

اینترنت در خدمت توسعه فرهنگی

پژوهشی درباره اطلاعات فرهنگی ایران در محیط وب^۱

کیوان کوشا^۲

تاریخ دریافت: ۷۹/۱۱/۴

چکیده: مقاله حاضر، قصد دارد ضمن نمایان ساختن اهمیت استفاده از اینترنت در جهت توسعه فرهنگی، برخی از مزایا و محدودیت‌های این فن‌آوری نوین و نیز ملزومات اصلی برای ایجاد ارتباط در محیط اینترنت را نظیر نقش زبان و شاهراه‌های اطلاعاتی مورد بحث و بررسی قرار دهد. علاوه بر این، پژوهشی آماری مبتنی بر بررسی میزان حضور کلید واژه‌های «فرهنگ و ایران» در عناوین سایت‌های وب صورت گرفته است. این پژوهش، در واقع سایت‌های بازبایی شده درباره فرهنگ ایران را از دو جنبه زبان و وابستگی به کشورهای مختلف مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است. نتیجه این تحقیق حاکی از آن است که تنها یازده سایت از ۱۰۵ سایت مورد مطالعه به زبان فارسی قابل دسترس است. بیشترین سایت‌های بازبایی شده از طریق کلیدواژه‌های مذکور متعلق به کشور امریکاست، بیشترین زبان دسترسی به سایت‌ها، زبان انگلیسی است. علاوه بر این، مطالعه دیگری با استفاده از کلیدواژه‌های فوق به منظور مقایسه تعداد سایت‌های بازبایی شده مرتبط با کشورهای مختلف در منطقه آسیا، اقیانوسیه و خاورمیانه صورت گرفته است.

کلیدواژه‌ها: اینترنت، توسعه فرهنگی، وب، اطلاعات فرهنگی، ایران

مقدمه

اطلاعات رقمی و توسعه شبکه‌های اطلاع‌رسانی، بر جامعه اطلاعاتی تأثیرات شگرفی

۱. این مقاله در اولین همایش بین‌المللی نقش اطلاع‌رسانی در توسعه فرهنگی (۲۰-۲۶ دی‌ماه ۱۳۷۹) ارائه شده است.

۲. عضو هیأت علمی مرکز اطلاع‌رسانی و خدمات علمی جهاد کشاورزی

گذاشته است. اینترنت، یکی از فن‌آوری‌هایی است که امروزه توسط بسیاری از افراد در سراسر جهان مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ بنابراین می‌تواند به عنوان ابزاری برای بیان فرهنگ‌ها و اندیشه‌ها نیز به کار گرفته شود. استفاده مناسب و صحیح از این فن‌آوری می‌تواند سطح گفت‌وگوی تمدن‌ها را در میان ملل مختلف ارتقا بخشد. شبکه جهانی وب، پست الکترونیکی، گروه‌های مباحثه و خبری، گفت‌وگوهای تخصصی، فهرست‌های پستی از جمله خدمات اینترنت به شمار می‌آیند که با از میان برداشتن فواصل فیزیکی میان ملل و اقوام مختلف امکان بیان و شناخت فرهنگ‌ها را هموار ساخته است. فن‌آوری اینترنت، شیوه‌های سنتی اشاعه اطلاعات فرهنگی را دچار تغییر و تحولات اساسی کرده است و فرصت‌ها و دستاوردهای نوینی را برای ارتقاء سطح تعاملات اجتماعی و فرهنگی در سراسر جهان به ارمغان آورده است. از طریق این فن‌آوری می‌توان به سرعت پیام‌ها را به طیف وسیعی از مخاطبان در سراسر جهان منتقل کرد. اینکه چگونه می‌توان از فن‌آوری اینترنت به‌طور مناسب برای بیان فرهنگ‌ها در جامعه اطلاعاتی جهانی بهره جست و مهم‌ترین موانع بر سر راه استفاده از اینترنت برای تبادل و بیان فرهنگ‌ها به‌ویژه در کشورهای در حال رشد کدامند، از جمله مباحثی هستند که تا حدودی در این مقاله به آنها پرداخته خواهد شد. در این میان، برای ارائه دورنمایی از وضعیت حضور کشور ما در اشاعه اطلاعات فرهنگی از طریق شبکه جهانی وب، پژوهشی آماری در دو بخش صورت گرفته است. در بخش اول تحقیق، از طریق کاوش کلیدواژه‌های «فرهنگ و نام ۳۵ کشور» در منطقه آسیا، اقیانوسیه و خاورمیانه در عناوین سایت‌های وب، مقایسه‌ای میان تعداد سایت‌های بازبایی شده میان کشورهای مذکور صورت گرفته است. در بخش دوم تحقیق، منابع بازبایی شده از طریق کلیدواژه‌های «فرهنگ و ایران» در عناوین سایت‌های وب در طی سه سال گذشته، از دو جنبه وابستگی به کشورهای مختلف و نیز زبانی که قابل دسترس بودند، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند.

