

نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌گیری ارتباطات بین‌فرهنگی (در ایران)

حسنا کاظمی نجف‌آبادی*

سیدوحید عقیلی**، علی دلاور***

چکیده

تحقیق حاضر درمورد نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌گیری ارتباطات بین‌فرهنگی (در ایران) است که در آن با روش مطالعه کتاب‌خانه‌ای و اسنادی و ابزار فیش‌برداری به بررسی اهمیت و تأثیرات این شبکه‌ها و شکل‌گیری و تغییرات ارتباطات بین‌فرهنگی در این فضا پرداخته شده است. باتوجه به پیشینه تحقیق و نظریاتی که مطرح شده و تحقیقاتی که انجام گرفته است، مشخص شد که ارتباط‌گیری در فضای مجازی بدون پذیرش فرهنگ و پذیرش فرهنگ‌ها بدون در نظر گرفتن آداب و رسوم، عقاید، و در نهایت به وجود آمدن فرهنگی مشترک امکان‌پذیر نیست. ارتباطات بین‌فرهنگی در این فضا معمولاً در جهت جذب فرهنگ‌ها یا حداقل اثرپذیری از فرهنگ‌های دیگر شکل می‌گیرد. این ارتباطات قطعاً بر روابط ملت‌ها، مسائل سیاسی و اقتصادی و اجتماعی، و توسعه یا پسرفت آن‌ها نیز اثرگذار است. در پایان، نتیجه‌گیری و پیش‌نهادهای لازم مطرح می‌شود.

کلیدواژه‌ها: شبکه اجتماعی مجازی، ارتباطات بین‌فرهنگی.

* دانشجوی دکتری ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات (نویسنده مسئول)
kazemi2570@yahoo.com

** دانشیار علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، دانشکده ارتباطات و مطالعات رسانه
Seyed_vahid_aqili@yahoo.com

*** استاد روان‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبایی،
delavarali@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۱۵، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۲/۱۲

۱. مقدمه

مفهوم فرهنگ جزء جدایی ناپذیر تفکر در علوم اجتماعی است. می توان گفت برای تفکر درباره وحدت همراه با تنوع بشریت، به صورتی متفاوت با زیست شناسی، این مفهوم مورد نیاز علوم اجتماعی است. به نظر می رسد این مفهوم رضایت بخش ترین پاسخ را به پرسشی که درباره تفاوت موجود میان ملت ها مطرح است ارائه می کند. انسان اساساً موجودی فرهنگی است. امروزه مفهوم فرهنگ در معنای وسیع آن، که به الگوهای زندگی و تفکر بازمی گردد، به اندازه کافی پذیرفته شده است. مطالعه دقیق تلاقی فرهنگ ها نشان می دهد این تلاقی به اشکال بسیار گوناگون صورت می گیرد و متناسب با شرایط تماس به نتایجی بی نهایت متفاوت می انجامد. فرهنگ پذیری نه به عنوان پدیده ای تصادفی با پی آمدهای ویران گر بلکه به عنوان صورت هایی عادی از تحول فرهنگ هر جامعه ظاهر می شود (کوش ۱۳۸۱: ۵-۹). تلاقی فرهنگ ها فقط میان جوامع کلی صورت نمی گیرد، بلکه میان گروه های اجتماعی متعلق به جامعه ترکیبی نیز رخ می دهد. فرهنگ، خواه در قلمرو سیاست باشد و خواه مذهب و خواه در یک بنگاه و خواه در مورد مهاجران، خود را آمرانه تحمیل نمی کند. فرهنگ هم چون ابزاری پیش پا افتاده و عادی قابل دست کاری نیست، بلکه به فرایندی بی نهایت پیچیده و غالباً ناخود آگاه مرتبط است. از آن جاکه مفهوم ارتباطات بین فرهنگی پس از جنگ جهانی دوم در ایالات متحده و دانشگاه های آن مطرح شد، این مفهوم اهمیت بیش تری پیدا کرد.

۲. طرح مسئله

زندگی صنعتی امروز موجب شده است انسان ها برای رهایی از قالب خشک و سخت آن به ابزارهای مختلفی رجوع کند تا بتوانند در گیرودار چرخ های صنعت هر روز پرسرعت تر از قبل به حرکت درآیند. در حال حاضر، شبکه های اجتماعی (social network) سکان دار اقیانوس پرتلاطم اینترنت هستند. شبکه هایی که با اجتماع گرایی مجازی نقش اساسی در معادلات رسانه ای جهان بازی می کنند. فضای مجازی بسته به ساخت های اجتماعی شکل می یابد و رشد فناوری، هم گرایی رسانه ای، و مسائل مربوط به آن در شرایط اجتماعی گوناگون برون داد های متفاوت داشته است. ارتباطات و فرهنگ، گرچه دو مفهوم متفاوت هستند، به طور مستقیم به یکدیگر پیوسته اند. این دو واژه چنان به هم پیوسته اند که بعضی از انسان شناسان معتقدند تقریباً مترادف اند. هم چنان که اسمیت می گوید: «هرگاه مردم بر

یک‌دیگر تأثیر متقابل می‌گذارند، ارتباط نیز برقرار می‌کنند. آن‌ها باید برای زندگی در جوامع و حفظ فرهنگشان ارتباط برقرار کنند» (Smith 1999). شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند فیسبوک، تلگرام، اینستاگرام، و امثال آن، که امکان آشنایی افراد از فرهنگ‌های مختلف با زبان و قومیت مختلف را فراهم می‌آورد، در ارتباطات بین‌فرهنگی اهمیت به‌سزایی دارد و از آن‌جاکه در ایران استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی فراگیر است این شبکه‌ها منبع بااهمیتی برای ارتباطات بین‌فرهنگی ایرانیان محسوب می‌شود. با توجه به این‌که عصر امروز عصر ارتباطات و فضای مجازی است، ارتباط‌گیری در این فضا بدون پذیرش فرهنگ‌ها و پذیرش فرهنگ‌ها بدون در نظر گرفتن آداب و رسوم، عقاید، و در نهایت به وجود آمدن فرهنگی مشترک امکان‌پذیر نیست. بنابراین، مسئله اصلی این تحقیق «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات بین‌فرهنگی (در ایران)» است.

