

نقش رسانه ها در تبیین هویت ایرانی

دکتر سید محمد دادگران - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی و مدیر گروه علوم ارتباطات واحد تهران مرکزی

Mohammad_Dadgaran@yahoo.com

خدیجه ططری - کارشناس ارشد علوم ارتباطات گرایش تحقیق در ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

Khtatari1984@gmail.com

چکیده

یکی از عملکردهای رسانه ها از زمان پیدایش بشریت تا عصر نوشتاری و عصر اطلاعات فرآیند آقاء، تقویت ارزشها، باورها، سنتها و معیارهای رفتاری بوده که با استناد به ابیات شاهنامه «فردوسی» - یکی از آثار ملی مکتوب ایرانیان - در این پژوهش، با تطبیق نظریه تطور تاریخی «مارشال مک لوهان» با رسانه های ارتباطی ایرانیان و تاثیر آنها در نگهداشت تمدن و هویت ایرانی در سه بعد، بررسی و تحلیل شده است:

۱. رسانه های گفتاری: که زبان، گفتار و گفتمان غالب در آن حائز اهمیت است.

۲. رسانه های نوشتاری: که ریشه های خط و نوشتار به عنوان ابزار ارتباطی با استناد به ابیات شاهنامه «فردوسی» در دوران پادشاهی «طهمورث دیوبند» بررسی و تبیین شده است.

۳. رسانه های الکترونیکی: با ورود رسانه های جدید الکترونیکی از جمله رادیو، تلویزیون و در نهایت اینترنت و ورود ما به عصر اطلاعات، نقش هویت های ملی کمرنگ تر می شود که ایرانیان ساکن جامعه اطلاعاتی در نگهداشت فرهنگ، هویت و تمدن غنی ایرانی باید تلاش کنند.

واژه های کلیدی: رسانه های گفتاری، نوشتاری، الکترونیک، هویت ایرانی

مقدمه

شاهنامه، فریاد زمان و بیانگر عصبان مردم است که بر اثر خشم برافروخته مردم به صورت قیام و سرپیچی پهلوانان از فرامین شاهان خود، با زبان دری در سطحی عالی و در پوشش داستان های دل انگیز بیان می شود. از اینرو تمامی دوران ارتباط شفاهی و زندگی فبيله ای دودمانی و عصر ارتباط کتبی را در بر می گیرد.

شاهنامه برای تبیین هویت ایرانی به عنوان یک وسیله ارتباطی به آموزش حکمت می پردازد و خرد تنها را اساس معرفت انسان در شناخت هستی می داند و آن را با این بیت آغاز می کند:

| | |
|-----------------------|--------------------------|
| بنام خداوند جان و خرد | کزین برتر اندیشه برنگذرد |
|-----------------------|--------------------------|

بالاترین صفت آفریدگار جهان، این است که خداوند جان و خرد است که خود او را از راه خرد نمی توان شناخت.

| | |
|------------------------------|-----------------------------|
| خرد را و جان را همی سنجد اوی | در اندیشه ساخته کی گنجد اوی |
| به هستیش باید که خستو شوی | ز گفتار بی کار یکسو شوی |

غم و شادی انسان از خرد است، سرنوشت انسان به خود و خرد اوست، زیرا که این جهان و در جهان آخرت، خرد تعیین کننده است.

| | |
|------------------------------|----------------------------|
| خرد بهتر از هرچه ایزد بداد | ستایش خرد را به از راه داد |
| خرد رهنمای و خرد دلگشای | خرد دست گیر به هر دو سرای |
| ازو شادمانی وزویت غمیست | وزویت فزونی وزویت کمیست |
| از اویی به هر دو سرای ارجمند | گسسته خرد پای دارد به بند |

در شاهنامه، در دفاع از هویت ملی و همبستگی مردم، جدال با شاهان، پیوسته صورت می گیرد، این درگیری از زمان «جمشید» آغاز می شود، در این ایام مردم بر او می شورند و به «ضحاک» می پیوندند.

