

عزت‌نامه پژوهش‌های نوین در علوم ارتباطات

مدیرمسئول و صاحب امتیاز: دکتر محمد رضا حقیقی
سر دبیر: دکتر فیروز دیندار فرکوش

در این شماره می‌خوانید:

- ❖ رویکرد ساختار گرایی اثرات رسانه در سبک زندگی (دکتر ناهید خوشنویس، دکتر محمد رضا حقیقی) ۲
- ❖ میزان آشنایی کارکنان روابط عمومی‌های سازمان‌های دولتی تبریز با ارتباطات بحران (مهدی زنده رزم-دکتر صفر حیاتی) ۱۶
- ❖ ضرورت عبور از روابط عمومی سنتی به روابط عمومی تجاری در سازمان‌های صنعتی و خدماتی (اصغر مظفری) ۳۳
- ❖ نقش ارگانیسم هوشمند جامعه اطلاعاتی و اینترنت در حوزه اطلاع رسانی و دانایی (دکتر فرشته بهرامی، دکتر محمد رضا حقیقی، فرزانه بهرامی) ۳۸
- ❖ دنیای ارتباطات کودکان در نقاشی (دکتر ناهید خوشنویس، میثم محبی، الهام کریمی) ۵۶
- ❖ تاثیر تونیتز در فرآیند صلح سازی با مطالعه موردی مذاکرات برجام با ایران (حمیدرضا طهماسبی پور) ۸۰
- ❖ ارتباطات عامه‌ی پناهجویان لهستانی با جامعه ایران (سعید هاشمی) ۱۰۳

رویکرد ساختار گرایي اثرات رسانه در سبک زندگی

دکترناهید خوشنویس^۱، دکتر محمد رضا حقیقی^۲

چکیده:

ارتباط سبک زندگی با رسانه از دیرباز مورد تأکید محققان غربی بوده است و از آن به عنوان صنایع فرهنگی نام برده اند. آنها صنایع فرهنگی را به عنوان صنایع جدیدی معرفی کردند که شامل موسسه های سینمایی، تولید فیلم، موسسه های رادیویی و موسسه های مطبوعاتی است و تأثیرات نامطلوبی را در جوامع ایجاد می‌کنند.

ساختارگرایی رویکردی عبارت است از کشف ساختارهای مفهومی که فرهنگ‌های مختلف از طریق آن به درک و فهم خود سازمان می‌دهند، همچنین نه تنها ساختارگرایی وجود جهانی بیرونی و واقعی را انکار نمی‌کند، بلکه دستیابی به واقعیت به صورت عینی و بیرون از حوزه- تعیین‌کنندگی فرهنگ را میسر نمی‌کند. در واقع، کار ساختارگراها این است که دریابند مردم چگونه جهان را درک می‌کنند و نه اینکه جهان چیست؛ بنابراین ساختارگرایی هر-گونه حقیقت نهایی یا مطلق علمی را انکار می‌کند.

زبان، اساطیر و نظام نمادین مرکز توجه ساختارگرایان است؛ زیرا شیوه-ای که یک جامعه- خود را سامان می‌دهد و شیوه-هایی که اعضایش برای مفهوم-کردن خود و تجربه اجتماعی خود دارند، بینش-های بی-همتایی را موجب می‌شود.

در این مقاله تلاش شده است تا، نظریات مربوط به ساختار گرایی (تالکوت پارسونز – آنتونی گیدنز و داگلاس هالت) را مطرح نماییم و مطالعه نماییم که دیدگاه ساختار گرایی به سبک زندگی چگونه بوده است؟ آیا سبک زندگی با فضا سازی رسانه ای ارتباط دارد؟

کلید واژه: رویکرد ساختار گرایی- سبک زندگی- رسانه

^۱ دکتری علوم ارتباطات، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب و دانشگاه های علمی کاربردی، ایمیل nahid_khoshnevis2000@yahoo.com

^۲ مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق و دانشگاه های علمی کاربردی

مقدمه :

رویکرد ساختار گرا در مسئولیت پذیر کردن رسانه‌ها نقش بسزایی بر عهده دارند ، چون بررسی های مخاطب شناختی می‌توانند ، میزان رضایت یا اعتماد نسبی مخاطبان به بخش های مختلف رسانه‌ها را تعیین کنند. (مك كوايل ، ۱۳۸۲ : ۲۶)

"فرض اصلي رویکرد ساختارگرا بر این است که کاربرد رسانه‌ها را عمدتاً عواملی مشخص و نسبتاً پایدار از ساختار اجتماعی و ساختار رسانه ای شکل می‌دهند . در این جا ، ساختار اجتماعی همان حقایق اجتماعی (نظیر : تحصیلات ، درآمد ، جنسی ، محل اقامت ، جایگاه در چرخه زندگی و غیره) است که تأثیری تعیین کننده و نیرومند بر کردار و محتوای رسانه ای قابل دسترس در زمان امکان خاص اشاره می‌کند . " سیستم رسانه ای پیوسته برای حفظ تعادل پایدار و خود تنظیم کننده بین عرضه و تقاضا ، به فشارهای وارده نیز به بازخورد مخاطبان پاسخ می‌دهد . (مك كوايل ، ۱۳۸۲ : ۱۰۰) .

فرآیند های مربوطه در نموار آورده شده که در مواردی از وی بال (weibull) اقتباس گردیده است . این مدل رابطه بین الگوی عادت استفاده از رسانه‌ها و انتخاب های خاص را (مثلاً : در يك روز معین) به تصویر می‌کند . قسمت بالایی نمودار ، الگوی عادت افراد را به عنوان برآیندی از دو عامل فوق همان موقعیت اجتماعی کم و بیش ثابت است که در آن نیاز افراد به رسانه (مثلاً : نیاز به اطلاعات خاص ، آرامش ، تماس اجتماعی و ...) وجود دارد .

عامل دیگر را (که به عنوان ساختار رسانه های جمعی مشخص شده) شامل امکانات رسانه ای در دسترس در يك مکان می‌باشد ، به شرط آنکه افراد توان اقتصادی و تحصیلات لازم را داشته باشند .

دو عامل فوق در کنار هم نه تنها الگوهای رفتاری خاص را ایجاد می‌نمایند ، بلکه به حق به خلق گرایش‌ها و تمایلات نسبتاً پایداری می‌انجامند که جهت گیری رسانه ای نامیده می‌شود.

جهت گیری رسانه ای حلقه واسط قسمت بالا و قسمت پایین نمودار است . " در قسمت پایین نمودار با وضعیت مصرف روزمره پیش تر تحت تأثیر سه عامل زیر انجام می‌شود :

- ۱) محتوای رسانه ای (ترکیب روزانه محتوای ارائه شده و شیوه ارائه آن‌ها) .
- ۲) شرایط فردی ، یا شرایط مربوط به وقت مخاطبان (مثلاً مقدار وقت آزاد افراد ، امکان استفاده از رسانه ، دسترسی آن‌ها به امکانات دیگر بر گذراندن وقت) .
- ۳) زمینه اجتماعی انتخاب و استفاده افراد را تا اندازه ای می‌توان بر اساس جهت گیری و رسانه ای آن‌ها پیش بینی کرد ، اما چیزهای بسیار خاص به بسیاری شرایط غیر قابل پیش بینی موکول است . " (مك كوايل ، ۱۳۸۲ : ۱۰۰)

وي بال مدل فوق را در مورد يك روزنامه خواني به آزمون گذاشت و چنين نتیجه گرفت ، (اگر فرد اشتياق فراواني دارد كه يك موضوع خاص { نظير يك خبر خاص ورزشي } خشنود اش كند ، ديگر به سختي تحت تاثير ساختار رسانه ا خواهد بود . افرادي كه علاقه اندكي به رسانه‌ها داشته باشند ، بيش تر از محتوای با تركيب محتوایی معين تاثير خواهد پذيرفت .)

نتیجه گيري فوق يادآوري اين نکته است كه ، ما در اصل براي گريز از الگو هاي عمومي ناشي از ساختارهاي رسانه اي و اجتماعي نسبتا آزاديم . هم چنين ، نتیجه فوق به ما كمك مي‌كند تا متوجه شويم چرا ادله مربوط به علايق و سلايق عمومي رسانه اي در واقع ارزش زيادي براي پيش بيني رفتارهاي رسانه اي فردي يا کوتاه مدت ندارند .

مي توان بسياري از مشخصه هاي استفاده از رسانه‌ها را تا سرچشمه شان در ساختار هاي اجتماعي و رسانه اي پيگيري كرد . مدل زير اين مزيت را دارد كه رابطه بين سيستم (يا ساختار) رسانه اي با موقعيت اجتماعي يكايك مخاطبان را نشان مي‌دهد . سيستم رسانه اي حقايق يك جامعه (يعني شرايط اقتصادي ، فرهنگي و جغرافيايي) را منعكس مي‌كند . به تقاضاهای مخاطبان پاسخ مي‌دهد ، تقاضاهایي كه بعضا توسط پس زمينه اجتماعي تعيين مي‌شوند و بعضا هم فردي و تصادفي هستند (مك كوايل ، ۱۳۸۲ : ۱۰۳)

به علاوه در نظريه كارکردگرايانه استفاده و رضامندي اين گونه مي‌توان گفت كه مخاطب فعال بوده و بصورت هدفمند يا غيرهدفمند از رسانه استفاده مي‌كند ، به علاوه مخاطب برنامه هايي را انتخاب مي‌كند كه رضامندي وي را فراهم نمايد .

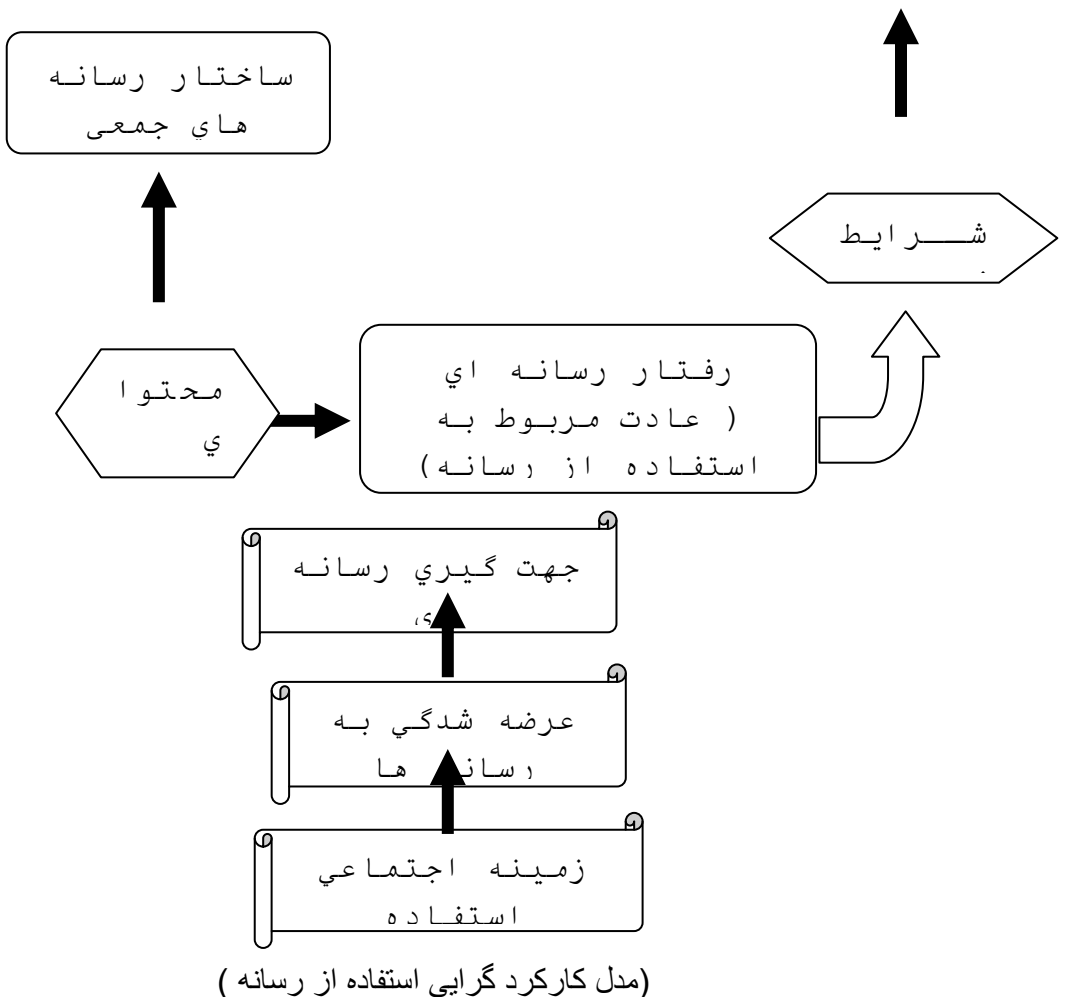
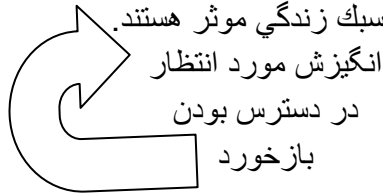
بنابراين مخاطب با ديدن برنامه هايي كه حداكثر رضامندي وي را فراهم مي‌كند تاثير پذيرفته و سپس سبك زندگي اش را طبق آن انتخاب مي‌كند . در اين نظريه مخاطب جستجو گر است

بنابراين به دنبال برنامه هاي است كه در جهت تامين نيازها ، از جمله نيازهاي مادي و معنوي

(فرهنگي) باشد .

به علاوه هدفمند بودن يا غير هدفمند بودن نيز مي‌تواند بر نحوه انتخاب سبك زندگي موثر است . در نظر داشتن برنامه هايي خاص مي‌تواند بر نوع انتخاب سبك زندگي فرد موثر باشد . مخاطبي كه با قصد و نيت قبلي به دنبال برنامه‌ها تفریحي و يا تبلیغات است مسلما بيشتر به انتخاب بك زندگي مادي روي مي‌آورند . بنابراين در اين تحقيق عامل هدفمندی يا غير هدفمندی در استفاده از رسانه‌ها لحاظ گردیده است . در مورد محتوای رسانه اي نيز بر طبق نظريه استفاده و رضامندي محتوای رسانه‌ها به سه دسته تقسيم شده است . برنامه هاي تفریحي و سرگرم كننده ، برنامه هاي اطلاعاتي و اخباري ، محتوای برنامه نيز بر انتخاب سبك زندگي موثر است . بينندگان برنامه هاي اطلاعاتي به انتخاب

سبک زندگی فرهنگی روی می آورند . به علاوه بصورت کلی تردید از سلیقه رسانه ای یاد کرد که گروهی از مخاطبان را با توجه به سلیقه استفاده از محتوای رسانه در مقولات مشابه ای جای دارد . هر گروه از مخاطبان با توجه به سلیقه رسانه ایش می تواند به انتخاب سبک خاص از زندگی بپردازند . عواملی چون (در آمد ، سن ، تحصیلات ، محل سکونت ، شغل و) در انتخاب سبک زندگی موثر هستند.



تالکوت پارسونز (*talcott parsons*) یکی از نظریه پردازان کارکردگرایی ساختاری است. وی در نظریاتش از دورکیم و ماکس وبر و پارتو تأثیر پذیرفته است (توسلی ، ۱۳۷۳ : ۲۳۹)

"پارسونز در نظریه اش در ورود سازمان اجتماعی (داوطلبانه) (*voluntary*) بودن رفتار یا کنش را به عنوان فرآیند تصمیم گیری ذهنی کنشگران فردی در نظر می‌گیرد." (ترنر ، ۱۹۹۸ : ۸۵)

فرد در مرکز این نظریه و به عنوان کنشگر اجتماعی یا به عنوان عضوی از یک کل به نام

(نظام اجتماعی) در کنش و فعالیت است . این عامل اگرچه در چارچوب نظام عمل می‌کند ، اما به نظر پارسونز عمل فرد جنبه ارادی و عقلانی دارد و کنشگر دارای خلاقیت و اختیار و نیروی ارزشیابی است

به نظر پارسونز ارادی بودن کنش اجتماعی به هیچ وجه آزادی مطلق در رفتار انفرادی نیست . در واقع دو نوع روش یا شیوه عمل وجود دارد که یکی بر اساس انگیزه های شخصی استوار است . و دیگری عملی است که بر منافع اجتماعی متکی است .

"به اعتقاد وی همواره راهی را در پیش می‌گیرد که منطبق با ذات اجتماعی است ؛ به عبارتی، انگیزه های روانی فردی با ارزش های موجود نظام اجتماعی پایدار می‌ماند .

متن کنش‌ها و رفتارهای فرد به قرار زیر است :

- (۱) کنشگران اشخاص فردی هستند .
- (۲) کنشگران همواره در جستجوی غایت و هدفی هستند.
- (۳) کنشگران شرایط و امکانات متفاوتی را برای دست یافتن به هدف بکار می‌گیرند .
- (۴) کنشگران با شرایط و وضعیت های متنوعی مانند ساختار زیستی و محیطی مواجه هستند که بر انتخاب وسایل تأثیر می‌گذارد .

(۵) ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی به نوبه خود جهت گیری کنشگر را تعیین کرده و بر رفتار وی حاکم می‌باشند . بنابراین کنش اجتماعی داوطلبانه است ، لیکن در یک قالب اجتماعی انجام می‌گیرد و شرایط مختلفی کنش فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد " (*ibid* : 8)

در مورد سبک زندگی طبق نظر پارسونز افراد به عنوان کنشگر دست به انتخاب می‌زنند . فرد به عنوان عضوی از یک جامعه کل و یک کنشگر اجتماعی با توجه به چارچوب نظام کلی در مرکز نظریه کنش قرار دارد .

اگر چه رفتار فرد جنبه ارادی و اختیاری دارد ، فرد منطبق با ساختار های اجتماعی و ساختاری دست به انتخاب سبک زندگی می‌نماید .

بنابراین ساختارهای اجتماعی و رسانه ای که فرد با آنها مواجه است بر انتخاب وی تاثیر گذار است و کنش افراد داوطلبانه و در قالب اجتماعی صورت می‌گیرد و در شرایط مختلفی بر این کنش تاثیرگذار است .

گفته می‌شود تاثیر ساختارها و عاملیت مهمی بر مدیریت سبک زندگی می‌گذارند ، اما ساختارها را می‌توان مستقل از عوامل انسانی در نظر گرفت که الگوهای خاصی را بر صحنه تثبیت و تنظیم می‌کنند و الزام‌هایی را بر کنش عاملان انسانی تحمیل می‌نمایند . اما در ضمن امکاناتی برای فعالیت‌های عوامل داخل ساختار فراهم می‌آورد که بدون وجود این ساختارها امکان پذیر نیست . بنابراین سبک زندگی و انواع آن نیز به ساختارها بستگی دارند . از سوی دیگر ، عاملیت که الگوهای رفتاری و جریان کنش تنظیم شده افراد است که با توجه به قواعد و منابع برگرفته از ساختارها می‌توانند بر جهان اجتماعی تاثیر گذار باشد .

در این میان به اهمیت انتخاب مخاطبان از رسانه‌ها با توجه به قواعد و منبع موجود در ساختار که از مجله آنها دسترسی به رسانه‌ها و کانال‌ها و درآمد و تحصیلات و ... در جهت دهی به رفتار رسانه ای خاص می‌شود ؛ رفتار رسانه ای به عنوان عاملیت در نظر گرفته شده است .

آنتونی گیدنز :

"از نظر گیدنز رسانه‌ها نقش مهمی در تبلیغ سبک‌های زندگی مختلف دارند . طیف سبک‌های زندگی‌های با گونه‌های آرمانی سبک‌های زندگی که در رسانه‌ها طرح می‌شوند شاید محدود باشند ولی از هم گسترده تر از سبک‌های زندگی‌ای هستند که افراد قاعدتا در زندگی روزمره خود در قالب آنها می‌افتند." البته به اعتقاد گیدنز رسانه‌ها در جهان جدید در عین اینک امکان‌ها و گونه‌ها را به دست می‌دهند ، تفسیر‌هایی باریک‌اندیشانه ای از نقش‌ها با سبک‌های زندگی خاص نیز ارائه می‌دهند .

در جوامع امروزی همه مردم زندگی خود را انتخاب کنند . هرچند که امکان انتخاب برای گروه‌های بیشتر است ، مثلا ثروت یکی از عواملی است که امکان انتخاب را افزایش می‌دهد .

شیوه زندگی را می‌توان به مجموعه‌های کم و بیش جامع از عملکردها تعبیر کرد که فرد آنها را بکار می‌گیرد . چون نه فقط نیازهای جاری او را بر می‌آورند بلکه ، روایت خاصی را هم وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران متجسم می‌سزند . (جلالی پور ، ۱۳۸۴ : ۳۰-۳۱)

شیوه زندگی اصطلاحی است که در فرهنگ سنتی چندان کاربردی ندارد، چون ملازم با نوعی انتخاب از میان تعداد کثیری از امکان‌های موجود است و در عمل نه فقط از نسل گذشته تحویل گرفته می‌شوند.

شیوه‌های زندگی به صورت عملکردهای روزمره درمی‌آیند، عملکردهایی که در نوع پوشش، خوراک، طرز کار، و محیط‌ها مطلوب برای ملاقات‌بانیگران تجسم می‌یابند، "هر یک از تصمیم‌گیری‌هایی که یک شخص در زندگی روزانه می‌کند (چه بپوشم، چه بخورم، در کار چگونه کار کنم، پس از پایان کار با چه کسی ملاقات کنم) در تعیین و تنظیم امور روزمره مشارکت دارند." (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۰)

هر شیوه زندگی مستلزم مجموعه‌ای از عادات‌ها و جهت‌گیری‌ها است. بنابراین برخوردار از نوعی وحدت است که - علاوه بر اهمیت خاص خود از نظر تداوم امنیت وجودی - پیوند بین‌گزینه‌های فرعی موجود در یک الگوی کم و بیش منظم را نیز تأمین می‌کند. شخصی که خود را متعهد به شیوه زندگی معینی می‌داند، انتخاب‌های دیگر را لزوماً خارج از موازین و معیارهای خویش می‌بیند.

گیدنز معتقد است که، ویژگی خاص مدرنیته پویایی، تأثیر جهان‌گستر و زیاد تغییر دادن رسوم سنتی است. مدرنیته سبب می‌شود که افراد هرچه بیشتر از قید انتخاب‌هایی که سنت به طور معمولاً اختیار آنان قرار می‌دهد رها شوند و بدین ترتیب فرد را (رو در روی تنوع ناامنی از انتخاب‌های ممکن قرار می‌دهد و به دلیل آن که دارای کیفیتی غیر شالوده‌ای است، چندان کمکی به فرد ارائه نمی‌دهد تا وی را در گزینش‌هایی که باید به عمل آورد یاری دهد). در این میان امنیت هستی‌شناختی فرد آسیب می‌بیند. فرد برای اعاده امنیت هستی‌شناختی خود را از میان انتخاب‌های موجود برخی را بر می‌گزیند. به عقیده گیدنز، این انتخاب‌ها تصادفی نبوده و الگویی را پدید می‌آورند که فقط بخشی از آن مربوط به مصرف است.

این مجموعه الگومند، راهنمایی برای کنش می‌شود و فرد را از این معضل که در هر لحظه مجبور به تصمیم‌گیری آگاهانه باشند، می‌رهاند. هر سبک زندگی مستلزم مجموعه‌ای از عادات و جهت‌گیری‌ها است پس بنابراین برخوردار از نوعی وحدت است که علاوه بر اهمیت خاص خود از نظر تداوم امنیت وجودی، پیوند بین‌گزینه‌های فرعی موجود در یک الگوی کم و بیش منظم را نیز تأمین می‌کند (همان: ۱۲۱)

زندگی اجتماعی تنها محصول جامعه یا فقط محصول فردی نیست بلکه باید آن را بصورت فعالیت‌های در حال جریان و اعمالی که مردم انجام می‌دهند و در عین حال نهادهای بزرگتری را با تولید می‌کند.

ساخت‌های اجتماعی همزمان هم بر کنش اثر می‌گذارند و هم نتیجه کنش انسانی‌اند، یعنی افراد همان با وجود آوردن جامعه و ساختار آن، تحت تأثیر قرار می‌گیرند.

در نظری ساخت یابی قواعد و منابعی که در جریان تولید و بازتولید کنش اجتماعی ساخته می‌شوند، بوسیله باز تولید نظام اجتماعی نیز محسوب می‌گردند. این قواعد و منابع در دسترس افراد قرار دارند و در این میان "کنشگران ماهر" با توجه به هر دوی آن‌ها کنش های خود را تنظیم کرده و زندگش را مدیریت می‌کنند (جلالی پور، ۱۳۸۴: ۱۹)

"عاملیت به مثابه جریان کنش مردم است که با خود آگاهی (self consciousness) همراه است. جامعه به مثابه ترکیبی از اعمال مکرری فهمیده می‌شود که نهادها را شکل می‌دهند. این اعمال به عادات و اشکالی از زندگی بستگی دارد که افراد با آن اخت شده اند." (گیدنز، ۱۳۸۰: ۱۳۲)

افراد صرفاً آن‌ها را در فعالیت ایشان به کار نمی‌گیرند بلکه این اعمال زندگی است که چستی آن فعالیت را تعیین می‌کند ساخت اساساً در چیزهایی متجلی می‌شود که مردم به شکل نهادینه قاعده ند انجام می‌دهیم تابع آن چیزی است که آنرا آگاهی عملی (consciousness practical) می‌نامند که با قواعد و عرف زندگی اجتماعی در جریان است. (همان: ۱۳۶)

"ساخت تا آنجا وجود دارد که مردم کارهایی را با معرفت و آگاهی و در شرایط معینی که پیامدهای خاص هم دارد، انجام دهند. عاملان توانایی عقلانیت دارند، یعنی می‌توانند فراگردهای معمولی را ایجاد کنند که از طریق آن قادرند درکی دایمی از کنش‌ها ایشان داشته باشند." (ریترز، ۱۳۷۹: ۶۰۱)

این پیامدها را گاهی خود مردم هم نمی‌توانند پیش بینی کنند یا چیزی درباره آنها بدانند. اما این پیامدها نتیجه کار خود آنهاست. برای مثال دانش تکنولوژیک خصوصیات ساختاری جوامع را نشان می‌دهد. فناوری چیزی نیست جز چیزی که کنش های بشر در آن بکار رفته است. ساخت‌ها تنها بصورت انتزاعی نیستند بلکه نظامات اجتماعی به این دلیل وجود دارند که مردم هر روز کارهایی را انجام می‌دهند. ساخت بطور رجعی (Recursively) با آنچه مردم انجام می‌دهند تولید می‌شود. ساخت اجتماعی نه همان نوع موجودیت ساخت فیزیکی را دارد و نه همان تأثیرات علی اش را.

تأثیرات علی خصوصیات ساختاری نهادهای انسانی به این دلیل وجود دارند که در کنش های روزانه بازتولید می‌شوند و در نهایت این تأثیرات ساختاری به قرارداد و عرف بستگی دارند که هم ابزار و هم نتیجه این کنش‌ها هستند.

اگرچه فن آوری حضور فیزیکی دارد اما هم محدود کننده و هم توانا کننده است. این امر بستگی به مناسبات بین فاعل‌ها دارد، یعنی کسانی که عادات و عرف های گوناگون دارند و کارهای مختلفی انجام می‌دهند. برای فاعل بودن باید چیزهایی بدانیم و این نکته محوری فاعلی بودن است. بدون این چنین قابلیت در دانش اندوزی، ساختارها وجود نخواهند داشت، نمادها هم وجود نخواهند داشت، زیرا معرفت اساسی باز تولید

اجتماعی است و به دلیل وجود آن است که خواص ساختاری وجود دارند (همان : ۱۴۴)
 "زندگی اجتماعی توسط فاعلان کنترل می‌شود .
 به این معنی که انسان بدون تحت نظر داشتن مدام رفتار افراد ، در رابطه با رفتار دیگران . از سوی دیگر ، مناطق وسیعی از زندگی اجتماعی تحت کنترل فاعلان نیستند . فشارها و قیودی که از سوی جوانب ساختاری سیستم بر رفتار فرد وارد می‌شود نقش عاملیت را محدود می‌کند . پاره ای نیروهای اجتماعی تغییرات (سطح کلان) را ایجاد کردند و این تغییرات اجتماعی طرز فکر مردم نسبت به زندگی (سطح خرد) را تغییر می‌دهند ." (جلالی پور : ۲۴)

گیدنز و ساختار یابی و سبک زندگی :

گیدنز در نظریه خود در خصوص ساختار طبقاتی در جوامع پیشرفته به شیوه جدیدی به طرح مفهوم سبک زندگی می‌پردازد که در واقع این مفهوم نیز در نظریه ساخت یابی وی شکل می‌گیرد . ایده ساخت یابی گیدنز در واقع جستجوی راهی برای بیان تفاوت های بنیادین نگاه خویش با دیدگاه های طبقاتی مارکس و وبر است . او مانند همه مارکسیستها و شمار زیادی از وبری‌ها معتقد است که عامل اساسی و تعیین کننده در ایجاد نظام طبقاتی (مالکیت با عدم مالکیت دارای و ابزار تولید است) . (گیدنز ، ۱۹۷۳ : ۲۷- ۲۸)
 (ولی در نهایت دیدگاه های او در نظام طبقاتی به وبر نزدیک تر است و جایگاه عامل (قدرت) را در بازار سرمایه داری روشن می‌کند . (گرب ، ۱۳۸۱ : ۲۰۴)
 به اعتقاد وی در جوامع سرمایه داری جدید سرمایه داری پیچیدگی هایی وجود دارد که مدل مبتنی بر دو طبقه مارکس یا مدل طبقات منزلتی مبر نمی تواند بطور کامل همه این پیچیدگی‌ها و تناقضات را در بر می‌گیرد . و در اینجا نقطه اوج تفاوت اندیشه گیدنز با مارکس و وبر ما را تا حدودی به مفهوم سبک زندگی وی نزدیک می‌سازد .
 "او معتقد است (یک مقوله سومی از حقوق وجود دارد که نشانگر قدرت اقتصادی ای متفاوت با (ظرفیت بازار) افراد در نظام سرمایه داری است)" (همان : ۲۰۵)
 این عامل سوم (داشتن مهارت های شناخته شده) و (صلاحیت های تحصیلی) است . گیدنز در کتاب ساختار طبقاتی جوامع صنعتی پیشرفته سعی در نشان دادن تفاوت‌ها و شباهت های شکل بندی طبقاتی صنعتی معاصر با جامعه پیشین که مارکس آن را تحلیل نموده بود ، دارد .

و از این رهگذر بر (دوگانه انگاری) مرسوم فائق می‌آید و پیوندی میان کنشگران و ساختارها می‌سازد . (کیویستو ، ۱۳۷۸ : ۲۰۱)

"راه حل پیشنهادی وی برای حل مسئله غامض کنش گر - ساختار با تمرکز بر شیوه عمل اجتماعی عمل اجتماعی به دست می‌آید . بر حسب این نظریه ساختارها به دست کنشگران انسانی بوجود می‌آیند و هم وسیله ای هستند که چنین کنشی به که آن صورت می‌گیرد .

ساختارها را انسان‌ها ایجاد می‌کنند، اما آن‌ها هم کنش انسانی را محدود و امکان‌پذیر می‌سازند." (همان: ۲۰۳)

وی نظام کلی نظریه ساختاریابی خود را در آثار سه‌گانه‌ای که در اوایل دهه نود منتشر کرده برای بررسی جنبه‌های گوناگون مدرنیته که سبک‌ها زندگی نیز جزء لاینفک آن است، بکار گرفت.

مهمترین کتاب از سه‌گانه یاد شده (پی‌آمدهای مدرنیته) که در سال ۱۹۹۰ منتشر شد که در آن به بررسی جنبه‌های اجتماعی مدرن پرداخت که سبک‌های زندگی به ویژه فرهنگ مدرن نیز از تاملات آن است، دومین کتاب (مدرنیته و خود‌همایی) است که در سال ۱۹۹۱ به چاپ رسید و بالاخره کتاب (دگرگونی روابط نزدیک) است که به نظر می‌رسد در آن از آرا زیمیل بسیار بهره‌جسته است (همان: ۲۰۱-۲۰۶) او در این کتاب‌ها به وضعیت انسان در جامعه مدرن پرداخته است. جامعه‌ای که ر آن رفته رفته دولت‌های ملی تقویت می‌شوند و به ایجاد جامعه اطلاعاتی نوین کمک می‌کنند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۱۸۶) از رهگذر جدید وضعیت جدید اطلاعاتی مردم با کسانی رابطه می‌یابند که حضور فیزیکی ندارند که گیدنز این فرآیند را (دوری‌گزینی) می‌نامد. و از همین رو است که دگرگونی عمیق روابط موجب می‌شود که انسان، شیوه جدیدی از زندگی را تجربه کند و به این معنای رخ نمودن سبک‌های جدید زندگی است.

تاثیری که اقتصاد جهان صنعتی بر زندگی فرد باقی می‌گذارد، این است که خود به طرحی تبدیل م‌شود که باید ایجاد کرد نه چیزی که سنت یا عادت بطور قطعی تعیین کرده است. این طرح فرد را قادر به انتخاب می‌سازد، امکان برگزیدن شیوه زندگی را به او بخشید.

"گیدنز این روند را بر حسب ظهور (سیاست‌های زندگی) توصیف می‌کند که همانا آزادی و انتخاب است. از این رو سیاست زندگی، به مثابه ارتقای خود شکوفایی فردی است." (همان: ۱۸۶-۱۸۹)

گیدنز در ساختار طبقاتی سه‌گانه خویش به سه نوع حقوق، قدرت یا ظرفیت اشاره می‌کند که تا حدودی یادآور اندیشه سرمایه‌بور دیوست.

این سه عامل عبارتند از: (دارایی، آموزش و نیروی کار یدی) است. او چنین استدلال می‌کند که در جهان امروز دیگر نمی‌توان مانند (خطوط در نقشه جغرافیایی) میان طبقات، مرزهای مشخصی تقسیم نمود. زیرا بسیاری از مردم از اقشار گوناگون به بیش از یکی از این انواع سه‌گانه حقوق دسترسی دارند و تمایل دارند که از مرزهای جغرافیایی طبقاتی عبور نمایند (Ibid، ۲۰۰۰، ۵۲)

آنچه در آرای گیدنز ما را به مفهوم سبک زندگی رهنمون می‌شود، سه عامل مطرح شده از سوی وی در روشن نمودن مرزهای طبقاتی است:

(۱) تقسیم نیروی کار در عمل کار

۲) چگونگی ساخت یافتن روابط مبتنی بر اقتدار در محل کار
 ۳) سومین عامل که به بحث ما نزدیک تر می‌شود، الگویی (گروبندی توزیعی) است که به میزان خوشه بندی اشاره می‌کند، که به دلیل سبک های زندگی یا عادات مصرفی مادی متمایز به وجود می‌آید (گرب، ۱۳۸۱: ۲۰۷)

گیدنز بر آن است که، سبک زندگی بیشتر شبیه ژانر در ادبیات و هنر است. و مانند الگو یا نوعی شابلون است که، انسان‌ها را قادر می‌سازد که بوسیله آن به نوعی (حکایت گویی از خود) بپردازند. سبک های زندگی که افراد برای خود بر می‌گزینند نه فقط نیازهای جاری آن‌ها را بر آورده می‌سازد بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است، در برابر دیگران متجسم می‌سازد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۰)

هر چه وضع و حال فرد به دنیای مدرن-که ملازم با نوعی انتخاب است-تعلق داشته باشد، سبک زندگی او نیز با هسته واقعی هویت شخصی اش و ساخت و همچنین تجدید ساخت آن سر و کار خواهد داشت. هر چند که گیدنز سبک های زندگی را مولود انتخاب های دنیای مدرن می‌داند، اما مفهوم وبري (شانس های زندگی) را نیز از نظر دور نمی‌داند و بر آن است که انتخاب سبک زندگی مشروط به شانس‌ها یا فرصت هایی است که نصیب فرد می‌شود. (همان: ۱۲۶)

تفکر گیدنز در ارتباط با مفهوم انتخاب و گزینش که زاینده دنیای مدرن است و از سوی محل تجلی هویت فردی است می‌تواند در تحقق راهبردی به سوی توانایی های زیبا شناختی برآمده از هویت و نهایتاً گزینش کالاهای فرهنگی ویژه و رسیدن به سبک های زندگی فرهنگی خاص اثر گذار باشد.

داگلاس هالت: فرا ساختار گرایی و سبک زندگی

تحلیل فرا ساختار گرایانه سبک زندگی در پی آن است که نشان می‌دهد، هر کردار مصرف چگونه در تقابل با دیگران شکل گرفته است. اینکه چگونه می‌توان از طریق سنجش مصرف، مرزی مان گروه‌ها مشخص نمود. اصل اساس رویکرد فرا ساختار گرایان به مقوله مصرف و سبک زندگی، تمایز نهادن میان رفتار مصرف کننده و عمل مصرف است. (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۲)

"وجه بارز دیدگاه داگلاس هالت به عنوان نماینده فرا ساختارگرایان در مقوله مصرف و سبک زندگی طرح نظریه ارزش - سبک زندگی است که، در رویکرد وی فضای فرهنگی ذهن فرد که سلیقه‌ها، ارزش‌ها، ترجیحات و علایق وی را شکل می‌دهد، بر نحوه انتخاب های او در زندگی تاثیر می‌گذارد."

هالت از زمره کسانی است که مطالعات سبک زندگی را به گونه ای پژوهشی کیفی نزدیک نموده است و از این روست که روش (ارزش‌ها، سبک زندگی) را بر گزید و الگو های کمی گذشته را به چالش طلبد.

او در مقاله بلند خود که (تحلیل فرا ساختار گرانه سبک زندگی) نام دارد ، الگویی مصرف را در فضایی پسامدرن تحلیل می‌کند (هالت : ۱۹۹۷) وی در شرح چگونگی طراحی کیفی خود برای سنجش سبک زندگی ، بر آن است که انسان برای درک هستی ، ابایی داد که همانا (گفتمان) و رابطه فردی بادیگران است . . وی از طریق کشف گفتان های ناظر بر ذهن افراد به قواعد مصرف ایشان پی می‌برد و معتقد است که قواعد مصرف را تنها می‌توان از راههای کمی سنجش مصرف ، درک نمود .

او در سنجش خویش ارزش های مسئولی بر ذهن افراد را که به اشیاء (ارزش مصرف) می‌بخشید کشف می‌کرد ، و دیگر اینکه چرا برخی از کالاها و اشیاء در تقابل با دیگر اشیاء کم ارزش تر یا بهتر جلوه می‌کند ، رفتار خرید را در قالب های روانشناسی تحلیل نموده و به کشف چگونگی تمایز نهادن در ذهن افراد پرداخته و به این ترتیب با ترکیب نگرش‌ها و ارزش‌ها به سنجش کیفی سبک زندگی رسید (هالت

نتیجه گیری:

مقوله سبک زندگی عبارت است از : تلاش برای شناخت مجموعه منظمی از رفتارها یا الگویی کنش که افراد آن‌ها را انتخاب کرده و کنش شان در زندگی روزمره به واسطه آن‌ها هدایت می‌شوند . مهم این است که چنین انتخاب هایی در هر سطحی وجود دارند و هیچ فرهنگی انتخاب افراد را کاملا از آن‌ها نمی‌گیرند.

به علاوه با جهانی شدن فزاینده رسانه های ارتباط جمعی ، وجود و عملکرد محافل و سازمان های متعدد و گوناگونی در هر زمینه به گوش می‌رسد و همین اطلاعات طبعاً راه های تازه ای برای انتخاب در برابر شخص می‌گشاید ، تاثیر زیاد تلویزیون از طریق کنار هم قرار دادن موقعیت‌ها و حالات گوناگون ، شکل‌ها و نمادهای ویژه ای بوجود می‌آورند که شیوه های زندگی بی سابقه - و بنابراین انتخاب هایی تازه ای را القا می‌کنند . از سویی ، تاثیر رسانه های ارتباط جمعی فقط در جهت کثرت گرایی و تنوع طلبی نیست .

رسانه های جمعی ما را به موقعیت هایی هدایت می‌کند که شخصاً هرگز امکان تماس یا آشنایی مستقیم با آن‌ها را نداشته ایم ، ولی از طرف دیگر بین جایگاه‌ها و سکونت هایی که در گذشته به کلی از یکدیگر مجزا و بی خیر بوده اند ، نیز ارتباط هایی برقرار می‌سازند .

در دنیای آکنده از امکانات گوناگون برای گزینش شیوه زندگی برنامه ریزی استراتژیکی برای زندگی از اهمیتی خاص برخوردار است . برنامه ریزی های متفاوت برای زندگی هم چون الگوهای گوناگون شیوه زندگی ، یکی از ملازمت های اجتناب نا پذیر اشکال اجتماعی ما بعد سنتی است .

اما این انتخاب‌ها و الگو های رفتاری در انتخاب سبک زندگی تعیین کننده می‌باشد . در نظریه ساختار گرایی عامل انسانی و ساخت اجتماعی با هم در ارتباط هستند و تکرار

رفتارهای افراد ، ساخت‌ها را باز تولید می‌کند و به واسطه همین تولید توسط کنش انسانی ، ساخت برای کنش انسان‌ها محدودیت ایجاد می‌کند .

فهرست منابع

کتابها

- ۱) ترنر (۱۹۹۸)
 - ۲) توسلی ، غلامعباس، ۱۳۷۳، نظریه های جامعه شناسی ، سمت..
 - ۳) جلالی پور، ۱۳۸۲، سبک زندگی، ترجمه: علیرضا چاووشی ، تهران ، وزارت فرهنگ و ارشاد ، دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی
 - ۴) ریترز، جورج ، ۱۳۷۹، نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر، ترجمه: محسن ثلاثی ، تهران ، انتشارات علمی .
 - ۵) گرب ، ادوارد . ج . ۱۳۸۱، نابرابری اجتماعی: دیدگاههای نظریه پردازان کلاسیک و معاصر، ترجمه: محد سیاهپوش، احمد رضا غروی زاد ، نشر معاصر .
 - ۶) گیدنز (۱۳۷۳)
 - ۷) گیدنز، آنتونی. ۱۳۷۸، تجدد و تشخص در جامعه جدید، ترجمه: ناصر موفقیان ، نشر نی.
 - ۸) گیدنز (۱۳۸۰)
 - ۹) مک کوایل، دنیس ، ۱۳۸۲ ، درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه: پرویز اجاللی، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
 - ۱۰) هالت (۱۹۹۷)
- مقالات :
- (۱) Ibid (۲۰۰۰)

میزان آشنایی کارکنان روابط عمومی‌های سازمان‌های دولتی تبریز با ارتباطات بحران

مهدی زنده رزم^۱ - دکتر صفر حیاتی^۲

چکیده:

این تحقیق با هدف شناخت میزان آشنایی کارکنان روابط عمومی سازمان‌های دولتی تبریز انجام گرفته است. روش این تحقیق پیمایشی و ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه بوده است که پس از پر شدن پرسشنامه‌ها، جداول توصیفی و استنباطی از طریق نرم‌افزار spss به دست آمده و تحلیل شد. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان سازمان‌های دولتی شهر تبریز اعم از مدیران و کارشناسان است که بالغ بر ۳۶۵ نفر (مرد و زن) می‌باشند که از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی و با استفاده از جدول کرجسی - مورگان، تعداد نمونه‌ها ۱۸۶ نفر تعیین گردید. بررسی‌های صورت گرفته نشان داد که میزان آشنایی کارکنان با ارتباطات بحران در سه مرحله قبل، حین و پس از بحران بیش از مقدار متوسط می‌باشد. همچنین یافته‌ها نشان داد که از نظر رشته تحصیلی، میزان تحصیلات و سابقه کار کارکنان در میزان آشنایی آنان با ارتباطات بحران تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. واژگان کلیدی: بحران، ارتباطات بحران، روابط عمومی

بیان مساله:

امروزه روابط عمومی جزئی لاینفک از سازمان و هویت سازمانی است و کارگزاران روابط عمومی به عنوان عناصر هویت بخش به آن دارای نقشی اثر گذار و با اهمیت‌اند. این نقش‌آفرینی به اندازه‌ای است که هرچه تهدیدات سازمان‌ها بیشتر و بحران‌های پیش رو پر دامنه‌تر، اهمیت نقش‌آفرینی کارگزاران روابط عمومی نیز بیشتر است. کارگزاران روابط عمومی برای مقابله با تهدیدات سازمانی، به مقوله‌ای به نام کنترل و مدیریت بحران نیازمنداند و این نیاز دارای یک الزام اساسی برای هدایت و کنترل و سازماندهی است و آن ارتباطات بحران است.

^۱ کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق تبریز، ایران zendehrasm.pr@gmail.com ، ۰۹۱۴۴۱۰۳۸۲۹

^۲ دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و اجتماعی، گروه مطالعات خانواده، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران s.hayati90@gmail.com ، ۰۹۱۰۴۰۰۴۵۷۲

نتایج طرح تحقیقی "نقش روابط عمومی‌های استان یزد در مدیریت بحران" که توسط "امیرترقی نژاد" پژوهشگر حوزه علوم ارتباطات اجتماعی انجام شده است نشان می‌دهد که ۴۸,۵ درصد شرکت کنندگان معتقد هستند نهادهای مسئول در موقع بحران از راهبرد توجیه استفاده می‌کنند و همچنین ۴۹,۲ درصد شرکت کنندگان در پژوهش معتقدند مدل ارتباطی افقی در موارد بحران کاربرد بیشتری دارد. ۵۰ درصد شرکت کنندگان در این پژوهش معتقدند اقدام خبری در مرحله هنگام بحران ضروری است و در همین راستا نیز ۵۱,۵ درصد شرکت کنندگان در پژوهش عمده‌ترین وظیفه روابط عمومی در وضعیت بحران را اطلاع رسانی به موقع از طریق کانال‌های ارتباطی می‌دانند و ۴۲,۳ درصد هم معتقدند موفق‌ترین کانال ارتباطی، اطلاع رسانی از طریق رادیو و تلویزیون است. (شماره ۱، ۱۳۹۵)

ارتباطات دقیق و ارائه اطلاعات درست در مورد خطرات احتمالی می‌تواند نقش مهمی در پیشگیری از بحران‌ها، کاهش عوارض ناشی از بحران‌ها و اتخاذ تصمیم مناسب در این مواقع داشته باشد. مدیریت بحران باید با شناخت دقیق از ماهیت بحران، اهداف و خواسته‌های بحران‌سازان و ویژگی‌های مخاطبین خود به طور مستمر با مسئولین، مقامات، مردم، رهبران بحران، حامیان بحران و نیروهای خودی در صحنه بحران ارتباط داشته باشد. (تشکر، ۱۳۹۰)

براین اساس مدیریت ارتباطات یکی از وظایف مهم روابط عمومی در مواقع بروز بحران است. وقایع و حوادث مبهمی که اخبار و اطلاعات موثق، دقیق و درستی درمورد آن وجود ندارند یا اطلاعات ناقص و بعضاً متناقض از آن در جامعه جریان پیدامی‌کند، زمینه شکل گیری یک جریان خبری تخریب کننده، نادرست و غیرواقعی به نام شایعه را فراهم می‌کند. (موسسه روابط عمومی آرمان، ۱۳۸۶) به علاوه اثرات روانی ناشی از بحران لزوماً اطلاع رسانی صحیح در مواقع بروز بحران را بیش از پیش نمایان می‌کند.

بحران‌های طبیعی و غیر طبیعی به وجود آمده در شهر تبریز طی سالیان اخیر، نشان از عدم مدیریت صحیح ارتباطات بحران توسط سازمان‌های دولتی این شهر به عنوان یکی از کلانشهرهای کشور دارد. عدم اطلاع رسانی صحیح و سریع در مواقع بحرانی نمونه‌ای از این عدم مدیریت ارتباطات بحران می‌باشد. از آنجایی که مسئولیت ارتباطات در هر سازمان برعهده روابط عمومی می‌باشد، این پژوهش که طی سال ۱۳۹۹ انجام گرفته، سعی دارد میزان آشنایی کارکنان روابط عمومی با ارتباطات بحران را مورد ارزیابی قرار دهد.

پیشینه تحقیق:

مرور تاریخی واژه بحران:

نزدیک پنج قرن از عمر ظاهر شدن واژه بحران در زبان لاتین سپری شده و طی دو قرن اخیر واژه‌های CRISIS و CRISE در زبان‌های انگلیسی و فرانسه از ادبیات گسترده‌ای برخوردار شده‌اند. در زبان فارسی در مورد ادبیات مدیریت بحران، در بنگاه‌های اقتصادی و نهادهای سیاسی بخصوص بحران‌های بین‌المللی علی‌رغم اهمیت

روزافزون آنها تعداد آثار مرجع از انگلستان دست فراتر نمی‌رود و این درحالی است که کشور ما به لحاظ شرایط طبیعی، منطقه‌ای، سوق‌الجیشی، پراکندگی جمعیت، نحوه استقرار شهرها و بطور کلی وضعیت اقلیمی و مکانی و آسیب پذیری‌های موجود ظرفیت‌های بالقوه‌ای برای بروز بحران و حوادث غیر مترقبه فراهم آورده است. بنابراین ملحوظ داشتن برنامه مدیریت جامع بحران به عنوان بخش مهمی از برنامه‌های توسعه کشور در کاهش میزان اثرات و تبعات ناشی از وقوع سوانح و کنترل خسارات و تلفات انسانی می‌تواند بسیار اثر بخش باشد.

این که مخاطرات طبیعی در بسیاری از مواقع به فاجعه و مصیبت تبدیل می‌شوند ناشی از نوع سازماندهی، مدیریت و رفتار جوامع است. همه انواع وسایل ارتباطی و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و همچنین وسایل ارتباط جمعی از رسانه‌های الکترونیکی گرفته تا رسانه‌های تصویری، صوتی و مکتوب، در مدیریت بلاهای طبیعی، سیستم‌های هشدار قبل از وقوع بلاها، و آموزش همگانی نسبت به حوادث غیر مترقبه، نقشی بسیار حیاتی دارند؛ و می‌توانند سهم بسزایی در کاهش خسارت‌های مالی و جانی داشته باشند.

