فصلنامه علمی مطالعات دینی رسانه/ سال ششم/ شماره بیست و یکم/ بهار ۱۴۰۳/ ۱-۲۴
Journal of Religious Studies in Media, No 21, 2024

فرصت‌ها و تهدیدهای رسانه‌های اجتماعی در گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی با رویکرد دینی

سید محمدعلی مرتضوی شاهرودی*

چکیده

هدف: با توجه به پیشرفت روزافزون فناوری، رسانه‌های اجتماعی در گسترش ارتباطات دینی میان فرهنگ‌ها نقش به‌سزایی داشته است. با این حال استفاده نادرست از رسانه‌های اجتماعی یا گزندهای احتمالی به ارتباطات میان‌فرهنگی در راستای دین، می‌تواند تأثیرات منفی بر ارتباطات میان فرهنگی داشته باشد، مانند ساخت و پخش محتوایی که باعث اختلاف فرهنگی و دینی مردم و ملت‌ها بشود. ذکر این نکته ضروری است که داشتن رسانه‌های اجتماعی بومی در این راستا می‌تواند بسیار مفید باشد.

روش‌شناسی پژوهش: در این پژوهش با روش کیفی، به شیوه تحلیل مضمون و از طریق مطالعه کتابخانه‌ای میخواهیم فرصت‌ها و تهدیدهای رسانه‌های اجتماعی بررسی شده و به تاثیر این رسانه‌ها بر گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی در راستای اهداف دینی پرداخته شده است.

یافته‌ها: مدیریت بهتر رسانه‌های اجتماعی، به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی بومی، در ابتدا

* دانشجوی کارشناسی‌ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، گروه ارتباطات اجتماعی، دانشکده دین و رسانه، دانشگاه صداوسیما، قم، ایران؛ M.shahroudy90@gmail.com.

استناد به این مقاله: مرتضوی شاهرودی، سید محمد علی (۱۴۰۳). فرصت‌ها و تهدیدهای رسانه‌های اجتماعی در گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی با رویکرد دینی. *مطالعات دینی رسانه*، ۶ (۲۱)، ۱-۲۴.
https://doi.org/10.22034/jmrs.2024.208150

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۱۸ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۱/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۱/۲۰ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۳/۰۳/۲۸

© نویسندگان. نوع مقاله: پژوهشی ناشر: دانشگاه صدا و سیما

باعث بهبود روابط میان‌فرهنگی شده و از این رهگذر می‌توان بهترین استفاده را از این ارتباطات داشت. همچنین می‌توان از تهدیدهای موجود در مسیر دین مانع شد. با دانستن فرصت‌ها و تهدیدها می‌توان مسیر درست برای ارتباط را یافته و تهدید را به فرصت تبدیل کرد.

بحث و نتیجه‌گیری: رسانه‌های اجتماعی بستر خوبی برای گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی است. باید توجه داشت علاوه‌بر انتشار مطالب در تمامی رسانه‌های اجتماعی غیربومی، باید رسانه‌های اجتماعی بومی را هم فعال کنیم و از این فرصت به‌درستی استفاده کنیم تا حقیقت به‌درستی بیان شود و ارتباطات میان‌فرهنگی به صورت صحیح شکل بگیرد.

کلیدواژه‌ها: رسانه، ارتباطات، فرصت، تهدید، رسانه‌های اجتماعی، ارتباطات میان‌فرهنگی، دین

مقدمه

برای ارتباط موثر در مناسک دینی باید با فرهنگ‌های مختلف آشنا بود. درحقیقت بدون در نظر گرفتن آداب و رسوم، عقاید و فرهنگ‌ها ارتباط کامل صورت نمی‌گیرد. رسانه‌های نوین اجتماعی به‌عنوان یک بستر مناسب برای گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی این قدرت را دارد که بتواند فرهنگ‌های مختلف را با هم آشنا کند و ارتباطات میان‌فرهنگی را در مسیر مناسب خود قرار دهد.

باید دانست رسانه‌های اجتماعی در این مسیر دارای فرصت‌های بسیار و تهدیدهای بی‌شماری است که بدون توجه به آن‌ها نمی‌توان استفاده درستی از ارتباطات میان‌فرهنگی داشت، و حتما درگیر اختلال‌هایی خواهد شد. پس این پژوهش علاوه‌بر بیان ضرورت استفاده از رسانه‌های اجتماعی در گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی به دنبال آن است که با فرصت‌ها و تهدیدهای آن آشنا شده و بتوان بهترین استفاده را از این ارتباطات در فضای محتوای دینی داشت. شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای رسانه‌های اجتماعی بر گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی یکی از اقدامات مهم در رویکردهای دینی است. درواقع باید این

فرصت‌ها و تهدیدها را شناخت و بعد از آن دست به اقدام زد.

رسانه‌های اجتماعی گروهی از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت هستند که با اتکا به بنیان‌های تکنولوژیک وب، امکان ایجاد و تبادل محتوای تولیدشده به‌وسیله کاربران را فراهم می‌کنند. به این ترتیب هر کاربر اینترنتی به‌راحتی و در مدت زمان چند دقیقه می‌تواند وبلاگ شخصی ایجاد کند و یا در دیگر سایت‌ها عضو شود و محتواهایی که تولیدی اعم از متن، عکس، صدا و ویدئو را به‌آسانی منتشر کند. بنابراین تولید رسانه‌ای در فرآیندی متفاوت با رسانه‌های سنتی صورت می‌پذیرد و کاربران اینترنتی خود، تولیدکننده محتوا در عرصه اینترنت محسوب می‌شوند (عقیلی و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۴: ۲۲).

ارتباطات میان‌فرهنگی به‌عنوان مبادله اندیشه‌ها، معانی و کالاهای فرهنگی میان مردمانی از فرهنگ‌های مختلف، بین آن دسته از مردم جریان می‌یابد که ادراکات فرهنگی و نظام‌های نمادی آن‌ها به اندازه کافی مجزا باشند. در این‌گونه از ارتباط، یا بین دو طرف، هیچ‌گونه عُلقه فرهنگی وجود ندارد، و یا طرفین دارای پیوندهای فرهنگی ضعیفی هستند. همچنین ارتباطات میان‌فرهنگی دارای ابعاد و مؤلفه‌هایی است که عبارتند از: ادراک، فرایندهای کلامی، فرایندهای غیرکلامی و فرهنگ (مجاور شیخان، ۱۴۰۰: ۱۹۱).

این پژوهش می‌تواند در شناخت بهتر نقش رسانه‌های اجتماعی به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی نوین بومی برگسترش ارتباطات میان‌فرهنگی در مراسم اربعین یاری رساند. این تحقیق می‌تواند عوامل مؤثر بر موفقیت یا شکست رسانه‌های اجتماعی مخصوصا رسانه‌های اجتماعی بومی را شناسایی کند، راهکارهایی برای بهبود و توسعه رسانه‌های اجتماعی بومی ارائه دهد، مزایا و معایب استفاده از رسانه‌های اجتماعی را بیان کند و با رسانه‌های اجتماعی بومی مقایسه صورت دهد. همچنین با کمک پژوهش حاضر می‌توان اهمیت ارتباطات میان‌فرهنگی را درک کرده و در مسیر توسعه آن به‌وسیله رسانه‌های اجتماعی بکوشیم. این پژوهش به‌دنبال بیان فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی بر گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی حاصل از تماس فرهنگی و دینی مردم است. بنابراین در ابتدا با مطالعه با کتب مربوطه به‌صورت کتابخانه‌ای، چارچوب نظری موردنظر برای پژوهش ایجاد شده و سپس به

صورت کیفی و با روش تحلیل مضمون به بررسی مطالب پرداخته شده است.

