

## اینترنت، سرمایه اجتماعی و گروه‌های خاموش

دکتر مهدی منتظر قائم\*

عبدالعزیز تاتار\*\*

### چکیده

تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی (ICTs) تغییرات بسیاری را در جوامع معاصر و تمام ارکان آن ایجاد کرده است. از مهمترین عرصه‌هایی که این تکنولوژی‌ها در آن تأثیرگذار بوده‌اند، حوزه مربوط به تعامل بین رسانه‌ها و ساختارهای اجتماعی بوده است. در این مقاله سعی داریم به بررسی تأثیرات اینترنت در حوزه بازنمایی گروه‌های اجتماعی و به ویژه گروه‌های خاموش بپردازیم. بدین منظور از مفاهیمی چون نظریه گروه‌های خاموش و ایده صدا استفاده نموده و با تلفیق آنها با برخی مفاهیم کلاسیک مطالعات اجتماعی و فرهنگی (نظیر سرمایه اجتماعی و توانمندسازی) به چگونگی بازنمایی گروه‌های خاموش و صدا دار شدن این گروه‌ها خواهیم پرداخت. همچنین امکانات و کاربردهایی که اینترنت در اختیار این گروه‌ها قرار می‌دهد مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

**واژگان کلیدی:** ایده صدا، اینترنت، تعاملی بودن، توانمندسازی، سرمایه اجتماعی، گروه‌های خاموش.

## مقدمه

بی‌شک سخن گفتن در مورد تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و تغییرات ناشی از آنها در زندگی روزمره نکته جدیدی نخواهد بود. در آغاز قرن ۲۱ فن‌آوری‌های اطلاعات و ارتباطات (ICTs) و به ویژه اینترنت به عنوان بارزترین نمود آنها، آن چنان رواج یافته که شاید فراموش کرده‌ایم که از به وجود آمدن آن هنوز چیزی نگذشته است. به گفته میترا<sup>۱</sup> و واتس<sup>۲</sup> (۲۰۰۲: ۴۸۰) «خیلی‌ها معتقدند که اینترنت به یک عامل همه جا حاضر قرن ۲۱ در ارتباطات جهان تبدیل خواهد شد». توسعه تکنولوژی‌های اطلاعات و ارتباطات به عنوان یکی از چهره‌های بارز جامعه مدرن در عصری که به عصر اطلاعات معروف شده، شناخته شده است. هر چه مردم بیش از پیش از طریق کامپیوتر و به ویژه شبکه‌های اینترنت و اینترنت<sup>۳</sup> به یکدیگر متصل می‌شوند، این ابزار جدید نیز توجه زیادی را به سوی خود جلب می‌کند (تی کیم<sup>۴</sup>، ۲۰۰۲: ۵۱۸).

محققان و نویسندگان ارتباطات در مورد اینترنت و تاثیر آن در عرصه‌های مختلف در حال نظریه‌پردازی‌های هرچه بیشتر هستند. برای مثال، می‌توان به تحقیقات درباره ارتباطات بر خط<sup>۵</sup> و ماهیت مباحثه همزمان در گروه‌ها (هاموند<sup>۶</sup>، ۲۰۰۰)، تاثیرات اینترنت در زمینه بهداشت و استفاده بیماران خاص از این تکنولوژی (برگر<sup>۷</sup> و دیگران، ۲۰۰۵)، شکاف دیجیتالی حاصل از به وجود آمدن اینترنت و دسترسی مخاطبان به آن و اثرات اجتماعی ناشی از این دسترسی نابرابر (هارجیتای<sup>۸</sup>، ۲۰۰۴)، تاثیر اینترنت در شیوه زندگی و رابطه آن با کیفیت زندگی (لیونگ<sup>۹</sup> و لی<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۴)، کاربردهای اینترنت در جنبش‌های سیاسی (کان، ۲۰۰۴)، دلایل و تصورات جوانان و کودکان در استفاده از اینترنت (فیسر<sup>۱۱</sup> و دیگران، ۲۰۰۱) اشاره کرد. علت این امر نیز تغییراتی است که این تکنولوژی‌ها در زندگی انسان‌ها و جوامع معاصر ایجاد کرده‌اند.

تکنولوژی‌های نوین ارتباطی بنا به نوع ساختار تکنولوژیکی و فنی خود توانسته‌اند در تمام عرصه‌های زندگی انسان‌ها تاثیرگذار باشند. اگر به اطراف خود نیم‌نگاهی داشته باشیم متوجه خواهیم شد که اینترنت، مرزهای سنتی و فرضی جغرافیایی و زمانی را درهم شکسته و انسان

1 Mitra

2 Watts

3 Intranet

4 Tea Kim

5 On Line

6 Hammond

7 Berger

8 Harggitai

9 Leung

10 Lee

11 Facer

را از بند مرزها رهانیده است. این فن‌آوری به طور مستقیم و غیر مستقیم بر تمام عرصه‌های حیات فردی و جمعی انسان تاثیر گذاشته و در حال تغییر عرصه‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و تعاملات اجتماعی است، به طوری که نمی‌توان تاثیر این تکنولوژی‌ها را در تغییر دنیای کنونی نادیده گرفت. ماهیت غیر متمرکز و آزاد این تکنولوژی‌ها فعالیت و مشارکت دموکراتیک تمام اعضای دهکده جهانی را تشویق می‌کند.

اینترنت به واسطه امکانات تکنولوژیکی که در اختیار مخاطب قرار می‌دهد، در واقع به نوعی به قدرتمند شدن مخاطب در کنترل ارتباط کمک کرده است. به کمک اینترنت دیگر مخاطب، منفعل نیست که فقط نظاره‌گر صرف محتوای برنامه‌های رسانه‌ای باشد، بلکه قدرتی کسب کرده است تا به سرعت به محتواها بازخورد نشان دهد، در نحوه تولید محتوا تاثیر گذار باشد و حتی خود به تولید محتوا نیز بپردازد. به واسطه این امکانات گروه‌ها و جنبش‌هایی که سابقاً قادر به بازنمایی خود و مشارکت در تولید محتوا در رسانه‌ها نبودند و توسط روابط قدرت موجود به نوعی به حاشیه رانده شده بودند تا حدودی توانسته‌اند صدا و حضور خود را قابل شنیدن نمایند.

آنان در این فضا می‌توانند از حقوق خود دفاع کنند و به بازنمایی که توسط دیگران از آنان به عمل می‌آمد واکنش نشان دهند. همچنین این گروه‌ها می‌توانند به واسطه جهانی بودن ماهیت شبکه اینترنت گردش اطلاعات در مورد خود را تسریع کنند و حجم آن را افزایش دهند. به علاوه، این گروه‌ها می‌توانند از اینترنت به عنوان ابزار آموزشی و تبلیغی برای نشر و گسترش فعالیت‌های فرهنگی، اجتماعی و یا سیاسی خود استفاده کنند (مهرآ و دیگران، ۲۰۰۴). به خصوص گروه‌های خاموش<sup>۱</sup> از طریق این رسانه می‌توانند به سکویی دست یابند تا خود را متجلی سازند و این امر خود بسیاری از سیاست‌های اقتدارطلبانه را به چالش می‌کشد (منتظر قائم، ۱۳۸۱).

ما در این مقاله سعی داریم تاثیرات اینترنت بر بهبود شرایط (حداقل نمادین) زندگی گروه‌های اجتماعی را بررسی نماییم و نظریه‌های مربوط را جمع‌بندی و نقادی کنیم. به این منظور و با توجه به تسهیل بازنمایی و قدرتمند شدن مخاطبان از مفاهیم تئوریک مانند صدا<sup>۲</sup> (میترا و واتس، ۲۰۰۲)، گروه‌های به حاشیه رانده شده (گروه‌های خاموش) (ارب، ۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی و تاثیر اینترنت بر آن (هارجیتای، ۲۰۰۴، لیونگ و لی، ۲۰۰۴)، توانمند

سازی و اینترنت (مهرا<sup>۱</sup> و دیگران، ۲۰۰۴) استفاده می‌کنیم و به مطالعه اینترنت و بهره‌گیری از آن توسط گروه‌ها و به ویژه گروه‌های خاموش می‌پردازیم. البته، باید متذکر شد که این مفاهیم جدید نیستند و در متون علمی و حتی فلسفی دهه‌های گذشته کاربرد و رواج داشته‌اند. برای مثال، اصطلاح سرمایه اجتماعی توسط اشخاصی مانند جیمز کلین و رابرت پوتنام (نک. تشکر و معین، ۱۳۸۱) در حوزه جامعه‌شناسی ابداع و استفاده شده است. یا مفهوم "گروه‌های خاموش" مفهومی است که پیش از این در حوزه‌هایی مانند انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی و به خصوص مطالعات فمینیستی مورد استفاده قرار گرفته و در حقیقت برخاسته از تلاش انسان‌شناسانی مانند شرلی آردنر<sup>۲</sup> (۱۹۷۵) و ادوین آردنر (۱۹۷۸) است. همچنین ایده نظری صدا با عناوین مختلفی همچون آزادی بیان و عقیده در مطالعات دموکراسی (کین، ۱۳۸۳) زبان‌شناسی (اپلوم، ۱۹۹۰) و نقد ادبی و فن بیان (برای نمونه نک. اسکات<sup>۳</sup>، ۱۹۹۸ و اولسن<sup>۴</sup>، ۱۹۹۷) مورد بحث قرار گرفته‌اند. در ادامه به نقش و تاثیر ویژگی‌ها و کاربردهای اینترنت در روند صدا دار شدن گروه‌های مختلف اجتماعی می‌پردازیم.

