: ۱۸۸

باشد: گروه‌های گذرا، مرکزگرایز (نامتمرکز) شکل می‌گیرد و از طریق صرفاً یک برنامه سیاسی فعالیت می‌کند. بهانه فعالیت از بین می‌رود و ممکن است با به وجود آمدن ضرورت برخاستن، جنبش، دوباره شکل بگیرد یا یک گروه مشابه دیگر نیز بتواند به سرعت پدید آید. (۱)

جنبش‌های سیاسی به هم پیوسته زمانی شکل می‌گیرد که گروه‌های غیرسازمان یافته پیشین، یک صدای سیاسی را به عنوان نارضایتی درک کنند و درصدد تبلور اهدافی خاص یا خواستار تغییر شوند. شدت، وسعت، سهولت و حجم ارتباطات جهانی و پخش چندرسانه‌ای در اینترنت نمی‌تواند کمک کند، ولی می‌تواند فرآیند طبیعی شکل‌گیری جنبش سیاسی و معترضان را سرعت بخشد. این تسریع می‌تواند به تقویت و تشدید تعارض و اختلاف‌ها در اینترنت کمک کند. (همان: ۲۰۷) افراد آنلاینی که خودشان را در حاشیه می‌پندارند، می‌توانند به تلاش‌های گسترده رویدادهای محلی پیوندند و جنبش و تحرک آنها را گسترش دهند، ولی این قدرتمندی ناگهانی می‌تواند زودگذر باشد، مگر اینکه جنبش بتواند خود را با یک ساختار سیاسی و هویتی گسترده ادغام و یکپارچه کند.

برای اینکه بفهمیم فضای مجازی و فن‌آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در بسیج اجتماعی و سیاسی و جنبش‌ها چه نقشی دارند، باید ابتدا جنبش‌های اجتماعی جدید را تعریف و تفاوت آن را با جنبش‌های اجتماعی کلاسیک و سنتی درک کنیم.

Kelly Garrett, "Protest in an information society: A review of literature on social – ۱ movements and new ICTs," Information, communication society, ۲۰۰۶, ۹(۰۲), p ۲۱۱

## جنبش های اجتماعی جدید

### جنبش های اجتماعی جدید

یکی از مشکلاتی که بر سر راه مطالعه جنبش های نوین اجتماعی قرار دارد، نبود اجماع در تعریف مفهوم خود جنبش اجتماعی است. این اصطلاح در دهه های اخیر به بسیاری از مسائل اطلاق شده است. مثل اعتراض های منطقه های درباره مسائل کوچک و بزرگ در یک کشور تا دیدگاه های ایدئولوژیکی که جنبه جهانی داشته اند و مسائل خاصی که بعضی از گروه های اجتماعی پی می گیرند. از سوی دیگر، خود واژه اجتماعی، تمام جنبه های رفتاری را از عمومی و جمعی تا خصوصی و فردی دربرمیگیرد. با این حال، پرسش اساسی این است که: چه چیزی یک عمل گروهی و رفتار جمعی را جنبش اجتماعی می سازد و آن را از دیگر رفتارهای اجتماعی جدا میکند؟ بر این اساس، یادآوری تعریف هایی از خود جنبش اجتماعی برای درک جنبش های اجتماعی جدید، ضروری است.

هربرت بلومر از نخستین مطالعه کنندگان پدیده جنبش اجتماعی است که تعریف های گوناگونی از جنبش های اجتماعی ارائه کرده است. وی جنبش اجتماعی را در آثار اولیه خود، به عنوان تعابیری برای بنیادگذاری یک نظم جدید در زندگی می داند. (۱) به عبارت دیگر، او معتقد است جنبش های اجتماعی به دنبال ایجاد دگرگونی هایی در کلیه ساختهای زندگی هستند که قدرت انگیزش خود را از نارضایتی از شکل جاری زندگی و از آرزوها و آمال افراد برای ایجاد نظمی جدید به دست می آورند. بلومر در آثار بعدی، به تعریف تازه های از جنبش اجتماعی مبادرت می ورزد. در این دیدگاه جدید، جنبش اجتماعی کوشش جمعی



ص: ۱۹۰

است برای دگرگون ساختن حیطه معینی از روابط اجتماعی موجود یا دگرگونی بزرگ و هدایت نشده‌های است در روابط اجتماعی که ناخواسته تعداد زیادی از شرکت کنندگان را دربرمی گیرد.

روشه، جنبش‌ها را سازمانی میداند که به منظور دفاع، گسترش یا دست‌یابی به اهداف خاصی شکل گرفته اند. (۱) سازمان را در خودش دارد و جهت‌گیری آن به سوی تغییر یا حفظ جامعه، از تغییر در حوزه خاصی از جامعه است؛ (۲) یعنی جنبش‌های اجتماعی به دنبال تغییر در همه ساحت‌های حوزه عمومی یا خصوصی نیست، بلکه حوزه خاصی را مد نظر دارد و به دنبال حفظ، احیا یا تغییر و تعقیب موضوعی خاص در حوزه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است. گی روشه در اثر ارزشمند خود تغییر اجتماعی، جنبش اجتماعی را عبارت از سازمانی کاملاً شکل گرفته و مشخص می‌داند که به منظور دفاع، گسترش یا دست‌یابی به هدف‌های خاصی به گروه‌بندی و تشکل اعضا می‌پردازد. (۳) مشکل این تعریف، عدم تمایز میان جنبش‌های مختلف اجتماعی است که از رفتارهای جمعی خاصی سرچشمه می‌گیرد.

هیوود منظور از جنبش اجتماعی را شکل خاصی از رفتار جمعی می‌داند که انگیزه فعالیت در آن به طور عمده از مشرب‌ها، رهیافت‌ها و آرزوهای اعضایش ناشی می‌شود و از نظر شکلی، درون یک چهارچوب سازمانی غیرمنسجم و آزاد فعالیت می‌کند. (۴) او معتقد است بخشی از یک

۱- گی روشه، تغییر اجتماعی، ترجمه: وثوقی، ص ۱۶۴.

۲- Antonio Carreton, social movements in the third world, London macmillan, ۱۹۹۴. p ۶۷

۳- تغییر اجتماعی، ص ۱۶۴

۴- Andrew Heywood, Key concept of politics, newyork, palgrave, ۲۰۰۰, p۲۳۲

ص: ۱۹۱

جنبش اجتماعی، نیازمند بودن به سطحی از تعهد و فعالیت سیاسی به جای عضویت رسمی و کارت دار است. افزون بر اینها، او مهم ترین ویژگی جنبش اجتماعی را تحرک آن می داند.

آنتونی گیدنز جنبش اجتماعی را کوشش جمعی برای پیشبرد منافع مشترک یا تأمین هدفی مشترک از طریق عملی خارج از حوزه نهادهای رسمی تعریف می کند. (۱) به عبارتی، از نظر گیدنز مهم ترین ویژگی جنبش های اجتماعی، غیررسمی و غیرحکومتی بودن آنهاست.

آنچه درباره جنبش های اجتماعی جدید در دنیای امروز باید مدنظر داشت، این است که این پدیده ها متحدالشکل و دارای هدف واحدی نیستند، بلکه شکل های مختلفی به خود گرفته اند. به همین دلیل، تعریف جنبش، دشوار و غیراجماعی است، ولی به دلایل گوناگون، جنبش های اجتماعی وجود دارند که یکی به دلیل علایق مردم است که می خواهند در سیاست مشارکت کنند و دیگر اینکه از این طریق، دنبال کسب فرصت ها و منافع هستند. با این حال، به نظر می رسد جنبش های نوین اجتماعی پیش بینی ناشدنی، محاسبه ناپذیر، غیرعقلایی و بی سازمان باشند. برای فهم بهتر، ویژگی های جنبش های اجتماعی را توضیح می دهیم:

۱. پیش بینی ناشدنی: به دلیل اینکه اغلب در نقاطی که به جنبش اجتماعی نیاز شدیدی هست، رخ نمی دهد. برای نمونه، جنبش زنان در جوامعی که حقوق زنان نادیده گرفته می شود، وجود ندارد.

۲. محاسبه ناپذیر: به این دلیل که در جنبش نوین اجتماعی، انگیزه و علایق مادی و منافع شخصی دخیل نیست و افراد بیشتر به دنبال تحقق

۱- آنتونی گیدنز، جامعه شناسی، ترجمه: صبوری کاشانی، ص ۶۷۲.

ص: ۱۹۲

آرمان های غیرمادی یا به عبارتی، فرامادی یعنی بهبود کیفیت زندگی هستند.

۳. غیرعقلایی: چون از طریق غیرهنجاری و غیررسمی دنبال تحقق اهداف هستند و روشهایی که برای رسیدن به اهداف خود پیش می گیرند، به جریانهای رسمی حکومت ربطی ندارند.

۴. غیرسازمانی: به این دلیل که آنها به طور عمدی از شکل دادن به سازمان خودشان، حتی زمانی که به نظر می رسد قادر به این کار هستند، خودداری می کنند.

اما امروزه تقسیم بندی جدیدی از جنبش های اجتماعی ارائه شده که آنها را به طور کلی به دو نوع کلاسیک یا سنتی، و مدرن یا جدید تقسیم می کند. هر یک از این جنبش ها ویژگی های خاص خود را دارند. تفاوت های این دو نوع جنبش از ابعاد مختلف عبارت اند از:

نخستین ویژگی جنبش های جدید اجتماعی این است که بیشتر اعضا و طرفداران آن را جوانان تشکیل می دهند؛ در صورتی که جنبش های کلاسیک از سوی نخبگان رهبری می شد و گروه سنی خاصی را در بر نمی گرفت. (۱)

دومین ویژگی جنبش های اجتماعی جدید این است که آنها بیشتر به دنبال بهبود کیفیت زندگی هستند و به اهداف فرامادی نظر دارند؛ در صورتی که جنبش های کلاسیک بیشتر درصدد تحقق اهداف مادی و اقتصادی بوده‌اند. به عبارتی، جنبش های جدید اجتماعی دنبال تحقق آزادی، حقوق مدنی، ترویج روحیه تساهل و مدارا، جامعه مدنی و... هستند؛ در حالی که جنبش های کلاسیک در پی بهبود وضعیت اقتصادی طبقه ای خاص یا شرایط زیست مادی بهتری بودند.

---

Andrew Heywood, "Political Ideologies: An Introduction," ۱۹۹۸, p ۲۵۶-۱

ص: ۱۹۳

در حالی که جنبش های اجتماعی قدیم به وسیله منافع خاص اقتصادی و علایق اقتصادی رهبری می شدند و از طبقات کارگری حمایت می کردند، جنبشهای جدید اجتماعی اغلب کارگزارانی غیراقتصادی دارند که معمولاً از طبقات متوسط و بالای متوسط پشتیبانی و رهبری می شوند.

ویژگی دیگر جنبش های اجتماعی این است که افزون بر جنبه ملی داشتن، جنبه بین المللی به خود گرفته اند. جنبش های اجتماعی جدید نه تنها قدرت دولت را به چالش فرامی خوانند، بلکه در خارج از کشور نیز حوزه های مختلفی را درگیر خود ساخته اند. به عبارتی، حوزههای جنبش های اجتماعی معطوف به مسائل بین المللی و جهانی شده است.

ویژگی دیگر جنبش های جدید اجتماعی این است که برخلاف جنبش کلاسیک که از سوی طبقه سرکوب شده و محروم حمایت می شده است، جنبش جدید اجتماعی از سوی جوانان و طبقه تحصیل کرده و تقریباً با درآمد کافی حمایت می شود. استقلال مادی اعضای جنبش، از ویژگی های مهم جنبش های نوین اجتماعی است. جنبش های جدید اجتماعی بر طبقات تحصیل کرده و دارای آگاهی و اطلاعات تکیه دارد.

ویژگی بعدی که از ویژگی قبلی ریشه می گیرد، این است که جنبش جدید اجتماعی به طور عمومی جهت گیری فرامادی یا مابعد مادی دارد که به کیفیت زندگی معروف است. از این رو، جنبش هایی مثل جنبش زنان وجود دارد که پرداخت برابر حقوق و فرصت های برابر اشتغال را پی گیری می کند و از نفی پدرسالاری و ارزش هایی مانند برابری زنان سرچشمه می گیرد.

در حالی که جنبش های قدیم بار ایدئولوژیکی بسیار برجسته ای داشتند، جنبشهای جدید اجتماعی به طور مشخص و آشکار ایدئولوژیکی نیستند و نمی توان ایدئولوژی آنها را به روشنی مشاهده و تعریف کرد. (۱)

ویژگی پایانی جنبش های اجتماعی جدید آن است که نوع جدیدی از سیاست را بنیان گذاری کرده اند. در حالی که جنبش های قدیم در ساختار سازمانی خود بر تمرکزگرایی و تصمیم گیری متمرکز تأکید داشتند، جنبش های اجتماعی جدید بیشتر حالت غیرسازمانی دارند. به همین دلیل، جنبش های جدید اجتماعی از احزاب سیاسی، گروه های فشار و منافع و... جدا شده اند؛ زیرا ظهور نسل جدید جنبش های اجتماعی، دگرگونی هایی را در نوع نگرش به خود جنبش ها پدید آورده است. به عبارتی، جنبش های جدید اجتماعی چنان که لاکلاو و موف گفته اند به سوی کثرت گرایی سیاسی و ایجاد حوزه سازمانی مستقل بیشتری از دولت و از بین بردن تمرکزگرایی بروکراتیک جهت گیری کرده اند. (۲)

جنبش های جدید اجتماعی بر روی دو هدف عمده تمرکز دارند: یکی آگاهی و روشن بینی، و دیگری رهایی که در تغییرات اجتماعی مدنظر است. به دیگر سخن، این جنبش ها بر روی زندگی افراد اثر می گذارند. (۳)

از نگاهی دیگر، مهم ترین وجوه تمایز جنبش های اجتماعی جدید از کلاسیک یا قدیم عبارت اند از:

- ۱- Donatella Della Porta, and Mario Diani, Social movements: An introduction, John Wiley – Sons, ۲۰۰۹, pp ۱۳- ۱۶
- ۲- Ernesto Laclau, and Chantal Mouffe, Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics, Verso, ۲۰۰۱, p ۲۳۷
- ۳- Margot Breton, "Relating Competence- Promotion and Empowerment," Journal of Progressive Human Services, ۵(۱), p ۳۱

ص: ۱۹۵

( جنبش های قدیم و کلاسیک از ماهیت طبقاتی برخوردارند؛ در حالی که نوع جدید جنبش ها، هویت محور، جمعی و غیروابسته به طبقه ای خاص و ائتلافی از چند طبقه، قشر و هویت هستند. جنبش های نوین در خصوص سیاسی شدن هویت ها و مسائلی چون زنان، محیط زیست، صلح، حقوق بشر و قومیت ها سازمان دهی شده اند.