پیشینه تحقیق

مرور بر پژوهش‌های پیشین و بررسی ادبیات موضوع از ضروریات اصول تحقیق است. این امر پژوهشگر را در مسیر تحقیق یاری می‌رساند و موجب آشنایی وی با مشکلات چگونگی انجام کار می‌شود. همچنین به محققانی که در آینده قصد تحقیق در زمینه موضوع مربوطه را دارند، کمک می‌کند.

مجاور شیخان (۱۴۰۰) در مقاله «رسانه ملی و توسعه ارتباطات میان‌فرهنگی: بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر هم‌افزایی رسانه‌ای» به نقش رسانه ملی در توسعه ارتباطات میان‌فرهنگی پرداخته و از روش تحقیق کاربردی-توسعه‌ای و روش مطالعه توصیفی-تحلیلی استفاده کرده و داده‌های خود را از طریق مصاحبه عمیق و تکنیک دلفی جمع‌آوری کرده است. پژوهشگر به این نتیجه رسیده که رسانه ملی باید بازتعریف مفهوم قوم‌گرایی، افزایش سرمایه اجتماعی و فرهنگی، ارائه مشترکات فرهنگی و نمایش ندادن تعارضات میان‌فرهنگی را به‌عنوان کارکردهای خود در نظر بگیرد.

خانیکی و زندیه (۱۳۹۸) در مقاله «طراحی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی قومی» در زمینه کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی از روش آمیخته متوالی کیفی و کمّی استفاده کرده و داده‌های خود را از طریق مصاحبه عمقی و پرسشنامه جمع‌آوری کرده است. پژوهشگر به این نتیجه رسیده که الگوی کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی قومی شامل سه متغیر اصلی است: تأثیرات میان‌فرهنگی قومی، هویت قومی و قوم‌محوری. این الگو از برازش مناسبی برخوردار است و می‌تواند برای توسعه و بهبود ارتباطات میان‌فرهنگی قومی مفید باشد

عبدالله‌تبار (۱۳۹۶) در مقاله «بررسی تأثیر شبکه‌های مجازی بر تحول ارتباطات میان‌فرهنگی» در زمینه تأثیر شبکه‌های مجازی بر تحول ارتباطات میان از روش تحقیق

کاربردی-توسعه‌ای و توصیفی-تحلیلی استفاده کرده و داده‌های خود را از طریق پرسشنامه جمع‌آوری کرده است. پژوهشگر به این نتیجه رسیده که شبکه‌های مجازی بر تحول عقاید، آداب و رسوم و هویت اجتماعی افراد تأثیر مثبت دارند و از این منظر آداب و رسوم بیشترین تحول را پذیرفته‌اند.

فرقانی (۱۳۹۶) در مقاله «رسانه‌ها و ارتباطات میان‌فرهنگی بین جهان ایرانی و جهان عربی» در زمینه ارتباطات میان‌فرهنگی بین جهان ایرانی و جهان عربی و نقش رسانه‌ها در کاهش تنش‌های میان فرهنگی به مرور تاریخی برخی از اشتراکات فرهنگی بین دو فرهنگ و چالش‌هایی که از تعامل آن‌ها پیش می‌آید، پرداخته است. مقاله پیشنهاد می‌کند همکاری بین دانشگاهیان در حوزه‌های ارتباطات و مطالعات فرهنگی در گستره فرهنگی جهان ایرانی و جهان عربی می‌تواند زمینه‌ای برای برگزاری دوره‌های آموزشی و نشست‌های تخصصی برای روزنامه‌نگاری صلح فراهم کند.

یوسفی و ورشوئی (۱۳۸۹) در مقاله «سفر زائرین خارجی به مشهد و تأثیر آن بر ارتباطات میان‌فرهنگی اجتماعات شیعی» به دنبال این هدف هستند که نشان دهند سفرهای زیارتی، ارتباطات میان‌فرهنگی اجتماعات شیعی را تقویت می‌کند. یافته مذکور متضمن این معناست که زیارت به‌عنوان یک مناسک مذهبی، فرصت ارتباطات غیرکلامی متعددی را بین مهمان و میزبان فراهم می‌آورد. این نوع ارتباط با وجود ناآشنایی‌های زبانی، ارتباطات میان‌فرهنگی را تقویت می‌کند و علاوه‌بر آن زیارت و سفرهای زیارتی این پتانسیل را دارد که با وجود موانع زبانی و تفاوت‌های فرهنگی زائرین، پیوندهای اجتماعی گوناگونی را در بین پیروان یک مذهب از ملیت‌های مختلف ایجاد کند.

در تحقیق‌های گذشته به اهمیت ارتباطات میان‌فرهنگی و توسعه آن توسط شبکه‌های اجتماعی پرداخته شده است. نتیجه دیگر پژوهش‌های پیشین این است که مراسم دینی مانند اربعین و سفرهای زیارتی در بهبود روابط فرهنگی بسیار موثر است.

تفاوت پژوهش حاضر با پژوهش‌های پیشین این است که در این تحقیق به دنبال فرصت‌ها و تهدیدهای رسانه‌های اجتماعی در مورد گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی هستیم.

همچنین پژوهش‌های پیشین از طریق پیمایش صورت گرفته است، درحالی‌که در این پژوهش به‌صورت کیفی فرصت‌ها و تهدیدها مورد نقد و بررسی قرار می‌گیرد. همچنین در این پژوهش به نقش رسانه‌های اجتماعی بومی پرداخته خواهد شد که در پژوهش‌های پیشین به آن پرداخته نشده است.

ارتباطات میان‌فرهنگی

«ارتباطات میان‌فرهنگی» یک مفهوم علمی است که به بررسی ارتباطات میان افراد و گروه‌هایی که دارای فرهنگ‌ها، زبان‌ها، ارزش‌ها، باورها و الگوهای رفتاری متفاوت هستند، می‌پردازد. این مفهوم اهمیت زیادی در عصر جهانی شدن و تعاملات بین‌المللی دارد و می‌تواند به افزایش درک متقابل، حل منازعات، همکاری و توسعه کمک کند.

ارتباطات میان‌فرهنگی دارای چندین کارکرد است که ازجمله آن‌ها می‌توان به تبادل و ترجمه کتاب، نمایش فیلم، تولید برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی به زبان مقصد، موسیقی، رسانه‌های اجتماعی، اعزام تیم‌های ورزشی، جذب توریست، اعطای بورسیه‌های تحصیلی آموزش و ترویج زبان ملی شرکت در کنفرانس‌های علمی، تبادل استاد و دانشجو میان دانشگاه‌ها و موسسات علمی و تحقیقاتی و برگزاری نمایشگاه‌های مختلف فرهنگی ازجمله در زمینه آداب و رسوم مردم یک کشور در کشور میزبان اشاره کرد (جمشیدی؛ سلطانی‌نژاد و بیات، ۱۳۹۵: ۴۶).

ارتباطات میان‌فرهنگی به مطالعه و تحلیل ارتباطات میان افراد و گروه‌های دارای فرهنگ‌های متفاوت می‌پردازد. این مفهوم به بررسی چگونگی تأثیر فرهنگ بر ارتباطات و چگونگی برقراری ارتباط مؤثر میان‌فرهنگی می‌انجامد. ارتباطات میان‌فرهنگی یک مفهوم میان‌رشته‌ای است که به بررسی تعاملات میان افراد و گروه‌های دارای فرهنگ‌های متفاوت می‌پردازد.