چرا باید به محیط اینترنت در توسعه فرهنگی بها داد

در اینجا این سؤال مطرح است که امروزه چرا باید به فن‌آوری اینترنت جهت سیاستگذاری برای توسعه فرهنگی و بیان اندیشه‌ها و افکار و در نهایت گفت‌وگو میان تمدن‌ها توجه کرد. در این بخش سعی بر آن است با ارائه اطلاعات آماری، نفوذ و رشد اینترنت در جهان تا حدودی نمایان شود.

کمسیون جهانی فرهنگ و توسعه سازمان ملل، بر شیوه‌های نوین تبادل اطلاعات میان دولت‌ها، بخش‌های خصوصی، و جامعه مدنی تأکید دارد و افق‌های جدید برای جریان آزاد

اطلاعات را نظیر اینترنت مورد توجه خود قرار داده است (۱). شبکه جهانی وب، یکی از مهم‌ترین ابزارهایی است که امروزه توسط بیش از ۳۷۷ میلیون نفر در سراسر جهان مورد استفاده قرار می‌گیرد (۲).

برآورد تعداد استفاده‌کنندگان از شبکه جهانی وب تا ماه سپتامبر ۲۰۰۰

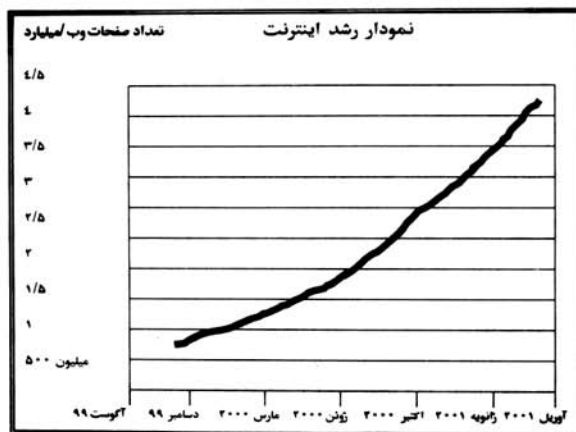
نام منطقه	تعداد استفاده‌کنندگان / میلیون
افریقا	۳/۱۱
آسیا	۸۹/۶۸
اروپا	۱۰۵/۸۹
خاورمیانه	۲/۴۰
امریکا و کانادا	۱۶۱/۳۱
امریکای لاتین	۱۵/۲۶
جمع کل	۳۷۷/۶۵

رشد روزافزون استفاده از اینترنت باعث شده است که بسیاری از نهادهای فرهنگی در سراسر جهان آن را به‌عنوان رسانه‌ای کارآمد و فراگیر برای اشاعه اطلاعات مورد توجه قرار دهند. برای نمونه، می‌توان به موزه‌های مجازی در محیط وب اشاره کرد که هر روزه هزاران نفر برای دسترسی به اطلاعات تاریخی و فرهنگی ملل مختلف از آنها بازدید می‌کنند (کوشا، ۱۳۷۷).

علاوه بر رشد روزافزون استفاده‌کنندگان از اینترنت، اطلاعات موجود در این محیط رقمی نیز به‌طور شگفت‌آوری در حال افزایش است. طبق مطالعات انجام شده توسط شرکت Cyveillance تحت عنوان «اندازه اینترنت» تعداد صفحات موجود در شبکه جهانی وب تا دهم جولای ۲۰۰۰، ۲/۱ میلیارد صفحه برآورد شده است. این مطالعه آماری همچنین نشان می‌دهد که هر روزه بیش از ۷ میلیون صفحه جدید به شبکه جهانی وب افزوده می‌شود. بدین ترتیب، پیش‌بینی می‌شود تا اوایل سال ۲۰۰۱ میلادی، حجم اطلاعات موجود در محیط وب دو برابر شود و از مرز ۴/۲ میلیارد صفحه بگذرد (نمودار ۱). پست الکترونیکی نیز در حال تبدیل به یکی از قدرتمندترین ابزارهای ارتباطی برای تبادل اطلاعات است. برآورد می‌شود که تا اوایل سال ۲۰۰۵، روزانه بیش از ۳۵ میلیارد پیام پست الکترونیکی میان مردم سراسر جهان مبادله شود (۵).

آمارهای فوق همه حکایت از رشد و استفاده روزافزون از خدمات اینترنت در سراسر جهان دارد. بسیاری از کشورها و نهادهای فرهنگی محیط اینترنت را مؤثرترین، سریع‌ترین، و کم هزینه‌ترین راه برای تبادل اطلاعات فرهنگی تشخیص داده‌اند. از سوی دیگر، برخی از کشورها این محیط جدید را ابزاری برای تهاجم فرهنگی به شمار می‌آورند و محدودیت‌هایی برای دسترسی به این شبکه جهانی قائل شده‌اند. اما آنچه بیش از هر چیز دیگر حائز اهمیت است،

استفاده از شبکه جهانی وب، پست الکترونیکی، فهرست‌های پستی و گروه‌های خبری و مباحثه جهت بیان و تبادل اندیشه‌ها در قرن بیست و یکم است. در این وادی، این سؤال مطرح است که آیا کشورهای در حال رشد به‌ویژه کشور ما می‌بایست برنامه‌ای نظامند برای سیاست‌گذاری و سرمایه‌گذاری جهت حضور فرهنگی در اینترنت تدوین کنند؟ مهم‌ترین موانع بر سر راه اشاعه اطلاعات فرهنگی از طریق محیط اینترنت کدامند؟ در بخش‌های آتی سعی بر آن است به چنین پرسش‌هایی، پاسخ منطقی داده شود.