۳. اهمیت و ضرورت مطلب

گسترش فزاینده فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در سال‌های اخیر حیات بشری را در ابعاد مختلف سیاسی، اجتماعی، و فرهنگی تحت تأثیر قرار داده است. برخوردهای بین‌فرهنگی امروزه با ملاقات‌های گذشته تفاوت دارد. این برخوردها به دلیل وجود ارتباطات و تماس‌های موجود در دنیا بیش‌تر شده و از اهمیت بیش‌تری برخوردارند. ارتباطات بین‌فرهنگی هنگامی ظهور می‌کند که مردمانی با فرهنگ یا پاره‌فرهنگ‌های هویتی متفاوت به ارتباط میان خود پردازند. در این میان، فرد هنگامی نیازمند آگاهی از رازومزهای ارتباطات بین‌فرهنگی می‌شود که با نوعی حس فرهنگی خود را متمایز از دیگران ببیند. هنگامی که گروه‌هایی با پس‌زمینه‌های فرهنگی مختلف با هم ارتباط نزدیک پیدا می‌کنند، جریان فرهنگ‌پذیری آغاز می‌شود و به تغییرات فرهنگی و روان‌شناختی در هر دو گروه می‌انجامد. به دلیل پویایی فرهنگ، هم در بعد مهاجرت‌ها و جابه‌جایی‌ها و هم در بعد تحول درونی خود فرهنگ که مولد رفتارهای جدید و ارزش‌های نو است، اشکال فرهنگی پیوسته در حال دگرگونی‌اند. زمانی که یک شکل به‌طور کامل متحول می‌شود، شکل بعدی در زیر آن آغاز به شکل‌گیری کرده است و مقدر است به‌نحوی جای‌گزین آن شود. این جای‌گزینی‌ها برای فرهنگ‌هایی که ارتباط بیش‌تری با سایر فرهنگ‌ها دارند افزون‌تر است و سرعت بیش‌تری دارد. متأسفانه در کشور ایران، با این‌که این شبکه‌های اجتماعی در ارتباطات بین‌فرهنگی و شکل‌گیری فرهنگ‌های مختلف و تغییر هویت و سبک زندگی

زوج‌های ایرانی، جوانان، و به‌طور کلی مردم ایران تأثیر بسیار زیادی می‌گذارند، انگار اصل بررسی مسئله اهمیت چندانی ندارد و به مقوله‌ای عادی تبدیل شده است؛ فارغ از هر تغییری که در این دنیای مجازی رخ دهد. به همین دلیل، این موضوع حائز اهمیت است که بدانیم کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی در کشور ما، که تعدادشان هم قابل توجه است، در این فضا چگونه تحت تأثیر قرار می‌گیرند و بودن در این فضا چه تأثیراتی بر ارتباطات بین‌فرهنگی مردم ما می‌گذارد. بنابر ضرورت مسئله، موضوع تحقیق «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات بین‌فرهنگی (در ایران)» است.

۴. پیشینه تحقیق

۱. پایان‌نامه‌ای با عنوان بررسی نقش رسانه ملی در توسعه ارتباطات بین‌فرهنگی در میان اقوام ایرانی از دیدگاه صاحب‌نظران به قلم زهرا غفاری و با راه‌نمایی سیدعلی رحمان‌زاده در سال ۱۳۹۰ نگاشته شد. هدف این پایان‌نامه واکاوی و بررسی نقش رسانه ملی در توسعه ارتباطات بین‌فرهنگی در میان اقوام ایرانی است. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات پیمایشی و از نظر روش اجرا هم‌بستگی است. جامعه آماری انتخابی برای این پژوهش کلیه استادان حوزه رسانه و ارتباطات دانشکده صداوسیما در نظر گرفته شده است. نتایج تحقیق نشان داد که سیمای ملی جمهوری اسلامی ایران با طراحی، تولید، و ارائه میزگردهای فرهنگی و اجتماعی، سریال‌های دینی (مذهبی)، برنامه‌های کودک و نوجوان، ترانه و موسیقی، و گزارش‌های ورزشی همواره با در نظر داشتن اهمیت ایجاد وحدت و انسجام ملی زمینه را برای توسعه ارتباطات بین‌فرهنگی فراهم کرده است؛ و البته در ساخت سریال‌های خانوادگی موفق عمل نکرده است.

۲. پایان‌نامه‌ای با عنوان بررسی آثار ارتباطات میان‌فرهنگی زوج‌های ایرانی و فرانسوی عضو انجمن دوستی ایران و فرانسه ساکن تهران بر انگاره‌های ذهنی و کاهش حساسیت بین‌فرهنگی آن‌ها را شیمیا حکیمی مهدی‌آبادی به‌راه‌نمایی سیدمحمد دادگران و مشاوره صدیقه بران در سال ۱۳۹۰ نگاشته است. در این پایان‌نامه، با استفاده از روش پیمایش و تدوین پرسش‌نامه، آثار ارتباطات میان‌فرهنگی مدنظر بررسی شد. یافته‌های تحقیق نشان داد ازدواج‌های میان‌فرهنگی دیدگاه‌های اغلب پاسخ‌گویان را از منفی به مثبت تغییر داده یا حداقل تعدیل کرده است. هم‌چنین، مشخص شد روابط ایرانی‌ها و فرانسوی‌ها در مرحله نسبی‌گرایی قومی و پذیرش قرار دارد. هم‌چنین مشخص شد ایرانی‌ها و فرانسوی‌ها به‌اندازه

کافی از طرح‌واره‌های ذهنی یک‌دیگر آگاهی ندارند و هم‌دیگر را نمی‌شناسند، اما هر دو فرهنگ علاقه‌مند هستند که از فرهنگ دیگر شناخت پیدا کنند. براساس فرضیات تحقیق و با آزمون آن‌ها مشخص شد این دو فرهنگ نسبت به یک‌دیگر قوم‌گرایی شدید ندارند و فرهنگ دیگر را حقیر نمی‌دانند.

۳. پایان‌نامه‌ای با عنوان *بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تغییرات هویت فرهنگی کاربران (با تکیه بر دانشجویان ارشد ارتباطات تهران مرکز سال ۱۳۹۲)*، به قلم آتیه پوریچی و با راه‌نمایی صدیقه ببران و مشاوره حوریه دهقان‌شاد، در سال ۱۳۹۲ نوشته شده است. روش پژوهش، به لحاظ اجرا، پیمایشی است و ابزار موردنظر پرسش‌نامه است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییرات هویت فرهنگی کاربران هم‌بستگی معناداری وجود دارد و این شبکه‌ها بر مؤلفه‌های هویت فرهنگی کاربران از جمله دین، زبان، آداب و رسوم گذشته، و سنت‌ها تأثیرگذار هستند.

۴. پایان‌نامه‌ای با عنوان *بررسی تأثیرات جهانی شدن بر هویت ملی در ایران* را وحید شوکتی آقمانی به‌راه‌نمایی ابراهیم برزگر و مشاوره غلامرضا سروری در سال ۱۳۹۱ نگاشته است. روش مورداستفاده در پایان‌نامه مدنظر مطالعه کتابخانه‌ای، روش متاتحلیل و استفاده از روش دلفی، و رجوع به صاحب‌نظران موضوع است و درنهایت نیز یافته‌ها ارائه شده است. در نتیجه‌گیری آمده است، تحت‌تأثیر فرایند جهانی شدن، حوزه‌هایی که سابقاً به‌صورت کامل تحت کنترل حکومت‌ها قرار داشتند مانند حوزه‌های دفاعی، ارتباطات، و ... باید خود را با جریان‌ها و اصول بین‌المللی حکومت هماهنگ کنند. بر این اساس، دولت‌ها سعی می‌کنند هویت سیاسی خود را در قالب واحدهای سیاسی بزرگ‌تر مانند اتحادیه اروپا و ... تعریف کنند. به تبع این امر، یک نظام «حاکمیت جهانی» با ویژگی‌های سیاسی خاص خود در حال ظهور است که کاهش قدرت دولت - ملت را به دنبال دارد. هرچه قدر که کالای فرهنگی ایران نه تنها در خارج از ایران، بلکه حتی در داخل ایران دارای جذابیت و به‌مقتضای نیازهای زمانه باشد، می‌تواند تأثیرگذارتر باشد و به ثبات در مبانی هویت ملی منجر شود که امری مثبت خواهد بود و در حالت عکس آن نیز نفوذ فرهنگ خارجی، عمدتاً آمریکایی و اروپایی، امری غیرقابل‌انکار است.

