

جهانی شدن و فناوری‌های ارتباطی در ایران پس از انقلاب اسلامی

* سیدحسین شرف‌الدین

** محمدحسین ظریفیان یگانه

*** اسماعیل صابر کیوج

چکیده

برخی از متفکران، وسایل ارتباطی نوین را بسترساز تحقق شتابان جهانی شدن می‌دانند و بر این باورند که تکنولوژی‌های نوین ارتباطاتی، ایده موسوم به دهکده جهانی را در بسیاری از نقاط دنیا عینیت بخشیده‌اند. پدیده جهانی شدن در چند دهه اخیر به صورت گسترده‌ای جامعه ایران را نیز تحت الشعاع خود قرار داده و در این راستا پژوهش حاضر درصدد پاسخ به این پرسش است که این پدیده چه تأثیری بر تحولات عرصه رسانه در ایران پس از انقلاب اسلامی داشته است؟ نگارندگان برای پاسخ به این سؤال، پدیده جهانی شدن را از بعد تحولات فناوری‌های ارتباطی در ایران مورد توجه قرار داده و در ادامه به پیامدهای فرهنگی - اجتماعی رشد فناوری پرداخته‌اند.

واژگان کلیدی

جهانی شدن، تکنولوژی - فناوری، فناوری اطلاعات، انقلاب اسلامی.

sharaf@qabas.net

*. استادیار مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی علیه السلام.

** دانش‌آموخته حوزه علمیه قم و کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی.

mhzarifian@gmail.com

*** دانش‌آموخته حوزه علمیه قم و دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات. mahqom@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۱۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۸/۱۵

مقدمه

جهانی‌شدن، یکی از مباحث مهم دنیای معاصر است که متفکران و اندیشمندان مختلف، هریک به‌گونه‌ای درباره آن سخن می‌گویند. هم‌اکنون در مورد جهانی‌شدن اتفاق نظر چندانی وجود ندارد و تعبیر و برداشت‌های متفاوتی از آن می‌شود. با این حال، هیچ‌کس نتوانسته است اصل وجود این پدیده و تأثیر آن را بر زندگی بشر در دنیای معاصر، منکر شود. درباره عوامل جهانی‌شدن نیز دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد، اما یکی از عواملی که در مورد آن اتفاق نظر هست، گسترش ارتباطات و فناوری‌های ارتباطی است؛ به‌طوری که با بحث در خصوص اصطلاح جهانی‌شدن، برای بسیاری از افراد مسئله فناوری و انقلاب ارتباطات تداعی می‌شود. (توسلی، ۱۳۸۱: ۱۸۶) ایران پس از انقلاب اسلامی، برای بهره‌گیری از فرصت‌های جهانی‌شدن و مقابله با تهدیدهای آن، در مسیر جهانی‌شدن و ورود به عرصه‌های بین‌المللی گام برداشته است. بی‌شک، این امر بدون توجه به ارتباطات و فناوری‌های ارتباطی، محقق نخواهد شد. تحقیق حاضر به مسئله رشد تکنولوژی‌های ارتباطی در ایران پس از انقلاب پرداخته است و برخی از دغدغه‌های فرهنگی رشد تکنولوژی، به‌خصوص فناوری‌های ارتباطی، به‌ویژه اینترنت و فضای مجازی را بیان خواهد کرد.

تعریف مفاهیم

تکنولوژی - فناوری: واژه تکنولوژی از ریشه یونانی «*techne*»، به معنای «ساختن» مشتق شده و با واژه مورد استفاده برای هنر که از واژه لاتینی «*ars*» به معنای «ساختن» گرفته شده، مرتبط است. این دو واژه، هر دو با واژه «صنعت» در فارسی و «صناعة» در عربی ارتباط دارند که هنوز هم در زبان فارسی و عربی در مورد هنر و تکنولوژی به کار می‌روند. (نصر، ۱۳۸۵: ۱۲۸) مقاله، ناظر به تکنولوژی‌هایی است که در عصر انقلاب صنعتی و دوره پس از آن، بیشتر در غرب شکل گرفته‌اند و اکنون در سراسر دنیا رواج دارند. فناوری‌های ارتباطی: منظور از فناوری‌های ارتباطی در اینجا، فناوری‌هایی هستند بین دو یا چند نفر که به‌صورت الکترونیک (آنالوگ یا دیجیتال) ارتباط برقرار می‌کنند (اعم از تلفن ثابت و تلفن همراه، رادیو و تلویزیون، اینترنت و فضای مجازی).

فناوری اطلاعات: به دستیابی، پردازش، ذخیره‌سازی، انتشار و استفاده از صوت، تصویر و داده‌های عددی که به‌وسیله ترکیبی از کامپیوتر و ارتباطات از راه دور بنا شده است، فناوری اطلاعات گفته می‌شود. به‌طور کلی، فناوری اطلاعات شامل جمع‌آوری (ذخیره)، پردازش و توزیع اطلاعات می‌شود که با استفاده از ترکیب کامپیوتر و ارتباطات از راه دور، صورت گرفته است. کامپیوتر وظیفه ذخیره، انباشت و پردازش اطلاعات را بر عهده دارد و ارتباطات از راه دور، امکان پخش و توزیع سریع اطلاعات را فراهم ساخته است. البته فناوری اطلاعات، پیش از اینکه یک سیستم سخت‌افزاری و مجموعه‌ای از الگوها باشد، یک نظام فکری و فرهنگی است که زیربنای آن تولید اطلاعات است. (اکبری، ۱۳۸۱: ۳۶)

جهانی‌شدن^۱: با وجود تشتت در تعریف جهانی‌شدن، بیشتر تعاریف، درباره تراکم زمان و مکان، انتقال سریع داده‌ها، کمرنگ شدن مرزهای ملی و طرح مباحث جهانی و فراگیر که متعلق به همه بشر است، توافق دارند. «آنتونی گیدنز»، جامعه‌شناس معاصر می‌نویسد:

جهانی‌شدن، عبارت است از تقویت مناسبات اجتماعی جهانی که محل‌های دور از هم را چنان به هم ربط می‌دهد که هر واقعه محلی، تحت تأثیر رویدادهایی که با آن فرسنگ‌ها فاصله دارد، شکل می‌گیرد و برعکس. (گیدنز، ۱۳۷۷: ۷۷)

بنیادی‌ترین ویژگی جهانی‌شدن، در «فشرده شدن زمان و مکان» است؛ به هر حال، فشرده‌گی فضای روابط اجتماعی و رهاشدن پدیده‌های اجتماعی از قید مکان، تعریفی است که می‌توان آن را فصل مشترک تعابیر مختلف از جهانی‌شدن دانست. (سلیمی، ۱۳۸۶: ۹۸) ما نیز در اینجا بر دو عنصر بنیادین و عام جهانی‌شدن، یعنی «فشرده شدن زمان و مکان» که سبب ادغام مردم جهان در جامعه واحد جهانی به‌صورت «آگاهانه» می‌شود، تأکید می‌کنیم.

ضرورت و اهمیت

اصطلاح جهانی‌شدن، برای بسیاری از افراد، مسئله فناوری و انقلاب ارتباطات را تداعی می‌کند؛ زیرا جهانی‌شدن بیانگر تحولات و پیشرفت‌هایی است که در بستر فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات رخ داده است. رشد دانش بشر در زمینه‌های مختلف علم و فناوری نظیر

1. Globalization.

میکروالکترونیک‌ها، فناوری‌های زیستی، ابزارهای ماشینی، روبات‌ها، رایانه‌ها، ابزارهای نو ارتباطی همچون اینترنت، ماهواره‌ها و شبکه‌های مختلف رادیویی و تلویزیونی، ارتباط میان مردم و جوامع مختلف را به‌سادگی امکان‌پذیر ساخته است. جهانی‌شدن، پروسه‌ای اجتناب‌ناپذیر است که فارغ از خواست و اراده ما مسیر خود را طی می‌کند و تأثیرات شگرفی در همه شئون زندگی افراد جامعه بر جای می‌گذارد. مهم‌ترین یا بیشترین این تأثیرات، از طریق ارتباطات و تکنولوژی‌های ارتباطی، صورت می‌گیرد. ایران اسلامی پس از انقلاب به‌دنبال حضور مؤثر در عرصه بین‌المللی و جهانی‌کردن اندیشه اسلام و انقلاب بوده است. حال این نکته ضرورت می‌یابد که ایران در راستای جهانی‌شدن، به‌خصوص در مسئله رشد و گسترش تکنولوژی‌های ارتباطی، چه اقداماتی کرده است و در چه جایگاهی قرار دارد؟ همچنین فرصت‌ها و چالش‌های احتمالی پیش روی ایران اسلامی در قبال رشد این فناوری‌ها و بهره‌گیری از آنها، به‌ویژه اینترنت و فضای مجازی، چیست؟

سؤالات تحقیق

پژوهش حاضر درصدد پاسخ‌گویی به این پرسش‌هاست که پدیده جهانی‌شدن چه تأثیری بر تحولات عرصه رسانه در ایران پس از انقلاب اسلامی داشته است؟ تکنولوژی‌های ارتباطی پس از انقلاب اسلامی به چه میزان رشد کرده‌اند؟ رشد تکنولوژی‌های ارتباطی چه تأثیرات و پیامدهای فرهنگی خواهد داشت؟

دیدگاه‌های گوناگون درباره جهانی‌شدن

در باب جهانی‌شدن، دیدگاه‌های گوناگون وجود دارد. به‌دلیل این اختلاف دیدگاه‌ها، گروهی از جوامع و افراد با نگاه کاملاً مثبت به پدیده جهانی‌شدن می‌نگرند و آن را فرایندی می‌دانند که فرصت‌های زیادی برای جوامع در بر دارد؛ در حالی که گروهی دیگر این پدیده را امری منفی و پروژه‌ای می‌دانند که صاحبان قدرت در جهان، در جهت منافعشان طراحی کرده‌اند. طرفداران این دیدگاه، در مقابله با جهانی‌شدن، از جنبش مخالفان جهانی‌شدن که طیف متنوعی از افراد و گروه‌ها را در خود دارد، حمایت می‌کنند. البته دیدگاه بینابینی هم بر این

باور است که جهانی شدن، همچون هر پدیده دیگری، در ذات خود فرصت‌ها و چالش‌هایی دارد که کشورها و جوامع باید با شناخت دقیق آن، از فرصت‌هایش به نفع خویش بهره‌گیرند و از چالش‌های احتمالی آن به دور بمانند.