نمودار ۱. رشد اینترنت تا اوایل سال ۲۰۰۱ را نشان می‌دهد

۳. برخی از مزایای استفاده از اینترنت در جهت اشاعه اطلاعات فرهنگی

استفاده از اینترنت به عنوان یکی از مهم‌ترین رسانه‌های قرن بیست و یکم، می‌تواند مزایای بسیاری برای اشاعه اطلاعات فرهنگی به همراه داشته باشد که مهم‌ترین آنها عبارتند از:

۱. امکان برقراری ارتباط با طیف وسیعی از مخاطبان در سراسر جهان؛
۲. سهولت برقراری ارتباط دو سویه و تعاملی از راه دور؛
۳. سهولت دسترسی و استفاده از خدمات اینترنت در هر کجا و در هر زمان؛
۴. امکان اشاعه اطلاعات چند رسانه‌ای شامل صوت، تصویر، ویدئو از طریق محیط وب؛
۵. امکان اشاعه اطلاعات در قالب چند زبانه به منظور پوشش طیف وسیع‌تری از مخاطبان؛
۶. امکان استفاده از خدمات پست الکترونیکی، گروه‌های مباحثه و خبری و فهرست‌های پستی برای ایجاد محیط ارتباطی پویا در اشاعه اطلاعات فرهنگی؛
۷. کم‌هزینه بودن استفاده از امکانات ارتباطی و اشاعه اطلاعات اینترنت نسبت به سایر رسانه‌ها؛

۴. برخی از موانع استفاده از اینترنت در جهت توسعه فرهنگی

سه مشکل اساسی را می‌توان در ارتباط با استفاده از اینترنت برای سیاستگذاری در جهت توسعه فرهنگی شناسایی کرد که عبارتند از مشکلات زبانی، فن‌آوری، و فرهنگی.

۴-۱. مشکلات زبانی: زبان به عنوان مانعی بزرگی برای اشاعه اطلاعات در محیط اینترنت به شمار می‌آید. امروزه، بیش از ۳۰۰۰ زبان گفتاری وجود دارد و تنها ۱۰۰ زبان نوشتاری وجود دارد (۶). چنین گوناگونی‌های زبانی اهمیت ایجاد بستری واحد را برای ایجاد ارتباط و تعامل میان انسان‌ها و فرهنگ‌های مختلف دوچندان کرده است. ما ناخواسته زبان انگلیسی را به عنوان زبان دوم مورد قبول قرار داده‌ایم. در بسیاری از موارد ندانستن زبان انگلیسی خود به معنای عدم امکان دسترسی به اطلاعات است. بنابراین، زبانی که اطلاعات در محیط اینترنت از طریق آن قابل دسترس است، از اهمیت بسیاری برخوردار است. مطالعه صورت گرفته توسط Global Internet Statistics در زمینه «زبان‌های استفاده‌کنندگان از اینترنت» نشان می‌دهد که حدود ۵۰ درصد از استفاده‌کنندگان از اینترنت انگلیسی زبان هستند. پس از زبان انگلیسی، زبان‌های چینی، ژاپنی، و آلمانی به ترتیب با ۷/۶ درصد، ۷/۲ درصد و ۵/۹ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند (۷).

برخی از کشورها برای اشاعه اطلاعات به زبان‌های دیگر منع قانونی دارند که برای مثال می‌توان به کشور فرانسه اشاره کرد. موضوع قانون ۴ اگوست ۱۹۹۴ فرانسه، استفاده از زبان فرانسوی را به‌ویژه در روابط تجاری اجباری ساخته است (۸). در تحقیقی که در سال ۱۹۹۸ توسط Internet Research Group صورت گرفته است، نشان می‌دهد که دو سوم (۶۸ درصد) استفاده‌کنندگان از اینترنت در دو کشور آمریکا و کانادا اسکان دارند. علاوه بر این، پایگاه بیش از ۶۰ درصد از رایانه‌های میزبان اینترنت در آمریکا است. این تحقیق همچنین نشان می‌دهد که ۸۲ درصد از صفحات اصلی وب به زبان انگلیسی هستند (۹).

سه رویکرد را می‌توان در زبان اشاعه اطلاعات فرهنگی در اینترنت مورد شناسایی قرار داد که هر یک ممکن است مزایا یا معایبی به همراه داشته باشند.

