

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فصلنامه علوم خبری

(علمی)

سال دهم - شماره ۳۹ - پاییز ۱۴۰۰

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر: دکتر عباس اسدی

مدیر اجرایی و علمی: حامد بابازاده مقدم

مدیر داخلی: سمیه عقبائی

این فصلنامه با همکاری قطب علمی ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، انجمن علمی انقلاب اسلامی ایران و انجمن علمی جامعه شناسی سیاسی ایران، منتشر می‌شود.

- فصلنامه علوم خبری از کلیه پژوهشگران، استادان و صاحب‌نظران در زمینه‌های علوم ارتباطات (روزنامه‌نگاری، روابط عمومی، مدیریت رسانه، حقوق ارتباطات، سیاست‌گذاری ارتباطات، اقتصاد ارتباطات و...) برای ارسال مقالات علمی - مروری دعوت می‌نماید.
- مشاوران علمی فصلنامه، مقالات را بررسی کرده و تصمیم‌گیری در خصوص چاپ آنها برعهده هیئت تحریریه می‌باشد.
- فصلنامه در قبول، رد یا ویرایش مقالات دریافتی آزاد است.
- مسئولیت آراء و نظرات ابراز شده در مقالات بر عهده نویسندگان بوده و چاپ آنها به معنی تأیید مطالب نیست.

نشانی: تهران، بلوار دهکده المپیک، تقاطع بلوار شهید همت، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده

علوم ارتباطات، طبقه سوم، اتاق ۳۰۸

تلفن: ۱۹-۴۴۷۳۷۵۱۰ داخلی ۲۵۲۳

درگاه اینترنتی: www.jourcom.com

پست الکترونیکی: mag.jourcom@gmail.com

چاپ و صحافی: نگار نقش

طراحی، صفحه‌آرایی و ویراستاری: آثار فکر

شمارگان: ۲۱۰ نسخه

قیمت: ۵۰۰۰۰ تومان

اعضای هیات تحریریه (به ترتیب حروف الفبا) :

عباس اسدی	دانشیار روزنامه‌نگاری دانشگاه علامه طباطبائی
محمدجعفر جوادی ارجمند	دانشیار علوم سیاسی دانشگاه تهران
محمد باقر خرمشاد	استاد علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی
آسیه ذبیح‌نیاعمران	دانشیار ادبیات فارسی دانشگاه پیام نور
عباسعلی رهبر	دانشیار علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی
زهرا طاهری‌پور	استادیار معارف اسلامی دانشگاه سوره
ابراهیم کلانتری	دانشیار معارف اسلامی دانشگاه تهران
علی اصغر کیا	استاد روزنامه‌نگاری دانشگاه علامه طباطبائی
محمدرضا مجیدی	دانشیار علوم سیاسی دانشگاه تهران
مصطفی ملکوتیان	استاد علوم سیاسی دانشگاه تهران
علی نجفی	استادیار ادبیات فارسی دانشگاه فرهنگیان
محمد هادی همایون	دانشیار فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)
اردشیر زابلی زاده	دانشیار علوم ارتباطات دانشگاه صدا و سیما

داوران این شماره :

عباس اسدی	دانشیار روزنامه‌نگاری دانشگاه علامه طباطبائی
حامد بابازاده مقدم	کاندیدای دکتری حقوق بین‌الملل عمومی
امیر بی پروا	دکترای حقوق بین‌الملل عمومی، مدرس دانشگاه
سمیه تاجیک اسماعیلی	استادیار ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی
علی اصغر کیا	استاد روزنامه‌نگاری دانشگاه علامه طباطبائی
نرجس عباداتی	دکترای مدیریت رسانه ای دانشگاه آزاد اسلامی
نازنین ملکیان	استادیار و دکترای علوم ارتباطات اجتماعی
صمد میر	دانشجوی دکترای علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی

شیوه نامه تدوین مقالات در فصلنامه علوم خبری

هیئت تحریریه فصلنامه علوم خبری، از کلیه اساتید، پژوهشگران و دانشجویان فرهیخته دعوت می‌نماید، مقالات علمی خود را برای چاپ در مجله با رعایت نکات زیر از سال نمایند:

۱- مقالاتی که برای چاپ از سال می‌گردند باید محصول مطالعات و تحقیقات نویسندگان بوده و متضمن دست‌آوردهای علمی جدید باشد.

۲- مقالات از سالی نباید قبلاً در مجله‌ای چاپ شده و یا همزمان برای نشریه دیگر از سال شده باشد.

۳- مقاله در قالب برنامه‌ی ورد ۲۰۱۰ با قلم Bzar۱۲ با حاشیه‌های ۳ سانتی‌متر و حداکثر ۲۵ و حداقل ۱۵ صفحه (یا حداکثر ۱۰۰۰۰ کلمه) همراه با فایل PDF ارسال شود.

۴- مقاله شامل قسمت‌های زیر باشد:

- صفحه‌ی اول دربرگیرنده: عنوان مقاله (فارسی و انگلیسی)، مشخصات نویسنده یا نویسندگان شامل نام و نام خانوادگی (در بالا بعد از عنوان)، مرتبه دانشگاهی و تخصص، ذکر نام مؤسسه یا سازمان متبوع (بصورت پاورقی در همان صفحه) هر کدام به فارسی و انگلیسی و آدرس Email و شماره تماس نویسندگان. در این بخش عهده‌دار مکاتبات یا نویسنده‌ی مسئول مشخص شود. همچنین برای هر نویسنده صرفاً یک عنوان از یک مؤسسه معرفی شود.
- صفحه‌ی دوم شامل عنوان و چکیده مقاله به فارسی و انگلیسی (چکیده حداکثر در ۱۵۰ کلمه) و کلید واژگان فارسی و انگلیسی (حداکثر ۵ واژه) آورده شود.
- متن اصلی مقاله شامل مقدمه، پیشینه تحقیق، سؤال تحقیق، روش تحقیق و نتایج باشد.

جداول به تعداد محدود با شماره و عنوان در زیر آنها و مناسب برای چاپ باشد. شکل‌ها، نمودارها و تصاویر به تعداد محدود با شماره و عنوان در زیر آنها و مناسب برای چاپ باشد.

۵- روش ارجاع دهی:

منابع به صورت درون متنی (نام خانوادگی، سال، صفحه) نوشته شوند. مسئولیت ارجاع دهی دقیق و کامل به منابع بر عهده نویسنده است. در منابع کتابها، مقالات، اسناد و آرای دادگاهها و سایت‌های اینترنتی به ترتیب حروف الفبا آورده شوند.

منابع در پایان مقاله به صورت حروف الفبایی نام خانوادگی آورده شوند و منابع پایان متنی شماره‌گذاری نشوند؛ (با تیره مشخص شوند)

کتاب:

- نام خانوادگی، نام، (سال انتشار)، عنوان کتاب، نام مترجم یا مصحح، جلد چندم، چاپ چندم، محل انتشار، ناشر.

مقاله:

- نام خانوادگی، نام، (سال)، «عنوان مقاله»، نام مجله، شماره، دوره، ماه. در عناوین انگلیسی حروف اول همه‌ی کلمات (بجز حروف اضافه و حروف ربط) به صورت حرف بزرگ و در عناوین فرانسه بصورت حرف کوچک نوشته شوند. عناوین کتابها به صورت ایتالیک نوشته شده و عنوان مقاله‌ها در داخل گیومه قرار داده شوند.

در ارجاع سایت‌های اینترنتی موارد ذیل رعایت شوند:
حداالامکان نام و نام خانوادگی نویسنده‌ی مقاله استنادی موجود در سایت و تاریخی که مقاله در سایت قرار داده شده‌است.

عنوان سایت

آدرس سایت

تاریخ مراجعه‌ی نویسنده به سایت

نحوه‌ی آر سال مقالات:

پست الکترونیکی mag.jourcom@gmail.com

فهرست مطالب

- نقش دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در منطقه گرای درون‌زا در
غرب آسیا..... ۱۱
زهرا اکبری
- شنا سایی ویژگی‌های تصویر سازی اسلام در شبکه‌های ماهواره‌ای (مورد مطالعه:
مستند «برادر اسلام گرای من» شبکه بی‌بی‌سی)..... ۳۷
سید محمدرضا فیاضی - سارا مومنی
- سنجش نقش سرمایه اجتماعی بر محرومیت نسبی از طریق کاربردی رسانه‌های
اجتماعی مجازی (مطالعه موردی شهر نجف آباد) ۷۳
حمیدرضا عشقی پور
- رویکرد ویژه سازمان‌های تروریستی به رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی..... ۱۰۳
داود فریدپور - محمدحسین قربانی زواره
- واکاوی وب سیاه در فضای مجازی ایران..... ۱۳۵
محمدرضا رسولی - ساجده ظهیری
- سناریوهای اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر انتخابات آینده ایران با تأکید بر
عدم قطعیت‌های بحرانی..... ۱۶۱
محسن محمدی خانقاهی - صفیه رضایی - محمدرحیم عیوضی
- بازیگری سیاسی - رسانه‌ای طبقه متوسط جدید در ایده حکمرانی خوب (ایران
پسا انقلاب)..... ۱۸۵
فاضل کرد
- شیوه‌های ارتباطی پیامبر(ص) در جنگ‌ها..... ۲۲۵
زهرا طاهری پور - داوودزارعیان - سوداب جهانیان

نقش دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در منطقه گرایی درون‌زا در غرب آسیا

زهرا اکبری^۱

چکیده

منطقه غرب آسیا، دارای اهمیت بسیار برای قدرت‌های جهانی، همواره شاهد تنش‌های مذهبی، قومی، فرقه‌ای و مشکلات امنیتی بوده است. این موانع و دخالت‌های مخرب قدرت‌های خارجی به ویژه امریکا و حضور اسرائیل در منطقه، باعث واگرایی میان کشورهای اسلامی منطقه شده و با ایجاد ایران هراسی و تفرقه میان ملل مسلمان، مانع شکل گیری هویت جمعی و منطقه گرایی درون‌زا برپایه پویش‌های درون منطقه‌ای شده است. باتوجه به اهمیت و تأثیر ابزارهای رسانه‌ای، سؤال اصلی این است که جمهوری اسلامی ایران چگونه می‌تواند از ابزارهای دیپلماسی رسانه‌ای جهت ایجاد منطقه گرایی درون‌زا استفاده کند؟ پاسخ موقت به این سؤال این است که ایران با استفاده از شبکه‌های برون مرزی و باتوجه به شرایط لازم برای اقناع مخاطب، اسرائیل را به عنوان نیروی خارجی در منطقه و دشمن کشورهای اسلامی معرفی کرده و بر مشترکات دینی میان کشورهای منطقه تأکید می‌نماید تا بتواند شرایط لازم جهت شکل گیری نظم منطقه‌ای درون‌زا و نظام فرهنگی و ارزشی مشترک میان ملل منطقه فراهم آورد. باتوجه به تأثیر رسانه‌ها بر افکار عمومی، با برنامه ریزی طولانی مدت می‌توان باعث شکل گیری هویت جمعی اسلامی در منطقه شد. روش انجام این پژوهش توصیفی و کمی و درچارچوب نظریه مجموعه امنیتی منطقه‌ای و مدل اقناع هاوند، و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای می‌باشد.

واژگان کلیدی: دیپلماسی رسانه‌ای، غرب آسیا، منطقه گرایی درون‌زا،

همگرایی، هویت

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد روابط بین‌الملل دانشگاه علامه طباطبائی zazahraakbari@gmail.com

مقدمه

منطقه غرب آسیا همواره از اهمیت ویژه‌ای برای قدرت‌های خارجی و به‌ویژه آمریکا برخوردار بوده است. از زمان جنگ سرد تاکنون همه قدرت‌ها بر سر منابع غنی این منطقه با یکدیگر به رقابت پرداخته‌اند و نتیجه این رقابت چیزی جز از دست رفتن منابع غنی، و وابستگی کشورها برای تأمین امنیت خود به قدرت‌ها به‌همراه نداشته است. غرب آسیا در طول تاریخ خود همواره به حضور یک قوت خارجی برای ایجاد نظم متکی بوده است، و عدم همگرایی فرهنگی، اقتصادی و سیاسی موجب شده است که ساکنین این منطقه نتوانند هویت مستقل منطقه‌ای برای خود تعریف کنند. در این میان حضور آمریکا به عنوان حامی متحد خود در منطقه یعنی اسرائیل، به وجود این آشوب‌ها و اختلافات دامن زده است. از جمله رویکردهایی که برای ایجاد تفرقه در منطقه استفاده شده است، تخریب و امنیتی کردن چهره جمهوری اسلامی ایران و تهدید جلوه دادن اقدامات آن است. از سویی نیز اسرائیل برای تثبیت خود در منطقه، روابط اقتصادی و دیپلماتیک خود را با کشورهای منطقه گسترش داده است تا از این طریق ایران را نیز منزوی کند. در سال‌های اخیر با توجه به کاهش نیاز آمریکا به منابع نفت و گاز غرب آسیا و همچنین توجه بیشتر این کشور به چین به‌عنوان یک قدرت نوظهور که چالش‌های زیادی برای اقتصاد آمریکا ایجاد کرده است، شاهد آن هستیم که آمریکا در صدد است هزینه‌های نظامی خود را در خاورمیانه کاهش داده و به توجه خود را معطوف به رقیب شرقی خود کند. در این میان، با توجه به نقش ایران به‌عنوان یکی از قدرت‌های منطقه در پی آن است تا علاوه بر این که مانع حضور قدرت خارجی دیگری مانند چین رو سیه و یا حتی هند در منطقه شود، بتواند نظم مطلوب منطقه‌ای را در این شرایط ایجاد کرده و بتواند همکاری مورد نظر خود را میان قدرت‌های منطقه شامل عربستان ترکیه امارات و سایر کشورها به اجرا رساند. گام اول برای تحقق این هدف، ایجاد هویت جمعی اسلامی و «دیگر» جلوه دادن اسرائیل در راستای ایجاد منطقه گرایی درون‌زاست.

با توجه به این که عصر کنونی عصر ارتباطات است و رسانه‌ها تأثیر بسزایی در فرهنگ سیاست و تمامی اتفاقات مهم عرصه بین‌المللی ایفا می‌کنند یکی از ابزارهای

مؤثر در سیاست خارجی و دیپلماسی کشورها ر سانه‌ها به‌ویژه ر سانه‌های صوتی تصویری و کانال‌های تلویزیونی هستند جمهوری اسلامی ایران نیز از زمان پیروزی انقلاب همواره قدرت نرم و به‌ویژه قدرت ر سانه‌ای را موردنظر قرار داده و هرگز از این ابزار تأثیرگذاری در عرصه بین‌المللی غافل نبوده است در شرایطی که پیش‌تر توصیف شد جمهوری اسلامی ایران می‌تواند با استفاده از دیپلماسی رسانه‌ای و قدرت تأثیرگذاری از طریق شبکه‌های برون‌مرزی خود به مرور زمان نظم منطقه‌ای مطلوب خود را ایجاد کرده و بتواند نشان دهد حضور قدرت‌های خارجی در منطقه چیزی جز وابستگی و به تاراج رفتن منابع غنی منطقه و وابستگی نظامی و امنیتی به آن‌ها چیزی در پی نخواهد داشت.

پس به طور خلاصه می‌توان گفت سؤال اصلی مقاله این است که ایران چگونه می‌تواند با استفاده از ابزارهای دیپلماسی ر سانه‌ای اقدام به ایجاد نظم جدید درون‌زا در منطقه غرب آسیا کند. فرضیه مطرح شده برای پاسخ به این سؤال این است که ایران با استفاده از شبکه‌های تلویزیونی نظیر پرس تی‌وی العالم الکل سر و ایجاد شبکه‌های اینترنتی تأثیرگذار افکار عمومی کشورهای منطقه را نسبت به معایب حضور یک قدرت خارجی به‌ویژه آمریکا و آسیب‌های نظم برون‌زا در منطقه اقناع کرده و با و با تأکید بر نقاط مشترک میان کشورهای این منطقه به‌ویژه دین اسلام و سعی در کاستن از اختلاف میان مذاهب گوناگون می‌تواند زمینه را برای ایجاد منطقه‌گرایی درون‌زا با محوریت قدرت‌های برتر منطقه یعنی ایران ترکیه و عربستان ایجاد کند و علاوه بر ممانعت از ورود یک هژمونی خارجی به منطقه از هژمونی‌گرایی قدرت‌های منطقه‌ای نیز جلوگیری کند.

در این مقاله برآنیم تا با بهره‌گیری از چارچوب نظری مجموعه امنیتی منطقه‌ای بری بوزان ابتدا مؤلفه‌های اصلی ایجاد منطقه‌گرایی را بررسی نماییم و سپس، با نگاهی به شرایط غرب آسیا و موانع و چالش‌های پیش روی ایجاد یک همگرایی درون‌زای منطقه‌ای، به مهم‌ترین مانع که آن نیز مسئله هویت است پرداخته و در ادامه نیز با استفاده از مدل نظری اقناع هاولند، نقش دیپلماسی

رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران را در کاهش واگرایی‌های منطقه‌ای و برداشتن گام‌های ابتدایی در ایجاد منطقه گرایی درون‌زا مورد بررسی قرار دهیم.

پیشینه پژوهش

نجمیه پوراسماعیلی، حسین سلیمی و سیدجلال دهقانی فیروزآبادی (۲۰۲۱) در مقاله "بازخوانی انتقادی و تکمیلی نظریه مجموعه امنیت منطقه‌ای بوزان در پرتو نظام منطقه‌ای خاورمیانه"، ضمن اشاره به متغیرهای اصلی بوزان برای بررسی پویایی‌های درون منطقه‌ای، ناکامی‌های این نظریه را مورد بررسی قرار داده و متغیر جدیدی به آنچه بوزان بدان‌ها پرداخته بود، با نام «مشکله» افزوده‌اند. همچنین با توجه به شرایط ویژه خاورمیانه، دو متغیر دیگر یعنی «ساختار» و «فرد» نیز به عنوان متغیرهای خاص این منطقه معرفی شده‌اند. رضا سیمبر (۱۳۸۷) در مقاله "ایران و منطقه گرایی در آسیای جنوب غربی: راهبردها و راهکارها در سیاست خارجی ایران"، در ابتدا با بررسی نظریات منطقه گرایی و ارائه مفهوم نوین آن، به ویژگی‌های منطقه غرب آسیا به عنوان منطقه‌ای که در بحث همگرایی منطقه‌ای و منطقه گرایی دچار چالش‌های بسیاری است، بهترین راه برای ایجاد منطقه گرایی در شرایط فعلی را، راهکار غیرسیاسی برای جمهوری اسلامی ایران معرفی می‌کند. عباس کشاورز شکری، محسن بیات و خاطره درخشنده (۱۳۹۲) در مقاله دیپلماسی فرهنگی ایران در خاورمیانه؛ تحول ارتباطات و لزوم کاربرد ابزارهای نوین، با وجود اشاره به مشترکات فرهنگی میان کشورهای خاورمیانه، ایران را مواجه با مسئله ایران هراسی و شیعه هراسی می‌بیند که روند تعامل این کشور با همسایگان منطقه‌ای خود را دچار مشکل نموده است. در همین راستا، بهره‌گیری از ابزار دیپلماسی فرهنگی نظیر سایبردیپلماسی، دیپلماسی علمی، گردشگری و ایجاد مراکز فرهنگی را بهترین روش برای غلبه بر مشکل فوق‌الذکر می‌داند. محمد اکرمی نیا و شهاب فیم دانش (۱۳۹۷) در مقاله نقش دیپلماسی برون مرزی در تحکیم جایگاه منطقه‌ای ایران، با تأکید بر شبکه‌های رسانه‌ای برون مرزی جمهوری اسلامی ایران به عنوان بازوی قدرتمند دیپلماسی رسانه‌ای و قدرت نرم جمهوری اسلامی، این رسانه‌ها را حائز اهمیت و

تأثیرگذار بر افکار عمومی جهان میداند که با بازنمایی واقعیت‌های وقایع منطقه، باعث تحکیم جایگاه منطقه‌ای ایران شده است.

مهم‌ترین پژوهش‌های انجام شده در زمینه موضوع این پژوهش، همان طور که پیش‌تر به آن‌ها اشاره شده است، هر یک به بخشی از سؤال اصلی این مقاله اشاره دارند. به عبارت دیگر، این مقالات عمدتاً بر منطقه‌گرایی در خاورمیانه و یا اهمیت دیپلماسی رسانه و فرهنگی در این منطقه تمرکز داشته‌اند. فلذا با توجه با ماهیت میان‌رشته‌ای این نوشتار، اهمیت انجام آن و خلاءهای موجود آشکار می‌شود.

چارچوب نظری

مجموعه امنیتی منطقه‌ای

مکتب کپنهاگ مجموعه‌ای از نظریات دانشمندان گوناگون عرصه امنیت و روابط بین‌الملل با محوریت بوزان و ویور است. این نظریه اهمیت مضاعفی برای مناطق، به ویژه پس از جنگ جهانی دوم قائل است. از منظر این نظریه، چهار متغیر عمده در فهم الگوهای منطقه‌ای حائز اهمیت هستند: ۱. ساختار مبتنی بر آنارشی، ۲. قبیّت میان قدرت‌های منطقه، ۳. عوامل شکل دهنده به مجموعه مرزهای امنیتی، ۴. ساختارهای اجتماعی مجموعه (الگوهای دوستی/دشمنی میان بازیگران). در کنار این چهار مؤلفه باید به نقش ابرقدرت مداخله‌گر نیز پرداخت تا بتوان الگوی با ثباتی از مناسبات و منازعات هر منطقه ارائه داد. بوزان و روی نقش ژئوپلیتیک هر منطقه را دارای جایگاه محوری می‌دانند، اما در کنار آن، معتقدند کشورهای یک مجموعه امنیتی منطقه‌ای، علاوه بر شاخص‌های ذکر شده، باید دارای دغدغه امنیتی مشابه، مشترکات فرهنگی، تاریخی و جغرافیایی و همچنین برداشت واحد و مشترک از تهدیدی که متوجهشان است باشند. از این منظر، نظریه مجموعه امنیتی یا مکتب کپنهاگ شباهت بسیاری به مفاهیم سازه‌انگاره دارد. در واقع لازمه یک مجموعه امنیتی منطقه‌ای، احساس هویت، فرهنگ، تاریخ و به طور کلی عوامل ذهنی مشترک میان بازیگران است. این اشتراکات نقش غیرقابل انکاری در سرنوشت یک منطقه و آینده امنیتی ساکنان آن دارد (حسینی، ۱۳۹۹: ۱۲۸-۱۲۹).

به طور خلاصه، مجموعه امنیت منطقه‌ای دارای شاخص‌های ذیل می‌باشد:

۱. مجاورت: از ملزومات یک مجموعه امنیتی منطقه‌ای، مجاورت جغرافیایی بازیگران است.

۲. اشتراکات فرهنگی، ارزشی و هویتی: هم‌سویی فرهنگی میان بازیگران یک منطقه، تعارضات را به حداقل رسانده و سرنوشت ساکنین آن ره به هم پیوند می‌دهد.

۳. وابستگی متقابل منطقه‌ای: مبادلات تجاری و ایجاد اقتصادهای مکمل در منطقه، زمینه همگرایی و همکاری گسترده تری را میان کشورهای موجود در آن منطقه فراهم می‌آورد.

۴. الگوهای دوستی و دشمنی: علاوه بر روابط قدرت باید الگوهای دوستی، مانند انتظار حمایت و همکاری، و الگوهای دشمنی مانند احساس هراس امنیتی و تهدید در مناسبات موجود در یک مجموعه امنیتی وجود دارد.

۵. وجود حداقل دو بازیگر قدرتمند: برای ایجاد یک منطقه امنیتی، وجود حداقل دو بازیگر قدرتمند منطقه‌ای ضروری است. در کنار تعدادی قدرت منطقه‌ای، کشورهای کوچک‌تر و دارای قدرت کمتر نیز می‌توانند به ایفای نقش بپردازند. (حسینی، ۱۳۹۹: ۱۳۰)

نکته دیگری که از بحث درباره بوزان و مکتب کپنهاگ باید مورد توجه واقع شود، ترکیب رفتارهای مادی گرایانه و سازه انگارانه در این نظریه است. وقتی بحث مورد نظر، موقعیت یک کشور و نحوه توزیع قدرت است، این نظریه به رویکرد نو واقع گرایی نزدیک می‌شود. اما آن جا که بحث از امنیتی شدن به عنوان یک روند بین‌الذهانی است، همانگونه که پیش‌تر نیز ذکر شد، گرایش‌های مشخصی به نظریه سازه انگاری دارد. (داداندیش و کوزه گر کالجی، ۱۳۸۹: ۸۷)

از دیگر سو، آنچه این نظریه را برای بررسی منطقه گرایی درون‌زا در خاورمیانه مناسب می‌سازد، رویکرد امنیتی است که هم به سطح خرد و هم کلان توجه می‌کند. در سطح خرد، به روابط میان قدرت‌های محلی می‌پردازد و در سطح کلان،

2 . micro-level

3 . macro-level

تأثیر قدرت‌های خارجی بر سیستم امنیت منطقه‌ای را مورد بررسی قرار می‌دهد. از این جهت، البته، می‌توان شباهتی میان نظریه مجموعه‌های امنیتی و نظام موازنه قدرت مشاهده نمود، اما با نگاه دقیق‌تر می‌توان فهمید که نظام موازنه قدرت با تأکید بیش از حد بر روابط قدرت‌های بزرگ، با نگاهی محدود از روابط میتن قدرت‌ها و بازیگران منطقه‌ای غافل می‌ماند. مانند آنچه بوزان از جنگ امریکا در ویتنام مثال می‌زند که چگونه نگاه بالا به پایین بیش از حد باعث خطا در محاسبات امریکا شد. (Buzan, 1983: 112)

مدل اقناع هاولند

در عرصه رسانه رویکردها و روش‌های گوناگونی برای تأثیرگذاری شناخته و نظریات مختلفی درباره آن‌ها تولید شده‌است. حداقل شش مدل متقاعدسازی را می‌توان شناسایی کرد:

یک. مدل اقناع هاولند و همکاران

دو. مدل حقیقت‌نمایی تفسیر شناختی

سه. مدل ناهماهنگی شناختی

چهار. مدل شهودی منظم

پنج. مدل روش فرایند نگرش-رفتار

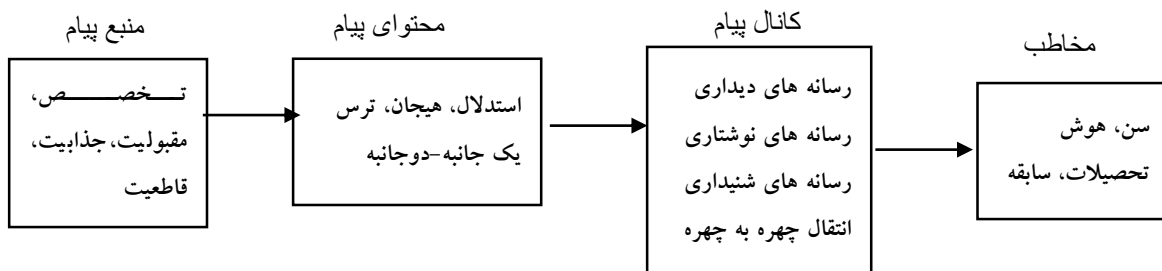
شش. مدل عمق پردازش

اما مدل اقناع هاولند که از محبوب‌ترین و معتبرترین نظریه‌ها در باره تأثیر رسانه‌هاست، قدیمی‌ترین مدل متقاعدسازی و تغییر نگرش است. هاولند در سال ۱۹۴۹ مجموعه آزمایش‌هایی را در دانشگاه ییل در باب تغییر نگرش انجام داد که از یافته‌های آن در فرمول‌بندی نظریه خود در خصوص متقاعدسازی استفاده کرد. براساس مدل اقناع هاولند، متقاعدسازی طی شش مرحله اساسی صورت می‌گیرد که عبارت‌اند از:

۱- در معرض پیام قرار گرفتن ۲- توجه به پیام ۳- درک پیام ۴- پذیرش نتیجه‌گیری مربوط به پیام ۵- یادداشتن نگرش جدید ۶- تبدیل نگرش به رفتار

محققانی همچون مک گوایر، وود و ایگلی در چارچوب مدل هاولند تحقیقات گسترده‌ای را در زمینه عناصر و متغیرهای اصلی متقاعدسازی به سامان رسانده‌اند. آنها در بررسی‌های خود چهار متغیر اصلی متقاعدسازی را شناسایی و معرفی کرده‌اند که عبارتند از: منبع پیام، پیام، کانال انتقال پیام و مخاطب. (الیاسی، ۱۳۸۹: ۴۵-۴۶)

بر این اساس، منبع پیام باید موثق، صادق، جذاب و تأثیرگذار باشد. خود پیام نیز باید قدرت متقاعد کردن داشته باشد؛ به این منظور، می‌توان از ایجاد هیجان، ترس، احساس خطر استفاده کرد. ضمناً بیان هر دو طیف نظرات موافق و مخالف هم منبع پیام را صادق و خیرخواه تر جلوه داده و هم محتوای پیام را دادی نفوذ و قدرت افناع بیشتری می‌سازد. متغیر سوم کانال انتقال پیام یا به عبارت دیگر روش انتقال آن به مخاطب است. این انتقال می‌تواند چهره به چهره و یا از طریق برنامه‌های رسانه‌ای باشد. و آخرین عامل مهم، شناسایی مخاطب است؛ سن، تحصیلات و غیره. (الیاسی، ۱۳۸۹: ۴۶-۷۰)



منطقه گرایبی

در روندهای جدید منطقه گرایبی به سه کارگزار اشاره می‌شود: اولین، مهم‌ترین و قدیمی‌ترین کارگزار در زمینه منطقه گرایبی، حکومت‌ها هستند. دوم، عناصر جامعه مدنی هستند. مانند سازمان‌های غیردولتی، رسانه‌ها، گروه‌های لابی و فشار، گروه‌های فکری و تحقیقاتی و سوم، عناصر بازار مانند اتحادیه‌های تجاری، شرکت‌های ملی و

چند ملیتی، شبکه‌ها و بانک‌های مالی و پولی. البته باید توجه داشت در هر روند منطقه‌گرایی انگیزه‌های گوناگونی مانند اقتصاد، تجارت، امنیت، سیاست، حقوق بشر، امور اجتماعی و زیست محیطی می‌توانند مطرح باشند. در حالی که روندهای منطقه‌گرایی کلاسیک بیشتر امنیت محور و سیاست محور بودند، روندهای نومنطقه‌گرایی جامع‌تر هستند و مسائلی مانند حقوق بشر و ابعاد فرهنگی و هویتی را هم در بر می‌گیرند. علاوه بر آن باید خاطرنشان کرد اگرچه منطقه‌گرایی کلاسیک عمدتاً دولت محور است، اما در نو منطقه‌گرایی مؤلفه‌های جامعه مدنی و بازار نیز کم‌کم داخل می‌شوند (سیمبر، ۱۳۸۷: ۱۱۸). مجموعه امنیتی منطقه‌ای یکی از نظریات منطقه‌گرایی جدید است که بر مؤلفه‌های گوناگونی تأکید دارد:

۱. وابستگی متقابل: این وابستگی می‌تواند هم ابعاد امنیتی داشته باشد و هم ابعاد اقتصادی. منظور از وابستگی متقابل امنیتی آن است که تغییر و تحولات امنیتی در هر یک از واحدهای مجموعه بر دیگر واحدها نیز تأثیر می‌گذارد و همچنین وابستگی متقابل امنیتی می‌تواند مثبت یعنی ایجابی و یا منفی یعنی سلبی باشد؛ یعنی اندرون آن همکاری امنیتی یا مناظره‌ای امنیتی وجود داشته باشد و به بیان دیگر ناامنی یک مجموعه موجب ناامنی در مجموعه دیگر گردد و یا از دید قدرت در یک واحد تأثیر مثبت بر روی امنیت واحد دیگر داشته باشد. معمولاً شدت وابستگی متقابل امنیتی در بین اعضای مجموعه در مقایسه با شدت این رابطه میان آن‌ها و دولت‌های خارج از مجموعه بیشتر است (داداندیش؛ کوزه‌گر کالجی، ۱۳۸۹: ۸۰). وابستگی متقابل منطقه‌ای نیز به این معنی که اقتصاد کشورهای که در مجموعه امنیتی قرار می‌گیرند به‌طور نسبی دارای وابستگی متقابل با یکدیگر است. اقتصاد مکمل وابستگی متقابل به وجود می‌آورد و وابستگی متقابل نهادهای سیاسی را به هم‌گرایی سیاسی و امنیتی با کشورهای منطقه ترغیب می‌کند (حسینی، ۱۳۹۹: ۱۳۰).

عوامل اقتصادی در تعیین قدرت دولت‌های داخل مجموعه منطقه نقش دارند و نیز در ثبات داخلی و انسجام آنها به عنوان نقش‌آفرینان صحنه سیاسی مؤثرند. اما در عین حال ممکن است مثل وضعیت آمریکا و کشورهای تولیدکننده نفت در حوزه

خلیج فارس در انگیزش الگوهای منافع خارجی در مجموعه محلی نیز مؤثر باشند. آنها می‌توانند همچنین در چشم‌انداز همگرایی منطقه‌ای اثر بگذارند که همین امر بر نحوه تحولات مجموعه مؤثر است. برای نمونه جنوب آسیا در مقایسه با اروپای غربی دارای دورنمای کمتری برای همکاری اقتصادی است، زیرا مشابهت‌های اقتصادی دولت در جنوب آسیا باعث می‌شود که بیشتر رقیب یکدیگر باشند تا مکمل یکدیگر. بنابراین عوامل اقتصادی بایستی در تحلیل مجموعه امنیتی مورد توجه قرار بگیرند (بوزان، ۱۳۸۹: ۲۲۹).

۲. الگوهای دوستی و دشمنی: الگوهای دوستی و دشمنی از انواع موضوعات ناشی می‌گردد که نمی‌توان آن را صرفاً با بررسی توزیع قدرت فهمید. این موضوعات امور ویژه‌ای چون اختلافات مرزی، علاقه به جمعیت‌های مرتبط از لحاظ قومی و هم‌سویی ایدئولوژیک گرفته تا ارتباطات مثبت یا منفی تاریخی مثل روابط یهودیان و اعراب، و انگلیسی‌ها و آمریکایی‌ها می‌گردد. با افزودن جنبه دوستی و دشمنی به تصویر موجود، درک بهتری از الگوی منطقه‌ای به دست می‌آید و بر این اساس شبه سیستم‌های امنیتی منطقه‌ای را می‌توان به منزله الگوهای دوستی و دشمنی که عمدتاً در منطقه جغرافیایی خاصی متمرکز هستند به شمار آورد. مجموعه امنیتی یعنی گروهی از دولت‌ها که علایق و امنیتی اصلی آنها به قدری زیاد است که امنیت ملی آنها را نمی‌توان جدا از دیگر ملاحظه کرد (بوزان، ۱۳۸۹: ۲۱۶). منظور از دوستی این است که در روابط آنها طیفی از دوستی واقعی تا انتظار حمایت یا حفاظت وجود داشته باشد. منظور از دشمنی نیز روابطی است که در آن سوءظن و هراس حاکم باشد. میان الگوی دوستی و دشمنی با توازن قوا تفاوت وجود دارد؛ در واقع این الگو می‌تواند از اختلافات مرزی و ارضی تمایلات قومی یک واحد نسبت به واحد دیگر، اختلافات و اشتراکات ایدئولوژیک و ارتباطات مثبت یا منفی تاریخی ناشی شود (حسینی، ۱۳۹۹: ۱۳۱).

اینکه آیا همبستگی‌های فرهنگی و نژادی بایستی عامل تشخیص مجموعه‌های امنیتی باشد یا نه مسئله جالب توجهی است. ممکن است ویژگی‌های مشترک فرهنگی و قومی به گروهی از دولت‌ها باعث شود که آنها به یکدیگر توجه بیشتری در

کل نشان بدهند و به خصوص مداخلات متقابل در امور امنیتی یکدیگر را مشروعیت نبخشند، به ویژه در خاورمیانه که حوزه وسیعی از مراکش تا عمان و سوریه را دربرمی‌گیرد آشکار است. در این حوزه ایده ملت عرب و نیروی فراملیتی سیاسی اسلام به همراه یکدیگر منطقه را شکل داده‌اند. ناسیونالیسم عرب و اسلام هر دو باعث تضعیف هویت دولت‌های منفرد می‌شود و امکان ارائه تفسیر امنیتی فوق‌العاده بالایی را فراهم می‌سازد. آنها نقش مهمی در ایجاد سازمان‌های محلی مانند جامعه عرب، شورای همکاری خلیج فارس، شورای همیاری عرب و حتی ترویج اغلب با موفقیت اندکی ایده همگرایی و وحدت دولت‌ها داشته‌اند (بوزان، ۱۳۸۹: ۲۲۳).

۳. مجاورت: از لحاظ امنیت، منطقه به معنی شبه سیستم مشخص و مشهوری از روابط امنیتی بین مجموعه‌ای از دولت‌هاست که از لحاظ جغرافیایی نزدیک یکدیگر باشند. (بوزان، ۱۳۸۹: ۲۱۳). تهدید به خصوص سیاسی یا نظامی وقتی به حوزه جغرافیایی نزدیک هستند با شدت بیشتری احساس می‌شوند (حسینی، ۱۳۹۹: ۱۲۹).

۴. وجود حداقل دو بازیگر قدرتمند منطقه‌ای: مجموعه امنیتی منطقه‌ای نمی‌تواند توسط تعدادی کشور ضعیف از یک منطقه شکل بگیرد، اما شکل گیری آن با حضور حداقل دو قدرت منطقه‌ای مؤثر و چندین کشور ضعیف امکان‌پذیر است. در واقع چون مجموعه‌های امنیتی تا حدودی با واقعیت‌های جغرافیایی منطبق هستند به ناچار تعدادی از دول کوچک را هم شامل می‌شود. این دولت‌ها به دلیل قدرت کم خود در مقایسه با همسایگان، تأثیر کمی بر ساختار مجموعه دارند و فقط هنگامی می‌توانند تهدیدی برای یک قدرت بزرگ باشند که از مزایای اتحاد با قدرت‌های بزرگ تر برخوردار شوند (داداندیش؛ کوزه گر کالجی: ۱۳۸۹: ۸۱).

۵. استقلال نسبی: این مؤلفه گویای وجود مرزی میان مجموعه‌هایی در سطوح پایین و بالا است. یک مجموعه سطح پایین متشکل از دولت‌های محلی است که قدرتش چندان گسترده نیست و حتی در صورت گسترده بودن از دامنه کشورهای هم‌جوار فراتر نمی‌رود. محدودیت قدرت عامل مهمی در مدیریت روش‌های خودبسنده امنیتی محلی بین دولت‌های همسایه است. مجموعه سطح بالا حاوی

قدرت‌های بزرگ است؛ دولت‌هایی مثل آمریکا و شوروی که قدرتشان بسیار فراتر از محیط نزدیک بوده یا دولت‌هایی مثل چین و شوروی سابق که چون حجم عظیم و وسعت زیاد آنها باعث می‌شود که چند محیط محلی مرتبط باشند و قدرتشان به چند منطقه ارتباط پیدا می‌کند. مجموعه‌های سطح بالا به موضوع تحلیل سیستمی یا در سطح جهانی مربوط هستند. تفکیک مجموعه‌های سطح بالا و پایین زمانی اهمیت پیدا می‌کند که همه سطوح تحلیل امنیتی باید ترکیب شوند. با توجه به تفاوت زیاد قدرت بین سطوح بالا و پایین انتظار می‌رود که مداخله نابرابر از سوی سطح بالا در امور سطح پایین از ویژگی‌های عادی سیستم باشد. بدین ترتیب مسئله مرزهای مجموعه‌های امنیتی مطرح نیست بلکه اختلاف اصلی در خصوص اهمیت نسبی پویایی امنیتی منطقه‌ای در مقایسه با چیزی است که از خارج بر منطقه تحمیل می‌شود. برای نمونه در آسیای جنوب شرقی پویایی منطقه‌ای بایستی با فشارهای بسیار قوی بیرونی مقابله کند. امتیاز مهم ایده مجموعه‌های امنیتی این است که باعث می‌شود پویایی امنیتی در سطح منطقه که مداخلات مزبور را شکل داده و تعدیل می‌کند بهتر دیده شود (بوزان، ۱۳۸۹: ۲۲۱).

۶. نظام ارزشی هم‌سان و سبک زندگی مشترک. کشورهایی که یک مجموعه امنیتی را تشکیل می‌دهند یا دارای هم‌سانی و هم‌سویی فرهنگی و ارزشی هستند و یا آن که تکثر فرهنگی و تفاوت نظام ارزشی در میان آن‌ها به تعارض تبدیل نمی‌شود. سبک زندگی در این کشورها نیز از حداقل تعارض برخوردار است (حسینی، ۱۳۹۹: ۱۳۰)

علاوه بر مؤلفه‌های یاد شده عوامل دیگری نیز در تقویت یا سرکوب پویایی‌های درون منطقه مؤثر هستند. از جمله این عوامل، تحت الشعاع قرار دادن مجموعه می‌باشد. منظور از تحت الشعاع قرار دادن آن است که یک یا چند قدرت بزرگ خارجی مستقیماً وارد مجموعه منطقه شده و دینامیک امنیتی بومی را سرکوب نماید و زاویه‌های داخلی مجموعه امنیتی را بر هم بریزد؛ مانند ورود مستقیم نظامی آمریکا به منطقه خلیج فارس در سطح بسیار وسیع و گسترده و از بین رفتن پویای

درونی مجموعه امنیتی و به بیان دیگر موجودیت مجموعه امنیتی (داداندیش؛ کوزه گر کالجی: ۱۳۸۹: ۸۳).

منطقه‌گرایی در غرب آسیا

آسیای جنوب غربی که شامل کشورهای ایران، قزاقستان، عربستان، پاکستان، ترکیه، افغانستان، یمن، ترکمنستان، ازبکستان، عراق، قرقیزستان، سوریه، تاجیکستان، اردن، آذربایجان، امارات متحده عربی، گرجستان، ارمنستان، فلسطین، کویت، قطر، لبنان و بحرین می‌باشد را می‌توان در گروه مناطق پایین قرارداد؛ یعنی این منطقه از لحاظ تکامل روندهای همگرایانه عقب افتاده است. اصولاً کشورهای این منطقه هنوز با شرایط مدرن جامعه بین‌المللی و روند جهانی شدن چندان هماهنگ نیستند و بیشتر ترجیح می‌دهند از همان سبک کلاسیک در نظام و ستفالی استفاده کنند. در این سبک‌های کلاسیک عمدتاً کشورها خود محور هستند و حاضر نیستند به خاطر همگرایی‌های منطقه‌ای از منافع ملی خود در حد معقول چشم‌پوشی کنند. این در حالی است که در شیوه‌های مدرن و با توجه به جامعه بین‌المللی کشورها برای رسیدن به همگرایی تلاش می‌کنند تا خود را در سبک کلاسیک محدود نسازند و پروسه همگرایی را تسریع بخشند

موانع و چالش‌های منطقه‌گرایی درون‌زا در غرب آسیا

در این مجموعه، مسائل و چالش‌های بسیار زیادی وجود دارد. از جمله رقابت‌های شدید منطقه در خلیج فارس، مسائل حل نشده ایران و عراق، اشغال عراق و افغانستان به دست نیروهای بیگانه، اختلافات به جنگ منجر شده‌ی آذربایجان و ارمنستان، اختلافات داخلی یمن، مسئله اقلیت‌های بومی و قومی و طایفه‌ای در جمهوری‌های به استقلال رسیده پس از سقوط اتحاد جماهیر شوروی، وجود جمعیت روس در این کشورها، مسئله اکراد در ایران و ترکیه و عراق و سوریه، مسائل ریشه‌دار و عمیق خاورمیانه به ویژه مسئله حل نشده اعراب و اسرائیل، سوابق عراق و کویت، مسائل بحرانی لبنان، شروع انقلاب‌های نارنجی در کشورهای قفقاز، مسئله اختلاف برانگیز رژیم حقوقی دریای خزر، موضوع اختلاف شیعه و سنی و عرب و غیر عرب،

نابرابری‌های شدید اقتصادی، نخبه‌گرایی منطقه‌ای به ویژه در مورد ایران و عربستان، مسئله نظامی‌گری پاکستانی‌ها و اختلافات آن با هند بر سر کشمیر، چالش‌های درون‌کشوری در این کشورها که غالباً فاقد ساختارهای دموکراتیک هستند و نقض حقوق بشر در اغلب آنها وجود دارد. (سپتمبر، ۱۳۸۷: ۱۲۱-۱۲۰) از دیگر موانع ایجاد منطقه‌گرایی درون‌زا در غرب آسیا اختلاف بر سر میزان نقش هر کشور در منطقه خلیج فارس و اختلاف دیدگاه در خصوص فلسفه و میزان حضور نیروهای بیگانه در منطقه و همچنین اختلافات ناشی از نوع حکومت‌های منطقه می‌باشد. فقدان اعتماد واقعی میان کشورهای منطقه غرب آسیا و حوزه خلیج فارس عامل اساسی در ایجاد مشکلات و اختلافات بسیار میان کشورهای حاشیه شمالی و جنوبی خلیج فارس شده است. این امر نه تنها میان کشورهای عرب و جمهوری اسلامی ایران موجود است، بلکه حتی در مراتب شدیدتر میان هفت کشور عربی این منطقه نیز وجود دارد.

اگر از زاویه‌ی قومیتی و مذهبی به مسئله وابستگی متقابل امنیتی در منطقه نگاهی بیندازیم حقیقت این است که دو هسته‌ی اصلی منطقه به عنوان عرب در برابر دیگری (که دیگری شامل اسرائیل یهود و ایران می‌شود) و میراثی از گذشته تا به امروز به ارمغان رسیده است و آن هم صف آرایی عرب در برابر ترک‌های عثمانی بوده است. با وجود مشترکات میان ایران و اعراب، عرب‌گرایی همواره در رقابت با اسلام‌گرایی بوده است. ملی‌گرایی عربی به طرز قابل توجهی، بیش از همکاری، به رقابت‌های میان عربی دامن زده است. مشابه این مسئله درباره روابط درون‌اسلامی نیز مشاهده می‌شود. (Buzan and Weaver, 2003: 190) قرائت‌های مختلفی از دین اسلام تحت عنوان دو مذهب شیعه و سنی یکی از معدود مشترکات عمیق میان این واحدهای حکومتی، موجب شده تا مذهب به جای فعال شدن در نقش یک عامل اتحاد و رفع اختلاف به موضوعی برای دشمنی‌های بیشتر تبدیل شود. تأکید کشورهای عرب بر قومیت عربی خویش که برخاسته از دیدگاه‌های پان‌عربیسم دهه‌های ۵۰ و ۶۰ میلادی است همواره بین فارس و عرب در این منطقه جدایی انداخته است. در نگاهی کلی از جمله عوامل واگرا ساز در منطقه غرب آسیا اختلاف‌های مذهبی می‌باشد که طی سالیان اخیر به حد اعلا خود رسیده و منطقه

را در یک شرایط نامطلوب و انفجاری قرار داده است. از سوی دیگر قوم پرستی افراطی در میان گروه‌هایی از اعراب و ایرانیان که همواره خواستار ایجاد خط حائل میان عرب و ایرانی هستند دست رد بر همکاری با طرف دیگر زده و عاملی بازدارنده در همگرایی منطقه‌ای و همکاری راهبردی قلمداد می‌شود به بیان دیگر یکی از موضوعاتی که سبب واگرایی منطقه شده تفاوت‌های قومی و اختلاف‌های تاریخی موجود در میان این کشورهاست (حسینی، ۱۳۹۹: ۱۳۴-۱۳۲).

علاوه بر اختلافات یاد شده منطقه‌گرایی مد نظر جمهوری اسلامی ایران با آنچه اسلام‌گرایان سکولار مانند ترکیه و یا افراط‌گرایان و بنیادگرایان وهابی سعودی دنبال می‌کنند، متفاوت است. ایران در صدد پی‌گیری سیاست هم‌سایه‌ای، کاهش تنش‌های منطقه‌ای و به حداقل رساندن دخالت قدرت‌های مداخله‌گر است. لکن عربستان بقای خود را در گرو حضور و مداخله نیروهای آمریکایی در منطقه می‌داند. در نقطه مقابل، ایران، به لحاظ راهبردی با حضور و مداخله نیروهای خارجی مخالف است و به عبارت دیگر ایران منطقه‌گرایی را در آنجا دنبال می‌کند و عربستان منطقه‌گرایی برون‌زا را در راستای منافع خود می‌بیند (حسینی، ۱۳۹۹: ۱۳۸).

از دیگر موانع منطقه‌گرایی درون‌زا در غرب آسیا وجود اسرائیل است راهبرد سنتی اسرائیل از ابتدا بقای این کشور را در یافتن متحد در محیط پیرامونی می‌داند. با وقوع انقلاب اسلامی و به خصوص پس از تشکیل و تکمیل حزب الله لبنان و نیز وادادگی اعراب در مقابل اسرائیل، راهبرد امنیتی صهیونیسم از دشمنی با اعراب به دشمنی با انقلاب اسلامی تغییر یافت. اراده صهیونیست‌ها بر این است که مجموعه امنیتی بر اساس مراودات تجاری اطلاعاتی و نظامی رشد یابد و هویت آن بر اساس دشمنی با ایران و ترویج ایران‌هراسی قوام پیدا کند. رژیم اسرائیل می‌خواهد در مقابل مجموعه امنیتی ایران-سوریه-حزب‌الله-حماس، مجموعه امنیتی اسرائیل-امارات-بحرین-عربستان-آذربایجان را در کوتاه مدت ایجاد کند. از دیگر معضلاتی که حضور اسرائیل در منطقه ایجاد می‌کند مداخلات منفی قدرت‌های بزرگ در این منطقه به ویژه آمریکا است. امروز اسرائیل کانون مرکزی برای توجیه حضور و مداخلات آمریکا در منطقه است و عادی‌سازی روابط کشورهای منطقه با اسرائیل بر تداوم

مداخلات قدرت‌های بزرگ در منطقه می‌افزاید. عادی سازی روابط کشورهای عربی با اسرائیل علاوه بر انشقاق میان دولت ملت‌ها اختلافات راهبردی میان کشورهای مسلمان و دولت‌های عربی را نیز افزایش خواهد داد رخنه اسرائیل در جهان اسلام و عرب تنها به شدت اختلافات افزوده است (حسینی، ۱۳۹۹: ۱۴۴-۱۴۰). آمریکا در تلاش برای حفظ تسلط خود در جهان اسلام از ظهور هرگونه رقیب یا اتحادیه قدرت آن را محدود نماید جلوگیری می‌کند. علاوه بر این حمایت بی قید و شرط آمریکا از اسرائیل موجب شده است تا هرگونه اقدام جمعی و همبستگی سیاسی که امنیت اسرائیل را تهدید نماید برای آمریکا غیرقابل قبول باشد. اتحاد کشورهای اسلامی، آن‌ها را تبدیل به رقیب جدی برای تمدن غرب می‌کند، لذا آمریکا و سایر قدرت‌های غربی هرگونه پروژه‌های همگرایی میان کشورهای اسلامی را با مشکل مواجه می‌سازند. (حافظ نیا و میرزایی تبار، ۱۳۹۸: ۱۲۴)

با توجه به چالش‌ها و موانع یاد شده، بدیهی است که برای نیل به همگرایی، ابتدا لازم است به مدیریت این دسته از بحران‌ها پرداخت. با توجه به مسائل فوق، این منطقه فاقد ثبات سیاسی و امنیتی لازم برای ایجاد ساختارهای قدرتمند است. سطح اعتماد در میان بسیاری از کشورهای منطقه نسبت به یکدیگر بسیار پایین و حتی در مواردی خصمانه است. نقش بازیگری بازیگران فرامنطقه‌ای در این منطقه بسیار پررنگ است و روسیه، آمریکا، اروپا و چین هر کدام در این عرصه نقش دارند و کشورهای اقماری در اکثر موارد تابع نظر آنها می‌باشند. طراحی نظام موازنه قوا باعث می‌شود که هزینه بسیار زیادی صرف تأمین خرید تسلیحات و تجهیزات نظامی شود و بودجه کلانی از درآمد این کشورها صرف نظام امنیتی و تسلیحاتی گردد. نقش آفرینی بازیگران خارجی در روند منطقه‌گرایی و همگرایی تأثیر دارد؛ از جمله اینکه در بسیاری موارد این نقش آفرینی به قطب بندی هرچه بیشتر منطقه منجر خواهد شد و کشورهای منطقه هر کدام به سمت یکی از بازیگران خارجی تمایل پیدا خواهند کرد. نکته این است که در این قطب بندی بازیگران فرامنطقه‌ای بر اساس تعریفی که از مسائل خود دارند شکل روابط با کشورهای منطقه را تعریف می‌کنند که در بسیاری از نمونه‌ها نمی‌تواند قابل انطباق با همگرایی‌های منطقه‌ای باشد و به جای اینکه به

آن کمک کند هر چه بیشتر باعث واگرایی و قطب بندی در منطقه خواهد شد. بنابراین به دو دلیل اغلب این کشورها توانایی لازم برای نقش‌آفرینی مثبت در روند همگرایی را ندارد اول به خاطر وابستگی به کشورهای خارجی و دوم به خاطر مشکلات ملی و درونی. نکته‌ای که باید به دقت به آن توجه شود بازیگری و نقش‌آفرینی اسلام است (سیمبر، ۱۳۸۷: ۱۲۳-۱۲۰).

به نظر می‌رسد بهترین راهکار بازیگری ایران در منطقه راهکارهای غیرسیاسی است. چراکه طراحی اولیه موضوعات سیاسی و امنیتی طالبان واقع‌گرایانه و اختلاف‌آفرین خواهد بود. از سویی به دلیل سابقه تجاوزها و خصومت‌های بسیار در میان کشورهای منطقه همکاری امنیتی و سیاسی امر دشواری است. حل مناقشات منطقه‌ای به گذشت زمان و صبوری نیازمند است اما از آن مهم‌تر این است که کشورها از نگرش و تفکر جهانی برخوردار باشند و از اختلافات ایدئولوژیک خود چشم‌پوشی کنند (سیمبر، ۱۳۸۷: ۱۲۴) با توجه به این که از مهم‌ترین موانع ایجاد منطقه‌گرایی درون‌زا و همگرایی منطقه‌ای در غرب آسیا، اختلافات میان کشورهای اسلامی است و اسرائیل در چند دهه اخیر، با تلاش برای اصلاح روابط خود با کشورهای عربی، ایران هراسی را جایگزین اسرائیل هراسی نموده و میان مسلمانان بیش از پیش تفرقه ایجاد کرده است، و جمهوری اسلامی ایران نیز همواره در پی ایجاد روابط هم‌سایگی مناسب و ممانعت از حضور تعیین‌کننده قدرت‌های خارج از منطقه در آن بوده است، اولین و مهم‌ترین گام در ایجاد نظم امنیتی منطقه‌ای مطلوب، ایجاد هویت مشترک اسلامی-منطقه‌ای است. تقویت این هویت مشترک، در وهله اول مستلزم امنیتی‌سازی چهره اسرائیل و دشمن‌تلقی شدن آن از سوی کشورهای اسلامی منطقه و در وهله دوم، تأکید بر هویت اسلامی مشترک به جای تفاوت‌های فرقه‌ای و مذاهب گوناگون اسلامی می‌باشد.

دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران

دیپلماسی رسانه‌ای از مباحث جدید در سیاست خارجی است و در چهار دهه گذشته کم‌کم جای خود را در عرصه بین‌المللی باز کرده است. دیپلماسی در جهان امروز بدون درک عمیق از نقش مهم و وسایل مدرن ارتباطی ناممکن است. دیپلماسی

رسانه یک دیپلماسی قدم به قدم و طولانی مدت است که دولت‌ها از طریق آن سعی می‌کنند الگوهای رفتاری و شیوه تفکر و زندگی ملت‌های مورد نظر خود را در جهتی که تأمین‌کننده منافع و خواست‌های آنان است دگرگون سازند (سلطانی فر و خانزاده، ۱۳۹۲: ۱۸۶ و ۱۸۷). در فضای نوین دیپلماتیک، شاید بیشترین تعامل دیپلماتیک را دیپلمات‌های مجهز به فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات با مخاطبان جهانی داشته باشند. در ارتباط با دستگاه دیپلماسی، افکار عمومی گسترهای جهانی داشته و مخاطبان جهانی را شامل می‌شود، در این نوع دیپلماسی افکار عمومی مردمان کشور یا کشورهای دیگر مورد هدف و مخاطب سیاست‌گذاری دستگاه سیاست خارجی و دیپلماسی هستند (بزرگمهری و نعمتی، ۱۳۹۰). به عبارت دیگر دیپلماسی رسانه‌ای به مجموعه سازوکارهایی اطلاق می‌شود که از طریق آن می‌توان بخشی از سیاست‌ها را بر مردم، احزاب، سیاست‌مداران، گروه‌ها، نهادها، سازمان‌های بین‌المللی و حتی دیگر دولت‌ها اعمال نمود. دیپلماسی رسانه‌ای به صورت عام به معنای به کارگیری رسانه‌ها برای تکمیل و ارتقای سیاست خارجی است. به عبارتی دیپلماسی رسانه‌ای، کاربرد رسانه‌ها به طور ویژه برای ترقی و روان سازی سیاست خارجی است (خرازی، ۱۳۹۴: ۱۱۷).

اعتقاد کارشناسان و صاحب‌نظران رسانه بر این است که پارادایم رسانه‌ای یک جامعه در حوزه برون‌مرزی می‌تواند در جریان ارتباطات سیاسی و دیپلماسی بین کشورها تأثیرگذار باشد و هر کشوری که بتواند از طریق رسانه‌های خود با مردم جهان سخن بگوید نقش مؤثر در دیپلماسی عمومی ایفا خواهد کرد (نعمتی انارکی، ۱۳۹۹: ۵۸). در عصر جهانی شدن، کشورهای دارای فناوری‌های ارتباطی جدید و برتر، جریان‌های جهانی اطلاعات را کنترل می‌کنند. همچنین اگر از رسانه‌های جهان‌گستر نیرومندی برخوردار باشند، می‌توانند تصویر بین‌المللی خود را القاء کنند؛ بنابراین قدرت یک کشور به توانایی دیپلماسی رسانه‌ای آن ارتباط می‌یابد و به همین دلیل سیاست خارجی باید برای موفقیت در فرآیند جهانی شدن همراه با نقش دیپلماسی رسانه‌ای، از فناوری‌های جدید اطلاعاتی - ارتباطی نیز سود ببرد (اکرمی نیا و فهیم دانش، ۱۳۹۷: ۲۵۴).

رسانه‌ها دارای تأثیرگذاری بسیار بر افکار عمومی مردم، هم در سطح داخلی و هم در عرصه بین‌المللی هستند. با توجه به اینکه دیپلماسی، امروزه از شکل سنتی و پنهان و رسمی خود خارج شده و اهمیت افکار عمومی بر تصمیم‌گیری‌های سیاست خارجی غیرقابل انکار است، هر کشوری برای پیشبرد اهداف خود باید از ابزار قدرتمند رسانه بهره بگیرد. جمهوری اسلامی ایران که در صدد ایجاد همگرایی مطلوب منطقه‌ای، بدون دخالت قدرت‌های خارجی است، باید ابتدائاً تصویر منفی ایجاد شده از خود در منطقه را اصلاح نموده و احساس تهدیدی که همسایگان ایران، به ویژه در حاشیه خلیج فارس دارند، کاهش دهد. از دیگر سو، اسرائیل باید به عنوان «دیگر» منطقه و عامل تفرقه ساز خارجی و تهدید اصلی برای کشورهای اسلامی معرفی شود. علاوه بر این، همراهی افکار عمومی ملل مسلمان منطقه با ایده منطقه‌گرایی درون‌زا نیز از اهمیت بسیاری برخوردار است و تنها از راه دیپلماسی عمومی، فرهنگی و به طور خاص، رسانه‌ای، محقق می‌شود. اما نکته حائز اهمیت این است که بر اساس مدل اقتناع‌هاولند، تأثیرگذاری یک رویکرد رسانه‌ای مستلزم شرایط و مراحل است که تحقق هر یک برای تحقق هدف تأثیرگذاری بر افکار عمومی و اقتناع آن‌ها ضروری است. این فرایند، و به طور کلی ابزارهای فرهنگی، در درازمدت تأثیرگذار بوده و سرمایه‌گذاری ای طولانی مدت می‌طلبد.

جمهوری اسلامی ایران برای مقابله با قدرت و هژمونی‌گرایی آمریکا در جهان و در منطقه از اشکال دیپلماسی رسانه‌ای برای ارتقای برند ملی و این موج‌سازی مثبت از جمهوری اسلامی و همچنین محدودسازی قدرت و عملکرد آمریکا در سطح بین‌المللی استفاده می‌کند. در دنیای امروز رسانه‌ها بازیگران غیردولتی سیاست‌گذاری خارجی کشورها به شمار می‌روند که فعالیت آن‌ها را نمی‌توان به‌طور کامل مهار کرد و نه می‌توان نادیده گرفت. آن‌ها در گفتمان سنتی سیاست خارجی فراوان ایجاد نموده و دولت‌ها را به تحول در تصمیم‌گیری و اجرای سیاست خارجی وادار کرده‌اند. در واقع در پی جایگاه‌نویین گفتمان‌سازی و تصویرسازی در تعاملات سیاسی نقش رسانه‌ها نیز در اقتناع دیگران بسیار مهم‌تر از گذشته است. اهمیت مضاعف راهبرد

رسانه‌ای در دیپلماسی عمومی از آن روست که مخاطبان برنامه‌های رسانه‌ای بسیار گسترده‌تر از مخاطبان مبادلات آموزشی هستند (جنیدی و ملایی، ۱۳۹۸: ۸۳).

ایران از دیپلماسی رسانه‌ای به‌عنوان شکلی از استراتژی دیپلماتیک برای حفاظت از منافع و افزایش تأثیر خود استفاده کرده‌است. از سال ۱۹۷۹ (۱۳۵۷) ایران از ترکیبی از ابتکارات فرهنگی، مذهبی و آموزشی برای افزایش تصویری دو ستانه از خود در دنیای بین‌الملل استفاده کرده‌است. (Pahlavi, 2012: 21). بعد از انقلاب، ایران، صداوسیما جمهوری اسلامی را راه‌اندازی کرد تا مسئول سیاست‌های صوتی تصویری جمهوری اسلامی باشد. جمهوری اسلامی علاوه بر ۲۹ شبکه داخلی، در چهار شبکه بین‌المللی نیز فعالیت دارد. علاوه بر آن، شش ماهواره تلویزیونی برای بینندگان بین‌المللی و دوازده پایگاه رادیویی نیز مشغول به کار هستند (Pahlavi, 2012: 23). اهم شبکه‌های برون مرزی جمهوری اسلامی ایران به ترتیب ذیل است.

شبکه سحر شامل سیمای اردو، آذری، بالکان و کردی. این شبکه با هدف تأثیرگذاری بر وقایع منطقه بالکان، قفقاز، شبه قاره و مناطق کردنشین در غرب آسیا فعالیت می‌کنند. شبکه الکوثر شبکه ۲۴ ساعته به زبان عربی شامل برنامه‌های فرهنگی، مذهبی و خبری که موقعیت تأثیرگذاری در کشورهای عربی دارد. العالم شبکه خبری ۲۴ ساعته به زبان عربی. در کنداکتور آن اخبار و برنامه‌های سیاسی جایگاه ویژه‌ای دارند. دو شبکه الکوثر و العالم مکمل یکدیگر در پوشش مباحث مختلف هستند. پرس تی وی نیز شبکه خبری ۲۴ ساعته به زبان انگلیسی. این شبکه، یک رسانه بین‌المللی خبری می‌باشد و محوریت برنامه‌های آن پوشش وقایع و رویدادهای جاری جهان و ترسیم سیمایی صحیح از ایران است. هیسپان تی وی شبکه اسپانیایی زبان ۲۴ ساعته برون مرزی است که به پخش برنامه‌های مختلف خبری، سیاسی و فرهنگی به زبان اسپانیولی اقدام می‌نماید و جامعه هدف آن امریکای لاتین است. در حال حاضر وبسایت شبکه تلویزیونی هوساتیوی به زبان انگلیسی و هوسا و همچنین دو بخش تصویری و صوتی برای مخاطبان آفریقایی فعالیت می‌کند که مقدمه راه‌اندازی تلویزیون هوساتیوی می‌باشد (اکرمی نیا و فهیم دانش، ۱۳۹۷: ۲۶۰-۲۶۱). علاوه بر این‌ها، ایران شش روزنامه به زبان عربی و

فارسی برای شهروندان سایر کشورها منتشر می‌کند. اخبار ایران روزانه، تهران‌تایمز و کیهان بین‌المللی در اروپا، آمریکای شمالی، آسیا و افریقا منتشر می‌شود. الوفاق و کیهان عربی هم عرب‌زبانان خاورمیانه و افریقا را هدف قرار می‌دهد (Sadeghi and Hajimineh, 2019: 223).

مسئله حائز اهمیت این است که جمهوری اسلامی ایران ظرفیت‌های رسانه‌ای مناسبی برای تأثیرگذاری در سطح منطقه‌ای و حتی جهانی در اختیار دارد. اما این ظرفیت‌های بالقوه بدون سرمایه گذاری مالی و معنوی طولانی مدت نمی‌تواند در راستای هدف ایجاد نظم منطقه‌ای درون‌زا و برون‌نگر مثمرثمر باشد. در بهره‌گیری جمهوری اسلامی از ابزارهای دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای یک ضعف عمده مشاهده می‌شود؛ رویکرد دیپلماسی فرهنگی ایران در خاورمیانه مقطعی و معطوف به بازدهی کوتاه‌مدت بوده‌است. این رویکرد باعث شده به تأثیر و نقش دیپلماسی فرهنگی در ساختن و بازنمایی هویت‌ها کمتر توجه شود، زیرا هویت‌سازی، تغییر هویت یا بازنمایی و تکامل آن امری زمان‌بر و نیازمند رویکردی بلندمدت و یکپارچه است. بی‌توجهی به رویکرد بلندمدت و توجه کافی نداشتن به هویت‌سازی موجب شده اختلاف‌های کوچک سیاسی و فرهنگی تأثیر شگرفی بر روابط ایران و کشورهای خاورمیانه داشته باشد (کشاورز شکری و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۷-۱۸).

نتیجه‌گیری

غرب آسیا منطقه‌ای است که همواره آبستن حوادث و درگیری‌ها بوده است. اختلافات دینی مذهبی، قومی، فرقه‌ای، و دخالت قدرت‌های خارجی، مشکلات امنیتی و اقتصادی همگی مانع از شکل‌گیری نظم منطقه‌ای درون‌زا در این قسمت از کره زمین که دارای اهمیت ژئوپلیتیک ویژه‌ای نیز می‌باشد، شده‌اند. از جمله مهم‌ترین موانع ایجاد همگرایی در غرب آسیا، نبود هویت مشترک منطقه‌ای و یک الگوی دوستی و دشمنی است که ریشه در روابط درون منطقه‌ای بدون دخالت سایر قدرت‌ها داشته باشد. بر اساس مؤلفه‌های مهم یک مجموعه امنیتی منطقه‌ای، غرب آسیا دارای چند قدرت منطقه‌ای است که در مجاورت یکدیگر قرار دارند. اما این کشورها وابستگی متقابل امنیتی و اقتصادی نسبت به یکدیگر ندارند. در واقع روابط قدرت‌های منطقه مانند ایران، عربستان، ترکیه و عراق به گونه‌ای نیست که تهدید یکی، تهدید دیگری هم به حساب بیاید. تا جایی که ایران به عنوان یک قدرت منطقه‌ای و یک کشور اسلامی، به عنوان تهدیدی برای سایر کشورهای مسلمان و عرب منطقه از جمله عربستان تلقی شده است. شکل‌گیری شورای همکاری خلیج فارس نیز به این دلیل بوده است. از سوی دیگر، با وجود اشتراکات دینی، اختلافات مذهبی و فرقه‌ای همواره نمود بیشتری داشته، البته نقش مخرب قدرت‌های خارجی در این زمینه غیرقابل انکار است. امریکا همواره در پی ایجاد اختلاف در میان کشورهای اسلامی منطقه بوده تا از اتحاد آن‌ها در برابر خود جلوگیری کند. از جمله اقدامات امریکا در این مسیر، تقویت افراط‌گرایی در عراق، سوریه و عربستان بوده است (وثوقی و صفری، ۱۳۹۵: ۱۱۰).

برای ایجاد یک مجموعه امنیتی منطقه‌ای که بر پویایی‌های درون منطقه‌ای استوار باشد و به جای برون‌گرا بودن، درون‌زا و برون‌نگر باشد، باید احساس هویت جمعی اسلامی که مولود یک منطقه خاص جغرافیایی باشد در میان دولت‌ها و ملل غرب آسیا ایجاد و تقویت شود. جمهوری اسلامی ایران همواره هدف اسلام‌هراسی و شیعه‌هراسی، و متهم به هژمون‌خواهی و صفویه‌گرایی بوده است. این عناوین دستاویز قدرت‌های خارجی و البته اسرائیل برای تهدید جلوه دادن جمهوری اسلامی

و ایجاد شکاف میان کشورهای مسلمان بوده است. آنچه که جمهوری اسلامی در گام اول باید به رفع و حل آن بپردازد، مسئله هویت و برداشت‌های همسایگان مسلمان از هویت ایرانی است. بر همین اساس، موجودیتی که باید تهدیدی علیه امنیت کشورهای منطقه به شمار بیاید، اسرائیل است. همچنین تأکید بر مشترکات دینی عامل همگرا کننده دیگری در این زمینه است. اما ابزارهای تحقق این هویت جمعی، ابزاری فرهنگی و غیر سیاسی-نظامی است. از جمله این ابزارها، دیپلماسی فرهنگی و به طور مشخص، دیپلماسی رسانه‌ای است.

منظور از دیپلماسی رسانه‌ای، بهره‌گیری از ابزار رسانه، صوتی، تصویری، ماهواره‌ای، اینترنتی، خبری و هنری و امثالهم، است که با تأثیرگذاری بر افکار عمومی ملت‌ها، تحقق هدفی سیاسی را تسهیل و میسر کند. جمهوری اسلامی ایران برای ایجاد همگرایی و ترویج اشتراکات دینی که پیش‌تر درباره‌اش بحث شد، باید از ظرفیت‌های رسانه‌ای موجود استفاده نموده و این ظرفیت‌ها را نیز گسترش داده و تقویت کند. با توجه به مدل اقناع هاولند، یک رسانه به منظور تحصیل نتیجه مطلوب، باید مراحل گوناگونی را طی کند. اولین متغیر مهم برای تأثیرگذاری و اقناع و نفوذ در مخاطب، منبع پیام است که باید جذاب و قاطع باشد و در زمینه انتقال پیام خود و همچنین در حیطه موضوعی که در آن اقدام به کار رسانه‌ای نموده، تخصص و اطلاعات کافی داشته باشد. دومین متغیر مربوط به محتوای پیام ارسالی است که علاوه بر این که باید مستدل و مستند باشد، باید دارای جذابیت‌های بصری نیز باشد تا احساس شور و هیجان در مخاطب ایجاد کرده و میزان اقناع پیام را بالا ببرد. طبیعتاً عامل مهم بعدی، کانال ارسال پیام و انتخاب بهترین ابزارهای رسانه‌ای است. جمهوری اسلامی ایران دارای چندین شبکه ماهواره‌ای و خبری برون مرزی است که هر یک مخاطب و هدف خاص خود را داراست. تقویت محتوای این کانال‌ها ضروری می‌نماید. از سوی دیگر، از اهمیت ابزار قدرتمند سینما نیز نباید غافل شد. و متغیر نهایی و بسیار مهم، شناختن مخاطب است. بدون شناخت صحیح از جامعه هدف، تحصیلات، سلیقه، نظام‌های فکری و شناختی، روحیه جمعی و سن و جنسیت آن‌ها نمی‌توان پیامی مناسب تولید کرده و انتظار تأثیرگذاری بر مخاطب را داشت. برای مثال در

این منطقه، جامعه هدفی که در عراق وجود دارد، با ساکنین عربستان و امارات، و قطر و ترکیه تفاوت‌های بنیادین دارند. توجه همزمان به این متغیرهاست که باعث موفقیت پروسه‌ی انتقال پیام و اقناع مخاطب می‌شود.

