

دوفصلنامه علمی - پژوهشی «پژوهش سیاست نظری»
شماره بیست و یکم، بهار و تابستان ۱۳۹۶: ۱۷۲-۱۴۷
تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۸/۰۹
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۱/۲۵

نقش فناوری اطلاعات بر شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی (با تأکید بر جمهوری اسلامی ایران)

گارینه کشیشیان*
محمدجواد موسی‌نژاد**

چکیده

مناسبات متقابل میان مردم و نظام سیاسی و همچنین عوامل، آثار و کارکردهای این کنش متقابل، یکی از عمده‌ترین مباحث در حوزه جامعه‌شناسی سیاسی و مشخصاً جامعه‌پذیری سیاسی است. ورود فناوری اطلاعات به دنیای جدید، تمامی ساختارها و جنبه‌های زندگی بشر را تحت تأثیر خود قرار داد. به دنبال این تأثیرات، جریان شکل‌گیری جامعه‌پذیری سیاسی و عوامل آن نیز دستخوش تغییراتی شد که به عنوان کانون توجه در مقاله حاضر بررسی شده است. چگونگی عملکرد نهادهایی چون خانواده، گروه همسالان، رسانه‌های همگانی، آموزش و پرورش و دولت که نقش بازتولیدکنندگی سیاسی را برعهده دارند از یکسو و نحوه تأثیرگذاری فناوری اطلاعات بر الگوی جامعه‌پذیری سیاسی و تثبیت ارزش‌ها در رفتارهای سیاسی مردم و پیامدهای آن از سوی دیگر، هدف موضوعی این نوشتار است. یافته‌های این پژوهش که به واسطه روش اسنادی در قالب مدلی تحلیلی ارائه شده است، نشان می‌دهد که فناوری اطلاعات از طریق دو مکانیسم افزایش آگاهی سیاسی افراد و درگیرسازی مدنی، آثار سیاسی خود را بر فرایند جامعه‌پذیری سیاسی و در نهایت چارچوب فرهنگ سیاسی جامعه اعمال می‌کند.

واژه‌های کلیدی: فناوری اطلاعات، جامعه‌پذیری سیاسی، جامعه‌شناسی سیاسی، آگاهی سیاسی و فرهنگ سیاسی.

* نویسنده مسئول: استادیار گروه علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

g.keshishyan71@gmail.com
mjmmjm2006@yahoo.com

** دانشجوی دکتری علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبایی

مقدمه

مناسبات متقابل مردم با نظام سیاسی و کنش‌های کارگزاران سیاسی با مردم به عنوان یکی از عناصر اساسی جامعه‌پذیری سیاسی و همچنین عوامل، آثار و کارکردهای این کنش متقابل، یکی از عمده‌ترین مباحث در حوزه جامعه‌شناسی سیاسی است. به طور کلی کنش متقابل مردم و نظام سیاسی را می‌توان از دو جهت بررسی کرد:

اول رابطه نظام سیاسی با مردم؛ به این معنا که کارگزاران سیاسی اعم از دولت‌مردان، نهادها و سازمان‌های حکومتی، چگونه و بر اساس چه شیوه‌ها و قواعدی به تثبیت و تداوم نظام سیاسی و در نهایت به اعمال حاکمیت سیاسی می‌پردازند؟ در این سطح، جهت ارتباط از نظام سیاسی به سمت کنشگران و عامه مردم است و آنچه معمولاً مورد توجه قرار می‌گیرد، ارزیابی میزان موفقیت نظام سیاسی در ترویج، اشاعه، اعمال و در نهایت اجرای هنجارها و قواعد سیاسی در کنش‌های توده مردم است.

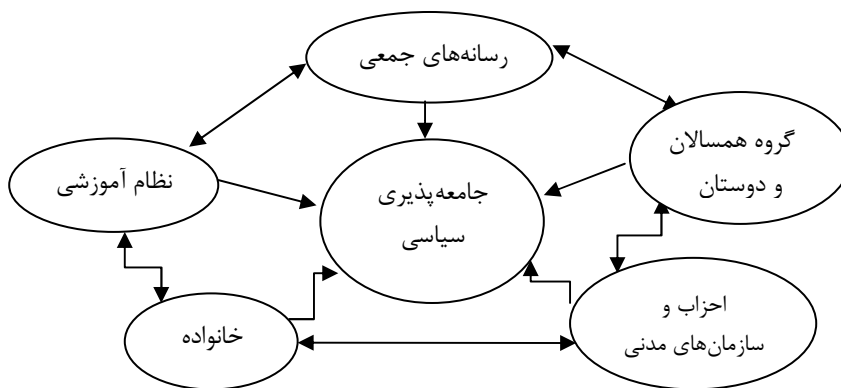
دوم، رابطه مردم با نظام سیاسی که در این مورد، میزان و نوع مشارکت مردم در نظام سیاسی تحلیل و تبیین می‌شود. به عبارتی رفتار سیاسی مردم و نیز پیامدهای آن بررسی می‌شود. در واقع در این سطح میزان عمل مبتنی بر هنجارها و قاعده‌های سیاسی در میان مردم و نیز میزان و درجه سیاسی شدن آنها مورد توجه قرار می‌گیرد. جامعه‌پذیری سیاسی را باید برآیند تعامل این دو سطح دانست. به عبارت دیگر در جامعه‌پذیری سیاسی، مناسبات نظام سیاسی از لحاظ نحوه توزیع، ترویج و اعمال قواعد و هنجارهای سیاسی و همچنین میزان و نحوه عمل مردم درباره به کارگیری این قواعد و هنجارها قابل بررسی است.

اگر جامعه‌پذیری را نوعی فرایند کنش متقابل اجتماعی تعریف کنیم که در خلال آن فرد هنجارها، ارزش‌ها و دیگر عناصر اجتماعی، فرهنگی و سیاسی موجود در گروه یا محیط پیرامون خود را فراگرفته، درونی کرده و آن را با شخصیت خود یگانه می‌سازد (سلیمی و داوری، ۱۳۸۵: ۱۴۴)، بنابراین جامعه‌پذیری سیاسی یک جریان آموزشی است که به استمرار و انتقال بین‌نسلی فرهنگ سیاسی کمک می‌کند و امری ضروری برای تداوم حیات، ثبات و مشروعیت نظام سیاسی در هر جامعه‌ای است.

در این میان عوامل مختلف تأثیرگذار بر جریان شکل‌گیری جامعه‌پذیری سیاسی را

نیز می‌توان از دو جهت بررسی کرد: از یکسو چگونگی عملکرد نهادها و ابزار مهم همچون خانواده، گروه همسالان، رسانه‌های همگانی، آموزش و پرورش، دولت و نیز فناوری اطلاعات که نقش بازتولیدکنندگی سیاسی را برعهده دارد. به این معنا که هر یک از این عوامل به واسطه چه سیاست‌هایی افراد را جامعه‌پذیر می‌کنند و از سوی دیگر تأثیر عملکرد این نهادها و ابزار در تثبیت ارزش‌ها و نیز رفتارهای سیاسی مردم و پیامدهای آن، یا به عبارت واضح‌تر نحوه عملکرد هر کدام از این کارگزاران در حوزه جامعه‌پذیری افراد، چه پیامدهایی را به دنبال دارد؟

نکته قابل توجه و غیر قابل اغماض در بررسی کارگزاران جامعه‌پذیری، لزوم اتخاذ رویکرد سیستماتیک در تحلیل و تبیین مناسبات و چرخه تأثیر و تأثراتی است که میان فرایند جامعه‌پذیری و این عوامل برقرار است. نمی‌توان بدون در نظر گرفتن تأثیری که خانواده بر فرایند جامعه‌پذیر کردن فرد دارد، ادامه این روند در نظام آموزشی را تحلیل کرد و یا اینکه بدون توجه به تأثیرات ناشی از ورود ابزار فناوری اطلاعات به حوزه جامعه‌پذیری بر سایر عوامل از جمله خانواده، آموزش، دوستان و همسالان ... نمی‌توان تبیین جامع و درستی از فرایند جامعه‌پذیری در جامعه معاصر ارائه داد. بنابراین باید گفت عملکردها و تأثیرات عوامل و شاخص‌های جامعه‌پذیری را می‌باید به صورت نظام‌مند در مجموعه‌ای از روابط و تعاملات متقابل بررسی کرد. در مدل ذیل نیز چرخه تعاملی عوامل جامعه‌پذیری سیاسی نشان داده شده است:



شکل ۱ - چرخه تعاملات متقابل عوامل جامعه‌پذیری سیاسی

در این میان دانش فناوری اطلاعات به عنوان یک جریان جهانی با گسترش روزافزون ابزار و امکانات منحصربه‌فرد خود، زمینه جدید و مؤثرتری را برای جامعه‌پذیری سیاسی مردم در سطوح مختلف فراهم آورده است. به عبارت دیگر از آنجا که در عصر جدید، ساختار سنتی جامعه‌پذیری با عوامل اساسی خود یعنی خانواده، رسانه‌های گروهی، گروه همسالان و آموزش و پرورش به دلیل محدودیت‌های ذاتی و سلطه نخبگان سیاسی و اقتصادی بر آن، نتوانست امکان جامعه‌پذیری سیاسی را در حد مطلوب فراهم کند، حوزه فناوری اطلاعات با خصوصیات منحصربه‌فرد خود از جمله سانسورگریزی (ر.ک: عبداللهیان، ۱۳۸۴)، هم‌زمانی ارتباطات (ر.ک: عاملی، ۱۳۸۴)، تعاملی بودن (ر.ک: مهدی‌زاده، ۱۳۸۳)، فراگیری و عدم تمرکز (ر.ک: دهقان، ۱۳۸۴)، باعث دسترسی آزاد و برابر به اطلاعات عمومی برای همگان، تسهیل انجام گفت‌وگوی عقلانی - انتقادی در فضای مجازی و شکل‌گیری افکار عمومی و در نهایت کنش سیاسی جمعی شده است و بدین ترتیب با امکانات گوناگون و متنوعی که در اختیار کاربران قرار داده، توانسته است علایق متفاوتی را پشتیبانی کند.