الف. انحصارگری زبان انگلیسی به عنوان زبان بین‌المللی؛

ب. انتخاب یک زبان ملی (برای نمونه فارسی)؛

ج. رویکرد چند زبانه برای اشاعه اطلاعات؛

هر یک از رویکردهای اول و دوم، ممکن است معایب و مزایایی را برای کشورهای

غیرانگلیسی زبان به همراه داشته باشند. همان‌طوری که آمارها نشان می‌دهند زبان انگلیسی، زبان غالب در محیط اینترنت به‌شمار می‌آید. بنابراین، این امکان وجود دارد که در قرن بیست‌ویکم زبان انگلیسی تنها زبان رایج اینترنت برای ارتباطات بین‌المللی و فرهنگی به‌شمار آید. این امر خود به معنای تأثیر این زبان بر فرهنگ گفتاری و نوشتاری دیگر ملت‌هاست، به‌طوری که امروزه شاهد استفاده از واژه‌های انگلیسی در زبان فارسی هستیم. از سوی دیگر نادیده گرفتن زبان انگلیسی به معنای از دست دادن طیف وسیعی از مخاطبان است که می‌توانند از طریق این زبان از ارزش‌های فرهنگی، بومی و ملی دیگر ملت‌ها آگاهی حاصل کنند. این امر به‌ویژه در زمینه اطلاعات علمی و تخصصی حائز اهمیت است.

اگر زبان انگلیسی با این شتاب در محیط اینترنت گسترش یابد و به‌عنوان تنها زبان ارتباطی بین‌المللی در اینترنت پذیرفته شود و کشورهای دیگر در اشاعه اطلاعات به زبان‌های مختلف سعی و تلاشی از خود نشان ندهند، انگلیسی زبان‌ها محیط سایبراسپس^۱ یا فضای مجازی اطلاعات را به کنترل خود در خواهند آورد و غیرانگلیسی زبان‌ها یا مجبور هستند این زبان را فراگیرند و یا از اطلاعات قابل دسترس محروم شوند. بیم آن می‌رود که فرهنگ کشورهای انگلیسی زبان در محیط اینترنت بر فرهنگ‌های دیگر غالب شود.

از سوی دیگر اشاعه اطلاعات از طریق یک زبان واحد غیرانگلیسی اگر چه ممکن است منجر به حفظ زبان ملی هر کشور شود؛ اما مانع بزرگی به‌منظور تحقق گفت‌وگوی تمدن‌ها است که به پیشنهاد کشور ما شعار قرن بیست‌ویکم سازمان ملل متحد قرار گرفته است. شاید بتوان این‌طور استنباط کرد که گفت‌وگوی میان تمدن‌ها و فرهنگ‌ها زمانی تحقق می‌یابد که زبان ارتباطی واحدی میان ملل مختلف مورد قبول واقع شود.

در اینجا این سؤال ممکن است مطرح گردد که اگر منظور از توسعه فرهنگی به معنای اشاعه و حفظ زبان به‌عنوان مهم‌ترین هویت فرهنگی هر کشور است، آیا در نظر گرفتن زبان انگلیسی به‌عنوان زبان معیار در اینترنت، فرهنگ کشورهای انگلیسی زبان را به نحوی به کشورهای دیگر القا نخواهد کرد؟

رویکرد سومی که شاید بتوان آن را پذیرفته شده‌ترین شیوه در اشاعه اطلاعات فرهنگی در محیط اینترنت به‌شمار آورد، رویکرد چندزبانه برای اشاعه اطلاعات است. یکی از قابلیت‌های محیط وب این است که محتوای اطلاعات واحدی را می‌توان به چندین زبان مختلف در دسترس استفاده‌کنندگان قرار داد. بنابر اظهارات فدریکو مایور دبیرکل سابق یونسکو اینترنت به

تمامی زبان‌ها صحبت می‌کند که این امر خود بیان فرهنگ‌ها را تسهیل می‌کند (۱۰). نمونه بارزی از چنین رویکردی را می‌توان در سایت سازمان ملل متحد مشاهده کرد که اطلاعات خود را به ۶ زبان انگلیسی، فرانسه، روسی، عربی، چینی و اسپانیایی در دسترس قرار داده است (۱۱). یکی از مطالعات بنیادی در زمینه زبان اشاعه اطلاعات در اینترنت توسط UNESCO صورت پذیرفته است که مهم‌ترین نتایج آن عبارتند از (۱۲):

۱. استفاده از زبان‌های اصلی برای ارتباطات علمی و تخصصی؛
۲. توسعه نظام‌های بازیابی به زبان‌های مختلف ملی به منظور دسترسی به منابع اطلاعاتی جهانی؛
۳. توسعه نظام‌های ترجمه مبتنی بر رایانه؛
۴. آموزش زبان‌های اصلی؛

محیط گرافیکی و چندرسانه‌ای وب، تا حدود بسیاری امکان ارتباط دیداری را از طریق نمادها، سبیل‌ها و تصاویر و جلوه‌های گرافیکی مهیا کرده است. بدین ترتیب، برای توصیف محتوای موسیقی سنتی ایرانی، شاید هیچ چیز را نتوان جایگزین پخش قطعاتی از آنها کرد. چنین مثالی در مورد صنایع دستی، منابع فرهنگی، اشیاء تاریخی، نسخ خطی، ایران‌شناسی و ایرانگردی و از این قبیل که مرتبط با فرهنگ و تمدن ایران هستند، نیز صادق است. بنابراین، محیط چند رسانه‌ای وب بهترین بستر برای انتقال منابع فرهنگی دیداری و شنیداری به شمار می‌آید. این فرایند می‌تواند از طریق در دسترس قرار دادن فیلم، موسیقی، کلام، عکس، تصاویر گرافیکی به خوبی دنبال شود و برخی از موانع زبانی در انتقال اطلاعات را برطرف سازد.