منابع

۱. اکرمی نیا؛ محمد، فهیم دانش؛ شهاب (۱۳۹۷)، "نقش دیپلماسی رسانه‌ای برون مرزی در تحکیم جایگاه منطقه‌ای ایران"، پژوهشنامه رسانه بین‌الملل، سال سوم، شماره سوم
۲. الیاسی، محمدحسین (۱۳۸۹)، "مبانی نظری و عملی اقناع و مجاب‌سازی"، فصلنامه مطالعات بسیج، سال دوازدهم، شماره ۴۵
۳. بزرگمهری؛ مجید، نعمتی؛ فاطمه (۱۳۹۰)، "تأثیر دیپلماسی رسانه‌ای بر سیاست خارجی: تبیین راهکارها"، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، شماره هفدهم، زمستان ۹۰
۴. بوزان، باری (۱۳۸۹)، مردم، دولت‌ها و هراس، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، چاپ دوم، تهران، انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی
۵. جنیدی، رضا؛ مسعود ملایی (۱۳۹۸)، "راهبردهای مبتنی بر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در مقابله با قدرت هوشمند ایالات متحده امریکا"، فصلنامه راهبرد سیاسی، سال سوم، شماره ۸
۶. حافظ نیا، محمدرضا؛ میرزایی تبار، میثم (۱۳۹۸)، "قابلیت‌ها و ظرفیت‌های همگرایی در جهان اسلام"، فصلنامه مطالعات بنیادین و کاربردی جهان اسلام، سال دوم، شماره اول، صص ۱۴۵-۱۱۵
۷. حسینی، سید محمد (۱۳۹۹)، "موانع فزاینده منطقه‌گرایی درون‌زا از منظر مکتب کپنهاگ"، فصلنامه پژوهش‌های روابط بین‌الملل، دوره دهم، شماره چهارم
۸. خرازی آذر، رها (۱۳۹۴)، "دیپلماسی رسانه‌ای، توان نوین استراتژیک کشورها"، مطالعات رسانه‌ای، سال دهم، شماره بیست و نهم
۹. داداندیش، پروین؛ کوزه‌گر کالجی، ولی (۱۳۸۹)، "بررسی انتقادی نظریه مجموعه امنیتی منطقه‌ای با استفاده از محیط امنیتی منطقه‌ی قفقاز جنوبی"، فصلنامه راهبرد، سال نوزدهم، شماره پنجاه و شش، صص ۱۰۷-۷۳
۱۰. سلطانی فر، محمدرضا؛ خانزاده، لیلیا (۱۳۹۲)؛ "دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران (فرصت‌ها، چالش‌ها، و راهبردها)"، مطالعات فرهنگ-ارتباطات، سال چهاردهم، شماره بیست و دوم

۱۱. سیمبر، رضا (۱۳۸۷)، "ایران و منطقه‌گرایی در آسیای جنوب غربی: راهبردها و راهکارها در سیاست خارجی ایران"، دو فصلنامه تخصصی پژوهش سیاست نظری، شماره پنجم، صص ۱۲۸-۱۱۳

۱۲. کشاورز شکری، عباس؛ بیات، محسن و بخشنده، خاطره (۱۳۹۲)، "دیپلماسی فرهنگی ایران در خاورمیانه؛ تحول ارتباطات و لزوم کاربرد ابزارهای نوین"، مطالعات فرهنگ ارتباطات، سال چهارم، شماره بیست و سوم، پاییز ۱۳۹۲

۱۳. نعمتی انارکی، داوود (۱۳۹۹)، "مقایسه فضای ارتباطات سیاسی و رسانه‌ای دوران جنگ سرد و عصر کنونی"، پژوهشنامه رسانه بین‌الملل، سال پنجم، شماره پنجم، ۳۹-۶۲

۱۴. وثوقی، سعید؛ صفری، عسگر (۱۳۹۵)، "نقش ایالات متحده در افراط‌گرایی‌های منطقه خاورمیانه با تأکید بر عراق و سوریه"، فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست، سال پنجم، شماره ۱۷

منابع لاتین

1. Sadeghi, S. M. Mirmohammad; R. Hajimineh (2019), "The Role of Iran's »Soft Power« in Confronting Iranophobia", *Mgimo Review of International Relations*, No. 4, issue 67
2. Pahlavi, Pierre; (2012), "Understanding Iran's Media Policy", *Israel Journal of Foreign Affairs*, 6:2, 21-33
3. Buzan, Barry; Weaver, Ole (2003), *Regions and Powers the Structure of International Security*, Cambridge University Press: New York

شناسایی ویژگی‌های تصویرسازی اسلام در شبکه‌های ماهواره‌ای (مورد مطالعه: مستند «برادر اسلام‌گرای من» شبکه بی‌بی‌سی)

سید محمدرضا فیاضی^۱

سارا مومنی^۲

چکیده

با توجه به نقش رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی به افکار عمومی، هدف مقاله این است که ویژگی‌های تصویرسازی اسلام و غیریت‌سازی‌های مرتبط با آن در شبکه‌های ماهواره‌ای را استخراج کند تا نمایی از کیفیت تقابل گفتمانی در یکی از عرصه‌های رسانه‌ای به دست آید. مقاله با استفاده از روش تحلیل گفتمان مستند «برادر اسلام‌گرای من» را که از شبکه بی‌بی‌سی پخش شده است، مطالعه کرده تا نظام معنایی گفتمان‌های موجود در مستند را از زاویه تحلیل تصویرسازی نماینده‌های گفتمانی استخراج کند. در این پژوهش با استفاده از روش پیاده‌سازی تفسیری ابتدا دال‌های شناسا در یک تقسیم‌بندی پنج‌گانه معرفی و تحلیل شد و سپس با ادغام سه دال شنا سایی که از میزان قرابت معنایی بالایی برخوردار بودند؛ سه هویت مجزا که با دیگری غیریت‌سازی شده بود مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت تا در نهایت نظام معنایی سه‌گانه گفتمان لیبرال دموکراسی، گفتمان بنیادگرای افراطی و گفتمان اسلام معمولی استخراج شود. هر یک از نظام‌های معنایی مشتمل بر پیش‌فرض‌های بدیهی‌انگاشته شده نظیر اعتقاد یا عدم اعتقاد به غیب و نسبی‌گرایی یا مطلق‌گرایی است و در کنار آن تلاش شده تا دال مرکزی و دال‌های پیرامونی این نظام‌های معنایی تبیین شود.

واژگان کلیدی: مدیریت تصویر، تحلیل گفتمان، تصویرسازی، اسلام،

بی‌بی‌سی

۱ دکتری مدیریت رسانه علوم تحقیقات seiedmrf@gmail.com

۲ دانشجوی دکتری مدیریت رسانه علوم تحقیقات saramomeni@ut.ac.ir

مقدمه

در جهان رسانه‌ای شده عصر حاضر، مفهوم مدیریت تصویر در دو حوزه کلی انگاره سازی از اشخاص و انگاره سازی از رویدادها و موضوعات مطرح شده است. به گفته ژان بودریار^۳، امروزه «تصاویر» اهمیت و جایگاهی به مراتب فراتر از «واقعیت» پیدا کرده‌اند. به عبارت دیگر تصاویر، واقعی‌تر و حتی تأثیرگذارتر از واقعیت شده‌اند (اسفندیاری، ۱۳۹۳، ص. ۴۶). به عقیده مائسون (۱۳۹۲) رسانه‌ها با بازنمایی‌های غالب جهان اجتماعی و نوع تعاملات میان مردم و صاحبان قدرت، چگونگی شکل‌گیری معانی متفاوت در متون رسانه‌ای و بازنمایی واقعیت را نشان می‌دهند (شریفی، انصاری، & اسدالله زاده، ۱۳۹۵، ص. ۹۰).

مولانا (۱۳۷۵) انگاره را به مثابه سازه‌ای تعریف می‌کند که مضمون آن به خودی خود، مجموعه‌ای از تصاویری است که از جنبه‌های مختلف واقعیت، در ذهن فرد وجود دارد (ص. ۱۰). در واقع مدیریت تصویر فرآیندی است میان‌رشته‌ای که ذیل مفهومی کلی‌تر به نام مدیریت برداشت^۴ و مدیریت پیام تعریف می‌شود. به بیان دیگر یکی از راه‌های دستیابی به مدیریت مطلوب برداشت، بهره‌گیری از سازوکارهای مدیریت تصویر است.

موضوع مدیریت تصویر از حیث جوانب مختلف آن به دو رویکرد کلی فرآیندی و محتوایی تقسیم می‌شود. رهیافت فرآیندی به دنبال آن است تا با نگاهی سیستمی، فرآیندهای سخت‌افزاری مدیریت پیام را به صورت کلی و فارغ از مصادیق، طراحی و مدل‌سازی کند تا برای مدیریت تصویر مطلوب هر سوژه، مسیر مشخصی بر اساس الگوی طراحی شده طی شود؛ اما در رهیافت محتوایی که به تنهایی موضوع پژوهش‌های مستقلی است؛ باید با رویکردی اقتضایی به طراحی تصویر مطلوب و اختصاصی یک فرد یا رویداد خاص پرداخته شود که به علت منحصر به فرد بودن، با

3 Jean Baudrillard

4 Image Management

5 Impression Management

بررسی میداقي و عمیق سوژه، راهبردها و دستورالعمل‌های تجویزی برای مدیریت تصویر بهینه آن سوژه ارائه شود (فیاضی & صلواتیان، ۱۳۹۴).

در میان موضوعات و پدیده‌های مختلف، موضوع تصویرسازی از اسلام از اهمیت خاصی برخوردار است. به عقیده پرات (۲۰۱۱) مطالعه عوامل تأثیرگذار بر شکل‌گیری تصاویر و تفکرات منفي عليه مسلمانان، نشان می‌دهد که تصاویر و محتوای رسانه‌ها از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری این گونه احساسات ضداسلامی هستند (شریفی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۹۲). این موضوع با توجه به گسترش روزافزون اسلام و نزاع ایدئولوژیک حاکم بر جهان در فضای غالب رسانه‌های غربی با جدیت پیگیری می‌شود، اما جبهه رسانه‌ای اسلام در ارائه انگاره‌های مطلوب از این مفهوم و دین شریف، دچار کاستی‌های اساسی است.

برای انجام پروژه‌های مدیریت تصویر سه فاز مستقل و در عین حال مکمل مورد توجه قرار می‌گیرند؛ فاز نخست به بررسی وضعیت سوژه در فضای رسانه‌ای اختصاص دارد که مشتمل بر تشخیص و تحلیل انگاره ارائه شده توسط رسانه‌های خودی، رسانه‌های رقیب و مطالب مطرح شده در رسانه‌های اجتماعی است تا بر اساس برآیند سه بستر رسانه‌ای، تخمین قابل‌تعمیم و دقیقی از وضعیت انگاره ارائه شده در فضای رسانه‌ای به دست آید. در فاز دوم اما معمولاً تلاش می‌شود تا انگاره موجود یا تثبیت‌شده سوژه در طیف‌های مختلف افکار عمومی و نخبگانی که برآمده از مجموعه‌ای از عوامل رسانه‌ای و غیررسانه‌ای است؛ بر اساس رویکردهای کلاسیک پیمایش یا مخاطب‌سنجی‌های مدرن مبتنی بر کلان‌داده، استخراج و تحلیل شود. در نهایت فاز سوم ناظر به تلاش برای استفاده از داده‌های موجود و ظرفیت‌ها و محدودیت‌های اختصاصی سوژه بنا بر شرایط اقتضایی خاصی است که با در نظر گرفتن مجموعه آن‌ها، تجویزهایی در جهت بر ساخت انگاره‌های هدفمند و یا واسازی برخی از انگاره‌های موجود انجام می‌شود (فیاضی بروجنی & فضلی‌زاده، ۱۳۹۷، ص. ۱۳۵).

بر اساس آنچه گفته شد در این پژوهش تلاش شد تا مختصات تصویرسازی از اسلام ذیل فاز نخست فرایندهای مطالعاتی مدیریت تصویر، ناظر به استخراج تصویر ارائه شده در بستر رسانه‌های رقیب سنتی و از طریق مطالعه نحوه تصویرسازی شبکه بی‌بی‌سی به عنوان یکی از مهم‌ترین رسانه‌های گفتمان رقیب، موردبررسی و تحلیل قرار گیرد.

پیشینه نظری پژوهش

نظریه بازنمایی رسانه‌ای

از نظر «ریچارد دایر» مفهوم بازنمایی در رسانه‌ها عبارت است از: «ساختی که رسانه‌های جمعی از جنبه‌های مختلف واقعیت مثل افراد، مکان‌ها، اشیاء، اشخاص، هویت‌های فرهنگی و دیگر مفاهیم مجرد ایجاد می‌کنند. تجلی بازنمایی‌ها ممکن است به صورت گفتاری، نوشتاری یا تصاویر متحرک باشد». بازنمایی نوعی تصویر دست‌کاری شده از واقعیت بیرونی است. رسانه‌ها زبان ارائه بازنمایی از واقعیت را دارند و از خصیصه چند زبانی برخوردار هستند.

نظریه بازنمایی به ما یادآوری می‌کند که سیاست‌نمایش‌دهنده رسانه‌ها تعیین می‌کند که تصاویر و شیوه‌های تصویر کردن گروه‌های خاص چگونه به انجام برسد. این امر تا حدی به اهمیت رسانه‌های جمعی در داشتن قدرت بازنمایی برمی‌گردد، چراکه از این طریق بعضی از تصاویر و فرض‌ها و گمان‌ها را بیشتر بازمی‌نمایند و برخی از تصاویر و فرض‌ها و گمان‌ها را به غیاب می‌رانند که نمی‌شود با آن‌ها تعاملی برقرار کرد. بازنمایی، ساخت رسانه‌ای واقعیت است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ص. ۱۵-۱۷).

نظریه انگاره‌سازی

یک انگاره از ابعاد شناختی، تأثیرپذیری و عملی تشکیل شده است؛ بعد شناختی انگاره‌ها، بر زاویه دید فرد نسبت به خود و ادراکی که از خویشتن دارد دلالت دارد. بعد تأثیرپذیری انگاره‌ها، بر علاقه‌مندی یا بی‌علاقگی فرد نسبت به انگاره‌ها دلالت دارد و درنهایت بعد عملی انگاره‌ها، بر آثار رفتاری آن‌ها روی افراد تأکید

می‌کند. انگاره‌ها باعث یکدل شدن مردم یک فرهنگ یا یک منطقه و یا یک کشور در مورد طرز تلقی‌شان نسبت به یک پدیده یا یک موضوع خاص می‌شوند. مولانا (۱۳۷۵، ص. ۱۱).

انگاره سازی یکی از شیوه‌های عملیات روانی است که در نبرد رسانه‌ای از آن استفاده می‌شود. برنارد کوهن معتقد است که رسانه‌ها برای هدایت افکار عمومی از واقعیات، انگاره‌هایی خلق می‌کنند که تنها در راستای اهداف کارگزاران ارتباطی است، از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ به این سو، رسانه‌های غربی برای پیشبرد مقاصد یک‌جانبه‌گرایانه توانستند هراس و وحشت از اسلام را ریشه‌دار کنند (محمدخانی، ۱۳۹۰، ص. ۱۰۷).

مدیریت تصویر^۸

مدیریت تصویر نتیجه ترکیب مفهوم مدیریت برداشت و مدیریت پیام بوده و به معنای ساماندهی فرآیندهای رسانه‌ای برای انتقال انگاره هدفمند و مطلوب به مخاطب است. در واقع مدیریت تصویر به دنبال ایجاد و ارائه انگاره‌هایی از اشخاص، رویدادها و موضوعاتی است که متناسب با اهداف یک رسانه بوده و با بهره‌گیری از ظرفیت‌های پرداختی و فرآوری رسانه‌ای بتواند حتی‌المقدور انگاره‌ای حساب‌شده و مطلوب را به مخاطبین منتقل کند. (فیاضی بروجنی & صلواتیان، بازمهندسی فرایند مدیریت تصویر در سازمان صداوسیما، ۱۳۹۴، ص. ۱۳۰)

مدیریت برداشت

بر اساس تعریف گافمن (1959, p. 4) «هنگامی که فرد در جمعی حاضر می‌شود معمولاً دلایلی وجود دارد تا بسته به شرایط شخص تلاش کند تا رفتارهای خود را تغییر داده و تأثیر مطلوب خود را در ذهن دیگران ایجاد کند. در واقع مدیریت برداشت تلاشی است برای ایجاد معنی، هدایت تعاملات اجتماعی و کمک به پیش‌بینی انتظارات دیگران از ما» (Richard & Couto, 2012). بعدها، پیتروال سعی کرد تا این مفهوم را برای نخستین بار در حوزه سیاست وارد کند و در تعریف آن نوشت: «مدیریت برداشت به معنای خوداظهاری موفق است که در فرآیندهای

متغیر چانه‌زنی‌های سیاسی، منجر به درک قدرت سیاسی ما توسط طرف مقابل می‌شود و این توانایی را ایجاد می‌کند تا تعیین مختصات موقعیت‌ها به‌گونه‌ای برای طرف مقابل ترسیم شود که مطلوب ماست (Hall, 1972)». در این پژوهش منظور ما از مدیریت برداشت، کنترل بر قضاوت و رفتار دیگران به‌منظور دستیابی به تمایلات هدفمندی است که از طریق تأثیر و نفوذ روی تعریف و برداشت مخاطبان از موقعیتی که با آن درگیر هستند انجام می‌شود (Hall, 2009).

تحلیل گفتمان

تحلیل گفتمان تحلیل اجتماعی مقوله‌های زبانی است. یا به عبارتی، استفاده از پس‌زمینه‌ها و یا رفتارهای اجتماعی برای بررسی و ارزیابی مقوله‌های کلامی و زبانی در یک متن می‌باشد. هدف اصلی مطالعه گفتمان، ایجاد توصیفی واحد، از سه بعد اساسی گفتمان است؛ این ابعاد شامل کاربرد زبان، برقراری ارتباط میان باورها و تعادل در موقعیت‌های اجتماعی است. در مطالعه مفهوم گفتمان نحوه تقابل و تأثیر این ابعاد نسبت به هم مورد بررسی قرار می‌گیرد (ون دایک، ۱۳۸۲، ص. ۴۶).

تلویزیون بی‌بی‌سی انگلیسی

شبکه بی‌بی‌سی که بنگاه سخن‌پراکنی بریتانیا است، در سال ۱۹۲۷ میلادی شکل گرفت. در سال ۱۹۳۶ میلادی یک کانال تلویزیونی توسط این تشکیلات راه‌اندازی شد. این شبکه از آن زمان تاکنون در جهت منافع بریتانیا در کل جهان فعالیت دارد. چندماه پیش از انتخابات ریاست‌جمهوری در ایران، تلویزیون فارسی شبکه بی‌بی‌سی با همان سیاست و استراتژی در ۲۵ دی ماه ۱۳۸۷ رسماً شروع به کار کرد.

پیشینه تجربی پژوهش

۱-۱- مروری بر پژوهش‌های پیشین

نوپایی رویکرد علمی مدیریت تصویر در عرصه رسانه و سیاست، موجب شده تا یافتن پیشینه‌های پژوهشی مرتبط با این تحقیق با مشکلات و محدودیت‌هایی مواجه شود. به گفته پیتز هال «تحقیقات مختصری که در حوزه مدیریت برداشت در عرصه سیاست انجام شده است؛ غالباً بر انتخابات ریاست جمهوری آمریکا تمرکز داشته است» (2009). مع‌الأسف نوع ادبیات همین کارهای محدود نیز بیش‌تر دارای رویکردی توصیفی و شبه ژورنالیستی است که با نگاهی انتقادی بیش‌تر به توصیف یا نقد عملکرد تیم‌های رسانه‌ای پرداخته و متأسفانه کم‌تر شاهد تجویزهای علمی با ادبیات مرسوم علمی و پژوهشی هستیم. با این حال نتایج بررسی‌های برخی پژوهش‌های مرتبط با موضوع این تحقیق اجمالاً ذکر می‌شود.

جدول ۱. خلاصه پژوهش‌های داخلی مربوط به تصویرسازی رسانه از اسلام

نویسندگان	عنوان پژوهش	موضوع و روش انجام پژوهش
حسام‌الدین آشنا فهیمة وزیری (۱۳۸۵)	گزینش، ترجمه، شلیک: مدیریت تصویر بین‌الملل در فضای سایبر	مطالعه مقالات مربوط به ایران در سایت ممری وابسته به اسرائیل با استفاده از روش تحلیل‌گفتمان
بیجرانلو (۱۳۸۸)	بازنمایی اسلام و ایران در رسانه‌های غرب	تحلیل فیلم‌های سینمایی، کوتاه و مستند مرتبط با بازنمایی اسلام پس از حادثه ۱۱ سپتامبر
سلحشور (۱۳۸۷)	زبان و ایدئولوژی: تحلیل انتقادی گفتمان رسانه‌های غربی در بازنمایی اسلام	تحلیل گفتمان اخبار مربوط به مسلمانان روزنامه‌های ایندپندنت، نیویورکتایمز، هرالد تریبیون و تایمز
بیکر (۱۳۹۲)	تحلیل گفتمان و نگرش‌های رسانه‌ای: بازنمایی اسلام در مطبوعات انگلیسی	تحلیل ۱۴۰ میلیون کلمه از مقالات روزنامه‌ها درباره مسلمانان و اسلام
لینا خطیب (۲۰۱۲)	استراتژی حزب‌الله در مدیریت تصویر	بررسی اقدامات رسانه‌ای حزب‌الله از سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۲
رضا سلیمانی (۱۳۹۴)	نظریه بازنمایی و انگاره‌های معنایی گفتمان رسانه‌های آمریکا از اسلام و ایران»	مطالعه نقش محوری رسانه‌های آمریکایی در بازنمایی سوگیرانه از اسلام سیاسی
مرشدی‌زاد	بازنمایی هویت دینی در سینمای پس از انقلاب اسلامی	تحلیل محتوای فیلم‌های سینمایی پس از انقلاب با موضوع هویت دینی و با استفاده از نظریه هویت و نظریه بازتابندگی آنتونی گیدنز

جدول ۲. خلاصه پژوهش‌های داخلی مربوط به تصویرسازی رسانه از اسلام

موضوع و روش انجام پژوهش	عنوان پژوهش	نویسندگان
مطالعه تصویرمسلمانان در رسانه‌های غربی پس از مهاجرت مسلمانان به اروپا	تصویر منفی از اسلام و مسلمانان در غرب: علل و راه‌حل‌ها	و. شادید و پی.اس.ون کتینگولد (۲۰۰۲)
مطالعه نقش رسانه‌ها در نمایش اسلام پس از حوادث جهانی مثل ۱۱ سپتامبر و جنگ‌های افغانستان و عراق (مقالات سمینار مرکز تحقیقات امور اسلامی سنگاپور)	پوشش اسلام: چالش‌ها و فرصت‌هایی برای رسانه در دهکده جهانی	سیدفرید العفاس (۲۰۰۵)
مطالعه بازنمایی اسلام و مسلمانان در مطبوعات بریتانیا	رسانه، نژادپرستی و اسلام‌هراسی: بازنمایی اسلام و مسلمانان در رسانه	امیر سعید (۲۰۰۷)
بررسی تصویرتحریر شده از اسلام و مسلمانان در رسانه‌های غربی	بازنمایی لثبانه رسانه‌های غربی از اسلام	محمدحسن ابوالکاشوا (۲۰۰۹)
مطالعه نقش رسانه‌های اسپانیایی و فرانسوی در نمایش زن مسلمان و حجاب	اسلام‌هراسی و جنسیت: زنان مسلمان در رسانه‌های غربی	لورا ناوارو (۲۰۱۰)
مطالعه بازنمایی اعراب و مسلمانان در رسانه‌های غربی پس از حوادثی مثل جنگ خلیج فارس، بمب‌گذاری در اوکلاهما و ۱۱ سپتامبر	بازنمایی اعراب و مسلمانان در رسانه‌های غربی	دنيس ريدواتي (۲۰۱۱)
مطالعه تصویرسازی مسلمانان به عنوان تروریست در رسانه‌های غربی	رسانه‌ها و مسلمانان (پایان‌نامه درباره زیرساخت‌های رسانه‌های آرژانتین)	مارتین آلین نیکلاس کارلر (۲۰۱۱)
مطالعه تصویر ساخته شده از مسلمانان در دانشگاه‌ها و رسانه‌های غربی با اصطلاحات اسلام‌هراسی، تروریسم جهانی، جهاد اسلامی، فاشیسم و غیره	تصویر مسلمانان در علم و رسانه‌های غربی پس از یازده سپتامبر	ال سید ال اسواد (۲۰۱۳)
مطالعه تصویر رسانه‌ها از اسلام پس از یازده سپتامبر با بررسی کارتون‌های داتمازکی شبکه‌های الجزیره و سی‌ان‌ان	تأثیر تصویر منفی از اسلام در فرهنگ و رسانه غربی از ۱۱ سپتامبر تا بهار عربی	فرح بوسماها (۲۰۱۴)
مطالعه تصویر کلیشه‌های اسلام را دی‌کال در رسانه‌های غربی	بازنمایی اسلام در رسانه‌های غربی و تأثیر آن بر جهان معاصر	دکتر محمدطاهر مصطفی دکتر احسان رحمان قاری سایما مشتاق (۲۰۱۵)
تجزیه و تحلیل ۳۴۵ تحقیق منتشر شده درباره نقش رسانه در ساخت هویت مسلمانان با مطالعات مهاجرت، تروریسم و جنگ و مذهب خشونت‌آمیز	بازنمایی رسانه‌ها از مسلمانان و اسلام از ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۵: یک فراتحلیل	سیف‌الدین احمد جورج منس (۲۰۱۶)
مطالعه ۸۰۰ هزار مقاله در روزنامه‌های انگلیسی، آمریکایی، کاتادایی و استرالیایی برای تجزیه و تحلیل تصویر ارائه شده از مسلمانان	پوشش رسانه‌های تفکر مسلمانان: تجزیه و تحلیل ۴ روزنامه از ۱۹۹۶ تا ۲۰۱۶	اریک بلچ، جولین سوفرانت امیلی استابلر، مارتینس وندروین (۲۰۱۸)

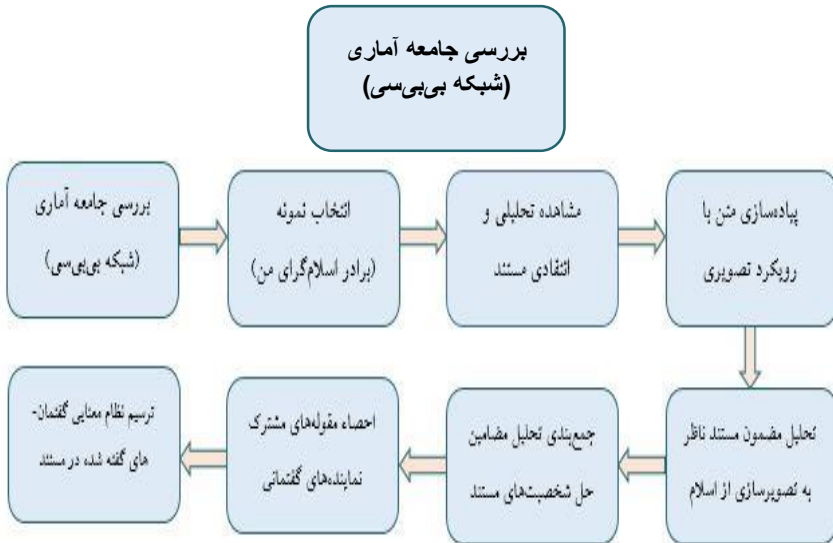
روش شناسی پژوهش

به‌منظور شناسایی چگونگی بازنمایی اسلام و همچنین کشف انگاره یا انگاره‌های مرتبط با اسلام در مستند برادر اسلام‌گرای من، ضمن مطالعه اسناد و مدارک موجود، از روش تحلیل گفتمان استفاده کردیم.

در روش تحلیل گفتمان تحلیل‌گر در برر سی یک متن (اعم از نوشتاری، گفتاری و تصویری) از خود متن فراتر رفته و وارد بافت یا زمینه‌ای که متن در آن خلق شده می‌گردد. این بدان معنی است که از یک‌سو به روابط درون‌متن و از سوی دیگر به بافت‌های موقعیتی، اجتماعی، تاریخی و سیاسی متن می‌پردازد (نیک‌ملکی، ۱۳۸۴، ص. ۱۰۷).

در این روش، تمامی ابعاد و زوایای خلق متن، از دستور زبان گرفته تا تفسیر نگرش‌های کنشگران، موردبررسی و بازکاوی قرار می‌گیرد. در نتیجه با محور قرار دادن خود متن و لحاظ کردن نظام زمینه‌ای آن، تحلیل و تبیینی از مفاهیم و معانی نهانی و لایه‌های مکتوم متن انجام می‌شود. این لایه‌های نهانی را معانی بین سطری یا میان‌متنی می‌گویند (گودرزی، ۱۳۸۹).

برای دستیابی به‌غایت نهایی پژوهش، یعنی ترسیم نظام معنایی مستند برادر اسلام‌گرای من از ترکیبی از رویکردهای مختلف در روش تحقیق کیفی با محوریت رویکرد گفتمان‌کاوی لاک‌لاو و موفه استفاده شد و همانطور که در طرح‌واره زیر مشخص است برای پیاده‌سازی متن نیز از رویکرد پیاده‌سازی تفسیری استفاده شد. در اینجا منظور از پیاده‌سازی تفسیری، همان‌طور که آکس اشاره می‌کند امری نظری است؛ که مستلزم تفسیر زبان گفتاری بوده و از آنجا که هیچ‌یک از سیستم‌های پیاده‌سازی متن به‌تنهایی قادر به نمایش همه‌چیز نیست؛ بر عهده پژوهشگر است که بر اساس پرسش‌های تحقیق مشخص کند که به چه چیزهایی نیاز است (یورگنسن & فیلیپس، ۱۳۹۳، ص. ۱۴۰).



شکل ۱. فرایند انجام پژوهش

روش نمونه‌گیری

در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. در واقع از میان برنامه‌های مختلفی که با محوریت تصویرسازی از اسلام از شبکه‌های مختلف تلویزیونی غرب پخش می‌شوند؛ با توجه به جایگاه شبکه بی‌بی‌سی جهانی و بازخوردها و حواشی قابل توجهی که پیرامون پخش مستند «برادر اسلام‌گرای من» ایجاد شد؛ این مستند به‌عنوان یک نمونه آماری انتخاب شد.

قابلیت اعتماد یافته‌ها

پایایی به معنای مرسوم آن یعنی ثبات و یکدستی مشاهدات، در پژوهش‌های کیفی دغدغه مهمی نیست چراکه اگر اندازه‌گیری از فعالیتی منفرد و تکرارناپذیر تشکیل شود؛ دیگر مقیاسی برای سنجش پایایی نمی‌تواند وجود داشته باشد. به‌بیان دیگر در پژوهش‌های کیفی با توجه به اینکه انبوه بی‌شماری از اعمال منفرد و تکرارناپذیر وجود دارد مثلاً مصاحبه‌ها غالباً تکرارناپذیرند؛ دستیابی به ثبات و

یکدستی در مشاهدات ناممکن است (لیندلف & برایان، ۱۳۹۲، ص. ۳۳۹ و ۳۴۰)؛ بنابراین در پژوهش‌های کیفی به‌جای تأکید بر پایایی و روایی تلاش می‌شود تا اعتبار پژوهش از طرق دیگری تأمین شود برای مثال میکوت و مورهاوس (۱۹۹۴) به‌جای تأکید بر پایایی و روایی، مبحثی با عنوان «قابلیت اعتماد» طرح‌های پژوهشی کیفی را مطرح می‌کنند.

مفاهیم گفتمان کاوی در نظریه گفتمان لاکلاو و موف

برخی از مفاهیمی که در این پژوهش بر پایه نظریه گفتمان لاکلاو و موف شکل گرفته‌اند و داده‌ها بر اساس آن‌ها تعریف و تفسیر شده‌اند به شرح ذیل است:

۱- فصل‌بندی: هرگونه عملی که رابطه‌ای را میان مؤلفه‌ها در گفتمان تثبیت کند (یورگنسن & فیلیپس، ۱۳۹۳، ص. ۵۶).

۲- دال مرکزی: نشانه ممتازی است که سایر نشانه‌ها حول آن منظم می‌شوند؛ سایر نشانه‌ها معنای خود را از رابطه‌شان با گره‌گاه اخذ می‌کنند (یورگنسن & فیلیپس، ۱۳۹۳، ص. ۵۷).

۳- دال شناور: در حقیقت آن عنصرهایی که معانی متفاوتی برای آن می‌توان اطلاق کرد دال‌های سیال یا شناورند. به عبارتی دیگر، گفتمان‌های مختلف تلاش می‌کنند تا به روش خاص خودشان به آن‌ها معنا ببخشند (یورگنسن & فیلیپس، ۱۳۹۳، ص. ۶۰).

۴- دال ارزشی: اگر بپذیریم که معم‌ترین هدف فیلم، شخصیت‌پردازی است؛ یکی از ورش‌های مناسب برای تحلیل متنی این است که به سراغ شخصیت‌پردازی برویم. در واقع تمام عناصر نشانه‌ای یک فیلم در راستای همین هدف در کنار هم قرار گرفته و سعی می‌شود تا شخصیت‌های درون فیلم مابه‌ازایی در جهان بیرون داشته باشند. از سوی دیگر تحلیل شخصیت یک نقش در فیلم منجر به دست یافتن به ویژگی‌های هویتی او و پس از آن ویژگی‌های گروهی و گفتمانی است (سلطانی، ۱۳۹۳). لذا اگر در تحلیل یک متن شخصیت‌های موجود در یک مستند را

به عنوان نماینده‌های یک گفتمان و یک دال مرکزی در نظر بگیریم؛ دال‌های ارزشی می‌توانند از پوشش، کنش و یا کلام هر شخصیت به دست آمده و در واقع معرف دال مرکزی باشند (سلطانی & مرشدی، ۱۳۹۶).

۵- هژمونی: عبارت است از سازمان‌دهی رضایت طی فرآیندی که باعث به وجود آمدن آگاهی‌های فرمان‌بردار بدون تو سل به خشونت یا اجبار می‌شود (Barret, 1991).

۶- نمایندگی: نمایندگی اساساً به این معنا است که یک وکیل فردی را که به لحاظ فیزیکی غایب است نمایندگی کند. حالت ایده آل این است که هماهنگی‌ای میان نماینده و گروهی که آن را نمایندگی می‌کند وجود دارد که در حقیقت باعث می‌شود نماینده اراده و خواست گروه را نمایندگی کند (یورگنسن & فیلیپس، ۱۳۹۳، ص. ۸۶).

۷- هویت: کنشگران درگیر در کشمکش بر سر تعریف و شکل دادن به واقعیت بر اساس مفهوم هویت، اقدام به طرد و جایگزینی و تعریف موضع خودی و دیگری می‌کنند. به عبارتی دیگر، در یک گفتمان افراد به صورت اصولی واحد و در فرآیند گفتمانی واحدی سازمان‌دهی می‌شوند. هویت به شکل گفتمانی و بر اساس زنجیره‌های هم‌ارزی بر ساخته می‌شود (یورگنسن & فیلیپس، ۱۳۹۳، ص. ۷۸).

۸- ایدئولوژی: ایدئولوژی یعنی مناسبات قدرت در جامعه توأم با زبان هژمونیک است که به نحوی نظام‌مند واقعیت را پنهان می‌کند (یورگنسن & فیلیپس، ۱۳۹۳، ص. ۲۸۹).

فرایند اجرای پژوهش

ابتدا متن مستند با رویکرد تفسیری پیاده‌سازی شد و در این مسیر تلاش شده تا در حد امکان، لحن‌ها، فضای دیالوگ‌ها و تصاویر مهم ضمیمه شود تا در فرایند تحلیل، صورت‌بندی ارائه‌شده به شکل مناسب‌تری درک شود.

پس از پیاده‌سازی متن با استفاده از رویکرد تفسیری، اقدام به بررسی و طبقه‌بندی داده‌ها با ارجاع به سؤالات و اهداف پژوهش انجام شده است. در این مرحله

کدگذاری باز بر روی داده‌ها انجام شده و ذیل هر دال شناسا، مضامینی که به صورت مستقل برای بازنمایی آن دال استفاده شده بود؛ برگزیده شدند.

در مستند «برادر اسلام‌گرای من» با عنایت به تمرکز هدفمند فیلم‌ساز بر روی تعدادی از شخصیت‌ها و اختصاص زمان قابل توجهی از مستند برای بازنمایی آن‌ها، از میان اشخاص حاضر در مستند، پنج دال شناسا انتخاب شده است.

این دال‌های شناسا در دو مورد ناظر به یک شخص یا نماینده مشخص هستند و در یک مورد نیز شخصیتی مجهول نمایندگی این دال را به عهده دارد. این دال‌ها عبارت‌اند از؛ راب (سازنده مستند در نقش یک برادر)، بن، (یکی نوکیش نوجوان است که به تازگی مسلمان شده)، ریچ (برادر تازه مسلمان فیلم‌ساز)، چالدی (مراد ریچ و مصداق اتم‌گفتمان بنیادگرایی) و همچنین دال شناسای مسلمان معمولی که اگرچه نماینده مشخصی در مستند ندارد؛ ولی در نشانه‌های مختلف کلامی و غیرکلامی توسط فیلم‌ساز و سایر افراد از طریق غیریت‌سازی‌های مختلف به آن اشاره می‌شود و قابل شناسایی است.

پس از تحلیل و بررسی عینی و مستند هر یک از این نماینده‌های گفتمانی، مرحله نهایی تحقیق با استفاده از توصیه‌های رویکرد گفتمانی لاکلاو و موفه انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

توصیف متن مستند

مستند برادر اسلام‌گرای من، مستندی پنجاه‌وپنج دقیقه‌ای است که به روایت فیلم‌ساز از کم و کیف مسلمان شدن برادرش و بازنمایی تصویر وی به‌عنوان فردی بنیادگرا و البته افراطی اختصاص دارد. این مستند در روایت خود با اشخاص مختلفی صحبت می‌کند و بر آن است تا با استفاده از روش‌های مختلف اهداف و قضاوت‌های خود پیرامون اسلام را مستندسازی و عینی‌کند تا انگاره‌ای هدفمند از اسلام را به مخاطب منتقل کند.

باتوجه به افزایش حجم مقاله، پیاده‌سازی تفسیری متن مستند در مقاله آورده نشده و به استخراج و تحلیل دال‌های شناسا در مقاله اکتفا شده است.

تحلیل متنی دال‌های شناسا

در اینجا تو ضیحاتی راجع هریک از دال‌های شنا سا ارائه می شود که بیش تر ناظر به وجوه و ویژگی‌های شخصیتی آن‌هاست. هدف از این بخش شناسایی دال‌های ارزشی و مدلول‌های مرتبط با آن به عنوان نمایندگانی از یک گفتمان است.

شخصیت راب

راب راوی مستند است. یک روایت کننده که در نقش دانای کل، بازنمایی کلی شخصیت‌های فیلم به عهده اوست. نگاه او نسبت به مسلمانان به دو دسته کلی مسلمانان افراطی و مسلمانان عادی تقسیم می شود و اصلی ترین وجه تمایز این دو را می توان در رویکرد سیاسی سکولار راب نسبت به مسائل دینی جستجو کرد. راب مسلمانان عادی را افرادی صلح طلب می داند که نسبت به جامعه غربی و ارزش‌های آن واکنش تندی ندارند. اگرچه در حوزه مسائل شخصی خود به آموزه‌های عبادی ملتزم اند اما ورودی عملی به مسائل قدرت و سیاست و ایده‌ای و اقدامی برای تشکیل حکومت اسلامی نداشته و به تعبیر راب به جامعه غربی خود و ارزش‌های آن، هنوز پشت نکرده‌اند.

شناسایی ویژگی‌های تصویرسازی اسلام در شبکه‌های ماهواره‌ای // ۵۱

جدول ۳. دال و مدلول‌های شخصیت راب

ردیف	دال ارزشی	مدلول
۱	حس دوستی و رفاقت ریج با سایر مسلمان‌ها	در رفتار، گفتار و عقاید خود تلاش می‌کند تا تصویری منطقی و عقلانی از خود ارائه دهد
	تظاهرات و شخصیت چالدری	
	آگاهی بدون اقدام از بی‌عدالتی‌ها	
۲	پذیرش زمینه‌ساز بودن ناهنجاری‌های غرب (مثل اعتیاد) در گرایش به اسلام	در روایت و قضاوت خود از شخصیت‌ها جانب انصاف و بی‌طرفی را رعایت می‌کند و نسبت به عقاید و جامعه خود متعصب نیست
	کنارهم قراردادن خصوصیات لطیف مسلمانان مثل شوخی و خواسته‌های خشونت طلبانه مثل عملیات استشهادی	
	فاصله گرفته مسلمانان از جامعه غربی (مثل تماشای فوتبال ریج در میخانه تاپیش از مسلمانان شدنش)	
	روابط نزدیک، شوخ و دوستانه مسلمانان	
	علاقه‌ی خود به مسلمانان در مقابل نفرت آنها از جامعه‌ی غربی او	
	ثبات شخصیت ریج در شوخ‌طبع‌اش پیش و پس از مسلمانان شدن	
۳	بروز احساسات واقعی (عصبانیت از اسلام) پس از جدایی از ریج	برای قوانین اجتماعی احترام بالایی قائل است
۴	قرار دادن قانون (پلیس‌ها) مقابل تظاهرات مسلمانان با عنوان خشونت طلبی و ترویج نفرت	در روایت خود واقع‌گرا است و ناهنجاری‌های غرب را عامل گرایش به بنیادگرایی می‌داند
	قراردادن شرطی مقابل عبادت	
۵	نقارت از اسلام‌گرایی افراطی	نسبت به کشور و مردمش متعهد و علاقه‌مند است و لحن هشدار گونه‌ای نسبت به گسترش بنیادگرایی دارد
	تقابل اسلام با غرب با اشاره به مهاجرت ریج از لندن و ماندن او در لندن	
۶	اسلام به عنوان یک دنیای متضاد و بیماری بودن آن	در بروز احساساتش منطقی عمل می‌کند
	فاصله زیاد او و ریج پس از مسلمان شدن ریج از جهات عاطفی و انسانی	
	نگاه افراطی مسلمانان به جنگ عراق و افغانستان	
۷	سبک‌زندگی دردناک مسلمانان در حوزه بهداشت (بهداشت شخصی مسلمانان در دستشویی)	در تعاملات خود با انسان‌ها فردی صمیمی است و به دنبال صلح و آشتی است.
	خوش‌نیت دیدن یک مسلمان در دیدار اول	
	عدم اعتقاد مسلمانان به شانس	
	تردید درباره استقلال فکری مسلمانان	
۸	اسلام به عنوان یک پدیده که برادر را از برادر و مادر را از پسر جدا می‌کند.	به ارتباطات انسانی معتقد است و بر همین اساس با کسانی که مخالف او هستند تعامل می‌کند.
	تصویرسازی مثبت از نوع ارتباط غیرمسلمانان با مسلمانان تندرو در حالیکه در بیشتر دیالوگ‌ها تلویحا به این اشاره کرده که اسلام باعث جدایی دوستان و خانواده از هم شده است.	
۹	جدایی خود و ریج به خاطر اسلام	نسبت به خانواده خود تعلقات عاطفی دارد
	اسلام یک موضوع غیرقابل درک برای خانواده‌های غربی	
	اسلام یک پدیده هزینه‌بر برای خانواده و بی‌ارزش بودن آن	

شخصیت ریچ یا صلاح‌الدین

ریچ جوان تازه‌مسلمان شده ایست که برخلاف معمول مثل غالب اسلام‌گرایان تندرو از کوهستان‌های افغانستان نیست بلکه یک جوان ۲۷ ساله سفیدپوست و فرزند یک خانواده متوسط و اهل یکی از شهرهای ساحلی بریتانیاست! او مانند سایر بنیادگرایان تندرو معتقد به مفهومی به نام جهاد است که آن را بخشی از مسلمان بودن می‌داند. ریچ همچنین شخصی به شدت قشری‌گرا و خود حق‌پندار است و جز مسلمانان را انسان نمی‌داند.

در جای‌جای مستند تلاش می‌شود تا دلیل اصلی گرایش ریچ و سایر هم‌کیشان سفیدپوست وی به اسلام، نوعی واکنش هیجانی به معضلات جامعه غربی معرفی شود. مصرف بیش‌ازحد الکل و کوکائین، رفتارهای تند و تحریک‌آمیز جرج بوش، فساد و مسائل غیراخلاقی در جامعه غربی بخشی از دلایلی است که باعث شده افرادی مثل ریچ نسبت به اسلام‌گرایش پیدا کنند. او و دوستانش افرادی هستند که هیچ کارآمدی برای خود و جامعه نداشته و فقط به فکر تظاهرات و اعتراض و تجمع و تبلیغ هستند.

شناسایی ویژگی‌های تصویرسازی اسلام در شبکه‌های ماهواره‌ای // ۵۳

جدول ۴. دال و مدلول‌های شخصیت ریچ

مدلول	دال ارزشی	ردیف
فردی که دارای اپدولوژی و تمایلات خشونت-طلبانه است	خشونت در اسلام (سنگسار زنان، حجاب زنان)	۱
	جنگ‌طلبی اسلام	
	خشونت در اسلام و مخالفت با انتخاب‌گری	
	جزیمت و دگم بودن ریچ دلیل مهم مسلمان شدن او	
	خشونت در اسلام هنگام دعوت به دین (نمایش کتک زدن مردی که دعوت را پرت کرده)	
	ادبیات توهین‌آمیز و خشن مسلمانان خشونت‌طلبی مسلمانان	
در رفتار، گفتار و عقایدش تابع تبعیت‌های کور است و رفتار متعارضی دارد	اشاره به دست‌آوردهای مثبت غرب و استفاده عموم و مسلمانان از این امکانات در عین تعارض غیرمنطقی بنیادگرایان با غرب	۲
	برداشت‌التقاطی از آموزه‌های اسلام و سبک زندگی تحریف‌شده مسلمانان دربارہ فوتبال	
از نظر فکر به‌طور بسته، بی‌منطق و متحجر عمل می‌کند	حق نبودن اسلام و جانبداری آن	۳
	نژادپرستی اسلام در رابطه با غیرمسلمانان	
	القای تحجر و بسته بودن ذهن مسلمانان و اشاره به ترس از مواجه‌شدن با سؤال	
	دوقطبی سازی بین تماشای یک تفریح معمولی و حمایت از مظلوم بی‌منطقی و تعصب در اسلام	
نسبت به خانواده‌اش تعلق عاطفی ندارد	اسلام، ازبین برنده‌ی عواطف خانوادگی	۴
	جدیت اسلام در دعوت و مقابله با عواطف خانوادگی	
	ادبیات توهین‌آمیز نسبت به مردم کشورش	
دارای تمامیت‌طلبی و خودحق‌پنداری افراطی است	تفکرات نژادپرستانه در اسلام (با دست چپ دست دادن به کفار)	۵
	تقابل مطلق‌گرایی اسلام به عنوان یک دین با دیگر ادیان	
	بی‌عاطفگی و گروه‌اندیشی در اسلام	
دارای تفکرات جبرگرایانه است	تکلیف‌محوری بدون عقلانیت در اسلام	۶
	خشونت‌طلبی در اسلام	
معتقد به اسلام سیاسی است که به‌صورت خطرناکی در حال تکثیر است	اسلام سیاسی و قدرت‌طلب	۷
	هشدار از زیاد شدن مسلمانان	
تعلقات عاطفی و انسانی کم‌رنگی دارد	عدم دوستی مسلمانان با غیرمسلمانان	۸
	بی‌رحمی و باعاطفه بودن مسلمانان دربارہ میهن خود	
با مفهوم آزادی مخالف است	تقابل اسلام با دموکراسی، لیبرالیسم، سوسیالیسم، کمونیسم	۹
	تقابل اسلام با قانون	
نسبت به غرب و مظاهر آن تنفر شدیدی دارد و با موضعی عصبی با ناهنجاری‌ها مواجه می‌شود	تقابل اسلام با قانون	۱۰
	نفرت اسلام از غرب	
	نفرت اسلام از دنیا	
	نفرت اسلام از سبک‌زندگی غربی	
نسبت به کشور و هم‌میهنانش تعلقات عاطفی و عرق وطنی ندارد	فاصله‌گرفتن اسلام از ناهنجاری‌ها (و نه حل کردن آن‌ها)	۱۱
	تنفر مسلمان از میهن‌پرستی و هم‌میهنان با فرهنگ و دین متفاوت	
	تفکری سطحی نسبت به مشیت و جبر و اختیار	
	روزه‌داری با کسالت‌ییکاری و خواب طولانی‌مدت مسلمانان در ایام روزه‌داری	۱۲

شخصیت انجم چالدری

چالدری فردی مرموز و خطرناک معرفی می‌شود. اسلام‌گرایی تندرو که در لندن به وی لقب خطرناک‌ترین اسلام‌گرای بریتانیا داده شده است. تصویرسازی مستند از چالدری به گونه ایست که شخصیت او نامعقول، تمامیت طلب، جنگجو و خشونت طلب معرفی می‌شود. نسبت به عواطف خانوادگی و وطن دوستانه بیگانه است و موجب شده تا راب برادرش را از دست بدهد. تصاویر نمایش داده شده از وی غالباً افکت تصویری سیاه و سفید داشته و گزاره‌های چون «وی همیشه با تأخیر در محل تظاهرات حاضر می‌شود» مؤید نمایش تصویری مرموز و خطرناک از اوست.

جدول ۵. دال و مدلول‌های شخصیت انجم چالدری

مدلول	دال ارزشی	ردیف
در رفتار، گفتار و عقاید خود بی‌منطق است	المان‌های خشونت در اسلام و مخالفت با انتخاب‌گری	۱
فردی است که دارای تمایلات و ایدئولوژی خشونت‌طلبانه است	خشونت در اسلام (سنگسار زنان، بریده شدن دست سارقان)	۲
	جنگ‌طلبی اسلام	
معتقد به اسلام سیاسی است	تمایل به جهاد و جنگ پس از مسلمان شدن	۳
نسبت به کشور و هم‌میهنش تعلقات عاطفی و وطنی ندارد	حکومت اسلامی و قواعد کامل شریعت	۴
برای جامعه سودی ندارد و در دسر درست می‌کند	تظاهرات مسلمانان در محل ادای احترام به سربازان بریتانیایی کشته شده در جنگ افغانستان	۵
نسبت به دموکراسی موضع مخالفت دارد و از قانون سوء استفاده می‌کند	تظاهرات دائمی در اسلام	۷
	تقابل اسلام با قانون	
دارای شخصیت مرموز و خطرناک	مخالفت اسلام با دموکراسی	۸
	اسلام و خشونت‌طلبی	
	اسلام و پنهان‌کاری	

شخصیت بن

بن ۱۷ ساله است و یک مسلمان سفیدپوست که تا قبل از مسلمان شدنش مثل غالب جوانان غربی اهل مشروب خوردن، مصرف مواد، گروه‌های موسیقی هوی‌متال بوده است ولی یک‌باره به این نتیجه می‌رسد که در زندگی به‌جز مست

کردن‌های آخر هفته چیزهای دیگری هم هست و مسلمان شده و از دوستانش جدا و به فردی تنها تبدیل شده است.

با این حال پرسشگری، تعاملات باز و مردد و نرم بودن نسبت به سایر مسلمانان تندرو، اصلی‌ترین ویژگی بن است. او اما علی‌رغم کم‌اطلاع بودنش نسبت به مبانی ایدئولوژی موردبحث؛ نسبت به برخی کلیشه‌ها کاملاً منفعل است. این گزاره که من هم مثلاً سایر برادران همین اعتقادات رو دارم چراکه وقتی مسلمان میشی مجبوری!

جدول ۶. دال و مدلول‌های شخصیت بن

ردیف	دال ارزشی	مدلول
۱	اسلام‌هراسی تازه مسلمان در ارتباطات اجتماعی	خصوصیات شخصیت انتقالی و بی‌ثبات
	جبرگرایی، بی‌منطقی و بدون فکر بودن و ظفره رفتن از پاسخ یک تازه‌مسلمان	
۲	شهادت‌طلبی در اسلام برابر است با خشونت‌طلبی اسلام	فردی است که دارای تمایلات خشونت-طلبانه است
	خشونت‌طلبی و راه اشتباه اسلام در نگاه خانواده غربی	
۳	غرب منطقی در مقابل اسلام غیرمنطقی	علی‌رغم گرایش‌های بنیادگرایانه، دارای صداقت و صمیمیت بوده و تا حدودی می‌توان با او تعامل کرد
۴	غبارزدایی تازه مسلمان از اسلام‌هراسی غربی‌ها	دارای روحیه جستجوگری است و درعین‌حال در موضع تردید و سؤال است
۵	جبرگرایی، ساده‌اندیشی و بی‌اطلاعی نسبت به مسائل دینی	رویکردی جبرگرایانه نسبت به زندگی و دستورات دینی دارد و اهل تقلید کور است
	گروه‌اندیشی در اسلام	
۶	سوءاستفاده از یک تازه‌مسلمان نوجوان و جدایی او از خانواده و میهنش	زندگی سخت و شخصیت منزوی و نسبتاً افسرده
۷	بی‌ثباتی فکری شخصیتی مسلمانان درباره اعتقاداتشان مثل شهادت	از حیث شخصیتی دارای نوعی از بی‌ثباتی و تعارض هویتی است
۸	ناهنجاری‌های زندگی غربی، علت مسلمان شدن	نسبت به زندگی غربی و ناهنجاری‌های آن موضع معترض و عصبی دارد
۹	استفاده از مظاهر تمدن غرب در عین تنفر از غرب	در گفتار و رفتار خود دارای تعارض است

دال شناسای مسلمان معمولی

این دال به صورتی مجهول در مستند تصویرسازی شده است. درواقع این دال نماینده شخصیتی مشخصی در مستند ندارد اما می‌توان المان‌های شخصیتی آن را از غیریت‌سازی مستندساز با اسلامی که او تندرو می‌داند؛ استخراج کرد. برای مثال راب

در معرفی هدف خود از ساخت این مستند می‌گوید؛ هدف من از ساخت این مستند کمک به همه ما برای درک این موضوع است که چرا ریچارد یک مسلمان معمولی نشد. چرا او به دنیایی که در آن بزرگ‌شده‌ایم کاملاً پشت کرده؟

درواقع مسلمان معمولی در نگاه راب، مسلمانی است که با شاخصه‌های زندگی و تمدن غربی سازگار است و اعتراضی نسبت به آن‌ها نداشته و ایده و اقدامی برای تشکیل حکومت اسلامی ندارد. آن‌ها بد نیت نیستند و می‌شود با آن‌ها ارتباط برقرار کرد چراکه مثل اسلام‌گرایان تندرو در مواجهه با کافران از ادبیات خشونت‌آمیزی استفاده نمی‌کنند.

همچنین صحبت‌های ریچ در مورد اسلام مطلوب خود، وجه تمایز اسلام عادی و اسلام افراطی را مشخص‌تر می‌کند. «کسانی که من نظراتشون رو می‌خونم با دیدگاه سایر مسلمانان فرق دارند. یکی از پیش‌بینی‌های پیغمبر این بود که یک حکومت اسلامی همه دنیا رو فتح میکنه. معلومه که تو دنیا مسلمانان زیادی هستن ولی همشون خواهان برپایی حکومت اسلامی نیستند»

جدول ۷. دال و مدلول‌های مسلمان معمولی

مدلول	دال ارزشی	ردیف
اهل تعامل و سازش با غرب	تقابل اسلام معمولی با اسلام افراطی	۱
	اسلام افراطی همیشه معترض و اسلام معمولی مصالحه‌گر	
عدم تمایل به ورود دین در سیاست	اسلام معمولی مصالحه‌گر و فقط مربوط به زندگی شخصی افراد است و نه جامعه	۲

نتیجه‌گیری

ترسیم نظام معنایی حاکم بر مستند «برادر اسلام‌گرای من»

مفصل‌بندی دال‌های شناسا

اکنون می‌توانیم با توجه به خصوصیتی که برای شخصیت‌های فیلم به دست آوردیم؛ نمودار ویژگی‌های مربوط به هر شخصیت را ترسیم کنیم و نشان دهیم که هریک از دال‌های شناسا چه دال‌هایی را حول خود مفصل‌بندی کرده‌اند.

جدول ۸. توزیع دال‌های گفتمانی در مستند «برادر اسلام‌گرای من»

اسلام معمولی	بن	انجم چالدی	ریح صلاح‌الدین	راب	شخصیت‌ها
محصور در زندگی شخصی	شخصیت انتقالی	نامعقول و بی‌منطق	عدم تعلق عاطفی به کشور	راوی عاقل و منطقی	مفصل‌بندی دال‌های مرتبط با شخصیت‌های مستند «برادر اسلام‌گرای من»
اهل مصالحه	تمایلات و ایدئولوژی خشونت-طلبانه	تمایلات و ایدئولوژی خشونت‌طلبانه	ایدئولوژی و تمایلات خشونت‌طلبانه	قضاوت‌کننده بی‌طرف	
تعامل و سازش با غرب	صادق و صمیمی	خلافت اسلامی	تبعیت‌های کور	بدون تعصب	
سیاسی نبودن	جستجوگر و مردد	عدم تعلق عاطفی به کشور	رفتار و منطق متعارض	احترام به قانون	
تسلیم هنجار و قانون بودن	جبرگرایی و تقلید کور	مفید نبودن برای جامعه	تفکر بسته و متحجر	واقع‌بین	
اهل مسامحه	زندگی منزوی و دشوار	مخالفت با دموکراسی	عدم تعلق عاطفی به خانواده	متعهد نسبت به کشور و مردم	
	بی‌ثباتی شخصیتی	عدم پابندی به قانون و سواستفاده از آن	تمامیت‌طلبی و خودحق‌پنداری	احساسات منطقی	
	معارض به زندگی غربی	مرموز و خطرناک	جبرگرایی	خیرخواه و صمیمی	
	تعارض رفتاری و گفتاری		اسلام سیاسی	اهل تعامل و نقد	
			عدم تعلق عاطفی به انسان	متعهد نسبت به خانواده	
			مخالفت با آزادی		
			مخالفت با دموکراسی		
		عدم پابندی به قانون	تفر و عصبیت شدید از غرب		

بنیادگرایی افراطی

در این مرحله با توجه به مرحله قبل و با عنایت به وجود برخی تفاوت‌های حاشیه‌ای میان دال‌های ارزشی ریچ، چالدی و بن، این سه شخص را از حیث قرابت بالای مفهومی و نمایندگی اسمی اسلام بنیادگرایی افراطی (به گفته مستند ساز)، در نقش یک نماینده واحد محسوب می‌کنیم. نماینده‌ای که قرار است گفتمان بنیادگرایی افراطی را نمایندگی کند. لذا می‌توان مفصل‌بندی زیر را بر اساس وجوه عمومی و مشترک دال‌های ارزشی در نظر گرفت. لازم به یادآوری است که با توجه به اینکه مستند از طرفی بیش‌ترین حجم پرداخت را حول شخصیت ریچ یا صلاح‌الدین داشته است؛ و از سوی دیگر چالدی مراد ریچ و ریچ رابط بن محسوب می‌شود؛ طرح‌واره زیر بیش‌ترین مشابهت را با دال‌های ارزشی ریچ خواهد داشت.



شکل ۲. مفصل‌بندی دال‌های مرتبط با شخصیت بنیادگرایی افراطی

نظام‌های معنایی

مستند برادر اسلام‌گرای من به‌منظور تحقق اهداف سازنده به سود ایدئولوژی مطلوب خود از سازوکارهای شناخته‌شده نظریه برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی استفاده کرده است. برجسته‌سازی و همچنین چارچوب‌گذاری که به‌نوعی مرحله دوم برجسته‌سازی محسوب می‌شود؛ در واقع، سازوکاری زبانی است که به کمک فرآیندهای مختلفی که در سطح جمله و روایت روی می‌دهند، بخش‌هایی از پیام برجسته می‌شود و بخش‌هایی به حاشیه رانده می‌شود. در این بخش با اتکا به آنچه در مورد مفصل‌بندی نمایندگان سه‌گانه بخش قبل گفته شد؛ نظام معنایی هریک از این گفتمان‌ها به صورت زیر صورت‌بندی شده است.

گفتمان لیبرال دموکراسی

این گفتمان که در مستند برادر اسلام‌گرای من، توسط راب نمایندگی می‌شود؛ دارای دو پیش‌فرض اساسی است که به‌عنوان امر بدیهی انگاشته شده در تصویرسازی مستند از راب مشاهده می‌شود. اعتقاد به مفهوم انسان رهاشده در دنیا در اثر عدم اعتقاد به امور غیبی است که می‌توان آن را با انسان‌محوری عالم، فردگرایی و نتیجتاً نسبی‌گرایی در مقام اندیشه و قضاوت، یکسان دانست. در واقع فردگرایی و نتایج مترتب بر آن، پیش‌فرض اصلی این گفتمان است که به‌عنوان مفاهیمی بدیهی، انگاشته می‌شود.

با توجه به این هاله ابری شکل، می‌توان دال مرکزی در گفتمان لیبرال دموکراسی را مطابق آنچه در طرح‌واره زیر نمایش داده شده به عقل‌گرایی تعبیر کرد. در اینجا مراد از عقل، همان عقل این جهانی است که از راه پژوهش و تفکر نقادانه می‌توان آن را آشکار کرد. عقلی که هرگونه اندیشه متافیزیکی و استمداد از غیب را در فهم دنیا و مختصات علم مردود دانسته و صرفاً مبتنی بر عقل تجربه‌گرایی است که از طریق استقراء، قیاس و یا منطق ابطال‌گرایی و پوزیتیویستی با پدیده‌ها مواجه می‌شود.

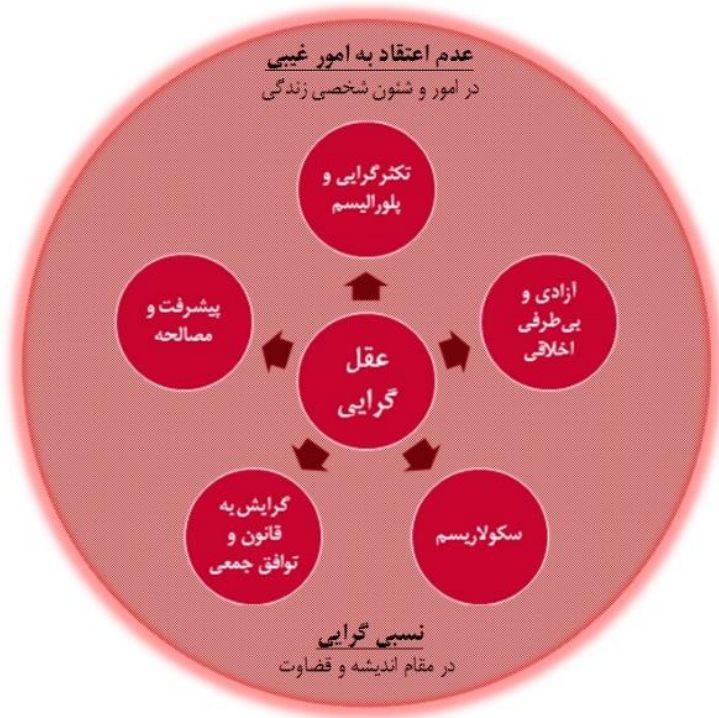
بر این اساس دال‌های پیرامونی عقل‌گرایی این‌گونه مفصل‌بندی می‌شوند. نخست اینکه به واسطه بدیهی انگاشتن فردگرایی، هر انسان ارزش اخلاقی برابر و نیز هویت‌های یگانه و مستقلی دارد و چون هر فرد خوبی را آن‌گونه که خود می‌داند تعریف می‌کند؛ از لحاظ اخلاقی نمی‌توان ارزش‌گرا بود و لذا دیگران را نمی‌توان و نباید قضاوت کرد. راب در این مستند بر همین اساس مواجهه اسلام‌گرایان با انتخاب‌های افراد جامعه، نظیر برهنگی و هم‌جنس‌گرایی را بر نمی‌تابد چراکه از نگاه او هر انسانی در ارزش دانستن انتخاب‌هایش آزاد است و لذا از نظر اخلاقی انگاره‌ای بی‌طرف را در ذهن مخاطب القا می‌کند.

دال پیرامونی بعدی به لزوم پایبندی به یک قانون دموکراتیک به‌عنوان توافق جمعی اختصاص دارد. بر این اساس افراد باید از بیشترین آزادی ممکن که سازگار با آزادی مشابهی برای دیگران است، برخوردار باشند و در مصالحه با توافق جمعی افراد حقی برای عدول از قانون نخواهند داشت. به همین خاطر است که راب، عدول اسلام‌گرایان از برخی قوانین یا اعتراض آن‌ها به برخی توافقات جمعی را بر نمی‌تابد و با قرار دادن آن‌ها در مقابل مفاهیمی چون میهن، قانون و یا ارتش سعی می‌کند انگاره‌ای غیرمنطقی از ایشان تصویر کند.

لیبرال‌ها معتقدند که جهان ساختاری عقلانی دارد و با کاربرد عقل انسانی و از راه پژوهش و نقادانه می‌توان آن را آشکار کرد. این اعتقاد باعث می‌شود که آن‌ها به توانایی افراد برای داوری خردمندانه به نفع خود باور داشته باشند. به همین جهت آن‌ها به پیشرفت و آمادگی انسان به رفع اختلافات از راه بحث و گفت‌وگو و نه جنگ و خونریزی، باور دارند. نمایش تصویری صالح‌طلب و اهل گفتگو و تعامل با دیگران بیش‌تر ناظر به همین دال پیرامونی است که در تلفیق با نسبی‌گری باعث می‌شود انگاره‌ای اهل مدارا و گفتگو از نماینده این گفتمان در مستند برادر اسلام‌گرای من تصویر شود. لیبرال‌ها می‌گویند پلورالیسم یا تکثرگرایی در قالب تنوع اخلاقی، فرهنگی و سیاسی، بسیار کارآمد است؛ اطمینان از محک خوردن همه باورها در برابر اندیشه‌ها بحث و گفت‌وگو و پیشرفت فکری را بهبود می‌بخشد. جالب اینکه درست در مقابل چنین دالی، غیریت‌سازی مستندسازی از دیگری (اسلام‌گرایان) به گونه ایست

که آن‌ها افرادی دگم‌اندیش، بی‌تحمل نسبت به شنیدن دبگران و نتیجتاً جنگ‌طلب تصویر می‌شوند.

با توجه به بدیهی‌انگاشته شدن فردگرایی در گفتمان لیبرال دموکراسی و قرار داشتن عقل‌گرایی به‌عنوان دال مرکزی این نظام معنایی، اگر فردی به دلایلی که ذیل آزادی فردی تعریف می‌شود؛ مصمم بر انتخاب دین باشد؛ عمل به اقتضائات این دین‌داری تنها در حوزه زندگی شخصی فرد توجیه می‌شود و لذا ورود دین در عرصه سیاست و قدرت امر توجیه‌ناپذیری است که از آن به سکولاریسم یاد می‌شود. بر همین اساس است که توصیف چالدی، ریچ و بن به‌عنوان نمایندگان گفتمان بنیادگرایی افراطی، به‌عنوان افرادی که در آرزوی فتح دنیا و تحمیل قوانین شریعت در قالب حکومت اسلامی هستند؛ به‌گونه‌ای هشدارآمیز انجام می‌شود. این مهم در غیریت‌سازی با گفتمان اسلام سکولار که از آن با نام اسلام معمولی یاد می‌شود؛ به صورت رقیق‌تری دیده می‌شود. وقتی راب از اسلام معمولی در برابر اسلام افراطی صحبت می‌کند؛ اصلی‌ترین ویژگی این اسلام را در جدایی آن از رؤیای تشکیل حکومت و پشت‌نکردن به ارزش‌های جامعه غربی یا سازش با آن صورت‌بندی می‌کند.



شکل ۳. نظام معنایی گفتمان لیبرال دموکراسی در مستند «برادر اسلام‌گرای من»

گفتمان بنیادگرای افراطی

این گفتمان که در مستند برادر اسلام‌گرای من، توسط ریچ، چالدی و بن نمایندگی می‌شود؛ دارای دو پیش‌فرض اساسی است که به‌عنوان امر بدیهی انگاشته شده در تصویرسازی مستند از اسلام افراطی مشاهده می‌شود. اعتقاد به امور غیبی در تمامی امور و شئون زندگی و همچنین مطلق‌گرایی در مقام اندیشه و قضاوت، پیش‌فرض‌های اصلی این گفتمان است که به‌عنوان مفاهیمی بدیهی انگاشته می‌شوند. لازم به توضیح است که مطلق‌گرایی در مقابل نسبی‌گرایی برآمده از انسان‌محوری در گفتمان لیبرال دموکراسی تعریف می‌شود و در آن امور و پدیده‌ها از حیث ارزشی دارای وضعیت نسبی نبوده و به‌صورت مطلق شناخته و ارزش‌گذاری می‌شوند.

با توجه به این هاله ابری شکل، می‌توان دال مرکزی در گفتمان بنیادگرایی افراطی را مطابق آنچه در طرح‌واره زیر نمایش داده شده به جزم‌اندیشی، خشک‌اندیشی و یا دگماتیسم تعبیر کرد. در اینجا می‌توان جزم‌اندیشی را به‌نوعی فهم غیر انتقادی، متعصبانه و نه متفکرانه از عالم و پدیده‌ها تعبیر کرد که بر مبنای اطلاعات محدود و نگرش سطحی ایجاد شده است. نگرشی که در عین سطحی بودن از طرف فرد، حقیقت مطلق تلقی شده و باعث مرزبندی صریح و غیرقابل انعطاف او با دیگری و حتی جدال و خشونت می‌شود.

در اینجا اما مراد از جزم و قطعیت، سخنان و دعاوی پوچی است که فاقد برهان عقلی و واقعیات بوده، ولی با اصرار و عصبیت به‌عنوان امر قطعی و حتمی بیان شده فلذا منسوب به دگم می‌باشند.

در مستند برادر اسلام‌گرایی من، جزم‌اندیشی عنصر اساسی در دال‌های ارزشی شخصیت‌هایی است که به‌عنوان نماینده گفتمان بنیادگرایی اسلامی، تصویرسازی می‌شود. اگرچه شدت و حدت این جزم‌اندیشی از چالدی، ریچ و بن و سایر برادران مسلمان معرفی شده در مستند یکسان نیست اما؛ وجه اشتراک اصلی تمامی مفصل‌بندی‌های انجام شده در مستند بر همین مبنا قرار دارد. این جزم‌اندیشی در تصویرسازی مستند در مقابل دال‌های پیرامونی گفتمان لیبرال دموکراسی که توسط راب (مستندساز) نمایندگی می‌شود قرار دارد.

جزم‌اندیشی برخلاف گفتمان مقابل خود اهل شنیدن نقد، مدارا و گفتگو با دیگرانی که عقاید متفاوتی دارند نیست. در مقابل دال پیرامونی پیشرفت و مصالحه، خشونت‌طلبی کلامی و رفتاری را جذب می‌کند و آن را در تمام کنش‌های خود با دیگری ابراز می‌کند. انگاره‌سازی‌های مستند از دال با استفاده از نمودهای مختلف تکنیکی برجسته‌سازی و چارچوب‌گذاری شده است. استفاده از پلن‌های تاریک و صحنه‌های فریاد اسلام‌گرایان در تظاهرات و مواجهه با غیرمسلمانان و یا بهره‌گیری از ظرفیت‌های موسیقایی در جهت ایجاد انگاره‌های خشن از برادران، نمونه‌هایی از تلاش مستندساز برای صورت‌بندی این نظام معنایی است.

روی دیگر جزم‌اندیشی در طرد دال مرکزی عقلانیت توسط برادران اسلام‌گرا نمود پیدا می‌کند. مفصل‌بندی دال چیرگی احساسات و هیجانات بر عقلانیت، نمونه دیگری است که در بخش‌های مختلف مستند، انگاره‌ای عصبی و بی‌منطق را از بنیادگرایان به نمایش می‌گذارد. افرادی که حتی در مقام انتخاب دین خود نه بر مبنای تحقیق که به قول سازنده از سر تصادف و یا تخلیه عصبیت‌های ناشی از مواجهه با آسیب‌های اجتماعی تمدن غرب، اسلام را برگزیده‌اند. این دال ناظر بر تعارضات منطقی اسلام‌گرایان نیز هست که جمود فکری این افراد را در انتخاب نوع ورزش و سبک زندگی تنها متوقف بر سنت‌های ۱۴ قرن پیش می‌داند اما در اجرای احکام خود مثل ختنه کردن، با بی‌منطقی و تعارض تمام، دست به دامان تکنولوژی‌های پیشرفته غربی می‌شوند که تا بن دندان از آن انزجار دارند.

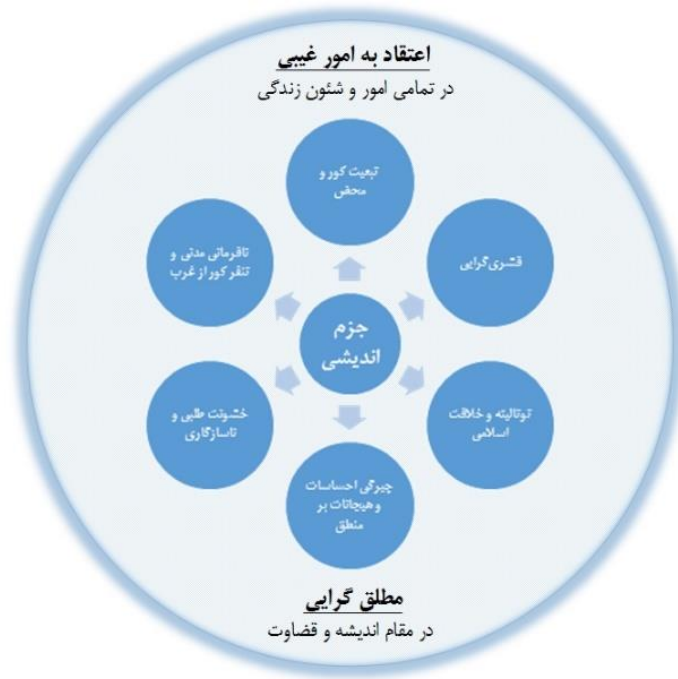
تبعیت کور و محض از قوانین شریعت نتیجه دیگری است که ذیل دال مرکزی جزم‌اندیشی، برای بنیادگرایان تصویرسازی و صورت‌بندی شده است. این دال که در رابطه با امر بدیهی انگاشته شده ایمان به غیب معنا یافته است؛ موجب می‌شود تا بنیادگرایان افرادی بی‌منطق و فاقد عقلانیت تصویر شوند که بی‌هیچ دلیل و منطقی از قوانین بعضاً غیرعقلانی تبعیت می‌کنند. اذعان بن به این مطلب که «وقتی مسلمان می‌شوی مجبوری!» مصداقی واضح از وجود چنین دالی در نظام معنایی بنیادگرایان است که در مستند برادر اسلام‌گرای من به صورت نگرشی جبرگرایانه تصویرسازی شده است. این دال نقطه مقابل دال آزادی در گفتمان لیبرال دموکراسی است و بر اساس آن افراد در یک منطق جبرمحور، محکوم به اطاعت از احکامی هستند که برای فهم آن‌ها یا اجازه طرح سؤال ندارند یا به واسطه سیاه بودن قلب، آمادگی و لیاقت فهم فلسفه وجودی این احکام را از دست داده‌اند.