به اعتقاد برخی اندیشمندان، جهانی شدن، یک فرایند فشرده‌گی زمان و مکان است. «رونالد رابرتسون»، بنیادی‌ترین ویژگی جهانی شدن را در «فشرده شدن زمان و مکان» می‌داند؛ به نحوی که هم فاصله‌های مکانی، کوتاه و کوتاه‌تر و مردم دنیا به هم نزدیک‌تر می‌شوند و هم فاصله‌های زمانی کم‌تر می‌شود و سرعت تحولات، شتاب بیشتری می‌یابد. (رابرتسون، ۱۳۸۰: ۷۹ - ۳۵) به تعبیر «تافلر»، با یک دهکده روبه‌رو هستیم که اگر فردی کاری انجام بدهد، خبر آن به سرعت به همه جا می‌رسد. در این دهکده، بحث‌های فراوانی مطرح است؛ از جمله اینکه: کدام فرهنگ غالب خواهد شد و کدام فرهنگ مغلوب؟ آیا فرهنگ غرب مسلط می‌شود؟ آیا فرهنگ‌ها در جای خود باقی می‌مانند؟

برخی دیگر، از موزاییکی شدن فرهنگ سخن می‌گویند؛ به این معنا که فرهنگ‌های مختلف در جهان، مانند موزاییک در کنار هم زندگی می‌کنند و هرچه این موزاییک‌ها رنگارنگ‌تر و متنوع‌تر باشند، زیباتر و جالب‌تر به نظر می‌رسند. (توسلی، ۱۳۸۶: ۱۲۸)

دیدگاه‌های دیگری نیز درباره این مسئله وجود دارد. برای مثال، «گیدنز» اعتقاد دارد که جهانی شدن، جریانی است که روابط اجتماعی جهانی را تشدید و مکان‌های دور را به هم متصل می‌کند. (گیدنز، ۱۳۷۷: ۷۷) بنابراین، اتفاقی که در گوشه‌ای از دنیا می‌افتد، به همه ربط دارد و دیگر نمی‌توان ادعا کرد که این اتفاق به من ارتباط ندارد. از این پس، هر تصمیمی که در هر کشوری گرفته شود، بر سرنوشت همه انسان‌ها در سرتاسر جهان تأثیر دارد.

برخی هم گفته‌اند: از آنجا که جهانی شدن، یک خصلت سرکش در جهان است، نمی‌توان به‌طور قطع گفت که در جهان چه اتفاقی در حال رخ دادن است؛ زیرا برای آنکه بتوان درباره یک موضوع اظهار نظر کرد، باید از سطحی بالاتر به آن نگریست؛ حال آنکه خود ما نیز در معرض جهانی شدن هستیم. (توسلی، ۱۳۸۶: ۱۲۸)

فرایند جهانی شدن در آثار نویسندگان، معمولاً در چهار حوزه اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و

اجتماعی بررسی شده است. بعضی نیز حوزه فنی را پنجمین حوزه جهانی شدن دانسته‌اند که ناظر به انقلاب صنعتی سوم است. (نش، ۱۳۸۲: ۱۰) «مالکوم واترز» آثار جهانی شدن را در سه عرصه اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در زندگی اجتماعی، مهم و اساسی تلقی کرده است: عرصه اقتصادی، نظام‌های اجتماعی خاص تولید، مبادله، توزیع و مصرف کالا و خدمات را در بر می‌گیرد؛ عرصه سیاسی، نظام‌های مخصوص تمرکز و اعمال قدرت را شامل می‌شود؛ و عرصه فرهنگ، دربرگیرنده نظام‌های اجتماعی خاص تولید و مبادله نمادهاست؛ نمادهایی که گویای واقعیت‌ها، احساسات، مفاهیم، اعتقادات، اولویت‌ها و ارزش‌ها هستند. (واترز، ۱۳۷۹: ۱۸) «آرژان آپادورای» با طراحی مدلی پنج بعدی از حوزه‌های مختلف قومیتی، فناورانه، مالی، ارتباطی و ایدئولوژیک، معتقد است فرهنگ جهانی از این پنج حوزه عبور می‌کند. (خبیری، ۱۳۸۲: ۱۶۷)

«رابرتسون» در بحث جهانی شدن، علاوه بر تأکید بر تراکم زمان و مکان به‌عنوان ویژگی این پدیده، از ایده آگاهی جهانی و تشدید آن در روند جهانی شدن یاد می‌کند و به این ترتیب، جایگاه خاصی برای بُعد فرهنگی جهانی شدن قائل می‌شود. (Robertson, 1992: 8)

جهانی شدن فرهنگ، به معنای تفوق و حاکمیت کامل فرهنگ و ارزش‌های غربی و انحلال دیگر فرهنگ‌ها در این فرهنگ - آن گونه که فوکویاما تصور می‌کند - نیست، ولی باید توجه داشت که حضور ارزش‌ها و مبادی فرهنگ غربی در پروسه جهانی شدن، به مراتب جدی‌تر از دیگر فرهنگ‌ها و تمدن‌هاست و این همان چیزی است که نظریه پردازانی مانند «گیدنز» و «رابرتسون»، از آن با عنوان گسترش ویژگی‌های محوری تجدد در مقیاس جهانی (Clark, 1997: 23) یاد می‌کنند. حتی منتقدان جهانی شدن فرهنگ که از این امر با تعبیر امپریالیسم فرهنگی نام می‌برند، تردید ندارند که ویژگی‌های محوری فرهنگ جدید جهانی شده، کاملاً برگرفته از فرهنگ و ارزش‌های تمدن غربی است. به همین دلیل به آن انتقاد دارند. (Meyer & geschiere, 1999: 1)

جهانی شدن، یک فرایند است؛ به این معنا که دربرگیرنده یک روایت ثابت و تغییرناپذیر نیست، بلکه درون آن روایت‌ها و پروژه‌های متفاوتی در حال شکل‌گیری است. از این جهت، جهانی شدن هرچند گریزناپذیر است، یک آغاز و یک پایان حتمی و از پیش تعیین شده ندارد. (امیرپناهی، ۱۳۸۷: ۵۵)

عوامل مؤثر بر جهانی شدن

در خصوص عامل ایجاد وضعیتی که از آن، به وضعیت جهانی شدن یاد می‌شود، بین نظریه‌پردازان اختلاف نظر هست. در جهان امروز، شاهد عوامل متعددی هستیم که پیدایش و تکوین جهانی شدن را با آنها مرتبط می‌دانند؛ مهم‌ترین آنها عبارتند از:

۱. رشد شرکت‌های چندملیتی: در حوزه اقتصاد، شرکت‌هایی به نام شرکت‌های چندملیتی وجود دارند که به یک دولت خاص وابسته نیستند و از چند ملیت تشکیل شده‌اند. البته امروزه این شرکت‌ها نیز کم‌کم از رونق می‌افتند و شرکت‌های فراملیتی، در حال شکل‌گیری هستند که بخش عظیمی از اقتصاد جهانی، در اختیار آنهاست. رئیس شرکت «Microsoft» که شاید عظیم‌ترین شرکت در عرصه فناوری‌های نوین باشد، صاحب بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار سرمایه شخصی است.

۲. گسترش و نفوذ بازارهای مالی جهانی: در سرمایه‌داری جدید، اعتبار و اعتماد، پیش‌برنده امور است. به همین دلیل، امروزه بانک‌ها در سرمایه‌داری دنیا نقش مهم و اساسی دارند؛ به‌ویژه بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول. در امور بانکی نیز تکنولوژی ارتباطات، نقشی اساسی دارد؛ تا آنجا که امور بانکی هم از طریق ارتباطات اینترنتی، عملی است. همچنین اینجا موضوعاتی مانند کارت‌های اعتباری، مطرح می‌شوند.