فرهنگ لغات وبستر بحران را اینگونه تعریف می‌کند: بحران یک تغییر ناگهانی به سمت بهتر یا بدتر شدن است؛ یک لحظه قطعی و حالتی بی ثبات از اموری که مستلزم تغییر هستند، موقعیتی که به یک مرحله وخیم رسیده باشد. طبق تعریف میتروف و همکارانش، بحران یک قطع یا شکست است که نه تنها یک سیستم را به عنوان یک کل متاثر می‌سازد، بلکه فرضیات اساسی آن را تهدید می‌کند. (سلطانی و صفرنیا ۱۳۸۹)

انواع بحران‌ها

سازمان‌ها همواره با دو نوع بحران مواجه هستند: یک دسته از بحران‌ها که ریشه و منشأ برون سازمانی و طبیعی دارند نظیر حوادث (سیل، زلزله، خشکسالی، سوانح و...) و دسته دیگر برگرفته از تصمیمات و سیاست‌های جدی درون سازمانی یا سوء مدیریت می‌باشند که در بیشتر موارد این بحران‌های احتمالی قابل پیش‌بینی (نظیر اعتصاب، شورش، استیضاح و...) که ناشی از اقداماتی است چون: تعدیل نیروی انسانی، کاهش دستمزد، افزایش قیمت خدمات و کالاها و... که از هر کدام از این دونوع بحران نیازمند برنامه ریزی ارتباطی خاص خود برای پیشگیری یا مقابله اصولی با بحران و بحران زدایی است. (سید محسنی، ۱۳۸۶)

مدیریت بحران:

مدیریت بحران را می‌توان به این شکل تعریف کرد: مجموعه عواملی که برای مقابله با بحران‌ها و کاهش صدمات ایجاد شده طراحی شده است. علاوه بر این، مدیریت بحران به دنبال «پیشگیری و تخفیف پیامدهای منفی بحران‌ها و در نتیجه محافظت از سازمان، سهامداران و یا صنعت در مقابل صدمات است» (کومبز ۱۹۹۹). باید مدیریت بحران را فرآیندی با بخش‌های زیاد تصور کنیم، بخش‌هایی مثل اقدامات پیشگیرانه، برنامه‌های مدیریت بحران و ارزیابی‌های پس بحرانی. عواملی که مدیریت بحران را بوجود می‌آورند، به سه دسته تقسیم می‌کنیم: پیشا بحرانی، بحرانی و پس بحرانی. پیشا بحران شامل

اقداماتی برای پیشگیری از بحران و ایجاد آمادگی برای مدیریت بحران است. بحران در واقع پاسخ به رخداد است. پس بحران هم تلاش‌های ما درباره عبرت از رخداد بحرانی است. (کومبز و هالیدی، ۱۳۹۲)

ارتباطات بحران

در حقیقت ارتباطات بحران گفتگوی بین سازمان و مردم قبل، ضمن و بعد از وقوع یک رخداد منفی است. به عبارت دقیق‌تر، ارتباطات بحران شامل برنامه ریزی و اجرای فعالیت‌هایی است که سازمان را قادر می‌سازد از مجرای رسانه‌های خبری و به شیوه‌ای اثر بخش مردم را در جریان رویدادهای واقعی قرار دهد. (احدزاده و امامی، ۱۳۹۲)

ارتباطات بحران را می‌توان توسعه، جمع‌آوری، پردازش و انتشار اطلاعات لازم برای مقابله با موقعیت بحرانی تعریف کرد. در ارتباطات بحران پیشابحرانی، اطلاعاتی درباره ریسک‌های بحران جمع می‌کنیم، درباره نحوه مدیریت بحران‌های محتمل تصمیم می‌گیریم و افرادی را که درگیر فرآیند مدیریت بحران هستند، آموزش می‌دهیم. در این آموزش اعضای تیم بحران، سخنگویان بحران و بسیاری از افرادی که در راه مقابله با بحران کمک می‌کنند، حضور دارند. ارتباطات بحران شامل جمع‌آوری و پردازش اطلاعات برای تصمیم‌گیری‌های تیم بحران و همچنین ایجاد و انتشار پیام‌های بحران در میان مردمی است که خارج از این تیم هستند. پس بحران نیز شامل تشریح و ارزیابی اقدامات مربوط به مدیریت بحران، انتقال تغییرات لازم به افراد و فراهم کردن پیام‌های لازم مربوط به بحران است. (کومبز و هالیدی، ۱۳۹۲)

روابط عمومی و مدیریت ارتباطات بحران:

در اکثر قریب به اتفاق تعاریفی که از روابط عمومی صورت گرفته این حرفه، فن و تخصص را یک وظیفه مدیریتی در سازمان بیان کرده است که می‌کوشد ارتباط موثر و اثر بخشی بین سازمان و مخاطب با هدف ایجاد تفاهم، همدلی و هم اندیشی و مشارکت برای اجرای موفق‌تر برنامه‌های یک سازمان مهیا و تدارک کند، لذا با توجه به این نقش و وظیفه مدیریتی می‌توان پی برد یکی از واحدهای اصلی در مدیریت بحران یا بحران زدایی یا پیش‌بینی بحران به عهده‌ی روابط عمومی‌ها خواهد بود، چرا که روابط عمومی مرکز چرخش و انباشت اطلاعات، ارتباط با مخاطبان و افکار عمومی و نقطه مرزی بین درون و برون سازمان را تشکیل می‌دهد. (سیدمحسنی، ۱۳۸۶)

متخصصین روابط عمومی، شرکت‌ها و سازمان‌ها را در مدیریت تغییرات فزاینده در زمینه ارتباطات بحران یاری می‌دهند. در حقیقت، بسیاری از متخصصین روابط عمومی خود را کارشناسان ارتباطات بحران نیز می‌دانند.

برای بسیاری، روابط عمومی و ارتباطات بحران، در کنار یکدیگر به نظر شبیه «یک جفت کامل» هستند. متخصصان روابط عمومی نه تنها در هدایت بعد ارتباطات رسانه‌ای پاسخ به بحران متبحر هستند، بلکه در سایر جوانب مانند مدیریت تکنیک‌های ارتباطی و استراتژی‌های کسب مجدد اعتبار سازمان نیز مهارت دارند. از آنجایی که متخصصان روابط عمومی به دنبال مدیریت استراتژیک ارتباطات بین سازمان و مخاطبین خود

هستند، می‌توانند بازیگران کلیدی در ارائه پیام‌های پاسخ به بحران نیز باشند. (احدزاده و امامی، ۱۳۹۲)

وظایف ستاد بحران روابط عمومی

الف- وظایف روابط عمومی پیش از بحران

پیش‌بینی وقوع بحران مهم‌تر از تصمیم‌گیری هنگام وقوع بحران است. بر اساس اطلاعات به دست آمده، به سادگی می‌توان وقوع بحران را پیش‌بینی و حتی نقش سازمان در وقوع بحران را اندازه‌گیری کرد. این امر سبب می‌شود تا ستاد بحران، نخست کاستی‌ها و نقاط ضعف را دریابد و همچنین نقاط قوت را برای جلوگیری از بحران به کار گیرد. هر سازمان باید پیش از وقوع بحران برای مقابله با آن آماده باشد، زیرا برنامه‌ریزی برای بحران در هنگام وقوع آن اگر ناممکن نباشد، بسیار دشوار است و زمان و هزینه زیادی می‌طلبد. نخستین گام برای مقابله موثر با بحران‌ها ایجاد یک تیم مدیریت بحران است. این تیم می‌تواند و بهتر است که از اعضای سازمان تشکیل شده باشد، چرا که هم در موقع بحران در محل حضور دارند و هم اینکه دارای منافع سازمانی یکسان هستند. هر چند همیشه نمی‌توان بحران‌ها را پیش‌بینی کرد، اما یک تیم ارتباطی خوب با انجام برنامه‌ریزی، آمادگی کمابیش نسبی برای مقابله با بحران‌ها کسب می‌کند. تیم ارتباطات بحران باید در مورد بحران‌های احتمالی همیشه طوری به مردم و سازمان‌های مسئول اطلاع‌رسانی کند که در صورت وقوع بحران، ضربه اولیه خبر آن کاهش یابد. ضربه اولیه در بحران نقش غافل‌گیرکنندگی دارد. این غافل‌گیرکنندگی می‌تواند به نوبه خود بحران را به جایی که پیش‌بینی آن برای باهوش‌ترین مدیران بحران هم غیر ممکن باشد، هدایت کند. (سلطانی و صفرنیا، ۱۳۸۹)

ب- وظایف روابط عمومی حین بحران

یکی از کارکردهای مهم و موثر روابط عمومی‌ها در زمان بروز بحران، اعمال مدیریت رسانه‌ای در بحران‌هاست، چراکه اگر رسانه‌ها در زمان وقوع بحران به درستی اطلاع‌رسانی، هدایت و مدیریت نشوند، بزرگترین خطر را برای سازمان درگیر بحران و ایجاد تنش در افکار عمومی خواهند داشت، رسانه‌ها به عنوان انتشاردهندگان اطلاعات در حداقل زمان و سرعت بالا این امکان را ایجاد می‌کنند که یک مسئله و موضوع بحرانی در حداقل زمان ممکن با اشاعه باور نکردنی در افکار عمومی جامعه گسترش یابد و اگر مهار آن غیر ممکن نباشد، بسیار سخت و پرهزینه خواهد شد. (سیدمحسنی، ۱۳۸۶)

با بروز بحران کار عمده روابط عمومی آغاز می‌شود. شایعات و اخبار دروغ و یا اشتباه کار روابط عمومی را سخت می‌کند. «قانون بسیار مهم ارتباطات در وضعیت بحرانی: ۱- به همه آن را بگو ۲- زود بگو ۳- با صداقت بگو» (رجسترو لارکین، ۱۳۷۷)

ج- وظایف روابط عمومی پس از بحران:

پایان بحران به معنای پایان کار روابط عمومی و به تبع آن پایان کار ارتباطات بحران نیست. اگر ارتباطات را به عنوان یک فرآیند در نظر بگیریم، ارتباطات پس از بحران به معنای مقدمه‌ای برای مقابله با بحران‌های بعدی است که از آن به عنوان ارتباطات پسا بحرانی یاد می‌کنیم.

فرآیند ارتباطی بحران حتی پس از بحران واقعی نیز ادامه می‌یابد. طبق نظر گونزالز و پرات (۱۹۹۶) هر بحران یک مرحله بعد از بحران نیز با خود به همراه دارد و آن زمانی است که سازمان سعی دارد اعتبار و شهرت قبلی خود را بازیابد زیرا صرف نظر از هدف یا ساختار، شهرت و مارک یکی از دارایی‌های مهم سازمان محسوب می‌شود و سازمان‌ها پیوسته تلاش می‌کنند از استراتژی ارتباطی برای شهرت بیشتر استفاده کنند. همچنین پارسونز درباره ارتباطات پس از بحران می‌گوید زمانی که میل به نوشتن و چاپ مطالب درباره بحران سازمان کاهش می‌یابد، سازمان باید سعی کند دچار آن‌تروپی مثبت نشود و می‌افزاید سازمان‌ها نباید بعد از گذار از بحران آن را به فراموشی بسپارند بلکه باید با ارزیابی برنامه بحران به بررسی و ارزیابی مدیریت ارتباط با رسانه‌ها در زمان بحران بپردازند و نقاط قوت و ضعف خود را برای بهبود برنامه‌های آتی مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند (احمدی، ۱۳۸۴).

ارتباطات پسا بحرانی دوره‌ای را پوشش می‌دهد که بحران را حل شده در نظر می‌گیرند. تمرکز بر مدیریت بحران به پایان رسیده است، اما مدیریت تأثیرات بحران همچنان ادامه دارد. با توجه به اینکه به سختی می‌توان فهمید بحران دقیقاً چه زمانی به پایان می‌رسد، ارتباطات پس‌ابحرانی در واقع بسط ارتباطات واکنش به بحران است که با یادگیری (درس‌ها و تجارب) از بحران ترکیب شده است.

تداوم ارتباطات بحران: ارتباطات پس‌ابحرانی از ارتباطات مدیریت واکنش سهامداران استفاده زیادی می‌برد. وقتی سازمان به عملکرد عادی خود باز می‌گردد، سهامداران باید اخبار جدید در مورد تداوم کارها را دریافت کنند. کارمندان، عرضه‌کنندگان و مشتریان هم می‌خواهند بدانند که سازمان چه زمانی به عملکرد معمول خود باز می‌گردد و لازم است که اخبار روز را در این زمینه دریافت کنند. سازمان‌ها باید با تحقیقات هم همکاری کنند و گزارش‌های خودشان را هم بدهند، و یا واکنش‌هایشان به بازرسی‌های خارجی مثل دولت را ابراز کنند. گزارش‌ها نخستین موارد ثبت شده در مورد علت بحران هستند، بنابراین اهمیت زیادی دارند. علت گزارش شده می‌تواند دور جدیدی از نگرانی‌ها را آغاز کند و حتماً باید به آنها پاسخ داده شود. سازمان باید همه اطلاعاتی را که «وعده داده» است، عرضه کند. اگر سهامداران در اول بحران خواستار اطلاعاتی شوند و به آنها وعده «بعدها» بدهند، باید بعداً این اطلاعات عرضه شود، وگرنه سهامداران بی اعتماد می‌شوند.

مراسم یادبود اشکال ویژه‌ای از اطلاعات تطبیقی هستند که تا پس از بحران گسترش می‌یابند. حمایت روانی از قربانیان از جمله کارمندان، شیوه دیگری از اطلاعات تطبیقی است که به مرحله پسا بحران کشیده می‌شود. مردم به اطلاعات مربوط به چنین برنامه‌هایی نیاز دارند.

ترمیم نیکنامی نیز تا مرحله پساجبران ادامه می‌یابد. نوسازی، نمونه تداوم اقدامات مربوط به ترمیم نیکنامی تا پس از بحران است که ادامه می‌یابد. تمرکز نوسازی بر آینده و بازسازی است.

درس گرفتن سازمان: یکی از اظهارات معمول در نوشته‌های مربوط به مدیریت بحران این است که بحران‌ها تجربه‌ای فوق‌العاده برای عبرت گرفتن هستند. پس از تمرکز اولیه بر مدیریت بحران، مردم در می‌یابند که مشکلی وجود دارد و نیاز به تغییر وجود دارد. بحران فرصتی برای ارزیابی کارهایی است که سازمان می‌کرده است، از جمله آنچه منجر به بحران شده است و اقدامات مربوط به مدیریت بحران. یادگیری سازنده بازتاب بعدی از ارتباطات بحران به نام مدیریت دانش بحران است. کارشناسان یادگیری از بحران به نیاز به جمع آوری اطلاعات درباره‌ی بحران و تحلیل این اطلاعات اشاره کرده‌اند. گروهی چندمنظوره (مربک اراعضای گروه‌های مختلف) باید مسئولیت مسائل پس از بحران را به عهده بگیرد و از مجموعه‌ای گسترده از سهامداران، از جمله سهامداران خارجی اطلاعات جمع کنند. مدیریت باید مدلی برای محیطی باز درست کند و آن را رواج دهد، محیطی متمرکز بر عبرت‌هایی که سرزندی نیستند. باید یادگیری را ارزیابی کرد و به آن پاداش داد. آیا درس‌هایی که گرفتیم به کار بسته شد؟ آیا به کار بستن درس-هاموفقیت‌آمیز بود؟ آیا برایتغییر به‌فراادپاداش‌دهنده؟ نظارت‌بردرس‌های گرفته شده، راهی است که نشان می‌دهد آیا پس از به کارگیری اولیه‌ی عبرت‌ها، هنوز آن‌ها استفاده و تقویت می‌شوند یا نه؟ (کومبز ۱۳۹۲).

تحقیقات پیشین:

افتخاری (۱۳۸۷) پژوهشی تحت عنوان مدیریت رسانه‌ای بحران انجام داده است. وی در این پژوهش با توجه به ماهیت رسانه‌های نوین که امکان انحصار آنها را در شان ابزاری متعارف منتفی می‌سازد، به جایگاه « رسانه » در مقام مدیریت بحران پرداخته است. حبیبزاده و جوادیان (۱۳۸۹) در مقاله‌ای به بررسی «راهبردها در رسانه‌اندرو مدیریت بحران» پرداختند. هدف این مقاله دستیابی به درکی عمیق و درست از بحران و مراحل آن و همچنین نقش روابط عمومی در طول بحران و نحوه ارتباط سازمان‌ها با رسانه‌ها در زمان‌های بحرانی است.

سلطانی و صفرنیا (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «ارتباطات بحران؛ هدایتگر سازمان به ساحل نجات» به بررسی یکی از مهم‌ترین علل و عوامل شکست یا موفقیت پروژه‌های مدیریت بحران یعنی ارتباطات بحران پرداختند.

تشکری (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «ارتباطات در بحران» به بررسی و جستجو در بانک‌های اطلاعات الکترونیکی، مقالات و آثار کارشناسان بحران می‌پردازد. هدف این پژوهش، یافتن روش‌های دستیابی به نحوه ارتباطات در بحران می‌باشد. وی در این پژوهش به این نتیجه می‌رسد که برای کنترل و مقابله با بحران به طور عمده دو رویکرد و راهبرد وجود دارد: مستقیم (کاربرد قوه قهریه) و غیر مستقیم (کاربرد روش اقناع و مقابله نرم).

احدزاده و امامی (۱۳۹۲) در مقاله خود با عنوان «روابط عمومی و ارتباطات بحران در عصر رسانه‌های اجتماعی» ضمن تحلیل نقش رسانه‌های اجتماعی در روابط عمومی، به

بررسی مدل‌های ارتباطات بحران تحولات بوجود آمده در این مدل‌ها، به دنبال ظهور رسانه‌های نوین و اجتماعی پرداختند و علاوه براین، درباره نقش روابط عمومی در ارتباطات بحران نیز بحث کردند. نتایج به دست آمده از این مقاله نشان داد که دریافت و انتشار پرسرعت اطلاعات از مهمترین نیازها در مدیریت بحران است که رسانه‌های اجتماعی با از پیش رو برداشتن محدودیت‌های زمانی و مکانی به این نیازها پاسخ می‌دهند. از جمله وظایف روابط عمومی‌ها در شرایط بحران نیز اطلاع رسانی و اطلاع یابی زود هنگام است که با به خدمت گرفتن رسانه‌های اجتماعی به این مهم می‌توان جامه عمل پوشاند.

مرور نظری

۱- مدل ارتباطات بحران گونزالز- هررو و پرات

مدل گونزالز- هررو و پرات (۱۹۹۶) نشان می‌دهد برنامه‌ریزی، اساس مدیریت بحران است و هر سازمان باید یک برنامه اقتضایی برای مواجهه با بحران‌های قریب‌الوقوع تدوین کند. در این مدل دو فرض اساسی وجود دارد که هر جنبه آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد:

۱: هر بحران چرخه حیاتی دارد که می‌تواند تحت تأثیر عوامل داخلی و خارجی قرار گیرد؛

۲: بهترین استراتژی برای اجتناب از پوشش رسانه‌ای منفی دخالت در فعالیت‌های معتبر اجتماعی و فعالیت‌های ارتقاء دهنده شهرت است. (توکی ۱۳۹۲)

۲- برنامه ریزی ارتباطات بحرانی استراتژیک یوسلی (۲۰۰۲)

یوسلی بهترین روش را برای مدیریت بحران و یا حتی اجتناب از آن برنامه‌ریزی برای مقابله با چندین پیشامد و حادثه می‌داند. وی رهنمودهای خود را این چنین بیان می‌کند:

- توسعه پیام‌های کلیدی و مطالب ارتباطی مکتوب به طور روشن
- ایجاد پروتکل‌های ارتباطی
- اولویت بندی روابط رسانه‌ای
- توسعه استراتژی ذی‌نفعان
- آموزش افراد سخنگو برای اداره مسائل و تحقیقات رسانه‌ها
- طراحی دفترچه راهنمای بحران برای مدیران
- نصب سیستم هشدار دهنده و نظارتی
- ایجاد سیستمی برای برقراری ارتباط با همه ذی‌نفعان سازمان (احمدی ۱۳۸۴)

۳- نظریه اسکولگند و اولسن درباره ایجاد ارتباط با رسانه‌ها

از نظر اسکولگند و اولسن (۱۹۹۵) شرکت‌ها باید رسانه‌های مهم خبری و روزنامه‌نگاران مطرح را شناسایی کنند و با آن‌ها در تماس باشند. از آنجایی که در موقعیت‌های بحرانی اطلاع رسانی به همه روزنامه‌نگاران کار دشواری است باید چنین امکانی را از قبل برای آن‌ها فراهم کرد. به طور کلی این دو معتقدند، در زمانی که سازمان‌ها با بحران مواجه می‌شوند باز بودن در سازمان بر روی رسانه‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است و چشم پوشی از این واقعیت باعث سلب اعتماد سازمان و رسانه

از یکدیگر خواهد شد بنابراین سازمان‌ها باید بتوانند از راه‌های زیر روابطی را با رسانه‌ها برقرار کنند:

- برگزاری سمینارهایی درباره کسب و کار سازمان
- ارسال مطالب به روزنامه‌نگاران و ستاد سردبیری اخبار
- برقراری تماس مستمر با رسانه‌ها و فراهم کردن اطلاعات جدید برای آن‌ها
- ارسال اخبار خوب درباره سازمان به رسانه‌ها

چهارچوب نظری

با توجه به دیدگاه‌های مطرح شده در بخش مبانی نظری تحقیق و همچنین بین رشته‌ای بودن موضوع تحقیق، در تحلیل نهایی از نظریه ذیل، استفاده می‌کنیم:

مدل ارتباطات بحران گونزالز- هررو و پرات

گونزالز- هررو و پرات (۱۹۹۶) مدلی را ارائه کردند که در همه مراحل ارتباطات بحران از ارزش بالایی برخوردار است. این مدل نشان می‌دهد برنامه‌ریزی، اساس مدیریت بحران است و هر سازمان باید یک برنامه اقتضایی برای مواجهه با بحران‌های قریب‌الوقوع تدوین کند. آنان معتقدند این مدل در زمان مواجهه با بحران‌های تصادفی و عملیاتی و همچنین بحران‌های ناشی از سوء مدیریت از کارایی زیادی برخوردار است ضمن آنکه مدیریت مسائل و مدیریت بحران را نیز تلفیق می‌کند. مدیریت مسائل، برنامه‌ای است که طی آن تلاش می‌شود تغییرات بالقوه در محیط درونی سازمان شناسایی شود تا پیش از تاثیرگذاری منفی آن، تصمیمات مربوط اتخاذ گردد. به عبارت دیگر مدیریت مسائل نگاه به آینده برای شناسایی روندهای بالقوه وقایعی است که عملیات سازمان را تحت تاثیر قرار می‌دهد در مقابل مدیریت بحران بیشتر جنبه واکنشی دارد و پس از اینکه بحرانی به وقوع پیوست بر آن موقعیت تمرکز می‌کند.

در این مدل دو فرض اساسی وجود دارد که هر جنبه آن را تحت تاثیر قرار می‌دهد:

۱: هر بحران چرخه حیاتی دارد که می‌تواند تحت تاثیر عوامل داخلی و خارجی قرار گیرد؛

۲: بهترین استراتژی برای اجتناب از پوشش رسانه‌ای منفی دخالت در فعالیت‌های معتبر اجتماعی و فعالیت‌های ارتقاء دهنده شهرت است.

علاوه بر این گونزالز - هررو و پرات نتیجه می‌گیرند برقراری ارتباط بحران را باید فرایندی بلند مدت تلقی کرد نه مجموعه‌ای از الگوهای واکنشی که پس از وقوع فاجعه مشخصی ایجاد می‌شود. آنان برنامه‌ریزی و جلوگیری را نقطه آغاز فرایند مدیریت بحران می‌دانند که در این مرحله اقدامات زیر انجام می‌شود:

- تنظیم یک خط مشی واکنشی برای مساله
- تجزیه و تحلیل مجدد ارتباط سازمان با سازندگان و اعضا خود
- طرح‌ریزی برنامه‌های اقتضایی عمومی و اختصاصی
- مشخص کردن نمایندگان شرکت برای مدیریت و کنترل رسانه‌ها
- انتخاب و تجهیز کامل مکانی که برای مرکز عملیات بحران در نظر گرفته می‌شود.
- آشنا ساختن مخاطبان درونی با رویه‌های بحران و ارزیابی این رویه‌ها با انجام تمرینات و شبیه سازی بحران

• مشخص کردن پیام، هدف و خروجی‌های رسانه‌ای که در اجرای طرح ارتباطات بحران مورد استفاده قرار می‌گیرند.

طبق نظر طراحان این مدل، سازمان در حین بحران باید اقداماتی انجام دهد که عبارتند از :

• تعیین قطعی گروه مدیریت بحران از میان نامزدهای مرحله قبل
• مشخص کردن نماینده شرکت و آموزش وی برای مدیریت ارتباط با رسانه‌ها
• تکمیل و تصحیح طرح بحران و اخبار در دسترس مدیریت
• توسعه مطالب و مواد ارتباطی (مانند شرح وضعیت، پرسش‌ها و پاسخ‌ها)، که باید چارچوب مناسبی برای سایر گزارش‌ها و مطالب مربوط به بحران و ارتباطات عمومی باشد.

• مشخص کردن پیام سازمان برای مخاطبان مناسب، کسب حمایت شخص ثالث (یک متخصص) و اجرای برنامه ارتباطات داخلی

• کنترل شایعاتی که رسانه‌ها انتشار می‌دهند

• انجام دادن عادی کارها با مساعدت به اعضای گروه بحران

به عقیده گونزالز - هررو و پرات سازمان در مرحله پس از بحران باید علت آن را مورد بررسی قرار دهد و به نقش و اهمیت رسانه در این مرحله توجه کند. آنان اقدامات زیر را در این مرحله پیشنهاد می‌کنند:

• توجه به عامه مردم و اظهار نگرانی و تمایل آنان به شرکت در حل مشکلات

• نظارت بر مساله تا زمانی که از شدت آن کاسته شود

• آگاه کردن رسانه‌ها از اقدامات سازمان

• ارزیابی نحوه مدیریت در طول بحران، بهبود طرح و جلوگیری از بحران‌های آتی

• توسعه برنامه‌های ارتباطی بلند مدت برای کاهش خسارات ناشی از بحران (توکلی ۱۳۹۲)

روش تحقیق

این پژوهش در تقسیم بندی پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد و با توجه به سنجش میزان آشنایی با ارتباطات بحران، از روش پیمایش استفاده شده است. با استفاده از تکنیک پرسشنامه متغیرها سنجیده شده است. در سوالات بسته از مقیاس پنج سطحی لیکرت (مقیاس رتبه‌ای) استفاده شده است. این پرسشنامه شامل ۳۱ سوال می‌باشد. میزان آشنایی با ارتباطات بحران در ۳ بخش قبل از بحران، حین بحران و بعد از بحران سنجیده شده است.

جامعه آماری مورد نظر در این پژوهش کلیه کارکنان روابط عمومی، اعم از مدیران، کارشناسان و دست اندرکاران روابط عمومی سازمان‌های دولتی شهر تبریز می‌باشند که دارای ویژگی مشترک اشتغال در روابط عمومی سازمان‌های دولتی تبریز هستند. تعداد جامعه آماری بالغ بر ۳۶۵ نفر (مرد و زن) می‌باشد که در سال ۱۳۹۹ در واحد روابط عمومی ۱۶۰ سازمان دولتی در تبریز مشغول به کار می‌باشند.

در این تحقیق از روش نمونه‌گیری احتمالی با تکنیک تصادفی ساده استفاده شده است تا نمونه‌ها شانس برابر برای انتخاب شدن را داشته باشند.

حجم نمونه در این تحقیق بر اساس جدول کرچسی- مورگان و با احتساب ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان محاسبه شده، ۱۸۶ نفر می‌باشد که بوسیله قرعه‌کشی بین ۱۶۰ سازمان، انتخاب و سپس به نسبت تعداد کارکنان روابط عمومی از کل تعداد نمونه، پرسشنامه توزیع گردید.

همچنین در این پژوهش برای رسیدن به روایی محتوایی اقداماتی شامل جمع‌آوری اطلاعات از منابع مختلف، انتخاب مفاهیم اولیه محتوای پرسشنامه و بررسی و اصلاح پرسشنامه توسط تعدادی از اساتید دانشگاه انجام گرفت.

برای بررسی اعتبار و همسانی درونی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. نتیجه نشان می‌دهد که پرسشنامه با ضریبی معادل ۰,۹۴۴ از اعتبار مناسب برخوردار بوده است.

جمع بندی و نتیجه‌گیری:

از داده‌های موجود در پرسشنامه‌ها آمارهای توصیفی به شرح زیر به دست آمد: بر اساس جدول شماره (۱)، ۱۴۰ نفر معادل ۷۴,۹ درصد از مدیران و کارشناسان روابط عمومی‌های سازمان‌های دولتی تبریز مرد و ۴۷ نفر معادل ۲۵,۱ درصد زن بودند که این نشان می‌دهد اکثریت کارکنان روابط عمومی مرد هستند و نزدیک به ۳ برابر زنان در این حرفه اشتغال دارند.

جدول شماره (۱) جنسیت		
درصد	فراوانی	
۷۴,۹	۱۴۰	مرد
۲۵,۱	۴۷	زن
۱۰۰	۱۸۷	جمع

میانگین سن کارکنان روابط عمومی ۳۷,۵ سال بوده و میانه ۳۷ می‌باشد. جوان‌ترین کارمند روابط عمومی سازمان‌های دولتی تبریز ۱۹ ساله و مسن‌ترین ۵۹ ساله است. بنابراین این می‌توان نتیجه گرفت که نیروی شاغل در این روابط عمومی‌ها میان‌سال هستند.

همچنین بر اساس جدول شماره (۲) از نظر میزان تحصیلات، ۵,۳ درصد کارکنان با تحصیلات دیپلم، ۹,۱ درصد با تحصیلات فوق دیپلم، ۴۷,۶ درصد با تحصیلات لیسانس و ۳۸ درصد با تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر بوده‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که عمده کارکنان شاغل در روابط عمومی سازمان‌های دولتی تبریز را نیروهای دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر تشکیل می‌دهند و این نشان دهنده سطح تحصیلات بالا در این گروه می‌باشد. همچنین می‌توان نتیجه گرفت که گرایش به تحصیلات تکمیلی نیز در بین این کارکنان بالاست.

جدول شماره (۲) میزان تحصیلات		
درصد	فراوانی	
۵,۳	۱۰	دیپلم

۹,۱	۱۷	فوق دیپلم
۴۷,۶	۸۹	لیسانس
۳۸,۰	۷۱	فوق لیسانس و بالاتر
۱۰۰	۱۸۷	جمع

جدول شماره (۳) حاکی از آن است که ۳۲,۶ درصد این کارکنان دارای تحصیلات مرتبط با رشته روابط عمومی و ۶۷,۴ درصد ایشان دارای تحصیلات نامرتبط هستند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که گزینش این افراد در شغل روابط عمومی بر اساس رشته تحصیلی ایشان نبوده و عوامل دیگری در گزینش نقش داشته‌اند.

درصد	فراوانی	
۳۲,۶	۶۱	مرتبط
۶۷,۴	۱۲۶	نامرتبط
۱۰۰	۱۸۷	جمع

طبق جدول شماره (۴)، ۲۴,۶ درصد از این کارکنان را مدیران و ۷۵,۴ درصد را کارشناسان تشکیل می‌دهند که می‌توان نتیجه گرفت که توزیعی بین تعداد مدیران و کارشناسان وجود دارد. البته بر اساس آمار موجود در تعدادی از سازمان‌های دولتی تبریز تنها یک نفر در تشکیلات روابط عمومی شاغل می‌باشد که مدیر روابط عمومی است و همین موضوع باعث شده تا نزدیک به یک چهارم کارکنان را مدیران تشکیل بدهند.

درصد	فراوانی	
۲۴,۶	۴۶	مدیر
۷۵,۴	۱۴۱	کارشناس
۱۰۰	۱۸۷	جمع

همچنین براساس جدول شماره (۵)، ۲۹,۴ درصد کارکنان دارای سابقه ۱ تا ۵ سال، ۱۷,۱ درصد دارای سابقه ۶ تا ۱۰ سال، ۲۵,۱ درصد دارای سابقه کار ۱۱ تا ۱۵ سال، ۱۱,۲ درصد دارای سابقه کار ۱۶ تا ۲۰ سال، ۱۰,۷ درصد دارای سابقه کار ۲۱ تا ۲۵ سال و ۶,۴ درصد از این کارکنان دارای سابقه کار ۲۶ تا ۳۰ سال بودند. می‌توان نتیجه گرفت که بیشترین تعداد کارکنان دارای سابقه کار کمتر از ۱۵ سال هستند که این نشان می‌دهد بیشتر کارکنان را افراد کم سابقه در شغل روابط عمومی تشکیل می‌دهند.

درصد	فراوانی	
------	---------	--

۲۹,۴	۵۵	۱ تا ۵ سال
۱۷,۱	۳۲	۶ تا ۱۰ سال
۲۵,۱	۴۷	۱۱ تا ۱۵ سال
۱۱,۲	۲۱	۱۶ تا ۲۰ سال
۱۰,۷	۲۰	۲۱ تا ۲۵ سال
۶,۴	۱۲	۲۶ تا ۳۰ سال
۱۰۰	۱۸۷	جمع

در این پژوهش ارتباطات بحران در سه بخش قبل، حین و بعد از بحران مورد سنجش قرار گرفت. همچنین تاثیر متغیرهای میزان تحصیلات، رشته تحصیلی و سابقه کار نیز بر روی میزان آشنایی کارکنان با ارتباطات بحران مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج این سنجش بر اساس جدول شماره (۶) به شرح ذیل می‌باشد:

در مرحله قبل از بحران، پاسخگویان توانستند ۶۵,۶ درصد امتیاز کامل را به دست بیاورند که نشان دهنده آشنایی نزدیک به متوسط با این مرحله می‌باشد. در مرحله حین بحران، امتیاز کسب شده ۷۱,۸ درصد کل امتیازات را تشکیل می‌داد که حاکی از آشنایی مطلوب کارکنان با ارتباطات در مرحله حین بحران می‌باشد. همچنین در مرحله بعد از بحران نیز نتایج ۵۹,۳ درصد از کل امتیازات را شامل می‌شود که کمترین امتیاز کسب شده در این سه مرحله می‌باشد.

جدول شماره (۶)

نمره کامل	قبل از بحران	حین بحران	پس از بحران
۱۳۰۹۰	۷۲۹۳	۵۶۱۰	
نمره کسب شده توسط پاسخگویان	۸۵۹۰	۵۲۴۲	۳۳۳۰
درصد از کل	۶۵,۶	۷۱,۸	۵۹,۳

می‌توان نتیجه گرفت که امتیازات کسب شده در هر سه مرحله بیش از مقدار متوسط می‌باشد.

جدول شماره (۷) نشان می‌دهد که با توجه به سطح معنی‌داری به دست آمده (۰,۸۱۸)، بین کارکنان با رشته تحصیلی مرتبط و نامرتب از نظر آشنایی با ارتباطات بحران، تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

جدول شماره (۷): تفاوت رشته تحصیلی در ارتباطات بحران

گروه	تعداد	میانگین	t	سطح معنی‌داری
مرتبط	۶۱ نفر	۸۹,۸۱	-۰,۷۶۷	۰/۸۱۸
نامرتب	۱۲۶ نفر	۹۲,۷۲		

بر اساس جدول شماره (۸) و سطح معنی‌داری (۰,۷۰۷) به دست آمده، نتیجه می‌گیریم که بین کارکنان با سطح تحصیلات مختلف، از نظر آشنایی با ارتباطات بحران، تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

جدول (۸): تحلیل واریانس برای معادله رگرسیون

مدل مجموع درجه میانگین F سطح مجذورات آزادی مربعات معنی‌داری
بین‌گروهی ۰/۷۰۷ ۰/۴۶۵ ۲۷۵/۳۴۳ ۳ ۸۲۶/۰۲۸ درون‌گروهی ۵۹۲/۳۴۲ ۱۸۱ ۱۰۸۳۹۸/۵۳۹ جمع کل ۱۸۶ ۱۰۹۲۲۴/۵۶۷

جدول شماره (۹) نیز با سطح معنی داری (۰,۴۹۷)، نشان می‌دهد که بین کارکنان با سابقه کار متفاوت، از نظر آشنایی با ارتباطات بحران، تفاوت معنی داری وجود ندارد.

جدول (۹): تحلیل واریانس برای معادله رگرسیون

مدل مجموع درجه میانگین F سطح مجذورات آزادی مربعات معنی‌داری
بین‌گروهی ۰/۴۹۷ ۰/۸۷۷ ۵۱۶/۹۶۹ ۵ ۲۵۸۴/۸۴۵ درون‌گروهی ۵۸۹/۱۷۰ ۱۸۱ ۱۰۶۶۳۹/۷۲۲ جمع کل ۱۸۶ ۱۰۹۲۲۴/۵۶۷

به طور کلی نتایج این پژوهش نشان می‌دهد کارکنان روابط عمومی سازمان‌های دولتی با هر سه مرحله از ارتباطات بحران آشنایی بیش از حد متوسط دارند. پس در این خصوص می‌توان نتیجه گرفت که عملکرد ضعیف در زمینه ارتباطات بحران ناشی از عدم آشنایی واحدهای روابط عمومی با ارتباطات بحران نیست. بسیاری از عوامل در این موضوع می‌توانند دخیل باشند. به طور مثال جایگاه روابط عمومی در سازمان، دسترسی به اطلاعات بحران، نگرش مدیریت سازمان به روابط عمومی، آزادی عمل در اطلاع رسانی و ... می‌توانند در عملکرد روابط عمومی‌ها در زمان بحران موثر باشند.

از طرفی دیگر بیشترین نمرات کسب شده مربوط به مرحله حین بحران می‌باشد که نشان می‌دهد دو مرحله دیگر از اهمیت کمتری برخوردار بوده‌اند. در مدیریت ارتباطات بحران، مرحله پس از بحران در مدیریت نمودن بحران‌های پیش رو از اهمیت بسزایی برخوردار است، اما نتایج این تحقیق نشان داد که کارکنان روابط عمومی کمترین میزان آشنایی را با همین مرحله دارند. این موضوع نشان می‌دهد که روابط عمومی‌ها، بحران‌ها را بیشتر در حین وقوع آنها، جدی می‌گیرند و پس از رفع خطر، کمتر به سراغ درس گرفتن از بحران روی داده می‌روند. در حالت کلی نیز آشنایی با مراحل بحران کمی بیش از حد متوسط است که تا نقطه ایده‌آل فاصله زیادی دارد و همین موضوع، آموزش‌های حین خدمت برای کارگزاران روابط عمومی را ضروری می‌سازد.

از طرفی دیگر نتایج نشان داد که میزان تحصیلات، رشته تحصیلی و سابقه کار تفاوتی در آشنایی کارکنان با ارتباطات بحران ایجاد نمی‌کند. این موضوع نیز می‌تواند در اثر عدم آموزش در زمینه ارتباطات بحران باشد. همچنین نبود دروس ارتباطات بحران در سرفصل‌های رشته‌های مرتبط با روابط عمومی نیز می‌تواند عاملی در بوجود آمدن این عدم تفاوت باشد.

به طور کلی می‌توان چنین نتیجه گرفت که با توجه به اینکه کارکنان روابط عمومی بیشترین میزان تأثیر را در عملکرد سازمان‌ها در ارتباطات بحران دارند، بنابراین می‌بایست موضوع آموزش در این قشر به طور جدی مورد توجه واقع شود. این آموزش‌ها هم در حوزه نظری و بیشتر در حوزه عملی باید انجام شود. کار روابط عمومی‌ها در پیش از بحران آغاز شده و تا پس از بحران ادامه دارد؛ این چرخه‌ای است که همواره ادامه دارد. در واقع کلیت ارتباطات و به تبع آن، ارتباطات بحران، یک فرآیند است که پایانی برای آن متصور نیست و ارسال و دریافت پیام و بازخوردها از طریق کانال‌های مختلف ارتباطی و در نظر گرفتن موانع موجود تا بی‌نهایت ادامه دارد. همین موضوع در نظریه ارتباطات بحران گونزالز - هررو و پرات نیز بدین صورت مطرح می‌شود که برقراری ارتباط بحران را باید فرایندی بلند مدت تلقی کرد نه مجموعه‌ای از الگوهای واکنشی که پس از وقوع فاجعه مشخصی ایجاد می‌شود. بنابراین روابط عمومی هوشمند همواره این پروسه را تحت مدیریت خود دارد و لحظه‌ای از آن غافل نمی‌شود. در نتایج این پژوهش نیز مشخص شد که نگرش کارکنان روابط عمومی به بحران، نگرش فرآیندی نمی‌باشد بلکه آنها به بحران به عنوان یک پروژه گذرا نگاه می‌کنند و مراحل قبل و بعد از آن را کمتر مورد توجه قرار می‌دهند. در واقع عدم کامیابی در مدیریت ارتباطات بحران ناشی از همین نوع نگرش و عمل می‌باشد.

پیشنهاد‌های تحقیق

۱. در گزینش افراد برای شغل روابط عمومی، رشته تحصیلی مرتبط در نظر گرفته شود.
۲. آموزش ارتباطات بحران به کارکنان روابط عمومی باید به صورت متناوب انجام شود.
۳. افزودن سرفصل‌های ارتباطات بحران به دروس رشته روابط عمومی.

پیشنهاد برای تحقیقات آینده

۱. بررسی دیگر عوامل تأثیرگذار در عملکرد کارکنان روابط عمومی در ارتباطات بحران
۲. مطالعه موردی عملکرد روابط عمومی سازمان‌های دولتی در بحران‌های مشخص (سیل، زلزله و ...)

منابع

منابع فارسی:

- ۱- احدزاده، اشرف سادات و امامی، حسین (۱۳۹۲)، روابط عمومی و ارتباطات بحران در عصر رسانه‌های اجتماعی، مجله علوم اجتماعی، شماره ۶۱، ص ۶۹-۶۴.
- ۲- احمدی، م. (۱۳۸۴). "ارائه مدل استراتژی‌های ارتباط سازمان با رسانه‌ها در طول بحران". پژوهش و سنجش ۴۲-۴۳. ص ۵۹-۸۰.
- ۳- افتخاری، اصغر (۱۳۸۷)، مدیریت رسانه‌ای بحران، پژوهش‌های ارتباطی، ۱۵ (۵۵)، ص ۳۱-۵۳

- ۴- حبیب زاده ملکی، اصحاب و جوادیان، رضا (۱۳۸۹)، راهبردهای رسانه‌های در مدیریت بحران، توسعه مدیریت و منابع انسانی ۵(۸)، ص ۱۰۳-۱۲۳
- ۵- ترقی نژاد، امیر، (۱۳۹۵)، نقش روابط عمومی‌های استان یزد در مدیریت بحران، برگرفته از <http://www.shara.ir>
- ۶- تشکری، محمود (۱۳۹۰)، ارتباطات در بحران، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، سال ششم، شماره دوم، صفحه ۳۳-۲۷
- ۷- توکل، ا. (۱۳۹۲). "نظریه‌های ارتباطات و بحران". from <http://www.hamshahrtraining.ir/news-2871.aspx>
- ۸- رجستر، مایکل و جودی لارکین (۱۳۷۷) روابط عمومی و مدیریت بحران، فصلنامه هنر هشتم، ص ۲۴.
- ۹- سفیدی، هوشمند (۱۳۷۷)، راهبردهای عملی روابط عمومی، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- ۱۰- سفیدی، هوشمند (۱۳۸۰)، روابط عمومی برتر، چاپ اول، تهران: نشر آیه.
- ۱۱- سلطانی گرد فرامرزی، محمد سالار و صفر نیا، حسن (۱۳۸۹)، ارتباطات بحران؛ هدایتگر سازمان به ساحل نجات، ماهنامه تدبیر، شماره ۲۱۸، صفحه ۲۴-۱۶.
- ۱۲- سید محسنی، سید شهاب (۱۳۸۶)، مقاله روابط عمومی و مدیریت رسانه‌های بحران، روابط عمومی بحران، موسسه روابط عمومی آرمان، ص ۷۵-۹۳
- ۱۳- شارا (۱۳۹۵) - شبکه اطلاع رسانی روابط عمومی ایران: لزوم اطلاع رسانی به موقع در هنگام بحران - روز بحران - ها <http://www.shara.ir/doc.php?newsid=27345>
- ۱۴- کومبیز، دلبلیو تیموتی و هالیدی، شری جی (۱۳۹۲). ارتباطات بحران، ترجمه معاونت آموزش و پژوهش خبرگزاری فارس (۲۰۱۰). تهران: انتشارات خبرگزاری فارس.
- ۱۵- گودرزی، غلام رضا (۱۳۸۹)، بررسی مدیریت بحران در آئینه زلزله‌بم، مجله اندیشه صادق، شماره ۱۳ و ۱۴
- ۱۶- موسسه روابط عمومی آرمان (۱۳۸۶)، روابط عمومی بحران، چاپ اول، تهران: انتشارات دنیای تغذیه.

Title:

Familiarity of public relations staff of Tabriz government organizations with crisis communication

Abstract:

This research has been done with the aim of recognizing the level of familiarity with the public relations of Tabriz government organizations. The method of this research was survey and the measurement tool was a questionnaire that after converting the questionnaires, descriptive and inferential tables were obtained and analyzed through SPSS software. The statistical population of this study is all employees of government organizations in Tabriz, including managers and experts, which is over 365 people (men and women) who through random sampling method and using Krechsey-Morgan table, the number of samples 186 people were appointed. Studies have shown that the level of familiarity of employees with crisis communication in the three stages before, during and after the crisis is above average. The findings also showed that there was no significant difference in terms of field of study, level of education and work experience of employees in their level of familiarity with crisis communication.

Keywords: crisis, crisis communication, public relations



ضرورت عبور از روابط عمومی سنتی به روابط عمومی تجاری در سازمان‌های صنعتی و خدماتی

اصغر مظفری

چکیده:

حرکت فضای کسب و کار به سمت رقابت آزاد و دور شدن از روش‌های سنتی، روابط عمومی‌ها را نیز به تغییر و داشته‌به‌طوری که امروزه هر سازمانی که از روابط عمومی تجاری، پویا و هوشمند برخوردار باشد، در خلق موقعیت‌های جدید برای جذب مشتری و سپس وفادار کردن او موفق‌تر است. به طوری که با صراحت می‌توان گفت روابط عمومی، نقش اول را در سودآور شدن یک سازمان ایفا می‌کند به شرطی که از روش‌های سنتی فاصله گرفته و به سمت درک نیازهای مشتری متمایل شده باشد.

مقدمه:

در دنیای پیشرفته امروز با گسترش ابزارهای ارتباطی و تنوع ایجاد شده در این بخش که خود به یک صنعت جداگانه تبدیل شده است، شاهد بروز برخی جا به جایی‌ها در نقش‌ها و کارکردهای روابط عمومی و نوع برقراری ارتباط با مشتریان و مصرف‌کنندگان نهایی محصول هستیم. این روابط عمومی است که در این شرایط می‌تواند در جایگاه یک رهبر، یک برنامه‌بازاریابی را هدایت کند و به هدف برساند. حالا اگر بپذیریم که در حال حرکت به سوی ارتباط دوسویه هستیم، پس باید قبول داشته باشیم که روابط عمومی نیز در حال توسعه است و در آینده، به طور طبیعی، روابط عمومی بر تمام ارکان تجاری سازمان‌های تولیدی و خدماتی مسلط می‌شود؛ کما اینکه هم اکنون شاهد طلوع‌های آن در این زمینه می‌باشیم.

نقش عمده روابط عمومی، کاهش و نزدیک کردن اذهان عمومی به واقعیت در سازمان‌هاست.

هر اندازه مفهوم "ارتباط" در روابط عمومی، بطور مفید، مستقر و شکل مؤثری گسترش یافته باشد، همان اندازه آن فرد، گروه و مؤسسه در دستیابی به اهداف خود موفق‌تر است.

بازار ایران در سال‌های گذشته همواره با افزایش رقابت همراه بوده است. بالا رفتن میزان رقابت، سطح بازی بنگاه‌های اقتصادی را افزایش می‌دهد و به صورت مرتب بر پیچیدگی‌های محیط کسب و کار می‌افزاید. نتیجه این روند، گسترش عدم اطمینان و افزایش بی‌ثباتی است؛ اما رقابت، واقعیت دنیای کسب و کار است و تقریباً هیچ قدرتی نمی‌تواند مانع جدی بر سر راه آن باشد. در دهه گذشته، در سایه رویکردهای جدید مدیریتی، نقش و اهمیت مشتری رشد تصاعدی دارد و دیگر حدی برای مشتری‌مداری وجود ندارد. بر پایه چنین رویکردی به اندازه‌ای که سازمان‌ها برای حرف و حق مشتری اهمیت قائل هستند، می‌توان سازمان‌ها را به سه گروه عمده تقسیم کرد:

الف) مشتری‌گرایی: در مشتری‌گرایی بیشتر با حدس و گمان و مشاهده بازار، تمایل مشتریان به خرید در نظر گرفته می‌شود و صاحب کالا در صدد است با توجه به گرایش‌های مشتری، کالای بیشتری بفروشد.

ب) مشتری‌مداری: فروشنده در مشتری‌مداری اقدام به سنجش افکار، احوال، نظرات و پیشنهادهای خریدار می‌کند و سعی بر آن دارد که تمایلات، خواسته‌ها و نیازهای مشتریان را با توجه به امکانات برآورده سازد. با این روش و اعتقاد، با نظر مشتری، بهبود مستمر انجام می‌گیرد.

پ) مشتری‌محوری: در مشتری‌محوری، مشتری کارفرماست و تولیدکنندگان موظف هستند آنچه را که مشتری می‌خواهد، حتی الامکان تولید و به مصرف کننده اعطا کنند. در این نگرش هر کالایی مخصوص یک مشتری و محور کار، مشتری فرمانی است.

چگونگی اصلاح روابط عمومی های سنتی

برای رسیدن به یک روابط عمومی صنعتی آرمانی که بتواند در فضای رقابتی کسب و کارها از عهده وظایف سنگین خود برآید، باید یک فرآیند سه مرحله‌ای را پشت سر گذاشت: اول آنکه باید در هر شرایطی پاسخگوی مشتریان بود و به خواسته‌ها و سوال‌های آنان توجه کرد و هرگز سوال یا خواسته‌ای را از سوی یک قشر یا عموم مشتریان سازمان بی پاسخ نگذاشت. در مرحله دوم باید فرهنگ سازمانی را اصلاح نمود و همراه با آن در بخش سوم، مهندسی مجدد کارکنان را انجام داد.