قانون‌گریزی و نافرمانی مدنی دال دیگری است که در گرو جزم‌اندیشی و از طریق ایجاد دوگانه قانون-شریعت بر ساخت می‌شود. این مهم در راستای عدم تحمل غیر و البته تنفر کور اسلام‌گرایان غربی از همه مظاهر تمدن غرب تصویرسازی شده و در ست مقابل دال پیرامونی رجوع به توافق جمعی در نظام معنایی لیبرال دموکراسی

قرار دارد. آتش زدن پرچم آمریکا یا تظاهرات علیه قوانین و عملکرد دولت‌ها مصادیقی است که مستندساز در بخش‌های مختلف فیلم به آن‌ها اشاره کرده است.

قشری‌گرایی، دال پیرامونی دیگری است که در ارتباط با جزم‌اندیشی، نظام معنایی گفتمان بنیادگرایی افراطی را تشکیل می‌دهد. قشری‌گرایی نوعی جزم‌اندیشی گروهی است که در ارتباط با دال خشونت‌طلبی و ناسازگاری قرار دارد و موجب می‌شود تا برادران از موضعی بالا، تنها خود را بر حق دانسته و تمایلی برای تعامل با دیگری نداشته باشند. این دال که نقطه مقابل نسبی‌گرایی و پلورالیسم در گفتمان لیبرال دموکراسی است؛ باعث می‌شود تا برادران، کفار را به صورت تحقیرآمیزی مخاطب قرار دهند و حتی در تعامل با راب او را موجود کثیفی محسوب کنند که تنها می‌توان با دست چپ به او دست داد و جز برای دعوت به اسلام، مجوزی برای تعامل با وی وجود ندارد چراکه امکان منحرف شدن ایشان توسط کفار وجود دارد.

دال پیرامونی دیگری که حول دال مرکزی جزم‌اندیشی صورت‌بندی می‌شود؛ مرتبط با گرایش اسلام‌گرایان افراطی به تشکیل حکومت و یا به تعبیر راب (مستندساز)، رؤیای فتح دنیا برای تحمیل قوانین شریعت است. این دال نقطه مقابل سکولاریسم در گفتمان لیبرال دموکراسی است که بر اساس آن دین محصور در زندگی شخصی است. تصویرسازی مستندساز از این دال در قالب گزاره «پشت کردن برادران به جامعه غرب» بارها در مستند تکرار می‌شود و اسلام‌گرایان تندرو افرادی معرفی می‌شوند که در صدد نوعی تمامیت‌طلبی یا توتالیته دینی در مقیاس جهانی هستند.



شکل ۴. نظام معنایی گفتمان بنیادگرایی افراطی در مستند «برادر اسلام گرای من»

گفتمان اسلام معمولی

این گفتمان که در مستند برادر اسلام گرای من، توسط شخص معلومی نمایندگی نمی شود؛ به نوعی حدفاصل دو گفتمان قبلی است. حدفاصلی که در واقع نوع سازش کارانه گفتمان بنیادگرایی افراطی با گفتمان لیبرال دموکراسی محسوب می شود و دال‌های ارزشی آن از طریق غیریت‌سازی با گفتمان اسلام گرای افراطی برسازی می شود.

این گفتمان دارای دو پیش فرض اساسی است که به عنوان امر بدیهی انگاشته شده در تصویرسازی مستند از اسلام معمولی مشاهده می شود. اعتقاد به امور غیبی در امور و شئون شخصی زندگی و همچنین نسبی گرایی در مقام اندیشه و قضاوت، پیش فرض‌های اصلی این گفتمان است که به عنوان مفاهیمی بدیهی انگاشته می شوند.

تا همین‌جا مشخص است که این دوگانگی بدیهی در نخستین نمود خود، دال چندگانگی و تعارض هویتی را به همراه دارد. این مهم را می‌توان در غیریت‌سازی مستندساز پیرامون اسلام معمولی در مقابل اسلام افراطی مشاهده کرد. گزاره‌ای نظیر پشت نکردن به غرب در عین تقید به ظواهری مثل نماز و حجاب و سکوت در برابر مسائلی مثل کشتار مسلمانان در فلسطین مؤید این دال پیرامونی است.

بر همین اساس می‌توان ادعا کرد که التقاط دال مرکزی این نظام معنایی را تشکیل می‌دهد. در اینجا مراد از التقاط گرفتن مفاهیم گوناگون از حوزه‌های مختلف و پیوند زدن و ترکیب کردن آنها با یکدیگر، آن هم در شرایطی است که نفس این آمیختگی از لحاظ منطقی و مبنایی نادرست باشد. در مورد منشأ و چرایی ایجاد این التقاط و انواع آن (نظیر التقاط ایدئولوژیک، التقاط علمی، التقاط تجربی و التقاط دنیازدگی) صحبت‌های زیادی شده است اما آنچه در مستند مذکور به‌عنوان دال مرکزی گفتمان اسلام معمولی دیده می‌شود؛ اشاره‌ای صریح و درعین‌حال کلی به مسائلی است که جملگی ناظر بر التقاط‌گری این گفتمان است.

بنا بر آنچه گفته شد؛ پلورالیسم یا تکثرگرایی یکی از دال‌های شناوری است که تا حدود زیادی مشابه و یا تحت تأثیر نسبی‌گرایی گفتمان لیبرال دموکراسی تعریف می‌شود. بر همین اساس است که دال مدارا، مصالحه و سازش نیز در برابر گفتمان رقیب برسازی شده و علی‌رغم وجود تعارضات مبنایی، مسلمان معمولی به تعبیر راب، برخلاف بنیادگرایان افراطی درصدد تعارض و یا ایجاد تغییر در جامعه غربی نیست.

دال پیرامونی دیگر این گفتمان که تحت اثر دال مرکزی التقاط قرار دارد؛ ناظر به جدایی دین از حوزه سیاست و قدرت مشابه با نظریات مشهور به سکولاریسم است. نمایندگان مجهول گفتمان اسلام معمولی، برخلاف گفتمان بنیادگرایی افراطی، سودای حکومت و تحمیل شریعت به جامعه را نداشته و شهروندانی مطیع و سازشگر در برابر توافق جامعه غرب و هنجارهای آن محسوب می‌شوند و به تعبیر راب، بد نیت نیستند! این دال نیز در مقابل دال نافرمانی و قانون‌گریزی در گفتمان بنیادگرایی

و در توافق با گرایش به توافق جمعی در نظام معنایی لیبرال دموکراسی تصویر سازی شده است.



شکل ۵. نظام معنایی گفتمان مسلمان معمولی در مستند «برادر اسلام گرای من»

مستند برادر اسلام گرای من در صورت بندی گفتمانی اسلام به گونه ای عمل کرده است که با انگاره سازی مثبت از گفتمان لیبرال دموکراسی به عنوان گفتمان مقابل اسلام، راب (مستند ساز) را به عنوان انسانی متعادل و با مختصات گفته شده در بخش تحلیل متنی معرفی می کند.

از سوی دیگر اما برخلاف عنوان مستند که به صورت کلی از اسلام نام برده می شود؛ بیشترین تمرکز مستند بر معرفی نوعی اسلام سلفی و افراطی است که در تصویر سازی از آن مختصاتی تاریک، خشن، متناقض و غیرمنطقی مطابق با آنچه در بخش تحلیل متنی آمده؛ ارائه می شود؛ حال آنکه در مقام تفکیک این نوع اسلام

تحریفی از اسلام حقیقی، کلیدواژه «اسلام معمولی» جعل می‌شود که این اسلام نیز به صورت اسلامی اخته شده، التقاطی و البته مطیع در برابر غرب تصویرسازی می‌شود. به دیگر سخن وجوه منفی اسلام افراطی به کلیت اسلام تعمیم داده شده و مستندساز برای رهایی از این موضع تهمت که بر اساس کدام منطق این شق انحرافی و افراطی اسلام را کل اسلام تعمیم داده؛ وجه انحرافی دیگری از اسلام را با نام اسلام معمولی معرفی و تصویرسازی می‌کند که این گفتمان نیز با مختصات ارائه شده در بخش تحلیل نظام معنایی، کم‌ترین نسبت را با اسلام ناب محمدی دارد.

مستندساز از سخن گفتن یا تصویرسازی در مورد وجوه مثبت اسلام عبور کرده و هیچ شخص مشخصی را حتی برای نمایندگی اسلام معمولی معرفی نمی‌کند و در مورد اسلام حقیقی نیز به کلی سکوت می‌کند تا شاید به این وسیله راهبرد اسلام هراسی را با پرداختی غیرمستقیم و به ظاهر بی طرفانه محقق کند.

منابع

منابع فارسی

۱. اسفندیاری، ش. (۱۳۹۳). پرسش‌ها و توصیه‌هایی درباره مدیریت تصویر رهبری. مجله هابیل، شماره هفتم، ص. ۴۶-۴۸.
۲. سلطانی، س. (۱۳۹۳). نشانه‌شناسی گفتمانی یک جدایی. مطالعات جامعه‌شناختی، ۴۳-۷۲.
۳. سلطانی، س.، & مرشدی، پ. (۱۳۹۶). تعالم و تقابل گفتمانی نشانه‌شناسی گفتمانی فیلم گوزن‌ها. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۶۹-۱۹۲.
۴. شریفی، س.، انصاری، ن.، & اسدالله زاده، م. (۱۳۹۵). ایران هراسی در گفتگوهای خبری سی‌ان‌ان مطالعه‌ای بر مبنای رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی ون دایک. مطالعات انقلاب اسلامی.
۵. فیاضی بروجنی، س.، & صلواتیان، س. (۱۳۹۴). بازمهندسی فرایند مدیریت تصویر در سازمان صداوسیما. تهران: دانشگاه صداوسیما.
۶. فیاضی بروجنی، س.، & فضلی زاده، ا. (۱۳۹۷). مدیریت تصویر رهبری در شبکه‌های ماهواره‌ای. تهران: مرکز پژوهش و سنجش افکار سازمان صداوسیما.
۷. فیاضی، س.، & صلواتیان، س. (۱۳۹۴). بازمهندسی فرایند مدیریت تصویر در سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران. تهران: دانشکده ارتباطات، دانشگاه صداوسیما.
۸. گودرزی، ح. (۱۳۸۹). مقایسه گفتمان خبری، خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (ایرنا) و سایت بی‌بی‌سی فارسی در مورد اخبار هسته‌ای (با تأکید بر مسئله ساخت تاسیسات هسته‌ای قم «فردو»). تهران: پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه صداوسیما.
۹. لیندلف، ت.، & برایان، ت. (۱۳۹۲). روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات. (ع. گیویان، مترجم) تهران: همشهری.
۱۰. محمدخانی، م. (۱۳۹۰). بررسی ساختار و محتوای برنامه‌های شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای بی‌بی‌سی فارسی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۱۱. مولانا، ح. (۱۳۷۵). رسانه‌ها و انگاره‌سازی. (غ. تاجیک، تدوین) فصلنامه رسانه، ۱۰-۱۸.
۱۲. مهدی‌زاده، س. (۱۳۸۷). بازنمایی و رسانه. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

۱۳. نیک‌ملکی، م. (۱۳۸۴). تحلیل گفتمان اخبار شبکه‌های العالم و الجزیره با تأکید بر رویدادهای عراق. تهران: پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه صدا و سیما.
۱۴. ون دایک، ت. ا. (۱۳۸۲). مطالعاتی در تحلیل گفتمان؛ از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی. (گروه مترجمان، مترجم) تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۱۵. یورگنسن، م.، & فیلیپس، ل. (۱۳۹۳). نظریه و روش در تحلیل گفتمان. (ه. جلیلی، مترجم) تهران: نشر نی.

منابع لاتین

1. Barret, M. (1991). *Ideology, politics, hegemony: from Gramsci to Laclau and Mouffe*. Cambridge : Polity Press.
2. Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
3. Hall, P. (1972). A symbolic interactionist analysis of political. *Sociological Inquiry*, 35-75.
4. Hall, P. (2009). The presidency and impression management. In D. Brissett, C. Edgley, & R. A. Stebbins, *Life as theater: A dramaturgical source book* (pp. 3653-377). New York: Aldine de Gruyter.
5. Richard, E., & Couto, A. (2012). *Impression Management, Political and Civic Leadership*. Thousand Oaks: Sage publications.

سنجش نقش سرمایه اجتماعی بر محرومیت نسبی از طریق کاربست رسانه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی شهر نجف آباد)

حمیدرضا عشقی پور^۱

چکیده:

این پژوهش با هدف شناخت رابطه مابین سرمایه اجتماعی با توجه به کاربست رسانه‌های اجتماعی مجازی بر محرومیت نسبی در میان جامعه میانسالان و سالمندان (مطالعه موردی شهر نجف آباد)، بر مبنای دو متغیر: (۱) ارتباط و اثرپذیری افراد از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی و (۲) تأثیرگذاری سرمایه اجتماعی از طریق شبکه‌های مجازی بر محرومیت نسبی، با استفاده از معادلات ساختاری مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته و نتایج حاکی است، سرمایه اجتماعی با توجه به محتوای خبری رسانه‌های اجتماعی مجازی با میزان محرومیت نسبی رابطه مستقیم و معنادار دارد. همچنین سرمایه اجتماعی به صورت غیرمستقیم بر محتوای خبری این رسانه‌ها در راستای گسترش میزان اعتماد جاری کاربران به سایرین نقش دارد. از سوی دیگر تأیید گردید سرمایه اجتماعی با بهره‌مندی از رسانه‌های اجتماعی مجازی تأثیر مستقیمی در تبدیل محرومیت مطلق به محرومیت نسبی و در ادامه کاهش محرومیت نسبی ایفا می‌نماید.

واژگان کلیدی: رسانه‌های مجازی، شبکه‌های اجتماعی، ارتباط و اعتماد

اجتماعی، سرمایه اجتماعی، محرومیت نسبی

۱- مدرس و پژوهشگر دانش فرهنگ و ارتباطات (دکتری فرهنگ و ارتباطات) Dr.Eshghi@yahoo.com

۲- SEM = Structural Equation Modeling (مدل سازی معادلات ساختاری)

مقدمه

در عصر فرا اطلاعاتی - جامعه دانایی محور - اندیشمندان بسیاری از این واقعیت اساسی که شکاف‌های مختلف در جامعه مابین افراد دارا و ندار عمیقاً در حال گسترش است، ابراز نگرانی جدی می‌نمایند (Dettrey & Campbell, 2013: 94). گزارش بانک جهانی با عنوان «۸ نفر از ۱۰ فقیر جدید در سال پیش رو در کشورهای با درآمد متوسط جهانی قرار دارند»، بیان می‌نماید: انتظار می‌رود، فقر شدید جهانی در سال ۲۰۲۱ میلادی برای اولین بار در بیش از ۲۰ سال اخیر افزایش قابل ملاحظه‌ای یابد (PRESS RELEASE OCTOBER 7, 2020).^۳ دسیلور، می‌گوید: نابرابری اقتصادی و ایجاد شکاف اقتصادی در جهان، تشدید انواع شکاف‌ها از قبیل: شکاف‌های اجتماعی، جنسیتی، طبقاتی، اقتصادی، مشارکتی، بیناناسلی، هویتی، مذهبی، قومی، فرهنگی و ... (DiMaggio, Hargittai, Celeste, & Shafer, 2008: 355-400)، نابرابری‌های خدمات زیستی، درمانی، فرهنگی، اجتماعی و ... را در بردارد (Shim, 2015: 448-461). این نابرابری‌ها در عرصه‌های متنوع اجتماعی و سیاسی موجب تزیاید درک فردی و جمعی از محرومیت‌های نسبی گردیده و بر میزان احساس رضایتمندی تأثیر مخرب می‌گذارد (Werner, E. and Smith, R., 1992:107, Valenzuela, Park, & Kee, 2009: 875-901)، کاهش سطح آستانه تحریک عمومی، فقدان سلامت عمومی، ضعف سلامت جسمانی و روانی جامعه (Adler, Epel, Castellazzo, & Ickovics, 2000; Cattell, 2001: 586-592)، عدم اشتیاق به مشارکت‌های آگاهانه، عدم تعلق به جامعه، انزوای، رویکردهای انحصار طلبانه فردی، پوپولیسم، قومیت محوری (Valenzuela et al., 2009: 875-901, Werner, E. 1996: 24) و ... نموده‌های بارز و مبرهن این رخداد تلخ در سطح جوامع است که به محرومیت نسبی می‌انجامد.

گار، معتقد است: «محرومیت نسبی، ریشه در نظریه ناکامی پرخاشگری دارد. هرچه شدت محرومیت بیشتر باشد، حجم خشونت، بیشتر افزایش می‌یابد» (گار،

۱۳۷۷: ۲۹). ناکامی چه فردی و چه جمعی، اغلب به بسته شدن مجراها و یا راه‌های دستیابی به اهداف اشاره دارد. هنگامی که همه مجاری رسیدن به آرزوها، امیدها و اهداف مسدود گردد، بی تردید غلیان و ازهم گسیختگی اجتماعی، فرهنگی و ... به وقوع می‌پیوندد. یعنی مابین خواسته‌ها و واقعیت‌ها مانعی قرار دارد (بروکویتز، ۱۳۷۲: ۱۴۲). محرومیت نسبی حاصل تفاضل انتظارات یا خواسته‌های ارزشی از توانایی‌های ارزشی است که برداشت کنشگران از وجود اختلاف میان انتظارات ارزشی و توانایی ارزشی آنها عامل پیدایش و توسعه محرومیت نسبی می‌گردد (گار، ۱۳۷۷: ۴۵). محرومیت نسبی، به صورت احساس کنش‌گران بر وجود اختلاف میان انتظارات و توانایی محیط مشخص می‌شود. انتظارات ارزشی را، باید مجموعه‌ای از کالاها و شرایط زندگی دانست که مردم خود را مستحق و شایسته آنها قلمداد می‌نمایند و در ادامه تحقق آنرا یک حق مسلم و یک ضرورت بالفعل بر می‌شمارند (گار، ۱۳۷۷: ۴۳). جیمز دیویس، می‌گوید: هرچه فاصله بین انتظارات یا احساس نیاز و امکانات ارضاء نیاز بیشتر باشد، احساس محرومیت و بی‌عدالتی نسبی بیشتر و عمیق‌تر می‌گردد. هر چه ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و مادی در یک جامعه بیشتر نفوذ و گسترش یابند، احساس محرومیت نسبی بیشتر عمق و تکثر می‌یابد و هر چه اهتمام و کوشش فرد برای دستیابی به یک ارزش بیشتر شود، اهمیت آن ارزش افزایش بیشتری می‌یابد (دیویس، ۱۹۶۲: ۹۲). پژوهشگران علوم انسانی معتقدند به‌طور غیرمستقیم و از طریق واسطه‌های بالقوه، مابین ارتباطات اثرگذار بر افراد و محرومیت نسبی رابطه معناداری وجود دارد، تحقیقات نشان می‌دهد مابین ارتباطات میان فردی با سرمایه اجتماعی ارتباط نزدیک و معناداری وجود دارد (Ellison, Steinfeld, & Lampe, 2011: 873-892)، از سوی دیگر ارتباطات میان فردی با محرومیت نسبی همبستگی منفی دارد. ارتباطات میان فردی و اثربخشی بر سایرین به صورت غیرمستقیم و به‌واسطه سرمایه اجتماعی، باعث کاهش محرومیت نسبی می‌گردد (Kennedy, Kawachi, Prothrow-Stith, Lochner, & Gupta, 1998: 7-17). افزایش مداوم پیام‌رسان‌ها و کانال‌های مجازی، رسانه‌های اجتماعی، سایت‌ها و ... به عنوان ابزاری تأثیرگذار بر ارتباطات میان فردی و جمعی نقشی پر رنگ ایفا

می‌نمایند (Blanchard, 2019:104 ; Lenhart, 2011: 52; Lin & Lu, 2017: 14). آمارها نشان می‌دهد: کاربران کانال‌ها و «شبکه‌های اجتماعی مجازی» همچون واتساپ، تلگرام، فیسبوک، توئیتر و ... از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۱ قریب به ۴ برابر شده و این رویه با شدتی فزاینده در حال افزایش است (Hampton, Goulet, Rainie, & Purcell, 2021: 203). دوگان و اسمیت، می‌گویند: قریب به ۷۳٪ از بزرگسالان در جوامع رو به رشد به‌صورت آنلاین از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند و بالغ بر ۴۲٪ از ایشان همزمان کاربر چندین شبکه اجتماعی هستند. با توجه به نفوذ گسترده اینترنت، جوامع بیشتر از هر زمان دیگر با فضای مجازی ارتباط پیدا کرده‌اند و از طریق درگاه‌های الکترونیکی و رسانه‌های مجازی شاهد تغییر جایگاه گروه‌های مرجع هستیم که کاربران، در تصمیم‌گیری‌های جاری خود بر مبنای کسب محتوای خبری متداول و شایع در این فضا دست به اقدام، پیگیری و تصمیم‌سازی می‌زنند (Blanchard, 2019: 86).

الیسون و همکاران، همچنین والن زوئلا و همکاران، عملکرد مثبت شبکه‌های مجازی در افزایش میزان سرمایه اجتماعی را تأیید و تصدیق کرده‌اند (Ellison et al., 2017, 2019: 1143-1168; Valenzuela et al., 2015: 875-901). والن زوئلا و همکاران، در سال ۲۰۱۵ نشان دادند، شبکه اجتماعی فیسبوک از پیوند تقویت شده با رویکرد خلق، ساماندهی و هدایت سرمایه اجتماعی برای جامعه هدف خود بهره می‌گیرد و در این راستا از کاربرد تئورهایی ارتباطات جمعی: میزان رضایت مندی، افزایش تاب‌آوری و ... به منظور کسب اهداف خود بهره لازم را اخذ می‌نمایند (Y. Kim, Sohn, & Choi, 2016: 419-454). کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی عموماً از این فضا برای برقراری ارتباط فعال و تأثیرگذاری بیشتر بر جامعه هدف و گروه همسالان بهره می‌گیرند (Choi, w, 2017: 241-276).

پیوندهای فردی و جمعی به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده موفقیت و اعتماد اجتماعی، پویای، رشد و تعالی فردی در ایران محسوب می‌گردد (ابراهیم فیاض، ۱۳۸۹: ۱۱۷). جامعه آماری این پژوهش اکوسیستم ایران می‌باشد که

سنجش نقش سرمایه اجتماعی بر محرومیت نسبی از طریق کاربست رسانه‌های...//۷۷

تحت تأثیر تعالیم دینی و عقیدتی رایج و نگاه فرهنگی اجتماعی جاری در این جامعه بالاخص جامعه نمونه (نجف آباد)، موضوع حمایت از روابط محکم میان فردی، جایگاه متعالی کانون خانواده، نقشی بنیادین روابط فامیلی و گروه‌های همسالان امری بدیهی و رایج است. در نمونه، سرمایه اجتماعی ایجاد شده از این پیوندها و تأثیرگذاری غالب بر دیگران از طریق ارتباطات به یک شرط اساسی برای دستیابی به موفقیت‌های آتی اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و ... محسوب می‌شود و در فرهنگ عامیانه موضوعی رایج است.

محرومیت نسبی به صورت مستقیم با شاخص‌های مهم فردی، اجتماعی و فرهنگی از جمله مشکلات جسمی ((Adler et al., 2013: 586-592, میزان رضایت‌مندی اقتصادی (D'Ambrosio & Frick, 2011: 497-519), آمار خشونت، جرم و جنایت (Kennedy et al., 1998: 7-17), رفاه اجتماعی، سلامتی روح و روان و ... ارتباط معناداری دارد (Bellani & D'Ambrosio, 2015: 67-86). بی‌تردید نتایج این مطالعه در درک عمیق جایگاه و نحو بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی و خبررسان‌های مجازی در شناخت همه سویه تأثیرگذاری ارتباطات قابل توجه است.

ادبیات تحقیق

اسمیت، معتقد است در دهه اخیر میلادی قریب به ۵۶٪ از بزرگسالان و میان سالان در حال حاضر صاحب تلفن‌های همراه هستند و استقبال از داشتن سایر گوشی‌های غیرهوشمند به شدت رو به افول است. بالغ بر ۴۰٪ از دارندگان تلفن‌های همراه در حال حاضر از شبکه‌های اجتماعی مجازی بهره می‌گیرند. گسترش فزاینده شبکه‌های اینترنتی وای‌فای، بی‌سیم، 4G و 5G باعث تسهیل بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی گردیده (Kim, Y, 2010: 354, Smith, A, 2018: 57) و براساس یافته‌های در فروردین ماه سالجاری میزان ضریب نفوذ اینترنت در ایران بالغ بر ۹۹/۹٪ گردیده که می‌توان بروز پاندمی کرونا را یکی از عوامل اقبال عمومی به استفاده از فضای مجازی عنوان کرد.

سرمایه اجتماعی :

برخلاف سرمایه‌های مالی و انسانی، سرمایه اجتماعی ملموس نیست و به نحوی بالقوه می‌تواند به سرمایه مالی تبدیل گردد (Coleman, J. S., 1988: 94)، سرمایه اجتماعی، همان اعتماد به خود است (Fukuyama, F., 1995: 124). لین، اظهار می‌نماید، سرمایه اجتماعی از روابط میان فردی بین افراد جامعه و نه خود فرد ناشی می‌شود. لذا، با عنایت به تنوع تعاریف مختلف سرمایه اجتماعی، ناشی از تعامل افراد با سایرین معنا می‌یابد. سرمایه اجتماعی دارای «ظرفیت» و «بهره‌مندی واقعی» است که در حقیقت از مؤلفه اساسی ارتباطات منبع می‌گیرد. ظرفیت سرمایه اجتماعی فرد به قدرت بالقوه وی برای استفاده از سایر منابع در شبکه‌ای تومند و پیچیده باز می‌گردد (Lin, 2001: 82). پوتنام، تأکید بیشتری بر جنبه‌های هنجاری سرمایه اجتماعی دارد و آنرا یکی از نشانه‌های بسیط ارزش آفرینی مبتنی بر ارتباطات جمعی بر می‌شمارد (Putnam, R. D., 2000: 17)، پوتنام عمدتاً نگاهی مبتنی بر جنبه‌های جمعی و ارتباطاتی سرمایه اجتماعی دارد. وی، به اهمیت ارتباطات در مورد ایجاد اعتماد اجتماعی به عنوان شکلی از سرمایه اجتماعی می‌پردازد و برای آن سه مؤلفه: (۱) شبکه ارتباطاتی، (۲) اعتماد و (۳) ارتباطات متقابل، را قائل می‌گردد (Putnam, R. D., 2000: 17)، هرچه یک شبکه ارتباطاتی شخصی بزرگ‌تر و گسترده‌تر باشد، سرمایه اجتماعی نیز وسیع‌تر و بزرگ‌تر خواهد بود.

اعتماد، به معنای اعتقاد شخص به میزان پاسخ‌گویی مورد انتظار از منابع وابسته وی محسوب گردد و اعتماد اجتماعی به کیفیت یک شبکه ارتباطات اجتماعی مربوط است و قدرت شبکه ارتباطات اجتماعی نیز به میزان گستردگی و هم‌پوشانی سایر اعضا وابسته است. ارتباط متقابل سایر اعضا نیز منوط به مبادله منابع در شبکه ارتباطاتی می‌باشد. زمانی که شخصی از میان منابع ارتباطاتی مختلف تنها از یک منبع استفاده می‌نماید، انتظار می‌رود که در آینده کمبود منابع خود را با بهره‌گیری و تعامل از سایر منابع دیگر جبران نماید. این رویکرد نشان می‌دهد مؤلفه ارتباطات متقابل باید به عنوان یک مؤلفه هنجاری نامشهود مورد بررسی و واکاوی

قرار گیرد. این پژوهش به بررسی نقش ارتباطات در ایجاد سرمایه اجتماعی، با رویکرد جاری پوتنام، به تحلیل و بررسی موضوع می‌پردازد.

زمینه‌های بومی سرمایه اجتماعی و روابط اجتماعی در جامعه هدف و نمونه آماری:

از دیرباز روابط نسبی و فامیلی در نظام اجتماعی ایران به صورت گسترده‌ای رواج داشته و به شکل سنتی اصیل درآمد و این رویکرد توسط ادیبان، محققین و پژوهش‌گران داخلی و مستشرقین بین‌المللی همچون، هانری کربن، ریچارد فرای، پوپ و ... به تکریر تصریح گردیده است. جنبه‌های متنوع جامعه ایرانی از جمله در نجف آباد بسیار وابسته به هنجارها و ارزش‌های معنوی دین مبین اسلام است.^۵ به منظور درک کامل سرمایه‌های اجتماعی در ایران، باید چگونه ارزش‌های دینی و ملی در انواع مختلف روابط اجتماعی به شیوه‌ای گسترده و درهم تنیده درک گردد. تفوق در برقراری ارتباطات میان فردی از مهم‌ترین مؤلفه‌های دستیابی به موفقیت روزافزون در فرهنگ جاری و هویت ملی ایرانیان است. میزان گستردگی حلقه ارتباطات شخصی شرط اساسی دستیابی به موفقیت‌های ایده‌آل در فرهنگ عامه ایرانیان تلقی می‌گردد. در ایران سه گونه روابط اجتماعی مشهود است: (۱) پیوند خونی که عموماً با عنوان روابط نسبی از آن یاد می‌شود، (۲) پیوندهای موقعیتی که از آن با عنوان روابط سببی نام برده می‌شود؛ (۳) پیوندهای گروه همسالان^۶ که عموم روابط دوران مدرسه، دانشگاه و شغلی را شامل می‌شود. در فرهنگ ایرانی، خانواده مؤلفه اساسی

۵ - آیه ۲۱ سوره رعد؛ آیه ۲۵ سوره رعد؛ آیه ۷، سوره بقره؛ آیات ۲۲ و ۲۳ سوره محمد؛ آیه ۲۵ سوره نحل؛ آیه ۲۷ سوره بقره؛ آیه ۲۶ سوره اسرا؛ آیه ۲۸ سوره روم؛ آیه ۱ و ۲۸ سوره نسا؛ و ... پیامبر اسلام (ص) میغوض ترین انسان‌ها نزد خداوند را مشرکین و قاطعین رحم معرفی نموده است.

۶ - آیه ۲۹ سوره فتح.

۷ - مقصود از «گروه همسالان»، گروهی است که اعضای آن، مرحله واحدی از زندگی (مثلاً سال‌های نوجوانی و آغاز جوانی، دوران مدرسه، دوران دانشگاه و ...) را می‌گذرانند، نه آنکه لزوماً سن برابر داشته باشند و یا در بازه سنی همسان با یکدیگر معاشرت نمایند.

جامعه و بخش اساسی و لاینفک آن است. در نظام اجتماعی ایران رعایت سنت‌ها و احترام به نهاد خانواده امری مبرز است، افراد و جامعه خصوصاً به مدد رسانه‌ها بر اهمیت پیوندهای محکم خانوادگی با موضوع «تکلیف و حق» توجه وافری می‌نمایند. بر اساس تحقیقات انجام شده در ایران ارتباطات میان فردی منبع اساسی و بنیادین ایجاد سرمایه‌های اجتماعی است.

پوتنام، معتقد است که روابط گروه همسالان یا پیوند همکاران، از آن جهت قابل توجه است که در مراکز تربیتی، همکاری و آموزشی (سربازخانه، پانسیون، خوابگاه، اداره) به صورت مستقیم و به میزان قابل توجهی بر روی انگیزه شغلی، میزان اشتغال، ارتقاء، درآمد و ... افراد تأثیر می‌گذارد (Putnam, R. D., 2000: 105). دیدن کارمندان درون یک سازمان، که از دانشگاه یکسانی فارغ التحصیل شده‌اند، در یک مدرسه درس خوانده و از همان جا فارغ التحصیل شده‌اند، موضوعی غیرمعمول نیست. عموماً استدلال می‌شود که دیوار نامرئی ایجاد شده از چنین پیوندهایی خود به گونه‌ای بازتولید نابرابری اجتماعی است، ولیکن بی‌تردید پیوندهای گروه همسالان یا همکاران در جوامع سنتی همچون ایران، نقش غیر قابل انکاری در تعیین موفقیت‌های اجتماعی ایفا می‌نمایند. ایرانی‌ها برای افزایش سرمایه اجتماعی خود تأکید زیادی بر روابط فردی، بالخصوص ارتباط با افراد تأثیرگذار در جامعه (بزرگان، محترمین، کارفرمایان، گواهان نیرومند، گروه‌های مرجع، رهبران فکری^۸ و ...) دارند. در این پژوهش الویت اصلی بر شناسایی تفاوت در شیوه‌های انباشت سرمایه اجتماعی مابین اعضای خانواده و سایر افراد تأثیرگذار منظور گردیده است. بر مبنای پژوهش‌های ریو، وانگ و پارک، روابط مختلف اجتماعی از جمله پیوند گروه‌های همسالان یا انجمن‌های فارغ التحصیلان، گروه‌های مدنی و ... مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی را در قالب‌های متنوعی خلق، سازمان‌دهی و تحکیم می‌بخشد و از منظر دانش اجتماعی، جوامع طایفه‌ای و خویشاوندی در مقایسه با گروه همسالان و

۸- «رهبران فکری» افرادی هستند که در انتقال پیام‌های رسانه‌ای بر گروه‌های اجتماعی نقشی واسطه‌ای و پر نفوذ و قدرتمندی بازی می‌کنند (آسولیان، ۱۳۸۵: ۳۸۵).

انجمن‌های فارغ التحصیلان و...، از تراکم نسبتاً بالاتر شبکه‌ای برخوردار است (Ryu, Wang, and Park, 2008: 459-508). پژوهش‌ها نشان می‌دهد میزان فراوانی جلسات در میان گروه‌های هم‌سالان و انجمن‌های دانش‌آموختگان بیشتر از مجامع طایفه‌ای و خویشاوندی است و از سوی دیگر اجتماعات هم‌سالان، دانش‌آموختگان، همکاران و گروه‌های مدنی نسبت به اجتماعات طایفه‌ای، خویشاوندی از میزان اعتمادپذیری بالاتری برخوردار می‌شوند (Ryu, Wang, and Park, 2008: 509). این یافته‌ها نشان می‌دهد، پیوندهای فردی در روابط گروه‌های دانش‌آموزی، دانشجویی و گروه‌های مدنی با انتظارات همگانی و عمومی در راستای کسب منابع مادی بالقوه به شیوه‌ای مستقیم گره خورده و پیوندهای خونی تا حد بسیار زیادی به میزان انتظارات غیرمادی (معنوی) شخص در چارچوب مؤلفه‌های روانشناختی وابسته‌اند.

شناخت و بررسی رابطه میان کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی و سرمایه اجتماعی:

فضای مجازی نقش مهمی در تسهیل روابط میان فردی ایفا می‌نمایند (Lee, H., & Lee, J. 2010: 711-727)، تنوع بسیط ایجاد شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی امکان حفظ آشنایان و دوستان قدیم و همچنین کشف و شناسایی رفقا و دوستان جدید را به صورت هم‌زمان و مدیریت شده فراهم می‌نماید (Donath, J., & boyd, d. 2004: 71-82). عمده انگیزه اصلی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی، برقراری ارتباط با سایرین می‌باشد (Espinoza, G., & Juvonen, J. 2011: 705-709 ; Lenhart, 2009: 47). ارتباط مستقیم و مثبتی مابین میزان کار با شبکه‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی برقرار است که با پیشرفت زمان و ترقی تکنولوژیکی نیز ژرف تر و پیچیده‌تر می‌گردد (Basiri, K., Rahman, A. A., & Iahad, N. A. 2012: 1-5). فار و همکارش، دریافتند کاربران بهره‌مند از یک صفحه مجازی متعلق به گروه فارغ التحصیل ایجاد شده در فیسبوک با توجه به جغرافیای گسترده بین‌المللی روابط میان فردی خود را به شدت تقویت و تسری داده‌اند. افراد از شبکه‌های مجازی برای توسعه جامعه آماری دوستان جدید خود با

ایجاد و گسترش پیوندهای جدید بهره می‌گیرند (Basiri, K., Rahman, A. & Iahad, N. A. 2012: 6). یکی از مؤلفه‌های اصلی سرمایه اجتماعی «اعتماد اجتماعی» یا اعتماد همگانی است که مابین میزان بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی مجازی و اعتماد شخصی کاربران به سایر اعضای شبکه، ارتباط مستقیم دارد (Choi, Y., & Park, S., 2011: 241-276)، همچنین استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر سرمایه اجتماعی تأثیر مستقیم دارد (Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F, 2009: 875-901)، والن زونلا و همکاران، اعلام کردند: «چگونگی بهره‌مندی از شبکه اجتماعی فیسبوک در افزایش میزان اعتماد اجتماعی و مشارکت مدنی/سیاسی به شدت مؤثر است (مهندسی اجتماع) که این موضوع یکی از مؤلفه‌های اصلی افزایش میزان سرمایه اجتماعی است.

پژوهشگران از تأثیرات مستقیم میزان و شدت بهره‌مندی از شبکه اجتماعی فیسبوک بر میزان افزایش اعتماد اجتماعی و میزان مشارکت مدنی/سیاسی خبر می‌دهند (Valenzuela, et al., 2009: 900). سرمایه اجتماعی عموماً نه فقط به عنوان گسترش دهنده و هم‌پوشان ارتباطات اجتماعی بلکه پیچیده‌تر از آن و به شکل ترکیبی از شبکه‌های ارتباطاتی فردی در راستای افزایش اعتمادآفرینی منتج می‌گردد. اعتمادآفرینی فردی همراه با گسترش شبکه‌های ارتباطی شخصی، عامل مؤثری در خلق و گسترش سرمایه اجتماعی است.

کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی معمولاً از این محیط برای برقراری ارتباط با افراد معین و دارای نقاط وفاق و اشتراک هم‌سو بهره می‌گیرند (boyd & Ellison, 2007: 11). استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت ارتباطاتی کارآمد و آسان با سایر افراد مرتبط، امری بسیار مفید و کارآمد است و برای بهبود ارتباطات میان فردی با میزان تأثیرگذاری افزون بر سایرین، استفاده از شبکه‌های اجتماعی ابزاری بسیار قوی، سودمند و مؤثر است (Urista, Dong, & Day, 2009: 215-229). شبکه‌های اجتماعی ارتباط میان فردی را تسهیل و تسریع می‌نمایند، عمدتاً افراد سعی می‌نمایند، برای ارتباطات خانوادگی از ارتباطات «چهره

به چهره» بهره بیشتری حاصل نمایند و معتقدند ارتباطات از طریق شبکه‌های مجازی بر روی ارتباطات نسبی و فامیلی تأثیر منفی یا عکس می‌گذارد (Gentzler, Oberhauser, Westernman, & Nadorff, 2011: 71-74; Pollet, Roberts, & Dunbar, 2011: 253-258). پژوهش‌ها تأیید کرده شبکه‌های اجتماعی ابزارهایی مفید و راهبردی برای کهن‌سالان جهت برقراری ارتباط مؤثر با سایرین خصوصاً اعضای خانواده و فامیل می‌باشد (Nef, Ganea, Müri, & Mosimann, 2013: 1041-1053). ضریب نفوذ بالای بهره‌وری شبکه‌های مجازی در میان بزرگسالان به درک شیوه زیست اجتماعی، توسعه پیوندهای فردی و جمعی، ممانعت از انزوا و افسردگی، دوری از بیماری‌های پارکینسون، آلزایمر، زوال عقل و ... ویژه دوران کهن‌سالی کمک شایانی می‌نماید.

تجربه‌های جاری در دو سال اخیر نشان داده ارتباطات از طریق تلفن‌های همراه بالاخص «تلفن‌های هوشمند» با توجه به بروز پاندمی کرونا و پیشرفت‌های صنعت ارتباطات و زیرساخت به شدت افزایش یافته است. امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در زندگی روزمره کهن‌سالان با شدتی غیر قابل باور در حال نفوذ و رواج (رصد پرونده‌های پزشکی، نظارت‌های درمانی، مطالعه الکترونیک، دوستیابی و ...) است. با عنایت به گسترش روزافزون کاربران شبکه‌های اجتماعی، فرضیه‌های زیر استخراج و مورد آزمون قرار گرفته‌اند:

• H1: میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با میزان ارتباط با سایر اعضای خانواده رابطه مثبتی دارد.

• H2: میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با میزان ارتباط با سایرین و اثرگذاری لازم رابطه مثبتی دارد.

بررسی سرمایه اجتماعی از دو بعد (۱) میزان اعتماد فردی و (۲) گستره ارتباطات فردی از جمله اهداف این پژوهش است. میزان گسترش اعتماد فردی به‌طور قابل توجهی با گستره میدانی ارتباطات شخص رابطه مستقیم و معنادار دارد

(Mayer, Davis, & Schoorman, 1995: 709-734). مابین مؤلفه اعتماد به نفس و ارتباطات میان فردی رابطه مستقیم وجود دارد. فرد هر قدر بیشتر در مورد موضوعات مختلف (مانند: نگرانی‌ها، سرخوشی‌ها، مسائل اجتماعی و سیاسی و ...) با سایرین هم‌نوایی و ارتباط برقرار نماید، اعتماد فردی بیشتر و مؤثرتری را اخذ و به حلقه دوستانش اعطا می‌نماید. ارتباط میان فردی با ترغیب، تحریض و تهییج حلقه نزدیکان به افراد کمک می‌کند تا شبکه‌های شخصی خود را با افرادی که می‌توانند در مسائل جدی با ایشان اشتراک مساعی داشته باشند، به میزان قابل توجهی گسترش دهد. همپتون و ولمن، معتقدند: ارتباطات میان فردی از طریق درگاه‌های مجازی و اینترنت به صورت قابل توجهی با اندازه و گستره شبکه ارتباطات شخصی افراد رابطه مثبت دارد و استفاده افراد از شبکه‌های اجتماعی با تنوع این شبکه‌ها که مورد استفاده کاربران هستند رابطه مستقیم دارد (Hampton, Lee, & Her, 2011: 1031-1049; Wellman, Boase, & Chen, 2002: 151-165). با توجه به یافته‌ها، فرضیه‌های زیر مورد آزمون و تصدیق و تأیید قرار گرفت:

• H3: گستره ارتباط با اعضای خانواده با میزان اعتماد به نفس فرد رابطه مستقیم دارد.

• H4: گستره ارتباط با سایرین با میزان ترغیب، تحریض و تهییج ایشان در کسب اعتماد فرد رابطه دارد.

• H5: گستره ارتباط با اعضای خانواده با گستره اندازه شبکه فردی رابطه مستقیم مثبت دارد.

• H6: گستره ارتباط با سایرین با میزان ترغیب، تحریض و تهییج با میزان گستره شبکه فردی رابطه مستقیم دارد.

محرومیت نسبی و سرمایه اجتماعی :

شکاف اقتصادی، کاهش امید اجتماعی، تمایل به رخوت همگانی و ... در جوامع در حال توسعه به شدت در حال افزایش است (D'Ambrosio & Frick, 2011: 497-519; H. J. Smith et al., 2012: 203-232). میزان وقوع جرائم در میان افرادی که از محرومیت نسبی رنج می‌برند، به نسبت سایرین از میزان

بیشتری برخوردار است (Bellani & D'Ambrosio, 2015: 67-86) که در این پژوهش، این موضوع تأیید گردید.

محرومیت نسبی یعنی احساس محرومیتی که شخص در قیاس خود با دیگر افراد یا گروه‌های اجتماعی آن را درک می‌نماید و میزان آن ناشی از تفاوت محسوس میان وضعیت مطلوب و وضعیت برساخته ذهنی ماست که رویای تحقق آن را داریم تا در آن شرایط قرار بگیریم (Runciman, 1966: 10). در این مطالعه محرومیت نسبی از منظر ذهنی مورد تحلیل قرار گرفت.

سرمایه اجتماعی، با محرومیت نسبی ارتباط مستقیم دارد (Cattell, 1996: 896; Kawachi, 1999: 52; 2001)، سرمایه اجتماعی نتیجه و اثر محرومیت نسبی تلقی می‌گردد. زمانی که مردم محرومیت نسبی را از نابرابری درآمدی و اقتصادی تجربه می‌نمایند، با سایرین احساس تعلق و انسجام کمتری می‌نمایند و این کاهش میزان تعلق و انسجام گروهی موجب ایجاد بی‌نظمی و آنومی گسترده می‌گردد و به کاهش سرمایه اجتماعی می‌انجامد (Kennedy et al., 1998: 47).

سرمایه اجتماعی به مردم در کاهش میزان احساسات و نحوه شناخت محرومیت کمک شایانی می‌نماید. زمانی که فرد از سرمایه اجتماعی بالاتری در جامعه برخوردار باشد، ارتباط فزاینده‌تر و گسترده‌تری با افراد می‌یابد و در نتیجه جامعه به وی اعتماد بیشتری نموده و میزان نفوذ اجتماعی او افزایش می‌یابد و همزمان میزان رضایتمندی وی به واسطه کمک و همدردی که از سایرین دریافت می‌نماید، فزونی می‌یابد. سرمایه اجتماعی عامل گسترش حمایت اجتماعی، فزاینده عزت نفس و امید اجتماعی است و در افزایش میزان کنترل فرد بر جمع مؤثر است (Cohen & Syme, 1985: 72). اگر مؤلفه «وضعیت اقتصادی - اجتماعی» افراد را به دو مقوله: (۱) گروه‌های مرفه (ممتاز/معتبر) و (۲) گروه‌های محرومین (مقابل مرفهین و کامیابان) مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد، هنگامی که فرد دارای

۱۱ - آنومی (Anomie) به فقدان هنجار یا بی‌هنجاری اطلاق می‌گردد. این اصطلاح توسط امیل دورکیم خلق و رواج یافت.

وضعیت اقتصادی - اجتماعی ضعیف و محدودی باشد و در یک گروه محروم قرار گیرد، سرمایه اجتماعی بالایی خلق نموده و در گروه احساس محرومیت کمتری می‌نماید و وضعیت اقتصادی - اجتماعی محدود وی جایگزین مناسبی برای سرمایه اجتماعی او به شکل یک منبع متفاوت می‌گردد. این شخص در گروه، ارزشی به مراتب افزون‌تر از سرمایه اجتماعی مؤثر اسمی کسب می‌نماید. رویه‌ای که متشکل از شبکه ارتباطاتی فردی و اعتماد آفرینی شخصی است و به کاهش مبرز محرومیت نسبی منجر می‌گردد. در گروه‌های مرفه (کامیابان)، به دلیل وضعیت اقتصادی - اجتماعی نسبتاً بالای این گروه، نگرش پویاتر و پایاتری به مؤلفه سرمایه اجتماعی تولید می‌گردد که با در نظر گرفتن شاخص‌های سرمایه اجتماعی به عنوان منبعی مؤثر در کسب مزایای بیشتر در کوتاه‌ترین زمان محقق می‌گردد. به دلیل درک صحیح فرد از مزایای بالقوه و بالفعل سرمایه اجتماعی، این مقوله عامل مستقیم کاهش میزان محرومیت نسبی بوده و همچنین سرمایه اجتماعی عامل مؤثری برای کاهش میزان محرومیت نسبی قلمداد می‌گردد که در این مورد نیز فرضیه‌های زیر مورد آزمون و تأیید قرار گرفت.

- H7: اعتماد فردی به اعضاء خانواده در کاهش میزان محرومیت نسبی مؤثر است.
- H8: اعتماد فردی مؤثر به سایرین در کاهش میزان محرومیت نسبی مؤثر است.
- H9: اندازه شبکه ارتباطاتی فردی در کاهش میزان محرومیت نسبی مؤثر است.
- H10: گستره ارتباط با خانواده به واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر مقوله سرمایه اجتماعی مؤثر است.
- H11: گستره ارتباط مؤثر با سایرین به واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر مقوله سرمایه اجتماعی مؤثر است.
- H12: رابطه بین اعضاء خانواده به واسطه سرمایه اجتماعی بر محرومیت نسبی مؤثر است.

• H13: رابطه مؤثر با سایرین به واسطه سرمایه اجتماعی بر محرومیت نسبی

مؤثر است.

روش تحقیق (متدولوژی):

به منظور بررسی دقیق فرضیه‌های پیشنهادی، این مطالعه به شکل نظرسنجی آنلاین از ۲۱۶۹ شهروند^۱ به صورت کاملاً تصادفی انجام و جمع‌آوری گردید. این نظرسنجی به صورت نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با نسبت جنسیت، سن، جغرافیای زیست و ... در اول فصل بهار سال ۱۴۰۰ شمسی محقق گردید. میانگین سنی شرکت کنندگان ۳۹/۵۹ سال ($SD = ۹/۴۵$) که مابین ۱۴ تا ۶۹ سال می‌باشد. ترکیب جنسیت کاملاً یکنواخت و پاسخ‌ها شامل ۵۱/۴٪ مشارکت کنندگان ذکور و مابقی اوناث می‌باشند. درآمد متوسط نمونه آماری مابین ۳۰ تا ۱۰۰ میلیون ریال بود.

ابزارها

همه اندازه‌گیری‌ها به جز اندازه‌گیری برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، از مقیاس ۵ نقطه‌ای طیف لیکرت (۱ = کاملاً مخالف، ۵ = کاملاً موافق) و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی از طریق مقیاس ۷ نقطه‌ای طیف لیکرت اندازه‌گیری گردید. در این مطالعه به دو الگوی بنیادین رفتاری بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی مجازی: (۱) خواندن و (۲) نوشتن محتوا در شبکه‌ها توجه گردید. در این پژوهش از مشارکت جویان پرسیده شد که یک کاربر در شبکه‌های اجتماعی مجازی چه میزان محتوا تولید و مشاهده می‌نماید تا میزان اندازه‌گیری شبکه‌های اجتماعی مجازی استخراج گردد. قابلیت اطمینان $M = ۲/۹۸$ ، $SD = ۱/۹۲$ ، ۲۱۶۹ ، $N =$ و آلفای کرونباخ $\alpha = ۰/۹۰$ محاسبه شد که میزانی قابل قبول است. میزان ارتباط و تأثیرگذاری بر سایرین به دو بعد فرعی تقسیم گردید: (۱) ارتباط با خانواده (نسبی و فامیل) و (۲) ارتباط عمومی (با سایرین). در این پژوهش ابتدا از مشارکت کنندگان خواسته شد تا میزان ارتباط با خانواده را در مورد چهار مورد: الف) نگرانی‌های فردی؛ ب) زندگی اجتماعی، از جمله زیست عمومی در جامعه (مدرسه،

دانشگاه، فضای کار؛ ج) سرگرمی (تماشای تلویزیون، مطالعه و ...؛ د) بهره‌مندی و تعامل در مورد مسائل فرهنگی، اجتماعی و ... مشخص نمایند و با عنایت قابلیت اطمینان اندازه‌گیری $M = 2/16$ ، $SD = 0/82$ ، $N = 2169$ و آلفای کرونباخ $0/76 = \alpha$ موارد احصاء شده نشان از مقبولیت می‌باشد. در مرحله بعد، از شرکت‌کنندگان در تحقیق خواسته شد که میزان گفتگو با سایرین را در مورد همین موضوعات پاسخگو باشند که آزمون پایایی نشان داد، آلفای کرونباخ $0/72 = \alpha$ و قابلیت اعتماد $2/27$ $M = 0/79$ ، $SD = 2169$ ، $N =$ می‌باشد و این اعداد بر قابل قبول آزمون و نتایج تصریح نمود.

گستره شبکه شخصی به اندازه‌ای تلقی می‌گردد که فرد به آن میزان در مورد موضوعات مهم و دغدغه‌هایش با سایرین ارتباط برقرار می‌نماید. در این پژوهش از شرکت‌کنندگان خواسته شد، تعداد افرادی که با آنها در ارتباط هستند، در چه موضوعاتی تعامل می‌نمایند: الف) مشکلات مربوط به زندگی در محیط خارج از خانه؛ ب) مسائل نسبی؛ ج) موضوعات فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی؛ د) جزئیات روزمره زندگی فردی. برای این اندازه‌گیری از مقیاس طیف ۷ تایی لیکرت (هیچکس، ۱ تا ۲ نفر، ۳ تا ۴ نفر، ۵ تا ۶ نفر، ۷ تا ۸ نفر، ۹ تا ۱۰ نفر، بیش از ۱۱ نفر) استفاده گردید. قابلیت اطمینان اندازه‌گیری $SD=0/98$ ، $M=2/71$ ، $N = 2169$ و آلفای کرونباخ $0/77 = \alpha$ کسب گردید که مؤید مقبولیت می‌باشد. در موضوع سنجش میزان اعتماد پذیری فردی، از شرکت‌کنندگان در تحقیق خواسته شد تا میزان اعتماد خود را به: الف) اعضای خانواده؛ ب) دوستان؛ ج) همسایگان؛ د) همکاران؛ ه) همسالان^۴ ارزیابی و پاسخ دهند. اندازه‌گیری میزان اعتماد شخصی به خانواده $SD=0/73$ ، $M=4/41$ ، $N=2169$ و اندازه‌گیری میزان اعتماد شخصی به سایرین $M = 3/20$ ، $SD = 0/58$ ، $N = 2169$ با آلفای کرونباخ $0/81 = \alpha$ (متوسط) به‌دست آمد که مؤید قابل قبول بودن آزمون می‌باشد.

۱۴ - در ایران روابط دوران مدرسه و دانشگاه، حوزه، سرپازی یکی از مهمترین دارایی‌های موفق و موثر فرد برای زندگی اجتماعی می‌باشد.

سنجش نقش سرمایه اجتماعی بر محرومیت نسبی از طریق کاربست رسانه‌های.../۸۹

در مورد سنجش محرومیت نسبی، از روش پیشنهادی چای و کیم استفاده شد که جامعیت محتوایی دارد (Chae & Kim, 2004:728-734) و گزینه‌های آن عبارتند از: الف) دیدن افرادی که از نظر اجتماعی بالاتر از سطح من باشند، برایم ناخوشایند است؛ ب) دیدن افرادی که از من خوش جذاب‌تر هستند، برایم ناخوشایند است؛ ج) دیدن افرادی که از تجربیات شغلی بهتری نسبت به من بهره می‌برند، برایم ناخوشایند است؛ د) دیدن افرادی که توانایی‌های طبیعی بهتری نسبت به من دارند، برایم ناخوشایند است. که در این مورد اندازه‌گیری قابلیت اطمینان $M = 2/72$ ، $SD = 0/84$ ، $N = 2169$ و آلفای کرونباخ $\alpha = 0/94$ به دست آمد که نشان از قابلیت اطمینان می‌باشد.

	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۱ بهره‌مندی از رسانه‌های اجتماعی						
۲ ارتباط با خانواده	***.0/13					
۳ ارتباط با سایرین	***.0/24	***.0/50				
۴ میزان اذعان به خانواده	0/01	***.0/20	***.0/10			
۵ میزان اذعان به سایرین	0/03	***.0/18	***.0/15	***.0/33		
۶ گستره شبکه شخصی	***.0/25	***.0/29	***.0/36	***.0/16	***.0/24	
۷ محرومیت نسبی	0/02-	*.0/05-	0/00	***.0/12-	***.0/23-	***.0/12-

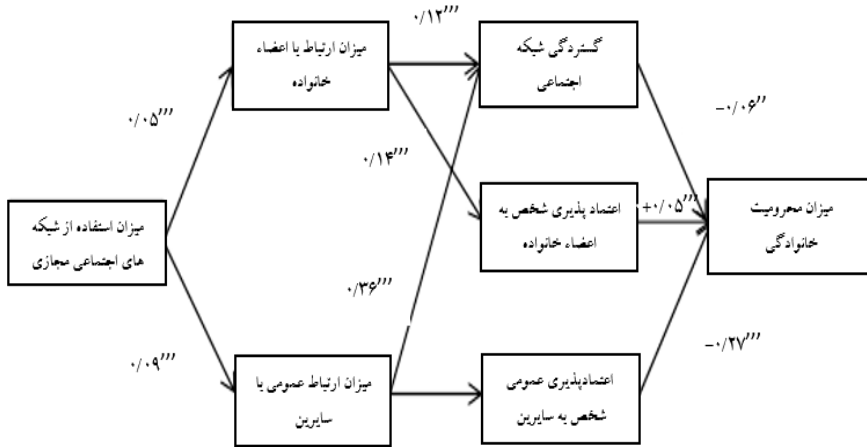
Note: $N = 2169$, $p < 0.05$, $p < 0.001$, ***

جدول شماره ۱ - میزان همبستگی متغیرهای اصلی پژوهش مورد مطالعه

برای تجزیه و تحلیل دقیق تر این مطالعه از تأثیر متغیرهای کنترل کننده: (۱) وضعیت وضعیت اقتصادی - اجتماعی؛ (۲) سابقه تحصیلی؛ (۳) میزان درآمد و هزینه‌های ماهانه خانوار بهره گرفته شد و درآمد متوسط ماهانه خانوار ۳۰ تا ۱۰۰ میلیون ریال برآورد گردید.

نتایج آزمون فرضیه‌ها:

در این مطالعه برای آزمون فرضیه‌ها، از روش تحلیل مسیر و مدل سازی «معادلات ساختاری»^۵ به کمک نرم افزار «ایموس»^۴ استفاده گردید. در مسیرهای مستقیم ۶ متغیر اصلی تعریف و ۴ کواریانس در میان ۵ مقوله خطا به مسیر اضافه گردید (شکل زیر). دو متغیر (شبکه ارتباطاتی فردی و اعتماد پذیری شخصی) از منظر مفهومی برای مشارکت کنندگان در پژوهش مبین ارتباط در نظر گرفته شد. با بهره‌گیری از متد «لی و لیم»، جهت کنترل دقیق اثرات سه مؤلفه شبکه‌های اجتماعی مجازی، مسیرها نیز از سه متغیر به همه متغیرهای برون‌زا و درون‌زا مطابق شکل به مدل اضافه گردید (Lee and Lim's, 2007: 37). مسیر نهایی نشان می‌دهد، ضرایب رگرسیون هر مسیر چه میزان است و پس از کنترل اثرات سه مؤلفه برشمرده شده شبکه‌های اجتماعی، مسیرهایی از متغیرهای کنترل به کلیه متغیرهای اصلی مورد مطالعه جهت شفافیت و درک واضح و مؤثر مدل حذف گردید. در ادامه بر مبنای پژوهش‌های هو و بنتلر، از سه شاخص مناسب (۱) شاخص تناسب مقایسه‌ای (CFI) که بالاتر از ۰/۹۰ است؛ (۲) شاخص تناسب افزایشی (IFI) که آن نیز بالاتر از ۰/۹۰ است؛ (۳) مربع استاندارد مانده (SRMR) که پایین تر از ۰/۱۰ است (Hu and Bentler, 1999: 1-55) برای مدل سازی استخراج و در نهایت مدل نهایی با شاخص‌های متناسب با مدل استاندارد $X^2 (df = 8) = 104/15$ ، $CFI = 0/96$ ، $SRMR = 0/03$ ، $IFI = 0/96$ استفاده گردید.



*** $p < 0.10$ †, $p < 0.01$ ††, $p < 0.001$ †††

شکل ۴ - مدل مسیر متغیرهای کلیدی مورد مطالعه

بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی با دو متغیر ارتباطاتی در این پژوهش نشان می‌دهد، رابطه معنادار مثبتی مابین این دو متغیر حاکم است. یعنی ارتباط شخص با اعضای خانواده ($\beta = 0.05$, $P < 0.001$) و ارتباطات عمومی با سایرین ($\beta = 0.09$, $P < 0.001$) از مؤلفه‌های H_1 و H_2 پشتیبانی می‌نماید. با توجه به تأثیر ارتباطات میان فردی بر مقوله سرمایه اجتماعی، ارتباط با سایر اعضای خانواده با اعتماد به نفس ایشان ($\beta = 0.14$, $P < 0.001$) و شبکه شخصی ($\beta = 0.12$, $P < 0.001$) ارتباط مثبت دارد که از مؤلفه H_3 و H_5 پشتیبانی می‌نماید. همچنین میزان ارتباط عمومی با سایرین با میزان اعتماد شخصی به سایرین ارتباط مستقیم دارد ($\beta = 0.36$, $P < 0.001$) که در شبکه اجتماعی شخصی تابع ($\beta = 0.36$, $P < 0.001$) می‌باشد و این نتایج نیز از مؤلفه‌های H_4 و H_6 پشتیبانی می‌نماید. در این مطالعه تأثیرات بالقوه سرمایه اجتماعی بر محرومیت نسبی محرز و تأیید گردید و

ثابت شد، افزایش سرمایه اجتماعی موجب کاهش محرومیت نسبی می‌گردد. معادلات ساختاری این تحقیق نشان داد، میزان نفوذ سایرین ($\beta = -0.27$ ، $p < 0.001$) با گستردگی شبکه شخصی ($\beta = -0.06$ ، $p = 0.001$) به‌طور معناداری بر مؤلفه محرومیت نسبی تأثیر منفی دارند. اعتماد شخصی نسبت به اعضای خانواده (0.5 - $\beta = 0.07$ ، $p = 0.001$) در محرومیت نسبی تأثیر ناچیزی دارد، یعنی مؤلفه H_7 در این موضوع مداخله بسیار اندکی دارد و مؤلفه‌های H_8 و H_9 کاملاً قابل تأیید است.

متغیرهای مستقل	واسطه‌ها	متغیرهای وابسته	آماره‌ها
۱ بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی	ارتباط با اعضای خانواده	گستردگی شبکه فردی	$(p < 0.001)$ ۵/۴۱
		اعتماد شخصی به اعضای خانواده	$(p < 0.001)$ ۴/۶۱
۲ بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی	ارتباط مؤثر با سایرین	گستردگی شبکه فردی یا شخصی	$(p < 0.001)$ ۸/۵۸
		اعتماد فردی به سایرین و تأثیرگذاری بر آنها	$(p < 0.001)$ ۶/۴۰
۳ ارتباط با اعضای خانواده	گستردگی شبکه فردی اعتماد شخصی به اعضای خانواده	محرومیت نسبی	$(p < 0.008)$ -۲/۶۶
			$(p < 0.008)$ -۱/۷۲

۴	ارتباط و تأثیر بر سایرین	گسترده‌گی شبکه فردی	$(p < 0/001)$ -۳/۱۱
		اعتماد شخص به سایرین و تأثیر بر آنها	$(p < 0/001)$ -۵/۶۶

جدول شماره ۲ - میزان آماری متغیرها و واسطه‌ها در آزمون سوبل^{۱۷}

به منظور بررسی نقش واسطه‌ها از آزمون سوبل، استفاده گردید، برای آزمودن تأثیر یک متغیر میانجی در معادلات ساختاری، آزمون سوبل از پرکاربردترین آزمون‌ها است که برای درک معناداری و تأثیر یک متغیر میانجی در ارتباط با دو متغیر دیگر به کار می‌رود. در این آزمون هرچه داده‌ها زیادتر باشد، امکان دستیابی به یک نتیجه دقیق و معتبر قطعی‌تر است و در مواقعی که حجم نمونه اندک باشد،^{۱۸} بهتر است از متد بوت استرپینگ، استفاده شود (preacher & Leonardelli, 2003: 105).
باتوجه به جدول فوق آزمون سوبل، برای اکثر تأثیرات واسطه‌های آماری تبیین شده، معناداری صراحتاً تأیید گردید، بجز یک استثناء که تأثیر واسطه‌ای اعتماد شخصی بر اعضای خانواده را در مؤلفه ارتباطات اعضای خانواده با میزان محرومیت نسبی آزمود که با توجه به استنباط از تحلیل داده‌ها ($P = 0/08$) مبرهن شدن معناداری، نقش واسطه‌ای ارتباطات میان فردی و سرمایه اجتماعی بر میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر محرومیت نسبی تأیید گردید و ثابت شد، مؤلفه H۱۳ به صورت با واسطه از مؤلفه H۱۰ نقش حمایتی دارد.

بررسی و بحث:

^{۱۷}Sobel test

۱- در آزمون سوبل، یک مقدار Z-value از طریق فرمول بدست می‌آید که در صورت بیشتر شدن این مقدار از ۱/۹۶ می‌توان در سطح ۹۵ درصد معنادار بودن تأثیر میانجی یک متغیر را تأیید نمود.

این مطالعه با هدف بررسی چگونگی بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیر نهایی آن بر میزان محرومیت نسبی، از طریق ارتباط و تأثیر بخشی بر دیگران با محوریت سرمایه اجتماعی به انجام رسید. برای این پژوهش از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری یک مدل تهیه و مورد پژوهش قرار گرفت. نتایج حاصل نشان می‌دهد، بیشتر فرضیه‌های پیشنهادی از نظر آماری با ضریب اطمینان نسبتاً بالایی، پشتیبانی و تأیید می‌گردد. این موضوع موید نقش مهم ارتباطات میان فردی و سرمایه اجتماعی بر میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی در ارتباط با میزان تغییرات محرومیت نسبی می‌باشد.

تأثیر میزان بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات میان فردی بر سرمایه اجتماعی:

تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در زندگی شگرف و غیرقابل انکار است (Blanchard, 2019: 117). پژوهش‌های پیشین از تأثیرات مستقیم شبکه‌های اجتماعی در ایجاد ابعاد چندگانه سرمایه اجتماعی حاکمیت دارد (Lin & Lu, 2011: 565-570)، مطالعات نشان می‌دهد، هنوز قادر به درک کامل فرآیند اثربخشی شبکه‌های مجازی بر مؤلفه سرمایه اجتماعی به دلیل روابط پیچیده انسانی و اجتماعی نمی‌باشیم. سرمایه اجتماعی که توسط اعتماد به نفس و شبکه ارتباطی شخصی نمایش داده می‌شود، به‌طور مستقیم ناشی از بهره‌مندی انحصاری صرف کاربر از شبکه‌های اجتماعی نیست، بلکه عمدتاً ناشی از قوت ارتباطات میان فردی کاربران با حلقه اعضا می‌باشد. اعتماد شخصی، صرفاً نمی‌تواند زمانیکه افراد بیشتر از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند، افزایش یابد، بلکه می‌تواند با بهره‌مندی از ارتباطات اثربخش‌تر، در مورد موضوعات مهم و مقبول اعضا در فرایندی چند مرحله‌ای عمل نماید. در این پژوهش تأیید فرضیه‌ها بر اثربخشی ارتباطات میان فردی بر نحو چگونگی استفاده کاربران از شبکه‌های مجازی مبرهن است.

تأثیر مثبت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برگستره ارتباط با اعضای خانواده موضوعی قابل توجه است و در این پژوهش و تحقیقات مشابه مشخص گردید، کاربری و انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان کهن سالان از کثرت

قابل توجهی برخوردار است و این روند در حال افزایش است (Nef et al., 2019: 1041-1053). شبکه‌های اجتماعی به یک کانال ارتباطی مناسب، قابل قبول برای افراد سالمند در جامعه تبدیل شده و ارتباطات فامیلی از طریق شبکه‌های اجتماعی به شیوه‌ای مؤثر مقبولیت همگانی یافته و برای تقویت پیوندها به عنوان یک ابزار مفید تلقی می‌گردد.

تأثیر سرمایه اجتماعی و نحو ارتباطات اجتماعی بر محرومیت‌های نسبی:

تأثیر مستقیم سرمایه اجتماعی بر محرومیت نسبی ثابت و تأیید گردیده است (Kawachi, 1999:120-130). در این تحقیق ثابت گردید، سرمایه اجتماعی بیشتر به واسطه تأثیرات ارتباطات میان فردی بر محرومیت نسبی مؤثر است. مردم در حال حاضر عمده سرمایه‌های اجتماعی خود از طریق ارتباطات میان فردی به واسطه رسانه‌های مجازی کسب می‌نمایند و عموماً محرومیت نسبی ضعیف‌تری را نسبت به افراد مشابه که بی‌بهره از شبکه‌های اجتماعی هستند؛ تجربه می‌نمایند. در این پژوهش تأیید شد، ارتباط مؤثر با سایرین، محرومیت نسبی را به واسطه مؤلفه سرمایه اجتماعی کاهش می‌دهد و تأثیرگذاری میزان و نحو ارتباطات فامیلی بر محرومیت نسبی و میزان اعتماد به نفس رویکردی مؤثر است. توسعه شبکه‌های شخصی فعال، حاکی از افزایش قابل توجه میزان سرمایه اجتماعی است که می‌تواند به افراد کمک نماید تا درک خود را نسبت به محرومیت نسبی کاهش دهند. در موضوع اعتماد فردی به خانواده بر مبنای نتایج آمارهای توصیفی میانگین نمره ۴/۴۱ $M =$ احصاء گردید که از تأثیرگذاری نسبتاً بالا حکایت دارد و از سوی دیگر میزان اندک انحراف استناد ندارد ($SD = ۰ / ۷۳$) نشان می‌دهد، قشر کثیری از مشارکت‌کنندگان در تحقیق از میزان اعتماد به نفس نسبتاً بالای حضور در شبکه خانوادگی گزارش داده‌اند، یعنی افزایش میزان اعتماد شخصی نسبت به خانواده از میزان محرومیت نسبی به شدت می‌کاهد.

مطالعات نشان داده، استفاده مکرر و ممتد از شبکه‌های اجتماعی مجازی در راستای کاهش میزان افسردگی روحی دانشجویان در کالج‌ها امری مفید و اثربخش است (Neira and Barber, 2014: 66) و استفاده از فیسبوک توسط دانشجویان دانشگاه‌ها با سلامتی جسمی، قدرت تحلیل بالا و افزایش هوش ارتباطی آنها رابطه مثبت دارد (Liu and Yu, 2013: 16)، در پژوهش صورت پذیرفته، محرز گردید، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در افزایش درک و فهم بیشتر کاربران مؤثر بوده و محرومیت نسبی را به میزان قابل توجهی می‌کاهد.

نتیجه‌گیری

در مطالعه صورت گرفته، تأثیرات غیرمستقیم و احتمالی استفاده از رسانه‌های مجازی اجتماعی بر میزان محرومیت نسبی بالاخص برای بازه سنی افراد میان سال و سالمند مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفت. به منظور شناسایی دقیق رابطه مابین میزان بهره‌مندی از رسانه‌های اجتماعی مجازی و محرومیت نسبی؛ با محوریت: (۱) ارتباط و نفوذ بر سایرین و (۲) تأثیر سرمایه اجتماعی بر محرومیت نسبی متمرکز گردید. این مطالعه بر مبنای مدلی تئوریک، متشکل از چهار سازه اصلی تهیه و از طریق تحلیل مسیر مورد بررسی و سنجش قرار گرفت و نتایج بر اساس مدل سازی روش معادلات ساختاری تدوین گردید. پس از آزمون‌های انجام شده تصدیق فرضیه‌های پیشنهادی تأیید و مشخص شد میزان بهره‌مندی از رسانه‌های اجتماعی مجازی بر محرومیت نسبی تأثیر مستقیم دارد. یافته‌ها حاکی است تأثیر مستقیم مثبت شبکه‌های مجازی در راستای موضوع تسهیل ارتباطات میان فردی و افزایش میزان نفوذ بر سایرین مؤثر است و به نحوی اثربخش بر کاهش میزان محرومیت نسبی تأثیر مستقیم دارد. همچنین ارتباطات میان فردی در حد زیادی در گسترش شبکه دوستی مؤثر می‌باشد.

ضرورت و اهمیت راهکارهای بهبود شیوه‌های آموزشی و تربیتی سواد رسانه‌ای و سواد دیجیتال در موضوع بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان افراد میان سال و سالمند که عموماً در جوامع در حال توسعه از طبقات کم

درآمد هستند موضوعی الزامی است و کاربست ارتباطات هنجاری و کنش گرایانه می تواند به اینگونه کاربران کمک نماید تا سرمایه اجتماعی افزون تری تولید و بازنشر نموده و به نحو مؤثر در کاهش محرومیت مطلق به محرومیت نسبی عمل نماید.

منابع:

۱. فیاض، ابراهیم، (۱۳۹۸). تعامل دین فرهنگ و ارتباطات، تهران، انتشارات چاپ و نشر بین الملل.
۲. بلیک، رید، هارولدسن، ادوین، (۱۳۷۸). طبقه بندی مفاهیم در ارتباطات، ترجمه مسعود اوحدی، تهران، انتشارات سروش.
۳. آسولیوان، تام، هارتلی، جان و دانی ساندرز، جان فیسک، (۱۳۸۵). مفاهیم کلیدی ارتباطات، ترجمه میرحسن رئیس زاده، تهران، انتشارات فصل نو.
۴. گار، رابرت، (۱۳۷۹). خشونت و جامعه، مدل علی از منازعات داخلی، ترجمه اصغر افتخاری، تهران، انتشارات سفیر.
۵. سام دلیری، کاظم، (۱۳۸۲). سنجش محرومیت نسبی در نظر یه تد رابرت گر، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال ششم، شماره ۴، زمستان.
۶. ساندوز، دیوید، (۱۳۸۰). الگوهای ثبات سیاسی، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۷. کوهن، جین و دیگران، (۱۳۸۶). فهم و مطالعه جنبش‌های اجتماعی جدید، علی حاجلی، تهران، انتشارات جامعه و فرهنگ.
۸. گر، تدرابرت، (۱۳۸۸). چرا انسان‌ها شورش می‌کنند، ترجمه علی مرشدیزاد، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۹. گیدنز، آنتونی، (۱۳۷۴). جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، انتشارات نی.