۳. افزایش اقدامات بین‌المللی در خصوص حفظ حقوق بشر: یکی از مسائل دیگری که بر موضوع جهانی شدن اثر زیادی داشته است، مسئله افزایش اقدامات بین‌المللی در خصوص حفظ حقوق بشر است. در این دوره، با رشد سریع سازمان‌های غیردولتی^۱ مواجه هستیم. این شرکت‌ها، در مقابل دولت‌ها، صاحب قدرت شده‌اند و ارتباطات مردم هم - به واسطه اینترنت - با این شرکت‌ها بسیار تسریع شده و همین موضوع، مشکلاتی برای دولت‌ها پدید آورده است.

۴. مسائل زیست‌محیطی: بحث مهم دیگری که فرایند جهانی شدن را تشدید می‌کند، مسائل زیست‌محیطی است. مسئله گرم شدن کره زمین، باران‌های اسیدی و نازک شدن لایه اُزن، بحث‌هایی هستند که افکار همه کشورهای دنیا را به خود مشغول کرده‌اند. بنابراین، لازم است همه دولت‌ها برای رفع این مشکلات، هماهنگ و همکار باشند. (توسلی، ۱۳۸۶: ۱۲۰)

1. NGO.

۵. ارتباطات و فناوری‌های ارتباطی: صنعت ارتباطات، یکی از صنایع مسحورکننده است که در دهه اخیر، با سرعتی باورنکردنی رشد یافته است. در حال حاضر، حجم یک کتابخانه بزرگ را در یک دیسک فشرده^۱ ذخیره، و انبوهی از اطلاعات را از آن سوی دنیا دانلود^۲ می‌کنند. همه اینها دست به دست هم داده‌اند تا تحولی عجیب در انتقال اطلاعات، صوت و تصویر، به وجود آورند.

دکتر «جرج نحاس» درباره اهمیت ارتباطات و تکنولوژی‌های ارتباطی برای جهانی‌شدن می‌گوید:

فناوری‌های جدید ارتباطات، به انتقال داده‌ها و تخصص‌ها کمک می‌کنند و این امر، جهان را به سمت ائتلاف بیشتر سوق می‌دهد و در نتیجه به نوعی جهانی‌شدن می‌انجامد. همچنین پیشرفت ابزار گوناگون فناوری با انتقال تازه‌ترین دستاوردهای فرهنگی در همه کشورهای جهان، فضای جدید و مشابهی به وجود می‌آورد. تکنولوژی داده‌ها به جایی رسیده که دیگر سخن گفتن درباره مرزهای ملی و قومی به مفهوم رایج آن دشوار است و این در عرصه سیاست جهانی، زمینه را برای ایجاد نوعی جهانی‌شدن متفاوت فراهم می‌کند. (لکزایی، ۱۳۸۱: ۳۳)

هم‌زمان با توسعه ارتباطات، تحولاتی نیز در آنها رخ داد. در زمینه این تحولات، «مالکوم واترز» از پنج روند نام می‌برد:

کوچک کردن، به معنای کاهش اندازه وسایل و ابزار ارتباطی؛
شخصی کردن، به این معنا که دامنه استفاده از وسایل ارتباطی روزبه‌روز شخصی‌تر و محدودتر می‌شود؛
یکپارچگی، به معنای کاربرد ریزتراشه برای انواع انتقال صدا، تصویر، متن و...؛
پخش که به معنای افزایش دسترسی به فناوری رسانه‌های گروهی است؛
و استقلال جویی به معنای گسترش روزافزون میزان استقلال کاربران رسانه‌ها از صاحبان رسانه‌ها و افزایش امکان انتخاب برای آنها. (واترز، ۱۳۷۹: ۲۱۶ - ۲۱۴)

1. CD.
2. Download.

مجموعه این علل پنج‌گانه، به بحث جهانی شدن دامن زد و آن را پیش برد. البته می‌توان گفت که در بین عوامل مختلف، ارتباطات و فناوری‌های ارتباطی، بیشترین سهم را در بحث جهانی شدن دارند؛ به طوری که وقتی از گسترش بازارهای مالی و اقتصادی در سطح بین‌المللی سخن می‌گوییم، باید توجه داشته باشیم که این گسترش نیز در بستر رشد و توسعه فناوری‌های ارتباطی، به‌ویژه اینترنت حاصل شده است.

رشد فناوری‌های ارتباطی و جهانی شدن

بدون شک روند جهانی شدن، بر پایه تحولات تکنولوژی بنا شده است. طی چند دهه اخیر، عمق و گسترش این تحولات چنان بوده که فناوری و نظم تولید و مدیریت جهان را وارد پارادایم جدیدی کرده است. افزایش بی‌نظیر سرعت گردش اطلاعات، همراه با کاهش چشمگیر هزینه این امور، از ویژگی‌های برجسته عصر جدید هستند که با کاهش فاصله زمانی و مکانی، جامعه بشری را به شهری جهانی مبدل کرده‌اند.

رشد و گسترش تصاعدی ارتباطات ماهواره‌ای و تکنولوژی فیبر نوری^۱، گردش آنی حجم انبوه اطلاعات را در پهنه جهان، میسر ساخته است. تنها در فاصله سال‌های ۱۹۸۶ تا ۱۹۹۶، تعداد مسیرهای صوتی ماهواره‌ای از کمتر از ۱۰۰ هزار به ۷۰۰ هزار و تعداد مسیرهای صوتی فیبر نوری در آتلانتیک از ۱۰ هزار به یک میلیون و ۴۵۰ هزار افزایش یافت. در فاصله سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۲، ظرفیت فیبرهای نوری اقیانوسی از ۵۰ به متجاوز از ۱۰ هزار GBPS رسید. در سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۲، تعداد میزبان‌های^۲ اینترنتی از ۲۰۰ به بیش از ۱۰ بلیون افزایش یافت. ظرفیت و سرعت ریزپردازها و کامپیوترها، رشدی مشابه داشته است. این تحولات، همراه با رشد وسایل ارتباط جمعی، الگوی تولید و مصرف را کاملاً دگرگون کرده و بازار جهانی را پدید آورده است. همچنین تحولات فناوری، موجب پیدایش صنایع جدید، افزایش بهره‌وری کار و سرمایه، افزایش سطح تولیدات و در نتیجه بسط بازار جهانی شده است. (زمانی، ۱۳۸۴: ۲۶ - ۲۳)

1. Fibre Optic.

2. Host.

جهانی‌شدن به واسطه انقلاب علمی و ارتباطات، راه رسیدن به خدمات اطلاع‌رسانی سریع به همه مناطق جهان را هموار می‌سازد. شکوفایی روزافزون علم نیز در خلال فرایند جهانی‌شدن، به‌طور کمی و کیفی به سطوح بالاتر ارتقا خواهد یافت. کشورهای که به این نیرو دست یابند، علاوه بر سازماندهی و بازسازی خود، در کیفیت اداره امور و اثرگذاری بر دیگران و اداره امور سیاسی - اجتماعی، فرهنگی - اقتصادی و نظامی جهان نیز موفق خواهند شد.

بنابراین، اندازه‌گیری میزان رشد و توسعه ابزارهای مختلف ارتباطی و اطلاعاتی (اعم از ابزارهای نوین چون رایانه‌ها، ماهواره‌ها، دستگاه‌های دیجیتال، اینترنت و...)، در کنار ابزارهای قدیمی‌تر همچون رادیو، تلویزیون، کتاب و مطبوعات، شاخصی برای جهانی‌شدن تلقی می‌شود که برای درک میزان نفوذ این پدیده در دنیای معاصر، کارآمد است.

امروزه وقوع انفجار اطلاعات (Schaffer, 1997: 11) و انقلاب تکنولوژی‌های ارتباطی، نویدبخش جامعه‌ای است که در آن، نه‌تنها در سرعت، حجم و کیفیت انتقال اطلاعات و دانش‌ها، تحولی شگرف پدید آمده است، بلکه برخلاف گذشته که اطلاعات فناورانه تنها در اختیار متخصصان و صاحبان فن قرار داشت و مشروعیت آن نیز در گرو تأیید و تصدیق آنها بود، در جامعه جدید، اطلاعات و اخبار، جزو نیازهای اساسی همه مردم شده است و تولیدات آن، استفاده همه‌جانبه دارد.

در گذشته، استفاده از فناوری به قشر خاصی محدود بود و فراگیری زیادی نداشت و بهره‌برداری از فناوری‌های جدید ارتباطی، تنها در اختیار کشورهای پیشرفته صنعتی بود؛ ولی به‌تدریج، کشورهای جهان سوم از اوایل دهه ۱۹۸۰، به مقابله با سلطه فرهنگی و ارتباطی کشورهای قدرتمند غربی پرداختند. همچنین اتخاذ خط‌مشی‌های جدید آمریکا برای پیشرفت گسترده‌تر هدف‌های اقتصاد سرمایه‌داری با بهره‌برداری از امکانات ارتباطی، به مقررات‌زدایی و آزادسازی فعالیت‌های صنعتی و بازرگانی مربوط به فرهنگ و ارتباطات انجامید. براساس این تصمیم‌گیری‌های تازه که از ایالات متحده آمریکا آغاز شد و به‌سرعت به کشورهای نیمه‌پیرامونی در اروپای غربی و ژاپن و بسیاری از ممالک پیرامونی در آسیا، آمریکای لاتین و آفریقا رسید، انقلاب ارتباطات به‌آرامی از مرکز، به کشورهای پیرامون در جهان سوم گسترش

یافت. (نقیب‌السادات، ۱۳۸۲: ۵۸ و ۵۹) هم‌زمان با تحولات اخیر، راهبرد نوین ارتباطی یونسکو در کنفرانس عمومی به تصویب رسید و بدین ترتیب در دهه‌های ۱۹۸۰، ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰ شاهد سرعت گسترش فناوری‌های ارتباطی، به‌ویژه رسانه‌های جمعی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه هستیم.