این مفهوم از دیدگاه‌ها و روش‌های مختلفی مانند انسان‌شناسی، مطالعات فرهنگی، زبان‌شناسی، روان‌شناسی و ارتباطات استفاده می‌کند. این مفهوم همچنین اهمیت زیادی در

زمینه‌هایی مانند تجارت بین‌الملل، روابط بین‌الملل، آموزش، سلامت، مهاجرت و غیره دارد. ارتباطات میان‌فرهنگی می‌تواند موجب افزایش درک متقابل، احترام، همکاری و صلح میان فرهنگ‌ها شود. به‌عنوان مثال ارتباط بین فرهنگ عرب و ایرانی چنان است که در عین تأثیرگذاری زبان عرب در فرهنگ ایرانی، اعراب نیز بسیاری از آیین‌های ایرانیان (همچون عید نوروز) را به جا می‌آوردند (مرادیان، ۱۳۵۴: ۶۶۱). به همین ترتیب در رمان‌های یگانه برنده عرب زبان نوبل ادبیات، نجیب محفوظ، آثار و نشانه‌هایی از ادب صوفیان شاعران بزرگ ایرانی مانند حافظ، عطار و مولوی دیده می‌شود؛ البته با همه قرابت‌ها و اشتراکات فرهنگی، شناخت فرهنگی شایسته‌ای بین تمدن ایرانی و عربی-اسلامی شکل نگرفته است. به‌گونه‌ای که در بین ایرانیان در استان‌های جنوبی، آیین‌ها و رسوم عربی متداول است و در بین کشورهای حاشیه خلیج فارس رنگ و بوی رسوم ایرانی را به وضوح می‌توان دید (فرقانی، ۱۳۹۶: ۱۹۷).

ارتباطات میان‌فرهنگی موثر دارای عناصری است که برای یک ارتباط موثر باید آن‌ها را شناخت. این عناصر ارتباط بین فرهنگی عبارتند از:

۱. ادراک: ادراک فرایندی است که فرد به واسطه آن، محرک‌ها را از دنیای خارجی انتخاب، ارزیابی و سازماندهی می‌کند. این مقوله که از عناصر ارتباط بین فرهنگی است، در ادراکات فرهنگی بر مبنای سیستم‌های اعتقادی، ارزشی و نگرشی بنا شده است.

۲. فرایندهای کلامی: چگونگی فکر کردن و حرف زدن با یکدیگر، از عناصر ارتباط بین فرهنگی به شمار می‌رود.

۳. فرایندهای غیرکلامی: این عنصر شامل استفاده از حرکات برای برقراری ارتباط است، البته معنای این حرکات از فرهنگی به فرهنگ دیگر تغییر می‌کند.

۴. فرهنگ: این عنصر، موقعیت رویداد ارتباطی را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد (لو و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۱).

همچنین ارتباطات میان‌فرهنگی دارای اشکال مختلفی است، و هر ارتباط می‌تواند زیرمجموعه یکی از این مسائل قرار بگیرد. شکل‌های ارتباط بین فرهنگی عبارتند از:

۱ـ ارتباط بین نژادی: ارتباط بین نژادی زمانی رخ می‌دهد کـه منبـع و دریافـت‌کننـده از نژادهای متفاوت بوده و به تبادل پیام بپردازند.

۲ـ ارتباط بین قومی: معمولا گروه‌های قومی، جوامع خود را در یک کشـور یـا فرهنـگ شکل می‌دهند. این گروه‌ها دارای منشأ و میراث مشترکی هستند که برای تحت‌تأثیر قرار دادن اسامی خانوادگی، زبان، مذهب، ارزش‌ها و مشابه این‌ها مناسب هستند. زمانی کـه فرهنـگ قومی این اقوام که از یک نژاد هستند، اما اصالت‌های قومی مختلف دارند، به همدیگر منتقل شوند، ارتباط بین قومی شکل می‌گیرد (فیاض و نادری، ۱۳۹۷: ۴۰).

دراین پژوهش از نظریات مختلفی استفاده شده است. نظریه تـوانش ارتباطـاتی کـیم (۱۹۸۶) یکی از این نظریات است. بر اساس این نظریه شبکه‌های اجتمـاعی مجـازی بـا ایجاد فرصت برای ارتباط با اعضای گروه غیرخـودی در شـبکه‌های اجتمـاعی فـردی، بـر توانش ارتباطاتی افراد با گروه غیرخودی تاثیر می‌گذارند. نظریه هـم‌فرهنگـی، یـک نظریـه اجتماعی است که به بررسی روابط بین فرهنگ‌های مختلـف در جامعـه مـی‌پـردازد. ایـن نظریه بر این اصل تأکید دارد که فرهنگ‌های مختلـف در جامعـه، بـا یکـدیگر در تعامـل هستند و هم‌زمان تأثیر متقابلی بر یکـدیگر دارنـد. بـر اسـاس ایـن نظریـه، فرهنگ‌هـا در جامعه، به صورت هم‌زیستی و در تعامـل بـا یکـدیگر شـکل مـی‌گیرنـد و هم‌زمـان تـأثیر متقابلی بر یکدیگر دارند.

نظریه کنش ارتباطی هابرماس دیگر نظریه مورداسـتفاده در ایـن پـژوهش اسـت. بـر اساس این نظریه هرجا که از به‌کارگیری زبان قصـدی جـز برقـراری ارتبـاط و فهـم داشـته باشیم، با کنش غیرارتباطی یا کنش استراتژیک روبـه‌رو هسـتیم؛ کنشـی کـه در آن دعـوی قدرت یا دعوی کارایی جای دعوی اعتبار را گرفته و ارتباط را تحریف کرده است (نـوری، ۱۳۹۹: ۲۴۸).

کارکردهای رسانه‌های اجتماعی

هدف کلی رسانه‌های اجتماعی، ایجاد سرمایه اجتماعی و تسهیل ارتباط بـین مـردم،

متخصصان و صاحبان حرفه‌های متعدد است. تبدیل سرمایه فردی به سرمایه اجتماعی، از مسائل مهم و مورد توجه تمامی حوزه‌های علمی است. از این طریق، دانش فردی به دانش جمعی تبدیل می‌شود. درواقع از دانایی جمعی برای حل مسائل و مشکلات دنیای علم بهره‌برداری می‌گردد. یکی از کارکردهای اساسی رسانه‌ها، ازجمله شبکه‌های اجتماعی، اطلاع‌رسانی از تحولات و وقایعی است که در محیط اجتماعی واقع می‌شوند.

پیشرفت بهت‌انگیز وسایل ارتباط جمعی در قرن حاضر، جهان را به دهکده کوچکی تبدیل کرده که انسان‌ها امکان اطلاع‌یابی از همه وقایع و حوادث جهان را به‌طور سریع و جامع دارند. در عصر ارتباطات هیچ حادثه‌ای هر چند در دورترین نقاط، منحصر به یک منطقه جغرافیایی خاص نیست. از این‌رو سه ویژگی فرازمانی، فرامکانی و سرعت فوق‌العاده ازخصیصه‌های وسایل ارتباط‌جمعی است (رحمان‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۰).

استفاده از اینترنت و به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی به‌طور قابل‌توجهی در میان ایرانی‌ها افزایش یافته است. بررسی‌ها نشان می‌دهد این روند کماکان ادامه دارد. اینترنت به‌ویژه در میان جوانان ایرانی شیوع زیادی دارد و فاصله آن با سایر نسل‌های قدیم‌تر بسیار زیاد است.

بر اساس یک تقسیم‌بندی، نسل سوم پس از انقلاب بیشترین کاربران اینترنتی در ایران هستند و بیش از نسل‌های دیگر در معرض آثار ناشی از اینترنت، ازجمله مسائل تربیتی، هویتی و بحران هویتی قرار می‌گیرند. فارغ از شکاف‌های به‌وجودآمده ناشی از فرایند رسانه‌های نوین، شکاف نسلی موجود ناشی از تحولات ساختاری و جمعیتی جامعه ایران سبب شده انتقال ارزش‌ها و آموزه‌ها در قالب سنتی از نسلی به نسل دیگر با اختلال روبه‌رو شود.