در نظام سیاسی ایران، وقوع انقلاب اسلامی، نقطه عطفی در فرایند جامعه‌پذیری سیاسی بود؛ زیرا سرآغاز نوعی دگرگونی در فرهنگ سیاسی کشور محسوب می‌شد. همچنین تحولات پرشتاب اجتماعی و فرهنگی در طول سال‌های پس از انقلاب، دهه دوم و به‌ویژه دهه سوم انقلاب را در معرض تجربه فضای جدیدی از جامعه‌پذیری و هویت‌یابی سیاسی قرار داد. با تقسیم‌بندی تاریخ پس از انقلاب ایران به چهار دهه، بر اساس روند گذار و ورود اجتناب‌ناپذیر به جریان ارتباطات و اطلاعات جهانی به دو مرحله، شاهد دو فضا و الگوی متفاوت در فرایند و ابعاد جامعه‌پذیری هستیم.

همان‌طور که بیان شد، جامعه‌پذیری سیاسی از طریق کارگزاران متفاوتی صورت می‌گیرد. از دیرباز و در تمامی جوامع انسانی، خانواده، نهاد مذهبی، آموزش، گروه همسالان و رسانه جمعی، مهم‌ترین پارامترهای جامعه‌شناختی فعال در فرایند جامعه‌پذیری بودند که به صورت مستقیم و یا غیر مستقیم نقش خود را ایفا می‌کردند. نکته مهم در این الگوی دیرپای جامعه‌پذیری سیاسی، غلبه یکسویگی رابطه نظام سیاسی با مردم است. اما در مرحله دوم، هم‌زمان با پیدایش شکل نوینی از اجتماع،

تحولات فناوری و جامعه اطلاعاتی، جامعه‌ای بدون مرز و فارغ از نژاد، هویت، ملیت، مذهب و...، فضایی فراملیتی و بین‌المللی ایجاد شد.

اینترنت به عنوان یکی از بانفوذترین فناوری‌های جدید اطلاعاتی، همه ابعاد زندگی بشر از جمله عرصه سیاسی را تحت تأثیر قرار داد و با عمومیت یافتن در میان کاربران و گستره وسیع جغرافیایی درون مرزهای ملی و بین‌المللی به ابزاری بی‌بدیل در عرصه ارتباطات تبدیل شد. در این شکل نوین اجتماعی، نه تنها رویکردهای ارتباطی میان فردی، بلکه سازمان‌ها و نهادها نیز تغییر یافتند. نمونه بارز این تغییرات سازمانی را می‌توان در ایجاد شبکه‌های مجازی، چک‌های الکترونیکی، ایجاد و توسعه کارت‌های اعتباری و شهرهای الکترونیکی و... مشاهده کرد. در این فضا، شهروندان با دسترسی به مجموعه‌ای بی‌نهایت از اطلاعات از طریق اینترنت می‌توانند گزینش فعالانه‌ای در حوزه سیاست داشته باشند و با گسترش مجاری دریافت اطلاعات، به اطلاعات وسایل ارتباطی سنتی بسنده نکنند. در واقع به ندرت رفتار انسان‌ها از طریق وراثت انتقال می‌یابد. آنها با گزینش و انتخاب اطلاعات، به مخاطبی فعال تبدیل شدند.

در جامعه‌ای چون کشور ما، نظام جامعه‌پذیرکننده تحت تأثیر شرایط جهانی، ملی، مذهبی و قومی - محلی است. اگر نهادهای متولی جامعه‌پذیری دچار نوعی روزمرگی و فعالیت‌های متعارض شوند، ارزش‌ها، الگوها و رفتارهای ناشی از این کانون‌های متعدد می‌تواند به بحران‌های هویتی و رفتاری بینجامد. همان‌طور که بیان شد، از طریق جامعه‌پذیری، هویت ملی یک کشور به نسل‌های بعدی آن منتقل می‌شود، تا این هویت دچار تغییر و تحولی غیر از آنچه در روند طبیعی حاصل می‌شود نگردد. در جامعه امروز ایران، بحث جامعه‌پذیری با توجه به درصد بالای جمعیت جوان نسبت به کل جمعیت شهروندان، مسئله‌ای مهم است.

به نظر می‌رسد این لزوم توجه زمانی اهمیت دوچندان می‌یابد که پدیده‌های نوین و جدیدی چون جهانی شدن، ماهواره و گسترش ارتباطات جامعه را سخت تحت تأثیر خود قرار داده است. بر این اساس مدیریت فرهنگی - اجتماعی جامعه می‌باید توجه لازم را به ماهیت و جایگاه نظام جامعه‌پذیری در توسعه فرهنگی، اجتماعی و سیاسی داشته باشد. همان‌طور که در ابتدای بحث مطرح شد، به طور کلی فرایند جامعه‌پذیری در همه

ابعاد آن (سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و...)، موضوعی نیست که بتوان با رویکرد تبیینی یکه‌انگارانه و ایدئوگرافیک آن را بررسی کرد. با گسترش فناوری‌های نوین، نقش خانواده، مدرسه و سایر عوامل اساسی در این فرایند در چارچوب و فضایی متفاوت، اشکال مختلف و متنوعی به خود می‌گیرد که این مهم نیز خود موضوعی قابل تأمل و ضروری جهت بررسی است. در رابطه با «نقش فناوری اطلاعات در شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی» که به عنوان موضوع مشخص در این نوشتار مورد مذاقه و مطالعه قرار می‌گیرد، دو جنبه از بررسی قابل تفکیک است:

الف) نقش فناوری اطلاعات بر کارگزاران جامعه‌پذیری سیاسی در ایران
ب) پیامدهای نقش فناوری اطلاعات بر شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی در ایران
پیش از ورود به بحث اصلی درباره جنبه‌های مورد مطالعه نقش فناوری اطلاعات در جامعه‌پذیری سیاسی، لازم است مروری بر مبانی نظری در این زمینه داشته باشیم.

مبانی نظری

نظریه جامعه‌پذیری سیاسی

از نظر «راش»، جامعه‌پذیری سیاسی به عنوان زیرمجموعه‌ای از جامعه‌پذیری انسان‌ها، فرایندی است که در آن فرد با نظام سیاسی آشنا می‌شود و تا اندازه‌ای ادراکش از سیاست و مسائل سیاسی و واکنش‌هایش نسبت به پدیده‌های سیاسی مشخص می‌شود. در این فرایند، دو سیستم سیاست و اجتماع به هم پیوند می‌خورند و افراد به درجات مختلف نسبت به نظام سیاسی و مشارکت در آن مقید می‌گردند.

«کلمن»، سه عنصر مهم این فرایند را به این ترتیب بیان می‌کند:

۱. شناخت: فرد درباره نظام سیاسی و چگونگی آن، چه می‌داند؟
۲. احساس: احساس فرد نسبت به نظام سیاسی چگونه است؟ آیا فرد نسبت به نظام سیاسی، احساس تعهد و وفاداری و تبعیت دارد؟
۳. حس اثربخشی سیاسی: اینکه فرد این احساس را دارد که می‌تواند بر نظام سیاسی اثر بگذارد و نقش خود را ایفا کند (علاقه‌بند، ۱۳۷۹: ۷۵).

خانواده به عنوان اولین نهادی که کودک با آن آشنا می‌شود و تا مدت‌های زیادی عامل انحصاری خواهد بود، اهمیت کلیدی می‌یابد. ولی انحصار خانواده بر کودک در مراحل بعدی زندگی تضعیف می‌شود و نهادهای مدرسه و گروه‌های هم‌سن جای خانواده را می‌گیرند. در فراگرد جامعه‌پذیری سیاسی در مدرسه و گروه‌های هم‌سن، کودک با واقعیت بیشتری از جهان سیاست آشنا می‌شود و بسیاری از ساخت‌ها و عوامل سیاسی و روابط بین آنها را تشخیص می‌دهد. با افزایش اطلاعات و کسب دانش و معلومات در این مرحله، گرایش‌های شناختی کودک گسترش می‌یابد (مهرداد، ۱۳۷۶: ۱۲). بالاخره پس از طی مراحل جامعه‌پذیری سیاسی در نهادهای خانواده، گروه‌های هم‌سن و مدرسه و نهادهای جامعه‌پذیری دیگری وارد محیط سیاسی شخص می‌گردد که دیدگاه‌های او را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ مانند احزاب سیاسی، انجمن‌ها و گروه‌های شغلی، رسانه‌های همگانی و تجربیات سیاسی شخص، همگی بر دیدگاه‌ها و گرایش‌های کسب‌شده پیشین او اثر می‌گذارد. در این مرحله، گرایش‌های ارزیابی در شخص حاصل می‌شود، بدین معنا که علاوه بر کسب گرایش‌های شناختی، شخص به تحلیل وقایع و ارزیابی تصمیمات و سیاست‌ها نیز می‌پردازد. اما در هر حال نقش خانواده در جامعه‌پذیری سیاسی، نقش اساسی است، زیرا گرایش‌های سیاسی و اساسی، از جمله پیوندهای عاطفی به نظام، احساس وفاداری‌ها و وابستگی‌ها به نمادهای نظام و اجزای مختلف آن، همگی در خانواده از والدین به کودکان منتقل می‌شود (همان: ۱۳).