علت این جدایی از «جمشید» را «حکیم طوس» چنین بیان می کند:

| | |
|-------------------------|----------------------|
| بر او تیره شد فره ایزدی | بکزی گزاید و نایخردی |
|-------------------------|----------------------|

و بدین ترتیب جهان بینی خردگرایانه در برخورد با تاریخ از زبان به عنوان ابزار ارتباطی استفاده می کند و قدرت انسان ایرانی را بر او آشکار می سازد تا دریابد و برای ایجاد جهانی شایسته زیست آمادگی پیدا کند، با مردمان دیگر همبستگی داشته باشد و برای دفاع از هویت خود بروز و با چنین پیشینه ای تابناک بتواند در عصر ارتباطات الکترونیک، جان مایه های هویت و تمدن ایرانی خود را پاس بدارد.

بیان مساله:

رسانه های ارتباطی از دیرباز وسیله ای برای برقراری ارتباط و اطلاع رسانی بشریت بوده اند. به عنوان اولین رسانه ارتباطی ایرانیان، می توان به زبان و یا همان ارتباطات کلامی و گفتار اشاره کرد. ایرانیان توانستند از طریق کلام و گفتار، معنا و مفهوم ذهن خود را به گیرنده پیام انتقال دهند و با آموختن خط، نحوه ارتباط و اطلاع رسانی آنان رفته رفته جنبه مکتوب و ماندگارتری پیدا کرد تا به امروز که رسانه های ارتباط جمعی نوین نقش بسیار مهمی را در اطلاع رسانی و تبیین هویت ایرانی دارند.

«هویت» در اصل امری انفعالی است. توجه به خود در رابطه و با توجه به دیگران و از خلال آنها معنا می یابد «خود بودن» یعنی دیگری نبودن، با دیگران تفاوت داشتن و در عین پیوند یا حتی آمیختگی، پیوستگی در عین گسستگی، گسستگی در عین پیوستگی، بعد اجتماعی هویت به واسطه و از راه دیگران معنا می یابد و هر گاه از طرف این دیگران مورد هجوم قرار گیرد و در نظر افتند طبعاً توجه بیشتری نسبت به آن برانگیخته می شود.

ایرانیان از جمله اقوامی هستند که در طول تاریخ خود در پی یافتن و تبیین هویت ملی خود بوده اند و رسانه های ارتباطی در این راستا نقش بسیار موثری داشته اند. از جمله آثار مکتوبی که توانسته هویت

ایرانی را طی قرن ها به تمامی جهانیان بشناساند می توان به اثر سترگ حماسی شاعر بلند آوازه ایرانی، شاهنامه «فردوسی» اشاره کرد. براساس نظریه «هارولد لاسول» که به تقسیم بندی نقش های رسانه های ارتباطی پرداخته است، می توان از شاهنامه «فردوسی» به عنوان یک رسانه مکتوب یاد کرد که توانسته نقش اطلاع رسانی و انتقال میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر را به خوبی ایفا کند؛ اما نقش اطلاع رسانی شاهنامه «فردوسی» به گونه ای نمایانگر شده که در کنار آن هویت ایرانی نیز به وضوح تبیین شده است. «شاهنامه عبارت است از: سرود مهر ایران و داستان پرفراز و نشیب زندگی ایرانی با همه خوبیها و بدیها، پیروزیها، شکستها و دگرگونیهایش و «فردوسی» آزاده ای است که روایت صادقانه این داستان پر ماجرا را بر عهده گرفته است؛ اما ارزش کار «فردوسی» تنها در این نیست که داستانهایی را منظوم می سازد و عیسی وار مردگانی را زنده می سازد، بلکه عظمت اصلی کار وی در جستجو، کشف و حفظ داستانهایی است که شکل گیری تمدن ایرانی، مساعی تمدن سازان و تاریخ آفرینان پر مقاومت و متفکر ایرانی را نشان می دهد و کارنامه هستی ملتی کهن را که گویی در مرکز جهان ایستاده و هر روز عمرش با مجموعه ای از مشکلات روبرو بوده است به آیندگان می نماید» (رستگارفسائی، ۱۳۸۱: ۱۵-۱۴).