۲-۴. مشکلات فن‌آوری:

مهم‌ترین مشکلات فن‌آوری در ارتباط با اشاعه اطلاعات فرهنگی را می‌توان به صورت ذیل برشمرد:

- عدم به کارگیری استاندارد واحد در زمینه به کارگیری فونت‌های زبان‌های مختلف در محیط وب و نظام رمزگذاری حروف به‌ویژه در زبان‌هایی نظیر فارسی، چینی، ژاپنی و جز آن؛
- کشورهای در حال رشد به منظور حضوری قوی در اینترنت باید دارای زیرساخت ارتباطی مناسب به منظور تبادل متقابل اطلاعات باشند. این در حالی است که بسیاری از کشورهای در حال رشد با مشکل خطوط مخابراتی نامناسب روبه‌رو هستند. بدون داشتن بستر ارتباطی مناسب پیامی دریافت و انتقال داده نمی‌شود. کیفیت اتصال به اینترنت نیز یکی دیگر از مباحث

مهمی است که باید به آن توجه داشت.

- داشتن سواد رایانه‌ای پیش نیاز استفاده از فن‌آوری اینترنت و دسترسی به منابع اطلاعاتی موجود در آن است. بنابراین، شرط لازم اشاعه اطلاعات با هدف توسعه فرهنگی، آگاهی مخاطبان از نحوه استفاده از این فن‌آوری است. در واقع استفاده مؤثر از فن‌آوری‌های اطلاعاتی به آموزش آنها بستگی دارد.

۴. بدون در اختیار داشتن امکانات رایانه‌ای نظیر رایانه، خط تلفن، مودم و غیره نمی‌توان از منابع موجود در اینترنت استفاده کرد. بنابراین، این امکانات به‌ویژه در کشورهای جهان سوم می‌بایست مهیا باشند.

۳-۴. مشکلات فرهنگی

اتصال به اینترنت به‌ویژه در کشورهای در حال رشد، همواره با بحث‌هایی پیرامون تهاجم فرهنگی از طریق این رسانه همراه بوده است. عده‌ای عقیده دارند که اتصال به این شبکه جهانی و در دسترس قراردادن آن برای عموم مردم، می‌تواند بر فرهنگ و ارزش‌های هر کشوری تأثیرات منفی داشته باشد. بسیاری از کشورها به‌ویژه در منطقه خلیج فارس بنا بر ارزش‌های ملی، مذهبی، و فرهنگی، اینترنت را به صورت محتاطانه مورد استفاده قرار داده‌اند (۱۳)، زیرا از طریق این رسانه تصاویر و اطلاعات غیراخلاقی و غیره که معیارهای فرهنگی و سنتی آنها را تضعیف می‌کند، نیز قابل دسترس است. برخی از کشورها نیز نظیر عراق به این شبکه جهانی متصل نیست. در نقطه مقابل عده دیگری عقیده دارند که اطلاعات با ارزشی از طریق این شبکه جهانی قابل دسترس است که نادیده گرفتن آنها به ضرر و زیان کشورها است. در اینجا این سؤال می‌تواند مطرح شود که اینترنت این رسانه قدرتمند قرن بیست و یکم در خدمت توسعه فرهنگی است یا تهاجم فرهنگی. به‌طور خلاصه می‌توان گفت به نوع استفاده و کاربردی که از آن می‌شود بستگی دارد. بدین ترتیب، شخصی ممکن است از طریق دستگاه ویدئو فیلمی نامناسب یا ارزشمند را تماشا کند. به تعبیر دیگر، می‌توان گفت اگر فیلم‌های مناسب و ارزشمند را بتوان به راحتی در دسترس علاقه‌مندان قرار داد، شاید تا حدودی بتوان از نفوذ فیلم‌های نامناسب دیگر جلوگیری کرد. چنین مثالی در زمینه اینترنت نیز صادق است. اگر به توسعه فرهنگی از طریق اینترنت بها می‌دهیم، این موضوع حیاتی که بدانیم چه نقشی را تاکنون در عرصه اشاعه اطلاعات فرهنگی در این محیط ایفا اهمیت دارد. در پژوهشی که به همین منظور انجام شده است می‌توان دورنمای کلی در زمینه حضور نهادهای فرهنگی کشور در اینترنت به‌دست آورد.

