

چکیده

در این مقاله پس از طرح نظریه دو فضایی شدن فرهنگ سعیدرضا عاملی و تبیین اهمیت آن در چارچوب نظریات نوین ارتباطی پساتلویزیونی در دهه ۱۹۹۰ میلادی از لازارد تا تامپسون، تحول در اندیشه کاستلز متقدم به کاستلز متأخر و آلن تورن و تبیین الگوی حکمرانی سنتی فرهنگ در جمهوری اسلامی در دوران پس از جنگ در دوران تک‌فضایی منبری-تلویزیونی، استدلال می‌شود که دو فضایی شدن تشدید شده فرهنگ در دوران کرونایی، الگوی حکمرانی سنتی فرهنگ که به حکمرانی کنونی فضای مجازی تسری یافته را دچار بحران کرده است. در چنین شرایطی پافشاری بر الگوی حکمرانی سنتی در شرایط دو فضایی شدن تشدید شده فرهنگی با ایجاد گسست در فرهنگ دو فضایی شده به وخیم‌تر شدن مشکل انجامیده است. بر همین اساس پیشنهاد این مقاله بازسازی نوین الگوی حکمرانی در ساخت جدید دو فضایی شده است که در فرم و محتوا باید در تمایز اساسی با الگوی سنتی مدیریت فرهنگی ایجاد شود. برخلاف ویژگی‌های خاص الگوی حکمرانی سنتی فرهنگ از قبیل سلسله‌مراتبی، متمرکز، مونولوگی و ایستا بودن، الگوی نوین حکمرانی فضای مجازی باید بر ویژگی‌های متناسب با شرایط جدید یعنی شبکه‌ای بودن، خودمختار بودن، سیال بودن و زمان و مکان ناقلیدسی تکیه کند. این مقاله در انتها به ترسیم خطوط راهبردی چنین تحولی خواهد پرداخت.

■ واژگان کلیدی

دو فضایی شدن فرهنگ، سعیدرضا عاملی، حکمرانی سنتی فضای مجازی، حکمرانی شبکه‌ای نوین

بحران الگوی حکمرانی سنتی فضای

مجازی در عصر دوفضایی شدن

تشدیدشده‌ی فرهنگ‌پسا- کرونایی

محمدحسین بادامچی

استادیار پژوهشگاه مطالعات فرهنگی، اجتماعی و تمدنی، تهران، ایران
badamchi.mh@gmail.com

۱- مقدمه و طرح مسئله

چنانچه «نظام فرهنگی-اجتماعی» را - آن طور که در این مقاله تشریح خواهد شد- تطابق، سازگاری و هماهنگی میان ساخت حقوقی و عینی و مادی نهادهای اجتماعی و سیاسی از یک سو و جهان ذهنی و نمادین شهروندان از سوی دیگر بدانیم (بورديو، ۱۳۸۹)، جامعه ایران بعد از انقلاب و به ویژه در نظام استقرار یافته در سال های پس از جنگ، با همه فراز و نشیبها در پاسخ به مسائل خاص جامعه ایرانی در انتهای قرن بیستم و در تلاش برای بازسازی میراث نظم دهه شصتی و ورود به دوران سازندگی، کم و بیش از سامان یکپارچه ای به لحاظ «فرهنگی-اجتماعی» برخوردار بود که حکمرانی فرهنگی نیز درون همین ساختار کار می کرد. با این حال تغییرات اجتماعی و فرهنگی ایران در دهه نود، نشانه هایی از بروز شکاف هایی در این نظم یکپارچه - میان ساخت اجتماعی عینی و فیزیکی و زیست جهان ذهنی و نمادین و فرهنگی - را پدیدار کرده است. مهم ترین عامل چالش برانگیز گسترش فضای مجازی است که شیوع و پیروسی کرونا در انتهای دهه نود تکانه شدیدی در جهت تشدید آن بوده است. پرسش اصلی این است که چگونه می توان چالش حکمرانی فرهنگی سنتی دوران پیش از ظهور اینترنت و فضای مجازی را با فضای پس از آن تنویر کرد؟ تلاش برای بازسازی حکمرانی فرهنگی فضای مجازی تنها در گرو پاسخ به این پرسش است.

۲- روش تحقیق

مسئله اصلی این تحقیق یک پرسش نظری است و به شیوه استنتاج قیاسی و تحلیل انتقادی نظریات در تلاش برای پاسخ دادن به مسئله پیش می رود. سرمشق اصلی تحلیل در این پژوهش نظریه دوفضایی شدن فرهنگ سعیدرضا عاملی است که در صورت بازخوانی ذیل تحول نظریات ارتباطی در چند دهه اخیر، ظرفیت بالایی برای تحلیل این مسئله دارد. در این مقاله پژوهشی در گام اول با خوانش نظریه دوفضایی شدن فرهنگ سعیدرضا عاملی در بستر تحولات نظریه ارتباطی در چند دهه اخیر، ظهور مفهوم جدیدی از «فرهنگ» در این نظریه که محمل آن فضای مجازی است استنباط می شود. در گام دوم با طرح تلازم میان حکمرانی فرهنگی و ساختار ارتباطی، نظریه پیشروی دوفضایی شدن فرهنگ برای صورت بندی شکاف در حکمرانی دو گونه فرهنگ در ایران مورد استفاده قرار می گیرد. در گام سوم با کمک برخی نظریات پیشرو در حوزه

حکمرانی و مدیریت کوشیده می‌شود که طرحی از حکمرانی نوین در شرایط دوفضایی بودن فرهنگ ارائه گردد.

روایی و پایایی تحقیقات نظری از طریق داوری در مجامع علمی توسط همگنان، در فرآیند پیر ریویو^۱ و انتشار در ژورنال‌های پژوهشی حاصل می‌شود. با این حال برای تقویت اعتمادپذیری نتایج به‌دست‌آمده از بازخوانی و بسط نظریه دوفضایی شدن فرهنگ، در انتهای مقاله مقایسه‌ای میان نتایج با نتایج پژوهش‌های مشابه انجام خواهد شد.

۳- مبانی نظری: دوفضایی شدن فرهنگ

سعیدرضا عاملی^۲ از اوایل دهه هشتاد بحثی را تحت عنوان «دو جهانی شدن‌ها» آغاز کرد (عاملی، ۱۳۸۲-الف و ب) که با ترکیب شدن با مفهوم «دو فضایی شدن فرهنگ‌ها» (Ameli, 2017) در سال‌های بعد، نهایتاً توانست در کتاب «مطالعات جهانی شدن: دوفضایی شدن‌ها و دو جهانی شدن‌ها» (عاملی، ۱۳۹۵) به روایتی منسجم دست یابد. چکیده بحث عاملی در این آثار این است که به دنبال توسعه فضای اجتماعی در انتهای قرن بیستم که ترکیبی از «دوفضایی شدن» و «جهانی شدن» است، ظرفیت جدیدی به جهان واقعی (جهان اول) اضافه شده است که از آن به جهان مجازی (جهان دوم) تعبیر می‌شود. از نظر عاملی این دو جهان که یکی واقعیت طبیعی و دیگری واقعیت مجازی است، مانند دوقلوهای به هم چسبیده با یکدیگر در تعامل‌اند و محیط هیبریدی نوینی پدید آورده‌اند که نیازمند پارادایم جدیدی در فضاشناسی است که برای فهم، تحلیل و سیاست‌گذاری آن از تعیین‌گرایی و تصور خطی در تحولات اجتماعی بپرهیزد و به چندگانگی در شکل‌گیری اجتماعی و درک بی‌مکان بودن زیست اجتماعی فرهنگی نوین مجهز باشد. وی خود درباره مختصات نوینی که در آن قرار گرفته‌ایم می‌نویسد:

«مهم‌ترین تغییر جهان معاصر که بنیان تغییرات آینده جهان را می‌سازد، رقابتی شدن جهان واقعی و جهان مجازی است. ظهور جهان جدید یعنی جهان مجازی بسیاری از روندها، نگرش‌ها و ظرفیت‌های امروزی و آینده جهان را تحت تأثیر خود قرار خواهد داد. این جهان در واقع به موازات و گاه مسلط بر جهان واقعی ترسیم می‌شود و عینیت واقعی می‌یابد. این دو جهان از یک رابطه انعکاس هندسی برخوردارند

و دادوستدهای بی‌شماری بین این دو جهان وجود دارد. جهان اول با ویژگی‌های جغرافیا داشتن، برخورداری از نظام سیاسی مبتنی بر دولت-ملت، طبیعی-صنعتی بودن، محسوس بودن و معطوف به احساس قدیم‌تر بودن از جهان دوم قابل تمایز است. جهان دوم نیز با ویژگی‌هایی مثل بی‌مکانی، فرازمان بودن، صنعتی بودن محض، عدم محدودیت به قوانین مدنی متکی بر دولت-ملت‌ها، برخورداری از معرفت‌شناسی تغییر شکل یافته پسامدرن، دسترس‌پذیری هم‌زمان، روی فضا بودن و برخورداری از فضا‌های فرهنگی، اعتقادی، اقتصادی و سیاسی جدید نسبتاً از جهان اول جدا می‌شود... ما با دو جهانی شدن‌های به هم چسبیده‌ای مواجهیم که حذف یکی از آنها موجب زوال دیگری نیز می‌شود (عاملی، ۱۳۹۵: ۳ و ۴)».