«والتر لپمن» روزنامه نگار سیاسی، معتقد به این اندیشه است که داستان ها و نمادها، صرفنظر از ارزش آنها، در ارتباطات انسانی دارای اهمیت هستند. «به نظر «لپمن» تنها احساسی که هر شخص می تواند راجع به رویدادی که آنرا تجربه نکرده داشته باشد، احساسی است که، انکاره ذهنی وی، از آن رویداد برانگیخته می شود. «لپمن» می افزاید: «گاهی یا همان قوتی که به واقعیت ها پاسخ می دهیم، به داستان ها هم واکنش نشان می دهیم و اغلب به خلق این داستان ها و افسانه ها کمک می کنیم. در هر مورد میان ما و محیط، شبه محیطی قرار داده شده و ما نسبت به این شبه محیط است، که واکنش نشان می دهیم؛ اما این واکنش ها در محیط واقعی صورت می گیرند نه در شبه محیطی که واکنش ها را برانگیخته اند». به این دلیل «لپمن» می گوید: «آنچه که تطابق انسان با محیطش خوانده شده است، به واسطه داستان ها و افسانه ها روی می دهد» (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴: ۴۵۹).

این پژوهش در پی آن است که سیر تحول رسانه های ارتباطی را در داستان های کهن ایرانی و حماسه های ایرانی تا به امروز مورد بررسی قرار دهد و در جستجوی این است که چگونگی نقش رسانه ها را در تبیین هویت ایرانی بازگو کند.

چارچوب نظری این پژوهش تطبیق دوران تطور تاریخی وسایل ارتباطی که «مارشال مک لوهان» آنرا به سه دوره کهکشانی شفاهی، گوتنبرگ (مکتوب) و مارکنی (الکترونیکی) تقسیم بندی کرده استوار است. «این نمایی است از آنچه «مک لوهان» می گوید. او برای آدم های ساکن در هر کهکشانی خصیصه هایی را بر می شمارد. انسان کهکشانی شفاهی، قضا یا و رویدادها را متفاوت از انسان گوتنبرگ می نگرد. دنیای طبیعی چنین انسانی را حد و حدود شنوایی او می سازد. دنیایی کوچک با مرزی کاملاً در افق دید. «مک لوهان» می گوید که آدم ساکن کهکشانی گوتنبرگ توانست به تمام هنرها و علوم، به ریاضیات و فیزیک، نقاشی و شعر، حالت و شکل جدیدی بدهد و به این ترتیب اقامت در این کهکشانی، او را از زمان و مکان برای تمام قرون، در تمام جهات و گوشه های فرهنگ موجود بکسره تغییر داد.

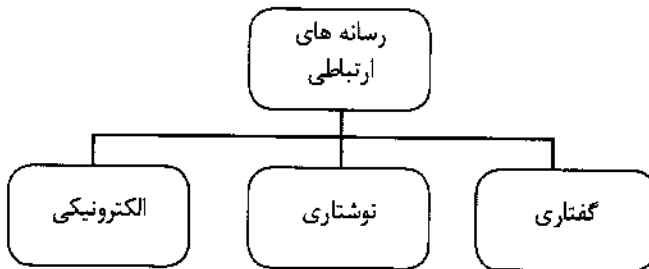
ساکنان کهکشانی مارکنی امکان یافتند که در کنار رادیو - وسیله ارتباطی که «مک لوهان» آنرا نیز مثل کتاب یک وسیله ارتباطی گرم می نامد - و در مقابل تلویزیون زندگی کنند.

آنها وارد دنیای درهم پیچیده ای شدند که باید یک آن، از جزئیات و خصوصیات کلی آن جدا می شدند. تلویزیون وسیله ارتباطی سردی بود که بیننده برای درک آن باید خلاهای موجود را پر می کرد و در آن فرو می رفت و با آن یکی می شد» (محسنیان راد، ۱۳۸۰: ۴۸۷).

بر همین اساس به تبیین ریشه های تاریخی وسایل ارتباطی ایرانیان از زمان اولین پادشاهی ایران یعنی «کیومرث» با استناد به ابیات شاهنامه «فردوسی» پرداخته شده است.

روش پژوهش

روش این پژوهش، تحلیل محتوای ابیات شاهنامه «فردوسی» و توصیفی استادی است. بدین طریق که از حدود ۵۴ هزار بیت موجود در شاهنامه «فردوسی» (به کوشش «سعيد حمیدیان») حدود ۳۰ هزار بیت از ابیات شاهنامه مورد تحلیل و تبیین قرار گرفته و از اسناد، کتب ادبی، تاریخی و ارتباطی برای بررسی سیر تطور تاریخی رسانه ها در هویت ایرانی استفاده شده است. این پژوهش بر نظریه «مارشال مک لوهان» که تحول تاریخی رسانه ها را به سه دوره تقسیم کرده، استوار است با این تفاوت که با ورود یک رسانه، رسانه دوران پیشین نه تنها از بین نمی رود بلکه در کنار رسانه دوره جدید به ادامه حیات می پردازد.