۵. پایان‌نامه‌ای با عنوان *شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی فرهنگی جوانان (مطالعه دانشجویان دانشگاه تهران)*، به قلم محمدحسین حسینی، به‌راه‌نمایی محمدسعید ذکایی و مشاوره اردشیر انتظاری و ابوتراب طالبی، در سال ۱۳۹۵ به نگارش درآمده است.

این پژوهش با استفاده از دو روش نمونه‌گیری هدف‌مند و طبقه‌ای سهمیه‌ای، ابتدا مصاحبه‌ای نیمه‌ساخت‌یافته و سپس پیمایشی، اجرا شد. نتایج کیفی نشان داد جوانان فضای شبکه‌های اجتماعی را میدان‌هایی مجازی می‌بینند برای سرگرمی و گذران وقت، کسب اطلاعات، حفظ روابط با دوستان فعلی، یافتن دوستان قدیمی، بحث و گفت‌وگو، حفظ روابط با اعضای خانواده و فامیل، اطلاع‌رسانی و آموزش به دیگران، ابراز احساسات و عواطف، زیر نظر گرفتن دیگران، کسب پرستیژ اجتماعی، خودشناسی و بروز خودهای واقعی، آرمایی، و نمایشی. نتایج کمی نشان داد که مصرف محتوای مذهبی و مطالعه غیردرسی در بین جوانان به نسبت کم و استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین آن‌ها قابل توجه است و کاربران شبکه‌های اجتماعی را می‌توان در هشت دسته نویسنده، هنردوست، علم‌دوست، دانلودگر، خبرخوان، وب‌گرد، گفت‌وگوگر، و بازیگر از هم باز شناخت. براساس نتایج تلفیقی می‌توان گفت مصرف محتوا در سطح «حکمت قرآنی» هم‌راه با غنای معنوی و مصرف انبوه محتوا در سطح داده و اطلاعات با فقر معنوی هم‌راه است. از این رو، دانلودگران بیش‌تر از کاربران دیگر در معرض روزمرگی معنا و بحران هویت قرار دارند. این پژوهش نشان داد شبکه‌های اجتماعی مجازی با فرصت‌های متعددی که برای کاربران فراهم می‌کند آسیب‌هایی را نیز به‌هم‌راه دارند.

۶. مقاله‌ای با عنوان «محاورة اینترنتی و تأثیر آن در فرهنگ عمومی» از احمد پیش‌گام‌زاده در پاییز ۱۳۸۸ به چاپ رسیده است. در این مقاله، به تعاملات اینترنتی و قابلیت‌های رسانه‌ای آن در سه سطح شامل پست الکترونیک، گفت‌وگوی آنلاین، و شبکه‌های اجتماعی توجه شده است. این مقاله از سه منظر بر تأثیر رسانه‌های جدید مانند اینترنت بر فرهنگ عمومی تأکید دارد: الف) اینترنت، ضمن تأثیرگذاری بر رفتارهای اجتماعی، باعث تغییراتی در فرهنگ عمومی شده است؛ ب) ارتباطات اینترنتی در سطوح گوناگونی نظیر اتاق‌های گفت‌وگو، پست الکترونیک، شبکه‌های اجتماعی، و وبلاگ‌ها انجام می‌شود که از آن با نام محاورة اینترنتی یاد می‌شود؛ ج) اینترنت می‌تواند به‌منزله رسانه مجزایی مطرح شود که بر سایر رسانه‌ها تأثیر مثبت و منفی فراوانی داشته است.

۷. مقاله‌ای با عنوان «نقش وسایل نوین ارتباط‌جمعی در توسعه فرهنگی؛ موانع و راه‌کارها» از موسی کاظم‌زاده و کمال کوهی در زمستان ۱۳۸۹ به چاپ رسیده است. در این مقاله آمده است امروزه جامعه‌ای توسعه‌یافته تلقی می‌شود که بتواند درکنار توسعه شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی بر معیار آموزش و اطلاعات و درحقیقت عنصر دانایی

اجتماعی تأکید کند. در چنین جامعه‌ای، وسایل نوین ارتباط‌جمعی، با تولید و توزیع مطلوب اطلاعات، نقش زیادی در بالابردن آگاهی‌های گوناگون و ضروری به‌عهده می‌گیرند و جامعه را در نیل به تعالی و ترقی همه‌جانبه یاری می‌کنند. حال این رسانه‌ها هستند که می‌توانند عامل آمیختگی، توازن، و پیوند دادن باورهای اصیل اعتقادی و سنت‌های بارور جامعه باشند و با گسترش آفرینندگی و افزایش رشد فرهنگی به توسعه همه‌جانبه کشورمان کمک کنند و باعث پویایی افکار شوند. هرچه دهکده جهانی پرجمعیت‌تر شود، دست‌اندرکاران ارتباطات ملی و منطقه‌ای باید بیش‌تر درصدد آن باشند که جهانی فکر کنند و محلی به‌اجرا بگذارند. درخاتمه، باید متذکر شد که توسعه ملی و محلی هر کشوری براساس فرهنگ آن جامعه شکل می‌گیرد.

۸. مقاله‌ای با عنوان «تغییر ایستار در ارتباطات بین‌فردی بین‌فرهنگی با وساطت رایانه» را طاهر روشن‌دل اربطانی، علی‌رضا تهرانی‌فر، و صدرا خسروی در سال ۱۳۹۱ نگاشته‌اند. در این تحقیق این موضوع مطالعه می‌شود که آیا وقتی افرادی از فرهنگ‌های مختلف از طریق اینترنت با یک‌دیگر ارتباط برقرار می‌کنند ممکن است پیش‌داوری‌های آن‌ها درمورد یک‌دیگر تخفیف یابد یا حتی از بین برود؟ مشخص شد که ارتباطات با وساطت رایانه از چند طریق می‌تواند به تغییر ایستار در ارتباطات بین‌فرهنگی منجر شود: ۱. اینترنت با فراهم‌آوردن مجرای برای ارتباط با دیگر فرهنگ‌ها کمک می‌کند تعاملات اجتماعی که تاکنون میسر نبودند برقرار شوند؛ ۲. ارتباطات اینترنتی به کاربران اجازه می‌دهد طرف مقابل خود را برای ارتباط‌گیری و منبع خود را برای اطلاع‌یابی خود انتخاب کنند و از این‌رو با تفکرات فعال‌تر و غیرانگاره‌ای وارد تعاملات اجتماعی شوند که شناخت واقعی از دیگران را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد.

۹. مقاله‌ای با عنوان «استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شکل‌گیری فرهنگ جوانی در جوانان تهرانی کاربر فیسبوک» از سیدمحمد مهدی‌زاده و محمد اتابک در سال ۱۳۹۵ به‌چاپ رسیده است. در این مقاله، از روش مردم‌نگاری مجازی استفاده شده است. مردم‌نگاری مجازی را به‌طور خلاصه می‌توان بهره‌گیری از اصول و روش‌های مردم‌نگاری سنتی در محیط‌های آنلاین تعریف کرد. در این مقاله، از مشاهده مشارکتی و مصاحبه (در دو شکل آنلاین و آفلاین آن) استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد حضور در شبکه‌های اجتماعی، به‌مثابه زندگی روزمره، امکان و فضایی برای شکل‌گیری نوع خاصی از هویت فرهنگی جوانی را فراهم می‌کند. از این‌رو، مهم‌ترین ویژگی‌های فرهنگ جوانی عبارت‌اند از واکنشی، فردگرایانه، فراجنسیتی، طبقاتی، و مصرف‌گرا بودن.