منابع لاتین

1. Adler, N. E., Epel, E. S., Castellazzo, G., & Ickovics, J. R. (2013). Relationship of subjective and objective social status with psychological and physiological functioning: preliminary data in healthy white women. *Health Psychology*.
2. Basiri, K., Rahman, A. A., & Iahad, N. A. (2012). Association between interpersonal communication and other drivers of social network sites use. *New Media and Mass Communication*.
3. Bellani, L., & D'Ambrosio, C. (2015). Deprivation, social exclusion and subjective well-being. *Social Indicator Research*.
4. Blanchard, O. (2019). *Social media ROI: Managing and measuring social media efforts in your organization*. Boston, MA: Pearson Education, Inc.
5. boyd, d .m., & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
6. Cattell, V. (2001). Poor people, poor places, and poor health: The mediating role of social networks and social capital. *Social Science & Medicine*.
7. Chae, J. M., & Kim, J. N. (2004). North Korean refugees' relative deprivation and psychological adjustment: Investigation of personal identity and social identity. *Korean Journal of Social and Personality Psychology*.
8. Chen, W., & Lee, K. (2013). Sharing, liking, commenting, and distressed? The pathway between Facebook interaction and psychological distress. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*.
9. Choi, W. (2011, 2017). History, culture, and reality of clan gathering. In S. Ryu, M. Jang, S. Cheon, B. Chung ,W. Choi, & J. Choi (Eds.) *History and reality of social capital in Korea*. Seoul, Korea: Baeksan Press.

10. Choi, Y., & Park, S. (2011). The effects of social media usage on social capital. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies* .
11. Cohen, S., & Syme, S. L. (1985). *Social support and health*. San Diego, CA: Academic Press.
12. Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*.
13. D'Ambrosio, C., & Frick, J. R. (2011). Income satisfaction and relative deprivation: An empirical link. *Social Indicators Research*.
14. Desilver, D. (2018). U.S. income inequality, on rise for decades, is now highest since 1928. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project.
15. Dettrey, B., J., & Campbell, J. E. (2013). Has growing income inequality polarized the American electorate? Class, party, and ideological polarization. *Social Science Quarterly*.
16. DiMaggio, P., Hargittai, E, Celeste, C., & Shafer, S. (2008). Digital inequality: From unequal access to differentiated use. In K. Neckerman (Ed.), *Social Inequality* .New York, NY: Russell Sage Foundation.
17. Donath, J., & boyd, d. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22.
18. Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2019). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
19. Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe. C. (2011). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*.
20. Espinoza, G., & Juvonen, J. (2011). The pervasiveness, connectedness, and intrusiveness of social network site use among young adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*.

21. Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. New York, NY: Free Press Paperbacks.
22. Kim, J., & Lee, J. E. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*.
23. Kim, Y. (2010). The effects of personal network (personal social capital) on labor market. Seoul, Korea: Korea Development Institute.
24. Kim, Y., Sohn, D., & Choi, S. M. (2011). Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students. *Computers in Human Behavior*.
25. Werner, E. (1996). How children become resilient: Observations and cautions. *Resiliency In Action* 1(1).
26. Werner, E. and Smith, R. (1992). *Overcoming the odds: High risk children from birth to adulthood*. NY: Cornell University Press.

رویکرد ویژه سازمان‌های تروریستی به رسانه‌های اجتماعی و فضای

مجازی

داود فریدپور^۱

محمدحسین قربانی زواره^۲

چکیده

پژوهشگران متعددی تروریسم را به‌عنوان یک بحران مهم و تأثیرگذار در عصر معاصر در نظر گرفته‌اند، هرچند که تروریسم همیشه دلالت بر وضعیت بحران حاد برای برخی افراد یا برخی بخش‌های جامعه داشته است. اگر تروریسم را به‌عنوان یک بحران فرض کنیم، باید بپرسیم که آیا وجود گروه‌های تروریستی، حمله‌ی تروریستی یا اثرات ثانوی آن بحران برپا خواهد کرد یا خیر. همچنین این نکته را هم باید در نظر گرفت که تروریسم به‌خودی‌خود یک بحران نیست؛ بلکه تنها، وضعیت‌هایی بحران را برای جامعه، دولت‌ها، برای رسانه‌ها و مخاطبان‌شان به وجود می‌آورد. معمولاً تمرکز اصلی در پژوهش‌های متداول ارتباطات بحران بر سازمان‌های خصوصی و تلاش‌هایشان جهت بازیابی اطمینان گروهی ذی‌نفع است. در اینجا وضعیت متفاوت است. هدف اولیه‌ی تروریست‌ها به خدمت گرفتن اعضای جدید نیست؛ بلکه پراکندن ترس و سوءظن در جامعه است. رسانه‌ها به سهم خودشان علاقه‌مند به کسب و حفظ اعتماد و علاقه‌ی مخاطبان‌شان هستند. چنانچه بحران به‌عنوان وضعیتی تهدیدآمیز با تأثیری بالا در سطح احساسی و سازمانی، به‌عنوان اختلالی در جریان عادی زندگی روزانه تعریف‌شده باشد، باید نمایان‌سازیم که وجود گروه‌های تروریستی همیشه به‌طور واضحی یک بحران به‌حساب نمی‌آید. تنها شکل‌هایی مسلم هستند که بحران به وجود می‌آورد یعنی زمان‌هایی که گروه تروریستی فعالانه دست به حملات تروریستی زده، اعلام کنش کرده و یا پروپاگاندایی را پخش می‌کند که ممکن است مقیاس بزرگی را تحت تأثیر قرار دهد. رسانه‌ها باید به گزارش پیرامون چنین وضعیت‌های بحران‌ای بپردازند. آن‌ها

۱ دکترای علوم ارتباطات از دانشگاه علامه طباطبائی (ره) و پژوهشگر ارشد مرکز مطالعات راهبردی آجا

D.faridpoor@yahoo.com

۲ کارشناس ارشد حقوق اداری، نویسنده مسئول و پژوهشگر جنگ. ghorbani.62m@gmail.com

می‌توانند این کار را به روش‌های گوناگونی انجام دهند: تمرکز بر رویداد، مصاحبه با قربانیان و یا اختصاص فضایی از خود برای توصیف علل و مقتضیات سیاسی‌ای که یک گروه تروریستی در آن به وجود می‌آید. پژوهشگران با توجه به تعداد مقالات و برجسته‌سازی‌هایی که رسانه‌ها پیرامون حملات تروریستی داشته‌اند، رابطه‌ی بین تروریسم و رسانه‌ها را تحت عنوان ((هم‌زیست‌گرایانه)) یا ((طفیلی‌وار)) توصیف می‌کنند.

واژگان کلیدی: تروریسم جدید، رسانه، فضای مجازی، بازیگران غیردولتی،

سازمان‌های امنیتی، اطلاعات

مقدمه

نام «القاعده» برای بسیاری از مردم موجب یادآوری تصویر اسامه بن لادن است در حالی که «۱۱ سپتامبر» تصاویر برج‌های در حال سوختن مرکز تجارت جهانی را برای‌شان می‌آفریند. تصاویر - و نه متن‌های زمینه‌ای - این تفکرات را تحت‌الشعاع قرار می‌دهند. وبر «تسلط تصاویر بر کلمات» سخن می‌گوید که به معنای «چرخشی تصویری» یا «شمایلی» است. معنای این اصطلاحات این است که نگاره‌ها (تصاویر شمایل) دیگر با واژه‌ها پیوند چندانی ندارد و استقلال خود را بازیافته‌اند. طبق نظر وبر، حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر «بزرگ‌ترین جلب‌کننده تاریخ تلویزیون تا به الآن است: رسانه‌ای شدن حمله به‌سیار نمادین در زمان واقعی، حمله‌ای به‌سیار مخرب که تا به الآن غیرقابل‌تصور بوده است.» چرخش شمایل هم‌چنین می‌تواند در رسانه‌های چاپی یا آنلاین نیز یافت شود. در این رابطه، رسانه‌ها با احساسات افراد ارتباط برقرار کرده و تصویرها و دیدگاه‌های خاصی از عموم مردم درباره‌ی عناوین را تحت تأثیر قرار می‌دهند. به اثبات رسیده است که تصاویر و عکس‌ها به‌خصوص در این سطح تأثیرگذارند. تولید و توزیع این عکس‌ها بخشی از راهبرد ارتباطی تروریست‌هاست و به‌منظور اثبات قدرت گروه تروریستی به کار می‌رود. "زلیزر و" ایلن از عکاسی به‌عنوان «بخشی جدایی‌ناپذیر از روزنامه‌نگاری، ابزاری برای کاهش ناسازگاری ناشی از ضربه‌ی روحی و وسیله‌ی ایجاد حمایت از اقدام دولتی» صحبت می‌کنند؛ اما همیشه وضع به این شکل نیست و رسانه‌ها بیشتر به دنبال عکس‌های احساس‌گرایانه هستند. روی‌هم‌رفته، تصاویر بخشی حیاتی در پوشش روزنامه‌نگاری رویدادهای تروریستی و هم‌چنین برای گسترش مفهوم تروریسم نوین هستند.

امروزه تروریسم در رسانه بیشتر معطوف به مسبب‌ان و نتایج تنش‌های قومی - سیاسی بوده است. یک همبستگی بین‌المللی منسجم جهت از بین بردن خطرناک‌ترین پدیده عصر حاضر نیاز است. کسانی که به‌طور مستقیم از تروریسم صدمه دیده‌اند مردمانی هستند که باید نقش اساسی در این حرکت ایفا کنند تا شاهد روزی باشند که در آن هیچ‌گونه تروریستی نتواند در دنیا وجود داشته باشد و گروه‌های تروریستی نیز قادر نباشند که جان مردم بی‌گناه را بگیرند. ایجاد یک شبکه رسانه‌ای

جهت شفاف سازی و آشکار سازی حقایق واقعی گروه‌های تروریستی مانند «القاعده، طالبان، بوکوحرام، جیش العدل، جند الله، داعش، النصره و مجاهدین خلق» و خطرات عضویت در این گروه‌ها نیز منجر به مسکوت ماندن این عنصر تهدیدکننده در سطح ملی و بین‌المللی خواهد شد. طرح ممانعت از اعطای پناهندگی به مسببین و مظنونین به ارتکاب اقدامات تروریستی و همچنین ایجاد کمیته‌ای حقیقت‌یاب در این رابطه می‌تواند مورد توجه و انتشار رسانه‌های مقابله‌گر باشد.

در پژوهش پیش رو به دنبال بررسی مسائل چندگانه در خصوص رسانه و فعالیت شبکه‌های تروریستی در جامعه امروزی هستیم. لیکن؛ آیا گروه‌های تروریستی به سازمان‌های متمایل به بحران‌سازی از سوی رسانه‌ها تعلق دارند. (در مقابل سازمان‌هایی که از بحران اجتناب و دوری می‌کنند). آیا تمامی ویژگی‌هایی که پژوهشگران در حوزه رسانه و تروریسم فهرست کرده‌اند، واقعیت عملیاتی در حوزه بازیگران غیردولتی دارد. مسئله سوم در این پژوهش؛ آیا رسانه‌ها بخشی از راهبردهای تروریست‌ها را شکل می‌دهند و پوشش و محتوای رسانه به چه شکل می‌تواند پاسخگوی نیازهای سازمان‌های تروریستی باشد.

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

۱-۱ شبکه‌های اجتماعی ابزاری جهت گسترش تروریسم

تروریست‌ها نیاز به شهرت و خودنمایی دارند، معمولاً شهرت بی‌هزینه‌ای که یک گروه به صورت عادی توانایی دستیابی و تولید آن را ندارد. هرگونه شهرت پیرامون یک اقدام تروریستی همداری به دنیا می‌دهد که مشکلی وجود دارد که قابل اغماض نیست و باید مورد توجه قرار گیرد. این توجه به قربانیان پدر نان‌آور خانه، یا مادران به خون غلتیده در راه بدرقه فرزندان‌شان به مدرسه یا دست‌فروش از هم دریده شده کنار خیابان نیست بلکه ملیت، نژاد و گویش تروریست‌هاست. از نگاه یک تروریست، یک صاحب‌دست‌کاری و سازسور نشده با یک شخصیت مهم یک هدیه مهم و موفقیت است مانند صاحب‌شبکه خبری سی‌ان‌ان در ماه می سال ۱۹۹۷ با یک ناراضی تروریست سعودی و حامی القاعده، اسامه بن‌لادن. برای شبکه‌های خبری، دسترسی به تروریست‌ها یک ماجراجویی سخت به شمار می‌رود که اغلب نیز در پی

آن هستند. آن‌ها در پی فهماندن مناسب نسبت به دلیل اقدام تروریستی خود هستند اگرچه نه در قبال اقدام تروریستی خود. ممکن است کسی با اقدام آن‌ها موافق نباشد اما ضرورتاً این امر مانع از ابراز همدردی نسبت به رنج و دلیل اقدام آن‌ها نمی‌شود. تروریست‌ها معتقدند که مردم نیاز دارند به کمک در فهم اینکه دلیل آن‌ها به حق است و خشونت تروریست‌ها تنها اقدام ممکن آن‌ها علیه نیروها و تشکل‌های دولتی به قول آن‌ها شرور و خصمانه است. در این مورد رابطه خوب با رسانه مهم است که در طول سال‌ها ایجاد و بهره‌برداری می‌شوند. (همزیستی رسانه و تروریسم؛ ۱۷ دسامبر ۲۰۱۵)

۲-۱ ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی

بیش از ۲۰۰ شبکه‌های اجتماعی با میلیاردها عضو در جهان وجود دارد که از این شبکه‌ها برای مبادله اطلاعات، ایده‌ها و احساسات و مبادلات تجاری و مالی انواع دیگر فعالیت‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی مجازی ساختارهایی اجتماعی هستند که از گروه‌هایی فردی یا سازمانی تشکیل شده و بر اساس یک یا چند نوع خاص از وابستگی مانند اشتراک ایده‌ها، ایدئولوژی‌ها و مسلک‌ها، مبادلات مالی و تجاری، دوستی، خویشاوندی، لینک‌های وب و ... به هم متصل شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی، بر پایه فناوری مبتنی بر وب، تلفن همراه و ارتباطات جمعی به گفت‌وگو و تعامل آنلاین و مستمر امکان وقوع می‌دهند و به کاربران اعم از فرد یا سازمان اجازه می‌دهند تا به ایجاد و تبادل محتوای تولیدی خود و دیگران در قالب‌های مختلف نظیر متن، عکس، صدا، فیلم و گرافیک بپردازند. شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند به اشکال مختلف به وجود آیند و ضمن فراهم کردن امکان عبور افراد و گروه‌ها از مرزهای جغرافیایی و عقیدتی و کاهش تأثیر بازدارنده زمان در تعاملات انسانی و انجام فعالیت‌های مشترک، دهکده‌ای پرمخاطره و جهانی را به وسعت همه زمین به وجود آورند. "مانوئل کستلز" نظریه‌پرداز بزرگ اجتماعی پیش و بیش از هر اندیشمندی به مطالعه اینترنت و رسانه‌های وابسته به آن پرداخت و پیش‌بینی کرد که رسانه‌های اجتماعی به محلی برای شکل‌گیری جنبش‌های ملی و تحولات هویتی تبدیل خواهند شد و برای انجام فعالیت‌های تروریستی مورد استفاده

گسترده قرار خواهند گرفت. او ابزارهای جدید را غیرقابل کنترل دانسته و پیش‌بینی کرد فقدان سازوکارهای مؤثر نظارتی و کنترلی، تضاد منافع و محدودیت منابع، مسائل امنیتی پیچیده‌ای را در آینده رقم خواهد زد. این شبکه‌ها برخلاف رادیو، تلویزیون و مطبوعات، رسانه‌ای تعاملی‌اند که در آن‌ها، بازیگران و تولیدکنندگان اصلی کاربران هستند، نه سازمان‌های رسمی و مرتبط به قدرت حاکم. این‌ها، بر تعامل و دادوستد باز، آزاد، اعتماد آمیز و مشارکتی، تفکر جماعتی، مناسبات پیچیده و حال و هوای عاطفی و بنابراین، کنش‌های انتخابی و هم افزایانه استوار می‌شوند. شایعه در این شبکه بسیار پررنگ و امکان رونق گرفتن بازار سوءاستفاده کنندگان زیاد است. صاحب‌نظران بر این باورند که می‌توان از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی در بسیاری از تعاملات فردی و اجتماعی به‌منظور توسعه تعاملات، کمپین‌ها، اقدامات جمعی، شناسایی مسائل و راه‌حل‌ها، برقراری روابط اجتماعی و انجام اقدامات جمعی، اداره امور تشکیلات، سیاست‌گذاری و هدایت افراد در مسیر دستیابی به اهداف و درعین حال، حرکت‌های تروریستی و اقدامات ویرانگرانه استفاده نمود. (ایران مقاله؛ ۱۳۹۴/۹/۹)

۳-۱ اینترنت و محیط سازی رسانه‌ای در انجمن‌های اسلام‌گرا

با اوج گرفتن فناوری، ماشین تبلیغاتی نیز با آن هماهنگ گردید. مجلاتی نظیر الحسام مخارج انتشارات بالایی داشتند و در مقابل از سال الکترونیکی گزارش اسلام عملاً هیچ مخارجی نداشت. (emadedin muntasser, and Samir al monala(2007)؛ به‌طور مشابه فیلم‌های دیجیتال نیز از طریق ایمیل ارسال شده‌اند. در دهه ۱۹۹۰ میلادی، وب‌سایت‌ها و ایمیل‌هایی که به شکلی متمرکز کنترل می‌شدند نظیر انتشارات اعظم و النداء رشد چشمگیری داشتند. با پایان یافتن دهه ۱۹۹۰ و آغاز دهه ۲۰۰۰ میلادی شاهد انجمن‌های هستیم که مدیران و کاربران با یکدیگر تعامل نزدیکی داشته‌اند. کارشناسان تروریسم در مرکز مبارزه با تروریسم در دانشگاه وست پوینت ارزیابی کرده‌اند که: «اینترنت به‌عنوان مخزنی پایان‌ناپذیر از تصاویر، فیلم‌ها و روایت‌ها اسطوره ویژه‌ای از مبانی مبارزه افراط‌گرایانه را ترتیب داده‌اند و در هر نقطه و در هر زمان در دسترس همگان قرار دارند. استراتژی ست‌های

افراط‌گرا با انتشار ایده‌های خود در این انجمن‌های مجازی نه تنها جهان‌بینی خود را به اعضای به تازه جذب شده انتقال می‌دهند بلکه روش‌های اعمال خشونت و ارائه آن‌ها را در حالت واقعی در عراق و سایر نقاط آموزش داده‌اند. (harmony and disharmony: 2008,51-52)

باین حال به رغم افزایش نرخ انتشار اخبار در انجمن‌ها، اینترنت محدودیت‌هایی هم داشت. انجمن‌هایی که توسط گروهی از افراد خاص کنترل و مدیریت می‌شدند بدان معنا بود که مطالب درج شده در انجمن می‌توانست حذف گردد و یا کاربران موضع را مسدود می‌کردند. نظیر الحسابه، الاخلاص، الفلوجه و شموک. این انجمن‌ها به افراد همفکر انتشار و گفتگو در مورد مقالات مورد توجه مشترک صرف نظر از مرزهای جغرافیایی را می‌داد. در واقع پس از ۱۱ سپتامبر بیشتر موضوعات اصلی در این انجمن‌ها در اطراف کشور افغانستان، سوریه و واکاوی تهدیدات خاص امنیتی به طور مثال مسائل مربوط به امنیت ملی دور می‌زد. در آن هنگام مدیران و ناظران این انجمن‌ها محتویات خاص را فیلتر می‌کردند و دسترسی به موضوعات خاص را محدود می‌نمودند و هم‌زمان قادر به ملاحظه فعالیت‌های خصوصی کاربران خود بودند. بدین ترتیب مدیران انجمن‌ها نقش محافظت از اخبار ارسالی به انجمن‌ها و شاید مهم‌تر حصول اطمینان از حذف مواردی که موجب نگران امنیتی می‌شوند داشتند. در بالاترین سطوح دسترسی این انجمن‌ها ارتباطات مستقیمی بین مقامات ارشد افراط‌گرایان برقرار بود نظیر نشست مجازی سال ۲۰۱۳ القاعده که در آن رهبران افراط‌گرا در سراسر جهان در مورد حمله تروریستی قریب‌الوقوعی که هرگز عملی نشد به تبادل نظر پرداختند. (P. Cruickshank and t. lister: 2013)

این انجمن‌ها گرچه بسیار مفید و کار ساز بودند اما مباحثی را در میان رده‌های بالاتر القاعده تولید کردند. آدام گاداهان^۳ در نامه‌ای به اسامه بن لادن در مورد ماهیت نخبه‌گرایی این انجمن‌ها و لزوم تغییر جهت برای حفظ قلب و فکر هواداران مسائلی را مطرح می‌کند: انجمن‌های افراط‌گرا دافعه زیادی برای بیشتر مسلمانان ایجاد می‌کنند. چهره القاعده تحریف می‌شود زیرا بسیاری از مشارکت‌کنندگان در این

انجمن متعصب هستند و چهره خشنی به نمایش درمی‌آورند. نسبت به سلفی‌گری نیز غرض‌ورزی می‌شود و نه سلفی‌گری بلکه سلفی‌گری افراطی. سلفی‌گری تنها یکی از گرایش‌های مسلمانان هست و سلفی‌گری افراطی نیز روند کوچکی از این گرایش است. (Adam gadhan: 9may 2012)

در این نامه که از خانه امن در شمال پاکستان به‌جایی که بن‌لادن در آنجا اقامت داشت و در سال ۲۰۱۱ توسط تیم امنیتی ایالات‌متحده به قتل رسید، گاداهان در ۲۰ صفحه توصیه‌هایی در مورد طیف وسیعی از موضوعات استراتژی رسانه‌ای و برنامه‌های شبکه‌های تلویزیونی تا نحوه مهار گروه‌های محلی که به کشتن مسلمانان در سراسر جهان اصرار می‌ورزیدند نمود. در بخشی از نامه به راهبرد رسانه‌ای القاعده در آستانه حملات ۱۱ سپتامبر اختصاص داشت؛ گاداهان بن‌لادن و الظواهری را به رجوع به روزنامه‌نگاران بین‌المللی و توضیح مأموریت آن‌ها در روزنامه‌ها و کانال‌های آن‌ها فراخواند تا تنها به رسانه‌هایی نظیر الجزیره محدود نشوند. «اتکای تنها به الجزیره و انجمن‌های افراط‌گرای اسلامی در اینترنت مناسب نیست. ظاهراً الجزیره خود را به سایر کانال‌های اطلاع‌رسانی بین‌المللی تحمیل می‌کند. لازم است نهادها و نشریات متعددی اعلامیه‌های القاعده را پوشش دهند تا یک تهدید یا ادعای به اقدام به‌خوبی پوشش یابد...» در همین رابطه تنها گاداهان چنین دیدگاهی نداشت. مصطفی نصیر معروف به ابومصعب الزرقاوی نیز به رواج نخبه‌گرایی در انجمن‌ها تاخت. او در ساله ۱۶۰۰ صفحه‌ای تحت عنوان (تماس با مقاومت جهانی) خواستار انتشار پیام‌های مبارزه‌ای با زبان غیرعربی از جمله لاتین و انگلیسی برای دسترسی بیشتر به مخاطبان شد. نامه گاداهان لزوم کنترل بیشتر بر حضور رسانه‌ای برای ترویج فرهنگ پذیرش به‌جای نخبه‌گرایی در بالاترین سطوح انجمن‌های افراطی را نشان می‌دهد. (Adam gadhan: 9may:2012)

۴-۱ شبکه‌های اجتماعی جایگزین جذب داوطلبان در شبکه‌های تروریستی

متعاقب ۱۱ سپتامبر این انجمن‌ها به میزان فزاینده‌ای نسبت به نفوذ سرویس‌های اطلاعاتی آسیب‌پذیر شدند. در همین دوران سازمان‌های تروریستی مانند القاعده به‌نوبه خود شروع به چاپ و انتشار سنتی از طریق رسانه‌های خبری

نظیر الجزیره نمود که نمونه آن فیلم طولانی سخنرانی بن‌لادن در مورد مبارزه بود که چندان مثير ثمر نبود و مخاطبان خود را از دست داد. هم‌زمان یوتیوب با رویکرد خود تنها ابراز «خشونت»، طرفداری از خشونت یا سخنان نفرت پراکنی را محدود می‌ساخت به کارآمد و برای روایت‌هایی که فاقد مطالب فوق بودند. در راستای اصول آزادی بیان به سهولت در خدمت کارزارهای افراط‌گرایی قرار گرفت. با این حال با وجودی که یوتیوب ابزاری ارزشمند در بالاترین رده القاعده است همچنین زمینه روبه‌رشدی برای ارائه دیدگاه‌های الاسوری به مبارزه مدرن محسوب می‌شود. کلمن در نوشته علمی برجسته‌ای اذعان می‌دارد: یوتیوب به جایگزین اصلی برای انتشار تبلیغات افراط‌گرایانه به‌ویژه برای شبه‌نظامیان که امکان دسترسی به انجمن‌های گفتگوی افراط‌گرایانه را ندارند تبدیل شده است. اگر دوستان آنلاینی ندارید که شمارا بپذیرند و اگر عربی صحبت نمی‌کنید آنگاه یوتیوب می‌تواند بهترین گزینه باشد. (F.kholmann:2011, 4 march) در ادامه یک مجله آنلاین که به سال ۲۰۰۷ بازمی‌گردد می‌گوید: فیلم همه‌چیز است؛ این توصیه خوبی برای تمامی مبارزین است. برادران عکاسی کردن عار نیست. شما باید آگاه باشید که هر فریمی که برمی‌دارید به خوبی شلیک موشکی است که در قلب دشمن صلیبی و عروسک‌های او می‌نشیند. (See weimann: n13)

رسانه‌های اجتماعی نقش محوری در کامیابی تروریسم ایفا می‌کنند زیرا تبلیغات رایگان آنان دارای کمترین خطر است. تروریست‌ها از آخرین نرم‌افزارها و پیشرفته‌ترین رمزگذاری شده و فناوری‌های مدرن ارتباطات موبایل در ترکیب با فناوری‌های پایین‌تر شیوه‌هایی سنتی و ایمن برای شبکه‌های تبادل حواله‌های پولی برای تأمین مالی عملیات خود بهره‌برداری می‌کنند. نقش اشخاص ثالث در تأمین مالی تروریسم به‌ویژه در ۲۰ سال گذشته با اهمیت اما از لحاظ سیاسی جنجال‌برانگیز بوده است. خارجیان متمول (اغلب کشورهای عربی نفت‌خیز و در وهله نخست عربستان سعودی) نقش بسیار بزرگی در تأمین مالی و تسهیل تروریسم و حضور در رسانه‌های اجتماعی ایفا می‌کنند. آن‌ها همچنین در بسیاری از آموزش‌های فناوری و تسهیلاتی که موجب حضور مؤثر آنلاین می‌شود درگیر هستند. آن‌ها لزوماً درگیر

وبلاگ نویسی با توییت نمی شوند بلکه این اقدامات را تأمین مالی نموده و پشتیبانی می کنند. این پشتیبانی به ویژه در منازعه وسیع تر و بی ثبات کننده تر جنگ نیابتی سنی و شیعه نمود یافته است. (معاونت پژوهش و تولید علم؛ ۱۳۹۷:۷۰)

۱-۲ رشد چشمگیر فعالیت آنلاین شبکه های تروریستی در عصر کنونی

در دسامبر سال ۲۰۱۰ میلادی قدرت رسانه های اجتماعی با انقلابی واقعی که به بهار عربی مشهور شد عیان گشت. معترضان در یکدست سنگ و در دست دیگری گوشی هوشمند با پلیس درگیر شدند. درگیری ها در تونس و مصر آغاز شدند و شهروندان پس از سال ها دیکتاتوری استبدادی تولید دولتی دموکراتیک را جشن گرفتند. بهار عربی پیشتازی رسانه های اجتماعی را نمایانگر ساخت. برای نمونه، هفته پیش از استعفای رئیس جمهور حسنی مبارک نرخ کل توییت های در مورد تغییرات سیاسی در مصر ده برابر شده بود. بیش از ۷۵ درصد افرادی که بر روی لینک های توییتری در مورد بهار عربی کلیک کرده بودند از خارج جهان عرب بودند. بر مبنای این گزارش معاصر: رسانه های به بلندگویی برای انتشار هیجان و قیام مردم به جهان خارج بدل شدند. کاربران رسانه های اجتماعی غرب آسیا موجب جلب توجه جهان به انقلاب شدند. رسانه های اجتماعی انقلابیون را قادر به تغییر مقتضیات به نفع خود و پخش پیام های خود به فراتر از مرزهای ملی نمودند. (کمیته فرعی کمیته مبارزه با تروریسم و اطلاعات: ۲۰۱۱) با این حال هیچ کارزار تبلیغاتی در کار نبود و این بیانگر روش فوق العاده نیرومند برای بسیج ده ها هزار نفر از شهروندان برای بیان اعتراضات خود بود که نقش تسهیل کننده رسانه های اجتماعی را نشان می دهد.

حساب توییتری تروریست های طالبان از می سال ۲۰۱۱ فعال بوده و توییت های آنان در برخی از روزها داغ شده و بیش از ۸ هزار نفر دنبال کننده دارد. (<https://twitter.com/alemarahweb> following siz accurate) (when accessed on 6 march 2013 در دسامبر سال ۲۰۱۱، خانه تیمی الشباب در سومالی با استفاده از یک تویتر ده ها هزار هوادار را جذب کرد. در دسامبر سال ۲۰۱۱ میلادی، مقامات ایالات متحده در واکنش به استفاده الشباب از تویتر آن را مسدود کردند. مدیران تویتر با این اقدام چندان موافق نبودند. با این حال حساب

تویتری مسدود باقی ماند. (Friedman, uri:2011) فعالیت تروریست‌ها تنها به تویتر محدود نبود: گروه تروریستی بوکوحرام نیجریه در دفاع از اقدامات خود در بمب‌گذاری کریسمس در سال ۲۰۱۱ از یوتیوب استفاده کرد.

۲-۲ تروریسم و شبکه‌های اجتماعی

فارغ از بحث ریشه‌های شکل‌گیری تروریسم و نقش بی‌عدالتی، سلطه و تبعیض درزمینه‌ی سازی‌های مربوط به این پدیده، تروریسم در عصر جدید به وسایل ارتباط جمعی و جمع‌آوری اطلاعات علاقه بسیاری نشان داده است. گابریل وایمن نشان داده است که ۹۰ درصد عملیات تروریستی سازمان‌یافته در شبکه‌های اجتماعی هماهنگ می‌شوند. برایان جنکینز می‌گوید: «القاعده تقریباً تمامی عملیاتش را در این شبکه‌ها سازمان‌دهی می‌کند. این در حالی است که شبکه‌های اجتماعی عموماً در ایالات متحده مدیریت می‌شوند.» این یک واقعیت انکارناپذیر است که اطلاعات، ماده اصلی کنش اجتماعی در دنیای معاصر است. در جامعه اطلاعات، گردآوری، پردازش و مصرف اطلاعات مهم‌ترین کنش اجتماعی به شمار می‌آید و هر که به اطلاعات مفیدتر و ارزشمندتر دسترسی بیشتری دارد قدرتمندتر است. بی‌تردید این امر تنها در مورد نیروهای اجتماعی قانونمند صدق نمی‌کند، بلکه نسل جدید شورشگران و تروریست‌ها و مخالفان نظم موجود نیز به نقش و اهمیت وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید و ارزش اطلاعات واقف بوده و به خوبی از این وسایل برای شکل‌گیری، تجدیدقوا، سازمان‌دهی و طراحی عملیات تخریبی خود بهره می‌برند. مانوئل کستلز در سه‌گانه جامعه شبکه‌ای خود که در اواخر هزاره دوم میلادی منتشر شد به بحث پیرامون جنبش‌های اجتماعی و هویت طلبان در جهان معاصر پرداخت و نشان داد که چگونه گروه‌های مخالف نظم حاکم و اقلیت‌های قومی، نژادی و مذهبی از وسایل نوین برای احراز هویت جمعی خود و جلب توجه حاکمان استفاده می‌کنند. او اذعان داشت که شبکه‌های ارتباطی جدید غیرقابل کنترل بوده و این امکان وجود دارد که افراد و گروه‌های تروریست، با هزینه اندک بتوانند از این ابزارها برای مقاصد تروریستی بهره ببرند. افزون بر این، رویدادهای اخیر نشانگر بهره‌ی هوشی و زیرکی تروریست‌های داعشی در استفاده از فناوری‌های نوین و حتی دستگاه‌های قادر به شبیه‌سازی

عملیات تروریستی و حمله به اماکن گوناگون است. احتمال استفاده از پلی‌استیشن و بازی‌های رایانه‌ای و برخی نرم‌افزارهای موجود، کنترل و ردیابی تروریست‌ها را دشوار و پیش‌بینی عملیات آن‌ها را غیرممکن کرده است. وسایل ارتباط جمعی نوین و رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی جدید با پیشرفت‌های کنونی که غالباً در سطح بین‌المللی رخ داده‌اند، ملازمه دارند و جوامع معاصر بدون استفاده هوشمندانه از این فناوری‌ها و تکیه بر سیاست فیلترینگ و سانسور آن‌ها، قادر به ادامه حیات خود نیستند. از سوی دیگر، نظارت و کنترل مدیریت این رسانه‌ها نیز تاکنون به‌طور جدی مورد ملاحظه قرار نگرفته و لازم است که نظام‌های سیاسی، همراه با توسعه کاربری‌های این رسانه‌ها در مسیر پیشرفت جامعه، سازوکارهای نظارتی و کنترلی لازم را نسبت به آن‌ها ایجاد و تقویت کنند. (هفته‌نامه صدا، شماره ۶۱، ۳۰ آبان ۱۳۹۴)

۳-۲ القاعده عراق و رسانه‌های اجتماعی

با این وجود تنها یک گروه بود که در مراحل اولیه خود از پتانسیل رو به رشد دیجیتال بهره‌برداری کرد: القاعده عراق^۴ در سال ۲۰۰۴ توسط ابو مصعب الزرقاوی با سوگند وفاداری به بن‌لادن تأسیس شد و آن‌ها با استفاده از اینترنت به مقاصد که القاعده مرکزی نرسیده بود رسیدند. القاعده عراق رویکرد رسانه‌ای بسیار متفاوتی را برگزید که تمرکز کمتری برای بر دکتترین و اقدام بیشتر بود. آن‌ها شروع به ارسال فیلم‌های خشونت‌آمیز گردن زدن و حملات تروریستی کردند. با این وجود دسترسی به این فیلم‌ها دشوار بود. موج جدید رسانه‌های اجتماعی از جمله یوتیوب، فیس‌بوک یا تویتر بازی را تغییر دادند. با این حال چند نفر از ما حاضر به جستجوی چنین فیلم‌های هستیم؟ چند نفر از ما از طریق رسانه‌های اجتماعی فیلم گردن زدن را مشاهده کرده‌ایم یا گزارش آن را در مطبوعات خوانده‌ایم. (معاونت پژوهش و تولید علم: ۱۳۹۷:۷۶) بیشتر افراد داعش را در اوت سال ۲۰۱۴ میلادی از طریق رسانه‌های اجتماعی شناختند. نخستین حساب رسمی تویتری داعش در اکتبر سال ۲۰۱۰

تأسیس شد و با وجود ۲۴ هزار دنبال کننده نتوانست سریعاً توجه رسانه‌ها را به خود جلب کند. ارسال‌های کوتاه و اندک و اعضای منفرد داعش حساب‌های فعال‌تری نسبت به حساب اصلی داشتند که بیشتر توجه مردم را به خود جلب می‌کرد.

گرچه داعش از هنجارهای مذهبی قرن هفتم میلادی تبعیت می‌کند اما به‌شدت به فناوری پیشرفته امروزی وابسته است. باوجودی که در حال حاضر استفاده بسیاری از سازمان‌های تروریستی از رسانه‌های اجتماعی شناخته‌شده است اما استراتژی رسانه اجتماعی داعش نسبت به القاعده متفاوت است و کامیابی آن تا حد زیادی به این واقعیت وابسته است. در واقع داعش به‌جای به‌سهولت ارسال مطالبی که می‌تواند از طریق رسانه‌های سنتی انتشار دهد (برای نمونه پیوند به یک فیلم) به سایر ابزارهای دیجیتال که می‌توانستند حضورش را افزایش دهند نظیر برنامه سحر بشارت نیز استفاده نمود. سحر بشارت برنامه‌ای توییتری رسمی عربی زبان داعش بود که توسط تعدادی از رهبران این سازمان تروریستی برای به‌روزرسانی اخبار در مورد این گروه و انتشار آن در میان کاربران استفاده می‌گردید. با دانلود این برنامه توسط کاربر داعش قادر بود توییت‌ها را به شکل خودکار از جانب تمامی کسانی که مرتبط بودند ارسال نماید. این توییت‌ها شامل پیوندها، هشتگ‌ها و تصاویری و همان محتوایی بود که توسط حساب‌های هرکس دیگری که وارد برنامه می‌شد بودند. این برنامه نخست در آوریل سال ۲۰۱۴ به شکل وسیع به کار رفت و در خلال حمله ماه ژوئن سال ۲۰۱۴ به شهر موصل در شمال عراق به ۴۰ هزار توییت در روز رسید. گزارشگری آنلاین برنامه سحر بشارت از تمامی گزارش‌های سنتی پیشین پیشی گرفت و هزاران توییت با تصاویری بر فراز شهر با مضمون «ما به بغداد می‌رویم» منتشر شد. (معاونت پژوهش و تولید علم؛ ۱۳۹۷:۷۸) در نتیجه چنین استراتژی‌هایی داعش توانست پروژه تعامل آنلاین خود را با قدرت به‌پیش ببرد. برای مثال هشتگ داعش بسیار بهتر از جبهه النصره بود حتی اگر دو حامیان آنلاین مشابهی داشتند. بررسی داده‌ها در فوریه سال ۲۰۱۴ میلادی نشان می‌دهد که ارسال‌های داعش هر روز بیش از ۱۰ هزار برچسب می‌خورد در حالی که النصره در همین دوره تنها ۲۵۰۰ تا ۵۰۰۰ برچسب داشتند. در خلال جام جهانی ۲۰۱۴ میلادی، طرفداران

عربی زبان در معرض کمین‌های داعش قرار داشتند که با اخبار فوتبالی و تصاویر تمان دهنده از اعدام سربازان عراقی و سایر جنایات توسط داعش هدف قرار می‌گرفتند. (see n:52) داعش در ادامه فعالیت‌های سایبری خود از هشتک جام جهانی برای کشاندن طرفداران فوتبال به سوی خود استفاده کرد. هشتک‌های محبوب روشی معمول برای کاربران توئیتر هستند تا موضوعات خاص را دنبال کنند یا مخاطبان خود را گسترش دهند. الشباب نیز از برچسب‌های خاص برای جلب توجه به وقایع در سوومالی استفاده می‌کند. (معاونت پژوهش و تولید علم؛ ۱۳۹۷:۷۸). بهره‌برداری از چنین برنامه‌هایی همواره کامیاب نبودند: هنگامی که موصل به چنگ داعش افتاد این سازمان از طرح خود برای تغییر نامش پرده برداشت. همانند بسیاری از عناوین پیش از آن داعش متخصصی را برای ابداع هشتکی جهت تولید خلافت جهانی استخدام کرد. داعش از این هشتک همانند بسیاری از شرکت‌های بزرگ غربی جهت انتقال پیام به گروه مخاطبان و مفاهیم برند تجاری استفاده کرد. پرسش در مورد هنگام و نحوه اعلام این خلافت جدید در محافل مبارزه بسیار بحث‌برانگیز بود و این برچسب موجبات تفرقه و نزاع را فراهم نمود. عنوان قید شده هرگز تغییر نکرد. این نرم‌افزارها چند روز پیش از اعلام خلافت ابوبکر البغدادی در تاریخ ۱۷ ژوئن ۲۰۱۴ متوقف شدند و در زمان بحرانی ضربه‌ای جدی به قلب تشکیلات رسانه‌ای داعش وارد آورد. این نرم‌افزار تنها یکی از روش‌های استفاده داعش از توئیتر برای بزرگنمایی پیام‌هایش بود. سایر شیوه‌های مورد استفاده توسط داعش برای انتشار پیام از طریق رسانه‌های اجتماعی شامل سازمان‌دهی کارزارهای هشتک توئیتر، تولید فیلم‌های تبلیغاتی حرفه‌ای و فراخوان حامیان از طریق «کارزار یک‌میلیاردی» آن بود. داعش همچنین تلاش کرد شاخه‌هایی در شبکه‌های اجتماعی دیگر نظیر "friendica", "quitter", "diaspora" راه اندازی نماید اما کامیابی محدودی کسب نمود. (blog.adl.org/extremism/isis)

همان‌طور که در متن بالا ملاحظه شد داعش سابقه درازی در رسانه‌های اجتماعی دارد اما سربریدن جیمز فولی که در آن زمان واقعی برای مخاطبان پخش شد خشم جهانیان را برانگیخت. داعش جای پای رسانه‌ای خود را با ترکیبی از عقاید

سطح بالا و محتوای نرم با اقدام هولناک برخی از اعضای آن که تفکر آن را نمایندگی می‌کردند یافت. با گذشت زمان، پخش فیلم‌های گردن زدن متوقف شدند زیرا دریافته‌اند که خشونت بیش از حد می‌تواند مخاطبان هدف را نابود سازد. این فیلم‌ها بدون تردید موجب «شوک، خشم و ترس» در جهان غرب به‌گونه‌ای که در ۱۱ سپتامبر تجربه شده بود گردید و دوباره تصویر و درک ما را از تروریسم تغییر داده و شکل داد. (معاونت پژوهش و تولید علم؛ ۱۳۹۷:۷۰)

۴-۲ رسانه‌ها بخشی از راهبردهای تروریست‌ها را شکل می‌دهند

پژوهشگران در زمینه‌ی تحقیقات پیرامون تروریسم، از رشته‌ها و سنت‌های گوناگونی هستند؛ اما بر سر یک عقیده اشتراک نظر دارند: «تروریسم و رسانه‌ها در رابطه‌ای تقریباً بی‌رحمانه و همزیست‌گرایانه به‌هم پیچیده‌اند. پژوهشگری به نام "التر استدلال می‌کند که منظور از این قبیل عبارات این است که یک سردمدار (تروریسم یا رسانه‌ها) سردمدار دیگری را از طریق آنچه نیاز دارد، تأمین می‌نماید: تروریسم رسانه‌های توده‌ای را با داستان‌های پر شکوه تأمین می‌کند و رسانه‌های توده‌ای سطح توجه و آگاهی‌ای که تروریست‌ها به آن وابسته‌اند را به آنان اعطا می‌نمایند.» راهبرد گروه‌های تروریستی در نسبت با رسانه‌ها این است که: رویدادها از چنان اهمیت زیاد و گسترده‌ای برخوردارند که روزنامه‌نگاران نمی‌توانند آن‌ها را نادیده بگیرند، علی‌الخصوص به خاطر اینکه علاقه‌ی عمومی شدیدی در این باره وجود دارد. خواسته‌های گیرندگان در تصمیم‌گیری مشترک آنچه توسط رسانه‌ها عرضه می‌شود، سهیم است. اصطلاح همزیستی در جامعه‌شناسی به‌کاربرده می‌شود تا معنای روابط وابستگی متقابل بین گروه‌های متفاوت درون یک اجتماع را برساند؛ زمانی که گروه‌ها با یکدیگر تشابهی ندارند و روابطشان مکمل یکدیگر است. نابخردانه خواهد بود اگر این نکته را انکار نماییم که فناوری‌های رسانه‌ای مدرن، ماهواره‌های ارتباطی و گسترش سریع تلویزیون تأثیر چشمگیری در افزایش پتانسیل تبلیغاتی تروریسم داشته است. می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که اصل و اساس بهره‌برداری تروریسم و رسانه‌ها از این رابطه‌ی همزیستی این است که تروریسم سلاحی روان‌شناختی و مورد استفاده برای مخابره‌ی یک تهدید به جامعه‌ای وسیع‌تر و پراکنده‌تر است.

تروریست‌ها از رسانه‌ها به‌عنوان ناقل پروپاگاندای کرداری خود بهره‌برداری منفی می‌کنند. (پایگاه خبری گلونوی اخبار رسانه و فرهنگ: ۱۳۹۶/۱۱/۱۱)

۵-۲ ایجاد جو ارباب و وحشت در جامعه جهانی

گروه‌های تروریستی به‌ویژه در سال‌های اخیر و با قدرت گرفتن دسته‌های تروریست‌های تکفیری هم چون القاعده، داعش، بوکوحرام و ... به شیوه خاص و حیرت‌انگیزی، تعریف جدیدی از خشونت را در ذهن جهانیان ایجاد کرده‌اند. تصاویر و فیلم‌هایی که هر روزه از سربریدن و مثله کردن و نیز اعدام‌های وحشیانه و ترسناک توسط این گروه‌ها در رسانه‌ها و اینترنت منتشر می‌شود، اغلب یک هدف کلان و اصلی را در چشم‌انداز خود قرار می‌دهند: ایجاد جو رعب و وحشت در میان مردم و استفاده از خصلت بازدارندگی این ارباب در جهت کاستن از بار مقاومت مردمی و حکومتی در مسیر گسترش محدوده فعالیت‌های تروریستی. بر این اساس، پایگاه‌های اینترنتی پر شمار، شبکه‌های اجتماعی و موبایلی متعدد، برخی شبکه‌های تلویزیونی که فیلم‌ها و تصاویر فراوانی از جنایت‌های سبعانه این گروه‌ها را پوشش می‌دهند و دیگر ابزار اینترنتی و مجازی، عملاً در خدمت این هدف قرار می‌گیرند که با تولید جو ارباب و وحشت، با تعریف جدیدی از خشونت افسارگسیخته، در صفوف مقاومت‌های مردمی و حکومتی در برابر موج اقدامات تروریستی رخنه ایجاد کنند. (www.iran-futures.org)

۶-۲ اطلاع‌رسانی و انتشار اطلاعات مورد نیاز از طریق رسانه‌ها

در دسامبر ۲۰۰۸، کمیته امنیت داخلی و امور دولتی سنای امریکا، در گزارشی ویژه اعلام کرد اینترنت یکی از «محرک‌های اصلی و اولیه» برای تهدیدهای تروریستی علیه ایالات متحده است و بیش‌ترین حجم اطلاع‌رسانی و انتشار اطلاعات تروریستی هم از همین شیوه صورت می‌پذیرد. (u.s.officials may take action again al-shabab s twitter account) نتیجه شماری از تحقیقات حاکی از آن است که حدود ۹۰ درصد از تروریسم گسترده سازمان‌یافته در سطح جهان، در واقع بر روی فضای اینترنت و از راه رسانه‌های اجتماعی سامان می‌یابد و

گروه‌های تروریستی با استفاده از ابزار متنوع و پرشمار اینترنتی به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر، فیس‌بوک، یوتیوب و انجمن‌های مجازی اینترنتی، انتقال اطلاعات و پیام و اخبار خود می‌پردازند. از مهم‌ترین موارد بهره‌گیری تروریستی از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، یک مورد هم اطلاع‌رسانی گسترده و انتشار اخبار و اطلاعات متنوع و گوناگون است که از سوی تروریست‌ها با انگیزه‌ها و رویکردهایی هم چون: ایجاد ارباب و وحشت، برقراری ارتباط بدون فیلتر و بدون محدودیت و نیز ارسال پیام به مخاطبان و علاقه‌مندان خود و رویکردهایی از این نوع انجام می‌شود. چند نمونه کامل از بهره‌گیری تروریست‌ها از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، القاعده، داعش، بوکوحرام نیجریه و شبکه تروریستی الشباب سومالی هستند که از همان ابتدا، با راه‌اندازی پایگاه‌های اینترنتی اختصاصی، حضور گسترده و فعال در شبکه‌های اجتماعی و موبایلی، استفاده از نرم‌افزارها و پلتفرم‌ها و حتی برخی کنسول‌های بازی‌های رایانه‌ای، ارتباطات وسیع آنلاین با مخاطبان خود و دیگر ابزار و امکانات اینترنتی، ده‌ها هزار مخاطب و هوادار خود را به شکلی حرفه‌ای سامان داده‌اند و بیش‌ترین حجم استفاده از این ابزار را برای پیشبرد مقاصد و برنامه‌های خود صورت داده و می‌دهند. (مؤسسه افق آینده‌پژوهی؛ تروریسم مدرن: ۱۳۹۵)

۷-۲ استخدام و جذب داوطلبان در سازمان‌های تروریستی

تبلیغات گسترده و اقدامات ترویجی به‌منظور جذب و استخدام نیروهای تروریستی از سراسر جهان، از دیگر شیوه‌ها و روش‌های بهره‌برداری تروریستی از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی است. در واقع، گروه‌های تروریستی، استفاده‌ای بسیار مؤثر و تعیین‌کننده از ابزارهای اینترنتی در جهت جذب و استخدام نیرو به‌منظور تقویت کادر عملیاتی، آموزشی و اجرایی خود می‌کنند و با تبلیغات جذاب و اغفال‌کننده که اغلب دارای بار ایدئولوژیک قدرتمندی هم هست، تلاش وسیعی را برای جذب و استخدام نیروهای موردنیاز خود صورت می‌دهند. تبلیغات استخدامی این گروه‌ها که اغلب شامل پیشنهادهای مالی قابل توجه و بن‌مایه‌های ایدئولوژیک بنیادگرایانه است، عموماً به‌وسیله حضور تروریست‌ها در تالارهای گفتگوی مجازی سایت‌های مختلف، شبکه‌های اجتماعی فعال از جمله فیس‌بوک و توئیتر و ...

شبکه‌های اجتماعی موبایلی از جمله تلگرام و وایبر و واتساپ و ... راه‌اندازی سایت‌های تعاملی، استفاده از امکانات ارتباطی آنلاین مانند اسکایپ و ... تولید و انتشار مجلات آنلاین (به‌عنوان مثال، مجله آنلاین ماهانه «دابق»)، استفاده از دیگر ابزارهای پیام‌رسانی اینترنتی و دیگر ابزار و امکانات مشابه اینترنتی و مجازی سامان‌دهی می‌شود. (مؤسسه افق آینده‌پژوهی؛ تروریسم مدرن: ۱۳۹۵)

حضور نیرومند آنلاین فراوان دارد اما منازعه در سوریه مستلزم افرادی است که فعالانه به‌عنوان سربازان آنلاین به داعش بپیوندند. بدون تردید حجم بسیار عظیمی از فعالیت‌های افراط‌گرایانه آنلاین برای هواداران امکانی فراهم می‌سازد تا بدون به مخاطره انداختن جان خودشان دموکراسی‌های غربی را به چالش بکشند. مبارزانی نظیر نیل پراکاش که بانام مبارزاتی ابوخالد الکمبودی شناخته می‌شدند در صدر استخدام‌کنندگان داعش قرار دارند که فهرستی از مبارزان خارجی از غرب آسیا را که تمایل به پیوستن به این گروه تروریستی را دارند در اختیار دارد. پراکاش یکی از ۱۶ حساب توییتری را که می‌تواند سفر افراد به سوریه یا عراق را تسهیل کند در اختیار دارد. به همراه پراکاش سایر دارندگان حساب‌ها نظیر مجاهد میسکی یک آمریکایی است که اخیراً از حملات تروریستی در تگزاس تجلیل نمود و همکار بریتانیایی او البریتانی. صفحه حاوی تماس‌های توییتری اظهار می‌دارد: «این افراد در داعش زندگی می‌کنند. اگر توییتری مسدود گردد آن‌ها همواره حساب جدیدی می‌سازند.» امروزه تلاش رسانه‌های اجتماعی با قدرت نظامی داعش متمرکز است و پیروانش را به پیوستن به جنگ دعوت می‌کند. فیلمی که در ژوئن سال ۲۰۱۴ با زیرنویس انگلیسی منتشر شد در مورد فتوحات نظامی داعش و توانایی آن‌ها برای ترساندن دشمن بود. (www.youtube.com.uk/t/community-guidelines) سپس در همان ماه فیل دیگری با هنگ آلمانی و با زیرنویس انگلیسی افراد را به پیوستن به داعش فراخواند. این موزیک ویدیو با تصاویری از انفجار و کشتار و جنگجویان داعش همراه بود. در فوریه سال ۲۰۱۵ میلادی رئیس‌جمهور اوباما در خلال نشستی برای مقابله با افراط‌گرایی خشونت‌آمیز در وا شنگتن ابراز داشت: گروه‌های تروریستی نظیر القاعده و داعش تعمداً در تبلیغات

خود جوانان را هدف قرار داده‌اند و به‌ویژه کسانی را که سرخورده یا دچار مشکل هویتی هستند شستشوی مغزی می‌دهند. (J. hayward 2012 events: Monday, 23 april, 9:45am)

برانگیختن احساس رفاقت در رویکرد جذب داعش جدید نیست بلکه داعش به آن پایبند بوده و تکنیک‌های بکار رفته در مجله الهام‌بخش القاعده نیز که از همان ابتدا آمریکایی‌ها را برای پیوستن به اردوگاه‌های آموزش تروریستی خود در خارج از کشور فرامی‌خواند مورد استفاده قرار می‌گرفت. گزارش‌های کوتاهی در مورد کامیابی کارزارها در رسانه‌های اجتماعی نیز در نشریاتی نظیر گزارش داعش و توئیتر منتشر شده است. وزارت امور خارجه تا آنجا پیش رفت که گزارشی در مورد استفاده از رسانه‌های توسط داعش برای جذب زنان و مردان منتشر ساخته است و حاکی از کامیابی مستمر این گروه است که با به تصویر کشیدن «خلافت» به‌عنوان دولت آرمانی افراد را پیوستن به این خلافت تشویق می‌کند. (www.gov.uk/data/file:440450/how) گروه‌های تروریستی و حامیان آن‌ها به میزان فزاینده‌ای از جوامع تحت سیطره جوانان نظیر فیس‌بوک، مای اسپیس و سکند لایف و نظایر عربی آن‌ها برای جذب استفاده می‌کنند. آنتونی برگن کارشناس ضد تروریسم می‌گوید که تروریست‌ها این وبسایت‌ها را به‌عنوان ابزارهای جذب تلقی می‌کنند. با این وجود واقعیت زندگی در چنین سازمان‌هایی در تضاد کامل با دنیایی که توسط داعش در رسانه‌های اجتماعی عرفی شده است قرار دارد. (Facebook5 april2008, 10 march 2009)

۲-۸ پنهان‌سازی دستورالعمل‌های اجرایی و کدهای رمز تروریستی

از پیچیده‌ترین روش‌ها و تاکتیک‌های مورد بهره‌برداری تروریست‌ها در اینترنت، پنهان کردن کدهای رمزی عملیاتی و دستورالعمل‌های اجرایی تروریستی است که به شیوه‌های مختلف (حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی و موبایلی، کدسازی و رمزسازی در ایمیل‌ها و اطلاعات ارسالی، استفاده از کنسول‌ها و پلتفرم‌های بازی‌های ویدیویی و آنلاین و ...) انجام می‌شود. در یک نمونه بارز، ایمیل تروریستی به نام محمد عطا به تروریست همکارش در جریان عملیات ۱۱ سپتامبر

قابل بررسی است که در ایمیل ارسالی خود، از زبانی رمزی در اینترنت استفاده کرده است: «ترم جدید دانشگاه تا سه هفته دیگر آغاز می‌شود. باید برای دانشکده‌های معماری، برنامه‌ریزی شهری، هنرهای زیبا و مهندسی برنامه‌ریزی شود». دستگاه‌های اطلاعاتی امریکا اعتقاد دارند که در این پیام رمزی، به هر ۴ هدف اصلی حملات ۱۱ سپتامبر (مرکز تجارت جهانی، پنتاگون، ساختمان کنگره و کاخ سفید) اشاره شده است. (Media, Culture and Human Violence/ Jeff Lewis) حتی در نمونه‌ای جدید، بهره‌گیری حرفه‌ای تروریست‌ها از پلتفرم‌های متعدد بازی‌های رایانه‌ای و اینترنتی برای ارسال پیام‌ها و کدهای رمزی خود به نیروهای تروریستی، شکل جدیدی از این بهره‌گیری را به جهانیان نشان داد: «تروریست‌های داعش، کنسول بازی پلی‌استیشن ۴ را ایمن‌تر از گوشی‌های رمزگذاری شده و دیگر برنامه‌های ایمن می‌دانند. از طرفی، تا حدود زیادی، ردگیری تماس‌ها و ارتباطات صوتی از طریق کنسول بازی پلی‌استیشن ۴ و کنسول‌های مشابه هنوز هم به‌طور کامل برای دستگاه‌های اطلاعاتی و امنیتی ممکن نیست. ضمن این‌که داخل تعدادی از بازی‌های ویدیویی یا آنلاین، روش‌هایی برای تبادل پیام میان کاربران وجود دارد که می‌توان از آن‌ها برای برقراری ارتباطات تروریستی و انتقال دستورات تروریست‌ها به یکدیگر سوءاستفاده کرد.

<http://www.slate.com/articles/technology/technocracy/twitter>
(of terror)

هم‌چنین، استفاده گسترده گروه تروریستی الشباب در سومالی از توییتر و دیگر شبکه‌های اجتماعی، عجیب است: این گروه شبه‌نظامی سومالیایی، تصاویر مخوف و هراس‌انگیزی از سنگ‌سار دختران نوجوان، منفجر کردن طرفداران فوتبال و هم‌چنین مسدود کردن مسیرهای امداد بهداشتی و کمک‌رسانی غذایی به سومالیایی‌ها را از راه این امکانات، به محملی برای تبلیغ اقدامات خود بدل کرده است. جالب آن‌که شمار هواداران توییتری و اینترنتی این گروه از مرز ۱۰ هزار نفر گذشته که امکانات مجازی قابل توجهی را هم برای ایجاد تالارهای گفتگوی آنلاین برای مخاطبان خود فراهم کرده است. طبیعی است که تنوع و گستره استفاده

تروریست‌ها از اینترنت و امکانات فضای مجازی به‌ویژه شبکه‌های موبایلی و اجتماعی اینترنتی، بیش از مواردی است که ذکر شد، اما تا همین حد هم می‌توان شرایط خطرناک کنونی که تروریسم مدرن در فضای مجازی ایجاد کرده را ترسیم کرد.

۹-۲ ایجاد شبکه‌های مجازی جهت فرماندهی و کنترل تروریست‌ها

رسانه‌های اجتماعی تنها ابزاری برای تبلیغات و ماشین جذب نیستند بلکه وسیله‌ای برای سازمان‌دهی حملات نیز هستند. اخیراً یک بمب‌گذاری انتحاری و همسر او که مشترکان به مبارزه علاقه‌مند بودند به جرم برنامه‌ریزی برای حمله‌ای تروریستی در لندن که از داعش الهام گرفته بودند و آزمایش بمبی مرگبار در حیاط منزل خود شناسایی شدند. محمد رحمان ۲۵ ساله برنامه‌ریزی می‌کرد تا به مناسبت دهمین سالگرد حملات به مترو لندن در سال ۲۰۰۵ مرکز خرید وستفیلد یا مترو لندن را به‌طور هم‌زمان بمب‌گذاری نماید. او و همسرش تحت تأثیر تبلیغات القاعده و داعش قرار داشتند و "شهزاد تنویر" بمب‌گذار آن حملات را الگو خود قرار داده‌اند. رحمان پس از ارسال پیامی مبتنی بر استقبال از دریافت مشاوره در مورد حمله به مرکز خرید غرب لندن دستگیر شد. هنگامی که مأموران به خانه آن‌ها حمله کردند ۱۰ کیلوگرم مواد منفجره نیترات دو برابر میزانی که در حمله بمب‌گذاری نا کام پیشین لندن به کاررفته بود کشف کردند. مأموران همچنین فیلم‌هایی در مورد انفجارهای آزمایشی در حیاط خانه رحمان به دست آوردند. بی‌تردید رحمان‌ها تنها نیستند. در مارس سال ۲۰۱۶ میلادی محمد محسن امین به جرم ارسال هزاران تویت در ستایش اقدامات تروریستی و تشویق افراط‌گرایی در قالب ۴۲ دسته حساب تویتری از جمله جشن حملات ۱۱ سپتامبر و نیز تجلیل از کشته‌شدگان داعش به دادگاه رفت. امین در پنج مورد از جمله تشویق، آماده‌سازی و تحریک به اقدامات تروریستی در تویتر محکوم شد. او علاوه بر فعالیت‌های عمدتاً تبلیغاتی اعتراف کرد که از طرف داعش برای پشتیبانی بیشتر حمایت شده است و نشریه تروریستی به همراه پیوند یک فیلم تحت عنوان برای خدا در تویتر ساخته است. (معاونت پژوهش و تولید علم؛ ۷۰:۱۳۹۷)

۲-۱۰ استفاده دقیق و برنامه‌ریزی شده از تصاویر

تصاویر ماهیتاً برای تبلیغات گروه‌های تروریستی و کارزارهای تبلیغاتی آن‌ها اهمیت دارند. در خلال قتل خوزلیر لی ریگباری^۵ در لندن مایکل آباجو و مایکل ابوالعابران را تشویق کردند تا با تلفن‌های خود این حمله را ثبت نمایند و این مصاحبه‌های فی‌البداهه بعداً در سرتاسر جهان پخش شد. به‌طور مشابه، مهاجمان ۱۱ سپتامبر می‌دانستند که اقدامات آن‌ها اخبار جهان را مملو از تصاویر تکان‌دهنده این حملات خواهد کرد. تروریست‌ها لازم دارند مطمئن شوند که حمله آن‌ها تبلیغاتی را به‌منظور بهره‌مندی از مخاطبان تولید می‌کند. اطمینان از تصاویر جذب از یک رویداد برای همه گروه‌های تروریستی در هنگام برنامه‌ریزی، هماهنگی و مبادرت به انجام حمله اهمیت فراوان دارد. مجله القاعده تا آنجا پیش می‌رود که با پیشنهادهای خود برای تعیین اهداف و تاکتیک‌های که حداکثر قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها را تضمین می‌کند الهام‌بخش افراط‌گرایان است. -39:2013pp.112,39 (dynamics)

(46) برخی از پژوهشگران حتی مدعی هستند که تروریسم سایبری به‌رغم این که حملات سایبری می‌تواند اثرات فاجعه‌باری برای زیرساخت‌های ملی و حیاتی برجای بگذارد موردعلاقه گروه‌های تروریستی قرار ندارند تا اندازه‌ای به این دلیل که با تصاویر جذاب و تماشایی همراه نیستند.

۳-۱ مفهوم‌سازی سایبر تروریسم در عصر فناوریانه

تروریسم را این‌گونه تعریف می‌کنند: به‌کارگیری خشونت علیه اشخاص، دولت‌ها یا گروه‌ها برای پیشبرد زورمندانه اهداف سیاسی یا عمومی. سایبر تروریسم^۶ در حقیقت همان تعریف را دارد، با این تفاوت که این بار هدف متمرکز روی منابع موجود در فضای مجازی است. سایبر تروریسم می‌تواند ابعاد داخلی داشته باشد یا شامل موارد بین‌المللی شود. سایبر تروریسم امروز خطرناک‌تر از تروریسم سنتی است به این دلیل که ساختار اقتصادی و خدمات‌رسانی بسیاری از کشورها مبتنی بر

^۵Fusilier lee rigby

^۶ Mhael adebolajo and Michael adebowale

Cyber terrorism

فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی شده است با این توضیحات می‌توان سایبر تروریسم را چنین تعریف کرد: «اقدامات برنامه‌ریزی‌شده و هدفمند با اغراض سیاسی و غیرشخصی که علیه رایانه‌ها و امکانات و برنامه‌های ذخیره‌شده در درون آن‌ها از طریق شبکه جهانی صورت می‌گیرد و هدف از چنین اقدامی نابودی یا وارد آوردن آسیب‌های جدی به آن‌هاست.»

با توجه به مطالب ذکر شده درباره سایبر تروریسم، می‌توان ویژگی‌های زیر را برای آن ذکر کرد:

- ۱- هدف قرار دادن تعداد بیشتری از مردم،
- ۲- استفاده از گروه‌های رایانه‌ای ناشناخته در سطح بین‌المللی،
- ۳- نداشتن محدودیت جغرافیایی،
- ۴- پنهان ماندن هویت، تبلیغ و عضوگیری بین‌المللی،
- ۵- گسترش دامنه تروریسم به مسائل مالی بانکی و اقتصادی و خدمات شهری.

۲-۳ تغییر فعالیت تروریسم از رویکرد سنتی تا عملیات سایبری

هرچند در تعریف ترور اختلافاتی وجود دارد اما تروریسم تاریخچه‌ای به قدمت نوع بشر دارد. تاریخ گواه آن است که همواره افراد یا گروه‌هایی برای دستیابی به اهداف خود دست به خشونت، کشتار و اقدامات مسلحانه می‌زدند. دنیای امروز اما دنیای علم و تکنولوژی است؛ بنابراین شیوه‌های تروریستی هم به‌تدریج مدرنیته و پیشرفت فناوری فرق کرده است. تروریسم سایبری هم یکی از شیوه‌ها و انواع نوین و متأخر تروریستی بشمار می‌رود. در این شیوه نیازی به اسلحه گرم و مواد منفجره نیست. تروریست‌های سایبری گاهی برای هک کردن حیاتی‌ترین زیرساخت‌های یک کشور تنها به یک رایانه شخصی متصل به اینترنت و افراد یا گروه‌هایی باهوش سیاه نیاز دارند. هزینه‌های تروریست سایبری به‌مراتب از تروریسم سنتی کمتر است و از سوی دیگر خطرات کمتری فرد یا گروه‌های تروریست را در معرض تهدید قرار می‌دهد. در شرایطی که برای انجام برخی از حملات تروریستی در حرکت‌های انتحاری فرد تروریست جان خود را هم از دست می‌دهد، در تروریسم سایبری یک حمله تروریستی می‌تواند از هزاران کیلومتر فاصله باهدف موردنظر هدایت شود. به‌عنوان

نمونه در جریان جنگ سرد بین آمریکا و شوروی، نرم‌افزار کنترل گاز دریکی از قسمت‌های روسیه دست‌کاری شد، مهاجم سایبری توانست برای مدتی جلوی انتشار گاز در لوله‌های مادر را بگیرد اما پس از مدتی فیلترها را آزاد کرده و گاز پرفشار در لوله‌ها حرکت کرد، نقاط اتصال لوله‌ها به یکدیگر که توان مقاومت نداشتند، شکستند و موجب انفجار لوله‌های گاز در بسیاری از نقاط روسیه شدند. از سوی دیگر ردیابی تروریست‌های سایبری نیز کار ساده‌ای نیست آن‌ها می‌توانند با هویتی غیرواقعی در فضای مجازی وارد شوند و یا با هک کردن رایانه افراد دیگر از مسیر رایانه فرد هک شده اهداف تروریستی خود را دنبال کنند. گستره فعالیت آن‌ها به وسعت تمامی مراکزی است که به‌نوعی به سیستم‌های رایانه‌ای مجهزند و به اینترنت متصل می‌شوند. به‌طور کلی تروریسم سایبری در مقایسه با تروریسم سنتی سرمایه‌گذاری روانی کمتر و آموزش فیزیکی اندک و خطر مرگ کمتری دارد. این مسائل موجب شده است تا برخی گروه‌های تروریستی مانند داعش برای پیشبرد اهداف تروریستی خود در راستای انجام حرکات تروریستی سنتی از ظرفیت‌های فضای سایبری هم بهره می‌برند بدین صورت که هم برای خود تبلیغ می‌کنند و هم آموزش ساخت بمب و عملیات انتحاری را از طریق فضای مجازی مدیریت می‌کنند. (خبرگزاری تسنیم، تروریسم سایبری: ۱۳۹۵)

۳-۳ راهبرد و ابزار کار سایبر تروریسم

الکترونیکی شدن «زیر ساخت‌های حیاتی» همان‌گونه که طراحی، نگهداری و استفاده از آن‌ها را آسان‌تر کرده است اما خطراتی که موجب آن‌ها می‌شود را نیز افزایش داده است. اگر کسی بتواند از سدهای امنیتی این زیر ساخت‌ها عبور کند و کدهای امنیتی آن‌ها را هک کند می‌تواند در عرض چند ثانیه بخشی از یک کشور یا حتی بخش‌هایی از جهان را فلج کند. تروریست‌های سایبری هم اغلب بر روی همین زیرساخت‌های حیاتی متمرکزند. ماهیت «چندرسانه‌ای» فضای سایبر، به تروریست‌ها امکان بهره‌برداری‌های سوء دیگری را هم داده است. فشار یک دکمه کافی است تا انتشار بدافزارهای مخرب رایانه‌ای در عرض چند ثانیه هزاران سیستم رایانه‌ای و مخابراتی در جهان را آلوده کند. رایج‌ترین روش‌های این نوع تروریسم عبارت‌اند از

هک کردن، شیوع ویروس‌های رایانه‌ای، جاسوسی الکترونیک، دزدی هویت و تخریب یا دست‌کاری اطلاعات. نرم‌افزارهای مخرب رایانه‌ای که تروریست‌های سایبری برای پیشبرد اهداف خود استفاده می‌کنند، متنوع هستند که از جمله آن‌ها می‌توان به ویروس‌ها، کرم‌ها، تروجان‌ها، اسپم‌ها اشاره کرد. هک و نفوذ رایانه‌ای و خرابکاری اینترنتی و شبکه‌ای نیز بخشی دیگر از ابزارهای تروریست‌های سایبری به شمار می‌روند. از آنجایی که شبکه‌های اینترنتی در دسترس همگان قرار دارد و بسیاری از سایت‌ها و زیرساخت‌های حیاتی کشورها در بستر اینترنت ارائه می‌شود، تروریست‌های سایبری می‌توانند سنگین‌ترین قفل‌های امنیتی را هم با روش‌های خاص خود بشکنند و در عرض چند ثانیه به اهداف خود دست یابند.