ایران و رشد فناوری‌های ارتباطی

ایران نیز از موج گسترش فناوری‌های ارتباطی، به‌ویژه رسانه‌های جمعی، به دور نبوده و در این زمینه پیشرفت چشمگیری کرده است. این تحول، به‌خصوص پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران و به‌ویژه پس از پایان جنگ سرد و فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی در سال ۱۹۸۹، شتاب بیشتری گرفت؛ به نحوی که به تعبیر دکتر فرهنگ رجایی «یک آفرینش نوبنیاد» به وقوع پیوست. (رجایی، ۱۳۷۹: ۳۶)

رسانه‌های صوتی و تصویری نیز در جریان رشد و توسعه فناوری‌های ارتباطی، دگرگون شدند. رادیو، تلویزیون، تلفن و وسایل مختلف الکترونیکی که می‌توان از آنها به‌عنوان رسانه‌های صوتی و تصویری یاد کرد، از زمانی که اختراع شدند، به برقراری ارتباط با دیگران کمک فراوانی کرده‌اند. بر همین مبنا، در نظریه‌های کلاسیک ارتباطات، صنعت نشر و تلگراف و تلفن و رادیو و تلویزیون، مهم‌ترین رسانه‌هایی هستند که امکان پیام‌رسانی را به شکل ویژه فراهم می‌سازند و به‌عنوان یک واسطه، ارتباط پیام‌دهنده و مخاطب را برقرار می‌کنند. (سلیمی، ۱۳۷۹: ۳۸۲) مطالعه وضعیت فناوری‌های ارتباطی در ایران در مقطع پس از انقلاب اسلامی، به ما در فهم جهانی‌شدن در ایران، کمک می‌کند. البته چنان‌که گفته شد، در این تحقیق فقط به رشد فناوری‌های ارتباطی الکترونیک (آنالوگ و دیجیتال) پرداخته می‌شود.

تلفن ثابت و تلفن همراه

مجمع جهانی اقتصاد، در شهریور سال ۱۳۸۹، ایران را از نظر شاخص ضریب نفوذ تلفن ثابت، در میان ۱۳۹ کشور جهان در رده ۳۶ قرار داد. در این رده بندی، کشورها براساس داشتن خطوط ثابت تلفن فعال، به ازای هر ۱۰۰ نفر دسته‌بندی شده‌اند. ضریب نفوذ خطوط تلفن ثابت در ایران

۳۴/۸ اعلام شده است. با احتساب جمعیت ۷۴/۲ میلیون نفری ایران و در نظر گرفتن این شاخص، نتیجه می‌گیریم که هم‌اکنون نزدیک به ۲۶ میلیون خط تلفن ثابت در ایران وجود دارد. در این رده‌بندی، ایران از کشورهایی مانند امارات متحده عربی، فدراسیون روسیه، صربستان، فنلاند، لهستان، آرژانتین، ونزوئلا، چین، ترکیه، برزیل، جمهوری چک، عربستان سعودی، اندونزی، مالزی، مصر، تایلند، مراکش، آفریقای جنوبی، هند و رومانی، بالاتر قرار گرفته و در منطقه خاورمیانه، در رده دوم است. (خبرگزاری آی‌سی‌تی پرس، ۱۳۸۹/۶/۳۱)

همچنین ایران از نظر شاخص اشتراک تلفن همراه در میان ۱۴۲ کشور جهان، در رده ۸۵ قرار گرفته است. ضریب نفوذ مشترکان تلفن همراه در ایران نیز ۹۱/۲ اعلام شده است که با احتساب جمعیت ۷۴/۲ میلیون نفری ایران و در نظر گرفتن شاخص یادشده، نتیجه می‌گیریم که هم‌اکنون بیش از ۶۸ میلیون اشتراک تلفن همراه در ایران وجود دارد. ایران در منطقه خاورمیانه نیز در رده نهم قرار گرفته است. (همشهری آنلاین، ۱۳۹۰/۷/۳)

در این رده‌بندی، ایران از کشورهایی مانند آمریکا، مصر، ترکیه، مکزیک، کانادا، چین و هند، بالاتر است. در رده‌بندی قبلی مجمع جهانی اقتصاد، کشورمان در رده ۹۵ جهان قرار گرفته بود که به این ترتیب، امسال در مقایسه با سال قبل ۱۰ پله بهبود یافته است. در این رده‌بندی، کشورها براساس تعداد اشتراک تلفن همراه در هر ۱۰۰ نفر دسته‌بندی شده‌اند. همچنین باید گفت همراه اول نیز اکنون با ۲۶۷ اپراتور در ۱۱۰ کشور قرارداد رومینگ بین‌الملل دارد که همگی بدون واسطه منعقد شده‌اند. (خبرگزاری ایستنا، ۱۳۹۰/۶/۲۵)

رادیو و تلویزیون

نخستین فرستنده رادیویی ایران، در سال ۱۹۴۰ میلادی، یعنی بیست سال پس از راه افتادن اولین فرستنده رادیویی جهان در لندن، به راه افتاد. نخستین فرستنده تلویزیونی ایران نیز در سال ۱۹۵۸ میلادی، یعنی ۲۲ سال پس از ایجاد اولین فرستنده تلویزیونی در انگلستان، به راه افتاد. (محسنیان‌راد، ۱۳۸۲: ۵۰۱) سال ۱۹۶۲ میلادی در ایران، به ازای هر هزار نفر، ۷۰ دستگاه رادیو و ۵ دستگاه تلویزیون وجود داشت. این آمار در سال ۱۹۸۵ به ۲۲۴ دستگاه رادیو و ۵۶ دستگاه تلویزیون به ازای هر هزار نفر رسید. (Unesco, 1987: 10-25)

سال ۱۹۹۵ به ازای هر هزار نفر در ایران، تعداد رادیو به ۲۲۸ دستگاه و تعداد تلویزیون به ۶۳ دستگاه می‌رسد. این آمار نشان می‌دهد اگرچه تعداد گیرنده‌های رادیو و تلویزیون در ایران پایین‌تر از حد متوسط جهانی است، رشد فزاینده این رسانه به‌عنوان نمادی از جهانی شدن، درخور توجه است. این آمار هم‌زمان با موج جدید جهانی شدن، شتاب بیشتری می‌گیرد. تعداد فرستنده‌های تلویزیونی در ایران از ۱۲۶۳ فرستنده در سال ۱۳۷۲، به ۸۳۶۵ فرستنده در سال ۱۳۸۲ رسیده است که رشدی بیش از ۵۶۲ درصد را نشان می‌دهد. در فرستنده‌های رادیویی نیز، رشد چشمگیری را می‌بینیم. تعداد فرستنده‌های رادیویی FM در ایران از ۱۱۰ فرستنده در سال ۱۳۷۲ به ۱۱۸۳ فرستنده در نیمه اول سال ۱۳۸۲ رسیده است که رشدی معادل ۹۷۵ درصد را نشان می‌دهد.

اینترنت و ارتباطات دیجیتال

اینترنت را پس از تلگراف، تلفن، رادیو و تلویزیون، باید آخرین عضو خانواده تکنولوژی دانست که از ربع قرن پیش، تأسیسات آن در جامعه انسانی، جایی به خود اختصاص داده است. اینترنت به‌عنوان شبکه‌ای عمومی یا «ابرنسبکه»^۱ فراجهانی که ارتباطات کامپیوتری میان میلیون‌ها نفر را برقرار می‌کند، از دهه ۱۹۸۰ تأسیس شد و در دهه ۱۹۹۰ گسترشی فوق‌العاده یافت. (scholte, 2000: 75) در سال ۱۹۸۲ اینترنت از انحصار نخبگان و مقاصد نظامی خارج شد. این اتفاق را می‌توان نقطه ثقل تحولات اجتماعی دانست. میزان استفاده از اینترنت به‌شدت در حال افزایش است؛ به‌طوری که در سپتامبر سال ۲۰۰۱ تعداد کاربران اینترنت ۴۷۴ میلیون نفر بود و در سال ۲۰۰۳ این تعداد به ۷۶۲ میلیون نفر رسید. در سال ۱۹۹۵ در مجموع تعداد ۲۰ هزار وبسایت ثبت شد که این رقم در سال ۲۰۰۰، یعنی پنج سال بعد به ۱۰ میلیون وبسایت افزایش یافت. (پاک‌سرشت، ۱۳۸۴: ۲۲)

روابط عمومی شرکت مخابرات ایران در تاریخ ۱۳۸۸/۰۸/۲۵ اعلام کرد: شبکه فیبر نوری کشور به میزان ۱۳۲ هزار کیلومتر توسعه یافته است و ۳۳۴ دانشگاه تا مهر ۱۳۸۸ در کل کشور از طریق فیبر نوری به شبکه اینترنت متصل شده‌اند. در بخش توسعه شبکه فناوری

1. Meganetwork.

اطلاعات نیز هم اکنون در ۱۳۲۳ شهر، شبکه انتقال اطلاعات ایجاد شده و تعداد پورت‌های دسترسی دیتا معادل ۶۳ هزار پورت است. همچنین ۹۵۰۰ روستا از خدمات «ICT» و دولت الکترونیک بهره‌مندند که این رقم در شهریور سال ۱۳۸۴ معادل ۹۶۳ دفتر بوده است. (اکونیز، ۱۳۸۸/۰۸/۲۶)

در سال ۱۳۸۹، ضریب نفوذ اینترنت کشور، ۳۲/۶ درصد اعلام شد که در مقایسه با سال ۱۳۸۷ رشدی معادل ۱۰/۸ درصد را نشان می‌دهد. البته در ایران، اتصال‌های «Dial up» نیز در شاخص‌های ضریب نفوذ شمارش می‌شوند.