از نظر عاملی توجه به دو فضایی شدن جهان معاصر به ظهور نظام‌های معرفتی جدید و عمل متفاوت اجتماعی می‌انجامد و مستلزم بازسازی نظام سیاسی، روش‌های آموزشی و مدیریتی و ایجاد دولت و شهری جدید است (عاملی، ۱۳۹۵: ۶) و انتقال پارادایمی را در جامعه‌شناسی، فرهنگ‌شناسی، زبان‌شناسی، معناشناسی و معرفت‌شناسی می‌طلبد (عاملی، ۱۳۹۵: ۱۰). اگرچه این دوگانگی میان فرهنگ و عینیت فیزیکی به قدمت آغاز ذهنیت و پیدایش پدیدارهای ذهنی در بشر است، اما عاملی بر وجه مهمی تأکید می‌کند که این تمایز را به انفکاک‌ی شبه‌هستی‌شناختی در عصر جدید تعمیق و گسترش داده است:

«در واقع نظام ارتباطی و ذات شیئی جهان فیزیکی و ذات عددی و اطلاعاتی جهان مجازی عامل مهمی است که این دو جهان را از هم متمایز می‌کند. فیزیک‌گرایی و جهان فیزیکی طبیعتی محلی و محدود دارد و تغییرات در جهان فیزیک موضوع تغییرات شیء و محکوم به اصطکاک و فرسایش است. جهان مجازی از ظرفیت جهانی نامحدود و در عین حال ذاتی پلاستیکی و قابل تغییر برخوردار است. در جهان فیزیکی ما از یک واقعیت‌گرایی متمایل به فیزیک جهان و روابط چهره به چهره برخورداریم. در فرآیندهای جهان واقعی نیز روندها بر کار فیزیکی و روندهای فیزیکی متکی‌اند. از سوی دیگر همه اتفاقات در ظرف فیزیکی و واقعیت‌های محسوس جهان اتفاق می‌افتد. تولد جهان مجازی ما را با نوعی نگرش جدید که می‌توان از آن به مجازی‌گرایی یا شکل تنزل یافته آن به دیجیتالی‌گرایی تعبیر کرد مواجه ساخته است. از سوی دیگر روندهای جدید کار در پرتو مجازی‌سازی همگی یک روند انتقال

امر فیزیکی به امر مجازی و یا شیءها به عددها محسوب می‌شوند. این نگرش و این نوع فرآیندهای مجازی در ظرفیتی صورت می‌گیرد که این امکان فضایی و مجازی و متحرک را برای ما فراهم می‌کنند که از آن می‌توان به مجازبودگی تعبیر کرد(عاملی، ۱۳۹۵: ۱۱ و ۱۲)».

برای درک بهتر نظریه دوفضایی شدن فرهنگ عاملی لازم است که آن را در زمینه نظریات در حال تحول حوزه ارتباطی در دهه ۱۹۹۰ میلادی قرار دهیم. بر پایه پژوهشی منتشر نشده از بادامچی (۱۳۹۹) به طور کلی می‌توان به موازات نمودار تحولات تکنولوژیک تلویزیون- ماهواره- شبکه‌های اطلاعاتی- شبکه‌های ارتباطی روندی از جدایی فرهنگ از زمینه اجتماعی و رسانه‌های جمعی را در گذار از نظریات تامپسون (۱۳۸۰)- لازار (۱۳۸۰)- کاستلز متقدم (Castells, 2002: 1380)- کاستلز متأخر (Castells, 2013: 1396) و همین‌طور مقدمه‌ی بعداً افزوده شده به ویراست دوم سری عصر اطلاعات، Castells, 2010)- عاملی (۱۳۹۵)- تورن (۱۳۹۶) مشاهده کرد. تامپسون با تفکیکی که میان تعامل رودررو، تعامل رسانه‌ای و شبه تعامل رسانه‌ای انجام می‌دهد (تامپسون، ۱۳۹۶: ۱۰۵-۱۰۳) زمینه را برای طرح دعوی خود درباره پدیدار شدن یک «امر عمومی نوین» توسط تلویزیون، در فضایی متمایز از امر عمومی هابرماسی شکل گرفته در تعاملات رودرروی جامعه مدنی بورژوازی قرن نوزدهم اروپا فراهم می‌کند(همان: ۱۶۰-۱۵۰). این امر عمومی نوین شکل گرفته در شبه تعاملات رسانه‌ای تلویزیونی طرحی از دوفضایی شدن فرهنگ در اشکال اولیه آن است.

در گام دوم لازار در کتاب خود با عنوان «افکار عمومی» نشان می‌دهد که این موضوع جدیداً کشف شده در انتهای قرن بیستم از منظر یک سویی سابقاً مفروض فرهنگ تلویزیونی در رسانه‌های توده‌ای تبعیت نمی‌کند بلکه به تعبیر او: «افکار عمومی توزیع نظرها بین عموم نیست، افکار را در بالای سر عموم «نمی‌سازند» بلکه یک فرآیند پیچیده است که در آن افکار مختلف ابراز می‌شوند و در یک بیان جمعی جا می‌افتند. فرآیند افکار عمومی، اجتماعی است» (لازار، ۱۳۸۰: مؤخره کتاب). تمایز بین افکار عمومی «ساخته شده در بالای سر عموم» و افکار عمومی در حال تکوین در «فرآیند اجتماعی» را در واقع باید به مثابه تلاشی برای تعیین منطق نوین فرهنگ رسانه‌ای در تمایز آن با فرهنگ چسبیده به ساختارهای عینی دولتی-زیستی-فیزیکی تلقی کرد.

در گام سوم این مانوئل کاستلز است که در کتاب سترگ «عصر اطلاعات» فضای هیبریدی در حال پدیداری را به تفصیل تئوریزه می‌کند اما همچنان «واقعیت مجازی» تنها یک فصل از سه جلد کتاب او (فصل پنجم از جلد اول) است و وی با تأکید بر اطلاعات به جای ارتباطات، جامعه شبکه‌ای را به صورتی هیبریدی و ذیل ساخت واحد سرمایه‌داری تصویر می‌کند و هنوز تصویری از دوفضایی در دیدگاه او وجود ندارد. با این حساب بیان عاملی در طرح این تغییر پارادایم از سطح اندیشه‌های آغازین مانوئل کاستلز در اثر سه جلدی «عصر اطلاعات» (در دهه ۹۰ میلادی) فراتر می‌رود و به «پارادایم جدید» آلن تورن نزدیک می‌شود.