مفهوم روابط عمومی تجاری

برای اینکه مفهوم روابط عمومی تجاری روشن شود، ابتدا روابط عمومی را به روابط عمومی تجاری و روابط عمومی سنتی تقسیم می‌کنیم. همان طور که در عصر انحصار اقتصادی و سیاسی، روابط عمومی سنتی، فعال و غالب است. روابط عمومی تجاری، محصول فضای رقابتی اقتصاد است. هرچا که انحصار حاکم است، نه مشتری‌مداری معنایی دارد و نه روابط عمومی تجاری کارآمدی لازم را دارد.

در روابط عمومی تجاری، تمام قسمت‌های سازمان، سعی در ارتباط مناسب با مخاطبان دارند. در صورتی که در روابط عمومی سنتی این مسئولیت فقط بر عهده واحد

روابط عمومی است. در روابط عمومی تجاری، تمام اقدامات سازمان با دیدگاه روابط عمومی و ایجاد ارتباط با مشتریان طراحی می‌شود. بنابراین، ضرورت توجه و نگاه به مشتری با دیدی ژرف، از ارکان روابط عمومی تجاری است.

ساختار و ابزار روابط عمومی تجاری

واقعیت غیر قابل انکار این است که روابط عمومی تجاری نیازمند ساختاری مشتری‌مدار است. ساختاری که بتواند به هر یک از مشتریان، در هر زمانی و در هر مکانی پاسخگو باشد و چنین ساختاری نیازمند توسعه استراتژیک روابط عمومی در تمام لایه‌های ارتباطی با مشتریان است. در روابط عمومی تجاری، می‌توان به بخش‌هایی همچون شناسایی نیازهای مخاطبان (تحقیقات بازار)، تبلیغات، پاسخگویی به مشتریان و ... اشاره کرد. این در حالی است که در حالت سنتی، روابط عمومی از بخش‌هایی چون: سمعی و بصری، مطبوعات و مراسم تشکیل می‌شود. ساختار روابط عمومی تجاری بر سه محور تحقیقات بازار، اطلاع‌رسانی فراگیر و پاسخگویی به مشتریان تأکید بیشتری دارد.

با توجه به جایگاه روابط عمومی در توسعه ارتباطات سازمانی و رضایتمندی مشتریان، امروزه شاهد آن هستیم که وجود هرگونه نقص در ساختار، ابزار و فعالیت‌های روابط عمومی، تمام ابعاد و نقش‌های آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از این رو، بی تردید توجه به شناخت دقیق هر یک از محورهای عملکردی روابط عمومی، آسیب‌ها و ارزشیابی عملکرد، گامی بزرگ در تدوین استراتژی مناسب روابط عمومی در کشور قلمداد می‌شود. با چنین رویکردی هنگامی که روابط عمومی وارد عرصه اقتصادی می‌شود، باید طوری طراحی شود که در راستا و جهت استراتژی اتخاذ شده و اهداف سازمانی قرار گیرد.

وظایف روابط عمومی در ارتقای نام سازمان

- علم به اندازه تجربه مهم است پس فقط به دانسته‌های تجربی نباید اکتفا شود. روابط عمومی یک علم است که به ارتقاء برند و خوش‌نامی سازمان کمک می‌کند. به همین منظور باید افراد واجد شرایط از نظر ذات و جوهره به همراه دارا بودن دانش روابط عمومی با قابلیت یادگیری استخدام شوند.
- رقابت واقعیت دنیای تجاری است، اگر رقابت را جدی نگیریم، حذف می‌شویم. در دنیای رقابتی امروز، برقراری روابط شایسته با زنجیره ارزش‌آفرینی را نمی‌توان نادیده گرفت. پس برای آن باید برنامه‌ریزی و اقدام مناسب انجام شود.
- ادبیات و کارکردهای حضور در بازارهای انحصاری، قابلیت کاربرد در فضای رقابتی را ندارند، پس باید این ادبیات را تغییر داد و بدانیم که امروزه سازمان‌ها به روابط عمومی تجاری و صنعتی نیاز دارند.
- کلید بهبود در هر سازمان عدم توجهی به برند سازمان و افزایش اعتبار آن می‌باشد.

- کارکنان، مشتریان درون سازمانی ما هستند پس باید انگیزه‌های آنان را بارور کنیم. همواره باید به این نکته توجه داشته باشیم که کارکنان راضی، مشتریان راضی می‌آفرینند. بنابراین یکی از وظایف روابط عمومی تجاری حفظ درجه شادی کارکنان با هدف افزایش بهره‌وری سازمانی است. - مشتریان دلیل اصلی بقای کسب و کار هستند، پس در توجه به آنها کوتاهی نکنیم. مسؤلیت رضایت مشتریان به عهده تمام کارکنان سازمان است اما بازاریابی و روابط عمومی مسؤلیت اصلی را به عهده دارند.
- کیفیت، مهمترین اصل کسب و کار است. بر همین مبنا باید روی کیفیت محصول و کیفیت خدمات و ارتباطات سرمایه‌گذاری کنیم.
- در روابط عمومی تجاری، از پشت میز نمی‌توان نیازهای مشتریان را سنجید و ارزیابی مناسبی از وضعیت بازار به دست آورد. بنابراین لازم است که مدیران بازاریابی و روابط عمومی حداقل پنجاه درصد وقت‌شان را با مشتریان بگذرانند.
- مشتریان راضی بهترین، ارزانترین و موثرترین مبلغ‌های شرکت‌ها و سازمان‌ها هستند. مشتریان راضی، مبلغ و مروج سازمان خواهند بود و این کاری است که روابط عمومی باید مواظب باشد تا دچار خدشه نشود، بلکه مدام در پی افزایش و بهبود آن باشد.
- سازمان‌های تجاری حتماً به این نکته واقف هستند که اگر به صدای مشتری گوش ندهند، رقبا به صدای آنها گوش می‌دهند و به این ترتیب ارزشمندترین دارایی خود را تقدیم آنها می‌کنند.
- اطلاعات درست، به موقع و جامع، اساس و ابزار تصمیم‌گیری صحیح است. روابط عمومی با حضور شایسته در بازار و با برقراری ارتباطات تنگاتنگ با بخش تحقیقات و بازاریابی باید اطلاعات مورد نیاز برای بهبود و ارتقاء روابط با عموم را افزایش دهد.
- هزینه کردن برای آموزش، نوعی سرمایه‌گذاری است. در روابط عمومی تجاری، هزینه کردن برای بازآموزی و آموزش مستمر کارکنان این بخش در کنار انجام هزینه‌های سخت افزاری، به بهره‌مندی بیشتر سازمان از حضور در فضای رقابتی کسب و کار منجر می‌شود.
- شناخت فرهنگ و باورهای مشتریان در فضای رقابتی بین کسب و کارها، بسیار مهم است. ضمن اینکه باید به فرهنگ مشتریان احترام گذاشت، باید نقش فرهنگ را در نوع تبلیغات و جذب مشتری دخالت داد که در این صورت مشتری احساس صمیمیت بیشتری با برند برقرار خواهد کرد.
- در روابط عمومی تجاری باید به مشتریان ثابت کنیم که چرا باید ما را انتخاب کنند. به همین منظور باید وجوه تمایز شرکت را بشناسیم و به آنان معرفی کنیم.
- برای کسب نتیجه بهتر از فعالیت‌های روابط عمومی تجاری، همه چیز در ارتباط با مشتریان مهم است. مشتری همه اجزای سازمان را در نظر می‌گیرد و سپس اقدام به انتخاب می‌کند. بنابراین همه جزییات از نحوه رفتار نیروهای نگهبان تا آراستگی اموال شرکت و کیفیت کار و نحوه مدیریت و بر تصمیم نهایی مشتری تأثیرگذار است. کما اینکه امروزه مشتریان به واسطه ابزارهای ارتباطی متنوع و گسترده، تجارب خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند و کوچکترین نابسامانی در جزییات، می‌تواند در مسیر رسیدن به هدف اختلال ایجاد کند. و البته این را بدانیم که اولین برخورد و آخرین برخورد در ذهن مشتری می‌ماند.

- خوش نامی يك برند به صورت اتفاقی به دست نمی‌آید. برندهای معروف، هرکدام برای رسیدن به این جایگاه برنامه‌ریزی کرده‌اند.
- تبلیغات مهم است اما هیچ تبلیغی به اندازه تبلیغات دهان به دهان و در نهایت روابط عمومی، موثر نیست. برای رسیدن به این مرحله باید سخت، هوشمندانه و عاشقانه کار کرد. و این را بدانیم که روابط عمومی مسؤول ایجاد، حفظ و توسعه برند سازمان است و هیچ بهانه‌ای برای کم کاری از سوی يك روابط عمومی هوشمند و با برنامه قابل پذیرش نیست.

توجه به مشتری‌مداری در روابط عمومی تجاری

در روابط عمومی تجاری، مشتری‌مداری به عنوان جنبه‌ای از ارتباطات انسانی باید مورد تأیید و تأکید قرار بگیرد. بخصوص در سازمان‌های اقتصادی که به عنوان رویکرد اصلی و جدی خود در ارتباط با مشتریان، این نوع روابط عمومی را برگزیده‌اند. این رویکرد می‌تواند در چارچوب چرخه کیفیتی پروفیسور دمینگ، صاحب نظر برجسته مدیریت، تعریف و سازماندهی شود. به این معنا که ادارات عمومی تجاری، مشتری‌مداری را در چهار مرحله فعالیت زیر استوار می‌کنند تا روابط عمومی تجاری ایجاد شود و توسعه یابد.

- نیازسنجی: روابط عمومی تجاری می‌بایستی دو گوش را جایگزین زبان کند و بجای هیاهو و غوغا، شنونده خوبی برای مشتریان باشد.

- برنامه‌های ارتباطی را سازماندهی کند.

- اجرا: اجرای فعالیت‌های مشتری‌مدارانه در روابط عمومی تجاری می‌بایستی بر منافع دو طرفه (نگرش برنده - برنده) انجام شود.

- ارزیابی: ارزیابی تمامی فعالیت‌ها، یعنی ارزیابی از طریق پرسشنامه و اثربخشی از طریق مصاحبه، همواره می‌بایستی تأکید شود و هرگز نباید به فراموشی سپرده شود. به طور خلاصه، فلسفه ایجاد و تداوم روابط عمومی در سازمان‌ها از دو روش مردم‌مداری و مشتری‌مداری پیروی می‌کند.

نقش ارگانیک هوشمند جامعه اطلاعاتی و اینترنت در حوزه اطلاع رسانی و دانایی

دکتر فرشته بهرامی*^۱، دکتر محمدرضا حقیقی^۲، فرزانه بهرامی^۳

چکیده

حرکت جوامع صنعتی به سمت جامعه اطلاعاتی از اوایل دهه ۹۰ به بعد شتاب یافته است. امروزه توجه متخصصان را به سوی خود جلب کرده و در صحنه زندگی ملی کشورها نیز جایگاه برجسته ای پیدا کرده است. جوامع تحت تاثیر تحولات تکنولوژیک به سوی جامعه اطلاعاتی در حال حرکت می باشند. مقاله حاضر در پی تبیین این مسئله است که در دوران کنونی ضریب شتاب تحولات جامعه اطلاعاتی بسیار بالاست و دامنه این تأثیرگذاری در عرصه های مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی کاملاً محسوس است. و نقش عظیمی بر اطلاع رسانی و دانایی در جوامع را دارد. به عبارت دیگر امروزه عصر فناوریهای اطلاعاتی و جامعه اطلاعاتی است. جوامع با فرصتها و چالشهایی از جمله نقش اینترنت در پژوهش، خلاقیت و علم، تعامل و همزیستی جهانی، شکل‌گیری هویت سیال و بین‌سپاره‌ای و نابرابری اجتماعی، هویت‌های جدید، تمایز پذیری و ... روبرو شده‌اند. به همین دلیل جوامع می‌توانند با تدابیری که می‌اندیشند چالشها را از پیش رو برداشته و از فرصتها در جهت رفاه و سعادت مردم استفاده کنند. و این فناوریهای اطلاعات و ارتباطات که از تازه ترین دستاوردهای علمی بشر است تواناییها و قابلیت‌های بسیاری را به جامعه انسانی عرضه کرده و می‌تواند در رفع مشکلات موجود جامعه بشری مفید و مؤثر واقع شود. در این مقاله چگونگی ظهور جامعه اطلاعاتی، فرصتهای حاصل از آن بیان شده تا در برخورد با آن استراتژی مناسبی اتخاذ نموده و بتوان هر چه بهتر و با هزینه کمتر از فرصتهای حاصل از آن به نحو احسن در جامعه بهره‌مند شد.

^۱ دکتری علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال

^۲ دکترای علوم ارتباطات - مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق و دانشگاه های علمی کاربردی

^۳ کارشناس ارشد تحقیقات آموزشی

کلید واژه‌ها: ارگانیک هوشمند جامعه اطلاعاتی، اینترنت، اطلاع رسانی و دانایی

مقدمه :

تاریخ تحولات ارتباطات، دوره های متفاوتی را گذرانده است. در دوره ارتباطات شفاهی، روابط و شرایط به صورت رودررو و نزدیک و دوستانه بود. در دوره کتابت که کهکشان گوتنبرگ نامیده می شود، شاهد تأثیر این تحولات ارتباطی (چاپ و نشر) بر دوره روشنگری در اروپا بودیم. امروزه نیز با وجود رسانه های نوین ارتباطی همچون ابزارهای صوتی و تصویری و چند رسانه ای و اینترنت شاهد تسریع در تحولات ارتباطی هستیم. همان طور که بسیاری از اندیشمندان حوزه ارتباطات معتقدند، جهان به سوی ایجاد یک جامعه اطلاعاتی پیش می رود. این پدیده جدید، محصول ظهور، گسترش و توسعه رسانه های جدید الکترونیکی و کامپیوتری است.

فناوریهای اطلاعاتی روشهای انجام کارها را دگرگون کرده و امور اقتصادی و اجتماعی و حتی شیوه تفکر انسانها را تغییر داده است. و امکاناتی را برای تغییر و پیش بینی و دورنمای تازه ای را در زمینه اطلاع رسانی در همه حوزه ها را ارائه می کند. در واقع عصر حاضر را باید تلفیقی از ارتباطات و اطلاعات دانست. عصری که بشر در آن بیش از گذشته خود را نیازمند به داشتن اطلاعات و برقراری ارتباط برای کسب اطلاعات مورد نیاز می باشد. امروزه با در اختیار داشتن فناوری اطلاعاتی و ارتباطی مختلف و پیشرفته، امکان برقراری سریع ارتباط و تبادل سریع اطلاعات بیش از پیش میسر گردیده است. افراد در هر کجا که باشند می توانند آخرین اطلاعات مورد نیاز خود را در هر زمینه ای دریافت کنند. تردیدی در این واقعیت نمی توان داشت که جهان در حالت خیز به سمت یک تحول در حوزه اطلاع رسانی و دانایی استقرار یافته است. هر چه امکانات، تدابیر و ابزارها بیشتر در خدمت انتقال اطلاعات قرار بگیرند، جریان تبادل اطلاعات موفقتر خواهد بود و طبیعی است که امروز یکی از ابزارهای بسیار مهم برای انتقال اطلاعات رایانه است. ولی رایانه ای که در خدمت اطلاعات تحقیقی و پژوهشی و برای تمام لایه های جامعه باشد (حری، ۱۳۸۳: ۳). بنابراین جوامع باید بر مبنای ضرورت آینده نگری ارتباطی، به سوی جامعه اطلاعاتی حرکت کنند. این آینده نگری باید مبتنی بر تقویت پژوهشها باشد. از طریق پژوهش و نتایج آن است که می توان به سیاستگذاری و برنامه ریزی رسید و به هدفهای جامعه اطلاعاتی نایل شد. جامعه اطلاعاتی و «عصر اطلاعات»، «عصر ارتباطات» و غیره همه بر این تأکید می کنند که ابزارهای جدید ارتباطی نقش مهمی در زندگی بشری به عهده گرفته اند. در بین این ابزارهای ارتباطی، کامپیوتر و اینترنت، جایگاه ویژه ای دارد و مبنای تحولات عمیق بسیاری شده است، نیروی محرکه شکل گیری و توسعه جامعه اطلاعاتی را باید در تولید ارزش های اطلاعاتی و نه ارزش های مادی (به معنای مطرح در جامعه صنعتی) جستجو کرد.

در حقیقت فناوری اطلاعات به عنوان موتور محرکی در نظر گرفته شده است دنیای امروز بر پایه نوآوری، خلاقیت و استفاده از دانش به ویژه دانش اطلاعات و ارتباطات استوار است.

مهمترین ویژگی جامعه اطلاعاتی وجود یک زیرساخت پیشرفته اطلاعاتی و ارتباطی است که باید در خدمت تحقق هدفهای کل نظام اجتماعی در همه ابعاد آن باشد. با نفوذ رایانه‌ها در تمامی زمینه‌های زندگی بشر، و ارزان شدن فناوریهای پردازش و نگهداری اطلاعات از طریق رایانه‌ها و تاثیر آن بر ارتباطات راه دور و ایجاد شبکه‌های جهانی، تحول عظیمی در زندگی بشر رخ داده است. شبکه‌های اطلاعاتی در آینده‌ای نه چندان دور بر تمامی جنبه‌های زندگی انسان اثر می‌گذارد و در چند سال آینده کمتر کسی را می‌توان سراغ گرفت که به نوعی از آنها استفاده نکند یا این فناوریها در زندگی او حضور نداشته باشد. در نتیجه وجود نوآوریهای بسیار زیاد در فناوریهای ارتباطی و اطلاعاتی یکی از عوامل ظهور جامعه اطلاعاتی است. واقعیت این است که پیشرفت ارتباطات و تکوین جامعه اطلاعاتی فاصله‌ها را کم کرده و به ایجاد نوعی تشابه، به ویژه در جوانان، انجامیده است. و این شباهت، با رنگ باختن مرز جوامع و رفتن به سوی نوعی جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای، بیشتر شده است. و باید توجه داشت که به یمن گسترش وسایل ارتباطی و رسانه‌ها، جوامع مختلف اگر آگاهانه و با برنامه‌ریزی عمل کنند، می‌توانند برای تحولات مثبت از آن استفاده کنند و به نوعی همزیستی سالم جهانی در حوزه اطلاع رسانی و دانایی نیز دست یابند.

چیستی جامعه اطلاعاتی

نظرات درباره‌ی تعریف جامعه اطلاعاتی متفاوت است. بدیهی است تغییرات اساسی که در سه دهه گذشته به وجود آمده، فناوری در آن نقش بسیار برجسته‌ای داشته است. به همین جهت مقبول ترین تعریف جامعه اطلاعاتی بر نوآوری فوق العاده تکنولوژیک بنا شده است. فرانک وبستر در تعریف جامعه اطلاعاتی با اتکابه عنصر فناوری می‌گوید پیشرفتهای خیره‌کننده در پردازش، نگهداری و انتقال اطلاعات به کاربرد فناوریهای اطلاعاتی در تمامی زوایای حیات اجتماعی انجامیده است. جامعه اطلاعاتی، جامعه‌ای است که در آن تجارت، رسانه‌ها و ارتباطات علمی دانشگاهی و آموزش در سراسر جهان یگانه می‌شود. مانوئل کاستلز و همچنین جان ون‌دایک برای اینکه به مفهوم جامعه اطلاعاتی بار جامعه شناختی بیشتری بدهند، آن را جامعه‌ای شبکه‌ای نامیده‌اند (بهرامپور، ۱۳۸۳: ۱۱).

امروزه، وجود عصر انفجار اطلاعات بر همگان واضح است. با پیدایش شبکه‌های نوین و جهانی اطلاعات و ارتباطات و تأثیرپذیری همه ابعاد زندگی بشر از این انقلاب تکنولوژیک، جهان وارد جامعه جدیدی شده است که بعضی از محققان آن را «جامعه اطلاعاتی» نامیده‌اند. (همان، ۱۳۸۳).

ویلیام مارتین جامعه اطلاعاتی را اینگونه تعریف می‌کند: «جامعه‌ای که در آن کیفیت زندگی، همانند چشم اندازهای تحول اجتماعی و توسعه اقتصادی، به میزان رو به تزایدی به اطلاعات و بهره‌وری از آن وابسته شده است» (محسنی، ۱۳۸۰: ۴). جامعه اطلاعاتی. جامعه‌ای را که در آن کیفیت زندگی، گستره دگرگونی اجتماعی، و توسعه اقتصادی به‌گونه‌ای روزافزون به اطلاعات و بهره‌وری از آن متکی است جامعه اطلاعاتی می‌گویند. در این جامعه، استانداردهای زندگی و الگوهای کار و فراغت، نظام آموزشی، و فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی از پیشرفت اطلاعات و دانش فنی تأثیر

می‌پذیرد. نشانه این امر، تولید رو به گسترش کالاها و خدمات مرتبط با اطلاعات و اشاعه آنها از طریق حلقه گسترده‌ای از رسانه‌ها، به‌ویژه فن‌آوری‌های چندرسانه‌ای الکترونیکی، و به‌طور کلی غلبه فن‌آوری اطلاعات در امر ذخیره، پردازش، و انتقال اطلاعات است (گارنسی، ۲۰۰۵: ۲۱۸).

جامعه اطلاعاتی جامعه‌ای وابسته به خدمات اطلاعاتی رسانه‌های همگانی است و با آهنگی سریع‌تر از دیگر جوامع و با سلطه بیشتر بر اندوخته‌های علمی و تجربی پیش می‌رود. در چنین جامعه‌ای، ارتباطات عامل واقعی انتقال برای ایجاد تحول در افراد به‌منظور دستیابی به اطلاعات است و ارزش‌های اطلاعاتی عامل تعیین‌کننده در توسعه جامعه محسوب می‌شود (مارتین، ۱۹۷۸: ۵۴).

یکی از معیارها و مشخصه‌های مربوط به ظهور جامعه اطلاعاتی، سرعت فراگیری رسانه‌هاست. پوشش رسانه‌های جدید، از تلویزیون‌های ماهواره‌ای گرفته تا اینترنت، به‌شدت رشد کرده و همه جهان را متأثر ساخته است. دسترسی مداوم به رسانه‌ها به‌طور ۲۴ ساعته و این مسئله که در رسانه‌های جدید مخاطبان می‌توانند هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده اطلاعات باشند باعث شده تا فراگیری آنها بسیار گسترده و سریع باشد. امروزه شیشه‌ای شدن دیوارهای جغرافیایی کشورها نیز از عوامل تأثیرگذار جامعه‌های اطلاعاتی است، بدین معنی که در اینگونه از جوامع هیچگونه اطلاعات و اخبار از نگاه تیز بین مخاطبان و اصحاب رسانه پنهان نمی‌ماند به طوری که دیوارها و مرزهای جغرافیا مانند شیشه شکننده شده‌اند و همه از اتفاقات یکدیگر با خبرند و می‌توان به آسانی در آن نفوذ کرد. (همان، ۱۹۷۸).

یکی دیگر از نظریه‌هایی که می‌توان آن را در طیف متعادل جای داد، نظریه جامعه اطلاعاتی مشارکتی، همیارانه و پایدار است که توسط کریستین فوش ارائه شده است. اصطلاح همیارانه بر مبنای منطق شمول (دربرگیری) طراحی شده که در آن همه عوامل و گروه‌ها در منافع سیستم اجتماعی سهیم هستند. منطق همیاری، نیروی الزام آور یک جامعه پیشرفته است که در آن ابعاد مختلف جامعه به یکدیگر پیوند خورده‌اند. مشارکت در این نظریه به معنای توانمندسازی ساختاری، همیاری در فرایندهای اجتماعی، پایداری بلندمدت شرایط و اثرات سیستم اجتماعی است که در آن همه افراد از زندگی خوبی بهره‌مندند. در چنین جامعه‌ای، دانش و فناوری، هر دو با هم شکل دهنده سیستم اجتماعی بوده و همه افراد در آن درگیر و به صورت جمعی تعیین‌کننده سیستم اجتماعی خودشان هستند. به صورت متقابل باید یکدیگر در تعاملات؛ چنین جامعه‌ای، پایداری بلندمدتی را به همراه دارد که در آن همه نسل‌ها و گروه‌های حاضر و آینده، بهره‌مند می‌شوند؛ همچنین در این نظریه، ویژگی‌هایی همچون حفاظت از محیط زیست، نوری انسان محور، عدالت اجتماعی-اقتصادی، آزادی سیاسی و عقلانیت فرهنگی برای این جامعه تعیین و تعریف شده‌اند (فوش، ۲۰۱۰: ۴۲-۴۳).

جامعه‌ای را، که در آن کیفیت زندگی، گسترش دگرگونی اجتماعی و توسعه اقتصادی و اجتماعی، فرهنگی به گونه روزافزون احساس می‌شود و مقام و جایگاه اطلاعات قوی می‌گردد، جامعه اطلاعاتی می‌گویند. در این جامعه، معیارهای زندگی، نظام آموزشی، ارتباطات و اطلاع‌رسانی و فعالیتهای اقتصاد بازارگانی از پیشرفت اطلاعات تأثیر

می‌گیرد. جامعه اطلاعاتی جامعه وابسته به خدمات اطلاع رسانی همگانیست و به آهنگی سریعتر از دیگر جوامع و با سلطه بیشتر بر اندوخته‌های علمی و تجربی پیش می‌رود. در چنین جامعه عامل واقعی انتقال برای ایجاد تحول در افراد به منظور دستیابی به اطلاعات است و ارزشهای اطلاعاتی عامل تعیین کننده در توسعه جامعه محسوب می‌شود، که اینترنت به عنوان ابزار اصلی در خدمت جامعه اطلاعاتی می‌تواند نقش به سزایی در فرایند اطلاع رسانی و انتقال اطلاعات داشته باشد (ذکایی، ۱۳۹۰: ۵۲).

ویژگی‌های جامعه اطلاعاتی.

صاحب‌نظران علم اطلاع‌رسانی ویژگی‌های متعددی از جامعه اطلاعاتی و ظواهر آن ارائه داده‌اند که مهم‌ترین آنها به شرح ذیل است:

(۱) ویژگی فنی؛ (۲) ویژگی اقتصادی؛ (۳) ویژگی حرفه‌ای؛ (۴) ویژگی مکانی؛ (۵) ویژگی فرهنگی است (مورونیک، ۱۹۹۹: ۲۷۱).

ویژگی فنی: یعنی ارتباط از هر جا، یا هر کس، و در هر حال امکان‌پذیر است، که نمونه آن تلفن همراه است. تبدیل‌پذیری، خاصیت دیگر این نوع رسانه‌های ارتباطی است. امروزه، به راحتی می‌توان پیام‌ها را از صورتی به صورتی دیگر تبدیل کرد. اتصال‌پذیری نیز خاصیت دیگری است؛ یعنی هر وسیله ارتباطی را می‌توان به وسیله ارتباطی دیگر متصل کرد و ارتباط میان مسافت‌های دور را برقرار ساخت. سرانجام، جهان شمول بودن از مهم‌ترین خصوصیات وسایل ارتباطی نوین است؛ به این معنی که شبکه‌ها به تدریج سراسر سیاره زمین را پوشش می‌دهند و مرزهای سیاسی را در می‌نورند. فن‌آوری‌های اطلاعاتی امکان می‌دهند که طراحی و ساخت کالا با بهترین کیفیت و کمترین زمان به‌طور خودکار انجام پذیرد و خط تولید چنان انعطاف‌پذیر گردد که به راحتی بتوان، با خط تولید واحدی، چند نوع کالا تولید کرد (استونیر، ۱۹۹۰: ۶).

ویژگی اقتصادی: در زمینه نوآوری و رقابت اشاره دارد. جامعه اطلاعاتی نوع جدیدی از تقسیم کار را مطرح می‌کند و در نتیجه مشاغل از میان می‌رود و مشاغل جدیدی پدید می‌آید، سازمان‌ها برای افزایش کارایی خود بر استفاده بیشتر از اطلاعات تأکید می‌ورزند تا نوآوری‌ها تقویت گردد، موقعیت اقتصادی و رقابت‌طلبانه آنها بهبود یابد، و سبب ارتقای کیفیت ابزارها و خدمات شود.

اگر سهمی از تولید ناخالص ملی يك جامعه که صرف فعالیت‌های اطلاعاتی می‌شود، نسبت به سایر فعالیت‌های اقتصادی بیشتر باشد آن جامعه را می‌توان "جامعه اطلاعاتی" نامید (پورات، ۱۹۷۷: ۱۱).

ویژگی حرفه‌ای: یکی از خصیصه‌های مهم جوامع اطلاعاتی تغییر حرفه‌ها و مشاغل است. هرگاه حرفه‌ها در فعالیت‌های اطلاعاتی تمرکز یابند به جامعه اطلاعاتی وارد شده‌ایم. به بیان دیگر، در جامعه اطلاعاتی از کارهایی که قدرت جسمی و مهارت‌های یدی را می‌طلبد، کاسته و به کارهایی با مهارت بالا مانند تعلیم و تربیت، امور اداری، و کلیه کارهایی که اطلاعات را جهت انجام بهتر فعالیت‌ها درخواست می‌کنند، تبدیل می‌شود (استونیر، ۱۹۹۰: ۷-۸).

از دیگر مشخصه‌های جوامع اطلاعاتی تأکید بر آموزش است. تأثیر جامعه اطلاعاتی بر آموزش و پژوهش و برخی نتایج آن را مورد تأکید قرار می‌دهد (مورونیک، ۱۹۹۹: ۲۷۹).

فن آوری‌ها، بی‌تردید، این امکان را فراهم آورده است که آموزش از طریق که قبلاً امکان‌پذیر نبود ارائه گردد. مدارس و دانشگاه‌ها، با استفاده از امکانات الکترونیکی، آموزش از راه دور را تجربه می‌کنند.

ویژگی مکانی: در جامعه اطلاعاتی، شبکه‌های اطلاعاتی نقاط دور دست را با یکدیگر مرتبط می‌کنند. این شبکه‌ها گروه‌های مختلف سراسر جهان را در کمترین زمان ممکن و به بهترین شکل به یکدیگر پیوند می‌دهند و افراد می‌توانند دانش و تخصص خود را با یکدیگر مبادله کنند، به مشاوره بپردازند، و خلاقیت‌های خود را شکوفا سازند (وبستر، ۱۹۹۵: ۱۸).

اهمیت راهبردی اطلاعات، تأمین زیرساخت‌های اطلاعاتی، رشد اطلاعات قابل مبادله و یکی شدن سراسری اقتصاد، همگی بر مرکزیت شبکه‌های اطلاعاتی - ارتباطی، و اتصال شهرها، مناطق، ملت‌ها، قاره‌ها، و سراسر جهان تأکید دارد و این تأکید بیشتر بر گردش اطلاعات در مسیر بزرگراه‌های اطلاعاتی و الکترونیکی است. در حالی که نخستین حرکت‌های اقتصادی بازارها بر مبنای دوری و نزدیکی در ساختار شهرها به وجود آمد، امروزه اقتصاد بازار بر منطق ارتباطات الکترونیکی استوار شده و جغرافیای جدیدی از مراکز پردازش و کنترل به وجود آمده است. گرچه محدودیت فاصله‌ها کاملاً حذف نشده، لیکن کوتاه شدن زمان در ارتباطات، در واقع، برای شرکت‌ها، دولت‌ها، و افراد حق انتخاب بیشتری فراهم ساخته است.

ویژگی فرهنگی: از لحاظ فرهنگی، دانش مبتنی بر سرمایه به تدریج جای خود را به سرمایه مبتنی بر دانش داده است و آگاهی نوعی سرمایه فرهنگی تلقی می‌شود و بدین ترتیب، اهمیتی که دنیای گذشته برای سرمایه مالی قائل بود تقلیل یافته و سرمایه‌های مبتنی بر آگاهی از اهمیت بیشتری برخوردار گردیده است.

از نخستین ویژگی‌های جوامع اطلاعاتی ایجاد تحول در ارزش‌های فرهنگی، اخلاقیات، و آداب و رسوم است. آنچه همزمان با پیدایش و توسعه جوامع اطلاعاتی در دنیا مطرح شده تحمل و مدارای فرهنگی است که ناشی از شناخت بیشتر است. با فزونی شناخت در حوزه آگاهی‌های فرهنگی، ساختار ارزشی و در نتیجه اخلاقیات و آداب و رسوم به گونه بارزی متحول می‌شود (محسنی، ۱۳۸۰: ۴).

به عبارت دیگر این سطح از اطلاعات از لحاظ فرهنگی بر کلیه زمینه‌های زندگی نفوذ کرده و هویت و شخصیت ما را متأثر و دگرگون ساخته است. وجود برنامه‌های تلویزیونی ۲۴ ساعته در چندین کانال با تنوع بسیار، فیلم‌های ویدئویی که به سهولت قابل تهیه و اجاره از ویدئو کلپ‌ها هستند، وجود ضبط صوت‌های دیسکی و سی‌دی، و دی‌وی‌دی که در دسترس همگان است، رایانه‌های شخصی که در هر خانه‌ای موجود است و پایگاه‌های آنلاین همه و همه در ایجاد بستری فرهنگی بشر بسیار تأثیرگذار بوده و به کاربران این رسانه‌ها ساختار فرهنگی داده و الگوسازی می‌کنند.

اینترنت

ظهور جامعه اطلاعاتی به همراه رشد و گسترش اولیه آن، چند تحول مرتبط و مؤثر بر یکدیگر را نیز در کنار خود تجربه می‌کرد. جامعه اطلاعاتی همزمان با توسعه و گسترش اینترنت شکل گرفته است. تردیدی نیست که یکی از محورهای مهم جامعه

اطلاعاتی، بزرگراه‌های اطلاعاتی همچون اینترنت پدیده شگفت قرن، که انقلاب مهمی در ارتباطات پدید آورده است. ویژگی عمده‌ای که در اینترنت وجود دارد و در سایر رسانه‌ها دیده نمی‌شود، تعامل است که سبب شخصی کردن ارتباطات می‌شود (سلنو، ۲۰۰۰: ۶۰).

که از نظر اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، فضای تازه‌ای را برای انسان‌ها ایجاد کرده است؛ شبکه جهانی ارتباطات و اطلاعات به هم پیوسته که نماد آن اینترنت است که همه ابعاد زندگی بشر را دگرگون می‌سازد. یعنی در واقع این اینترنت است که عرصه‌های حضور در دنیای دیجیتال را فراهم آورده است. در این عرصه‌ها، فن آوری دیجیتال قاعده خود را حاکم کرده است. انقلاب دیجیتال که محصول تعامل پیچیده ترکیبی از علوم و فن آوری‌ها است، از جمله: الکترونیک، رایانه، روباتیک، مخابرات، مخابرات، ارتباطات، سایبرنتیک، هوش مصنوعی، واقعیت مجازی.

اینترنت ویژگی‌های کاربردهای رسانه را دارد، یعنی هم نوشتاری (مثل کتاب و روزنامه)، هم شنیداری (مثل رادیو) و هم دیداری (مثل تلویزیون) است. همچنین دولت‌ها بر آن کنترلی ندارند. از سویی ترکیب و ساختار اینترنت به شکل پویا و مداوم در حال تغییر است. برنامه‌های جدید شبکه روی خط قرار می‌گیرند و مراکز موجود بازسازی یا از شبکه خارج می‌شوند. و محتوای پویای شبکه بر اساس داده‌های استفاده‌کننده به وجود می‌آید. امکان باز خورد و میان‌افزایی که با فرهنگ‌های متفاوت و دور از هم زندگی می‌کنند، به وجود می‌آورد. اینترنت به سریع‌ترین، گسترده‌ترین، کاراترین و مناسب‌ترین وسیله اطلاع‌رسانی تبدیل شده است. یکی دیگر از مهمترین ویژگی‌های جامعه اطلاعاتی این است که اینترنت در همه ابعاد زندگی فردی و اجتماعی انسان حضور چشمگیری دارد. فضایی بدون مرزهای جغرافیایی و محدودیت‌های سیاسی، در واقع، این بزرگراه‌های اطلاعاتی نقش مرزهای جغرافیایی و الزامات سیاسی، اجتماعی و گاه حتی حقوقی ناشی از آن را برای کاربران آن کمرنگ کرده‌اند. این بزرگراه‌های اطلاعاتی، بر ارتباطات، گردش اطلاعات، سرگرمی، نوع مبادلات مالی و نظایر آن مؤثرند و از این رونگرش‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند، تعاملات فرهنگی را بیشتر می‌کنند و در نتیجه نقش مهمی را در تغییرات بنیادین جوامع ایفا می‌کنند؛ اگر در نظر داشته باشیم که اطلاعات، قدرت است، بنابراین اینترنت باید به عنوان آسان‌ترین وسیله‌ی توانمند ساختن کشورها برای عبور از راه توسعه و پیشرفت، به کار گرفته شود. به تعبیری دیگر، ابزار تولید کاملاً تغییر کرده و روابط مرتبط با آن هم دچار دگرگونی‌های بنیادین شده است. لذا جامعه تحت تأثیر این تحول ارتباطی، دچار تحولاتی متناسب با این تغییرات خواهد شد. در واقع حتی شاخص‌ها و متغیرهای فرهنگی تعریف شده در دنیای واقعی نیز، از تحولات عرصه مجازی متأثر می‌شوند.

اینترنت امکان به اشتراک گذاردن نظرات شخصی را به سریع‌ترین وجه ممکن با سایر افراد در جهان فراهم کرده و تحولی عظیم را در بعد اطلاع‌رسانی جوامع به وجود آورده است. در برهه کنونی، رسانه‌ها چه در حوزه کامپیوتری آن اعم از نشریات الکترونیکی، وب‌ها، وبلاگ‌ها و گروه‌های خبری و چه در حوزه ارتباطات تلویزیون‌های ماهواره‌ای، از خصوصیتی برخوردارند که آنها را از رسانه‌های پیشین متمایز می‌سازد. در این میان نقش رسانه‌های الکترونیکی مبتنی بر ابزارهای دیجیتالی به ویژه کامپیوتری، بسیار متمایز و سرنوشت‌ساز است؛ چرا که اگر به طور مثال تلویزیون از نظر نحوه

توزیع خدمات (از آنتن های زمینی به ماهواره ای) تغییر شکل داده است. طبعاً ابعاد خاصی را تحت تأثیر قرار می دهد؛ اما رسانه های مبتنی بر کامپیوتر به دلیل تغییر ساختار ارتباطی، ابعاد گسترده تری را تحت تأثیر قرار می دهند (مارتین، ۱۹۹۵).

مهم ترین خصوصیات رسانه های نوین در جامعه اطلاعاتی عبارتند از:

۱. سرعت انتقال اطلاعات
۲. ارتباط آنلاین
۳. نحوه عرضه متفاوت
۴. امکان ارائه مطلوب به شکل مورد درخواست و علایق کاربر
۵. امکان دسترسی سریع به آرشیوها
۶. امکان انتخاب نوع دسترسی، نوع مطالب، شکل دسترسی و...
۷. استفاده از ابزارهای چند رسانه ای
۸. تیراژ نامحدود
۹. امکان جستجوی گسترده در محتوا
۱۰. مهم ترین نکته، امکان ارتباط دوسویه بین فرستنده پیام و گیرنده (به عنوان مهم ترین نکته) است

ارتباط اینترنت و جامعه اطلاعاتی درحوزه دانایی :

ورود به جامعه اطلاعاتی مانند گذر از جامعه کشاورزی به صنعتی، تمامی جنبه های حیات بشری را تحت تأثیر خود قرار داده است. در جامعه اطلاعاتی چنانکه پیداست اطلاعات دارای ارزش بسیاری است تا جائیکه این عصر را به عصر اطلاعات و در نهایت جامعه اطلاعاتی نامگذاری کرده اند. بی تردید پایه و اساس جامعه اطلاعاتی رشد و توسعه فناوری و تکنولوژی های نوین ارتباطی است که در راس آن اینترنت قرار دارد در واقع اینترنت و تکنولوژی های نوین ارتباطی فاصله زمانی و مکانی را تا حد بسیار زیادی برداشته اند بدین معنی که امروزه از طریق اینترنت امکان تعامل و ارتباط دو سویه برآورده شده و تمام افراد می تواند در طول شبانه روز و هر وقت که اراده نمایند به اطلاعات مورد نیاز خود دست یابند. در این عصر دیگر مخاطبان در مقابل پیام های رسانه ها منفعل نیستند و می توانند ضمن برقراری ارتباط دو سویه، خود عامل تولید کننده اطلاعات برای دیگران باشند از سوی دیگر اینترنت باعث تمرکز زدایی در ارائه اطلاعات شده است. دو دیدگاه متفاوت وجود دارد یکی اینکه این مفهوم سازنده جامعه ای واقعاً تخصصی شده، خبر از پیدایش جامعه ای اندیشمند و فرهیخته را می دهد که به منابع دانش دسترسی فوری دارد و دیدگاه دیگر اینکه جامعه اطلاعاتی تشدید کننده نظارت بر شهروندان و سیلاب تبلیغات سطحی جنجالی و انحرافی است (جعفرخانی، ۱۳۹۱: ۲).

نقشی که اینترنت در پژوهش، خلاقیت و علم دارد از جمله مهم ترین اقداماتی که می توان از طریق اینترنت سازمان داد، عضویت استادان و متخصصان رشته های مختلف در گروه های تخصصی است.

همچنین افزایش کاربران اینترنت در ایران به شکل گیری جریان آزاد تولید و توزیع اطلاعات می تواند تأثیر زیادی داشته باشد. با توجه به اینکه اینترنت به عنوان مهمترین

ابزارهای اطلاع‌رسانی چندبعدی می‌تواند اخبار و اطلاعات را در کوتاهترین زمان ممکن در چندین زبان مختلف به صورت مکتوب، تصویری و صوتی در حجم بالا و در سطح جهان منتشر کند، نمی‌توان به سادگی اهمیت و نقش آن را انکار و حذف کرد. با وجود برخی از پیامدها و آثار منفی جامعه اطلاعاتی و برخی آثار مثبت آن همزیستی ایران با جامعه اطلاعاتی ادامه می‌یابد و شکل کاملتری پیدا می‌کند. اگر جهان امروز را جهان اطلاعات بنامیم، جهان فردا به نام "جهان دانایی" یا "عصر دانایی" شناخته می‌شود. عصری که گفته می‌شود از سال ۲۰۱۲، میلادی آغاز خواهد شد و تا ۲۰۳۵، شکل می‌گیرد. در عصر دانایی بهره‌برداری از اطلاعات به اوج خود می‌رسد و هم اکنون که در عصر اطلاعات هستیم، همه تلاش‌ها بر خدمات ناشی از اطلاعات است. بنابراین، تفاوت عصر اطلاعاتی با عصر دانایی در میزان بهره‌برداری از اطلاعات است. دومین تفاوت در این است، که در عصر اطلاعاتی شهروندان با اطلاعات تعریف نمی‌شوند، بلکه اطلاعات در خدمت شهروندان است، اما در عصر دانایی شهروندان با اطلاعات تعریف می‌شوند و از آنها به «شیکه بند» به جایی "شهروند" یاد خواهد شد.

با این تفاوتها در می‌یابیم، که کشورهای در حال توسعه (دولتهای رو به پیشرفت) به دلیل عقب ماندگی‌های اقتصادی، فرهنگی، صنعتی و کامپیوتری موسوم به نرم‌افزاری، دچار یک عقب ماندگی اطلاعاتی می‌شوند، که از آن به "شکاف دانایی" و "شکاف دیجیتالی" نام برده می‌شوند منظور از شکاف دیجیتالی اشاره به نابرابری‌ها در زمینه دسترسی به تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در سطح ملی و فراملی دارد. این نابرابری‌ها و عدم تعادل در جنبه‌های مختلف زندگی افراد اعم از شبکه‌های انتقال پیام، زیرساخت‌های مخابراتی، میزان مشارکت افراد در تولید و توزیع اخبار و اطلاعات، شبکه‌های ذخیره اطلاعات، کیفیت رسانه‌ها تأثیر گذار است که این امر با شاخص‌هایی همچون میزان برخورداری از فناوری‌های دیجیتالی، میزان سواد، میزان زبان محلی رایج در اینترنت، ضریب نفوذ در اینترنت و غیره اندازه‌گیری می‌شود. کشورهای رو به پیشرفت برای جبران این عقب ماندگی باید قدرت بهره‌برداری از اطلاعات را برای خود بالا ببرند (سرکارآنی، ۱۳۸۴: ۲۸).

در جامعه اطلاعاتی تولید ثروت و بکارگیری قدرت به توانایی تکنیکی جوامع وابستگی دارد و به شدت از الگوی بهره‌برداری اطلاعات تأثیر می‌پذیرد. به اندیشه منوال کستلیس- یکی از چهره‌های سرشناس ارتباطات و رسانه‌ها- واقعیت برتری در جامعه اطلاعاتی خود اطلاعات نیست، بلکه بهره‌برداری از اطلاعات است. از این جاست، که کشورهایمانند مالزی با ساختن شهر اطلاعاتی با نام "پترجیه" و بهره‌برداری آن سال ۲۰۱۲، آغاز و تا سال ۲۰۲۰، کامل می‌شود، می‌کوشند تا دچار شکاف دانایی نشوند. در جامعه اطلاعاتی آزادی‌ها بیشتر است و مالکیت رسانه‌ها از حالت انفرادی به رسانه‌های چندصدایی تبدیل می‌شود که دارای ویژگی‌های دوطرفه بودن فرایند ارتباط، گرایش به ارتباطات فرد، تأکید نکردن بر پیام خاص، افزایش ظرفیت کانالهای ارتباطی، ارتباط دائمی با پیامها و انعطاف‌پذیری (حق انتخاب‌پذیری) است.

کشورهای نیازمند زیرساخت‌های پیشرفته علمی، اطلاعاتی و ارتباطی هستند. امروزه بیشتر دل‌مشغولی‌ها از دست دادن کنترل بر جریان اطلاعات است. دیگر مرزی برای

انتقال اطلاعات و مرزی میان دورن و بیرون نیست. شرکت‌ها در خانه‌های شیشه‌ای زندگی می‌کنند (ویلیام جی، ۱۳۹۱: ۳۶).

یکی از پیشگامان سنجش و اندازه‌گیری فعالیت‌های مربوط به تولید و توزیع اطلاعات و معرفت، فریتز ماکلوپ است. وی تولید دانش را محور اصلی تحقق جامعه‌ی اطلاعاتی دانسته و فعالیت‌های مربوط به معرفت را به پنج دسته‌ی عمده شامل آموزش، تحقیق و توسعه، رسانه‌های ارتباطی، ماشینهای اطلاعاتی و خدمات اطلاعاتی طبقه‌بندی کرده است. روش ماکلوپ در ترسیم جامعه اطلاعاتی، پیاده‌شد و پس از آن، به عنوان یک ابزار مهم برای سنجش به کار رفت (معمدنژاد، ۱۳۸۳: ۱۱).

دانیل بل، تعریف ماکلوپ را با اختصاصی کردن حوزه و چارچوب جامعه اطلاعاتی به وسیله سه بخش مهم اصلاح کرد: آموزش عالی، تحقیق و توسعه، و تولید دانش به مثابه دارایی فکری.

مارک اوری پورات، کار قبلی فریتز ماکلوپ را تکمیل و الگوی جامعی برای اینگونه تحقیقات فراهم ساخت و بررسی و ارزیابی سیستم‌های اطلاعاتی رایانه‌ها و ارتباطات دورتوجه و ویژه‌ای نموده و فعالیت‌های اطلاعاتی را به شش بخش استخراج یا ایجاد اطلاعات، کسب اطلاعات یا مجرا گذاری اطلاعات، انتقال اطلاعات، پردازش اطلاعات، ذخیره سازی اطلاعات و بازیافت اطلاعات، طبقه‌بندی کرده است.

منسل و «ون» نیز در ترسیم جامعه اطلاعاتی بر کاربرد شاخص‌ها بر اساس زیرساختها، تجارب، مهارتها و دانشهایی که بین کشورها مقایسه می‌شود تأکید دارند. (معمدنژاد، ۱۳۸۳: ۱۲).

توسعه دانایی محور فرآیندی است که از طریق آن شاخص‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در لایه‌ها و ترکیب‌های مختلف جمعیتی جامعه و سازمان تغییر می‌یابد. در این بین ارتباطات بر این فرآیند تأثیر مهم و غیر قابل انکاری دارد. دامنه ارتباطات در یک جامعه دانایی محور از تبادل اخبار و پیام به مراتب فراتر، مهمتر و اثر گذار تر و حیاتی تر است. نباید این نکته را فراموش کرد که وسایل و ابزارهای ارتباطی برای ایجاد زمینه‌های انتشار گسترده اطلاعات در بعد زمانی و مکانی با هدف دست‌یابی به توسعه دانایی محور، یک زیرساخت ضروری و لازم محسوب می‌شوند، ولی کافی نیستند.

بررسی‌ها نشان می‌دهند که وسایل ارتباط جمعی صرفاً یک ابزار هستند و کاربری بهینه آنها به وجود زیربنای اجتماعی، فرهنگی و سطح دانش عمومی بستگی دارد. آنچه در توسعه دانایی محور مهم است مقوله ارتباطات و زیر ساخت‌های ارتباطی می‌باشد. توسعه و نشر اطلاعات در سطحی گسترده و با سرعت بالا مهمترین مسئله در درجه اول تعیین اولویتهای اطلاعاتی قابل نشر و در مرحله بعدی گزینش ابزارهای اطلاع رسانی می‌باشد. بنابراین در تعیین چهارچوب‌های یک جامعه دانایی محور باید توجه زیادی به تأمین زیر ساخت‌های ارتباطی مناسب و متناسب با استانداردهای اطلاعاتی بشود که قطعاً هماهنگی این زیر ساختها با امکانات مادی سازمان یک اصل مهم به شمار می‌رود. چرا که به نوعی ابزارهای ارتباطی نیز سرمایه‌های سازمان محسوب می‌شوند و باید تمام تلاش برای استفاده از حداکثر کارایی آنها به عمل آید.