طبق آماري که سایت مرکز توسعه ملی اینترنت (متما) برای ضریب نفوذ اینترنت کشور طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۸۸ اعلام کرده، این ضریب در سال ۱۳۸۷، ۲۱/۸ درصد بوده است که با ۱۰/۸ درصد رشد، طی دو سال متمادی، در سال ۱۳۸۹ به ۳۲/۶ درصد تبدیل شده و این ضریب در سال ۱۳۸۸ بر روی عدد ۲۶/۴ درصد متوقف بوده است. از این رو می‌توان گفت از سال ۱۳۸۷، هر سال حدود ۴/۵ تا ۶ درصد، در ضریب نفوذ اینترنت رشد داشتیم. مرکز توسعه ملی اینترنت در آماري، تعداد مشترکان اینترنت کشور را حدود ۲۴ میلیون و ۵۵۰ هزار نفر و ضریب نفوذ این شبکه را ۳۲ درصد اعلام کرده بود.

به گفته وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، در اوایل سال سوم برنامه پنجم، سرانه پهنای باند در کشور به حداقل ۱۲ مگابیت بر ثانیه، رسانده خواهد شد. (خبرگزاری تابناک: ۱۳۹۰/۵/۴) وی همچنین گفته است: براساس آمارها ضریب نفوذ اینترنت در ایران در سال ۲۰۱۰، ۴۳/۹ بوده است. در حوزه تجارت الکترونیکی نیز تا سال ۲۰۰۹، کره جنوبی در رتبه ۱۳، مالزی در رتبه ۳۶، ترکیه در رتبه ۴۳ و ایران در رتبه ۶۹ توسعه تجارت الکترونیکی در جهان قرار داشته‌اند. (پایگاه اطلاع‌رسانی دولت: ۱۳۹۰/۷/۱۳)

فناوری دیجیتال، به شبکه اینترنت و دستگاه‌های رایانه محدود نمی‌شود، بلکه ابعاد و وجوه بسیار گسترده‌ای از زندگی بشر را در بر می‌گیرد. این ابزارها در ایران به سرعت در حال گسترش است. انواع لوح‌های فشرده یا CD^۱، لوح‌های تصویری یا DVD^۲، دستگاه‌های چندرسانه‌ای و

1. Compact Disc read only memory (cd-rom).
2. Digital video disc read only memory (DVD-rom).

فرارسانه‌ای^۱ در بخش‌های مختلف سرگرمی، آموزش و صنعت در حال گسترش هستند و جدیدترین محصولات دنیا در این زمینه‌ها به سرعت در ایران توسعه می‌یابد.

تکنولوژی ارتباطی و تأثیرات آن

در ادبیات جامعه‌شناختی، سابقه بحث تغییرات اجتماعی ناشی از حوزه تکنولوژی، به «دورکیم» بازمی‌گردد. وی رسانه‌های ارتباطی را عامل تقویت انسجام اورگانیزم می‌داند. از سوی دیگر، مارکسیست‌ها بر موضوع بهره‌برداری از رسانه‌های ارتباطی برای افزایش کنترل نخبگان بر ثروت و تولید تأکید دارند (بحث هژمونی فرهنگی و نظارت جامعه) و به نقش ارتباطات رسانه‌ها در کاهش محدودیت زمان و مکان و توسعه عقلانیت در جامعه توجه می‌کنند. برخی بر این باورند که ویژگی‌های ساختاری انسان‌های جدید، با توسعه آشکال جدید ارتباطات، موجب تغییرات اجتماعی گریزناپذیری می‌شوند. محققان حوزه تغییرات اجتماعی از دهه ۶۰ به بعد، تبدیل جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی را موضوع کار خود قرار دادند. در همین راستا نظریه‌پردازان انتقادی، موضوع تأثیر تغییرات تکنولوژی بر آزادی‌خواهی سیاسی و جامعه درونی را مطرح می‌کنند. بنابراین، تفکر جامعه‌شناختی با تغییرات اجتماعی ناشی از توسعه تکنولوژی، موضوع باسابقه‌ای است که ورود اینترنت، به‌عنوان یک توسعه فنی در این ادبیات، مسائل مختلفی را مطرح می‌سازد.

از نظر رویکرد مارکسیستی، «قدرت رسانه» و «برابری و نابرابری» و «دسترسی به رسانه»، موضوعات درخور توجهی هستند. برخی نظریه‌پردازان مارکسیستی مانند «برداک» و «بولدینگ» تلاش کردند توسعه تکنولوژیک را در ارتباط با نظام اقتصاد سرمایه‌داری، مطالعه کنند. «اندرسون» در همین سنت، مسئله نابرابری دسترسی به اینترنت را مطرح می‌کند. «ویکسون» میان دسترسی رسمی مؤثر و دسترسی رسمی، تفاوت قائل است. دسترسی مؤثر، زمانی است که افراد، مهارت استفاده از آن امکانات و فضای مجازی را دارند، در حالی که دسترسی رسمی، فقط امکان مرتبط شدن را بدون مهارت فراهم می‌آورد.

۱. چندرسانه‌ای‌ها (multimedia) و ابررسانه‌ها (Hypermedia) به پخش هم‌زمان فیلم و صدا می‌پردازند.

تمرکز دیدگاه «دورکیم»، بر تأثیر اینترنت بر روابط اجتماعی است. در این راستا تحقیقات مفصلی صورت گرفته که دو گرایش متفاوت فکری، به وجود آورده است: یک دیدگاه، آن است که اینترنت تأثیر بسیار منفی بر روابط واقعی و سرمایه‌ای اجتماعی می‌گذارد. دیدگاه مقابل آن، بر این باور است که میان فضای مجازی و روابط ناشی از این فضا، تفاوتی وجود ندارد.

تفاوت در تأثیر اینترنت و مقایسه با سایر رسانه‌ها در اثربخشی روابط اجتماعی و سرمایه اجتماعی، نهضت ارتباطات از طریق کامپیوتر با ارتباطات چهره به چهره و... از مسائل مهم توجه به تأثیر اینترنت بر روابط اجتماعی محسوب می‌شوند. از طرفی، دیدگاه نظریه‌پردازانی چون «هابرماس» به سطح عمل اینترنت می‌پردازد. مسائلی چون تأثیر اینترنت بر جامعه مدنی، افزایش آگاهی‌های سیاسی و اجتماعی و حکمرانی الکترونیکی، مهم‌ترین مسائل مطرح در این دیدگاه هستند. (پاک‌سرشت، ۱۳۸۴)

تحولات تکنولوژیک موجب افزایش بی‌نظیر سرعت گردش اطلاعات، کاهش چشمگیر هزینه، کاهش فاصله زمانی و مکانی و پیدایش بازار جهانی و ... شده است.

از سوی دیگر، تحولات فناوری، موجب تفکیک هرچه بیشتر پروسه تولید به اجزای کوچک‌تر و تبدیل تولید انبوه به اشکال و الگوهای انعطاف‌پذیرتر شده که تعمیق و گسترش بیشتر تقسیم کار بین‌المللی را میسر ساخته است. تقسیم کار در عصر پیش از جهانی شدن، تقسیمی کم‌بیش ساده بود که در آن، تخصص کشورهای توسعه‌یافته، تولید کالا و مصنوعات صنعتی و تخصص کشورهای در حال توسعه، تولید و تأمین مواد خام و محصولات کشاورزی مورد نیاز کشورهای توسعه‌یافته و تأمین بازار برای برخی از محصولات آنها بود. روند جهانی‌سازی، این الگو را دگرگون ساخت و قطب‌های جدید صنعتی و مهم‌تر از آن، اقتصاد متکی بر اطلاعات و دانش پدید آورد. در این الگو، عامل اطلاعات و دانش، نقش عمده را در تأمین رشد اقتصادی دارد. به عبارت دیگر، تحولات فناوری و جهانی‌سازی موجب شده است عامل اصلی تولید ثروت، از دسترسی به زمین و مواد اولیه و تولیدات صنعتی، به عامل اطلاعات و دانش منتقل گردد. (زمانی، ۱۳۸۴: ۲۵ - ۲۳)

افزون بر این، رشد تحولات فناوری، به‌ویژه افزایش سرعت و توسعه شبکه حمل‌ونقل، افزایش گردش اطلاعات و گسترش وسایل ارتباط جمعی، موجب همگرایی فرهنگی، تشابه