"دوروتی دیننگ" استاد علوم رایانه‌ای دانشگاه جرج تاون درباره ماهیت تروریسم سایبری می‌گوید: سایبر تروریسم، بیشتر به معنای حمله یا تهدید علیه رایانه‌ها، شبکه‌های رایانه‌ای و اطلاعات ذخیره شده در آن‌هاست، هنگامی که به‌منظور ترساندن یا مجبور کردن دولت یا اتباع آن برای پیشبرد اهداف سیاسی یا اجتماعی خاص اعمال می‌شود. یک حمله، برای اینکه به‌عنوان تروریسم سایبری شناخته شود باید به خشونت علیه اشخاص یا دارایی‌ها منجر شود یا دست‌کم آسیب کافی برای ایجاد ترس را باعث شود. حملاتی که منجر به مرگ یا صدمات بدنی، انفجار، سقوط هواپیما، آلودگی آب یا خسارات متعدد اقتصادی می‌شود را می‌توان به‌عنوان مصادیق تروریسم نام برد. (خبرگزاری تسنیم، تروریسم سایبری: ۱۳۹۵)

۳-۴ ابزارها و مخاطبین موردنظر

تروریست‌های فضای مجازی یا اینترنتی، به‌جای استفاده از سلاح‌های رایج، بمب‌ها و موشک‌ها یا سایر ابزارهای معمول از نرم‌افزارهای مخرب رایانه‌ای برای پیشبرد اهداف خود استفاده می‌کنند. ویروس‌ها، کرم‌ها، تروجان‌ها، اسپم‌ها، ایمیل بمبینگ، گوگل بمبینگ، هک و نفوذ رایانه‌ای و خراب‌کاری یا دست‌کاری‌های اینترنتی و شبکه‌ای، بخشی از ابزارهای تروریست‌های مجازی به شمار می‌رود. (سایبر تروریسم؛ ۱۳۹۴: ۳۷) امروزه تروریسم تنها اعمال خشونت نیست. تروریسم نوعی راهبرد ارتباطی است که شامل استفاده از تهدید یا اعمال خشونت می‌گردد. وجود

اقدام تروریستی خودش یک فرایند ارتباطی است که باهدف تأثیرگذاری بر برخی از اشکال تغییر صورت می‌گیرد؛ برای درک مقصود تروریست‌ها لازم است هدف از این ارتباط درک شود. همان‌طور که برایان جنکینز^۸ در جمله معروفی نوشت: «تروریسم نوعی افرادی را تماشاگر هستند هدف قرار می‌دهد نه قربانیان واقعی آن را. تروریسم نوعی نمایش است.» وجود توپیتر بستری را فراهم ساخته است که از طریق آن گروه‌های تروریستی می‌توانند با هر شکلی از مشارکت‌کنندگان، از ادارات دولتی تا شهروندان عادی ارتباط برقرار نمایند؛ بنابراین پایگاه داده ما فرصتی فراهم می‌نماید تا به ارزیابی مخاطبانی که برای حمله تروریستی وست گیت در نظر گرفته شده بود و ارتباطات متعاقب این افراد و گروه‌ها بپردازیم. به این دلیل، توپیت‌ها از لحاظ مخاطبان موردنظر آن‌ها مورد ارزیابی قرار گرفتند. (معاونت پژوهش و تولید علم؛ ۱۸۵:۱۳۹۷ و ۱۸۴)

۵-۳ فضای مجازی و جاسوسان اینترنتی

برخی جرائم در مناسبات مجازی به صورت عادی جریان دارد. از جمله این اعمال می‌توان به تروریسم مجازی یا جاسوسی اینترنتی اشاره کرد. در تحقیقی که از یک میلیون رایانه در سطح جهان به عمل آمد، مشخص شد که ۳۰ میلیون برنامه جاسوسی^۹ در آن‌ها به کاررفته است. با این وصف می‌توان گفت در هر رایانه حداقل ۳۰ نرم‌افزار جاسوسی وجود دارد که کلیه اطلاعات لازم را به مراکزی که آن‌ها را طراحی کرده‌اند، ارسال می‌کند. شاید هنگام استفاده از اینترنت به پیام‌های مزاحمی که روی صفحه مانیتور شما ظاهر می‌شود توجه نکرده باشید و برای خلاصی از آن‌ها، No یا ok را کلیک کرده‌اید تا هر چه سریع‌تر به کارهای خود در وب برسید. بسیاری از برنامه‌های جاسوسی به همین طریق به رایانه‌ها راه پیدا کرده‌اند. پس از یک کلیک، این نرم‌افزار اجازه نفوذ می‌یابد و به‌طور مستقیم خود را در قسمت سخت‌افزار پنهان می‌کند. البته همه برنامه‌های جاسوسی آن قدرها مؤدب نیستند. بعضی از این برنامه‌های جاسوسی، بدون هیچ مجوزی و تنها به دلیل ساختار قدرتمند خود می‌توانند هنگام دسترسی یک رایانه به اینترنت، به درون آن نفوذ کنند و به اجرای

مقاصد خود بپردازند. حتی پس از نصب این برنامه‌ها نیز تقریباً هیچ اثری در کاربری دیده نمی‌شود. تنها برخی از آن‌ها باعث کند شدن احتمالی سرعت رایانه یا معرفی برخی آدرس‌های غیرمعمول می‌شوند. اثرات این برنامه‌ها نیز جالب است. هرچند اکثر نرم‌افزارهای مذکور در ظاهر، بی‌خطرند ولی حتی همین نرم‌افزارهای بی‌خطر نیز کارهای غیرقانونی انجام می‌دهند. ساده‌ترین حالت این است که تمامی عادات کاربر را شناسایی و در جمع‌آوری اطلاعات مربوط به این عادات به شرکت‌های هدایت‌گر کمک می‌کنند. روش‌های مخرب نرم‌افزارهای جاسوسی، از سطح ورود به اطلاعات شخصی کاربر و استفاده غیرمجاز از آن‌ها آغاز می‌شود و به آسیب‌رسانی به رایانه‌ها می‌انجامد. برخی از آن‌ها با جمع‌آوری کلیه اطلاعات شخصی آن‌ها را کپی‌برداری می‌کنند و به اطلاع هدایت‌گرهای خود می‌رسانند. برخی بی‌ادب‌تر هستند و اطلاعات شخصی را به‌طور گسترده پخش می‌کنند. مشکل دیگری که این نرم‌افزارها ایجاد می‌کنند، تضعیف دستگاه‌های امنیتی و آماده ساختن آن‌ها برای حملات هکرهاست، به این معنی که این نرم‌افزارها نوعی نقش بی‌حس‌کنندگی را ایفا می‌کنند و خاصیت بازدارندگی را از ویروس‌کش‌ها و دیگر برنامه‌های دفاعی سلب می‌کنند... (سایبر تروریسم؛ ۳۹:۱۳۹۴)

۶-۳ ایجاد ارباب و ترور از طریق رسانه‌های اجتماعی

مهم‌ترین مشکل که ترور مجازی را بسیار خطرناک کرده، شناسایی نشدن دقیق آن است. نه‌تنها مراکز قانون‌گذاری بلکه تروریست‌ها نیز هنوز تمامی جنبه‌های اقدامات خود را نمی‌شناسند. از همین روست آمریکا که خود بیشترین حملات اینترنتی را انجام می‌دهد، در مقابل هک‌های چینی که اهداف آمریکایی را هدف خویش قرار داده‌اند، همچنان ناتوان است. گروه‌های ملی برخی کشورها از جمله شرکت‌کنندگان در اجلاس (WSIS) و برخی نهادهای دیگر سعی در کنترل و برنامه‌ریزی برای مهار این پدیده دارند. یکی از سازمان‌های مذکور اینترپل است. در اروپا نیز از سال گذشته انجمن پیمان اروپا علیه جنایات مجازی تشکیل شده است که هرچند به آن صورت هم اروپایی نیست ولی اولین اقدام جدی در این زمینه به شمار می‌رود. برای مبارزه با این مسئله چندین راه وجود دارد. اولین راه ارزیابی

آسیب‌پذیری است. به عبارت دیگر این راه نوعی پیشگیری است ولی نه به‌عنوان ایجاد سد دفاعی بلکه رفع ضعف‌های موجود و پایین آوردن آسیب‌پذیری در صورت بروز حمله. راه دوم نوعی دیگر از پیشگیری است که در آن سعی می‌شود حملات احتمالی شنا سایی و در مقابل آن پاتک زده شود. راه سوم پس از حمله قابل استفاده است، یعنی آمادگی برای بروز حمله و ترمیم اشکالات ایجادشده پس از این مرحله. (cyberspace-ot.blog.ir/1393/07/24/). یکی دیگر از خصوصیات تعریف‌کننده تروریسم استفاده تهدید یا زور به‌منظور پیشبرد یک هدف سیاسی یا ایدئولوژیک است. به همین ترتیب تعجبی ندارد که گروه‌های تروریستی همچون الشباب توجه فزاینده‌ای به حساب‌های رسانه‌های اجتماعی خود معطوف نموده تا تهدیدات مشابهی را متوجه مردم کنند. باوجودی که اکثر توییت‌ها ماهیتاً غیر تهدیدآمیز بودند اما یک‌چهارم توییت‌ها (۲۴/۶) درصد شامل برخی از اشکال تهدید برای گروگان‌ها در وست گیت، نیروهای امنیتی یا عموم مردم کنیایی در خارج از مرکز خرید بودند. جمعاً ۱۴۴ توییت با این رویکرد از تمامی هشت حساب توییتی ارسال شده بود. به‌علاوه الشباب از تاکتیک‌های جنگ روانی برای ایجاد تهدیدات ساختگی در مورد حملات قریب‌الوقوع استفاده کرده و به اخبار نادرست دامن می‌زند تا هرگونه تلاشی برای نجات گروگان‌ها خنثی گردد. علاوه براین؛ هنگامی که تهدیداتی علیه مردم اقامه می‌شود باید مقوله اعتبار نیز لحاظ گردد. هنگامی که یک گروه تروریستی تهدید به حملات می‌نماید که تحقق آن‌ها میسر نیست آن گروه اعتبار خود را از دست می‌دهد. اگر الشباب تهدیدات زیادی را مطرح می‌سازد که روی ندهند این احتمال وجود دارد که برخی از سایر ادعاهای آن‌ها نظیر بمب بستن به گروگان‌ها یا ایجاد موقعیت دفاعی در مرکز خرید برای مقابله با حمله مورد تردید قرار بگیرد. این رویکرد درنهایت موجب می‌شود دیگر این حساب‌ها به‌عنوان منبعی از اخبار مفید و مرتبط مورد اعتماد نباشند.

نتیجه‌گیری

شناخت و اقدام همه‌جانبه؛ لازمه مقابله با تروریسم در فضای مجازی

بی‌تردید جهان، به‌خصوص بسیاری از مسلمانان منطقه، تبعات مخرب تروریسم را با پوست و استخوان خود لمس کرده‌اند و کمتر انسان سالم و خداجویی را می‌توان یافت که از جنایت‌های تروریست‌های سازمان‌یافته، چون داعش و یا تروریسم دولتی در قالب حملات به مناطق مسکونی در یمن و فلسطین متأثر نشده باشد، لذا باید گفت که تروریسم در نظر هر انسان سلیم النفسی محکوم و مطرود است؛ اما نکته بسیار کلیدی برای مقابله با تروریسم در فضای مجازی بهره‌گیری از تمام مؤلفه‌های قدرت، از ساختارهای دولتی گرفته تا غیردولتی و افکار عمومی تمامی انسان‌ها است که در این ارتباط می‌توان به نشسته‌های مجالسی کشورهای آسیایی در تهران و دیگر هم‌پیمانان اشاره کرد که باید به‌عنوان یک حرکت مبتکرانه برای برانگیختن دولت‌ها و ملت‌ها برای مبارزه با تروریسم به اشکال مختلف قلمداد کرد. آنچه مسلم است، تروریسم تنها فعالیت یک گروه شبه‌نظامی صرف نیست، بلکه ظهور گروه‌های افراط‌گرا مانند داعش در منطقه نشان داده که امروز تروریسم سازمان‌یافته با تلاش عده‌ای منحرف از آموزه‌های اصیل دینی، به یک پشتوانه فکری دست پیدا کرده و تبدیل به جریان فکری در دنیای واقعی و مجازی شده است که در صورت حذف فیزیکی آن، نمی‌توان به نابودی کامل آن دل خوش بود، چراکه این نوع از تروریسم با کمک بعضی قدرت‌های جهانی و غفلت دستگاه‌های بین‌المللی به یک جریان فکری و سازمان‌دهی شده با بهره‌گیری از فضای مجازی تبدیل شده است که هر آن ممکن است از یک منطقه دیگر، چون خاکستری ویرانگر سر بیرون آورد، لذا برای مقابله با آن، ابتدا باید نسبت به شناخت کامل انواع تروریسم از سوی مبادی تولید علم پرداخت و سپس نخبگان و اندیشمندان جامعه این امکان را پیدا کنند که به صورت فکری و زیربنایی با تفکرات و زیرساخت‌های نگرشی و ساختارهای آن به مبارزه همه‌جانبه اقدام کنند. به نظر می‌رسد استفاده همه‌جانبه گروه‌های تروریستی از رسانه‌های اجتماعی همچون توییتر و ... باید در زمره تمایل این گروه‌ها باهدف کنترل روایتگری حملات خود به شمار آورد. تروریست‌های تکفیری با عدم پیوند دادن به

سایر وبسایت‌ها یا دعوت از ارتباط با دیگران قادر بودند بر پیشرفت ایدئولوژیک خود متمرکز و چیره شوند و در مقابل توجیهاتی را در مورد دلایل انجام این حمله ابراز نمایند و واکنش نیروهای امنیتی و مقامات دولتی را به تمسخر خود بگیرند. با چنین رویکردی به نظر می‌رسد تلاش‌ها برای مبارزه با تروریسمی که قصد دارد گروه‌های تبلیغاتی تارشی‌گری را در رسانه‌های اجتماعی به مذاکره مستقیم بکشاند راه به جایی نمی‌برند. یکی از چالش‌ها و مباحث حساس و کلیدی که در این مقاله تلاش گردید تا به آن پرداخته شود این است که راویان و سازمان‌های مبارزه کننده با تروریسم در فضای مجازی به جای درگیر شدن با بازیگران غیردولتی باید به مخاطبان و حساب‌های ایجاد شده از سوی داوطلبان این گروه‌های تروریستی توجه ویژه داشته باشند.

منابع فارسی

- ۱- مقاله همزیستی رسانه و تروریسم؛ ۱۷ دسامبر (۲۰۱۵)؛ انجمن دفاع از قربانیان تروریسم.
- ۲- کمیته فرعی کمیته مبارزه با تروریسم و اطلاعات (۲۰۱۱)، مقاله استفاده جهادی از رسانه‌های اجتماعی: چگونگی جلوگیری از تروریسم و حفظ نوآوری، کنگره ۱۱۲، جلسه اول (۶ دسامبر ۲۰۱۱)
- ۳- لاین روتنبرگر - تلخیص و ترجمه از محمدحسین خلیلی. از «پندار» سال ششم، شماره ۴۷
- ۴- سایت خبری ایران مقاله، سر تیتر تحت عنوان شبکه‌های اجتماعی، امنیت و تروریسم؛ ۱۳۹۴/۹/۹
- ۵- قدیمی، اسماعیل: پژوهشگر ارتباطات و مدرس دانشگاه علامه طباطبایی هفته‌نامه صدا، شماره ۶۱، ۳۰ آبان (۱۳۹۴)
۱. ۶- پژوهشکده رسانه‌های مجازی، فرصت‌ها و تهدیدات؛ مقاله (سایبر تروریسم)، ۲۴ مهرماه (۱۳۹۴)
۲. ۷- خبرگزاری تسنیم؛ تروریسم سایبری، حمله مجازی به اهداف حقیقی؛ ۱۳ اردیبهشت (۱۳۹۵)
۳. ۸- ماهنامه نامه آینده‌پژوهی، شماره ۲۸، دی‌ماه (۱۳۹۴)
۴. ۹- شبکه‌های اجتماعی و فعالیت‌های تروریستی، دانشگاه اطلاعات و امنیت ملی؛ تهران (۱۳۹۷)

منابع لاتین

1. advtn.go.org/article/2497
2. usv. muhammed mubayyi, emadedin muntasser, and Samir al monala, criminal action no.05-40026-fds (2007), exhibit 514a, transcript of phone conversation on 27 january 1996.
3. Similarly, the current us national strategy for combating terrorism states that: (2008) harmony and disharmony, 51-52
4. P. Cruickshank and t. lister (2013), al qaeda calling? Cnn security clarence blog (8 august)

5. Adam gadhan lashes out against al-quaeda affiliates, jihadist forums. see central isis online (9may 2012)
6. F. kholmman interviewed in sshane (2011), radical cleric still speaks on yotube, (4 march)
7. See weimann(n13)
8. Subcommittee on counterterroisim and in intelligence of the committee on homeland security, ssubcommittee on counter –terrorism and intelligence (2011), jihadist use of social media: how prevent terorrisim and preserve innovation,112th congress, first session(6december2011)
9. <https://twitter.com/alemarahweb> following siz accurate when accessed on6 march 2013
10. Friedman, uri (2011). usa officials may take action again al-shababs twitter account, foreign polllicy
11. http://article.irna.ir/fa/c1_2599
12. cyberspace-ot.blog.ir/1393/07/24/
13. <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1395/02/13/1064401/>
14. www.iran-futures.org/
15. Media, Culture and Human Violence/ Jeff Lewis
16. [http://www.slate.com/articles/technology/technocracy/twitter of terror.](http://www.slate.com/articles/technology/technocracy/twitter_of_terror)
17. u.s. officials may take action again al-shabab s twitter account.
18. [http://blog.adl.org/extremism/isis-faces-resistance-from-social-media companies.](http://blog.adl.org/extremism/isis-faces-resistance-from-social-media-companies)
19. See.<http://www.youtube.com.uk/t/community-guidelines>.
20. J. hayward (2012),if I wanted America to fail,human events(Monday,23 april,9:45am)
21. [www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachme nt-data/file/440450/how](http://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/440450/how)
22. Facebook terrorism investigation, the advertiser (5 april2008,10 march 2009)
23. Franceesa bosco, terrorist use of the internet.and societal dynamics112(39) (2013), pp.39-46

واکاوی وب سیاه در فضای مجازی ایران

محمد رضا رسولی^۱

ساجده ظهیری^۲

چکیده

از زمانی که جرائم تنها به صورت رو در رو و عیان رخ می‌دادند و در صورت نیاز به ارتباطات میان مجرمان تنها باید از راه‌های سنتی و قابل پیش بینی اقدام می‌کردند، مدت زمان زیادی نگذشته است. امروزه ارتباطات اینترنتی، علی‌الخصوص وب سیاه که قابل دسترسی برای کاربران عادی نیست این ارتباطات را ساده کرده است. این تحقیق با هدف واکاوی وب سیاه در فضای مجازی ایران صورت گرفته است. از نظر دسته‌بندی تحقیقات برحسب هدف یک تحقیق کاربردی می‌باشد، از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی- غیرآزمایشی است و در میان انواع روش‌های تحقیق توصیفی در زمره مطالعه موردی قرار گرفته است. جامعه آماری تحقیق برای پرسشنامه تعداد ۱۰ نفر از خبرگان برای پرسشنامه‌ها را شامل شده است که پرسش‌نامه خبرگان در میان آن‌ها پخش شد. بر اساس مطالعات صورت گرفته معیارهای اصلی تحقیق شامل دانش، محیط، مردم، فرایند، تجهیزات و زیرساخت‌ها و مدیریت می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از رویکرد ANP-DEMATEL صورت گرفته است. بر اساس نتایج تحقیق اثبات شد، معیار " کلاه برداری" با وزن نهائی ۰.۵۱۴ در اولویت اول میان معیارها و تأثیرپذیرترین معیار، زیرمعیار "وجود بازارهای مواد مخدر رمزگذاری شده" با وزن نهائی ۰.۱۰۱۱ در اولویت اول میان زیرمعیارها و "مواد مخدر" بیشترین تأثیرگذاری و تعامل را در میان معیارها داشته است.

۱ گروه علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

(نویسنده مسئول). rasouli@yahoo.com

۲ کارشناسی ارشد گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران،

ایران. Sazahiri@yahoo.com

واژگان کلیدی: وب سیاه، فضای مجازی، قاچاق، مواد مخدر، رویکرد

MCDM

مقدمه

در سال‌های اخیر، اینترنت به یک پدیده وسیع جهانی مبدل گشته است. امروزه، تکنولوژی مردم را از سرتا سر جهان به گونه‌ای به همدیگر متصل می‌کند که قبلاً امکان‌پذیر نبود (کتانچی و پورقهرمانی، ۱۳۹۸). اینترنت مجموعه‌ای از شبکه‌های بسیاری است که از اتصال رایانه‌ها، سرورها و یا هر دستگاه دیگری به یکدیگر ایجاد شده و یک شبکه مستقل را تشکیل می‌دهد. اتصال شبکه‌ها در اینترنت از طریق شبکه گسترده جهانی صورت می‌گیرد و به دو بخش وب سطحی با آشکار و وب عمیق با پنهان تقسیم می‌شود (چرتف، ۲۰۱۷). وب سطحی بخش کوچکی از اینترنت (در معنای عام) را تشکیل می‌دهد که در آن محتوای سایت‌ها به راحتی توسط موتورهای جستجو مانند گوگل، یاهو و.. فهرست می‌شود و دسترسی به آنها توسط مرورگرهای استاندارد صورت می‌گیرد، در حالی که محتوای وب پنهان که ۹۰ درصد حجم انتقال و ترافیک داده‌ها را به خود اختصاص می‌دهد توسط موتورهای جستجو قابل طبقه‌بندی محتوایی و موضوعی نیست (گرینبرگ، ۲۰۱۴). فضای مجازی شامل دو قسمت آشکار و پنهان است، اینترنت آشکار از موتورهای جستجوی بزرگ چون یاهو و گوگل در دسترس می‌باشند، اینترنت پنهان شامل اینترنت عمیق است که تخمین زده می‌شود حدود ۹۶ درصد از WWW را تشکیل دهد. انجام تبادلات تجاری غیرقانونی، اصلی‌ترین دلیل شکل‌گیری اینترنت عمیق است و دسترسی به آن به سادگی انجام نمی‌گیرد (نزه و همکاران، ۲۰۲۰). در اینترنت عمیق زیرمجموعه‌ای که بیشتر برای اهداف غیرقانونی استفاده می‌شود وب سیاه یا نت سیاه است (لکومی، ۲۰۱۷).

3 Chertoff

4 Greenberg

5 Nizah et al.

6 Lakomy

درون وب پنهان، یک فضای مخفی شده به نام وب تاریک وجود دارد، که از طریق روش‌های استاندارد مرور وب، قابل دسترس نیست. این فضا که بر مبنای شبکه مسیریابی پیازی توسعه یافته، متشکل از وب سایت‌های است که برای عموم قابل مشاهده است اما آدرس آی پی آنها مخفی و پنهان می‌باشد. کاربران به کمک موتورهای جستجوی معمول نخواهند توانست این سایت‌ها را جستجو و پیدا کنند، بلکه با نرم افزارهای خاص، تنظیمات ویژه و یا حتی در برخی موارد تنها با داشتن نشانی وب که عموماً از پروتکل‌های عادی تبعیت نمی‌کند، می‌توانند به این وب سایت‌ها دسترسی داشته باشند (قناد و اسلامیان کویایی، ۱۳۹۹). استفاده از وب سیاه در اکثر مواقع با اهداف غیرقانونی صورت می‌گیرد که برخی از این اهداف شامل جعل اسناد، قتل، فروش مواد مخدر، خرید و فروش مواد منفجره و سلاح، سرقت هویت و پول‌های تقلبی می‌باشد (کوالیروس و همکاران، ۲۰۲۱). برای تشکیل باندها و شبکه‌های قاچاق بین‌المللی مواد مخدر و روانگردان‌ها استفاده می‌شود. شاید مهم‌ترین بعد وب سیاه این مورد باشد که مجرمان مواد مخدر و روانگردان‌ها در استفاده از این کارکرد، بر اعمال مجرمانه خود سایه انداخته و از تیررس مبارزان این تجارت در امان می‌مانند؛ چرا که دسترسی به اطلاعات این افراد که از طریق کارکردهای وب سیاه به تجارت خود می‌پردازند، عملی غیرممکن تلقی می‌شود (قربانی، ۱۳۹۸). در واقع اینترنت و شبکه گسترده وب جهانی بسیار بزرگتر از چیزی است، که از طریق مرور منظم مشاهده می‌شود. اینترنت و کاربران آن به دلیل کاربردهای نوظهور فناوری اطلاعات (IT) به سرعت در حال رشد بوده و انتظار می‌رود این روند همچنان ادامه یابد. با این حال، رشد سریع اینترنت، سوء استفاده را مستعد کرده و فضای مجازی در سراسر جهان را با تهدید و چالش مهمی مواجه نموده است. شمار زیادی از مجرمان سایبری سعی می‌کنند هر روز اقدامات غیرقانونی برای دستیابی به داده‌های غیرمجاز از طریق اینترنت انجام دهند. اکثر کاربران اینترنت از طریق مرورگرهای عادی مانند Internet Explorer، Firefox، Chrome به شبکه اینترنت دسترسی پیدا می‌کنند، به آن قسمت از وب که توسط یک مرورگر عادی

قابل دسترسی می‌باشد، سطح وب گفته می‌شود. با این حال، بخش بزرگی از مطالب در وب عمیق پنهان مانده است. به عبارتی موتورهای جستجوگر مدرن فقط بخش بسیار کمی از وب را فهرست می‌کنند و مقدار زیادی از مطالب وب همان‌طور که در وب عمیق پنهان می‌شوند. اصطلاح وب تاریک بخشی از وب عمیق است که مورد هدف اکثر مجرمان سایبری قرار گرفته است و آنها در داخل سایت‌های تاریک وب، فعالیت‌های جنایی انجام می‌دهند (داکنها و همکاران^۸، ۲۰۲۰). به‌رغم تفاوت‌های موجود در رویکرد این پژوهش‌ها، محور اصلی همه آنها یافتن راهکارهایی عملی برای ارتقای سطح دسترسی پذیری اطلاعات در این شبکه و سهولت بازیابی است (پرفکت و همکاران^۹، ۲۰۱۹).

از آنجا که به دلیل گستردگی بی‌وقفه اطلاعات موجود در شبکه جهان‌گستر وب هرگونه برآوردی حتی نسبی از حد و مرز این محیط خیلی زود کهنه و قدیمی می‌شود، این رقم می‌تواند بیشتر یا کمتر از ۲۰ درصد باشد. آنچه که در اینجا بیش از صحت یا نادرستی این رقم اهمیت دارد، واقعیتی است که هم اکنون در وب به وجود آمده و حجم عظیمی از اطلاعات را برای کاربران، دسترس ناپذیر ساخته است (یو و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۹).

منابع اطلاعاتی متنوعی در وب وجود دارند که تنها به دلیل محدودیت تکنولوژیکی یا مالی موتورهای جستجو، از حوزه کاوش آنها و در نتیجه از دسترسی کاربران دور مانده‌اند (هاتا^{۱۱}، ۲۰۲۰). براساس تخمین‌های صورت گرفته، شبکه تاریک وب تقریباً ۵۰۰ برابر بزرگتر از شبکه جهانی وبی است که کاربران به صورت روزانه از آن بهره می‌برند و همچنین این شبکه تقریباً به‌طور کامل مخفی می‌باشد (گودمن^{۱۲}، ۲۰۱۶). مطابق گزارش مرکز مبارزه با جرایم سایبری استرالیا، اصطلاح جرایم سایبری به جرایمی مربوط می‌شود که به رایانه‌ها یا دستگاه‌های دیگر هدایت

8 daCunha et al.

9 Perfect et al.

1 Yuet al. 0

1 Hita 1

1 Godman 2

می شوند و در آنجا رایانه‌ها یا سایر دستگاه‌ها برای جرائم ضروری هستند. این تعریف به طور گسترده انواع فعالیت‌های انجام شده توسط مجرمان سایبری را تعریف می‌کند که عملیات آنها یا با توسعه و به کارگیری اشکال مختلف نرم افزارهای مخرب (مانند ویروس) شبکه‌های رایانه‌ای خاص را هدف قرار داده و یا از این شبکه‌ها برای پیشبرد برنامه‌های جنایی خود (فیشینگ، سرقت هویت، کلاهبرداری، استخدا و غیره) بهره‌برداری می‌کنند (اسلام و اوزکایا^{۱۶} ۲۰۱۹).

همچنین در دارک وب فروشگاه‌های خاصی در حال فعالیت هستند که اصطلاحاً فروشگاه‌های دارک نت نامیده می‌شوند که عمده محصولات این فروشگاه‌ها مواد مخدر، سلاح‌های گرم، اعضای بدن انسان و... می‌باشد و پرداخت‌ها در فروشگاه‌های فوق معمولاً از طریق پول مجازی (مثل بیت کوین) انجام می‌گیرد (حسین آبادی و حسنی، ۱۳۹۹). در واقع دارک وب یک محیط اینترنتی امن برای خلافکاران می‌باشد که از طریق آن می‌توانند به گسترش شبکه‌های غیرقانونی خود پرداخته و به نوعی به پول بیشتر دست یابند و فروشگاه‌های دارک وب دقیقاً همانند فروشگاه‌های معمول در وب می‌باشند و به همان شیوه اداره می‌شوند، منتها در این فروشگاه‌ها معمولاً موارد غیر قانونی فروخته می‌شود (مقدمی اصل، ۱۳۹۶). کاربران وب تاریک کسانی هستند که به دنبال انتقال و دریافت اطلاعات هستند، به گونه‌ای که احتمال آشکار سازی و شناسایی آن فعالیت‌ها، بسیار کم باشد. امروزه بزهکاران می‌توانند بر بی نام و نشان بودن فضای وب تاریک تکیه کنند و از این خدمات برای مراقبت و پایش تحت وب استفاده کنند و از آن طریق به عملیات‌های مد نظر خود بپردازند. بنابراین، عدم قابلیت رهگیری عملکرد در وب تاریک، می‌تواند به عنوان یک پوشش در برابر تشخیص مجرمان و سوداگران مجازی مورد استفاده آنها قرار بگیرد (جواهری، ۱۳۹۵). فعالیت‌های جنایی متعددی در شبکه‌های عمیق در حال انجام است از جمله می‌توان به معامله با مواد مخدر (خرید و فروش)، قرارداد ترور، صنعت پورنوگرافی از جمله پورنوگرافی کودکان، فروش اعضای بدن انسان، قاچاق انسان و قاچاق برده‌های جنسی، معاملات حمل غیرقانونی اسلحه، فروش انواع مواد مخدر،

کالاهای به سرقت رفته، فروش اطلاعات هویتی سایبری هک شده، فعالیت‌های تروریستی و موارد دیگر اشاره کرد (امورس و پاگانینی، ۲۰۱۴). جرایم ارتكابی در وب تاریک یکی از مهم‌ترین و در عین حال پیچیده‌ترین نوع جرایم در اقصی نقاط جهان می‌باشد، که عمدتاً با هدف تحصیل منافع مادی و مالی و در برخی موارد با اهداف ایدئولوژیک، سیاسی و کسب قدرت به وقوع می‌پیوندد. این گونه جرایم را می‌توان منسجم‌ترین و قوی‌ترین ساختار باندهای مجرمانه تلقی نمود (پور اسمعی و همکاران، ۱۳۹۵) که این مسأله می‌تواند اهمیت توجه به شبکه‌های وب تاریک را نمایان سازد. از طرفی رشد فعالیت‌ها و اقدامات مجرمانه گروه‌های سازمان یافته در بستر وب عمیق و دارک وب، تبعات سوء و اثرات منفی بر امنیت عمومی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی کشور در پی دارد، امروزه مسئله وب تاریک و جرایم مرتبط با آن به یک معضل اساسی برای بسیاری از کشورهای جهان تبدیل شده است. خصوصیات و ویژگی‌های خاص این جرایم موجب می‌شود که هیچ کشوری نتواند خود را از تبعات و آثار سوء آن م‌صون بداند از طرفی تأثیر این بستر در افزایش ارتكاب سایر جرایم مانند قتل و مواد مخدر بسیار زیاد می‌باشد. لذا با توجه به اهمیت موضوع فوق، این تحقیق به دنبال شناسایی و رتبه بندی تهدیدات وب تاریک با استفاده از تکنیک تصمیم‌گیری چندمعیاره می‌باشد. با این تفاسیر با توجه به اهمیت تهدیدات وب سیاه در فضای مجازی ایران و تأثیرگذاری آن بر جرائم موجود در جامعه، در این مقاله به شنا سایی و اولویت‌بندی تهدیدات موجود در وب تاریک پرداخته خواهد شد. بر این اساس پیش از این نیز تحقیقاتی در این زمینه انجام دادند.

رحمان زاده و همکاران (۱۴۰۰) به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی مانند فضای واقعی نیازمند فرهنگ است. ضروری است به این فناوری با نگاه فرصت‌سازی نگریست و علاوه بر آموزش‌های لازم به کاربران برای ورود به فضای شبکه تاریک، سیاست‌های فرهنگی جامعه برای استفاده صحیح از آن را تطبیق داده تا کمتر شاهد آسیب‌پذیری در این زمینه باشیم. حسین آبادی و حسینی (۱۳۹۹)، با رویکرد کاربردی و روش کیفی و با بهره‌گیری از ابزارهایی مانند مطالعات اسنادی،

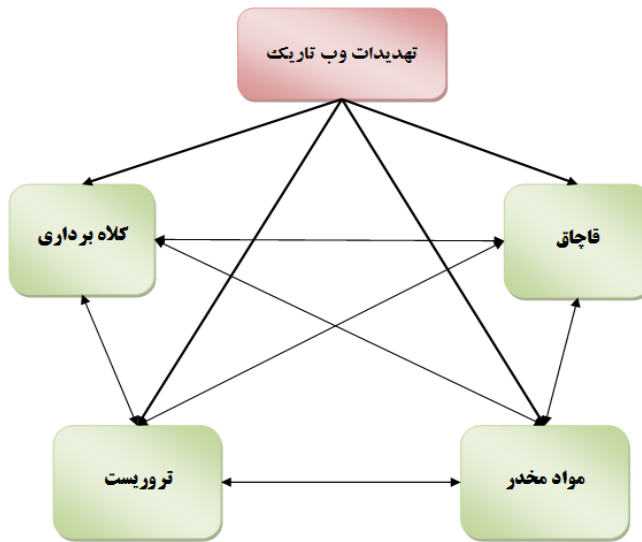
کتابخانه‌ای و برر سی سوابق، برر سی تحلیلی اخبار، م صاحبه با خبرگان و تحلیل محتوا سعی گردیده تا ابتدا تعاریف کلی از اصطلاحات تخصصی و پرکاربرد، چگونگی شکل‌گیری دارک وب و خصوصیات آن ارائه گردد و سپس به انواع جرایم ارتكابی در بستر وب تاریک، بازارها و سایت‌های معروف در این بستر، کالاها و خدمات غیرقانونی و مجرمانه ارائه شده در این حوزه و تکنیک‌هایی برای یافتن مجرمان در وب عمیق، پرداخته شده است. قناد و اسلامیان کویابی (۱۳۹۹)، سعی گردید ضمن تبیین و توصیف فضای کلی حاکم بر وب تاریک، چگونگی ساختار بندی و جریان سازی فعالیت مردم تا ساماندهی نظام مند تحت نظارت دولت‌ها مورد بررسی قرار گیرد تا در نهایت از طریق مدل مسیریابی پیازی (تر) به ارائه راهکارها و وضع سیاست‌های مؤثر که مقدمه‌ای بر افزایش آگاهی و بهبود عملکردهاست پرداخته شود. قربانی (۱۳۹۸)، نشان داد که با توجه به عملکرد وب تاریک، فضای سایبری نقش مؤثری در گسترش جرائم مواد مخدر و روان گردان‌ها داشته است که لازم است مدیریت فضای سایبر دستخوش تغییرات اساسی شود. فتاحی (۱۳۹۷)، در تحقیق خود قانون جرایم رایانه ای مصوب ۱۳۸۸ را توضیح داد که به این نکته اشاره کرد که این مجموعه قوانین یکی از کامل‌ترین قوانین در زمینه جرایم مربوط به فضای مجازی و رایانه‌ای می باشد. کرد علیوند و میرزایی (۱۳۹۷)، به این نتیجه رسیدند که بزهکاری سایبری از پویایی خیره کننده‌ای برخوردار است. رفتارهای مجرمانه در این نوع بزهکاری متنوع و پویا هستند؛ برخی از آنها کاملاً نو و برخی دیگر همان جرایم متداولی هستند که در بستر سامانه و شبکه‌های اطلاعاتی به شکلی دیگر ارتكاب پیدا می کنند. در گونه شناسی جرایم سایبری از معیارهای مختلفی چون نقش سامانه و شبکه‌های اطلاعاتی در پیدایش و گسترش جرایم (به عنوان پشتوانه و یا وسیله ارتكاب جرم)، موضوع و محتوای جرایم سایبری و یا تلفیقی از این معیارها استفاده می شود.

کوالیروس و هم‌کاران^۵ (۲۰۲۱)، بیان کردند با فعالیت های تاریک و جنایتکارانه‌ای که در وب اتفاق می‌افتد مرتبط است. با این حال، کاوش در بخش

مجرمانه‌ی آن مانند کاوش در فعالیت‌های مجرمانه یک شهر یا جامعه به لحاظ تجاری، فرهنگی، اجتماعی و سایر جنبه‌ها حائز اهمیت است لذا ایشان در مطالعات خود به بررسی کاربردهای اینترنت سیاه و علل و انگیزه‌ی استفاده کنندگان از آن پرداختند. چیلدز و همکاران^۶ (۲۰۲۱)، به این نتیجه رسیدند که بازیگران از طریق نرمال سازی گسترده‌تر جامعه در استفاده / تأمین شاهدهانه، اتخاذ برنامه‌های پیام رمزگذاری شده رمزگذاری شده برای پوشاندن "ردیابی‌های دیجیتالی" و ایجاد روش‌های مختلف برای ایجاد اعتماد با شریک مبادله، خطرات ادراکی موجود در این بستر وب سطحی را خنثی می‌کنند و آنها با جلب توجه به بازارهای رمزنگاری وب سیاه به صورت سطحی، وب شفاف، درک از تعداد روزافزون بازارهای مواد مخدر غیرقانونی را گسترش می‌دهد. آنها پیامدهای نظری برای مطالعه اعتماد و خطر در مبادلات آنلاین داروهای غیر قانونی آنلاین نیز در نظر گرفته‌اند. نزاه و همکاران^۷ (۲۰۲۰)، در مقاله خود جنایات وب تاریک، پیامدهای آن و راه‌حل‌های بالقوه را با استفاده از مرور ادبیات تجزیه و تحلیل و جمع‌آوری نمودند و تهدیدات وب تاریک را به چهار دسته قاچاق، مواد مخدر، کلاه برداری و تروریست تقسیم‌بندی کردند و روش‌های اجباری و همچنین مانورهای آینده برای کاهش تهدیدات جنایی ارزیابی کردند. آنها از روش بررسی منظم ادبیات (SLR) جهت ارائه جهت و جنبه تهدیدات جنایی در حال ظهور در وب تاریک برای محققان و متخصصان در زمینه امنیت سایبری استفاده کردند. ژانگ و چو^۸ (۲۰۲۰)، دریافتند که یکی از تهدیدات این فضا، کاربرد آن برای دسترسی ناشناس به خدمات پنهان و غیر قانونی اینترنتی از قبیل کیف پول Bitcoin، اطلاعات ایمیل کاربران دیگر، تصاویر خصوصی و ... است که مأموران اجرای قانون را برای ردیابی هویت مجرمان اینترنتی با مشکل روبه‌رو می‌کند. نهایتاً از اطلاعات به دست آمده در تحقیقات ایشان به منظور ارائه‌ی چارچوبی در خصوص شناسایی تهدیدات فضای وب تاریک به منظور کمک به تجزیه و تحلیل جنایات و رفتار جنایتکاران در وب تاریک استفاده گردید.

1	Gilds et al.	6
1	Nizah et al.	7
1	Zhang & Chow	8

در این تحقیق تهدیدات وب تاریک را بر اساس مدل و معیارهای نراه و همکاران (۲۰۲۰) مورد بررسی قرار داده، بنابراین معیارهای تحقیق شامل چهار معیار قاچاق، کلاه برداری، مواد مخدر و تروریست می‌باشد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق، منبع. (نراه و همکاران، ۲۰۲۱)

پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به سؤالات زیر است:

۱. معیارها و تهدیدات اصلی وب تاریک کدامند؟
۲. زیرمعیارهای هر معیار و خرده تهدیدات موجود در وب تاریک کدامند؟
۳. روابط درونی میان معیارهای وب تاریک به چه صورت بوده و این تهدیدات تا چه میزان بر هم تأثیر دارند؟
۴. رتبه بندی تهدیدات موجود در وب تاریک به چه صورت است؟

روش

پژوهش حاضر بر حسب نوع روش، توصیفی-تحلیلی و از لحاظ نوع هدف، کاربردی است. روش گردآوری اطلاعات مبتنی بر روشهای اسنادی (کتابخانه‌ای)، مشاهده (مطالعات میدانی) و مستندسازی می‌باشد. در بخش تحلیل، از تکنیک تلفیقی DELPHI-ANP-DEMATEL برای ارزیابی استفاده شده است. در این راستا، ابتدا یک مدل سه سطحی از هدف، معیارها، زیر معیارها ارائه گردید. لازم به ذکر است جهت تعیین معیارها و زیر معیارهای موجود در مدل، از مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای استفاده شده است.

جدول ۱- معیارها و زیرمعیارهای تحقیق

معیار	زیرمعیار	منبع
قاچاق	قاچاق داروهای خاص	نزاه و همکاران (۲۰۲۰)، چریستین و همکاران (۲۰۱۳)
	قاچاق سلاح	
	قاچاق جواهرات	
	اجناس مسروقه	
کلاه برداری	تبانی با سیاست مداران و پلیسان فاسد	نزاه و همکاران (۲۰۲۰)، دیلی ^۱ (۲۰۱۳)
	دسترسی و سرقت اطلاعات طبقه بندی شده	نزاه و همکاران (۲۰۲۰)، گنوا ^۲ (۲۰۱۷)
	تجارت خدمات مخفی	نزاه و همکاران (۲۰۲۰)، مور و رید (۲۰۱۳)
	معاملات غیر قابل ردیابی	نزاه و همکاران (۲۰۲۰)، لین ^۴ (۲۰۱۳)

2	Cristin et al.	0
2	Dily	1
2	Gneva	2
2	More & Rid	3
2	Lane	4

منبع	زیر معیار	معیار
بک من ^۵ (۲۰۱۳)	تبادل بیت کوین	
فنوسه و رابینسون ^۶ (۲۰۱۸)	پولشویی	
نزاه و همکاران (۲۰۲۰)، آلدریج و همکاران ^۷ (۲۰۱۶)، بارات و همکاران ^۸ (۲۰۱۶)، مدوکس و همکاران ^۹ (۲۰۱۶)، آلدریج و همکاران ^{۱۰} (۲۰۱۴)، تسیکردکیس و همکاران ^{۱۱} (۲۰۱۴)	سیگار در بازار سیاه تجارت مواد مخدر با در نظر داشتن ناشناس بودن وجود بازارهای مواد مخدر رمز گذاری شده	مواد مخدر
نزاه و همکاران (۲۰۲۰)، لایتفوت و پسپسیل ^{۱۲} (۲۰۱۷)، بتس ^{۱۳} (۲۰۱۶)، ویمن ^{۱۴} (۲۰۱۶)، میناس ^{۱۵} (۲۰۱۲)، ژنگ و همکاران ^{۱۶} (۲۰۱۳)، ژو و همکاران ^{۱۷} (۲۰۰۶)	تبلیغات و گسترش انگیزه‌های منفی گروه‌های تروریستی استخدام و جذب نیرو آموزش تغییر فرماندهی و ابلاغ دستورات و نقشه‌ها	تروریست
نزاه و همکاران (۲۰۲۰)، توکر ^{۱۸} (۲۰۱۵)	درخواست پول برای کمک و حمایت انتقال اطلاعات و ارتباطات	

2	Bckman	5
2	Fanusie & Robinson	6
2	Aldridge et al.	7
2	Biratt et al.	8
2	Mddox et al.	9
3	Aldridge et al.	0
3	Tikerdekis et al.	1
3	lightfoot and Pospisil	2
3	Btes	3
3	Vimann	4
3	Minas	5
3	Zeng et al.	6
3	Xuet al,	7
3	Ticker	8

منبع	زیر معیار	معیار
نزاه و همکاران (۲۰۲۰)، چرتف و همکاران ^۹ (۲۰۱۵)	استخدام جنایتکاران	

بر این اساس با مرور عمیق مطالعات پیشین معیارها و زیرمعیارهای جدول ۱ استخراج گردید، که زیرمعیارهای تبادل بیت کوین با نظر خبرگان حذف شد، زیرمعیارهایی چون قاچاق انسان، فروش اعضای بدن، خرید و فروش تجهیزات غیرمجاز نظیر گنج یاب، سانتریفیوژهای دور بالا، موتورهای دور بالا و ... خرید و فروشی اطلاعات دولتی محرمانه سری، جرایم جنسی، برقراری گروه‌های جدائی طلبانه و برنامه‌ریزی انقلاب‌های رنگی با استفاده از نظر خبرگان اضافه شدند و آموزش با نظر خبرگان تبدیل به آموزش نیروهای گروه‌های تروریستی شد.

سپس به منظور انجام مقایسات زوجی و تعیین وابستگی‌های بین معیارها و زیرمعیارها، پرسشنامه‌های طراحی شده کارشناسان فضای مجازی توزیع گشت. با اشاره به این نکته که تعداد خبرگان به عنوان مصاحبه شونده نباید زیاد باشد در کل ۵ الی ۱۵ نفر را پیشنهاد می‌کنند (سرافرازی و همکاران، ۱۳۹۳). در نتیجه تعداد ۱۰ نفر از کارشناسان فضای مجازی به عنوان نمونه مورد بررسی استفاده شده‌اند. در ادامه جهت تحلیل داده‌ها (اطلاعات به دست آمده از پرسش‌نامه‌ها) و اولویت بندی معیارها و زیرمعیارها، از نرم افزار Super Decisions استفاده شده است.

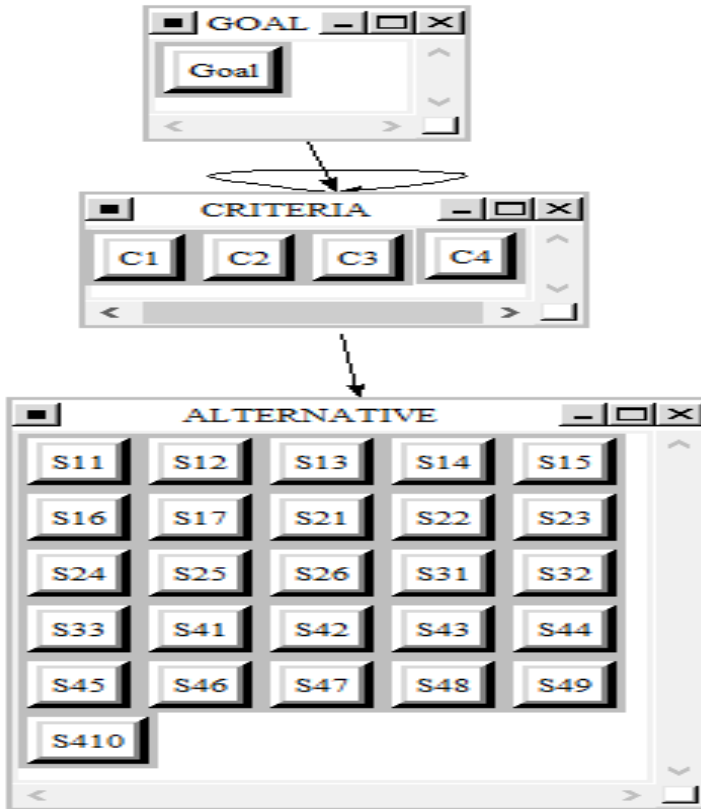
با عنایت بر مطالب گفته شده، به دنبال پاسخ به این هدف که چه زیرمعیارهایی مرتبط با اهداف واکاوی وب سیاه در فضای مجازی ایران بر اساس نظر خبرگان با استفاده از روش DEMATEL- ANP پرداخته است. فرایند تحلیل شبکه‌ای، چارچوبی اجرایی برای تحلیل‌های عمومی و همکاری در تصمیم‌گیری‌ها ارائه می‌نماید (توزکایا و همکاران: ۲۰۰۸). همچنین برای بررسی روابط درونی از تکنیک دیمتل استفاده شده است. در این تحقیق تکنیک دیمتل به عنوان زیر

سیستمی از سیستم بزرگتری چون ANP برای تعیین جهت روابط درونی میان معیارها است. مراحل تکنیک دیمتل شامل تشکیل ماتریس ارتباط مستقیم (M)، نرمال کردن ماتریس ارتباط مستقیم، محاسبه ماتریس ارتباط کامل و ایجاد نمودار علی می باشد (سرافرازی و همکاران، ۱۳۹۳).

روایی پرسشنامه تحقیق با استفاده از تکنیک دلفی و پایایی آن با محاسبه نرخ ناسازگاری محاسبه شد.

یافته‌ها

در این مرحله اول معیارها و زیرمعیارهای اهداف واکاوی وب سیاه در فضای مجازی ایران با مطالعه مبانی نظری و بررسی سوابق موضوع، تعیین و میان هر یک از این عوامل توسط گروهی از متخصصین مشخص شد. مدل شبکه‌ای این پژوهش که یک مدل به شرح شکل ۱ می باشد، ارائه می شود که در سطح اول هدف پژوهش، در سطح دوم بر اساس مطالعات پیشین ۴ معیار در نظر گرفته شد و در سطح سوم ۲۶ زیرمعیار باقی مانده در دلفی معیارها با استفاده از تکنیک دلفی زیرمعیارها با در نظر گرفتن نظر خبرگان باقی ماندند و برای مراحل بعدی تجزیه و تحلیل در نظر گرفته شدند. در مرحله دوم به تعیین وزن هر یک از معیارها و زیر معیارها نسبت به یکدیگر پرداخته می شود. با توجه به ارتباط میان شاخص‌ها، مقایسات زوجی معیارها نسبت به یکدیگر بر اساس مقیاس ۹ کمیتی ساعتی توسط متخصصین انجام می گیرد. پس از تعیین ضریب اهمیت معیارها و شاخص‌ها نسبت به یکدیگر، ماتریس‌های مقایسات زوجی مطابق شکل ۱ در نرم افزار Super Decisions وارد می شوند.



شکل ۱- نمودار ANP اولویت شاخص‌ها در نرم افزار سوپردسیژن

در مرحله سوم، تحلیل یافته‌های حاصل از مدل به دست می‌آید، محاسبات حاصل از به‌کارگیری نرم افزار Super Decisions نشان می‌دهد.

جدول ۲- ماتریس مقایسه زوجی معیارهای اصلی پژوهش

بردار ویژه	میانگین هندسی	تروریست	مواد مخدر	کلاه برداری	قاچاق	
۰,۲۴۳	۱,۱۷۷	۲,۴۵۶	۲,۰۸۴	۰,۳۷۵	۱	قاچاق
۰,۵۱۴	۲,۴۸۹	۳,۷۸۶	۳,۸۰۱	۱	۲,۶۶۷	کلاه برداری
۰,۱۱۰	۰,۵۳۱	۰,۶۲۸	۱	۰,۲۶۳	۰,۴۸۰	مواد مخدر
۰,۱۳۳	۰,۶۴۳	۱	۱,۵۹۳	۰,۲۶۴	۰,۴۰۷	تروریست

معیار "کلاه برداری" با وزن نرمال شده ۰,۵۱۴ در اولویت اول، معیار "قاچاق" با وزن نرمال شده ۰,۲۴۳ در اولویت دوم، معیار "تروریست" با وزن نرمال شده ۰,۱۱۳ در اولویت سوم و معیار "مواد مخدر" با وزن نرمال شده ۰,۱۱۰ در اولویت آخر قرار دارد.

C1		0.24300
C2		0.51400
C3		0.11000
C4		0.13300

شکل ۲- خروجی نرم افزار سوپر دسیژن اولویت معیارهای اصلی بر اساس هدف

به همین ترتیب زیرمعیارهای هر معیار نیز بر اساس نظر خبرگان رتبه بندی شده و وزن نسبی آن‌ها به دست می‌آید.

در تکنیک دیمتل، پس از محاسبه ماتریس ارتباط مستقیم و ارتباط مستقیم نرمال برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل ابتدا ماتریس همانی (I) تشکیل می‌شود. سپس ماتریس همانی منهای ماتریس نرمال شده و ماتریس حاصل معکوس می‌شود. در نهایت ماتریس نرمال در ماتریس معکوس ضرب می‌شود و مطابق جدول ۱ ماتریس کامل بدست می‌آید.

$$T = N \times (I - N)^{-1}$$

جدول ۳- ماتریس ارتباط کامل (T)

تروریست	مواد مخدر	کلاه برداری	قاچاق	T Matrix
4.404	4.410	4.468	4.248	قاچاق
4.662	4.603	4.475	4.741	کلاه برداری
4.849	4.532	4.872	4.873	مواد مخدر
4.389	4.575	4.703	4.667	تروریست

با توجه به الگوی روابط می‌توان نمودار علی را بر اساس جدول ۴ ترسیم کرد:

جدول ۴- الگوی روابط علی معیارهای اصلی

D-R	D+R	R	D	نماد معیار	معیار
-۱,000	36.058	18.529	17.529	C1	قاچاق
-0.037	36.998	18.518	18.481	C2	کلاه برداری
1.006	37.247	18.120	19.127	C3	مواد مخدر
0.030	36.638	18.304	18.334	C4	تروریست

در جدول ۴ جمع عناصر هر سطر (D) نشانگر میزان تأثیرگذاری آن معیار بر دیگر معیارهای مدل است. بر این اساس مواد مخدر از بیشترین تأثیرگذاری برخوردار است. جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل نشانگر میزان تأثیرپذیری آن عامل از سایر عامل‌های سیستم است. بر این اساس معیارهای قاچاق از میزان تأثیرپذیری بسیار زیادی برخوردار است. بردار افقی (D + R)، میزان تأثیر و تأثر عامل مورد نظر در سیستم است. به عبارت دیگر هرچه مقدار D + R عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد. بر این اساس معیار مواد مخدر بیشترین تعامل را با سایر معیارهای مورد مطالعه دارند. بردار عمودی (D - R)، قدرت تأثیرگذاری هر عامل را نشان می‌دهد. به‌طور کلی اگر D - R مثبت باشد، متغیر یک متغیر علی محسوب می‌شود و اگر منفی باشد، معلول محسوب می‌شود. در این مدل معیارهای قاچاق و کلاه برداری متغیر علی و معیارهای مواد مخدر و تروریست معلول هستند.

اولویت نهائی زیرمعیارها با اقتباس از سوپر ماتریس حد در جدول ۳ به ترسیم درآمده است.

جدول ۳- اولویت بندی نهایی زیرمعیارهای تحقیق

معیار	زیرمعیار	نماد زیرمعیار	وزن نهایی	رتبه نهایی	معیار	زیرمعیار	نماد زیرمعیار	وزن نهایی	رتبه نهایی
قاچاق	قاچاق داروهای خاص	S11	۰,۰۵۴۸	۶	مواد مخدر	سیگار در بازار سیاه	S31	۰,۰۹۸۳	۲
	قاچاق سلاح	S12	۰,۰۴۷۴	۸		تجارت مواد مخدر با در نظر داشتن ناشناس بودن	S32	۰,۰۵۰۲	۷

رتبه نهایی	وزن نهایی	نماد زیرمعیار	زیرمعیار	معیار	رتبه نهایی	وزن نهایی	نماد زیرمعیار	زیرمعیار	معیار
۱	۰,۱۰۱۱	S33	وجود بازارهای مواد مخدر رمز گذاری شده		۱۵	۰,۰۲۷۹	S13	قاچاق جواهرات	
۲۶	۰,۰۱۵۶	S41	تبلیغات و گسترش انگیزه‌های منفی گروه‌های تروریستی	تروریست	۱۹	۰,۰۲۱۵	S14	اجناس مسروقه	
۱۲	۰,۰۲۹۵	S42	استخدام و جذب نیرو		۹	۰,۰۳۲۸	S15	قاچاق انسان	
۲۲	۰,۰۱۸۸	S43	آموزش نیروهای گروه‌های تروریستی		۱۰	۰,۰۳۲۸	S16	فروش اعضای بدن	
۲۴	۰,۰۱۶۶	S44	تغییر فرماندهی و ابلاغ دستورات و نقشه‌ها		۱۱	۰,۰۳۲۸	S17	خرید و فروش تجهیزات غیرمجاز نظیر گنج یاب، سانتریفیوژهای دور بالا،	

واکاوی وب سیاه در فضای مجازی ایران // ۱۵۳

رتبه نهایی	وزن نهایی	نماد زیر معیار	زیر معیار	معیار	رتبه نهایی	وزن نهایی	نماد زیر معیار	زیر معیار	معیار
								موتورهای دوربالا و ...	
۲۱	۰,۰۱۹۶	S45	درخواست پول برای کمک و حمایت		۱۴	۰,۰۲۸۳	S21	تبانی با سیاستمداران و پلیس فاسد	کلاه برداری
۴	۰,۰۶۳۲	S46	انتقال اطلاعات و ارتباطات		۳	۰,۰۹۳۱	S22	دسترسی و سرقت اطلاعات طبقه بندی شده	
۲۵	۰,۰۱۶۲	S47	استخدام جنایتکاران		۲۰	۰,۰۲۱	S23	تجارت خدمات مخفی	
۱۳	۰,۰۲۸۴	S48	جرایم جنسی		۵	۰,۰۶۱	S24	معاملات غیر قابل ردیابی	
۱۷	۰,۰۲۳۸	S49	برقراری گروه‌های جدائی طلبانه		۱۶	۰,۰۲۵	S25	پولشویی	
۲۳	۰,۰۱۸۳	S410	برنامه ریزی انقلاب‌های رنگی		۱۸	۰,۰۲۱۸	S26	خرید و فروش اطلاعات دولتی محرمانه سری	

نتیجه گیری

هدف از انجام این واکاوی وب سیاه در فضای مجازی ایران می‌باشد. در اینترنت عمیق زیرمجموعه‌ای که بیشتر برای اهداف غیرقانونی استفاده می‌شود وب سیاه یا نت سیاه است. براساس نتایج تحقیق مشخص گردید، زیرمعیار " وجود بازارهای مواد مخدر رمز گذاری شده" در اولویت اول قرار دارد. یکی از بزرگترین مصارف تبهکارانه وب تاریک، استفاده از آن به عنوان بازار خرید و فروش مواد مخدر است، تا جایی که برخی استفاده کنندگان از این شبکه در بستر فضای سایبر، تا جایی پیش رفته‌اند در عین مخفی بودن اطلاعاتشان، هر ساله چندین نوع مواد مخدر و روانگردان جدید را از طریق این بستر معرفی و در برخی موارد نسبت به حمل و خرید و فروش آن اقدام می‌کنند. لذا به سازمان‌های مربوطه از قبیل پلیس فتا و پلیس مبارزه با مواد مخدر توصیه می‌گردد ضمن به کارگیری افراد مجرب در حوزه فضای مجازی، با تشکیل کارگروه‌ها و تیم‌های ویژه نسبت به شناسایی و پیگیری جرائم این چینی اقدام و آموزش‌های لازم جهت به روزرسانی دانش تیم عملیات سایبری در رابطه با روش‌های کشف و انهدام شبکه‌های قاچاق مواد مخدر در محیط وب تاریک را در نظر داشته باشند. ضمن آنکه ارائه آموزش‌های عمومی در رسانه‌های جمعی و تبلیغات محیطی در زمینه آشنایی خانواده‌ها با جرائم اینترنتی مواد مخدر و راه‌های مقابله با آن می‌تواند یاری رسان باشد. معیار "کلاه برداری" در اولویت اول قرار دارد. به دلیل عدم افشای اطلاعات افراد فعال در وب تاریک، شرایط برای بروز اقدامات مجرمانه و کلاهبرداری‌های مختلفی از جمله فساد و تبانی در سازمان‌های مختلف، سرقت اطلاعات مجرمانه، معاملات غیرقانونی، پولشویی و ... فراهم است. به همین منظور لازم است شرکت‌ها و سازمان‌های حیاتی تحت نظر مراکز امنیت سایبری فعالیت نمایند و با رصد مداوم این فضا و تدوین سیاست‌های مقابله‌ای، فرصت را برای بروز هر گونه فساد و کلاه برداری از بین ببرند. ضمن آنکه به جای اینکه به وب تاریک به چشم یک تهدید غیرقابل کنترل نگاه شود، مؤسسات مالی می‌توانند با استفاده از وب تاریک به عنوان یک ابزار امنیت سایبری، وارد کار شوند و جلوی بروز موارد ضد امنیتی و کلاهبرداری را بگیرند. در هر صورت ارتکاب

کلاهبرداری سایبری تأثیر زیادی بر زیر ساخت‌های حیاتی و اداری کشور بر جا خواهد گذارد و با زیرسؤال بردن توانمندی‌های نظام قضایی و پلیس فتا عملاً منجر به کم اعتبار شدن دستگاه عدالت کیفری خواهد شد؛ لذا لازم است سرمایه‌گذاری‌های لازم در حوزه امنیت سایبری ارگان‌های حیاتی کشور و نیز امنیت اطلاعات مالی و شخصی افراد جامعه صورت پذیرد و تعامل لازم در این خصوص بین دستگاه‌های اجرایی و قضایی کشور وجود داشته باشد. معیار "مواد مخدر" بیشترین تأثیرگذاری و تعامل را در میان معیارها دارا می‌باشد. لذا توصیه می‌گردد ضمن سرمایه‌گذاری برای تربیت مأمورین کارآمد در حوزه سایبری و کشف معاملات مواد مخدر؛ قوانین و مجازات‌های متنا سب با جرائم مذکور تدوین گردد و با خاطیان برخورد قاطع صورت پذیرد. همچنین با آموزش‌های اجتماعی و فرهنگ سازی، سطح شناخت و درک عمومی از مواد مخدر به عنوان یک تهدید ملی و مانع مهم رشد ارتقا یابد تا موجب همکاری دوجانبه مردم و دولت در روند مهار و کاهش سوء مصرف مواد و در نتیجه‌ی آن کاهش بازار مصرف توزیع کنندگان مواد مخدر در فضای وب تاریخ گردد. معیار "قاچاق" بیشترین تأثیرپذیری را در میان معیارها دارا می‌باشد. به طور کلی معقوله قاچاق در فضای وب تاریک، موضوعاتی همچون قاچاق دارو، اعضای بدن، سلاح، جواهرات، اجناس مسروقه، مواد مخدر و ... را در بر می‌گیرد. موفقیت در عرصه‌ی مقابله با قاچاق در فضای مجازی، همکاری در سطح بین‌المللی و نیز الگوبرداری و استفاده از تجربیات کشورهای موفق در این حوزه را می‌طلبد. به همین منظور لازم است علاوه بر تقویت روابط بین‌المللی و گسترش ارتباطات با پلیس اینترپل نسبت به اخذ آموزش و مشاوره از سایر کشورهای پیش‌گام در این حوزه اقدامات مناسب صورت پذیرد. به طور خلاصه لازم است پلیس فتا با اشراف اطلاعاتی بر فضای سایبری و مجازی، تکیه بر دانش فنی و تخصص، به کارگیری تجهیزات به روز و نوین

و ... در مسیر رشد و تعالی قرارگیرد و تقویت این پلیس در اولویت‌های کار نیروی انتظامی قرار گیرد.

در مقایسه با تحقیقات پیشین؛ حسین آبادی و حسینی (۱۳۹۹)، همانند تحقیق حاضر به این نتیجه رسیدند که جرایم مواد مخدر و قاچاق اعضای بدن و قاچاق از سان از جمله جرائم موجود در وب تاریک می‌باشد. قناد و اسلامیان کویایی (۱۳۹۹)، همانند تحقیق حاضر به این نتیجه رسیدند که تروریست و انقلاب‌های رنگین از جمله جرائم موجود در وب تاریک می‌باشد و پول شویی و تراکنش‌های مالی غیر قانونی از جمله جرائم موجود در وب تاریک می‌باشد. قربانی (۱۳۹۸)، همانند تحقیق حاضر به این نتیجه رسیدند که جرایم مواد مخدر از جمله جرائم موجود در وب تاریک می‌باشد. نزه و همکاران (۲۰۲۰)، همانند تحقیق حاضر تهدیدات وب تاریک را شامل چهار گروه قاچاق، کلاه برداری، مواد مخدر و تروریست دانستند.

منابع

۱. پور اسمعیلی، اصغر؛ مولایی، مهری؛ علیزاده گورادل، جابر؛ هاشمی، جواد؛ (۱۳۹۵) "رابطه صفات تیره شخصیت و خودافشاگری اینترنتی در دانشجویان" مجله دست آوردهای روان شناختی (علوم تربیتی و روان شناسی)، دانشگاه شهید چمران اهواز، دوره ۴، سال ۲۳، شماره ۲، صص ۱۵۷-۱۷۲.
۲. جواهری، مهدی؛ (۱۳۹۵) "تأثیر فضای مجازی بر افزایش مصرف مواد مخدر با تأکید بر وب پنهان" دو فصلنامه مطالعات مبارزه با مواد مخدر، دوره ۸، شماره ۳۱، صص ۶۳-۷۵.
۳. حسین آبادی، باقر؛ حسینی، فاطمه؛ (۱۳۹۹) "جرائم ارتكابی در بستر وب تاریک" نشریه کارآگاه، سال سیزدهم، شماره ۵۱، صص ۶۶-۹۲.
۴. رحمان زاده، سید علی؛ فضلعلی، زهرا؛ هاشم زهی، نوروز (۱۴۰۰) "تحلیل شبکه‌های اجتماعی پنهان آثار"، گستره جهانی و آینده آن در ایران. ۱. ۵ (۴): ۴۶۸-۴۶۲.
۵. سرافرازی، اعظم؛ ایزدیار، صدیقه؛ حبیبی، آرش (۱۳۹۳) "تصمیم‌گیری چند معیاره فازی" انتظارات سیمای دانش، آذر: رشت.
۶. فتاحی، مختار (۱۳۹۷) "بررسی عناصر تشکیل دهنده مادی و معنوی مصادیق جرایم رایانه‌ای" قانون یار، دوره ۲، شماره ۶، صص ۹۹ تا ۱۲۰.
۷. قربانی، ابراهیم؛ (۱۳۹۸) "تحلیل نقش ابعاد وب تاریک در گسترش جرائم مواد مخدر و روان‌گردان در فضای سایبر" فصلنامه پژوهش‌های اطلاعاتی و جنایی، دوره ۱۴، شماره ۱، پیاپی ۵۳، صص ۲۹-۵۴.
۸. قناد، فاطمه؛ اسلامیان کوپایی، سجاد؛ (۱۳۹۹) "شرح فضای کلی حاکم بر وب تاریک از فعالیت مردم تا حضور دولت‌ها" ششمین کنفرانس بین‌المللی وب پژوهی، جهاد دانشگاهی، دانشگاه علم و فرهنگ، دوره ۶.
۹. کتانچی، الناز؛ پورقهرمانی، بابک؛ (۱۳۹۸) "سیاست‌های نمادین معاهده جرایم سایبری شورای اروپا" فصلنامه مطالعات بین‌المللی، سال ۱۶، شماره ۲ (۶۲)، صص ۳۱-۴۷.
۱۰. کرد علیوند، روح‌اله؛ میرزایی، محمد (۱۳۹۷) "گونه‌شناسی جرایم سایبری با نگاهی به قانون جرایم رایانه‌ای و آمار پلیس فتا" حقوق دادگستری، دوره ۸۲، شماره ۱۰۲، صص ۱۹۱ تا ۲۰۷.

۱۱. مقدمی اصل، چپا؛ (۱۳۹۶) " بررسی دارک و دیپ وب و اتفاقات پشت پرده این دنیای مخفی اینترنتی " کنفرانس ملی رهیافت‌های نو در مهندسی برق و کامپیوتر.

منابع لاتین

1. Aldridge, J., & Décary-Hétu, D. (2014). Not an'Ebay for Drugs': the Cryptomarket'Silk Road'as a paradigm shifting criminal innovation. Available at SSRN 2436643.
2. Aldridge, J., & Décary-Hétu, D. (2016). Hidden wholesale: The drug diffusing capacity of online drug cryptomarkets. *International Journal of Drug Policy*, 35, 7-15.
3. Amores R., Paganini P.(2014), *The Deep Dark Web: The Hidden World*, Vol. 1. Seattle, WA: CreateSpace Independent Publishing Platform.
4. Backman, B. (2013). Follow the white rabbit: An ethnographic exploration into the drug culture concealed within the " deep Web". University of Nebraska at Omaha.
5. Barratt, M. J., Ferris, J. A., & Winstock, A. R. (2016). Safer scoring? Cryptomarkets, social supply and drug market violence. *International Journal of Drug Policy*, 35, 24-31.
6. Chertoff M. and Simon, T. (2015) *The impact of the darkWeb on Internet governance and cyber security,*' Centre Int. Governance Innovation (CIGI), Waterloo, ON, Canada, Tech. Rep. 6.
7. Chertoff, M. (2017). A public policy perspective of the Dark Web. *Journal of Cyber Policy*, 2(1), 26-38.
8. Childs, A., Bull, M., & Coomber, R. (2021). Beyond the dark web: navigating the risks of cannabis supply over the surface web. *Drugs: Education, Prevention and Policy*, 1-12.
9. Christin, N. (2013). Traveling the Silk Road: A measurement analysis of a large anonymous online marketplace. In *Proceedings of the 22nd international conference on World Wide Web* (pp. 213-224).
10. da Cunha, B. R., MacCarron, P., Passold, J. F., dos Santos, L. W., Oliveira, K. A., & Gleeson, J. P. (2020). Assessing police topological efficiency in a major sting operation on the dark web. *Scientific reports*, 10(1), 1-10.

11. Fanusie, Y., & Robinson, T. (2018). Bitcoin laundering: an analysis of illicit flows into digital currency services. Center on Sanctions and Illicit Finance memorandum, January.
12. Goodman, M. (2016). Most of the web is invisible to Google. Kere's what it contains. Popular Science, Retrieved November, 18, 2016.
13. Greenberg, A. (2014). Hacker lexicon: what is the dark web?. Wired. <http://www.wired.com/2014/11/hacker-lexicon-whats-dark-web> [dostęp 6.02. 2017].
14. Hatta, M. (2020). Deep web, dark web, dark net A taxonomy of "hidden" Internet. *Annals of Business Administrative Science*, 0200908a.
15. Islam, M. R., & Ozkaya, E. (2019). *The Dark Web: Learning to Dark Web*.
16. Kavallieros, D., Myttas, D., Kerimitsis, E., Lissaris, E., Giataganas, G., & Darra, E. (2021). Using the Dark Web. In *Dark Web Investigation* (pp. 27-48). Springer, Cham.
17. Lakomy, M. (2017). The evolution of cyber jihad from al-Qaeda to the Islamic State. Available at: https://www.researchgate.net/profile/Miron_Lakomy/publication/321097989.
18. Lane, J. (2013). Bitcoin, silk road, and the need for a new approach to virtual currency regulation. *Charleston L. Rev.*, 8, 511.
19. Lightfoot, S., & Pospisil, F. (2017). Surveillance and privacy on the deep Web. ResearchGate, Berlin, Germany, Tech. Rep.
20. Maddox, A., Barratt, M. J., Allen, M., & Lenton, S. (2016). Constructive activism in the dark web: cryptomarkets and illicit drugs in the digital 'demimonde'. *Information, Communication & Society*, 19(1), 111-126.
21. Mainas, E. D. (2012). The analysis of criminal and terrorist organisations as social network structures: a quasi-experimental study. *International Journal of Police Science & Management*, 14(3), 264-282.
22. Moore, D., & Rid, T. (2016). Cryptopolitik and the Darknet. *Survival*, 58(1), 7-38.

23. Nazah, S., Huda, S., Abawajy, J., & Hassan, M. M. (2020). Evolution of Dark Web Threat Analysis and Detection: A Systematic Approach. *IEEE Access*, 8, 171796-171819.
24. Perfect, E., Jaiswal, A., & Davies, T. C. (2019). Systematic review: investigating the effectiveness of assistive technology to enable internet access for individuals with deafblindness. *Assistive Technology*, 31(5), 276-285.
25. Tsikerdekis, M., & Zeadally, S. (2014). Multiple account identity deception detection in social media using nonverbal behavior. *IEEE Transactions on Information Forensics and Security*, 9(8), 1311-1321.
26. Tucker, P. (2015). How the Military Will Fight ISIS
27. Tuzkaya, U. R., & Önüt, S. (2008). A fuzzy analytic network process based approach to transportation-mode selection between Turkey and Germany: A case study. *Information Sciences*, 178(15), 3133-3146.
28. Weimann, G. (2016). Going dark: Terrorism on the dark web. *Studies in Conflict & Terrorism*, 39(3), 195-206.
29. Xu, J., Chen, H., Zhou, Y., & Qin, J. (2006, May). On the topology of the dark web of terrorist groups. In *International Conference on Intelligence and Security Informatics* (pp. 367-376). Springer, Berlin, Heidelberg.
30. Yu, C., Xia, F., Qian, W., & Zhou, A. (2019). A parallel data generator for efficiently generating “realistic” social streams. *Frontiers of Computer Science*, 13(5), 1072-1101.
31. Zhang, X., & Chow, K. P. (2020). A framework for dark Web threat intelligence analysis. In *Cyber Warfare and Terrorism: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (pp. 266-276). IGI Global.
32. Zheng, X., Lai, Y. M., Chow, K., Hui, L. C., & Yiu, S. (2011). Detection of sockpuppets in online discussion forums (Doctoral dissertation, University of Hong Kong).

سناریوهای اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر انتخابات آینده ایران با تأکید بر عدم قطعیت‌های بحرانی

محسن محمدی خانقاهی^۱

صفیه رضایی^۲

محمد رحیم عیوضی^۳

چکیده

یکی از پیش‌بران‌های اصلی و مؤثر در انتخابات ایران، شبکه‌های اجتماعی است. گستره و اهمیت این تأثیرگذاری در فضای کنونی باعث دغدغه‌مندی نسبت به آینده این اثرگذاری بر انتخابات شده است. بنابراین آینده‌نگاری و بررسی سناریوهای اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی در انتخابات ایران هدف اصلی این پژوهش است. پژوهش حاضر در پی پاسخ به این سؤال است: عدم قطعیت‌های نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی در انتخابات‌های آتی کدامند؟ و بر اساس این عدم قطعیت‌ها چه سناریوهایی برای اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی برای انتخابات‌ها آتی قابل تصور است؟ جهت پاسخگویی به این سؤال از روش سناریونویسی با رویکرد عدم قطعیت‌های بحرانی بهره گرفته شده است. در این پژوهش، پس از شناسایی عدم قطعیت‌ها بر اساس نظرات خبرگان از برهم‌کنش ۲ عدم قطعیت، ۴ سناریو تحت عنوان: پذیرش فراگیر نهاد انتخابات و نتایج حاصله از آن، افزایش مشارکت انتخاباتی، رویگردانی از انتخابات و کاهش مشارکت انتخاباتی و مخدوش شدن روند جامعه‌پذیری انتخابات و کاهش پذیرش نتایج حاصله ارائه شده است.

واژگان کلیدی: سناریونویسی، عدم قطعیت‌های بحرانی، انتخابات، ایران،

شبکه‌های اجتماعی.