ایران در معرض تجربه‌های تغییر و دگرگونی ناشی از رسانه‌های نوین ازجمله شبکه‌های اجتماعی مجازی قرار گرفته است و ابعاد زندگی مردمان این مرزوبوم تحت‌تأثیر فرایندهای جهانی دستخوش تغییرات و دگرگونی‌های عمیقی شده است.

یکی از مهم‌ترین ابعاد زندگی افراد که به یقین می‌توان گفت از بااهمیت‌ترین

جنبه‌های حیات بشری است، جنبه ارتباطی است. با توجه به تغییرات ایجادشده در سطوح ملی و بین‌المللی، ارتباطات دچار چالش عمیقی شده است. به همین دلیل مسئله ارتباط دینی و مذهبی یکی از مهم‌ترین مسائل در این زمینه است. رسانه‌های اجتماعی نوین هم فرصت هستند و هم تهدید. اگر تنها به موارد مثبت آن نگاه شود، نگاه تک‌بعدی به آن صورت گرفته است و اگر فقط موارد منفی گوشزد شود، باز هم نگاه تک‌بعدی رخ داده است.

نگاه کارشناسانه و جامع اقتضا می‌کند در مورد چنین پدیده‌هایی، فرصت‌ها و تهدیدها با هم در نظر گرفته شود. شبکه‌های اجتماعی مجازی در فرایند ارتباطات می‌توانند دارای تأثیرات مثبت و منفی باشند که یکی از این آثار، تغییر نحوه ارتباط دینی است. ماهیت منعطف و کاربری آسان رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نوین موجب می‌شود گاهی پیام‌هایی انتشار پیدا کنند که با اعتقادات و باورهای دینی جامعه در تضاد هستند. این امر باعث بروز اختلاف‌هایی در بین مردم می‌شوند. اگرچه اغلب این پیام‌ها منبع مطمئنی ندارند و گاهی آن‌قدر این شایعات در شبکه‌های مختلف پخش می‌شوند که با ایجاد چالش‌هایی به فضای واقعی جامعه راه می‌یابند (محسن‌زاده، درزبان رستمی، صفایی، نجاتی حسینی، ۱۴۰۰: ۹).

فرصت‌ها و تهدیدهای رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی نوین بستری است که با فرصت‌ها و تهدیدهای مختلف همراه است. شناختن این فرصت‌ها و تهدیدها برای هر فعالیت دینی در این فضا لازم است و بدون شناختن این فرصت‌ها و تهدیدها هر فعالیتی در فضای مجازی می‌تواند به تهدید تبدیل بشود، حتی اگر رویکرد دینی داشته باشد. برخی از این تهدیدها عبارتند از: تهدیدهای فردی؛ تهدیدهای خانواده؛ تهدیدهای دوران بلوغ؛ تهدیدهای اجتماعی؛ هدیدهای تحصیلی؛ تهدیدهای روانی.

انزوای فردی، اتلاف وقت، آسیب جسم (چشم و بی‌تحرکی و...)، ضعف مهارت‌ها و

توانایی‌های فردی، ضعف و تعارض اعتقادی، ضعف باورها و ارزش‌های فردی، همچنین کاهش روابط خانوادگی، چالش روابط عاطفی، تعارض همسران، خیانت مجازی زوجین، نابهنجاری و ناسازگاری بین همسران، تضعیف صله ارحام، روابط جنسی مجازی، طلاق عاطفی در کنار بحران و اختلال هویت و هویت‌یابی، بلوغ زودرس، انحرافات جنسی مجازی، اخاذی جنسی مجازی، آزارها و اذیت‌های جنسی، ازبین‌رفتن قبح رابطه نامشروع، ازبین‌رفتن قبح جرائم، فریب و بهره‌کشی‌های اعتقادی، ترویج انواع اعتیاد شامل الکل، مواد روان‌گردان و مواد صنعتی جدید و تغییر الگوهای فرهنگی، تغییر سبک زندگی، انزوای اجتماعی، کاهش روابط چهره‌به‌چهره، هنجارشکنی، نقض حریم خصوصی، به‌وجودآمدن شاخ‌های اینترنتی، اشاعه فساد و بی‌حیایی، به‌وجودآمدن فرقه‌های نوظهور، کاهش زمان مطالعه،کاهش دقت در انجام تکالیف، عدم تمرکز در یادگیری، افت تحصیلی، سرقت‌های علمی و ادبی، اختلالات خودشیفتگی، چالش‌های اعتماد و عزت نفس، اختلالات افسردگی، اعتیاد آنلاین بودن، وسواس فکری، اختلالات خواب، اختلالات شخصیت، اختلالات دروغین ساختگی، ایجاد استرس، اختلالات رشدی و عصبی، کاهش احساس خوشبختی و... (نگار تاج‌الدینی، جمشیدی گوهری، ۱۳۹۷: ۶) اینها تهدیداتی هستند که رسانه‌های اجتماعی می‌تواند باعث ایجاد آن‌ها شود.

در کنار توجه و شناسایی تهدیدها باید فرصت‌های رسانه‌های اجتماعی هم در نظر گرفته شود تا بتوان نتیجه‌گیری درستی از این بحث داشت. فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی ویژگی‌های متمایزکننده با فضای حقیقی دارند که از مزیت‌های آن به شمار می‌رود. پویایی زمان؛ فشردگی مکان؛ تکثر و تنوع عددی؛ گمنامی هویت؛ فردگرایی؛ مانایی مطالب و محتوای ارائه‌شده؛ داشتن منابع و کتب به صورت برخط (آنلاین)؛ فعالیت در فضایی که استراحت و سکوت در سراسر جهان ندارد، ازجمله این خصوصیات هستند.

روز و شب در رسانه‌های اجتماعی نوین وجود ندارد و هر زمان که اتصال به اینترنت ایجاد شود، هزاران نفر دیده می‌شوند که آنلاین هستند و به کار مشغولند. به‌عبارت دیگر،

کار در رسانه‌های اجتماعی تمامی ندارد؛ یعنی تولید، توزیع و تبلیغ پیوسته و ناتمام ادامه دارد.

در رسانه‌های اجتماعی همه جهان با هم همسایه شده‌اند. بنابراین می‌توان بدون طی مسافت فیزیکی به صحبت از مسائل دینی پرداخت و تعاملات درازمدت برقرار کرد. صحبت‌های کاربر به‌سادگی در دسترس افراد قرار می‌گیرند و به سرعت با واکنش‌هایی مواجه می‌شوند. جهان مجازی از محیطی متکثر، عددی، غیرمرکزی و به‌هم‌پیوسته برخوردار است. همین ویژگی باعث لایه‌ای شدن فضای مجازی می‌شود که طبقه‌بندی اطلاعات و دسترسی به آن‌ها را بسیار سرعت می‌بخشد. اطلاعات دینی در رسانه‌های اجتماعی به‌راحتی قابل دسترسی هستند. استفاده از هشتگ‌های مناسب در این مورد می‌تواند بسیار مفید اثر باشد.

در رسانه‌های اجتماعی این امکان وجود دارد که سن، جنس، طبقه و دیگر ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی کاربر مطابق با میل او ارائه شود و حتی پس از مدتی می‌تواند همین مشخصات را تغییر دهد. بر اساس امکان گمنامی و ناشناخته بودن و نیز امکان پنهان‌سازی ابعادی از شخصیت می‌توان به صورت ناشناخته از دین سخن گفت. در این شرایط مردم ناشناخته به‌سوی مسائل دینی می‌آیند تا پاسخ سوال‌های خود را به دست آورند.