۱. رسانه های گفتاری

زبان ابزاری برای تعامل و ارتباط اجتماعی است تا به وسیله آن بتوان معنا و مفهوم ذهنی خود را به دیگری انتقال داد. زبان براساس نظر یکی از نظریه پردازان زبان شناسی دارای سه نقش است:

«الف- نقش ارتباطی، کلامی و کاربرد شناختی زبان ب- نقش یک عنصر زبانی در ارتباط با کل نظام یک زبان، یعنی نوعی کل گزایی همچون نقش یک آوا در کل نظام آوایی یک زبان و بنابراین تعیین اینکه آیا آن آوا، واج است یا نه، یعنی نقش تقابلی دارد یا نه، یا نقش یک عنصر زبانی در ارتباط با ساختی که در آن ظاهر شده است. ج- نقش به تعبیر ریاضی و منطقی آن یعنی «تابع». مثلاً می گوییم معنی جمله تابعی است از معانی سازه های تشکیل دهنده آن» (آفاگل زاده، ۱۳۸۵: ۵۳).

ایرانیان از زبان به عنوان یک وسیله ارتباطی استفاده می‌کردند به گونه‌ای که زبان در قالب خطابه یا سخنرانی در تمامی نبردها و اتفاقات مهم و بحرانی به عنوان یک رسانه نقش بسیار مهمی در اطلاع‌رسانی داشته است.

اشکال مختلف گفتمان همیشه به عنوان ابزارهایی موثر نه فقط برای حفظ وضع موجود جوامع، بلکه برای ساخت، شکستن ساخت و حتی بازسازی جوامع به کار گرفته شده است. پیش از پرداختن به مسأله گفتمان و اهمیتی که کاربرد «آگاهانه» آن در برقراری ارتباط بین حکومت‌ها و مردم دارد، ضروری است به موضوع دیگری اشاره شود که خصوصا در ترکیبش با گفتمان می‌تواند باعث دگرگونی عمیقی در برقراری چنین ارتباطی (بین حکومت‌ها و مردم) شود. به طور کلی می‌توان گفت که مطالعه و بررسی گفتمان‌ها به هیچ‌وجه کامل نخواهد بود، مگر آنکه رابطه آن با «زور» و «خشونت» بررسی شود. گفتمان و زور در کنار و با کمک هم از جمله مهمترین ابزارهایی هستند که توسط آنها مرزهای اجتماعی، سلسله مراتب اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، آرایش نهادها و الگوهای عادات و رفتارهای سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، تعیین، اصلاح و تعدیل می‌شوند و تغییر می‌یابند» (عضدائلو، ۱۳۸۰: ۶۳).

۱-۱ ارتباط گفتاری جمشید با مردم

در گفتمان «جمشید شاه»، زور و رویگردانی از خداوند را می‌توان یافت:

| | |
|--|--|
| ز یزدان بپچید و شد ناسپاس چه مایه سخن پیش ایشان براند | منی کرد آن شاه یزدان شناس گرانمایگان را ز لشکر بخواند |
| که جز خویشتن را ندانم جهان | چنین گفت با سالخورده مهان |
| چو من نامور تخت شاهی ندید | هنر در جهان از من آمد پدید |
| چنان است گیتی کجا خواستم | جهان را به خوبی من آراستم |

| | |
|--|--------------------------------|
| همان کوشش و کامتان از من است | خور و خواب و آرامتان از من است |
| که گوید که جز من کسی پادشاست (شاهنامه فردوسی: ۱۴) | بزرگی و دیهیم شاهی مراست |

در ارتباط گروهی، یک نفر به عنوان سخنران، ایده و اندیشه خود را به جمع کثیری الفا می کند. «ارتباط جمعی یا عمومی در اکثر موارد براساس هدف اطلاعاتی یا اقناع و متقاعدسازی^۱ طرح ریزی می شود و شکل می گیرد» (فرهنگی، ۱۳۸۲: ۱۵).