### اینترنت: صدای گروه‌های خاموش

بحث دسترسی برابر افراد و گروه‌های اجتماعی به رسانه‌های جمعی و بازنمایی متناسب و عادلانه آنها از طریق این رسانه‌ها از مسائل بسیار مهم در مباحث رسانه‌ای است. «در مطالعات رسانه‌ای، منظور از دسترسی فرصت‌هایی است که اعضای اجتماع، سازمان‌ها و گروه‌های فشار برای تولید برنامه‌ها و مقالات خود در رسانه‌های همگانی در اختیار دارند، بی‌آن که مجبور باشند آن را از صافی متخصصان رسانه‌ای بگذرانند» (گیل، ۱۳۸۴: ۱۲۸). همیشه افرادی هستند که از عدم دسترسی به رسانه‌ها و در نتیجه از فقدان آزادی بیان شکایت دارند و دسترسی به رسانه‌ها برای بیان آزادانه افکار و عقاید و خواسته‌هایشان به آرمانی جدی و تاریخی برای آنان تبدیل شده است. آن چنان که کین در مقدمه کتاب رسانه‌ها و دموکراسی این سوال را از خوانندگان خود می‌پرسد که «آیا ارتباط آزاد و برابر شهروندان از طریق رسانه‌ها در پایان قرن بیستم آرمانی ممکن و دست‌یافتنی است؟» (کین، ۱۳۸۳: ۹). در بسیاری از جوامع، و به خصوص جوامع توتالیتري، به دلیل وجود ساختارهای سلطه‌گر در عمل یکی از گروه‌ها بر دیگر گروه‌ها (قومی، نژادی، زبانی، جنسیتی و...) سلطه می‌یابد و این

1 Mehra  
2 Ardener  
3 Scott  
4 Olsen

نابرابری (سلطه و فرمانبرداری) آن چنان رواج دارد که می‌توان همه جوامع و حتی دموکراتیک‌ترین آن‌ها را متهم به آن نمود. در این صورت تمامی اجزای جامعه در راستای منافع گروه مسلط قرار می‌گیرند و دیگر گروه‌ها از بهره‌مندی از بسیاری از امکانات به طور مطلق و یا نسبی محروم می‌گردند.

محرومیت نسبی از دسترسی به ابزار بازنمایی (مهمترین آنها یعنی رسانه‌های جمعی) که خود علت و معلول محرومیت از دسترسی به سازمان رسانه‌ای (برای مشارکت در تولید و مالکیت) است، از مهمترین محرومیت‌های گروه‌های زیر سلطه و فرمانبردار جوامع است. در این جوامع تمامی رسانه‌ها به صورت مستقیم و یا غیر مستقیم به دلایل مختلفی از جمله دلایل سیاسی و یا اقتصادی زیر نظر این گروه غالب قرار دارند. در واقع، اعمال کنترل بر سازمان و محتوای رسانه‌ها به عنوان یکی از استراتژیک‌ترین ابزار حفظ وضعیت (نابرابر) موجود تلقی می‌شود و بشدت تحت کنترل گروه مسلط قرار می‌گیرد. برای مثال، در حکومت‌های اقتدارگرا که در آن گروهی کوچک قدرت را در دست دارند، صاحبان قدرت جلوی انتشار هر خبر یا مطلبی را که به صراحت از نظام حاکم انتقاد کند و بنابراین احتمالاً مخالفت‌هایی بر علیه آن نظام را برانگیزاند، می‌گیرند (گیل، ۱۳۸۴).

در این نظام‌ها، همان‌گونه که هرمن و چامسکی (۱۳۷۷) معتقدند وسایل ارتباط جمعی ابزاری در جهت مقاصد برگزیدگان و گروه مسلط جامعه است. این امر تقریباً در مورد تمام رسانه‌ها تا پیش از ظهور رسانه‌های نوین جمعی صادق بوده است. برای نمونه، سازمان تلویزیونی در دست یکی از این گروه‌های غالب قرار می‌گیرد، بدین ترتیب که خط و مشی و محتوای این رسانه همگی منافع این گروه را تامین می‌کند و چنان چه گروه‌های رقیب دیگری نیز باشند که به این رسانه دسترسی داشته باشند برنامه‌های تولیدی آنها، مستقیم یا غیرمستقیم، تحت کنترل گروه‌های مسلط قرار می‌گیرد. گروه‌های مسلط با ایجاد قوانین و مقررات خاص به محدود کردن توانایی‌ها و اختیارات آنان مبادرت می‌ورزند. در این جا باید اشاره کرد که نوع ساختار رسانه‌ها نیز به این امر کمک می‌کنند. رسانه‌های سنتی مانند رادیو و تلویزیون همگی، بوسیله سازمان‌های بزرگی اداره می‌شوند که نیاز به بودجه‌های مالی بسیار کلان دارند (سلوین، ۲۰۰۰). ابزار مورد نیاز این رسانه‌ها بسیار گران و پرهزینه است و تنها دولت‌ها و سازمان‌های بزرگ و یا افراد بسیار قدرتمند قادر به تامین مخارج این سازمان‌ها هستند. در نتیجه، بسیاری از گروه‌های اجتماعی بنا به دلایل بسیار، قادر به تامین هزینه‌های بالای این سازمان‌های رسانه‌ای نیستند و در نتیجه نمی‌توانند به بازنمایی خود بپردازند. به این ترتیب، فهم واقعیت‌های اجتماعی بسیار دشوار می‌شود. چرا که واقعیت از چشم یک گروه

دیده می‌شود، و «واقعیت‌ها» آن چنان که در نگاه‌های متفاوت وجود دارند، بروز و ظهور نمی‌یابند. حال آنکه، نوع نگاه افراد و گروه‌ها بسیار متفاوت است و هر فرد یا گروهی می‌تواند نگاه دگرگونه‌ای به جهان اطراف و اجزای موجود و مطلوب آن داشته باشد. همان طور که چاپمن<sup>۱</sup> و پیویس<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) می‌گویند به منظور درک واقعیت اجتماعی، لازم است که نوع تفسیر افراد را از جهان مطالعه کنیم، زندگی اجتماعی تنها از دید بازیگران آن قابل درک است.

اما اخیراً به وجود آمدن تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، به خصوص اینترنت، باعث تغییرات شگرفی در این ساختار شده است. این رسانه توانسته است ساختار سلطه‌گرایی موجود را به چالش بکشد و آنچه که می‌توانیم آن را «دسترسی همگانی به رسانه» بخوانیم، مهیا کرده است. اینترنت در آرمانی‌ترین شرایط خود می‌تواند به دموکرات‌ترین رسانه تبدیل شود که در آن تمام افراد و گروه‌ها می‌توانند بدون توجه به تفاوت‌ها و تبعیض‌ها به تولید محتوا بپردازند. از دیگر سو، می‌توان مدعی شد که به واسطه اینترنت (اگر شکاف دیجیتالی برطرف شود) امکان آن هست که صدای تمام گروه‌ها به گوش جهانیان برسد.

به دلیل جدید بودن اینترنت نظریه‌های بسیار کمی در مورد آن ارائه شده است و این امر خود مشکلات بسیاری را در مطالعه این رسانه ایجاد می‌کند. در زیر، به منظور روشن شدن نحوه استفاده گروه‌های محروم اجتماع از اینترنت و تسهیلاتی که این رسانه برای آنها مهیا می‌کند، از ایده‌هایی نظیر گروه‌های اجتماعی، اقلیت‌ها، گروه‌های خاموش، و همچنین ایده صدا، توانمندسازی و سرمایه اجتماعی استفاده می‌کنیم.