نظریه کاشت

نظریه کاشت بر آثار تدریجی و درازمدت اینترنت و رسانه‌های جمعی بر شکل‌گیری تصویر ذهنی مخاطبان از دنیای رسانه‌های مدرن تأکید دارد. طبق این نظریه، این رسانه‌ها چنان جایگاه محوری در زندگی روزمره ما پیدا کرده است که منجر به غلبه آن بر محیط نمادین شده و پیام‌هایش درباره واقعیت، جای تجربه شخصی و سایر وسایل شناخت انسان را گرفته است (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۲۸). مهدی‌زاده به نقل از مک کوایل اشاره می‌کند که تأثیرگذاری این رسانه‌ها بر محیط اطراف ما و مفهوم‌سازی آنان از واقعیت اجتماعی بسیار حائز اهمیت است (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۳۵). جرج گرینر، واضع

نظریه کاشت، عقیده دارد که فناوری اطلاعات به لحاظ عمق و نفوذ قابل ملاحظه‌اش، نیروی فرهنگی قدرتمندی است و آن را ابزاری در دست نظم تثبیت‌شده صنعتی اجتماعی می‌داند که به جای تهدید و تضعیف نظام سنتی باورها، ارزش‌ها و رفتارها، در خدمت حفظ یا تثبیت و یا تقویت آنهاست (بری، ۱۳۸۴، به نقل از طلوعی، ۱۳۹۰: ۶۳). از دیدگاه نظریه کاشت می‌توان گفت که فناوری اطلاعات، اینترنت، رسانه‌های جمعی با تأثیر بر نگرش‌ها و باور داشت‌ها سعی دارند تا شرایطی ایجاد کنند تا به بقا کمک کنند و باعث استمرار وضع موجود شوند.

تئوری تقویت

تئوری تقویت معتقد است که فناوری‌های جدید به‌ویژه اینترنت از توزیع قدرت سیاسی موجود حمایت می‌کند، به این دلیل که افراد و سازمان‌های پرنفوذی را که هم‌اکنون در سیاست فعال هستند، قادر می‌سازد تا فناوری‌های جدید را برای حفظ منافع خود کنترل کنند (Wing, 2008: 63).

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و در کل شبکه‌های اجتماعی مجازی، کارکردی دوگانه دارند. این شبکه‌ها از طرفی می‌توانند راه را برای بسیج افراد در کنش‌های مشارکت‌گونه حتی کنش‌های اعتراضی هموار سازند و از طرف دیگر ممکن است نخبگان سیاسی و صاحبان قدرت نیز در بخش‌ها و مواردی برای حفظ و حتی تقویت جایگاه سیاسی‌شان و در نگاهی کلان نظام‌های سیاسی با هدف حفظ موقعیتشان از آنها بهره‌برداری کنند. سپهر مجازی می‌تواند آمیزه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدها باشد و نباید نگاهی محدود و تنگ‌نظرانه به تأثیرگذاری مثبت یا منفی آن داشت.

کلنر (۲۰۰۵) معتقد است که فناوری‌های نوین ارتباطی به‌ویژه اینترنت، حوزه عمومی جدیدی از بحث و گفت‌وگوهای سیاسی و اطلاعات مباحثه و مشارکت ایجاد کرده‌اند که هم در برگیرنده پتانسیل رشد و تقویت دموکراسی است و هم ایده‌های انتقادی و مهم‌تری را اشاعه می‌دهند (دهقان، ۱۳۸۴: ۴۷). اینترنت باعث افزایش صداهای سیاسی (پلورالیسم) شیوه‌های جدید مشارکت سیاسی و نفوذ تعاریف جدید در سیاست‌گذاری‌ها شده است (دادگران، ۱۳۸۴: ۱۵۲).

مارک پاستر معتقد است که در دوره جدید که اینترنت و ارتباطات الکترونیک در جامعه سیطره دارد، داده‌ها و اطلاعات یا به عبارت دقیق‌تر، اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند. هویت در اجتماعات مجازی در مسیر فراملیتی شدن حرکت می‌کند. جامعه اطلاعاتی مبین هویت بی‌ثبات، تغییرپذیر و منعطف انسان جدید است. هویت افراد در اجتماعات مجازی، هویتی دیجیتال است و سرزمین، زبان بومی و محلی، کشور، فرهنگ ملی و نژاد، هویت افراد را دور هم جمع می‌کند و هویت آنها را می‌سازد (نورمحمدی و دهشیار، ۱۳۸۸: ۱۷۸).

حدود سی سال پیش، مارشال مک‌لوهان، واژه دهکده جهانی را ابداع کرد. مک‌لوهان، شتاب و سرعت را از ویژگی‌های اصلی در عصر رسانه‌های الکترونیکی می‌داند. به اعتقاد وی، شتاب و سرعت به سوی بی‌نهایت و هدف اصلی آن، حذف فضاست و نتیجه سرعت، تغییرپذیری ارزش‌هاست (مک‌لوهان، ۱۳۷۷: ۱۱۰).

آنچنان که ساروخانی اشاره کرده، مهم‌ترین ویژگی فناوری‌های ارتباطی از نظر مک‌لوهان عبارتند از:

۱. سرعت بالای این فناوری‌ها؛ به طوری که الکترونیسیته، یک شبکه جهانی شبیه سیستم اعصاب مرکزی انسان به وجود آورده که به ما امکان می‌دهد جهان را همچون کل واحد درک کنیم و هر حادثه محلی، انعکاس جهانی داشته باشد.
۲. سیاسی شدن و تشدید آگاهی‌های سیاسی و اجتماعی انسان‌ها
۳. رمززدایی از انسان و جامعه؛ بدین معنی که عصر جدید، عصر ابهام‌زدایی از انسان، جامعه و تاریخ است و دیگر خرافه‌ها به عنوان واقعیت تجلی نمی‌کند (ساروخانی، ۱۳۷۳: ۳۲).

در عصر حاضر، جهان به صورت جامعه شبکه‌ای عنکبوتی مبدل شده و اطلاعات، تاروپود آن را تشکیل می‌دهد. شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطی، ریخت اجتماعی جدید جوامع را تشکیل می‌دهد.

پیشرفت‌های فناوری در عرصه ارتباطات در ربع آخر سده بیستم، آن اندازه مهم بوده که برخی از جایگزینی جنگ‌های اطلاعاتی به جای جنگ‌های نظامی یاد کرده‌اند. در عصر حاضر شاهد آن هستیم که «نظام‌های باز» شکل گرفته و جریان آزاد اطلاعات و

اخبار، با کمترین موانع صورت می‌گیرد. اطلاعات در داخل شبکه جهانی و بین مرزها در جریان است. جریان بین‌المللی عقاید، اخبار و نمادهای سیاسی، اقتدار سیاسی دولت‌ها را به چالش می‌طلبد. در حال حاضر دولت‌ها نمی‌توانند وظایف ویژه پیشین خود - مبتنی بر کنترل مرزهای فضایی - را مانند گذشته ایفا کنند.

به گفته مایکل اونیل، فناوری نوین، فروپاشی نظام‌های کهن را تشدید کرده، سرعت دگرگونی اجتماعی و سیاسی را دو چندان ساخته، توده‌ها را فعال‌تر و آگاه‌تر ساخته و به تبع آن، آگاهی و بیداری سیاسی مردم منجر به برخوردها و ستیزهای میان دولت‌ها و مردم شده است (اسلامی، ۱۳۹۱: ۷۵). آگاهی‌های سیاسی روزافزون مردم، زمینه را برای تغییر حکومت‌های آمرانه و اقتدارگرا، به شکل دموکراتیک‌تر و مدنی فراهم کرده است. در عصر ارتباطات پیشرفته، به سوی تکثیر پیام‌ها و تکثیر معنایی حرکت می‌کنیم و بهره‌مندی از رسانه‌های جهانی، عامل تعیین‌کننده در تغییر نگرش‌ها و ارزش‌ها شده است. فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی (اینترنت و تلویزیون‌های ماهواره‌ای) از یکسو اطلاعات و آگاهی سیاسی و اجتماعی افراد را افزایش می‌دهد و از سوی دیگر افراد و گروه‌ها را در مسایل سیاسی و مدنی درگیر می‌سازد. گروه‌های سیاسی و فعالان سیاسی، از طریق این فناوری‌ها، فساد سیاسی و اقتصادی، تبعیض‌ها، سرکوب‌های سیاسی، ناکارآمدی‌های حکومت و موارد دیگر را آشکار می‌سازند و با برجسته‌سازی این ضعف‌ها، چالش‌های جدی برای این نوع حکومت‌ها ایجاد می‌کنند. سازمان‌های بین‌المللی غیر دولتی نیز می‌توانند از طریق این فناوری‌ها، اعتراض‌های گسترده را علیه حکومت‌های اقتدارگرا بسیج کنند. نوریس، با اشاره به یکی از مطالعات انجام‌شده، بین مردم‌گرایی و پیام‌های سیاسی از طریق ایمیل - یا پست الکترونیکی - رابطه مثبت می‌بیند.