( جنبش های نوین برخلاف نوع قدیم و کلاسیک آنها، بیشتر بعد جهانی دارند تا ملی و محلی و دل مشغولی آنها مربوط به نوع بشر به طور کلی و دشواری های مشترک آن، همچون تروریسم، آلودگی محیط زیست و... است.

( جنبش های نوین به شدت به رسانه ها و به ویژه فن آوری های جدید ارتباطی و اطلاعاتی وابسته اند و بدین شیوه به بسیج اعتراض ها و مشارکت در سطح جهانی مبادرت می ورزند؛ در حالی که جنبش های کلاسیک و قدیم به رسانه های ارتباط جمعی کلاسیک و ارتباطات چهره به چهره وابسته بودند.

( جنبش های قدیم و کلاسیک به طور عمده، خشونت آمیز بوده اند؛ حال آنکه جنبش های جدید بیشتر مسالمت آمیز و کمتر خشونت آمیز هستند.

( جنبش های نوین به طور عمده به صورت شبکه ای برای برقراری پیوند و ائتلاف میان بازیگران گروهی و غیردولتی و جنبش های دیگر در سطح جهانی عمل می کنند و کمتر سلسله مراتبی هستند و از این رو، اغلب ساختار باز و انعطاف پذیری دارند؛ حال آنکه نوع کلاسیک و قدیم آنها بیشتر از ویژگی شبکه ای درون گروهی و درون جنبشی برخوردار بوده اند تا بین جنبشی. (۱)

## فضای مجازی و جنبش های نوین اجتماعی

### اشاره

فضای مجازی و جنبش های نوین اجتماعی

همان گونه که گفتیم، جنبش های جدید اجتماعی بیشتر به فن آوریهای ارتباطی وابسته اند و در حال حاضر، ظرفیت فن آوریهای نوین ارتباطی با امکان گفت و گو و ایجاد روابط جدید بین افراد در محدوده جهانی، شرایط شکل گیری آنها را فراهم ساخته است. بنابراین، جنبش های جدید اجتماعی بر فن آوری ارتباطی و اینترنت و رایانه تکیه می کنند. امروزه ویدیو، رایانه، سی دی ها و دیسک های تصویری و صوتی، فضای مجازی و دیگر وسایل ارتباطی اهمیت بسزایی در ایجاد جامعه ارتباطی پیدا کرده اند و خلق جنبش های جدید اجتماعی را آسان می سازند.

ویژگی قابل توجه فعالیت عمومی اخیر، استفاده از فضای مجازی از سوی طیف گستردهای گروه های فعال در اعتراض های سیاسی و اجتماعی است. اینترنت نه تنها بسیج و مشارکت در گونه های سنتی اعتراضی، مثل اعتراض های خیابانی ملی را تسهیل می کند، بلکه با توسعه راه های ارتباطی و بسیج با سرعت بیشتر و مؤثر، به این اعتراض ها، ویژگی فراملی می بخشد. در حقیقت، برقراری ارتباط از طریق اینترنت و فضای مجازی برای جنبش های جدید سیاسی اجتماعی ایده آل است؛ زیرا این روش نامتمرکز بوده، قابلیت کنترل کمتری دارد و هویت افراد در آن به راحتی فاش نمی شود و دسترسی آزاد را برای هر کس که خواهان آن باشد، امکان پذیر می سازد. تسهیلات بسیار دیگری مانند پست الکترونیک، اتاق های گفت و گوی اینترنتی، گروه های الکترونیک، محفل های اینترنتی و تابلوهای اعلانات مجازی نیز از جمله این امکانات شمرده می شوند.

در حقیقت، نقش فضای مجازی در گسترش جهانی اعتراض و اتحاد

ص: ۱۹۷

قطعی است؛ زیرا با بهره گیری از شبکه باز اینترنت و فضای مجازی، طیف گسترده ای از فعالان، گروه ها و سازمان های اجتماعی می توانند به یکدیگر متصل شوند و در کنش های هماهنگ بر ضد یک موضوع، مسئله یا رویداد، به شکل آفلاین در خیابان ها و نیز آنلاین در فضای مجازی ائتلاف کنند.

هر چند بررسی نقش اینترنت در ایجاد جنبش های اجتماعی دشوار است، نمونه های مختلف نشان می دهد فضای مجازی، ابزارهای جدید جامعه مدنی را برای حمایت از ادعاهای جنبش ها می بخشد. از یک سو، اینترنت کنش جمعی آفلاین (سنتی) را از نظر سازمان، بسیج و فراملی شدن تسهیل و حمایت می کند و از سوی دیگر، یک شکل و حالت جدید از کنش جمعی را پدید می آورد. به عبارت دیگر، اینترنت در واقع نه تنها از کنش های جنبش اجتماعی آفلاین (سنتی)، مثل اعتراض های خیابانی کلاسیک حمایت می کند و آنها را بیشتر فراملی می سازد، بلکه برای تنظیم شکل جدیدی از فعالیت های اعتراضی و ایجاد گونه های آنلاین کنش های اعتراضی موجود استفاده می شود. با این عمل، اینترنت مجموعه جنبش اجتماعی امروزی را گسترش داده است.

همچنین برخی محققان معتقدند فضای مجازی و فن آوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، همانند دیگر نوآوریهای اولیه، ارتباطات سیاسی را گسترش می دهد و آن را آسان می کند و در سطحی دیگر، با توجه به افزایش سرعت و گسترده شدن ارتباطات، جنبش های جدید را پدید می آورد. نیز رسانه بهتری برای گسترش اطلاعات و عقاید، توسعه همکاری و انسجام و حل اختلاف است. (۱)

حتی اگر نقش ابزاری برای

---

Jay G Blumler, and Michael Gurevitch, "The new media and our political. ۱ - ۱ communication discontents: Democratizing cyberspace, " Information, Communication Society, ۲۰۰۱, ۴(۱), pp۱-۱۳



اینترنت قائل شویم، باز اینترنت نقش مهمی در جنبش های اجتماعی دارد که عبارتاند از:

( در درجه اول، استفاده آن در سازمان دهی و تدارک اعتراض و حفظ شبکه برای گروه های مختلف است.

( دوم، اینترنت می تواند ابزاری خاص برای بیان مستقیم اعتراض و نارضایتی باشد.

( سوم، نقش شناختی دارد؛ یعنی موجب می شود اطلاعات گسترانده شود و افکار عمومی به موضوع هایی حساس گردند که از سوی رسانه های جریان اصلی، یا پوشش داده نمی شود یا کمتر مورد توجه قرار می گیرد و در نتیجه، هویت های جمعی را تقویت می کند.

از سوی دیگر، اینترنت، برای جنبش های اجتماعی، ابزارهای سریع و ارزان ارتباطات بین المللی فراهم می کند که بسیج و ساختارهای سازمانی به شدت انعطاف پذیر و نرم را امکان پذیر کرده است. اینترنت نه تنها خود به یک سازمان تبدیل می شود، شکل گیری ارتباط میان سازمان ها و در برخی موارد، خود سازمان ها را موجب می شود. (۱) در حقیقت، اینترنت از فرآیندهای سازمانی مشارکتی حمایت می کند. بر اساس نظر کاستلز، (۲) اینترنت برای ویژگی های اصلی نوع جنبش های اجتماعی مناسب است که در عصر اطلاعات ظهور می کنند؛ زیرا نه تنها یک فن آوری واقعی است، بلکه رسانه ای ارتباطی است و زیرساخت های مادی یک شکل سازمانی خاص را دارد: شبکه. نقش اینترنت در شکلدهی به جنبش،

Winston Bennett, "Communicating global activism." Information, Communication – ۱  
Society, ۲۰۰۳, ۶(۲), p۱۵۶

Manuel Castells, Power and Counter-power in the Network Society, International – ۲  
Journal of Communication, ۲۰۰۷, ۱ (۱), p۶۹

ص: ۱۹۹

ویژگی خود وب را داراست که به شکل شبکه های تمامی واحدها به هم وصل میشوند. بنابراین، فضای مجازی به عنوان شکلی از ارتباطات جنبشی است که تأثیر تحولی بیشتری بر سازمان های جنبش نوین داشته است.

در واقع، فضای مجازی دنیای بیکرانی از امکانات و قابلیت های بی شمار است که بدون محدودیت در دسترس همگان قرار دارد و هر کس با هر انگیزه و هدفی می تواند از این موهبت بهره برداری کند. بی گمان جنبش های جدید نیز خود را از این قاعده، مستثنا نمی دانند. آنها همانند همه این حق را برای خود قائل می شوند که از امکانات بی شمار این فضا در راستای تحقق اهداف شان بهره برداری کنند.

### مهم ترین دلایل کاربرد گسترده رسانه های مجازی و فضای مجازی در جنبش های جدید

مهم ترین دلایل کاربرد گسترده رسانه های مجازی و فضای مجازی در جنبش های جدید

۱. بدون مرز بودن فضای مجازی: ماهیت فرامرزی فضای مجازی، آن هم به گونه ای که هیچ یک از موانع و مرزهای موجود در دنیای فیزیکی در آن ملاحظه نشود، یک ویژگی اساسی به شمار می آید و مزایای بی شماری از آن سرچشمه می گیرد.

۲. کاهش هزینه فعالیت ها: فضای مجازی، هزینه اقدامات را به طور قابل ملاحظه ای کاهش داده است. از این رو، ماهیت فرامرزی فضای مجازی، فرصت بسیار خوبی برای جنبش های جدید است که در آن، با وجود دست یابی به اهداف پیش بینی شده، امکان به دام افتادن افراد و کنترل جنبش ها به حداقل ممکن می رسد. جنبش ها به راحتی می توانند از هر گوشه جهان اهداف خود را در فضای مجازی پی گیرند، بی آنکه

ص: ۲۰۰

شناسایی شوند و حتی در صورت شناسایی نیز، مشکلات اجرایی بسیاری برای دستگیری و مجازات آنها وجود دارد.

۳. تأمین راحت امکانات و عوامل مورد نیاز برای فعالیت: فضای مجازی و رسانه های نوین، تمام ابزارهای مورد نیاز را برای انواع فعالیت های جنبش ها در فضای مجازی به صورت روز آمد در اختیار همگان قرار داده است. البته شیوه به کارگیری آنها تا حدی ساده شده و با کمترین مهارت و تجربه می توان از آنها استفاده کرد.

۴. بازتاب جهانی فعالیت های جنبش ها: شاید فن آوری اطلاعات و ارتباطات الکترونیکی، تنها ابزاری باشد که جهانیان همگی به صورت مشترک از آن استفاده می کنند. از این رو، هرگونه اختلال در آن به روشنی بازتاب جهانی دارد و به راحتی اعتبار یک کشور یا مجموعه خاصی در فضای سایبر لکه دار می شود. به همین دلیل، از آنجا که جنبش ها به دنبال بازتاب جهانی اقدامات شان هستند، این فضا می تواند بهترین گزینه باشد.

۵. امکان هماهنگی لحظه ای با ضریب اطمینان بالا: یکی از ابزارهای مورد نیاز و حیاتی جنبش ها، وسایل ارتباطی پیشرفته است تا بتوانند در کمترین زمان و با کمترین مشکل از وضع یکدیگر آگاه شوند. رسانه های مجازی این امکان را برای آنها فراهم آورده است و ایشان می توانند با بهره گیری از انواع ابزارهای ارتباطات الکترونیکی، مانند پست الکترونیکی، محیط های گپ (اتاقهای چت) و... به شکل مکتوب، صوتی، ویدیویی و به صورت زنده با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. (۱)

John Downey, and Natalie Fenton. "New media, counter publicity and the public – ۱ sphere," New Media Society, ۲۰۰۳, ۵(۲), pp ۱۸۵-۲۰۲

ص: ۲۰۱

۶. امکان جذب حامیان از سراسر جهان: جلب حمایت جامعه مخاطبان مورد نظر و حتی عضو گیری از میان آنها، از جمله مسائل لازم در جنبش های اجتماعی سیاسی جدید است. حال با توجه به اینکه فضای مجازی امکانات رسانه ای بسیار گسترده تر را با اثرگذاری بسیار بیشتر و با هزینه بسیار ناچیز در مقایسه با امکانات رسانه ای دنیای فیزیکی در اختیار همگان قرار داده است، جنبش ها نیز با بهره گیری از آن و ساخت انواع برنامه های تبلیغاتی چندرسانه ای، به جلب حامی و جذب نیرو می پردازند.

همان گونه که مشاهده میشود، ظرفیتهای رسانهای جدید، امکان فعالیتهای گوناگونی به کنشگران می بخشد. در ادامه، به نقش فضای مجازی و فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی جدید در بسیج اجتماعی و سیاسی می پردازیم که در فهم نقش بالقوه اینترنت در رادیکالیزه شدن مؤثر است.

### سازمان های جنبش های اجتماعی و رسانه های نوین

سازمان های جنبش های اجتماعی و رسانه های نوین

فضای مجازی و رسانه های نوین، بر شکل گیری و نحوه عمل سازمان های جنبش اجتماعی اثر گذاشته است. امروزه، سازمانهای جنبش اجتماعی در تحولات بینالمللی نقش اساسی دارند. بر این اساس، در ادامه به رابطه میان سازمان جنبشهای اجتماعی و رسانه های نوین می پردازیم.