### گروه‌های اجتماعی و نظام ارتباطی

در این نوشتار قصد نداریم تا به مفهوم گروه بپردازیم، اما از آنجا که این نوشتار درباره نحوه استفاده گروه‌های مختلف از اینترنت است، برای روشن تر شدن بحث باید به مفهوم گروه نیز به اختصار اشاره کنیم. هنگامی که بحث از گروه می‌شود ذهن انسان به خصوصیت کمی آنها سوق پیدا می‌کند که عده‌ای از افراد هستند که کار مشترک انجام می‌دهند و در واقع انسان را به یاد یک تیم می‌اندازد که برای رسیدن به هدفی مشخص در حال فعالیت با یکدیگر هستند. تعبیر عامه از گروه، تعبیری عددی است. اما باید اذعان کرد که گروه، مشخصاً ماهیتی کمی ندارد بلکه خصوصیتی دارد که باید به دوز از طبیعت کمی آنها نام یک گروه را به خود

1 Chapman

2 Pyvis

بگیرند. معتمد نژاد (۱۳۷۱: ۱۶۰) گروه را از این منظر این گونه توضیح می‌دهد که «در علوم اجتماعی عده‌ای از افراد که برای نیل به هدفی معین، اقدامات متقابل انجام می‌دهند، گروه اجتماعی خوانده می‌شوند. گروه‌های اجتماعی بر اثر کنش‌های متقابل تحرک پیدا می‌کنند و اعضای آنها در یکدیگر نفوذ می‌گذارند و به هم وابسته می‌شوند و یگانگی پیدا می‌کنند. از هماهنگی و تجانسی که به این ترتیب در رفتار اعضای گروه ظاهر می‌شود، رفتار مشترک گروهی پدیدار می‌گردد». بروس کوئن در این مورد می‌گوید «گروه به تعدادی از آدم‌ها اطلاق می‌شود که با یکدیگر روابط متقابل دارند و بر اساس یک رشته چشم‌داشت‌های رفتاری مشترک به همدیگر احساس وابستگی می‌کنند» (۱۳۷۹: ۹۳)

بدین ترتیب، مشخص می‌شود که گروه ماهیتی کمی ندارد، بلکه نوع رفتار مشترک و مرام و هدف مشترک و همچنین هماهنگی و همگونی (فکری و ذهنی) اعضای آن است که آن را به یک گروه تبدیل می‌کند. در واقع، هر گروه هویتی دارد که اعضای آن را از اعضای دیگر گروه‌ها متمایز می‌سازد و در عین حال سبب می‌شود که اعضای گروه شبیه هم شوند. ممکن است هدف و مرام این گروه عاملی برای تمایز و تشابه این گروه باشد.

در داخل یک جامعه، گروه‌ها مصادیق خاص خود را پیدا می‌کنند. گروه‌های سیاسی (مانند گروه‌های محافظه‌کار، اصلاح طلب، تندرو) و یا گروه‌های مدافع حقوق زنان، گروه‌های مخالف تخریب منابع طبیعی (مانند گروه صلح سبز)، گروه ضد نژاد پرستی و اقلیت‌های نژادی و قومی از جمله گروه‌هایی هستند که در جوامع مختلف وجود دارند.

در بین این گروه‌ها معمولاً تنها برخی به طور رسمی دارای ساختار، سازمان و قدرت هستند و به تمام امکانات لازم از جمله رسانه‌های متفاوت دسترسی دارند و قادر به بازنمایی و تبلیغ اهداف و در واقع ایدئولوژی گروهی خود هستند. در مقابل گروه‌های دیگری نیز وجود دارند که به دلایل مختلف از جمله مخالفت با اهداف گروه‌های مسلط از امکانات لازم برخوردار نیستند و معمولاً تحت فرمان گروه‌های غالب قرار می‌گیرند و در نهایت به حاشیه رانده می‌شوند و در واقع به گروهی اقلیت تبدیل می‌گردند. «از دیدگاه فلسفه سیاسی، اقلیت بر حسب تعریف و طبیعت خود، گروهی است زیر سلطه و اگر گروه مسلط و حاکم وجود نداشته باشد اقلیتی نیز در میان نخواهد بود» (خوبروی پاک، ۱۳۸۰: ۲). از جمله این گروه‌ها می‌توان به گروه‌های همجنس‌بازان در بسیاری از کشورها و یا گروه‌های اصلاح طلب در دولت‌های توتالیتر اشاره کرد. البته، تمام این به حاشیه رانده شدن‌ها به دلیل تعارض ایدئولوژیک نیست، بلکه عواملی دیگری نیز در آن دخالت دارند. برای نمونه می‌توان به زنان اشاره کرد که به دلیل حیات مردسالار در بسیاری از کشورها به گروهی حاشیه رانده شده

تبدیل شده‌اند و از بسیاری از امکانات محروم شده‌اند. این گروه‌های به حاشیه رانده شده عمدتاً جایگاهی برای بازنمایی و درخواست مطالبات خود ندارند و در نتیجه همچنان با مشکلات بسیاری در حال چالش هستند. آنچه که در این میان اتفاق می‌افتد خاموش شدن صدای این افراد و گروه‌های زیردستی است که نه سرمایه معرفتی<sup>۱</sup> دارند و نه جایگاه سیاسی، زیرا هم سرمایه و هم قدرت در دست گروه غالب قرار دارد. در ساختار مرکز - حاشیه، گروه حاشیه از داشتن صدا محروم می‌شود و بنابراین قادر نیست که جایگاهی برای خود داشته باشد (اسپیواک<sup>۲</sup> ۱۹۸۸ به نقل از میتر، ۲۰۰۱: ۳۲-۳۱).

مسئله اصلی در اینجا سلطه و فرمانبرداری است که حاصل روابط قدرت است. این قدرت یک گروه و فرمانبرداری گروه یا گروه‌های دیگر است که روابط قدرت را به وجود می‌آورد و این امر خود وابسته به بسیاری از شرایط است که برخی گروه‌ها دارای قدرتند و برخی فاقد آن. مسئله قدرت و سلطه همیشه در روابط انسان‌ها وجود دارد. در حقیقت، قدرت در تمام تعاملات و روابط ارتباطی وجود دارد. پرایس معتقد است که هیچ تعاملی وجود ندارد که در آن نوعی از قدرت مشاهده نشود. سلسله مراتب سنی، قومی، جنسیتی و حتی ظاهری و مقبولیت اجتماعی همگی می‌کوشند تا دسترسی ما به ارتباطات و قدرت را شکل دهند (پرایس<sup>۳</sup>، ۱۹۹۸: ۸).

قدرت به یک معنی توانایی انجام کار و تاثیرگذاری بر محیط بلافصل ماست که ممکن است توسط گروه‌ها، افراد و یا یک جماعت بزرگ مورد استفاده قرار گیرد. از سوی دیگر، قدرت می‌تواند به معنی تسلط یک فرد، گروه یا سازمان بر افراد یا گروه‌ها و سازمان‌های دیگر باشد. در سطح اجتماعی نیز قدرت «توانایی یک طبقه برای به انجام رساندن اهداف خود» است (پرایس، ۱۹۹۸: ۱۱). مسئله این است که تنها برخی از گروه‌ها بنا به دلایل مختلف از این توانایی برخوردارند و با بهره‌گیری از این توان خود گروه‌های مختلف را وادار به فرمانبرداری از خود می‌سازند و با محروم ساختن آن‌ها از حقوق و فرصت‌ها و امکانات به ایجاد و تعمیق نابرابری اجتماعی کمک می‌کنند.

### گروه‌های خاموش

نظریه «گروه‌های خاموش»<sup>۴</sup> نخستین بار توسط مردم‌شناسان مشهوری به نام شرلی آردنر (۱۹۷۵) و ادوین آردنر (۱۹۷۸) ارائه شد و بعداً توسط محققان ارتباطات به منظور مطالعه

1 Epistemic Capital

2 Spivak

3 Price

4 Muted group Theory



شرایط زندگی اجتماعی گروه‌هایی مانند زنان (کرامرایسی<sup>۱</sup>، ۱۹۸۰) و سیاهپوستان آمریکایی مورد استفاده قرار گرفت. بسیاری از متخصصان علوم اجتماعی بر این باورند که در هر جامعه‌ای یک سلسله مراتب اجتماعی وجود دارد که در نتیجه آن برخی گروه‌ها (برای مثال، مردم اروپایی-آمریکایی تک جنسگرا<sup>۲</sup>، سالم و متعلق به طبقات متوسط و بالا) بر گروه‌های دیگر برتری می‌یابند. ارب (۱۹۹۸) در کتاب *ساخت نظریه هم‌فرهنگی*<sup>۳</sup> برای نشان دادن نابرابری ناشی از روابط قدرت بین گروه‌های اجتماعی، ضمن تأکید بر دسترسی نابرابر به سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباطی، از تئوری گروه‌های خاموش استفاده می‌کند. گروه‌هایی که در بالای سلسله مراتب اجتماعی قرار دارند، سیستم ارتباطات و اطلاعات کل جامعه را در طول زمان مشخص می‌کنند. ساختار این سیستم که دیدگاه اعضای گروه غالب را بازتاب می‌کند به عنوان سیستم ارتباطی مناسب برای هر دو گروه تقویت می‌شوند. در این سیستم یک گروه تمام جایگاه‌های قدرت را تصاحب می‌کند و مستقیم و غیر مستقیم باعث قدرت‌دهی به گروه‌های غالب می‌شود که تجربه‌ها (زمینه‌های تجربی) خود را ارتقا، تقویت و بازتاب نمایند (همان: ۲۰).