۱ دانشجوی دکتری مطالعات انقلاب اسلامی دانشگاه شاهد و پژوهشگر دانشگاه عالی دفاع

ملي mohamadihi@gmail.com

۲ دانشجوی دکتری آینده‌پژوهی انقلاب اسلامی safiye.rezaee@gmail.com

۳ استاد دانشگاه و عضو هیئت علمی دانشگاه شاهد danesh.mr@yahoo.com

مقدمه

در مورد برگزاری انتخابات در جمهوری اسلامی ایران همواره دو نگاه کلی وجود دارد؛ نگاه نخست معتقد است که انتخابات نقش کلیدی در توسعه و ثبات سیاسی در کشور دارد. همچنین به دلیل حجم دشمنی‌ها و فشارهای بیرونی و داخلی، انتخابات ظرفیت‌های کلیدی برای نظام جهت مقابله با این فشارها و افزایش توان جهت عبور از بحران‌ها، ایجاد می‌کند. (مولایی، حسینی گلکار، ۱۳۹۴: ۱۲۱)

نگاه دوم این است که انتخابات در ایران همواره بستر ایجاد تنش‌ها و بحران‌ها بوده است؛ به عبارتی یکی از مهم‌ترین صحنه‌های عدم قطعیت‌ها است. بنابراین عقیده کلی این است که با وجود بی‌ثباتی‌ها باید با پیش‌بینی و پیش‌نگری، زمینه‌های مقابله با عناصری که می‌تواند شاکله انتخابات را بی‌ثبات‌تر کند، شناسایی شوند. به ویژه که تحول بنیادین و گسترده در نظام ارتباطاتی جامعه ایرانی، زمینه نقش‌آفرینی و اثرگذاری دشمن بر مناسبات سیاسی داخلی و به ویژه انتخابات را به شدت فراهم کرده است. همچنین گسترش روزافزون و تنوع شبکه‌های اجتماعی و افزایش دامنه عضوگیری از اعضای جامعه می‌تواند هر نوع اثرگذاری را تشدید کند. با این حال در مورد موضوع انتخابات و شبکه‌های اجتماعی رویکردهای متناقضی وجود دارد؛ برخی رویکردها مبنی بر این است که از اساس شبکه‌های اجتماعی نقشی در ایجاد تنش سیاسی ندارند و به طور قطع کمک‌رسان خوبی از لحاظ اطلاع‌رسانی برای حاکمیت هستند. دیدگاه دیگری نیز بر این اصل استوار است که عدم مدیریت فضای‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی نوین می‌تواند چالش برانگیز باشد.

از این رو در این پژوهش برآنیم با تصویرسازی از فضای انتخابات آینده ایران، سناریوهای اثرگذاری و نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی در انتخابات را بررسی کنیم. این پژوهش در پی پاسخ به این سؤالات است که عدم قطعیت‌های نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی در انتخابات‌های آتی کدامند؟ و بر اساس این عدم قطعیت‌ها چه سناریوهایی برای اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی برای انتخابات‌ها آتی قابل تصور است؟ برای پیشبرد پژوهش و پاسخ به سؤالات طرح شده، از روش سناریونویسی بر

اساس رویکرد عدم قطعیت‌های بحرانی و بر پایه نظرات خبرگانی بهره گرفته شده است.

۱. چارچوب نظری و مفهومی

۱-۱. سناریو نویسی و عدم قطعیت‌های بحرانی

دانیل بل معتقد است که تفکر احتمالی، فصل تمایز آینده پژوهی از رشته‌های دیگر است. به ویژه در کشف و طراحی آینده‌های ممکن، محتمل و مطلوب؛ وندل بل نیز بر این باور است که آینده پژوهی به دنبال مطالعه نظام‌مند، کشف، ابداع، آزمون و ارزیابی آینده‌های ممکن، مطلوب و محتمل است. در این راستا، آینده پژوهی انتخاب‌های گوناگونی را راجع به آینده پیش روی افراد و سازمان‌ها قرار می‌دهد و در انتخاب مطلوب‌ترین تصویر از آینده به آنها کمک می‌کند (بل، ۲۰۰۳: ۷۳) بنا به نظر وندل بل، مهمترین ابزار آینده پژوهی بهره‌گیری از روش‌های چندگانه است که سناریو نویسی یکی از بهترین این روش‌ها است. به عبارتی دیگر، تمامی روش‌های آینده پژوهی مقدمه سناریونویسی هستند و می‌توانند به خلق سناریو منجر شوند (بل، همان: ۳۱۷) سناریو پاسخ مناسبی به این سؤال است که چه اتفاقی ممکن است بیافتد؟ به تعبیر دیگر می‌توان سؤالاتی از این دست مطرح کرد که در آینده چه وضعیت‌های احتمالی ممکن است پدیدار شوند؟ اقدام مؤثر در مقابل این وضعیت‌ها چیست و در صورت پدیدار شدن این وضعیت‌ها چه کارهایی باید انجام دهیم تا احتمالات مطلوب‌تری برای ما اتفاق بیافتد؟ و همچنین کنش و واکنش ما چه پیامدهایی به دنبال خواهد داشت؟ البته سناریوها تنها به حدس و گمان در مورد آینده اکتفا نمی‌کنند، بلکه چگونگی اندیشیدن در مورد آینده و در شرایط محیطی متفاوت و نحوه مدیریت صحیح امور را زمینه‌سازی می‌کنند. (هراتی، ۱۳۹۱: ۲۳۸) در این راستا سناریوهای خوب دارای مشخصه‌هایی هستند؛ قابل باور بودن، ارتباط با حوادث گذشته و حال، چالش برانگیز بودن، مرتبط بودن با تصمیم‌ها و عدم قطعیت‌های سازمانی و سازگاری درونی؛ به‌ویژه اینکه سناریوی خوب، پس از به چالش کشیدن تفکر نسبت به آینده، مدیران سازمان را به سمت پرسیدن سؤال

درست راهنمایی می‌کند (بل، همان: ۲۴۵) البته برای اینکه یک سناریو مفید باشد باید به عنوان یک مدل با واقعیت بیرونی قابل قیاس و پیوند باشد.

مراحل مختلف نگارش سناریوها هم ناشی از دیدگاه‌های مختلف به سناریونگاری، اهداف موردنظر در سناریونگاری، رویکرد مورد استفاده و مشارکت کنندگان در فرآیند سناریونگاری است. بر این اساس، یکی از اندیشمندان این زمینه به نام پیتر شوارتز، مدل‌های مختلفی را برای سناریونویسی مطرح می‌کند که به مدل یا رویکرد هفت‌گانه پیتر شوارتز مشهور شده است. (علیزاده و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۷)

یکی از این رویکردها، رویکرد عدم قطعیت‌های بحرانی است. برخی معتقدند که این رویکرد زیرمجموعه منطق شهودی یا کشف از راه دل است. روش‌های موجود در این رویکرد با تهیه فرآیند سناریونگاری، شروع و سپس فهرست، فهرست متغیرها و روندهای مربوط به آینده تهیه شده و به سه دسته تقسیم می‌شوند:

الف) متغیرها و روندهایی که بر موضوع موردنظر اثر قطعی ندارند، ب) متغیرهایی که استمرار اثر آنها بر موضوع موردنظر تا حد زیادی قطعی است، پ) متغیرها و روندهایی که اثرات آنها نامشخص بوده و با عدم قطعیت بیان می‌شوند. در این رویکرد، متغیرها و روندهایی با عدم قطعیت و نامشخص نیز در دو طیف دسته‌بندی می‌شوند؛ متغیرها و روندهایی با اثرات بسیار زیاد و متغیرها و روندهایی با اثرات کم؛ بر این اساس میزان پیش‌بینی ناپذیر بودن نتایج و تحولات آینده را عدم قطعیت می‌نامند. (منزوی، ۱۳۸۹: ۱۲۹)

نکته مهم اینکه در روش عدم قطعیت مسئله محوری آینده پژوهی، پیش‌بینی آینده نیست؛ بلکه دستیابی به آمادگی برای آینده‌ها و پیش‌تدبیری در راستای جهت‌دهی و شکل‌دادن به آینده‌های مطلوب می‌باشد. آینده پژوه با شناسایی عدم قطعیت‌ها و پیش‌ران‌هایی که به این عدم قطعیت‌ها شکل می‌دهند، سناریوهایی برای آینده طراحی و ترسیم کرده و به تصمیم‌گیران یاد می‌دهد که در فضای عدم قطعیت‌ها، به تدوین سناریوها پرداخته و به جای حذف آینده‌های بدیل، آمادگی خود را جهت رویارویی با این سناریوها و شکل‌دادن به آینده‌های مطلوب ارتقاء دهند.

(سیاح و اسدی، ۱۳۹۴: ۲۲) از این رو می‌توان این دیدگاه را واقع بینانه و مسیر آینده‌نگری را مدبرانه تر ترسیم کرد.

۲-۱. شبکه‌های اجتماعی

با لحاظ تنوع و گستردگی برداشت‌ها و تعاریف از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، عمده آن‌ها بر دو عنصر و مؤلفه کلیدی یعنی اشتراک‌گذاری و تعامل توجه و تأکید دارند. در واقع شبکه‌های اجتماعی مجازی از بسترهای زندگی نوین هستند که از ویژگی بازبودن و عدم تمرکز نیز برخوردارند. (خانیک و بابایی، ۱۳۹۰: ۸۱) در واقع می‌توان گفت برخلاف برداشت ابتدایی و مرسوم، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی صرفاً موضوعی فنی و نرافزاری نیست بلکه مکان زیست یا نوعی اجتماع است و کاربران، هویت خود را در نسبت با آن تعریف می‌کنند. این هویت‌سازی حتی در شرایط فقدان آگاهی کاربران از این امر، رخ می‌دهد. (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۶: ۴۰) شبکه‌های اجتماعی اغلب دارای ۵ ویژگی غالب هستند: مشارکت: شبکه‌های اجتماعی از طریق تشویق به مشارکت و ارائه بازخوردهای سریع در عمل مرز میان مخاطب و رسانه را بر می‌دارند. گشودگی: ذات رسانه‌های اجتماعی آشکار بودن است و از مسیر رأی‌گیری و بازخوردها و به اشتراک‌گذاری اطلاعات در عمل فضای گشوده‌ای را برای حضور فعالانه مخاطب فراهم می‌کنند. محاوره: گفتگو و تعامل میان کاربران مورد توجه است. اجتماعی بودن: شبکه‌های اجتماعی به شکل‌گیری اجتماعات مجازی سرعت می‌دهند. فراگیری: رسانه‌های مجازی از کلیه ظرفیت‌های موجود رسانه استفاده و واقعیت مجازی را خلق می‌کنند. (بهمنی، ۱۳۹۲: ۵۰) همچنین شبکه‌های اجتماعی فضای دوگانه‌ای دارند. این شبکه‌ها می‌توانند راه را برای بسیج افراد در کنش‌های مشارکت‌گونه در حوزه روابط ملی و بین‌الملل حتی کنش‌های اعتراضی و آنچه که در مجموع مشارکت سیاسی غیرمتمعار نامیده می‌شود، هموار سازند و از طرف دیگر می‌توانند در بخش‌ها و مواردی توسط نخبگان سیاسی و صاحبان قدرت به منظور حفظ و تقویت جایگاه سیاسی شان و در نگاهی کلان از سوی نظام‌های سیاسی مورد بهره‌برداری قرار گیرند (صبوری و سیمبر، ۱۳۹۶: ۲۰۰) به باور دیگر شبکه‌های اجتماعی در دوگانه‌ای از کارکردهای مثبت و

منفی مورد تحلیل و قضاوت می‌گیرند. کارکردهایی مثبتی همچون: انتشار اخبار و اطلاع‌رسانی، تقویت ارتباطات میان فردی، بسیج‌سازی، آموزش، تبلیغات، شفاف‌سازی، جریان‌سازی، کمپین‌سازی، ایجاد و تقویت شبکه مدنی، سنجش افکار عمومی، تقویت قدرت نهادهای اجتماعی و کارکردهایی منفی همچون: شیوع اخبار نادرست و شایعه‌سازی، همبستگی اجتماعی کاذب، غلبه مشارکت مجازی بر مشارکت واقعی، سلبریتی‌سازی، سرریزی اطلاعات، ایجاد فضای هیجانی و بحرانی و بستر خودنمایی و ارائه. (خانیک‌کی و خجیر، ۱۳۹۷: ۲۲)

۳-۱. شبکه‌های اجتماعی و انتخابات

از انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸، موضوع شبکه‌های اجتماعی و نقش آن در انتخابات مورد توجه قرار گرفت و می‌توان گفت این انتخابات نقطه عطفی برای بهره‌گیری از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در راستای تأثیرگذاری بر انتخابات بود. از سوی دیگر، در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۲ و ۱۳۹۶ و در انتخابات‌های مجلس و شوراهای شهر و روستا به ویژه در نیمه دوم دهه ۹۰، نقش‌آفرینی و بازیگری شبکه‌های اجتماعی بسیار برجسته شد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۶: ۶۵) به گونه‌ای که برخی از کارشناسان از برخی از آنان با عنوان انتخابات توئیتی یا تلگرامی یاد کرده‌اند.

واقعیت آن است که در وضعیت کنونی، رسانه‌های اجتماعی بستر قدرتمندی را برای شهروندان در سراسر جهان و از جمله ایران فراهم کرده است تا از این طریق در مباحث سیاسی مشارکت کنند و در مقیاس بی‌سابقه‌ای تبادل نظر کنند (Kahne & Bowyer, 2018: 470-493). دلایل عمده این مشارکت عبارت‌اند از: الف. مصرف اخبار در رسانه‌های اجتماعی در مقایسه با اخبار رسانه‌های سنتی مانند روزنامه‌ها یا تلویزیون اغلب سریع‌تر و ارزان‌تر است، از همین رو رسانه‌های اجتماعی به یک منبع خبری مهم برای میلیون‌ها نفر تبدیل شده‌اند (Holton & Lewis, 2011) و برای افزایش آگاهی عمومی در انتخابات مورد استفاده شهروندان قرار می‌گیرند (Wang & et al., 2012) ب. به اشتراک‌گذاری، نظر دادن و بحث و

تبادل نظر در مورد اخبار با دوستان یا دیگر کاربران در رسانه‌های اجتماعی راحت‌تر است.

شبکه‌های اجتماعی در کنار تصمیم‌سازی، کنش سیاسی شهروندان در انتخابات را نیز به شکل عمیقی از خود متأثر می‌سازند. از این جهت می‌توان شبکه‌های اجتماعی را به معنای واقعی کلمه، پیشران فعال و اصلی انتخابات آتی نیز دانست؛ چرا که این شبکه‌ها با مدیریت جریان اطلاع‌رسانی و مصرف رسانه‌ای شهروندان، هم نظام تصمیم‌گیری و کنش سیاسی شهروندان را به شکل عمیقی از خود متأثر می‌سازند و هم توجه و گرایش جامعه را به سوی افراد و جریان‌های خاص، هدایت و کنترل می‌کنند. در واقع این شبکه‌ها در فرآیند برندسازی از افراد و توسعه کمپین‌های انتخاباتی تأثیر بالایی دارند. این شبکه‌ها برای برخی افراد و جریان‌ها، نفوذ اجتماعی ایجاد کرده و آنان را در معرض توجه و علاقه شهروندان قرار می‌دهند. مهمتر آن که، شبکه‌های اجتماعی با برجسته‌سازی برخی موضوعات و مسائل، و سپس ارائه تفسیر و معنای خاص پیرامون آن‌ها، بر تعیین دستورکارهای انتخابات (محمدی، ۱۳۹۸: ۱۰) و روند تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری جامعه، تأثیرات یگانه‌ای دارند و ادراک عمومی پیرامون این موضوعات و نحوه مواجهه با آن را مدیریت می‌کنند. از طرفی دیگر، فراگیری و افزایش نقش آفرینی شبکه‌های اجتماعی سبب توسعه نظارت عمومی بر فرآیندهای سیاسی اجتماعی از جمله انتخاباتی شده است و این شبکه‌ها از مرحله برندسازی از افراد تا مخابره لحظه‌ای شمارش آراء و تحلیل پیرامون آن، حضوری جدی و مؤثر دارند. به عبارتی این وضعیت سبب رصد لحظه‌ای و برخط انتخابات توسط شهروندان شده است. فراگیری شبکه‌های اجتماعی و تولید حجم انبوهی از اخبار و اطلاعات در این شبکه‌ها توسط کاربران به ویژه در شرایط فقر سواد رسانه‌ای، گاه دارای سویه‌های منفی جدی نیز می‌باشد. بر اساس نظرات کارشناسان، حجم تولید و نشر اخبار جعلی و منفی در فضای مجازی ایران به ویژه در بازه انتخابات‌ها، بسیار بالاست که فقدان نظارت و کنترل بر فضای مجازی، نقش آفرینی بیگانگان در شبکه‌های اجتماعی و فرهنگ سیاسی جامعه ایرانی در ایجاد چنین پدیده‌ای مؤثر است و این امر می‌تواند اعتماد عمومی را به شدت تحت تأثیر

قرار دهد. «آلکوت» و «گنتزکو» مدعی‌اند که خبر جعلی علاوه بر سردرگم ساختن کاربران، بر مشارکت و نتایج انتخابات هم تأثیر می‌گذارد (Allcott & Gentzkow, 2017:36). بنابراین خبر جعلی از آن جهت که فرآیند مردم‌سالاری و حق دسترسی به اطلاعات صحیح را مختل می‌سازد، تهدیدی جدی برای مردم و نظام‌های سیاسی به حساب می‌آید. «مک‌گونگال» (۲۰۱۷) نیز بر این باور است که خبر وقتی جعلی می‌شود، بحث‌های مردم‌سالاری را از منبع دچار اختلال و انحراف می‌کند. (محمدی و آزادی، ۱۳۹۹: ۱۳) به ویژه در هنگام اوج گرفتن رقابت‌های انتخاباتی، میزان تولید و توزیع اخبار جعلی و شایعات برای اثرگذاری بر فضای انتخابات و متأثر ساختن افکار عمومی، در سال‌های اخیر روندی جهشی و فزاینده را تجربه کرده و این پدیده در انتخابات سال‌های اخیر در کشور کاملاً قابل مشاهده بوده است.

نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی در انتخابات همچنان می‌تواند به توسعه تبلیغات و ادبیات پوپولیستی مدد رساند؛ این موضوع به ویژه در زمان انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در سال ۲۰۱۶ و کنش‌ورزی دونالد ترامپ از سوی برخی از کارشناسان مطرح شد. در ایران و در انتخابات مجلس ۱۳۹۸ و به ویژه انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۹۶، به دلیل تشدید نقش شبکه‌های اجتماعی، حجم ادبیات و تبلیغات پوپولیستی در میان نامزدها و گروه‌های سیاسی نیز رشد چشم‌گیری پیدا کرد. از این جهت پیش‌بینی می‌شود که در انتخابات‌های آینده نیز، میزان تبلیغات و ادبیات پوپولیستی و عوام‌فریبانه توسط نامزدها و جناح‌های سیاسی، توسعه بیشتری پیدا کند. در نهایت باید گفت شبکه‌های اجتماعی می‌توانند در توسعه فضای قطبی و احساسی به ویژه در بازه زمانی انتخابات‌ها، مؤثر باشند. هر چند که به دلیل شکاف‌های اجتماعی گوناگون، جامعه ایرانی از استعداد بالایی برای قطبی شدن برخوردار است، اما برخی کارشناسان بر این باورند که توسعه فضای احساسی و قطبی در جامعه، از کارکردهای پایدار شبکه‌های اجتماعی است که بخشی از این امر، به دلیل سطحی‌سازی مخاطبان و کاربران در یک پروسه بلندمدت، توسط این شبکه‌ها می‌باشد. برخی نیز معتقدند که قالب خاص شبکه‌های اجتماعی (از جمله توئیتر)، در

تضعیف فضای عقلانی و توسعه فضای احساسی و قطبی در عرصه سیاسی و اجتماعی، مؤثر است.

۲. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، یک تحقیق کاربردی است. هدف تحقیقات کاربردی، توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است (سرمد، بازرگان و حجازی، ۱۳۸۱: ۱۰). از سوی دیگر، با توجه به امکان دسته‌بندی روندهای شکل‌دهنده در نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی بر انتخابات به نظر می‌رسد که روش عدم قطعیت‌های بحرانی، رهیافتی مطلوب برای ترسیم سناریوهای اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر انتخابات باشد. بر این اساس برای شناسایی عدم قطعیت‌های بحرانی ابتدا، ۹ عدم قطعیت در این زمینه شناسایی شد.

جدول شماره ۱: عدم قطعیت‌های بحرانی اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر انتخابات

ردیف	مؤلفه
۱	توسعه شایعات و افزایش امکان فریب افکار عمومی
۲	قطبی و احساسی کردن مشارکت انتخاباتی
۳	گسترش ادبیات پوپولیستی و عوام‌فریبانه در انتخابات
۴	ارتقای تعامل نامزدها با رای‌دهندگان و توسعه کمپین‌های تبلیغاتی
۵	زمینه‌سازی افزایش دخالت و اثرگذاری بیگانگان بر انتخابات
۶	افزایش سلامت و اعتماد عمومی به فرآیندهای انتخاباتی
۷	مرجعیت‌بخشی و نقش‌آفرینی سلبریتی‌ها در انتخابات
۸	بستر نقش‌آفرینی گروه‌های معاند و برانداز
۹	گسترش اخبار منفی و ایجاد ناامیدی نسبت به مشارکت سیاسی و انتخاباتی

در ادامه پس از دستیابی به پایایی (۸۶۵) و روایی عدم قطعیت‌ها توسط صاحب‌نظران و خبرگان (صوری) در حوزه شبکه‌های اجتماعی، پرسشنامه‌ای طراحی و تدوین گردید و در اختیار یازده نفر از صاحب‌نظران مربوطه قرار گرفت و با توجه به

محدود بودن خبرگان مربوطه، جامعه آماری با نمونه برابر بوده و از نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. در پرسش‌نامه نامبرده، عدم قطعیت‌ها به شکل دوگانه و با توصیف دو وضعیت احتمالی از آینده مسئله مورد نظر، تدوین گردید (جدول شماره ۲) و از صاحب‌نظران درخواست شد تا میزان موافقت خود را با وقوع هر کدام از این دو حالت مدنظر درباره آینده و میزان اهمیت متغیر نامبرده را بیان کنند.

جدول شماره ۲: پرسشنامه خبرگانی تعیین عدم قطعیت‌های اثرگذاری شبکه‌های

اجتماعی بر انتخابات

جدول شماره ۲: پرسشنامه خبرگانی تعیین عدم قطعیت‌های آینده تاثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی در انتخابات											
میزان اهمیت هرمتغیر و تغییرات آن در مسیر آینده بحران		با کدام حالت پرسش موافق هستید؟									پرسش
الف	ب	الف	ب	الف	ب	ج	د	الف	ب	ج	د
کاملاً یا	تأخیری یا	کاملاً یا	تأخیری یا	کاملاً یا	تأخیری یا	تأخیری یا	تأخیری یا	تأخیری یا	تأخیری یا	تأخیری یا	تأخیری یا
حالت اول	حالت اول	حالت دوم	حالت دوم	حالت دوم	حالت دوم	حالت دوم	حالت دوم	حالت دوم	حالت دوم	حالت دوم	حالت دوم
موافقم.	موافقم.	موافقم.	موافقم.	موافقم.	موافقم.	موافقم.	موافقم.	موافقم.	موافقم.	موافقم.	موافقم.
مثال:											
«قطبی و احساسی کردن مشارکت انتخاباتی» یا «عدم قطبی و احساسی کردن مشارکت انتخاباتی»											
شهرنندان:											

۳. تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

۳.۱. عدم قطعیت‌های اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر انتخابات با استفاده از

شاخص اجماع و اهمیت

شاخص اجماع نشان دهنده این است که خبرگان تا چه حد بر موضوع مورد بحث اجماع و توافق دارند. هر چه شاخص اجماع به صفر نزدیک‌تر باشد، نشان دهنده این است که درباره آن موضوع تشتت آراء وجود دارد و اجماعی بر یکی از آن حالت وجود ندارد و بنابراین می‌توان گفت که متغیر مذکور همراه با عدم قطعیت است.

شاخص اهمیت هم نشان دهنده این است که خبرگان تا چه میزان بر اهمیت مسئله در تغییرات آینده توافق نظر دارند. در شاخص اهمیت نیز برخلاف شاخص اجماع هر چه عدد بزرگتر باشد نشان دهنده آن است که متغیر نیز اثر بیشتری بر تحولات آینده در زمینه مسئله مورد نظر تحقیق دارد (نیکونهاد وهمکاران، ۱۳۹۹: ۹۴) با در نظر گرفتن هر دو شاخص پراکندگی و اجماع در کنار هم، دقت در شناسایی عدم قطعیت‌های بحرانی بالاتر می‌رود. برای به‌دست آوردن شاخص اجماع از فرمول زیر که در شناسایی عدم قطعیت‌ها کاربرد دارد، استفاده شده است.

جدول شماره ۳: فرمول محاسبه شاخص اجماع

<p>شاخص اجماع مساوی است با تعداد پاسخ به گزینه الف $\times 2 +$ تعداد پاسخ‌ها به گزینه ب $\times 1 +$ تعداد پاسخ‌ها به گزینه ج $\times (-2) +$ تعداد پاسخ‌ها به گزینه د $\times (-1)$</p>
<p>تعداد کل پاسخ‌ها به گزینه‌ها الف و ه</p>

در ادامه جهت دستیابی به شاخص میزان اهمیت هر یک از متغیرها و تغییرات آن‌ها در مسیر آینده، پس از کسب نظرات خبرگان، از فرمول ذیل بهره گرفته شد:

جدول شماره ۴: فرمول محاسبه شاخص اهمیت

<p>جدول شماره ۴: فرمول محاسبه شاخص اهمیت</p>
<p>شاخص اهمیت مساوی است با تعداد پاسخ‌ها به گزینه زیاد $\times 100 +$ تعداد پاسخ‌ها به گزینه متوسط $\times 50 +$ تعداد پاسخ‌ها به گزینه کم $\times 25 +$ تعداد پاسخ‌ها به گزینه هیچ $\times 0$</p>
<p>تعداد کل پاسخ‌ها</p>

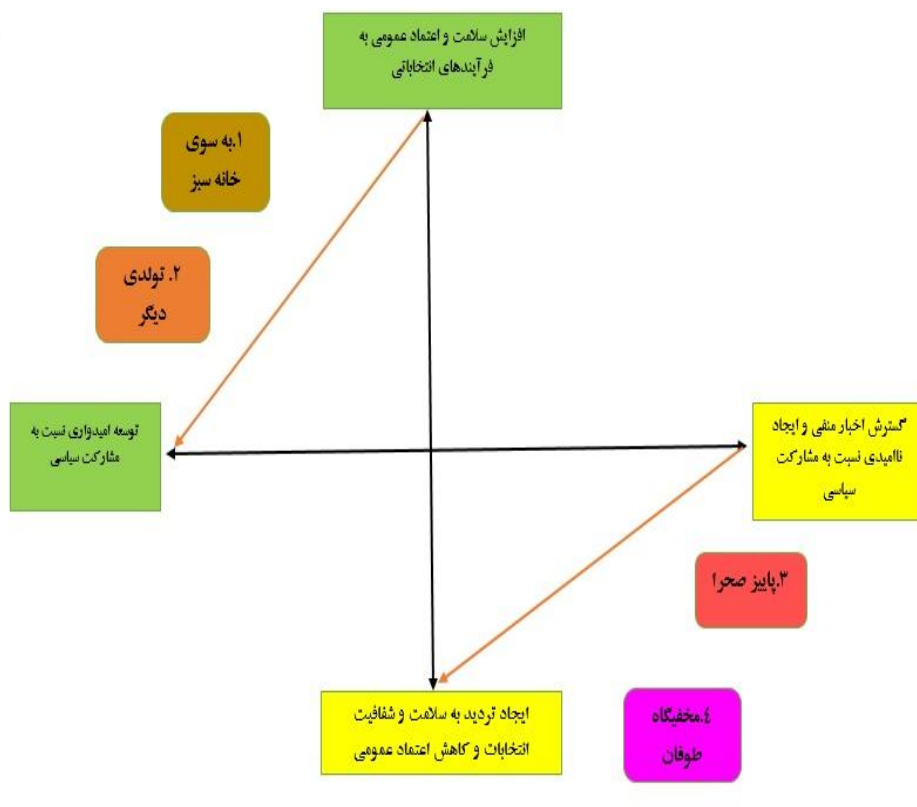
جدول شماره ۵: عدم قطعیت‌های اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر انتخابات

شاخص اهمیت	شاخص اجماع	عدم قطعیت‌های آینده تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر انتخابات
۷۲/۷۲	۲	عدم قطعیت شماره ۱: توسعه شایعات و افزایش امکان فریب افکار عمومی یا کاهش شایعات و امکان فریب افکار عمومی
۸۶/۳۶	۱/۸۸	عدم قطعیت شماره ۲: قطبی و احساسی کردن مشارکت انتخاباتی یا عدم قطبی و احساسی کردن مشارکت انتخاباتی شهروندان
۷۰/۴۵	۱/۷۷	عدم قطعیت شماره ۳: گسترش ادبیات پوپولیستی و عوام‌فریبانه در انتخابات یا کاهش ادبیات پوپولیستی و عوام‌فریبانه در انتخابات
۷۵	۲	عدم قطعیت شماره ۴: ارتقای تعامل نامزدها با رای‌دهندگان و توسعه کمپین‌های تبلیغاتی یا کاهش تعامل و درگیری شهروندان با نامزدها و کمپین‌های تبلیغاتی
۵۲/۲۷	۲	عدم قطعیت شماره ۵: زمینه‌سازی افزایش دخالت و اثرگذاری بیگانگان بر انتخابات یا زمینه‌سازی کاهش دخالت و اثرگذاری بیگانگان بر انتخابات
۵۰	۱/۲۲	عدم قطعیت شماره ۶: افزایش سلامت و اعتماد عمومی به فرآیندهای انتخاباتی یا ایجاد تردید به سلامت و شفافیت انتخابات و کاهش اعتماد عمومی
۷۲/۷۲	۲	عدم قطعیت شماره ۷: توسعه مرجعیت و اثرگذاری سلبریتی‌ها در انتخابات یا کاهش مرجعیت و اثرگذاری سلبریتی‌ها در انتخابات
۴۳/۱۸	۱/۳۳	عدم قطعیت شماره ۸: افزایش نقش آفرینی گروه‌های معاند و برانداز در انتخابات یا کاهش اثرگذاری گروه‌های معاند و برانداز در انتخابات
۷۵	۱/۳۳	عدم قطعیت شماره ۹: گسترش اخبار منفی و ایجاد ناامیدی نسبت به مشارکت سیاسی و انتخاباتی یا عدم گسترش اخبار منفی و توسعه امیدواری نسبت به مشارکت سیاسی

بر این مبنا نتیجه‌ی کسب شده از تحلیل شاخص اهمیت و شاخص اجماع گزاره‌های پرسش‌نامه در جدول شماره ۵، درج شده است. در جدول نامبرده، درجه اهمیت و اجماع نظرات خبرگانی در باب عدم قطعیت‌های مؤثر بر تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر انتخابات بیان شده است.

با لحاظ نتایج بیان شده در جدول شماره ۵ جهت شناسایی عدم قطعیت‌ها به وسیله شاخص اجماع، آن گونه که مشاهده می‌گردد برای عدم قطعیت شماره ۶ (جهت‌دهی به اعتماد عمومی در زمینه سلامت انتخابات) شاخص اجماع خبرگانی برابر است با $1/22$ و همچنین این شاخص برای عدم قطعیت شماره ۸ (بستر نقش آفرینی گروه‌های معاند و برانداز) و عدم قطعیت شماره ۹ (امیدوارسازی نسبت به آینده و ایجاد تغییر و تحول از طریق انتخابات) شاخص اجماع خبرگانی برابر با $1/33$ می‌باشد. با لحاظ این که سه عدم قطعیت نامبرده از منظر خبرگان در شاخص اجماع، دارای نزدیک‌ترین نمره به صفر می‌باشند، بنابراین به عنوان عدم قطعیت بحرانی انتخاب شده به وسیله شاخص اجماع، در نظر گرفته می‌شوند.

از طرفی، برای شناسایی عدم قطعیت‌ها به وسیله شاخص اهمیت، با لحاظ یافته‌های پژوهش باید گفت از میان سه عدم قطعیت بحرانی دارای اجماع، عدم قطعیت شماره ۸ (نقش آفرینی گروه‌های معاند و برانداز در انتخابات) دارای شاخص اهمیت کمتری ($43/18$) می‌باشد و بر این اساس، در انتخاب نهایی عدم قطعیت‌های بحرانی، حذف می‌گردد. در پایان با برگزیدن دو عدم قطعیت نامبرده و تصور وضعیت مقابل آن‌ها، عدم قطعیت‌ها را می‌توان به صورت زیر نشان داد؛



شکل شماره ۱؛ نمودار منطقی عدم قطعیت‌های بحرانی تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر انتخابات (منبع: نگارنده)

۳.۲. تشریح و تبیین سناریوهای نقش آفرینی شبکه‌های اجتماعی در

انتخابات

از تقاطع و برهم‌کنش دو عدم قطعیت شماره ۶ (افزایش سلامت و اعتماد عمومی به فرآیندهای انتخاباتی یا ایجاد تردید به سلامت و شفافیت انتخابات و کاهش اعتماد عمومی) و شماره ۹ (گسترش اخبار منفی و ایجاد ناامیدی نسبت به مشارکت سیاسی و انتخاباتی یا عدم گسترش اخبار منفی و توسعه امیدواری نسبت

به مشارکت سیاسی) ۴ سناریوی منطقی قابل ترسیم است که در شکل شماره ۱ نیز نشان داده شده است. در ادامه به تشریح هر یک از سناریوهای ذکر شده در نمودار خواهیم پرداخت؛

سناریوی ۱: به سوی خانه سبز (پذیرش فراگیر نهاد انتخابات و نتایج حاصله از آن)

واقعیتی غیرقابل انکار است که شبکه‌های اجتماعی، فرآیند نظارت عمومی در عرصه سیاسی، اجتماعی و ... را به میزان چشمگیری گسترش داده‌اند و شکل‌گیری پدیده «شهروند - خبرنگاری»، به نوعی سبب شکل‌گیری جامعه برخط و شیشه‌ای شده است که در نتیجه آن، همه تحولات و رخدادها از جمله انتخابات، در معرض رصد و قضاوت افکار عمومی قرار دارند. چنین وضعیتی تأثیر مستقیمی بر شفافیت روند انتخابات و کاهش مداخلات غیرقانونی در امر انتخابات دارد و از این جهت، میزان اعتماد عمومی به سلامت انتخابات را افزایش می‌دهد. به عبارتی، در نتیجه نقش‌آفرینی گسترده شبکه‌های اجتماعی و حضور همه‌زمانی و همه‌مکانی آن‌ها در روند انتخابات، شفافیت و سلامت انتخابات ارتقاء یافته و در نتیجه، اعتماد شهروندان به نهاد انتخابات و پذیرش نتایج حاصله از آن گسترش می‌یابد.

طبق این سناریو، توسعه شبکه‌های اجتماعی یک فرصت کلیدی بوده و فراگیری این شبکه‌ها در فضای اجتماعی، اطلاع‌رسانی فعال و تزریق اخبار مثبت از سوی آنان در بازه زمانی رقابت‌ها و فعالیت‌های انتخاباتی، می‌تواند اعتمادزا بوده و در راستای جامعه‌پذیری نهاد انتخابات و توسل شهروندان بدان برای ایجاد تغییر و تحول اثرگذار باشد. تحقق این سناریو بستگی به توسعه رویکرد مثبت و تقویت شبکه‌های اجتماعی و پدیده شهروند - خبرنگاری در فضای جامعه داشته و در نقطه مقابل، بایستی نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی بیگانه محدود شده و فعالیت شبکه‌های اجتماعی بومی مورد حمایت قرار گیرد.

سناریوی ۲: تولدی دیگر (افزایش مشارکت انتخاباتی)

در جهان شبکه‌ای و عصر ارتباطات، شهروندان بیش از مشاهده و تجربه مستقیم تحولات و رخدادها، از دریچه رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به قضاوت در زمینه آن‌ها می‌پردازند و بیش از واقعیات، احساس آنان از واقعیت که بر ساخته رسانه‌هاست، در شکل‌دهی به کنش آنان مؤثر است. به‌ویژه آن که در شرایط کنونی، عمده مصرف رسانه‌ای شهروندان (اعم از اطلاع‌رسانی و سرگرمی)، توسط شبکه‌های اجتماعی تأمین شده و نقش ویژه‌ای در شکل‌دهی به افکار و تصور عمومی در باب رویدادها و پدیده‌ها دارند. بر این اساس، بازنمایی مثبت از رخدادها و تولید و نشر اخبار مثبت پیرامون آن‌ها از جمله انتخابات توسط شبکه‌های اجتماعی، بر کنش شهروندان اثر جدی دارد. همچنین شکل‌دهی به این باور که امکان تغییر مثبت و سازنده از طریق انتخابات وجود دارد، در ایجاد امیدواری شهروندان نسبت به انتخابات مؤثر است. مهمتر آن که، شبکه‌های اجتماعی با شکل‌دهی به کمپین‌ها و رقابت‌های انتخاباتی (به گونه‌ای که عمده تبلیغات و کمپین‌سازی‌ها در سال‌های اخیر در فضای مجازی تعریف و عملیاتی شده است)، نقش مؤثری در توسعه و گرم شدن رقابت‌های انتخاباتی دارد. بر این اساس، توسعه اخبار مثبت، ایجاد امیدواری به تغییر از طریق انتخابات و توسعه رقابت‌ها و کمپین‌های انتخاباتی که در دوره‌های اخیر بیشتر شاهد آن بوده‌ایم، می‌تواند نقش مؤثری در افزایش مشارکت انتخاباتی شهروندان داشته باشد.

سناریوی ۳: پاییز صحرا (رویگردانی از انتخابات و کاهش مشارکت

انتخاباتی)

بر اساس پژوهش‌ها و نظرات کارشناسان، حجم اخبار منفی و شایعات در فضای مجازی ایران نسبت به کشورهای دیگر بسیار بالاست و بخشی از این امر ناشی از فضای رها شده شبکه‌های اجتماعی، عدم وجود حاکمیت سایبری و نقش‌آفرینی پررنگ بیگانگان در چنین فضایی است؛ هر چند که بخشی از این تولید و توزیع گسترده خبر منفی و شایعه در شبکه‌های اجتماعی داخلی، مرتبط با مختصات اجتماعی و فرهنگ سیاسی جامعه ایرانی است. همچنین، ایجاد ناامیدی نسبت به نتیجه‌بخشی و تحول‌آفرینی مشارکت انتخاباتی و بازخوانی تجارت منفی گذشته در

فضای مجازی، در روی گردانی از انتخابات و کاهش مشارکت انتخاباتی مؤثر است. حتی شبکه‌های اجتماعی می‌توانند عدم مشارکت را در قالب یک ایده اعتراضی برای دستیابی به تغییر، ساماندهی کنند که این امر در انتخابات ریاست جمهوری ۱۴۰۰، بروز و ظهور نسبتاً جدی پیدا کرد.

توسعه بداخلاقی و افشاگری در هنگامه رقابت‌های انتخاباتی، تهاجم برنامه ریزی شده علیه دستگاه‌های امنیتی و نظارتی به منظور تضعیف نقش آنها در انتخابات، ایجاد و توسعه ناامیدی برای تغییر مثبت از طریق انتخابات و... در فضای شبکه‌های اجتماعی از جمله مواردی است که به طور قطع می‌تواند کاهش مشارکت را نضج بخشد. اوج این رویه در انتخابات ۱۴۰۰ ریاست جمهوری مشاهده شد و واقعیت این است که این سناریو برای انتخابات‌های آینده بیشتر قابل پیش‌بینی است. شاکله اقتصادی و اجتماعی و تزلزل باورها نسبت به کارآمدی نظام و انتخابات، این فضا را نیز برای صاحبان ایده تحریم در شبکه‌های اجتماعی فراهم می‌کند که زمینه ناامیدی و روی گردانی از انتخابات را در مردم ایجاد کنند. زمانی که ناامیدی در مورد انتخابات و تأثیر آن در بین مردم و حتی نخبگان ایجاد شود، زمینه سازی برای روی گردانی از مشارکت از هر نوع (ریاست جمهوری، مجلس و شوراها) فراهم می‌شود.

سناریوی ۴: مخفیگاه طوفان (مخدوش شدن روند جامعه پذیری

انتخابات و کاهش پذیرش نتایج حاصله)

از جمله سناریوهایی که می‌توان به عنوان عاملی مؤثر در تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر انتخابات آینده ایران در نظر گرفت، تخریب و مخدوش شدن شاکله و روند جامعه پذیری انتخابات و نزاع در زمینه نتایج و پیامدهای آن است. بر اساس این سناریو، در صورت ادامه وضعیت نابسامان و رهاشده‌ی شبکه‌های اجتماعی و نقش‌آفرینی مؤثر بیگانگان در این شبکه‌ها در راستای تخریب و تحریف انتخابات، بی‌اعتمادی نسبت به اصل انتخابات و نتایج حاصل از آن، توسعه می‌یابد. زیر سؤال بردن سلامت و شفافیت انتخابات و القای مهندسی شدن آن از سوی نهادهای متولی و مجری، القای تقلب و مخدوش‌سازی نتایج حاصله از انتخابات و... می‌تواند

جامعه‌پذیری انتخابات و اجماع عمومی بر نتایج آن را به شدت کاهش داده و زمینه بحران انتخاباتی را فراهم آورد.

البته مواردی همچون موج رقابت‌ها و تبلیغات ناسالم و غیرقانونی در فضای مجازی، برجسته‌سازی و دامن زدن به اختلافات و ایجاد تحریک قومی در مناطق پیرامونی و مرزی در شبکه‌های اجتماعی؛ تشدید تنازعات داخلی و بین‌جناحی و ایجاد اختلاف و چنددستگی (دوقطبی سازی) و راه‌اندازی کمپین‌های مجازی برای نامزدهای زاویه‌دار و پرحاشیه و همچنین نقض حریم خصوصی نامزدها در شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند تأثیر مخربی بر روند جامعه‌پذیری انتخابات داشته و بی‌اعتمادی عمومی نسبت به آن را ضریب دهد. ادامه این روند باعث بدبینی افکار عمومی نسبت به اصل انتخابات می‌شود و هم‌گرایی با آن را تضعیف می‌نماید. بنابراین این امر عاملی مخرب برای روند جامعه‌پذیری انتخاباتی شناخته می‌شود و قطعاً برای اقبال عمومی بدان، چالش‌زا خواهد بود.

نتیجه گیری

شبکه‌های اجتماعی به عنوان مرجع اصلی م صرف ر سانه‌ای جامعه ایرانی در وضعیت کنونی، نقش کلیدی در هدایت فکری، فرهنگی و سیاسی شهروندان در آینده را نیز دارا هستند و بر تصمیم‌گیری و کنش سیاسی - اجتماعی آنان در عرصه عمومی، اثرات قابل توجهی بر جای می‌گذارند. به صورت خاص، این امر در هنگام انتخابات بیشتر قابل مشاهده است؛ چرا که شبکه‌های اجتماعی در ایجاد دستورکارها و مسائل مورد توجه افکار عمومی، مدیریت جریان اطلاع رسانی و جهت‌دهی به افکار عمومی و... نقش مهمی در شکل‌دهی به فضای انتخابات و گرایش شهروندان به افراد و جریان‌های خاصی دارد. از جنبه دیگر، با توجه به کنترل بالای دشمن و جریان اپوزیسیون بر فضای مجازی، نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی در انتخابات، آسیب‌ها و تهدیداتی چون: «قطبی و احساسی شدن فضای انتخابات و جامعه، تولید و توزیع اخبار جعلی و شایعات، افزایش توان بازیگری و اثرگذاری دشمنان بر انتخابات، تبلیغات ناسالم و بداخلاقی سیاسی، تولید و توزیع مطالبات ساختار شکن و ادبیات پوپولیستی و...» در پی دارد. رویه ناسالم شبکه‌های اجتماعی موبایل محور و وب محور غیرهمسو با گفتمان انقلاب اسلامی می‌تواند تأثیرات نامطلوبی بر افکار عمومی و مردم بگذارد. تا جایی که نهاد انتخابات، اصل جامعه‌پذیری انتخاباتی و پذیرش رویه مشارکت مورد تردید در سپهر عمومی قرار گیرد. پیوند این مخاطره با ترویج عقیده‌های نامطلوبی همچون تحریم انتخابات می‌تواند زمینه ساز آسیب به کیان مردم سالاری دینی را فراهم کند. تا جایی که انتخابات از فرصت ملی تبدیل به تهدیدی مهم می‌شود. هر چند در جامعه و شهروندان شبکه‌ای شده و برخط، هیچ سیاست و برنامه کلانی از جمله انتخابات، بدون پیوست به‌روز، متقن و کارآمد رسانه‌ای، موفق نخواهد شد. ضرورت توجه به این مسئله، به دلیل تلاش و فعالیت بسیار گسترده و سنگین رسانه‌ای و مجازی دشمن و بیگانگان، جهت تبدیل انتخابات از فرصت به تهدید، دوچندان می‌شود. بنابراین باید راهبردهایی در راستای ترسیم سناریوهای محتمل گفته شده در نظر گرفته شود که می‌توان به اقداماتی همچون: نظارت جدی بر تبلیغات نامزدها در فضای مجازی، راه‌اندازی اتاق‌های فکر عملیاتی، امن‌سازی

سامانه‌ها و زیرساخت‌های فضای مجازی، تدوین سیاست و برنامه‌های رسانه‌ای انتخاباتی متناسب با فضای مجازی و بهره‌گیری از فضای مجازی برای رصد و اطلاع‌رسانی اشاره کرد.

منابع

۱. بهمنی، مهرزاد، (۱۳۹۲)، «نظرسنجی از شهروندان تهرانی درباره انتخابات»، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما
۲. بل، و ندل، (۲۰۰۳)، «مبانی آینده پژوهی»، تهران: مرکز آینده پژوهی علوم و فناوری‌های دفاعی
۳. خانیکی، هادی، خجیر، یو سف، (۱۳۹۷)، «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه مدنی ایران»، *مطالعات فرهنگ و ارتباطات*، سال نوزدهم، شماره ۴۴
۴. سرمد، زهره، بازرگان، عباس و حجازی، الهه، (۱۳۸۱)، «روش‌های تحقیق در علوم رفتاری»، تهران، انتشارات آگاه
۵. سیاح، اردشیر، اسدی، علیرضا، (۱۳۹۴)، «بررسی پایه‌های نظری و مفاهیم کلیدی مطالعات آینده پژوهی»، *مجله مطالعات مدیریت آینده*، شماره ۲۶
۶. حسینی کلگار، مصطفی، مولایی، محمد مهدی، (۱۳۹۴)، «آینده پژوهی انتخابات ایران و تحولات قدرت در جامعه شبکه‌ای دستارودهای دیدبانی شبکه‌های اجتماعی مجازی»، *چشم‌انداز مدیریت دولتی*، شماره ۲۱
۷. شمس، مرتضی، فرقانی، محمدمهدی، (۱۳۹۷)، «شبکه‌های اجتماعی مجازی و تولید شایعات در انتخابات سیاسی»، *فصلنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری*، دوره ۱۲، شماره ۲۸
۸. صوری، ضیاء الدین، سیمبر، رضا، (۱۳۹۶)، «شبکه‌های اجتماعی و تأثیرگذاری بر نقش دولت‌ها در روابط بین الملل»، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال سیزدهم، شماره ۴۸
۹. علیزاده، عزیز و همکاران، (۱۳۸۷)، «سناریونگاری یا برنامه ریزی بر پایه سناریوها»، تهران: انتشارات نگار
۱۰. قاسمی، فرهاد؛ اسماعیلی فرزین، ایرج، (۱۳۹۶)، «جنگ هیبریدی در سیستم بین‌المللی پیچیده - آشوبی»، *فصلنامه مدیریت نظامی*، سال هفدهم، شماره ۲

۱۱. محمدی خانقاهی، محسن، (۱۳۹۸)، «بهره‌گیری دشمن از فضای مجازی برای اثرگذاری بر انتخابات»، *نمای راهبردی دانشگاه عالی دفاع ملی*، سال هفدهم، شماره ۶۹

۱۲. محمدی خانقاهی، محسن و آزادی، محمدحسین، (۱۳۹۹)، «نقش اخبار جعلی در تهدید امنیت سایبری اجتماعی»، تهران: دانشگاه عالی دفاع ملی

۱۳. مرادی، عبدالله، محمدی خانقاهی، محسن، رضایی، صفیه، (۱۳۹۶)، «نقش شبکه‌های اجتماعی در جهت دهی به افکار عمومی و بسیج سیاسی»، *فصلنامه مطالعات عملیات روانی*، سال دوازدهم، شماره ۴۷

۱۴. مرادی، عبدالله، (۱۳۹۶)، «الگوی جهت دهی به انتخابات‌ها در راهبرد کلان نفوذ و استحاله جمهوری اسلامی»، *نمای راهبردی دانشگاه عالی دفاع ملی*، سال شانزدهم، شماره ۷۳

۱۵. منزوی، مسعود، (۱۳۸۹)، «*راهنمای سناریو نویسی*»، تهران: انتشارات راهبردی تحقیقات دفاعی

۱۶. نیکونهاد، ایوب، غفوری، اکبر، فتحی، محمدجواد، (۱۳۹۹)، «سناریوهای آینده جایگاه یمن»، *جستارهای انقلاب اسلامی*، سال دوم، شماره ۳

۱۷. هراتی، محمد جواد، (۱۳۹۱)، «روند توسعه خاورمیانه و تنش‌های ایران»، *مجله سیاست جهانی*، شماره ۲

1. Kahne, J., & Bowyer, B. (2018). The political significance of social media activity and social networks. *Political Communication*, 35(3), 470-493.
2. Holton, A. E., & Lewis, S. C. (2011). Journalists, social media, and the use of humor on Twitter. *Electronic Journal of Communication*, 21(1/2), 1-22.
3. Wang, H., Can, D., Kazemzadeh, A., Bar, F., & Narayanan, S. (2012). A system for real-time twitter sentiment analysis of 2012 us presidential election cycle. In *Proceedings of the ACL 2012 System Demonstrations*: 115-120. Association for Computational Linguistics

4. Mohammad rahim eyvazi ¹ ,safiye rezaee ² , Mohsen mohamadi khaneghahi ³
5. Professor, Faculty of Humanities, Department of Political Science, Shahed University, Tehran; iran
6. PhD Student in Islamic Revolution Future Studies, Shahed University ,Tehran,Iran
7. PhD student in Political Sociology of the Islamic Revolution Shahed University, Tehran, Iran

بازیگری سیاسی - رسانه‌ای طبقه متوسط جدید در ایده حکمرانی خوب (ایران پسا انقلاب)

فاضل کُرد

چکیده:

بررسی موضوع اثربخشی طبقه متوسط جدید بر ایده و شاخص‌های حکمرانی خوب، از مهمترین موضوعات علوم اجتماعی و علوم سیاسی است. اگر رقابت و مشارکت سیاسی، مدیریت امور عمومی (دولت تسهیل‌گر و پاسخگو) توانمندسازی نهادهای مدنی و فرهنگ سیاسی را مفاهیم بازیگری طبقه متوسط جدید بر حکمرانی خوب (قانون‌گرایی، شفافیت، عدالت و پاسخگویی) در ایران پسا انقلاب بدانیم، پرسش پژوهش آن است که بازیگری طبقه متوسط جدید در ایده حکمرانی خوب چگونه بوده است؟ از آنجا که فرایند گذار به ایده حکمرانی خوب و رشد کیفی آن، درگرو ساخت دولت تسهیل‌گر و اعتماد اجتماعی میان شهروندان و دولت است، بنابراین شناخت طبقه متوسط جدید و دولت و ارتباط آنان با هم، امری لازم است. یافته‌های پژوهش نشان داده است که استحکام حکمرانی خوب در پرتو دولت توسعه‌گرا و تسهیل‌گر، مستلزم سازش میان نخبگان فکری و نخبگان ابزاری، تمرکز بر تقویت نهادهای مدنی، رقابت و مشارکت و چگونگی برخورد طبقه متوسط جدید با فرهنگ سیاسی در امر مردم‌سالاری است. چارچوب نظری برای تحلیل موضوع، نظریات نوسازی با رویکرد توصیفی - تحلیلی و با روش تاریخی خواهد بود.

واژگان کلیدی: طبقه متوسط جدید - حکمرانی خوب - رقابت و مشارکت

سیاسی، دولت حداقل و تسهیل‌گر، نهادهای مدنی، فرهنگ سیاسی

com.gmail@

طرح مسئله

طبقه متوسط جدید در این پژوهش، نیروی فرهنگی، سیاسی و اجتماعی شهرگرا، دانشگاهی و مشارکت جویی است که در یک پرو سه شکل گیری در بدنه دولت یا خارج از بدنه دولت شکل گرفته است. این طبقه نوظهور با نگرش های دین گرا و گاه عرف گرا در بستر اجتماعی و سیاسی رشد نموده و حجم عظیمی از بافت اجتماعی را تشکیل داده است. طبقه ای که دارای آگاهی و تولیدات فکری است و در برخورد با نظم سیاسی دارای جهت گیری های محافظه کاری، توجیه گری، فرصت طلبی و ایده آرمانی خود بوده است. طبقه متوسط جدید با نگرش های مختلف، تلاش کرده است که در قالب رقابت و مشارکت سیاسی و اثربخشی بر شاخص های حکمرانی خوب، و با ابزارهای بسیج منابع (احزاب سیاسی، رسانه های همگانی و دیگر ابزارهای مدنی) در پی کسب مدارجی از حکمرانی خوب باشد. منظور از حکمرانی خوب در این پژوهش، حرکت به سمت یک دولت تسهیل گر و توسعه گرا با شاخص هایی همچون قانون گرایی، رقابت و مشارکت، شفافیت، مسئولیت پذیری و پاسخگویی است، که هر یک به نوعی وابسته به نحله گفتمانی طبقه متوسط جدید بوده اند. امروزه مفهوم حکمرانی خوب به گونه ای فزاینده وارد ادبیات توسعه شده و همه جوامع در تلاش بوده اند که در راستای آن گام بردارند. مروری به تحولات سیاسی و اجتماعی در ایران پسا انقلاب نشان از آن دارد که گسترش کمی و کیفی طبقه متوسط جدید در پرتو رشد باسوادی، شهر نشینی و دیوان سالاری اداری، سبب طرح خواسته ها و مطالبات، کنش های جمعی و آرایش های سیاسی این طبقه در قالب قانون شده است. از نگاه دیگر، از آنجا که رسیدن به یک دولت تسهیل گر و توسعه گرا، مقدمه رسیدن به ایده حکمرانی خوب است، لذا برای تدوین برنامه های توسعه، نیازمند شناسایی بازیگری چون دولت در بستر سیاسی و اجتماعی خواهیم بود. پژوهش حاضر بر آن است که اثر بخشی و بازیگری طبقه متوسط جدید را بر ایده حکمرانی خوب نشان دهد، و به این پرسش پاسخ دهد که چگونه طبقه متوسط جدید، اثربخش بر ساخت دولت تسهیل گر و هدایت گر در راستای ایده حکمرانی خوب است

۱- تبارشناسی واژگان:

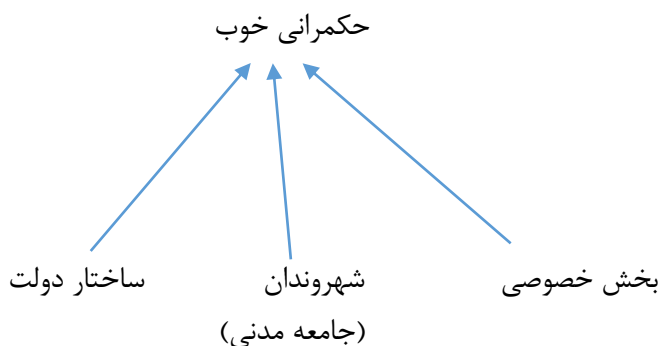
در این مبحث جهت دستیابی به چارچوب نظری، مهمترین مفاهیم پژوهش یعنی طبقه متوسط جدید، حکمرانی خوب، و دولت حداقل و تسهیل‌گر به عنوان مفاهیم پایه‌ای مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱-۱) طبقه متوسط جدید:

طبقه متوسط جدید در این پژوهش نیروی فرهنگی و سیاسی در بستر اجتماعی است، که در راستای بهبود خواهی شاخص‌های حکمرانی خوب و تحرک اجتماعی، پیشگام حرکت‌های اجتماعی در جهت دهی فکری و زمینه ساز رقابت و مشارکت سیاسی در ایران پسا انقلاب بوده است. از آنجا که ریخت شناسی و ساخت و ساز دولت به میزان قابل توجهی به جهت‌گیری و جایگاه طبقه متوسط جدید گره خورده است، بنابراین طبقه میانی جامعه، بازیگر برجسته‌ای در ساخت و ساز دولت خواهد بود. در این راستا، مفاهیمی همچون رقابت و مشارکت، قانونمندی، عدالت و انصاف، شفافیت و مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی به فربه شدن طبقه متوسط جدید کمک نموده و زمینه ساز شکل‌گیری دولت تسهیل‌گر در راستای حکمرانی خوب خواهند بود. طبقه متوسط جدید، طبقه‌ای است که محصول رشد شاخص‌هایی همچون میزان با سواد، رشد جمعیت و شهرنشینی، رشد درآمد و رشد دیوان‌سالاری اداری است (فوزی- رضانی، ۱۳۸۸، ۲۸-۱۱). این طبقه شامل بورکرات‌ها، تحصیل کردگان، ارتش و گروه‌های مذهبی و روشنفکران (بشیریه، ۱۳۷۴، ۱۲۶-۱۱۲) حرفه‌مندان، کارمندان، کارکنان اداری، هنرمندان و دانشجویان است (ابراهامیان ۱۳۸۷، ۹). طبقه‌ای شهرگرا و دانشگاهی از جنس فرهنگی و سیاسی، که بخش مهمی از بدنه دولت و خارج از بدنه دولت و بخش مهمی از نخبگان فکری را تشکیل داده و به تولیدات فکری مشغول می‌باشند. بنابراین کردار اجتماعی این طبقه سبب شده است که از یک نیروی حاشیه‌ای در گذشته، به نیروی مداخله‌گر و اثربخش در ساخت دولت و ایده حکمرانی خوب تبدیل شود.

۱-۲) ایده حکمرانی خوب:

نظریه حکمرانی خوب از دهه ۱۹۹۰ به عنوان یک الگوی مطلوب توسعه و مدیریت جوامع، مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. حکمرانی خوب یک نوع فرایند تصمیم گیری و تصمیم سازی است که به وسیله آن تصمیمات حکمرانی، حالتی اجرایی و عملیاتی به خود می گیرند. در این روند، دولت و طبقه متوسط جدید و جامعه مدنی و احزاب سیاسی و رسانه های گروهی، بازیگران عرصه حکمرانی خوب به شمار می روند. حکمرانی خوب به معنای اداره و تنظیم امور، و به رابطه میان شهروندان و حکومت کنندگان اطلاق می شود (میدری، ۱۳۸۳، ۱۷). از نگاه دیگر حکمرانی خوب چارچوبی است که مجموعه ای از توقعات، خواسته ها، رویه ها، قرار دادها و سیاست ها را تعیین کرده و چگونگی توزیع قدرت سیاسی را مشخص می کند (صانعی، ۱۳۸۵، ۲۶). بنابر این حکمرانی خوب مجموعه فرایندی است که از طریق آن، دولت مستقر با رعایت قانون، عدالت و انصاف و شفافیت، منابع کشور را در خدمت منافع ملی قرار می دهد. در این روند، کاربرد واژه حکمرانی خوب فراتر از نهاد حکومت و شامل جامعه مدنی و بخش خصوصی نیز خواهد بود. از نگاه بانک جهانی، شاخص های حکمرانی خوب عبارت است از عدالت، شفافیت، اجماع محوری، مسئولیت پذیری، پاسخگویی، قانون مداری و حق اظهار نظر است (علیزاده ثانی و الوانی، ۱۳۸۶، ۶). بر پایه ایده بانک جهانی، کشورهای مختلف بر اساس ارزش ها و هنجارها و مطابق با فرهنگ بومی، مسیر دستیابی به حکمرانی خوب و کاهش فساد را ترسیم می کنند. لذا هر اندازه حاکمیت قانون، پاسخگویی و شفافیت و اثربخشی دولت در این راستا، خود را بیشتر نشان دهد، فساد و بی ثباتی سیاسی کمتر، و هر اندازه حکمرانی خوب بر روابط میان دولت، جامعه مدنی و بخش خصوصی مناسب باشد، رسیدن به مدارجی از توسعه همه جانبه میسرتر خواهد بود (UNDP, ۲۰۰۰) بر همین اساس برنامه سازمان ملل متحد (UNDP) الگوی حکمرانی خوب را چنین ترسیم کرده است

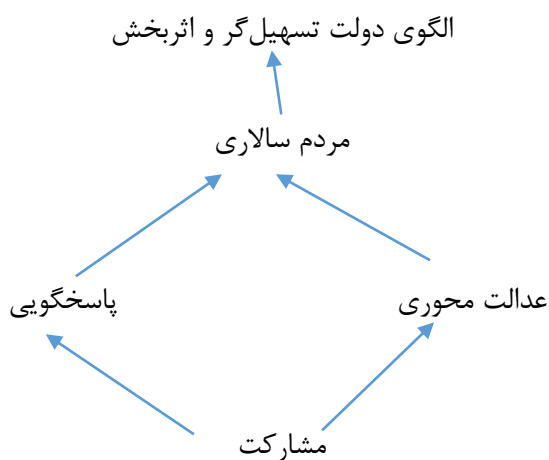


۳-۱) دولت حداقل، تسهیل‌گر و توسعه‌گرا:

ساخت دولت و ویژگی‌های ساختاری دولت به عنوان یک موضوع، همیشه مورد توجه اندیشمندان و نظریه پردازان علوم سیاسی بوده است. اغلب نظریه‌ها در این مورد از دریچه و زاویه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته‌اند. از آنجا که دولت موضوع اصلی علم سیاست است، بنابراین مفهوم دولت ذاتا مناقشه بر انگیز است. در باب دولت نظریه‌های گوناگونی ارائه شده است که گاه نقش کارگزاران و نخبگان حالتی برجسته، و گاه نقش نهادها مورد ارزیابی قرار گرفته است. اما برخی با نگاهی ترکیبی از افراد و نهادها، دولت را مجموعه‌ای از افراد و نهادهایی می‌دانند که قوانین فائقه در یک جامعه را وضع و با پشتوانه قدرت برتری که در اختیار دارند، آن را اجرا می‌کنند (رنی آستین، ۱۳۷۴، ۱۳). بنابراین دولت (State) در معنای وسیع به مفهوم نهادها، و در معنای محدود به معنای جبهه حاکمان و فرمانروایان به کار رفته است. مفهومی که در عصر جدید دارای ویژگی‌هایی همچون مشارکت جویی و قانون‌گرایی است.

از میان انواع دولت در ایران پس‌انقلاب، دولت تسهیل‌گر و توسعه‌گرا به عنوان یک مدل یا الگو در بستر فکری طبقه متوسط جدید مطرح بوده است. این نوع الگو از دولت، عمدتاً مربوط به ظهور دولت‌های توسعه‌گرای کلاسیک در آلمان و ژاپن و شرق آسیا و انتقال این مدل از دهه ۹۰ به بعد در کشورهای خاورمیانه است. نظریه دولت

توسعه‌گرا که ذیل نظریه‌های نهادگرایی طبقه بندی شده است (لفت ویچ ۱۳۸۵) دولتی است که ظرفیت و مشروعیت کافی برای دنبال کردن اهداف اشکار توسعه را دارا می‌باشد. بنابراین دولت‌های توسعه‌گر دولت‌های انتقالی و مدرنی بوده‌اند که در ماهیت خود با دولت‌های شبه مدرن متفاوت بوده‌اند (کاتوزیان، ۱۳۸۴). به این معنا که به جای تصدی‌گری، بر محور قانون‌گرایی و انتخاب شهروندان تکیه داشته و با ابزارهای ارتباطات و اطلاعات و قوانین شفاف و الگوی انتخاب عقلانی و عدم تمرکز قابل عملیاتی است. از آنجا که حکمرانی خوب الگویی برای توسعه پایدار انسانی با ساز و کارهای تعامل میان دولت، شهروندان جامعه مدنی و بخش خصوصی است، بنابراین به دنبال نقش حداقلی دولت و توانمندسازی نهادهای مدنی است. در این میان، دولت حداقل و تسهیل‌گر، نقش هماهنگ‌کننده، و تنظیم‌کننده را بر عهده خواهد داشت و با متغیرهای اثربخشی همچون مردم‌سالاری، مشارکت جویی، پاسخگویی و عدالت محوری و شفافیت قابل تعریف خواهد بود، در واقع یک نوع نگاه، که تعامل دولت و شهروندان و تعامل نخبگان فکری و نخبگان ابزاری را به دنبال خواهد داشت.



۲- پیشینه پژوهش:

در خصوص اثربخشی طبقه متوسط جدید بر سازه‌های حکمرانی خوب، پژوهشی به صورت مستقیم با این عنوان مطرح نشده است. بلکه اکثر پژوهش‌های صورت گرفته مرتبط با چگونگی رسیدن به ایده حکمرانی خوب بوده‌اند. حشمت زاده - حاجی یوسفی (۱۳۹۶) در مقاله موانع تحقق حکمرانی خوب در فرهنگ سیاسی ایران، به بررسی چالش این نوع حکمرانی پرداخته و آن را مرتبط با فرهنگ سیاسی حاکم می‌دانند. آنان بر این باورند که در مقابل هر شاخص حکمرانی خوب، مؤلفه‌هایی از فرهنگ سیاسی قرار دارد که مانع تحقق آن شاخص‌ها می‌شوند. بنابر این برای رفع این موانع، باید به مقوله فرهنگ سیاسی توجه نمود و اقداماتی عملی در راستای اصلاح فرهنگ سیاسی با تمرکز بر نقش دولت صورت گیرد. زرقلانی و احمدی (۱۳۹۸) در مقاله حکمرانی خوب در دولت‌های محلی: تمرکز زدایی: بر این باورند که مشخصه‌هایی همچون تمرکززدایی، ساختار دموکراتیک، برنامه ریزی و تصمیم‌گیری محلی‌گرا و مردم‌نهاد، افزایش نقش نهادهای غیر دولتی و جامعه مدنی، توجه به منافع عام مردم، توزیع فرصت‌ها و برقراری عدالت اجتماعی و جغرافیایی، افزایش اثربخشی و کارایی، بهره‌مندی کامل جامعه از توسعه و رفاه... می‌تواند دولت محلی را به دلیل ماهیت و کارکردهای خاص، نمونه مطلوب و کارآمدی از دولت همیار و همکار (دولت ملی) با حکمرانی خوب دانست.

صفریان و امام جمعه زاده (۱۳۹۶) در مقاله الگوی حکمرانی خوب، سرمایه اجتماعی و توسعه همه جانبه، با سؤال اثربخشی الگوی حکمرانی خوب بر توسعه همه جانبه، در پی این فرض هستند که الگوی حکمرانی خوب با ایجاد سرمایه اجتماعی در ساختار سه گانه خود موجب توسعه در سطوح مدیریتی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی می‌شود. بنابراین دولت تسهیل‌گر در همکاری با جامعه مدنی، نهادهای عمومی غیر دولتی و بخش خصوصی به ایفای نقش در توسعه پرداخته و به سوی تمرکز زدایی پیش می‌رود. ملک پور، مطلبی، ازغندی (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان بررسی رابطه دولت و طبقه متوسط جدید در جمهوری اسلامی ایران (۷۶ - ۸۴) به رابطه دولت‌های هفتم و هشتم با طبقه متوسط جدید پرداخته‌اند. آنان باور

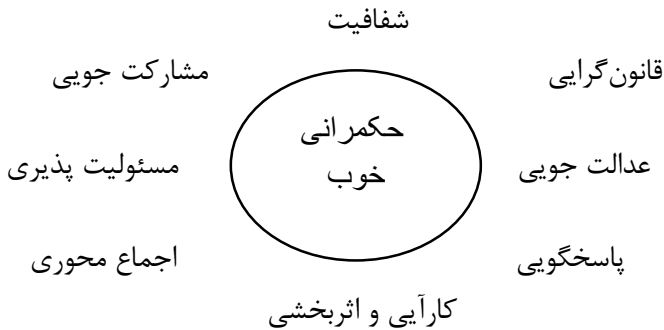
دارند که در دوره زمانی یاد شده، شاهد رشد برخی از مؤلفه‌ها همچون آزادی سیاسی، وضعیت زنان، پاسخگوی و... بوده‌ایم، نتایج پژوهش آنان نشان داده است که دولت با اتخاذ سیاست‌های معطوف به توسعه سیاسی از جمله به آزادی‌های مطبوعاتی و مدنی، مبارزه با فساد، کاهش اندازه دولت، پاسخگویی در راستای ارزش‌های طبقه متوسط جدید حرکت کرده و وضعیت طبقه متوسط جدید بهبود یافته است. حیدر شهریاری (۱۳۹۸) نیز در مقاله ویژگی‌های ساختاری دولت در ایران بعد از انقلاب اسلامی، ضمن بر شمردن ویژگی‌های دولت، به بررسی رابطه میان رشد طبقه متوسط جدید و روند توسعه مردم سالاری از یک طرف، و نقش دولت در اثربخشی بر این رابطه از سوی دیگر پرداخته است. عسگری پور، کریمی مله، رکن ابادی (۱۳۹۸) در مقاله نوشتاری خود، به تشریح نقش طبقه متوسط جدید در فرایند دموکراسی در سال‌های پسا انقلاب پرداخته‌اند. نویسندگان، گسترش طبقه متوسط جدید را در روند گذار به دموکراسی پر رنگ دانسته‌اند. آنان بر این باورند که نوسازی اجتماعی و اقتصادی در سال‌های پس از جنگ تحمیلی، افزایش جمعیت جوان، رشد تحصیل کردگان، گسترش طبقه متوسط جدید را به دنبال داشته است. نویسندگان مقاله باور دارند که خواسته‌های سیاسی و اقتصادی این طبقه در مقابل ساختار سیاسی کشور، که توان پاسخگویی به این خواسته‌ها را نداشته، به نیروی تبدیل شده است که موجب بی‌ثباتی‌هایی در دهه‌های اخیر شده است. بنابر این توسعه خواهی این طبقه چالش‌هایی را برای نظام سیاسی به همراه داشته است که حرکت به سمت دموکراسی خواهی را متحمل کرده است.

هاتر و شاه (Huther and Shah, ۲۰۰۰) شاخص‌های مشارکت شهروندان، دولت محوری، توسعه اجتماعی، و مدیریت اقتصادی را برای حکمرانی خوب معرفی نموده‌اند، آنان بر این باورند که به هر میزان که به شاخص‌های فوق نزدیک شویم، موفقیت در حکمرانی خوب نزدیک خواهد شد. به عبارت دیگر شاخص مشارکت شهروندان بر اساس کارکردهای آزادی سیاسی و پایداری سیاسی، شاخص دولت محوری بر اساس کارایی قضایی و اداری و فساد پایین، شاخص توسعه اجتماعی بر اساس توسعه انسانی و توزیع عادلانه و در نهایت شاخص مدیریت اقتصادی بر

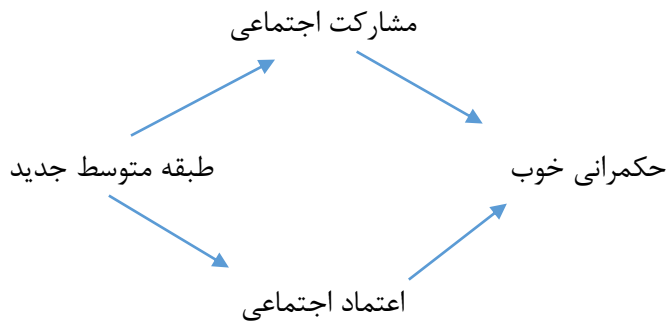
بازیگری سیاسی - رسانه‌ای طبقه متوسط جدید در ایده حکمرانی خوب.../۱۹۳

اساس شاخص‌های جزیی همچون توجه به بیرون و استقلال نسبی بانک مرکزی، شاخص‌های حکمرانی خوب می‌باشند.

UNdP نیز شاخص‌های حکمرانی خوب را به شکل ذیل ترسیم می‌کند.



بنابراین با توجه به مشارکت‌های اجتماعی و اعتماد اجتماعی طبقه متوسط جدید، الگوی ارتباط میان طبقه متوسط جدید و حکمرانی خوب به شکل ذیل است.



۳- مباحث نظری و روش پژوهش: (نظریه پشتیبان)

در این قسمت از نوشتار به نظریه‌ها و رهیافت‌های مربوط به اثربخشی طبقه متوسط جدید بر ساخت دولت و ایده حکمرانی خوب، در قالب نظریه‌های نوسازی توجه شده است. بر اساس الگوهای مطرح شده توسط اندیشمندان حوزه اجتماعی و علوم سیاسی، عوامل گوناگونی در حوزه سیاسی، اجتماعی، و اقتصادی بر شاخص‌های

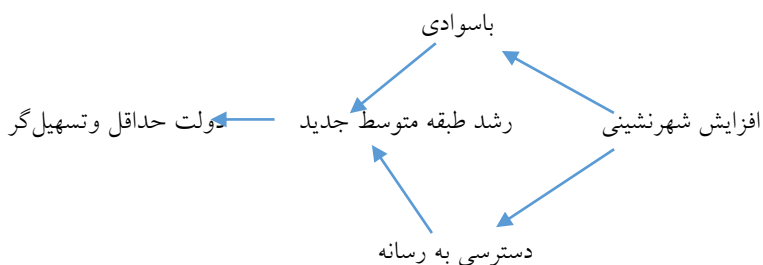
مردم سالاری اثربخش خواهند بود، مفاهیمی مانند قانون‌گرایی، شفافیت، پاسخگویی و عدالت که به نوعی وابسته به نگرش فکری طبقه متوسط جدید بوده‌اند. بنابر این یکی از نظریه‌هایی که این عوامل را بر اساس شاخص‌های مشترک به هم پیوند می‌زند، نظریات نوسازی است.