الگوهای مصرف و پیدایش فرهنگی جهانی شده است که هر یک جهانی شدن اقتصاد را تسهیل و ترغیب می‌کنند و هم‌زمان از آن تأثیر می‌پذیرند. شبکه‌های ماهواره‌ای، به‌عنوان یکی از رسانه‌های مهم در نفوذ پدیده جهانی شدن، نقش مؤثری در جهانگیر کردن فرهنگ مصرفی برخاسته از فرهنگ آمریکایی داشته‌اند. (Smith, 1998: 215)

تأثیر تکنولوژی جدید، از اقتصاد فراتر رفته و همه جنبه‌های روزمره زندگی را فراگرفته است. اکنون همان تکنولوژی را که موجب جهانی شدن اقتصاد شد، افراد و جامعه مدنی در زندگی روزمره به کار می‌گیرند. با گسترش اینترنت و ایمیل، کاهش هزینه خدمات تلفنی، وجود تلفن موبایل و گسترش کنفرانس‌های الکترونیکی، دنیا به‌شدت به هم مرتبط شده است. این تحولات همراه با رشد و گسترش بی‌سابقه تجارت بین‌المللی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، گردش سرمایه مالی، رشد شرکت‌های فراملی و تحولات ساختار تولید، موجب پیدایش پارادایم جهانی سازی شده است. (زمانی، ۱۳۸۴: ۲۶)

ابزار و وسایل ارتباطی، در کمرنگ کردن مرزها و شکل‌گیری فرهنگ‌های فراملی و فرامحلی بسیار مؤثر بوده‌اند؛ همان‌گونه که در مقاطعی از تاریخ، استفاده از کاغذ، چرخ و جاده‌ها موجب حرکت در مسیری شد که «آنتونی گیدنز» آن را جدایی «زمان از مکان خاص» نامید. (Giddens, 1990: 21) توان و قابلیت این ابزار، موجب تسریع ارتباطات و نزدیک شدن فاصله‌ها شد؛ به‌طوری که از یک‌سو توانایی دولت‌ها را برای تسلط بیشتر بر مناطق حاشیه‌ای و افزایش قدرت خویش بالا برد و از سوی دیگر، انحصار دولت‌ها در انباشت اطلاعات و مدیریت آن شکسته شد و دولت‌ها نیز از امتیازی که به این جهت از آن بهره می‌بردند، محروم شدند. این رویداد با ویران کردن نظام سلسله‌مراتبی، قدرت را میان بازیگران فردی و جمعی بسیاری توزیع کرده است. «کیم اومائه» در این خصوص می‌گوید:

ما اکنون در جهانی بدون مرز زندگی می‌کنیم که در آن دولت ملی به صورت افسانه درآمده و سیاست‌مداران هر نوع قدرت مؤثری را از دست داده‌اند. (گیدنز، ۱۳۷۸: ۳۴)

زیست‌جهان انسان اجتماعی، از زمان آفرینش آدمی، به‌شدت به زمان و مکان مقید بوده

است. ساختار فضازمانی، زندگی اجتماعی و چگونگی کنش اجتماعی و روابط اجتماعی فرد را مشخص می‌کند. در روابط اجتماعی و شکل‌گیری هویت‌ها، اصل جغرافیامحوری عاملی تعیین‌کننده محسوب می‌شود. امکان برخورداری از هویت‌های مختلف برای افراد وجود داشت، اما این هویت‌ها همگی واقعی و براساس ویژگی‌های حقیقی افراد بود. در حالی که در فضای مجازی، زمان و فضا دچار تغییر و تحول و فواصل مکانی و جغرافیایی کاملاً بی‌معنا شده‌اند. زمان نیز به واسطه ارتباطات آنی و لحظه‌ای، از معنای قبلی جدا شده و در نهایت، حس تحرک بی‌سابقه‌ای را به فضای اجتماعی تزریق کرده است.

حس تحرک بدان معناست که در این فضا امکان تغییر طبقه، نژاد و جنسیت برای افراد وجود دارد. فرد در لحظه‌ای آنی می‌تواند جنس، نژاد و طبقه اجتماعی خود را پنهان سازد و با ویژگی‌های جدید کاذب جنسیتی و نژادی، هویتی تازه برای خود تعریف کند و براساس آن با هویت‌های واقعی یا مجازی دیگر تعامل کند. در این چارچوب، گذر زمان و قرار گرفتن‌های متعدد فرد در این فضا و تعامل با هویت مجازی، موجب می‌شود این هویت در او نهادینه گردد و فرد، آن را یکی از هویت‌های واقعی خود، همچون هویت‌های خود در جهان واقعی، بپندارد. (نورمحمدی، ۱۳۸۸: ۳۱)

خدمات پیام‌رسانی الکترونیکی (رایانه‌ای) نیز نوعی ارتباط را بنا نهاده است که فرهنگ نگارش با دست و چاپ را واژگون می‌کند. انواع مختلف ادارات پست الکترونیکی^۱ نیز در زمره خدمات پیام‌رسانی رایانه‌ای قرار دارند. در ادارات پست الکترونیکی، افراد می‌توانند با به‌دست آوردن نشانی افراد دیگر (به‌ویژه غریبه‌ها) از طریق اینترنت با آنها ارتباط برقرار کنند و بی‌آنکه ایشان را دیده باشند، برایشان اطلاعات یا پیام‌هایی ارسال کنند. این شیوه اطلاع‌رسانی، سبب پرورش انسان‌های خیال‌پرداز، بازیگوش و منزوی می‌شود.

مذاکرات رایانه‌ای (چت)، نوع دیگر از ارتباطات فراهم‌شده از طریق نگارش رایانه‌ای است که در آن، می‌توان اطلاعات و اخبار زیادی را رد و بدل کرد. در این مورد، نوشته دیجیتالی جایگزین چاپ نمی‌شود، بلکه جای ملاقات‌های رودررو و ارتباط‌های شفاهی را می‌گیرد.

1. E-mail.

مذاکرات رایانه‌ای، لزوم تجمع اشخاص را در یک زمان و مکان، برطرف می‌سازد. حتی امروزه بسیاری از گردهمایی‌های هم‌زمان نیز با استفاده از این شیوه صورت می‌گیرد. (پاستر، ۱۳۷۷: ۱۳۴ - ۱۳۰)

سلسله‌مراتب اقتدار و لایه‌لایه شدن جامعه بر اثر آن، که از عوامل اصلی تبعیض‌ها و توزیع نامتناسب دانش و معلومات و تشریک مساعی در تصمیم‌ها (از طریق شکستن محدودیت‌های جغرافیایی) به‌شمار می‌رفت، اکنون از طریق رسانه‌های جهانی و اینترنت شکسته شده است و انسانی که تاکنون در کشور و پایتخت خود، بیگانه به‌شمار می‌رفت و نادیده گرفته می‌شد، با شبکه‌های اطلاعاتی وسیع در دورافتاده‌ترین نقاط جهان، می‌تواند از اطلاعات جهان آگاه شود و با بسیاری از مراکز مردمی و مدنی مشارکت کند. جهانی شدن حتی موجب عمیق‌ترین تحولات اجتماعی و سیاسی شده است؛ به‌طوری که روند آن، همگام با اطلاع‌رسانی به مردم، در جوامعی که زمانی محدود و بسته بودند، باعث سرنگونی دیکتاتورهای بسیاری گردیده است. جهانی شدن، هم‌زمان عواقب و تاوان‌هایی نیز به بار آورده است؛ از جمله نابودی برخی فرهنگ‌های بومی و گوناگونی‌های آنها، آسیب‌پذیری بیشتر جوامع فقیر و کمتر توسعه‌یافته در مقابل بحران‌های آن و نبردهای جدید فرهنگی. (احمدی علی‌آبادی، ۱۳۸۶) در نهایت، باید یادآور شد که پذیرش نقش تعیین‌کننده تحولات فناوری، به‌معنای جبر تاریخی تکنولوژی نیست.

ویژگی‌های فضای مجازی

ویژگی‌های منحصربه‌فرد و متمایزکننده فضای مجازی عبارتند از:

۱. دیجیتال بودن: اینترنت بر اعداد و منطق ریاضی مبتنی است. از این رو، تغییر و دخالت در این فضا، طبق خواست کاربر، کاملاً ممکن می‌شود. بر این اساس، کاربر با تغییر در رنگ‌ها و انتخاب فضای کار در اینترنت، خواست و علایق خود را اجرا می‌کند. به این ترتیب، وی بدون دغدغه خاطر می‌تواند از این فضا استفاده کند، از همین رو تعداد کاربران اینترنتی با توجه به تفاوت‌های فرهنگی، اعتقادی، قومی، نژادی و... چشمگیر است.
۲. حافظه مجازی: مهم‌ترین ویژگی اینترنت، آزادی انتشار اطلاعات است. حافظه مجازی

اینترنت این فرصت را فراهم کرده است که انباشتی از اطلاعات در این فضا داشته باشیم. این مسئله در تناقض با سیاست محدودسازی قرار دارد. اینترنت ضد سانسور است و امکان دسترسی به هر نوع اطلاعاتی در آن فراهم است.