این فرایند خلق و تقویت سیستم ارتباطی عمومی باعث می‌شود که افراد بیرون از گروه غالب دیده نشوند، چرا که آنها توسط ساختارهای ارتباطی غالب که دیدگاه‌های گروه خاموش را بازنمایی نمی‌کنند، محدود می‌شوند. به عبارت دیگر صدای افراد گروه حاشیه خاموش شده و یا حداقل در درون سیستم ارتباطی تحریف می‌شود تا تجربه‌های زنده آنها به عنوان تجربه‌ای مجاز شناخته شود. نتیجه این ساختار سلطه‌گر این است که مستقیم یا غیر مستقیم، این سیستم باعث جلوگیری از پیشرفت افرادی می‌شود که در سیستم ارتباطات عمومی بازتاب نمی‌یابند (کرامرایسی، ۱۹۸۰). ارب (۱۹۹۸) برخی از این گروه‌ها را شامل، زنان، رنگین پوستان، همجنس‌بازان، دو جنسی‌گرایان، معلولان و دیگر گروه‌های پایین اقتصادی - اجتماعی می‌داند که جایگاه مشترکی دارند و در حاشیه قرار می‌گیرند و در نتیجه اصلاً در سیستم غالب ساختاری بازنمایی نمی‌شوند یا به شکلی ناقص و انحرافی به تصویر کشیده می‌شوند. برخی نیز تا آنجا پیش می‌روند که معتقدند تفاوت بین گروه‌های غالب و وابسته در اساس در نوع دسترسی آنها به وسائل ارتباطی است (بوریسوف<sup>۴</sup> و مریل<sup>۵</sup>، ۱۹۹۲).

1 Kramerae  
2 Hetrosexual  
3 Constructing Co-Cultural Theory  
4 Borisoff  
5 Merrill

ارب (۱۹۹۸: ۶) در توصیف این افراد بیان می‌دارد که نگاه گروه غالب به این گروه‌ها نگاهی کلیشه‌ای است. وی چهار نوع کلیشه مرتب را به شرح زیر برمی‌شمارد:

- ۱- گروه‌های غالب، گروه‌های خاموش را به عنوان یاری‌کنندگان (مانند خدمتکار، محافظ و سرایدار) می‌بینند. اعضای این گروه‌ها به منزله گروه‌هایی که برای قدرت بخشیدن به گروه‌های غالب کارکرد دارند، تلقی می‌شوند.
- ۲- آنان را به عنوان وسائل جنسی می‌بینند.
- ۳- به عنوان افرادی سرگرم کننده، آوازه‌خوان و رقص که با خود شانس به همراه دارند، انگاشته می‌شوند.

۴- به آنان به عنوان افراد جنگجو و مبارز<sup>۱</sup> نگاه می‌شود. در این کلیشه‌سازی آنان به عنوان افرادی مغرور، پرطاقت، تجاوزکار و خطرناک که باید دور از جامعه نگه‌داشته شوند، نگرسته می‌شود.

بنابر این کلیشه‌سازی‌ها می‌توان به این نکته رسید که جایگاه گروه‌های خاموش به گونه‌ای نیست که بتوانند در تصمیم‌گیری‌ها و سیاستگذاری‌ها دخالت نمایند و حق و حقوقی برای خود درخواست کنند و در نتیجه دسترسی به رسانه‌ها و دیگر انواع قدرت نیز از آنها سلب می‌شود (برانستون و استافورد، ۱۹۹۶). در نتیجه این محرومیت از رسانه‌ها آنان نمی‌توانند خود را متجلی سازند و از آنجا که جایگاهی برای ابراز خود ندارد، هویت‌شان ناشناخته می‌ماند.

اما رسانه‌های نوین ارتباطی به ویژه اینترنت که در این نوشته بر آن تاکید شده است، تقریباً توانسته‌اند این نابرابری‌ها را به چالش بکشند و فضایی را به وجود آورند که این گروه‌های خاموش نیز بتوانند به گفتمان رسانه‌ای دسترسی داشته باشند و در واقع صدا داشته باشند. در مورد اهمیت اینترنت در صدا دار شدن این گروه‌ها، میترا (۲۰۰۱: ۳۲) معتقد است که «تاکنون هیچ فرصتی مانند فرصتی که اینترنت برای سخن گفتن و صدا داشتن مهیا کرده، فراهم نشده است، جایی که گروه‌های حاشیه‌ای در آن نه تنها می‌توانند سخن بگویند، بلکه انتظار پاسخ را نیز دارند». اما صدا چیست و چه جایگاهی در بحث از اینترنت دارد؟<sup>۲</sup>

### صدای گروه‌های اجتماعی

میترا و واتس در مقاله‌ای که در سال ۲۰۰۲ و با عنوان «تئوریزه کردن فضای سایبر: کاربرد ایده صدا در گفتمان اینترنت<sup>۳</sup>» منتشر کردند، کوشیدند از زاویه آن چه که خود لنز تئوریکی

1 Militant

2 Theorizing Cyberspace: The Idea of Voice Applied to Internet Discourse

صدا نامیدند، به بررسی رابطه اینترنت و حضور (صدای) گروه‌های اجتماعی بپردازند. در این جا ما برای توضیح ایده صدا از نظریه این دو محقق در مقاله مزبور استفاده می‌کنیم. نظریه صدا بر این واقعیت تأکید دارد که گروه‌های خاموش در واقع وسیله‌ای ندارند تا صدای خود را به خارج از گروه خود برسانند. آن دو معتقدند که اینترنت توانسته این امکان را برای تمامی افراد فراهم نماید. تا صدا داشته باشند. نویسندگان مزبور (همان: ۴۸۰) اذعان دارند که فضای مجازی را می‌توان با استفاده از ایده صدا به عنوان یک فضای گفتمانی مفهوم‌سازی کرد. البته باید ذکر شود که مفاهیم صدا و خاموشی در واقع دو روی یک سکه هستند و نباید آنها را دو چیز جدا از هم در نظر گرفت. در مطالعات ارتباطات، وجود صدا (به صورت فردی و جمعی) در افراد و متون مفروض است. اما مشکلی که وجود دارد این است که نیروهای مسلط می‌توانند این صدا را خاموش نمایند و این همان جایی است که گروه‌های خاموش به آن اعتراض دارند و خواستار شنیده شدن صدای خود هستند.

میترا و واتس دو نگرش متفاوت از صدا را توضیح می‌دهند: (۱) صدا به عنوان توانایی انسان که به عاملیت انسان برمی‌گردد، و (۲) کارکرد زبان‌شناختی که به جزء گفتمانی صدا برمی‌گردد. در نگرش اول، صدا یک پدیده فیزیولوژیک و غیرگفتمانی وابسته به بدن انسان است. در این رویکرد، همان گونه که برای مثال دیوید اپلبوم<sup>۱</sup> (۱۹۹۰) معتقد است، صدا همان توانایی یک نفر برای «تولید صدا» است که همیشه به صورت «لرزش اصوات» تجربه می‌شود. اما صدا در معنای دوم به تجربه شناختی بشر مربوط می‌شود و بنابراین، «صدای بشر، رابطه بلافصل یک فرد با، و جدایی ناپذیری وی از، جهان خارج و دیگر افراد را نشان می‌دهد» (همان: ۴۸). از یک دیدگاه هرمنوتیکی وقتی «من» صحبت می‌کنم، صدای من به عنوان رابط بین زندگی ارگانیک من و دنیای نمادین قرار می‌گیرد و من تمایل دارم که خلق و تفسیر کنم. همین معنا و مفهوم صداست که در ادبیات فن بیان<sup>۲</sup> در رابطه با عامل و عاملیت بشری<sup>۳</sup> تفسیر می‌شود. بنابراین، بین صدا و عامل یک رابطه مهم و وثیق وجود دارد که به هنگام بحث از رابطه صدا و فضای مجازی باید در نظر گرفته شود.

اما، خطری که در مورد صدا وجود دارد، این است که صدای هر کسی به دلیل اتکای شدید جامعه به گفتمان زسمی و نیز تأکید بر روابط بسیار عقلانی شده در خطر خاموش شدن است. میترا و واتس داشتن صدا را «تقریباً مترادف یا آزادی از نژاد، جنسیت، و قومیت» می‌دانند (همان: ۴۸۲). به این معنی که هر کسی که بتواند در این دنیا صدا داشته باشد، به قدرت و

1 David Applebaum

2 Rhetoric

3 Human Agency

در پی آن به امکان متجلی کردن خود دست یافته است. صدامندی فرد و گروه می‌تواند مانع از ایجاد مرزهای تحمیلی ناشی از نژاد، قومیت، رنگ پوست، جنسیت، ایدئولوژی بر انسان و اعمال و افکار وی شود. بنابراین، صدا یک ویژگی انسانی است که تلاش گوینده برای ورود به دنیا و انتقال تجاربش به دنیایی از گفتمان‌ها را نشان می‌دهد.

اما با وجود روابط قدرت سنتی موجود و دیدگاه‌های سلطه‌گرایانه امکان شنیده شدن برای هرکسی به ویژه با رسانه‌های سنتی وجود ندارد. بنابراین، گروه‌های خاموش همیشه به دنبال رسانه‌ای بوده و هستند که بتوانند در آن خود را بروز دهند و در واقع صدا داشته باشند. شاید به وجود آمدن اینترنت پاسخی به این خواست تاریخی آنان بوده باشد و تا حدودی توانسته باشد این آرمان را به واقعیت بپیوندد. در واقع، اینترنت را می‌توان ابزاری برای توانمندسازی گروه‌های به حاشیه رانده شده دانست که آنان را قادر می‌سازد تا از محرومیت تاریخی خود از دسترسی به گفتمان رسانه‌ای، حداقل به صورت نمادین، اندکی فاصله بگیرند. این نوع توانمندسازی ذهنی نتایج خود را در دنیای بیرونی نیز نشان می‌دهد و به رشد و شکوفایی آنها می‌انجامد. این توانمندسازی به عنوان محرکی برای ادامه راه آنان عمل می‌کند و در افراد و گروه‌ها این حس ایجاد می‌شود که قدرت بیشتری یافته‌اند و دیگر این توانایی را دارند که ناگفته‌ها و مشکلات خود را از یک رسانه جهانی و نه ملی بازتاب نمایند، چرا که «توانمندسازی اساساً فرآیندی انگیزشی است که شخص در آن احساس توانا شدن را تجربه می‌کند. توانمند ساختن به این معنا قدرت بخشیدن است» (هیو و لیونگ، ۲۰۰۳: ۳۶۷).