نظریه نوسازی، نظریه‌ای عام است که دیدگاهی تک خطی به مشارکت سیاسی داشته، و بر رابطه خطی میان مدرنیزاسیون و مردم سالاری جمعی به عنوان شاخص‌های عمده دولت توسعه‌گرا و تسهیل‌گر تأکید دارد. این نظریه مدعی است که گسترش مدرنیزاسیون در سطوح اجتماعی و اقتصادی و سیاسی به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته، که به نوبه خود موجب دموکراتیزه شدن یک جامعه و نهادها آن خواهد شد (چن و همکاران، ۲۰۱۱، ۷۰۶). آنچه در این فرایند دارای اهمیت خواهد بود آن است که، فربه شدن و فراگیر شدن طبقه متوسط جدید به عنوان موتور اصلی کنش جمعی به مردم سالاری سیاسی منجر خواهد شد. بنابراین میان نظریه نوسازی و شاخص‌های حکمرانی خوب و طبقه متوسط جدید، رابطه معنا داری وجود دارد، به طوریکه هر آنچه سطح نو سازی و وسیع تر شود، رسیدن به ایده حکمرانی دولت خوب و دولت تسهیل‌گر بیشتر خواهد شد.

نظریه نوسازی بر این پایه استوار است که توسعه یافتگی تقویت کننده مشارکت و رقابت سیاسی در یک دولت تسهیل‌گر بر پایه تغییرات اجتماعی و اثربخشی سیاسی خواهد بود. چرا که منافع طبقه متوسط جدید (احزاب و تشکل‌های سیاسی، رسانه‌های گروهی) در گرو عملیاتی شدن شاخص‌های حکمرانی خوب است. در ادامه این روند، اغلب تئوری پردازان نظریه نوسازی بر این باورند که صنعتی شدن، باسوادی، شهر نشینی و گسترش دیوانسالاری اداری، سبب رشد طبقه متوسط جدید و عملیاتی کردن شاخص‌های حکمرانی خوب (شفافیت، پاسخگویی، عدالت و مشارکت، قانون‌گرایی) خواهد بود. در مبحث مربوط به نظریه نوسازی، مؤثرترین نظریه پردازان، سیمور مارتین لیپست، دانیل لرنز، و ساموئل هانتینگتون می‌باشند. لیپست جامعه شناس معاصر امریکایی است که مطالعات دقیقی را در باره دموکراسی، نهادهای مدنی و ارزش‌ها و فرایندهای آن انجام داده است. او بر این باور است که

پیشرفت و توسعه سرمایه داری، پیش نیاز دموکراسی، و ثروت اقتصادی موجب توسعه آموزشی و گسترش شهرنشینی، ارتقا سواد و تقویت رسانه‌های جمعی گردیده و در نهایت تحقق مشارکت سیاسی را هموار می‌کند. وی با شاهد آوردن از تاریخ باور دارد که توسعه دموکراسی محصول توسعه اقتصادی است، چرا که توسعه اقتصادی به ظهور طبقه متوسط جدید، و به تضعیف قدرت دولت می‌انجامد. در همین راستا، تضعیف قدرت دولت موجب افزایش احترام به حقوق انسانی و حاکمیت قانون بوده، که پایه حکومت دموکراسی را تشکیل می‌دهد (لیپست، ۱۳۸۱، ۱۴).

از نگاه دیگر و در همین زمینه، دانیل لرنر مسائل سیاسی و اجتماعی خاورمیانه و از جمله ایران را، نوسازی و الگوی خطی مبتنی بر تجربه غرب دانسته است. او باور دارد که که رشد شهرنشینی منجر به افزایش سطح سواد و افزایش این دو به افزایش کارایی رسانه‌ای و در نهایت مشارکت سیاسی می‌انجامد (لرنر، ۱۹۵۸، ۴۶). او در نظریه خود بر این اعتقاد است که اکثر مردم در این کشورها به دلیل الگوهای نوسازی سه گانه و قابل اندازه گیری (شهرنشینی، با سواد، و گسترش رسانه‌ها) واجد حس مشارکت جویی می‌باشند. وی معتقد است که رهبری گذار به دموکراسی به عهده مردان باسواد و غیر کشاورزی است که در آن جهت زندگی سنتی به سمت مدرن و سرعت تغییر را تابعی از تعداد افرادی می‌دانند که در حال گذار قرار دارند (لرنر، ۱۹۵۸، ۸۳). نظریه لرنر از آن جهت دارای اهمیت است که تجربه کشورهای خاورمیانه و از جمله ایران را با خود به همراه داشته و الگوی سه گانه فوق در تحولات سیاسی و اجتماعی به نوعی در ایران قابل استفاده بوده است. از نگاه وی بین رسانه و سواد، رابطه متقابلی وجود دارد، به طوری که که سواد موجب گسترش رسانه و رسانه نیز به توسعه کمک می‌کند. به عبارت دیگر، افزایش شهرنشینی موجب افزایش میزان باسواد و دسترسی به رسانه می‌شود و افزایش این دو سبب افزایش مشارکت و ساخت دولت تسهیل‌گر و در نهایت رسیدن به مدارجی از حکمرانی خوب خواهد شد. بنابر این افزایش شهرنشینی، منجر به با سواد و دسترسی به رسانه و پیامد این دو، منجر به رشد طبقه متوسط جدید و در نهایت به خلق دولت تسهیل‌گر می‌انجامد



سومین نظریه درباره نظریه نوسازی، نظریه ساموئل هانتیگتون است. او به عوامل مختلف و مؤثر در دموکراسی شدن می‌پردازد، که در آن مفهوم توسعه اقتصادی نقش اثربخشی خواهد داشت (هانتیگتون، ۱۳۷۳، ۶۹) وی در کتاب موج سوم دموکراسی تلاش کرده است که زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و بین‌المللی را به همراه نقش بازیگران اجتماعی و سیاسی ترکیب نماید و نظریه تلفیقی برای دموکراتیزه شدن ارائه نماید (هانتیگتون، ۱۳۷۳، ۸) به باور او توسعه اقتصادی به رشد طبقه متوسط جدید و کاهش نابرابری می‌انجامد و شکاف اقتصادی را کمتر می‌کند، به نظر وی تحقق دموکراسی نیازمند نخبگان حاکم منعطف در ساخت قدرت سیاسی است تا امکان سازش و توافق میان آنان و نهادهای اجتماعی فراهم شود. به طور کلی در نظریه وی ترکیبی از زمینه‌های ساختاری (توسعه اقتصادی، ظهور طبقه متوسط جدید) کارگزاران اجتماعی (نیروهای برخاسته از طبقه متوسط جدید سیاسی) و نخبگان حاکم، از عوامل اثرگذار بر دموکراسی در موج سوم هستند.

روش شناسی: از آنجا که درک و شرایط گذار به حکمرانی خوب از طریق طبقه متوسط جدید در ایران کنونی منوط به مطالعه تاریخ سیاسی و اجتماعی کشور است، از این رو بخشی از مقاله به شیوه توصیفی و تاریخی مورد بررسی قرار می‌گیرد. روش شناسی پژوهش مورد نظر نیز در چارچوب جامعه شناسی تاریخی قرار خواهد گرفت. مهمترین دلیل انتخاب رهیافت جامعه شناسی تاریخی، تأکید بر اثربخشی تاریخی کنشگران و ساختارهای سیاسی و اجتماعی بر شکل‌گیری این فرایند است. رهیافت جامعه شناسی تاریخی در این مقاله نشان داده است که تاریخ متفاوت گذار به دموکراسی در جوامع از یک طرف، و ایران از طرف دیگر، به شرایط متفاوت و

منحصر به فرد عملکرد نخبگان سیاسی حاکمه و میدان سیاسی موجود باز می‌گردد. بنابراین با در نظر گرفتن شرایط منحصر به فرد میدان سیاسی و اجتماعی به مثابه نگاهی غیر تاریخی و غیر جامعه‌شناسی به امکان ایجاد گذار به حکمرانی خوب در دولت است. بر این اساس، معیار فر ضیه بازیگری طبقه متوسط جدید بر سازه‌ها و شاخص‌های حکمرانی خوب در بدنه دولت تسهیل‌گر در ایران خواهد بود.

۴- بازیگری طبقه متوسط جدید در ایده حکمرانی خوب

اثر بخشی طبقه متوسط جدید بر شاخص‌های حکمرانی خوب در قالب رقابت و مشارکت سیاسی، ساخت دولت تسهیل‌گر و توانمندسازی نهادهای مدنی، و فرهنگ سیاسی در ایران پس از انقلاب موضوعی قابل بررسی است. در این فرایند، پایه‌ها و زمینه‌های رشد طبقه متوسط جدید بر نو سازی اجتماعی و اقتصادی دولت بنا شده است. در واقع رشد شهرنشینی، رشد با سواد و رشد دیوان سالاری، نقش آفرینی طبقه متوسط جدید را آشکار می‌کند. طبقه مورد نظر با ابزارهایی همچون رسانه‌های گروهی، احزاب و تشکل‌های سیاسی و جامعه مدنی پویا در جهت جناح‌گرایی سیاسی و جریان‌های وابسته به خود حرکت کرده، و بر شاخص‌های حکمرانی خوب از جمله رقابت و مشارکت سیاسی اثر بخشی خود را نشان داده است. فرایند گذار به حکمرانی خوب، نیازمند مداخله‌گری طبقه متوسط جدید بر ساخت دولت است و ادامه این روند مستلزم سازش میان نخبگان ابزاری با نخبگان فکری است. در این راستا، رقابت و مشارکت سیاسی در جهت حق رأی همگانی، حق اظهار نظر، کاهش تبعیض در قوانین و مقررات، حمایت از تشکل‌های مدنی در داخل و خارج از بدنه دولت، ارائه خدمات عمومی، گسترش ساز و کارهای مشورتی دولت، به بهبود خواهی حکمرانی خوب کمک می‌کند. بازیگری دو جانبه دولت و شهروندان و مداخله طبقه متوسط جدید در امر سازه‌های دولت و عملیاتی کردن شاخص‌های حکمرانی (رقابت و مشارکت، عدالت محوری، قانون‌گرایی، مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی، شفافیت، اقتصاد رقابتی، تقویت نهادهای مدنی، کنترل فساد، فاصله گرفتن از اقتصاد رانتی، اجماع محوری، برابری فرصت‌ها، ثبات سیاسی و عدم خشونت) امری لازم و بسترهای مناسب در جهت تقویت دولت تسهیل‌گر و حکمرانی خوب است.

۴-۱) رقابت و مشارکت سیاسی - انتخاباتی:

در مورد تشریح چگونگی بازیگری طبقه متوسط جدید در رقابت و مشارکت سیاسی و در راستای حکمرانی خوب و رسیدن به ثبات سیاسی نظریات مختلفی ارائه شده است. پژوهشگران اجتماعی و سیاسی بر این باورند که در میان طبقات اجتماعی در جامعه ایران پسا انقلاب، طبقه متوسط جدید بازیگر اصلی و اثربخش در پروسه مشارکت سیاسی و رقابت سیاسی بوده است. شاخص‌های میدانی نشان از آن دارد که طبقه متوسط جدید (فرهنگی و سیاسی) در عملیاتی کردن مفاهیم رقابت و مشارکت سیاسی نقش مهمی داشته، و به دلیل تأکید بر مؤلفه‌های قانون‌گرایی، پارلمان، حقوق اجتماعی و عدالت اجتماعی، در حوزه رقابت و مشارکت، بازیگر عمده بوده است. طبقه متوسط جدید اعم از دین‌گرا و عرف‌گرا، به دلیل جایگاه اجتماعی در میان دیگر طبقات اجتماعی حرکت رو به رشد اجتماعی را هدایت و هموار کرده است.

رقابت سیاسی بخشی از بازی سیاسی و نوعی کنترل سیاستمداران توسط همدیگر برای کسب قدرت، توسط بازیگران سیاسی با ابزارهای مدنی و جریان‌های سیاسی است. در واقع نوعی تحرک و حضور نیروهای سیاسی در بستر سیاسی و در جهت مردم‌سالاری و ایده حکمرانی خوب است. با توجه به رشد مؤلفه‌های شهرنشینی و با سواد در ایران پسا انقلاب، رقابت سیاسی خود را به صورت مخفی (نفوذ در افکار عمومی و بوروکراسی اداری) و گاه حالتی آشکار، در قالب جناح‌گرایی سیاسی، جریان‌ها و تشکل‌های سیاسی و یا بسیج منابع رای‌دهی، نشان داده است. رقابت سیاسی زمانی به ثبات سیاسی می‌انجامد که نخبگان ابزاری و نخبگان فکری به تفاهمی در امر کشورداری رسیده باشند. رقابت سیاسی ابزاری در دست طبقه متوسط جدید برای کسب قدرت سیاسی، تغییر اجزای یک نظم سیاسی، افزایش یا کاهش اندازه ثبات سیاسی است. از نگاه دیگر، رابطه رقابت سیاسی و ثبات سیاسی موضوعی قابل تامل است. در دوره تثبیت نظم سیاسی در ایران پسا انقلاب، ثبات سیاسی در مقابل رقابت سیاسی حالتی تقویتی به خود می‌گیرد، در دوره جنگ تحمیلی و دوره سازندگی، رقابت سیاسی تحت کنترل قرار گرفته و ثبات سیاسی در مقابل رقابت سیاسی وضعیتی مطلوب‌تری به خود می‌گیرد، در برهه دیگری از تاریخ

سیاسی ایران و در دوره اول دولت اصلاحات، ثبات سیاسی در برابر رقابت سیاسی به طور نسبی تضعیف می‌شود (خواجه سروی، ۱۳۸۲، ۳۲) بنابر این می‌توان گفت که رقابت سیاسی همزاد با مشارکت سیاسی است که با ظهور طبقه متوسط جدید در دهه هفتاد، رنگی پر رنگ به خود گرفته و بازیگر برتر در عرصه سیاسی و اجتماعی می‌شود، چرا که نگرش این بخش از طبقه متوسط جدید، رسیدن به مدارجی از مردم سالاری، شایسته سالاری، توزیع قدرت سیاسی و به نوعی مشارکت فعال سیاسی در رسیدن به ایده حکمرانی خوب بوده است. رقابت سیاسی طبقه متوسط جدید با نگرش‌های مختلف در ایران پس از انقلاب نشان از آن دارد که میانگین تعداد نامزدهای انتخاباتی مجلس شورای اسلامی و مرتبط با طبقه متوسط جدید، سیری صعودی به خود گرفته است. بر اساس آمارهای ارائه شده، میانگین تعداد نامزدها در طول دهه ۶۰ تا ۷۰ طی مجالس دوم تا پنجم ۳۰۴۷ نفر بوده که این رقم در انتخابات ششم (۱۳۷۸) به ۶۸۵۳ نفر رسیده است. به عبارت دیگر در حالیکه در طول دهه ۶۰ و اوایل دهه ۷۰ میانگین نمایندگان مجلس و وابسته به طبقه متوسط جدید ۶/۴ نفر در یک میلیون نفر جمعیت بوده، این رقم در انتخابات مجلس ششم به ۹/۸ افزایش یافته است. بنابراین علاوه بر رقابت سیاسی در میان مردم و گروه‌های سیاسی، رقابت سیاسی در بین داوطلبان نمایندگی نیز دیده می‌شود.

رقابت سیاسی همزاد با مشارکت سیاسی و لازمه مشارکت سیاسی دانسته می‌شود. بنابراین هدف رقابت سیاسی، کسب قدرت و اثربخشی بر سیاست کشور از طریق مسالمت‌آمیز، قانونمندی و نهادی، اقتصادی و اجتماعی با هدف شایسته سالاری است. در این میان، لوازم رقابت سیاسی میان جریان‌ها و جناح‌های سیاسی، نهادمندی و فرهنگ سیاسی خواهد بود. در ایران پس از انقلاب، رقابت سیاسی برای کسب قدرت میان دولت و نیروهای داخلی دولت از یک سو، و رقابت سیاسی میان دولت با نیروهای خارج از دولت از سوی دیگر بوده است. به این معنا که دولت به عنوان نیروی متعلق به دایره قدرت، با نیروهای درون دایره قدرت و یا با نیروهای خارج از بلوک قدرت، در جهت کنترل قدرت سیاسی به رقابت پرداخته است. مروری به کردارها و رفتار سیاسی نشان از آن دارد که رقابت سیاسی برای کسب قدرت در

دهه اول انقلاب تا سال ۱۳۷۶، رقابتی درون گروهی میان جناح‌های اسلام‌گرای فقهی بوده است، در حالیکه رقابت سیاسی در سه دهه اخیر (۷۶-۹۶) رقابتی میان گروه‌های طبقه متوسط جدید دانشگاهی از نوع دین‌گرا و عرف‌گرا، با اسلام‌گرایان سنتی در درون دولت، و برای تسخیر دولت و در جهت ساخت ایده حکمرانی خوب بوده است.

از نگاه دیگر، مشارکت سیاسی از مهمترین مفاهیم جامعه‌شناسی سیاسی است که با رواج بحث توسعه سیاسی جایگاه ویژه‌ای را در علم سیاست و جامعه‌شناسی سیاسی باز کرده است. دایره‌المعارف بین‌المللی علوم اجتماعی مشارکت سیاسی را فعالیت داوطلبانه اعضای جامعه در انتخاب رهبران و شرکت مستقیم و غیرمستقیم در سیاست‌گذاری عمومی تعریف کرده است (م صفا، ۱۳۷۵، ۱۱۹) در واقع هدف از مشارکت سیاسی، اثر بخشی احزاب سیاسی و جریان‌های سیاسی در راستای قانون‌گرایی، جامعه مدنی و نگرش مطبوعاتی بر روند ساخت دولت است. مشارکت سیاسی نوعی کنش جمعی است که رفتار شهروندان و رفتارهای سیاسی او را در بر می‌گیرد. در این میان، رأی‌دهی و مشارکت انتخاباتی آشکارترین نوع مشارکت برای اغلب شهروندان در جوامع مردم سالار است. از آنجا که لازمه مشارکت سیاسی، زمینه‌های رشد طبقات اجتماعی و از جمله طبقه متوسط جدید است، بنابراین طبقه نامبرده در تلاش بوده است که با شعارهای توسعه سیاسی و عدالت اجتماعی، نیروهای اجتماعی را در جهت کنترل سیاسی و در جهت ثبات سیاسی هدایت نماید.

زمینه‌های اثربخش و متغیرهای اثرگذار همچون رشد شهرنشینی، رشد باسوادی، رشد دیوان سالاری اداری، به رشد طبقه متوسط جدید منجر گردید. در این میان رشد سریع مؤلفه‌های فوق، و تقاضا برای مشارکت سیاسی، دو شاخص مرتبط با طبقه متوسط جدید در ایران پس از انقلاب محسوب می‌شود. در بخشی از سال‌های پس از انقلاب، به جهت تثبیت نظم سیاسی و مسئله جنگ تحمیلی، موقعیت طبقه متوسط جدید رنگی کم رنگ به خود گرفته بود. نوع نگرش به چگونگی اداره کشور و تنوع قشرها و دهک‌های اقتصادی و اجتماعی، نگرش این طبقه را به سمت و سوی

هدایت جناح‌گرایی سیاسی کشاند. دگرگونی‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در پی نوسازی یک جانبه از سوی دولت مستقر در دهه هفتاد، این طبقه را وارد گفتارهای سیاسی جدید نمود و او را بازیگری مداخله‌گر در امر مشارکت سیاسی نشان داد. بخش‌هایی از بدنه دولت با استفاده از فرصت‌های آموزشی و اقتصادی به نگرش سیاسی طبقه متوسط جدید و تحصیل کرده پیوستند. طبقه متوسط جدید به این باور رسیده بود که مشکلات اقتصادی در کشور، ناشی از عدم توسعه سیاسی و عدم توسعه همه جانبه است. بنابر این توسعه سیاسی و عدالت اجتماعی به دال مرکزی حوزه فکری و به عنوان مطالبه دانشگاهیان و دانشجویان دین‌گرا و عرف‌گرا قرار گرفت و پدیده دوم خرداد ۱۳۷۶ را رقم زد. در این میان، محرک مشارکت سیاسی و توسعه‌گرایی سیاسی و عدالت اجتماعی، بخش بزرگی از دانشگاهیان، پژوهشگران، روزنامه‌نگاران و نویسندگان وابسته به طبقه متوسط جدید بودند. در مجموع می‌توان گفت که رشد شهرنشینی و باسوادی و دیوان سالاری اداری، زمینه‌های اثربخش و متغیرهای رشد طبقه متوسط جدید در جهت مشارکت سیاسی و کسب قدرت بوده‌اند. بر اساس اطلاعات مرکز آمار، جمعیت ایران در سال ۱۳۶۵ به ۴۹۴۴۵۰۱۰ نفر، در سال ۱۳۷۵ به ۶۰۰۵۵۴۸۸، در سال ۱۳۸۵ به ۷۰۴۹۵۷۸۲ و در سال ۱۳۹۰ به ۷۵۱۴۹۶۶۹ رسیده است که علاوه بر رشد جمعیت، رقم افزایش جمعیت شهری نسبت به جمعیت روستایی را به خوبی نشان می‌دهد.

جدول سیر رشد شهر نشینی و روستا نشینی در فاصله زمانی ۱۳۷۵-۱۳۹۵

سال	کل جمعیت	شهرنشینی	روستانشینی	درصد شهرنشینی	درصد روستانشینی
1375	60055488	36817789	23026292	3/61	7/38
1385	70472865	48259964	22227771	46/68	54/31
1390	75149669	53646661	21446783	38/71	53/38
1395	79926270	59146847	20730625	00/74	00/26

مرکز آمار ایران (۱۳۹۰)

افزایش میزان با سواد و گسترش سطح تحصیلات نیز به نوبه خود به فرجه شدن طبقه متوسط جدید و افزایش مشارکت سیاسی منجر گردید. گسترش میزان با سواد و گسترش آموزش عالی در ایران پس از انقلاب، نشان از رشد کمی و محسوس طبقه متوسط جدید (فرهنگی و سیاسی) دارد. میزان با سواد که در سال ۱۳۸۵، ۹۱/۷ درصد بوده است به رقم ۹/۴ درصد در سال ۱۳۹۰ افزایش یافته است. (وب سایت مرکزی آمار ایران)

جدول آمار دانشجویان و اعضای هیئت علمی

سال	تعداد دانشجویان	تعداد کل اعضای هیئت علمی وزارت علوم	تعداد کل هیئت علمی تمام وقت
1375	1192	11526	19906
1379	15166732	12444	33244
1383	2117471	13750	42625
1387	3581070	18219	63289

مرکز آمار ایران - گزارش‌های وزارت علوم (۱۳۹۰)

از منظر دیگر، رشد و گسترش دولت و بوروکراسی دولتی یکی دیگر از شاخص‌های رشد طبقه متوسط جدید و به تبع آن رشد مشارکت سیاسی بوده است. در حالیکه در سال ۱۳۶۲ تعداد ۱۲۱۷۳۰۰ نفر در دستگاه‌های دولتی مشغول به کار بوده‌اند، در سال ۱۳۷۰ به ۱۷۸۳۱۱۳ نفر و در سال ۱۳۸۰ به ۲۳۲۸۶۳۵ نفر رسیده است که با اضافه شدن جمعیت کارمندان وزارت دفاع و نیروهای امنیتی به حدود سه و نیم میلیون رسیده است (ازغندی، ۱۳۸۴، ۱۳۱) بر اساس مرکز امار ایران مدارک دانشگاهی و مرتبط با طبقه متوسط جدید و تابع استخدام دولتی نیز افزایش ر شد داشته است. مثلاً در سال ۱۳۷۰ در حدود ۱۸۰۲۰ نفر از کارکنان مدرک دکترا، ۱۵۸۸۶ مدرک ارشد، ۱۵۰۸۳۱ کارشناس بوده‌اند که این رقم در سال ۱۳۸۰ به ترتیب به ۳۶۱۹۹ - ۵۴۱۷۸ - ۵۷۰۱۶۵ نفر رسیده است که اکثر آنان در وزارتخانه‌های علوم، آموزش و پرورش، بهداشت و کشاورزی مشغول بوده‌اند (ازغندی، ۱۳۸۵، ۱۳۲). علاوه بر رشد شهرنشینی، رشد باسوادی، و رشد دیوان سالاری اداری، سبک زندگی، مصرف‌گرایی، مسکن و محل سکونت، اوقات فراغت، فعالیت‌های فرهنگی، استفاده از کتاب و مجله و کالای فرهنگی، نیز به رشد طبقه متوسط جدید و رشد مشارکت سیاسی کمک نموده است. از نگاه دیگر تغییر مؤلفه‌های ساده زیستی و ایجاد زیر بنای‌های فرهنگی و جابجایی متغیرهای فرهنگی در لایه‌های زیرین جامعه، نوع نگاه‌ها را به سمت مشارکت سیاسی، توسعه سیاسی و توسعه اجتماعی کشاند. در این مسیر، منافع و خواسته‌های طبقه متوسط جدید، خود را در هیئت جامعه مدنی، توسعه سیاسی، و ظهور مردم سالاری به سبک جدید نشان داد. رشد طبقه متوسط جدید، رشد وسایل ارتباط جمعی و همگانی و رشد احزاب و تشکل‌های سیاسی، جهت دهی فکری را به سمت شاخص‌های حکمرانی خوب و حرکت به سمت تولید دولت تسهیل‌گر هموار نمود. به دنبال دگرگونی‌های اجتماعی و فرهنگی ناشی از نو سازی دولت در دهه هفتاد، کنش جمعی ناشی از ظهور طبقه متوسط جدید در قالب مشارکت انتخاباتی، صورت بندی اجتماعی را تغییر داد و منجر به خلق نهادهای مدنی و عاملی اثر بخش در روی کار آمدن دولت توسعه‌گرای سیاسی گردید. بنابراین بخشی از طبقه متوسط جدید با نگرش توسعه سیاسی، به عنوان گروه مدعی قدرت

در بستر اجتماعی و سیاسی وارد عرصه مشارکت انتخاباتی گردید. به باور آنان مؤلفه‌های قانون‌گرایی، مشارکت سیاسی، جامعه مدنی، رسانه‌های گروهی، ابزارهای مدنی در راه توسعه سیاسی و تسخیر دولت آرمانی به حساب می‌آمد. به عبارت دیگر محتوا و نگرش فکری بخش بزرگی از طبقه متوسط جدید در مفهوم جمهوریت، ایجاد فرصت‌های برابر، توسعه نهادهای مدنی، و دموکراسی رقابتی خلاصه می‌شد. در ادامه این فرایند، طبقه متوسط جدید با ابزارهایی همچون احزاب و تشکلهای سیاسی و رسانه‌های گروهی، هدایتگر بسیج منابع در امر مشارکت انتخاباتی به شمار می‌آمد. طبقه متوسط جدید با رهبری سیاسی و تولید گفتار سیاسی، وضع موجود را تحلیل و اهداف مشارکت انتخاباتی را از طریق رسانه‌های دیداری و شنیداری روشن و مخاطبان را در جهت امید به آینده متقاعد می‌کرد. نزاع گفتاری میان بخشی از طبقه متوسط جدید (عرفی رادیکالی) با دولت هفتم در توزیع قدرت سیاسی، و عدم دسترسی به خواسته‌ها و مطالبات آنان، سبب انفعال سیاسی این بخش از طبقه متوسط جدید گردید. انفعال سیاسی بخشی از طبقه متوسط جدید عرف‌گرا، میدان‌داری مشارکت سیاسی را در سال ۱۳۸۴ به طبقه محرومان و زیرین اجتماعی و بخشی از طبقه متوسط دین‌گرا و وابسته به بلوک قدرت سپرد. چرا که ائتلاف کارمندان در درون دولت با طبقه فرودست، ناشی از وضعیت اقتصادی در بستر اجتماعی بود. از آنجا که تعامل رهبری جنبش‌های مدنی با بدنه اجتماعی منبع انگیزش برای حرکت‌های جمعی و مدنی است، بنابراین طبقه متوسط جدید از نوع عرف‌گرا و دین‌گرا، بار دیگر در سال ۱۳۸۸ باز تولید فکری نمود و در پی اقناع سیاسی و فرهنگی برآمد. به عبارت دیگر، مشارکت سیاسی - انتخاباتی ۱۳۸۸ رقابتی میان نیروهای وابسته به بلوک قدرت و نیروها و جریان‌های خارج از اراده دولت و نوعی نزاع در جهت رفع فقر و بیکاری و تورم و شعار پوپولیسم بود. رفتار سیاسی طبقه متوسط جدید در مشارکت سیاسی ۱۳۹۲ یک نوع تبانی جریان‌های فکری عرف‌گرا و دین‌گرای دانشگاهی و وابسته به طبقه متوسط جدید در جهت تعادل سیاسی، تثبیت مشروعیت سیاسی و در جهت رفع تنگناهای اقتصادی و رفع بحران اقتصادی بود.

۲-۴) توانمند سازی نهادهای مدنی :

الگوی حکمرانی خوب به دنبال نقش حداقل دولت و توانمندسازی نهادهای مدنی است که در آن بر رفتار تعاملی دولت و نهادهای مدنی تأکید شده است. از این رو الگوی دولت حداقل و تسهیل‌گر، در راستای ایده حکمرانی خوب با مفاهیم مشارکت سیاسی، پاسخگویی، عدالت محوری گره خورده است، چرا که نهادهای مدنی با بازیگری طبقه متوسط جدید در کارآمدی دولت نقش اساسی خواهند داشت. بنابراین طبقه متوسط جدید با ابزارهای مدنی و در قالب مشارکتهای سیاسی و اجتماعی و فرهنگی، نقشی مهمی در چگونگی شکل‌گیری نهاد دولت داشته است.

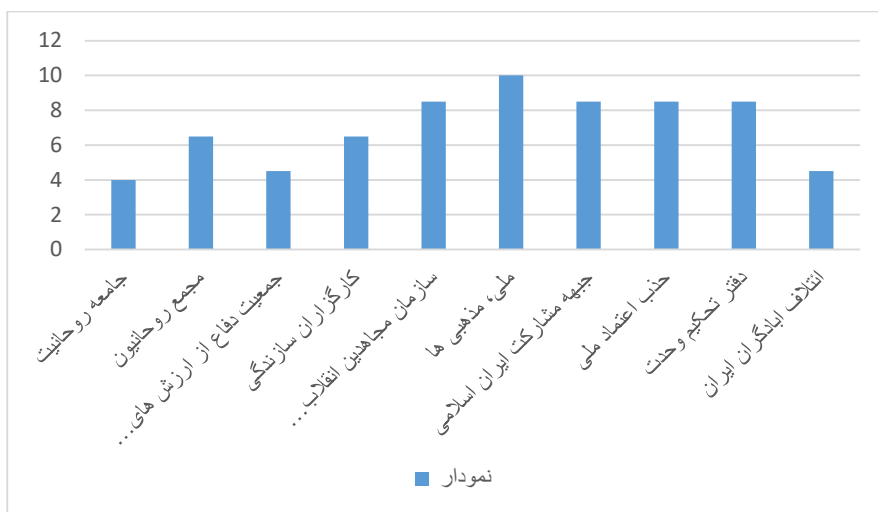
نهادهای مدنی با ساختارمند کردن رفتارهای فردی، این قدرت را می‌یابند که ظرفیت‌ها و رفتار کارگزاران را به شیوه‌های اساسی شکل دهند (ر. ک متوسلی، ۱۳۸۹) در این روند، نهادها مدنی دارای نقش واسطه و تنظیم‌کننده بین مردم و حاکمیت و قاعده‌مند کردن حرکت‌های مردمی و انتقال‌دهنده خواسته‌ها و مطالبات به حاکمیت را به عهده دارند. پژوهش‌گران بر این باورند که شکل‌گیری نهادهای مدنی، تابع شرایط و مناسبات اجتماعی و زاییده آن می‌باشند. در واقع نهادهای مدنی ابزار طبقه متوسط جدید در راه ساخت دولت و هموارکننده ایده حکمرانی خوب بوده و رشد نهادهای مدنی در بستر جامعه، باعث شفاف‌سازی خواسته‌ها و مطالبات، و ابزاری برای شکل‌دهی به مشارکتهای سیاسی در مردم سالاری خواهند بود.

نهادهای مدنی با نقد اجتماعی سیاست‌های دولت، نقش مهمی در ساخت دولت و حکمرانی خوب داشته‌اند، زیرا که بر این باورند که بی‌اعتمادی دولت به نهادهای مدنی و برعکس، رقابت ناسالم دولت با نهادهای مدنی، تصدی‌گری دولت، دولت‌رانتیر، فقدان شفافیت و پاسخگویی و رقیب‌تراشی از موانع اثربخشی نهادهای مدنی بر ساخت دولت و ایده حکمرانی خوب هستند. اگر خواسته‌ها و مطالبات و منافع طبقه متوسط جدید را مشارکت انتخاباتی، جامعه مدنی، و توسعه همه‌جانبه در راه تشکیل دولت تسهیل‌گر و آرمان‌های حکمرانی خوب بدانیم، بنابراین ایجاد نهادهای مدنی یکی از منابع و منافع کنش جمعی طبقه متوسط جدید خواهد بود. جامعه مدنی جامعه‌ای قانونمند است که کارگزاران آن را طبقات و جنبش‌های اجتماعی و نهادهای خارج از دایره قدرت دولتی تشکیل می‌دهند. علاوه بر قانون‌مندی و برابری

شهروندان در برابر قانون، نیروها و طبقات و نهادها، اهرام‌های فشاری خواهند بود که به دور از دسترس دولت در باره موضوعات سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی به نزاع می‌پردازند (بشیریه، ۱۳۷۴، ۳۳۲) در واقع جامعه مدنی همگام با رشد شهرها بر اثر صنعتی شدن و پیدایش علوم و فنون پیشرفته بوجود آمد و در مقابل مجتمع‌های خویشاوندی مطرح شده است (حجاریان، ۱۳۷۹، ۵۷) اندیشه برپایی جامعه مدنی برای حفظ کیان فردیت (کدیور، ۱۳۷۹، ۲۵۸) و حوزه‌ای از فعالیت‌های انسان‌های آزاد است که انتخاب آنها در چارچوب قانون و مستقل از اراده حاکمیت است (غنی نژاد، ۱۳۷۵، ۴) بر آنچه آمد، جامعه مدنی متکی به نهادهای مدنی و بخش بزرگی از حوزه فکری طبقه متوسط جدید است که به دنبال حوزه عمومی، بدون مداخله‌گری دولت است. در این میان، تشکله‌ها و احزاب سیاسی و اصناف و دیگر اقشار بر اساس منافع شکل گرفته و منافع مشترک خود را پیگیری می‌کنند.

در ایران پسا انقلاب، توانمند سازی نهادهای مدنی توسط طبقه متوسط جدید در قالب اصلاحات سیاسی، عدالت اجتماعی و گاه اعتدال‌گرایی، صورتی نسبی به خود می‌گیرد. با اجرای برنامه‌های نوسازی در دهه هفتاد، موقعیت طبقه متوسط جدید فرهنگی و سیاسی ارتقا یافت. در بعد اجتماعی، مطالبه حقوق شهروندی، حس مشارکت جویی در تصمیم‌گیری، گسترش شهرنشینی، رفاه بیشتر، و افزایش استانداردها و سبک زندگی، تقاضاهای جدیدی بود که بیش از پیش از سوی آنان مطرح گردید. در بعد فرهنگی گسترش رسانه‌های گروهی و همگانی و افزایش نفوذ رسانه‌های اجتماعی ارتقا یافت و طبقه متوسط جدید به یک نیروی فعال در بستر سیاسی و اجتماعی تبدیل گردید. طبقه‌ای تحصیل کرده و بوروکرات و حرفه‌ای که گاهی مفهوم فرهنگ حرفه آنان، و گاه انتقال‌دهنده فرهنگ و گاهی خالق فرهنگ بوده‌اند. با وجود رشد کمی این طبقه و به حاشیه رفتن خواسته‌ها و مطالبات سیاسی و اجتماعی و فرهنگی آنان، در خرداد ۱۳۷۶ فرصت یافت که به نیروی اصلی جامعه مدنی و زمینه‌ساز شعار توسعه سیاسی و عدالت اجتماعی تبدیل شود. بنابراین، تلاش نموده است که با ابزار نهادهای مدنی از جمله احزاب سیاسی و اصناف و رسانه‌ها در پی عملیاتی کردن خواسته‌های خود با شد. احزاب و تشکلهای سیاسی، اصناف و

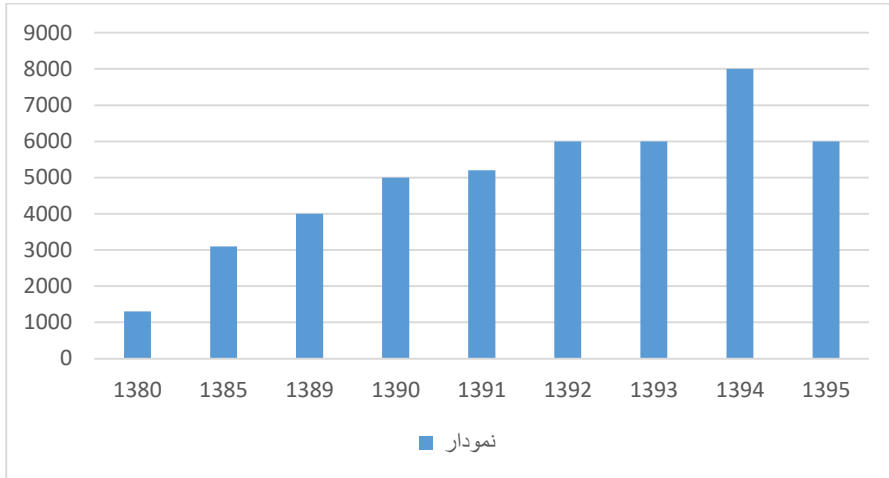
رسانه‌های گروهی به عنوان ابزارهای زیر مجموعه نهادهای مدنی و وابسته به طبقه متوسط جدید، عناصری اثربخش در راه ساخت دولت و در جهت ایده آرمانی حکمرانی خوب به شمار رفته‌اند. احزاب سیاسی با ارتباط دو جانبه با سیاست و مشارکت سیاسی، و با سازماندهی گرایش‌های سیاسی و اندیشه‌های فکری، عامل نزدیکی گفتارهای سیاسی به هم بوده‌اند. به عبارت دیگر، احزاب سیاسی فرصت‌هایی را در اختیار منافع و منابع افراد با نفوذ قرار می‌دهند که در جهت ائتلاف سیاسی و اجتماعی حرکت نمایند. از آنجا که در ایران پسا انقلاب احزاب به صورت فصلی و یا هدایت آنان از طریق افراد با نفوذ و صاحب منصب از بالا به پایین است، بنابر این جریان‌های سیاسی و جناح‌های سیاسی با تکیه بر قدرت دولتی و به هنگام انتخابات فعال و در مشارکت‌های انتخاباتی خود را نشان می‌دهند. به بیان دیگر شکل‌گیری احزاب سیاسی به علت وابستگی مالی به دولت، توسط دولت و یا نامداران سیاسی از درون دایره دولت است. در ایران پسا انقلاب، جناح‌هایی در درون طیف‌های مذهبی و اسلام‌گرای دینی و در راستای اداره کشور به صورت چپ و راست شکل گرفت و اهمیت شخصیت‌های با نفوذ و نامدار سیاسی بجای احزاب، حالتی عملیاتی یافت. در دوره زمانی ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۶ دوره قاعده مندی و تثبیت احزاب سیاسی از بالا به پایین و اثر بخشی نقش دولت در آن است، در این دوره احزاب سیاسی به سمت دریافت مجوز در حرکت بودند، به طوری که بر اساس قوانین عادی و اعلام وزارت کشور و بر اساس کمیسیون ماده ۱۰ احزاب، بالغ بر ۱۲۰ حزب و تشکل سیاسی اعلام موجودیت نموده و در مشارکت‌های انتخاباتی نقشی نسبی یافتند. احزاب وابسته به توسعه سیاسی و مرتبط با بخشی از طبقه متوسط جدید با بسیج منابع فکری و مادی در صدد ساخت دولت و سهیم شدن در قدرت سیاسی بر آمدند. در منحنی ذیل، پراکندگی احزاب و تشکل‌ها و جریان‌ات سیاسی و وابسته به طبقه متوسط جدید در راستای مردم سالاری ترسیم شده است.



از نگاه دیگر رسانه‌های جمعی و گروهی و همگانی یکی دیگر از زیرمجموعه نهادهای مدنی است که طبقه متوسط جدید با این ابزار، در صدد اثربخشی بر ساخت دولت و هموار کردن ایده حکمرانی خوب بوده است. رسانه‌های جمعی کانال ارتباطی میان شهروندان و دولت، و به عنوان یکی از ابزارها و شیوه‌های بسیج منابع طبقه متوسط جدید در امر مشارکت‌های سیاسی و جهت‌دهی به افکار عمومی شناخته می‌شوند. رسانه‌های گروهی نگرش‌های جدید و افکار و عقاید را در میان افراد جامعه پخش می‌کنند و سبب تحول و تغییر در جوامع انسانی می‌شوند. به عبارت دیگر، رسانه‌ها ابزارهایی می‌باشند که از طریق آنها، افراد با جماعت کثیر یا توده‌ای از مردم به طور یکسان دسترسی داشته و شامل رادیو، تلویزیون، روزنامه، مجله، سینما و ... هستند (دادگران، ۱۳۷۴، ۳۰). بنابر این میان ارتباطات جمعی و مشارکت مردم در امر سیاسی، رابطه معناداری وجود دارد. بر همین اساس طبقه متوسط جدید از رسانه‌های جمعی به عنوان بسیج منبع استفاده نموده و ایده‌ها و برنامه‌های خود را با این شیوه در راستای دولت حداقل و ایده حکمرانی عملیاتی می‌کند. با باز شدن فضای سیاسی و اجتماعی در دهه هفتاد، فرصتی برای طبقه متوسط جدید از طریق رسانه‌های همگانی به وجود آمد که از آن به عنوان عامل تسریع‌دهنده و بسیج‌گر در

راستای مطالبات و خواسته‌های خود، که همان دولت حداقلی است عمل نماید. بخش بزرگی از طبقه متوسط جدید با وحدت بخشی به منابع فرهنگی و سیاسی و اجتماعی و رسانه‌ای، نقش خود را به عنوان حامل و عامل توسعه اجتماعی، توسعه سیاسی و عدالت اجتماعی در ایران پسا انقلاب پر رنگ کرده است. رسانه‌های گروهی و شبکه‌های اجتماعی مهمترین سرمایه اجتماعی و انسانی تلقی می‌شوند که پیوندهای اجتماعی را مستحکم و انگیزه‌های مشارکت را گسترش و میزان انفعال سیاسی را کاهش می‌دهند. بر مبنای امار و ارقام موجود، وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ای در سه دهه اخیر پسا انقلاب رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است و اثربخشی خود را بر مشارکت سیاسی و ساخت دولت نشان داده است. بر اساس امار و داده‌های ثانویه، تعداد نشریات کشور از ۳۲۰ نشریه در سال ۱۳۶۵ به ۱۳۴۷ در سال ۱۳۸۰ رسیده است. رقم مطبوعات نیز در سال ۱۳۹۴ به ۸۲۸۷ و تعداد روزنامه‌های کشور در سال ۱۹۹۶ به یک میلیون و ششصد و پنجاه و در سال ۲۰۰۰ به سه میلیون و سیصد هزار نسخه رسیده است که برای هر هزار نفر در سال ۱۹۹۶ به ۲۶ شماره و در سال ۲۰۰۱ به ۵۳ نسخه افزایش یافته است (سالنامه امارای یونسکو، ۲۷۳، ۱۹۴، ۱۹۹۹) بر همین روند، رقم استفاده از تلویزیون و کتاب نیز سیر صعودی خود را نشان داده است. در این میان یک پای ثابت استفاده از رسانه‌های جمعی طبقه متوسط جدید در راستای برنامه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی بوده است. در مجموع هر نهادی اعم از فرهنگی و اجتماعی و سیاسی که با مشارکت مردم، زمینه‌های بهبود شرایط اجتماعی را مساعد کند، نهاد مدنی شمرده می‌شود. نهادهای مدنی علاوه بر تقویت و شفافیت در سیاست‌های دولت، دارای نقش انتقادی، و بانی رشد فرهنگ مردم سالاری می‌شوند.

منحنی رشد مطبوعات طی سالهای ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۵



۳-۴) مدیریت امور عمومی (دولت تسهیل گر و پاسخگو)

طبقه متوسط جدید در ایران پس از انقلاب، در تلاش بوده است که اثربخشی خود را بر ساخت دولت تسهیل گر و توسعه گرا نشان دهد. چرا که تغییر ماهیت دولت در هر کشور پس از انقلاب، امری لازم بوده و ساخت و ساز دولت تسهیل گر و توسعه گرا، پیش زمینه ایده حکمرانی خوب است. بنابراین، ساخت دولت تسهیل گر در فرایند دولت سازی در ایران پس از انقلاب، در دستور فکری بخش بزرگی از طبقه متوسط جدید بوده است. در این فرایند، دولت سازان جدید در ایران پس از انقلاب به سرعت در راستای سامان سیاسی و حکمرانی ایده آل خود و کنترل سیاسی، ایجاد نهاد دولت را در دستور کار قرار دادند. در این میان، بخشی از طبقه متوسط جدید با شاخص های مدرن و شبه مدرن سعی در اثربخشی بر ساخت دولت تسهیل گر و توسعه گرا داشته اند. شاخص های دولت مدرن از جمله اداره بوروکراسی، شایسته سالاری، قانون مداری، تأمین خدمات عمومی شهروندان و پاسخ به مطالبات و نیازهای عمومی به چگونگی ماهیت سازه های دولت وابسته است. بستر اجتماعی در کشورهای پس از انقلاب و از جمله ایران حاکی از آن است که اجزای و شاخص های تشکیل دهنده

دولت توسعه‌گرا و تسهیل‌گر، با بازیگری طبقه متوسط جدید به علل ریشه‌های تاریخی و اجتماعی به کندی پیش رفته و یا ناکام مانده است. چرا که موانع دولت‌سازی با نگرش طبقه متوسط جدید، با مؤلفه‌هایی همچون شخصی شدن قدرت در گذشته، استقلال دولت از شهروندان، تحرک اجتماعی غیر قانونی و بوروکراسی ناتوان علمی‌گرا خورده است. با وقوع انقلاب در ایران، فرصت جدیدی برای ساخت و ساز نهاد دولت با تبنای بخش‌هایی از سنت‌گرایان با بخشی از طبقه متوسط جدید دین‌گرا به وجود آمد، در این میان الگوی دولت نوین‌یاد، با ساخت دولت بر اساس شاخص‌های دولت توسعه‌گرا و تسهیل‌گر متفاوت بوده است. به عبارت دیگر، ایجاد دولت حداقلی و توسعه محور و تولید محور در راستای حکمرانی خوب، جای خود را به دولت انقلابی و آرمانی سپرد. در ادامه این فرایند، نابسامانی‌هایی پس از ساخت دولت بروز نمود که ناشی از اختلاف‌های سلیقه‌ای میان بخشی از طبقه متوسط جدید با سازندگان دولت آرمانی و انقلابی بود. اختلاف میان نخبگان فکری با نخبگان ابزاری در باره چگونگی نگرش به دولت، ساخت دولت و چینش نیروها در بدنه دولت را شکل جدیدی بخشید. به همین دلیل در ایران پسا انقلاب شاهد دولت‌هایی از جنس دولت نظم‌دار ایدئولوژی، نوساز یک‌جانبه، دولت توسعه‌گرای سیاسی، دولت عدالت‌گرا، دولت توسعه محور با مداخله طبقه متوسط جدید با نگرش‌های متفاوت بوده‌ایم.

یکی از بازیگران عرصه سیاست در ایده حکمرانی خوب، دولت حداقلی و تسهیل‌گر با شاخص‌های مشخص و معین است. اگر چه نظریه دولت توسعه‌گرا، دستیابی به توسعه همه‌جانبه را مستلزم دولت قدرتمند با سرمایه انسانی منسجم می‌داند، اما نظریه ایده حکمرانی خوب توسعه را درگرو ارتقای کیفیت حکمرانی و ساخت اعتماد میان دولت و شهروندان می‌داند که در آن دولت توسعه‌گرا زمینه‌ساز ایده حکمرانی خوب تعریف شده است. واقعیت آن است که مفهوم توسعه همه‌جانبه و ساخت دولت توسعه‌گرا بر بدنه جامعه مدنی استوار است و دولت و طبقه متوسط جدید، بازیگران محوری و فعال آن خواهند بود، استقرار حکمرانی خوب در گروه ائتلاف نخبگان فکری و نخبگان ابزاری است، چرا که واژه دولت فراتر از حکومت و شامل تقویت بدنه جامعه مدنی و تقویت بخش خصوصی تعریف شده است. نهادهای

مدنی به عنوان مدافع حقوق شهروندی، وظیفه تقویت مشارکت مردمی به منظور اثربخشی بر سیاست‌های عمومی را بر عهده داشته و دولت تسهیل‌گر فعالیت‌های عمومی را در فراهم‌سازی زمینه‌های توسعه پایدار، ایفای نقش می‌کنند (صانعی، ۱۳۸۵، ۲۶) بنابر این اگر بر اساس دیدگاه‌های بانک جهانی، کارایی و اثربخشی دولت، شفافیت، پاسخگویی، عدالت محوری و انصاف، مسئولیت‌پذیری، حق اظهارنظر و حاکمیت قانون و کنترل فساد و اجماع محوری را شاخص‌های ایده حکمرانی خوب بدانیم، بخش بزرگی از طبقه متوسط جدید دانشگاهی و شهر نشین و مشارکت جو، در پی عملیاتی کردن شاخص‌های فوق با ابزار رقابت، مشارکت و تقویت جامعه مدنی بوده‌اند. طبقه متوسط جدید در قالب فرهنگ مشارکت و رقابت، پاسخگویی را یکی از کلیدی‌ترین مفاهیم حکمرانی خوب دانسته، که بر اساس آن نهادهای دولتی و بخش خصوصی و سازمان‌های وابسته به جامعه مدنی خود را در برابر خواسته‌های عمومی و افکار عمومی پاسخگو می‌دانند، از نگاه دیگر منظور از شاخص اظهار نظر در بحث حکمرانی خوب، مشارکت قانونی شهروندان در ساخت دولت است. طبقه متوسط جدید کوشیده است با ابزارهایی همچون احزاب سیاسی و رسانه‌های همگانی گام مثبتی را در راه دولت توسعه‌گرا و تسهیل‌گر بردارد.

از یک نگاه دیگر، میان ثبات سیاسی و بی‌ثباتی سیاسی با نوع حکمرانی رابطه معناداری وجود دارد، به این معنا که هر چه حکمرانی حالتی ضعیف‌تر داشته باشد، احتمال بی‌ثباتی سیاسی وجود دارد و هر چه حکمرانی به دولت حداقلی و مشارکتی و تسهیل‌گر نزدیک‌تر باشد، ثبات سیاسی را در پی خواهد داشت. بنابر این بهبود خواهی سیاسی در حکمرانی خوب، نتیجه مدارای سیاسی، عدم خشونت و اعتماد اجتماعی است. یکی دیگر از شاخص‌های حکمرانی خوب حاکمیت قانون در یک دولت تسهیل‌گرا و حداقلی، و نقش پررنگ شهروندان در آن است. به عبارت دیگر حاکمیت قانون تنها در قواعد و مقررات قانونی نیست، بلکه تضمینی برای آزادی، حق بشری و رفتار یکسان با شهروندان در برابر قانون است (سامتی، ۱۳۹۰، ۱۹۷) در این راستا، بخش بزرگی از شاخص‌های قانون‌گرایی در حوزه نظری و گفتاری و نوشتاری توسط طبقه متوسط جدید بیان و اظهار می‌شود. در ادامه بررسی

شاخص‌های حکمرانی خوب در راه دسترسی به دولت تسهیل‌گر، مشارکت مستقیم و غیرمستقیم در انتخابات و شفافیت (جریان آزاد اطلاعات، قابلیت دسترسی به اطلاعات، آگاهی افراد در فرایند تصمیمات اجرایی) است، در چنین شرایطی رسانه‌های گروهی به راحتی قادر به تجزیه و تحلیل و نقد سیاست‌های اتخاذ شده در نظام تصمیم‌گیری و اجرایی کشور خواهند بود (دباغ، ۱۳۸۸، ۴). منظور از اجماع محوری در بحث حکمرانی خوب و ساخت دولت تسهیل‌گر، انجام وظیفه دولت در برنامه‌های دراز مدت در راستای توسعه همه جانبه، و منظور از انصاف و عدالت، رفاه و آرامش پایدار در جامعه و حقوق مساوی شهروندان، و توانا سازی اقشار فرودست جامعه در یک دولت تسهیل‌گر و توسعه‌گرا است. خلاصه آنکه کوچک سازی دولت در قالب دولت حداقلی، فرصت‌های بیشتری را در اختیار جامعه مدنی وابسته به طبقه متوسط جدید قرار می‌دهد که در مشارکت سیاسی شرکت نمایند، شفافیت را بیشتر و فساد را کاهش و به افزایش ثبات سیاسی کمک نمایند. مروری به تحولات سیاسی - اجتماعی ایران پس از انقلاب، نشان می‌دهد که طبقه متوسط جدید در چهار دهه گذشته میدان داری و جهت‌گیری‌های متفاوتی داشته است، امار کمی طبقه متوسط جدید با نگاه عرف‌گرا و گاه دین‌گرا، جنگ تحمیلی و تثبیت نظام سیاسی در دهه اول پس از انقلاب، حکایت از مداخله‌گری محدود در ساخت دولت حداقل و تئوری نزاع برای بقاء بوده است. به عبارت دیگر، نوع نگرش به اداره کشورداری، طبقه متوسط جدید دین‌گرا و عرف‌گرا را به سمت جناح‌گرایی سیاسی کشاند. سبک ایجاد دولت با نگرش نوسازی و عدم توجه به توسعه سیاسی، رشد و ظهور طبقه متوسط جدید را شدت بخشید و به خلق گفتار سیاسی جدید منجر گردید. سیاست‌های آموزشی دولت نوساز در دهه هفتاد، گسترش کمی دانشجو و زیر ساخت‌های دانشجویی، بانی توقعات و خواسته‌ها و مطالبات جدید با نگاه به توزیع قدرت سیاسی گردید. کارگزاران سازندگی از درون دولت رشد نمودند و با استفاده از فرصت‌های آموزشی و اقتصادی به طبقه تحصیل کرده دانشگاه در جهت ساخت دولت تسهیل‌گر پیوستند. این گروه کارگزار و وابسته به بلوک قدرت، همراه با طبقه تحصیل کرده، به این باور رسیدند که توسعه اقتصادی بدون توسعه سیاسی دوامی نخواهد داشت. بنابر این شعار توسعه سیاسی و

جامعه مدنی به دال مرکزی و حوزه فکری بخشی از طبقه متوسط جدید در راه مشارکت سیاسی و ساخت دولت توسعه‌گرای سیاسی تبدیل گردید. در ادامه این فرایند، بخشی از طبقه متوسط جدید که از توزیع قدرت سیاسی به سبک خود ناخرسند بودند و نگرش فکری آنان حالتی عملیاتی به خود نگرفته بود، به انفعال سیاسی روی آوردند و بخش دیگری از این طبقه نیز، با نگرش اصلاح طلبی سیاسی، عدالت‌گرایی سیاسی و اعتدال‌گرایی سیاسی، در راه تثبیت مشروعیت حاکمیت به حیات سیاسی خود ادامه دادند.

تحول گفتمانی طبقه متوسط جدید (فرهنگی و سیاسی) در ایران پسا انقلاب در دوره انقلابی (۵۷-۶۰) جنگ تحمیلی و دوره سازندگی (۶۰-۶۸) دوره توسعه‌گرایی سیاسی (۷۶-۸۴) دوره اصول‌گرایی با عدالت اجتماعی (۸۴-۹۲) و دوره تعادل‌گرایی سیاسی (۹۲-۱۴۰۰) تحولی متفاوت و جهت‌گیری‌های سیاسی متفاوت داشته است. در ایران پسا انقلاب، تحولاتی در ساختار اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در زمینه‌های رشد جمعیت، رشد تحصیلات، رشد رسانه‌های ارتباطی دیداری و شنیداری، و بستر سازی رفاه و تنوع فرهنگی رخ داد که مطالبات سیاسی و اجتماعی را دو چندان کرد و متن جامعه طبقه متوسط جدید را به سوی جهت‌گیری سیاسی و مشارکت سیاسی و مدنی سوق داد. حوزه باز اندیشی فکری و بروز روشنفکری دینی و مدرن سازی دینی در دستور فکری بخشی از طبقه متوسط جدید قرار گرفت. نیروهای اسلام‌گرای دست چپی با پشتیبانی فکری بخشی از طبقه متوسط جدید نوگرا و توسعه خواه به قرائت‌های تازه‌ای از اسلام سیاسی و پلورالیسم سیاسی رسیدند و با مشارکت سیاسی و انتخاباتی در خرداد ۱۳۷۶ توسعه‌گرایی سیاسی را در جهت سامان سیاسی و حکمرانی خوب هدایت نمودند. به عبارت دیگر صورت‌بندی گفتمانی در راه ساخت دولت که بر محور اسلامیت نظام تمرکز داشت، با تلاش بخشی از طبقه متوسط جدید رنگ جمهوری‌ت آن پر رنگ گردید. در در واقع نگرش‌هایی در زمینه دولت دینی، شکاف سنت و تجدد، تقویت نهادهای مشارکت قانونی، قانون‌گرایی و حزب، پارامترهای فکری مربوط به بخشی از طبقه متوسط جدید بود که به توسعه سیاسی باور داشتند. نگرش اصلاح‌گران سیاسی چرخش به

سمت توسعه سیاسی و توسعه همه جانبه به همراه تکنوکراسی در بوروکراسی بود. به بیان دیگر، دموکراسی دینی، شایسته سالاری، عقل سالاری، جمهوریت، جامعه مدنی و مسئولیت پذیری، صورت بندی گفتار سیاسی جدیدی بود که با واژه‌ها و شاخص‌های حکمرانی خوب به هم جوش خورده بود. توسعه‌گرایان سیاسی با استفاده از ابزارهای بسیج منابع همچون احزاب و تشکل‌های سیاسی، رسانه‌های گروهی و همگانی، قاعده مندی سیاسی را به سمت توسعه‌گرایی سیاسی سوق دادند که زایش آن دولت اصلاحات بود. علاوه بر بخشی از طبقه متوسط جدید که حامی توسعه سیاسی بودند، بخش دیگری از کارمندان بوروکراسی اداری و وابسته به اسلام سیاسی و حاکمیت سیاسی (اصول‌گرایی و تعادل‌گرایی سیاسی) تمایل به حفظ وضع موجود و مخالف تغییر ساختار سیاسی بودند. گفتارهای سیاسی که در آن سعی در ایجاد ایدئولوژی محافظ کار و حد اعتدال بین اندیشه‌های سیاسی با گرایش اقتصادی را مدنظر داشتند. این نوع نگاه به دولت‌سازی نیز با استفاده از بسیج منابع و ظرفیت‌های رسانه‌ای و ظرفیت گفتارهای سیاسی همچون حقوق شهروندی و آزادی توانست با نام بخشی از طبقه متوسط جدید به ساخت دولت اصول‌گرا و اعتدال‌گرا کمک نماید.

۴-۴) فرهنگ سیاسی :

یکی از شاخص‌های حکمرانی خوب در راستای ثبات سیاسی و کارایی و اجماع محوری، چگونگی برخورد طبقه متوسط جدید با فرهنگ سیاسی است. فرهنگ سیاسی تابعی از فرهنگ عمومی است و فرهنگ سیاسی مشارکتی از طریق جهت‌گیری‌های تابعی و محدود نسبت به مسائل سیاسی متوازن می‌شود (قوام، ۱۳۷۶، ۷۴) از نگاه دیگر لوسین پای مفهوم فرهنگ سیاسی را در زمینه توسعه سیاسی واکاوی می‌کند، وی فرهنگ سیاسی را از نظر چهار موضوع با یکدیگر متفاوت می‌داند (اعتماد اجتماعی یا بی‌اعتمادی، مسئله سلسله مراتب یا برابری و چگونگی برخورد با آن، مسئله آزادی و اجبار و در نهایت سطوح وفاداری در چارچوب یک نظم سیاسی) (پای، ۱۳۷۰، ۴۰، ۴۵) الموند و پاول نیز مفهوم فرهنگ سیاسی را به نظام سیاسی پیوند می‌دهند و آن را توانایی نظام سیاسی (ثبات سیاسی و توسعه سیاسی)

و ایستارها و احساسات شهروندان را نسبت به آن بررسی می‌کنند (الموند و پاول، ۱۳۷۵، ۲۶) نظریه پردازان دیگری مانند لیپست، دانیل لرنر، و رابرت دال با رویکرد نوسازی سعی کرده‌اند که به تشریح رابطه میان مدرنیسم و دموکراسی بپردازند. در همین روند، رونالد اینگهارت به شیوه جامع به بسط تئوریک رابطه بین نوسازی و فرهنگ سیاسی پرداخته و باور دارد که نوسازی با صنعتی شدن جوامع، عقلانیت و بروکراسی همراه بوده و نوسازی به طور فزاینده‌ای تقاضای شدید توده‌ها را برای دموکراسی به وجود می‌آورد. وی معتقد است که تغییر در حوزه اقتصادی به تغییر ارزش‌ها و فرهنگ سیاسی و نوسازی اجتماعی و اقتصادی به تغییر فرهنگی و در نهایت به دگرگونی در سطح سیاسی منجر می‌شود (اینگهارت، ۱۳۸۹) بنابراین دگرگونی‌های اجتماعی و فرهنگی در زمینه‌های شهرنشینی و با سواد و رسانه‌ای و تغییر جایگاه اجتماعی افراد، فرهنگ سیاسی را نیز متحول می‌کند. به این معنا که گرایش به فرهنگ سیاسی جدید در میان طبقه متوسط جدید با ابزارهای فکری، اثربخشی خود را بر مشارکت سیاسی و ساخت نهادهای مدنی و ساخت دولت بیشتر خواهد کرد. در فرایند گذار به فرهنگ سیاسی جدید، توسعه سیاسی و حکمرانی خوب در گرو آن است که فرهنگ سیاسی تضمین‌کننده ثبات سیاسی و تقویت‌کننده جامعه مدنی باشد. این نوع فرهنگ سیاسی متکی بر مدارای سیاسی، تمایل به احزاب، انتشار مطبوعات و آزادی رسانه‌ای، حمایت از شهروندان و مشارکت‌های مدنی و سیاسی است. فرهنگ سیاسی در جوامع معاصر، نقش محوری در توسعه و مشارکت سیاسی و فعالیت مدنی دارد. در این میان نخبگان فکری طبقه متوسط جدید در تحکیم فرهنگ سیاسی، بازیگری اثر بخش در ساخت دولت و نگرش به حکمرانی خوب خواهند بود. از آنجا که تساهل و مدارا، باورهای مذهبی و عرفی، کنش سیاسی و جهت‌گیری نسبت به نظم سیاسی از مؤلفه‌های فرهنگ سیاسی است، بنابراین جهت‌گیری طبقه متوسط جدید در این راستا و در امر مشارکت سیاسی، در مسیر حکمرانی خوب امری قابل درک است. طبقه متوسط جدید فرهنگی و سیاسی (دانشگاهیان، معلمان، نویسندگان، روزنامه نگاران و وابستگان به کار فکری) یکی از حوزه‌های تولید و باز تولید فرهنگ سیاسی است که حرکت فکری آنان فرایندی

تحولی در راه ساخت دولت با نگاه حکمرانی خوب داشته است. سیاست و حکومت نقطه پیوند فرهنگ سیاسی با حکمرانی خوب است و حکمرانی خوب زمانی در درون یک نظم سیاسی معنادهی می‌شود که در تحقق آن دولت و سایر نهادهای مدنی مداخله داشته و در آن حکمرانی سهیم باشند. به عبارت دیگر حکمرانی خوب در ارتباط با دولت و نظم سیاسی موضوعیت می‌یابد و فرهنگ سیاسی بستر حکمرانی خوب خواهد بود.

فرهنگ سیاسی در ایران پسا انقلاب با ظهور گفتمان اسلام‌گرایی تکوین می‌یابد. در این گفتمان، سنت اسلامی به عنوان راه حلی برای مسائل جامعه مطرح می‌شود، که عناصر این گفتمان بر پایه دشمنی با غرب و مظاهر مصرف‌گرایی آن و تأکید بر رهبری، انضباط اجتماعی و اخلاقی، ارزش‌های سنتی، نخبه‌گرایی سیاسی و کنترل فرهنگی ساخت یافته است (بشیری ۱۳۸۰، ۶۹) بنابراین علاوه بر فرهنگ سیاسی مسلط، فرهنگ‌های سیاسی دیگری همچون فرهنگ سیاسی طایفه‌ای، ایلی و قومیتی بدون هم‌گرایی سیاسی در بستر اجتماعی، تهدید کننده ثبات سیاسی و به حاشیه رفتن جامعه مدنی محسوب می‌شدند. در دهه اول ایران پسا انقلاب اختلاف نظر در مورد چگونگی اداره کشور، سبب شکاف در گفتمان مسلط و دوگانگی فکری در جهت اداره کشور گردید و جناح‌گرایی سیاسی با نام چپ‌گرایی و راست‌گرایی در بستر سیاسی جامعه ظاهر گردید. به دنبال ساخت دولت نو ساز در اوایل دهه هفتاد، تغییرات اجتماعی و فرهنگی در ساختار جمعیتی و آموزشی اتفاق افتاد که منجر به رشد کمی آموزش عالی و رشد دیوان‌سالاری اداری و به زایش طبقه متوسط جدید با جهت‌گیری فرهنگ سیاسی شد. این جهت‌گیری فرهنگی ناشی از رشد کمی و کیفی آموزش در دانشگاه و یا اثرپذیر از فرهنگ جهانی بود. چرا که تبادلات فرهنگی در میان شهروندان کشورها، امری است که خارج از کنترل نظم سیاسی است و منجر بر تغییر فرهنگ سیاسی و بیگانگی فرهنگ طایفه‌ای و قومی از فرهنگ سیاسی مسلط می‌شود. به این معنا که فرهنگ قومی و ایلی با فقدان فرهنگ رقابت و وابستگی به خویشاوندگرایی و بی‌اعتمادی، به ضعیف شدن جامعه مدنی کمک کرده و معادلات سیاسی و رفتار سیاسی را بر هم می‌زند. مروری بر انتخابات ریاست جمهوری و

شوراهای شهری در ایران پسا انقلاب، نشان می‌دهد که رنگ تعصب قومیت و فرهنگ سیاسی قومیت، در بسیج منابع رای دهی و در مشارکت انتخاباتی پر رنگ بوده است. از آنجا که فرهنگ سیاسی قومیت و فرقه‌ای و طایفه‌ای و ایلی در تضاد با فرهنگ مدارا، عقلانیت جمعی و عدم پذیرش سلیقه‌های سیاسی است، نوعی نزاع با جامعه مدنی تلقی شده که با فرهنگ طبقه متوسط جدید دانشگاهی قابل جوش نیست. با تغییرات اجتماعی و فرهنگی در دهه هفتاد و با رشد کمی دانشگاه‌ها و رشد طبقه متوسط جدید، فرهنگ سنتی ایلی و قومی و گاه پوپولیسم تحت تأثیر فرهنگ سیاسی جدید قرار می‌گیرد. در نتیجه طبقه متوسط جدید دین‌گرا و عرف‌گرا جدید با شعارهای قانون‌گرایی، رقابت و مشارکت، مسئولیت‌پذیری، شفافیت و جامعه مدنی در راستای حکمرانی خوب وارد منازعات سیاسی شده و مفهوم جمهوریت رنگ پر رنگ به خود گرفت.

اگر شاخص‌های حکمرانی خوب را پاسخ‌گویی، ثبات سیاسی، حاکمیت قانون، مشارکت و رقابت سیاسی، شفافیت، کارایی و اثربخشی، اجماع محوری، عدالت و انصاف و دولت تسهیل‌گر و توسعه‌گرا بدانیم، فرهنگ‌های سیاسی مانند تک صدایی، بی‌ثباتی، قانون‌گریزی، مشارکت‌گریزی، بی‌عدالتی، مانع از تحقق حکمرانی خوب تلقی می‌شوند، لذا طبقه متوسط جدید در ایران پسا انقلاب در تلاش بوده است که با ابزارهایی همچون رسانه‌های گروهی، احزاب و تشکل‌های سیاسی، بسیج منابع خود را در جهت مشارکت و رسیدن به مدارجی از حکمرانی خوب در دستور کار خود قرار دهد. در بحث ثبات سیاسی و پاسخگویی و اظهار نظر نیز، طبقه متوسط جدید با فرهنگ سیاسی خاص در تلاش بوده است که با کیفیت خدمات عمومی شهروندان و کیفیت تدوین و اجرای سیاست‌های دولتی و با حذف خشونت ثبات سیاسی را در برنامه خود قرار دهد.

نتیجه گیری:

حکمرانی خوب یک نوع فرایند تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی است که به معنای اداره و تنظیم امور و به رابطه میان شهروندان و فرمانروایان اطلاق می‌شود. در واقع چارچوب خواسته‌ها و مطالبات را تعیین و چگونگی توزیع قدرت سیاسی را مشخص می‌کند. در این فرایند دولت‌ها با رعایت قانون، عدالت و انصاف، شفافیت و پاسخگویی (شاخص‌های حکمرانی خوب) منابع کشور را در خدمت منافع ملی قرار می‌دهند. در این میان طبقه متوسط جدید نیروی اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است که گاه در درون دولت و گاه خارج از بلوک قدرت، حجم عظیمی از بافت اجتماعی را تشکیل می‌دهند. این طبقه نوظهور با ابزارهای مدنی، رسانه‌های گروهی، احزاب و تشکلهای سیاسی، فرهنگ سیاسی، و رهبری و هدایتگری فکری، در قالب رقابت و مشارکت سیاسی اثربخشی خود را بر ساخت دولت و ایده حکمرانی نشان می‌دهد. منظور از طبقه متوسط جدید، مدیران، دانش‌گاہیان، معلمان، روزنامه نگاران، نویسندگان و تولیدکنندگان حوزه فکری است که محصول رشد شهرنشینی، رشد آموزش عالی و باسوادی، رشد رسانه‌ای و رشد دیوان‌سالاری اداری می‌باشند. طبقه نامبرده با تولیدات فکری در برخورد با نظم سیاسی و ساخت دولت، جهت‌گیری‌های متفاوتی در ایران پسا انقلاب داشته و همواره در تلاش بوده است که در راستای بهبود خواهی دولت حداقل و تسهیل‌گر با ایده حکمرانی خوب حرکتی همسو داشته باشد. اگر دولت تسهیل‌گر و حداقل را لازمه حکمرانی خوب تلقی نماییم، مفاهیمی همچون قانون‌گرایی، شفافیت، پاسخگویی، عدالت و مسئولیت‌پذیری، مهمترین کلیدواژه‌های طبقه متوسط جدید در راه حکمرانی خوب بوده‌اند. مروری به تحولات سیاسی-اجتماعی در ایران پسا انقلاب، نشان از آن دارد که طبقه متوسط جدید به هنگام تثبیت نظم سیاسی جدید، عنصری قدرتمند و مداخله‌گر در امور رقابت و مشارکت سیاسی نبوده است. اما در سال‌های منتهی به دهه هفتاد و همگام با دولت نوساز، و همگام با تغییرات و دگرگونی‌های اجتماعی و فرهنگی (رشد شهرنشینی؛ رشد آموزش عالی، رشد کمی باسوادی) اثربخشی این طبقه بر عرصه رقابت و مشارکت سیاسی خود را آشکار می‌کند. بنابراین از میان دولت‌های پسا انقلاب (دولت منتظم،

دولت نو‌ساز، دولت توسعه‌گرای سیاسی، دولت عدالت‌گرا، دولت توسعه محور) طبقه متوسط جدید در تلاش بوده است که بر محوریت دولت حداقل و تسهیل‌گر حرکت نماید و آن را مدل و الگویی برای حکمرانی در پیش گیرد. لذا با اثربخشی بر رقابت و مشارکت سیاسی و اثربخشی بر توانمندسازی نهادهای مدنی و فرهنگ سیاسی، در پی ساخت دولت حداقل و تسهیل‌گر در راستای حکمرانی خوب در حرکت بوده است.