۳. **تعاملی بودن:** اینترنت یک رسانه دوطرفه است؛ به این معنا که در این فضا تولیدکننده متن و در ادامه امر تولید، مصرف‌کننده آن، با هم در ارتباطند و از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند. تعاملی بودن، این فرصت را برای کاربران اینترنتی فراهم می‌کند که همواره فرصت دخالت دادن آرا و نظریات خود را داشته باشند و از نظریات دیگران نیز مطلع شوند.

۴. **فرامتن بودن:** به این معناست که هر صفحه از اینترنت، در خود، صدها لینک به دیگر صفحات اینترنتی دارد؛ یعنی کاربر، قدرت گزینش و انتخاب بسیاری دارد و با وارد شدن به این فضا و قرار گرفتن در یک موقعیت خاص، به راحتی می‌تواند از آن صفحه خارج، و وارد فضای جدیدی شود. این امکان را لینک‌های موجود در صفحه، به او می‌دهند.

۵. **واقعیت مجازی:** کاربر می‌تواند محدودیت‌های دنیای واقعی خود را در فضای اینترنت جستجو کند، اما بدون مرزهای دنیای واقعی. شکل‌گیری شخصیت‌های اینترنتی در شهرهای اینترنتی به معنای شکل‌گیری دنیای جدید است که از دنیای واقعی ریشه می‌گیرد. امکانات ویژه این فضا یک واقعیت مجازی را شکل داده است؛ واقعیتی که در دنیای واقعی معنایی ندارد، اما در حیطه اینترنت به خوبی عمل می‌کند و ناخواسته نتایجی نیز در دنیای واقعی به جا می‌گذارد.

۶. **غیرمرکزی بودن:** هیچ مرز و حکومتی، بر فضای اینترنتی حاکم نیست. به همان میزان که یک نوجوان آمریکایی در دسترسی به اینترنت آزاد است، یک نوجوان ایرانی نیز از همین حق برخوردار است. (نورمحمدی، ۱۳۸۸: ۳۵ - ۳۱)

مباحث اخلاقی تکنولوژی‌های مدرن

تردیدی نیست که ما تکنولوژی جدید را بیشتر خودخواهانه به کار می‌بریم و برای بهره‌مندی فوری از آن در زمینه پیشرفت اقتصادی، محیط زندگی خود را به صورت یک بشکه باروت درآورده‌ایم. قدرت تکنولوژیکی ما روزبه‌روز افزایش می‌یابد، ولی آثار جانبی و مخاطرات بالقوه آن نیز روزبه‌روز بیشتر می‌شود.

پیچیدگی‌های تکنولوژی و پتانسیل آن برای تصادم با جامعه، باعث سردرگمی و ترس از تکنولوژی شده است. تکنولوژی آن قدر پیشرفت کرده و پیچیده شده است که بعضی افراد، از مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها برای به‌کارگیری تکنولوژی جدید، خودداری می‌کنند؛ زیرا احساس می‌کنند فاقد بینش لازم برای پاسخ‌گویی به سؤالات مقتضی هستند.

باید باور کنیم که توسعه‌دهندگان تکنولوژی، از همه ابعاد تأثیر محصولاتشان آگاه نیستند. در بسیاری از موارد، آثار منفی تکنولوژی، خود توسعه‌دهندگان تکنولوژی را نیز متعجب می‌کند. با تجزیه و تحلیل برخی تجربیات استفاده از تکنولوژی‌های مدرن، می‌توان مواردی را نام برد که بیشتر مشکلات متداول را پوشش می‌دهند. حتی اگر تکنولوژی‌های جدید باعث مباحث اخلاقی جدید شوند، تجربه تاریخی می‌تواند به ما کمک کند که حوزه مشکلات متداول را مشخص کنیم. برخی از مهم‌ترین این مشکلات عبارتند از:

۱. اشاعه و استفاده از اطلاعات: بیشتر تکنولوژی‌های جدید، الگوهای جدیدی را برای انتشار اطلاعات به همراه دارند. کامپیوتری شدن ثبت اطلاعات که از سال ۱۹۷۰ آغاز شده، دسترسی به اطلاعات را افزایش داده است. اگرچه انتشار اطلاعات و دسترسی به اطلاعات آزاد، نکته مثبت تلقی می‌شود، پیامدهای منفی آن نیز از نظر اخلاقی باید تجزیه و تحلیل شوند. استفاده از اینترنت برای پخش و انتشار اطلاعات، جرم و خشونت را آسان ساخته است که از نظر اخلاقی باید آن را ریشه‌یابی کرد.

۲. کنترل، نفوذ و قدرت: در مورد اینکه چگونه تغییرات تکنولوژیکی، به تغییرات در توزیع کنترل و نفوذ می‌انجامد، شواهد تاریخی بسیاری وجود دارد. این سؤال که آیا اینترنت بر دموکراتیزه کردن جوامع تأثیری دارد یا نه، موضوع مناقشه است. آیا تکنولوژی اطلاعات در آزادسازی جوامع تأثیر مثبت دارد یا نه و چقدر احتمال دارد که باعث تثبیت قدرت سلسله‌مراتبی شود؟ همچنین درباره اهمیت دسترسی به تکنولوژی، به‌عنوان منبعی برای تحصیلات و قدرت رقابتی، مباحثی وجود دارد. اقدامات حقوق بشر، بحث دسترسی نابرابر به اینترنت و کامپیوتر را مطرح کرده است. اخیراً نیز درباره اینکه نابرابری در دسترسی به کامپیوتر و اینترنت، باعث نابرابری در تحصیلات و بازار کارگران شده، بحث‌هایی شده است.

۳. تأثیر بر الگوهای تعامل اجتماعی: تکنولوژی‌های ارتباطات مثل تلگراف، تلفن، رادیو،

تلویزیون و اینترنت، بر روش‌هایی که افراد با یکدیگر تعامل می‌کنند، ملاقات می‌کنند یا ارتباط برقرار می‌کنند، اثر می‌گذارد. به نظر می‌رسد روند عمومی در توسعه‌های اخیر، ارتباطات ارزان و آسانی را فراهم کند، لذا تمایل به ارتباطات رسانه‌ای برای جایگزین کردن تماس‌های رودررو وجود دارد. دیگر تغییر مهم، تعامل به‌وسیله تلفن همراه است و کار از طریق رایانه که در خانه انجام می‌شود و روابط همکاران را تغییر می‌دهد.

۴. حریم خصوصی: به نظر می‌رسد یکی از پیامدهای ابزارهای پیشرفته در شناسایی و جمع‌آوری انواع اطلاعات درباره اشخاص و فضاهای خصوصی، این است که جایی که افراد ممکن است آزاد باقی بمانند، تهدید می‌شوند. دوربین‌های جستجوگر، شکل متداول محیط‌های شهری شده است و ابزارهای الکترونیکی پیشرفته، مثل تکنولوژی دقیق بیومتریک، کارت‌های هوشمند و انواع مختلفی از دستگاه‌های پیشرفته، کارفرمایان را قادر ساخته است که بر جزئیات کار کارگران نظارت داشته باشند.

۵. روابط بین‌الملل: تکنولوژی‌های جدید، بیشتر اوقات روابط بین‌الملل را تغییر می‌دهند؛

به‌ویژه جهان در حال توسعه و توسعه‌یافته را.

۶. اثرگذاری بر ارزش‌های انسانی: شواهد زیادی درباره تأثیر توسعه تکنولوژیکی بر روش

زندگی ما وجود دارد؛ روشی که ما با آن، خودمان را و اصول و ارزش‌های روحی‌مان را درک می‌کنیم. توزیع وسیع اینترنت و دیگر رسانه‌های گروهی، ممکن است بر ارزش‌هایمان اثر بگذارد. (علی‌پور، ۱۳۸۹)

نتیجه

جهانی‌شدن در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نتایجی به بار آورده که تاکنون سابقه نداشته است. این پدیده، عمیق‌ترین تحولات اجتماعی و سیاسی را نیز موجب شده است. یکی از مهم‌ترین شاخص‌های این فرایند، ارتباطات و فناوری‌های ارتباطی است که به موازات سایر کشورها، شاهد رشد این فناوری‌ها در ایران نیز هستیم. ترقی این شاخص در ایران پس از انقلاب اسلامی در قیاس با گذشته، نشان‌دهنده تأثیر مثبت انقلاب اسلامی در جهانی‌شدن ایران است.

در حال حاضر، ایران در مرحله‌ای است که باید بیش از گذشته و به سرعت به سمت استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی روی آورد و با ایجاد و راهبری پدیده‌های نوین فناوری در راه توسعه کشور و در تمام عرصه‌های جامعه، از آنها برای بهبود وضعیت سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی کشور بهره گیرد، تا بتواند در افق پیش‌بینی شده سال ۱۴۰۴، قدرت اول در منطقه شود و در تعادل وضعیت جهانی، نقش فعال‌تر و مؤثرتری ایفا کند. با توجه به دیدگاه‌های موافقان و مخالفان، ایران زمانی می‌تواند در فضای جهانی شدن توفیق یابد که از حالت انفعالی در مقابل این پدیده خارج، و به صورت فعال با آن روبه‌رو شود. در یک حالت تعاملی، اثرگذاری و اثرپذیری، هم‌زمان رخ می‌دهد و اگر به امکانات رقابتی سازمان‌های خود آگاه باشیم، از روابط متقابل با مجموعه کشورها حداکثر بهره‌برداری را خواهیم کرد.