( سازمان های جنبش های اجتماعی افقی، نامتمرکز، به شکل آنلاین باهم ائتلاف می کنند.

«جنبش های الکترونیک» (۱) جنبش هایی اجتماعی هستند که کاملاً در

ص: ۲۰۲

فضای آنلاین پدیدار گشته اند و از جنبش های اجتماعی سنتی متمایز می شوند که فعالیت های طبیعی خود را در فضای آنلاین افزایش داده اند. از نظر سنتی، جنبش های اجتماعی در یک ساختار مرکزی و سلسله مراتبی عمودی سازمان دهی شده اند؛ در صورتی که جنبش های الکترونیک، از آزادی عمل در حالت های مختلف برخوردارند.

در جنبش رأی گیری استراتژیک (۱) در سال ۲۰۰۰، یک مدل رهبری نامتمرکز و افقی جدید ظهور کرد. شادسون و ایرل، (۲) رهبران بسیاری را یافتند که توانایی رایانه ای داشتند و فاقد هر گونه تجربه سیاسی پیشین بودند. به عبارت دیگر، فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی و فضای مجازی، افراد غیرفعال سیاسی و دارای توانایی های رایانه ای بالا را برای آغاز یک جنبش الکترونیکی و مجازی کامل و باز، قدرتمند کرد.

امکانات فن آوری اطلاعات و ارتباط که رهبری جایگزین را امکان پذیر میسازد، برخی محدودیت های سازمانی تشکیل دهنده سازمان های جنبش اجتماعی را تسهیل می کند. اکنون جنبشهای آنلاین می توانند بدون ساختار سلسله مراتبی عمودی و مرکزی گذشته، به طرز موفقیت آمیزی عمل کنند و رهبران می توانند حتی با آزادی بیشتری در درون جنبش رفتار نمایند. همان گونه که جنبش رأی گیری استراتژیک نشان می دهد، جنبش های آنلاین کمتر در قید و بند استانداردهای محدودیت های جنبش اجتماعی هستند. برای مثال، در یک گروه سنتی، رهبران جنبش ممکن است با فشارهایی از سوی اعضا در نوع و شیوه رهبری روبه رو شوند. برعکس، در یک جنبش الکترونیکی و مجازی،

---

۱- Strategic Voting Movemen.

۲- Michael Schudson ,and Martin Earl, Media, Movements, and Political Change, Emerald

.Group Publishing, ۲۰۰۸

ص: ۲۰۳

افراد مختلف زیادی میتوانند اهداف اصلی و روش ها را تعیین کنند و مسیرها و روش های فراوانی برای افراد علاقه مند فراهم آورند تا به اهداف گسترده جنبش نزدیک شوند و در آن مشارکت ورزند. (۱) به علاوه، «رهبر» ممکن است فقط عضوی باشد که بهترین مسیر و روش عمل را پیشنهاد کرده است.

امروزه، گروه های آنلاین خودسازماندهی شده ای از معترضان وجود دارند که به سرعت گرد هم می آیند و ملاقات های بی وقفه و مستمری دارند و به شکل ارگانیک، افقی و بدون رهبری مرکزی با هم همکاری می کنند. (۲) به دلیل اینکه اعضای آنها بدون زنجیره دستوری با یکدیگر ارتباط و همکاری دارند و برنامه خودشان را انجام میدهند، سازمان جنبش های اجتماعی آنلاین در یک ساختار ابرگونه، پیوسته و زیگزاگی هستند. (۳) این سازمان جنبشهای اجتماعی، به شدت نامتمرکز و انطباق پذیرند و قدرت مانور بیشتری در تضادها و اختلافهای مربوط به خود دارند؛ زیرا کنش ها و اعمال به جای رهبری مرکزی، با یک برنامه سیاسی عمومی به هم می پیوندند.

کلندرمانز (۴) معتقد است جنبش موفق باید قدرت اثرگذاری بر اجماع و توافق، بسیج فعالیت ها، جذب حامیان جدید و فعال کردن حامیان موجود را داشته باشد. (اسنو و بنفورد، ۱۹۸۸) همان گونه که پیش تر مطرح

۱- ۲۰۰۸, Media, Movements, and Political Change,

۲- Bruce Bimber, Andrew J. Flanagin, and Cynthia Stohl, "Reconceptualizing collective action in the contemporary media environment," *Communication Theory*, ۲۰۰۵, ۱۵(۴), pp ۳۶۵-۳۸۸.

۳- Kelly Garrett, "Protest in an information society: A review of literature on social movements and new ICTs," *Information, communication society*, ۲۰۰۶, ۹(۲), p ۲۱۱.

۴- Klandermans.

کردیم، اینترنت و رسانه های جدید آشکارا دسترسی را تسهیل می کند، ولی هزینه کنش فرد را پایین می آورد. همچنین در سطحی دیگر، افزون بر فراهم کردن همکاری و مشارکت خرد، به شکلگیری و تجمع مؤثر و سودمند کمک می کنند.

مطالعات موردی نشان می دهد فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی و اینترنت، شبکه های اجتماعی پراکنده جغرافیایی را پدید می آورد و آن را حفظ می کند، ولی کاملاً مشخص نیست که آیا شبکه های مجازی می توانند روابط پایدار و طولانی مدت را تقویت، و فشارهای اجتماعی را به طرز مؤثری بیان و هدایت کنند. برخی مطالعات نشان داده اند حتی ارتباط و اتصال ضعیف در فضای مجازی و از طریق شبکه های آنلاین، برای ایجاد کنش اجتماعی، مناسب و کافی است. به واقع، ارتباط ساده و منظم آنلاین، می تواند به شکلگیری برخی حمایت ها و بسیج آنلاین و آفلاین بینجامد.

( سازمان های جنبش اجتماعی، از اینترنت برای دسترسی به مخاطب و کنار گذاشتن رسانه های جریان اصلی استفاده می کنند.

اینترنت فعالانه بر ارتباطات داخلی و درونی اثرگذار است، ولی سازمان های جنبش های اجتماعی موفق باید ارتباط بیرونی و خارجی برقرار کنند. یک جنبش سیاسی ممکن است تنها بخش کوچکی از آنچه هواداران و حامیان می بینند، می شنوند و درباره جنبش می خوانند، کنترل کند. اینترنت، ارتباطات مستقیم و با هزینه پایین و اثربخش گروه را امکان پذیر میسازد و به طور فعال بر پوشش رسانه ای گسترده اثر می گذارد. سازمانهای جنبش اجتماعی به دنبال پوشش رسانهای هستند تا مسائل خود را وسعت و شدت ببخشند و موضوعات مقتضی و لازم را برای مردم چارچوب بندی کنند.

ص: ۲۰۵

برای گروه های اندکی دسترسی به دستگاه های رسانهای جریان اصلی امکان پذیر است، ولی اکنون اینترنت و فضای مجازی این «شکاف رسانهای» را برای گروه های جدیدتر و کمتر سازمان یافته تا حد زیادی کم می کند. برخی گروه ها، از اینترنت برای اتصال به رسانه ها بهره می برند و سازمان های جنبش های اجتماعی آنلاین می توانند از طریق فضای مجازی به طور مستقیم به میلیون ها کاربر دسترسی پیدا کنند؛ زیرا بسیاری از موفقیت های جنبش ها به دریافت عموم بستگی دارد و این یک ظرفیت و فرصت نه تنها برای دسترسی، بلکه برای پاسخ جامع به انتقاد، مواجهه با پوشش منفی و ارائه پیام خود بدون چون و چراست. (همان) یک وب سایت خوب با طراحی زیبا و اطلاعات به روز، به هر جنبشی مشروعیت خاصی میبخشد و دسترسی به مخاطب هدف را آسان می کند.

به طور کلی در فضای رسانهای جدید، هر چه منفعت گروهی به شدت نادیده گرفته شود یا رسانه های جریان اصلی از بازنمایی گروه هایی سر باز بزنند، به همان اندازه جذابیت اینترنت برای آن گروه ها بیشتر میشود. از این رو، سازمان های جنبشهای اجتماعی زمانی که توجهی از سوی رسانه های معمول رسمی نمی بینند، به احتمال فراوان جنبش و نهضت خود را آنلاین می کنند؛ به ویژه اگر ساختار رسانه های سنتی و مرسوم یک کشور در انحصار دولت یا انحصاری باشد. وب سایت ها به جنبش ها امکان می دهند تا بازنمایی خود را برای مردم و دسترسی به یک رسانه ارتباط جمعی را کنترل کنند. با این شرایط، جنبش ها توانایی کنترل تصویر خود را دارند و این می تواند ابزار قدرتمندی برای ادامه فعالیت آنها باشد. بدون اینترنت، عملاً برای



ص: ۲۰۶

جنبش‌ها، موفقیت و حفظ سرعت و شتاب امروزی ممکن نیست؛ همان گونه که جنبش زاپاتیستای مکزیکو توانست به موفقیت برسد.

(سایتهای شبکه های اجتماعی، اعتراض سریع را تسهیل می کنند).

سایت های شبکه های اجتماعی مثل فیس بوک، توئیتر و یوتیوب از طریق اینترنت و فضای مجازی، ارتباط در زمان واقعی با امکانات بسیار را برای ارتباط بصری دگرگون کرده است. این سایت ها، برای سازمان جنبش های اجتماعی ابزارهای بیشتری فراهم آورده است. نمونه های قدرتمند بسیاری می توان در زمینه انتخابات امریکا و دیگر کشورها یافت. در بسیاری از کشورها، گروه مخالف به رسانه های ارتباط جمعی جریان اصلی دسترسی ندارند یا دسترسی محدود دارند. در این صورت، سایت های شبکه های اجتماعی در محدوده جهانی، راه اصلی ارتباط گروه ها و به ویژه گروه های مخالف می شوند.<sup>(۱)</sup> در تحولات خاورمیانه، شبکه های اجتماعی به ابزاری برای اطلاع رسانی سریع و گسترده و افزایش بینش سیاسی مردم در این کشورها تبدیل شد.

### گروه های رادیکال و فضای مجازی

گروه های رادیکال و فضای مجازی

تحقیق و پیشینه کنش جمعی، مفاهیم سودمندی برای فهم نوع دیگری از شبکه نامتمرکز و مرکز گرا، یعنی گروه های رادیکال ارائه می کند. اینترنت به گونه معناداری هزینه کنش جمعی ساماندهی شده را کاهش داد<sup>(۲)</sup> و ممکن است برای جنبشها و گروههای رادیکال که به بودجه های رسمی

Henry Farrell, "The consequences of the internet for politics," Annual Review of – ۱  
Political Science, ۲۰۱۲, ۱, pp ۳۵-۵۲

Peter Van Aelst, and Stefaan Walgrave, in Cyberprotest New Media, Citizens and – ۲  
Social Movement, Wim van de Donk, Brian D.Loader, Paul G.Nixon Dieter Rucht (eds),  
.Routledge, ۲۰۰۴

ص: ۲۰۷

وابسته نیستند، مفید باشد. برای نمونه، ایرل و شادسون<sup>(۱)</sup> معتقدند چنین کاهش هزینه های عملیاتی، افراد را توانا می سازد دوباره حول یک موضوع و هدف، گرد آیند و به اعتراض خود در قبال یک مسئله ادامه دهند و سامان دهی شوند و ممکن است موضوع اعتراض سازمان دهی شده آفلاین شود. گروههای رادیکال ممکن است در مراکز خرید و خیابان ها جمع نشوند، ولی میتوانند در نتیجه کاهش زیاد هزینه های کلی، به شکل آنلاین ارتباط برقرار کنند و بسیج شوند.

از تحقیقات پیشین بر می آید گروه هایی که پیش تر از نظر سیاسی فعال بودند، منافع نسبتاً زیادی از این فن آوری های ارتباطی جدید و فضای مجازی به دست آورده‌اند. برخی کارشناسان معتقدند این گروه های سیاسی فعال به احتمال زیاد از گروه های جمعیتی نخبه هستند؛ در حالی که گروه های رادیکال ممکن است از گروه های جمعیتی نخبه باشند (یا نباشند). وقتی اهداف گروه ها، سیاسی باشد، منافع استفاده از اینترنت و فضای مجازی بیشتر از زمانی است که اهداف گروه، غیرسیاسی (مثلاً مالی یا فرهنگی) است. به عبارت دیگر، داشتن اهداف سیاسی، بیشتر کاتالیزوری برای افزایش بهره گیری گروه های رادیکال از اینترنت است.

به هر حال، گروه های رادیکال بخشی از ترکیب جمعیتی کاربران اینترنت هستند. در حالی که فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی عموماً ساز و کارهای مهم بسیج گروه های رادیکال نیستند، این گروه ها با شور و اشتیاق فراوان، از فن آوری برای رسیدن به اهداف خود به شکل بهینه و با سرعت فراوان استفاده می کنند. اینترنت، به شکل قابل ملاحظه ای

ص: ۲۰۸

جمعیت های پراکنده و کوچک را به هم پیوند می دهد و کنش های محلی شان را به یک جنبش بین المللی گسترده متصل می کند. همان گونه که در فعالیت های برخی گروه های افراطی اسلامی همچون القاعده و سلفی ها دیده می شود، مسیرها و راه های آنلاین، مکان های ملاقات چنین گروه هایی شده است. در این زمینه، مفسران، اینترنت را «افغانستان مجازی» می دانند که گروه های رادیکال در آن به شدت فعال اند. دیگر گروه های رادیکال، از اینترنت برای کنار گذاشتن و دور زدن رسانه های رسمی و جمعی استفاده کرده اند. آنها محتوای خود را تولید و متخصصان فن آوری را استخدام می کنند تا به یکپارچگی فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی خود یاری رسانند.