۱۰. حسن گیوریان (دانشیار مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز) و معصومه ذاکری (دانشجوی ارشد مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات ساوه) در مقاله‌ای با عنوان «جهانی‌شدن و ارتباطات فرهنگی» (۱۳۹۲) بیان می‌دارند که جهانی‌شدن نه تنها سبب بحران در هویت فرهنگی و از بین رفتن فرهنگ‌های بومی و محلی نخواهد شد، بلکه سبب غنا و اعتلا و درعین حال پالایش و تثبیت فرهنگ‌های بومی و محلی می‌شود و امکان بیش‌تری برای تعامل و ایجاد تعادل در باورهای فرهنگی بومی و منطقه‌ای فراهم خواهد کرد. افزون‌بر آن، معتقدند رسانه‌های جهانی باعث تشویق و بسط ایده‌آل لیبرال‌دموکراسی می‌شوند و نیز گسترش نقش شهروندان جهانی در مقابل خواست دولت‌مردان محلی از طریق اجازه‌یافتن مردم به این‌که تمام آن‌چه را در جهان اتفاق می‌افتد ببینند و براساس مشاهدات خود قضاوت کنند.

۵. مبانی نظری

۱.۵ نظریه جامعه شبکه‌ای (the network society theory)

مانوئل کاستلز (Manuel Castells)، استاد اسپانیایی‌الاصل رشته برنامه‌ریزی در دانشگاه برکلی کالیفرنیا، جامعه شبکه‌ای را محصول سه فرایند تاریخی مستقل می‌داند که عبارت‌اند از: انقلاب اطلاعات (the information revolution) که ظهور جامعه شبکه‌ای را امکان‌پذیر کرد؛ تجدید ساختار سرمایه‌داری (the structure of capitalism) و اقتصاد متکی به برنامه‌ریزی (planning economy) متمرکز از دهه ۱۹۸۰ به این‌سو با هدف غلبه بر تعارض‌های درونی این دو نظام؛ و نهضت‌های فرهنگی (cultural movements) دهه ۱۹۶۰ و دنباله‌های آن در دهه ۱۹۷۰، یعنی نهضت‌ها و جنبش‌هایی مانند فمینیسم (feminism) و طرف‌داری از محیط زیست (environmentalism). ویژگی‌های اصلی جامعه شبکه‌ای، که اینک در آغاز هزاره سوم علائم آن در گوشه‌وکنار کره ارض به چشم می‌خورد، به‌اجمال عبارت است از:

۱. اقتصاد اطلاعاتی (information economy): اقتصاد اطلاعاتی مشتمل است بر فعالیت‌های کشاورزی و صنعتی و خدمات‌دهی که همگی یک‌سره متکی بر دانش و اطلاعات هستند. درعین‌حال، این نوع اقتصاد فراصنعتی، در صورتی‌که با مقررات و قوانین مقید و محدود نشود، از قابلیت حاشیه‌رانی به‌مراتب بیش‌تری برخوردار است (کاستلز ۱۳۸۰: ۱۶).

۲. فرهنگ واقعیت مجازی (culture of virtual reality): فرهنگ عصر اطلاعات در چهارچوب انتقال نمادها با واسطه‌های الکترونیکی شکل می‌گیرد (همان).

۳. زمان بی‌زمان و فضای جریان‌ها: در جامعه شبکه‌ای انتقال آنی اطلاعات، داده‌ها، و سرمایه‌ها و امکان ارتباط هم‌زمان میان افراد در نقاط مختلف عملاً فواصل زمانی را از میان برداشته است. «حضور در مکان» نیز معنای تازه‌ای به‌خود گرفته است که می‌تواند تعیین‌کننده ارتباط شخص با جامعه شبکه‌ای و اتصال به آن یا طرد و حذف او از این مکان فراگیر و درعین حال انحصاری به‌شمار آید (همان: ۱۷-۱۸).

۲.۵ درهم‌ریختن چرخه زندگی (faze life cycle): به‌سوی بی‌نظمی اجتماعی

اکنون تحولات سازمانی، تکنولوژیک، و فرهنگی، که ویژگی جامعه نوین در حال ظهور است، به‌گونه‌ای قاطع چرخه زندگی منظم را از بنیان سست می‌کنند. کاستلز می‌گوید: «ویژگی جامعه شبکه‌ای درهم‌شکستن ضرب‌آهنگ اجتماعی یا بیولوژیک است که با مفهوم چرخه زندگی ارتباط دارد» (همان: ۵۱۵-۵۱۶). در سرتاسر جهان تولیدمثل به‌نحو فزاینده‌ای کنترل می‌شود. به‌طور کلی، صنعتی‌ترین کشورها وارد دوران کاهش نرخ زادوولد (کم‌تر از میزان تولیدمثل جمعیتی بومی) و افزایش سن ازدواج و تولیدمثل شده‌اند و مرحله پرورش کودکان در چرخه زندگی زنان تنوع بسیاری یافته است. علاوه‌براین، تکنولوژی‌های جدید تولیدمثل و مدل‌های فرهنگی جدید تاحد زیادی امکان جداسازی شرایط سنی و بیولوژیک از تولیدمثل و انجام‌شدن وظایف والدین را فراهم می‌سازد (همان: ۵۱۹-۵۲۰).

۳.۵ نظریه ارتباطات فرهنگی (cultural relations theory)

فیلیپسن (Phillipsen 1981) شالوده مطالعه ارتباطات فرهنگی را پی می‌ریزد. او دو اصل را برای ارتباطات فرهنگی برمی‌شمرد. اصل اول بیان می‌دارد که «هر مکالمه جمعی ردپای روش‌ها و معانی متمایز رفتار ارتباطی را در بر دارد» (Phillipsen 2002: 53). فیلیپسن معتقد است این مفهوم که اعضای گروه وارد مکالمه جمعی با یک‌دیگر شوند در زمره اصول جمعی زندگی بشری قرار دارد، اما هر مکالمه جمعی واجد جنبه‌های فرهنگ ویژه است. اصل دوم ارتباطات فرهنگی این است که «ارتباطات منبعی اکتشافی و کنش‌مند برای انجام‌شدن کارکرد فرهنگی در زندگی افراد و اجتماعات است». کارکرد جمعی متضمن این است که «افراد چگونه به‌عنوان اعضای اجتماع باید زندگی کنند» (ibid.: 59). ارتباطات به

این دلیل ماهیت «اکتشافی» دارد که از این طریق است که خردسالان و تازه واردان به اجتماع روش‌ها و معانی خاص اجتماعی را می‌آموزند. ارتباطات به این دلیل کنش‌مند است که به افراد اجازه می‌دهد در مکالمه جمعی مشارکت کنند.