نقش اینترنت در این میان به عنوان یک بستر مناسب تامین کننده نیاز مهم جامعه دانایی محور که همانا مسئله اشتراک گذاری اطلاعات می باشد شکل می گیرد. توسعه سیستم های اطلاعاتی وب مدار به عنوان نسل جدید تحولات در فرآیندهای ارتباطی-اطلاعاتی امروزه کانون توجه بسیاری از سازمان ها است. فناوری اطلاعات و ارتباطات را به عنوان فنآور یهای تحول گرا و توانمندساز حائز اهمیت برای توسعه شناخته است، اثرات جانبی راهبردی دارد. این فناوری، سبب پیشرفت نوآوری و توانمندسازی افراد از طریق کانا لهای ارتباطی جدید و سریع میشود و در ایجاد دسترسی بیشتر به آموزش و خدمات عمومی کمک شایانی می نماید. با وجود گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات و افزایش جمعیت جامعه اطلاعاتی جهانی، کماکان تفاوت عمده ای در درک و استفاده از آن وجود دارد، به طوری که شکاف دیجیتالی، مانع اصلی در توسعه به شمار می آید. در راستای ارتقای توسعه جامعه اطلاعاتی جهانی، رصد، پایش و پرداختن به سنجش وضعیت توسعه شاخصهای جامعه اطلاعاتی بسیار مورد توجه قرار گرفته است. یکی از شاخصهای سنجش جامعه اطلاعاتی، شاخص توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات است. که دارای سه زیرگروه دسترسی، میزان استفاده و مهارتهای استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات است.

تولید اطلاعات در جامعه دانایی محور

- اطلاعات درون ساختاری جامعه دانایی محور (از تولید تا کاربری)

الف) چگونگی تولید اطلاعات

نگاه به مسئله تولید اطلاعات در یک جامعه دانایی محور بر اساس اصل نیازسنجی است. یعنی تا زمانی که بر اساس استراتژی های سازمان برنامه و هدف لازم برای تامین و دسترسی به اطلاعات خاصی تدوین نشود این امر به صورت راکد باقی خواهد ماند. ارزش این موضوع به وجود نگاه سیستماتیک در جریان تولید اطلاعات می باشد به عبارت بهتر در یک جامعه دانش مدار که تفکر سیستمی بر آن حاکم می باشد هیچگاه سرمایه گذاری فکری و عملی و مادی بر روی برنامه هایی که همگرایی کامل با سیستم نداشته باشند و بیا بر اساس نیازسنجی معقول و حساب شده حال یا آینده تدوین نشده باشند صورت نمی پذیرد. با این دیدگاه برای راه اندازی یک پروسه تولید اطلاعات از قبل مطالعات کارشناسی و بررسی های اولیه برای تعیین نیاز سیستم به چنین اطلاعاتی انجام می شود و همچنین کارکرد و اثر تولید و بهره برداری در سیستم مورد بررسی قرار می گیرد و سپس نسبت به برنامه ریزی های لازم برای تولید آن اقدام می شود. البته نباید از این نکته غافل بود که در جریان تولید اطلاعات قابلیت انتقال و آموزش دادن آن نیز بایستی فراهم باشد. یعنی انتخاب نوع اطلاعات بایستی همراه با مطالعه و توجه به مسائل آموزشی و اطلاع رسانی آن نیز باشد.

در جریان تولید اطلاعات می توان با دو شیوه عمل کرد:

۱- تولید اطلاعات بر اساس درخواست از پایین به بالا

وقتی در جامعه دانایی محور از این مدل تولید اطلاعات صحبت می‌کنیم در واقع به هر یک از افراد جامعه به عنوان یک عنصر سیستمی نگاه کرده ایم که برای رفع و یا بهبود مشکلات و فعالیتهای خود نیاز به اطلاعات خاصی دارد و از این رو سیستم برای تامین این اطلاعات اقدام می‌کند و برنامه ریزی های لازم را انجام می‌دهد. توسعه اطلاعاتی سازمان در این مدل دارای محاسن بسیاری است از جمله اینکه به دلیل نزدیکی و ملموس بودن مشکلات و ضعف‌ها برای کارکنان لایه های مختلف سازمان آنها می‌توانند بسیار سریع به این نکته پی ببرند و در صورت اصلاح سیستم توسط سازمان بسیار سریع نیز با تغییرات کنار بیایند چرا که یکی از چالش های بزرگ در توسعه اطلاعات و فناوری های اطلاعاتی در سازمان‌ها تضاد و تقابل آن با نیروهای انسانی است که دست یابی به یک نقطه مشترک نیاز به صرف وقت و هزینه های فراوان دارد.

۲- تولید اطلاعات بر اساس نیاز از بالا به پایین

گاهی اوقات سیستم تعیین کننده نوع اطلاعات مورد نیاز مجموعه است. در این هنگام با نگاه کلان به برنامه‌ها و سیاستهای سازمان راهبردهای مدیریت و توسعه دانش و اطلاعات مورد نیاز سنجی قرار می‌گیرند و نسبت به تولید، تهیه و توزیع آنها اقدام می‌شود. این گونه فرایندها معمولاً در راستای برنامه های دراز مدت و زیر ساختی مورد توجه قرار می‌گیرند.

ب) چگونگی پردازش اطلاعات

پس از مرحله تولید اطلاعات که شامل جمع آوری داده های علمی بالقوه است مرحله پردازش اطلاعات که گامی در جهت تبدیل داده های بالقوه به اطلاعات بالفعل است آغاز می‌شود. در مرحله قبل اطلاعات به صورت مجموعه ای از داده های خام بودند که کارایی خاصی نداشتند و بهره برداری از آنها برای کاربران غیر ممکن بود در مرحله پردازش اطلاعات این اطلاعات با استفاده از ابزارها و روشهای خاص و متفاوت مورد تحلیل و بررسی و طبقه بندی قرار می‌گیرند. در این مرحله اولویتهای کاربری بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد تا استفاده مطلوب در همه شرایط زمانی امکان پذیر گردد.

ج) چگونگی توزیع اطلاعات

مسئله توزیع اطلاعات یکی از بخش های مهم برخورد با مقوله اطلاعات در جوامع دانایی محور است. استانداردها و شاخص های تعیین شده برای جامعه دانایی محور این الزام را به وجود می‌آورد که تمامی اطلاعات تولید، پردازش و طبقه بندی شده که حاصل سرمایه گذاری های مادی و فکری بسیاری نیز می‌باشد در اسرع وقت و به بهترین شیوه در اختیار کاربران واقعی قرار گیرد. در بحث توزیع اطلاعات در جامعه دانایی محور با پنج عنصر زیر مواجه خواهیم بود:

۱) سرعت توزیع: در جامعه دانایی محور در هزاره سوم که عصر سرعت در مبادلات اطلاعاتی است می‌طلبید که بر سیستم توزیع اطلاعاتی آن سرعت حاکم باشد یعنی علاوه بر تسریع در جریان تولید و پردازش اطلاعات، انتقال اطلاعات نیز مبتنی بر آخرین ابزارها و متدها باشد.

- ۲) ابزار توزیع: در نحوه توزیع اطلاعات گزینش ابزار توزیع یکی از مهمترین مباحث را به خود اختصاص می‌دهد. جامعه دانایی محور برای انتقال و آموزش اطلاعات نیازمند بهترین ابزار اطلاع رسانی و آموزشی است.
- ۳) کیفیت توزیع: شیوه توزیع اطلاعات ناپیستی در کیفیت اطلاعات تأثیر منفی گذارد بلکه در صورت امکان کارایی کیفی آن را نیز بالا ببرد.
- ۴) کمیت توزیع: شیوه توزیع اطلاعات بایستی به گونه ای گزینش شود که در حجم های مختلف اطلاعات قادر به تامین نیازهای کاربران خود باشد.
- ۵) سطح توزیع: شیوه توزیع اطلاعات بایستی در سطح عام و گسترده نیز جوابگو باشد یعنی باید قادر باشد بر اساس اهداف جامعه گروه‌های مختلف را در بعد زمانی و مکانی تحت پوشش قرار دهد.

راهکارها:

- برنامه ریزی و طراحی مسائل آموزشی و اطلاع رسانی از طریق اینترنت. زمینه استفاده آموزشی و علمی در رابطه با رسانه‌های اینترنتی و سایر باید بیشتر شود.
- راه اندازی سایت های زنجیره ای و پوشش دادن اهداف برنامه ریزی شده و طبقه بندی شده مورد نظر. و از طرف دیگر با فرهنگ سازی استفاده از اینترنت و نحوه کاربرد آن که در این زمینه برگزاری کنفرانس ها، همایش، سمپوزیم و رسانه های دیداری و مطبوعات نقش مهمی را می تواند ایفا کند.
- افزایش سواد رسانه‌ای اینترنتی برای مردم در رشته‌های تخصصی، تا استفاده از رسانه‌های اینترنتی به شکل صحیح و منطقی انجام شود.
- اطلاعات خدمات محور در تمام سطوح رشد نماید و رسانه‌ها با مخاطبان خود چند ارتباط رسانه‌ای داشته باشد (ایجاد رسانه‌های چند منظوره) و هدف اصلی رسانه‌ها ترغیب باشد، نه فقط ارتباط.
- ایجاد شرایط مناسب برای پذیرش تحول و نوآوری و خلاقیت جهت رشد و توسعه سرمایه های انسانی کارآمد و شکل دهی سرمایه اجتماعی کارآمدتر برای کشور و اقتصاد دانایی محور
- برپایی نظام پویای تولید و توزیع اطلاعات و ارتقاء فناوری جهت کارآمد کردن ارتباطات، تعاملات و شبکه ای شدن قلمروها و نهادینه شدن جریان آزاد اطلاعات
- ایجاد نظام آموزش و تحقیق کارآمد با تکیه بر خلاقیت، نوآوری مورد نیاز اقتصاد دانایی در تعامل همه جانبه با دانش و فناوری جهانی
- ایجاد نظام انگیزشی مناسب در جهت شکل گیری بازار دانایی و تقویت مبادلات علمی در سطح ملی، منطقه ای و بین المللی
- توسعه فناوریهای نوین و بهره وری متناسب با ظرفیتهای و عرضه نیروی کار در جهت اشتغال زایی و مقابله با بحران بیکاری و بهینه شدن کارکرد منابع انسانی
- ایجاد پیوند و تعامل علمی و فناوری بین بخشهای مختلف جامعه و مهمترین ابزار دست یافتن به چنین اهدافی بالا رفتن میزان دسترسی به ابزارهای دانش است.

نتیجه‌گیری:

امروزه تکنولوژی و فن آوری های جدید زندگی، محیط کار و حتی ابعاد وجودی ما را تحت تأثیر قرار داده است. شتاب انتشار داده‌ها و آمار و اطلاعات ناشی از عصر دیجیتال و الکترونیک به حدی است که می‌توان از آن به انفجار اطلاعات تعبیر کرد. فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان یک زیر ساخت اساسی برای توسعه نظام های اطلاع رسانی روند کلی اطلاع رسانی را دگرگون کرده است. در این بین اگر کسی بتواند در شاهرها و گذرگاه های اطلاعاتی، با برنامه ریزی و تفکر مناسب گام بردارد می‌تواند با محور قرار دادن دانش در برنامه های خود به مدیریت آن بپردازد و از فناوری اطلاعات به عنوان بستر اطلاع رسانی استفاده کند، از این طریق می‌توانیم توانایی‌های خودمان را نشان دهیم.

باید برنامه ریزی محقق شود و جنبه‌های مثبت جامعه اطلاعاتی را به جنبه‌های منفی آن ارجحیت داد. فرصت‌هایی چون نقش اینترنت در پژوهش، خلاقیت و علم، همزیستی جهانی، شکل‌گیری هویت سیال و بین‌سیاره‌ای و ...

درواقع دگرگونی رخ داده است، در این دگرگونی جامعه جدید روشنگر، آگاه و مطلع متولد شده است. جامعه‌ای که در آن دانایی و میزان دسترسی و استفاده مفید از دانش، دارای نقشی محوری و تعیین کننده است. دولت ایران و به خصوص وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات نیز می‌تواند با توجه به الگوها و استانداردهای جهانی در این عرصه، برای بحث آموزش همزمان نیز ارزش و اهمیت خاص خود را قائل شود. اجرای پروژه‌هایی نظیر پروژه آی سی تی روستائی بدون شک می‌تواند مسیر رسیدن به معیارهای جامعه اطلاعاتی را برای ایران هموارتر نماید. توجه تام به پیاده‌سازی زیرساخت های فنی به تنهایی مشکل‌گشای نهایی مسائل ایران در این زمینه نخواهد بود و آموزش به عنوان اصل اولیه در کم کردن شکاف دیجیتالی همچنان نقش اساسی خود را در این عرصه ایفا خواهد کرد.

در جامعه اسلامی باید با تأکید بر اندیشه ورزی تلاش کنیم تا به تقویت جنبه های مثبت و تضعیف جنبه های منفی این پدیده نوظهور بپردازیم تا اشکالات آن را شناسایی و بر طرف کرده و از آن در راستای تحقق اهداف عالی که تقویت بنیان های فرهنگی اسلامی است، بهره بگیریم. شناخت شبکه‌های اطلاعاتی، ایجاد بانک‌های اطلاعاتی و جمع‌آوری اطلاعات ضروری است. جهان امروز در معرض دگرگونی، تغییر و تحولات فزاینده ای قرار دارد. به خصوص حرکت به سمت و سوی "دهکده واحد" در حال تحول است و در این میان رسانه‌ها بر روند این تحولات شتاب بیشتری بخشیده است. به همین دلیل، هرچه دهکده جهانی پرجمعیت‌تر شود، دست‌اندرکاران ارتباطات ملی و منطقه‌ای بیشتر باید در صدد آن باشند که جهانی فکر کنند و محلی به اجرا بگذارند. اساس توسعه ملی هر کشوری و محلی بر اساس فرهنگ آن جامعه شکل می‌گیرد،

باید زیرساختار برای توسعه مدیریت دانش و آموزش بهینه پیاده سازی شود و این باید شامل تسهیلات (سرمایه گذاری)، مطالعات (نیاز سنجی)، تجهیزات (سخت افزاری و نرم افزاری)، منابع انسانی و توانمندی های آنان، مکانیسم‌های سازمانی و چارچوب خط مشی‌ها باشد.

بنابراین سیستم سازمان باید از نظر کارایی و عدم کارایی در پشتیبانی فرایندهای عمده در تمامیت زنجیره اطلاعات مثل تولید اطلاعات، پردازش اطلاعات، اشاعه اطلاعات و ارتباطات، انتقال اطلاعات، امنیت اطلاعات و ذخیره اطلاعات مورد توجه و بررسی قرار گیرد.

منابع:

- بهرامپور، شعبانعلی. (۱۳۸۳). «انسجام اجتماعی در جامعه اطلاعاتی: نیم نگاهی به وضعیت ایران»، سمینار ایران و جامعه اطلاعاتی، ص ۱۱.
- جعفرخانی، الهه. (۱۳۹۱). «جامعه اطلاعاتی ابزار جهانی شدن و توسعه»، برگرفته از سایت www.sis-eg.com.
- حری، عباس. (۱۳۸۳). «اطلاعات، جامعه اطلاعاتی و ساختارهای معرفتی»، گفتگو با دکتر عباس حری درباره ویژگیها و مقتضیات جامعه اطلاعاتی، ص ۳.
- ذکایی، سهیلا. (۱۳۹۰). «اصول تکنولوژیهای نوین ارتباطی»، تهران: انتشارات تایماز. ص ۵۲.
- سرکارآنی، محمدرضا. (۱۳۸۴). «یادگیری راهی به سوی شکاف دیجیتالی»، تهران: انتشارات موسسه فرهنگی منادی تربیت. ص ۲۸.
- محسنی، منوچهر. (پاییز ۱۳۸۰). «جوامع اطلاعاتی در گفت‌وگو با دکتر منوچهر محسنی». نمایه پژوهش. س. چهارم، ۱۵: ص ۴.
- معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۸۳). جامعه اطلاعاتی اندیشه‌های بنیادی، دیدگاههای انتقادی و چشم‌اندازهای جهانی، مرکز پژوهش‌های ارتباطات، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، چاپ اول.
- ویستر، فرانک (۱۳۸۰). «نظریه‌های جامعه اطلاعاتی»، ترجمه اسماعیل قدیمی، انتشارات قصیده‌سرا، ص ۱۸.
- ویلیام جی، هولستین. (۱۳۹۱). «راهنمای روابط عمومی و مهارت‌های ارتباطی برای روسای سازمانها و مدیران عامل شرکتها»، اقتباس و ترجمه: هادی کمرئی، تهران: انتشارات کارگزار روابط عمومی. چاپ اول. ص ۳۶.
- Garnsey, Ohn. "Information society". *International Encyclopedia of Library and Information Science*, P.218
- Martin, William J. *The World Society*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1978, P. 54
- Moore, Nick. "The Information Society". *World Information Report*. 1999, PP. 271-283
- Porat, Marc Uri. "The Information Economy, Source and Methodes for Measuring the Primery Information Sector". *OT Special Publication*. 2 (May. 1977), P. 11

Selnow, G. (2000). The Internet: The soul of democracy. *Vital Speeches of the Day*,67(2),PP.58-60

Stonier, Tom. *Information and The Internal Structure of the Universe: An Exploration in to Information Physics*. Springer _ Verlag, 1990,PP. 6-8

Martin,William J.:Global Information Society: 2,Rev.ed.1995

Intelligent organism of the information society and the Internet in the field of information and knowledge

Abstract

Industrial societies move towards the information society has accelerated since the early 90s onwards. And has attracted the attention of experts and prominent place in the scene as well as those of national life. Communities affected by technological developments are moving towards the information society. This paper seeks to explain the problem in today's information society is very high acceleration coefficient extent of this impact in various areas of economic, cultural, social and political. And the more sensible information and knowledge societies is enormous role. In other words, today's era of information technology and information society. Communities with opportunities and challenges, including the role of the Internet in research, innovation and science, interaction and global coexistence, identity formation fluid and interplanetary and social inequality, new identities, differentiation, and have faced. Therefore, measures that communities can think of the challenges ahead and the opportunities for the welfare and happiness of the people. And the most recent scientific information and communications technologies to human capabilities and can offer much to society in solving the problems of human society. In this article the appearance of helpful the Information Society, opportunities of it has expressed in the appropriate strategies and opportunities to better and more cost efficiently in society benefit from it.

KEYWORDS: Intelligent organism information society, internet, information and knowledge

دنیای ارتباطات کودکان در نقاشی

دکتر ناهیدخوشنویس، میثم محبی، الهام کریمی

مقدمه

علم روانشناسی ابعاد و شاخه‌های گسترده‌ای دارد که بخشی از آن به روانشناسی کودک و روانشناسی نقاشی کودک باز می‌گردد. از طریق بررسی و تحلیل نقاشی کودکان، می‌توان بینش آن‌ها را در مورد توسعه اجتماعی / احساسی، فیزیکی و فکری هر کودک به دست آورد. بسیاری از فعالان بهداشت ذهنی که با کودکان کار می‌کنند از آثار هنری آنها به عنوان روشی برای شناختن بهتر بیماران و پی بردن به احساساتشان استفاده می‌کنند.

بدین منظور آنها متوجه شدند که حتی خلاق‌ترین کودکان هم دائما چیزهای تکراری را نقاشی می‌کنند یا از رنگ‌های مشابهی برای بیان عواطف‌شان استفاده می‌کنند. کودکان معمولا از طریق روش‌های فکری، جسمی و احساسی جهان اطراف را کشف می‌کنند. مداد، قلم مو و کاغذ بهترین روش برای انتقال ترس‌ها و امیدهای آنهاست. پیشرفت نقاشی کودکان در طی یک دوره زمانی می‌تواند رشد فکری آن‌ها را نشان دهد و همچنین توانایی‌ها و مهارت‌های علمی آن‌ها را مشخص کند.

نقاشی‌های کودکان در فرهنگ‌های مختلف متفاوت است. تحقیقات نشان می‌دهد کودکان در فرهنگ‌های مختلف نه تنها در جزئیات طراحی سبک، بلکه در استراتژی‌های اولیه نیز متفاوت هستند. فرهنگ، نقش اساسی در توسعه نمادهای نهادینه دارد. همچنین می‌تواند یک ابزار ارتباطی باشد. کودکانی که هنوز توانایی کافی برای بیان لغات انتزاعی ندارند، از روش‌های ارتباطی مانند نقاشی استفاده می‌کنند. از طریق نقاشی کودکان با افراد خانواده ارتباط برقرار می‌کنند و مهارت‌های زندگی را توسعه می‌دهند و حس اعتماد را ایجاد می‌کنند. نقاشی‌های کودکان دارای نظامی است که به توسعه مهارت‌های حرکتی کمک می‌کند. گستردگی دیدکودک، علایق، احساساتی مانند شادی، خشم، غم و اندوه همچنین شیوه زندگی و روش‌های تربیتی تأثیر زیادی بر محتوای آن

دارد. بخش ناخودآگاه روح می‌تواند از طریق نقاشی ظاهر شود. طراحی یک ارتباط مستقیم با بخش ناخودآگاه دارد و حاوی اطلاعات روانشناختی زیادی است که عمق روان کودک را می‌توان از طریق آن احساس کرد. کودکانی که نقاشی می‌کنند بچه‌های خوشحال تری هستند. آن‌ها ترس، آرزو، درد و ... را از طریق نقاشی بیان می‌کنند. همچنین اطلاعاتی در مورد رابطه جهان و دیگر افراد بیان می‌کنند. روانشناسی نقاشی کودکان، حاکی از آن است که کودکانی که نقاشی‌های بهتری دارند از درصد هوش عاطفی بالاتری برخوردارند. لازم نیست که نقاشی کودک خود را بیش از حد بررسی کنید تا معنی خاصی از آن دریافت کنید، تنها کافیست که به کودک خود فرصت دهید تا منظور خود را از نقاشی که کشیده بیان کند. پرسیدن سوالاتی نظیر اینکه آدم‌های درون نقاشی در حال انجام چه کاری هستند، می‌تواند به شما در کشف اطلاعات لازم از نقاشی فرزند خود کمک فراوانی کند. اگر پدر و مادر بتوانند به درستی معنا و مفهوم نقاشی‌هایی که کودکانشان می‌کشند را متوجه شوند شاید بتوانند به افکار و شخصیت و نبوغ آن‌ها زودتر از هر اتفاقی پی ببرند. در همین راستا قصد داریم اطلاعاتی را پیرامون روانشناسی نقاشی کودکان و همچنین تجزیه و تحلیل آن در اختیار شما قرار دهیم.

چرا کودکان نقاشی می‌کنند؟

کودکان مختلف در سنین مختلف دلایل متفاوتی برای نقاشی کشیدن دارند یکی از این دلایل اندیشیدن نقاشی به مثابه نوعی بازی است. یقیناً خود کودکان نقاشی را شکلی از بازی به شمار می‌آورند با اشتیاق به آن می‌پردازند و به اندازه‌هایی که در تنهایی خود با اسباب بازی هایشان بازی می‌کنند مجذوب آن می‌شوند. یکی از نخستین نظریه‌های مربوط به بازی این است: که کودک ذاتاً فعالند و بازی یکی از شیوه‌های تخلیه انرژی است. بسیاری از صاحب نظران توافق دارند که یکی دیگر از دلایل نقاشی کودک این است که تصویر را فعالیتی ارضا کننده می‌یابند و ویژه تصاویری که علائق و تجارب آنان را نمادین بیان می‌کند.

این برداشت یقیناً با انتخاب موضوع نقاشی از سوی کودکان سازگار است. بررسی‌هایی که با استفاده از آزمون "کشیدن یک انسان" صورت گرفته به کرات نشان داده است که کودکان ترجیح می‌دهند تصاویری از جنس خود بکشند که همانا همانند سازی کودک با جنس خود تفسیر شده است همچنین در فرایند درون سازی کودک تکامل یابنده می‌کوشد تا با استفاده از ساختارهای شناختی و اندیشه‌های موجود محیط را بفهمد چنانچه به نظر می‌آید که نقاشی غالباً فعالیت شخصی است در نتیجه بیشتر نظریه پردازان عمدتاً پذیرفته اند که اکثر کودکان عمدتاً برای رضایت خاطر خود نقاشی می‌کشند و این دلیل آخر مبین این اندیشه است که نقاشی در خدمت یک هدف بیانی قرار دارد و بیان تجربه عاطفی هم عمیقاً رضایت بخش است و هم برای سلامت عاطفی ضرورت دارد گر چه کلیه انگیزه‌های یاد شده قابل قبول به نظر می‌رسند اما به دشواری می‌توان شاهد مستقلاً در تأیید اعتبار آنها یافت.

کودکان نیز با نقاشی خود روح خود را عریان می‌کنند و همین امر لزوم توجه پدر و مادرها را بر این کار در مورد همه کودکان ضروری می‌کند و خانواده باید که علاوه بر حفظ خلاقیت کودکان خود بر تغییراتی که در نقاشی آنها روی می‌دهد توجه کنند.

البوریو فراری روانشناس در کتاب "نقاشی کودکان و مفاهیم آن" درباره مراحل نقاشی کودکان می‌گوید: نخستین مراحل نقاشی خط خطی کردن و سپس تکامل چهره‌نگاری و قصه‌پردازی در نقاشی است.

وی همچنین معتقد است: نقاشی و زندگی عاطفی کودک مثل بررسی رنگ‌ها، موضوع‌ها، نقاشی خانواده، رابطه محیط و نقاشی و نقاشی و ناسازگاری از جمله مولفه‌های مورد بحث روانشناسان است.

این روانشناس یادآور می‌شود: در نقاشی همانند خواب و رویا کودک خود را از ممنوعیت‌ها رها می‌سازد و با مادر حالتی ناخودآگاهانه درباره مسائل کشفیات و دلهره‌هایش صحبت می‌کند.

به همین دلیل این نویسنده اصرار دارد که اگر آموزش نقاشی را بر پایه تصحیح نقاشی قرار دهیم و به آنها تمرین کپی و تقلید را بیاموزیم به از بین بردن خلاقیت در فرزندمان کمک کرده‌ایم. (مگ ایران)

آیا باید به کودک آموزش نقاشی بدهیم؟

بهترین راه برای پرورش خلاقیت کودکان آزاد گذاشتن آنها در نقاشی است. حتی اخیراً این نظریه قوت گرفته است که مداد، کودک را محدود می‌کند. کپی کردن یا رنگ کردن تصاویر چاپی او را بشدت محافظه کار بار می‌آورد. باید برای آزاد گذاشتن حس کودک وسایل دیگر مثل قلم یا پنبه‌دارو از او بخواهیم در صفحات بزرگ هر آنچه دلش می‌خواهد بکشد.

وی همچنین معتقد است هنگام نقاشی نباید کودک را زیر رگباری از اطلاعات قرار داد و به او توضیح داد که مثلاً درخت چه شکلی دارد یا این که من درخت را می‌کشم و بعد تو آن را بکش. به نظر او بهترین روش آشنا کردن کودک با طبیعت و مظاهر آن به صورت نزدیک است. به این صورت که مثلاً در یک گردش به او کاملاً توضیح داده شود که این درخت است و برگ‌ها و ساقه‌های آن دارای این اشکال هستند و بعداً با یادآوری آن روز گردش از کودک بخواهند که یک درخت نقاشی کند. نکته مورد توجه بعدی که خانواده‌ها باید به آن توجه داشته باشند همذات پنداری کودک با اشی

یا انسان‌ها و حیوانات کارتونی و انعکاس آنها در نقاشی است. کودک به محض آن که بتواند ویژگی‌های موارد گفته شده را تشخیص بدهد می‌تواند با آنها همذات پنداری بکند و این در نقاشی‌های او نیز متجلی می‌شود.

رویا کوچک انتظار، روانشناس درباره این واکنش که به بحث هیجان‌های کودک مربوط می‌شود می‌گوید: هیجان‌ها زمانی شکل می‌گیرد که بچه بتواند آنها را تشخیص بدهد. فرزند از بدو تولد خشم، شادی و خوشحالی را می‌تواند در چهره مادرش ببیند و به مرور آن را در چهره دیگران نیز می‌تواند پیدا کند و اگر جایی برود که چهره دیگران به جز چهره مادرش شاد است می‌داند که در یک میهمانی یا شادی قرار گرفته است و او هم شاد می‌شود.

کودک قبلاً حالت‌های هیجانی را در چهره مادرش تجربه کرده است و می‌تواند آن را با نقاشی نشان بدهد در عین حال در مبحث همذات پنداری هم باید گفت که کودک در ۲ تا ۶ سالگی و انمود سازی می‌کند و خود را جایی کسانی می‌بیند که بیشترین

علاقه را به آنها دارد یا وقتی نقاشی می‌کشد مثلا شکل پدر را می‌کشد و می‌گوید این من هستم

رویا کوچک انتظار، درباره نزدیک شدن برخی نقاشی کودکان به کاریکاتور می‌گوید: برخی کودکان در نقاشی‌های خود اغراق به خرج می‌دهند و مثل کفش‌های پاشنه بلند مادرشان را در بزرگترین اندازه می‌کشند که این به هنر کاریکاتور خیلی نزدیک است و این هنر یا ویژگی باید تقویت بشود و لازمه تقویت و هدایت آن تشخیص است.

یعنی پدر و مادر باید تشخیص بدهند که وقتی کودک چهره پدرش را ترسیم می‌کند و در آن مثلا عینک می‌کشد در حالی که تمام چهره‌اش را پوشانده است این یعنی نوعی کاریکاتور و نباید بی‌توجه به آن بود یا روش درست نقاشی کردن به او آموزش داده شود

و از یاد نبریم که آموزش مقوله مهمی است و هرچه بگوییم کودک باید در نقاشی رها باشد، اما مشاهده می‌شود که کسانی که آموزش می‌بینند و هدایت می‌شوند می‌توانند زودتر از همسالان خود هنری را شروع کنند.

با همه این اوصاف آنچه مهمترین نکته به نظر می‌رسد شناخت کودک، میزان استعداد و علاقه اوست و پدر و مادر باید هوشیار و مبتکر باشند و اطلاعات کافی داشته باشند چرا که غفلت از کودک و دنیای درونی او که اغلب زمینه بروز آن در صفحه کاغذ سفید و به وسیله نقاشی است استعدادهای نهفته کودک را در همان ابتدا از بین می‌برد. در عین حال اگر به نقاشی او بی‌توجه باشیم نمی‌دانیم که او از چیزی در رنج است یا خیر یا شاید او ترسیده است و با نقاشی‌اش آن را به سادگی به ما می‌گوید و ما باید با توجه کامل و دقت به آن همیشه بنگریم و بدانیم که از کودک ۳ چیز می‌توان آموخت: سرگرم شدن با هر چیز، شادی بدون دلیل و شعور خواستن. (مگ ایران)

چگونه به تحلیل نقاشی کودکان بپردازیم؟

ابزار نقاشی

آثار هنری کودکان نشان دهنده یک دیدگاه از شخصیت خودشان است. کودکان ابزار نقاشی را به طوری تصادفی انتخاب نمی‌کنند، این انتخاب خلق و خوی شخصیتی آن‌ها را نشان می‌دهد. ضخامت مداد، اندازه ورق انتخاب شده، نشان دهنده خصوصیات درونی اوست. هرچه ورق بزرگتر باشد کودک می‌خواهد بیشتر خود را نشان دهد، در حالی که انتخاب یک برگه کوچکتر نشان می‌دهد کودک رضایت بیشتری دارد.

از زمانی که کودک به سنی می‌رسد که می‌تواند مداد شمعی را در دستش بگیرد و بر روی کاغذ بکشد، نقاشی کشیدن یکی از روش‌های مهم برای برقراری ارتباط و درک تفکرات او خواهد بود.

تفسیر نقاشی‌های کودکان با بزرگتر شدن آنها آسانتر می‌شود و شما می‌توانید مطالب زیادی را از نقاشی‌های آنها برداشت کنید.

درک نقاشی ها در مراحل مختلف رشد ابزاری کارآمد برای والدین است. درک چگونگی رشد نقاشی های کودکانسه مرحله در نقاشی کشیدن کودک وجود دارد: خط خطی کردن، نمایه های ابتدایی و نقاشی. خط خطی کردن در این مرحله در تصاویر هیچ واقعیتی وجود ندارد و فقط خطوطی نامنظم بر روی کاغذ هستند. به نظر می رسد که چیزی وجود ندارد اما گاهی کودک چیزی را می کشد که به آن واقع گرایی اتفاقی می گویند. یعنی زمانی که خط خطی ها انجام شده و شما می توانید شکل هایی را در آنها ببینید.

پیش نمایه هادر این مرحله کودکان سعی می کنند چیزهایی را تولید کنند که با چشم می بینند. آنها ممکن است ساده ترین چیزها مانند صورت، انگستان، ماشین ها، درخت ها و خانه ها را بکشند. معمولاً هیچ جزئیات واقع بینانه ای در این نقاشی ها وجود ندارد. در پایان این مرحله آنها چیزهای خاصی را که عقایدشان را نشان میدهد به نقاشی می افزایند مانند گل در جلوی خانه یا لباس بر روی تصاویر چسبان. نقاشی کودکان در این مرحله جزئیات زیادی وجود دارد و کودک ممکن است از کلمات و علائم استفاده کند. شاید از اشکال هوشمندانه مانند ۷ برای پرندگان استفاده کنند. آنها تا جایی که مهارت هایشان اجازه می دهد، واقع بینانه نقاشی می کنند و تصاویر را از دیدگاه خاصی به نمایش می گذارند. آنها می توانند داستان نقاشی شان را برایتان بازگو کنند. (پویانندیش)





رنگ ها

جنسیت کودک و انتخاب رنگ

با کمال تعجب تفاوت هایی در تفسیر نقاشی های دختر بچه ها و پسر بچه ها وجود دارد. دختران علاقه مند به کشیدن تصاویری از قبیل گل و قلب هستند، در حالی که پسر ها علاقه مند به کشیدن جعبه ها و خطوط پیچیده و با زاویه هستند و به طور کلی، جنسیت کودکان، تاثیر زیادی در تمایلات آن ها در نقاشی هایشان دارد و علاوه بر این، محققان بر این باورند که دختران در مقایسه با پسران تمایل به استفاده از رنگ های بیشتری در نقاشی های خود دارند. دختران علاقه مند به استفاده از رنگ های گرم تر (مانند صورتی) و پسران علاقه مند به استفاده از رنگ های سرد تر (مانند آبی) هستند. در تفسیر نقاشی های کودکان، انتخاب رنگ نیز مورد توجه قرار می گیرد: رنگ سیاه و بنفش حاکی از تسلط است و مورد علاقه کودکانی که خواستار داشتن تسلط بیشتر هستند می باشند. رنگ آبی مورد علاقه کودکانی است از روحیه اجتماعی تری برخوردارند و از بودن در جمع دیگران لذت می برند. قرمز رنگ هیجان است و بیشتر مورد علاقه کودکانی است که نمی خواهند چیزی را از دست بدهند و این رنگ همچنین از محبوبیت بالایی در میان کودکان برخوردار است. رنگ صورتی، نیاز به عشق و قدردانی را نشان می دهد و معمولا مورد علاقه دختران است. سبز، مورد علاقه کسانی است که متفاوت، هنرمند و باهوش هستند. رنگ زرد نیز نشان دهنده هوش سرشار است.



استفاده بیش از حد از یک رنگ ممکن است از دیدن رنگ سیاه در تمامی نقاشی های فرزند ۵ ساله تان احساس نگرانی کنید.

استفاده زیاد یا تمایل به یک رنگ خاص اطلاعات زیادی در مورد حالت مسلط روانی او می دهد.

رنگ آبی نشانگر افسردگی، قرمز عصبانیت است اما همیشه چنین نیست.

بعضی بچه‌ها یک رنگ را ترجیح می‌دهند و از آن برای جایگزین کردن رنگ‌های طبیعی دیگر استفاده می‌کنند.

نگرانی در صورتی مجاز است که شما متوجه نقاشی‌های تک رنگ شوید. کودک در نقاشی‌های خود به دو صورت از رنگ استفاده می‌کند؛ یکی نمونه‌سازی عینی (طبیعی) مثلاً رنگ آبی برای دریا، رنگ سبز برای چمن و رنگ زرد برای خورشید و دیگر استفاده روانشناختی از رنگ، به این صورت که کودک از طریق رنگ به برون‌ریزی عواطف و احساسات خود می‌پردازد. مثلاً برای تجسم حوادث و یا موجودات اطراف خود از رنگ‌هایی کمک می‌گیرد که به طور ناخودآگاه به ذهن متبادر می‌شوند و قانون و قاعده خاصی ندارند. به عنوان مثال برای نشان دادن مهربانی یک شخص او را به رنگ سبز، رنگ آمیزی می‌کند و یا عصبانیت شخص دیگر را با رنگ‌های سیاه و سرخ نشان می‌دهد.

رنگ قرمز در نقاشی: قرمز: به معنای قدرت، عمل و مردانگی است و به منزله رنگی تنودی و پویشی محسوب می‌شود که از یکسو مبین نیرومندی امیال و کشاننده‌هاست و از سوی دیگر، خشم و گاهی پرخاشگری را نشان می‌دهد. قبل از ۶ سالگی یعنی هنگامی که کودک کشاننده‌های خود را به خوبی مهار نمی‌کند، از این رنگ بیشتر استفاده می‌شود. افراط در به کار بستن رنگ قرمز به معنای نیاز به حرکت و وجود یک زمینه تحرک پذیر است. (نمناک)



فضا

به طور کلی کودکانی که رسم نقاشی آن‌ها به تناسب بر روی کاغذ ترسیم شده، کودکانی آرام هستند. به نظر روان‌شناسان کودکانی که فضا را بهتر از دیگران حس می‌کنند، دارای قابلیت درک بهتری هستند. گرایشی که کودک برای خارج شدن از کادر کاغذ دارد نه تنها بیان‌گر خصوصیات کودکان خردسال یا عقب‌مانده‌ای است که کنترل عضلانی ندارد؛ بلکه در میان کودکان بزرگ‌سال هم که از کم‌بود محبت رنج می‌برند، دیده

می‌شود. این کودکان به طور اغراق آمیزی در جست و جوی توجه و کمک هستند تا کم بود اعتماد به خود را که مخصوص انسان‌های نامطمئن است جبران کند. کودکان خجالتی و کم رو نیز در گوشه‌ی کاغذ و یا در قسمتی محدود از فضای کاغذ و یا بر روی کاغذ کوچکی نقاشی می‌کنند. زیرا در مقابل سطح کاغذهای بزرگ خود را گم می‌کنند و این نیز نشان گر عدم اعتماد و اطمینان به خود است. کودکانی که در نقاشی‌ها این حالت را نشان می‌دهند، احتیاج به تشویق و پشت گرمی زیادی دارند. بعضی دیگر از پژوهش گران متوجه شده اند که کودکان خردسال از بالای کاغذ شروع به نقاشی می‌کنند. علت این امر، مربوط به شکل بدن آدمک و حرکات دست است و نیز این که قسمت بالا نشان دهنده‌ی سر و آسمان و نمادی از ارزش‌های والاست.

کودکی که زیاد به طرف چپ کاغذ متمایل شود، البته اگر کودک دست چپ نباشد، نشانگر غم و اندوه و گوشه گیر بودن و بی اعتمادی نسبت به خود است. این افراد سریعاً تصمیم می‌گیرند و در جست و جوی عواطف و احساسات سرکوب شده‌ی خود می‌باشند. آن‌هایی که تصاویر را در گوشه‌ی راست صفحه می‌کشند اکثراً افرادی حساس هستند که به دنبال ارضای ارتقای مسائل عقلی و ذهنی خود در تکاپو می‌باشند. ناحیه‌ی راست ناحیه‌ی آینده است. جا دادن تصویر در سمت چپ از خودمحوری نقاش حکایت می‌کند و عکس آن در افرادی که تحت تأثیر محیط بوده و شرایط و موقعیت محیط بر آن‌ها حاکم است، صدق می‌کند. اگر تصویر کوچک و نزدیک لبه‌ی پایین صفحه باشد، علامت احساس عدم امنیت و عدم استقلال نقاش است و گاهی دلیل بر افسرده بودن اوست. تمایل به ناحیه‌ی پایین صفحه غرایز بنیادی است. سرانجام کودکانی که نقاشی‌های شان کاملاً در مرکز کاغذ قرار می‌گیرد، به طور کلی بر خود و احساسات شان توجه و تمرکز فکری زیادی دارند. ترسیم از چپ به راست نشان دهنده‌ی یک حرکت طبیعی پیش رونده است. درحالی که ترسیم از راست به چپ به منزله‌ی یک حرکت واپس رونده تلقی می‌شود. جهت یابی در فضا به منظور چگونگی برداشت و نحوه‌ی استفاده از فضا در نقاشی کودکان نیز اهمیت دارد. کودکان خردسال که به طور صحیح نحوه‌ی جهت یابی در فضا را نمی‌دانند، ممکن است تصویر انسان را سروه یا وارونه بکشند؛ یا مثلاً نقاشی را از پا شروع کنند و به سر برسند. یا تصویر را به صورتی بکشند که به نظر برسد بدون وزن بوده و در فضا معلق است. (خبرنگاران جوان)



تفسیر بر نقاشی کودکان

همه سعی می کنند معنی نقاشی های کودک را بفهمند. گاهی نقاشی ها فقط نقاشی هستند و هیچ چیزی غیر از تلاشی برای سرگرم شدن با استفاده از یک کاغذ و مداد نیستند. اما گاه تحلیل و تفسیر نقاشی های کودکان به معنی آن است که شما لایه عمیق تری از تفکر و احساسات آنها را شناسایی می کنید. بسیار مهم است که زیادی در نقاشی عمیق نشوید بلکه اجازه دهید کودک به شما در مورد معانی تصاویر بگوید. از او سوال بپرسید مانند اینکه آدم های موجود در نقاشی چه می کنند آنوقت متوجه اطلاعاتی می شود که خودتان هرگز در آن نقاشی نمی بینید هیولاها/ خون آشامبه طور کلی خون آشام و هیولا موجودی قدرتمند را نشان میدهد. اگر شخصیت در مرکز نقاشی باشد، بدین معنی است که کودک سعی دارد قدرتمند دیده شود اما شاید نشانگر مشکلات اضطراب شدید نیز باشد. عامل دیگری که باید در نظر گرفت این است که از کودک خواسته شده چه چیزی را بکشد. اگر از او خواستید یک نفر را بکشد و او هیولا کشید، این به معنی دیدگاه منفی نسبت به آن فرد است. اگر خودش در حال نقاشی کشیدن است، نشانگر تمایلش برای قدرتمند بودن است. (پویاندیش)



خانه ها در نقاشی کودکان

در نقاشیهای کودکان خانه بیش از هرچیز دیگری کشیده می شود. خانه نماد پناهگاه و هسته اصلی و گرمی خانواده ایست که ممکن است مورد علاقه یا تنفر

کودک باشد. خانه‌هایی که کودکان ترسیم می‌کنند ممکن است دارای باغچه و گل و درهای بزرگ و پنجره و پرده‌های رنگین باشد. چنین خانه‌ای، نماد یک زندگی سعادت‌مند است که کودک در آن احساس آرامش می‌کند. بر عکس اگر، خانه‌ای بدون در ورودی، با دیوارهایی بلند و به‌گونه‌ای منزوی و دور افتاده ترسیم شود معنای متفاوتی پیدا می‌کند. مثلاً اگر این خانه بین سنین ۵ تا ۸ سالگی ترسیم شود نشانگر خجالتی بودن کودک و وابستگی شدید او به مادر است. بعد از ۸ سالگی نشانگر احساس خود کوچک بینی و تنهایی کودک و در نوجوانی نشانگر شرم و حیای بیش از حد، و داشتن احساسات رقیق است.

نوع کشیدن خانه

خانه‌ها ممکن است مستحکم و منظم کشیده باشند اما کودکی که تجربه منفی با خانواده اش دارد خانه را به شکل یک زندان نقاشی می‌کند.

وقتی که بزرگتر می‌شود، جزئیات بیشتری را به خانه اضافه می‌کند و در نهایت خانه‌ای سه بعدی را می‌کشد.

کودک ۶ ساله برای پایین خانه مربع و برای سقفش یک مثلث می‌کشد در حالیکه یک نوجوان ترجیح می‌دهد سبک خاص خود را از خانه داشته باشد و به صورت سه بعدی آنرا ترسیم نماید به شکلی که آن سوی خانه را هم نمایش دهد. دقت در نقاشی خانه‌نوجوانی که خانه‌های دو بعدی می‌کشند از نظر عاطفی رشد نکرده‌اند و ممکن است دچار اختلال روانی شوند.

اگر به دقت به تصویر خانه‌ای که فرزندان کشیده توجه کنید، تعداد پنجره‌ها (یا نبود آنها) اطلاعات بیشتری را نشان می‌دهد.

چند پنجره نامرتب بازبودن ارتباط با افراد را نشان می‌دهد اما می‌تواند نشانگر نیاز برای دیده شدن توسط سایرین باشد.

کودکانی که با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند و تعاملات اجتماعی سالمی دارند، در جلوی در خانه یک پیاده‌رو می‌کشند در حالیکه کودکان گوشه‌گیر چنین چیزی را نقاشی نمی‌کنند.

هر چه جزئیات معمولی بیشتری به خانه اضافه شود نشانگر دیدگاه مثبت نسبت به خانه و خانواده است (پویان‌دیش).



خورشید

تصویر خورشید بیانگر امنیت، خوشحالی، گرما، قدرت و به نظر بعضی پژوهشگران نماد پدر مطلوب است. وقتی رابطه پدر و کودک خوب است خورشید به طور کامل و در حال درخشیدن نمایش داده می‌شود هنگامی که این ارتباط مطلوب نیست خورشید در پشت کوه ناپدید است و یا به صورت قوسی در افق دیده می‌شود و اگر کودک از پدرش هراس داشته باشد، خورشید به رنگ قرمز تند یا سیاه که مضطرب کننده است ترسیم می‌شود.

کشیدن یک خورشید زرد که لبخند می‌زند به معنی شادی، رضایت از بودن است اما تمام خورشیدها این پیام را ندارند.

معمولا کودکان نقاشی های خود را توضیح میدهند بنابراین می توان از آنها در مورد معانی نقاشی ها سوال کرد.

به طور کلی تصویر خورشید کامل شاد بودن کودک و دیدگاه مثبت او به جهان را نشان میدهد. یک خورشید نیمه که در گوشه بالای نقاشی کشیده می‌شود نشانگر نگرانی است.

خورشیدی که در آسمان ابری کشیده می‌شود نشانگر افسردگی و احساس ناامیدی است. (خبرنگاران جوان)



تصاویر درهم ریخته اعضای خانواده

معمولا در نقاشی های کودکان شاهد اعضای خانواده هستیم که با صورت هایی شاد دست های یکدیگر را گرفته اند.

اما وقتی پدر یا مادر در درون یک قالب یا غرق شدن در استخر شنا یا میز آشپزخانه کشیده شوند، بدون شک این تصویر بسیار آزاردهنده است. کشیدن اعضای خانواده در چنین وضعیت هایی می تواند بسیار آزار دهنده باشد و باید به آن توجه کرد.

کودک ممکن است عضو خانواده را بر روی آتش ببینید یا در حالی که غرق می شود زیرا به تازگی یک برنامه تلوزیونی یا فیلمی را دیده که چنین صحنه ای را نمایش داده است.

ممکن است نشانگر میزان اضطراب کودک بخاطر ترس از دست دادن آن عضو خانواده باشد.

چنین نقاشی هایی معمولاً با کابوس های شبانه و احساس بد نسبت به آن عضو از خانواده همراه است و کشیدن حوادث عم انگیز نماد تکمیل آرزوهای کودک است.

ترتیب خانواده

یک کودک اغلب اعضای خانواده را به ترتیبی خاص می‌کشد و ممکن است خود را نزدیک به کسی بکشد که بیشترین وابستگی عاطفی را به او دارد. آنها ممکن است حالات صورت متفاوتی برای اعضای خانواده نقاشی کنند که نشان می‌دهد در نظر آنها آن فرد بیشتر اوقات چگونه است. ممکن است از اندازه برای نشان دادن درجه اهمیت افراد در زندگی شان استفاده کنند، بزرگترین فرد مهمترین فرد است یا اینکه بیشترین تسلط را دارد. نقاشی‌های همراه با جزئیات زیاده‌ر چه کودک جزئیات بیشتری را در نقاشی اش بکار ببرد، دیدگاه فردگرایی بیشتری خواهد داشت. برای مثال برادرش را با عینک و خواهرش را در حالیکه پیراهن بلندی پوشیده نقاشی می‌کند و این اساس دیدگاهش را تشکیل می‌دهد. موقعیت اعضای خانواده ر تصویر نیز نشانگر نزدیکی با آنهاست، اگر خانواده با هم و خوشحال باشند، در کنار کشیده می‌شوند. (پویان‌دیش)



رنگین کمان

خبر خوب: هاستینگز می‌گوید رنگین کمان‌های چند رنگ پیام‌های مثبتی هستند و دیدگاه‌های مثبت کودکان ر نشان می‌دهند. (پویان‌دیش)

درخت

برای تجزیه و تحلیل نقاشی درخت باید سه قسمت اصلی آن را مشخص کرد که عبارتند از ریشه، تنه، شاخه و برگها. ریشه: نماد ناخود آگاه و فشارهای غریزی است. تنه: پررئبات ترین و مشابه ترین عامل به خود کودک است و بیانگر مشخصات دائمی و عمیق شخصیت اوست. شاخه‌ها و برگها: بیانگر طریق ارتباطی او با دنیای خارج است. شکل منظم شاخه‌ها نشان می‌دهد که کودک کمتر به تمایلاتش متکی است و بیشتر به نتیجه

گیریهای منطقی دست می زند و شکل نامنظم و درهم شاخه ها بیانگر این است که با کودکی بلغمی مزاج و در خود فرو رفته که آمادگی هیچ گونه تغییر و تحولی را ندارد روبرو هستیم.