انگیزه این ارتباط قدرت طلبانه، غرور و خودخواهی «جمشید» است. برای همین همه بزرگان را به پرستش خویش فرا می خواند. مخاطب «جمشید» و یا گیرندگان پیام او، بزرگان ایران هستند؛ واکنش و یا بازخور، دوری او از بزرگان و قطع ارتباط با آنها است.

۲-۱ اطلاع رسانی مردم از اوضاع ایران به رستم

بررسی گفتمان های پهلوانان ایرانی برای حفظ هویت نهاد ایرانشهری به وضوح دیده می شود. به عنوان نمونه می توان به زمانی اشاره کرد که ایران مورد تاخت و تاز ترکان و نازیان فرار گرفته بود و گفتمان همه پهلوانان ایرانی برای اطلاع رسانی از اوضاع بحرانی زده ایران زمین به جهان پهلوان «رستم» داستان یکی و هم صدا شدند:

| | |
|--|------------------------------|
| کنام پلنگان و شیران شود | دریغ است ایران که ویران شود |
| نشستگاه شهریاران بدی | همه جای ایران سواران بدی |
| نشستگاه نیز چنگ ازدهاست | کنون جای سختی و رنج و بلاست |
| بدین رنج ما را بود دستگیر | کسی کز پلنگان بخورده است شیر |
| دل خویش از این رنج، پرداختن (شاهنامه فردوسی: ۱۶۰) | کنون چاره ای باید انداختن |

در این گفت‌وگو و گفتار پهلوانان ایرانی به خوبی وضعیت بحرانی و به تاراج رفتن خاک ایران زمین به دست بیگانگان را می‌توان دریافت کرد و آنان در گفتار خود علاوه بر اطلاع‌رسانی خواستار چاره‌ای برای نجات ایران زمین هستند.

گفتار و زبان به عنوان یکی از مهمترین و قویترین وسیله ارتباطی است که در امر اطلاع‌رسانی بسیار موثر است. در واقع اساس وسایل ارتباطی امروزی نیز زبان و گفتار است، البته با تغییر و تحولات تکنولوژیکی که در دوران‌های مختلف صورت گرفته، گفتار پادشاهان و سیاستمداران کشورهای مختلف جهان را از طریق رسانه‌ای به نام تلویزیون دریافت می‌کنیم که این یکی از بارزترین خصوصیات عصر پست مدرنیسم است. بنا به گفته «ژان بودریار»، یکی از نظریه پردازان پست مدرنیسم، انسان‌ها دیگر صدا و تصویر سیاستمداران خود را از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی دریافت می‌کنند و در واقع در عصر پست مدرنیسم وضعیتی پیش آمده است که دیگر واقعیت به معنای اصیل آن وجود ندارد؛ آنچه هست تنها از طریق رسانه‌ها به مردم منتقل می‌شود. بنابراین خطر فراموشی هویت ملیت‌ها به وضوح آشکار است به خصوص هویت ایرانی که باید از آن جلوگیری شود.

۲. رسانه‌های نوشتاری

ریشه‌های تاریخی خط را در دوران «طمهورث» از پادشاهان دوره اسطوره‌ای می‌توان یافت که حکیم طوس به خوبی به این امر اشاره کرده است:

| | |
|--------------------------|----------------------------|
| یکی نامور دادشان زینهار | بدان تا نهانی کنند آشکار |
| جو آزاد گشتند از بند او | بجستند ناچار پیوند او |
| نبشتن به خسرو بیاموختند | دلش را به دانش برافروختند |
| نبشتن یکی نه که نزدیک سی | چه رومی چه تازی و چه پارسی |

| | |
|----------------------------|---|
| چه سغدی چه چینی و چه پهلوی | ز هر گونه کان همی بشنوی (شاهنامه فردوسی: ۱۲) |
|----------------------------|---|