در رسانه‌های اجتماعی محدودیت‌های ناشی از عضویت در خانواده، گروه و جمعیت‌های خاص از بین می‌رود و فرد نیازی ندارد که ملاحظه کسی را کند و رفتارش را متناسب با هنجارها و تأیید دیگران شکل دهد. بنابراین به‌راحتی می‌تواند با هر کس که می‌خواهد ارتباط برقرار کرده یا قطع رابطه کند. پس شخص به‌آسانی می‌تواند با دیگران در ارتباط باشد، و بدون توجه به صحبت دیگران آزادانه در این فضا به صحبت از دین بپردازد.

یکی از فرصت‌ها و امتیازات فضای مجازی، مانایی مطالب و محتوای ارائه‌شده در این فضا است. در فضای مجازی امکان ذخیره‌سازی اطلاعات و محتوای ارائه‌شده و حتی

مجموعه صحبت‌ها و حرف‌های ردوبدل‌شده بین گوینده و کاربر وجود دارد و تمامی این پیام‌ها قابل استفاده و بهره‌برداری و تحلیل و بازآفرینی در آینده است.

گفتمان و تعامل در فضای مجازی به‌گونه‌ای است که گوینده می‌تواند بسیاری از منابع و کتب مرجع برای پاسخگویی را در کنار خویش به صورت برخط داشته باشد و به محض نیاز، تبیین و تشریح موضوعی با دقت و صحت بالا آن را برای کاربر ارائه نماید. این ویژگی برای صحبت از مسائل دینی بسیار کاربرد دارد.

رسانه‌های اجتماعی فضایی است که استراحت و سکوت در آن معنا و جایگاهی ندارد. در هر لحظه هزاران کاربر در سراسر جهان در حال برقراری ارتباط با یکدیگر بوده و در این میان، میلیون‌ها پیام در این فضا منتقل می‌شود؛ پیام‌هایی که بر ارزش‌ها، نگرش‌ها و هویت فرهنگی و دینی کاربران تأثیر کلان می‌گذارد. سهولت گفت‌وگو و تبادل اطلاعات با دیگران از طریق اتاق‌های گفت‌وگو، سرعت تبادل اطلاعات، و ناشناخته ماندن مبادله‌کنندگان در صورت تمایل، و ارزان بودن هزینه‌های تبادل اطلاعات و امکانات قابل‌توجهی که فضای مجازی به‌عنوان یک پایگاه می‌تواند در اختیار افراد جامعه قرار دهد، مانند دستیابی به اطلاعات در مورد هر نوع موضوعی، ارسال و دریافت نامه‌های الکترونیکی، خرید هرگونه لوازم از طریق سفارش الکترونیکی، عضویت در شبکه‌های مجازی و... (صالح‌زاده؛ احمدی، ۱۳۹۲: ۱۲۴) باعث شده که رسانه‌های اجتماعی مقصد جمعیت زیادی از مردم باشند. بعد از شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای رسانه‌های اجتماعی باید دید که رسانه‌های اجتماعی چه تاثیری بر ارتباطات میان فرهنگی دارد؟

رسانه‌های اجتماعی و ارتباطات میان‌فرهنگی

ارتباطات میان‌فرهنگی یک رشته علمی است که به بررسی چگونگی تعامل و تبادل پیام‌های فرهنگی بین افراد و گروه‌هایی با زمینه‌های مختلف می‌پردازد. ارتباطات میان‌فرهنگی دارای جنبه‌ها و عناصری است که شامل: ادراک، فرآیندهای زبانی، فرآیندهای غیرزبانی و فرهنگ هستند (ارزانی و اهتمام، ۱۳۹۴: ۸۹). این رشته نشان می‌دهد که فرهنگ یک عامل

مؤثر در شکل‌گیری و مفهوم پیام‌ها است و می‌تواند منجر به تفاوت‌ها و تعارض‌های ارتباطی شود.

برای ارتباط موثر میان‌فرهنگی لازم است که افراد توانایی درک و احترام به تنوع فرهنگی را داشته باشند و از مهارت‌های زبانی و غیرزبانی مناسب استفاده کنند. ارتباطات میان‌فرهنگی در ارتباط با رشته‌های دیگری مانند انسان‌شناسی، مطالعات فرهنگی، زبان‌شناسی، روان‌شناسی، ارتباطات و روابط بین‌الملل است. این رشته‌ها به ما کمک می‌کنند که فرهنگ‌ها، زبان‌ها و رفتارهای مردم کشورها و مناطق مختلف را بشناسیم و با آن‌ها ارتباط برقرار کنیم.

ارتباطات میان‌فرهنگی در زمینه‌های مختلفی از زندگی اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی اهمیت دارد. برخی از این زمینه‌ها عبارتند از: گردشگری، تبادلات علمی و آموزشی، دیپلماسی و سیاست، رسانه‌ها و فرهنگ جمعی، مهاجرت و پناهندگی، کار و حرفه، تجارت و مالی، ورزش و فعالیت‌های داوطلبانه. رسانه‌های اجتماعی یکی از عوامل و ابزارهای مهم جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری هستند که نقش بزرگی در رشد و تحول جنبه‌های مختلف زندگی افراد دارند. آن‌ها با تحریک، تشویق، تبلیغ و گاهی تهدید، مخاطبان را ترغیب می‌کنند که به قوانین و معیارهای موردنظر صاحبان رسانه پایبند شوند و حتی با معرفی استانداردهای اجتماعی و الگوهای خاص، به هماهنگی، همسویی و به‌نوعی فرهنگ‌سازی در میان افراد جامعه کمک کنند (حسنی‌فر و ابوالحسنی، ۱۳۹۰: ۲۲).

تبادل در این ارتباط با هدف تغییر ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی و ایجاد نوعی از همسان‌سازی فکری و رفتاری است. این عمل ارتباطی فرهنگی، مهم‌ترین شاخص عملکرد رسانه‌ها در صحنه‌های مختلف فردی، اجتماعی و میان‌فرهنگی است (سلطانی‌فر و روشندل اربطانی، ۱۳۹۰: ۹۷). برخی از اندیشمندان حوزه اجتماعی معتقدند که رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان قدرتمندترین ابزار ارتباطی در عصر حاضر مأموریت دارند که همگرایی و وحدت در بین تنوع را ایجاد کنند و بر این باور هستند که اتفاق‌نظر آگاهانه در مورد همگرایی، منجر به همبستگی داوطلبانه خواهد شد. در این میان، رسانه با تقویت کارکرد آگاهی‌بخشی

خود می‌تواند در ایجاد انگیزه‌های همگرایانه، ساخت فرهنگ و افکار عمومی همسو، بسیار موثر باشد.

پس همان‌طور که گفته شد، ارتباطات میان‌فرهنگی یکی از راه‌های تقویت صلح و کاهش تنش‌ها و تعارض‌های ناشی از تفاوت‌های فرهنگی، قومی و مذهبی است. برای ایجاد و توسعه این نوع ارتباطات، نخبگان علمی و دانشگاهی می‌توانند نقش مهمی ایفا کنند. آن‌ها می‌توانند با انجام تحقیقات، برگزاری دوره‌ها، تبادل‌نظر و همکاری با نخبگان دیگر کشورها، به شناخت و درک فرهنگ‌های مختلف کمک کنند و زمینه‌ای را برای گفت‌وگو و تفاهم فراهم کنند. این کار به‌ویژه در رابطه با کشورهای عربی که دارای فرهنگی مشابه و همزمان متفاوت با ایران هستند، می‌تواند مفید باشد (فرقانی، ۱۳۹۶: ۲۱۳).