۴.۵ نظریه هم‌گرایی فرهنگی (cultural convergence theory)

نظریه «هم‌گرایی فرهنگی»^۱ بر مدل هم‌گرایی ارتباطات کینکید (Kincaid)^۲ استوار است. کینکید ارتباطات را فرایندی تعریف می‌کند «که در آن دو یا چند گروه به‌منظور دستیابی به تفاهم متقابل با یکدیگر و جهانی که در آن زندگی می‌کنند به مبادله اطلاعات می‌پردازند» (Kincaid 1988: 31). او چنین استدلال می‌کند که به تفاهم متقابل می‌توان نزدیک شد، اما هرگز نمی‌توان به‌طور کامل به آن دست یافت. «دو یا چند فرد ممکن است از طریق چندین بار تکرار مبادله اطلاعات به سمت تفاهم متقابل بیش‌تر به‌جهت درک منظور یکدیگر حرکت کنند» (ibid.: 32).

۵.۵ نظریه انطباق بین‌فرهنگی (cross-cultural adaptation theory)

الینگزورث (Ellingsworth 1983) فرض می‌کند همه ارتباطات درجه‌ای از تفاوت‌های فرهنگی را دارند. بنابراین، چنین استدلال می‌کند که تبیین ارتباطات بین‌فرهنگی باید از ارتباطات بین‌فردی آغاز شود و عوامل فرهنگی نیز در این میان دخالت داده شوند.^۳ نظریه الینگزورث برای تبیین نحوه انطباق ارتباط‌گران با یکدیگر در «برخوردهای مرتبط با مقصود» طراحی شده است. نمونه‌های قوانین الینگزورث عبارت‌اند از: «انطباق سبک ارتباطات بر توسل به تفاوت‌های اعتقادی مبتنی بر فرهنگ تأثیر می‌گذارد» و «رفتار انطباقی تحت تأثیر میزان مساعد بودن محیط برای شرکت‌کنندگان قرار دارد». الینگزورث چنین استدلال می‌کند که در ارتباطاتی که به‌لحاظ کارکردی انطباقی باشد انصاف در انطباق انجام وظیفه را تسهیل می‌کند. ارتباطات انطباقی غیرکارکردی به توسل به تفاوت‌های فرهنگی و گذشتن انجام وظیفه منجر می‌شود. هنگامی که ارتباط‌گران باید به همکاری با یکدیگر بپردازند، در زمینه انطباق ارتباطات انصاف وجود دارد. کاربرد استراتژی‌های اقناعی به انطباق ارتباطات منتهی می‌شود. هنگامی که موقعیت برای یک ارتباط‌گر مساعد است یا یک ارتباط‌گر قدرت بیش‌تری دارد، ارتباط‌گر دیگر باید بار انطباق را به‌دوش کشد. هرچه ارتباط‌گران رفتار انطباقی بیش‌تری از خود بروز دهند، اعتقادات فرهنگی‌شان بیش‌تر تغییر

خواهد یافت. الینگزورث این نظریه را با گسترش بحث قوانین و گزاره‌ها در نظریه روزآمد کرد. با این حال، نظریه اساساً تغییری پیدا نکرده است (Ellingsworth 1983: 202-210).

۶.۵ نظریه هم‌فرهنگی (culturally theory)

اوربه (Orbe 1998 a; Orbe 1998 b) از رویکردی پدیدارشناسانه (phenomenological approach) برای تدوین نظریه هم‌فرهنگی بهره می‌جوید. نظریه هم‌فرهنگی مبتنی بر نظریه «گروه خاموش» (muted group theory) (برای مثال، سلسله‌مراتب اجتماعی در جامعه برای بعضی گروه‌ها نسبت به گروه‌های دیگر امتیاز قائل می‌شود)^۴ و نظریه «نقطه‌نظر» (برای مثال، جایگاه‌های مشخص در جامعه روش‌های ذهنی به دست می‌دهد که افراد براساس آن‌ها به جهان می‌نگرند؛ اسمیت ۱۹۸۷) است. هم‌فرهنگ‌ها شامل غیرسفیدپوستان، زنان، معلولان، هم‌جنس‌گرایان، و افرادی می‌شود که در طبقات اجتماعی پایین قرار دارند، اما محدود به این‌ها نمی‌شوند. اوربه (Orbe 1998 b: 3) خاطر نشان می‌کند که ارتباطات هم‌فرهنگی «در کلی‌ترین شکل خود به تعاملات میان اعضای کم‌نفوذ و اعضای مسلط گروه اشاره دارد». تمرکز نظریه هم‌فرهنگی بر ارائه چهارچوبی استوار است که براساس آن اعضای گروه هم‌فرهنگ به مذاکره درباره تلاش‌هایی می‌پردازند که دیگران برای خاموش کردن صدای آن‌ها در ساختارهای اجتماعی مسلط صورت می‌دهند (ibid.: 4). دو فرض راهنمای نظریه هم‌فرهنگی است: ۱. اعضای گروه هم‌فرهنگ در ساختارهای اجتماعی مسلط به‌حاشیه کشیده می‌شوند؛ ۲. اعضای گروه هم‌فرهنگ از برخی سبک‌های ارتباطاتی برای دستیابی به موفقیت بهره می‌جویند. اوربه چنین استدلال می‌کند که اعضای گروه هم‌فرهنگ معمولاً برای تعاملات خود با اعضای گروه مسلط سه هدف را دنبال می‌کنند: ۱. هم‌سان‌سازی (مثلاً تبدیل شدن به بخشی از فرهنگ رایج)؛ ۲. هم‌سازی (مثلاً سعی در قبولاندن اعضای گروه هم‌فرهنگ به اعضای گروه مسلط)؛ ۳. جداسازی (مثلاً نپذیرفتن امکان ایجاد پیوندهای مشترک با اعضای گروه مسلط) (گادیکانست و دیگران ۱۳۸۵: ۲۲).

۷.۵ شبکه‌ها و فرهنگ‌پذیری (acculturation)

نظریه اسمیت (Smith 1999) شبکه‌های اجتماعی را به فرهنگ‌پذیری مهاجران پیوند می‌زند. این نظریه شامل هفت فرض درباره ماهیت شبکه‌ها و هفت گزاره است. نخستین گزاره می‌گوید مهاجران با افرادی پیوند دارند که هویت خود را تعریف می‌کنند (برای مثال، دیگر

مهاجران که به لحاظ فرهنگی با آنان شریک اند و اتباع کشور میزبان؛ گزاره دوم ادعا می کند نحوه‌ای که مهاجران شبکه‌های اجتماعی خود را تجربه می کنند تحت تأثیر فرهنگ‌های بومی‌شان قرار دارد؛ گزاره سوم اسمیت بیان گر آن است که هرچه تعداد اتباع کشور میزبان در شبکه‌های اجتماعی مهاجران بیشتر باشد، احتمال بیش تری وجود دارد که مهاجران فرهنگ پذیر شوند؛ گزاره چهارم ادعا می کند، با ادغام مهاجران در اجتماعات میزبان، شبکه‌های اجتماعی آن‌ها تغییر می کند؛ گزاره پنجم می گوید عواملی نظیر محل زندگی مهاجران و طبقه اجتماعی آنان بر توانایی‌هایشان برای شکل دادن به شبکه‌های بین فرهنگی و فرهنگ پذیری تأثیر می گذارند؛ گزاره ششم بیان می دارد که شبکه‌های متراکم (برای مثال، پیوندهای مرتبط با یکدیگر) از توانایی مهاجران برای دستیابی به منابع مورد نیاز فرهنگ پذیری می‌کاهد؛ و گزاره آخر می گوید: «شبکه‌های بین فرهنگی از تراکم کم تری برخوردار خواهند بود و پیوندهای شعاع‌مانند بیش تری در فرهنگ‌هایی که منعکس کننده هنجار رابطه‌ای بافت محور هستند»^۵ (Gudykunst 2005: 650).