آلن تورن جامعه‌شناس شناخته‌شده فرانسوی، کسی که مانوئل کاستلز او را پدر فکری خود نامیده^۱، «پارادایم جدید» قرن ۲۱ م را - که عنوان کتاب او نیز هست - با پایان «امر اجتماعی» و گذار به «امر فرهنگی» توضیح داده است. از دیدگاه او «امر اجتماعی» تمام آن ساختارها، نهادها، طبقات و نظام‌های رسمی جامعه و دولت است که بیرون از تک‌تک افراد وجود عینی دارد و همچون قالب‌هایی مشخص، حیات اجتماعی ما را سامان می‌دهد. در مقابل این ساختارهای بیرونی و رسمی، امر فرهنگی موجود تازه‌ای است که با ظهور «سوژه» ارتباط دارد. «انسان نویی» که -آن‌طور که تورن اشاره می‌کند و کاستلز آن را بیشتر در آثار متأخر خود تفصیل می‌دهد (کاستلز، ۱۳۹۸)- در «اینترنت» و در آغاز قرن بیست و یکم امکان ظهور یافته است. وی در این باره می‌نویسد:

«علوم اجتماعی بسیار عقب‌مانده است. دارد هنوز از واقعیت اجتماعی سخن می‌گوید که دیگر با مدل فرهنگی که از پایان قرن نوزدهم به آن وارد شده‌ایم، تطابق ندارد. جامعه‌شناسی طبقاتی به پایان خود رسیده. جامعه‌شناسی نظام‌ها باید جای خود را به جامعه‌شناسی کنشگران و سوژه‌ها بدهد. جامعه‌شناسی تأسیس شد که توهم کنشگران اجتماعی را تقبیح کند؛ که به آنها نشان دهد و رای ظاهر آزادی رفتارشان نه به نحوی آزادانه بلکه به وسیله مکانیسم‌های اجتماعی پنهان تعیین می‌شود. به من بگو خاستگاه اجتماعی تو چیست تا بگویم چه مقامی در نظام آموزشی کسب می‌کنی. شغل و درآمدت را بگو تا بگویم انتخاب سیاسی عقلایی تو چیست. فردیت در اقتصاد هم با نظریه انتخاب عقلایی کنار گذاشته شد و ارتباط میان مفصل

۱. در آغاز کتاب «شبکه‌های خشم و امید» (کاستلز، ۱۳۹۸)

نظام اقتصادی جای آن را گرفت. جریان «کلاسیک جامعه‌شناسی» از دورکیم تا پارسونز که قشربندی اجتماعی و نابرابری طبقاتی را اصل می‌گرفت به پایان رسیده نه به خاطر نقادی‌های روشنفکرانه بلکه به خاطر فروپاشی نهادها و هنجارها (تورن، ۱۳۹۶: ۸۱ و ۸۲)».

بنابراین آنچه پس از دوفضایی شدن عاملی و پارادایم جدید تورن «امر فرهنگی» خوانده می‌شود و فضای مجازی مهم‌ترین محمل آن است، به‌هیچ‌وجه نباید با آنچه پیش‌ازاین به‌عنوان امر رسانه‌ای-تلویزیونی و به‌عنوان مکمل امر اجتماعی «فعالیت فرهنگی» خوانده می‌شد، اشتباه گرفته شود.^۱ این شیوه سنتی و تک‌فضایی از تلقی نظام اجتماعی-فرهنگی که شاکله سامان کنونی حکمرانی فضای مجازی در ایران نیز هست، اکنون تلقی قرن بیستمی منسوخ می‌شود که می‌کوشیم نشان دهیم که با تشدید شدن دوفضایی شدن در دوره کرونا به بحرانی جدی دچار شده و به تغییر راهبردی عاجلی نیازمند است.

۴- بررسی و تحلیل مسئله: رابطه ساختار ارتباطی و حکمرانی فرهنگی

با وقوع انقلاب اسلامی، نظام سیاسی و نهادهای اجتماعی و فرهنگی وابسته به آن فرو ریخت و با استقرار نظام، دولت اسلامی به سازمان‌دهی مجدد جامعه و فرهنگ پرداخت. بر پایه تعریف پیر بوردیو از دولت که بر تلازم میان نظام فرهنگی نمادین و نظام اداری-اجتماعی فیزیکی مبتنی است (بوردیو، ۱۳۸۹)، پس از جنگ تحمیلی فرهنگ توانست با موفقیت به صورت نظم نمادین مقوم نظم مادی سیاسی-اجتماعی مرکزی بازسازی گردد. بر پایه تقسیم‌بندی سه‌گانه جان تامپسون از سه گونه ارتباط رو در رو، تعامل رسانه‌ای و شبه‌تعامل رسانه‌ای در عصر پیش از ظهور فضای مجازی (تامپسون، ۱۳۹۶: ۱۰۶) می‌توان شکل‌گیری نظم فرهنگی و نمادین در تاریخ معاصر ایران را در سه شکل رسانه‌ای منبر، تلگراف و تلویزیون، متناظر با سه گونه ارتباطی مورد نظر تامپسون پیگیری کرد. در نظم نمادین بازسازی شده پس از جنگ حول دولت تازه استقرار یافته اسلامی، فرهنگ نمادین

۱. جدایی امر فرهنگی نوین از امر اجتماعی-فرهنگی گذشته در اندیشه آلن تورن نیز یک مسیر انفکاک تدریجی تا جدا شدن کامل را طی کرده است که در بررسی سیر تکامل تئوری او در این سه اثر قابل مشاهده است: جامعه پسا صنعتی، تاریخ اجتماعی آینده (تورن، ۱۳۹۸) که در سال ۱۹۶۹ نوشته شده، بازگشت کنشگر، نظریه اجتماعی در جامعه پسا صنعتی (تورن، ۱۴۰۰) که در سال ۱۹۸۸ نوشته شده و نهایتاً پارادایم جدید (تورن، ۱۳۹۶) که در سال ۲۰۰۷ منتشر شد.

در دو شکل عمده مدیریت می‌گردد: یکی بر پایه «اجتماعات رودررو» که تداوم نهادی شکل سنتی‌تر و قدیمی‌تر نظم نمادین است، یعنی «مساجد و نمازخانه‌ها و مصلی‌ها»، «مدارس»، «حرم‌ها و امام‌زاده‌ها و حسینیه‌ها و هیئت‌ها»، «دانشگاه‌ها»، «پادگان‌ها» و «مراکز بسیج» و رکن دوم آن که متناسب با تحولات تکنولوژی (آن‌گونه که در بخش قبل به تفصیل بیان شد) به جدا شدن و نمادین شدن و مجازی شدن تمایل روزافزون داشته و در قالب ابزارهای شبه تعامل رسانه‌ای رادیو و تلویزیون در دستگاه‌های فرهنگی حاکمیتی دنبال می‌شود. ابزارهای تعامل رسانه‌ای یعنی مطبوعات، مجلات و کتاب بر خلاف ادوار پیش از انقلاب، در حاشیه این دو ساختار رسانه‌ای و با اهمیتی کمتر قرار داشته‌اند. بنابراین به طور کلی می‌توان نظام فرهنگی و نمادین دولت اسلامی را بر دو ستون «اجتماعات رسمی» و «تلویزیون» استوار دانست که اولی از طریق کدهای رفتاری غیرمستقیم در مراسم‌های جمعی از طریق مکانیسم‌های هم‌حضور و باهم‌جوری^۱ فرهنگ

۱. هم‌حضور مکانیسم تعاملی و تأثیرگذاری در قالب‌های سنتی رودررو مانند منبر و وعظ است که تامپسون در کتاب خود نظریه‌های اجتماعی و مدرنیته آن را چنین تبیین می‌کند: تعامل رودررو در یک بافت هم‌حضور به وقوع می‌پیوندد، شرکت‌کنندگان در این تعامل نسبت به هم حضور بی‌واسطه دارند و در یک سیستم مرجع زمانی-مکانی مشترک سهمیند و در نتیجه به سهولت از اصطلاحات (اینجا، حالا، این، آن و ...) و اشارات فیزیکی استفاده می‌کنند. تعامل رودررو در سرشت خود ویژگی گفت‌وگوشنودی (دیالوژیک) دارد؛ جریان دوطرفه اطلاعات و ارتباطات وجود دارد و رفت‌وبرگشتی میان سازنده پیام و گیرنده آن وجود دارد. ویژگی دیگر تعامل رودررو انبوهی از اشارات نمادین مکمل زبان است. چشمک و ادا، اخم و لبخند، تغییرات آهنگ جمله و لحن و ... که به رفع ابهام کمک می‌کند یا در صورت عدم هماهنگی ادامه تعامل را تهدید و صداقت‌گوینده را مورد تردید قرار می‌دهد. (تامپسون، ۱۳۹۶، ص. ۱۰۳)