جنبشهای آنلاین، خود را در شبکه های افقی و نامتمرکز پی ریزی میکنند که قادر به کنش هم زمان و سریع است و در برابر زیرساخت های جنبش های سنتی، حفظ زیرساخت های آن خیلی ارزان تر و حتی آسان تر است. اینترنت، مکان ها و روش های بسیاری برای افراد ارائه می کند تا با دیگران تماس و ارتباط برقرار کنند و باورها و علائق خود را به اشتراک بگذارند. با وجود این، در حالی که مجموعه رو به رشدی از تحقیق درباره اثرگذاری اینترنت و فضای مجازی بر جنبش های اجتماعی و سیاسی وجود دارد، حوزه هایی وجود دارند که باید با نگاه انتقادی این فضاها را مطالعه کرد. بنابراین، باید تحقیقات بسیاری درباره روابط علی بالقوه میان فعالیت اینترنتی و پویایی شناسی گروه های سیاسی و اجتماعی انجام شود. چنان که مطرح کردیم، اینترنت و فضای مجازی، هزینه سازمان دهی کنش جمعی را به شدت کاهش داده اند (۱) و آن گروه ها و

ص: ۲۰۹

جنبش‌ها که به تأمین بودجه رسمی وابسته نیستند یا با توجه به ماهیت فعالیت خویش، به چنین بودجه‌هایی نمی‌توانند وابسته باشند، به احتمال زیاد، سود نسبتاً بیشتری از سازمان‌های سیاسی سنتی در فضای آنلاین کسب می‌کنند.<sup>(۱)</sup> با وجود این، برخی محققان بدبین به اینترنت معتقدند فن‌آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، عملاً نابرابری‌های کنونی جهانی را تقویت می‌کنند. همین‌طور، تحقیقات بیشتری نیاز است تا به طور دقیق و خاص بفهمند چگونه فعالیت‌های اینترنتی و مجازی، دلایل و اسباب سیاسی و اجتماعی را شکل می‌دهند. همچنین چگونه عوامل مربوط به راهبردهای اینترنتی و ویژگی‌های گروه بر سودرسانی به سازمان اثر می‌گذارد.

تحقیق درباره فن‌آوری، همواره در پی پاسخ‌گویی به این پرسش است که: آیا فن‌آوری، ابزار است یا نه؟ به عبارت دیگر، فن‌آوری کانالی است که از سوی کاربر به شیوه‌های مختلف دستکاری می‌شود یا نوع خاصی از فن‌آوری است که عملاً بر انواع خاصی از نتایج و برون‌دادها اثر می‌گذارد؟ یا تأثیر اینترنت بر فعالیت و عمل‌گرایی سیاسی، بیشتر به خود فن‌آوری وابسته است یا نه؟ عوامل دیگر مثل شرایط اجتماعی و اقتصادی، پیشرفت و اکتساب آموزشی یا تمایل فرهنگی چقدر در این زمینه اثر گذارند؟

حوزه دیگر برای بررسی بیشتر، رابطه میان اینترنت و دموکراسی است. این حوزه می‌تواند تأثیر اینترنت بر فرآیند دموکراتیک یا اینترنت به عنوان محلی برای عمل دموکراتیک در نظر گرفته شود. محققان

---

Bruce Bimber, "The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Puralism," *Polity*, ۱۹۹۸, ۳۱, pp ۱۳۳-۱۶۰

ص: ۲۱۰

خوش بین به اینترنت معتقدند فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی و فضای مجازی، فضاها و صداهایی به افرادی می بخشد که فاقد آنها هستند و این شرایط می تواند تأثیر دموکراتیکی در جهان داشته باشد. اکنون دسترسی به ساختارهای تغییر سیاسی می تواند از هر کس، در خانه یا از طریق یک محل با بودجه عمومی یا خصوصی، مثل کتابخانه ها، دانشگاه ها یا کافی نت اتفاق افتد. می توان پرسشی را در این باره بررسی کرد که: آیا این ساختارها، فرصتی برای افراد و گروه ها برای رساندن پیام خود به مخاطب گسترده در مقایسه با دوره پیش از فضای مجازی است یا نه؟

در نهایت، تحقیق باید بر این مسئله متمرکز شود که: چگونه جنبشهای اجتماعی و سیاسی مؤثر در فضای مجازی شکل میگیرد و چقدر در رسیدن به اهداف آنها کمک، و چگونه فعالیت آنها در چنین فضایی پایدار و همیشگی می شود؟ گاه جنبش های اجتماعی در فضای مجازی شکل می گیرند، ولی در نهایت تغییر چندانی در ساختار اجتماعی و فرهنگی جامعه مورد نظر دیده نمی شود. باید مطالعات طولی درباره رویدادهای مشابه در خصوص کنش جمعی صورت گیرد تا توضیح دهد چه تغییرات پیوسته ای به عنوان نتیجه جنبش اولیه به دست می آید. همچنین تحقیقات آینده باید تأثیر و پایداری جنبش های سیاسی و اجتماعی را به طور کیفی و با تأکید بر احتمالات گسترده مطالعه کند.

ص: ۲۱۱

## فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

### اشاره

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

زیر فصل ها

نتیجه گیری

پیشنهادها



ص: ۲۱۳

**نتیجه گیری**

## نتیجه گیری

درباره قدرت به مثابه یک گفتمان اساسی و مناقشه برانگیز در علوم انسانی، همواره از جنبه های گوناگون بحث شده، ولی با توجه به رشد فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و نیز فضای مجازی، محیط و فضای رسانه ای جدیدی پدید آمده است. در این فضا و محیط جدید، قدرت، معنا و مفهوم دیگری یافته و نیز جایگاه قدرت در تحولات بین المللی شکل دیگری پیدا کرده است. رسانه های نوین نه تنها چندصدایی، تنوع، قابلیت دسترسی و حق انتخاب را به عرصه گفتمان غالب رسانه ای کشانده اند، بلکه این فرصت را برای رسانه های همگانی فراهم کرده اند که منابع متنوع، گسترده و سهل الوصول در مقیاس جهانی در دسترس آن باشد.

در محیط و فضای رسانه های نوین، نهاد هایی همچون سندیکاها، شوراها، انجمن ها، کانون ها و تشکل های برآمده از شهروندان، می تواند به عنوان ضد قدرت وارد صحنه شود. اعتراض، تحصن، جنبش، اعتصاب، تظاهرات و در صورت لزوم، دیگر کنش های جمعی، قدرت سیاسی را به واکنش وامی دارد. در واقع، کنشگران سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، ادبی و... مجرای مقاومت را در فضای رسانه ای نوین، میزان مشارکت فعالانه خود در این فضا یافته اند. همچنین، وبلاگ نویسان



ص: ۲۱۴

و خبرنگاران از فیس بوک، توییتر، فلیکر، وبلاگ‌ها و دیگر ابزارهای رسانه برای گزارش اعتصاب و هشدار به شبکه‌ها درباره فعالیت پلیس، سازمان دهی حفاظت قانونی و جلب نظرها به تلاش‌های شان استفاده کردند.

در چنین فضای جدیدی، نقش شبکه‌سازی و تعاملی رسانه‌های نوین در قدرت‌سازی جوامع و به ویژه در عرصه بین‌الملل مهم است و در قدرت، دیپلماسی و تحولات بین‌المللی نقش اساسی دارد. سلطه بر این فضا و محیط جدید و مشارکت فعالانه، میتواند قدرت شبکه‌های و ایجاد ظرفیت برای قدرت به وجود آورد و وضع کنونی قدرت کشورها را در تحولات بین‌المللی به چالش بکشد.

کشورها در این فضا و محیط رسانه‌های نوین، از چارچوبهای جدید و روش‌های متفاوت در تحولات بین‌المللی بهره میگیرند و با یکدیگر رقابت میکنند. در حقیقت، موفقیت در نظام رسانه‌های نوین، تأثیر فراوانی بر قدرت یک کشور در تحولات بین‌المللی دارد. بنابراین، رقابتی که در عرصه رسانه‌ها و به تبع آن، در تحولات بین‌المللی صورت گرفته، می‌تواند هم فرصت ساز باشد و هم فرصت سوز.

در این نوشتار کوشیدیم در کنار بیان رویکردهای مختلف به رسانه‌های نوین، دیدگاه‌های مربوط به این رسانه‌ها و محیط و فضای رسانه‌های جدید را توضیح دهیم. سپس درباره روندهای کنونی جامعه اطلاعاتی و دیپلماسی و تأثیر فضا و محیط رسانه‌های جدید بر ابعاد مختلف دیپلماسی و روابط بین‌الملل و ارتباطات میان فرهنگی بحث کردیم. در ادامه، به بررسی ظهور شکل جدیدی از ارتباطات مرتبط با فرهنگ و فن آوری جامعه شبکه‌ای و مبتنی بر شبکه‌های افقی ارتباطی،

ص: ۲۱۵

جنبش‌های نوین اجتماعی و سیاسی و نحوه شکل‌گیری در فضای مجازی و تغییر آنها در طی زمان، مهم‌ترین دلایل کاربرد وسیع رسانه‌ها و فضای مجازی در این جنبش‌ها و کنش‌های دیجیتالی جدید پرداختیم.

وضعیت محیط و فضای رسانه‌ای نوین برای جمهوری اسلامی ایران به دلیل نوع نظام رسانه‌های خاص آن و به دلایل فرهنگی، سیاسی و امنیتی، اهمیت فراوانی دارد و توجه خاصی می‌طلبد. تلویزیون و رادیو در انحصار سازمان صدا و سیماست و اغلب روزنامه‌ها، دولتی یا حداکثر، نیمه دولتی هستند. فضای مجازی و دیگر رسانه‌ها نیز تحت نظارت دولت است. بنابراین، فضا و محیط رسانه‌ای ایران، فضای خاصی است و نگاه خاصی می‌طلبد. در ادامه، با نظر داشت این وضعیت و بر اساس بررسی حاضر، پیشنهادهایی نیز به منظور ارتقای سیاست‌گذاری رسانه‌ای کشور به ویژه صدا و سیما در برخورد با محیط نوین رسانه‌ای ذکر شده است.

### پیشنهادها

#### پیشنهادها

از آنجا که سازمان صدا و سیما، مهم‌ترین سازمان رسانه‌های کشور است و تولیدات رسانه‌های صدا و سیما از قابلیت اثرگذاری بر جامعه ایران و منطقه و تحولات بین‌المللی برخوردار است، نخست، باید رویکرد این سازمان به عنوان یک سازمان رسانه‌های در قبال تحولات و فضای نوین رسانه‌ای مشخص گردد و در این زمینه، چشم‌انداز وسیع و افق و میدان دید بازتری در نظر گرفته شود؛ زیرا در صورت عدم شناخت کافی و دقیق محیط و فضای رسانه‌های جدید، مخاطبان خود را از دست می‌دهد و در ایفای رسالت خود در قبال بسیاری از تحولات نوین بازمی‌ماند.

همواره مشاهده شده که با ظهور هر رسانه جدید، فضای جدیدی شکل می‌گیرد و گاه صاحبان رسانه‌های پیشین، ظهور آن رسانه را چونان تهدید می‌نگرند، ولی به تدریج و با گذشت زمان، نگاه و رویکرد آنها تعدیل می‌شود. تغییر نگاه و دیدگاه زمانی پدید می‌آید که رسانه در میان مخاطبان جا افتاده و خود را به جامعه تحمیل کرده و مخاطبان به چنین رسانه‌هایی عادت کرده‌اند. اکنون ممکن است در برخورد با رسانه‌های نوین، صدا و سیما با چنین چالشی روبه‌رو شود. بنابراین، نداشتن چشم انداز و عدم آمادگی قبلی در برخورد با این تحول رسانه‌ای، صدا و سیما را که در مرکز نظام رسانه‌ای ایران قرار دارد، در حالت انفعال قرار می‌دهد. از این رو، داشتن چشم انداز رسانه‌ای و پایش و رصد تحولات و فضای رسانه‌ای، گام نخست و اساسی در این زمینه است. «بسیاری از کشورهای جهان تحت تأثیر دیجیتالی شدن و اشکال اقتصادی و فنی همگرایی رسانه‌ها، سیاست‌گذاری را در خصوص وضعیت آتی رسانه‌های شان آغاز کردند و افق‌های رسانه‌های جدیدی را هدف قرار دادند. در همه کشورها، سیاست‌های سنتی دولت‌ها تحت تأثیر تحولات جدید و سریع تکنولوژیک رسانه‌ها، با چالش مواجه شده‌اند. این تحولات، ابهام‌های زیاد و عدم اطمینان عمیقی ایجاد کرده‌اند.»<sup>(۱)</sup> تا چندی پیش رویکرد به تلویزیون به عنوان یک رسانه جمعی بر این فرض استوار بود که مخاطبان این رسانه، همگن هستند، ولی این فرض با همگرایی روزافزون رسانه‌ها و تحولاتی که در زمینه فن‌آوری‌های تعاملی بروز کرد، تغییر یافت. «پیدایش تلویزیون کابلی و ماهواره‌ای، همراه با استفاده

---

۱- WRR, Netherlands Scientific Council for Government Policy, Media Policy for the Digital Age, Amsterdam University Press, ۲۰۰۵, p ۹

ص: ۲۱۷

از فن آوری های دیجیتال، در حال تغییر دادن ماهیت متن اجتماعی تلویزیون حاکمی است که بیش از پنجاه سال رواج داشته است. نوع جدید متن اجتماعی، فردی تر شده و مبتنی بر سبک های متنوع زندگی است» (۱).

به نظر می رسد موج تلویزیون تعاملی، به تدریج نقاط مختلف جهان را دربرمی گیرد و کارکردهای تلویزیون را بسیار گسترش می دهد. در نتیجه، «تلویزیون به یک مرکز شبیه سازی خانگی تبدیل می شود و مشتریان را قادر می سازد همه محصولات الکترونیک و وسایل منزل شان را با کنترل از راه دور، کنترل کنند. شاید تعاملی ترین شکل همه این تلویزیون ها، تلویزیون واقعیت مجازی باشد. این تلویزیون شامل مجموعه ای از وسایل است که کاربر را قادر می سازد در یک محیط شبیه سازی شده رایانه ای حرکت کند و واکنش نشان دهد و اشیای مجازی (اشیای موجود در رایانه یا فضای سایبر) را به گونه ای احساس و دستکاری کند که گویی اشیای واقعی هستند. این شیوه تعامل، احساس غوطه وری در دنیای شبیه سازی شده را برای شرکت کنندگان فراهم می آورد. دنیاهای مجازی به وسیله برنامه های رایانه ای خلق می شوند. اما شبیه سازی های واقعیت مجازی با دیگر شبیه سازی های رایانه ای تفاوت دارد؛ زیرا این شبیه سازی ها وسایل میانجی خاصی لازم دارند که تصاویر، صداها و احساسات دنیای شبیه سازی شده را به کاربر انتقال دهند» (۲). «دیجیتالی شدن تلفن ها و پخش، امکان عرضه محصولات رسانه ای را به تلفن همراه فراهم کرده است. همگرایی فن آوری های اساسی تلفن،

۱- مارسل دانسی، نشانه‌شناسی رسانه‌ها، ترجمه: گودرز میرزایی و بهزاد دوران، ص ۲۵۵.