منابع

۱. ابراهامیان، پرواند (۱۳۷۵) ایران بین دو انقلاب، درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران معاصر، ترجمه احمد گل محمدی و محمد ابراهیم فتاحی، تهران، نشر نی
۲. ازغندی، علیرضا (۱۳۸۵) درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران، تهران، نشر قومس،
۳. (۱۳۸۴) همان، چاپ اول
۴. الموندج، پاول ب (۱۳۷۵) جامعه‌پذیری سیاسی و فرهنگ سیاسی، ترجمه علیرضا طیب، اطلاعات سیاسی و اقتصادی، ش ۱۱۴-۱۱۳ صص ۲۲-۳۱، بهمن و اسفند
۵. اینگه‌هارت، رونالد-ولزل، کریستین (۱۳۸۹) نوسازی، تغییر فرهنگی و دموکراسی، ترجمه یعقوب احمدی، تهران، کویر
۶. بشیریه، حسین (۱۳۷۴) جامعه‌شناسی سیاسی، تهران، نشر نی
۷. (۱۳۸۱) دیباچه‌ای بر جامعه‌شناختی سیاسی ایران، دوره جمهوری اسلامی، تهران، نگاه معاصر
۸. پای، لوسین (۱۳۷۰) فرهنگ سیاسی و توسعه سیاسی، ترجمه مجید محمدی، فصلنامه فرهنگ، سال دوم، شماره ۱ و ۲
۹. حجاریان، سعید (۱۳۷۹) جامعه مدنی و دولت دینی، مجله فرهنگ توسعه، ۹
۱۰. خواجه سروی، غلامرضا (۱۳۸۲) رقابت و ثبات سیاسی در جمهوری اسلامی ایران، تهران، نگاه معاصر
۱۱. دباغ، سروش (۱۳۸۸) تبیین حکمرانی خوب، نشریه مدیریت دولتی، سال اول، شماره ۳، پاییز و زمستان، صص ۳-۱۸
۱۲. دادگران، محمد (۱۳۷۴) مبانی ارتباطات جمعی، تهران، انتشارات فیروزه
۱۳. رنی استین (۱۳۷۴) حکومت، آشنایی با علم سیاست، ترجمه لیلا سازگار، تهران: مرکز دانشگاهی

۱۴. سامتی و دیگران (۱۳۹۰) تحلیل تأثیر شاخص‌های حکمرانی خوب بر شاخص‌های توسعه انسانی، مورد مطالعه کشورهای جنوب شرق آسیا، فصلنامه علمی - پژوهشی رشد و توسعه اقتصادی، سال اول، شماره ۴
۱۵. سالنامه اماری (۱۹۹۹) سازمان چاپ و انتشارات فرهنگ اسلامی
۱۶. شهریاری، حیدر (۱۳۹۸) سنجش شاخص‌های مردم‌سالاری در جمهوری اسلامی ایران (۵۸-۹۲) پژوهش‌های راهبردی سیاست، سال هشتم، زمستان ۹۸، شماره ۳۱، پیاپی ۶
۱۷. صانعی، مهدی (حکمرانی خوب مفهومی نو در مدیریت دولتی، مجله تدبیر، شماره ۱۷۸)
۱۸. غنی نژاد، موسی (۱۳۷۵) جامعه مدنی، میزگرد مجله کیان، ش ۲۳، ابان و آذر
۱۹. علیرضا ثانی، الوانی و سید مهدی (۱۳۸۶) تحلیلی بر کیفیت حکمرانی خوب در ایران، مجله مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ش ۵۳، صص ۱-۱۴
۲۰. عسگر پور، کریمی مله، رکن‌آبادی (۱۳۹۹) طبقه متوسط جدید و گذار به دموکراسی در جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه علمی - تخصصی سپهر سیاست، سال ۷، ش ۲۴
۲۱. فوزی - رضانی (۱۳۸۸) طبقه متوسط جدید و تأثیرات آن بعد از انقلاب اسلامی، فصلنامه مطالعات انقلاب اسلامی، تابستان، ش ۱۷
۲۲. قوام، عبدالعلی (۱۳۷۶) سیاست‌های مقایسه‌ای، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت)
۲۳. کدیور، محسن (۱۳۷۹) دغدغه‌های حکومت دینی، تهران، نشر نی
۲۴. لیپست، سیمور، مارتین (۱۳۸۱) دایره‌المعارف دموکراسی، ترجمه نورالهی و کامران، کتابخانه تخصصی وزارت خارجه
۲۵. لفت ویچ، ادریان (۱۳۸۵) دولت توسعه‌گرا، ترجمه جواد افشار کهن، تهران، نشر نی نگار
۲۶. متوسلی، محمود و دیگران (۱۳۸۹) اقتصاد نهادی، پیشگامان نهادگرایی علم اقتصاد، دانشگاه امام صادق

بازیگری سیاسی - رسانه‌ای طبقه متوسط جدید در ایده حکمرانی خوب...//۲۲۳

۲۷. مرکز امار ایران (۱۳۸۶، ۱۳۹۰) دو سالنامه اماری کشور، تهران، مرکز امار ایران

۲۸. مصفا، نسرین (۱۳۷۵) مشارکت سیاسی زنان در ایران، تهران، وزارت امور خارجه

۲۹. میدری؛ احمد (۱۳۸۳) حکمرانی خوب، بیان توسعه، دفتر بررسی‌ها اقتصادی،

۳۰. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

۳۱. هانتیگتون، ساموئل (۱۳۷۳) موج سوم دموکراسی در پایان سده بیستم، ترجمه احمد شهسا، تهران، روزنه

منابع لاتین:

1. ChEN. jieandlu.Ghunlong (2011)
2. Lorner . D(1958) the passing of tradi tionaL society modernizing the niddL East New york free press
3. Huther and shah (2000) ,, Appluing a simple measure of good Governace present at : [www worldl bonk org/ wli/ governannce / pdf/ wps](http://www.worldbank.org/wli/governance/pdf/wps).

شیوه‌های ارتباطی پیامبر(ص) در جنگ‌ها

زهرا طاهری پور^۱

داوودزارعیان^۲

سوداب جهانیان^۳

چکیده

پیامبر اکرم (ص) پس از سیزده سال تبلیغ در مکه، به ناچار این شهر را ترک و به شهر یثرب که بعدها مدینه النبی نام گرفت، هجرت کردند. در شهر مدینه حکومت اسلامی را مطابق با قوانین الهی بنیان نهادند. مشرکان هرگز تحمل استقلال و قدرت گرفتن مسلمانان را نداشتند، از این رو از همان سال اول هجرت، اقدامات خود را علیه حکومت تازه بنیان به کار گرفتند. از جمله این اقدامات جنگ‌های متعددی بود که در سال‌های مختلف روی داد. در این مقاله در صدد بررسی شیوه‌های ارتباطی حضرت در این جنگ‌ها هستیم. بدین منظور کتاب‌های تاریخی الطبقات، سیره النبویه (ابن هشام) و تاریخ یعقوبی از طریق نمونه‌گیری هدفمند با روش تحلیل محتوای کیفی بررسی شده که نتایج حاصل شش مقوله اصلی است و هر کدام شامل تعدادی مقوله فرعی می‌باشند. این شش مقوله شامل شیوه‌های ارتباطی پیامبر (ص)، ویژگی‌های پیامبر (ص) به عنوان منبع پیام، نحوه ارائه پیام، رعایت اصل مخاطب شناسی، چگونگی احترام به ارزش‌های انسانی و تکنیک‌های ارتباطی پیامبر (ص) در جنگ‌ها می‌باشند.

واژگان کلیدی: ارتباط، شیوه‌های ارتباطی، پیامبر (ص)، جنگ‌های پیامبر

(ص).

۱ استادیار، عضو هیئت علمی دانشگاه سوره، Z.taheripour@yahoo.com

۲ استادیار، عضو هیئت علمی دانشکده مخابرات، Drzareian@yahoo.com

۳ کارشناس ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی، دانشگاه سوره، Soudabjahanian_psd@yahoo.com

مقدمه

ارتباطات انسانی نیازمند عناصر منبع، پیام و مخاطب است. ارتباط برای دستیابی به یکی از اهداف زیر انجام می‌گیرد: خبر دادن، مطلع کردن، آموزش دادن، تغییر عقیده دادن، گسترش و توسعه رابطه موجود و سرگرمی. ارتباط زمانی با موفقیت روبرو می‌گردد که منبع پیام دارای ویژگی‌هایی باشد تا به باورها و اعتقادات مخاطب دسترس پیدا کند و بازخورد مناسب خود را از ارتباط دریافت نماید. گاهی منبع پیام باید در جایگاه ویژه یک پیامبر قرار بگیرد. پیامبران، برای هدایت نوع بشر با در دست داشتن دستورات از جانب خداوند، هر کدام روشی را برای رسیدن به هدف خود برگزیده‌اند. از جمله می‌توان به رسالت پیامبر اسلام، حضرت محمد (ص)، اشاره نمود. هدف از نبوت پیامبر (ص) راهنمایی مردم بت پرست به پرستش خداوند بود. اما بعد از سیزده سال پیامبر (ص) به سوی مدینه هجرت کردند. از آن زمان مخالفان آن حضرت به چهار گروه تقسیم می‌شدند؛ پیروان اهل کتاب (مسیحیان، یهودیان و نصارا)، منافقان، قبایل بیابان گرد و قبیله قریش. گاهی حضرت رسول اکرم (ص) در شرایط جنگ با دشمنان قرار می‌گرفتند و ناچار به رویارویی با دشمن می‌شدند. پیامبر مکرم اسلام (ص) در نبردها شیوه‌ها و رفتارهای خاصی داشتند که می‌توان آنها را در تعریف ارتباط گنجانند و از آنجا که به جنگ‌های رسول خدا (ص) تا کنون از دید ارتباطی نگاه نشده است در نتیجه می‌توان با این پژوهش به یک راهبرد عملی دست یافت. نگرش راهبردی و عملی به روش‌های ارتباطی انجام شده در جنگ‌ها توسط رسول اکرم (ص) می‌تواند منجر به شناخت بیشتر رفتارهای ایشان و در نتیجه جلوگیری از پیشامدهای ناگوار و مخرب در جنگ‌ها گردد. پژوهشگر در پی یافتن شیوه‌های ارتباطی حضرت رسول اکرم (ص) و دستیابی به این راهبرد عملی، سه کتاب تاریخی و مورد تأیید تاریخ‌شناسان اسلامی یعنی سیره النبویه (ابن هشام)، الطبقات و تاریخ یعقوبی را مورد مطالعه قرار داده است و نکات مهم و ارتباطی آنها را در پژوهش حاضر بررسی کرده است.

۲. پیشینه پژوهش

نویسنده به دنبال مرجع و یا منبعی معاصر در مورد پیشینه کارهای انجام شده در زمینه شیوه‌های ارتباطی در جنگ‌های پیامبر(ص)، موفق به یافتن نمونه‌ای شاخص و کلی نگردید. ولی در حیطه رفتارهای ارتباطی پیامبر(ص) به تعدادی مقالات و پایان‌نامه‌ها دست یافت که از آن مورد می‌توان به این موارد به اختصار اشاره نمود؛ جواد نظری مقدم (۱۳۸۸) در مقاله خود به نام ارتباط شناسی پیامبر(ص) با نگاهی به ابزارها و روش‌های تبلیغی در عهد مدنی، رویکرد و دید ارتباطی ندارد، زیرا تعریفی از ارتباط و تبلیغ و مؤلفه‌های آنها به میان نیاورده است. کریم خانمحمدی (۱۳۸۸)، در "تحلیلی به سیره ارتباطات میان فردی پیامبر اسلام(ص) با رویکردی ارتباطی با روش روانشناسی به دنبال کشف اصول و قواعد ارتباطات میان فردی پیامبر اسلام(ص) مبادرت می‌کند. حمید نگارش (۱۳۸۸) در پژوهش "راهکارهای تبلیغی پیامبر اعظم(ص)" راهکارهای تبلیغی پیامبر(ص) که توسط محقق ارائه شده است در واقع ترکیبی از شیوه‌های ارتباطی و خصوصیات منبع می‌باشد. غلامحسین مهدوی نژاد (۱۳۹۲) در "شیوه‌های تبلیغی پیامبر(ص)" روش‌های تبلیغاتی رسول خدا(ص) را در هدف باوری، پایداری، پیشگامی در عمل، مدارا با مردم، ... دانسته است.

۳. مفهوم شناسی

۱،۳ ارتباط

واژه ارتباط از ریشه لاتین به معنای اشتراک نگرفته شده است.^۴ مفهوم ارتباط در دایره المعارف عمومی فیشر چنین تعریف شده است: ارتباط در مفهوم گسترده آن، برای بیان هر نوع انتقال اطلاعات به کار می‌رود.^۵ "حکیم آرا" در تعریف ارتباط می‌گوید: فرآیند مشارکتی است که در سایه آن افراد واقعیت‌های اجتماعی را

4 Communication

5 Communis

۶ دادگران، مبانی ارتباطات جمعی: ۱۵

پدید می‌آورند و نظم می‌دهند.^۸ اما قدیمی‌ترین تعریف برای مفهوم ارتباط را می‌توان در کتاب معانی بیان (ریطویقا) متعلق به ارسطو جست و جو نمود: ارتباط عبارت است از جست و جو برای دست یافتن به کلیه وسایل و امکانات موجود برای ترغیب و اقناع دیگران.^۹

۲,۳ عناصر ارتباط

ارتباطات انسانی به چهار عنصر نیاز دارند که عبارتند از: منبع، پیام، کانال ارتباطی و گیرنده پیام.

۱,۲,۳ منبع - فرستنده پیام^{۱۰}

فرستنده پیام براساس محیط فراگیر خود که حوزه تجربی او را می‌سازد، محتوای مقصود را در ذهن خود بر روی دریافت‌کننده پیام می‌سند و سپس آن را در چهارچوب رمزگذاری خود قرار می‌دهد و به شکل پیام ارسال می‌کند.^{۱۱} فرستنده پیام شروع‌کننده ارتباط می‌باشد.

۲,۲,۳ پیام^{۱۲}

پیام به معنای دقیق کلمه، معنایی است که در فرآیند ارتباط انتقال می‌یابد. در صورتی که علامت یا متن چیزی است که عملاً منتقل شده است. با این حال، معمولاً اصطلاح پیام را در معنایی عام‌تر به کار می‌برند و منظور از آن هر چیزی است که بین فرستنده و گیرنده ردّ و بدل می‌شود.^{۱۳}

۳,۲,۳ مخاطب^{۱۴}

در مطالعات ارتباطی اصطلاح "مخاطب" متناظر و مطابق است با "مقصد"، یا با اصطلاحات دیگری همچون "گیرنده"، "طرف خطاب"، "ارتباط‌گیر" یا "مصرف

۸ حکیم آرا، ارتباطات متقاعدگرانه در تبلیغ: ۲۱۹

۹ محسنیان راد، ارتباط‌شناسی: ۴۹

1 Sours- Sender 0

۱۱ فرهنگی، مبانی ارتباطات انسانی، ج ۱: ص ۶۱

1 Message 2

۱۳ گیل و آدامز، الفبای ارتباطات: ص ۷۷

1 Audience 4

کننده" که همه اینها دلالت بر هدفی دارند که پیام معطوف به آن است یا مقصد و مقصودش رسیدن به آن است.^{۱۵}

۴,۲,۳ کانال^{۱۶}

کانال ارتباط، اتصالات کارآمدی است که گروه‌های منبع و گیرنده را در یک ساختار ارتباطی که پیام‌ها از طریق آن جریان می‌یابد، به یکدیگر پیوند می‌دهد.^{۱۷}

۳,۳ شیوه‌های ارتباطی

حکیم آرا در کتاب "ارتباط متقاعدگرانه" خود شیوه‌های ارتباطی رایج را نام برده است؛ انتشار کتاب، برگزاری سخنرانی، دعوت حضوری به مذهب، مناظره، شایعه سازی، اشکال مختلف نمایش قدرت و برگزاری دوره‌های محدود آموزش^{۱۸} سورین و تانکارد نیز برای تبلیغ هفت روش نام برده‌اند: این هفت شیوه تبلیغی، اسم دادن، تنویر و تلطیف، انتقال، تصدیق، مردم ساده، مغالطه و هم‌رنگی با جماعت است.^{۱۹}

۴,۳ جنگ‌های پیامبر (ص)

جنگ‌های پیامبر (ص) با توجه به حضور ایشان، به دو دسته غزوه و سریه تقسیم می‌شود. در اصطلاح به جنگ‌هایی که پیامبر در آن شرکت می‌کرد و امور فرماندهی را به طور مستقیم بر عهده داشت "غزوه" و به جنگ‌هایی که در آنها شرکت نداشت بلکه دسته‌هایی را با تعیین فرمانده به منطقه اعزام می‌کرد "سریه" گویند.^{۲۰}

۴. معرفی منابع

محقق در پژوهش پیش رو مطالب مستند و تاریخی خود را از سه کتاب و منبع معتبر السیره النبویه، الطبقات الکبری و تاریخ یعقوبی به دست آورده است.

۱۵ گیل و آدامز، الفبای ارتباطات: ص ۲۳۳

۱۷ بلیک و هارولد سون، طبقه بندی مفاهیم در ارتباطات: ص ۲۸

۱۸ حکیم آرا، ارتباطات متقاعدگرانه در تبلیغ: ص ۹۵

۱۹ سورین و تانکارد، نظریه‌های ارتباطات: ص ۱۵۲

۲۰ میرشریفی، درسنامه آشنایی با تاریخ پیامبر اسلام، ج ۱: ص ۱۷۵

کتاب السیره النبویه (ابن هشام) توسط عبدالملک بن هشام، تاریخ نگار قرن سوم، به رشته تحریر درآمده است. این کتاب که تصحیح مغازی سیره ابن اسحاق است، از منابع معتبر و مراجع تاریخی به شمار می‌آید. کتاب الطبقات الکبری اثر محمد بن سعد بغدادی، با موضوع زندگی و سیره پیامبر (ص) و یاران ایشان از دیگر منابع این مقاله می‌باشد. این کتاب مطالب بسیاری درباره سیره نبی اکرم (ص) و اصحاب ایشان نقل کرده است که مرجع مورخان و سیره نویسان متأخر بوده است. تاریخ یعقوبی تألیف "احمد بن ابی یعقوب"، از قدیمی‌ترین کتاب‌های تاریخ عمومی است که خلاصه‌ای از تاریخ جهان از آغاز تا سده سوم را دربر دارد.

۵. یافته‌های پژوهش

حاصل این پژوهش دست‌یابی به شش مقوله است که هر یک به چند مقوله فرعی تقسیم می‌گردد.

۱،۵ شیوه‌های ارتباطی پیامبر (ص)

شیوه‌های ارتباطی به کار گرفته توسط پیامبر (ص) عبارت بودند از:

• توجه به علم آموزی

آموزش یکی دیگر از فعالیت‌هایی است که بر محور ارتباط، اطلاعات و متقاعدسازی استوار است و به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که معمولاً به یادگیری منجر می‌گردد، گرچه همه یادگیری‌ها نتیجه آموزش نیستند.^۱ رسول خدا (ص) فدیة آزادی اسرای بی بضاعت را در سواد آموزی به کودکان و انصار قرار داده بودند و این خود اهتمام ایشان به علم آموزی را بازگو می‌کند؛ فدیة اسیران بدر در آن هنگام چهار هزار درهم بود و کمتر، تا بدان جا که برخی از اسیران دارای خط خوبی بودند و چیزی نداشتند فدیة شان آن بود که به دیگران خط بیاموزند.^۲

• ارتباطات میان فردی

ارتباط میان فردی فرآیندی است که طی آن اطلاعات، معانی و احساسات را

۲۱ حکیم آرا، ارتباطات متقاعدگرانه در تبلیغ: ص ۳۵

۲۲ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم: ص ۵۷۱

از طریق پیام‌های کلامی و غیر کلامی با دیگران در میان می‌گذاریم.^{۲۳} این نوع ارتباط به ارتباط و مراودات بین دو فرد اطلاق می‌شود و شامل گفت و گو، مصاحبه و مذاکره گروهی است.^{۲۴} فرستادن سفیر به سوی قبیله بنی مدلج، بنی ضمیره... و دعوت آنان به سوی اسلام شیوه‌ای از ارتباطات میان فردی می‌باشد که رسول خدا (ص) به آن مبادرت نمودند؛ غالب بن عبدالله کنانی را بر سر بنی مدلج که هم پیمانان او بودند فرستاد، ...^{۲۵}

• انتقال

انتقال یعنی این که اقتدار، حرمت، و منزلت امری مورد احترام به چیز دیگری برای قابل قبول تر کردن آن منتقل شود.^{۲۶} پیامبر (ص) نام عقاب را که نشانی از بلند پروازی است، بر رایت خود نهادند؛ پیامبر مردم را پند و اندرز داد و رایات را میان آنان پخش کرد و روایات بزرگ مگر در غزوه خیبر نبود و در غزوه‌های دیگر لواء می‌بردند. و هم در این غزوه رایت پیامبر (ص) سیاه بود و نام آن عقاب و پارچه آن از برد یمنی عایشه بود.^{۲۷}

• مذاکره

پیامبر (ص) گرامی اسلام در موارد بسیاری از شیوه مذاکره برای اجتناب از جنگ و درگیری استفاده می‌نمودند و این عمل ایشان گاهی با فرستادن سفیر به سوی دشمن صورت می‌گرفت. مذاکره روشی برای یافتن راه حل اختلافات موجود می‌باشد؛ آنچه سهم من و بنی عبدالمطلب است همه را به شما [مردان هوازن] واگذار می‌کنم و چون من نماز ظهر را خواندم شما برخیزید و بگویید: ما رسول خدا را نزد مسلمین و مسلمین را نزد رسول خدا واسطه و شفیع قرار می‌دهیم که زنان و

۲۳ هارجی و دیگران، مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان فردی: ص ۲۰

۲۴ برکو و دیگران، مدیریت ارتباطات: ص ۶

۲۵ یعقوبی، تاریخ یعقوبی، جلد دوم: ص ۴۳۶

۲۶ سورین و تانکارد، نظریه‌های ارتباطات: ص ۱۶۲

۲۷ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم: ص ۶۲۷

فرزندانمان را به ما بازگردانید تا من در آن هنگام سهم خود را به شما واگذار کنم و از مردم بخواهم تا آنها را به شما پس دهند.^{۲۸}

• شعر

شعر خوانی از دیر باز در بین قوم عرب مرسوم بوده است قبل از اسلام شاعران شعر خود را به سبک جاهلی می‌سرودند اما ظهور اسلام موجب شد سبک شعرسرایي تغییر نماید. گاهی این شعرها جنبه حماسی داشتند و رسول خدا شاعران حماسی‌گو را می‌ستودند؛ در راه که به طرف خیبر می‌رفتند رسول خدا (ص) به عامر بن أکوع فرمود: ای پسر أکوع فرود آی و برای شتران ما حدی بخوان... رسول خدا (ص) درباره‌اش (عامر بن أکوع) دعا کرده فرمود: خدایت رحمت کند.^{۲۹}

• نامگذاری

در این روش تبلیغی طرفین سعی در بد نام کردن یکدیگر با زدن انگ و برچسب‌های بد دارند. استفاده در اسم دادن در سیاست و دیگر حوزه‌های گفتمان عمومی رایج تر است.^{۳۰} برچسب‌هایی که افراد و گروه‌ها به هم می‌زنند این خاصیت را دارد که مردم را بدون نیاز به اطلاعات زیاد و تفکر مو شکافانه، به سرعت به ارزیابی و نتیجه‌گیری معینی برساند.^{۳۱} حضرت رسول (ص) در جنگ بدر بر بالای چاهی که اجساد کشته شدگان دشمن در آن ریخته شده بود، ندا دادند و نام آنان را یکی یکی صدا زدند و آنها را ساکنین چاه نامیدند و نیز در هنگام فتح مکه به مردم لقب "زشت همسایگان!" را دادند؛ ... سپس گفت: الالبئس جیران الذین کنتم فاذهبوا فانتم الطلقاء، هان چه زشت همسایگانی که شما بودید، بروید که شما آزاد شدگانید.^{۳۲}

• نمایش اشکال قدرت

۲۸ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص ۳۱۰

۲۹ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص ۲۲۳

۳۰ سورین و تانکارد، نظریه‌های ارتباطات: ص ۱۵۲

۳۱ حکیم آرا، ارتباطات متقاعدگرانه در تبلیغ: ص ۳۷

۳۲ یعقوبی، تاریخ یعقوبی، جلد دوم: ص ۴۲۱

رسول خدا (ص) در راستای انجام این مهم، به عنوان نمونه هنگامی که خبر حمله دشمن را می‌شنیدند، با لشکرکشی و حمله به آنها، پیش‌دستی می‌کردند و این گونه قدرت نمایی می‌نمودند. یا با برافروختن آتش‌های فراوان (فتح مکه) و یا تقسیم لشگریان به گروه‌های کوچک‌تر و امر به ورود آنان از چهار جهت به شهر مکه، اقدام به بزرگ جلوه دادن سپاه اسلام می‌کردند؛ سپس لشگر را به چند دسته تقسیم کرد و هر دسته‌ای را مأمور ساخت تا به سرکردگی یک نفر از لشگریان از یک قسمت وارد شهر مکه شوند...^{۳۳}

۲,۵ ویژگی‌های پیامبر (ص) به عنوان منبع ارتباط

منبع پیام باید دارای ویژگی‌ها و صفاتی باشد تا بتواند به اهداف خود برسد. تخصص، دوست داشتنی بودن و قدرت به عنوان سه ویژگی پیامبر (ص) در جنگ‌ها عنوان شده است.

• تخصص

مفهوم تخصص یا خبرگی به مراتب بالایی از آگاهی و تجربه در حوزه معینی دلالت دارد.^{۳۴} تخصص حضرت رسول (ص) در جنگ‌ها شامل مهارت‌های رزمی، شناخت نوع حرکت‌های دشمن، چگونگی شروع حمله، مکان قرار دادن سپاه در میدان نبرد، صف آرایی جنگجویان، ... می‌باشد؛ غزوه أحد: در شیخین پیامبر (ص) لشگریان خود را سان دید و گروهی را دستور شرکت در جنگ نداد و بازگردانید.^{۳۵}

• جذابیت

مفهوم جذابیت را می‌توان در ارزش‌های اجتماعی جست و جو کرد. منبع جذاب واجد این ارزش‌هاست. افراد جذاب دوست داشتنی ترند، و "دوست داشتنی"ها (مانند دوستان) متقاعد کننده‌ترند.^{۳۶} حضرت رسول (ص) انسانی رؤف و مهربان

۳۳ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص ۲۶۹

۳۴ حکیم آرا، ارتباطات متقاعدگرانه در تبلیغ: ص ۲۷۶

۳۵ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم: ص ۵۸۱

۳۶ حکیم آرا، ارتباطات متقاعدگرانه در تبلیغ: ص ۲۸۱

بودند. در بین مردم به فردی درستکار و راست‌گو معروف بودند. بعد از آنکه در جنگی به پیروزی می‌رسیدند، باز هم در دید مردم همان شخص دوست داشتنی و محبوب بودند. فتح مکه: آنگاه فرمود: شما عقیده دارید که من با شما چه رفتاری دارم؟ پاسخ دادند: (ما جز نیکی گمان دیگری در باره‌ات نداریم) تو برادر کریم و برادرزاده کریم (بزرگوار) ما هستی. رسول خدا (ص) (که این سخن عاجزانه و پوزش طلبانه آنها را شنید) فرمود: بروید که همه تان آزادید.^{۳۷}

• قدرت

قدرت عبارت است از توانایی کنترل آنچه روی می‌دهد. یعنی فرد بتواند آنچه را که می‌خواهد عمل کند و مانع از بروز آنچه که نمی‌خواهد بشود.^{۳۸} اجازه ندادن به شرکت کردن گروه‌هایی از منافقان و کودکان در جنگ‌ها، محاصره دشمن با کمال اقتدار، دلیری، امر به کشتن دشمن، صدور فرمان از نشانه‌های ابراز قدرت توسط پیامبر (ص) می‌باشد؛ غزوه بنی قینقاع: پیامبر (ص) آنان را به شدت در میان گرفت تا آنکه خداوند ترس در دلشان افکند و به فرمان رسول خدا گردن نهادند و بنا بر این نهاده شد که اموال آنان از رسول خدا (م‌سلمانان) با شد و زنان و فرزندان‌شان از آن خودشان.^{۳۹}

۳،۵ نحوه ارائه پیام

نحوه ارائه پیام چگونگی اجرای محتوای پیام را در بر می‌گیرد. بر لو نحوه ارائه پیام را تصمیم‌هایی می‌داند که منبع ارتباط برای انتخاب، تنظیم و ترتیب نمادها و محتوا می‌گیرد.^{۴۰} اذان، دعا کردن، رمز، شکرگذاری و استفاده از نماد از راه‌های ارائه پیام در جنگ‌های حضرت رسول (ص) می‌باشند.

• اذان

۳۷ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص ۲۷۵

۳۸ برکو و دیگران، مدیریت ارتباطات: ص ۱۶۹

۳۹ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم: ص ۵۷۴

۴۰ محسنیان راد، ارتباط شناسی: ص ۲۶۰

اذان مشتمل بر جملاتی است که زیر بنای کلی دین اسلام و پایه‌های اعتقادی فرد مسلمان را نشان می‌دهد. حضرت رسول (ص) در هنگام ورود به مکه به بلال فرمودند که بر بام مکه برو و برای نخستین بار در این شهر اذان بگویند: فتح مکه: بلال را فرمود که بر کعبه بالا رود، پس اذان گفت و آن بر قریش بزرگ آمد.^{۴۱}

• دعا کردن

دعا به معنای درخواست است و حضرت رسول (ص) بارها و به کرات دستانشان را به سوی آسمان بلند نمودند و از خداوند برای پیروزی مسلمین در جنگ و یا در هنگام شدید شدن کارزار برای نجات آنان دعا فرمودند. جنگ احد: در این هنگام جمعی از قریش به سرکردگی خالد بن ولید خود را برفراز کوه و بالای سر رسول خدا (ص) رسانیدند، حضرت فرمود: بار خدایا اینها را نرسیده است که بر ما برتری داشته باشند.^{۴۲}

• رمز

گیل و آدامز بیان می‌کنند که: رمزگان نظامی از نشانه‌هاست که قواعدی بین آنها حاکم‌اند و اعضای یک اجتماع در مورد شیوه به کار بردن آن توافق دارند. رمزگان اساساً برای تبادل معناها در زمان و مکان به کار می‌رود.^{۴۳} رسول خدا (ص) علاوه بر شعارهای مناسب جنگ، رمزهایی نیز برای شناسایی سپاه مسلمین از یکدیگر و یا اعلام خطر در نظر می‌گرفتند؛ غزوه خندق یا احزاب: پیامبر (ص) هنگام کندن خندق بیم داشت که ابوسفیان شبیخون کند. از این بود که به مسلمانان فرمود: اگر بر شما شبیخون کردند رمزتان "حم لا ینصران" باشد.^{۴۴}

• شکرگذاری

پیامبر اسلام (ص) در هنگام ورود به مکه سجدۀ شکر به جای آوردند: سپاه

۴۱ یعقوبی، تاریخ یعقوبی، جلد دوم: ص ۴۲۱

۴۲ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص ۱۱۰

۴۳ گیل و آدامز، الفبای ارتباطات: ص: ۱۴۷

۴۴ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم: ص: ۶۰۵

مجهر اسلام هم چنان به سوی مکه پیش می‌رفت، و چون به "دی طوی" رسیدند رسول خدا (ص) (که مکه را در پیش روی خود می‌دید) و فتحی که خداوند نصیبش کرده بود مشاهده می‌کرد دستور توقف داد و همچنان که عمامه‌ای یمانی بر سر داشت، به عنوان سپاسگزاری به درگاه خدای تعالی سر به سجده گذارد.^{۴۵}

• استفاده از نماد

نشانها به دو گروه آیکونیک‌ها و غیر آیکونیک‌ها تقسیم شده‌اند؛ علائمی که در آنها نشانه با معنی [محتوا] ربط دارد که به یونانی آن را آیکون می‌گفته‌اند و قصدشان آن دسته از علائم بود که رابطه‌ای بین شکل و معنی آن وجود داشت. تصویر و عکس اشیا و اشخاص ... ولی در علائم موسیقی یا علائم رقص، بین علامت و مقصود تشابه وجود ندارد. خط مورس، علائم الفبا، نت‌های موسیقی، اینها هم قراردادی (نمادها) یا غیر آیکونیک هستند.^{۴۶} تقریباً در تمامی جنگ‌های پیامبر (ص) از نماد پرچم استفاده شده است؛ سریه عمرو بن عاص: پیامبر (ص) را خبر رسید که گروهی از قضاعه جمع شده و قصد نزدیک شدن به اطراف مدینه دارند. پیامبر (ص) عمرو بن عاص را فرا خواند و برای او لوائی سپید و رایتی سیاه بست.^{۴۷}

۴،۵ رعایت اصل مخاطب شناسی

شناخت مؤلفه‌های مخاطب به شناخت بهتر مخاطب کمک خواهد کرد. این مؤلفه‌ها عبارتند از هوش، عزت نفس، جنسیت و نیز اصولی دیگر از جنبه‌های روانی و اجتماعی مخاطب مانند: مؤلفه‌های خبرگی و نخبگی مخاطب، ویژگی‌های شخصیتی مخاطب، نظام فکری و چهارچوب‌های اعتقادی مخاطب و موقعیت اجتماعی مخاطب را در برمی‌گیرد.

• هوش مخاطب

طبق تعریف پیاژه، مفهوم هوش، در مقابل ظرفیت‌های غریزی، با مفهوم

۴۵ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص: ۲۶۸

۴۶ محسنیان راد، ارتباط شناسی: ص: ۱۹۸

۴۷ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم: ص: ۶۴۴

سازگاری با محیط و یافتن راه‌های مناسب انطباق دارد؛^{۴۸} غالب بن عبدالله کنانی را بر سر بنی مدلج که هم پیمانان او بودند فرستاد، ... پس گفتند نه بر توام و نه با تو. و او را پاسخ ندادند، پس مردم گفتند: ای رسول خدا با آنها نبرد کن. ... گفت: همانا ایشان را سروری با ادب است که جز به بهترین کارها دست نمی‌برد...^{۴۹} منظور از "دست بردن به بهترین کارها" اشاره به هوش رییس قبیله بنی مدلج است.

• عزت نفس

یک متغیر شخصیتی که وابستگی کاملی با قابلیت متقاعد شدن شخص دارد، عزت نفس است. افرادی که خود را دست کم می‌گیرند، آسان‌تر تحت تأثیر پیام متقاعد ساز قرار می‌گیرند تا افرادی که درباره خود نظر مثبتی دارند؛^{۵۰} تمیله بن عبدالله لیثی را به سوی بنی ضمیره فرستاد. پس نزد رسول خدا بازگشت و گفت: ای رسول خدا گفتند: نه با او می‌جنگیم و نه می‌سازیم و نه او را باور می‌کنیم و نه دروغگو می‌شماریم. پس مردم گفتند: ای رسول خدا با آنان جنگ کن. پس گفت: ... ایشان را واگذارید که در ایشان فزونی و سروری است و بسا پیرمردی شایسته کار از بنی ضمیره که مجاهد راه خدا ست.^{۵۱} پیامبر(ص) نپذیرفتن اسلام را در اولین برخورد نشانی از عزت نفس قبیله بنی ضمیره دانستند.

• جنسیت

زنان طی یادگیری اجتماعی بدین خو گرفته‌اند که اجتماعی باشند، با جامعه هم‌نوایی کنند و در برابر نفوذ اجتماعی انعطاف نشان دهند. در مقایسه، مردان به گونه‌ای اجتماعی شده‌اند که خود ابرازگر و به نسبت مستقل باشند، روی پای خود بایستند و بتوانند خود و خواسته‌های خود را مطرح کنند.^{۵۲} بر خورد پیامبر(ص) در مقابل خواهر رضاعی خود نمونه‌ای از توجه ایشان به جنسیت زنان است؛ شیما دختر

۴۸ منصور. روانشناسی ژنتیک، تحول روانی از کودکی تا پیری: ص: ۱۲۴

۴۹ یعقوبی، تاریخ یعقوبی، جلد دوم: ص ۴۳۶

۵۰ ارونسون، روانشناسی اجتماعی، ص: ۱۲۵

۵۱ یعقوبی، تاریخ یعقوبی، جلد دوم، ص: ۴۳۶-۴۳۷

۵۲ حکیم آرا، ارتباطات متقاعدگرانه در تبلیغ، ص: ۳۵۲

حلیمه، خواهر رضاعی رسول خدا نزد آن بزرگوار آمد پس به او بخشش کرد و او را گرامی بداشت و عباى خود را برای او پهن کرد، آنگاه با رسول خدا درباره اسیران سخن گفت و گفت: راستی که اینان خاله‌ها و خواهران توند. رسول خدا گفت: آنچه مرا و بنی هاشم راست، آن را به تو می‌بخشم. پس مسلمانان مانند او همه اسیرانی را که در بند داشتند بخشیدند.^{۵۳}

• توجه به خبرگی و نخبگی مخاطب

مخاطبان خبره علاوه بر داشتن اطلاعات وسیع در مورد موضوع، آگاهی به جزئیات را نیز دارا هستند. وقتی موضوع پیام در حوزه‌ای باشد که مخاطب درباره آن اطلاعات کافی دارد (توانایی) هدفمندی (انگیزه) وی به هنگام پردازش می‌تواند بر شیوه پردازش اطلاعات مؤثر باشد؛^{۵۴} غالب بن عبدالله کنانی را بر سر بنی مدلیج که هم پیمانان او بودند فرستاد، ... پس گفتند نه بر توام و نه با تو. و او را پاسخ ندادند، پس مردم گفتند: ای رسول خدا با آنها نبرد کن. ... گفت: همانا ایشان را سروری با ادب است که جز به بهترین کارها دست نمی‌برد، و اینان هرگاه شتر می‌کشند خون روان می‌سازند، و هرگاه لبیک گویند فریاد می‌زنند. بسا جنگجویی از بنی مدلیج که کشته راه خدا است.^{۵۵}

• ویژگی‌های شخصیتی و چهارچوب‌های اعتقادی مخاطب

توجه پیامبر (ص) به ویژگی‌های شخصیتی و چهارچوب‌های اعتقادی، موجب گردید امتیازهایی به ابوسفیان در هنگام فتح مکه در قبال ایمان آوردنش به اسلام بدهند؛ ابوسفیان به ناچار مسلمان شد. عباس به رسول خدا (ص) عرض کرد یا رسول الله ابوسفیان مردی جاه طلب و فخر دوست است برای او امتیازی قائل شوید. رسول خدا (ص) فرمود: آری، هرکس به خانه ابوسفیان رود در امان است و هر کس در

۵۳ یعقوبی، تاریخ یعقوبی، جلد دوم، ص: ۴۲۵

۵۴ حکیم آرا، ارتباطات متقاعدگرانه در تبلیغ، ص: ۳۴۵

۵۵ یعقوبی، تاریخ یعقوبی، جلد دوم، ص: ۴۳۶

خانه‌اش را ببندد در امان است، و هر کس به مسجد الحرام پناه ببرد در امان است!^{۵۶}

۵.۵ احترام به ارزش‌های انسانی

هر کسی به درجاتی ارزش‌ها را در خود می‌پروراند، اما فقط یکی دوتای آنها بر شخصیت فرد سیطره دارند. در مقایسه با نگرش‌ها که ارزیابی‌های به نسبت پایدار هستند، ارزش‌ها نظامی از باورهای به نسبت پایدار هستند که از انسجام و روابط درونی برخوردارند.^{۵۷} رعایت ارزش‌ها توسط رسول خدا (ص) در جنگ‌ها شامل هر دو گروه دوست و دشمن می‌گردد.

• اخلاق مداری

اجازه آب خوردن به دشمن از چاه‌های تحت تصرف مسلمان در غزوه بدر، سفارش به نیکی کردن به اسرا، نهی از مثله کردن کشتگان دشمن، سفارش به در نظر گرفتن احساسات اسرا، نکشتن مردم هنگام فتح مکه... نمونه‌هایی از رعایت ارزش‌های اخلاقی پیامبر (ص) در جنگ‌ها می‌باشند؛ رسول خدا (ص) اسیران قریش را ما بین اصحاب و مسلمانان پخش کرده و به آنها سفارش فرموده با نیکی نسبت بدان‌ها رفتار شود.^{۵۸}

• تعهد

التزام و پایبندی به پیمان‌ها و وعده‌های جزو تعهدهای رعایت شده توسط پیامبر (ص) می‌باشد؛ سعد بن ابی وقاص را به فرماندهی سریه خرار که آبی است از جحفه مأمور داشت، پس به چارپایان بنی ضمره دست یافت و آنان را نزد رسول خدا فرستاد، پس به پیمانی که میان ایشان و پیغمبر بود، آنها را باز فرستاد.^{۵۹}

• دلجویی

رعایت اصل تألیف قلوب برای گروهی نامفهوم بود و رسول خدا (ص) در پاسخ

۵۶ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص: ۲۶۷

۵۷ حکیم آرا، ارتباطات متقاعدگرانه در تبلیغ، ص: ۱۲۴

۵۸ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم، ص: ۴۳

۵۹ یعقوبی، تاریخ یعقوبی، جلد دوم، ص: ۴۳۱

به یکی از آنان که از انصار بودند از وی دلجویی نمودند؛ غزوه طائف: مردی از اصحاب رسول خدا (ص) عرض کرد: یا رسول الله به عیینة بن حصن و اقرع بن حابس به هر یک صد شتر دادی ولی به جعیل بن سراقه (یکی از بزرگان قبیله غفار) هیچ ندادی؟ حضرت فرمود: سوگند بدان که جان محمد به دست اوست جعیل بن سراقه به تنهایی نزد من بهتر است از تمامی روی زمین که همگی آنها مردمی چون عیینة بن حصن و اقرع بن حابس باشند ولی من این کار را کردم به خاطر آنکه دل آنها را به دست آورم تا اسلام آورند و اما جعیل بن سراقه را به همان اسلامی که دارد واگذار کردم.^{۶۰}

• صبر و بردباری

پیامبر (ص) در راه خداوند و اسلام مشقت‌ها را تحمل نمودند و همواره در این راه صبر پیشه نمودند؛ در مقابل رسول خدا (ص) به جست و جوی کشته حمزه به راه افتاد تا اینکه او را در وسط دره پیدا کرد و مشاهده نمود که شکم و جگرش را دریده‌اند و گوش و بینی آن جناب را بریده و مثله کرده‌اند... آن حضرت گفتند: اگر روزی خداوند مرا بر قریش مسلط کند سی نفر از مردان ایشان را مثله می‌کنم! و پس از نزول این آیه [آیه ۱۲۶ سوره انفال] از مثله کردن نهی فرمود و بردباری پیشه کرد.^{۶۱}

• گذشت و فداکاری

آزادی گروهی از اسیران فقیر بدون فدیة و یا دریافت فدیة فراخور حال آنها از جمله فداکاری و گذشت رسول خدا (ص) در جنگ‌ها می‌باشد؛ فدیة آزادی اسیران یکسان نبود. برخی چهار هزار درهم و برخی سه هزار درهم و دو هزار درهم پرداختند و برخی از ایشان را که مالی نداشتند پیامبر (ص) محبت فرموده منت نهاد و بی دریافت فدیة آزاد فرمود که از جمله ایشان ابوعزه جمحی بود.^{۶۲}

• مشارکت و همکاری

۶۰ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص: ۳۱۵-۳۱۶

۶۱ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص: ۱۱۸-۱۱۹

۶۲ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم، ص: ۵۶۹

پیامبر (ص) خدا در جنگ خندق در امر کندن خندق به مسلمانان یاری می‌رساندند. نیز در هنگام شتر سواری در راه جنگ بدر نوبت را رعایت می‌نمودند؛ ابولبابه و علی (ع) با پیامبر (ص) شریک بودند و چون نوبت پیاده روی پیامبر (ص) می‌شد آن دو می‌گفتند: شما هم چنان سوار با شید و ما پیاده می‌آییم. پیامبر (ص) می‌فرمود: نه شما در پیاده روی قوی‌تر از من اید و نه من برای رسیدن به ثواب و اجر از شما بی‌نیازتر.^{۶۳}

• مشورت و همفکری

پیامبر (ص) بزرگ اسلام با وجودی که خود فرماندهی متخصص بودند ولی در امور جنگی با یاران مشورت می‌نمودند؛ پیامبر (ص) و یاران آن حضرت ده و اندی شب را در محاصره بودند و کار دشوار آمد و پیامبر (ص) دل بر آن نهاد که با پرداخت یک سوّم محصول خرماى مدینه با غطفان صلح کند و آنان مشرکان را از ادامه جنگ باز دارند ولی انصار با این پیشنهاد هم‌داستانی نکردند و پیامبر (ص) هم از آهنگ خود چشم پوشید.^{۶۴}

• همدردی و دلسوزی

پیامبر (ص) انسانی رئوف بودند و هرگز به درد کشیدن دیگران راضی نبودند؛ در آن شبی که عباس اسیر بود، رسول خدا فرمود: ام‌شب ناله‌ی عباس عموی من که در بند است مرا بیدار داشته است.^{۶۵}

۶،۵ تکنیک‌های ارتباطی

تکنیک‌های ارتباطی، روش‌های ارسال پیام از طریق ابزارهای ارتباطی می‌باشد. نامه و سخن گفتن نوعی ابزار ارتباطی محسوب می‌شود.

• اخطار

۶۳ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم: ص: ۵۶۹

۶۴ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم، ص: ۶۰۲

۶۵ یعقوبی، تاریخ یعقوبی، جلد دوم، ص: ۴۰۵

پیامبر (ص) با اخطار دادن در واقع به انجام ندادن برخی امور امر و نهی می‌فرمودند؛ بلال را فرمود که بر کعبه بالا رود، پس اذان گفت و آن بر قریش بزرگ آمد و عکرمه بن ابی جهل و خالد بن اسید گفتند: راستی پسر رباح روی کعبه صدای خر می‌کند. و مردمی همراه آن دو به سخن آمدند. پس رسول خدا نزد آنان فرستاد و گفتند: راستی گفتیم و از خدا آمرزش می‌خواهیم، رسول خدا گفت: نمی‌دانم به شما چه بگویم، لیکن نماز می‌رسد پس هر کس نماز بخواند به راه اسلام است و گرنه او را پیش دارم و گردنش را بزنم.^{۶۶}

• ارسال نامه

قبل از جنگ أحد عباس عموی حضرت محمد (ص) ایشان را از حمله اهل مکه به سوی مدینه خبردار نمود؛ عباس بن عبدالمطلب این اخبار [مهمیاً شدن مشرکان برای جنگ با مسلمانان] را برای پیامبر (ص) نوشت.^{۶۷}

• ارباب

ارباب از شیوه‌های جنگ روانی است. پیامبر (ص) هنگام فتح مکه دستور فرمودند که افراد آتش‌های بسیار روشن کنند تا بدین وسیله رعب در دل آنان بیفکنند؛ در این بین صدای ابوسفیان و بدیل بن ورقاء به گوشش خورد که به سوی مکه می‌رفتند و گفت‌وگو می‌کردند و ابوسفیان (آتش‌های زیادی که لشگر رسول خدا (ص) روشن کرده بودند ولی نفهمیده بود که آنها کیستند و برای چه به آن سرزمین آمده‌اند) از این رو به بدیل می‌گفت: به خدا من تا کنون این همه آتش و این قدر لشگر ندیده بودم.^{۶۸}

• اعتماد به یاران

مقوله اعتماد به یاران توسط پیامبر (ص) را باید در تعیین فرمانده در سریه‌ها مشاهده نمود؛ پیامبر (ص) را خبر رسید که گروهی از قضاعه جمع شده و قصد

۶۶ یعقوبی، تاریخ یعقوبی، جلد دوم، ص: ۴۲۱

۶۷ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم، ص: ۵۷۹

۶۸ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم، ص ۲۶۴

نزدیک شدن به اطراف مدینه دارند. پیامبر (ص) عمرو بن عاص را فرا خواند و برای او لوائی سپید و رایتی سیاه بست.^{۶۹}

• انعقاد صلح نامه

انعقاد صلح نامه دارای فوایدی برای سپاه اسلام بود؛ اجتناب از جنگ، جلوگیری از شرارت‌های یهودیان و افزودن بر تعداد هم پیمانان و دوستان؛ در همین غزوه [ذوالعشیره] بود که پیامبر (ص) با بنی مدلج و هم پیمانان آنها که از بنی ضمیره بودند پیمان بست و به مدینه باز گردید.^{۷۰}

• به کار بردن آرایه‌های ادبی

تشبیه نشان داد اشتراک چیزی با چیز دیگر در یک معنا، قرار دادن همانندی بین دو چیز یا بیش از آن که اشتراک آنها در یک صفت یا بیشتر از یک صفت متصور است.^{۷۱} دوباره رو به آن دو کرده پرسید: از اشراف و بزرگان قریش چه کسانی در میان ایشان هست؟ گفتند: عتبه بن ربیع، شیبه برادرش، ابوالبحری بن هشام، حکیم بن حزام، نوفل بن خویلد، حارث بن عامر، ... رسول خدا (ص) که نام این عده را شنید رو به مسلمانان کرده فرمود: مگه جگر گوشه‌های خود را به سوی شما فرستاده است!^{۷۲} پیامبر (ص) عزیزان را به جگر گوشه تشبیه نمودند.

• بیزاری جستن

خالد د ستور داد همگی (قبیله بنی جزیمه) را د ستگیر کرده دست‌ها شان را بستند و آنها را گردن زدند، و چون این خبر بر رسول خدا (ص) رسید به شدت ناراحت شده دست به سوی آسمان بلند کرد و گفت: بار خدایا من از عمل خالد بن ولید به سوی تو بیزاری می‌جویم.^{۷۳}

۶۹ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص ۶۶۴

۷۰ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم: ص: ۵۶۰

۷۱ التفتازانی، عنصرالمعانی، ص: ۱۸۸

۷۲ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص ۱۴

۷۳ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص ۲۸۵

• تألیف قلوب

تألیف به معنای پیوند دادن معنوی دو چیز به هم است. این واژه و هم خانواده‌های آن در قرآن مجید نیز به این معنا استعمال شده‌اند: رسول خدا (ص) شروع به تقسیم غنائم کرده به اشراف و بزرگانی که (تازه مسلمان شده بودند و یا مشرکینی که به آن حضرت کمک کرده بودند) و به "مؤلفه قلوبهم" موسوم شدند بیش از دیگران داد تا سبب جلب خاطر آنها و قبيله و فاميلشان گردد (بدین و سیله دلی از آنها به دست آورد).^{۷۵} باسفیان یکی از این مؤلفان قلوب بود.

• تشجیع

پیامبر (ص) در بسیاری از موارد با ایجاد انگیزه، شور و هیجان در کارزار نبرد، یاران را به سوی جنگ تشویق می‌نمودند تکبیر گفتن یکی از راه‌های ایجاد تشجیع است؛... رسول خدا (ص) برای مهاجران شعار "یا بنی عبدالرحمان" و برای خزرگیان شعار "یا بنی عبدالله" و برای اوسیان شعار "یا بنی عبدالله" را معین فرمود. و گفته‌اند که شعار همه مسلمانان "یا منصور امت" بود.^{۷۶}

• تضعیف و تخدیر

تضعیف و تخدیر (کند کردن) از شیوه‌های جنگ روانی پیامبر (ص) بود که ایشان با گرفتن اموال دشمن، بیرون راندن آنان از مدینه و یا بیرون راندن یهودیان از محل زندگی شان سعی در تضعیف و کند کردن دشمن می‌نمودند. غزوه بنی نضیر: پیامبر (ص) بنی نضیر را تبعید کرد و فرمود: بروید که این نخستین تبعید است و من از پی شمایم.^{۷۷}

• تطمیع

۷۴ سوره آل عمران / آیه ۱۰۳

۷۵ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص ۳۱۴

۷۶ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم: ص: ۵۶۴

۷۷ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم: ص: ۵۹۵

تحریک و تحریض دیگران از طریق طمع و دادن پیشنهادات مادی به آنها در جهت منافع خود تطمیع گفته می‌شود. پیامبر (ص) و یاران آن حضرت ده و اندی شب را در محاصره بودند و کار دشوار آمد و پیامبر (ص) دل بر آن نهاد که با پرداخت یک سوّم محصول خرماى مدینه با غطفان صلح کند و آنان مشرکان را از ادامه جنگ باز دارند ولی انصار با این پیشنهاد هم داستانی نکردند و پیامبر (ص) هم از آهنگ خود چشم پوشید.^{۷۸}

• سرزنش

هنگامی که در جنگ بدر یکی از یاران سخنی زشت در مورد مردی اعرابی رهگذر بر زبان آورد مورد سرزنش رسول خدا (ص) قرار گرفت؛ رسول خدا (ص) رو به سلمه کرده فرمود: آرام باش، و دهان از این سخنان هرزه ببند! آنگاه روی خویش از سلمه بگردانده به راه خویش ادامه داد.^{۷۹}

• سؤال از مخاطب

پرسش یکی از رایج ترین و در عین حال یکی ساده‌ترین مهارت‌هاست. پرسش و تقویت جزء مهارت‌های اصلی تعامل اجتماعی است...مهمترین شکل تعامل انسانی، ارتباطی است که بر مبنای پرسش و پاسخ پی‌ریزی شود. پرسش نوعی مطالبه اطلاعات است (چه اطلاعات حقیقی و چه انواع دیگر اطلاعات). این مطالبه اطلاعات می‌تواند به صورت کلامی یا غیر کلامی باشد؛ آنگاه فرمود: شما عقیده دارید که من با شما چه رفتاری دارم؟ پاسخ دادند: (ما جز نیکی گمان دیگری درباره‌ات نداریم) تو برادر کریم و برادرزاده کریم (بزرگوار) ما هستی...رسول خدا (ص) (که این سخن عاجزانه و پوزش طلبانه آنها را شنید) فرمود: بروید که همه تان آزادید.^{۸۱}

• صدای رسا

۷۸ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم: ص: ۶۰۲

۷۹ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص ۹

۸۰ هارجی و دیگران، مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان فردی، ص: ۱۱۰

۸۱ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص ۲۷۵

می‌توان استفاده از صدای رسا را یک تکنیک نامید. همین که آن حضرت مشاهده کرد مردم پا به فرار گذاشتند. به من [عباس بن عبدالمطلب] فرمود: ای عباس صدای مردم بزن و بگو: ای گروه انصار! ای بیعت کنندگان در زیر درخت! (عباس به دستور آن حضرت آنان را صدا زد) آنها پاسخ صدا را داده فریاد زدند: لبیک! لبیک!^{۸۲}

• فریب

پیامبر (ص) در هنگام جنگ احزاب جاسوسانی برای تفرقه انداختن به میان دشمن فرستادند؛ در آن وقتی که کار به نهایت درجه شدت و سختی رسیده بود [نعیم بن مسعود، یکی از یهودیان سپاه قریش] خود را به رسول خدا (ص) رسانده و عرض کرد: یا رسول الله من مسلمان شده‌ام ولی قوم من از این جریان اطلاعی ندارند اکنون هر خدمتی از من ساخته باشد انجام می‌دهم. رسول خدا (ص) فرمود: تو یک نفر بیش نیستی ولی اگر بتوانی به وسیله‌ای میان لشکر دشمن اختلاف بینداز زیرا نیرنگ در جنگ‌ها به کار رود.^{۸۳}

• غیب‌گویی

غیب‌گویی پیامبر (ص) نشأت گرفته از علم بی پایان خداوند بود؛ غزوه بنی المصطلق: [پدر جوریه] بدان حضرت عرض کرد این شتران را به عنوان فدیّه برای دخترم آورده‌ام تا او را آزاد کنید. رسول خدا (ص) فرمود: پس آن دو شتری را که در فلان درّه عقیق پنهان کردی چرا با خود نیاوردی؟ حارث از این خبر غیب دانست که او پیامبر الهی است و فوراً مسلمان شد و دو پسر او و جمعی دیگر از قبیله‌اش نیز مسلمان شدند.^{۸۴}

• کسب اطلاعات

۸۲ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص: ۲۹۵

۸۳ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص: ۱۶۸

۸۴ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص: ۲۰۰

پیامبر (ص) مواظب دشمنان بودند و اطلاعات از دشمن کسب می‌کردند؛ در [محل "عرق الظبیه"] به مرد عربی برخوردند از او کسب اطلاع کاروان را کردند ولی او اظهار بی اطلاعی کرد.^{۸۵}

• کمک از آیات قرآن

و خداوند متعال بر پیامبر خود این آیه را نازل فرمود: و اگر بترسی از قومی به خیانتی، پیمان ایشان را با مساوات لغو کن و بینداز که خداوند دوست ندارد خیانتکاران^{۸۶} و پیامبر (ص) فرمود: من از بنی قینقاع بیمناکم، و با نزول این آیه روی به جانب ایشان نهاد.^{۸۷}

• مبارزه با رسومات جاهلی

رسول خدا (ص) در عین احترام گذاردن به دیگران از رسومات جاهلی بیزار بودند؛ در فتح مکه فرمودند: هان هر خونی و مالی و افتخار موروثی که در جاهلیت بود، زیر این دو پای من نهاده شده.^{۸۸}

• موعظه

موعظه و اندرز توسط پیامبر (ص) را می‌توان در تمام امور و در جنگ مشاهده نمود؛ غزوه خیبر: پیامبر مردم را پند و اندرز داد...^{۸۹}

۸۵ ابن هشام، زندگانی حضرت محمد جلد دوم: ص: ۹

۸۶ سوره انفال / آیه ۵۸

۸۷ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم: ص: ۵۷۳

۸۸ یعقوبی، تاریخ یعقوبی، جلد دوم، ص: ۲۲۱

۸۹ واقدی، الطبقات الکبری، جلد دوم: ص: ۶۲۷

نتیجه گیری

در این مقاله در پی شناخت روش شیوه‌های ارتباطی حضرت محمد (ص)، شش مقوله اصلی استخراج شد که هر کدام از این مقوله‌ها شامل چند مقوله فرعی است؛

- شیوه‌های ارتباطی پیامبر (ص) در جنگ‌ها که آموزش، ارتباطات میان فردی، انتقال، مجادله، مذاکره، شعر، نامگذاری و نمایش اشکال قدرت را شامل شده است.

- ویژگی‌های پیامبر (ص) به عنوان منبع ارتباط در جنگ‌ها که تخصص و قدرت را مشتمل شده است.

- نحوه ارائه پیام توسط پیامبر (ص) در جنگ‌ها شامل اذان گفتن، دعا کردن، به کار بردن رمز، شکرگذاری و نماد است.

- چگونگی رعایت اصل مخاطب شناسی توسط رسول خدا (ص) در جنگ‌ها شامل توجه به خبرگی و نخبگی، ویژگی‌های شخصیتی، نظام فکری و چهارچوب‌های اعتقادی، هوش، عزت نفس و جنسیت مخاطب است.

- احترام به ارزش‌های انسانی در جنگ‌های پیامبر (ص) اخلاق مداری، تعهد، دلجویی، حفظ منافع خود و ذی نفعان، صبر و بردباری، گذشت و فداکاری، مشارکت و همکاری، همدردی و دلسوزی را مشتمل شده است.

- تکنیک‌های ارتباطی پیامبر (ص) در جنگ‌ها اخطار، ارسال نامه، ارباب، اعتماد به یاران، انعقاد صلح نامه، به کار بردن آرایه‌های ادبی، بیزاری جستن، تألیف قلوب، تشجیع، تضعیف و تخدیر، سرزنش، سؤال از مخاطب، صدای رسا، فریب، غیب‌گویی، کسب اطلاعات، کمک از آیات قرآن، مبارزه با رسومات جاهلی و موعظه می‌باشد.

منابع

۱. ابن ه‌شام، عبدالملک (۱۳۸۵). زندگانی حضرت محمد (ص)، جلد دوم. ترجمه: هاشم رسولی محلاتی. تهران: انتشارات کتابچی.
۲. ارونسون، الیوت (۱۹۹۹). روانشناسی اجتماعی. ترجمه: حسین شکر کن (۱۳۹۶). تهران: انتشارات رشد.
۳. برکو، ری ام، آندرو دی ولوین و دارلین آر ولوین (۱۳۹۳). مدیریت ارتباطات. ترجمه: محمد اعرابی و داوود ایزدی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۴. بلیک، رید و ادوین هارولد سن (۱۳۹۰). طبقه بندی مفاهیم در ارتباطات. ترجمه: مسعود اوحدی. تهران: انتشارات سروش
۵. حکیم آرا، محمد علی (۱۳۹۳). ارتباطات متقاعدگرانه در تبلیغ. تهران: انتشارات سمت.
۶. دادگران، محمد (۱۳۹۲). مبانی ارتباطات جمعی. تهران: انتشارات فیروزه.
۷. سورین، جی ورنر و جیمز تانکارد (۱۹۹۲). نظریه‌های ارتباطات. ترجمه: علی رضا دهقان (۱۳۹۷). تهران: انتشارات سمت.
۸. شکوری، ابوالفضل (۱۳۶۱). فقه سیاسی اسلام. قم: موسسه بوستان کتاب.
۹. فرهنگی، علی اکبر (۱۳۸۷). مبانی ارتباطات انسانی، ج ۱. تهران: خدمات فرهنگی رسا.
۱۰. کیوی، ریمون و لوک وان کامپنهود (۱۹۹۰). روش تحقیق در علوم اجتماعی. ترجمه: عبدالحسین نیک‌گهر (۱۳۹۱). تهران: نشر توتیا.
۱۱. گیل، دیوید و بریجت آدامز (۱۳۸۴). الفبای ارتباطات. ترجمه: رامین کریمیان، مهران مهاجری و محمد نبوی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۱۲. محسنیان راد، مهدی (۱۳۹۶). ارتباط شناسی. تهران: انتشارات سروش.
۱۳. منصور، محمود (۱۳۶۹). روانشناسی ژنتیک، تحول روانی از کودکی تا پیری. تهران: نشر ترمه.
۱۴. میر شریفی، علی (۱۳۸۹). در سنامه آشنایی با تاریخ پیامبر اسلام، ج ۱. تهران:

مشعر.

۱۵. واقدی، محمد بن سعد (۱۳۷۴) طبقات، ج ۲. محمود مهدوی دامغانی مترجم.

تهران: فرهنگ و اندیشه اسلامی

۱۶. هارجی، اون، کریستین سانداز و دیوید دیکسون (۱۹۹۴). مهارت‌های اجتماعی

در ارتباطات میان فردی. ترجمه: مهرداد فیروز بخت و خشایار بیگی (۱۳۹۰).

تهران: نشر رشد.

۱۷. یعقوبی، احمد بن اسحاق (۱۳۸۲). تاریخ یعقوبی، جلد دوم. ترجمه: محمد ابراهیم آیتی.

تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

منابع خارجی

۱۸. التفتازانی، سعدالدین (۱۳۸۳). عنصرالمعانی. بیروت: دارالفکر.

۱۹. حلبی، علی بن ابراهیم (۲۰۰۶). السیره الحلبیه. بیروت: دارالکتب العلمیه.

The Prophet's communication methods in wars

Zahra Taheripour

Davood Zareian

Soudab Jahanian

Abstract

The prophet of God (peace and blessings of Allah be upon her), after thirteen years of propaganda in Mecca, migrated to Medina and they formed an Islamic government there. The Prophet in Mecca tried to guide the people and form an Islamic government but inevitably, due to the intensification of the persecution of the opposition, they migrated to Medina and formed an Islamic government there. The prophet Mohammad (peace and blessings of God be upon her) faced many wars in Medina that the aim of this research is examining the Prophet's communication methods in these wars. For this purpose, the historical book of Altabaghat, Sira al- Nabawiyyah (Ibne Hesham) and Tarikhe Yaghobi (The history of Yaghobi) are investigated through purposive sampling with qualitative content analysis that the results of them are included of six main articles that each of them is included of some subcategories. These six articles are included of Prophet's communication methods, Features of the Prophet as the source of the message, how to deliver the message, observance of the principle of audience studies, how to respect human values and the Prophet's communication techniques at wars.

key words: The communication , the communicational methods, The prophet (peace and blessings of God be upon her), wars of the prophet.

Political Acting - New Middle Class Media in the Idea of Good Governance (Post-Revolutionary Iran)

Fazel Kord

Abstract

The study of the effectiveness of the neo- middle class on the neo- ideas and the indicators of the good ruling party is one of the most important topics of the social and political sciences. If competition and participation, common order managements (facilitative and responsive government), empowering of the civic organizations and political culture known as key- roles of the middle class over the good ruling party (rule- governing, transparency, justice and responsiveness) known as the post- revolution of Iran, the question is: what is the role of the neo- middle class over the idea of the good ruling party?

As the transition of the good governing and its improvement, is under the pledge of the facilitative government and the social trust among the citizens and the government, the recognition of the new middle class and the government and their relations together, is a must. The findings of this study shows that the solidity of the good ruling party under the shadow of the facilitative and devoper government is a requirement of the thinking and instrumental talents. Focusing on the civic organizations, competition and partnership and how to deal with the neo- middle class is with the political culture of the democracy.

The theoretical frame for the analysis of the topic is the reconstruction with the descriptive- analytical and historical approaches.

Key words: New middle class, good ruling party, competition and political participation, the minor and facilitator government, civic organizations, political culture

Scenarios of the impact of social networks on the upcoming elections in Iran with emphasis on critical uncertainties

Mohsen Mohammad Khanghahi

Safiyeh Rezae

Mohammadrahim Eyvazi

Abstract

One of the main and effective drivers in Iran's elections is social networks. The extent and importance of this influence in the current environment has caused concern about the future of this influence on the elections. Therefore, futurism and the study of scenarios of the impact of social networks in the Iranian elections is the main purpose of this study. The present study seeks to answer the question: What are the uncertainties of the role of social networks in the upcoming elections? And based on these uncertainties, what scenarios can be imagined for the impact of social networks for the upcoming elections?

To answer this question, the scenario writing method has been used with the approach of critical uncertainties. In this study, after identifying the uncertainties based on the opinions of experts on the interaction of 2 uncertainties, 4 scenarios under the title of universal acceptance of the electoral body and its results, increasing electoral participation, turning away from elections and reducing electoral participation and distorting the socialization process. Elections and reduced acceptance of the results presented.

Key word: Scenario writing, Critical Uncertainties, Elections, Iran, Social Networks

,

Analysis of Dark Web Threats in Cyberspace

Mohammadreza Rasuoli

Sajedeh Zahiri

Abstract

Introduction: It has not been long since crimes occurred only face to face and obviously, and if there was a need for communication between criminals, they only had to act in traditional and predictable ways. Today, Internet communications, especially the dark web, which is not accessible to ordinary users, have simplified these communications.

Objective: This research has been conducted with the aim of analyzing the dark web in Iranian cyberspace.

Method: In terms of classification of research in terms of purpose, it is an applied research, in terms of data collection is descriptive-non-experimental and among the types of descriptive research methods is a case study. The statistical population of the research for the questionnaire included 10 experts for the questionnaires, among whom the experts' questionnaire was distributed.

Findings: Based on studies, the main criteria of research include knowledge, environment, people, process, equipment and infrastructure and management. Data were analyzed using ANP-DEMATEL approach. Based on the results of the research, it was proved that the criterion of "fraud" with a final weight of 0.514 in the first priority among the criteria and the most influential criterion, the sub-criterion "existence of encrypted drug markets" with a final weight of 0.1011 in the first priority among sub-criteria and "drugs" Has had an impact and interaction among the criteria.

Keywords: Dark Web, Cyberspace, Trafficking, Drugs, MCDM approach

.Key words: New Terrorism, Media, Cyberspace, Non-Governmental Actors, Security Organizations

Special approach of terrorist organizations to social media and cyberspace.

Davood Faridpoor

Mohammadhosein Ghorbanizavareh

Abstract

Numerous scholars have considered terrorism as an important and influential crisis in the contemporary era, although terrorism is always less of a critical situation for some individuals or sections of society. If we consider terrorism as a crisis, we must ask whether the existence of terrorist groups will trigger a terrorist attack or a secondary attack. It must also be borne in mind that terrorism is not a crisis in itself. Only, situations that create crisis for society, governments, the media and their audiences. The primary goal of terrorists is not to recruit new members. Rather, fear and abuse are scattered in society. The media is about business-specific areas and the interests of their audiences. Crisis is defined as a threatening situation with a high impact on the emotional and organizational level, as a barrier to normal daily life, it should be highlighted that the existence of terrorist groups is not always clearly a crisis. There are only certain forms that they create. The media should report on such critical situations. They can do this in a variety of ways: by themselves, for the event, by interviewing the victims, or by designating a specific space to describe the political causes and circumstances in which a terrorist group exists. The research describes the relationship between terrorism and the media as "homophobic" or "parasitic" based on the number of articles and highlights that the media has made about terrorist attacks.

The role of social capital through virtual social media on relative deprivation (Case study of Najafabad city)

Hamidreza Eshghipour

Abstract

The aim of this study was to identify the relationship between social capital with respect to the use of virtual social media on relative deprivation among the middle-aged and elderly community (Case study of Najafabad). Based on two variables: 1) Communication and effectiveness of people through virtual social networks and 2) The impact of social capital through virtual networks on relative deprivation, Analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) And the results show that social capital has a direct and significant relationship with the degree of relative deprivation according to the news content of virtual social media. Social capital also indirectly plays a role in the news content of these media in order to expand the current level of users' trust in others. On the other hand, it was confirmed that social capital with the use of virtual social media has a direct impact on the transformation of absolute deprivation into relative deprivation and further reducing relative deprivation.

Key word: Virtual media, social networks, social communication and trust, social capital, relative deprivation

Identifying the characteristics of Islamic imagery in satellite networks (Case Study: BBC's "My Islamist Brother" Documentary)

seyed mohammadreza fayyazi

Sara Momeni

Abstract

Given the role of mass media in shaping public opinion, the aim of this article is to extract the features of Islamic imagery and related non-imitations in satellite networks to show the quality of discourse confrontation in one of the Acquire media fields. Using the method of discourse analysis, the article studies the documentary "My Islamist Brother", which was broadcast on the BBC, in order to extract the semantic system of the discourses in the documentary from the perspective of the illustration analysis of discourse representatives. In this study, using the interpretive implementation method, first the identifying signs were introduced and analyzed in a five-part division and then by merging three identification signs that had a high degree of semantic similarity; Three separate identities that had been alienated from each other were analyzed to finally derive the three semantic systems of liberal democratic discourse, extremist fundamentalist discourse, and ordinary Islamic discourse. Each semantic system contains obvious presuppositions such as belief or disbelief in the unseen and relativism or absolutism, and along with it, an attempt has been made to explain the central sign and the surrounding signs of these semantic systems.

Keywords: Image Management Discourse Analysis
Illustration Islam BBC

The Role of I.R. of Iran's Media Diplomacy in Forming Endogenous Regionalism in West-Asia

Zahra Akbari

Abstract

West Asia region, which is of high importance for world powers, has been always witnessing religious, ethnic, and tribal tensions and also security problems. These obstacles, alongside with destructive interventions of foreign powers, specifically US and Israel's presence in the region, has led to disintegration among the Region's Islamic states, and based on inter-regional dynamics and by means of Ironophobia and rupture among Muslim nations, has hindered the formation of collective identity and an endogenous regionalism. The main question is, regarding the significance and the effectiveness of Media, how Islamic Republic of Iran can use Media diplomatic means in order to shape an endogenous regionalism. The hypothesis is that Iran, through using extraterritorial channels, considering the prerequisites of audience persuasion, introduces Israel as an external force in the Region and the Islamic states' enemy, and put emphasis on religious commonalities to be able to pave the way for forming an endogenous regional security. Given the effectiveness of the Media on public opinion, collective Islamic identity can be achieved using a long-term plan. This research is done by descriptive approach, within regional Security Complex Theory and Hovland model of persuasion. Data is also collected using library sources.

Key words: Media Diplomacy, West Asia, Endogenous Regionalism, Convergence, Identity

Content

The Role of I.R. of Iran's Media Diplomacy in Forming Endogenous Regionalism in West-Asia.....4

Zahra Akbari

Identifying the characteristics of Islamic imagery in satellite networks (Case Study: BBC's "My Islamist Brother" Documentary).....5

seyed mohammadreza fayyazi - Sara Momeni

The role of social capital through virtual social media on relative deprivation (Case study of Najafabad city).....6

Hamidreza Eshghipour

Special approach of terrorist organizations to social media and cyberspace.....7

Davood Faridpoor - Mohammadhosein Ghorbanizavareh

Analysis of Dark Web Threats in Cyberspace.....9

Mohammadreza Rasuoli - Sajedah Zahiri

Scenarios of the impact of social networks on the upcoming elections in Iran with emphasis on critical uncertainties.....10

Mohsen Mohammad Khanghahi - Safiyeh Rezae - Mohammadrahim Eyvazi

The Pr Political Acting - New Middle Class Media in the Idea of Good Governance (Post-Revolutionary Iran).....11

Fazel Kord

phet's communication methods in wars.....12

Zahra Taheripour - Davood Zareian - Soudab Jahanian

.

Ali Najafi

(Associate Professor Department of Persian Language and Literature,
University Farhangyan, Hamedan)

Zahra Taheripour

(Associate Professor Department of Culture and Communication,
University Sooreh, Tehran)

No 39

Tomber 2021

LA REVUE

science de l'information

Directeur de la publication / Abbas ASSADI

Rédacteur en chef / Abbas ASSADI

Comité de lecture :

Mostafa Malekoutiyan

(Full Professor Department of Political Sciences, University Tehran)

Ebrahim Kalantari

(Associate Professor Department of History and Isslamic Revolution, University Tehran)

Mohammad Reza Majidi

(Associate Professor Department of Regional Studis, University Tehran)

Abbas Assadi

(Associate Professor Department of Journalism, University Allame Tabataba'I, Tehran)

Ali Asghar Kia

(Associate Professor Department of Journalism, University Allame Tabataba'I, Tehran)

Abbas Ali Rahbar

(Associate Professor Department of Political Sciences, University Allame Tabataba'I, Tehran)

Mohammad Jafar Javadi Arjmand

(Associate Professor Department of Political Sciences, University Tehran)

Asie Zabih Nia Omran

(Associate Professor Department of Persian Language and Literature, University Pyame Noor)