«طهمورث» با چیره شدن بر دیوان و به بند بستن آنها، شرط رهایی دیوان از بند را آموختن خط به ایرانیان قرار داد. دیوان، ۳۰ نوع خط را به «طهمورث» آموختند؛ اما فقط از شش نوع آن نام برده شده است. در واقع عده ای بر این باور هستند که خط، صنعت اهریمنی است. در واقع ریشه و پیدایش خط را در میان ایرانیان باستان با استناد به ابیات شاهنامه «فردوسی» می توان جستجو کرد و ایرانیان سهم بسیار بزرگی در پیدایش خط و نوشتار داشتند. از آن پس خط و اطلاع رسانی مکتوب در میان ایرانیان رایج شد و از طریق نامه، کتاب و دست نوشته های روی کتیبه ها به عنوان رسانه ارتباطی برای اطلاع رسانی اوضاع و احوال ایران و جنگ، به شاهان استفاده می کردند؛ برای نمونه می توان به نامه «رستم»، جهان پهلوان ایران، به «کیخسرو» شاه ایران اشاره کرد:

نامه «رستم» به «کیخسرو» شاه ایران

| | |
|------------------------------|--------------------------------|
| سرنامه کرد آفرین خدای | کجا هست و باشد همیشه بجای |
| برازنده ماه و کیوان و هور | نگارنده فر و دیهیم و زور... |
| وز و آفرین باد بر شهریار | زمانه مبادا ازو یادگار |
| ...رسیدم بفرمان میان دو کوه | سپاه دو کشور شده همگروه |
| کشانی و شگنی و چینی و هند | سپاهی ز چین تا به دریای سند... |
| چهل روز باهم همی جنگ بود | تو گفتی بریشان جهان تنگ بود... |
| ...زبانها پر از آفرین تو باد | سر چرخ کردان زمین تو باد |
| | (شاهنامه فردوسی: ۴۱۲) |

محتوای پیام:

۱. آغاز نامه با نام و یاد خداوند

۲. سخن از بزرگی سپاه توران و ترس به دل خود راه ندادن

۳. درود به «کیخسرو» و همراه با ادای احترام

در این ابیات به وضوح وجود نامه به عنوان رسانه ارتباطی میان شاه ایران «کیخسرو» و جهان پهلوان ایران نمایانگر است. این نشان از هویت و فرهنگ غنی ایرانی می باشد که برای سرعت دادن به خبررسانی از وسیله ارتباطی همچون نامه استفاده شده است.

برخلاف نظر عده ای که ریشه اختراع خط را در دیگر سرزمین‌ها می دانند، اما با استناد به ابیات شاهنامه «فردوسی»، این اثر سترگ هویت ایرانی، استفاده از رسانه های ارتباطی را به طور آشکارا به نمایش گذاشته است. ایرانیان از همان آغاز اختراع خط، با توجه به نیازهای خود، برای حفظ و انتقال نوشته ها به دیگران از کتبه های سنگی و گلی، دستنویس بر روی پوست حیوان و برگ درخت استفاده می کردند تا به امروز که با توجه به ورود تکنولوژی های جدید چاپی استفاده از این امر گسترش یافته است.

۳. رسانه های الکترونیکی

با پیشرفت تکنولوژی های جدید ارتباطی و ظهور رسانه هایی چون رادیو، تلویزیون و اینترنت، ارتباطات میان انسان ها علاوه بر اینکه همان شکل ارتباط رو در رو و سنتی خود را حفظ کرده اما ارتباط مجازی نیز امروز نقش پررنگ تری دارد. رسانه های ارتباطی امروزی در شناساندن هویت غنی ایرانی نقش بسیار مهمی را ایفا می کنند.

در عصری که ما در آن زندگی می کنیم مفاهیمی چون «عصر اطلاعات» و «انقلاب اطلاعات» بیشتر به گوش می رسد. اشاره ها بر این شناخت استوارند که جهان به گونه ای فزاینده به تولید، توزیع و مصرف اطلاعات در عصر گسترش وسایل ارتباطی متکی است. در حالی که خوشبینان، مدعی جهانی

بهتر در نتیجه نشر و پخش اطلاعات برای همگان هستند، بدینسان، نکاتی چون قابلیت دسترسی و هزینه اطلاعات را مطرح می کنند که برای بسیاری از افراد استفاده از این تکنولوژی ها را غیرممکن می کند. اما از این امر نباید غافل بود که آثاری چون شکسته شدن بسیاری از مرزهای پیشین، تضعیف بسیاری از عوامل متعارف قوام بخش در نظم بین الملل، تضعیف نظام دولت - ملت به معنای کلاسیک، تضعیف عوامل هویت بخشی مبتنی بر غیرت سازی های پررنگ سیاسی و ملی، تقویت هویت های قومی، کاهش اتکای موازنه بین المللی از عوامل سخت افزاری مانند توازن تسلیحاتی به عوامل نرم افزاری مانند فرهنگ، دانش، اطلاعات و تقویت عوامل فروتر و فراتر از دولت ها از جمله مصادیق ورود به این دوران است (خانیکی، ۱۳۸۸: ۳).