۲- همان، ص ۲۵۹.

ص: ۲۱۸

رایانه، و تولیدات رسانه‌ای، فرصت‌های زیادی برای سازمان‌های رسانه‌ای پدید می‌آورد و محصولات رسانه‌ای موجود را به چالش می‌کشد. تولید و بسته‌بندی محتوا، نرم‌افزار و سخت‌افزار رایانه‌ای، و تلفن، سه صنعت مهم ارتباطات هستند که همگرایی در آنها رخ داده است. همگرایی تعیین کرده است که چه چیزی تبادل پیدا کند، چه کسی می‌تواند ارتباط برقرار سازد و ارتباط با چه سرعتی صورت گیرد. همچنین همگرایی در شیوه استفاده از محتوا، انعطاف ایجاد کرده و موجب شده نقش آفرینان گوناگونی در استفاده از محتوا مؤثر باشند. (۱)

«همگرایی، ماحصل اصلاح متقابل دست کم سه فن آوری مهم است: تلفن، تلویزیون و کامپیوتر که هر کدام پدیده‌های تکنیکی، اجتماعی، و اقتصادی پیچیده‌ای هستند و هر کدام مسیر خاص خود را برای دست‌یابی به بی‌واسطگی عرضه می‌کنند. تلفن، بی‌واسطگی صدا یا تبادل صداها را در زمان واقعی مطرح می‌کند. تلویزیون از طریق پخش زنده رویدادهای جهان چنین ادعایی را پیشنهاد می‌دهد و ادعای کامپیوتر به بی‌واسطگی نیز از طریق عرضه گرافیک‌های سه‌بعدی، کنش‌های از پیش برنامه‌ریزی شده و نوعی تأثیر متقابل که تلویزیون قادر به عرضه آنها نیست، صورت می‌گیرد. وقتی این سه فن آوری به همدیگر می‌رسند، هر کدام می‌کوشند تا آن دیگری را جذب کرده و مسیر دست‌یابی خود به بی‌واسطگی را مسلط کنند.» (۲) همگرایی برآمده از سه فن آوری یادشده، به

Robert G Picard, "Environmental and market changes driving strategic planning in – ۱  
media firms," Strategic responses to media market changes, ۲۰۰۴, p۵

۲- ریچارد گروسین، و جی دیوید بولتر، منطق تحول رسانه‌ای، ترجمه: رحیم قاسمیان، صص ۲۶۷ و ۲۶۸.

تدریج نسل جدیدی از تلویزیون را پدید آورده است. از این نسل جدید تلویزیون ها که اینترنت را نیز پشتیبانی می کنند، به «تلویزیون های اینترنتی» تعبیر می شود؛ تلویزیون هایی که نه تنها می توانند به اینترنت متصل شوند، بلکه قادرند با فن آوری هایی نظیر نمایش سه بعدی، به ابزاری برای استفاده هم زمان از تلویزیون و اینترنت یا حتی تماشای تلویزیون از طریق اینترنت تبدیل شوند. منتهی شاید این بار به جای نشستن پشت میز، بتوان هم زمان با لم دادن بر مبل های راحتی، صفحات وب را مرور کرد و با تماشای یک برنامه مورد علاقه تلویزیونی، به بحث درباره آن در شبکه های اجتماعی با دوستان نیز پرداخت. تلویزیون هایی که به تلویزیون های هوشمند یا تلویزیون های اجتماعی مشهور شده اند، فقط یک فن آوری جدید به شمار نمی روند، بلکه با تغییر عادت های کاربران و بینندگان و ایجاد محیطی تازه از سرگرمی و کار، دگرگونی در سبک زندگی مدرن را نیز به همراه می آورند. سازمان ها یا شرکت های تلویزیونی نیز به منظور حفظ برآورده ساختن خواسته های مخاطبان و از سوی دیگر، از دست ندادن آگهی دهندگان، شیوه های تولید و عرضه برنامه های خود را به روز کرده اند.

«پخش تلویزیونی به طور روزافزونی به شکل دیجیتال صورت می گیرد. بنابراین، انتقال ویدیو به شکل دیجیتال از طریق اینترنت در سطح گسترده، جذاب است. در عین حال، فن آوری نمایش گیرنده تلویزیونی و رایانه های شخصی، شبیه یکدیگرند و دستگاههای تلویزیونی به طور روزافزونی از قدرت پردازش فن آوری رایانه بهره میگیرند. از این رو، فن آوریهای دستگاه تلویزیون و رایانه شخصی همگرا شده اند. هدف از بیان همه این تفصیلات این است که سازمان صدا و سیما

ص: ۲۲۰

باید سرعت و آهنگ خط مشی های رسانه ای خود را متناسب با تحولات فن آوری اطلاعات و ارتباطات قرار دهد. محتوای تولیدی صدا و سیما باید در فضای همگرایی کنونی، قابلیت عرضه را در قالب های گوناگون و بر روی پلتفرم های گوناگون داشته باشد. ضرورت نقش آفرینی رسانه ای در فضای بین المللی کنونی این است که نخست، از نظر فنی، امکان برقراری ارتباط اثربخش با مخاطبان در فضای بین المللی فراهم شود.

گام بعدی، برنامه‌ریزی و کار جدی در زمینه آگاهی بخشی و فعال شدن مجموعه‌های از سازمان ها و گروه ها برای آموزش شهروندان و ارتقای سواد رسانه‌های و نهادینه کردن فرهنگ استفاده از آن در کشور است. استفاده مطلوب از این امکانات، داشتن سواد رسانه ای است که تضمین کننده استفاده مطلوب برای منافع فردی، جمعی، ملی و حتی منطقه ای و جهانی است. اگر برنامه‌ریزی و راهبرد بلندمدت برای آموزش سواد رسانه‌های نداشته باشیم، رسانه‌های نوظهور، همواره تهدید تلقی خواهند شد و از فرصت هایی که فضای رسانه ای نوین کنونی برای نقش آفرینی فرهنگی، سیاسی و اجتماعی جدی ایرانیان فراهم می کنند، بهره برداری نخواهد شد. در چنین وضعی، صدا و سیما، فضای مجازی و از جمله شبکه های اجتماعی را رقبای دشمنان خود نمی پندارد، بلکه می توان با گسترش سواد رسانه ای کاربران و مخاطبان رسانه ها، از آسیب ها و تهدیدهای آنها کاست.

در حقیقت، هدف اصلی سواد رسانه ای این است که مخاطبان به توانایی بیشتری در تفسیر، تعبیر، تحلیل و نقد پیامهای رسانه‌های دست یابند. سواد رسانه‌های به افراد توانایی می بخشد تا در کنار اینکه متفکرانی

ص: ۲۲۱

منتقد باشند، خود نیز به مولدان خلاق پیامها تبدیل شوند. فن آوریهای ارتباطی، جوامع مختلف را متحول ساخته، بر فهم و ادراک ما از خودمان، جوامعمان و تنوع فرهنگی ما اثر میگذارد. بی گمان بهرهمندی از سواد رسانه ای، مهارتی حیاتی برای قرن بیست و یکم به شمار میآید. سواد رسانهای در مفهوم وسیع خود، شامل توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و پردازش فعال اطلاعات در شکل های گوناگون پیامهای نوشتاری، دیداری و شنیداری است. به عبارتی، سواد رسانهای پاسخی ضروری، اجتناب ناپذیر و واقع نگرانه به محیط رسانه ای پیچیده و همواره در حال تغییر و تحول اطراف ماست. نکته اساسی این است که با وجود اینکه سواد رسانهای، پرسش های انتقادی را در خصوص اثرگذاری رسانهها مطرح میکند، ولی باید گفت سواد رسانهای وارد چالش و مخالفت با رسانهها و تولیدات رسانه ای نمی شود، بلکه هدف اصلی آن، کمک به همه افراد، به ویژه کودکان و نوجوانان است که چون در برابر محیط آلوده رسانهای عصر حاضر بسیار آسیبپذیرند، از طریق مهارتهای سواد رسانهای بیاموزند که در خصوص انواع رسانهها نقاد، دقیق و تحلیلگر باشند. در این زمینه، در کنار اینکه صدا و سیما باید برای آموزش های لازم درباره سواد رسانهای از شبکههای مختلف برنامه ریزی کند، باید با اجرای برنامه ملی سواد رسانه ای، دروس و واحدهای سواد رسانه ای در مدارس و دانشگاه ها در دوره های مختلف تحصیلی گنجانده شود و فرهنگ سراها و مراکز فرهنگی دیگر، آموزش سواد رسانه ای را به شهروندان در برنامه های خود بگنجانند.

نظام حکومتی و حقوقی تأثیر فراوانی در نهادینه شدن استفاده مطلوب از رسانه های نوین و تأثیر آن در تحولات جهانی و داخلی دارد



ص: ۲۲۲

و نقش آن، حصول اطمینان از رقابت منصفانه، سالم و امن برای حاکمیت و کاربران در دسترسی به منافع ملی و فراملی است؛ به گونه ای که هم مصرف کننده و هم حاکمیت از این مسئله سود ببرند. فن آوری جدید، تبعات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی خاص خود را دارد و نظام حقوقی را به چالش می کشاند. از سوی دیگر، همگرایی و تحول رسانه ای در فضای مجازی، جهانی است و باید نظام حقوقی و قانونی برای عملکرد بهتر با نظام های بین المللی سازگار شود. هیچ رسانه جدیدی، تابع قوانین و مقررات قدیم نیست، ولی به مجرد اینکه به عنوان یک رسانه جدید در جامعه پذیرفته شد، بحث درباره قوانین جدید و خاص آغاز شود. هر قانون جدید، نه تنها باید ویژگی ها، مشخصات، طبیعت و منطق آن رسانه جدید و نظام عرفی و ملی را در نظر بگیرد بلکه باید به توافق نامه ها و پیمان های بین المللی توجه ویژه کند. هر چند تصویب قوانین و سیاست گذاری در حوزه رسانه های نوین، به دلیل تحولات سریع فن آوری، مشکلات خاصی پیش روی قانون گذاران ملی قرار می دهد، ولی قانون بد از نداشتن قانون بهتر است. ضمن اینکه قانون گذاری و تنگناهای موجود در عرصه رسانه های نوین در محدوده جهانی آغاز شده و به نظامی منطقی و امیدوارانه نزدیک می شود. جمهوری اسلامی ایران باید در این زمینه در بعد بینالمللی مشارکت فعالانه داشته باشد. در صورت تحقق چنین مراحل، تولید، توزیع، مدیریت محتوا و مشارکت فعالانه در سطوح مختلف در فضا و محیط رسانه های نوین که بُرد بین المللی نیز دارد، برای جمهوری اسلامی ایران در تحولات بینالمللی به دست می آید و میتواند نقش مؤثری داشته باشد. در حقیقت، مهم نیست پیشرفت فن آوری چقدر بزرگ است، اگر

ص: ۲۲۳

مصرف کنندگان آن را نپذیرند و استفاده بهینه از فن آوری جدید را ندانند و حکومت ها، در فن آوری جدید سرمایه گذاری نکنند، در نهایت هدف از رسانه و فن آوری جدید و استفاده آن، تأمین نخواهد شد و همواره رسانه جدید و فضای حاصل از آن، تهدید پنداشته می شود.

در حال حاضر، بلوکه‌های رسانه‌های مختلف در جهان وجود دارد و این بلوک رسانه‌های به گونه ای دیگر در فضای مجازی نیز شکل گرفته است. صدا و سیما به عنوان رسانه ملی و جمهوری اسلامی ایران، به طور کلی اگر درصدد نقش آفرینی بیشتر در عرصه تحولات بینالمللی است، به ایجاد بلوک رسانه ای در فضا و محیط رسانه‌های جدید نیاز دارد. بر این اساس، لازم است از هر نوع ارتباطات (ارتباط جمعی و ارتباط فضای مجازی و جدید) در برقراری رابطه میان قدرت و پاد قدرت در سیاست رسمی و غیررسمی در روابط بین فرهنگی و بین الملل و در جهت دست یابی به اهداف جمهوری اسلامی ایران در مسائل جهانی و منطقی‌های استفاده کند.

( توجه زیاد به توسعه کمی شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌های برای خنثی کردن تأثیر شبکه های فارسی زبان خارجی، به کیفیت برنامه‌ها و محتوا لطمه جدی خواهد زد و ریزش مخاطب را به همراه خواهد داشت. از سوی دیگر، موجب غفلت از حضور در فضای مجازی و رسانه های نوین برای نقش آفرینی در تحولات بینالمللی خواهد شد. توسعه کمی بدون توسعه کیفی شبکه های ماهواره‌های تلویزیون، سبب افزایش تماشای شبکه‌های ماهواره ای خارجی از سوی مخاطبان و روی آوری مخاطبان به فضای مجازی میشود. در این صورت، اگر به حضور و فعالیت در فضای مجازی و رسانه‌های نوین توجه چندانی نشود،

ص: ۲۲۴

مخاطبان رها می شوند و هدف رسانه تأمین نخواهد شد. بنابراین، حضور و فعالیت هم زمان در فضای مجازی و رسانه های نوین و توسعه کمی و کیفی شبکه های برون مرزی ماهواره ای باید در اولویت بلوک بندی رسانه ای در راه دست یابی به اهداف داخلی، منطقه‌ای و جهانی جمهوری اسلامی ایران قرار گیرد.