۵. پژوهشی درباره حضور فرهنگی ایران و سایر کشورها در شبکه جهانی وب

۵-۱. کلیات شیوه انجام کار

تحقیق فوق دارای دو بخش اصلی است: ۱) مقایسه میزان حضور کلیدواژه‌های «فرهنگ و نام کشورها» در منطقه آسیا، اقیانوسیه، و خاورمیانه در عناوین سایت‌های وب؛ ۲) بررسی میزان حضور کلید واژه‌های «ایران و فرهنگ» در عناوین سایت‌های وب و تجزیه و تحلیل سایت‌های بازایی شده از دو جنبه وابستگی به کشورهای مختلف و نیز زبانی که سایت‌ها قابل دسترس بوده‌اند.

در بخش اول تحقیق، میزان حضور کلیدواژه‌های مرتبط با فرهنگ و نام ۳۵ کشور در منطقه آسیا، اقیانوسیه و خاورمیانه در عناوین سایت‌ها در طی سه سال گذشته از طریق موتور کاوش نورترین لایت^۱ مورد بررسی قرار گرفته است. علاوه بر این، اسامی ۸ کشور مهم در قاره اروپا و آمریکا نیز به همین صورت مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. در بخش دوم تحقیق، سایت‌های بازایی شده به همین صورت از طریق کلیدواژه‌های «ایران و فرهنگ» از دو جنبه زبان و وابستگی آنها به کشورهای مختلف مورد مطالعه قرار گرفته است.

۵-۲. هدف پژوهش

اهداف اصلی بخش اول تحقیق

الف. نمایان ساختن میزان حضور کلیدواژه‌های «فرهنگ و نام کشورها» در منطقه آسیا، اقیانوسیه، و خاورمیانه در عناوین سایت‌های وب؛
ب. مقایسه تعداد سایت‌های بازایی شده مرتبط با کلیدواژه‌های مذکور در کشورهای مختلف؛

ج. ارائه تصویری کلی از وضعیت کشور ما در میان ۳۵ کشور در منطقه آسیا، اقیانوسیه، و خاورمیانه؛

اهداف اصلی بخش دوم تحقیق

الف. بررسی سایت‌های بازایی شده مرتبط با کلیدواژه‌های «فرهنگ و ایران» در طی سه سال گذشته از نظر وابستگی آنها به کشورهای مختلف؛

ب. بررسی سایت‌های بازایی شده مرتبط با کلیدواژه‌های «فرهنگ و ایران» در طی سه سال گذشته از نظر زبان‌های مختلفی که سایت قابل دسترس است؛

ج. ارائه تصویری کلی از حضور نهادهای فرهنگی کشور در اشاعه اطلاعات فرهنگی در اینترنت؛

۵-۳. سئوالات اساسی پژوهش

۱. میزان حضور کلیدواژه‌های «فرهنگ و نام کشورها» در منطقه آسیا، اقیانوسیه، و خاورمیانه و برخی از کشورهای اروپایی و امریکا در عناوین سایت‌های وب به تفکیک هر کشور چه تعداد است؟
۲. بیشترین و کمترین میزان حضور کلیدواژه‌های فوق در عناوین سایت‌های وب متعلق به چه کشورهایی است؟
۳. در ارتباط با میزان حضور کلیدواژه‌های «فرهنگ و ایران» در عناوین سایت‌ها، بیشترین و کمترین سایت‌های بازیابی شده متعلق به چه کشورهایی است؟
۴. در ارتباط با کلیدواژه‌های «فرهنگ و ایران» بیشترین و کمترین زبان‌هایی که سایت‌ها از طریق آنها ارائه شده‌اند، کدامند؟
۵. چه تعداد از سایت‌ها به زبان فارسی از طریق کلیدواژه‌های «فرهنگ و ایران» در عناوین سایت‌ها بازیابی شده‌اند؟
۶. چه تعداد از سایت‌های بازیابی شده فارسی، متعلق به نهادهای دولتی یا غیردولتی ایران و یا سایر کشورها است؟
۷. چه تعداد از سایت‌ها متعلق به نهادهای دولتی یا غیردولتی ایران با زبان فارسی یا سایر زبان‌های قابل دسترس است؟

۵-۴. ابزارهای گردآوری اطلاعات

در هر دو بخش تحقیق، برای جست‌وجو و سنجش میزان حضور کلیدواژه «فرهنگ و نام کشورها» در عناوین سایت‌ها، از موتور کاوش نورتن‌لایت به عنوان کارآمدترین موتور کاوش از لحاظ قابلیت‌های بازیابی اطلاعات استفاده شده است (۱۴). یکی از امکانات مناسب این موتور کاوش امکان جست‌وجوی کلیدواژه‌ها در عناوین سایت‌ها همراه با به کارگیری عملگرهای بولی است که در واقع منطبق با اهداف اصلی تحقیق است. این موتور کاوش طبق بررسی به عمل آمده، بهترین موتور کاوش از لحاظ بازیابی اطلاعات در کنفرانس Online Informatoin سال ۱۹۹۹ معرفی شده است (۱۵).