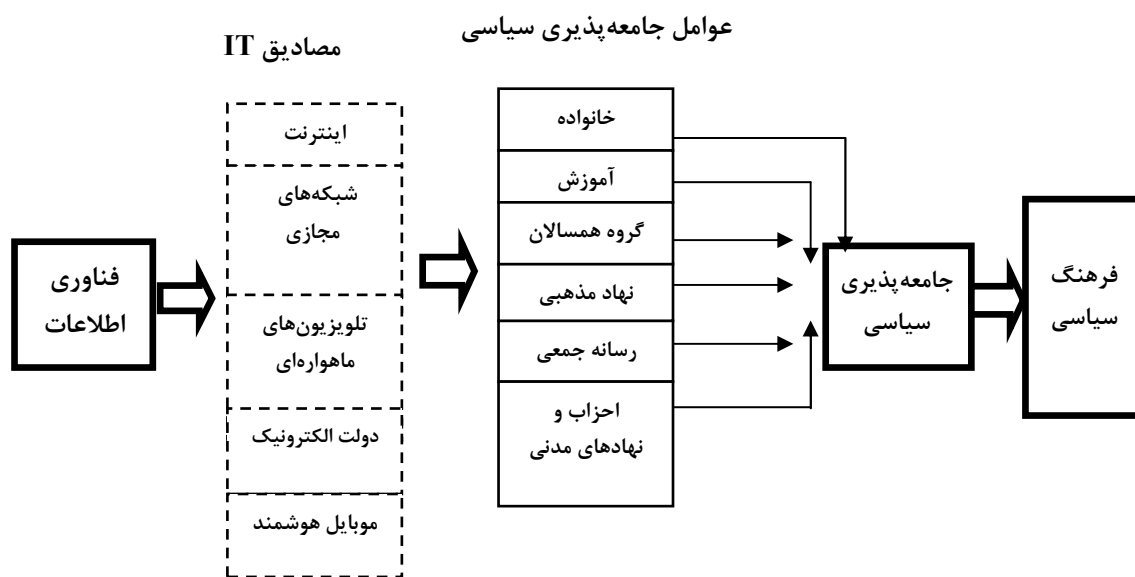
فناوری‌های نوین ارتباطی می‌تواند بسترهای مساعدی را برای مشارکت افراد و گروه‌های سیاسی و اجتماعی فراهم سازد. مطالعات بیمبر نشان می‌دهد که در حال حاضر اینترنت بر مشارکت سیاسی و درگیری‌سازی افراد آگاه‌تر و خیلی علاقه‌مند، بیشتر تأثیرگذار بوده است، تا افراد عادی و کمتر آگاه. واقعیت آن است که دسترسی به اینترنت، مشروط به آن است که فرد، مهارت‌های رایانه‌ای، آگاهی سیاسی پیشین، درآمد کافی و آشنایی لازم با زبان انگلیسی داشته باشد. در حالت خاص می‌توان گفت که

اینترنت بر افراد تحصیل کرده‌تر و مرفه‌تر تأثیرگذار بوده است. در آینده با افزایش مهارت‌های کامپیوتری، کاهش هزینه‌های تجهیزات کامپیوتری و هزینه استفاده از اینترنت و گسترش اینترنت در مناطق عقب‌مانده جهان، مشارکت و درگیری مدنی در جهان باز هم افزایش خواهد یافت.

اینترنت می‌تواند یک تریبون عمومی بی‌طرف برای تبادل نظر دموکراتیک و مستقل از کنترل دولت باشد و به لحاظ تفوریک، این تریبون می‌تواند با شرایط گفت‌وگوی مطلوب و ایده‌آل مورد نظر هابرماس در حوزه عمومی سازگار باشد. رسانه‌های سنتی به دلیل محدودیت‌های ذاتی خود و سلطه نخبگان سیاسی و اقتصادی بر آن، امکان مشارکت سیاسی را در حد مطلوب فراهم نمی‌کند و این تسلط نخبگان سیاسی و اقتصادی بر رسانه‌های سنتی مثل رادیو و تلویزیون، امید به احیای نقش از دست رفته آنها در فرایند دموکراسی را تضعیف کرده است. در چنین شرایطی، ظهور اینترنت باعث دسترسی آزاد به اطلاعات عمومی برای همگان شده و انجام گفت‌وگوهای عقلانی - انتقادی را در فضای مجازی تحمیل کرده، به شکل‌گیری افکار عمومی و در نهایت کنش سیاسی جمعی کمک می‌کند. از آنجا که مشارکت در برابر همه عرصه‌های سیاسی و آزادی بیان همه افراد جامعه، شرط لازم وجود دموکراسی است، اینترنت با ویژگی‌های منحصر به فرد خود می‌تواند زمینه‌ساز و بستر ساز دموکراسی باشد.

نقش فناوری اطلاعات بر کارگزاران جامعه‌پذیری سیاسی در ایران

پس از این بررسی اجمالی درباره نظریه‌های حوزه فناوری اطلاعاتی و جامعه‌پذیری سیاسی که رویکرد و ذهنیتی جامع را برای تبیین بهتر مسئله ارائه می‌دهد، درباره نقش فناوری اطلاعات بر کارگزاران جامعه‌پذیری سیاسی در ایران، مدل ساده و اولیه ذیل قابل ترسیم است:



شکل ۲- مدل نقش فناوری اطلاعات بر جامعه‌پذیری سیاسی

فناوری اطلاعات، خانواده و جامعه‌پذیری سیاسی

ورود فناوری اطلاعات در زوایای مختلف زندگی خصوصی و اجتماعی افراد، تأثیرات و تغییرات زیادی ایجاد کرده است. در اکثر خانواده‌های امروزی حداقل یک کاربر وجود دارد و در جوامع پیشرفته‌تر، تمام اعضای خانواده، استفاده از مصادیق فناوری اطلاعات را امری اجتناب‌ناپذیر می‌دانند. ارتباط سریع با افراد و مؤسسات، سازمان‌ها، ارگان‌های خصوصی و دولتی، تسریع در امور مالی، رشد اقتصادی و در نهایت رشد اجتماعی افراد و ارتقای سطح آگاهی مردم، از مهم‌ترین دستاوردهای فناوری اطلاعات به شمار می‌آید. این فضا، ذهن جامعه را با استراتژی خاص خود دارای جذابیتی مقاوم‌ناپذیر می‌سازد و به معرفی خود به عنوان معیار سنجش معلومات در دنیای امروز می‌پردازد. همچنین سیل اطلاعات مرزناپذیری که حتی اگر آنها را متناقض و متعارض ببینیم، زمینه ذهنی ما را برای بازاندیشی آماده می‌سازد. فناوری اطلاعات حتی اگر هدف و کارکرد اولیه‌اش هم دگرگونی روابط، حقوق، نقش‌ها و کارکردها در خانواده نباشد،

کارکردهای پنهان آن مشخصاً ایجاد همین تغییرات است. تغییرات محسوس در نقش‌ها و تکالیف و انتظارات افراد در خانواده‌ها بیانگر این است که ورود رسانه‌ها بر فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای موجود تأثیر گذاشته است. باید گفت فضای ایجادشده در سایه فناوری‌های اطلاعاتی، نوعی غربت عینی و در مقابل قرابت مجازی و انتزاعی را به ارمغان آورد؛ به نحوی که در خانواده، ارتباطاتِ موجد همبستگی، هویت‌یابی و به طور کل جامعه‌پذیرکننده مانند ارتباطاتِ چهره‌به‌چهره و کلامی به حداقل ممکن رسید. بنابراین این ادعا که فناوری اطلاعات موجب محو فواصل شده و نوعی وحدت و یگانگی جهانی را ایجاد می‌کند، تنها یک روی این سکه است. روی دیگر آن است که چنین فضایی در بطن خود، فواصل بی‌انتهایی را در عینیت و واقعیت روابط افراد ایجاد کرده است.