رسانه‌های اجتماعی می‌توانند در ارتباطات میان‌فرهنگی نقش مثبت یا منفی داشته باشند. اگر این رسانه‌ها به صورت خشونت‌گرا، تعصب‌آمیز و تفرقه‌افکن عمل کنند، می‌توانند منازعات و تضادها را تشدید کنند و از امنیت و صلح کاسته شود؛ اما اگر رسانه‌ها به صورت صلح‌گرا، انصاف‌خواه و همگرایی‌بخش عمل کنند، می‌توانند تفاهم و همدلی را افزایش دهند و به حل غیرخشونت‌آمیز تعارض‌ها کمک کنند. برای رسیدن به این هدف رسانه‌های اجتماعی به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی نوین باید از تحلیل صحیح و اصول اخلاقی در گزارش‌دهی پیروی کنند و از تحریک، توهین و افشای اطلاعات حساس خودداری کنند.

فرصت و تهدید رسانه‌های اجتماعی در ارتباطات میان‌فرهنگی

در ابتدا باید توجه داشت که رسانه‌های اجتماعی در می‌توانند در امر ارتباطات میان‌فرهنگی تاثیر مثبت یا منفی داشته باشد. پس رسانه‌های اجتماعی گاهی باعث ایجاد تهدید در ارتباطات میان‌فرهنگی می‌شوند. برخی از این تهدیدها عبارتند از:

ایجاد تعارض و درگیری میان فرهنگ‌های مختلف؛ از دست دادن هویت و ارزش‌های فرهنگی با تأثیر قرار گرفتن از فرهنگ‌های دیگر؛ افزایش نابرابری و تبعیض میان فرهنگ‌های

مختلف؛ انتشار استعمار فرهنگی و تحمیل فرهنگ‌های غالب بر فرهنگ‌های ضعیف؛ ایجاد شوک و سردرگمی فرهنگی در با مواجهه با فرهنگ‌های متفاوت و...

رسانه‌های اجتماعی مجازی همچنین می‌توانند نقش مثبتی در ارتباطات میان‌فرهنگی داشته باشند، ازجمله: گشایش ذهنی که دربردارنده عدم تعصب به ارزش‌ها و قواعد قوم خود و احترام به فرهنگ‌های دیگر قوم‌ها می‌باشد؛ انعطاف‌پذیری که سازگاری با رفتارهای قوم‌های مختلف و قبول تنوع فرهنگی قوم‌ها است؛ ابتکار اجتماعی که ایجاد تعامل خلاق و فعال با قوم‌های دیگر می‌باشد؛ پایداری احساسی که کنترل احساسات در مواجهه با اختلاف قومی و حفظ آرامش در شرایط بحرانی قومی است؛ و همدلی فرهنگی که به معنای هم‌اندیشی و درک اختلاف فرهنگی قومی و احساس اتحاد با افراد از قوم‌های متفاوت است.

تحقیقات نشان داده به هر میزان مردم کشورهای مختلف در فضای مجازی، بیشتر به شباهت‌ها و تفاوت‌های یکدیگر آشنا باشند، میزان حساسیت آن‌ها نسبت به یکدیگر کاهش می‌یابد و دیدگاه ملت‌ها نسبت به یکدیگر از منفی به مثبت تغییر پیدا می‌کند یا حداقل تعدیل می‌شود.

شبکه‌های اجتماعی مجازی عاملی اثرگذار در فرهنگ عمومی است و استفاده از آن نیازمند پیروی از یك سری قواعد خاص است. این‌گونه رسانه‌ها با اتخاذ سیاست‌های پویای اجتماعی و ترکیب آن با سیاست‌های فرهنگ‌گرا می‌توانند عامل آمیختگی، توازن و پیوند دادن باورهای اصیل اعتقادی و سنت‌های بارور جامعه باشند.

تعامل جوانان با شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث می‌شود تا خواه ناخواه، واکنش نشان دهند و منفعل نباشند. به‌عبارت دیگر، آن‌ها به صورت ناخودآگاه جذب این فضا و پیام‌هایش می‌شوند. در هر صورت می‌توان گفت ارتباط گرفتن با فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به صورت ناخودآگاه صورت می‌گیرد؛ یعنی حتی اگر فردی نخواهد از این رسانه استفاده کند، ناچار از حرکت با این موج پرقدرت است. در این فضا به دلیل اینکه هر کاربر با فرهنگ

خاص یا ملی خود با کاربران و افراد ملت‌های دیگر ارتباط برقرار می‌کند، با فرستادن یا گرفتن هر پیام، اثرگذار یا اثرپذیر می‌شود. ارتباطات بین فرهنگی در این فضا معمولا به‌سمت جذب فرهنگ‌ها یا حداقل اثرپذیری از فرهنگ‌های دیگر شکل می‌گیرد (کاظمی نجف‌آبادی؛ دلاور و عقیلی ۱۳۹۷: ۲۱۳).

پس می‌توان گفت که رسانه‌های اجتماعی ازجمله شبکه‌های اجتماعی با انتقال نمادها و اطلاعات از طریق واسطه‌های الکترونیک، فرصت‌ها و چالش‌هایی را برای ارتباطات بین‌فرهنگی ایجاد کرده‌اند. از یک‌سو، این شبکه‌ها می‌توانند باعث آشنایی، درک و سازش بین مردم کشورهای مختلف شوند، و از سوی دیگر، می‌توانند منجر به تخریب فرهنگ‌های بومی و ایجاد فرهنگی جدید و مغلطه‌ای از فرهنگ‌های دیگر شوند. باید با مدیریت و آموزش افراد، از آسیب‌های احتمالی این شبکه‌ها جلوگیری شود و از فرصت‌های آن‌ها برای رشد و توسعه ملی استفاده شود.

رسانه‌های اجتماعی بومی و گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی دینی

ایران کشوری دارای تنوع قومیتی و فرهنگی بسیار زیاد است و قطب تشیع در جهان به حساب می‌رود. این تنوع قومیتی و قطب تشیع بودن می‌تواند هم یک فرصت و هم یک چالش برای انسجام ملی و گسترش مسائل دین‌محور باشد، و هم می‌تواند در بعد بین‌الملل باعث ایجاد ارتباطات فرهنگی موثری شود که به دور از تحریف‌ها و مغالطه‌هاست.

برای حفظ و تقویت هویت ملی و دینی، همزیستی صلح‌آمیز اقوام و فرهنگ‌های مختلف، و ارتباط فرهنگی و دینی در بعد بین‌المللی لازم است که رسانه اجتماعی بومی نقش موثری ایفا کند. رسانه اجتماعی بومی باید بتواند از تنوع قومیتی و فرهنگی ایران و همسویی در کشورهای دیگر ازجمله کشورهای اسلامی به‌عنوان یک ثروت ملی بهره ببرد و آن را به نمایش بگذارد و در کنار آن به بازتعریف مفهوم قوم‌گرایی از یک مفهوم تفرقه‌افکن به یک

مفهوم همگرایی‌بخش برسد. این رسانه‌ها باید بر اشتراکات و تشابهات میان اقوام و فرهنگ‌ها در نقاط مختلف تأکید داشته باشند و از نمایش تضادها و تعارضات پرهیز کنند. همچنین باید هویت ملی را در عصر جهانی شدن بازتعریف کرده و آن را با پذیرش تکثر اقوام و مذاهب متناسب کنند.

این رسانه‌ها باید سرمایه اجتماعی و فرهنگی اقوام و فرهنگ‌ها را افزایش دهند، توانمندی‌های آن‌ها را بازنمایی کنند، میزان همدلی فرهنگی را بالا برده، تعارضات را حل کنند، مشترکات فرهنگی و دینی را ارائه و انعکاس داده و از زبان هنری برای بازنمایی فرهنگی استفاده کنند (مجاور شیخان، ۱۴۰۰: ۲۰۳).