### سرمایه اجتماعی، اینترنت و گروه‌های خاموش

مفهوم دیگری که می‌توان در رابطه با اینترنت مطرح کرد، سرمایه اجتماعی<sup>۱</sup> و تاثیر آن در گروه‌ها اجتماعی است. سرمایه اجتماعی مجموعه منابع بالفعل و بالقوه‌ای است که با عضویت در شبکه‌های اجتماعی کنشگران و سازمان‌ها به وجود می‌آید. بورديو و کلمن سرمایه اجتماعی را این گونه بیان می‌کنند: «در واقع مفهوم سرمایه اجتماعی، حاصل جمع منابع بالقوه و بالفعلی است که نتیجه مالکیت شبکه باادومی از روابط نهادی شده بین افراد و به عبارت ساده‌تر عضویت در یک گروه است» (شارع‌پور، ۱۳۸۰: ۱۰۲). از دیدگاه کلمن، مفهوم سرمایه اجتماعی نشانگر این است که چگونه ساختار اجتماعی یک گروه می‌تواند به عنوان منبعی برای افراد آن گروه عمل نماید. کلمن وجود سرمایه اجتماعی را در اعتماد، اطلاع‌رسانی و ضمانت اجراهای کارآمد، روابط اقتدار و میزان تکالیف در گروه می‌داند.

شارع‌پور معتقد است که سرمایه اجتماعی دارای دو رکن است: پیوند و اعتماد. او پیوندها را به دو نوع تقسیم می‌کند: الف) پیوندهای عینی بین افراد: نوعی ساختار شبکه‌ای عینی می‌بایست برقرار کننده ارتباط بین افراد باشد. این بخش از سرمایه اجتماعی حکایت از آن دارد که افراد در فضای اجتماعی با یکدیگر پیوند دارند. ب) پیوندهای ذهنی: پیوندهای بین افراد باید دارای ماهیت متقابل، مبتنی بر اعتماد و دارای هیجانات مثبت باشد. از این رو، می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی دارای دو جز اعتماد و پیوند است (همان: ۱۰۳).

این پیوندها می‌توانند از طریق دوستی‌ها به صورت غیر رسمی میان افراد برقرار شوند. دوستی‌های غیر رسمی خود می‌توانند به واسطه ارتباطات، تراوش اطلاعات و حمایت اجتماعی به تقویت سرمایه اجتماعی فرد منجر شوند. این پیوندها می‌توانند از طریق عضویت رسمی فرد در اجتماعات و گروه‌های داوطلبانه با دیگران نیز برقرار شوند. شبکه دوستی و غیر رسمی بر حسب پیوند بین افراد تعریف می‌شود، ولی ادامه حیات پیوندهای رسمی فراتر از شبکه‌های اجتماعی درونی است (همان: ۱۰۴). همان گونه که آمد. جزء دوم سرمایه اجتماعی، اعتماد است. اعتماد، همکاری را تسهیل می‌کند و هرچه سطح اعتماد در جامعه‌ای بالاتر باشد، احتمال همکاری هم بیشتر خواهد بود. همکاری نیز اعتماد را ایجاد می‌کند (همان: ۱۰۶).

اما سوال این است که آیا تاثیر اینترنت در راستای افزایش سرمایه اجتماعی است یا در راستای کاهش آن. برخی از محققان معتقدند که اینترنت باعث افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود. کاتز و رایسن در مطالعات خود دریافته‌اند که اینترنت به جای اینکه تعاملات اجتماعی را کاهش دهد، باعث افزایش آنها شده و به نوع جدیدی از سرمایه اجتماعی منجر شده است (هارجیتای، ۲۰۰۴: ۱۳۸). لیونگ<sup>۱</sup> و لی<sup>۲</sup> نیز بر این نقش اینترنت تاکید دارند و معتقدند «با تکیه بر ارتباط مفهومی که پوتنام<sup>۳</sup> بین کیفیت زندگی، مشارکت اجتماعی و سرمایه اجتماعی برقرار می‌کند، تحقیقات گسترده‌تر نشان داده‌اند که استفاده زیاد از شبکه کامپیوتری و اینترنت به طرز چشم‌گیری بر شکل‌گیری سرمایه اجتماعی تاثیر می‌گذارد» (لیونگ و لی، ۲۰۰۴: ۵).

اینترنت می‌تواند به وسیله امکانات خود، پیوند میان گروه را مستحکم نماید و در نتیجه این پیوند، اعتماد بین اعضاء بیشتر می‌شود. در این صورت می‌توان انتظار داشت که اتحاد بین آنها افزایش یابد و به بیشتر شدن قدرت آنان منجر شود. با قدرتمند شدن گروه، اعضا این امکان را پیدا می‌کنند تا بتوانند مشارکت اجتماعی خود را بالا ببرند و همین طور بر قدرت تاثیرگذاری

1. Leung  
2. Lee  
3. Putnam

آنان افزوده شود. در این جا باید تذکر داد که ممکن است این تاثیر در بین افراد عادی لزوماً تاثیر مثبتی نباشد، اما در مورد افراد و گروه‌های خاموش که از هدف یکسانی برخوردارند، ایدئولوژی خاصی دارند و مهم‌تر اینکه چون در جهان خارج جایگاهی برای بازنمایی ندارند و در نتیجه حس مشترک و پیوندهای ذهنی مشترک دارند، این تاثیر بیشتر خواهد بود. در نتیجه، این امر در دو سطح عمل می‌کند. در سطح بین گروهی که سرمایه اجتماعی بین افراد یک گروه بالا می‌رود و در سطح دوم سرمایه اجتماعی در سطح کل جامعه افزایش می‌یابد. زیرا هنگامی که گروه‌های مختلف احساس برابری نمایند، اطمینان و اعتماد بیشتری بین آنها به وجود خواهد آمد و با یکدیگر پیوندهای بیشتری خواهند داشت و در جهت اهداف کل جامعه قدم بر خواهند داشت. اما باید متذکر شد که سرمایه اجتماعی لزوماً معلول اینترنت نیست بلکه اینترنت می‌تواند در افزایش آن تاثیرگذار باشد و پیوند و اعتماد بین افراد و گروه‌ها را با فراهم ساختن حقوق برابر افزایش دهد. بنابراین، می‌توان این ارتباط را این گونه توضیح داد که اینترنت باعث صدا یافتن گروه‌های خاموش می‌شود، این امر به احساس رضایت و برابری ناشی از توانمند شدن در گروه منجر شده، اعتماد و پیوند درون گروهی و بین گروهی افزایش می‌یابد و در نهایت به افزایش سرمایه اجتماعی منجر می‌شود.

اما چه چیزی باعث می‌شود که اینترنت در بحث گروه‌های خاموش و دستیابی آنان به صدا اهمیت پیدا کند. در پاسخ به این سؤال می‌توان به خصوصیات تکنولوژیک منحصر به فرد اینترنت و فضایی که این رسانه به واسطه این خصوصیات به وجود می‌آورد، اشاره کرد (میترا، ۲۰۰۱). در واقع، به واسطه همین خصوصیات و کاربردها است که اینترنت به ابزاری بسیار قدرتمند تبدیل گشته و توانسته است در تمام عرصه‌ها تاثیر گذار باشد. این خصوصیات ابزارها باعث شده‌اند که کاربران نه تنها به گستره وسیعی از اطلاعات در هر زمان و مکانی دسترسی داشته باشند، بلکه بتوانند به تولید اطلاعات نیز بپردازند. در این قسمت به چند نمونه از خصوصیات و کاربردهای اینترنت اشاره می‌کنیم و تاثیر آن را در توانمند سازی افراد در تولید محتوا و بازنمایی و در واقع داشتن صدا بیان می‌کنیم.

### نقش و تاثیر ویژگی‌های خاص اینترنت

اینترنت ویژگی‌های منحصر به فردی دارد و فضایی را ایجاد می‌کند که افراد در آن احساس آزادی خاصی دارند و می‌توانند نیازهای رسانه‌ای خود را چه از نظر جستجوی اطلاعات و چه از نظر تولید آن تامین نمایند. بدیهی است که این ویژگی‌ها گروه‌های خاموش را نیز در رسیدن به اهداف خود یاری می‌رسانند. در این قسمت ما به اختصار به برخی از این ویژگی‌ها

(نظیر تعاملی بودن، بی زمانی، بی مکانی، برخوردار بودن از فضای گفتمانی، چند رسانه‌ای بودن، هایپر تکست و هایپر لینک بودن، و نیز گمنامی کاربران) می‌پردازیم.