۵-۵. نحوه جمع‌آوری اطلاعات (جست‌وجوی کلیدواژه‌ها)

به منظور انجام جست‌وجوی جامع در عناوین سایت‌های وب مبتنی بر کلیدواژه‌های «فرهنگ و نام کشورها»، تا حد امکان سعی شده است اسامی دیگر با اختصارات نام کشورها در

کلیدواژه‌های کاوش در نظر گرفته شوند.

از این رو، از قابلیت کوتاه سازی^۱ در کلیدواژه‌های «فرهنگ» و «نام کشورها» در زبان انگلیسی استفاده شده است. برای مثال، برای جست‌وجوی کلیدواژه‌های «فرهنگ و ایران» و «فرهنگ و آمریکا» در عناوین سایت‌ها، به ترتیب ذیل عمل شده است:

(Iran* OR Persia* OR Farsi*) and Cultur*

(U.S.A. OR U.S. OR United States OR America*) and Cultur*

۵-۶. جامعه مورد مطالعه

جامعه مورد مطالعه بخش اول تحقیق را ۳۵ کشور مهم در منطقه آسیا، اقیانوسیه و خاورمیانه که طبق گزارش NUA Internet Surveys به اینترنت متصل‌اند، تشکیل داده‌اند (۱۶). همچنین، به منظور به دست آوردن دورنمایی کلی از وضعیت کشورهای پیشرفته در این خصوص، ۸ کشور پیشرفته در قاره اروپا و آمریکا به همین صورت مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. بدین ترتیب، در بخش اول تحقیق مجموعاً ۴۳ کشور جامعه مورد مطالعه تحقیق را تشکیل دادند.

در بخش دوم تحقیق که منحصراً به منظور بررسی حضور کلیدواژه‌های «ایران و فرهنگ» در عناوین سایت‌های وب صورت پذیرفته است، ابتدا ۳۳۵ سایت مورد بازبینی قرار گرفتند. به منظور محدود کردن جامعه مورد مطالعه، تصمیم بر آن شد تا سایت‌هایی که در خلال سه سال گذشته در محیط وب در دسترس قرار گرفته‌اند، به عنوان جامعه مورد مطالعه نهایی پژوهش انتخاب شوند. بدین ترتیب، حضور کلیدواژه‌های مذکور از ابتدای سال ۱۹۹۷ میلادی لغایت ۲ نوامبر ۲۰۰۰ میلادی در عناوین سایت‌ها مورد جست‌وجو قرار گرفتند و در مجموع ۱۱۹ سایت بازبینی شدند. از ۱۱۹ سایت مذکور، ۱۴ سایت در زمان پژوهش (۱۲ آبان ۱۳۷۸) قابل دسترس نبودند. بنابراین جامعه مورد مطالعه نهایی پژوهش را ۱۰۵ سایت تشکیل دادند.

۵-۷. محدودیت‌های تحقیق

۱. انتخاب یک کلیدواژه خاص «فرهنگ» از جامعیت کامل برای سنجش میزان حضور اطلاعات فرهنگی هر کشور در اینترنت برخوردار نیست؛ بنابراین نمی‌توان مدعی شد که تنها از طریق کلیدواژه فوق می‌توان وضعیت حضور فرهنگی هر کشور در اینترنت سنجیده شود.

بدین ترتیب، برای انجام تحقیقی جامع‌تر باید کلیدواژه‌های دیگر منطبق با منابع فرهنگی و ارزشی هر کشور مورد جست‌وجو قرار گیرند، نظیر موسیقی، هنر، ادبیات، آداب و رسوم و حتی ادیان نظیر اسلام؛

۲. با وجود اینکه فرض شده است که کلیدواژه در عنوان سایت‌ها تا حدود زیادی نمایانگر محتوای درونی آنهاست؛ ولی در برخی از موارد این موضوع صادق نیست. بنابراین، تحلیل محتوای هر یک از سایت‌های بازایی شده می‌تواند به عنوان تحقیقی جداگانه دنبال شود؛

۳. برای انجام این تحقیق تنها از یک موتور کاوش که بهترین ابزار کاوش از لحاظ بازایی اطلاعات (نه از لحاظ جامعیت) معرفی گردیده است، استفاده شده است، بنابراین این تحقیق می‌تواند با استفاده از ابزارهای کاوش دیگر نظیر آلتا وستا^۱ که امکان جست‌وجوی کلیدواژه در عناوین سایت‌ها را می‌دهند، نیز صورت پذیرد.