رسانه‌های اجتماعی بومی می‌توانند نقش مهمی در توسعه ارتباطات میان‌فرهنگی داشته باشند. رسانه‌های اجتماعی بومی ازجمله وبلاگ‌ها، پادکست‌ها، شبکه‌های اجتماعی، ویدئوها و عکس‌ها می‌توانند فضایی را برای بیان و شنیدن صدای اقوام و فرهنگ‌های مختلف و گفتمان دینی فراهم کنند. رسانه‌های اجتماعی بومی می‌توانند از تنوع قومیتی و فرهنگی ایران و همچنین قطب تشیع جهان به‌عنوان یک منبع خلاقیت و نوآوری استفاده کنند و آن را به اشتراک بگذارند. رسانه‌های اجتماعی بومی می‌توانند ارتباطات مستقیم و دوسویه میان اقوام و فرهنگ‌ها را تسهیل کنند تا از واسطه‌گری رسانه ملی کاسته شود و محیطی را برای تبادل اطلاعات، تجربیات، دیدگاه‌ها و احساسات میان اقوام و فرهنگ‌ها ایجاد کنند و از تعصبات و پیش‌داوری‌ها جلوگیری کنند. همچنین می‌توانند مشارکت و مسئولیت اجتماعی اقوام و فرهنگ‌ها را در حل مسائل مشترک افزایش دهند و از تحریکات و توطئه‌های خارجی محافظت کنند.

رسانه‌های اجتماعی بومی می‌توانند هویت ملی و دینی را در کنار هویت‌های قومی و فرهنگی تقویت کنند و از تضعیف و تفرقه آن جلوگیری کنند. بنابراین رسانه‌های اجتماعی بومی می‌توانند نقش مکمل و مشارکتی در توسعه ارتباطات میان‌فرهنگی داشته باشند و باعث گفتمان‌سازی دینی در سطح بین‌الملل شوند؛ البته این امر نیازمند هماهنگی و همکاری میان رسانه‌های اجتماعی بومی و مدیران فرهنگی کشور است. پس رسانه‌های

اجتماعی اگر به‌درستی مدیریت شوند، می‌توانند توان بـالایی در رفـع منازعـات قـومی در داخل کشور و گفتمان‌سازی دینی در سطح بین الملل داشته باشند. بیان این نکته ضروری است که قبل از استفاده از این رسانه‌ها باید فرصت‌ها و تهدیدهای موجـود در رسـانه‌های اجتماعی را شناخت، و در مواجهه با رسـانه‌های اجتمـاعی ایـن فرصـت‌ها و تهدیـدها را کنتـرل کـرد تـا بتـوان از رسـانه‌های اجتمـاعی بـه گسـترش ارتباطـات میـان‌فرهنگی و گفتمان‌سازی دینی رسید.

بحث و نتیجه‌گیری

رسـانه‌هـای اجتمـاعی بـه‌عنـوان یکـی از مهـم‌تـرین عوامـل تأثیرگـذار بـر ارتباطـات میان‌فرهنگـی، فرصـت‌هـا و چـالش‌هـای زیـادی دارنـد. از یـک‌سـو، رسـانه‌هـای اجتمـاعی مـی‌تواننـد بـه‌عنـوان یـک ابـزار مـوثر بـرای انتقـال و تبـادل اطلاعـات، ارزش‌هـا، باورهـا و معـانی میـان افـراد و گـروه‌هـایی بـا فرهنـگ‌هـای مختلـف، بـه تقویـت و توسـعه ارتباطـات میان‌فرهنگی کمـک کننـد. از طـرف دیگـر، رسـانه‌هـای اجتمـاعی مـی‌تواننـد بـه‌عنـوان یـک عامـل نـاهمگون‌سـاز و تفرقـه‌انـداز بـر ارتباطـات میـان‌فرهنگـی، باعـث ایجـاد تعارضـات، سـوءتفـاهم‌هـا، تـنش‌هـا و بـرهم‌خـوردن هویـت‌هـای فرهنگـی شـوند. بنـابراین مـدیریت صـحیح و مناسـب رسـانه‌هـای اجتمـاعی بـرای حفـظ و ارتقـای ارتباطـات میـان‌فرهنگـی از اهمیت بالایی برخوردار است.

در این پژوهش فرصت‌ها و تهدیدهای رسانه‌های اجتماعی برای ارتباطات میان‌فرهنگی در راستای اهداف دینی مورد بررسی قرار گرفته است. ازجمله فرصت‌های این فضـا عبارتنـد از: گشایش ذهنی که دربردارنده عدم تعصب بـه ارزش‌هـا و قواعـد قـوم خـود و احتـرام بـه فرهنگ‌های دیگر قوم‌ها می‌باشد؛ انعطاف‌پذیری که سازگاری با رفتارهای قوم‌های مختلف و قبول تنوع فرهنگی قوم‌ها است؛ ابتکار اجتماعی که ایجاد تعامل خلاق و فعال با قوم‌های دیگر است؛ پایداری احساسی که کنترل احساسات در مواجهه با اختلاف قومی و حفظ آرامش در شرایط بحرانی قومی است ؛ و همدلی فرهنگی که هم‌اندیشی و درک اختلاف فرهنگی قومی و

احساس اتحاد با افراد از قوم‌های متفاوت.

از تهدیدهای رسانه‌های اجتماعی می‌توان به ایجاد تعارض و درگیری میان فرهنگ‌های مختلف؛ از دست دادن هویت و ارزش‌های فرهنگی با تأثیر قرار گرفتن از فرهنگ‌های دیگر؛ افزایش نابرابری و تبعیض میان فرهنگ‌های مختلف؛ انتشار استعمار فرهنگی و تحمیل فرهنگ‌های غالب بر فرهنگ‌های ضعیف؛ ایجاد شوک و سردرگمی فرهنگی با مواجهه با فرهنگ‌های متفاوت اشاره کرد.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد از آن منظر که استفاده از رسانه‌های اجتماعی بومی که با فرهنگ، زبان و ارزش‌های ملی و دینی هماهنگ باشند و بتوانند حقیقت‌ها را به درستی بیان و منعکس کنند، احترام به تنوع و تفاوت‌های فرهنگی و دینی میان افراد و گروه‌های مخاطب و عدم تحریک و تشویق به اختلاف و تعصب در کنار ارائه و ترویج مشترکات و نقاط مشترک میان فرهنگ‌ها و دین‌ها و تقویت روح همکاری و همدلی میان آن‌ها، ایجاد فضای گفت‌وگو، تبادل‌نظر، تعامل و یادگیری متقابل میان افراد و گروه‌های مختلف فرهنگی و دینی و ارتقای سطح آگاهی، دانش و فهم میان‌فرهنگی میان مخاطبان و ارائه اطلاعات صحیح و موثق درباره فرهنگ‌ها و دین‌های مختلف میتواند در گسترش این ارتباطات بسیار موثر باشد.

با توجه به این نتایج، پیشنهاد می‌شود که مسئولان و مدیران رسانه‌های اجتماعی، به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی نوین به این فرصت‌ها و تهدیدها توجه کنند و با برنامه‌ریزی و اجرای استراتژی‌های مناسب، رسانه‌های اجتماعی را به‌عنوان یک ابزار مفید و مؤثر برای توسعه ارتباطات میان‌فرهنگی در راستای اهداف دینی به کار بگیرند. از آن منظر که به وسیله رسانه‌های اجتماعی نوین می‌توان گفتمان‌سازی دینی در فضای مجازی به راه انداخت و بین فرهنگ‌ها ارتباط ایجاد کرد، و از این نظر که این گفتمان دینی در فضایی غیر از فضای مجازی بومی به‌درستی شکل نخواهد گرفت، لازم است مسئولان برای توسعه رسانه‌های اجتماعی بومی تلاش کنند، زیرا گسترش رسانه‌های اجتماعی بومی، گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی دینی را در پی خود خواهد داشت.