۶. ادبیات نظری و مفاهیم

۱.۶ شبکه اجتماعی

شبکه اجتماعی یک قالب پیش ساخته فرهنگی - هویتی در چهارچوب بازنمایی است و خوراندن اطلاعات به شبکه اجتماعی از درون همین قالب‌ها صورت می‌گیرد و، چه بخواهیم و چه نخواهیم، این قاعده بازی در شبکه‌های اجتماعی است: پذیرفتن قالب و درغیراین صورت طردشدن (شکرخواه ۱۳۹۲: ۴۶).

۲.۶ شبکه‌های اجتماعی مجازی (virtual social network)

شبکه‌های اجتماعی آنلاین عموماً سرویس آنلاین، پلتفرم، یا سایتی محسوب می‌شوند که مردم در آن‌ها می‌توانند نظرها و علاقه‌مندی‌های خود را مطرح و در یک کلام محتوا ایجاد کنند و با دوستان و سایرین به اشتراک بگذارند (خانیک‌کی و بابایی ۱۳۹۱: ۸۷).

۳.۶ ارتباطات بین فرهنگی (intercultural communication)

ارتباط بین فرهنگی ارتباط بین آن دسته از مردم است که ادراکات فرهنگی و سیستم‌های نمادینشان به اندازه کافی مجزا هستند تا رویداد ارتباطی را تغییر دهند. عبارت بین فرهنگی

نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌گیری ارتباطات بین‌فرهنگی ... ۲۰۷

مکرراً زمانی به کار می‌رود که به ارتباط بین مردم با فرهنگ‌های مختلف اشاره می‌شود (سماور و دیگران ۱۳۷۹: ۹۸).

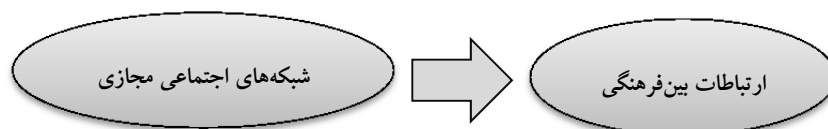
۷. فرضیه تحقیق

بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و شکل‌گیری ارتباطات بین‌فرهنگی (در ایران) رابطه معناداری وجود دارد.

۸. سؤال تحقیق

آیا بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و شکل‌گیری ارتباطات بین‌فرهنگی (در ایران) رابطه وجود دارد؟

۹. مدل تحقیق



مدل ۱. ارتباط بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارتباطات بین‌فرهنگی

۱۰. روش تحقیق

در این تحقیق از روش کتاب‌خانه‌ای (library method) یا اسنادی با ابزار، یعنی فیش‌برداری (taking notes)، استفاده شده است. منبع جمع‌آوری اطلاعات محقق در روش کتاب‌خانه‌ای همه اسناد چاپی مانند کتاب‌ها، دایرةالمعارف‌ها، فرهنگ‌نامه‌ها، مجلات، روزنامه‌ها، متون چاپی نمایه‌شده در بانک‌های اطلاعاتی و اینترنت و ایترانت، و هر منبع چاپی است. اطلاعات جمع‌آوری شده در فیش‌ها با نظمی منطقی دسته‌بندی و در پیشینه تحقیق ثبت می‌شوند. در آخر، با توجه به نظریات مطرح شده، نتیجه‌گیری مباحث مطالعه‌شده ذکر و پیش‌نهادهای لازم مطرح می‌شود.

۱۱. نتیجه‌گیری

همان‌طور که می‌دانیم، فرهنگ عنصر تفکیک‌ناپذیر علوم ارتباطات و اجتماعی است. سرنوشت کشورها با تحولاتی که در عرصه فرهنگ در سطوح ملی و فراملی رخ می‌دهد پیوند خورده است. در جهان کنونی با توجه به گسترش تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی مجازی دیگر کنترل ارتباطات و فرهنگ از دست دولت‌ها خارج شده است و طبیعتاً همه کشورها همراه با این موج خواه‌ناخواه، سریع یا کند، تغییر پیدا خواهند کرد. افزایش ارتباطات جهانی و میزان مهاجرت به دیگر کشورها بر تغییرات ارتباطات بین‌فرهنگی تأثیر به‌سزایی گذاشته است. همان‌گونه که اسمیت می‌گوید: «هرگاه مردم بر یک‌دیگر تأثیر متقابل می‌گذارند، ارتباط نیز برقرار می‌کنند. آن‌ها باید برای زندگی در جوامع و حفظ فرهنگشان ارتباط برقرار کنند» (Smith 1999: 15). فرهنگ در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی در چهارچوب انتقال نمادها با واسطه‌های الکترونیک شکل می‌گیرد و انتقال می‌یابد و علاوه بر این، در این فضا، بهره‌وری و رقابت میان شرکت‌ها و بنگاه‌های تجاری، مناطق و حوزه‌های اقتصادی، و کشورها بیش از هر زمان دیگر به معرفت و دانش، اطلاعات، و تکنولوژی لازم برای پردازش این اطلاعات، از جمله تکنولوژی مدیریت و مدیریت تکنولوژی، متکی شده است. ارتباط‌گری در فضای مجازی بدون پذیرش فرهنگ و پذیرش فرهنگ‌ها بدون در نظر گرفتن آداب و رسوم، عقاید، و در نهایت به وجود آمدن فرهنگی مشترک امکان‌پذیر نیست. تحقیقات نشان داده است هرچه قدر مردم کشورهای مختلف در فضای مجازی از شباهت‌ها و تفاوت‌های یک‌دیگر بیش‌تر آشنا باشند میزان حساسیت آن‌ها در قبال یک‌دیگر کاهش می‌یابد و دیدگاه ملت‌ها در مورد یک‌دیگر از منفی به مثبت تغییر پیدا می‌کند یا حداقل تعدیل می‌شود. شبکه‌های اجتماعی مجازی عاملی اثرگذار در فرهنگ عمومی هستند و استفاده از آن‌ها نیازمند پیروی از یک سری قواعد خاص است. این‌گونه رسانه‌ها با اتخاذ سیاست‌های پویای اجتماعی و ترکیب آن با سیاست‌های فرهنگ‌گرا می‌توانند عامل آمیختگی (fusion)، توازن (balance)، و پیوند دادن باورهای اصیل اعتقادی و سنت‌های بارور جامعه باشند. تعامل جوانان با شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث می‌شود خواه‌ناخواه واکنش نشان دهند و منفعل نباشند. جوانان ناخودآگاه جذب این فضا و پیام‌هایش می‌شوند. ارتباطات فرهنگی در بردارنده مکالمات جمعی است که از طریق آن‌ها افراد در این مورد به مذاکره می‌پردازند که چگونه با یک‌دیگر زندگی کنند. زبان عامل مهمی در ارتباطات بین‌فرهنگی است. کسی که در فضای مجازی است می‌تواند بدون آن‌که زبان کاربر دیگری را بداند با او