( در عرصه تحولات بینالمللی، با یک کشور، ملت، زبان و حوزه جغرافیایی و زمینه های اجتماعی و سیاسی مشترک روبه رو نیستیم و از سوی دیگر، رقبای گوناگونی وجود دارند که درصدد دست یابی به مخاطبان هدف هستند. بنابراین، در بلوک رسانه ای در کنار فراهم کردن زیرساخت ها، باید ویژگی های بلوک رسانه ای جهانی و بایدها و نبایدها و نقاط مشترک و متعارض آنها را مشخص کرد. بلوک رسانه ای ایران در ارتباطات جمعی می تواند شامل شبکه های داخلی و برون مرزی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، شبکه های منتسب به جمهوری اسلامی ایران و شبکه های همسو با جمهوری اسلامی ایران باشد.

( در ارتباطات فضای مجازی، اولاً متولیان رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران، باید وبلاگ ها، سایت ها و گروه های فعال در شبکه های اجتماعی و ویکی پدیا را که متناسب با اهداف جمهوری اسلامی ایران هستند، شناسایی کنند. سپس، گروه هایی برای فعالیت پیوسته در همه زمینه‌ها، آموزش های لازم را ببینند شهروندان فعال در فضاهای فرهنگی فضای مجازی شوند تا همراه با فعالیت، بتوانند مخاطبان را در این فضاها هدایت کنند.

( امروزه نقش موتورهای جست و جو و نیز شبکه های اجتماعی در افکار عمومی جهانی مهم و قابل توجه است. بسیاری از کشورها، در

ص: ۲۲۵

کنار بهره مندی از موتورهای جست و جو و شبکه های اجتماعی جهانی، سیاست گذاری قابل توجهی برای راه اندازی موتورهای جست و جو و شبکه های اجتماعی بومی انجام داده اند. بر این اساس، باید زیرساخت های فن آوری و محتوایی موتور جست و جو و شبکه های اجتماعی مختلف بومی فراهم گردد. در این راستا، تجربه و الگوی برخی کشورها سودمند خواهد بود.

( هر چند جمهوری اسلامی ایران در زمینه ساخت ماهواره توفیقاتی زیادی به دست آورده، باید تلاش و سرمایه گذاری بیشتری در زمینه ساخت و پرتاب ماهواره صورت بگیرد تا توانمندی لازم برای پرتاب ماهواره های رادیو تلویزیونی به فضا با قدرت ارسال تصویر به دست آید و در موقعیت مداری جمهوری اسلامی ایران قرار بگیرد. این امر نیازمند حمایت دستگاهی فرانهادی و ملی است. بدون داشتن ماهواره مستقل رادیو تلویزیون و فن آوری پرتاب آن، عملاً نقش صدا و سیما و بلوک رسانه ای جمهوری اسلامی در تحولات بینالمللی و منطقه ای ابر خواهد بود. از این رو، در رقابت جدی پدید آمده در فضای شبکه های تلویزیونی ماهواره ای، به ویژه در منطقه خاورمیانه و با ظهور شبکه های تلویزیونی مانند الجزیره، العربیه و الحره، از سرعت اثرگذاری این بلوک رسانه ای بر افکار عمومی کاسته خواهد شد.

( گاه فعالیت نهادهای مربوط به فضای مجازی که نقش مهمی در تحولات بینالمللی دارند، مثل وزارت امور خارجه، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی و صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، موازی کاری است و گاهی در مسیرهای جداگانه انجام میشود که فعالیت در عرصه بینالمللی را با چالش مواجه میکند. از این رو، لازم است یک گروه

ص: ۲۲۶

راهبردی «رسانه و روابط بین الملل» متشکل از اساتید علوم سیاسی، علوم ارتباطات، مسئولان صدا و سیما، وزارت امور خارجه، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نهادهای متولی فضای مجازی و دستگاههای امنیتی با محوریت وزارت امور خارجه تشکیل شود و محور فعالیت بلوک رسانه ای ایران را برای همگرایی و همسویی با سیاست خارجی جمهوری اسلامی در مسائل جهانی و منطقه ای، و میزان هم پوشانی یا تمایز گفتمان رسانه ای جمهوری اسلامی ایران را با دیگر گفتمان های رسانه ای مشخص کند.

در نهایت میتوان گفت در فضا و محیط رسانهای جدید، عملاً اطلاعات به منبع قدرت و نفوذ در عرصه ملی و جهانی تبدیل شده است. از این رو، کشوری در تحولات بینالمللی نقش مهم و اثرگذاری خواهد داشت که نظام رسانهای خود را با تحول اطلاعات و رشد فن آوری های اطلاعاتی سازگار کند و درک درستی از فضاهاى جدید خلق شده به وسیله رسانههای نوین داشته باشد و از ظرفیت های حاصل، بهره برداری بهینه کند و با چالش های آن مناسب و منطقی برخورد نماید. اکنون، قدرت بین المللی به شکل روزافزون بر حسب دسترسی به زیرساخت های ارتباطات جهانی و قدرت فن آوری و اطلاعاتی کشورها ارزیابی می شود. در حقیقت، موفقیت در نظام رسانهای نوین، به معنای موفقیت در تحولات بینالمللی است.

ص: ۲۲۷

## فهرست منابع

## اشاره

فهرست منابع

زیر فصل ها

الف) فارسی

ب) لاتین

## الف) فارسی

الف) فارسی

ایزدی، فؤاد، سخنرانی در نشست علمی، «غرب علیه غرب»، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، ۱۳۹۰.

باری اکسفورد و ریچارد هاگینز، رسانه های جدید و سیاست، ترجمه: بابک دربیگی، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، ۱۳۸۷.

بل، دیوید، درآمدی بر فرهنگ های سایبر، ترجمه: مسعود کوثری و حسین حسینی، جامعه شناسان، ۱۳۸۹.

پایا، علی، فن آوری، فرهنگ و اخلاق، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۷.

تیلی، چارلز، از بسیج تا انقلاب، ترجمه: علی مرشدی زاد، تهران: پژوهشکده انقلاب اسلامی، ۱۳۸۵.

دانیس، مارسل، نشانه‌شناسی رسانه‌ها، ترجمه: گودرز میرزایی و بهزاد دوران، آنیسه‌ما و نشر چاپار، ۱۳۸۸.

روشه، گی، تغییر اجتماعی، ترجمه و توفی، تهران: نی، ۱۳۶۸.

زارعیان، داوود، نقش موتورهای جست و جوی اینترنتی در مدیریت افکار عمومی جهان، تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات، ۱۳۸۷.

ص: ۲۲۸

ساسمن، جerald و لنت، جان. ای، ارتباطات فراملی و جهان سوم. ترجمه: طاهره ژیان احمدی. دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها، ۱۳۸۷.

ساعی، منصور، «بازنمایی ابعاد سیاسی و تاریخی هویت ملی در تلویزیون جمهوری اسلامی ایران؛ تحلیل محتوای سریال های تاریخ درجه الف در سه دهه بعد از انقلاب اسلامی ایران»، دو فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش سیاست نظری، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی، شماره ۷، زمستان ۱۳۸۹.

سمتی، مهدی، مرزهای نو در ارتباطات بین الملل، ترجمه: حسن بشیر و همکاران، دانشگاه امام صادق علیه السلام، ۱۳۸۸.

عاملی، سعیدرضا، استعمار مجازی؛ قدرت نرم و امپراتوری های مجازی، امیرکبیر، ۱۳۸۹.

، مطالعات انتقادی استعمار مجازی امریکا: قدرت نرم و امپراتوری های مجازی، امیرکبیر، ۱۳۸۹.

فرهنگی، علیاکبر، علی رضا قراگوزلو و سیاوش صلواتیان، «توجه؛ حکمرانی جدید در اقتصاد رسانه»، فصلنامه پژوهش های ارتباطی، شماره ۶۳، ۱۳۸۹.

کاستلز، مانوئل، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (جلد ۲)، ترجمه: حسن چاووشیان، طرح نو، ۱۳۸۰.

کرین، دایان، نوبو کاواشیما و کنجی کاوازاکی، فرهنگ جهانی؛ رسانه، هنر، سیاستگذاری و جهانی شدن، ترجمه: نعمت الله فاضلی و مرتضی قلیچ، دانشگاه امام صادق علیه السلام، ۱۳۸۸.

گروسین، ریچارد و بولتر، جی دیوید، منطق تحول رسانه ای. ترجمه: رحیم قاسمیان، دانشکده صدا و سیما و نشر مهر نیوشا، ۱۳۸۸.

گیدنز، آنتونی، جامعه شناسی، ترجمه: صبوری کاشانی، تهران: نی، ۱۳۷۴.

محکی، علی اصغر، «فن آوری های نوین ارتباطی و امنیت اخلاقی مطالعات

ص: ۲۲۹

امنیت ملی»، فصلنامه علمی کاربردی معاونت اجتماعی ناجا، پیش شماره ۲، ۱۳۸۲.

مشیرزاده، حمیرا، درآمدی نظری بر جنبش های اجتماعی، پژوهشکده انقلاب اسلامی، ۱۳۸۱.

مولانا، حمید، ارتباطات جهانی در حال گذار؛ پایان چندگونگی؟، سروش، ۱۳۸۴.

، جریان بین المللی اطلاعات؛ گزارش و تحلیل جهانی، ترجمه: یونس شکرخواه، دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها، ۱۳۸۷.

مهدی زاده، سید محمد، نظریه های رسانه؛ اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی، همشهری، ۱۳۸۹.

میرعابدینی، احمد، پژوهشنامه رسانههای دیداری و شنیداری، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۷.

میلسن، ژان و همکاران، دیپلماسی عمومی نوین؛ کاربرد قدرت نرم در روابط بین الملل، ترجمه: رضا کلهر و سید محسن روحانی، دانشگاه امام صادق علیه السلام، ۱۳۸۹.

نای، جوزف، قدرت نرم. ترجمه: محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، دانشگاه امام صادق علیه السلام، ۱۳۸۷.

همشهری آنلاین، فیلترینگ علیه جنبش وال استریت، بازیابی شده در تاریخ ۲۱ آبان ۱۳۹۰ از:

**(ب) لاتین**

(ب) لاتین

Monroe E Price, Media and sovereignty: The global information revolution and its challenge to state power, MIT Press, ۲۰۰۴.

Aaron, L., Robinson, J., Smothers, S. ۲۰۰۲. Convergence, Defined. Presstime, ۲۴, ۱۸

-AFP. ۲۰۱۱. 'Egypt braces for nationwide protests'; Agence France



ص: ۲۳۰

:Presse, Retrieved Aug. ۲۵, ۲۰۱۱, from

Allport, G. W.. ۱۹۵۴. The Nature of Prejudice. Reading, MA: Addison-Wesley

Anderson, Paul. ۲۰۰۷. All That Glisters Is Not Gold—Web ۲.۰ And The Librarian, Journal of Librarianship and Information Science, ۳۹(۴)

Ansfield, Jonathan, and LaFraniere, Sharon. ۲۰۱۰. China under stress: The Xinjiang question, ۲۰۱۰, New York Times, March, ۴, Av

Arquilla, John, and Ronfeldt, David. ۲۰۰۲. Networks and netwars: The future of terror, crime, and militancy, Rand Corporation

Baehr, Karl. (۲۰۰۰) Summary: Convergence Media Research Group, unpublished manuscript

Baehr, Karl. ۲۰۰۰. the New Media: The Internet's Effect on the Mass Communication Industry, University of New Mexico

Baldi, Stefano et al. ۲۰۰۳. Online learning for professionals in full time work: a guide to what works and what does not, Diplo Foundation

Balzacq, Thierry. ۲۰۰۸. "The Policy Tools of Securitization: Information Exchange, EU Foreign and Interior Policies," JCMS: Journal of Common Market Studies, ۴۶(۱), ۷۵-۱۰۰

Bar, Francois, and Sandvig, Christain. ۲۰۰۸. US Communication Policy after Convergence, Media Culture Society, ۳۰(۴), ۵۳۱

Bardoel, Johannes, and dHaenens, Leen. ۲۰۰۸. Public Service Broadcasting in Converging Media Modalities Practices and Reflections from the Netherlands. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, ۱۴(۳), ۳۵۱-۳۶۰

Barnes, S. B.. (۲۰۰۳) Computer-Mediated Communication: Human-to-Human Communication across the Internet, Pearson education, Inc

Becker, T. and C. Slaton. ۲۰۰۰. the Future of Teledemocracy. Westport, CT: Praeger

Bennett, Winston. ۲۰۰۳. Communicating global activism, *Information, Communication Society*, ۶(۲), ۱۴۳-۱۶۸

Bentivegna, Sara. ۲۰۰۶. "Rethinking politics in the world of ICTs," *European Journal of Communication*, ۲۱ (۳), ۳۳۱-۳۴۳

- Bimber, Bruce, Flanagin, Andrew J., and Stohl, Cynthia. ۲۰۰۵. "Reconceptualizing collective action in the contemporary media environment," *Communication Theory*, ۱۵(۴), ۳۶۵-۳۸۸
- Bimber, Bruce. ۱۹۹۸. "The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Puralism," *Polity*, ۳۱, ۱۳۳-۱۶۰
- Bimber, Bruce. ۲۰۰۱. "Information and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level," *Political Research Quarterly*, ۵۴(۱), ۵۳-۶۷
- Bloom, H.. ۲۰۰۰. *Global Brain: The Evolution of Mass Mind from the Big Bang to the ۲۱st Century*, John Wiley Sons, Inc., New York
- Blumer, Herbert. ۱۹۶۹. *The study of Social movements*, London
- Blumler, Jay G, and Gurevitch, Michael. ۲۰۰۱. "The new media and our political communication discontents: Democratizing cyberspace," *Information, Communication Society*, ۴(۱), ۱-۱۳
- Boyd, D. and N. Ellison. ۲۰۰۸. *Social Network sites: Definition, History, and Scholarship*, *Journal of Computer Mediated Communication*, ۱۳(۱): ۲۱۰-۲۳۰
- Breton, Margot. ۱۹۹۴. "Relating Competence- Promotion and Empowerment," *Journal of Progressive Human Services*, ۵(۱), ۳۱
- Briggs, Asa and Burke, Peter. ۲۰۰۲. *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*, Oxford and Cambridge: Blackwell
- Brown, Rupert, and Hewstone, Miles. ۲۰۰۵. "An integrative theory of intergroup contact," *Advances in experimental social psychology*, ۳۷(۳۷), ۲۵۵-۳۴۳
- Bruns, A.. ۲۰۰۶. *Wikinews: The Next Ggeneration of Alternative online News?* *Scan Journal*, ۳(۱)
- Buonanno, Milly. ۲۰۰۸. *The Age of Television: Experiences and Theories*, Intellect Books