در همین راستا «باهمجوری» اصطلاحی است که فرامرز رفیع‌پور برای توضیح بیشتر ساختار تعاملی و ارتباطی مناسک دینی مبتنی بر هم‌حضور در کتاب دریغ است ایران که ویران شود به کار می‌برد. وی می‌نویسد: در مذاهب انتظار پذیرش بی‌چون‌وچرای دستورات مذهبی وجود دارد. مناسک کارکردشان این است که ابهت جمعی آن مناسک تولید جاذبه (میل به) باهمجوری کند و مردم را بدین سو بکشد و جذب نماید. برای مدیریت و هماهنگی یکپارچه این جمع‌های عظیم قواعدی به وجود می‌آید. انتظار می‌رود که این قواعد و دستورالعمل‌ها بی‌چون‌وچرا یعنی بدون پرسش درباره علت یک دستورالعمل و رفتار باهمجور اجرا شود. یک دلیل آن برای حفظ انتظام و لذا موجه است؛ اما گاه عناصر دیگر فرهنگی برخاسته از نظام ارباب و رعیتی نیز به چشم می‌خورند. مثلاً هر پاپ کاتولیک در کنار نامش به معنی پدر، دو حرف pp دارد که مخفف *Pastor* *Pastorum* یعنی چوپان است و منظور آن است که انسان‌ها همچون گوسفند هستند و پاپ چوپان هدایتگر آنها. در این قالب روشن است که گوسفند اجازه سؤال درباره دلیل یک دستور ندارد، بلکه باید مانند بقیه گوسفندان به طور گله‌ای دستورات را اجرا کنند. بنابراین رفیع‌پور کارکرد اصلی مناسک را ایجاد باهمجوری در متدینین می‌داند. شیعیان خیلی بیشتر از این دستورالعمل‌ها هستند و تابع همجوری. این میل به باهمجوری آن‌هم بدون پرسش درباره علت و لذا پیروی بدون آگاهی (از دستورالعمل‌های بسیار زیاد) به یک فرهنگ عمیق تبدیل شده است و همه بخش‌های دیگر زندگی را نیز در برمی‌گیرد حتی اگر فرد مذهبی هم نباشد. فرهنگ تقلید و رفتار گله وار در ایران عمومیت دارد. (رفیع‌پور، ۱۳۹۳، ص. ۲۴۴)

نمادین را حفظ و منتقل می‌کند و دومی از طریق پیام‌هایی رسانه‌ای از راه دور. فعالیت‌های فرهنگی مدارس، رده‌های درس مراکز معارف دانشگاه‌ها، نماز جمعه، فعالیت‌های عقیدتی-سیاسی در مراکز نظامی، فعالیت‌های فرهنگی پایگاه‌های بسیج، مراسم‌های مذهبی ملی در محرم و شب‌های قدر، پیاده‌روی اربعین، خطابه‌ها و مراسم‌های بزرگ در مهدیه، مصلی، حرم‌ها و حسینیه‌ها همگی از الگوی اول فرهنگ‌سازی تبعیت می‌کنند و انعکاس رسانه‌ای همه این اجتماعات دینی و فرهنگی رسمی در رادیو و تلویزیون خود از سوی دیگر نشان‌دهنده وزن و اهمیت بیشتر الگوی اول و تبعیت نسبی الگوی دوم از اولی در نظام مدیریت فرهنگی بعد از جنگ است. در واقع با بررسی‌های جامعه‌شناختی و تاریخی می‌توان نشان داد که این الگوی رسانه‌ای و فرهنگی به میزان زیادی در الگوی سنتی تبلیغ حوزویان در منابر و اجتماعات مذهبی ریشه دارد (مظاهری، ۱۳۸۹) که پس از انقلاب و به‌ویژه در سال‌های اخیر در مقیاس ملی گسترش یافته و رسانه‌های جدیدتر تعامل شبه‌رسانه‌ای و دستگاه و گفتمان مدیریت فرهنگی را تحت تأثیر خود قرار داده است و از این رو به لحاظ ساختار ارتباطی-فرهنگی می‌توان از آن به «الگوی منبری-تلویزیونی» تعبیر کرد. برخی از ویژگی‌های اصلی این سازه منبری-تلویزیونی فرهنگ‌سازی را مبتنی بر ادبیات تئوریک پژوهش به این صورت می‌توان فهرست کرد:

۱. تکیه بر اجتماعات فیزیکی و رودررو
۲. اهمیت تلویزیون به عنوان یک رسانه توده‌ای و ملی
۳. متمرکز، خطی، بوروکراتیک و سلسله‌مراتبی بودن دستگاه مدیریت فرهنگی
۴. ثبات و ایستایی و تکرار پیام‌های فرهنگی اصلی
۵. ملی شدن پیام‌های فرهنگی و کمرنگ شدن خصلت‌های محلی
۶. به وجود آمدن یک طبقه از تکنوکرات-بوروکرات‌های فرهنگی با خصلت نگاه ابزاری به تبلیغ و رسانه
۷. جهت‌گیری رسانه‌ای به سوی توده‌ها و کم‌اهمیتی نخبگان
۸. اهمیت یافتن خطیبان و مداحان عامه‌پسند و کاهش اهمیت جنبه‌های معرفتی و عقیدتی دین و فرهنگ
۹. تأکید بر مونولوگ رسانه‌ای به جای شیوه‌های دیالوگی ارتباط
۱۰. آمیختگی فرهنگ با تبلیغات دولتی-ملتی

۱.۱. جدایی تدریجی فرهنگ دینی از باقی ساحت‌های متغیر حیات جمعی

با این حال همان‌طور که در چارچوب نظری به تفصیل بیان شد، ظهور و فراگیری اینترنت در اواخر قرن بیستم و ظهور و توسعه وب ۲ و شبکه‌های اجتماعی در قرن ۲۱ م از منظر جدیدی تبعیت می‌کند که ناخودآگاه چالشی جدی برای این پارادایم متکی بر اجتماعات رودررو و تلویزیون محسوب می‌شود. به این معنا در واقع زیست‌جهان فرهنگی ایران با آمدن اینترنت و به‌ویژه گوشی‌های هوشمند و شبکه‌های اجتماعی در پانزده سال اخیر به محیط درهم و التقاطی از سه نسل فناوری‌های ارتباطی و ساخت فرهنگی متناسب با آن تبدیل شده است که به طور کلی آمیخته‌ای است از فرهنگ به معنای سنتی آن که در دستگاه رسانه‌ای منبر-تلویزیون، در امتداد نظم نمادین سال‌های ۱۳۶۸-۱۳۹۰ جریان دارد و فرهنگ به معنای جدید آن که در اینترنت جاری است و کنش‌ها و واکنش‌هایی که میان این دو جریان فرهنگی «سنتی و جدید» در حال رخ دادن است. با استفاده از تعابیر تامپسون، کاستلز، تورن و عاملی که شرح داده شد، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی ویژگی‌های مونولوژی، مکان‌محور و غیرتعاملی بودن ساخت منبری-تلویزیونی را از اساس زیر سؤال برده و نوع تازه‌ای از رسانه‌های «تعاملی، غیرمکان‌مند و دیالوگی» ایجاد کرده‌اند. میزان استقبال فوق‌العاده ایرانیان از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که این ساختار ارتباطی آترناتیو به دلایل تاریخی (که مجال طرح آن در اینجا نیست)^۱ مورد نیاز جامعه ایران بوده و به سرعت در فرآیندهای اجتماعی درونی ایرانیان جذب و ادغام شده است.

در مقایسه با ویژگی‌های یازده‌گانه نظام فرهنگی در پارادایم قدیم که بالاتر به آن اشاره شد، به طور خلاصه بر پایه دیدگاه‌های کاستلز این مشخصات را می‌توان برای پارادایم فرهنگی جدید فهرست کرد:

شبکه‌ای/ فاقد مرکز و سازمان مرکزی و تشکیلات/ جهانی و در عین حال محلی/
 کاملاً متکی به اینترنت/ تقدم فرهنگ بر سیاست/ ته‌باز و بدون مرزهای مشخص/
 ظرفیت هماهنگی با ویژگی‌های زمینه‌ای مختلف/ محوریت نسل‌های جوان و نوجوان/
 فرهنگ خودمختاری/ فضای خودمختاری (سایبر-شهری)/ کنار گذاشتن دو فرهنگ
 فرقه‌ای محلی و فردگرایی جهانی/ ایجاد زمان بی‌زمان (معلق/ بیرون زمان رسمی)/

۱. نویسنده در مقاله مستقلی به این موضوع پرداخته. نک به بادامچی، ۱۴۰۱.