ارتباط برقرار کند و درک فرهنگی (cultural understanding) شکل بگیرد و به تبع آن فرهنگ‌پذیری نیز به وجود خواهد آمد. به‌طور کلی شبکه‌های اجتماعی مجازی ابزاری هستند که ارتباطات بین‌فرهنگی را توسعه می‌دهند و به‌بالا بردن درک و سازش بین گروه‌های مختلف فرهنگی کمک می‌کنند. در این فضا، گروه‌هایی مانند افراد هم‌فرهنگ نیز وجود دارند، از قبیل غیرسفیدپوستان، زنان، معلولان، و افرادی که به اصطلاح گفته می‌شود در طبقات اجتماعی پایین‌تری قرار گرفته‌اند. این گروه در فضای مجازی به مذاکره و برقراری ارتباط با افرادی می‌پردازند که برای خاموش کردن صدای آن‌ها در ساختارهای اجتماعی مسلط وارد این فضا می‌شوند. گروه هم‌فرهنگ معمولاً با این هدف که به بخشی از فرهنگ رایج تبدیل شوند و خود را به اعضای گروه مسلط (the dominant group) بقبولانند و با آن‌ها تعامل داشته باشند وارد این فضا می‌شوند. به‌نظر می‌رسد زنان که قبلاً در حاشیه قرار داشتند اکنون، با ورود به فضای مجازی و امکان دست‌یابی به جهان بی‌کران مجازی، خود را بیش‌تر از قبل نشان می‌دهند و تمایل بیش‌تری به ابراز وجود دارند. بنابراین، این دسته می‌توانند بیش‌تر تحت‌تأثیر قرار گیرند و از ظرفی به‌دلیل این‌که جامعه مصرف‌گرا معمولاً متشکل از زنان است از این مسئله برای تبلیغات یا منافع شرکت‌ها و ارگان‌ها استفاده می‌شود. در هر صورت، می‌توان گفت ارتباط‌گرفتن با فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی ناخودآگاه صورت می‌گیرد، یعنی حتی اگر فردی نخواهد از این رسانه استفاده کند، ناگزیر از حرکت با این موج پر قدرت است. در این فضا، به‌دلیل این‌که هر کاربری با فرهنگ خاص یا ملی خود با کاربران و افراد ملت‌های دیگر ارتباط برقرار می‌کند، طبیعتاً با ارسال یا دریافت هر پیام اثرگذار یا اثرپذیر می‌شود. ارتباطات بین‌فرهنگی در این فضا معمولاً به سمت جذب فرهنگ‌ها یا حداقل اثرپذیری از فرهنگ‌های دیگر شکل می‌گیرد. این ارتباطات قطعاً بر روابط ملت‌ها، مسائل سیاسی و اقتصادی و اجتماعی، و توسعه (development) یا پسرفت (regress) آن‌ها نیز اثرگذار است. آن‌قدر این شکل‌گیری و تغییر ارتباطات و فرهنگ ادامه می‌یابد تا بالاخره فرهنگ جدیدی ایجاد شود که گاهی مغلطه‌ای از دیگر فرهنگ‌ها یا گاهی چیزی متفاوت با فرهنگ ملت‌هاست. بنابراین، هرچه قدر بیش‌تر در فضای مجازی قرار می‌گیریم و وارد این فضا می‌شویم طبیعتاً ارتباطات و فرهنگ ما تحت‌تأثیر ارتباطات و فرهنگ ملت‌های دیگر قرار می‌گیرد و این ارتباطات بین‌فرهنگی نیز می‌تواند بر نوع و چگونگی استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی اثرگذار باشد. از سویی، می‌توان گفت این شبکه‌ها باعث شده است فرهنگ، هویت، و سبک زندگی ایرانیان به دیگر فرهنگ‌ها و

متقابلاً برعکس شناسانده شود و برخی سوءبرداشت‌های بین‌فرهنگی از بین برود. می‌توان، از طریق این شبکه‌ها، به گسترش ارتباطات بین‌فرهنگی اقدام کرد و تأثیرات مثبتی را در جهت رشد و توسعه ملی به‌جا گذاشت. قطعاً، با مدیریت و نظارت درکنار آموزش افراد، می‌توان قدم مثبتی برداشت و از آسیب‌های احتمالی در این فضا جلوگیری کرد. درنهایت، فرضیه محقق تأیید شد و مشخص شد «بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و شکل‌گیری ارتباطات بین‌فرهنگی (در ایران) رابطه معناداری وجود دارد». شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران کاربرد زیادی دارد و باعث تأثیرگذاری و تأثیرپذیری ارتباطات بین‌فرهنگی می‌شود که هم می‌تواند مثبت و هم منفی باشد. از طریق این شبکه‌ها می‌توان به توسعه ارتباطات بین‌فرهنگی دست یافت و با آموزش و مدیریت صحیح فرهنگ خود را به جهانیان شناساند و ارتباطات بهتری با دیگر کشورها برقرار کرد.

۱۲. پیشنهادهای

۱. کشور ایران از طریق رسانه‌ها می‌تواند به گسترش فرایند ارتباطات بین‌فرهنگی و پذیرفتن فرهنگ، هویت، و سبک زندگی صحیح از دیگر کشورها اقدام کند و از این مسئله به‌عنوان مزیتی برای توسعه ملی در زمینه‌های مختلف و گسترش ارتباطات ایران استفاده کند. ضمن این‌که استقلال فرهنگی خود را نیز از دست ندهد. البته در این زمینه باید برنامه‌ریزی صحیح و کارآمدی بشود؛
۲. رسانه‌ها باید به‌طور مرتب دست به فرهنگ‌سازی ایرانی - اسلامی بزنند و یادآور شوند که ایران ضمن برقراری ارتباط با کشورهای دیگر فرهنگ، هویت، و سبک زندگی خاص خود را نیز داراست؛
۳. دست‌اندرکاران ارتباطات ملی و منطقه‌ای (national and regional communications) باید بیش‌تر درصدد آن باشند که جهانی فکر کنند و محلی به‌اجرا بگذارند. ازسویی، تاحدامکان از پذیرش فرهنگ صحیح از کشورهای دیگر استقبال کنند؛
۴. برای یک‌پارچگی توسعه فرهنگی (cultural development) و برای تقویت هویت و وحدت ملی در دستورکار قراردادن برنامه‌ریزی آینده توسعه فرهنگی کشور، متناسب با سیاست فرهنگی، درکنار اجرای افق سیاست رسانه‌ای (media policy) براساس چشم‌انداز توسعه در جامعه اطلاعاتی عصر حاضر، ضروری به‌نظر می‌رسد. ضمن این‌که اهمیت انتقال فرهنگ، هویت، و سبک زندگی ایرانی - اسلامی از طریق رسانه‌ها باید مدنظر قرار گیرد؛

۵. بهتر است دولت‌مردان و برنامه‌ریزان کشور استفاده صحیح از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سواد رسانه‌ای را به ملت ایران آموزش دهند، زیرا مردم ایران بلافاصله از تغییرات رسانه‌ای و فناوریانه استقبال می‌کنند و تحت تأثیر قرار می‌گیرند. بنابراین، ضروری است که، در کنار جهانی‌شدن فرهنگ (globalization of culture) و ارتباط بین فرهنگ‌ها، به چگونگی شکل‌گیری این فرایند دقت کنیم و از آسیب‌های احتمالی بپرهیزیم؛

۶. باید به قشر زنان توجه بیش‌تری بشود و برنامه‌ریزی لازم صورت گیرد، زیرا زنان به‌نسبت گذشته بیش‌تر در معرض فضای مجازی قرار می‌گیرند و لازم است اقدامی صورت گیرد تا این گروه آموزش ببینند که چگونه می‌توانند تأثیرگذار و تأثیرپذیر باشند و اطلاعات لازم را در برقراری با فرهنگ‌های مختلف داشته باشند.