عصر ما، عصر پیدایش جامعه شبکه ای است که سرمایه داری را متکی به دانش و اطلاعات ساخته، آنرا جهانی کرده و گسترش روزافزونی بر زندگی ما داشته است. نقش اطلاعات و رسانه های الکترونیکی نوین در زندگی اجتماعی و در عرصه های علمی و فنی انکار ناپذیر بوده و در برنامه ریزی های توسعه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، جایگاه ویژه ای به فناوری اطلاعات و ارتباطات داده می شود. استفاده از تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات و در راس آن اینترنت، امکان برقراری سریع ارتباط، اطلاع از اخبار و رویدادهای جهانی، تبادل فرهنگی، دستیابی سریع به یافته های علمی جدید، کاهش هزینه های ارتباطی، آزادی در تبادل اطلاعات، افزایش میزان آگاهی عمومی و ... را به وجود آورده که از مزایای عمده و کارکردهای قابل توجه گسترش استفاده از ارتباطات اینترنتی به شمار می روند.

در کنار گسترش ارتباطات بحث هویت بخشی ملت ها از جمله هویت ایرانی که بحث این پژوهش است حائز اهمیت است. شاعر بلند آوازه ایرانی «ابوالقاسم فردوسی» با آفریدن اثری به نام شاهنامه که از آن باید به عنوان رسانه هویت ایرانی یاد کرد، با وجود تمام خطرهایی که از سوی حکومت وقت یعنی «سلطان محمود غزنوی»، او را تهدید می کرد، توانست ملیت و هویت ایرانی را پس از قرن ها زنده نگه دارد و آنرا به ما ساکنان ایرانی عصر اطلاعات انتقال دهد. خود او نیز در آیات غزا و دلنشین خود به این

مسئله اشاره کرده است:

| | |
|------------------------------|------------------------------|
| ز باران و از تابش آفتاب | بناهای آباد گردد خراب |
| که از باد و باران نیابد گزند | بی افکندم از نظم کاخی بلند |
| که تخم سخن را پراکنده ام | نمیرم ز این پس که من زنده ام |

با تمام مزایایی که عصر اطلاعات دارد اما گاهی برخی از این مزایا باعث کم‌رنگ شدن هویت ملت‌ها به خصوص هویت ایرانی می‌شود که این وظیفه بر دوش تک‌تک ایرانیان ساکن عصر اطلاعات گذاشته شده است که از کم‌رنگ شدن و از بین رفتن هویت خود جلوگیری کنند و از تکنولوژی‌های نوین این عصر در راستای تقویت هویت ایرانی استفاده کنند، تکنولوژی‌های نوینی چون شبکه اجتماعی که چندی است در دنیای سایبر برای اطلاع رسانی و ارتباط با فرهنگ‌های دیگر ملل و آشنایی با هویت‌های آنان است. در مقابل آن نیز ایرانیان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات مجازی امروزی می‌توانند هویت ایرانی را که حکیم طوس آن را از تمامی گزندهای روزگار خود توانسته حفظ کند را به دنیای نوین امروز بشناسانند تا از به مصادره درآمدن این اثر که شناسنامه و هویت هر ایرانی است از سوی دیگر ملل جلوگیری کنند.

نتیجه‌گیری

در مجموعه مطالب مذکور می‌توان به نتایجی به قرار زیر دست یافت:

رسانه‌های ارتباطی نقش بسیار مهمی در انتقال میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر و نقش اطلاع رسانی دارد.