نوعی اکنون طولانی/ فرا رفتن و گشوده شدن افق‌های فکری و مدل‌های بدیل زندگی/ خودجوش/ هیجانی و مرتبط با احساسات خشم و نفرت و امید/ واکنشی و ناگهانی و پیش‌بینی‌ناپذیر/ آنلاین و زنده و در لحظه/ به شدت تصویری/ ویروسی (شدیداً مسری حتی از کشوری به کشور دیگر)/ تأکید بر هم‌اندیشی/ افقی و فاقد رهبری/ بی‌اعتماد نسبت به رهبران حزبی، رجال سیاسی، نمایندگان فرهنگی رسمی و گروه‌های موجود/ محوریت نخبگان و طبقه تحصیل‌کرده/ تأکید بر باهم بودن برای غلبه بر ترس و کشف امید/ فقدان ارزش‌های مشترک و تأکید بر مشترکات بالقوه/ خودتأملگر و پرسشگری دائمی/ بی‌خشونت/ نافرمانی مدنی مسالمت‌آمیز (زنانه)/ رؤیت‌پذیری کوچک‌ترین رفتارهای مقامات رسمی/ حساسیت نسبت به منافع عمومی/ تلاش برای جذب افکار عمومی اکثریت/ فاقد برنامه و اهداف و مسائل متکثر/ در حال تغییر ارزش‌های جامعه/ آرمان‌گرایی و آرمان‌شهراندیشی/ فرض شکست نهادهای رسمی و پیگیری مطالبات بیرون از نظام/ تأکید بر ذهن و فرهنگ و ارزش‌ها/ توسعه شبکه‌ای ذهنیت‌ها/ درهم‌تنیدگی همه عرصه‌های زندگی/ به اشتراک‌گذاری فراگیر/ بازسازی امر عمومی و حوزه عمومی (کاستلز، ۱۳۹۸).

به تعبیر خلاصه این فرهنگ نوظهور در مجاری غیررسمی و بیرون از مناسبات فرهنگی بوروکراتیک مرکزی و در «ارتباطات خودانگیز» عموم کاربران در حال شکل‌گیری است و این همان چیزی است که در دهه نود در پدیده‌های مختلفی مانند قرار خودجوش دهه هشتادی‌ها در پاساژ کورش/ تشییع جنازه مرتضی پاشایی/ موج واکنشی به فیش‌های نجومی/ ظهور سلبریتی‌های مجازی/ کمپین تحریم خرید خودروی صفر/ واکنش‌های به وجود آمده در فضای مجازی در آبان ۹۸ و سقوط هواپیمای مسافربری در دی ماه ۹۸ که به واکنش‌های رسمی جدی منجر شد/ طوفان توییتری اعدام نکنید در تیرماه ۹۹ و ده‌ها مورد دیگر، پدیده‌های یک قلمرو فرهنگی جدید به موازات نظام فرهنگی نمادین منبری-تلویزیونی مستقر را نمایان کرد.

در چنین زمینه جامعه‌شناختی است که بروز اپیدمی کرونا در بازه‌ی دوساله‌ی ۱۳۹۹-۱۴۰۰ را می‌توان به صورت تکانه بسیار بزرگی به نفع فرآیند واگرایی تدریجی «امر فرهنگی نو» از «فرهنگ نمادین قدیم» یا به تعبیر عاملی «دوفضایی شدن فرهنگ» تلقی کرد. با به وجود آمدن شرایط شبه قرنطینه‌ای، اجرای طرح فاصله‌گذاری اجتماعی و تداوم تعطیلی دوساله‌ی مراکز اجتماع فیزیکی، بافت فرهنگی متکی بر هم‌حضور

اجتماعی سست گردید. کرونا از یک طرف کانون‌های نظام فرهنگی رسمی و اجتماعات اصلی آن یعنی «مساجد»، «مدارس»، «حرم‌ها»، «هیئت‌های مذهبی»، «دانشگاه‌ها» و «اجتماعات بزرگ دینی» را به تعطیلی کشاند و از طرف دیگر تغییر یافتن اولویت‌های برنامه‌ریزی رسانه‌ای رادیو و تلویزیون تحت شعاع دغدغه اصلی کرونا و سلامت از یک سو و گسترش خدمات مجازی به‌عنوان تنها مجرای تداوم خدمات دولتی از سوی دیگر، ضریب گفتمان فرهنگی نمادین سنتی را کاهش داد. در چند سال کرونایی اخیر اینترنت به طور مشخص به تنها مفر ادامه حیات جامعه و دولت-ملت ایرانی تبدیل شد و هجوم مضاعف مردم به استفاده از فضای مجازی در این ایام، تکانه بزرگی به نفع جایگزینی نظم نمادین رسمی سنتی توسط امر فرهنگی نوظهور محسوب می‌شود. مدارس و دانشگاه‌ها تنها از طریق اینترنت امکان ادامه کار پیدا کردند، بازار آنلاین و پست سفارشی سهم بزرگ‌تری از معاملات را برعهده گرفته و بسیاری از سازمان‌ها و ادارات به ناچار به دورکاری کارکنان و خدمات غیرحضور اینترنتی روی آوردند و این در شرایطی است که برگزاری مناسک دینی در این دو سال همواره با چالش جدی روبرو بوده است. با توجه به روند نیروهای تکنولوژیک و اجتماعی از پیش موجود و بزرگی این تکانه، این حرکت با بازگشت تدریجی به وضع عادی نیز ادامه دارد و جهان پساکرونایی را با سرعت و شدتی بیشتر به سوی «پارادایم جدید فرهنگی» سوق داده است. پارادایم جدیدی که نمی‌توان آن را با شیوه‌های سنتی و فهم متعارف از دولت و امر اجتماعی و نمادین پیشاديجیتالی شدن صورت‌بندی و حکمرانی کرد و تداوم پارادایم گذشته در شرایط جدید تنها به تشدید گسل موجود در فرهنگ دو فضایی شده خواهد انجامید.

در اینجا است که به نظر می‌رسد باید جرأت کرد و از «تغییر پارادایم در سیاست فرهنگی و حکمرانی فضای مجازی» سخن گفت. مستقل از آنکه پافشاری الگوی حکمرانی سنتی در فضای مجازی به لحاظ فنی چقدر ممکن است و یا چقدر با زیرساخت آرمانی و حقوقی جمهوری اسلامی هماهنگ است^۱، با توجه به روند عمومی دوفضایی شدن فرهنگ و تضعیف سامان سنتی فرهنگی-اجتماعی، تداوم الگوی حکمرانی سنتی نه تنها

۱. حمید شهریاری خود در انتهای مقاله‌ای (شهریاری، ۱۳۹۵) با عنوان «فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی و حاکمیت» به صورتی بسیار مختصر به بحث از رابطه میان اصول اساسی حقوقی-سیاسی جمهوری اسلامی با حکمرانی فضای مجازی پرداخته که به نظر می‌رسد تاکنون به دلیل غلبه مصلحت‌های مقطعی امکان باز شدن باب این بحث میسر نشده است

کمکی به حل مسائل نظام نمی‌کند بلکه به عکس، با تشدید غسل فضای مجازی-واقعی یا امر نمادین جدید-قدیم و اصرار نادرست بر شیوه‌های منسوخ، فرصت بازاندیشی و بازنگری را روز به روز کمتر خواهد کرد. تداوم الگوی حکمرانی سنتی فضای مجازی در شرایط دوفضایی شدن فرهنگ در واقع به منزله اصرار بر یک بازی با حاصل جمع صفر میان «فرهنگ مجازی جدید و فرهنگ رسمی قدیم» است که تنها عایدی آن تشدید و تشدید بیشتر غسل‌ها و تضادها و بیگانگی‌هاست.