حال آنچه قابل تأمل است، پیامدهای این تحولات در عرصه جامعه‌پذیری سیاسی است. از جمله این پیامدها می‌توان به نوعی وابستگی شدید یا به عبارت دیگر اعتیاد به دنیای فناوری اطلاعات اشاره کرد. کاربران فناوری اطلاعات مادامی که در این فضا بوده و از ابزار مختلف آن استفاده می‌کنند، نسبت به احساسات و تجربیات دریافت شده، وابستگی روانی پیدا می‌کنند. بهتر است هر خانواده‌ای این سؤال را در ذهن خود داشته باشد که چگونه استفاده از فناوری اطلاعات تبدیل به اعتیاد شده و این امر چگونه بر ابعاد زندگی خانوادگی، کارکردهای خانواده و اعضای آن اثر می‌گذارد؟

در این میان جامعه‌پذیری به عنوان یکی از کارکردهای اصلی و اولیه خانواده تحت تأثیر پدیده شکاف نسلی و فاصله‌ای که میان والدین و فرزندانشان ایجاد می‌شود، می‌تواند دچار چالش‌های جدی شود و در برابر موج فناوری و فضاهای آن قرار گیرد. در چنین شرایطی دیگر فضای فکری خانواده در زمینه امور و تصمیم‌گیری‌های سیاسی، یگانه مرجع انتخاب و اندیشه سیاسی فرزندان آن خانواده نخواهد بود؛ بلکه بخش عمده‌ای از تصمیم‌ها و گرایش‌های سیاسی در فرزندان تحت تأثیر دریافت‌هایی است که از قرابت‌های انتزاعی مجازی می‌گیرد؛ حتی اگر در تقابل و یا تضاد کامل با مسیر فکری - سیاسی والدین و یا خانواده خویش باشد. البته ایجاد چنین فرصت و زمینه‌ای برای تحقیق، انتخاب و تفکر سیاسی به میزانی می‌تواند آگاهی و شعور سیاسی فرزندان را در بدو ورود به جامعه افزایش دهد، اما کارکرد پنهان آن، دریافت موجی از آگاهی‌هایی

است که لزوماً جامعه‌پذیری مشروع و مقبول را نمی‌آفریند. در نظام جمهوری اسلامی ایران نیز همین شرایط حاکم است.

فناوری اطلاعات، آموزش و جامعه‌پذیری سیاسی

در جامعه حال حاضر ایران، نظام آموزش در قالب فرآیند پرورش سیاسی، هدف آشکارش شکل دادن به رفتارهای کودکان و نوجوانان به اقتضای قالب‌های اجتماعی و سیاسی است. در واقع نظام اسلامی ایران، پرورش سیاسی را از طریق ارزش‌های اجتماعی و سیاسی و جذب درونی کردن هنجارهای سیاسی به افراد جامعه آموزش می‌دهد. این مسئله از کارکردهای عمده آموزش و پرورش در هر نظام سیاسی محسوب می‌شود. در جامعه ایران یادگیری ارزش‌های سیاسی از طریق ساخت مکانیسم سه‌گانه تقلید، آموزش و یادگیری در جهت ارتباط فرایند جامعه‌پذیری سیاسی و پرورش سیاسی جهت‌گیری‌های ارزشی از طریق آموزش و پرورش، رسانه‌های همگانی، تبلیغات سیاسی، سخنرانی‌ها، برنامه‌های سیاسی و اجتماعی، مشارکت همه‌جانبه و... را در بین افراد جامعه به وجود آورده است.

پیدایش فناوری اطلاعات، شتاب بیشتری به تحولات جهان در عصر اطلاعات و دانایی داده است. هر چند این پدیده ابتدا از محیط‌های نظامی آغاز و سپس به مراکز دانشگاهی کشیده شد، امروزه عرصه‌های مختلف زندگی جوامع را تحت تأثیر قرار داده است. اینک قریب به دو دهه است که فناوری اطلاعات در عرصه تعلیم و تربیت پا نهاده و نظام‌های آموزشی و محیط‌های تحصیلی را نیز به چالش کشیده است. نظام آموزشی کشور ما نیز از این قاعده مستثنی نیست.

فناوری اطلاعات، گروه همسالان و جامعه‌پذیری سیاسی

یکی دیگر از عوامل جامعه‌پذیری، گروه همسالان است. این گروه متشکل از افرادی است که درون یک مجموعه سنی خاص قرار می‌گیرند و معمولاً در سراسر زندگی‌شان، ارتباطات نزدیک و دوستانه برقرار می‌کنند که نمونه یک مجموعه طبقات سنی به عنوان مثال دانش‌آموزان یک مدرسه یا دانشجویان یک دانشگاه هستند. افراد، حجم عظیمی از

اطلاعات و نگرش‌ها را از همسالان و دوستان خود به صورت غیر رسمی فرامی‌گیرند. همین گروه همسالان و دوستان در جامعه فعلی ما به علت گسترش بی‌رویه شهرنشینی و تبعات آن از جمله کاهش نفوذ و اقتدار والدین و نهادهای سنتی و همچنین طولانی شدن دوره جوانی در اثر گسترش آموزش از یکسو و بیکاری و بالا رفتن سن ازدواج از سوی دیگر افزایش یافته است. گروه همسالان و دوستان ممکن است بر مبنای محلّه، مدرسه، دانشگاه، سن یا یک فعالیت مشترک و یا آمیزه‌ای از این عوامل تشکیل گردد. نبود نهادهای سازمان‌یافته کافی برای اوقات فراغت جوانان باعث شده است که اهمیت گروه همسالان و دوستان در شرایط فعلی جامعه افزایش یابد.

این دسته از عوامل جامعه‌پذیری سیاسی همانند خانواده، اثر بسیاری بر نگرش سیاسی افراد جامعه می‌گذارد. در واقع تأثیر این عامل را می‌توان در مراکز آموزشی و دانشگاهی بین جوانان و نوجوانان در طی این سه دهه در شرایط مختلف سیاسی جامعه، در نظام جمهوری اسلامی ایران از نظر رفتار سیاسی بررسی و تجزیه و تحلیل کرد. تعاملاتی که دانشجویان و دانش‌آموزان طی دوران تحصیل دارند، توانسته در میان نگرش‌های مختلف دانشجویی، گروه‌های سیاسی را به وجود آورد. به طور کلی شکل‌گیری ایستارهای سیاسی در گروه‌های همسالان، مکمل عملکرد خانواده، مدرسه، نهادهای مذهبی و رسانه‌هاست (سپهر، ۱۳۸۹: ۶۷-۶۸).

فناوری اطلاعات، گروه‌های مذهبی و جامعه‌پذیری سیاسی

مذاهب مختلف از اصلی‌ترین حاملان ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی بوده، کم و بیش دارای داعیه سیاسی هستند. طی دو دهه اخیر «محیط اطلاعاتی» به شدت تغییر کرده است. منظور از «محیط اطلاعاتی» در اینجا نخست، روش انتشار اطلاعات سخت‌افزاری و فناوری آن، دوم، دسترسی یا گسترش جغرافیایی و اجتماعی تکثیر اطلاعات و سوم محتوای اطلاعاتی است که منتشر می‌شود. با در نظر گرفتن این سه نکته، «عصر اطلاعات» به وضوح به تفاوت‌های کیفیتی این دوره با دوره‌های قبلی اشاره دارد و پرواضح است که ظهور و بروز شیوه‌های نوین ارتباط، از پیشرفت فناوری‌های نوین

سرچشمه می‌گیرد و این شیوه‌ها، تأثیرات سرنوشت‌سازی بر فرهنگ و مذهب جوامع بشری بر جای می‌نهد که در ذیل به بررسی آنها می‌پردازیم.

۱. تغییر روش‌های تبلیغی: گسترش جغرافیایی و اجتماعی دسترسی به اطلاعات، ویژگی قابل توجه دیگری از عصر اطلاعات است که گروه‌های مذهبی را به تغییر روش‌های تبلیغی سوق داده است؛ چنان‌که امروزه اطلاعاتی که پیشتر به متخصصان و کاربران حرفه‌ای محدود می‌شد، در دسترس همگان قرار گرفته است. به این معنا باید گفت که مرزهای جغرافیایی و اجتماعی در حال فرو ریختن است.

۲. تحول در محتوای اطلاعات دینی: تحول دیگر، تغییر در محتوای اطلاعات و ارتباطات دینی است. با پیشرفت در وسایل تبادل اطلاعات و تأسیس شبکه‌هایی متفاوت از شبکه‌های اجتماعی سنتی، اطلاعات مبادله‌شده تمایل دارند به ماهیت متفاوت‌تری تبدیل شوند. از این‌رو ممکن است حتی کسانی که به عنوان متخصصان مذهبی تربیت نشده‌اند، اطلاعات دینی بیشتری از کشیشان، راهبان و یا مبلغان مذهبی داشته باشند. این پدیده را می‌توان «تغییر جایگاه‌های فکری» نامید که احتمال دارد این روند در آینده افزایش یابد.

۳. ظهور ادیان چندملیتی: در فرایند جهانی شدن مذهب همچنین می‌توان شاهد تغییر دایمی و پایدار در شکل مرسوم مذهب نیز بود که به تاریخ‌ها و فرهنگ‌های خاص ملت‌ها و گروه‌های قومی - نژادی مربوط می‌شود. ضمن اینکه این امکان نیز وجود دارد که شاهد تغییرات شگرفی در ساختار سنتی ادیان تاریخی باشیم. از این‌رو احتمال می‌رود با شکل‌های متفاوتی از مذاهب مواجه شویم. یک نوع از این اشکال که به تازگی پدید آمده است، «دین چندملیتی» است که می‌توان آن را به عنوان گروهی که درباره روش‌های نوین تبلیغ سازمان یافته است، تعریف کرد.