پی‌نوشت‌ها

1. see Barnett and Kincaid 1983; Kincaid 1988.
2. see also Rogers and Kincaid 1981.
۳. او از روش‌هایی که رابین (۱۹۶۹) به‌اجمال شرح داده است برای ایجاد نظریه‌اش استفاده می‌کند.
4. see Ardener 1975; Kramarae 1981.
۵. این گزاره به‌لحاظ شکلی با سایر گزاره‌ها متفاوت است، از این حیث که مقایسه‌ای میان‌فرهنگی به گزاره می‌افزاید که در سایر گزاره‌ها موجود نیست.

کتاب‌نامه

- پوریچی، آتیه، صدیقه ببران، و حوریه دهقان‌شاد (۱۳۹۲)، بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تغییرات هویت فرهنگی کاربران (با تکیه بر دانشجویان ارشد ارتباطات تهران مرکز سال ۱۳۹۲)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- پیش‌گام‌زاده، احمد (۱۳۸۸)، «محوارۀ اینترنتی و تأثیر آن در فرهنگ عمومی»، نامه پژوهش فرهنگی، دوره ۳، س ۱۰، ش ۷.
- حسینی، محمدحسین، محمدسعید ذکایی، اردشیر انتظاری، و ابوتراب طالبی (۱۳۹۵)، شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی فرهنگی جوانان (مطالعه دانشجویان دانشگاه تهران)، رساله دکتری جامعه‌شناسی (گرایش فرهنگی)، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- حکیمی مهدی‌آبادی، شیمیا، سیدمحمد دادگران، و صدیقه ببران (۱۳۹۰)، بررسی آثار ارتباطات میان‌فرهنگی زوج‌های ایرانی و فرانسوی عضو انجمن دوستی ایران و فرانسه ساکن تهران بر

انگاره‌های ذهنی و کاهش حساسیت بین فرهنگی آن‌ها، پایان‌نامه کارشناسی ارشد ارتباطات، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

خانیکی، هادی و محمود بابایی (۱۳۹۱)، «نقش سازوکارهای ارتباطی و تعاملی اینترنت در الگوهای کنش‌گری گفتمان‌های فضای سایبری ایران»، فصل‌نامه علوم اجتماعی، ش ۵۶.

روشن‌دل اربطانی، طاهر، علی‌رضا تهرانی‌فر، و صدرا خسروی (۱۳۹۱)، «تغییر ایستار در ارتباطات بین‌فردی بین فرهنگی با وساطت رایانه»، تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۵، ش ۱.

سماور، لاری، ریچارد ای. پورتر، و لیزا استفانی (۱۳۷۹)، ارتباط بین فرهنگ‌ها، ترجمه غلام‌رضا کیانی و سیداکبر میرحسینی، تهران: باز.

شکرخواه، یونس (۱۳۹۲)، «رسانه اجتماعی شبکه اجتماعی نیست»: <<http://hamshahronline.ir/print/221109>>

شوکتی آملانی، وحید، ابراهیم برزگر، و غلام‌رضا سروری (۱۳۹۱)، بررسی تأثیرات جهانی شدن بر هویت ملی در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم سیاسی، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.

غفاری، زهرا، سیدعلی رحمان‌زاده، و اسماعیل کاوسی (۱۳۹۰)، بررسی نقش رسانه ملی در توسعه ارتباطات بین فرهنگی در میان اقوام ایرانی از دیدگاه صاحب‌نظران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد ارتباطات، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات؛ اقتصاد، جامعه، و فرهنگ؛ ظهور جامعه شبکه‌ای، ج ۱، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاک‌باز، تهران: طرح نو.

کاظم‌زاده، موسی و کمال کوهی (۱۳۸۹)، «نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی؛ موانع و راه‌کارها»، فصل‌نامه پژوهش فرهنگی، دوره ۱۱، ش ۴۴.

گادیکانست، کارمن ام. لی، تسوکاسا نیشیدا، و نائوتو اوگاوا (۱۳۸۵)، «نظریه‌پردازی درباره ارتباطات میان فرهنگی»، ترجمه پیروز ایزدی، فصل‌نامه رسانه، ش ۶۷.

گیوریان، حسن و معصومه ذاکری (۱۳۹۲)، «جهانی شدن و ارتباطات فرهنگی»، مطالعات رسانه‌ای، دوره ۸، ش ۴ (پیاپی ۲۳).

مهدی‌زاده، سیدمحمد و محمد اتابک (۱۳۹۵)، «استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شکل‌گیری فرهنگ جوانی در جوانان تهرانی کاربر فیسبوک»، فصل‌نامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات، دوره ۱۷، ش ۳۴.

Ardener, S. (1975), *Perceiving Women*, London: Malaby.

Barnett, G. A. and D. L. Kincaid (1983), "Cultural Convergence", in: W. B. Gudykunst (ed.), *Intercultural Communication Theory*, Beverly Hills, CA: Sage.

Ellingsworth, H. W. (1983), "Adaptive Intercultural Communication", in: W. B. Gudykunst (ed.), *Intercultural Communication Theory*, Beverly Hills, CA: Sage.

Gudykunst, Willam. B. (2005), *Theorizing about Intercultural Communication*, CA: Sage.

Kincaid, D. L. (1988), "The Convergence Theory of Intercultural Communication", in: Y. Y. Kim and W. B. Gudykunst (eds.), *Theories of Intercultural Communication*, Newbury Park, CA: Sage.

- Kramarae, C. (1981), *Women and Men Speaking*, Rowley, MA: Newbury House.
- Orbe, M. P. (1998 a), *Constructing Co-Cultural Theory; An Explication of Culture, Power, and Communication*, Thousand Oaks, CA: sage
- Orbe, M. P. (1998 b), "From the Standpoint(s) of Traditionally Muted Groups; Explicating a Cocultural Communication Theoretical Model", *Communication Theory*, vol. 8.
- Philipsen, G. (1981), "The Prospect for Cultural Communication", Paper Presented at the Seminar on Communication Theory from Eastern and Western Cultural Perspectives, Honolulu, in: D. L. Kincaid (ed.), *Communication Theory from Eastern and Western Perspectives*, New York: Academic Press, 1987.
- Philipsen, G. (2002), "Cultural Communication", in: W. B. Gudykunst and B. Mody (eds.), *Handbook of International and Intercultural Communication*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rogers, E. and D. L. Kincaid (1981), *Communication Networks*, New York: Free Press.
- Smith, L. R. (1999), "Intercultural Network Theory", *International Journal of Intercultural Relations*, vol. 23.