کشیدن آسمان و زمین: آسمان به معنی الهام و پاکی است. ولی زمین به معنی ثبات و امنیت می باشد. کودکان خیلی کوچک هیچ وقت خطی برای نشان دادن زمین ترسیم نمی کنند، ولی در سن ۵ یا ۶ سالگی که آغاز به درک دلایل منطقی می کنند به کشیدن زمین نیز می پردازند
(نواندیشان آویژه)

آدمک:

سر بزرگتر از بدن ناسازگاری کودک را می رساند. سر به تنهایی بدون بدن اضطراب را می رساند. سر کوچک با تن بزرگ نشان دهنده ی دروغگو بودن کودک است. بچه های با مشکل وسواس برای آدمکها انگشت نمی گذارند. در نقاشی کودکان زمین نماد ثبات، آسمان نماد همت و پاکی، ماه و ستاره نماد خلا و نیستی، ماشین نماد قدرت، گل نماد مسایل جنسیست خصوصاً گل رنگی، ابر نماد پنهان کاری، تپه نماد وابستگی به سینه مادر و کوه نماد استقامت است.

سر: معرف مرکز شخصیت، قدرت فکری، هوشی و عامل اصلی مهار فشارهای درونی است. کودکان، همیشه سرهای بزرگ ترسیم می کنند؛ ولی اگر سر زیاد بزرگ باشد، نشانگر آن است که «من» کودک بیش از حد طبیعی است. چهره: کلیه صاحب نظرانی که به تفسیر نقاشی فرافکنی معتقدند در این زمینه توافق نظر دارند که اندازه ی نقاشی از چهره ی انسان مهم ترین جنبه ی آن است؛ زیرا انعکاس مستقیمی از عزت نفس نقاش است. چهره های بلندتر از حد متوسط برای گروه سنی مربوط می تواند نشانه ی جنبه هایی از شخصیت، از قبیل: پرخاش گری یا خودبزرگ بینی باشد. نقاشی های ریز و بسیار کوتاه تر از حد متوسط می تواند حاکی از نارسایی، کهنتری، عزت نفس پایین، اضطراب یا افسردگی باشد.

صورت: بسیار اهمیت دارد و اغلب تنها کشیده می شود. کودکان پرخاشگر، اجزای صورت را به حداقل اغراق آمیزی بزرگ ترسیم می کنند؛ در حالی که کودکان خجالتی جزئیات را از نظر می اندازند و فقط دایره ی صورت را ترسیم می کنند و به ندرت صورتی را از نیم رخ می کشند.

دهان و دندان: دهان ممکن است معنی نیاز به مواد خوراکی را نمایان سازد؛ و هم به معنای پرخاش گری و یا در ارتباط با مسائل جنبی باشد. لبها که بسته باشند نشان دهنده ی تنش و فشار است و چانه، نماد قدرت مردانگی است.

چشم ها: چشم، دنیای درون نقاشی و اجتماعی بودن کودک را نشان می دهد. در کودکان خودخواه، چشمها ارزش زیبایی نیز دارند.

دستها و بازو: اکشیدن دستها و بازوان بزرگ بیان گر قدرت و کنترل است. به عکس ادعا می شود که حذف دستها و بازوها، بازتاب احساس فقدان قدرت و بیهودگی و بی یاور بودن است. البته حذف دستها و بازوها در نقاشی کودکان کمتر از پنج سال امری متداول است. نقاشی هایی از چهره ی انسان که در آنها دستها در جیب فرورفته یا

پشت سر قرار گرفته، بیان گر احساس گناه و اضطراب درباره‌ی کنترل محرک‌های «ممنوعه» است. پاهای کودکان ضعیف و درون گرا اغلب برای آدم‌ها پا نمی‌گذارند و یا او را در حالت نشسته نقاشی می‌کنند.

بالاتنه: اگر باریک و لاغر کشیده شود مشخص کننده‌ی این است که کودک از اندام خود ناراضی است و یا از چاق شدن و بزرگ شدن می‌ترسد. در مواردی دیگر بالاتنه‌ی لاغر ممکن است نشان دهنده‌ی ضعف جسمانی واقعی باشد. (نواندیشان آویژه _ خبرنگاران جوان)

کشیدن کوه: بر حسب آنکه شکل کوه با خطوطی ملایم و انحنادار کشیده شوند و یا آنکه افق را برای شکل‌های زاویه دار بیوشانند باید به گونه‌های متفاوت تفسیر شوند. کوه-های خشک و نوک تیز معرف مشکلات کودک و موانعی هستند که در سر راه او وجود دارند. بالعکس کوه‌های انحنادار یا تپه‌های سرسبز به منزله نماد سینه مادر و معرف عشق، تغذیه و عطف‌اند

. حیوانات: گاهی ممکن است کودک احساس گناه و تقصیری را که تجربه کرده و جرأت نکرده آن را ابراز کند در نقاشی و در قالب حیوان نشان دهد. مثلاً کودکی ممکن است به دلیل اینکه دیشب درجایش خرابکاری کرده و سرزنش شده، احساس گناه کرده باشد و در نقاشی اش شکل حیوان خاصی را مثل مارمولک بکشد. کشیدن حیوانات درنده نشانه‌ی فشارهای درونی مخفی کودک است، یا مثلاً کودکی که نسبت به برادر کوچکتر تازه به دنیا آمده اش حسادت می‌کند، در نقاشی ممکن است گرگ بکشد که این نشان دهنده‌ی ترس و دلهره‌ی کودک از تازه وارد کوچولو است. دوستان خوب، توجه داشته باشید که در تجزیه و تحلیل نقاشی کودکان که کاری بسیار ظریف و حساس است چون یک کار تخصصی و تجربی است شما رأی قطعی نمی‌دهید. (نواندیشان آویژه)



که اغلب پدر و گاهی خود کودک است، رانندگی می کنند، از دیدگاه برون فکنی اهمیت پیدا می کند. بیشتر نوجوانان به بهانه ی اینکه کشیدن تصویر آدم حوصله شان را سر می برد یا سخت است، از کشیدن شکل آدم خودداری می کنند اما به اعتقاد پژوهشگران ترجیح دادن کشیدن ماشین در این دوره خود به خود نشان دهنده ی وابسته بودن شخص به دنیای خارج و زندگی ماشینی است. البته این مسائل بستگی به سن، فرهنگ و عوامل ذهنی و... نوجوان دارد.



هوایما: معنای رمزی هوایما و کشتی تا اندازه ای مشابهند اما هوایما گرایش به قدرت و اعلا را در حد بیشتری آشکار می کند و گاهی نیز اراده فرد به منظور غلبه بر موانع را برجسته می سازد. هوایمای جنگی یا بمب افکن مبین تعارض و پرخاشگری است. بمبها غالباً نشان دهنده خشم والدین یا درگیری های شدیدی هستند که کودک بر آنها ناظر بوده است و در نتیجه به تصویر کشیدن بمبها ترس او را از واکنشهای خشنونت آمیز متجلی می سازد (نواندیشان آویژه)



ترسیم یک حفره: کودکی که مرگ یکی از نزدیکان را به تازگی تجربه کرده در زمینه نقاشی خود یک حفره می‌کشد و خود را در حالیکه آنرا پر می‌کند یا در حال کندن آن چاله ترسیم می‌کند. (پویانندیش)

موقعیت اعضای خانواده در اطراف این گودال نشانگر نزدیک ترین شخص در خانواده به او و نحوه کنار آمدنش با این مصیبت است.

کودکی که به تنهایی در تصویر کشیده شده بسیار احساس تنهایی می‌کند.

معکوس کشیدن: تصویر در کودکان کم سن و سال هم بسیار غیرمعمول است؛ اما می‌توان آن را به ابتکار کودکان در نقاشی ارتباط داد. اما در کودکان بزرگتر نباید این عمل را به سادگی پذیرفت؛ زیرا این عمل ناشی از مشکلات عدم هماهنگی با محیط است.



دریا و رودخانه: دریا در نقاشی افراد نماد مادر است. دریای موجی نشان از مادری منعطف و دریای ناآرام نشان از مادری غیرمنعطف دارد.

پروانه: بیان می کند که پروانه نشانگر زیبایی و دور از دسترس بودن است. بعضی از کودکان معمولاً علاقه زیادی به حیوانات اهلی دارند، مخصوصاً پروانه که به راحتی نمی توانند آن را بگیرند. به دلیل علاقه زیاد کودکان به پروانه آن را در نقاشی شان زیبا و رنگارنگ رسم می کنند که نشانگر خوبی ها است. اگر کودکان در نقاشی شان پروانه را به صورت خط خطی رسم کنند، نشان دهنده آرزو های بر آورده نشده کودکان است. (قاصدکانه)

گل: کودکانی که در نقاشی های خود زیاد از گل استفاده می کنند روحیه لطیف و حساسی دارند. گاهی نیز گل نمادی از مسائل جنسیتی است به خصوص گل هایی با رنگ های مختلف. اگر پنجره های خانه ای که کودک در نقاشی خود کشیده با گل تزئین شود نشان دهنده خوش بینی کودک است.

نقاشی کودکان، نشان دهنده چه احساساتی از آن ها است؟

بسیاری از احساسات را می‌توانید از نقاشی‌های کودک خود تفسیر کنید اما بهتر است تا زمانی که فرزندتان شروع به توضیح دادن دیدگاه خود از نقاشی که کشیده نکرده، نقاشی‌های او را بیش از اندازه مورد بررسی قرار ندهید اما با این وجود نکاتی در این بخش وجود دارد که محققان در رابطه با نقاشی کودکان دریافته‌اند: کشیدن نقاشی به صورت دقیق می‌تواند نشان دهنده احساس نیاز کودک به تلاش مستمر و زیاد باشد. کشیدن اشکال مختلف با فاصله‌های اندک در کنار هم نشان دهنده استرس، عصبانیت و احساسات شدید است. کیفیت خطوط نیز می‌تواند مورد توجه قرار گیرد که خطوط ترسیم شده با رنگ‌های روشن، تند و تیز و شکسته نشان دهنده کودکی مردد و نا آرام است و در مقابل خطوط مداوم و جسورانه نشان دهنده احساس امنیت و اعتماد به نفس در کودک است.

اندازه تصاویر نقاشی شده نیز دارای معانی متفاوتی است که عدم نقاشی دست‌ها در نقاشی‌ها نشانگر ترسو بودن است و اغراق در اندازه دست‌ها نیز به عنوان نمادی از تعاملات تهاجمی نشان داده می‌شود و کشیدن پاها در اندازه‌های کوچک، نشان دهنده عدم احساس امنیت در کودک است. کودک تحریک شده: اندام‌های بزرگ، بدون گردن و عدم تقارن اندام‌ها. کودک مضطرب: ابر، باران، پرنده، چهره‌هایی بدون چشم. کودک خجالتی: افراد دارای قد کوتاه، بدون بینی و یا دهان، جثه‌های ریز و بازوهای چسبیده به تنه بدن. کودک عصبانی: دست‌ها و دندان‌های بزرگ، بازوهای بلند، چشم‌های متقاطع. کودک ناامن: چهره هیولای، سرها کوچک، بدون دست، عدم تقارن صورت (نمناک)

نتیجه‌گیری

کودکان عموماً به هنر علاقه دارند. نقاشی روشی آسان و جالب برای ابراز خویشتن و راهی برای بروز خلاقیت است. بر اساس یافته‌های آکادمی روانکاوای کودکان و بزرگسالان آمریکا، نقاشی احساسات فرد را به سطح می‌آورد و چیزهایی را نشان می‌دهد که شاید کودک نمی‌تواند در کلمات بیان کند. تفسیر نقاشی کودک می‌تواند پنجره‌ای به درک بهتر آن‌ها از آن‌ها باز کند. کودکان همیشه خود را در نقاشی‌هایشان تجلی می‌دهند. می‌تواند احساسات باشد یا مشکلی که او را آزار داده است. یک نگرانی یا حادثه چیزهایی که از نقاشی کودکان به دست می‌آید برای تشخیص کافی نیست. آنها فقط نشانه‌هایی هستند که باعث می‌شوند کودک را بهتر بشناسید یا حتی ناراحتی او را تشخیص دهید که می‌تواند گذرا یا دائمی باشد. اما فراموش نکنید که با یک تفسیر نمی‌توان به درک کافی از کودک رسید. نقاشی‌ها در طول زمان و تکرار عناصر در آنها اهمیت دارد. از سوی دیگر، حرف‌ها و داستان‌هایی که کودک می‌گوید نیز در تفسیر نقاشی او مهم است.

به فرزندتان سخت‌گیری نکنید. اجازه دهید او خودش در آرامش نقاشی بکشد. نقاشی دنیای خلاقیت کودکان است و باید لذت از آن سر جای باشد. او را وادار به کشیدن چیزی نکنید. به او اصرار نکنید که رنگ‌ها را تغییر دهد. در عین حال، بیش از حد بر تفسیر نقاشی کودک اصرار نکنید. گاهی نقاشی هیچ چیزی برای گفتن ندارد و صرفاً یک نقاشی است. از سوی دیگر، شرط مهم در تفسیر نقاشی را فراموش نکنید: حرف‌های کودک در زمان نقاشی کشیدن مهم هستند. بدون این حرف‌ها نمی‌توان به اطلاعات فوق‌تکیه کرد و نقاشی را تفسیر کرد.

از فرزندتان سوال کنید. مثلاً این آدم‌ها در نقاشی‌اش در حال چه کاری هستند؟ چرا این لباس را پوشیده‌اند. این چه چیزی است که روی درخت کشیده؟ حرف‌های او چیزهای زیادی را درباره روان فرزندتان نشان می‌دهد(سیمیاروم)

بخشی از زمان بازی را به یک هنر تبدیل کنید. وسایل مختلف نقاشی مانند مداد رنگی، مداد ضخیم و نشانگر قابل شستشو را به آنها پیشنهاد دهید. کیسه‌های کاغذی را برش دهید تا بکشید. گاهی اوقات به کودکان خردسال کمک می‌کند اگر کاغذ را روی میز بچرخانید، بنابراین به محض ترسیم آنها حرکت نمی‌کند. نیازی به دستورالعمل نیست. به کودک خود اجازه دهید آزمایش و خلاقیت خود را به روش خودش کشف کند. این کودک مستقل باید احساس اعتماد به نفس، شایستگی و زیرکی کند. به فرزند، نه فقط محصول توجه کنید. به جای اینکه فقط از موفقیت فرزندتان تعریف کنید، در روند نقاشی آنها شرکت کنید. به او کمک کنید تا موارد پیچیده تری را ترسیم کند، یا رنگ‌های مناسب را انتخاب کنید. از هنر برای کمک به فرزند خود در بیان احساسات قوی استفاده کنید. اگر فرزند شما عصبانی است، با کشیدن تصویری بسیار عصبانی به او کمک کنید تا چنین احساساتی را ابراز کند. هنر و نویسندگی فرزندتان را به نمایش بگذارید. اینگونه می‌داند که کودک شما می‌داند که کار وی ارزش و اهمیت دارد.

یکی از راه‌ها و وسایل پرورش کودکان که معمولاً کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد ولی قبل از هر وسیله و بیش از هر چیز می‌تواند به آموزش کمک کند نقاشی است. رنگ و تصویر بیش از هر چیز دیگر ذهن بچه را متوجه خود می‌کند و در عین حال وسیله‌ای است که بچه قبل از هر چیز می‌تواند به خلق آن بپردازد.

برای درک رنگ و تصویر کافی است که چشم ببندد و برای خلق آن کافی است که بچه دست در رنگ کند و آن را بر در و دیوار یا هر چیز که دم دستش باشد حتی به سر و صورت و لباس خود بمالد اگر نقاشی عمیق‌ترین وسیله آموزش کودک باشد می‌توان گفت یکی از مهم‌ترین و اولین وسیله آموزش اوست. (نیک همراه)

منابع:

پویا اندیش
نمناک
نواندیشان آویژه
باشگاه خبرنگاران جوان
مرضیه قره داغی مترجمه کتاب های آموزشی کودکان
مگ ایران
قاصدکانه
سیمیاروم
نیک همراه

تاثیر تونیتز در فرآیند صلح سازی با مطالعه موردی مذاکرات برجام با ایران

حمیدرضا طهماسبی پور

چکیده

رشد شبکه‌های اجتماعی، حوزه ارتباطات بین الملل را هم دستخوش تغییر کرد و در این مسیر استفاده از تونیتز به عنوان ابزار دیپلماسی، باعث ایجاد مفهوم تونیل‌ماسی شد. تغییر ارتباطات سنتی در فرآیند صلح‌سازی در این پژوهش با مطالعه موردی مذاکرات برجام با ایران در بازه زمانی پیش از گسست آن، بررسی تا اثر استفاده از تونیتز در فرآیند صلح سازی مشخص شود. در این تحقیق با مطالعه اسنادی و بررسی تحقیقات پیشین با روش پژوهش تطبیقی (مقایسه‌ای) به مرور فرصت‌ها و محدودیت‌های تونیتز پرداخته شد. پرسش اصلی این بود که اهم ظرفیت‌ها و محدودیت‌های صلح سازی تونیتز در جریان مذاکرات ایران با ۱+۵ چه بوده است؟ دو فرضیه برای این تحقیق دیده شد و مقوله صلح سازی از مسیر تونیل‌ماسی در مذاکرات برجام نشان داد که تغییرات جدی در وضعیت جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها، دسترسی به اطلاعات بیشتر و راه‌های جدیدی برای گفت‌وگوی صلح، شکل دادن به روایت های درگیری و صلح و تنوع بخشیدن به مشارکت فراهم شده است اما در عین حال محدودیت هایی جدی در نفرت پراکنی، بازنمایی تصویر خشونت آمیز از دیگری و کنترل جریان اطلاعات پدید آمد. با نگاهی به نظریه‌های قدرت، ارتباطات عمودی، تصویرسازی و فرضیه‌های موجود در پژوهش، از دوگانه و فضای تازه توجه به دست اندرکاران صلح و توجه به نقاط قوت تونیتز این نکته عاید شد که مکانیسم‌های کاهش خطر برای محافظت از روند صلح را می توان به کار گرفت و از پتانسیل روشن تقویت صلح توسط تونیتز بهره جست و روی سیاست گذاران در هر دو سوی مذاکرات برجام موثر واقع شد.

کلمات کلیدی: تونیتز، فرآیند صلح، برجام، تونیل‌ماسی

از زمان تاسیس کرسی روابط بین الملل، فرآیند صلح سازی و پرهیز از خشونت در جامعه مدنی، یک خواست دائمی بوده اما اکنون با تحولات تکنولوژیک و فراگیری رسانه‌های اجتماعی، ابزارهای موجود در دست فعالان صلح و عموم مردم نیز تغییر جدی داشته و روند مشارکت در تلاش های صلح و جنگ متحول شده است. ابزارها فرصت‌هایی در مراحل اولیه فرآیند صلح ایجاد کرده‌اند و در مقوله‌هایی مانند کمک به جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها، تقویت پیام‌های صلح و متنوع‌سازی گفت‌وگو نقش بازی کرده‌اند؛ هرچند خطراتی نیز به همراه داشته‌اند. توییتر یکی از رسانه های شبکه اجتماعی است که امکان تعامل گسترده در عرصه جهانی را فراهم می‌کند. این رسانه در یک دهه اخیر مورد توجه سیاستمداران و به ویژه دیپلمات‌ها قرار گرفته و محلی برای انعکاس اولویت‌ها، ارزشها و ایده‌های آنان شده است. با توجه به اینکه میکرو بلاگ‌ها، توجه مردم را بسیار به خود جلب کرده، میلیون ها کاربر قادرند افکار و نظرات رسمی را شنیده و نظرات خود را درباره فرآیند صلح‌سازی (Peacemaking) مطرح کنند.

استفاده از این زیرساخت نوع جدیدی از دیپلماسی را با عنوان «توییپلماسی» به وجود آورد. توییپلماسی یا توییتر دیپلماسی به استفاده کارگزاران دولتی و مقامات رسمی دیپلماتیک از شبکه اجتماعی توییتر برای تعامل با عامه مردم (داخلی و بین المللی) توجه دارد که با انتشار اطلاعات، اهرمی برای نفوذ جهانی به دست دارد. حال با این مقدمه می‌توان با مطالعه موردی مذاکرات گروه ۵+۱ با ایران که موسوم به برجام بود، این جایگاه توییتر در مذاکرات برجام را به صورت خاص به تحلیل گذارد و از مذاکراتی که با اهداف سیاسی شکل گرفت استنتاجی متفاوت از گذشته در زمینه صلح سازی داشت.

طرح مسئله

در عصر کنونی با تحولات موجود حوزه شبکه‌های اجتماعی، این مسئله قابل تحلیل است که آیا تاثیر توییتر به حدی بوده که فرآیند صلح سازی تغییر کرده باشد یا خیر؟ توییتر در دو سوی مذاکرات برجام با ایران، منبع ارزشمند اطلاعات برای اخذ تصمیمات و آنالیز احساسی کاربران قرار بوده و حالا به عنوان یک مسئله می‌تواند در فرآیند صلح سازی بررسی شود. این همان مسئله و نکته ایست که کمتر بدان پرداخته شده و استفاده از ابزارهای نوین در انتقال مفاهیم صلح ساز را در مسائل و چالش های جهان امروز و تعاملات انسانی را مد نظر قرار دهد. این تحقیق قصد دارد تا با بررسی ارتباطات و پیام‌های صلح ساز و صلح سوز در توییتر به این مسئله بپردازد که به کارگیری توییتر در فرآیند صلح سازی آثارش چه بوده و در موضوع مذاکرات برجام با ایران تا چه میزان موثر بوده‌است؟ در این مسیر بررسی تحقیقات مرتبط به کارگیری شبکه اجتماعی توییتر در موضوع برجام، رویکرد تازه ای از استفاده این ابزار ارتباطاتی را عیان کرده و به عنوان یک مسئله مطرح کرده که تا چه میزان در فرآیند صلح سازی اثرگذار بوده است. حال مسئله اصلی این است که اثر توییتر در فرآیند صلح سازی تا چه میزان بوده و

فرصت‌ها و محدودیت‌هایش چیست. این همان چیزیست که در مذاکرات برجام هم زیر ذره‌بین برده‌ایم تا بدانیم که آیا از اساس این رویکرد گذشته موثر بوده است و در مجموع چه نتایج داشته است.

اهمیت و ضرورت انجام تحقیق:

در شرایط و هنگام نگارش این تحقیق (دی ۱۴۰۰) مذاکرات برجام در فازی تازه ادامه دارد و بررسی‌گفت‌وگوها و نحوه تعاملات رو طرف مذاکرات به شکلی است که نشان می‌دهد از گذشته این مذاکرات و ابزارهای استفاده‌شده از آن تجربه دقیقی ثبت نشده و رویه‌ها به شکلی تغییر یافته که ضرورت پژوهشی در «گذشته این مذاکرات» را بارز کرده است. در وضعیتی که بیش از ۹۲ درصد کشورهای عضو سازمان ملل و اکثر رهبران سیاسی جهان در توئیت‌ر حساب‌کاربری دارند و هویت خود و کشورشان را نمایندگی می‌کنند (Twiplomacy, ۲۰۱۷) در دوران تازه دیپلماسی برجامی ایران در دولت جدید، استفاده از این ابزار ارتباطاتی در دستگاه دیپلماسی ایران رو به نزول بوده است. حال آنکه نگاهی به بازه زمانی انجام مذاکرات برجام و کشورهای ۱+۵ با ایران در دوره ریاست جمهوری آقای روحانی و وزارت امور خارجه آقای ظریف، استفاده سیاستمداران و دیپلمات‌های دو سمت میز مذاکرات از توئیت‌ر، یک رویکرد نشان‌داد بوده تا مواضع خود و دولت‌های متبوعشان را در زمینه صلح‌دوستی و گام‌برداری در مسیر و فرایند صلح‌سازی منعکس کنند. از سوی دیگر و در سال‌های پس از گسست برجام و خروج آمریکا، شاهد اپیدمی کرونا و «انفجار نوآوری» در عرض چند ماه بودیم و بخش‌های قابل توجهی از رویه‌های کاری دیپلمات‌ها، بازیگران دیپلماتیک و نهادهای دیپلماتیک سراسر جهان بیش از گذشته متحول شد. بر پایه این بررسی، دیپلماسی دیجیتال یکی از ابزارهای مدیریت تصویر در مذاکرات و جهت‌دهی به فرایند صلح‌سازی بوده است. چرا که وقتی فردی از حساب‌های رسانه‌های اجتماعی یک دولت یا سیاستمدار آن بازدید می‌کند اغلب در پی تعامل و تمایل به ایجاد گفت‌وگو دارد (موسسه تحقیقات صلح استکهلم، ۲۰۲۰). بر همین اساس ضرورت دارد تا با نگاهی تازه به رویکردهای گذشته، مسیری تازه برای بهره‌گیری از این ابزار ایجاد کرده و نشان دهیم که توجه به ظرفیت‌ها و محدودیت‌های توئیت‌ر در روند صلح‌سازی چه میزان کارگشا یا محدودکننده است.

پرسش اصلی:

در پاسخ به مسئله، پرسشی مطرح و بررسی کرده‌ایم که استفاده از توئیت‌ر و توئیپلماسی چه اثری بر سیاستمداران داشته و تا چه میزان باعث شده رویکردهای تخصصی برانگیز با گفت‌وگو برخط تعدیل و به صلح‌سازی نزدیک شود. بر همین اساس برای طرح پرسش اصلی باید به این موضوع پردازیم که توئیت‌ر در فرایند صلح‌سازی در اثنای مذاکرات 1+5 با ایران چه تأثیراتی داشت و بر این پایه پرسش اصلی تحقیق این خواهد بود: **اهم**

ظرفیت‌ها و محدودیت‌های صلح‌سازی توئیتر در جریان مذاکرات ایران با 1+5 چه بوده است؟

فرضیه و روش شناسی

توئیتر یک شبکه اجتماعی و سایت میکرو بلاگینگ است که تاثیر آن در فرایند صلح‌سازی ظرفیت‌ها و محدودیت‌هایی دارد. بر این اساس فرض است: الف) به دلیل ماهیت تعاملی توئیتر (دوسویه بودن) این ابزار به عنوان یار کمکی تیم مذاکره کننده ایران در حوزه مذاکرات برجام با ایران صلح ساز بوده است. ب) درحوزه استفاده از توئیتر محدودیت‌های فنی داشته ایم و طرف‌های مذاکره کننده می‌توانستند صدای ما را در این حوزه محدود کنند

روش تحقیق:

روش اجرای این پژوهش تطبیقی (مقایسه‌ای) است و در این پژوهش با تعریف مفاهیم از کل به جزء دامنه و ظرفیت‌های توئیتر در فرآیند صلح‌سازی توصیف شد. در گام دوم ورود توئیتر به مذاکرات تبیین و تلاش شد با مقایسه ظرفیت‌ها و محدودیت‌های توئیتر در مذاکرات برجام با دسته بندی هر یک به گام آخر که مقایسه داده‌های کمی و کیفی بود رسیده و جایگاه توئیتر تعیین و به نتیجه گیری و جمع بندی برسیم.

پیشینه پژوهش:

در بررسی مسئله و سؤال تحقیق، نگاهی به دو متغیر تحقیق در زمینه اثر توئیتر و فرایند صلح‌سازی تحقیقات متنوعی وجود دارد که انجام شده است اما بیشتر تحقیقات پیشین تنها در حوزه میزان استفاده از توئیتر در مذاکرات برجام و تنوع پیام‌ها بوده است. در سوی دیگر نیز تحقیقات در حوزه شبکه‌های اجتماعی و فرایندهای صلح‌سازی بین الملل و تاثیر توئیتر در روند جهانی گفتمان صلح ساز بوده است. از زوایای متعددی مطالعه در متغیرهای تحقیق دیده شد اما کاستی در خصوص استفاده از توئیتر در مسیر صلح‌سازی در پژوهش‌های پیشین دیده می‌شود که خاصه در خصوص توئیتر در برجام مشابهتی وجود ندارد و از این رو به این مقوله توجه شد.

بررسی تحقیقات گذشته گویاست که در خصوص اثرگذاری ابزار ارتباطی در زمینه صلح‌سازی تحقیق‌های موردی جدیدی وجود دارد. در کلیت موضوع تحقیق در خصوص مشارکت عمومی در فرایند صلح وجود دارد.

مشارکت عمومی در فرآیند صلح با توئیتر یکی از مهمترین تحقیقات پیشین است که در مسئله تحقیق و در پاسخ به پرسش اصلی تحقیق می‌تواند چراغ راه شود. در تجزیه و تحلیل انجمن گفت و گوی سیاسی اینترنتی لهستانی توسط Sobkowicz و Sobkowicz که در سال ۲۰۱۲ در لهستان صورت گرفته، نشان داده شد که مشخصه رسانه توئیتر، دو

تاثیر توئیتر در فرآیند صلح سازی با مطالعه موردی مذاکرات برجام
 قطبی شدن بحث های سیاسی است که منجر به «هیچ» نظر قابل توجهی نمی شود. آنها
 استدلال کردند که ارتباطات بسیار عاطفی مانند تحریکات، باعث تشدید مسائل سیاسی شده
 است. این تحقیقات نشان داد که اینترنت توانایی پشتیبانی از مشورت عمومی را داشته و
 پتانسیل ارائه هنجاری را دارد که شرایط را برای شکل گیری افکار عمومی آماده می کند.
 (Dahlberg, ۲۰۰۱; Räsänen & Kuovo, ۲۰۰۷).

بحث در مورد نقش رسانه های اجتماعی در حمایت یا ممانعت از قرار گرفتن در معرض
 دیدگاه های مختلف است و پتانسیل رسانه های مبتنی بر اینترنت برای ایجاد یک حوزه
 عمومی پر جنب و جوش؛ مفهومی کلیدی در ارتباطات سیاسی معاصر است. راسموسن
 (۲۰۱۳). او استدلال می کند اگرچه اینترنت بیشتر با مفهوم «فردسازی» استفاده از
 محتوا مرتبط است اما همین شخصی سازی رسانه ها به فرد این امکان را می دهد که «نظر
 خود را مستقیم در شبکه های اجتماعی ابراز کند و در کمپین ها و جنبش های اجتماعی
 شرکت کند و به روش های خودش در رسانه های اجتماعی تبادل نظر کند.

یکی دیگر از پژوهش های پیشین که در موضوع این تحقیق قرار داشت و از داده های آن
 در مسیر پاسخ به مسئله و پرسش پژوهش می توان بهره جست، تحقیق میدانی با عنوان
 «قرار گرفتن در معرض خطوط بیشتر گفتمان سیاسی» است که در سال ۲۰۱۱ در
 مطالعه و تفسیر مخاطبان، در یکی از قسمت های برنامه «زمان پرسش» بی بی سی
 صورت گرفت. در این مطالعه نشان داده شد که بینندگان از رسانه های اجتماعی برای
 انتشار و کسب اطلاعات جدید و شرکت در بحث استفاده می کنند. یافته ها استدلال می کنند
 که توئیتر شامل فعالیت های تعاملی متنوعی است که می تواند مشورت دموکراتیک را
 غنی کند. (O'Loughlin, Anstead, ۲۰۱۱)

همچنین مرور مطالعه ایفوکور (۲۰۱۰) درباره ساخت زبانی پیام های متنی در استفاده
 از وبلاگ ها و توئیتر در چرخه انتخابات ۲۰۰۷ نیجریه نیز به عنوان زمینه های پیشین
 این پژوهش است که نشان داد دسترسی شهروندان به توئیتر به صورت الکترونیکی آنها
 را قادر ساخته تا فعالانه در فعالیت های دموکراتیک شرکت کنند. این موضوع باعث
 تشویق بیشتر مردم شده و بحث در مورد سیاست و پویایی فرآیند دموکراتیک بیشتر از
 رسانه های سنتی بوده است ولی نمی تواند یک جهان بینی منسجم از جامعه بسازد، زیرا
 ارتباطات رسانه ای «جهان بینی های مشابه» را در یک گروه به اشتراک گذاشته اما
 ممکن است بین آنها ناسازگار باشد.

توانایی گروه سازی توئیتر عنوان تحقیق محد فیض کسمانی و همکاران در دانشگاه
 اوتارا مالزی نیز در سال ۲۰۱۴ در این حوزه مورد دیگری است که نشان می دهد، توئیتر
 می تواند بحث های عمومی متنوع تری را نسبت به سایر انواع اجتماعی تقویت کند. در این
 تحقیق اعتقاد بر این است که توئیتر این ظرفیت را دارد که با ادغام، دو مخاطب مجزا،
 یک گروه منسجم بسازد. در این تحقیق فرض بر این است که از پتانسیل حوزه عمومی

(مبتنی بر اینترنت) برای دموکراتیک کردن دسترسی به رسانه‌ها و پراکندگی می‌توان بهره جست. این تحقیقات در کلیت ماجرا زمینه‌های فکری برای این تحقیق ساخته که یک فضای خاکستری و زمینه‌ای برای استفاده توثیر در فرایند صلح‌سازی را تصویر کرده است.

اما درباره فعالیت توثیر و مذاکرات برجام و در خصوص نقش توثیر در فرایند توسعه گفت‌وگومانی صلح‌سازی به صورت دقیق موارد مشابهی دیده نمی‌شود. بر همین اساس نگاهی به تحقیقات پیشین این بخش نیز چند تحقیق شاخص را برجسته می‌سازد که از محتواهای آنها در این پژوهش می‌توان بهره جست.

توثیرمآسی؛ بازنمایی سیاست خارجی ایران در توثیر پژوهشی است که به همت حسین سلیمی و پیمان وهاب پور در سال ۱۳۹۷ به جایگاه توثیر در بازنمایی رویکرد ایران اشاره و در مقوله توثیرمآسی تاکید دارد. دو رویکرد مشروعیت‌زدایی از آمریکا و مشروعیت‌بخشی به دیدگاه ایران در مذاکرات برجام و سیاست خارجی مورد تاکید بوده و به نقش روایت امن سیاست خارجی ایران اشاره شده است. از جایگاه ویژه توثیر در فرایند بازنمایی سیاست صلح‌آمیز ایران یاد شده و این مطالعه به دقت به تحلیل محتوای توثیرها و تاکتیک‌های توثیری دو طرف مذاکرات برجام و کشورهای ۱+۵ را انجام داده که از برخی نتایج این تحقیق برای تکمیل این تحقیق استفاده شده است.

«جدال دیجیتال ایران و آمریکا» (علی‌امیدی؛ سعیده مرادی فر ۱۳۹۹) پژوهش دیگری در این حوزه است که بر فعالیت ظریف در توثیر پرداخته تا مشخص شود که وی بر اساس باروهای ذهنی خود به دنبال بازنمایی تصویر از «خود» و «دیگری» در توثیرمآسی و سیاست خارجی بوده است. نگارندگان در مجموع از توثیرهای ظریف ۲۲ کد استخراج کرده‌اند که ۳۲/۲ درصد برای تصویرسازی از ایران و ۲/۸ درصد برای تصویرسازی از آمریکا بوده است. ظریف در تصویر از خود سعی در رواج تصویر قانونگرا و صلح‌جو از ایران داشته است که حامی حقوق بین‌الملل، طرفدار حقوق بشر و صلح‌جو در منطقه و جهان بوده است.

نگارندگان در این تصویر ظریف از خود به سه مقوله قانونگرا، پشتوانه مردمی حکومت و حامی ثبات در منطقه خاورمیانه دست یافتند. مقوله قانونگرا، نخستین مقوله حاصل از تحلیل توثیرهای ظریف در مفهوم قانونگرا و صلح‌جو از ایران است. ظریف بر این باور بوده که ایران، چندجانبه‌گرایی در گفت‌وگو را در عرصه روابط بین‌الملل در پیش گرفته و این امر را به عناوین مختلف در موافقتنامه‌های پیشین (دولت اصلاحات) نظیر موافقتنامه‌های تهران، پاریس و بروکسل (و در نهایت در برجام) دولت پیشین به اثبات رسانیده است. به باور ظریف، ایران برای تک‌تک کلمات ۱۵۰ صفحه‌ای توافق برجام، مذاکره کرده و حتی پس از خروج آمریکا از برجام توثیر محلی برای تبادل نظر و مذاکراتی شد که با ۲۰ جدال توثیری ایران و آمریکا در این مذاکرات برجسته شده است.

دیگر تحقیق این حوزه در بخش تحلیل محتوا گویای حقیقتی مشخص از دوگانه مثبت و منفی توییتر دارد. در تحقیق **دیپلماسی توییتری ایران در سال خروج امریکا از برجام؛ یک گام به پیش**، نگارندگان زهرا نژاد بهرام و نازنین ملکیان و سروناز تربتی با ۱۷ کارشناس سه حوزه ارتباطات، روابط بین الملل و علوم سیاسی مصاحبه‌های عمیق صورت دادند و مشخص کردند که بر اساس روش تحلیل محتوا کیفی با کمک نرم افزار maxqoda18 مفاهیم و مقوله های استخراجی مؤید آن است که دیپلماسی ایران در توییتر در آن مقطع به صورت تهاجمی و تدافعی در صدد تبیین هویت سازی و اعتماد سازی بوده و قادر است دستورالعملی برای آینده دیپلماسی ایران باشد .

در مطالعه پژوهش های پیشین در بخش مذاکرات برجام و توییتر، مطالعه با عنوان **«مطالعه فعالیت های توییتری پمپئو و ظریف»** را می توان یافت که نگارندگان به دنبال فهم این موضوع بوده که دو سیاستمدار چگونه با استفاده از توییتر به بازسازی مفهومی رویدادهای گوناگون از دیدگاه خود بر مبنای باورهای ذهنیشان و ارائه تصاویر منفی از سیاست های دولت یکدیگر جهت بیان و توجیه مواضع خود پرداخته اند. نگارندگان در این پژوهش برای پاسخ به پرسش از تئوری تصویر استفاده کرده اند. سازماندهی پژوهش به گونه ای است که نگارندگان پژوهش جدال دیجیتالی ایران و آمریکا در ابتدا به تشریح تئوری تصویر پرداخته، سپس به تحلیل محتوای توییت های ظرف و پمپئو نسبت به یکدیگر مبادرت کرده اند.

چارچوب نظری:

مبانی نظری پژوهش:

نظریه قدرت: فوکو در نظریه قدرت می‌کوشد، نشان دهد که قدرت به هیچ رو طردگونه و آشکار تجلی نمی‌یابد، بلکه به صورت بسیار بغرنج و زیرکانه با کوچک ترین عنصر جامعه در تماس است. مهم تر از همه افراد را تغییر می دهد، کنترل می‌کند و می‌سازد. نظریه قدرت وی، در جوامع مدرن چنان حضور همه جانبه دارد که در عین حال در برابر خویش مقاومت ایجاد می‌کند و چیزی نیست که در مالکیت دولت یا طبقه حاکم یا شخص حاکم باشد، بر عکس قدرت یک استراتژی است. در این تعریف با یک نهاد یا یک ساختار مواجه نیستیم و قدرت شبکه‌ای است که همه در آن گرفتارند و انسان ها و نهادها و ساختارها همه مجری آن هستند. قدرت تنها بر افراد آزاد اعمال می شود و مقاومت و آزادی شرط وجود قدرت است. هرچند که هر جا که قدرت وجود دارد، مقاومت هم وجود دارد. درگفتمان است که قدرت و دانش به یکدیگر پیوند می‌خورند و از همین رو، باید گفتمان را مجموعه ای از قطعات ناپیوسته در نظر گرفت که کارکرد تاکتیکی شان نه یک شکل است و نه ثابت. به عبارت دقیق تر، نباید جهانی از گفتمان را تصور کرد که میان گفتمان پذیرفته شده و گفتمان پذیرفته نشده، یا میان گفتمان مسلط و

گفتمان تحت سلطه تقسیم شده است. بلکه باید آن را کثرتی از عناصر گفتمانی در نظر گرفت که می‌تواند در استراتژی های گوناگون ایفای نقش کنند.

در اندیشه فوکو قدرت در همه جا جاری است و آنچه باعث باز تولید این نظم می‌شود، گره خوردن با آن نظمی است که مجموعه مفاهیم را در خرد جمعی تولید و با گره می‌خورد. (نوابخش مهرداد، کریمی فاروق، ۱۳۸۸)

نظریه ارتباطات عمودی: سیاستمداران در درجه اول از ابزارهای ارتباطی به عنوان ابزار پخش استفاده می‌کنند تا یک محیط ارتباطی سیاسی جذاب ایجاد کنند. در سال ۲۰۱۰ نشانه‌هایی وجود داشت که بازنگری در ارتباطات سیاسی در حال انجام است و سیاستمداران باید از توییت برای تعامل و پخش بیشتر استفاده کنند اما به نظر می‌رسد که دوباره به روش‌های سیاسی «از بالا به پایین» بازگشته ایم. ارتباط، هر چند از طریق وسایل جدید و خاصه توییت این پتانسیل را دارد که امکان گفت‌وگو یا افزایش گفت‌وگو را فراهم کند اما با دیدگاه ارتباطات عمودی رهبران سیاسی در برابر این چالش هستند که در مورد شایستگی رسانه‌های اجتماعی و پتانسیل آن برای انتقال دیدگاه و روابط با مردم، مدل رسانه‌ای قدیمی از بالا به پایین و مکاتبات پیش پا افتاده را دنبال می‌کنند. وقتی باز خورد عمومی نادیده گرفته می‌شود، اعتماد ایجاد نمی‌شود.

تئوری تصویر: تئوری تصویر، فرآیند آگاهی یافتن از اطلاعات (داده‌های) حسی و شناخت آنها است. همچنین، ادراک فرآیندی است که هر کسی، با آن، پنداشت‌ها و برداشت از پیرامون خود را دسته‌بندی و شناسایی و به این روش، به آنها، معنی می‌دهد. جرویس در کتاب برداشت‌ها و سوء برداشت‌ها در روابط بین‌الملل بر این موضوع تأکید داشته که باید به تفاوت‌های ادراکی و تصور بازیگران از جهان واقعی و درک سایر بازیگران از یکدیگر را هم در نظر داشت. ادارک رهبران یا دولت‌ها از تصویر و یا باورهای بازیگر دیگر بر نوع نگرش آنها نسبت به یک رویداد یا رفتاری که از آن بازیگر در یک موقعیت دیگر انتظار دارند تأثیر می‌گذارد. جرویس بر این باور بوده که توصیف تصمیمات تعیین‌کننده، بدون در نظر داشتن ساختار اعتقادی تصمیم‌گیرندگان درباره جهان و تصویرسازی آنها از سایر بازیگران، غیر ممکن است. تئوری تصویر بر پایه سطح تحلیل فردی و روانشناسی شناختی استوار است که بیانگر محدودیت‌های شناختی (یعنی عقلانیت محدود) است؛ بدین علت که افراد قادر به دریافت و پردازش تمام اطلاعات از دنیای پیچیده بیرون نیستند. از این رو از طریق طبقه‌بندی مفهومی، خصوصاً از نوع دو قطبی، مانند خیر و شر، دشمن و دوست، صلح دوست و تروریست و غیره سعی در ساده سازی دنیای پیچیده بیرون و فهم آن و در عالم سیاست، برچسب زنی خود و دیگری دارند. قطعاً چنین مقوله سازی‌هایی که به آنها تصاویر می‌گویند ممکن است با دنیای واقع مطابقت نکند ولی نقش پردازشگری را می‌ماند که اطلاعات ورودی جدید بر اساس آن سنجیده می‌شود.

چارچوب نظری:

مطابق مبانی نظریه‌های مطرح شده، با این دیدگاه که قدرت شبکه ای است و همه در آن گرفتارند (انسان ها و نهادها و ساختارها همه مجری آن هستند) از چارچوب نظری قدرت استفاده مبنایی داشته و تنها بر افراد آزاد اعمال می شود و مقاومت و آزادی شرط وجود قدرت است. فوکو رسانه را قدرت چهارم می‌داند و توئیتزر به عنوان یک ابزار قدرت قابل بررسی است که باعث اعمال قدرت شده است. در این پژوهش با توجه به این مبانی نظری، توئیتزر ابزاری از آزادی است که انسان‌ها را اسیر و گرفتار قدرتی غیر آشکار کرده است. حال اینکه گاهی در مقابل شبکه های اجتماعی و پیام رسان‌ها مقاومت هایی دیده می‌شود دلیل مشخصی دارد که برای پاسخ به این پرسش باید از چارچوب های نظریه تحقیق بهره ببریم. از نظریه قدرت به عنوان چارچوب نظری تحقیق، بهره می‌بریم و گفتیم با توئیتزر را وسیله انتقال قدرت و مولد قدرت می توانیم بدانیم. درعین حال در چارچوب نظری و روند تحقیق از میان دیگر مبانی نظری پژوهش، چارچوب نظری پژوهش را با ارتباطات عمودی و تئوری تصویر تکمیل خواهیم کرد؛ زیرا سیاستمداران در درجه اول از ابزارهای ارتباطی به عنوان ابزار پخش استفاده می‌کنند تا یک محیط ارتباطی سیاسی جذاب ایجاد کنند. به بیان ساده، توئیتزر ابزار ارتباطات عمودی سیاستمداران برای انتقال قدرت و مولد بودن آن شده و با توجه به ارتباطات عمودی استفاده از توئیتزر تنها به دلیل ایجاد اعتماد و داشتن ارتباط دو سویه از سوی سیاستمداران مد نظر قرار گرفته ولی طبق نظریه قدرت فوکو، تلاش برای این است که باعث اعمال قدرت مد نظر سیاستمداران شود.

با استناد به تئوری تصویر هم این اعمال قدرت سیاستمداران از ابزار توئیتزر با استناد به تصویری تصویر فرایندی است تا توئیتزر را ابزاری برای برجسب زنی به دیگری و بازنمای خود «خاص» و مطلوب مطرح شده در نظریه قدرت فوکو باشد.

یافته ها:

با توجه به پیشینه تحقیق و پرسش و فرضیه این تحقیق، یافته ها در چند بخش دسته بندی شده است. ابتدا از مفاهیم توئیتر و فرایند صلح و جایگاه آن شروع و به دسته بندی فرصت ها و محدودیت های توئیتر در فرایند صلح سازی خواهیم رسید. در گام دیگر این فضای دوگانه را به مفاهیم و مصداق های مطالعه موردی تحقیق که مذاکرات کشورهای ۱+۵ با ایران در برجام است پیوند خواهیم داد .

جایگاه توئیتر:

رشد فزاینده توئیتر از مارس ۲۰۰۶ با راه اندازی سایت Twitter.com توسط Jack Dorsey, Biz Stone و EvanWilliams آغاز و در ۲۰۲۱ تعداد کل اکانت های ایجاد شده توئیتر در جهان از عدد یک میلیارد و ۲۵۰ میلیون رسید. اهمیت این ابزار آنجایی در مقوله های متعدد پژوهشی بالا گرفت که توئیتر به تدریج ابزاری برای سیاست ورزی تبدیل شد و واژه تازه ای به نام توئیپلماسی از این ابزار ارتباطی به فضای دیپلماسی راه یافت. در شرایطی که میانگین تعداد کاربران فعال توئیتر در شبانه روز در جهان به عددی معادل ۱۹۵ میلیون نفر می رسد مطابق مبانی نظریه پژوهش، این ابزار به عنوان اهرم قدرتی در اختیار سیاستمداران شناخته شد، زیرا با این ابزار امکان ارتباطات عمودی جدید و تازه ای فراهم شده است که دیگر مانند فیس بوک و اینستاگرام نیست که غالباً در اختیار نوجوانان و جوانان است. ۶۳ درصد کاربران توئیتر به گروه سنی ۳۵ تا ۶۵ ساله تعلق دارند و علاوه بر اغلب رهبران، سیاستمداران و دیپلمات های جهان، درصد بالایی از نخبگان دانشگاهی و علمی نیز در این فضا حضور دارند و یک محیط خاص برای انتقال مفاهیم و بازنمایی خود و دیگران است. توئیتر توئیتر با فلسفه جهان غیر متمرکز ایجاد شد و موسسان آن تلاش کردند تا علاوه بر تمرکز زدایی، سرعت انتقال داده ها و دسترسی عمومی را به جریان آزاد اطلاعات بیشتر کنند. کوتاه نویسی و تغییر پارادایم اطلاع رسانی یکی از فرصت های تازه این ابزار ارتباطاتی بود که به سرعت به حوزه های دیگر کمک کرد تا تغییرات تازه شروع شود.

فرایند صلح سازی:

حال اگر بخواهیم نقش توئیتر به عنوان ابزاری مهم در فضای امروز ارتباطات را بررسی کنیم و نقطه مشترکش با صلح سازی را که یکی از دغدغه های اصلی جوامع بشری بوده را بدانیم، ابتدا باید در خصوص این مفهوم اتفاق نظر داشته باشیم. در بیشتر دنیا با نگرش آکادمیک دیپلماسی و روابط بین الملل تلاش شده تا مدیریت نظام جهانی صلح سازی اجرایی شود و صلح سازی بیشتر به عنوان چتر واژه یا فراداده کاربرد دارد. کسانی که می خواهند به جای مسأله نزاع، بر حوزه وسیع تر اهداف صلح و امنیت تمرکز کنند،

کاربرد واژه صلح سازی را ترجیح می دهند. در مطالعات آکادمیک پیرامون مبحث حل منازعه، تحلیلگران و کارشناسان مفهوم «صلح سازی» را فرایندی برای آغاز مذاکرات صلح بین دو طرفین مناقشه می دانند. در این میان هم توجه به مشترکات و حمایت‌های جریان‌های فکری داخلی یا خارجی نقش بسیار مهمی در ایجاد بستری برای صلح در جامعه دارد. در واقع صلح سازی، خواستن عملی برای رسیدن به آرامش بین طرفین دعوی در جامعه به صورت بلند مدت است و این فرق دارد با آتش بس به صورت موقت. در بلند مدت تصمیم می گیرند که کاملاً اختلافات را فراموش و برای هدف بسیار مقدس تر و بزرگ تری بنام آرامش جامعه و توسعه و پیشرفت مردم و سرزمین خود با یکدیگر متحد شوند. اتحادی که مطمئناً برای همه سودآور خواهد بود. این نوع صلح در واقع بازی سیاسی اقتصادی برد-برد برای همه است.

اما در مقابل این مفهوم، وقتی خواسته واقعی و قلبی هر یک از طرفین یا حداقل یکی از آنها، حقیقتاً صلح نباشد استفاده از لفظ صلح برای از بین بردن فرصت‌ها برای رقیب خود و انداختن وی در راهی که جز توافق یکطرفه، هیچ بازگشتی ندارد است. در این حالت، تنها طرف اول با نقش بازی کردن خود به عنوان، طرفدار صلح درصدد است تا تمام راهکارهای عملی و تکنیکی را از طرف دوم و مقابل خود بگیرد. در واقع این یک نوع بازی استراتژیکی خبیثانه و خیانت کارانه است که برای رسیدن به قدرت دست به عوام فریبی به عنوان برقراری صلح و آرامش می زند.