علاوه بر اینها، ابعاد فاجعه‌بار تداوم پارادایم سنتی در حکمرانی فضای مجازی وقتی برای ما روشن‌تر می‌شود که توجه یابیم که «امر فرهنگی» در معنای جدید آن به‌هیچ‌وجه همچون موقعیت آن در یک ساخت دولت-ملتی سنتی، یک قلمرو حاشیه‌ای و تبعی نیست، بلکه به تعبیر تامپسون و کاستلز از «امر عمومی نوینی» نمایندگی می‌کند و با توجه به روندهای کنونی و آتی جامعه شبکه‌ای، چینی‌جاهای اجتماعی و سیاسی و اقتصادی آینده را درون خود می‌سازد؛ به عبارت دیگر اصرار بر الگوی حکمرانی سنتی بر شرایط دوفضایی شدن فرهنگ، با به رسمیت نشناختن فرهنگ مجازی جدید به منزله تبدیل آن به نیرویی خروج از مرکز است و وقتی به نیروهای فرهنگی خروج از مرکز انباشته شده در فضای مجازی اشاره می‌کنیم، از روابط و جریان‌های فرهنگی و اجتماعی‌ای سخن می‌گوییم که به سرعت در حال ساماندهی «جهان موازی» خود خارج از مناسبات فرهنگی-اجتماعی-سیاسی رسمی نظام هستند و اصرار بر دستگاه سنتی حکمرانی فرهنگی تنها واگرایی و گسست بیشتر این جهان موازی را تشدید می‌کند. باید به‌جای مقاومت در برابر تغییرات و اصرار بر الگوهای مناسب شرایط گذشته، تغییرات را فهمید و به بازسازی حکمرانی پرداخت. تک‌تک عناصر پارادایم سنتی یعنی «مدیریت بوروکراتیک و سلسله‌مراتبی / تمرکزگرا / با پروتکل‌های ثابت و ایستا / به پشتوانه محتوای فرهنگی ایستا / رویکرد تبلیغاتی و تلویزیونی / تکیه بر اجتماعات فیزیکی / رویکرد توده‌ای و غیرنخبگانی / و شیوه مونولوگی (غیردیالوگی)» در مواجهه با این عرصه فرهنگی نوظهور در فضای مجازی و به‌ویژه در شرایط دوفضایی شدن تشدید شده‌ی کرونایی و پساکرونایی توفیق لازم را به دست نیاورده و باید به سیاست فرهنگی و حکمرانی دیگری تغییر یابند. سیاست فرهنگی بدیلی که به لحاظ فرم بتواند حکمرانی در این شرایط دوفضایی شدن با ویژگی‌های شبکه‌ای، جوان، آنلاین، خودمنتقد، مرجعیت‌گریز و اشتراکی را بازسازی

کند و به لحاظ محتوا در شرایط خاص ایرانی به ترمیم گسل فرهنگ قدیم-جدید که به وجود آمده، بپردازد.

۵- تبیین راه حل و ارائه گزینه‌های سیاستی

برای بازسازی نظام فرهنگی جمهوری اسلامی در شرایط جدید یا به تعبیر بهتر حرکت به سمت «الگوی جدید حکمرانی فضای مجازی در شرایط دو فضایی شدن فرهنگ» اولین و مهم‌ترین قدم تغییر مدیران و سیاست‌گذاران و کارشناسان و شبکه ذی‌نفعانی است که همچنان در پارادایم سنتی زیست می‌کنند و چه برحسب تعصب یا محافظه‌کاری یا منافع راه را بر هرگونه سناریوی بدیل در سیاست فرهنگی و حکمرانی فضای مجازی بسته‌اند. همان‌طور که گفته شد تداوم شیوه‌های سابق نه تنها ممکن نیست، بلکه در شرایط کنونی روز به روز آسیب‌های بیشتری بر پیکره نظام وارد می‌کند.

با توجه به آنچه گفته شد، غرض نهایی حکمرانی فضای مجازی در پارادایم جدید نه اعمال حاکمیت به شیوه‌ای سنتی، بلکه بازسازی و ترمیم نظام فرهنگی-اجتماعی و نهایتاً برپایی دوباره نظام دولت-ملتی پیوسته و منسجمی در فضای واقعی-مجازی جدید است که مع‌الأسف با اصرار و تأخیر بازاندیشی در دوفضایی شدن فرهنگ را به گسستگی درون دوفضایی شدن فرهنگ مبدل کرده است. این امر مستلزم تغییری اساسی در الگوی حکمرانی است، به‌نحوی که در «انقلابی اداری» متناسب با ساخت شبکه‌ای و زمان و مکان جدید ناقلیدسی آن، لازم است که جای صف و ستاد در سازمان‌هایی که مدیریت فضای مجازی را بر عهده دارند با هم عوض شود. بر خلاف الگوی مدیریتی سنتی که در آن «مدیران فرهنگی» تمام نقش‌های قانون‌گذاری، نظارت، مداخله، اجرا و تحقق اهداف فرهنگی را بر عهده داشتند، در الگوی مدیریتی جدید نقش‌های حکمرانی به دو گروه مجزا از یکدیگر تفویض می‌شود: گروه اول مدیران فرهنگی که نقش سیاست‌گذاری و نظارت در سازمان‌های حاکمیتی دارند و گروه دوم شبکه کنشگران فرهنگی که بار اصلی مدیریت و ترمیم نظام فرهنگی را بر عهده دارند.

برای توضیح نحوه عملکرد و تعامل این دو گروه در فضای مجازی می‌توان از استعاره «گلخانه گیاهان خودرو» که توسط یکی از دانشمندان علم مدیریت مطرح شده است، کمک گرفت. هنری مینزبرگ که برخی وی را «پدر زنده علم مدیریت جهان» خوانده‌اند، در یکی از آثار متأخر خود (مینسبرگ، ۱۳۹۳) پس از انتقاد از شیوه‌های بوروکراتیک،

متمركز، ستادگرا و مبتنی بر برنامه‌ریزی و نقشه‌کشی و بخشنامه‌های بالا به پایین که آنها را متناسب با مدیریت «سازمان‌های ماشینی» می‌داند، از یک مدل سازمانی به نام آدهو کراسی یا «گلخانه گیاهان خودرو» دفاع می‌کند که به تعبیر او بر پایه نوعی «یادگیری استراتژیک خودظهور» استوار است. مدل گیاهان خودرو یک سازمان فاقد مرکز و برنامه‌ریزی متمركز و ستادی است که اکوسیستمی ایجاد می‌کند که در آن اجازه رشد و پرورش به گروه‌های مختلفی از کنشگران آزاد و با خلاقیت و افق‌های باز و گشوده و پویا داده می‌شود. این کنشگران در این محیط آماده به ارائه و توسعه برنامه‌های مختص خود و رقابت میان خود می‌پردازند و وظیفه مدیر این است که شرایط مورد نیاز برای تولد و رشد و توسعه و رقابت عادلانه میان این گروه‌های مختلف را فراهم کند. نکته اساسی اینجاست که این برنامه‌های فعال همگی در ارتباط زنده و پویا و خودجوش و خودمختار میان کنشگران و محیط به وجود می‌آیند و هیچ برنامه دیکته شده و سفارشی بالا به پایینی در این سازمان وجود ندارد.

به نظر می‌رسد چنین الگویی برای مدیریت نیروهای خروج از مرکز در فضایی با خصائل خاص سوژه‌های نوظهور فرهنگی در فضای مجازی ایران که در بخش قبل تشریح شد، مناسب باشد. این پارادایم جدید نیازمند دو تیپ جدید و کاملاً مجزا از «مدیران فرهنگی جدید» و «شبکه کنشگران فرهنگی جدید» است که به جای مدیران فرهنگی بوروکرات قدیم و فعالان فرهنگی سازمانی و شبه سازمانی قدیم می‌نشینند.

۵-۱- تعریف زیرساخت حقوقی نهادهای فرهنگی جدید فضای مجازی

از آنجا که پروتکل‌های امنیتی و فرهنگی موجود اساساً ویرانگر کنشگران ترمیم هستند (چون کدهای رفتاری و گفتمانی کنشگران ترمیم تقلیدی از نظام فرهنگی رسمی بحران‌زده نیست)، وظیفه اصلی این الگوی مدیریت فرهنگی جدید صیانت حقوقی و سیاسی و فرهنگی از این کنشگران است. به علاوه تمهید سازوکارهای مالی غیرانتفاعی برای حمایت و تسهیل‌گری از ایجاد نهادهای فرهنگی جدید در آن از وظایف این مدیران فرهنگی جدید است. نهادهای فرهنگی جدیدی که در گلخانه گیاهان خودرو به وجود می‌آیند، نهادهای عمومی غیر خصوصی و غیردولتی‌ای هستند که لازم است زیرساخت حقوقی مورد نیاز آنها به لحاظ مالکیت و قانون تثبیت شود. این نهادهای فرهنگی جدید شباهتی به احزاب سیاسی دارند اما با توجه به وظایفی و شرایطی که در اینجا توصیف

می‌شود تفاوت‌های اساسی با آنها دارند. مهم‌ترین کارکرد کنشگران ترمیم و نهادهای فرهنگی جدید آنها پل زدن میان حاکمیت و عموم جامعه است. در این نظام حکمرانی بدیل فضای مجازی، این «عرصه فرهنگی نو» و کنشگری انتقادی و خودانگیخته‌ی آن از خطوط قرمز حاکمیت خارج می‌شود و به این نحو به جای رودررویی بی‌حاصل و فرسایشی، حاکمیت به مدیریت آن می‌پردازد.