Burnashev, Rustam, and Chernykh, Irina. ۲۰۰۷. "Changes in Uzbekistan's military policy after the Andijan events," *The China and Eurasia Forum Quarterly*, ۵(۱), ۶۷-۷۳

Cachia Romina, Ramón Compañó Olivier Da Costa, Grasping the potential of online social networks for foresight, *Technological Forecasting and Social Change*, ۲۰۰۷, ۷۴(۸), pp. ۱۱۷۹-۱۲۰۳

ص: ۲۳۲

- Cachia, Romina, Compañó, Ramón and Da Costa, Olivier. ۲۰۰۷. Grasping the potential of online social networks for foresight, *Technological Forecasting and Social Change*, ۷۴(۸), ۱۱۷۹-۱۲۰۳.
- Campbell, Patricia. J, MacKinnon, Aran Stevens, Christy R. ۲۰۱۰. *An Introduction to Global Studies*, Wley-Blackwell.
- Carlos Alberto Scolari, *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactive*, Gedisa, ۲۰۰۸.
- .Carreton, Antonio. ۱۹۹۴. *Social movements in the third world*, London macmillan.
- .Castells, Manuel. ۱۹۹۶. *Toward Sociology of the Network Society*, UK: Oxford.
- Castells, Manuel. ۱۹۹۹. *Information Technology, Globalization and social Development*; UNISD/DP, ۱۱۴/۹۹/۱۳.
- Castells, Manuel. ۲۰۰۴. *Informationalism, Networks, and the Network Society: A Theoretical Blueprint*, Text published in the *network society: a cross-cultural perspective*, Northampton: Edward Elgar.
- .Castells, Manuel. ۲۰۰۹. *Communication Power*. UK: Oxford University.
- Castells. Manuel. ۲۰۰۷. *Power and Counter-power in the Network Society*, *International Journal of Communication*, ۱ (۱), ۲۳۸-۶۶.
- Chadwick, Andrew. ۲۰۰۶. *Internet politics: States, citizens, and new communication technologies*, Oxford University Press.
- Cluett, Jonathan. ۲۰۱۰. *Tendon Definition*. About.com Healths Disease and Condition. :Retrieved Sep. ۲۴, ۲۰۱۱, from
- Cutler Co.,. ۱۹۹۷. *the National Telecommunications Council Convergence Project*, ۱ - ۵. Kuala Lumpur: Cutler Co.
- Deibert, Ronald J. ۲۰۰۰. "International plugn play? Citizen activism, the Internet, and global

.public policy," *International Studies Perspectives*, ۱(۳), ۲۵۵-۲۷۲

Della Porta, Donatella, and Diani, Mario. ۲۰۰۹. *Social movements: An introduction*, John Wiley Sons, ۱۳- ۱۶

Dennis, E. E. ۲۰۰۳. Prospects for a big idea...is there a future for convergence?. *International Journal on Media Management*, ۵(۱), ۷-۱۱

.Dewdney, Andrew and Ride, Peter. ۲۰۰۶. *The New Media Handbook*, Routledge

ص: ۲۳۳

- Dines, G., Humez, J. M. ۲۰۰۲. Gender, Race, and Class in Media: A Text-Reader. Thousand Oaks, CA: Sage
- Dizard, Wilson P. ۲۰۰۱. Digital diplomacy: US foreign policy in the information age, New York: Praeger
- Dobnik, Verena. ۲۰۱۱. Wall Street Protesters: Were in for the Long Haul .Bloomberg Businessweek. Retrieved from
- Downey, John, and Natalie Fenton. ۲۰۰۳. "New media, counter publicity and the public sphere," *New Media Society*, ۵(۲), ۱۸۵-۲۰۲
- Eisenstein, E. L. ۱۹۷۹. The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early-Modern Europe, Cambridge: Cambridge University Press
- Ellison, N. B., Boyd, D. m.. ۲۰۰۷. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, ۱۳, ۲۱۰-۲۳۰
- Encyclopaedia Britannica on-line, Definition of 'Diplomatic Missions [online], ۲۰۱۲ Available from
- Entman, Robert M. ۲۰۰۸. "Theorizing mediated public diplomacy: The US case," *The International Journal of Press/Politics*, ۱۳(۲), ۸۷-۱۰۲
- Etzioni, Amitai, and Etzioni, Oren. ۱۹۹۹. "Face-to-face and computer-mediated communities, a comparative analysis," *The information society*, ۱۵(۴), ۲۴۱-۲۴۸
- Farrell, Henry,. ۲۰۱۲. "The consequences of the internet for politics," *Annual Review of Political Science*, ۱, ۳۵-۵۲
- Finnemann, Niels Ole. ۲۰۰۵. Internettet I Mediehistorisk Perspektiv, Copenhagen, Samfundslitteratur

,Flew, Terry. ۲۰۰۸. New media: An introduction (۳rd ed.), Oxford University Press

Folkerts, Jean, Lacy, Stephen, and Davenport, Lucinda. ۲۰۰۴. The media in your life: An  
.introduction to mass communication, Boston: Allyn and Bacon

Fong, Ben. ۲۰۱۰. Didnt you get the memo?: Changing Discourses of Diplomacy in the Age of  
)Information, International Affairs Review, ۱۸ (۳

Froomkin, A. M.. ۲۰۰۴. Technologies for Democracy. In P. Shane (ed.), Democracy Online:  
The Prospects for Political



.Renewal through the Internet (pp. ۳-۲۰. New York, NY: Routledge

Gans, H.. ۲۰۱۱. Multiperspectival News Revisited: Journalism and Representative  
.Democracy. Journalism, ۱۲(۱), ۳-۱۳

Garrett, Kelly. ۲۰۰۶. "Protest in an information society: A review of literature on social  
.movements and new ICTs," Information, communication society, ۹(۰۲), ۲۱۱

Garrison, Bruce. ۲۰۰۰. Convergence to the Web is no longer just the future." College Media  
.Review, ۳۸(۳), ۲۸-۳۰

Gilboa, Eytan (۲۰۰) Global communication and foreign policy, Journal of  
.Communication, ۵۲(۴), ۷۳۱-۷۴۸

.Gitelman, Lisa and Pingree, Geoffrey B. ۲۰۰۳. New Media, ۱۷۴۰-۱۹۱۵, MIT Press

Gitelman, Lisa. ۲۰۰۶. Always already new: Media, history and the data of culture, The MIT  
.Press

Gloor, Peter A. ۲۰۰۶. "Swarm Creativity, Competitive advantage through collaborative  
.innovation networks", Oxford University Press

Gordon Brown speech at the World Economic Forum in Davos, cited by Jackie Ashley in  
.The Guardian, ۲۹ Jan ۲۰۰۷

Gordon Willard alport: becoming: basic considerations for a psychology of personality,  
,yale university press, ۱۹۹۵

Gottemoeller, Rose. ۲۰۱۲. From Telegraph to Twitter: Arms Control Diplomacy in the  
.Information Age, Mission of the United States in Geneva Switzerland

Grant, August E, and Wilkinson, Jeffrey. ۲۰۰۸. Understanding media convergence: the  
.state of the field, Oxford University Press, USA

Grant, Richard. ۲۰۰۵. The democratisation of diplomacy: negotiating with the Internet,  
.Netherlands Institute of International Relations Clingendael

.Grech, Olesya M. ۲۰۰۶. "VIRTUAL DIPLOMACY," Universal-Publishers

Gunzareth, David. ۲۰۰۰. Audience measurement in the face of change, International  
Journal on Media Management, ۵, ۷-۱۱

Harwood, Jake. ۲۰۱۰. "The contact space: A novel framework for intergroup contact  
research," Journal of Language and Social Psychology, ۲۹(۲), ۱۴۷-۱۷۷

Heidemann, J. ۲۰۱۰. Online Social Networks—A Social technical Look, Retrived from www.  
Googlescholar.com

.Heywood, Andrew. ۱۹۹۸. "Political Ideologies: An Introduction," Palgrave

.Heywood, Andrew. ۲۰۰۰. Key concept of politics, newyork, Palgrave

Hoffman, John. ۲۰۰۳. Reconstructing diplomacy, The British Journal of Politics  
International Relations, ۵(۴), ۵۲۵-۵۴۲

.Hughes, R. ۲۰۰۷. Bits, Bytes and Bullets. The World Today, Chatham House: London

IBM institute for Business Value. ۲۰۰۶. The End of TV as We Know It; a Future Industry  
Perspective

J. D. straubhaar, R.larose, media, now: understandings media: understanding media,  
culture,and technology, cengage learning. ۲۰۰۰

Jenkins, Henry. ۲۰۰۴. Fans, Gamers, and Bloggers: Media Consumers in a Digital Age. New  
York: New York University Press

.Jenkins, Henry. ۲۰۰۸. Convergence Culture, Newyok University Press

John Hoffman, Reconstructing diplomacy, The British Journal of Politics International  
Relations, ۲۰۰۳, ۵(۴), pp. ۵۲۵-۵۴۲

Johnson, T. J., Kaye, B. K. Using is Believing: The Influence of Reliance on the Credibility of  
Online Political Information Among Politically Interested Internet Users. Journalism Mass  
Communication Quarterly, ۷۷(۴) ۸۶۵- ۸۷۹, ۲۰۰۰

Klandermans, Bert. ۱۹۸۴. "Mobilization and participation: Social-psychological expansions  
of resource mobilization theory," American sociological review, ۵۸۳-۶۰۰

Kurbalija, Jovan, and Baldi, Stefano. ۲۰۰۰. The internet guide for diplomats,  
,DiploPublishing, Mediterranean Academy of Diplomatic Studies

La Franiere, Sharon Ansfield, Jonathan. ۲۰۱۰. Cyberspying Fears Help Fuel China's Drive to

.Curb Internet, New York Times, February ۱۲, ۲۰۱۰

Laclau, Ernesto and Mouffe Chantal. ۲۰۰۱. Hegemony and socialist strategy: Towards a  
.radical democratic politics, Verso

Lahlali, El Mustapha. ۲۰۱۱. Contemporary Arab Broaddcast Media, Edinburgh University  
.Press

- Leonard, Peter. ۲۰۱۲. 'Making Converged Regulation Possible', Communications Law Bulletin, ۳۱(۲).
- Lessig, Lawrence. ۱۹۹۹. Code and Other Laws of Cyberspace. New York: Basic Books
- Lister, Martin, ed. ۲۰۰۳. New media: A critical introduction, Taylor Francis
- Loo, Theresa, and Davies, Gary. ۲۰۰۶. "Branding China: The ultimate challenge in reputation management?." Corporate Reputation Review, ۹(۳), ۱۹۸-۲۱۰.
- Lupia, Arthur, and Sin, Gisela. ۲۰۰۳. "Which public goods are endangered?: How evolving communication technologies affect the logic of collective action," Public Choice, ۱۱۷(۳-۴), ۳۱۵-۳۳۱.
- Manovich, Lev. ۲۰۰۱. The language of new media, MIT press
- Martin dia, virtuol diplomacy, diplomacy of the digital age, newyork: weiley, ۲۰۰۶
- Martin, Todd. ۲۰۰۱. "Virtual Diplomacy," A Student Journal of International Affairs
- McAdams, Dan P. ۱۹۹۶. "Personality, modernity, and the storied self: A contemporary framework for studying persons," Psychological inquiry, ۱۹۹۶ ۷(۴), ۲۹۵-۳۲۱
- McKee, Heidi A. ۲۰۰۸. Ethical and legal issues for writing researchers in an age of media convergence, Computers and Composition, ۲۵ (۱), ۱۰۴-۱۲۲
- McLuhan, Marshall. ۱۹۶۲. the Gutenberg Galaxy, Toronto: University of Toronto Press
- McLuhan, Marshall. ۱۹۶۴. Understanding Media: The Extensions of Man, New
- Meikle, Graham, and Sherman, Young. ۲۰۱۲. Media convergence: Networked digital media in everyday life, Palgrave Macmillan
- Melissen, Jan. ۲۰۰۵. "The new public diplomacy," Soft Power in International Relations, New York: Palgrave Macmillan
- Meyrowitz, Joshua. ۱۹۸۵. No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social

.Behavior, Oxford: Oxford University Press

Meyrowitz, Joshua. ۱۹۹۴. Medium Theory, pp. ۵۰-۷۷ in D. Mitchell and D. Crowley (eds)  
.Communication Theory Today. Cambridge: Polity Press

.Milka radanovie, diplomacy in the information age, mcclelland stewart inc, ۲۰۱۰

Mitra, A., Watts, E. K. ۲۰۰۲. Theorizing Cyberspace: The Idea of Voice Applied to the Internet Discourse, *New Media and Society*, ۴, ۴۷۹-۴۹۸

Monge, Peter R. and Contractor, Noshir S. ۲۰۰۳. Theories of communication networks. UK: Oxford University

Monroe E, Price. ۲۰۰۴. Media and sovereignty: The global information revolution and its challenge to state power, MIT Press

Morley, David, and Robins, Kevin. ۲۰۱۳. Spaces of identity: Global media, electronic landscapes and cultural boundaries, Routledge

Morozov, Evgeny. ۲۰۱۰. The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom. New York, NY: Public Affairs

Mueller, Milton L. ۲۰۱۰. Networks and states: The global politics of Internet governance, Mit Press