الف) ظرفیت‌های توثیتر در فرآیند صلح سازی:

مطابق پرسش اصلی تحقیق، باید به سراغ ظرفیت‌ها و محدودیت‌های مطرح توثیتر در فرایند صلح سازی برویم و بدین نکته اشاره داشته باشیم که در سال‌های اخیر توسعه رسانه‌های اجتماعی در حل برخی مناقشه‌ها تأثیر داشته‌اند. همین موضوع باعث شد تا دست اندرکاران صلح ابزارهای دیجیتالی را درک کرده و از آنها استفاده کنند. درست به همین دلیل فرآیندهای صلح در حال حرکت آنلاین، فن‌آوری جدید را پذیرفته و و آن طور که سیمون بانس در مطالعه‌ای در سال ۲۰۲۱ منتشر کرد، فعالان حقوق بشر بیش از یک دهه از فناوری رسانه‌های اجتماعی برای سازماندهی تظاهرات مسالمت آمیز و دفاع از دموکراسی استفاده کردند تا سازندگان صلح کشف کنند که این موضوع می‌تواند ابزاری برای درک بهتر پویایی درگیری و مقابله با افراط‌گرایی باشد. در مجموع و آن طور که در مجامع جهانی صلح مطرح است، پتانسیل توثیتر به دلیل ماهیت دو طرفه رسانه‌های اجتماعی در سه حوزه کلیدی صلح‌سازی پذیرفته شد:

- ۱- کمک به جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل تعارض
- ۲- چارچوب‌بندی روایت‌ها و پیام‌های صلح از طریق تعامل هدفمند آنلاین
- ۳- شکل دهی برنامه‌های میانجی‌گری و تقویت گفت‌وگو

مطابق یافته‌های مقاله موسسه international-alert در سال ۲۰۲۱ که از مصاحبه با سازندگان صلح در لبنان، نیجریه و فیلیپین و پاسخ‌های نظرسنجی حاصل شده، نیز موید این ۳ نکته است و معتقد است که زمان زیادی برای درک رسانه‌های اجتماعی به عنوان یک تهدید سرمایه‌گذاری شد اما حالا موضوع صلح مد نظر قرار گرفته و می‌تواند افرادی را که در فعالیت‌های آنلاین شرکت ندارند را مشارکت داد و فرآیندهای صلح را تقویت کرد. ظرفیت‌های زیر در این مقاله شناسایی شد:

- پویایی تضاد و غلبه بر چالش‌های برنامه‌های سنتی صلح
 - تقویت صداها و مسالمت‌آمیز
 - شکل دهی به روایت عمومی و سیاسی
 - مقابله با اخبار جعلی و روایت‌های تهدید
 - پرداختن به نقاط محرک بالقوه از طریق مدیریت شایعات
 - پل ارتباطی بین حوزه‌های محلی، ملی و بین‌المللی برای بسیج کنش
- در مجموع مرور دیدگاه‌های بین‌المللی درباره ظرفیت‌های توئیتر در صلح‌سازی نشان می‌دهد که هم‌اکنون توئیتر «خط مقدم آنلاین» این حوزه شده و پررنگ‌تر از گذشته مصداق یافته و ظرفیت‌های اثرگذاری در فرایند صلح‌سازی را برجسته‌تر کرده است که مهمترین آنها طبق طبق تحقیقات We Are Social و Hootsuite در سال ۲۰۲۱ به شرح زیر است:

- ۱- **شناسایی سوگیری‌ها**: برنامه‌های تجزیه و تحلیل رسانه‌های اجتماعی بر الگوریتم‌های تحریف شده توسط سوگیری‌های شناختی و اجتماعی تکیه می‌کنند.
- ۲- **دسترسی مستقیم به عموم مردم**: توئیتر امکان دسترسی مستقیم به عموم مردم را می‌دهد، بدون اینکه مانعی برای رسانه‌های سیاسی، مخالفان یا منطقه‌ای داشته باشند.
- ۳- **فهم و درج موضوعات کلیدی صلح**: فیدهای توئیتر می‌توانند به جمع‌آوری دیدگاه‌های مختلف در مورد موضوعاتی که در یک فرآیند میانجی‌گری پوشش داده می‌شوند کمک کنند. در حالی که فرآیندهای میانجی‌گری باید جناح‌های متخاصم کلیدی را گرد هم آورد تا به مصالحه صلح دست یابند، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به جلب صدای جامعه مدنی کمک کنند تا موضوعات کلیدی در مذاکرات گنجانده شود.
- ۴- **جهت‌دهی به سیاستمداران**: رسانه‌های اجتماعی این پتانسیل را دارند که به ابزاری مهم در شکل‌دادن به دستور کار مذاکرات غیررسمی و رسمی صلح تبدیل شوند و دستور کار را اصلاح کنند.
- ۵- **تکمیل فرآیندهای میانجی‌گری**: رسانه‌های اجتماعی به طور فزاینده‌ای برای تکمیل فرآیندهای میانجی‌گری و گفت‌وگوی چهره به چهره در سطح محلی و ملی مورد استفاده قرار می‌گیرند. از کنیا و لیبی تا سریلانکا و اوکراین، پلتفرم‌های دیجیتالی برای ترویج گفت‌وگوی آنلاین میان جوامع در معرض خطر درگیری مشاوران آنلاین ساخت.
- ۶- **تجزیه و تحلیل ذینفعان تعارض**: محققان صلح و درگیری به طور فزاینده‌ای محتوای توئیتر را برای ترسیم بازیگران درگیری، ردیابی پیوندهای بین آنها و شناسایی شبکه‌های پشتیبانی محلی آنها بررسی می‌کنند. به عنوان مثال، درک بوکوحرام نیجریه از سال ۲۰۰۹ که پیام‌رسانی‌اش از مسیر به رسانه‌های اجتماعی بود بهبود یافت.

۷- **هشدار زود هنگام:** محققان همچنین محتوای رسانه‌های اجتماعی را رصد می‌کنند تا بینش بهتری در مورد نارضایتی‌های محلی به دست آورند که محرک اصلی خشونت است.

۸- **ضد پیام:** صلح‌سازان جوان از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی برای ایجاد پیام‌های متقابل مناسب برای افراط‌گرایان استفاده می‌کنند که در فعالیت‌های محلی (گاهی پرخطر) احتمال موفقیت بیشتر دارد.

۹- **بسیج اجتماعی برای اعتراض مسالمت آمیز:** فرصت‌هایی را برای مردم ایجاد شد تا در دفاع از دموکراسی و حقوق بشر بسیج سیاسی کنند

ب) محدودیت‌های توثیتر در فرآیند صلح سازی:

توثیتر با فلسفه جهان غیر متمرکز ایجاد شد. یکی از موسسین آن جک دروسی است که از طرفداران زنجیره شبکه‌ای است. او که به تازگی استعفا کرد، جای خود را به فردی دیگر داد چرا که رویکردهای این ابزار قدرت در حال تغییر است. کناره‌گیری او در شرایطی رخ داده است که اندکی ابهام ایجاد شده است؛ چرا که توثیتر در محدود سازی دیدگاه‌های ترامپ رئیس‌جمهور سابق ایالات متحده امریکا به نوعی سانسور عقاید را کلید زد و با فرآیندهای دنیای متمرکز آمریکایی اقدام و عمل داشت. در پاسه به پرسش اصلی تحقیق و مرور فرضیه‌ها حال باید به سراغ چالش‌های مهم توثیتر در مسیر صلح سازی برویم که در مطالعه موسسه international-alert در سال ۲۰۲۱ بر آنها تمرکز شد تا توثیتر را تنها ظرفیت ساز نداند:

- محدودیت مهارت‌های فنی استفاده از توثیتر در سازمان‌های صلح ساز
 - ضعف دسترسی به زیرساخت ارزیابی داده‌ها
 - مداخلات رسانه‌های اجتماعی در دسترسی به داده‌ها
 - طراحی و ملاحظات حفاظتی
 - تاخیر در پذیرش رویکردهای حساس به تعارض توسط توثیتر
 - تبدیل شدن تویتر به وسیله‌ای برای مقابله جمعی
- بررسی دیگر محدودیت‌های توثیتر برای فرآیند صلح سازانه جهان را می‌توان این‌گونه لیست کرد:

۱- **توثیتر بستر ساز صلح سوزی:** تأثیر منفی رسانه‌های اجتماعی و خاصه توثیتر ممکن است برای تلاشگران صلح در فرآیند صلح سازی هراس انگیز باشد زیرا سرفصلی مانند تروریسم رسانه‌ای نیز وجود دارد. این واژه به استفاده از نقش‌ها و کارکردهای رسانه‌های جمعی برای پیشبرد گفتمان تروریستی و صلح سوز اطلاق می‌شود. اصطلاح «تروریسم رسانه‌ای» نخستین بار در سال ۱۹۸۵ در جریان دومین کنفرانس بین‌المللی علیه تروریسم بیان شده است. هرچند رسانه‌های اجتماعی فضا را برای شنیدن صداهای بیشتر و متنوع‌تر از رسانه‌های سنتی فراهم می‌کنند و می‌توانند نقش مهمی در «تسطیح زمین بازی» داشته باشند اما خطر ایجاد سلسله مراتب جدید که ریشه در اختلافات در دسترسی به اینترنت یا عدم تعادل جنسیتی و طبقاتی دارد را فراهم می‌کند. همچنین تمرکزگانه‌هایی ایجاد می‌کنند که کاربران همفکر را در دو قطبی شدن همراهی می‌کند و می‌تواند زمینه دیدگاه‌های افراطی و سخنان تنفرآمیز شود.

۲- تحریک نفرت و خشونت: تروریسم رسانه ای اجتماعی استفاده از رسانه های شبکه ای و اجتماعی برای افزایش تأثیر اقدامات خشونت آمیز بکارگرفته شده به دلیل اجتماعی، سیاسی و یا مذهبی و با هدف گسترش درد و رنج روانی، عاطفی و جسمی و ایجاد رعب و وحشت در افکار عمومی است. این رسانه‌ها منجر به بحث‌ها، جنبش‌های اجتماعی و تغییرات سیاسی می‌شوند، اما همچنین برای تقسیم جوامع، تحریک خشونت و به‌عنوان ابزار کلیدی استخدام برای گروه‌های مسلح استفاده می‌شوند. احزاب درگیر گاهی از رسانه های اجتماعی برای افشای اطلاعات، انتشار اطلاعات نادرست یا ترویج تفرقه، نفرت و خشونت استفاده می‌کنند. سخنان نفرت پراکنی آنلاین در حال افزایش است و آنتونیو گوترش، دبیرکل سازمان ملل متحد، راهبرد و برنامه اقدام سازمان ملل را برای مقابله با نفرت آغاز کرد.

۳- کمک به درگیری: استفاده از توئیتر می‌تواند به صورت استراتژیک تری برای بهره بردن از منافع صلح سازان یا فعالان حقوق بشر مورد استفاده قرار گیرد. اما تا به امروز، بسیاری از امیدهای مرتبط با رسانه های اجتماعی به عنوان ابزاری برای حقوق بشر، دموکراسی و صلح پس از «انقلاب های توئیتر» در سال ۲۰۰۹ فروکش کرد یا با نگرانی در مورد پتانسیل آن برای کمک به درگیری جایگزین شده است و مخالفانی نیز پیدا کرده است که به فرضیه ما قوت می‌بخشد که توئیتر در مسیر صلح سوزی نیز کمک خواهد کرد.

۴- محرک تعارض: در بدترین موارد، پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی برای سرکوب مخالفان داخلی، مداخله در انتخابات دموکراتیک، تحریک خشونت‌های مسلحانه، عضوگیری از اعضای سازمان‌های تروریستی یا مشارکت در جنایات علیه بشریت، مانند مورد آزار و اذیت روئینگها در میانمار، مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در سال ۲۰۲۰ شواهدی از دستکاری رسانه‌های اجتماعی در ۸۱ کشور و شرکت‌هایی وجود داشت که کمپین‌های «تبلیغات محاسباتی» را به بازیگران سیاسی در ۴۸ کشور ارائه می‌کردند. در حالی که تبلیغات چیز جدیدی نیست، مجمع ۲۰۲۱ استکهلم برخی از دلایلی را که چرا تبلیغات در رسانه‌های اجتماعی در مقایسه با رسانه‌های سنتی با چالش‌های متمایزی مواجه می‌شود، ناخواسته منجر به درگیری می‌شود یا بر تلاش‌های ایجاد صلح تأثیر می‌گذارد، برجسته کرد.

ج) ظرفیت ها و محدودیت‌های صلح ساز توئیتر در مذاکرات برجام:

برای بررسی موردی مذاکرات برجام ابتدا باید به برنامه جامع اقدام مشترک (Joint Comprehensive Plan of Action) یا به اختصار برجام اشاره داشت که بر اساس باور به کارکرد مثبت نهادهای بین‌المللی برای حل بحران پرونده هسته‌ای ایران شکل گرفت. توافق جامع و نهایی هسته‌ای وین در سال ۱۳۹۴ بین ایران، اتحادیه اروپا و گروه ۱+۵ (چین، فرانسه، روسیه، بریتانیا و ایالات متحده آمریکا به علاوه آلمان) منعقد و در دوره ریاست جمهوری ترامپ با خروج این کشور از آن، به محاق رفت.

بررسی جایگاه توئیتر در این مذاکرات در بازه زمانی پیش از خروج آمریکا و توافق مارا به واژه توئیلماسی یا توئیتر دیپلماسی می‌رساند که استفاده کارگزاران دولتی و مقامات رسمی دیپلماتیک از شبکه اجتماعی توئیتر است و در دوره زمانی بررسی این تحقیق به

خوبی مورد استفاده طرفین بود. با توجه به سؤال تحقیق که به دنبال ظرفیت ها و محدودیت های توئیتر در این مذاکرات بود، حالا به فرآیند صلح سازی در اثنای مذاکرات ۱+۵ با ایران و فرضیه هایی باز خواهیم گشت که طبق فرضیه اول توئیتر ابزار دست دیپلمات های ایرانی بوده و تأثیر داشته و طبق فرض دوم اختلاف در دسترسی و محدودیت های طرف های مذاکره کننده می توانسته صدای ما را در این حوزه محدود کند. بهره گیری از توئیتر در مذاکرات برجام به استناد آمارهای پژوهش های پیشین حجم قابل تاملی است و از جنبه های مختلف بررسی شده است. گواه این گزاره، ۲۶جدال دیجیتالی ایران و آمریکا به صورت جدی در توئیتر است که نشان می دهد این ابزار تنها یک رسانه اجتماعی در این مذاکرات نیست و توسط دولت ها و دیپلمات ها برای پیاده سازی دیپلماسی عمومی به کار گرفته شده است و به طور گسترده ای برای مأموریت های دیپلماتیک استفاده می شود (دامکیوین ۲۰۱۳)

ظرفیت های صلح ساز توئیتر در مذاکرات برجام با ایران:

پایگاه توئیپلماسی در خصوص جایگاه دیپلماسی توئیتی به نکته مهمی اشاره دارد که وقتی وزارت خارجه آمریکا در سال ۲۰۱۳ به امید برقراری روابط با ایران در فضای توئیتری، حساب کاربری «حسن روحانی» و «محمد جواد ظریف» را دنبال کرد و از جانب آنها پاسخی دریافت نکرد، هر دو را آنفالو کرد. با وجود فیلتر بودن توئیتر در کشور ایران، نگاهی به ظرفیت های توئیتر در فرآیند صلح سازی تأکید بر نقش توئیتر در ارتباطات بین الملل و فرآیند صلح سازی دارد و باید مهمترین نقش آن را در کاهش منازعات و تشابه آن مانند نوع سنتی دید که به تازگی بیشتر نمایان شده است. مهمترین ظرفیت های احصا شده طبق یافته های این پژوهش و مطابق نظریه قدرت به شرح زیر است:

۱- **انعکاس دیدگاه های دولت ایران در توئیتر:** رهبر جمهوری اسلامی ایران، وزرا و نمایندگان و بدنه سیاسی ایران در این شبکه حضور دارند و بهره گیری از این شبکه جهانی و توئیتر فارسی در حال انجام است. هرچند این نوع دیپلماسی دیجیتالی دو لبه یک تیغ است که می تواند به ازدیاد دشمنی و کاهش تنش منجر شود اما ایران و سیاست خارجی آن در اهمیت و تأثیر توئیتر تردیدی نداشته است.

۲- **شکل دهی به تصویر ایران:** براساس آمار سایت Socialbakers در بین حساب های کاربری فارسی زبان، در قلمرو زمانی یاد شده، حساب های کاربری محمدجواد ظریف، حسن روحانی و سید علی خامنه ای دارای بیشترین فالوئرهای ایرانی و فارسی زبان بودند که برخی پیام هایشان به صورت انگلیسی هم منتشر می شد. در این بازه وزارتخانه های خارجه و بدنه سیاستمداران استفاده از این حساب های رسمی به عنوان ابزار قدرت و روشی از ارتباطات عمودی مد نظر قرار گرفته و برای ارائه و شکل دهی به تصاویر کشورهای جهان از خود و دیگری استفاده کردند. نمونه بارز این فعالیت های دیجیتالی در وزارتخانه های خارجه ایران و آمریکا، وزاری امور خارجه گذشته این دو کشور هستند. مایک پمپئو و محمد جواد ظریف با حساب های شخصی توئیتری خود به دنبال شکل دهی و ترویج تصاویر خود و دیگری در مقابل یکدیگر بودند

۳- **روایت امنیت‌ساز ایران:** بررسی توییت های محمد جواد ظریف با توجه به ارائه روایت های خصمانه از حضور بین المللی جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی، وزیر امور خارجه ایران در تلاش است روایت ناامن کننده از هویت و ارزش های خود در سیاست خارجی را بشکند و آن را با روایتی امن جابه جا کند. ظریف، وزیر امور خارجه ایران نیز در ژوئن ۲۰۰۹ به توییتر ملحق شد و با حساب کاربری شخصی توییتری، تا بیش از یک و نیم میلیون فالوور را دارا بود که بعد از دوران وزارتش به ۱ میلیون نفر کاهش یافت. توییتر وزارت امور خارجه با ۷۰ هزار فالوور و توییتر وزیر کنونی امور خارجه (امیرعبداللهیان) با ۵۷ هزار فالوور هم به این روند ادامه می دهند (هرچند به نظر می رسد اندکی کاهش را شاهد هستیم).

۴- **بازنمایی تصویر آمریکا:** در قلمرو زمانی این پژوهش اگر به بررسی عملکرد محمد جواد ظریف در توییت های دوران مذاکرات برجامش بپردازیم در می یابیم که هدف اصلی او در توییت های مرتبطش با مذاکرات برجام، تحکیم امنیت هستی شناختی جمهوری اسلامی بوده است که با توجه به متغیرهای نظام اعتماد و عزت خواهی بوده است. ظریف با ارائه تصویر ایران مستقل، در جستجوی توسعه، پایبند به تعهدات بین المللی، امنیت ساز منطقه و بی اعتماد به آمریکا تلاش کرد، هرگونه ناامنی در خصوص برداشت از خود و برداشت دیگران از خود را بزدايد تا همسایگان را نسبت به روایت های غیرواقعی دیگری چون آمریکا آگاه سازد. تاثیر به کارگیری توییتر در فرایند صلح سازی در حوزه برجام و مذاکرات با ایران را در دوره دولت دوازدهم می توان با تحلیل یافته های توییتری ظریف در حین مذاکرات برجام واکاوی کرد و تطابقی با نظریات ارائه شده و فرضیات تحقیقی داشت. این رویکرد در گذشته و موارد دیگر هم دیده شده و آن طور که هادی خانیکی و احمد امین فرد (۱۳۹۶) نیز اشاره داشته اند، استفاده از فضای دیجیتال ابزاری کارآمد برای تحقق اهداف سیاست خارجی ایران تلقی می شود که همواره تلاش داشته تا ذهنیت درباره ایران، مفهوم سازی و نهادسازی مفهومی از تمدن و فرهنگ ایرانی- اسلامی را دنبال کرده و سعی در هم شکستن افسانه سازی و تصویرسازی مخدوش از ایران دارد که ناامن کننده منطقه قلمداد شده است.

۵- **تصویر سازی ایران صلح جو:** ظریف به عنوان سخنگوی وزارت امور خارجه و نماینده ایران در مذاکرات با ۱+۵ با بهره گیری از ظرفیت توییتر توانسته بازنمایی تصویر از «خود» و «دیگری» در توییتماسی را ارائه دهد که ۳۲/۲ درصد برای تصویرسازی از ایران و ۲/۸ درصد برای تصویرسازی از آمریکا بوده است. او سعی در رواج تصویر قانونگرا و صلح جو از ایران داشته که حامی حقوق بین الملل، طرفدار حقوق بشر و صلح جو در منطقه و جهان است. ارائه تصویر قانونگرا و صلح جو ظریف بعد از خروج آمریکا نیز بر همین یافته تاکید دارد و به کارگیری توییتر در این مذاکرات بعد از خروج آمریکا بر درک همین و اثر توییتر در فرایندی دارد که به باور او صلح

تاثیر توئیت‌ر در فرآیند صلح‌سازی با مطالعه موردی مذاکرات برجام

۹۵ □

با ایران

ساز است. او درصدد بود تا در پاسخ به توئیت‌های مکرر پمپئو و ترامپ، حمایت حکومت و شهروندان و مقوله حمایت از ثبات در منطقه خاورمیانه را برجسته کند تا ایرانی را معرفی کند که خواهان صلح و ثبات در منطقه خاورمیانه است. نتیجه تحلیل گفتار توئیتهای از دیدگاه ظریف نشان می‌دهد که منطقه خاورمیانه، بیشتر از لفاظی‌های ستیزه‌جویانه، انباشت و رقابت تسلیحاتی، به‌گفتمان صلح‌خواهی درون منطقه‌ای نیازمند است. (علی‌امیدی؛ سعیده مرادی فر ۱۳۹۹)

تصویر از خود(ایران) در توثیت های ظریف

مفهوم	مقوله	کد	فراوانی
قانون گرا و صلح جو	قانونگرا (۴۰ کد)	پابندی به برجام	۲۲
		عدم تمایل به مذاکره مجدد	۶
		عدم قابلیت حمل تسلیحات هسته‌ای موشک‌ها	۶
		منع تسلیحات هسته‌ای	۶
	پشتوانه مردمی حکومت (۱۶ کد)	حمایت شهروندان از انقلاب اسلامی	۱۶
		عدم تمایل به جنگ	۶
	حامی ثبات در منطقه خاورمیانه (۳۲ کد)	مبارزه با تروریسم (داعش)	۵
		گفتمان صلح‌خواهی درون منطقه‌ای	۸
		ثبات و امنیت منطقه‌ای	۸
		جمع کل	۸۸

۶- تصویر سازی صلح توسط آمریکا: برای پاسخ گویی به پرسش محوری تحقیق و اینکه اهم ظرفیت ها در استفاده از توثیت در مذاکرات با ایران باید به سمت مقابل و تجزیه و تحلیل توثیت‌های پمپئو پرداخت و آن طور که یافته های ۸۵۹ کد استخراجی گویاست ، ۱/۸ درصد توثیت های آمریکایی ها برای تصویرسازی از ایران و ۲/۴ درصد برای تصویرسازی از آمریکاست که پمپئو در تصویر از خود به دنبال پررنگ کردن دو تصویر برای آمریکا بوده که عبارتند از آمریکای صلح‌طلب و خواهان مهار ایران. آن طور که در جدول و تحلیل محتواها از پژوهش علی امیدی و سعیده مرادی فر در ادامه مشاهده می‌شود، بخش عمده کدهای استخراجی به خواست صلح و ثبات در منطقه خاورمیانه ارجاع داشته است و اثباتی است بر مسئله این تحقیق که به دنبال بررسی آثار صلح سازی با نظریه قدرت فوکو و ارتباطات عمودی است. بدان معنا که هر دو طرف مذاکرات با رویکردی منشعب از نظریه قدرت به دنبال جریان سازی و انتقال مفاهیم و باورهای خود از دیگری و خود به جامعه آزاد و تعاملی بوده اند. هر دو سمت مذاکرات از فرایند صلح سازی دفاع کرده اند و در کنار خود جریان های مدافع را داشته اند.

تصویر از خود(امریکا) در توئیت های پمپنو

مفهوم	مقوله	کد	فراوانی
صلح طلب	خواهان دیپلماسی (۳۳کد)	خواهان بازگشت به میز مذاکره	۲
		عقب نشینی از برجام	۱
	تعهد به حقوق بشر (۱۸کد)	حامی مردم ایران	۱۱
مهار ایران	خواهان امنیت خاورمیانه (۶۴کد)	کمک های بشردوستانه به ایران و سوریه	۴
		کمک پزشکی به ایران در شیوع بیماری کرونا	۳
		حذف و کشتن ژنرال سلیمانی	۸
		تلاش برای شکست داعش	۳
		اتخاذ اقدامات تدافعی	۱۱
	ایجاد ائتلاف بین المللی علیه ایران (۴۵کد)	عدم تمایل به جنگ با ایران	۱
		حمایت از اسرائیل	۴
		خواهان صلح و ثبات در خاورمیانه	۷
		خواهان همکاری برای حفظ امنیت منطقه	۱۷
		حمایت از منافع و جان مردم آمریکا	۱۷
ایجاد ائتلاف بین المللی علیه ایران (۴۴کد)	ترغیب اتحادیه اروپا و شرکای ناتو برای نقش آفرینی در منطقه	۹	
	ایجاد ائتلاف بین المللی علیه ایران در جهان	۳۶	
	مقابله با رفتارهای بی ثبات ساز ایران (۹۳کد)	همکاری با سایر دولت های جهان برای مقابله با نفوذ بدخیم و زیان بار ایران در منطقه	۳۳
		خواهان تغییر رفتار ایران	۱۴
		تغییر رژیم ایران	۱
فشار حداکثری		۱۰	
تحریم های آمریکا علیه ایران		۲۱	
جمع کد	-	ممانعت از فروش نفت ایران	۹
		حمایت از تحریم های تسلیحاتی سازمان ملل	۶
		جمع کد	۲۲۳

محدودیت های صلح ساز توئیت ر در مذاکرات برجام با ایران :

بررسی دیگر در مسیر این تحقیق به محدودیت های توئیت ر برای فرآیند صلح ساز در مذاکرات برجام اختصاص دارد که با فرضیه دوم تحقیق در ارتباط و آن را باید در حیطه مذاکرات برجام بررسی کرد . برخی محورهای آن را اینگونه می توان لیست کرد:

۱- **ایجاد انحصار و تک صدایی:** قدرت گیری و تک صدایی ایجاد شده در کانال ارتباطی توئیت ر می توان در پژوهش سعیده مرادی فر با عنوان «سوشال تروث؛ راهی برای بازگشت ترامپ به توئیت ر» برجسته کرد که در باب اهمیت اخراج ترامپ از توئیت ر و نقش به کارگیری توئیت ر در فرآیند صلح سازی اشاره داشته و اهمیت جایگاه توئیت ر را بررسی کرده است. یک توئیت ترامپ به دلیل افزایش «خطر خشونت» باعث اخراج او شد و او حالا می خواهد با استفاده از توئیت ر در یک پلتفرم جدید وارد کاخ سفید شود.

۲- **محدودیت های توئیت ر فارسی:** هرچند از سال ۲۰۱۲ زبان فارسی به طور رسمی به زبان های توئیت ر افزوده شده اما داده های سایت استاتیک در سال ۲۰۲۱، نشان می دهد که از ۳۵۰ میلیون کاربر فعال سراسر دنیا، توئیت ر فارسی سالانه ۴۰ میلیون توئیت دارد. مطالعه «دیجیاتو» از توئیت های انجام شده توئیت ر فارسی در سال ۹۷ هم نشان می دهد که نسبت توئیت های سیاسی ۲۴,۴۷ درصد از توئیت هاست و تنها ۴,۸ درصد توئیت های

فارسی درباره برجام بوده است که رقمی معادل ۲۵ درصد کل توثیتهای سیاسی کشور را در فضای عمومی شامل شده است. یعنی بیشتر از ۵۷ درصد از توییت‌های سیاسی در دسته بندی «سایر» قرار می‌گیرند که مشخص نیست موضع سیاسی دقیقشان چه بوده است و به کدام طرف گرایش دارد. با این داده ها می توان به جایگاه ضعیف توییتر فارسی و ظرفیت های صلح ساز آن در مذاکرات برجام در میان انگلیسی زبانان و حتی فارسی زبانان تردید جدی داشت.

۳- **تحریک نفرت از دیگری:** همانطور که در محدودیت های توییتر در فرایند صلح سازی اشاره شد، بررسی کدهای تحلیلی توییت ها در دو سوی مذاکرات برجام موید این نکته است که ظریف و پمپئو به عنوان نمایندگان و وزرای امور خارجه کشور هایشان سعی در ایجاد تصاویر مختلف و اشاعه باورهای فردی خود در سیاست خارجی و دیپلماسی توییتی خود داشته‌اند که گامی در تحریک نفرت از دیگری بوده است. موضوع حائز اهمیت نوع تصاویری است که این دو فرد از خود و دیگری منعکس کرده‌اند و نشان می دهند که استفاده از توییتر در فرایند صلح سازی با توجه به نظریه تصویر سازی، با تردیدها و محدودیت های جدی روبرو است زیرا تفکرات هر جهت تفسیر مختلفی از صلح را ایجاد کرده است. همچنین هدف اصلی توییت‌های ظریف، در مقابل تصاویر «برهم زننده امنیت منطقه»، «نقض کننده حقوق بشر» تاکید بر نقش ایران به عنوان «امنیت ساز منطقه، پایبند به تعهدات بین‌المللی است و به این ترتیب از آمریکا مشروعیت زدایی می‌شود (سلیمی، و هابپور، ۱۳۹۷). ظریف در تصویرسازی از خود و دیگری، بیشتر سعی در تصویرسازی از آمریکای متجاوز منطقه‌ای داشته و پمپئو سعی در تصویرسازی بیشتر نقش آمریکا به عنوان منجی جهانی صلح. ظریف همواره سعی داشته و ظریف تصویری منفی از آمریکای متجاوز را بازنمایی می‌کند (امیدی، سعیدی، ۱۳۹۹)

۴- **محدودیت سازی طرفین مذاکرات ایران در توییتر:** موضوع دیگری که در یافته های این تحقیق و با استناد به کاستی‌های دیگر پژوهش ها می‌توان بدان اشاره داشت این موضوع است که با وجود فیلتر بودن توییتر در ایران، استفاده ایرانیان از این ابزار برای صلح سازی اندکی با ابهام روبروست. زیرا علاوه بر محدودیت های موجود در توییتر، جهان متمرکز و توییتر انگلیسی دلایلی هستند که توان ایرانیان در صلح سازی از مسیر توییتر را محدود ساخته است. توییتر با وجود شعار و فلسفه دنیای غیرمتمرکز، برای ایرانیان به صورت رسمی فعال نیست و ۲ مانع در مسیر کاربران فارسی زبان این ابزار ارتباطی در داخل ایران و خارج ایران وجود دارد که می توان به فیلتر بودن این ابزار برای عموم مردم ایران اشاره داشت که در کنار محدود سازی های زبان فارسی در این پلتفرم موانع این حوزه است که در فرایند صلح سازی و ایجاد فضاهای مثبت صلح سازانه ابهام وارد می‌سازد.

۵- **توئیت‌های طرفین برجام و کمک به درگیری:** بخش دیگری از یافته‌های این پژوهش را در مطالعه موردی مذاکرات برجام با ایران، می‌توان با استناد به داده‌های بخش یافته‌ها اینگونه مطرح کرد که در رفتار دیگر طرفین مذاکرات ایران و آمریکا و بررسی توئیت‌های وزیر خارجه انگلیس، فرانسه و آلمان در این بازه زمانی به فرایند صلح‌سازی کمی نکرده و گفتمانی را تئوریزه ساخته که صلح سوز بوده است. با اینکه این طرفین مذاکرات برجام تأکید داشته‌اند اما مدام از فرصت‌های برجام برای رسیدن ایران به سلاح هسته‌ای حرف می‌زدند که نوعی واگرایی نسبت به برجام و برهم خوردن صلح است. تأکیدات مکرر در نقاط مشترک با آمریکا، همگرایی با آن کشور را بازگو می‌کنند و به درگیری و صلح‌سوزی با ابزار قدرت توئیت‌ر می‌پردازند. حتی رفتار توئیت‌ر چین در میان گروه ۵+۱ که تنها کشوری است که صریح، تند و منتقدانه درباره آمریکا سخن می‌گوید نیز از موضع قدرت است و در مسیر کمک به درگیری تحرک دارد. توئیت‌های وزیر خارجه روسیه هم استراتژی کلی روسیه درباره برجام و همگرایی با برجام است اما کمی به فرایند صلح‌سازی ندارد و بیشتر در مسیر منافع محیطی خویش است. در مجموع آمریکا و کشورهای همراه با او، با توئیت‌ر سیاه‌نمایی علیه ایران و واگرایی نسبت به برجام را با کلید واژه خطر ایران هسته‌ای مطرح و ایران را مخد فرایند صلح‌سازی می‌داند و تلاش دارد با فشار حداکثری آمریکا را ناجی جهان جلوه دهد.

بحث و نتیجه‌گیری:

حال با بررسی موارد یاد شده در یافته‌های تحقیق و مرور داده‌ها طبق پرسش اصلی و فرضیات می‌توان اینگونه بحث کرد که دستاورد و تاثیر توئیت‌ر در فرایند صلح‌سازی قابل پذیرش است اما واکاوری توئیت‌های رد و بدل شده در فضای مذاکرات برجام نشان می‌دهد فرایند صلح‌سازی با این ابزار تقویت و همزمان تضعیف شده است. به نوعی می‌توان یافته‌ها را در دو سوی مثبت و منفی به عنوان ظرفیت‌ها و محدودیت‌ها تلقی کرد که نشان داده، به کارگیری توئیت‌ر آثاری در صلح‌سازی داشته اما مشروط به نوع دید و تحلیل است. در عمل نقش جدید این ابزار صلح‌نیز در یافته‌های دیگر محققان به خوبی مورد تأیید و تأکید واقع شده ولی همزمان به این معنی بوده است که خطرات مرتبط با آن نیز وجود دارد و درحین بهره‌گیری از این ابزار، اقدامات پیشگیرانه نیز ضروری است. مرور زمینه‌های گذشته، بازنمایی فرضیه قدرت را تأیید و نشان از توجه به ارتباطات عمودی در بین طرفین مذاکرات است. بررسی مطالعات پیشین مشخص می‌کند که دیپلماسی بازنمایی سیاست خارجی ایران در توئیت‌ر تغییرات فاحشی داشته که تلاش کرده بر فرایند صلح‌سازی موثر افتد و فرایندی که به کاهش تخاصم منجر شود را کنترل کند.

نتیجه‌گیری:

تحقیق حاضر به دنبال بررسی تاثیر توئیتر در فرایند صلح سازی اقدام به مطالعه موردی مذاکرات برجام با ایران کرد و در پاسخ به این پرسش که اهم ظرفیت ها و محدودیت‌های صلح سازی توئیتر در جریان مذاکرات ایران با 1+5 چه بود، ظرفیت های عمومی توئیتر در صلح سازی را برجسته به این مسئله توجه داشت که توئیتر اثری سازنده در فرایند صلح سازی داشته و مورد پذیرش است.

فرض ابتدایی آن بود که به دلیل ماهیت تعاملی توئیتر (دوسویه بودن) این ابزار به عنوان یار کمکی تیم مذاکره کننده ایران در حوزه مذاکرات برجام با ایران صلح ساز بوده است که با بررسی نتایج کمی و کیفی گردآوری شده توانستیم این فرضیه را تأیید کرده و اثبات کنیم که این ابزار یار کمکی ایران بوده است.

در بازه زمانی تحقیق، بررسی به کارگیری توئیتر در فرایند صلح سازی در حوزه برجام و مذاکرات با ایران نشان داد که هر دو سوی این مذاکرات در استفاده از این ابزار به خوبی آگاهی وجود داشته و توجه مناسبی به اصل موضوع برقرار بود. مقایسه ظرفیت ها و محدودیت ها با استناد به مبانی نظری پژوهش گویاست که ظرفیت های قابل توجهی برای انتقال قدرت و ارتباطات عمودی و تصویر سازی برای سیاسیون در جامعه هدف وجود داشت و در مسیر مذاکرات برجام گفتمان هر یک از طرفین به خوبی مخابره شد.

اما در این میان توجه بیش از حد به قدرت و اینکه توئیتر ابزار پروپاگاندای دو سوی میز مذاکره است، فرایند صلح سازی که همانا کاهش تخاصم و بهبود مستمر و دراز مدت دوستی است را با مخاطره مواجه ساخته و صدای صلح سوزی را هم بلند کرد.

در بررسی فرضیه دیگر و درحوزه استفاده از توئیتر که ایران محدودیت‌های فنی داشته و طرف‌های مذاکره کننده می‌توانستند صدای ما را در این حوزه محدود کنند، مستنداتی مبنی بر این موضوع داشتیم که از منظر امکانات فنی بعضی از معضلات به دلیل خودسانسوری و محدودیت های درونی کشور و فیلترینگ رخ داده و در صورت باز بودن این فضا برای عموم مردم هم نمی‌توانستیم جریان صلح سازی را از درون بدنه بزرگتری در جامعه داخلی ایران به جامعه بین المللی منتقل کنیم.

از سوی دیگر با تغییر دولت ایران پس از بازه زمانی این تحقیق و کاهش محسوس حضور دولتمردان جدید در فضای توئیتر نشان داد بخشی از مشکلات فنی و محدودیت‌ها درباره این ابزار از گذشته در بدنه سیاسی حاکمیت ایران وجود داشته و حتی در صورت عدم محدودیت از سوی طرفین مذاکرات، هم نمی‌توان این فرضیه را به طور قطع تأیید کرد که صدای ما در مجامع بین المللی محدود شده است.

زیرا ایران در بخش بسترها و محدودیت ها دچار تک صدایی بوده و نتوانسته از تمام ظرفیت ها بهره گیری کند و در عمل صدا و دست بالا با طرفین مذاکره کننده بوده که تلاش کردند بازنمایی صلح سازی از منظر خود را ایجاد و مورد پذیرش واقع شوند.

در نهایت با نگاهی به نظریه‌های قدرت، ارتباطات عمودی، تصویرسازی و فرضیه‌های موجود در پژوهش می‌توان گفت که اگر دست اندرکاران صلح بتوانند در نقاط قوت توئیتر سرمایه گذاری کنند و مکانیسم‌های کاهش خطر برای محافظت از روند صلح را به کار گیرند به واسطه تیم‌های میانجی آموزش دیده در اقدامات سایبری می‌توانند از پتانسیل روشن تقویت صلح توسط توئیتر بهره جسته و روی سیاست گذاران در هر دو سوی مذاکرات برجام موثر شوند.

پیشنهادات :

بنابراین پیشنهاد می‌شود تغییرات وضعیت جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها، دسترسی به اطلاعات بیشتر و راه‌های جدید گفت‌وگوی صلح، شکل دادن به روایت‌های درگیری و صلح و تنوع بخشیدن به مشارکت را برجسته سازی کرد. توصیه می‌شود تا آیین نامه رفتار در فرایند صلح سازی با ابزار توئیتر را به صورت متمرکز پیگیری کنند زیرا این قدم می‌تواند اقدام اعتماد ساز و نشان دهنده تعهد طرفین به روند صلح سازی باشد. بر این پایه می‌توان این موضوع را به عنوان پیشنهادی برای محققان دیگر در این حوزه مطرح کرد تا علاوه بر پر کردن خلاهای تحقیقات پیشین، روشنگر این مسئله شود که چگونه می‌توان زرمه‌های جنگ افروزان تازه را محدود ساخت.

منابع :

- «واکاو» مفهوم قدرت در نظریات میشل فوکو»، نوابخش مهرداد، کریمی فاروق، ۱۳۸۸
- «جدال دیجیتالی ایران و آمریکا» (مورد مطالعه محمد جواد ظریف و مایک پمپئو) علی امید، دانشیار روابط بین الملل، گروه علوم سیاسی، دانشگاه اصفهان: سعیده مرادی فر، دانشجوی دوره دکتری روابط بین الملل دانشگاه اصفهان، اصفهان، ۱۳۹۹
- نقش فناوری‌های جدید در ایجاد صلح، تمرکز موضوعی مجمع صلح و توسعه استکهلم ، ۲۰۲۱
- مرزهای جدید در ایجاد صلح: نقش رسانه‌های اجتماعی دکتر سیمون بنس مدیر محتوای انجمن صلح و توسعه استکهلم و محقق در SIPRI، ۲۰۲۰
- «سوشال تروث؛ راهی برای بازگشت ترامپ به توئیلماسی» سعیده مرادی فر ۱۳۹۸
- «دیپلماسی توئیتری ایران در سال خروج آمریکا از برجام یک گام به پیش» زهرا نژاد-بهرام نازنین ملکیان سروناز تربتی ۱۴۰۰
- <https://www.international-alert.org/publications/realising-potential-social-media-tool-building-peace>

-
- <https://digiato.com/wp-content/uploads/2019/05/02.jpg>
 - Procedia - Social and Behavioral Sciences محمد فیض کسمانی و همکاران دانشکده فناوری چند رسانه ای و ارتباطات، ۲۰۱۴ دانشگاه اوتارا مالزی



شماره مجوز ارشاد: ۸۸۲۲۲

ارتباطات عامه‌ی پناهجویان لهستانی با جامعه ایران

سعید هاشمی^۱

چکیده

در عصر ارتباطات و روزگار مُدرن، جنگ یکی از واژه‌های بسیار معمول و آشنایی است که همه ما با آن به نحوی درگیر هستیم و با تبعات منفی و نتایج تلخ آن که به نوعی بر روی جریان‌ات کلی، روابط عمومی افراد میان جوامع میهمان و میزبان و همچنین سبک زندگی مردم بطور مستقیم، غیر مستقیم و ملموس تأثیر گذار بوده، بیگانه نیستیم.

این پژوهش با هدف بررسی تأثیرات جنگ جهانی دوم بر ارتباطات بین‌المللی، جغرافیای سیاسی، عوامل اقتصادی و مولفه‌های اجتماعی و فرهنگی کشورهای درگیر، با محوریت موضوعی ایران و لهستان صورت گرفته است. وضعیت کشورهای مذکور در آستانه جنگ از جهات مختلف و تأثیرات برجامانده از تبعات جنگ در طول مدت درگیری و همچنین سنوات متمادی گذشته از آن واقعه برای نگاه عمیق و ژرف به این موضوع، مورد نظر قرار گرفت. با توجه به سوالات مورد نظر، این پژوهش از روش تحقیق علمی- مروری سود جست و با تأکید بر نظریه داده بنیاد^۲ به انجام رسیده است.

برای بررسی اتفاقات و ارزیابی رویدادهای شکل گرفته حین و بعد از واقعه، نتایج حاصله در جامعه آماری و همچنین پاسخگویی به سوالات اساسی پژوهش، کار جمع آوری اطلاعات از طریق روش‌های علمی: بررسی و مطالعه کتابخانه‌ای-اسنادی و نیز مصاحبه با برخی لهستانی‌ها^۳ صورت گرفت. نظر به وجود سوالات مورد نظر در پژوهش، اهمیت و ضرورت بررسی موردی و مقایسه میان برخی منابع موجود و

^۱ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، کارشناس لهستان و کشورهای حوزه

بالتیک

^۲ Grounded theory

^۳ در خلال همایش "در جستجوی خانه دوم" ویژه هفتاد و پنجمین سالگرد مهاجرت لهستانی‌ها در جنگ جهانی دوم به ایران، با حضور و سخنرانی خانم آنا ماریا آندرس معاون نخست وزیر جمهوری لهستان، سی ام آبان‌ماه ۱۳۹۶، تالار فردوسی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران.

همچنین کاوش علمی در جریان این اتفاق تاریخی و بر اساس رویکرد تاریخ‌گرایی^۱، احساس شد.

با در نظر گرفتن تاریخچه مذکور و بررسی نظریات اندیشمندان صاحب‌نظر در حوزه ی آینده‌نگری جنگ‌ها مبتنی بر وجود حس "خوش‌بینانه" و "بدبینانه" در جامعه مدرن امروزی، نتایج حاصل از ترسیم وضعیت فعلی حاکم بر فضای مناسبات جهانی میان کشورهای ابرقدرت و کشورهای پیرامونی، محقق را بر این نظر استوار ساخت که توسعه اقتصادی و صنعتی کشورهای سرمایه‌دار نه تنها موجب کاهش و نابودی جنگ‌های ویرانگر نگشته است بلکه از سویی دیگر با پیشرفت علوم صنعتی و فنی برای ساخت تجهیزات نظامی و همچنین وجود نگاه‌های سیاسی استبدادی این حکومت‌ها، موجب ایجاد و گسترش جنگ‌های بیشتر گرم، سرد و نرم در دوران مدرنیته نیز شده است که نتایج مذکور از منظر علمی نیز با نظریات اندیشمندان همچون سن‌سیمون و آگوست کنت مبنی بر وجود حس خوش‌بینانه برای پایان جنگ‌ها با پیشرفت و توسعه اقتصادی جوامع در دوران مدرن و صنعتی، به طور معناداری متفاوت است. وازگان کلیدی: جنگ‌های جهانی، متفقین، لهستان، ایران، ارتباطات.

مقدمه

جهان اجتماع و انسان، جهانی ذاتاً بی‌شکل و بی‌معنی است و به وسیله ارتباطات و گفت‌وگوهای مسلط در هر عصری معنا و شکلی خاص می‌گیرد و محدود و محصور می‌شود. اجتماع و انسان به طور بالقوه قابل‌ظهور در اشکال گوناگونی است و گفت‌وگوهای مسلط در هر دوره به تحقق و ظهور متعین یکی از آن اشکال می‌انجامد.

این دیدگاه در مقابل همه دیدگاه‌هایی قرار دارد که برای جهان اجتماع و انسان خصیلتی تغییرناپذیر، از پیش شکل‌گرفته، تحقق‌یافته و عینی تصور می‌کنند و تحولات در آن را محصول کنش‌ها و واکنش‌های عینی در همان حوزه می‌دانند.

در دنیای ارتباطات، جنگ به مثابه یک پدیده اجتماعی قلمداد می‌شود و جامعه بشری از گذشته تاریخ، شاهد جنگ‌های فراوانی بوده است. امپراتوری‌های بزرگ، اغلب گسترش مرزهای جغرافیایی حاکمیت خود را با پیروزی در جنگ‌ها و فتوحات قابل‌تفاخرشان تعیین می‌کردند. هر یک از این جنگ‌ها دارای علل و یا منشاء خاص تاریخی، نژادی، مذهبی و یا قومیتی بوده‌اند که با توجه به نوع و دلایل بروز آن‌ها، دارای تبعات و آثار فراوان و مخربی بوده‌اند. از پیامدهای آغاز جنگ، از هم‌گسیختگی اجتماعی، تلفات انسانی و نیز ایجاد بحران‌های سیاسی، اقتصادی و حتی فرهنگی برای ملت‌ها است.

جنگ‌های معاصر از جنبه‌های مختلف قابل‌بررسی هستند و در بسیاری ابعاد با جنگ‌های دور تاریخی دارای تفاوت هستند. جنگ‌های جهانی اول و دوم در زمره ی این جنگ‌های معاصر ویرانگر می‌باشند.

جنگ جهانی دوم در پی جنگ بزرگ اول، به عنوان خونین‌ترین درگیری انسان در طول تاریخ بشریت با بیش از هفتاد میلیون کشته، کشورهای زیادی را درگیر خود کرد.

این جنگ^۱ به عنوان دومین جنگ فراگیر، از سپتامبر ۱۹۳۹ آغاز و تا اوت ۱۹۴۵ به طول انجامید که علاوه بر اروپا، بخش‌های گسترده‌ای از قاره آسیا و آفریقا را تحت تأثیرات مخرب عمده قرار داد. کشور ایران نیز از این جنگ مصون نماند و علی‌رغم اعلام بی‌طرفی، در شهریور ماه ۱۳۲۰ از سوی ارتش شوروی و بریتانیا مورد حمله هوایی و زمینی واقع و شهرهایی از آن اشغال شد. جنگی خانمان سوز میان نیروهای متحدین (آلمان، ایتالیا و ژاپن) و متفقین (انگلیس، فرانسه، آمریکا و شوروی) که از لحاظ وسعت جغرافیایی، قدرت تخریب منابع انسانی و طبیعی بی‌همتا بوده است.

از مهمترین علل اصلی آغاز جنگ جهانی دوم، وجود اشتباهات در عهدنامه ورسای (۷ مه ۱۹۱۹) بود که ظاهراً به جنگ جهانی اول پایان داده بود. (مرادی، ۱۳۹۸) همچنین پیامدهای بحران اقتصادی سال ۱۹۲۹ و از همه مهم‌تر رقابت سیاسی فاشیسم و دموکراسی‌های غربی و مارکسیسم. عامل اخیر چنان در جنگ جهانی دوم مؤثر بود که نبرد میان کشورهای درگیر، به شکل بی‌سابقه‌ای، عموم مردم را به قلمرو جنگ کشاند، به طوری که در پایان جنگ جهانی دوم تعداد کشته‌شدگان نظامی و غیرنظامی تقریباً با هم برابری می‌کرد. عامل بسیار مهم دیگر رقابت کشورهای اروپایی بر سر مناطق استعماری بود، زیرا سرمایه و صنعت به بازارهای مصرف و نیروی کار ارزان نیاز داشت.

آغاز گر جنگ‌های جهانی اول و دوم کشورهای قدرتمند اروپایی بودند و با بررسی جنبه‌های کلی آن می‌توان دریافت که ریشه اصلی این جنگ‌ها، منشاء دینی و مذهبی نداشته‌اند و در طول دوران جنگ‌ها نیز ظاهر مذهبی به خود نگرفته‌اند، چرا که طرف‌های درگیر در این دو جنگ در قالب اندیشه‌های ناسیونالیستی، لیبرالیستی و سوسیالیستی رفتار خود را توجیه کرده‌اند. لذا می‌توان بیان کرد که این دو جنگ، ریشه در فرهنگ غرب داشته‌اند.