۵-۲- ویژگی‌های کنشگران ترمیم فضای مجازی

موتور محرک اصلی در این الگوی جدید حکمرانی و ساماندهی فضای مجازی، مراکز بوروکراتیک و رسمی نیستند، بلکه کنشگران، سوژه‌ها، یا عاملین فرهنگی و نهادهای فرهنگی نوپدید هستند که درون متن بازی قرار دارند و چون نقش اساسی مورد نیاز مقطع کنونی ایران یعنی «ترمیم ساختار رو به گسست دوفضایی شدن فرهنگ» را بر عهده دارند، می‌توان از آنها به «کنشگران ترمیم» تعبیر کرد.

کنشگران این شبکه فرهنگی جدید به طور اساسی با آنچه به طور سنتی در سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی «فعالان فرهنگی» نامیده می‌شد، متفاوت است. مهم‌ترین و اساسی‌ترین تفاوت در اینجاست که آن کنشگران برای عملیات ذیل یک مرکز فرماندهی مرکزی و به شیوه «سازمان ماشینی» یا آنچه به طور مرسوم «تشکیلاتی» نامیده می‌شد تربیت یافته بودند و حال آنکه این کنشگران جدید خود بخشی از «عرصه فرهنگی نوظهور مجازی» با ویژگی‌های خاص آن هستند و مشخصاً از «فرهنگ خودمختاری» تبعیت می‌کنند؛ مشخصه‌ای که مقام معظم رهبری در سال‌های اخیر از آن به «آتش به اختیار» تعبیر کرده‌اند و ریشه‌های قدرتمندی در فرهنگ انقلاب اسلامی دارد.^۱

طبق تعریف گفته‌شده از «شبکه فرهنگی کنشگران ترمیم» آشکار است که هر تلاشی برای سازمان‌دهی تشکیلاتی این گروه‌ها تحت یک بوروکراسی مرکزی یک نقض غرض اساسی و کاملاً مباین اهدافی است که در اینجا مدنظر قرار دارد. تنها الگویی که برای ترمیم گسست‌های چهارگانه قابل پیاده‌سازی است، یک نظم خودنظهور پایین به بالاست

۱. کاستلز (در شبکه‌های خشم و امید، ص ۱۹۵) فرهنگ خودمختاری ایجاد شده در فضای مجازی را چنین تعریف می‌کند: «ظرفیت یک کنشگر اجتماعی برای تبدیل به سوژه از طریق تعریف کنش خود پیرامون برنامه‌های ساخته‌شده به طور مستقل از نهادهای جامعه و بر اساس ارزش‌ها و منافع آن کنشگر اجتماعی. گذاری از فردشده‌گی به خودمختاری که از طریق شبکه‌بندی عملی می‌شود.» این عیناً مشابه مضمونی به نظر می‌رسد که رهبر معظم انقلاب از آن به «آتش به اختیار» تعبیر کردند.

که به جای مخالفت با منطق فضای مجازی، در داخل آن، به شیوه‌ای سیال، پویا و کاملاً خودمختار در ارتباطی ارگانیک با دیگر شهروندان فعال فضای مجازی، به ترمیم شکاف دو فضای فرهنگی موجود بپردازد.

۶- اعتمادپذیری تحقیق در مقایسه با پژوهش‌های مشابه

در این قسمت برای تقویت اعتمادپذیری پژوهش مقایسه‌ای میان نتایج به دست آمده با پژوهش‌های مشابه انجام می‌شود. از جمله‌ی اینها می‌توان به پژوهش سید جمال‌الدین اکبرزاده جهرمی در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت ارشاد اسلامی اشاره کرد که با همکاری صداوسیما جمهوری اسلامی به چاپ رسیده است (اکبرزاده جهرمی، ۱۳۹۶). وی در این پژوهش که محصول مصاحبه با صاحب‌نظران و کارشناسان این حوزه است نتیجه می‌گیرد که مسئولان ارشد نظام و سیاست‌گذاران اصلی حوزه رسانه از اهمیت تغییرات حوزه رسانه و ظهور جامعه شبکه‌ای غافل‌اند و همچنان اسیر منطق فضای جامعه توده‌ای هستند. از نظر اکبرزاده جهرمی در روند همگرایی رسانه‌ای غالب در جهان، حکمرانی فرهنگی در ایران همچنان در الگوی سنتی تلویزیونی و مهندسی فرهنگی متمرکز بالا به پایین به سر می‌برد و از همین رو مصاحبه‌شوندگان ضرورت تغییر در نخبگان و مدیران فرهنگی را گوشزد کرده‌اند. نیروهای جدیدی که جوان بودن، فرهنگی بودن به جای امنیتی بودن و گشوده بودن نسبت به منطق شبکه‌های اجتماعی از ویژگی‌های مورد نیاز آنهاست (همان: ۲۴۹ و ۲۵۱-۲۷۰). از نظر وی نیز تضادی بنیادین میان منطق الهیاتی-رسانه‌ای حکمرانی فرهنگی تلویزیونی و منطق ارتباطی رسانه‌های نوین وجود دارد (همان: ۲۷۵). از نظر وی اسنادی چون «شبکه ملی اطلاعات» نشان از تلاش برای گسترش مفهوم سنتی «مهندسی فرهنگی» به محیطی دارد که از منطق متفاوتی پیروی می‌کند (همان: ۲۷۸). یافته‌های این پژوهش کاملاً همسو با نتایج تحقیق حاضر است.

مقاله باستانی، خانیکی و ارکان‌زاده یزدی پژوهش مشابه دیگری است که با عنوان «نظام رسانه‌ای ایران: جانشینی ناکامل رسانه‌های نوین و از جا در رفتگی شبکه رسانه‌ها» به چاپ رسیده است (باستانی و دیگران، ۱۳۹۹). این پژوهش نیز پس از مجموعه‌ای از پژوهش‌های کمی و کیفی این نتیجه‌گیری را مطرح کرده که رسانه‌های جریان اصلی در ایران به‌ویژه تلویزیون دچار در رفتگی شده و رسانه‌های نوین جایگزین آنها شده‌اند.

با اینکه اعتماد به رسانه‌های سنتی جریان اصلی کاهش یافته و اقبال به رسانه‌های نوین بیشتر شده، اما رسانه‌های نوین از رسمیت و اعتبار لازم برخوردار نیستند (همان: ۲۷). در رفتگی رسانه‌ای در این پژوهش توصیف دیگری از واقعیت دوفضایی شدن فرهنگی-ارتباطی ایران است که در این پژوهش مورد تحلیل نظری قرار گرفت.

تغییر ساختار اجتماعی-ارتباطی ایران در دو دهه اخیر بر اثر ورود اینترنت و ایجاد شکاف در امر فرهنگی از منظر پژوهشگران حوزه افکار عمومی با تعبیر شکاف جامعه‌شناختی و ماهوی در ظهور افکار عمومی ایرانی در مقالات دهه نود شمسی مطرح شده است. از جمله رضائیان (۱۳۹۳) از پایان تلقی سنتی از افکار عمومی و مواجهه با «افکار عمومی شبکه‌ای شده در ایران» گفته است؛ آقاسی (۱۳۹۶) از آن به پایان غلبه رسانه‌های بزرگ، «گذار از جامعه تله‌ماتیکی به جامعه تلگرامی» و ورود به ساختار گفتگویی و حوزه عمومی و نقش فعال مخاطبین در شکل‌گیری افکار عمومی تعبیر کرده و نوری و قلی‌پور (۱۳۹۷) پس از بررسی اهمیت رویدادهای فیس‌بوکی و توییتری در چندسال اخیر، با تعبیر «پیدایش پدیده نوظهور کنش جمعی در ایران» از ورود به دورانی جدید در ایران به واسطه ورود شبکه‌های اجتماعی سخن گفته‌اند که در آن: «نظام کنش اجتماعی از قید و بند جباریت تک‌گفتار و مونولوگ‌محور و آمریت امر واحد در تولید نظام ارزشی، رها (شده) است. نظام کنش اجتماعی نوین نظمی نامتقارن است. این نظام فاقد مرکز و رده‌بندی است، به نوعی ضد تبار است و همواره قابلیت بر هم خوردن، واژگون شدن و تغییر از نو دارد» (نوری و قلی‌پور، ۱۳۹۷). نگارنده خود نیز در پژوهش مفصل دیگری به ریشه‌های جامعه‌شناختی دوفضایی بودن فرهنگ در تاریخ معاصر ایران پرداخته است (بادامچی، ۱۴۰۱).