N. Taylor, information war: American propaganda, free speech and opinion control since ۹ - ۱۴, seven stories press, ۲۰۰۸

Nancy L Roberts, Michael Emery and Edwin Emery. ۲۰۰۲. The Press and America: An Interpretative History of the Mass Media, Harlow: Pearson Education

.Nikos christodolides, the internet diplomacy, american, ۶, ۲۰۰۵

Noll, A. M. ۲۰۰۳. The Myth of Convergence. *The International Journal on Media Management*, ۵, ۱۲-۱۳

Noll, Michael. ۲۰۰۴. Internet Television: Definitions and Prospects at "Internet TV", Gerbarg, Dary Noam, Eli (eds), LEA

Norris, P, Democratic phoenix: Reinventing political activism. Cambridge, UK: Cambridge University Press, ۲۰۰۲

.Nye, Joseph S. ۲۰۰۸. The powers to lead, Oxford University Press

.Nye, Joseph S. ۲۰۱۱. The Future of Power, US: Public Affairs

Oates, Sarah, and Gibson, Rachel K. ۲۰۰۶. The Internet and politics: citizens, voters and  
.activists, New York: Routledge

Ong, Walter. ۱۹۸۸. Orality and Literacy: The Technologizing of the Word. London:  
.Routledge

Oreilly, Tim. ۲۰۰۷."What is Web ۲.۰: Design patterns and business models for the next  
.generation of software, "Communications strategies, ۶۵



- Pearson, Roberta and Simpson, Philip (eds). ۲۰۰۵. Critical Dictionary of Film  
.TelevisionTheory, Routledge
- Peters, John Durham. ۱۹۹۹. Speaking into the Air: A History of the Idea of Communication.  
.Chicago, IL: University of Chicago Press
- Pfister, Damien Smith. ۲۰۱۱. Networked Expertise in an Era of Many-to-Many  
.Communication: On Wikipedia and Invention. Social Epistemology, ۲۵(۳), ۲۱۷-۲۳۱
- Picard, Robert, Environmental and Market Changes Driving Strategic Planning in Media  
Firms, JIBS Reports on Media Series No. ۲۰۰۴-۲
- Piers robinson, the cnn effect: can the news media drive foreisn policy?, review of  
.international studies, ۲۵ (۲), ۳۰۱ - ۳۰۹, ۱۹۹۹
- Proedrou. Filippou, and Frangonikolopoulos, Christos A. ۲۰۱۰. "Russias Re-emergence in  
the Global System: Globalising or Anti-Globalising Force?" Journal of Contemporary  
.European Studies, ۱۸(۱), ۷۹-۹۰
- Qvortrup, Lars. ۲۰۰۶. Understanding New Digital Media Medium Theory or Complexity  
.Theory? European Journal of Communication, ۲۱(۳), ۳۴۵-۳۵۶
- Rasmussen, Terje. ۲۰۰۷. "Techno-politics, Internet Governance and some challenges  
."facing the Internet
- Rheingold, H. ۲۰۰۰. Smart Mobs: the Next Social Revolution, Perseus, Cambridge,  
.Massachusetts, pp ۱۵۷-۸۲
- Rheingold, Howard. ۲۰۰۰. Smart Mobs: The Next Social Revolution, Basic Books, Perseus,  
.Cambridge, Massachusetts
- Saddiki, Said. ۲۰۰۶. "Diplomacy in a Changing World," Alternatives: Turkish Journal of  
.International Relations, ۵(۴), ۹۳-۱۰۵
- Schiappa, E., Gregg, P. B., Hewes, D. E. ۲۰۰۵. The Parasocial Contact Hypothesis.  
.Communication Monographs, ۷۲, ۹۵-۱۱۸

Schiappa, Edward, Gregg, Peter B., and Hewes, Dean E. ۲۰۰۵. "The parasocial contact hypothesis," *Communication Monographs*, ۷۲(۱), ۹۲-۱۱۵

,Schudson

.and Earl, Martin. ۲۰۰۸. *Media, Movements, and Political Change*, Emerald Group Publishing

Scolari, Carlos Alberto. ۲۰۰۸. *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactive*, Gedisa

- Scott, C. ۲۰۰۷. A Cross-cultural Comparison of Perceptions and Uses of mobile Telephony, *New Media Society*, ۴ (۹): ۳۴۳ – ۳۶۳
- Seib, Philip. ۲۰۱۰. *Headline Diplomacy: How News Coverage Affects Foreign Policy*, London: Praeger
- Shapiro, Samantha M. ۲۰۰۹. 'Revolution, Facebook-Style'. *The New York Times*, Retrieved Sep. ۲۸, ۲۰۱۱ from
- Sharp, Paul. ۲۰۰۹. *Diplomatic theory of international relations*, Cambridge University Press
- Shohamy, E. and Gorter, Durk. ۲۰۰۹. *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, New York, Routledge
- Singh, Shivam. ۲۰۱۳. "Political Actions and Sports Policy," *Economic and Political Weekly*, ۴۸(۳۴), ۲۰-۲۲
- Slevin, James. ۲۰۰۰. *Internet and society*, Cambridge UK, Polity Press
- Smith, Gordon and Sutherland, Allen. ۲۰۰۲. "The new diplomacy: Real-time implications and applications," *Canadian Foreign Policy Journal*, ۱۰ (۱), ۴۱-۵۶
- Stevens, Tim. ۲۰۱۲. "A cyberwar of ideas? Deterrence and norms in cyberspace," *Contemporary Security Policy*, ۳۳ (۱), ۱۴۸-۱۷۰
- Stöber, Rudolf. ۲۰۰۳. *Mediengeschichte. Die Evolution 'neuer' Medien von Gutenberg bis Gates, Eine Einführung*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
- Stöber, Rudolf. ۲۰۰۴. "What Media Evolution Is A Theoretical Approach to the History of New Media?" *European Journal of Communication*, ۱۹(۴), ۴۸۳-۵۰۵
- Straubhaar, Joseph D. ۱۹۹۱. "Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity," *Critical Studies in media communication*, ۸۱, ۳۹-۵۹
- Straubhaar, Joseph D. ۲۰۱۱. "Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity," *Critical Studies in media communication*, ۸(۱), ۳۹-۵۹

Sunstein, Cass R. ۲۰۰۷. Reports in The Economist, ۲۷ Nov ۲۰۰۶, The Observer, ۲۹ April ۲۰۰۷, The Guardian, ۹ May ۲۰۰۷.

Syed Hussein Mohamad, Dr. ۱۹۹۹. Communications in the New Millennium. Paper presented at 'EC Talks', Kuala Lumpur

Tapscott, Don. ۲۰۰۸. Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything, New York, ۲۰۰۷.

- The Economist. ۲۰۱۰. Don't Mess with Us. The Economist, January ۲, ۲۰۱۰, ۳۱
- Vallath, Chandrasekhar. ۲۰۰۹. "The technologies of convergence." Electronic communication convergence, Policy challenges in Asia, New Delhi: Sage
- Van Aelst, Peter Walgrave, Stefaan. ۲۰۰۴. in Cyberprotest New Media, Citizens and Social Movement, Wim van de Donk, Brian D.Loader, Paul G.Nixon Dieter Rucht (eds), Routledge
- Van De Donk, Wim, Loader, Brian D, Nixon, Paul G, and Rucht, Dieter, eds. ۲۰۰۴. Cyberprotest: New media, citizens and social movements, Routledge
- Ventre, Daniel, ed. ۲۰۱۲. Cyberwar and Information Warfare, John Wiley Sons
- Wallis, Roger and Baran, Stanley. ۱۹۹۰. The Khown World of Broaeast News, Routldge
- Weber, Rolf H. ۲۰۰۹. "Internet of things–Need for a new legal environment?,"Computer law security review, ۲۵(۶), ۵۲۲–۵۲۷
- Westcott, Nicholas. ۲۰۰۸. "Digital diplomacy: The impact of the Internet on International relations"
- Whitney, Lance. ۲۰۰۹. Average Net user now online ۱۳ hours per week, [http://news.cnet.com/۸۳۰۱-۱۰۲۳\\_۳-۱۰۴۲۱۰۱۶-۹۳.html](http://news.cnet.com/۸۳۰۱-۱۰۲۳_۳-۱۰۴۲۱۰۱۶-۹۳.html) (accessed March ۳۱, ۲۰۱۲)
- Wilke, Jürgen. ۲۰۰۳.Grundzüge der Medien–und Kommunikationsgeschichte. Von den Anfängen bis ins ۲۰. Jahrhundert, Publizistik, Weimar: B"ohlau
- Wilkins, Karin G. ۲۰۰۹. Home /Land/ Security: What We Learn about Arab Communities from Action– Adventure Films, Lexington Books
- WRR, Netherlands Scientific Council for Government Policy. ۲۰۰۵. Media Policy for the Digital Age, Amsterdam University Press
- Zavoina, Susan, and Reichert, Tom. ۲۰۰۰. Media Convergence/Management Change: The Evolving Workflow for Visual Journalists, The Journal of Media Economics, ۱۳(۲), ۱۴۳–۱۵۱

Zielinski, Siegfried. ۲۰۰۶. Deep time of the media: Toward an Archaeology of Hearing and Seeing by Technical Means, Cambridge, MA: MIT Press

## درباره مرکز

بسمه تعالی

هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

آیا کسانی که می‌دانند و کسانی که نمی‌دانند یکسانند؟

سوره زمر / ۹

مقدمه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان، از سال ۱۳۸۵ هـ.ش تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن فقیه امامی (قدس سره الشریف)، با فعالیت خالصانه و شبانه روزی گروهی از نخبگان و فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

مرامنامه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان در راستای تسهیل و تسریع دسترسی محققین به آثار و ابزار تحقیقاتی در حوزه علوم اسلامی، و با توجه به تعدد و پراکندگی مراکز فعال در این عرصه و منابع متعدد و صعب الوصول، و با نگاهی صرفاً علمی و به دور از تعصبات و جریانات اجتماعی، سیاسی، قومی و فردی، بر مبنای اجرای طرحی در قالب «مدیریت آثار تولید شده و انتشار یافته از سوی تمامی مراکز شیعه» تلاش می نماید تا مجموعه ای غنی و سرشار از کتب و مقالات پژوهشی برای متخصصین، و مطالب و مباحثی راهگشا برای فرهیختگان و عموم طبقات مردمی به زبان های مختلف و با فرمت های گوناگون تولید و در فضای مجازی به صورت رایگان در اختیار علاقمندان قرار دهد.

اهداف:

۱. بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام)
۲. تقویت انگیزه عامه مردم بخصوص جوانان نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی
۳. جایگزین کردن محتوای سودمند به جای مطالب بی محتوا در تلفن های همراه ، تبلت ها، رایانه ها و ...
۴. سرویس دهی به محققین طلاب و دانشجو
۵. گسترش فرهنگ عمومی مطالعه
۶. زمینه سازی جهت تشویق انتشارات و مؤلفین برای دیجیتالی نمودن آثار خود.

سیاست ها:

۱. عمل بر مبنای مجوز های قانونی
۲. ارتباط با مراکز هم سو
۳. پرهیز از موازی کاری
۴. صرفاً ارائه محتوای علمی
۵. ذکر منابع نشر

بدیهی است مسئولیت تمامی آثار به عهده ی نویسنده ی آن می باشد .

فعالیت های موسسه :

۱. چاپ و نشر کتاب، جزوه و ماهنامه
۲. برگزاری مسابقات کتابخوانی
۳. تولید نمایشگاه های مجازی: سه بعدی، پانوراما در اماکن مذهبی، گردشگری و...
۴. تولید انیمیشن، بازی های رایانه ای و ...
۵. ایجاد سایت اینترنتی قائمیه به آدرس: [www.ghaemiyeh.com](http://www.ghaemiyeh.com)
۶. تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و ...
۷. راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی
۸. طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و ...
۹. برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم (مجازی)
۱۰. برگزاری دوره های تربیت مربی (مجازی)
۱۱. تولید هزاران نرم افزار تحقیقاتی قابل اجرا در انواع رایانه، تبلت، تلفن همراه و ... در ۸ فرمت جهانی:

JAVA.۱

ANDROID.۲

EPUB.۳

CHM.۴

PDF.۵

HTML.۶

CHM.۷

GHB.۸

و ۴ عدد مارکت با نام بازار کتاب قائمیه نسخه :

ANDROID.۱

IOS.۲

WINDOWS PHONE.۳

WINDOWS.۴

به سه زبان فارسی ، عربی و انگلیسی و قرار دادن بر روی وب سایت موسسه به صورت رایگان .

در پایان :

از مراکز و نهادهایی همچون دفاتر مراجع معظم تقلید و همچنین سازمان ها، نهادها، انتشارات، موسسات، مؤلفین و همه بزرگوارانی که ما را در دستیابی به این هدف یاری نموده و یا دیتا های خود را در اختیار ما قرار دادند تقدیر و تشکر می نمایم.

آدرس دفتر مرکزی:



اصفهان - خیابان عبدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آواده ای - کوچه شهید محمد حسن توکلی - پلاک ۱۲۹/۳۴ - طبقه اول

وب سایت: [www.ghbook.ir](http://www.ghbook.ir)

ایمیل: [Info@ghbook.ir](mailto:Info@ghbook.ir)

تلفن دفتر مرکزی: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

دفتر تهران: ۰۲۱ - ۸۸۳۱۸۷۲۲

بازرگانی و فروش: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

امور کاربران: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹



مرکز تحقیقات و ترجمه

اصفهان

گامگاه

WWW



برای داشتن کتابخانه های تخصصی  
دیگر به سایت این مرکز به نشانی

[www.Ghaemiyeh.com](http://www.Ghaemiyeh.com)

[www.Ghaemiyeh.net](http://www.Ghaemiyeh.net)

[www.Ghaemiyeh.org](http://www.Ghaemiyeh.org)

[www.Ghaemiyeh.ir](http://www.Ghaemiyeh.ir)

مراجعه و برای سفارش با ما تماس بگیرید.

۰۹۱۳ ۲۰۰۰ ۱۰۹