فناوری اطلاعات، رسانه‌های جمعی و جامعه‌پذیری سیاسی

عامل دیگری که در فرآیند جامعه‌پذیری باید به آن توجه کرد، وسایل ارتباط جمعی

است. نظام کنترل‌شده رسانه‌های جمعی، نقش مؤثری در جامعه‌پذیری ایفا می‌کند. با افزایش هرچه بیشتر تفکیک حوزه خانه از محل کار و رسمی شدن آموزش، نظارت اولیا بر جوانان محدودتر شده و رسانه، جای خالی اولیا را هرچه بیشتر پر کرده، ارزشمندتر می‌شود. هر چند شاید بیننده خود آگاه نباشد، اطلاعات و دانش‌ها به درون ضمیر ناخودآگاه او جاری شده، بی‌آنکه خود بداند این ارزش‌های تلقینی در آنها دیده می‌شود. این دانش‌ها که به صورت تصاویر و به حالت متمرکز تولید می‌شود، به وسیله رسانه‌های جمعی به داخل ذهن توده‌ای تزریق شده و به همسان کردن رفتار که مورد نیاز نظام تولید صنعتی است کمک می‌کند. در ایران نیز رسانه، جایگاه ویژه‌ای دارد که در تحقیقی جداگانه باید تأثیر آن ارزیابی شود.

فناوری اطلاعات، احزاب، نهادهای مدنی و جامعه‌پذیری سیاسی

گروه‌های نفوذ در قالب انجمن‌ها، اتحادیه‌ها و سازمان‌های مختلف مدنی نیز به طور غیر مستقیم نقشی مشابه احزاب بازی می‌کنند. اتحادیه‌های صنفی به دلیل ارتباط با مشاغل خاص معمولاً مروج ارزش‌های حرفه‌ای و ارزش‌های سیاسی طبقات خاص هستند. انجمن‌های قومی و اقلیت‌های مذهبی و انجمن‌های مدنی مانند طرفداران محیط‌زیست و امثال اینها، با استفاده از رسانه‌های مکتوب و تشکیل محافل و جلسات با القای حجم وسیعی از نگرش‌ها و اطلاعات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، نقش برجسته‌ای در جامعه‌پذیری سیاسی مخاطبان خود بازی می‌کنند. نقش احزاب، گروه‌ها و نهادهای مدنی در جامعه‌پذیری سیاسی در ج.ا.ا. نیز به پژوهش‌های متعددی نیازمند است.

جامعه‌پذیری سیاسی و فرهنگ سیاسی

فرآیند جامعه‌پذیری سیاسی در نهایت منجر به ترسیم چارچوب فرهنگ سیاسی جامعه می‌شود. هر فرهنگ سیاسی، توزیع خاصی از نگرش‌ها، ارزش‌ها، احساسات، اطلاعات، رفتارها و مهارت‌های سیاسی است. ترسیم نقشه‌ای از فرهنگ سیاسی جامعه که در آن بیشترین تراکم در خرده‌فرهنگ‌ها و نسبت و رابطه آنها با یکدیگر مشخص شود، برای فهم رفتارها و تمایلات سیاسی در حال و آینده سودمند است. وقوع انقلاب

اسلامی مسلماً تغییر فرهنگ سیاسی جامعه را هدف خود قرار داد. همه گروه‌های درگیر در منازعه انقلابی در ضرورت تغییر فرهنگ شاهنشاهی، متفق‌القول بودند. اما پس از پیروزی انقلاب اسلامی برای جایگزینی فرهنگ شاهنشاهی، بدیل واحدی وجود نداشت و بقایای آن فرهنگ نیز در اشکال تازه بازتولید شد (سپهر، ۱۳۸۹: ۷۰).

در ارائه تحلیل نهایی بر اساس مدل ترسیم‌شده (شکل ۲) باید گفت با نگاهی کلی به شرایط اجتماعی پس از انقلاب اسلامی می‌توان فرضیه‌های قابل دفاعی برای کاهش یا افزایش نقش هر یک از عواملان جامعه‌پذیری سیاسی مطرح کرد. درباره خانواده به نظر می‌رسد که شاهد تضعیف نقش آن در جامعه‌پذیری سیاسی نسل جدید بوده‌ایم که از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. انقلاب اسلامی شکاف بین نسل جدید و قدیم را افزون کرد. در بسیاری از خانواده‌ها، اختلاف‌نظرهای سیاسی که بین بزرگ‌ترها رخ داد، تا حدودی آنان را در چشم فرزندان بی‌اعتبار ساخت. شرایط متغیر، ثبات سیاسی ایستارهای والدین را مخدوش ساخت و بنابراین فرزندان به الگوهای دیگر روی آوردند.
۲. پس از انقلاب اسلامی و بر اساس دوران گذار از سنت به سمت مدرنیسم، مهاجرت افزون شد و شهرهای بزرگ به طرز چشمگیری گسترش یافت. توسعه شهرنشینی و مهاجرت به معنی گسترش خانواده هسته‌ای به زیان ساختار خانواده گسترده است و طبعاً در خانواده هسته‌ای، نقش جامعه‌پذیری نهاد خانواده کاهش می‌یابد.
۳. کار زنان در بیرون از خانه و کوچک شدن ابعاد خانواده، عامل دیگری در تضعیف عملکرد جامعه‌پذیری نهاد خانواده است. این دو عامل که نماد آن شاخص‌های سطح اشتغال زنان در سال‌های اخیر است، حکایت از کاهش نقش خانواده (۳۰ درصد) و کاهش رشد جمعیت تا (۱/۷ درصد) دارد (مرکز آمار ایران، ۱۳۷۶: ۲۰-۲۸).
۴. جنگ و تبعات آن مانند مهاجرت اجباری، شهادت والدین و یا نزدیکان، آسیب‌های مختلف که بخش بزرگی از جامعه را در بر گرفت، موجب گسیختگی خانواده‌ها و فعال شدن نهادها و عوامل دیگر در جامعه‌پذیری چنین

خانواده‌هایی شد.

نقش نهادهای مذهبی نیز در امر جامعه‌پذیری سیاسی کاهش یافته است. از دلایل کاهش نقش نهادهای مذهبی در جامعه‌پذیری سیاسی افراد، کاهش نفوذ کلام روحانیت به دلیل حضور مستمر در صحنه سیاسی و خروج از نقش منتقد نظام و قرار گرفتن در نقش عملی سیاست است. حضور روحانیت در رسانه‌ها و صحنه عملی سیاست، هاله تقدس آنان را زدوده و همین به کاهش نفوذ نهادهای مذهبی منجر شده است.

البته در گروه‌های اجتماعی خاص که رابطه سازمانی با مساجد از طریق گروه‌های مقاومت و فعالیت‌های مذهبی برقرار شده است، نقش نهادهای مذهبی در جامعه‌پذیری سیاسی آنان انکارشدنی نیست. درباره این قشر و میزان جذب آنان، مطالعات تجربی می‌تواند تا حدودی نسبت‌های خرده‌فرهنگ‌ها را نشان دهد.

نقش مدرسه هم به عنوان بازوی اصلی یک انقلاب در تربیت نسل جدید و هم به عنوان مهم‌ترین مکان برای شکل‌گیری گروه‌های همسان، در غیاب بسیاری دیگر از تشکلهای ممکن نوجوانان، به دلیل کمبود امکانات و محدودیت فضای جامعه مدنی در ایران، به عنوان مجموعه‌ای که امکان مطالعه آن بیشتر است، توجه ویژه‌ای را در فرآیند جامعه‌پذیری سیاسی نسل جدید می‌طلبد.

رسانه‌های گروهی و درباره ایران به‌ویژه رادیو و تلویزیون، نقشی قابل ملاحظه دارند. به دلیل دوران سریع گذار از جامعه ماقبل صنعتی به جامعه فراصنعتی، در کشورهای ایران، فرصت نهادینه شدن فرهنگ رسانه‌ای مکتوب وجود نداشته است. در این کشورها، مردم به یکباره از فرهنگ شفاهی به فرهنگ رسانه‌های دیداری - شنیداری وارد شدند و مطالعه کتاب و مطبوعات، آن جایگاهی را که در کشورهای صنعتی دارد پیدا نکرد. پس از انقلاب اسلامی، صدا و سیما با دو رویکرد تبلیغ مستقیم و عملکرد انفعالی نسبت به رسانه‌های خارجی، علی‌رغم موقعیت برتر مسلط خود در نظام رسانه‌ای، نقش عمیق و پایدار در شکل‌گیری شخصیت سیاسی نوجوانان نداشته است.

شکل (۲)، یک الگوی کلی فرایند جامعه‌پذیری سیاسی است. بدیهی است که اهمیت اجزای مختلف این الگو یکسان نیست و هر یک در جوامع مختلف اهمیت متفاوتی می‌یابد. همچنین در میان افراد و گروه‌های مختلف، زمان‌های مختلف و

مکان‌های گوناگون، درجات اهمیت عوامل یادشده فرق می‌کند. این الگو می‌خواهد نشان دهد که جامعه‌پذیری سیاسی، فرآیندی پویا، مستمر و شکل‌دهنده تغییرات اجتماعی است که بر نگرش‌ها و ارزش‌ها تأثیر می‌گذارد و زیربنای مشارکت سیاسی است (سپهر، ۱۳۸۹: ۶۹-۷۱).

پیامدهای نقش فناوری اطلاعات بر شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی در ایران

تا بدین‌جا عوامل جامعه‌پذیری سیاسی در ایران و نحوه اثرگذاری فناوری اطلاعات بر این عوامل را به اجمال بررسی کردیم. حال در این قسمت و در ارائه تحلیل نهایی، به بررسی الگویی از جامعه‌پذیری سیاسی خواهیم پرداخت که در نتیجه ورود فناوری اطلاعات به جامعه ایجاد شده است، تا بدین ترتیب دریابیم که فناوری اطلاعات با چه مکانیسم‌ها و سازوکارهایی الگوی خویش را در این راستا عملی ساخته است.