بیان مسأله

براساس این مقدمه نظری، گفتمان‌ها و ادوار تاریخی جامعه‌شناسی سیاسی به چهار گفتمان تقسیم می‌شود: ۱- گفتمان و عصر جامعه فعال و دولت منفعل (قرون ۱۸ و ۱۹) ۲- گفتمان جامعه فعال و دولت فعال (اواخر قرن ۱۹ تا جنگ اول) ۳- گفتمان جامعه منفعل و دولت فعال (دوران بعد از جنگ دوم تا اواخر دهه ۱۹۸۰) ۴- گفتمان جامعه فعال و دولت منفعل (دوران معاصر). (بشیریه، ۱۳۷۸)

با این همه جنگ‌های اول و دوم موجب بروز اتفاقات و تقسیم‌بندی‌های بسیار مهمی در عرصه بین‌الملل و ادامه منازعات قدرت‌های بزرگ جهانی شدند تا جایی که بعد از جنگ دوم صلحی پایدار برقرار نگردید و جنگ بر متفقین دیروز سایه انداخت.

تقسیم‌بندی‌های جدید ژئوپلیتیکی در قالب بلوک شرق و غرب که هر یک بخشی از جهان را زیر نفوذ خود قرار دادند، تحت عنوان جنگ سرد و متأثر از دکترین ترومن در سال ۱۹۴۷م بروز کرد و تا زمان فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی در سال ۱۹۹۱م ادامه داشت که در کنار ادامه جنگ‌های گرم پیرامونی بین مناطق درگیر، اقتصاد کشورهای صنعتی یعنی اقتصاد وابسته به تسلیحات نظامی نیز رونق یافت. (رادوسویک، ۲۰۱۸)

¹ <http://www.iiketab.com/ebook/ebook181>

از مهمترین تبعات جنگ سرد که هم اکنون کشورهای ابر قدرت جهانی و هم پیمانانشان با آن دست و پنجه نرم می کنند، فروپاشی جمهوری سوسیالیستی یوگسلاوی و اتحاد جماهیر شوروی بود. در پی این تجزیه های جغرافیایی و تولد کشورهای مستقل، باز هم شاهد ظهور و بروز جنگ های مستقل و یا نیابتی در مناطق حساسی مانند حوزه ی بالکان بوده و هستیم و شاید بتوان به جنگ و نسل کشی دهه نود میلادی در بوسنی و هرزگوین به عنوان یک نمونه قابل اعتناء اشاره کرد.

با توجه به ذکر این موارد و برشماری برخی از تبعات و نتایج جنگ های جهانی که هر کدام تأثیرات مشخص، مستقیم و یا غیر مستقیم بر وضعیت و مناسبات جامعه جهانی معاصر داشته و همچنین با توجه به نظریات و آراء جامعه شناختی برخی اندیشمندان این حوزه، در این پژوهش تلاش بر این است تا به بررسی و بازخوانی اتفاقات و وقایع مربوط به علل ایجاد و تبعات جنگ های جهانی اول و دوم با محوریت موضوع مطالعه بر درگیری کشور لهستان با این جنگ و یکی از تبعات آن که تبعید اسیران و آوارگان لهستانی به سایر مناطق جغرافیایی و نهایتاً ورود عده قابل توجهی از آنان در کشور ایران است، بصورت علمی-مروری پرداخته شود.

در واقع این پژوهش در راستای فهم این مطلب است که تبعات وقایع و رخدادهای بزرگ سیاسی-نظامی همچون جنگ های جهانی تا چه میزان در رفتار و نگرش سیاسی امروز ابرقدرت های جهانی با سایر کشورهای پیرامونی تأثیر گذار است؟ و یا اینکه جمعیت مهاجر آواره و یا پناهجویان در دیگر جوامع میزبان چه تأثیری را برجای می گذارند؟ نوع مناسبات و سطح روابط کشورهای درگیر جنگ و مناطق پیرامونی شان، متأثر از آن وقایع دوره ی جنگ در حال حاضر چگونه است؟ از ارتباطات عمومی که میان پناهجویان با بسترهای گوناگون جوامع میزبان حاصل می شود، چگونه و چه نوع بهره برداری های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی می توان کرد؟

پیشینه تحقیق:

ارتباطات عامه - روابط عمومی

روابط عمومی در تعریف، بر مجموعه ای از کنش های هدفمند دلالت دارد که در راستای شناساندن سازمان به جامعه و شناسایی جامعه برای سازمان اعمال می شوند و این کنش ها منطبق با ارزش های سازمانی و در جهت تحقق اهداف ترفیعی سازمان در جامعه در قالب فعالیت های اطلاع رسانی، تبلیغاتی، تحقیقاتی، اطلاع یابی خود را نشان می دهند. از این رو می توان گفت: پارادایم مسلط بر مجموعه فعالیت های اصلی روابط عمومی از آن فرایند ارتباط است؛ اعم از ارتباط با درون یا بیرون از سازمان و در دنیای امروز هر چه این ارتباط تعاملی تر باشد از مقبولیت بیشتر برخوردار و به هدف نزدیک تر است. به عبارتی، ماهیت وجودی روابط عمومی به عامل ایجاد ارتباط و ایفای نقش پل واره آن باز می گردد و کارکردهای اطلاع رسانی، تحقیقاتی انتشاراتی، تبلیغاتی و ... آن در سایه همین ارتباط هویت می یابند و قابل اجرا می شوند. از این رو هر آنچه فرایند ارتباط را متأثر سازد بر ساختار، نحوه عمل و برنامه های روابط عمومی هم اثرگذار خواهد بود. ساده ترین تجسم از ارتباط، پیوستاری است که در یک طرف آن پیام رسان و در دیگر سو مخاطب قرار دارد و ابزارهای ارتباطی، محمل هایی هستند که مأموریت انتقال پیام و باز خورد آن را برای ساکنان دو سر پیوستار برعهده دارند. حال سخن

اینجاست که با بروز و ظهور تغییرات چشمگیر و فزاینده در عرصه فناوری های ارتباطی و ظهور رسانه جدید، وضعیت تأثر روابط عمومی از این تحولات چگونه است. روابط عمومی، تلاشی است طرح‌ریزی شده به منظور درک متقابل بین سازمان و عامه. در اینجا منظور ما از عامه، هم به طور عموم یعنی افکار عمومی یک جامعه و هم به صورت خاص به معنای مخاطبانی است که تعریف مشخصی دارند. بدیهی است این تلاش در جهت درک بیشتر و رسیدن به تفاهم است. براساس تعریفی که مورد قبول همه است، روابط عمومی، تلاشی است طرح‌ریزی شده به منظور درک متقابل بین سازمان و عامه. در اینجا منظور ما از عامه، هم به طور عموم یعنی افکار عمومی یک جامعه و هم به صورت خاص به معنای مخاطبانی است که تعریف مشخصی دارند. بدیهی است این تلاش در جهت درک بیشتر و رسیدن به تفاهم است.

تعریفی که طی چند سال گذشته بیشتر بر آن تکیه می‌شود، نیز این است که: روابط عمومی یعنی خوشنامی. یا به عبارتی کسب شهرت برای یک سازمان که براساس گفته آقای فرانک جفکینز^۱ که یکی از صاحب‌نظران این حوزه از انجمن روابط عمومی انگلیس است، کار روابط عمومی این است که دشمنی را به همدلی تبدیل می‌کند و به جای اینکه مردم در مورد سازمان پیش قضاوت کنند، کاری می‌کنیم که سازمان ما را بپذیرند. اعتقاد وی بر این است که بی‌اشتهایی را به علاقه تبدیل می‌کند و خلاصه اینکه بی‌توجهی را به دانش تبدیل می‌کند. یعنی روابط عمومی کاری می‌کند که در جامعه، افراد، حالت بی‌تفاوتی نداشته باشند. البته کار روابط عمومی این نیست که دشمنی را زیاد کند، چون گفتیم دشمنی را به همدلی تبدیل می‌کند. اگر این تعریف را از روابط عمومی بپذیریم، تعریفی هم باید از کمپین بدهیم. در فارسی سه واژه برای کمپین داریم که هر کدام در جایی کاربرد دارد. یکی پیکار است که در گذشته‌های دور هم می‌گفتند پیکار با بی‌سوادی و ایران جزء یکی از کشورهای بود که در سال ۱۳۴۹ میزبان سازمان بین‌المللی مبارزه با بی‌سوادی بود. سازمانی هم که این کنفرانس را در تهران برگزار کرد، انجمن روابط عمومی ایران در آن زمان بود. یکی دیگر، واژه مبارزه است که در فارسی دو مفهوم دارد. یکی به مفهوم مبارزه قلمی است که در حقیقت همان کمپین است. به‌عنوان مثال برای بیماری‌ها و حوزه بهداشت کلمه مبارزه را به‌کار می‌بریم و در عرصه سیاست بیشتر از واژه کارزار استفاده می‌کنیم. کارزار انتخاباتی، کارزار ارتباطی، کارزار رسانه‌ای که هر کدام از اینها در عرصه سیاست، معنادار است.

مرور تاریخی جنگ های جهانی اول و دوم

جنگ جهانی اول که با نام‌های جنگ بزرگ و جنگی برای پایان همه جنگ‌ها نیز شناخته می‌شود، جنگی جهانی بود که از ۲۸ ژوئیه ۱۹۱۴ تا ۱۱ نوامبر ۱۹۱۸ میلادی رخ داد و در پی آن سربازان بسیاری برای جنگ تجهیز شدند و مناطق بسیاری از جهان درگیر جنگ گشتند. تلفات جنگ جهانی اول تا آن زمان در تاریخ جنگ‌های جهان بی‌سابقه بود. در این جنگ برای نخستین‌بار از سلاح‌های شیمیایی استفاده و به گونه‌ای انبوه مناطق غیرنظامی بمباران هوایی شد. در پی ترور آرشیدوک فرانکس فردیناند، ولیعهد امپراتوری اتریش-مجارستان در ۲۸ ژوئن ۱۹۱۴ توسط ملی‌گرای صرب،

گاوریلو پرنسیپ، در سارایوو، اتریش-مجارستان جهت انجام چندین خواسته به صربستان ضرب‌الاجل فرستاد و به دنبال برآورده نشدن آن‌ها این کشور را مورد حمله قرار داد. امپراتوری روسیه به عنوان متحد سنتی صربستان، دست به بسیج نیروهای خود زد که موجب نگرانی امپراتوری آلمان متحد اتریش-مجارستان شد. آلمان برای جلوگیری از یک جنگ دو طرفه به متحد روسیه یعنی فرانسه حمله کرد. برای سرعت بخشیدن به روند حمله به خاک فرانسه، ارتش آلمان برای دور زدن خط دفاعی این کشور، طرح اشلیفن را اجرا کرد که به موجب آن نیروهای آلمانی از خاک بلژیک برای حمله به فرانسه عبور می‌کردند. تجاوز آلمان به خاک بلژیک باعث شد امپراتوری بریتانیا نیز به عنوان ضامن استقلال این کشور، به آلمان اعلان جنگ دهد. با ورود تدریجی متحدین دو طرف، مدت‌ها هیچ‌یک از دو سو نتوانستند به پیروزی مهمی دست یابند و جنگ چهار سال به درازا انجامید و نزدیک به ۱۰ میلیون نفر کشته برجای گذاشت. سرانجام با پیروزی متفقین و پایان جنگ در سال ۱۹۱۹ میلادی، با برگزاری کنفرانس صلح پاریس، معاهده‌های جداگانه‌ای امضاء شد که توان بسیار سنگینی بر شکست‌خوردگان جنگ تحمیل کرد.

جنگ جهانی اول از برجسته‌ترین رخدادهای تاریخ بشر است و به گونه مستقیم و غیرمستقیم نقش بزرگی در تعیین تاریخ سده بیستم داشته‌است. این جنگ پایان چندین نظام پادشاهی در اروپا را رقم زد و مایه نابودی چهار دودمان پادشاهی هابسبورگ در اتریش، هوهن‌تسولرن در آلمان، آل عثمان در امپراتوری عثمانی و رومانوف در روسیه شد. بیشتر تاریخ‌نگاران باور دارند که شکست دیپلماسی پس از جنگ و تحمیل غرامت‌ها و مجازات‌های تحقیرآمیز بر اساس پیمان‌هایی چون پیمان ورسای بر آلمان و دیگر دول شکست‌خورده، مایه پرورش جنبش‌هایی چون نازیسم و زمینه‌ساز آغاز جنگ جهانی دوم شد. همچنین نادیده گرفتن ایتالیا و ژاپن از سوی قدرت‌های بزرگتر در تقسیم غرامت‌ها، از دلایل رشد فاشیسم در ایتالیا و حمله ژاپن به منچوری دانسته می‌شود. این جنگ همچنین زمینه را برای انقلاب روسیه مهیا ساخت؛ امری که بر آینده جهان تأثیر گذاشت و به انقلاب‌های سوسیالیستی دامن زد و از سویی زمینه‌ساز تبدیل شوروی به یک ابرقدرت جهانی شد که آغاز جنگ سرد با ایالات متحده را در پی داشت.

در غرب آسیا با انحلال امپراتوری عثمانی، کشور نوینی به نام ترکیه پایه‌گذاری و قیمومیت موقت مناطق عرب‌نشین تحت حکومت عثمانی تا زمان استقلال آن‌ها به بریتانیا و فرانسه سپرده شد. با فروپاشی امپراتوری اتریش-مجارستان، در اروپای مرکزی کشورهای چکسلواکی و یوگسلاوی پدید آمدند و لهستان با پیوند بخش‌هایی از خاک سه امپراتوری آلمان، روسیه و اتریش-مجارستان، استقلال خود را پس از دو سده بازیافت.

پیامدهای جنگ جهانی اول

جنگ جهانی اول، چهار امپراتوری را نابود ساخت، امپراتوری آلمان تاج و تخت را از دست داد و دولت جمهوری جایگزین آن شد. امپراتوری‌های شکست‌خورده اتریش-مجارستان و امپراتوری عثمانی هر دو از هم گسیختند و امپراتوری روسیه نیز به دست انقلابی‌های بلشویک افتاد. بر خلاف کنگره وین که کشورهای فاتح توانستند نظمی جهانی بر اساس توازن قوا به پشتوانه کنسرت اروپا به وجود بیاورند، کنفرانس ورسای در دست یافتن به توافقی عام و ایجاد بنایی پایدار برای صلح جهانی ناموفق بود. گرچه تلاش

ویلسون برای ایجاد جامعه ملل، نوید صلحی پایدار بر اساس امنیت دسته‌جمعی را می‌داد، ولی از آنجا که توافق فاتحان عمیق و همه‌جانبه نبود بلکه مصلحتی موقتی به‌شمار می‌رفت سیستم امنیت دسته‌جمعی نیز جز در سال‌های ۱۹۲۵-۱۹۳۰ برقرار نشد، به ویژه که خود ایالات متحده نیز در آن نقشی نداشت. جنگ جهانی اول ابعاد جدیدی به نقش دولت‌ها بخشید. تا قبل از سال ۱۹۱۴ دولت‌ها نقش حداقلی در اداره کشورها داشتند و دولت خوب دولتی در نظر گرفته می‌شد که کمترین مداخله را در زندگی شهروندان خود داشته باشد. در سال ۱۹۱۶ م ملی‌گرایان ایرلندی در دوبلین واقع در ایرلند، قیام عید پاک را ترتیب دادند. این شورش با شکست مواجه شد، اما موج مخالفت‌های گسترده علیه حکومت بریتانیا در ایرلند را به راه انداخت. در سال ۱۹۱۹ مجلس ایرلند، حکومت این کشور را «جمهوری» اعلام کرد، و متعاقب آن ۳ سال جنگ بین ارتش جمهوریخواه ایرلند و بریتانیا در گرفت. در سال ۱۹۲۹ ایرلند جنوبی، به عنوان دولت آزاد ایرلند به استقلال واقعی رسید. شش استان در شمال ایرلند جزء پادشاهی انگلستان باقی ماندند که هم‌اکنون با نام ایرلند شمالی شناخته می‌شوند.

وضعیت اقتصادی آلمان پس از جنگ جهانی اول بسیار وخیم شد و نرخ تورم بسیار بالا رفت. در سال ۱۹۲۳، هنگامی که نیروهای فرانسه و بلژیک برای وادار کردن آلمان به پرداخت غرامت جنگی وارد منطقه رور شدند، دولت در اقدامی میهن‌پرستانه، مردم را به مقاومت منفی دعوت کرد. چون افزایش مالیات‌ها مورد پسند عامه نبود، دولت به وسیله چاپ اسکناس از کارگران کارخانه‌ها و خانواده‌های آن‌ها حمایت کرد و در همان حال، اجازه داد اعتبارات بانکی با نرخ بهره بیشتری عرضه شود. در اوج تورم حاصل از این اقدامات، بیش از ۳۰ کارخانه کاغذسازی و ۱۵۰ چاپخانه و دو هزار ماشین چاپ به‌طور شبانه‌روزی برای برآوردن نیاز به پول کار می‌کردند؛ ولی این تدبیرها نیز با شکست مواجه شد، زیرا مقدار پول در گردش از سرعت افزایش قیمت‌ها کمتر بود. اسکناس‌هایی که به مقدار فراوان و با مبلغ اسمی ده‌ها هزار مارک چاپ شده بود، قبل از این که از چاپخانه خارج شود، مجدداً زیر ماشین چاپ می‌رفت و مبلغ اسمی آن به ارقام میلیونی تبدیل می‌شد. کارگران دستمزدهای خود را با کیسه‌های خرید و حتی گاه با چرخ دستی پر از پول و آن هم روزی دو بار دریافت می‌کردند، دستمزد صبح فقط صرف ناهار ظهر می‌شد، زیرا بیم آن می‌رفت نرخ ارز که بعدازظهر اعلام می‌شد، تغییر کند و قیمت‌ها باز هم افزایش یابد. هنگامی که بهای زغال‌سنگ به میزان سرسام‌آوری افزایش یافت، برخی از مردم دستمزدهای بعدازظهر را به جای زغال‌سنگ در اجاق آشپزخانه می‌سوزاندند. سرانجام کار به جایی رسید که با یک دلار آمریکا می‌شد ۴ تریلیون و ۲۰۰ میلیارد مارک آلمان خریداری کرد.

در دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ م بسیاری از کشورهای اروپایی از دموکراسی دست کشیدند. حزب نازی هیتلر در آلمان به قدرت می‌رسد و فاشیست‌های موسولینی بر ایتالیا حکومت می‌کنند. در ابتدا بریتانیا و فرانسه کوشیدند با این رهبران سازش کنند. آن‌ها عاقبت در سال ۱۹۳۹ در برابر تهاجم هیتلر ایستادند و اروپا به جنگ جهانی دوم کشیده شد.

ایران در جنگ جهانی اول

جنگ جهانی اول هم‌زمان با حکومت احمد شاه قاجار بود و دولت مشروطه ایران ضعیف‌ترین دوران خود را می‌گذراند. علی‌رغم اعلام بی‌طرفی دولت ایران، نیروهای متخاصم از جنوب و شمال وارد ایران شدند. بر اثر آغاز جنگ جهانی اول و اشغال ایران توسط بریتانیا و روسیه و خرید آذوقه مردم ایران توسط ارتش بریتانیا و شروع قحطی بزرگ ایران ۱۹۱۷-۱۹۱۹ عده زیادی از مردم ایران (تقریباً ۴۰ درصد مردم ایران، به عبارت دیگر ۸ تا ۱۰ میلیون نفر از جمعیت ۲۰ میلیون نفری آن زمان ایران) به کام مرگ فرورفتند. در این میان طایفه ای در غرب کاندرلند برای مبارزه با این قحطی به پا خواسته و در میانه راه و قبل از رسیدن به مرکز ایران بر اثر توطئه یکی از نزدیکان خود بنام کاظم افندی راه خود را کج و به سوی تبریز شتافتند و پس از چندی مبارزه عاقبت توانستند در این شهر سکنی گزیده و در کنار مردم به مبارزه با قحطی بپردازند.

روس‌ها تا قزوین پیش رفتند. با احتمال سقوط تهران، مجلس از اکثریت افتاد و منحل شد زمانی که در سال آغازین جنگ جهانی اول در حدود ۱۲۹۳ هجری شمسی، روسیه به ایران برای اخراج مورگان شوستر اولتیماتوم داد و قوای این کشور وارد ایران شدند و تا رباطکریم آمدند و به قوای کمیته دفاع ملی تحت رهبری حیدر لطیفیان حمله کردند. در نتیجه آن حیدر لطیفیان فرمانده و از رهبران مشروطیت تهران به همراه ۷۰ نفر دیگر ایرانی کشته شده و سرهایشان بریده شد. به گفته افراد محلی تنها جسد قابل تشخیص برای حیدر بود. با این وجود، قشون روس از منقرض ساختن حکومت قاجار دست کشیدند.

در جنوب ایران مردم محلی در چند نوبت با قوای انگلیس درگیر شدند که از مهم‌ترین نبردهای جنگ جهانی اول در ایران می‌توان به مبارزه و مقاومت زایر خضرخان اهرمی (تنگستانی) ملقب به امیر اسلام حاکم تنگستان، شیخ حسین خان چاه کوتاهی دلیر مرد آزادی‌خواه جنوب ایران و رئیس علی دلواری، خالو حسین دشتی از دلیران تنگستان و ملا علی تنگستانی از علمای جنوب در استان بوشهر و نبرد جهاد در خوزستان و مبارزه سرسختانه و سرنوشت ساز ترکان قشقایی به رهبری صولت الدوله قشقایی و مقاومت‌های ناصر دیوان کازرونی و آیت الله سید عبدالحسین لاری اشاره کرد. جمعی از رجال از قم به اصفهان و سپس اراک و بالاخره به کرمانشاه رفتند و عاقبت در آنجا قوای گارد ملی ترتیب دادند و حکومت موقتی دولت ملی به ریاست نظام السلطنه (رضا قلی خان مافی) تشکیل گردید. پس از سقوط بغداد اعضاء دولت موقتی دولت ملی و جمع بسیاری از ایرانیان به استانبول رفتند.

در غرب ایران و کردستان نیز ناآرامی‌هایی به وجود آمد. مشایخ نقشبندی در کردستان به فرماندهی شیخ محمد علی حسام الدین نقشبندی و طایفه سراج الدین و سلطان سنجر به قیام علیه ارتش روس برخاستند و توانستند در اطراف سنندج و منطقه مابین اورامانات و کامیاران و سنقر ارتش روسیه را شکست دهند. این پیروزی‌ها در حال گسترش بود که با کشته شدن سلطان سنجر این ناآرامی‌ها به سرعت خاموش شد.

جنگ جهانی دوم که دومین جنگ جهانی بین سال‌های ۱۹۳۹ تا ۱۹۴۵ بود که بیشتر کشورهای جهان از جمله قدرت‌های بزرگ در آن دخیل شدند. نیروهای تقابلی‌گر در قالب دو اتحاد نظامی در برابر هم قرار گرفتند و با این دو اتحاد نظامی، یک جنگ تمام‌عیار به راه انداختند که در اثر آن، بیش از صد میلیون نفر در بیش از ۳۰ کشور جهان درگیر شدند. بیشتر شرکت کنندگان در این جنگ، تمام قدرت اقتصادی، صنعتی و توانایی‌های

علمی‌شان را در جهت پشتیبانی نظامی بسیج کردند. با حدود ۷۰ تا ۸۵ میلیون کشته این جنگ به مرگبارترین درگیری نظامی در طول تاریخ بشریت تبدیل شد. تلفات ناشی از بمباران‌های راهبردی، قحطی، بیماری و درگیری افزارهای هسته‌ای و هولوکاست در آمار خسارت انسانی جنگ جهانی دوم شمرده می‌شوند.

عموماً تاریخ آغاز جنگ جهانی دوم ۱ سپتامبر سال ۱۹۳۹ و یورش آلمان به لهستان که در نتیجه آن فرانسه و بریتانیا به آلمان اعلام جنگ کردند، دانسته می‌شود. آلمانی‌ها توانستند تا میانه سال ۱۹۴۱ با مجموعه‌ای از حملات نظامی و معاهدات، بر بخش زیادی از اروپا چیره شود. پس از سقوط فرانسه در اواسط سال ۱۹۴۰ و بروز نبردهای آفریقای شمالی و شرقی، جنگ عملاً برای مدتی میان نیروهای محور و بریتانیا صورت می‌گرفت. عملیات بلیتس و نبرد آتلانتیک در همین دوران به وقوع پیوست. ۲۲ ژوئن سال ۱۹۴۱ نیروهای محور در جریان عملیات بارباروسا تهاجم گسترده‌ای علیه اتحاد شوروی آغاز کردند تا با ورود رسمی این کشور به جنگ، جبهه شرقی گشوده شود. ماه دسامبر سال ۱۹۴۱، تهاجم ناگهانی امپراتوری ژاپن به پرل هاربر، موجب وارد شدن علنی ایالات متحده به درگیری‌ها و اعلان جنگ آن علیه امپراتوری ژاپن اعلان شد. در پی این حوادث، مابقی نیروهای محور نیز به عنوان متحدین امپراتوری ژاپن، به ایالات متحده اعلام جنگ کردند. دست‌آوردهای امپراتوری ژاپن در یورش به پرل هاربر باعث ایجاد این تصور شد که آسیا از تسلط غرب خارج شده‌است. از این رو بسیاری از ارتش‌های شکست خورده با آن‌ها همراهی کردند.

پیشروی نیروهای محور پس از شکست امپراتوری ژاپن در نبرد میدوی و شکست آلمان و ایتالیا در نبرد دوم العلمین در مصر و نبرد استالینگراد در خاک اتحاد جماهیر شوروی، متوقف شد. مجموعه این رویدادها ابتکار عمل را از نیروهای محور گرفته و آنها را مجبور ساخت تا با گرفتن حالت تدافعی، در همه جبهه‌ها تنها پاسخگو به راهبردهای طرف مقابل باشند.

سال ۱۹۴۴ متفقین به فرانسه اشغال شده توسط آلمان، در طی عملیاتی در نرماندی حمله کرده و ضد حملات شوروی توانست قلمروهای از دست رفته را بازپس بگیرد. سال‌های ۱۹۴۴ تا ۱۹۴۵ میلادی، امپراتوری ژاپن مجبور به عقب‌نشینی از بسیاری از سرزمین‌های اشغالی در مرکز و جنوب چین و برمه شد. متفقین نیز توانستند نیروی دریایی امپراتوری ژاپن را مجبور به عقب‌نشینی کنند و کنترل جزایر راهبردی غرب اقیانوس آرام را بدست بگیرند.

جنگ در اروپا با تهاجم متفقین غربی به آلمان از ۲۲ مارس تا ۸ مه ۱۹۴۵، به پایان رسید. در نتیجه این تهاجم، حاکمیت نازی‌ها پایان یافت و آلمان به اشغال دشمنانش درآمد. آدولف هیتلر، پیشوای آلمان پیش از این که توسط مهاجمان به اسارت دربیاید، خودکشی کرد. پس از ابلاغ اعلامیه شرایط تسلیم در ۲۶ ژوئیه ۱۹۴۵ توسط متفقین، ژاپن از پذیرش نتیجه جنگ خودداری کرد و به دنبال آن، ایالات متحده در ۶ و ۹ اوت سال ۱۹۴۵ اقدام به بمباران اتمی شهرهای هیروشیما و ناگاساکی نمود. شوروی نیز که تا پیش از این به پیمان عدم تجاوز دو طرفه پایبند بود، علیه ژاپن اعلان جنگ کرد و به منچوری یورش برد. پس از تسلیم ژاپن در ۱۵ اوت ۱۹۴۵، پیروزی متفقین در آسیا نهایی شد. پس از پایان جنگ، دادگاه نورنبرگ برای بررسی خسارات‌ها و جنایات جنگی وارد شده

از سوی آلمانی و متحدانش برگزار شد. جنگ جهانی دوم، ساختار اجتماعی و نظام قدرت در جهان را دگرگون کرد و پس از آن برای جلوگیری از بروز چنین رویدادهایی سازمان ملل متحد تأسیس شد. پس از پایان جنگ جهانی دوم، نزدیک به نیم سده، آمریکا و اتحاد جماهیر شوروی با یکدیگر در جنگ سرد به سر بردند. در جریان تلاش اروپا برای جبران خسارات و آسیب‌های جنگ جهانی دوم، تأثیر قدرت‌های اروپایی در جهان کم رنگ شد و مستعمرات آفریقایی و آسیایی آن‌ها مستقل گردیدند. همچنین کشورهای اروپایی تلاش کردند با انعقاد پیمان‌های چندجانبه هویت سیاسی واحدی به خود ببخشند و از دشمنی‌ها بکاهند.

آغاز جنگ در اروپا (۱۹۳۹-۱۹۴۰)

روز ۱ سپتامبر سال ۱۹۳۹، آلمان پس از آماده‌سازی چندین عملیات پرچم دروغین همچون عملیات گلابویتس به‌عنوان پیش‌زمینه، تهاجم به لهستان را آغاز کرد. اغلب از نبرد وستریپلاته به‌عنوان نخستین نبرد جنگ یاد می‌شود. بریتانیا و فرانسه به آلمان ضرب‌العجل دادند تا عملیات‌های نظامی خود را متوقف کند. روز ۳ سپتامبر، پس از نادیده‌گرفته‌شدن این ضرب‌العجل، فرانسه، بریتانیا، استرالیا و نیوزیلند علیه آلمان اعلام جنگ کردند. آفریقای جنوبی در ۶ سپتامبر و کانادا نیز در ۱۰ سپتامبر به این ائتلاف پیوستند. این کشورها به جز یک درگیری مختصر در زارلاند، هیچ‌کمی به لهستان ارائه نکردند. متفقین با هدف ضربه به اقتصاد و افزایش هزینه‌های جنگ برای آلمان، یک محاصره دریایی علیه این کشور ایجاد نمودند. آلمان با تهاجم او-بوت‌ها به کشتی‌های جنگی و تجاری متفقین به این محاصره پاسخ داد. این اقدام آلمان به نبرد آتلانتیک انجامید. نیروهای آلمانی ۸ سپتامبر به حومه ورشو رسیدند. ضدحمله لهستان به سمت غرب برای چندین روز پیشروی نیروهای آلمانی را متوقف کرد؛ اما دوز زدن ضد حمله توسط ورماخت به محاصره نیروهای لهستانی منجر شد. بقایای نیروهای لهستانی به نبرد در ورشو برای مدت دیگری ادامه یافت. روز ۱۷ سپتامبر سال ۱۹۳۹ و پس از امضای آتش‌بس با ژاپن، تهاجم شوروی به لهستان نیز آغاز شد. دلیل ظاهری ارائه‌شده برای این حمله، محافظت از اقلیت‌های اوکراینی و بلاروسی هنگام فروپاشی لهستان اعلام گردید. روز ۲۷ سپتامبر، مدافعان ورشو تسلیم آلمانی‌ها شدند. آخرین نیروهای اصلی عملیاتی لهستان نیز روز ۶ اکتبر نیز دست از مبارزه کشیدند. با وجود شکست نظامی، لهستان هیچگاه تسلیم نشد و اقدام به ایجاد دولت در تبعید و دولت زیرزمینی در سرزمین تسخیرشده‌اش کرد. بخش زیادی از نیروهای نظامی لهستان به رومانی و دیگر کشورهای حاشیه دریای بالتیک نقل مکان کردند. بسیاری از این نیروها در دیگر صحنه‌های جنگ به نبرد با نیروهای محور پرداختند. بخش غربی لهستان به آلمان و بخش شرقی آن به شوروی ملحق شد. بخش از این سرزمین تحت حاکمیتی با عنوان "دولت عمومی" قرار گرفت. قسمت‌های کوچکی از خاک لهستان نیز به لیتوانی و اسلواکی رسید. روز ۶ اکتبر هیتلر یک پیشنهاد صلح برای بریتانیا و فرانسه فرستاد و گفت که آینده لهستان باید صرفاً توسط آلمان و شوروی تعیین شود. این پیشنهاد رد شد و هیتلر دستور حمله فوری به فرانسه را صادر کرد. با این وجود، حمله به‌دلیل شرایط بد آب‌وهوایی به بهار سال ۱۹۴۰ موکول شد.

اتحاد جماهیر شوروی

کشورهای حوزه دریای بالتیک شامل استونی، لتونی و لیتوانی، کشورهای که تحت پیمان مولوتوف-ریبنتروپ در "قلمروی نفوذ" شوروی بودند، را مجبور به امضای پیمان‌های کمک دوطرفه کرد. استقرار نیروهای شوروی در این کشورها از شرایط این پیمان‌ها بود. مدتی بعد تعداد چشمگیری از نیروهای نظامی شوروی وارد این کشورها شدند. فنلاند از امضای چنین پیمانی امتناع ورزید و راضی به واگذار کردن بخشی از قلمروی خود به شوروی نشد. شوروی ماه نوامبر سال ۱۹۳۹ به فنلاند حمله برد که موجب آغاز جنگ زمستان گردید. این حمله منجر به اخراج شوروی از جامعه ملل شد. با وجود برتری عددی و تسلیحاتی شوروی، موفقیت نیروهای این کشور ناچیز بود و جنگ میان دو کشور ماه مارس سال ۱۹۴۰ با امضای پیمان‌نامه صلح مسکو و با حفظ استقلال فنلاند پایان یافت. ماه ژوئن سال ۱۹۴۰، شوروی اجباراً استونی، لتونی و لیتوانی را به قلمروی خود افزود و بر سر مناطق بیسارابیا و بوکوفینای شمالی با رومانی به اختلاف خورد. در همین حال، روابط حسنه سیاسی و همکاری‌های اقتصادی شوروی و آلمان کم‌کم متوقف شد و هر دو کشور مقدمات جنگ را فراهم کردند.

اهم پیامدهای جنگ جهانی دوم

متفقین در اتریش و آلمان دولت‌های اشغالی تأسیس کردند؛ اولی به کشوری بی‌طرف تبدیل شد که با هیچ بلوک سیاسی متحد نبود. دومی به مناطق اشغال غربی و شرقی تقسیم شده بود که به ترتیب به دست متفقین غربی و اتحاد جماهیر شوروی کنترل می‌شدند. اجرای برنامه نازی‌زدایی در آلمان منجر به پیگرد قانونی جنایتکاران جنگی نازی در دادگاه نورنبرگ و عزل نازی‌های سابق از قدرت شد؛ اگرچه این سیاست به سمت عفو و ادغام مجدد نازی‌های سابق در جامعه آلمان غربی پیش رفت.

آلمان یک‌چهارم قلمرو پیش از جنگ (۱۹۳۷) خود را از دست داد. در میان سرزمین‌های شرقی، سیلزی، نوی‌مارک و بیشتر پومرانی به لهستان رسید و پروس شرقی بین لهستان و اتحاد جماهیر شوروی تقسیم شد؛ به دنبال این اتفاق نه میلیون آلمانی از این استان‌ها به آلمان رانده شدند. سه میلیون آلمانی نیز از سودتتلند در چکسلواکی به این سرنواشت دچار آمدند. تا دهه ۱۹۵۰ میلادی یک‌پنجم آلمانی‌های غربی از شرق آلمان پناهنده شده بودند. اتحاد جماهیر شوروی استان‌های لهستان را نیز در شرق خط کرزن به دست گرفت که در نتیجه آن دو میلیون لهستانی اخراج شدند. شمال شرقی رومانی، بخش شرقی فنلاند، و سه کشور حوزه بالتیک در اتحاد جماهیر شوروی گنجانیده شدند. متهمان در دادگاه نورنبرگ، که طی آن متفقین اعضای اصلی و برجسته رهبری سیاسی، نظامی، قضایی و اقتصادی آلمان نازی را برای جنایت علیه بشریت تحت پیگرد قانونی قرار دادند.

متفقین در راستای حفظ صلح جهانی، سازمان ملل متحد را تشکیل دادند، که رسماً در ۲۴ اکتبر ۱۹۴۵ به وجود آمد و اعلامیه جهانی حقوق بشر را در سال ۱۹۴۸ به عنوان یک استاندارد مشترک برای همه کشورهای عضو تصویب کرد. قدرت‌های بزرگی که پیروز جنگ بودند - فرانسه، چین، انگلیس، اتحاد جماهیر شوروی و ایالات متحده - عضو دائم شورای امنیت سازمان ملل شدند. این پنج عضو دائم تا امروز باقی مانده‌اند،

اگرچه دو تغییر کرسی بین جمهوری چین و جمهوری خلق چین در سال ۱۹۷۱، و اتحاد جماهیر شوروی و دولت جانشین آن، روسیه، به دنبال فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی در سال ۱۹۹۱، رخ داده است. اتحاد بین متفقین غربی و اتحاد جماهیر شوروی حتی قبل از پایان جنگ نیز رو به زوال بود.

آلمان به صورت دفاکتو تقسیم شده بود و دو کشور مستقل، جمهوری فدرال آلمان و جمهوری دموکراتیک آلمان، در مرز مناطق تحت اشغال متفقین و اتحاد جماهیر شوروی ایجاد شدند. بقیه اروپا نیز به حوزه‌های نفوذ غربی و اتحاد جماهیر شوروی تقسیم شدند. اکثر کشورهای اروپای شرقی و مرکزی با پشتیبانی کامل یا جزئی مقامات اشغالگر اتحاد جماهیر شوروی، وارد حوزه اتحاد جماهیر شوروی شدند که منجر به ایجاد رژیم‌هایی تحت رهبری کمونیسم شد. در نتیجه، آلمان شرقی، لهستان، مجارستان، رومانی، چکسلواکی و آلبانی، کشورهای اقماری شوروی شدند. یوگسلاوی کمونیستی سیاستی مستقل در پیش گرفت و باعث ایجاد تنش با اتحاد جماهیر شوروی شد.

تقسیمات پس از جنگ جهانی دوم توسط دو اتحاد نظامی بین‌المللی، باعث ایجاد ناتو به رهبری ایالات متحده و پیمان ورشو به رهبری اتحادی جماهیر شوروی شد. دوره طولانی تنش‌های سیاسی و رقابت نظامی بین آنها، جنگ سرد با یک مسابقه تسلیحاتی بی‌سابقه و درگیری‌های نیابتی را به همراه داشت.

در آسیا، ایالات متحده ژاپن را اشغال کرد و جزایر سابق ژاپن را در اقیانوس آرام غربی در اختیار گرفت، در حالی که شوروی‌ها ساخالین و جزایر کوریل را ضمیمه خود کردند. کره، که قبلاً تحت حکومت ژاپن بود، بین سال‌های ۱۹۴۵ و ۱۹۴۸ از سوی اتحاد جماهیر شوروی در شمال و ایالات متحده در جنوب تقسیم و اشغال شد. جمهوری‌های جداگانه در سال ۱۹۴۸ و در دو طرف مدار ۳۸ درجه شمالی ظهور کردند و هر کدام ادعا می‌کردند که دولت مشروع تمام کره هستند که در نهایت به جنگ کره منجر شد.

در چین، نیروهای ناسیونالیستی و کمونیستی در ژوئن ۱۹۴۶ درگیری داخلی را از سر گرفتند. نیروهای کمونیست پیروز شدند و جمهوری خلق چین را در سرزمین اصلی تأسیس کردند، در حالی که نیروهای ناسیونالیست در سال ۱۹۴۹ به تایوان عقب‌نشینی کردند. در خاورمیانه، مخالفت اعراب با برنامه سازمان ملل برای تقسیم فلسطین و ایجاد اسرائیل نشانگر تشدید درگیری اعراب و اسرائیل بود. در حالی که قدرت‌های اروپایی تلاش می‌کردند تا بخشی از یا تمام امپراتوری‌های استعماری خود را حفظ کنند، از دست دادن اعتبار و منابعی که در طول جنگ داشتند، این نتیجه را ناکام گذاشت و به استعمارزدایی منجر شد.

اقتصاد جهانی از جنگ رنج می‌برد، گرچه کشورهای شرکت‌کننده سرنوشت‌های متفاوتی پیدا کردند؛ ایالات متحده بسیار ثروتمندتر از سایر کشورها ظاهر شد که منجر به رشد مولید در آن شد و تا سال ۱۹۵۰ تولید ناخالص داخلی آن به ازای هر فرد بسیار بالاتر از هر یک از قدرت‌های دیگر بود؛ در نتیجه آمریکا بر اقتصاد جهانی حاکم شد. انگلیس و آمریکا سیاست خلع سلاح صنعتی در آلمان غربی را در سال‌های ۱۹۴۵-۱۹۴۸ دنبال کردند. اما به دلیل وابستگی متقابل تجارت بین‌المللی، این اتفاق منجر به رکود اقتصادی اروپا و تأخیر در بهبود وضعیت آن برای چندین سال شد.

بهبود وضعیت اروپا با اصلاحات ارزی در اواسط سال ۱۹۴۸ در آلمان غربی آغاز شد و با آزادسازی سیاست اقتصادی اروپا که برنامه مارشال (۱۹۴۸-۱۹۵۱) هم مستقیم و هم به‌طور غیرمستقیم به آن دامن می‌زد، تشدید شد. بهبود وضعیت اقتصادی آلمان غربی پس از سال ۱۹۴۸ معجزه اقتصادی آلمان خوانده شد. ایتالیا نیز رونق اقتصادی را تجربه کرد و اقتصاد فرانسه دوباره صعود کرد. در مقابل، انگلستان در وضعیت ویرانی اقتصادی قرار داشت، و با این‌که حدود یک چهارم از کل کمک‌های برنامه مارشال را دریافت کرد (بیش از هر کشور اروپایی)، روند افت نسبی اقتصادی‌اش در دهه‌های بعد نیز ادامه داشت.

اتحاد جماهیر شوروی، علی‌رغم ضررهای عظیم انسانی و مادی، افزایش سریع تولید را بلافاصله پس از جنگ تجربه کرد. ژاپن رشد اقتصادی فوق‌العاده سریعی را تجربه کرد و تا دهه ۱۹۸۰ به یکی از قدرتمندترین اقتصادهای جهان تبدیل شد. چین تا سال ۱۹۵۲ به تولید صنعتی پیش از جنگ خود بازگشت.

آغاز جنگ جهانی دوم با اشغال لهستان

جمهوری لهستان (Rzeczpospolita Polska) کشوری است در مرکز اروپا، از غرب با آلمان، از جنوب غربی با جمهوری چک، از جنوب با اسلوواکی، از جنوب شرقی با اوکراین، از شرق با بلاروس، از شمال شرقی با لیتوانی و روسیه (منطقه برون‌بومی کالینین‌گراد) و از شمال با دریای بالتیک همسایه است. این کشور سی و چهارمین کشور پرجمعیت جهان، هشتمین در قاره اروپا و ششمین در اتحادیه اروپایی می‌باشد. لهستان با حاکمیتی متمرکز دارای ۱۶ استان است و پایتخت آن ورشو نام دارد. در اول سپتامبر ۱۹۳۹ و هم‌زمان با روز آغاز جنگ، ارتش آلمان به لهستان حمله برد و در ۳ سپتامبر انگلیس و فرانسه به رایش آلمان اعلام جنگ کردند. لهستان در کمتر از یک ماه از ارتش‌های آلمان و شوروی شکست خورد و اسرای زیادی به شوروی منتقل و در اردوگاه‌ها اسکان داده شدند و بسیاری نیز بطور دسته جمعی اعدام شدند. در آغاز، آلمان و متحدانش در تمام جبهه‌های مغرب و مشرق اروپا و خاورمیانه و خاور دور به پیروزی‌های گسترده‌ای دست یافتند اما از پاییز ۱۹۴۲، اوضاع تغییر کرد و اولین نشانه‌های شکست متحدین پدیدار شد.^۱

اشغال پراگ، پایتخت لهستان به دست ارتش آلمان برای متفقین تحمل پذیر نبود و اتحاد جماهیر شوروی، که به قدرت مقاومت دولت‌های غربی در برابر آلمان اطمینان نداشت، ترجیح داد به آلمان نزدیک شود.

بعد از دو سال و با آغاز حمله آلمان به شوروی، استالین مجبور شد با دولت در تبعید لهستان از در دوستی درآمده و فرماندهی واحدی در مقابل آلمان در جبهه لهستان ایجاد کند. طبق این توافق مقرر شد که علاوه بر عبور افراد نظامی تجهیز شده لهستانی از خاک ایران، زندانیان و افراد داخل اردوگاه‌ها نیز از طریق ایران به فلسطین و آفریقا مهاجرت کنند. (هاچینسون، ۱۹۴۲)

¹ <http://www.historywonders.ir/2017/10/13>

ورود پناهجویان لهستانی به ایران- ایجاد روابط عمومی با جامعه میزبان

بر طبق قرارداد اولیه دولت متفقین با ایران، قرار بود فقط سربازان و نیروهای کمکی آنان وارد ایران شوند و نیروهای متفقین تأمین مایحتاج و آذوقه آنان را تقبل کرده بودند، اما در عمل و به تدریج شمار زیادی از آوارگان و آسرای محبوس در اردوگاه‌های مسکو نیز که شامل عده زیادی زن، کودک و حتی پیرمردان سالخورده و حدود سه هزار یتیم بود، به مهاجرین افزوده شدند.^۱

به این ترتیب نخستین گروه از لهستانی‌های آزاد شده از اردوگاه‌های سیبری در ۱۶ فروردین ۱۳۲۱ با چهار کشتی روسی که حامل ۲۹۰۰ نفر سرباز و مهاجر بود، وارد بندر انزلی (پهلوی سابق) شدند و از آنجا به دیگر مناطق هدایت شده و در اردوگاه‌هایی در تهران، اصفهان و مشهد اسکان داده شدند. نیروی نظامی نیز قرار بود از طریق همدان و کرمانشاه به عراق بروند.

جمعیت درد کشیده لهستانی پس از مدت‌ها سختی در استپ‌های قزاقستان، بیابان‌های ترکمنستان و تایگاه‌های سیبری، سرانجام در ایران اندکی روی آرامش دیدند. تعداد مهاجرین در اردیبهشت ۱۳۲۱ نزدیک به ۱۳۰۰۰ نفر رسیده بود و تا ۱۳۲۳ خورشیدی، بیش از ۱۵۰ هزار نفر از لهستانی‌ها وارد خاک ایران شدند. هر چند تعداد زیادی از مردان این جمعیت بلافاصله به ارتش آزادی‌بخش لهستان پیوستند و برای جنگ علیه متحدین، ایران را ترک کردند.

با وجود آنکه طبق قرارداد و توافق با دولت ایران قرار بود مهاجرین (اعم از سرباز و افراد عادی) هرچه زودتر از ایران خارج شوند، ولی به دلایل متعدد از جمله بیماری، مشکلات ملی و اشتغال آنان آهنگ خروج بسیار کند گردید. بیماری و سپس مرگ، بسیاری از مهاجرین لهستانی را امان نداد که از ایران خارج شوند. برای فوت شدگان در تهران، بندر انزلی و اصفهان گورستان‌های اختصاصی ایجاد یا در گورستان‌های مسیحی دفن شدند. آمار نشان می‌دهد در گورستان‌های دولاب تهران ۵۰۰ نفر و بندرانزلی ۶۳۹ نفر سرباز و افراد عادی لهستانی مدفون هستند.

از دهم مردادماه ۱۳۲۱ بتدریج خروج آنها آغاز شد و پایگاه اصلی خروج آنها شهر اهواز و بندر شاپور بود. مهاجرین از بندر انزلی، تهران، اصفهان و مشهد عازم اهواز شدند ولی با این حال ۳۰۰ نفر از آنان در ایران ماندند و با ایرانیان تشکیل خانواده‌های ایرانی-لهستانی دادند. در حال حاضر نیز پنج نفر از آن پناهجویان در ایران زندگی می‌کنند.

وضعیت جامعه ی ایران-سال ۱۳۲۰ ه.ش

اشغال ایران در جنگ جهانی دوم- جنگ‌های رضاشاه پهلوی

پس از آغاز جنگ جهانی دوم در ۹ شهریور ۱۳۱۸ (۱ سپتامبر ۱۹۳۹)، ایران بی‌طرفی خود را اعلام کرد اما پس از آغاز تهاجم آلمان به شوروی به دلیل گستردگی مرز ایران با اتحاد جماهیر شوروی، این بی‌طرفی ناپایدار بود. نیروهای متفقین به بهانه

¹ <http://www.oral-history.ir/?page=post&id=1798>

حضور کارشناسان آلمانی در ایران این کشور را اشغال کردند. به دنبال اتحاد بریتانیا و شوروی و نیاز شوروی به کمک‌های ایالات متحده و بریتانیا در جبهه‌های نبرد، متفقین تصمیم گرفتند از دالان پارسی نیز استفاده شود و به موجب آن نیروهای متفقین در ۲۵ اوت ۱۹۴۱ به ایران حمله کرده و این کشور را به اشغال خود درآوردند.

در روز ۳ شهریور ۱۳۲۰، ابتدا نیروهای شوروی از شمال و شرق از زمین و هوا به ایران حمله‌ور شدند و سپس نیروهای بریتانیایی نیز از جنوب و غرب حمله کردند و شهرهای سر راه را یک‌به‌یک به سرعت اشغال کردند و هر دو به سمت تهران حرکت کردند. ارتش ایران به سرعت متلاشی شد. رضاشاه با فشار متفقین به خصوص بریتانیا سریعاً استعفاء داد و سپس با گذشت مدت‌ها کشمکش بین روس‌ها با دیگر کشورهای متفقین، و همچنین شکل‌گیری بحران‌های فراوان در ایران، با وساطت محمدعلی فروغی، بالاخره بر سر نوع حکومت جدید ایران و انتقال سلطنت به پسرش (محمدرضا) که ولیعهد پیشین نیز بود، به توافق رسیدند.

در جریان اشغال ایران، قوای شوروی شامل ۴۰ هزار سرباز و هزار تانک تی-۲۶ بود که برتری عددی و کیفی زیادی نسبت به نیروهای ایرانی داشت. علاوه بر اینها، بیشترین برتری شوروی با نیروی هوایی بود که ۴۰۹ هواپیمای جنگی از جمله بمب افکن‌های سنگین را برای اشغال ایران فراخواندند. قوای انگلیس نیز ۱۹۰۰۰ سرباز و ۵۰ تانک سبک به کار گرفته بودند. نیروی هوایی نیز قوای زمینی را پشتیبانی می‌کردند. تعداد هواپیماهای بمب افکن شوروی که نیروی زمینی را تقویت می‌کرد، پنج برابر نیروی هوایی دولت انگلیس بود. پس از اشغال، راه‌آهن سراسری ایران برای انتقال کمک‌های نظامی از جنوب ایران به پشت جبهه شوروی، بر اساس قانون وام و اجاره مورد استفاده قرار گرفت.