نتیجه‌گیری

جامعه ایران از دهه نود شمسی وارد دوران دوفضایی شدن فرهنگ شده است. این مقاله در پی نشان دادن آن بود که اولاً دو فضایی شدن فرهنگ مستلزم دستگاه‌های نظری و سیاست‌گذاری جدیدی است و در چارچوب‌های گذشته ممکن نیست؛ ثانیاً دو فضایی شدن تشدید شده‌ی فرهنگ در دوران کروناپی به میزان زیادی به تضعیف نظام فرهنگی نمادین و حکمرانی سنتی فرهنگی مبتنی بر سازه ارتباطی منبری-تلویزیونی انجامیده است؛ ثالثاً پافشاری بر تداوم حکمرانی سنتی فرهنگ به فضای مجازی به

گسست درون دوفضایی شدن فرهنگ می‌انجامد. بر پایه این استدلال‌های سه‌گانه گذر به الگوی نوینی از حکمرانی نوین فضای مجازی در عصر دوفضایی شدن تشدید شده فرهنگ کروناپی-پساکروناپی ضروری است.

این الگوی نوین حکمرانی فرهنگی در مواجهه با این عرصه فرهنگی نوظهور در فضای مجازی و به‌ویژه در شرایط پساکروناپی، بر خلاف عناصر حکمرانی سنتی فرهنگ یعنی «مدیریت بوروکراتیک و سلسله‌مراتبی / تمرکزگرا / با پروتکل‌های ثابت و ایستا / به پشتوانه الهیات حوزوی / رویکرد تبلیغاتی و تلویزیونی / تکیه بر اجتماعات فیزیکی / رویکرد توده‌ای و غیرنخبگانی / و شیوه مونولوگی (غیردیالوگی)» باید به لحاظ فرمی بر ویژگی‌های نوین شبکه‌ای، جوان، آنلاین، خود انتقادی، مرجعیت‌گریزی و اشتراکی و به لحاظ محتوایی به ترمیم فرهنگ دو فضایی شده گسسته کنونی بپردازد. این حکمرانی نوین فرهنگی توسط دو گروه جدید از مدیران فرهنگی و کنشگران فرهنگی ممکن است که در چارچوب نظام اداری جدیدی، بر پایه نظریه‌های متأخر تحول در بوروکراسی، الگوهای مدیریت گلخانه‌ای پیوند میان دو نیروی مدیریت فرهنگ عینی از بالا و حرکت فرهنگ مجازی از پایین را پدید آورند.

۱۰۷

منابع

۱. آقاسی، محمد (۱۳۹۶). افکار عمومی اعتراضی ایرانی. گذار از جامعه تله‌ماتیکی به جامعه تلگرامی. به اهتمام ابراهیم حاجیانی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۲. اکبرزاده جهرمی، سید جمال‌الدین (۱۳۹۶). پساتلویزیون در ایران، پیامدهای همگرایی بر سیاست‌گذاری رسانه‌ای. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات.
۳. بادامچی، محمدحسین (۱۳۹۹). الگوی گفتمان‌سازی انقلاب اسلامی مبتنی بر تحولات افکار عمومی در جامعه ایران. دانشگاه دفاع ملی. منتشر نشده.
۴. بادامچی، محمدحسین (۱۴۰۱). شبکه‌های اجتماعی: رسانه جامعه شبکه‌ای غیررسمی ایران. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۹(۷۰)، ۱۵۲-۱۲۵. doi: 10.22034/jcsc.2022.139987.2285
۵. باستانی، سوسن، خانیکی، هادی، و ارکان‌زاده یزدی، سعید (۱۳۹۹). نظام رسانه‌ای ایران: جانشینی ناکامل رسانه‌های نوین و از جا در رفتگی شبکه رسانه‌ها. *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۲۱(۴۹)، ۳۱-۳۰. doi: /10.22083 / jccs.2019.126933.2401
۶. بوردیو، پیر (۱۳۸۹). نظریه کنش. دلایل عملی و انتخاب عقلانی. ترجمه مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
۷. تامپسون، جان (۱۳۹۶). رسانه‌ها و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه‌ها. تهران: انتشارات سروش.
۸. تورن، آلن (۱۳۹۶). پارادایم جدید. ترجمه سلمان صادقی زاده. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۹. تورن، آلن (۱۳۹۸). جامعه پسا صنعتی. تاریخ اجتماعی آینده. طبقات تعارضات و فرهنگ در جامعه برنامه‌ریزی شده، ترجمه یونس سلیمانزده، تهران، نشر آگاه.

۱۰. تورن، آلن (۱۴۰۰). بازگشت کنشگر. نظریه اجتماعی در جامعه پسا صنعتی. ترجمه سلمان صادقی زاده، تهران: نشر ثالث.
۱۱. شهریار، حمید (۱۳۹۵). فضای مجازی. شبکه‌های اجتماعی و حاکمیت. ره‌آورد نور، ش ۵۶، ۹-۲.
۱۲. رضائیان، محمد (۱۳۹۳). شبکه‌های اجتماعی و چالش در مفهوم افکار عمومی. رسانه. ۲۵(۱)، ۷۹-۹۰.
۱۳. عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۲). دو جهانی شدن‌ها و آینده جهان. کتاب ماه، ش ۶۹ و ۷۰، ۲۸-۱۵.
۱۴. عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۲). دو جهانی شدن‌ها و جامعه جهانی مضطرب. نامه علوم اجتماعی، ش ۲۱، ۱۷۴-۱۴۳.
۱۵. عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۵). مطالعات جهانی شدن: دوفضایی شدن‌ها و دو جهانی شدن‌ها. تهران: سمت.
۱۶. رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۹۳). دریغ است ایران که ویران شود: جنگ فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، یک الگو تحلیلی. تهران: شرکت سهامی انتشار.
۱۷. لازار، ژودیت (۱۳۸۰). افکار عمومی، ترجمه مرتضی کتبی، تهران، نشر نی.
۱۸. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). جامعه شبکه‌ای، جلد اول از سری سه جلدی عصر اطلاعات (مترجم: احد علیقلیان افشین خاکباز). تهران: طرح نو.
۱۹. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۶). قدرت ارتباطات، ترجمه رشیدیان. تهران: علمی و فرهنگی.
۲۰. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۸). شبکه‌های خشم و امید؛ جنبش‌های اجتماعی در عصر اینترنت. تهران: نشر مرکز.
۲۱. مظاهری، محسن حسام (۱۳۸۹). رسانه شیعه: جامعه‌شناسی آئین‌های سوگواری و هیئت‌های مذهبی در ایران. تهران: شرکت چاپ و نشر بین‌الملل.
۲۲. مینسبرگ، هنری (۱۳۹۳). ردگیری استراتژی ترجمه علی بابایی و مهدی حق باعلی. تهران: انتشارات دنیای اقتصاد.
۲۳. نوری، مختار و قلی‌پور، مجتبی (۱۳۹۷). رسانه‌های جدید و کنش جمعی در جامعه سیاسی ایران، جستارهای سیاسی معاصر، ۲(۹)، ۵۳-۳۳. doi: 10.30465/cps.2018.3176
24. S Aameli. (2017). Dual Spacization of Cultures: Problematization of Cyberspace and Cultural Matters. *Cyberspace Policy Studies Winter, Volume 1, Issue 1*.
25. Castells, Manuel. (2002). *Internet Galaxy*. OUP Oxford, 2002.
26. Castells, Manuel. (2010). *The Information Age: Economy, Society and Culture*; Wiley-Blackwell.
27. Castells, Manuel. (2013). *Communication Power*, Manuel Castells, OUP Oxford.