آثار سیاسی فناوری‌های ارتباطی

فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی و گسترش اطلاعات سیاسی

ماهواره‌ها و اینترنت، با ویژگی‌هایی از قبیل انتقال حجم بالای اطلاعات سیاسی-اجتماعی، تنوع موضوعی و انتقال و مخابره سریع اطلاعات و گزارش‌ها و رویدادها، می‌توانند منبع مهم اطلاعات رسانه‌ای در عصر جدید باشند. کاهش هزینه‌های خرید آنتن‌های ماهواره‌ای و اتصال به اینترنت، باعث خواهد شد که در آینده کاربران اینترنت و دریافت‌کنندگان اخبار و برنامه‌های سیاسی و اجتماعی ماهواره‌ها به سرعت افزایش یابند. از این جهت است که می‌توان گفت این فناوری‌ها در آینده بتوانند در افزایش اطلاعات سیاسی تأثیر بسزایی داشته باشند؛ همچنان که در حال حاضر برای اقشار مرفه و تحصیل کرده در کشورهای پیشرفته و حتی در کشورهای در حال توسعه، از منابع مهم به دست آوردن اطلاعات سیاسی هستند.

به گفته «پیپا نوریس»، با پیدایش فناوری‌های ارتباطی، حوزه عمومی جدیدی شکل گرفته است که در آن، احزاب و گروه‌های سیاسی و سازمان‌های بین‌المللی غیر دولتی در زمینه حقوق بشر، محیط‌زیست، دفاع از حقوق نویسندگان و آزادی بیان، زنان،

فعالان سیاسی، گروه‌های خبری^۱، اتاق‌های گفت‌وگو^۲، کنفرانس‌های از راه دور^۳ و... حضور الکترونیکی (مجازی) دارند.

یکی از ویژگی‌های جامعه مدنی و حوزه عمومی، گردش آزاد نهادها، عقاید و اطلاعات سیاسی است. هم‌اکنون حوزه عمومی جدیدی شکل گرفته که در مقیاس جهانی، منبعی بسیار چشمگیر در زمینه اطلاعات سیاسی، عقاید و نمادهای ارزشی و سیاسی گروه‌ها، سازمان‌ها و افرادی است که در این حوزه عمومی، حضور مجازی و الکترونیک دارند. به این فضاها، «سایبرسپیس» یا سپهر الکترونیک یا مجازی گفته می‌شود. هر یک از این گروه‌ها و فعالان سیاسی در سطح جهانی و ملی، از راه رسانه‌های نو به تبلیغ عقاید، اندیشه‌ها و آرمان‌های سیاسی و اجتماعی خود می‌پردازند.

یکی از ابعاد اطلاع‌رسانی سیاسی رسانه‌های نوین (اینترنت و ماهواره‌ها)، معرفی احزاب سیاسی است. احزاب سیاسی، از طریق E-mail با اعضا در ارتباط هستند و خلاصه جلسات و تصمیمات حزبی را به اطلاع آنان می‌رسانند. احزاب سیاسی علاوه بر اینترنت، از طریق ماهواره‌ها و رسانه‌های دیگر، جلسات و همایش‌های حزبی را در سطح وسیع پوشش می‌دهند.

فناوری‌های ارتباطی و درگیرسازی مدنی^۴

فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی (اینترنت و تلویزیون‌های ماهواره‌ای)، از یکسو اطلاعات و آگاهی سیاسی و اجتماعی افراد را افزایش می‌دهند و از سوی دیگر افراد و گروه‌ها را در مسایل سیاسی و مدنی درگیر می‌سازند. خانم پینا نوریس، دربارهٔ اثرات این فناوری‌ها بر درگیرسازی مدنی، چند فرض عمده را مطرح می‌کند که عبارت است از:

۱. اینترنت ممکن است به آگاه‌سازی، سازمان‌دهی، بسیج و درگیرسازی مدنی افراد

و گروه‌های به حاشیه رانده شده، جوان‌ترها و اقلیت‌های سیاسی منجر گردد.

۲. اینترنت با تأمین فرصت‌های سیاسی از قبیل کسب اطلاعات دربارهٔ احزاب و

گروه‌های سیاسی، دسترسی به کنفرانس‌های اینترنتی، گروه‌های سیاسی

1. News groups
2. Chat room
3. Remote conference
4. Civic Engagement

- مجازی، اتاق‌های گفت‌وگو، ارتباط سیاسی دوسویه با مقامات حکومتی و فعالان سیاسی و... می‌تواند در بسیج و درگیرسازی مدنی تأثیرگذار باشد.
۳. اینترنت به مثابه تربیونی برای احزاب و گروه‌های سیاسی معترض و اقلیت، می‌تواند به تضعیف حکومت‌های اقتدارگرا و گسترش دموکراسی کمک کند. گروه‌های سیاسی و فعالان سیاسی از طریق این فناوری‌ها، فساد سیاسی و اقتصادی، تبعیض‌ها، سرکوب‌های سیاسی، ناکارآمدی‌های حکومت و موارد دیگر را آشکار می‌سازند و با برجسته‌سازی این ضعف‌ها، چالش‌های جدی برای این نوع حکومت‌ها ایجاد می‌کنند. سازمان‌های بین‌المللی غیر دولتی نیز می‌توانند از طریق این فناوری‌ها، اعتراض‌های گسترده را علیه حکومت‌های اقتدارگرا بسیج کنند. نوریس با اشاره به یکی از مطالعات انجام‌شده، بین مردم‌گرایی و پیام‌های سیاسی از طریق ایمیل - یا پست الکترونیکی - رابطه مثبت می‌بیند.
۴. اینترنت می‌تواند در اشاعه ارزش‌های سیاسی دموکراتیک از قبیل مشارکت، آزادی بیان، تساهل، عدالت و... تأثیرگذار باشد. گسترش این ارزش‌ها می‌تواند بستر و محیط هم‌دلانه برای جنبش‌های اجتماعی و شبکه‌های حمایتی بین‌المللی ایجاد کند و مشارکت سیاسی را در سطح جهانی گسترش دهد. شواهد نشان می‌دهد که کاربران اینترنت در ایالات متحده و اروپا، گرایش بیشتری به ارزش‌های فوق‌مادی^۱ و دموکراتیک داشته‌اند.
۵. فناوری‌های نوین ارتباطی می‌تواند بسترهای مساعدی را برای مشارکت افراد و گروه‌های سیاسی و اجتماعی فراهم سازد. مطالعات بیمبر نشان می‌دهد که در حال حاضر اینترنت بر مشارکت سیاسی و درگیرسازی افراد آگاه‌تر و خیلی علاقه‌مند، بیشتر تأثیرگذار بوده است تا افراد عادی و کمتر آگاه. واقعیت آن است که دسترسی به اینترنت، مشروط به آن است که فرد از مهارت‌های رایانه‌ای، آگاهی سیاسی پیشین، درآمد کافی و آشنایی لازم با زبان انگلیسی برخوردار باشد. در حالت خاص می‌توان گفت که اینترنت بر افراد تحصیل‌کرده‌تر و مرفه‌تر تأثیرگذار بوده است. در آینده با افزایش مهارت‌های کامپیوتری،

1. Post material values

کاهش هزینه‌های تجهیزات کامپیوتری و هزینه استفاده از اینترنت و گسترش اینترنت در مناطق عقب‌مانده جهان، مشارکت و درگیری مدنی در جهان باز هم افزایش خواهد یافت.

نتیجه‌گیری

در مجموع باید گفت امروزه نقش فناوری‌های اطلاعاتی در گسترش نمادها و ارزش‌های سیاسی، بسیار قابل توجه است. قدرت رسانه‌ها عموماً نمادین و اقناعی است؛ یعنی این قابلیت را دارد که با استدلال‌های عقلانی و منطقی، ذهن مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد. قدرت نمادین یا فرهنگی در ارتباط با تولید، انتقال و اشاعه اشکال نمادین به کار می‌رود. نمادها در تنظیم روابط اجتماعی و سیاسی تأثیرگذارند و با تغییر نمادها، ساخت اجتماعی و روابط اجتماعی نیز متحول می‌شود. فناوری‌های جدید ارتباطی، بیشتر از همه به تغییرات ارزشی و مشارکت جوان‌ترین افراد تحصیل‌کرده منجر خواهد شد. فناوری‌های ارتباطی می‌تواند در سیاسی شدن یا بیدارسازی هویت‌های خفته، دسترسی انسان‌ها به منابع مختلف هویتی (زبان، نژاد، مذهب، شغل، فرهنگ و...)، تردید در منابع هویتی سابق و شکل‌گیری هویت‌های جدید تأثیرگذار باشد. فناوری‌های اطلاعاتی، پتانسیل‌های مساعدی برای برقراری ارتباط بین فعالان سیاسی، گروه‌های مخالف حکومت و اشاعه دیدگاه‌های آنها و افشای اسناد محرمانه، فسادهای حکومتی، جمع‌آوری شکایت‌های اینترنتی و سازمان‌دهی اعتراض‌ها علیه حکومت‌ها و گسترش اطلاعات سیاسی در سطح جهانی دارند.