در پژوهش مذکور با استناد به ابیات شاهنامه «فردوسی» به بررسی ریشه‌های تاریخی رسانه‌های ارتباطی در ایران زمین پرداخته شد که براساس نظریه‌تطور تاریخی «مارشال مک لوهان» رسانه‌های

ارتباطی در ایران و تاثیر آن بر هویت ایرانی در سه بعد تبیین شد:

۱. رسانه‌های گفتاری: زبان و گفتار، اساس رسانه‌های ارتباطی ایرانیان است که به بررسی و تبیین ابیات شاهنامه «فردوسی» از دوران اسطوره‌ای تا پایان دوره حماسی پرداخته شد. گفتار زور و قدرت در میان برخی از پادشاهان ایرانی از جمله «جمشید» بیان شد و دیگر گفتار و گفتار ایران دوستی و وطن دوستی پهلوانان ایرانی از جمله «رستم» در تحریک و تهییج روحیه ملی ایرانی به عنوان یک رسانه ارتباطی تحلیل و بررسی شد.

۲. رسانه‌های نوشتاری: ریشه‌های پیدایش خط در تمدن بشری با استناد به ابیات شاهنامه در دوران «طهمورث» به وضوح بیان شد. اینکه از آن به بعد خط و نوشتار به عنوان یک وسیله ارتباطی بسیار مهم برای تبیین و شرح اوضاع و احوال ایران، جنگ‌های مختلف، مواقع بحرانی برای اطلاع‌رسانی سریع و آسان استفاده شده است و اینکه رسانه‌های نوشتاری از جمله نامه‌ها، کتیبه‌های سنگی و گلی نقش بسیار مهمی در خبررسانی داشته‌اند.

۳. رسانه‌های الکترونیکی: با ظهور روزافزون رسانه‌های ارتباطی و ورود به جامعه اطلاعاتی، اطلاعات و اخبار به عنوان مهمترین محصول تبادل است. با توجه به مزایایی که این عصر دارد نباید از هویت‌های ملی ساکنان ملت‌های مختلف غافل بود. در عین پیشرفت این تکنولوژی‌های نوین، ایرانیان باید در جامعه شبکه‌ای هویت، تمدن غنی و دیرین ایرانی خود را حفظ کنند و آنرا به جهانیان بشناسانند.

منابع:

کتاب فارسی

۱. آفاگل زاده، فردوس، ۱۳۸۵، تحلیل گفتمان انتقادی، چاپ اول، انتشارات علمی فرهنگی، تهران
 ۲. تانکارده، جیمز، سورین، ووتر، ۱۳۸۴، نظریه های ارتباطات، ترجمه دکتر علیرضا دهقان، چاپ دوم، انتشارات دانشگاه تهران، تهران
 ۳. حمیدیان، سعید، ۱۳۸۶، شاهنامه فردوسی، چاپ دهم، نشر قطره، تهران
 ۴. حیاتی، زهرا، ۱۳۸۶، از هویت ایرانی (مجموعه مقالات)، چاپ اول، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی
 ۵. دادگران، سید محمده ۱۳۸۱، مبانی ارتباط جمعی، چاپ چهارم، انتشارات فیروزه
 ۶. رستگارفسایی، منصور، ۱۳۸۱، فردوسی و هویت شناسی ایرانی، تهران، طرح نو
 ۷. صفا، ذبیح الله، ۱۳۸۴، حمله سرایی در ایران، چاپ هفتم، انتشارات امیرکبیر، تهران
 ۸. عضداتلو، حمید، ۱۳۸۰، گفتمان و جامعه، چاپ اول، نشرنی، تهران
 ۹. فرهنگی، علی اکبر، ۱۳۸۳، ارتباط انسانی، چاپ ششم، انتشارات رسا، تهران
 ۱۰. محسنیان راده مهدی، ۱۳۸۰، ارتباط شناسی، چاپ چهارم، انتشارات سروش، تهران
 ۱۱. مسکوب، شاهرخ، ۱۳۷۳، هویت ایرانی و زبان فارسی، چاپ اول، انتشارات باغ آینه، تهران
 ۱۲. معین، محمد، ۱۳۸۱، فرهنگ فارسی، چاپ نوزدهم، انتشارات امیر کبیر، تهران
 ۱۳. وبستر، فرانک، ۱۳۸۰، نظریه های جامعه اطلاعاتی، ترجمه اسماعیل قدیمی، چاپ دوم، انتشارات فایده سرا، تهران
- #### روزنامه ها
۱۴. خانیکی، هادی، ۳۰ آذر ماه ۱۳۸۸، «دستیابی به حقیقت»، ضمیمه روزنامه اعتماد

11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100