شاید اولین خصوصیت بارز اینترنت پتانسیل آن برای تعاملی بودن باشد. «تعاملی بودن به میزان کنترل شرکت کنندگان بر فرایند ارتباطی و توانایی تغییر نقش‌های آنها در یک گفتگوی دو طرفه اشاره دارد» (کیوسیسی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲: ۳۵۹). بدین ترتیب امکان ارتباط دو سویه و چند سویه در اینترنت وجود دارد و در واقع تعامل شکل می‌گیرد و این امر خود بر ساختارهای قدرت موجود تاثیرگذار است. «یک سویگی یا دو سویگی فرایند ارتباطات در هر قدرت به ترتیب با ایجاد و فعالیت حکومت آمرانه یا دموکراتیک تناسب تام دارد» (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۲۳۲). بدین معنی که ارتباطات یک‌سویه با محدود کردن مخاطبان خود به حکومت‌های آمرانه کمک می‌کند تا به اهداف خود دسترسی یابند و در مقابل ارتباطات دو سویه و یا چند سویه این محدودیت‌ها را تا حدودی از میان برمی‌دارد؛ و به شکل‌گیری حکومتی نسبتاً دموکراتیک که در آن همه افراد و گروه‌ها از امتیاز یکسانی برای دسترسی به ابزار بیان عقاید و بازنمایی افکار و اندیشه برخوردارند یاری می‌رساند. «قدرت واقعی اینترنت و ویژگی‌هایی که آن را از دیگر رسانه‌های سنتی متمایز می‌کند پتانسیل آن برای تعاملی بودن است» (استوارت<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲: ۳۸۰). دو سویگی اینترنت آن را به رسانه‌ای بس مهمتر از وسیله صرف انتقال اطلاعات تبدیل می‌کند و به کارگیری این روابط بین شهروندان، احزاب، رسانه‌های جمعی، گروه‌های فرهنگی، سازمان مدنی و غیر حکومتی را تقویت و تحکیم می‌نماید و موانع متعارف برای مشارکت سیاسی و مدنی افراد و گروه‌ها را تا اندازه قابل توجهی از میان برمی‌دارد (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۲۳۸).

دیگر خصوصیت بارز اینترنت بی‌مکانی و بی‌زمانی و آزاد بودن از وابستگی به زمان و مکان است. در مورد اینترنت مکان معنای خاصی ندارد و مرزهای فرضی و جغرافیایی که ملل را از یکدیگر جدا می‌ساخت مفهومی ندارد. اینترنت به واسطه جهانی و همچنین شبکه‌ای بودنش مرزها را در نور دیده و تمامی افراد در هر جای دنیا می‌توانند به اطلاعات درون فضایی مجازی دسترسی داشته باشند و همچنین به تولید اطلاعات بپردازند این امر به حذف شدن فاصله‌ها انجامیده است. در واقع از بین رفتن مکان باعث شده است که افراد و گروه‌های به حاشیه رانده شده از بند سلطه و مرکزیت گروه‌های مسلط رها شوند، چرا که بدون وجود مکان، مرکزیت هیچ مفهومی نخواهد داشت و فواصل بین افراد در عین وجود داشتن از بین رفته

است. «از بین رفتن فاصله مکانی و افزایش بی سابقه توان انسان‌ها برای مبادله و مبادله با یکدیگر - که حفظ و گسترش هم‌زمانی و همدلی بین آنها را حداقل ممکن می‌کند- فرایند و برآیند هویت‌یابی جمعی افراد را دگرگون کرده و گروه‌ها و جماعت‌های مجازی دور از هم اما در دسترس را آفریده است» (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۲۳۱).

هابرماس (۱۳۸۰: ۷۲) در مورد بی مکانی و بی زمانی ارتباطات نوین معتقد است: «اکنون بعد مکان و زمان در حال همیشه حاضر واقعیت‌های مجازی، بی آنکه رد خاصی از خود بر جای گذارند ناپدید می‌گردند. ارتباطات دیجیتال سرانجام از حیث دامنه و ظرفیت، همه رسانه‌های دیگر را پشت سر می‌گذارند و اکنون تعداد بیشتری از افراد با سرعت بیشتری به حجم بزرگتری از اطلاعات دسترسی دارند و می‌توانند بی‌وقفه آن را به هر فاصله‌ای ارسال کنند». در نتیجه این امر، افراد و سازمان‌هایی که به تولید محتوا مبادرت می‌ورزند با مخاطبی جهانی روبرو می‌شوند. از سوی دیگر مکان کسانی که این محتواها را تولید می‌کنند نامعلوم است. این ویژگی فضای سایبر صدا را قابل بحث می‌کند. چرا که یکی از مواردی که در بحث صدا وجود دارد بحث مکان صدا و اینکه از کجا بیان می‌شود بود. «در گذشته توانایی برای سخن گفتن اغلب نیازمند جایگاهی در فضای جغرافیایی بود که مکان قدرت بود. بسیاری از مناطق جهان از نظر تاریخی به حاشیه رانده شده بودند و صدای آنها به طور سنتی خاموش شده بود» (میترا، ۲۰۰۱: ۳۶). «در بحث‌های قدیمی صدا، پیش فرض این بود که هنگامی که یک صدا صادر می‌شود جایی باید وجود داشته باشد که این صدا در درون آن منتشر گردد. از این گذشته، پیوسته چنین فرض می‌شد که صدا علاوه بر مکان با قدرت نیز روابط ویژه‌ای دارد و گفتگو همیشه در درون این روابط قدرت اتفاق می‌افتاد» (میترا و واتس، ۲۰۰۲). حال با از بین رفتن مکان روابط قدرت نیز به چالش کشیده خواهد شد.

در عین حال در کنار بی مکانی، کاربر اینترنتی هر زمان و به هر مقدار که بخواهد، می‌تواند از این رسانه استفاده نماید و به جستجوی اطلاعات یا تولید اطلاعات و محتوا پردازد. محدودیت زمانی در استفاده از اینترنت و محتوای آن وجود ندارد. در حالی که اگر اینترنت را با رسانه‌های جمعی که مسئولیت اطلاع‌رسانی دارند، مقایسه کنیم بحث زمان به یکی از محدودیت‌های موجود در این رسانه‌ها تبدیل می‌شود. محدودیت زمانی موجود در رسانه‌های سنتی حال دیگر با زمان بی‌پایان در اینترنت جایگزین شده است. «در فضای سایبر سخنگو نیازی ندارد که منتظر نوبت خود شود بلکه می‌تواند با درست کردن یک صفحه اینترنتی و یا فرستان یک پیام قدرت خود را تجسم بخشد و در عین حال خواننده نیز می‌تواند صفحه را مطالعه کند» (میترا، ۲۰۰۱: ۳۷).



ترکیب رسانه‌های مختلف سنتی اینترنت را به تنهایی به یک چند-رسانه‌ای<sup>۱</sup> تبدیل کرده است. در این رسانه می‌توان ترکیبی از مطبوعات، رسانه‌های صوتی و تصویری را پیدا کرد. در نتیجه یک نوع اطلاعات را می‌توان به انواع مختلف پخش کرد. هنگامی که این امر رخ می‌دهد اطلاعات به صورت گسترده و همگانی‌تر به دست کاربر می‌رسد و زمانی که یک نوع اطلاعات به صورت مختلف به دست مخاطب برسد تاثیرگذاری بیشتری خواهد داشت چرا که همگی این موارد در حال پردازش یک نوع اطلاعات خاص به روش‌ها و اشکال مختلف هستند. با استفاده از این ویژگی گروه‌های به حاشیه رانده شده با امکانات بیشتر اطلاعات مربوط به خود را به اشکال مختلف پخش می‌کنند و در واقع به بازنمایی روشن‌تری از خود دست می‌زنند و نیاز آنها را در رسیدن به سازمان‌های رسانه‌ای صوتی و تصویری تامین می‌کند.

برخورداری از هایپرلینک و هایپرتکست در اینترنت یکی از قدرت‌بخش‌ترین ویژگی‌های آن است. در این فضا هر صفحه به صفحه مشابه خود اتصال پیدا می‌کند. در این سیستم هر منبع اطلاعاتی ممکن است به تعداد بی‌شماری از صفحات متصل باشد. هایپرتکست و هایپرلینک به کاربران اجازه می‌دهند که به عنوان گیرندگان اطلاعات بدون وقفه از یک صفحه به صفحات دیگری بروند و این اختیار را به آنها می‌دهد که صفحه مورد علاقه خود را بازدید نمایند. هنگامی که یک صفحه باز می‌شود، سیستم هایپرلینک دیگر صفحات مشابه را در اختیار کاربر قرار می‌دهد (سلوین، ۲۰۰۰: ۳۸). در این حالت تمام صفحات شانس برابری برای مورد توجه قرار گرفتن را دارند و مرکزیت رسانه‌ای به معنای سنتی آن از بین می‌رود و در واقع این مرکزیت صدا است که از بین می‌رود. این امر یعنی برابری صداها و فقدان دو قطب صدا دار و خاموش. چرا که دیگر تمام صداها مشابه به صورت شبکه‌ای به هم مرتبط هستند و محتوای گروهی بر گروه دیگر برتری سابق را ندارد. دیگر کسی نمی‌تواند مدعی مرکز بودن را بکند. هایپرتکست بودن باعث شده است که مفهوم حاشیه به چالش کشیده شود و تعریف حاشیه مسئله ساز شود.