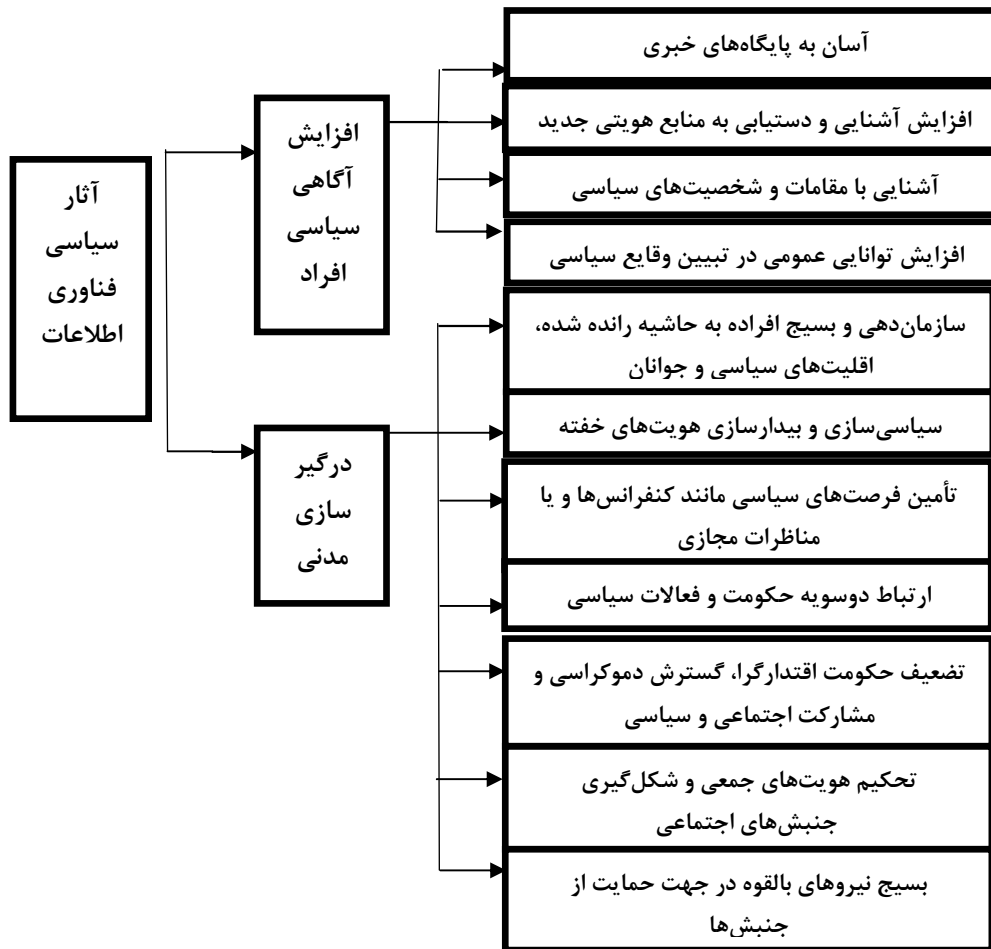
یکی دیگر از ابعاد اطلاع‌رسانی ماهواره و اینترنت، معرفی حکومت‌ها، تشکیلات و نهادهای سیاسی است. دپارتمان‌ها و نهادهای حکومتی در محیط آن‌لاین حضور دارند. برای مثال نهادهای حکومتی می‌توانند از طریق اینترنت، ضمن معرفی خود، از مردم درباره عملکرد خود نظرخواهی کنند. شهروندان، ضمن آشنایی و کسب اطلاعات درباره تصمیم‌ها و عملکردهای آن نهاد، می‌توانند نظرهای پیشنهادی یا اعتراض خود را اعلام نمایند. همچنین می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر درباره نهادهای حاضر به نشانی‌های اینترنتی مراجعه کنند.

علاوه بر آن، ماهواره‌ها و اینترنت، پتانسیل آموزشی بالایی دارند. این رسانه‌ها،

شهروندان را در ارتباط با احزاب و تشکلات مدنی، وقایع سیاسی، حقوق و وظایف شهروندی و مسئولیت‌های حکومت در برابر مردم آموزش می‌دهند و مطلع می‌سازند. همچنین رسانه‌های نوین با برگزاری گردهمایی‌ها و بحث‌های سیاسی و اجتماعی به صورت الکترونیکی با اینترنت یا از طریق ماهواره‌ها، می‌توانند شهروندان را با عمق مسایل سیاسی و اجتماعی آگاه سازند. مخاطبان با مشاهده مناظرات تلویزیونی و اینترنتی و تبادل عقاید سیاسی و اجتماعی، دربارهٔ موضوعات مختلف آگاه می‌شوند.

شهروند فعال باید مجهز به مهارت‌های سیاسی و ارتباطی و شناخت سیاسی بالا باشد. در همین راستا با ظهور و گسترش فناوری‌های نوین، بازنگری در فرض‌های ماهیت ارتباط سیاسی و مخاطبان ضرورت یافته است. تنوع رسانه‌ها و کانال‌های ارتباطی و آگاهی روزافزون مردم در عصر جدید، باعث شده که فرض‌های پیشین - مبنی بر نقش انفعالی مخاطبان در مقابل پیام‌های رسانه‌ها و فعالان سیاسی (به‌ویژه مخاطبان آگاه) - بی‌اعتبار گردد. در عصر جدید، اغفال افکار عمومی به‌ویژه افراد تحصیل کرده و آگاه، بسیار دشوار است، افزون بر آن رسانه‌های نوین با حجم وسیع اطلاعات، مجهز به آگاه‌سازی روزافزون مخاطبان می‌گردند. لازم به ذکر است که مخاطب در عصر جدید، حق انتخاب بیشتری دارد و اخبار، کانال‌های تلویزیونی و وبسایت‌های دلخواه خود را انتخاب می‌کند.

در عصر جدید، نخبگان فکری و مستقل از قدرت سیاسی گسترش یافته‌اند و با برخورداری از اطلاعات سیاسی گسترده و آشنایی بیشتر با اهداف و ماهیت واقعی گروه‌ها و نهادهای مدنی داخلی و جهانی و ماهیت واقعی پیام‌های سیاسی می‌توانند نقش عمده‌ای در پالایش و نظارت بر اطلاعات و پیام‌ها ایفا کنند و رهبری افکار و مخاطبان را برعهده گیرند.



شکل ۳ - مدلی تحلیلی از آثار سیاسی فناوری اطلاعات

منابع

- اسلامی، مروارید (۱۳۹۱) بررسی شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آنها بر ابعاد مختلف زندگی، نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید، تهران، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- دادگران، سید محمد (۱۳۸۴) مبانی ارتباط جمعی، چاپ هشتم، تهران، مروارید و فیروزه.
- دهقان، علیرضا (۱۳۸۴) «قماربازی اینترنتی»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی (ویژه اینترنت و آسیب‌های اجتماعی)، سال اول، شماره ۲، صص ۴۵-۷۲.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۳) «دنیای ارتباطات و آسیب‌های آن»، ماهنامه جامعه سالم، اسفند ماه، سال چهارم، زمستان ۱۳۷۳.
- سپهر، مسعود (۱۳۸۹) «یک چهارچوب نظری برای جامعه‌پذیری سیاسی نوجوانان ایران»، دوفصلنامه حقوق و سیاست، شماره ۱۳، بهار و تابستان، دوره ۶، صص ۵۵-۷۸.
- سلیمی، علی و محمد داوری (۱۳۸۵) جامعه‌شناسی کجروی، قم، پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
- طلوعی، علی (۱۳۹۰) «نقش تلویزیون بر جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان دانشگاه مشهد»، فصلنامه پژوهش‌های اجتماعی، سال چهارم، شماره ۱۲، صص ۵۵-۷۴.
- عاملی، سعید (۱۳۸۴) «دوفضایی شدن شهر، شهر مجازی ضرورت بنیادین برای کلان‌شهرهای ایران»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال اول، شماره ۲-۳، صص ۱۱۷-۱۳۴.
- عبدالهیان، حمید (۱۳۸۴) «نوع‌شناسی و بازتعریف آسیب‌های اینترنتی و تغییرات هویتی در ایران»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال اول، شماره ۲-۳، صص ۱۳۵-۱۵۴.
- علاقه‌بند، علی (۱۳۷۹) جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، تهران، روان.
- مرکز آمار ایران (۱۳۷۶) نتایج سرشماری عمومی کشور ایران ۱۳۷۵، تهران.
- مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۵) نظریه ارتباط جمعی، ترجمه پرویز اجلالی، چاپ دوم، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- مک‌لوهان، هربرت مارشال (۱۳۷۷) برای درک رسانه‌ها، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۳) «اینترنت و حوزه عمومی»، فصلنامه رسانه، شماره ۵۹، صص ۱۱۱-۱۳۱.
- (۱۳۹۱) «مصرف فرهنگی و رسانه‌ای و مخاطبان فعال»، مجله رسانه، شماره ۴، صص ۲۵-۴۲.
- مهرداد، هرمز (۱۳۷۶) جامعه‌پذیری سیاسی، تهران، پازنگ.
- نورمحمدی، مرتضی و حسین دهشیار (۱۳۸۸) «قدرت در عرصه اطلاعات»، مجله سیاست دفاعی، زمستان، شماره ۶۹، صص ۱۶۳-۱۹۳.