ایران که در آغاز جنگ، بی‌طرفی خود را اعلام کرده بود اما نهایتاً در ۱۷ شهریور ۱۳۲۲ به آلمان اعلان جنگ داد. به پشتوانه همین اعلان جنگ ایران می‌توانست پس از پایان جنگ به اعلامیه ملل متحد بپیوندد و همچنین در کنفرانس‌های صلح پس از جنگ شرکت کند.

پس از جنگ ارتش بریتانیا، طبق توافق با دولت ایران، ایران را ترک کرد؛ ولی نیروهای نظامی ارتش سرخ شوروی همچنان در ایران ماندند و از اجرای توافق امتناع کردند؛ و این موضوع به تشکیل دو حکومت خودمختار و کوتاه‌مدت جمهوری مهاباد و حکومت خودمختار آذربایجان انجامید که هر دو حکومت با حمایت شوروی و با هدف تجزیه ایران پایه‌گذاری و مستقر شدند.

حمله ارتش شوروی به ایران در کشاکش درگیری‌های جنگ جهانی دوم، حاصل یکی دیگر از تئانی‌های تاریخی این کشور، به زیان حاکمیت ملی و تمامیت ارضی ایران بود، در موارد دیگر، در سده نوزدهم میلادی و در پایان جنگ‌های ایران و روسیه در دوره قاجار، تئانی روسیه با دیگر کشورها علیه ناپلئون بناپارت در اروپا، سبب بسته شدن پیمان‌های گلستان و ترکمنچای و تحمیل آنها بر ایران شد. در موردی دیگر نیز، اوایل قرن بیستم میلادی، پیمان‌های ۱۹۰۷ و ۱۹۱۵ سبب ایجاد حوزه نفوذ روسیه و زمینه‌ساز حضور نظامی آنان در ایران شد و در جنگ دوم جهانی نیز بهانه حضور کارشناسان آلمانی در ایران اشغال ایران توسط روسیه شوروی را در پی داشت.

در آن زمان ایران با جمعیتی بالغ بر حدود ۱۴ میلیون نفر، خود با نابسامانی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در اثر اشغال کشور، شیوع بیماری‌های واگیردار، قحطی و کمبود مواد غذایی (شورش نان) مواجه بود.

با این وجود مردم ایران علی‌رغم مصائب بسیار در تامین قوت غالب خود و درگیری با بیماری‌های شایع که حتی بلای جان‌شان بود، در پذیرایی و میزبانی از یک جمعیت حدود ۱۵۰ هزار نفره جنگ‌زده ی لهستانی که برای جامعه ایران آن روز بسیار سهمگین بود، اهتمام ویژه ورزیدند و تمام امکانات موجود خود را در اختیار آنان قرار دادند.

بیمارستان ۵۰۰ تخت خوابی تهران که در همان زمان افتتاح شده بود، اولین بیمارانی را که پذیرش نمود، جنگ‌زدگان لهستانی بوده و حتی یتیم‌خانه‌ای که سال قبل از آن در تهران احداث شده بود به پناهجویان لهستانی اختصاص یافت.

ورود کنترل نشده مهاجرین، عدم قرنطینه بیماران و نیز کوتاهی متفقین در تأمین آذوقه و مایحتاج مهاجرین از مهم‌ترین عوامل ایجاد نابسامانی و بروز مشکلات اقتصادی و بهداشتی در جامعه نابسامان ایران آن روزگار گردید. حجم زیاد جمعیت و عدم تناسب مهاجرین ورودی و خروجی، مشکل اسکان آنان را دوچندان نمود و بسیاری از مردان وارد بازار کسب و کار شده و زنان نیز تن به ازدواج ثبت شده و نشده دادند. گروه‌هایی از آنان در بعضی رستوران‌ها و کاباره‌ها به آوازه خوانی و اجرای موسیقی مشغول شدند.^۱

در میان لهستانی‌ها، افراد فرهیخته‌ای نیز بودند که به دبیری، آموزش زبان لهستانی و نویسندگی پرداختند. روزنامه‌ای هم به زبان لهستانی بنام "ندای لهستان" منتشر می‌کردند و کتاب‌هایی درباره ایران‌شناسی از آنها به یادگار مانده است.

علاوه بر مشکلات اقتصادی، ایران از نظر پزشکی هم وضع مناسبی نداشت و به دلیل عدم وجود کادر بهداشتی و پزشکی مطلوب و کافی، بیماری‌های تیفوس و تیفوئید و سل در میان مهاجرین شیوع پیدا کرده بود، به طوری که هیئت پزشکی برای قرنطینه بیماران به بندر انزلی فرستاده شد. وضعیت نامطلوب بهداشت و عدم وجود دارد و درمان متناسب با جمعیت کشور، آن قدر رو به وخامت گذاشت که بنا بر نوشته‌های یک محقق آمریکایی، از هر ۵ نوزاد متولدشده در ایران، تنها یک نفر به ۶ سالگی می‌رسید.

با این وجود ملت ایران همه نگرانی‌ها و سختی‌ها را برای خود نگه داشت و با یاری رساندن به مهاجرین لهستانی و میهمان نوازی بی دریغ، صفحه‌ای ماندگار در تاریخ روابط اجتماعی بین‌المللی خلق کرد. بر اساس اسناد موجود، حتی یک مورد گزارش مبنی بر تعرض ایرانی‌ها به مهاجران لهستانی ثبت نشده است.

نمونه مستند و بارز این ادعا، نامه‌ی وزیر مختار لهستان - کارل بادر - به استاندار خراسان، در خصوص رفتار ایرانیان با مهاجرین لهستانی می‌باشد که چنین یاد می‌کند: «نیات خیرخواهانه جنابعالی نسبت به هم میهمان من، مهاجران لهستانی، تأثیر عمیقی بر من بخشیده است. طبق گزارش‌هایی که به من رسیده، جنابعالی از روی کمال مرحمت یک دستگاه عمارت بزرگ را در اختیار اطفال یتیم لهستانی گذارده‌اید که در آنجا آنها

¹ http://ganjineh.nlai.ir/article_1165_181824203a3dfa209bccb3c0e46316c9

نگهداری شوند. من از صمیم قلب از مراحم خیرخواهانه و نوع پرستانه جنابعالی متشکرم و اطمینان می‌دهم که لهستانی‌ها برای همیشه کمال امتنان را از جنابعالی خواهند داشت».

نامه‌ی نمایندگان مهاجران لهستانی به دولتمردان ایرانی نیز حکایت از وجود چنین روحیه‌ای دارد: «در این موقع که پناهندگان لهستانی بعد از سه سال اقامت در خاک پاک کشور شما از این سرزمین عزیمت می‌کنند، اینجانبان از آن جناب تمنا داریم که بهترین تشکرات صمیمانه ما را در مقابل میهمان نوازی و پذیرایی دوستانه که از طرف آن جناب و کلیه اولیای امور ایرانی و عامه مردم به عمل آمده، قبول فرمایند. این حسن میهمان نوازی و پذیرایی و همچنین تمام اقدامات و توجهاتی که از طرف اولیای کشوری و لشکری ایران به عمل آمده هیچگاه از خاطره ملت لهستان پاک نخواهد شد. تمام ماها که در وطن شما زندگانی کرده‌ایم بهترین یادبودها را از آن حفظ خواهیم کرد. ما نه تنها با قلبی مملو از امتنان ایران را ترک می‌کنیم بلکه بهترین ادعیه صمیمانه خود را برای سعادت و ترقی کشور شما و ملت ایران نثار می‌کنیم.

عدم مصونیت ایران و اشغال توسط متفقین

همان گونه که پیش تر بیان شد، ایران نیز از تبعات این جنگ در امان نماند و با توجه به اعلام رسمی بی طرفی دولت ایران در ۱۰ شهریور ۱۳۱۸ و تنها یک روز پس از شروع جنگ، نخست‌وزیر ایران محمود جم در بیانیه‌ای رسمی نوشت: در این موقع که متأسفانه ناپره جنگ در اروپا مشتعل گردیده است، دولت شاهنشاهی ایران به موجب این بیانیه تصمیم خود را به اطلاع عموم می‌رساند که در این کارزار بی طرف مانده و بی طرفی خود را محفوظ می‌دارد. (ترکمان، ۱۳۷۰)

در واکنش به این موضع، سفیر وقت آلمان آروین اتل در نامه‌ای به وزارت امور خارجه ایران از اعلام بی طرفی آن ابراز خوشحالی کرده و می‌نویسد: در پی نامه مورخ ۶ سپتامبر ۱۹۳۹ محترماً به اطلاع آن جانب می‌رسانم که دولت آلمان از اعلام بی طرفی ایران با کمال خرسندی اطلاع حاصل نموده با عرض تشکر خواهشمند است مراتب قدردانی وی را به پیشگاه مقدس اعلیحضرت همایون شاهنشاهی تقدیم نمایید.

سفیر وقت انگلستان در ایران هم در نامه‌ای به وزارت امور خارجه ایران مراتب، انتقال پیام بی طرفی ایران به کشورش را این چنین توضیح می‌دهد: آقای وزیر محترماً وصول نامه جنابعالی شماره ۲۵۹۴۵/۱۴۲۵۷ مورخه ۱۳ شهریور را که بدان وسیله تصمیم دولت شاهنشاهی را دایر بر وصول بی طرفی آن دولت در جنگی که در اروپا رخ داده به دستدار، اطلاع داده بودند به اطلاع می‌رسانم. دستدار تصمیم مزبور را به دولت متبوعه خود ابلاغ نموده‌ام. نهایتاً در سپیده‌دم روز سوم شهریور ۱۳۲۰، نیروهای اتحاد جماهیر شوروی از شمال و شرق و نیروهای بریتانیایی از جنوب و غرب، ایران را مورد حمله زمینی، هوایی و دریایی قرار دادند.

نمایندگان شوروی و بریتانیا، علت این مداخله را وجود تعداد زیادی کارشناس آلمانی در ایران ذکر کردند. دخالت نظامی شوروی و بریتانیا در ایران متعاقب دو اولتیماتوم مشترک شوروی و بریتانیا در ۲۸ تیر و ۲۵ مرداد ۱۳۲۰ راجع به حضور کارشناسان

آلمانی به وقوع پیوست. این حمله همچنین به فاصله سه هفته قبل از تبعید رضاشاه^۱ به خارج از کشور رخ داد. شهرهای بی‌دفاع شمال و جنوب ایران در جریان حمله هماهنگ و مشترک شوروی و بریتانیا، شدیداً بمباران شدند و نیروی دریایی ایران در خلیج فارس و دریای خزر، بر اثر حمله شدید نیروهای مهاجم، ظرف چند ساعت به کلی از هم پاشید.

برخی پیامدهای تهاجم متفقین

از پیامدهای بارز تهاجم متفقین به ایران، ایجاد هرج و مرج، قحطی نان و کشمکش‌های قومی و مذهبی در سطح کشور بود که برای مثال در تیریز درگیری‌هایی بین مسلمانان و مسیحیان رخ داده بود تا جایی که کنسول بریتانیا هشدار داد: احتمالاً با خروج متفقین از ایران، این درگیری‌های قومی و مذهبی بسیار شدیدتر شود. رهبران کلیسای آشوری نیز نگرانی‌های مشابهی داشتند و به دنبال جلب حمایت بریتانیا در آینده نزدیک بودند. یا برای مثال در ماه محرم سال ۱۳۲۱ نیروهای شوروی مستقر در مشهد مجبور شدند، حفاظت از محله یهودیان را بر عهده بگیرند. یا حدود هشتصد مسلمان اهوازی که از شایعه ربوده شدن یک کودک مسلمان توسط یهودیان خشمگین شده بودند تلاش می‌کردند تا کنیسه محلی را به آتش بکشند. در کرمان نیز گروهی به رهبری یکی از روحانیون با حمله به محله زرتشتیها دو نفر را کشتند و خانه‌های بسیاری را غارت کردند. همچنین گروه مشابهی نیز در شاهرود با حمله به مرکز بهائیان سه نفر را بدار آویختند و ۵۰ مغازه را غارت کردند. در مناطق آذربایجان، کردستان و مناطق عرب‌نشین جنوب مسئله زبان بسیار برجسته و آشکار شده بود. در سال ۱۳۲۱ اعراب ایران در پی جدایی و پیوستن به کشورهای عربی بودند. این اعراب در پیام‌هایی به دولت‌های بریتانیا و آمریکا خواستار حمایت آن‌ها برای جدایی از ایران شدند که البته به دلیل تفرقه‌ای که در میان اعراب بود، موفق به جدایی از ایران نشدند وضع مناطق کردنشین نیز به همین ترتیب بود. (صبحی، ۱۳۶۳)

علاوه بر ایجاد و یا تشدید تنش‌های قومی و مذهبی در جامعه ایران، مشکلات اقتصادی بسیاری نیز مثل تورم، دزدی و قحطی به عنوان نمونه‌های کوچکی از پیامدهای این تهاجم در نظر گرفته می‌شود. در اشاره استنادی به این بحث، نامه شکایت آقای محمود بدر وزیر دارایی در نخستین روز از تیرماه سال ۱۳۲۱ به نخست‌وزیر وقت، گواه شرایط سخت مردم ایران از تجاوز اشغال‌گران است: جناب آقای نخست‌وزیر پیرو نامه ۱۴۹۳۲ مجدداً از اهواز اطلاع رسیده بر حسب دستور استانداری مأمورین شهربانی و شهرداری بدون موافقت اداره دارایی اقتصادی در روزهای ۲۸ و ۳۰ خرداد و اول تیر معادل ۴۵ تن آرد از محمولات تهران برده و مصرف کرده‌اند. بسیار قابل ملاحظه است که در بحبوحه حاصل خوزستان استانداری محل به جای اینکه مالکین و صاحبان گندم را ملزم به تحویل دادن فزونی نموده و مصرف محل را تأمین نماید خودسرانه آرد و گندم ورودی را که منحصراً برای مصرف تهران اختصاص داده

^۱ صبح روز ۲۵ شهریور ۱۳۲۰، رضا شاه از سلطنت به نفع ولیعهد بیست و یک ساله‌اش محمدرضا پهلوی کناره‌گیری کرد و روز ۳۰ شهریور، باتفاق خانواده‌اش از اصفهان به یزد، کرمان و بندرعباس رفتند تا به یک کشتی بریتانیایی که قرار بود آن‌ها را به جزیره موریس ببرد، انتقال داده شوند.

شده‌است مصرف می‌کنند در حالیکه سالهای گذشته در ماه تیر و مرداد مقداری از گندم خوزستان به تهران حمل می‌شده. چون فعلاً تنها راه تأمین تهران همان گندم و آرد ورودی از خارج است چنانچه از مرتکبین این خودسری جدا بازخواست نشود و دستور قطعی برای تأمین مصرف از محمول صادر نگردد وزارت دارایی به هیچ وجه مسئولیت تأمین خواربار کشور را به عهده نگرفته و صراحتاً عرض می‌کند تهران در مدت کوتاهی به سختی و قحطی دچار خواهد شد. وضعیت برنج هم بهتر از سایر غلات نبوده و به عنوان مثال: قیمت برنج از تیرماه ۱۳۲۰ تا تیرماه ۱۳۲۱ به مقدار ۴۴ من، از ۲۵۰ ریال به ۶۰۰ ریال رسید. (استوارت، ۱۹۹۱)

در این روزهای سخت که مردم ایران خود درگیر جنگ و اشغال کشورشان بودند و با بسیاری مشکلات و مصائب مختلف دست و پنجه نرم می‌کردند، حضور جنگ زدگانی از لهستان در ایران بر سختی‌ها و مشقات ملت قحطی زده و بی پناه ایران می‌افزود.

ارتباطات و اشتراکات سیاسی- فرهنگی میان ایران و لهستان تاریخچه و روند شکل‌گیری مناسبات دیپلماتیک و ارتباطات بین دو کشور ایران و لهستان به وجود قدیمی‌ترین سند تاریخی در سال ۱۴۷۴ به امضاء رسیده، بین اوزون حسن آق قویونلو و کازیمیر یاگلون پادشاه وقت لهستان بر می‌گردد که قدمت مناسبات دو کشور را به بیش از پانصد سال می‌رساند. همچنین تاسیس سفارت ایران در ورشو به سال ۱۹۲۰ و سفارت لهستان در تهران ۱۹۲۵ ذکر گردیده است.^۱

در حال حاضر نیز روابط فعلی دو جانبه میان ایران و لهستان در سطح قابل قبولی وجود دارد و تا کنون اکثر وزرای کشور ایران به غیر از وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، به این کشور سفر نموده‌اند. اما وزیر فرهنگ لهستان قبلاً به ایران سفری داشته است. قدمت مناسبات فرهنگی ایرانیان با لهستانی‌ها نیز به قرن دهم و یازدهم میلادی بر می‌گردد که با اکتشافات باستان‌شناسی و کشف سکه‌های سامانی، وجود روابط تجاری ایرانیان نیز تا آن منطقه مشخص شده است.

حدود هشتاد سال از مهاجرت لهستانی‌ها به ایران می‌گذرد و به نوعی این رویداد تاریخی را می‌توان به عنوان یک پل ارتباطی قابل اعتناء در ایجاد و استمرار روابط عمومی میان مردم هر دو جامعه در نظر داشت، چرا که نگاه بسیار مثبت موجود در مردم لهستان نسبت به این موضوع تا کنون در تحکیم ارتباطات و مناسبات در عرصه‌های گوناگون سیاسی، اقتصادی و فرهنگی دو کشور تأثیر مطلوبی داشته است.

زمینه‌ها و فعالیت‌های انجام شده در حوزه مطالعات ایران‌شناسی و مراکز آموزش زبان فارسی در دانشگاه‌های لهستان را می‌توان مرکب از: -دانشگاه یاگیلونی کراکوف از ۱۸۲۰ (به‌طور رسمی و برای اولین بار)، -دانشگاه ورشو (شکل‌گیری موسسه شرق‌شناسی از ۱۹۳۲)، -دانشگاه پوزنان، آموزش زبان فارسی (با همکاری سفارت ایران) از سال ۲۰۰۳، دانست که هر کدام به فراخور در حوزه‌های مختلف مرتبط با ایران‌شناسی فعال هستند و البته دو مرکز اول از هیچگونه حمایت رسمی از سوی جمهوری اسلامی ایران برخوردار نیستند.

^۱ <https://jhss.ut.ac.ir>

بررسی وضعیت اسلام و مسلمانان در لهستان^۱ نیز از دیگر موضوعات تاثیرگذار در جریان ارتباطات میان دو کشور قابل توجه و بررسی است. در حالی که مهاجرت اقوام تاتار به شهرهای بوهونیکی و کروشینیانی لهستان به قرون ۱۶-۱۵م باز می‌گردد، تاسیس و فعالیت اولین اتحادیه بزرگ اسلامی در ۱۹۳۵ رخ داده که در حال حاضر نیز فعال است. وجود چهار تشکل اسلامی در لهستان به عبارت: انجمن های مذهبی، لیگ و اتحادیه مسلمانان و تاتارهای لهستان که تعداد آمار ثبت شده مسلمانان در سال ۲۰۱۱ را پنج هزار نفر اعلام نموده اند. (آمار غیر رسمی حدود ۳۰ هزار نفر)

مسلمانان لهستان اکثرا سنی مذهب و حنفی بوده و نفوذ فرقه بکتاشیه بر روی تاتارهای لهستان بسیار زیاد است. پیروان فرقه احمدیه به رهبری محمد طه ژوک نیز در لهستان فعال اند.

در لهستان چهار مسجد اصلی وجود دارد: - مسجد بوهونیکی- مسجد کروشینیانی^۲ (قدیمی ترین مسجد اروپای شرقی)- مسجد گدانسک- مسجد ورشو(نمازخانه اهل سنت).

نکته قابل تامل این است که کشور لهستان در زمره مذهبی ترین کشورهای اروپایی به شمار می رود.

در لهستان، گروه های راست با در دست داشتن قدرت سیاسی، تفکرات شدید ضد اسلامی دارند. در این کشور مکررا تظاهرات ضد اسلامی^۳ وجود دارد و لهستان از جمله کشورهای اروپایی است که در موضوع پناجویان مسلمان به شدت مقاومت کرده و تعداد قلیلی را پذیرفته است.

حوزه میراث ایرانی، فراز مهم دیگری در مناسبات میان دو کشور می باشد که در این زمینه به رئوس ذیل می توان اشاره کرد: وجود حدود دویست شیئ ایرانی در لهستان از آثار قرون ۱۹-۱۷ میلادی، وجود ۱۰۰ تا ۱۵۰ نسخه خطی فارسی در کتابخانه دانشگاه های ورشو، کراکوف و ملی و همچنین در کتابخانه های شخصی اشراف زادگان لهستانی باتوجه به علائق آنان در آن زمان به مظاهر و نمادهای فرهنگ و تمدن شرق و وجود حدود صد قطعه فرش نفیس ایرانی در موزه فرش شرقی به سفارش خاندان سلطنتی در زمان حکومت دودمان صفوی در ایران.^۴

لهستان در قلب اروپا

ژئوپلیتیک لهستان در مرکز اروپا، خود به عنوان یک عامل جذابیت بسیار مهم برای ابرقدرت های جهانی در طول تاریخ بوده است. همجواری این کشور با همسایگان قدرتمند و حساسی همچون روسیه، آلمان و همچنین قرابت بسیار نزدیک با کشورهای پرتنش و جنجال برانگیز در عرصه سیاسی بین المللی من جمله بلاروس و اوکراین را نیز می توان به عنوان عامل موثر بر وضعیت و جایگاه سیاسی و اقتصادی لهستان در اروپا و حتی جهان بر شمرد. این جذابیت های جغرافیایی سیاسی لهستان برای ایالات

¹ <http://www.aahlulbayportal.com>

² <http://warsaw.mfa.ir>

³ <http://www.shia-news.com/fa/news/152535/>

⁴ <http://www.wikicarpets.com/index.php>

متحدہ امریکا نیز در سطوح مختلف سیاسی، نظامی و اقتصادی دارای اهمیت است. دولت امریکا در سال های اخیر با ایجاد زیرساخت های نظامی در خاک لهستان این امکان را برای خود بوجود آورده تا در کوتاهترین زمان ممکن، تعداد قابل توجهی نیروی نظامی آمریکایی در این سرزمین مستقر شوند و مجموعه اقدامات و تحرکات امریکا برای حضور قدرتمند نظامی در این نقطه از اروپا، ضمن ایجاد يك پایگاه مستحکم و در دسترس برای ایالات متحده در منطقه و خصوصا بمنظور تهاجم و یا مقابله با تهدیدات احتمالی روس ها، لهستان را به يك بازوي رزمي قوي در اختيار خود براي نيروهاي ناتو کرده است. (نیک پور، ۱۳۹۷)

خرید تجهیزات نظامی و دفاعی قابل توجه توسط لهستان از امریکایی ها، خصوصا سامانه پیشرفته دفاع موشکی پاتریوت و استقرار نیروهای نظامی امریکا، موجب بروز تنش ها و واکنش های تندی از سوی مقامات رسمی دولت روسیه به عنوان نقطه مقابل ایالات متحده در این منطقه شده است. مسکو ضمن اعلام مراتب نگرانی خود از اقدامات امریکا در نزدیک ترین موقعیت جغرافیایی به مواضع روس ها از کشورهای عضو پیمان آتلانتیک شمالی^۱ (ناتو) درخواست رعایت اصل بازدارندگی نظامی را داشته است. در حال فدراسیون روسیه با دقت کامل وضعیت نظامی در خاک اروپا را زیر نظر دارد و همانطور که مقامات مسکو بارها اعلام کرده اند، در صورت ضرورت تمامی اقدامات لازم برای دفاع از منافع ملی و قانونی کشورشان را انجام خواهند داد.

در مجاورت سرزمینی با کشور بلاروس نیز التهابات سیاسی برای لهستانی ها همچنان ادامه دارد و به اذعان تحلیلگران سیاسی و نظامی در ایجاد و تشدید تنش های موجود، همچنان نقش آمریکا و همپیمانانش در دمین آتش بحران انکار ناشدنی است. نوع حکومت دیکتاتور مآبانه الکساندر لوکاشنکو، موضوع و کیفیت برگزاری انتخابات اخیر ریاست جمهوری در بلاروس، قرابت معنادار لوکاشنکو با ولادیمیر پوتین رئیس جمهوری روسیه و همچنین سازمان دهی مهاجرت غیرقانونی پناهجویان از طریق مرزهای بلاروس به لهستان، لیتوانی و لتونی را از مهمترین دلایل حساسیت ها و دخالت های سیاسی و نظامی ایالات متحده امریکا و کشورهای همسو با آن، در بلاروس می توان بر شمرد.

معضل تاریخی و ریشه دار دیگری که کشور لهستان با آن روبه رو می باشد، يك چالش دیپلماتیک جدي میان لهستان با رژیم اسرائیل است که این موضوع نیز از اتفاقات تلخ جنگ جهانی دوم سرچشمه می گیرد و ریشه در جنایات نازی ها در جریان اشغال لهستان، کشتار یهودیان، برپایی اردوگاه های مرگ و کار اجباری و در مجموع ماجرای هلوکاست دارد.

تل آویو معتقد است که دولت لهستان در خصوص موضوعات مربوط به امور یهودیان در زمان جنگ، خصوصا املاک یهودیان باید غرامت پرداخت کند که در مقابل این درخواست ها، مقامات رسمی لهستان، ضمن بروز واکنش های تند به این مسائل، بر

^۱ پیمان آتلانتیک شمالی یا پیمان واشینگتن یک معاهده سیاسی است که پایه های اولیه و قانونی ناتو را شکل داد. این پیمان در ۴ آوریل ۱۹۴۹ در واشینگتن، دی.سی. امضا شد.

این نکته تاکید کرده اند که این اقدامات خصمانه توسط آلمان های نازی صورت گرفته است و ورشو هیچ غرامتی بابت آن به تل‌آویو پرداخت نخواهد کرد. در سنوات اخیر دولت لهستان به دلایل همسوئی بیشتر سیاسی، نظامی و اقتصادی با ایالات متحده امریکا، به لحاظ موازانه قدرت سیاسی، به نوعی در نقطه مقابل کشور ایران قرار می گیرد. همگرایی لهستانی ها با مواضع دولت امریکا بر علیه ایران در مناسبات مهم بین المللی، من جمله برگزاری نشست ضد ایرانی در ورشو-سال ۱۳۹۷ ه.ش و مخالفت رسمی لهستان با تضعیف تحریم‌های امریکا علیه ایران، رُخ نمایانده است.

تحقیقات پیشین:

صاحبکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان "شرق ایران در جنگ جهانی دوم: عبور مهاجرین لهستانی" به سابقه حضور قدرت های استعماری بخصوص انگلیس و روسیه در شرق ایران در سال های قبل از جنگ جهانی اول و رقابت آن ها بر سر مسئله هندوستان نگاه مبسوطی داشته و همچنین این موضوع که در گیرودار جنگ جهانی دوم بار دیگر ایران، بخصوص نواحی شرقی، کانون توجه قدرت های بزرگ واقع می شود. نخستین کارکرد شرق ایران برای متفقین، استفاده از راه های مواصلاتی این منطقه برای رساندن تدارکات و تسلیحات به شوروی بود. جنگ جهانی دوم در دیگر سوی، منجر به کوچ اجباری تعداد زیادی از لهستانی ها شد، با توجه به این که بخش هایی از سرزمین لهستان هم زمان مورد تجاوز آلمان و اتحاد جماهیر شوروی قرار گرفت، تعداد زیادی از این آوارگان، توسط روس ها به سمت آسیای مرکزی و از آنجا به ایران کوچانده شدند.

مجد (۱۳۹۷) در مقاله خود با عنوان "بررسی اسنادی از ابعاد فحطی بزرگ در ایران، طی سال های ۱۹۱۷-۱۹۱۹م" به بررسی و توصیف ابعاد مهم این واقعه تاریخی که موجب ایجاد تحولات مهم سال های بعد در سراسر ایران شده، پرداخته است.

متقی (۱۳۹۴) در مقاله ای با عنوان "علل کارآمدی نسبی سیاست خارجی ایران در جنگ جهانی دوم"، ضمن شرح رویدادهای در ایران ناشی از بروز جنگ جهانی دوم که با سقوط پهلوی اول و آغاز دوران پهلوی دوم در ایران همراه بود، به زمینه های حوادث مهم این دوره، از جمله اتخاذ سیاست بی طرفی و اتحاد با متفقین پس از اشغال ایران پرداخته است. از اهم موارد در نظر گرفته شده، انفعال دستگاه سیاست خارجی ایران در این دوره بوده است که نتوانسته با درک شرایط جهانی، سیاستی مناسب و در جهت منافع کشور در پیش گیرد.

ملك زاده و رحمانی (۱۳۹۹) در مقاله ای به بررسی "علل بحران های اجتماعی ایران در جنگ جهانی اول با نگاه به مطبوعات" پرداخته اند. هدف این مقاله دستیابی به درک و خوانشی صحیح از عوامل شکل گیری بحران های اجتماعی ایران در جنگ جهانی اول بوده است.

قبادی (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان "مطالعه نقش انگلیسی ها در جامعه ایران در آستانه جنگ جهانی اول" انجام داده است. وی در این پژوهش به تعریف وضعیت جامعه ایران در اوایل آغاز جنگ جهانی اول پرداخته و نقش انگلستان را در بروز و نتایج ناشی از این جنگ در سرزمین ایران بررسی کرده است.

مرادی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان نگاهی به انعقاد عهدنامه ورسای و تبعات آن، به تعریف مفاد عهدنامه ورسای و دلایل ایجاد این توافق مهم بین المللی پرداخته است. نگارنده تلاش کرده است تا تبعات ناشی از پذیرش این توافقنامه توسط دولت آلمان را شرح و بسط دهد و نقش اساسی سایر دول قدرتمند و تأثیرگذار بر جنگ و اتفاقات بعد از آن دوران را در نظر گیرد.

تاج عینی (۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان "ایران و جنگ جهانی دوم" به شرح وضعیت جامعه ایران در آن زمان و موارد مهمی همچون انفعال حکومت رضاشاه در قبال جنگ جهانی دوم و ورود سهل متفقین به کشور پرداخته است. نگارنده فقدان حمایت مردمی و انسجام لازم در ساختار قدرت سیاسی پهلوی اول را حکایت کرده و فرایند وقوع جنگ جهانی دوم و موضع گیریهای ایران در قبال آن را نیز مرور کرده است.

مرور و چارچوب نظری

تقسیم بندی نظریات جامعه‌شناسی در خصوص علل و آینده نگرى جنگ‌ها: با توجه به دیدگاه‌های مطرح شده توسط اندیشمندان و صاحب نظران این حوزه و همچنین میان رشته‌ای بودن این حوزه‌ی پژوهشی، نظریات ذیل در تحلیل نهایی، مورد استفاده قرار گرفته است:

اکثر این نظریات^۱ با نظر داشت يك اصل مشترك، مبنی بر اینکه جنگ را يك پدیده "طبیعی" به مفهومی که امیل دورکیم آن را به کار می برد، زندگی انسان‌ها در نظر می گیرند. با این حال، این نظریات از لحاظ نحوه پیش بینی آینده با یکدیگر تفاوت دارند: الف) گروه (خوشبینان) که عقیده دارند جنگ‌ها زاده ساختار اجتماعی هستند و باید امیدوار بود و این گونه پیش بینی کرد که روزی این ساختار دگرگون شود. اندیشمندان همچون سن سیمون، آگوست کنت و هربرت اسپنسر مدافع این دیدگاه بوده اند. ب) گروه (بدبینان): معتقدند که جنگ پدیده‌ای است ابدی و غالباً مفید، مثل ایزوله، کمپلویچ و ژرژسورل. در نظریات بدبینانه که از نظریات اجتماعی مارکسیست‌ها ناشی میگردد، جنگ ابدی فقرا علیه ثروتمندان وجود دارد و منشأ این تعارضات در مسایل رقابت های اقتصادی است. به عقیده آنان ستیزها وسیله دگرگونی های اجتماعی هستند و این دگرگونی‌ها را میتوان موجب ایجاد جامعه متعادل و خوب دانست. این نظریات هیچ یک از جنبه های اجتماعی و هیچ پدیده جدا گانه‌ای را بدون ارتباط با کل تاریخی و ساختار اجتماعی آن درک نمی کنند.

نظریات خوشبینانه: بر اساس نظریات "سن سیمون" و وفق این موارد، با شروع دوره صنعتی، جنگ‌ها نیز پایان خواهند یافت. "صنعت، دشمن جنگ است، دستاوردهای صنعتی را دستاوردهای نظامی از میان می برند." به عنوان مثال همان طور که شاهد بودیم در جریان اتفاقات جنگ سرد و فروپاشی یوگسلاوی، صنایع صنعتی این کشور توسط هواپیماهای پیشرفته مجهز به سلاحهای مدرن کشورهای عضو پیمان ناتو از بین رفتند. در زمان های گذشته مردم می جنگیدند و بعد از جنگ بردگانی به دست می

^۱ برگرفته از کتاب "جامعه‌شناسی جنگ" نوشته ی گاستول بوتول با ترجمه هوشنگ فرخجسته است. در این کتاب جنبه های مختلف جنگ از نگاه رشته های مختلف علوم انسانی مورد مطالعه قرار گرفته است.

آوردند و از آنها در جهت بهبود زندگی خود استفاده می‌کردند، حال آنکه مردمان جدید تولید می‌کنند. بنابر این، جنگ یا صلح به صنعت وابسته است. نظام صنعتی که در آن افراد از ثمره تولید خود استفاده می‌کنند، در اثر تحولات تاریخی جانشین نظامی فئودالی و نظامی می‌شود که امکان بقاء در آن کم و بیش به طور مستقیم بر غارت استوار است. -اگوست کنت: او که در ابتدا باسن سیمون همکار بود، از او بسیار فراتر رفت و نظریات سن سیمون را توسعه داد. کنت نیز بر تمایز بین مرحله نظامی و مرحله صنعتی تأکید می‌ورزد. فعالیت بشری تنها دو هدف دارد: کشورگشایی و تأثیر بر طبیعت یا به عبارت دیگر بر تولید، "هر جامعه‌ای که برای رسیدن به این یا آن هدف به طور دقیق سازمان نیافته باشد، تنها جمعیتی سرگردان و بی‌هویت است. نظام کهن هدفی نظام داشت ولی نظام جدید هدفی صنعتی دارد". دیدگاه خوشبینانه جنگ را یک نهاد اجتماعی می‌داند هر چند نهادی انهدامی است. لذا با تغییر ساختار جامعه، ماهیت جنگ‌ها هم تغییر می‌کند. نهایتاً اینکه که سن سیمون و اگوست کنت فکر می‌کنند که پیشرفت صنعت، جنگ را از بین می‌برد، درست بر عکس شد، جوامع در اوج رفاه اقتصادی می‌جنگند و برای بدست آوردن بازار، فقط انگیزه جنگ عوض می‌شود". البته به این مهم باید توجه داشت که وقوع دو جنگ بزرگ جهانی در اوایل قرن بیستم، خطابودن نظریه او را نشان می‌دهد.

کنت به موازات "قانون سه مرحله‌ای" خود، قانونی در مورد تحول جنگ وضع می‌کند:

(الف) اولاً جنگ برای جنگ و در صورت نیاز: جوامع اولیه قادر نبودند نظم را در هیچ مکتب دیگری جز در مکتب جنگ بیاموزند. جنگ برده داری را آسان کرد و با این عمل، صنعت را به وجود آورد. بنابر این نظامی‌گری امری غیرقابل اجتناب و ضروری بود.

(ب) دوم اینکه جنگ وجود دارد، اما به نظام صنعتی نوپا وابسته و به موازات رشد صنعت توسعه پیدا می‌کند.

اگوست کنت تلفات جنگ‌های جدید را کمتر از جنگ‌های قدیم می‌داند. چرا که به نظر او در حال حاضر همه مردم به طور قاطع در جنگ‌ها شرکت نمی‌کنند. او هم چنین معتقد است که با جانشین شدن ارتش دائمی به جای چریک‌ها و جنگجویان فئودال، روحیه نظامی ضعیف می‌شود.

(ج) سوم اینکه صنعتی شدن سرانجام موجب نابودی جنگ‌ها می‌شود. در ادامه بحث، با استناد به شواهد و قرائن تاریخی درخواهیم یافت که آیا پروسه صنعتی شدن و یا اصلاً ذات دنیای مدرن موجب نابودی جنگ‌ها شده است و یا ایجاد و گسترش آن‌ها؟

روش تحقیق

نظر به اینکه تحقیق پیمایش بهترین روش موجود برای آندسته از پژوهندگان اجتماعی است که علاقه مند به جمع‌آوری داده‌های اصلی برای توصیف جمعیت‌های بسیار بزرگی هستند که نمی‌توان به طور مستقیم آنها را مشاهده کرد، با نمونه‌گیری احتمالی دقیق می‌توان گروهی از پاسخ‌گویان را فراهم آورد که ویژگی‌های آنان منعکس‌کننده

ویژگی‌های جمعیت بزرگتر باشد (ببی، ۱۳۸۱: ۵۶۸) حکام مصر برای کمک به اداره قلمرو خود به سرشماری می‌پرداختند. (ببی ۱۳۸۱ص ۵۲۷) پیمایش‌های سازمانی اولین بار در سال‌های آغازین پس از جنگ جهانی دوم و به عنوان ابزاری برای سنجش روحیه کارکنان انجام شدند و از آن بیشتر سازمانها حداقل يك بار نظر سنجي یا پیمایش سازمانی را انجام داده‌اند. (هایزش، ۱۹۹۱)

از همین رو، برای انجام این پژوهش علمی-مروری از روش پیمایش استفاده شده است و نظر به اینکه این تحقیق در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد، با استفاده از اطلاعات، منابع، اسناد کتابخانه‌ای و همچنین تکنیک مصاحبه، بدست آمده است. با توجه به اتفاقات و وقایع مورد نظر که سابقه دیرینه‌ای دارند، از رویکرد تاریخی (historicism) و با تأکید بر نظریه داده بنیاد در راستای بررسی و مطالعه این موضوعات استفاده شده است.

با توجه به حجم انبوه جمعیت مطرح در این تحقیق که تقریباً تمام کشورهای جهان را در طول جنگ‌ها و بعد از آن در بر می‌گرفته است، می‌توان از جمعیت مردم ایران در دهه ۱۳۲۰ش و جمعیت پناهجوی مهاجر لهستانی به ایران، به عنوان جامعه آماری یاد کرد.

جمع بندی و نتیجه گیری

با نگاه اجمالی به موارد فوق می‌توان بیان نمود: با بهره‌گیری از تجربیات تاریخی جنگ‌های بزرگ جهانی، وجود قدمت طولانی در ارتباطات میان ایران و لهستان، وجود اشتراکات قابل اعتناء و همچنین موجودیت موافقتنامه‌های رسمی سیاسی، فرهنگی مابین دو کشور، می‌توان با نظر به موارد ذیل‌الذکر در زمینه ایجاد و یا تحکیم بسترهای مطلوب و همچنان تسهیل مناسبات و استمرار ارتباطات معنادار در عرصه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، گام‌های اثربخشی برداشت:

الف) با توجه به وضعیت فعلی جامعه جهانی و وجود جنگ‌های گوناگون گرم و سرد در بسیاری از مناطق جغرافیایی دنیا، پیشگویی‌های خوشبینانه و پیشگیری‌های اندیشمندان جامعه‌شناسی همچون سن سیمون، آگوست کنت و اسپنسر در حوزه‌ی اجتماع-سیاست به طور کامل رد و خلاف واقع آن ثابت شده است و جزء باطنی دردناک نمی‌توان این قبیل نظریات را مطالعه کرد.

ب) در پی رد این نظریات و واقع‌گرایی موجود در حوزه جامعه‌شناسی سیاسی، تا حدود زیادی می‌توان گفت: در روزگار معاصر، پیدایش صنعت و پیشرفت تکنولوژی باعث گسترش جنگ‌ها شده است و از نتایج این جنگ‌های گرم و سرد، علاوه بر کسب منافع اقتصادی و سیاسی هنگفت برای کشورهای تولیدکننده جنگ و تجهیزات نظامی با اشاره به فراگیری آنان، می‌توان درگیری قاطبه مردم جامعه را نیز متصور بود.

ج) نظر به موضوع مطالعه موردی درگیر با این جنگ‌ها (ایران و لهستان) و با توجه به اهمیت کشورهای لهستان، چک، اسلواکی و حتی حوزه بالتیک، گمان می‌رود: برنامه ریزی مدون-عملیاتی و فعالیت‌های اثربخش، بمنظور ساماندهی حضور مقتدر

سیاسی-فرهنگی ایران در اروپای مرکزی با محوریت کشور لهستان، ضروری بنظر می‌رسد. ورشو با توجه به ظرفیت‌های خاص خود، ظرفیت آکرودمیکه برای پوشش کشورهای همجوار را نیز دارد.

د) در جهت اجرایی شدن و تحقق اهداف استراتژیک ناشی از اجرای برنامه‌های عملیاتی و تاثیرگذار، قصد عزم و اراده جدی از سوی دستگاه‌های مسئول و مرتبط با حوزه بین‌الملل، برای ایجاد کارگروه‌های تخصصی در زمینه‌های سیاسی-اقتصادی-نظامی-فرهنگی، متشکل از مدیران مسئول و کارشناسان خبره مرتبط با این حوزه، ضروری بنظر می‌رسد.

ن) از وجود ظرفیت‌ها و اشتراکات کاربردی موجود مانند: توافقنامه‌های سیاسی و فرهنگی، بستر تاریخی حضور پناهجویان و خاصه کودکان لهستانی و همچنین مدفون شدگان آنان در ایران، می‌توان بمنظور ایجاد فرصت برای ارائه طرح‌های اجرایی و متناسب با اهداف راهبردی سیاسی ایران در مواجهه با اقدامات و تصمیمات اتحادیه اروپا بر علیه منافع ایران، یا در تسهیل روابط و یا حتی مدیریت برخی منازعات بین‌المللی، بهره برد.

و) قدرت‌های جهانی در عصر امروز با اتکاء به قدرت نرم و استفاده از شیوه‌ها و ابزارهای نوین در صدد فتح مرزهای حقیقی و مجازی جغرافیای سایر کشورها بوده و هستند که بر اساس اسناد و مشاهدات امروز تا حدزیادی نیز در تحقق این اهداف، موفق عمل کرده‌اند، از همین رو گمان می‌رود کشور ایران نیز باید در عرصه بین‌الملل و خصوصا در بسط و گسترش روابط سیاسی با کشورهای هدف و اولویت دار، ضمن پرهیز از انجام فعالیت‌های گوناگون با شیوه‌های سنتی، اجرای برنامه‌ها و فعالیت‌های خود را بر اساس شیوه‌های نوین و خاصا استفاده از دنیای فراگیر مجازی و شبکه‌های اجتماعی برنامه‌ریزی و به مرحله اجرا درآورد.

ه) مفهوم دیپلماسی با توجه به حوزه‌های فرهنگی، هویتی و مرزهای جغرافیایی کشورهای گوناگون معنا پیدا می‌کند و قطعا بر اساس منافع و اهداف آنان شکل واقعی به خود خواهد گرفت ولیکن در زمانه مدرن، روابط دیپلماتیک نیز اقتضانات و شیوه‌های خاص امروز و مبتنی بر شاخص‌های مدرنیته را طلب می‌کند که شایسته است سیاستگذاران و مدیران ارشد این حوزه توجه اخص به ابعاد گوناگون دیپلماسی-سیاسی،-فرهنگی،-اقتصادی و-نظامی در محیط دنیای مدرن داشته باشند.

ی) کشور ایران نیز همچون برخی از کشورها به دلیلی همسوئی و همگرایی بیشتر با برخی قدرتهای جهانی، به طور طبیعی در کنار و یا مقابل سایر قدرت‌های مطرح جهانی قرار می‌گیرد که بالطبع این امر موجب ایجاد خط‌کشی‌ها و موازنه‌هایی در سایر سطوح هرم قدرت جهانی نیز خواهد شد، لذا این ملاحظه بسیار مهم را باید در نظر داشت که نظام ایران نیز همچون سایر کشورهای دیگر مطابق با اصلِ عمل بر "اساس منافع خویش"، باید‌ها و نبایدهایی را در راستای انجام و نهایی کردن سیاست‌ها و راهبردهای خود ملزوم بدارد که ضمن بهره‌مندی از مواهب همگرایی با جریان‌های قدرت بین‌المللی، در نوع روابط و حضور سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی با سایر کشورهای تابع همان قدرت‌ها، نیز بتواند تعاملات و ارتباطات مثبت و معناداری را کسب و محفوظ بدارد.

با توجه به تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم بر سطح ارتباطات خرد و کلان، وضعیت سیاسی و اقتصادی کشورهای پیرامونی، بر گرفته از آثار همگرایی، همسوئی و همچنین وجود کانال‌های مختلف روابط عمومی، با کشورهای برخوردار از قدرت جهانی که ترسیم‌کننده خطوط و موازنه‌های قدرت در عرصه بین‌الملل هستند، این نتایج نیز قابل تصور است که کشورهای هم‌چون ایران و لهستان هم با در نظر داشت جمع‌جهات، می‌بایست در مسیر تحکیم و استمرار ارتباطات دوسویه، با در نظر داشت کلیات تأمین منافع مادی و معنوی سرزمینی خود بر اساس اقتضائات دنیای مدرن گام بردارند و با بهره‌گیری از دیپلماسی فراگیر-عمومی و حرکت بر مبنای ایجاد و استمرار حیات یک جامعه‌ی باز در سطح جهان، به دنبال عملیاتی شدن اهداف کوتاه مدت و بلند مدت جامعه خود در سطح داخلی و خارجی باشند.

منابع فارسی:

- چرچیل، وینستون (۱۳۴۸)، مجموعه کتاب جنگ جهانی دوم، ترجمه تورج فرازند، تهران، انتشارات نیل.
- دوئر، آنتونی (۱۳۹۶)، تمام نورهایی که نمی‌توانیم ببینیم، ترجمه مریم طباطباییها، تهران، انتشارات کتاب کوله پستی.
- بوتول، گاستول (۱۳۹۳)، جامعه‌شناسی جنگ، ترجمه هوشنگ فرخجسته، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.
- حسین، بشیریه (۱۳۷۸)، دولت و جامعه‌ی مدنی، گفتمان‌های جامعه‌شناسی سیاسی، قم، انتشارات نقد و نظر.
- داریوش، آشوری (۱۳۵۸)، درآمدی به جامعه‌شناسی و جامعه‌شناسی سیاسی، تهران، انتشارات مروارید.
- حسن، حبیبی (۱۳۶۳)، جامعه، فرهنگ، سیاست، تهران، انتشارات امیرکبیر.
- نیک پور، صادق (۱۳۹۷)، لهستان هراسی با ۴ نوامیر، تهران، انتشارات ارباب قلم.
- ربانی خوراسکانی (۱۳۶۸)، رسول، جامعه‌شناسی سیاسی جنگ، اصفهان، انتشارات فیروز.
- باقری، حسنعلی (۱۳۹۴)، جهان در میان دو جنگ، انتشار الکترونیکی.
- فانی، کامران (۱۳۶۵)، جنگ‌های جهانی اول و دوم، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.
- آریا، پویا (۱۳۹۵)، جنگ جهانی دوم-جهان پس از نبرد استالین گراد، قم، انتشارات تبيان.
- ترکمان، محمد (۱۳۷۰)، اسناد نقض بیطرفی ایران در شهریور ۱۳۲۰، تهران، انتشارات کویر.
- الهی، همایون (۱۳۶۹)، اهمیت استراتژیکی ایران در جنگ جهانی دوم، تهران، نشر دانشگاهی.
- تارور، ا. (۲۰۱۶، ۲۹ ژوئن). لهستانی‌ها در ایران؛ فراریان نجات یافته جنگ جهانی دوم. برگرفته از لینک: http://movarekhan.com/blog/poles_in_iran_second_world_war
- گفت‌وگو با هلن استلماخ؛ جوان‌ترین لهستانی پناهنده در جنگ دوم جهانی که در ایران ماند و ایرانی شد. (۲۰۱۵، ۱۷ آگوست). برگرفته از لینک: <https://www.cgje.org.ir/fa/news/71307>

Public Relations of Polish Asylum Seekers with Iranian Society

Abstract:

In the age of communication and modern times, war is one of the most common and familiar words that we are all involved with in some way and with its

negative consequences and bitter consequences that somehow directly affect the general currents, public relations and lifestyle of the people. , Indirect and tangible impact, we are not strangers.

This study aims to investigate the effects of World War II on international relations, political geography, economic factors and social and cultural components of the countries involved, with a thematic focus on Iran and Poland. The situation of these countries on the eve of the war in various ways and the effects of the consequences of the war during the conflict, as well as the many years since that event, were considered for a deep and in-depth look at this issue. According to the questions, this research has benefited from the method of scientific-review research and has been done with emphasis on the data theory of the foundation.

To examine the events and evaluate the events that took place during and after the event, the results obtained in the statistical community, as well as answering the basic questions of the research, collecting information through scientific methods: reviewing the library-documentary study and interviewing some Polish Took place. Due to the existence of questions in the research, the importance and necessity of case study and comparison between some available sources as well as scientific research during this historical event and based on the historicist approach, was felt.

Considering the mentioned history and examining the theories of experts in the field of war futures based on the existence of "optimistic" and "pessimistic" sense in today's modern society, the results of drawing the current state of global relations between superpowers and Peripheral countries based the researcher on the idea that the economic and industrial development of capitalist countries not only did not reduce and destroy destructive wars, but also with the advancement of industrial and technical sciences for the construction of military equipment and the existence of authoritarian political views. These governments have led to the emergence and spread of more hot, cold and soft wars in modern times. And the economic development of societies in modern and industrial times is significantly different.

Keywords: World Wars, Allies, Poland, Iran, Communications.