البته در بسیاری از بیانات رسانه‌های شکاف مرکز- حاشیه، بسیار وابسته به سرمایه‌های جغرافیایی، فرهنگی و اقتصادی است. «در سیستم‌های تولید فرهنگ سنتی تشخیص حاشیه و مرکز بسیار آسان است و به عنوان مثال در رسانه‌های سنتی حاشیه همیشه در حال کشمکش برای شنیده شدن بود. در حالی که قدرت مرکز همیشه صدای حاشیه را خاموش می‌کرد» (میترا، ۲۰۰۱، میترا و واتس، ۲۰۰۲). اما در مورد اینترنت به ویژه وب جهانی<sup>۲</sup>

1. Multimedia  
2. WWW

لزومی ندارد هیچ کدام از صفحات ادعای دارا بودن مرکزیت نکنند. صداهای مشترک امروز بدون نیروهای حاشیه‌رانِ براجتی قادر به ابراز خود هستند. هایپر تکست باعث می‌شود که همه یک حرف را بزنند و تاثیر صدا را بالا می‌برد. گرچه این امر به صورت مختلف انجام می‌پذیرد، اما در این مورد میتر و واتس (۲۰۰۲: ۴۸۹) تذکری نیز می‌دهند که این خصوصیت لزوماً به معنی از بین رفتن «مشکلات گفتمانی و قدرت سخن گفتن نیست و فقط فرصتی برای آزمون نحوه استفاده گروه‌هایی به حاشیه رانده شده از این تکنولوژی در راستای اهداف خود» است.

ویژگی دیگر اینترنت این است که فضای آن اساساً فضایی گفتمانی متشکل از گفتمان‌های مختلف است. شبکه کامپیوترهایی که سایبر را تشکیل داده‌اند، میلیون‌ها متن را به هم ربط می‌دهند که گفتمانی جهانی را شکل می‌دهد (همان: ۴۸۵). واتس معتقد است که فرض گرفتن صدا به عنوان یک دیالوگ بسیار مهم است. از طریق دیالوگ جماعتی گفتمانی از طریق بیان و دریافت آنها تولید می‌شود. اینترنت از طرق مختلف امکان این دیالوگ را برقرار می‌سازد. اگرچه این دیالوگ در یک فضای بی‌فضا انجام می‌گیرد. ما با توجه به این ویژگی، فضای سایبر را فضایی گفتمانی تعریف می‌کنیم که توسط کار خلاق افرادی که مکان فضایی‌شان مبهم است تولید می‌شود. ایده فضای گفتمانی به روشی که در آن گفتمان‌های ویژه می‌توانند فضایی بی‌بدیل و جماعت‌هایی را که بر اساس متون خلق کنند و در این فضا صدا پیدا می‌کنند مربوط می‌شود (همان: ۴۸۶). این فضا با استفاده از سیستم هایپرلینک خود این امکان را ایجاد می‌کند که فضایی گفتمانی شکل گیرد و گفتمان‌های مختلف در آن شکل یابد. در نتیجه گفتمان‌های مربوط به گروه‌های به حاشیه رانده شده و خاموش نیز به گوش‌ها می‌رسد.

ویژگی دیگر اینترنت فراهم آوردن فضایی است که کاربران آن می‌توانند به صورت گمنام<sup>۱</sup> به فعالیت بپردازند. امتیازی که تولید کنندگان اطلاعات و محتوا به ویژه فعالان سیاسی دارند این است که می‌توانند هویت شخصی خود را پنهان نگه دارند و بدون ترس از محدودیت‌های موجود در رسانه‌های سنتی به فعالیت بپردازند. «گمنامی بر خط به اشخاص کمک می‌کند که بر محدودیت‌های هویتی فائق آیند و آزادانه‌تر و آسان‌تر ارتباط برقرار کنند که خود به یک تبادل عقاید روشن‌گرانه منتهی می‌شود» (پاچاراسی، ۲۰۰۴: ۱۶). این گمنامی باعث می‌شود که فرد بیشتر در مباحث سیاسی شرکت نماید و مشارکت بیشتری در امور شهروندی داشته باشد. بیان عقاید به صورت بر خط به فرد این احساس را منتقل می‌کند که قدرت یافته است.

گمنامی به ویژه در مورد گروه‌هایی که با مسائل جنسی سر و کار دارند بسیار مهم جلوه می‌کند. با توجه به محرومیت اجتماعی، به حاشیه رانده شدن و طرد شدن‌های این گروه‌ها مانند هم‌جنس‌بازان، دو‌جنس‌گرایان، تغییر جنسیت‌دهندگان، گمنامی فراهم شده توسط اینترنت، توجه زیادی در بین این گروه‌ها به خود جلب کرده است (مهرا و دیگران، ۲۰۰۴).

اینترنت در کنار خصوصاتی که در بالا به آنها اشاره شد، ابزارهایی (نظیر پست الکترونیک، لیست سرورها، بولتن‌های تبلیغاتی، وبلاگ‌ها، جماعت‌های مجازی) را نیز فراهم می‌سازد که به افراد در اطلاع‌جویی و در واقع نشر اطلاعات کمک می‌کند. در این جا به سه مورد از این ابزارها که بیشتر از موارد دیگر می‌توانند به گروه‌های خاموش کمک نمایند، می‌پردازیم.

پست الکترونیکی<sup>۱</sup> را می‌توان یکی از پر استفاده‌ترین کاربردهای اینترنت دانست تا آنجایی که سلوین (۲۰۰۰: ۳۵) معتقد است که برای بسیاری از کاربران پست الکترونیک مترادف با اینترنت شده است. پست الکترونیک به کاربران خود اجازه می‌دهد تا پیام‌ها و دیگر اطلاعات از جمله فایل‌های حاوی متن و نرم‌افزار کامپیوتری را به یکدیگر ارسال می‌کنند؛ پیام‌ها می‌توانند بین دو کاربر و یا بین یک کاربر و چندین کاربر دیگر تبادل شوند. بنابراین پست الکترونیک می‌تواند برای بحث‌های گروهی خصوصی مورد استفاده قرار گیرد:

وجود جماعت‌های مجازی<sup>۲</sup> را شاید بتوان بی‌بدیل‌ترین خصوصیت این رسانه دانست. به واسطه این ویژگی، اینترنت، افراد با اذهان مشترک می‌توانند با یکدیگر به صورت برخط به مباحثه بنشینند. در این جماعت‌های مجازی افراد می‌توانند به صورت هم‌زمان یا غیرهم‌زمان برای سئوالات خود پاسخی بیابند. وجود گروه‌های ضد نژادپرستی، حمایت از صلح، گروه‌های حمایت از زنان، گروه‌های حمایت از کودکان بی‌سرپرست، انجمن‌های کارگری از جمله این جماعت‌های مجازی هستند. همچنین به وسیله این جماعت‌های مجازی مهاجرانی که از پیشینه و اذهان مشترکی برخوردارند، می‌توانند ائتلاف‌هایی از نقاط مختلف جهان شکل دهند و حسی از تعلق و اشتراک به آنها دست دهد.

وبلاگ‌ها این امکان را فراهم ساخته‌اند که افراد بدون وابستگی به سازمان‌های بزرگ به تولید محتوای دلخواه بپردازند. نکته قابل توجه در مورد این وبلاگ‌ها این است که آنها به یکی از ابزارهای بیان مخالفت و تعارضات سیاسی تبدیل شده‌اند. در این وبلاگ‌ها اشخاصی که نمی‌توانند حرف‌های خود را در رسانه‌های سنتی - به دلیل ساختارهای تک قطبی - بیان دارند،

1. E-Mail

2. Virtual Community

به راحتی تمام سخنان خود را ابراز دارند و با ساختارهای سیاسی مسلط که منافع آنان را تامین نمی‌کنند، به مبارزه پردازند.

در کنار این موارد رابرت حسن<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) سه سطح را در مورد استفاده از اینترنت در درون یک جنبش تشخیص می‌دهد که گروه‌های خاموش نیز می‌توانند از آن‌ها استفاده نمایند. این سه سطح شامل موارد زیر هستند:

شبکه‌ای شدن در درون یک جنبش<sup>۲</sup>: این عامل از عوامل اساسی برای شکل‌گیری جنبش است و شامل استفاده از اینترنت برای جمع‌آوری و پخش اطلاعات و ایجاد وبسایت برای فعالان جنبش از طریق استفاده از پست الکترونیک و دیگر کاربردهای آن است. این امر در تسریع اطلاعات در مورد گروه‌های خاموش بسیار مهم است. تسریع اطلاعات به ایجاد آگاهی در مورد مسائل و مشکلات این گروه‌های خاموش کمک می‌کند (همچنین رک: مهرا و دیگران، ۲۰۰۴).