کسانی که جهانی شدن را تهدید می‌پندارند، پیش‌فرض ناگفته‌شان این است که ما هیچ نقطه قوتی نداریم که در عرصه جهانی مطرح سازیم و این اندیشه‌ای ناصواب و تفکری نادرست است. ما می‌توانیم با اتکا به دانش و قدرت خلاق جامعه جوان کشور و امکانات وسیع نیروی انسانی و منابع زیرزمینی و شرایط متنوع جغرافیایی، در صحنه جهانی اثرگذار باشیم و از این فرصت برای معرفی و شناسایی کشور و توانمندی‌ها و قدرت‌های بالقوه آن استفاده کنیم. ایرانیان در عرصه‌های جهانی، همواره حضوری شاخص و درخشان داشته‌اند و در عرصه جهانی شدن نیز اگر سنجیده گام بردارند، بی‌شک توفیق نصیبشان خواهد شد. گوشه‌گیری و انزوا و زندگی جزیره‌ای، توسعه و گسترش را در پی نخواهد داشت، لذا باید مجدانه به قلمروهای جهانی وارد شویم و از شکست‌ها و ناکامی‌های احتمالی نهراسیم، بلکه با امید به آینده روشن تلاش کنیم و بدانیم با سعی و اهتمام، به آرمان‌های خود دست خواهیم یافت.

منابع و مأخذ

۱. احمدی علی‌آبادی، کاوه، ۱۳۸۶، *جهانی‌شدن و تأثیر آن بر فرهنگ، دین و اخلاقیات*، Bashgah.net، باشگاه اندیشه، ۱۳۸۶/۱۰/۴.
۲. اکبری، کرامت‌الله، ۱۳۸۱، «اولین کنفرانس بین‌المللی توسعه الکترونیک و فناوری اطلاعات»، *مجموعه مقالات*، دانشگاه شیراز، ۷ تا ۹ آبان ۱۳۸۱.

۳. امیرپناهی، محمد، ۱۳۸۷، «جهانی شدن و فرهنگ»، *روزنامه کیهان*، ۱۳۸۷/۵/۶.
۴. بی‌نا، ۱۳۷۸، *اولین گزارش ملی توسعه انسانی جمهوری اسلامی ایران*، تهران، سازمان برنامه و بودجه.
۵. بی‌نا، ۱۳۸۲، *ویژه‌نامه کتاب سال جمهوری اسلامی ایران*، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۶. پاستر، مارک، ۱۳۷۷، *عصر دوم رسانه‌ها*، ترجمه غلامحسین صالحیار، تهران، مؤسسه ایران.
۷. پاک‌سرشت، سلیمان، ۱۳۸۴، «اینترنت و سبک زندگی فراغتی جوانان»، در: فرزانه محسنی فرد، ۱۳۸۴، «جهان فرهنگی کاربران اینترنت در ایران»، *پگاه حوزه*، شماره ۱۶۶.
۸. پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، www.dolat.ir، ۱۳۹۰/۷/۱۳.
۹. توسلی، غلام‌عباس، ۱۳۸۱، «جهانی شدن و تأثیر آن در ایران»، *مجله باور*، دوره جدید شماره ۱۱، شهریور ۸۱.
۱۰. توسلی، مجید، ۱۳۸۶، «پدیده‌ای به نام جهانی شدن»، *پرسمان*، تیر ۱۳۸۶، شماره ۵۸.
۱۱. حجازی، آرش، ۱۳۸۲، «مقایسه چند ترجمه از جلد پنجم هری پاتر»، *مجله جشن کتاب*، بهمن ۸۲، شماره ۴.
۱۲. خبرگزاری اقتصادی ایران (اکنونوز)، www.econews.ir، ۱۳۸۸/۰۸/۲۶.
۱۳. خبرگزاری ایستنا، www.ictna.ir، ۱۳۹۰/۶/۲۵.
۱۴. خبرگزاری آی‌سی‌تی پرس: www.ictpress.ir، ۱۳۸۹/۶/۳۱.
۱۵. خبرگزاری تابناک، ۱۳۹۰/۵/۴.
۱۶. خبیری، کابک، ۱۳۸۲، «جهانی شدن، فرهنگ و دموکراسی»، در *مجموعه مقالات فرهنگ در عصر جهانی شدن، چالش‌ها و فرصت‌ها*، محمد توحیدفام، تهران، انتشارات روزنه.

جهانی شدن و فناوری‌های ارتباطی در ایران پس از انقلاب اسلامی □ ۱۵۹

۱۷. رابرتسون، رونالد، ۱۳۸۰، *جهانی‌شدن: تئوریهای اجتماعی و فرهنگ جهانی*، تهران، نشر ثالث.

۱۸. رجایی، فرهنگ، ۱۳۷۹، *پدیده جهانی‌شدن وضعیت بشری و تمدن اطلاعاتی*، ترجمه عبدالحسین آذرنگ، تهران، نشر آگاه.

۱۹. زمانی، هادی، ۱۳۸۴، *ایران: فرصت‌ها و چالش‌های جهانی‌شدن*، بی‌جا، انتشارات بال.

۲۰. سلیمی، حسین، ۱۳۷۹، *فرهنگ‌گرایی، جهانی‌شدن و حقوق بشر*، تهران، مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.

۲۱. _____، ۱۳۸۶، «دین‌داری در عصر جهانی‌شدن»، *باشگاه اندیشه*، ۱۳۸۶/۶/۳۱، [.Bashgah.net](http://www.Bashgah.net)

۲۲. علی‌پور، وحیده، ۱۳۸۹، «ارزیابی اخلاقی تکنولوژی‌های نوین ارتباطی»، سایت مرکز تحقیقات رسانه‌ای همشهری، ۱۳۸۹/۵/۸.

۲۳. کمیسیون ملی یونسکو، ۱۳۷۹، *گزارش جهانی فرهنگ سال ۱۹۹۸*، تهران.

۲۴. گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۷، *پیامدهای مدرنیت*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، مرکز.

۲۵. _____، ۱۳۷۸، *راه سوم، بازسازی سوسیال دموکراسی*، ترجمه منوچهر صبوری کاشانی، تهران، انتشارات شیرازه.

۲۶. لک‌زایی، نجف، ۱۳۸۱، «نسبت جهانی‌شدن و حکومت جهانی»، *باشگاه اندیشه*، ۱۳۸۱/۱۲/۱، [.Bashgah.net](http://www.Bashgah.net)

۲۷. محسنیان‌راد، مهدی و همکاران، ۱۳۷۲، «نگاهی به مطبوعات ایران در مقایسه‌های جهانی»، *فصلنامه رسانه*، سال چهارم، شماره ۴، زمستان ۷۲.

۲۸. محسنیان‌راد، مهدی، ۱۳۸۲، *ارتباط‌شناسی*، تهران، نشر سروش.

۲۹. نش، کیت، ۱۳۸۲، *جامعه‌شناسی سیاسی معاصر: جهانی‌شدن، سیاست و قدرت*، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران، نشر کویر.

۳۰. نصر، سیدحسین، ۱۳۸۵، «اسلام، مسلمانان و تکنولوژی مدرن»، ترجمه محمدرضا امین،
پگاه حوزه، ۱۳۸۵/۴/۳، شماره ۱۸۵.
۳۱. نقیب‌السادات، سیدرضا، ۱۳۸۲، «بزارهای جهانی سازی»، *ماهنامه زمانه*، سال دوم،
شماره ۱۰، تیر ۱۳۸۲.
۳۲. نورمحمدی، مرتضی، ۱۳۸۸، «چالش فرهنگ و هویت در فضای مجازی»، *پگاه حوزه*،
شماره ۲۶۱.
۳۳. واترز، مالکوم، ۱۳۷۹، *جهانی شدن*، ترجمه اسماعیل مردانی و سیاوش مریدی، تهران،
سازمان مدیریت صنعتی.
۳۴. وبستر، فرانک، ۱۳۸۰، *نظریه‌های جامعه اطلاعاتی*، ترجمه اسماعیل قدیمی، تهران،
انتشارات قصیده سرا.
۳۵. همشهری آنلاین، www.hamshahrionline.ir، ۱۳۹۰/۷/۳.

36. Clark, John, 1997, *Globalization and fragmentation*, oxford university press.
37. Giddens, Antony, 1990, *The Consequences Of Modernity*, Cambridge, London, polity press,
38. Meyer, Anna & Katrina Geschiere, 1999, *globalization and Identity*, Oxford, Blackwell,
39. Robertson, Robert, 1992, *globalization: social Theoty & Global culture*, London, sage,
40. Schaffer, Robert, 1997, *Understanding Globalization: The Social Consequences of political, Economic and Environmental change*, USA, lanham, Maryland, Rowman and littlfield,
41. Schoite, Jan, 2000, *Globalization, A Critical Introduction*, USA, palgrave,
42. Smith, Albert, 1998, *Nationalism and Mondernism*, London, Routledge.
43. Unesco, 1987, *statistical Year book*, united nations education scientitic Organization, London.