همچنین مخاطبان و کاربران رسانه‌های اجتماعی نیز باید به‌عنوان یک عامل فعال و مسئول در این فرایند، نقش خود را به‌خوبی ایفا کنند و با استفاده هوشمندانه و انتقادی از رسانه‌های اجتماعی، به ارتقای سطح ارتباطات میان‌فرهنگی کمک کنند. با انجام این اقدامات می‌توان امیدوار بود که رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یک فرصت بزرگ برای گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی دینی مورد استفاده قرار گیرند و تهدیدهای آن به حداقل برسند. این امر می‌تواند منجر به تقویت فرهنگ و دین شیعه و ارتقای روابط مسالمت‌آمیز و همکاری با فرهنگ‌ها و دیگر ادیان شود. این موضوع یکی از اهداف مهم جمهوری اسلامی ایران است که باید با تلاش و تعهد همه مسئولان و مردم به آن دست یافت.

منابع

۱. ارزانی، حبیب رضا؛ اهتمام، حامد (۱۳۹۴). الگوی ارتباطات میان‌فرهنگی مسلمانان با مسیحیان در قرآن کریم. فصلنامه الهیات تطبیقی، ۶ (۱۴)، ۸۹-۱۰۶.

۲. جمشیدی، محمدحسین؛ سلطانی‌نژاد، احمد؛ بیات، جلیل (۱۳۹۵). نقش ارتباطات میان‌فرهنگی در تصمیم کشورها به تنش‌زدایی. فصلنامه پژوهش‌های روابط بین‌الملل، ۶ (۴)، ۳۵-۵۷.

۳. حسنی‌فر، عبدالرحمان؛ ابوالحسنی، الهه (۱۳۹۰). بررسی نقش تلویزیون در حوزه نقد و شیوه مناظره. مطالعات میان رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، (۲)، ۲۱-۴۷.

٤. خانیکی، هادی؛ زندیه، زهره؛ کیا، علی‌اصغر (۱۳۹۸). طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی قومی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه‌های تهران)، جهانی رسانه- نسخه فارسی، ۱۴ (۲)، ۷۷-۱۰۵.

۵. سلطانی‌فر، احسان؛ روشندل اربطانی، طاهر(۱۳۹۰). مدل مفهومی تبیین گفتمان حاکمیت، مردم و رسانه با رویکرد پدافند غیرعامل. مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۱ (۲)، ۸۷-۱۱۴.

٦. صالح‌زاده، اکرم؛ احمدی، حمیرا (۱۳۹۲). آسیب‌های فضای مجازی در خانواده ایرانی. نشریه مجموعه مقالات دانشگاه علامه طباطبایی، (۲۸۶)، ۱۲۱-۱۳۱.

۷. عبدالله‌تبار، هادی (۱۳۹۶). بررسی تاثیر شبکه‌های مجازی بر تحول ارتباطات میان‌فرهنگی. مطالعات آینده‌پژوهی و سیاست‌گذاری، ۳ (۹)، ۳۲-۳۸.

۸. عقیلی، سید وحید؛ قاسم‌زاده عراقی، مرتضی (۱۳۹۴). رسانه‌های اجتماعی؛ چیستی، کارکردها و چالش‌ها. مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۵ (۱)، ۲۱-۳۶.

۹. فرقانی، محمدمهدی (۱۳۹۶). رسانه‌ها و ارتباطات میان‌فرهنگی بین جهان ایرانی و جهان عربی. مطالعات روابط فرهنگی بین‌الملل، ۲ (۵)، ۱۹۱-۲۱۶.

۱۰. فیاض، ابراهیم؛ نادی، زینب (۱۳۹۸). نقش ارتباطات میان‌فرهنگی در کاهش چالش اسلام‌هراسی در دنیا. انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۵ (۵۵)، ۳۳-۶۱.

۱۱. کاظمی نجف‌آبادی، حسنا؛ دلاور، علی؛ عقیلی، وحید (۱۳۹۷). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شکل‌گیری ارتباطات بین فرهنگی (در ایران). مطالعات بین رشته ای در رسانه و فرهنگ (رسانه و فرهنگ)، ۸ (۱)، ۱۹۹-۲۱۸.

۱۲. لو، آندرودی و دیگران (۱۳۸۶). مدیریت ارتباطات. ترجمه داود ایزدی و دیگران. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

۱۳. مجاور شیخان، محمد (۱۴۰۰). رسانه ملی و توسعه ارتباطات میان‌فرهنگی: بررسی مولفه‌های موثر بر

هم‌افزایی رسانه‌ای. پژوهش‌های ارتباطی، ۲۸ (۱۰۷)، ۱۸۷-۲۰۹.

۱٤. محسن‌زاده، محمدجواد؛ درزبان رستمی، حسن؛ صفایی، داوود؛ نجاتی حسینی، سید محمود (۱۴۰۰). نقش شبکه‌های اجتماعی در باورپذیری مذهبی جوانان تهران؛ مطالعه موردی: مراسم اربعین. علمی دین و ارتباطات، ۲۸ (۲)، ۶۲۹-۶۵۲.

۱۵. مرادیان، خدامراد (۱۳٥٤). روابط ایران و عرب تأثیر ایرانیان در آداب و رفتار اعراب پس از اسلام. گوهر، ۴ (۳۲). ۶۶۱-۶۵۶.

۱٦. نگار تاج‌الدینی،آمنه؛ جمشیدی گوهری، فاطمه (۱۳۹۷). بررسی کیفی آسیب‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام. اولین کنگره پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی، اسفراین،
https://civilica.com/doc/901293

۱۷. نوری، مرتضی (۱۳۹۹). نقدی بر مبانی نظریه کنش ارتباطی در اندیشه یورگن‌هابرماس. پژوهشنامه علوم انسانی، ۱۳ (۲). ۲۶۵-۲۴۵.

۱۸. یوسفی، علی؛ ورشوئی، سمیه (۱۳۸۹). سفر زائرین خارجی به مشهد و تأثیر آن بر ارتباطات میان فرهنگی اجتماعات شیعی. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۶ (۱۸)، ۱۱۷-۱۳۸.

Opportunities and Threats of Social Media in Expanding Intercultural Communication with a Religious Approach

Seyyed Mohammad Ali Mortazavi Shahroudi*

Abstract

Objective: Given the rapid advancement of technology, social media has played a significant role in expanding religious communication among cultures. However, the misuse of social media or the harm that some may inflict on intercultural communication aligned with religion can have negative impacts, such as creating and disseminating content that fosters cultural and religious discord among people and nations. It is worth noting that having indigenous social media can be very fruitful in this regard.

Research Methodology: This study aims to qualitatively examine the opportunities and threats of social media and assess its impact on the expansion of intercultural communication in line with religious objectives.

Findings: With better management of social media, particularly indigenous social media, we can initially improve intercultural relations between cultures and subsequently make the best use of these communications while preventing existing threats to religion. By understanding the opportunities and threats, a correct path for communication can be identified, turning threats into opportunities.

Discussion and Conclusion: Social media provides a good platform for expanding intercultural communication. It is crucial to recognize that in addition to disseminating content across all non-indigenous social media, we must also activate indigenous social media and correctly utilize this opportunity to ensure that truths are accurately conveyed and intercultural communication is properly established.

Keywords: Opportunities, Threats, Social Media, Intercultural Communication, Indigenous Social Media, and Religion

* Master's student of social communication sciences, Department of Social Communication, Faculty of Religion and Media, IRIB University, Qom, Iran. M.shahroudy90@gmail.com.