شبکه‌سازی بین جنبش‌ها و گروه‌های اجتماعی<sup>۳</sup>: این سطح برای برقرار کردن ارتباط با دیگر گروه‌ها و جنبش‌هاست. در این سطح نیزه‌های مشابه از بافت‌های مختلف مورد شناسایی قرار می‌گیرند که به خلق محیط‌های انگیزشی منجر می‌شود.

جنبش‌های مجازی<sup>۴</sup>: استفاده از اینترنت به عنوان سکویی برای مخالفت‌های کاملاً مجازی که شامل مخالفت‌های الکترونیک<sup>۵</sup> برخط مانند نمایش‌های برخط<sup>۶</sup>، نافرمانی‌های مدنی الکترونیک<sup>۷</sup> و انگ زدن تقابلی<sup>۸</sup> و مخدوش کردن تصویر دیگران می‌شود (حسن، ۲۰۰۴).

### نتیجه‌گیری

اینترنت به واسطه ویژگی‌ها و امکاناتی که در خود جای داده است، به رسانه بی‌بدیلی برای تولید و انتشار اطلاعات تبدیل شده است. اقتصاد، سیاست، فرهنگ و به ویژه رسانه‌ها از جمله عرصه‌هایی هستند که پس از روی کار آمدن اینترنت تغییرات بسیار زیادی را به خود دیده‌اند. در مورد رسانه‌ها باید گفت که صاحبان رسانه‌ها سنتی رقیب بسیار سرسختی را در برابر چشمان خود می‌بینند که تمرکز رسانه‌ای را به چالش کشیده است. ویژگی‌های خاص اینترنت نقش بسیار عمده‌ای در تمرکز زدایی رسانه‌ای داشته است و ابزارهای موجود در آن نوع

1. Robert Hassan

2. Networking within movement

3. Networking between movements and social groups

4. Virtual Movement

5. E- protest

6. Online demonstrations

7. Electronic civil disobedience

8. Counter- branding

جدیدی از انتشار اطلاعات را معرفی می‌کنند. این تمرکز زدایی به صدادار شدن گروه‌های خاموش کمک می‌کنند. به این ترتیب، این گروه‌ها جایگاهی برای بازنمایی خود یافته‌اند و از محرومیت تاریخی خود تا حدودی فاصله گرفته‌اند.

با تمرکززدایی رسانه‌ای و دستیابی همه اقشار جامعه به رسانه‌ها، در آینده شاید شاهد هویت‌یابی و قدرتمندی گروه‌های به حاشیه رانده شده باشیم. پدیده‌ای که ممکن است زمینه پیدایش هویت‌های متکثر را فراهم سازد. این امر بدون شک با مخالفت‌های گروه‌هایی که پیش از این قدرت را در دست داشته‌اند، روبرو خواهد شد. نتیجه این رویایی ممکن است انقلابات جهانی گروه‌های خاموش باشد. بنابراین، دولت‌ها، به ویژه دولت‌های اقتدارگرا، باید از هم اکنون به فکر تغییر ساختارهای قدرت‌طلبانه خود باشند تا در آینده با چالش‌های سهمگینی از این دست مواجه نشوند. با وجود تمام این تفاسیر یک نکته را نباید فراموش کرد و آن اینکه در صورت وجود شکاف دیجیتال ما هنوز نیز شاهد به حاشیه راندن شدن و در واقع خاموشی بسیاری از گروه‌های جامعه خواهیم بود و اینترنت به عنوان ابزاری که تنها دازای پتانسیل حذف نابرابری‌هاست، بدون استفاده باقی خواهد ماند. بنابراین، باید به دنبال حذف این شکاف باشیم. این امر امکان‌پذیر نیست مگر با در نظر گرفتن گروه‌های مختلف، و به ویژه گروه‌های خاموش، در برنامه‌های توسعه و حذف نابرابری‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی.

## منابع و مأخذ

- تشکر، زهرا و معینی، محمد رضا (۱۳۸۱) «نگاهی به سرمایه اجتماعی و توسعه»، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، شماره ۴ صص ۲۵-۴۲.
- خوبروی پاک، محمد رضا (۱۳۸۰) اقلیت، تهران: نشر شیرازه.
- شارع‌پور، محمود (۱۳۸۰) «فرسایش سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن»، *نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران*، شماره سوم، صص ۱۰۱-۱۱۲.
- کوئن، بروس (۱۳۷۹) در آمدی به جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر توتیا.
- کین، جان (۱۳۸۳) رسانه‌ها و دموکراسی، ترجمه نازنین شاه رکنی، تهران: انتشارات طرح نو.
- گیل، دیوید و آدامز، بریجت (۱۳۸۴) الفبای ارتباطات، ترجمه رامین کریمیان، مهران مهاجر و محمد نبوی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- معتمد نژاد، کاظم (۱۳۷۱) وسائل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۱) «دموکراسی دیجیتال و حکومت الکترونیکی: سیاست و حکومت در عصر تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی (ICTs)»، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۱۹، صص ۲۲۷-۲۵۹.
- هابرماس، یورگن (۱۳۸۰) جهانی شدن و آینده دموکراسی: منظومه پساملی، ترجمه کمال پولادی، تهران: نشر مرکز.
- هرمن، ادوارد اس و چامسکی، نوام (۱۳۷۷) فیلترهای خبری، ترجمه تژا میرفخرایی، تهران: انتشارات موسسه ایران.
- Applebaum, D. (1990) *Voice*, Albany, NY: State University of New York Press.
- Ardener, E. (1978) 'Some Outstanding Problems in Analysis of Events', In G. Schwinner (ed.), *The yearbook of symbolic anthropology*, pp. 103-121
- Ardener, S. (1975) *Perceiving Women*, London: Malaby
- Berger, M. L., Wagner, T.H & Baker, C.B. (2005) "Internet Use and Stigmatized Illness", *Journal of Science & Medicine*, 61: 1821-1827.
- Borisoff, D., & Merrill, L., (1992) 'The Power to Communicate: Gender differences as barriers'. Prospect Heights, IL: Waveland.
- Branston, G. & Stafford, R., (1996) *The Media Studies' Book*, London: Routledge.
- Chapman, A. & Pyvis, D. (2005) "Identity and Social Practice in Higher Education: students' experiences of postgraduate to course delivered offshore in Singapore and Hong Kong by an Australian university", *Journal of Education Development*, 25: 39-52.
- Facer, K. & Sutherland, R. & Forlong, R. & Forlong, J. (2001) "What's the Point of Using Computers", *Journal of Science & Medicine*, 3(2): 199-219.

- Hammond, M. (2000) "Communication Within Online Forums: the opportunities, the constraints and value of a communicative approach" *Journal of Computer & Education*, 35: 251-262.
- Hargittai, E. (2004) "Internet Access and Use in Context", *Journal of New Media & Society*, 6 (1): 134-143.
- Hassan, R. (2004) *Media, Politics and the Network Society*, Berkshire: Open University Press.
- Hu, L.Y. & Leung, L. (2003) "Effects of expectancy-value, attitudes, and use of the Internet on psychological empowerment experienced by Chinese women at the workplace", *Journal of Telematics & Informatics*, 20: 365-382
- Kahn, R. (2004) "New Media and Internet Activism: from the Battle of Seattle to blogging", *Journal of New Media & Society*, 6 (1): 87-95.
- Kioussis, S. (2002) "Interactivity: A Concept Explication", *Journal of New Media & Society*, 4 (3): 355-383.
- Leung, L. & Lee, P. (2004) "Multiple Determinant of Life Quality: The Role of Internet Activities, use of New Media, Social Support and Leisure Activities" *Journal of Telematics and Informatics*, Vol xxx, xxx-xxx
- Mehra, B. & Merkel, C. & Bishop, A.P. (2004) "The Internet for Empowerment of Minorities and Marginalized Users", *Journal of New Media & Society*, 6(6): 781-802.
- Mitra, A. (2001) "Marginal Voices in Cyberspaces", *Journal of New Media & Society*, 13 (1): 29-48.
- Mitra, A. & Watts, E. (2002) "Theorizing Cyberspace: The Idea of Voice Applied to Internet Discourse", *Journal of New Media & Society*, 4(4): 479-498.
- Olson, L.C. (1997) "On the Margins of Rhetoric: Audre Lorde Transforming Silence into Language and Action", *Quarterly Journal of Speech*, 83 (1): 49-70.
- Orbe, M.P. (1998) *Constructing Co-Cultural Theory: An Explication of Culture, Power, and Communication*, London: Sage Publication.
- Papacharissi, Z. (2002) "The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere" *Journal of New Media & Society*, 4 (1): 9-27.
- Price, S. (1998) *Media Studies*, London: Longman.
- Scott, R.L. (1993) "Dialectical Tensions of Speaking and Silence", *Quarterly journal of Speech*, 79 (1): 1-18.
- Selvin, James (2000) *The Internet and Society*, Cambridge: Polity press.
- Spivak, G. (1988) "Can the Subaltern Speak?", in G. Nelson and L. Grossberg (eds), *Marxism and the Interpretation of Culture*, pp 271- 317 Urbana: University of Illinois Press
- Stewart, D.W. (2002) From Consumer Response Active consumer: Measuring the Effectiveness of Interactive Media. *Journal of Marketing Science*, 30 (4): 376-369.