۵-۸. یافته‌های تحقیق

۵-۸-۱. یافته‌های بخش اول تحقیق

مقایسه تعداد منابع بازایی شده از طریق کلیدواژه‌های «فرهنگ و نام ۳۵ کشور» در منطقه آسیا، اقیانوسیه، و خاورمیانه در عناوین سایت‌های وب در جدول شماره ۱ نشان داده شده است. همان‌طوری که مشاهده می‌شود، کشور چین با ۱۱۰۰۳ اقام بازایی شده در ردیف اول و کشور ترکمنستان با ۱۹ اقام بازایی شده آخرین کشور محسوب می‌شود. کشور جمهوری اسلامی ایران نیز در رده دوازدهم جدول قرار دارد. آنچه بیش از هر چیز دیگر قابل ملاحظه است، حضور کشورهای چین و هند در این منطقه به ترتیب در ردیف‌های اول و سوم جدول است. که این خود می‌تواند به گونه‌ای توجه آنها را نسبت به ارائه اطلاعات فرهنگی در اینترنت نمایان سازد. این در حالی است که کشور ما با وجود داشتن منابع فرهنگی ارزشمند، رتبه دوازدهم را در میان ۳۵ کشور به خود اختصاص داده است و کشوری نظیر رژیم صهیونیستی با وجود اینکه هویت تاریخی، ملی و فرهنگی ندارد، اطلاعات گسترده‌ای را از طریق اینترنت در دسترس قرار داده است و رتبه ششم را به خود اختصاص داده است. حضور کم رنگ کشورهای عربی نیز مبتنی بر کلیدواژه‌های در نظر گرفته شده، بسیار مشهود است؛ به طوری که کشور فلسطین رده ۱۹، عربستان سعودی رده ۲۱، سوریه رده ۲۲، اردن رده ۲۴، کویت رده ۲۶، قطر رده ۳۱، و امارت متحده عربی رده ۳۱ را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۱. رتبه‌بندی کشورهای منطقه آسیا، خاورمیانه و اقیانوسیه از لحاظ تعداد اقلام و منابع بازیابی شده در وب مرتبط با کلید واژه فرهنگ و کشور مورد نظر در عناوین سایت‌ها

ردیف	نام کشور، ملیت	اقلام بازیابی شده	تعداد منابع (سایت‌ها)
۱	چین	۱۱۰۰۳	؟
۲	ژاپن	۴۶۵۶	؟
۳	هند	۴۶۰۸	؟
۴	استرالیا	۲۶۹۷	؟
۵	کره (جنوبی و شمالی)	۱۹۱۵	؟
۶	رژیم صهیونیستی	۱۶۹۴	؟
۷	سنگاپور	۹۴۰	۶۱۹
۸	ویتنام	۷۵۵	۴۷۹
۹	نیوزلند	۷۸۳	۴۷۲
۱۰	تایوان	۷۱۵	۴۲۱
۱۱	مالزی	۶۷۳	۳۷۷
۱۲	ایران	۵۹۴	۳۳۵
۱۳	اندونزی	۵۵۴	۳۱۲
۱۴	تایلند	۵۱۲	۲۴۷
۱۵	هنگ‌کنگ	۴۶۱	۱۷۰
۱۶	فلپین	۳۸۲	۱۰۱
۱۷	پاکستان	۲۸۴	۹۴
۱۸	ارمنستان	۱۵۷	۷۰
۱۹	فلسطین	۱۴۱	۵۲
۲۰	سری‌لانکا	۱۴۷	۴۹
۲۱	عربستان سعودی	۱۲۲	۴۹
۲۲	سوریه	۹۴	۴۹
۲۳	بنگلادش	۱۳۵	۴۷
۲۴	اردن	۸۵	۴۶
۲۵	یمن	۱۶۳	۳۴
۲۶	کویت	۶۹	۳۴
۲۷	عمان	۵۹	۲۶
۲۸	آذربایجان	۷۵	۲۵
۲۹	بحرین	۳۷	۲۱
۳۰	اوزبکستان	۲۳	۱۸
۳۱	قطر	۲۷	۱۷
۳۲	امارات متحده عربی	۲۵	۱۷
۳۳	قزاقستان	۳۱	۱۵
۳۴	تاجیکستان	۲۹	۱۵
۳۵	ترکمنستان	۱۹	۱۱

مقایسه میزان حضور کلیدواژه‌های «فرهنگ و نام ۸ کشور» در قاره اروپا و امریکای شمالی نشان می‌دهد که آنها اطلاعات بسیار گسترده‌تری را نسبت به کشورهای منطقه آسیا، اقیانوسیه و خاورمیانه در دسترس قرار داده‌اند. در این مقایسه، کشور امریکا با ۱۵۸۰۳ اқلام بازیابی شده رتبه نخست را دارا است و اسپانیا با ۲۱۸۸ اқلام اطلاعاتی در رده هشتم قرار دارد (جدول ۲).

جدول ۲. رتبه‌بندی مهم‌ترین کشورهای قاره امریکا و اروپا از لحاظ تعداد اқلام و منابع بازیابی شده در وب مرتبط با کلیدواژه فرهنگ و کشور مورد نظر در عناوین سایت‌ها

ردیف	نام کشور، ملیت	اқلام بازیابی شده	تعداد منابع (سایت‌ها)
۱	امریکا	۱۵۸۰۳	؟
۲	فرانسه	۵۵۶۴	؟
۳	ایتالیا	۳۷۶۷	؟
۴	انگلیس	۳۴۶۳	؟
۵	کانادا	۳۲۵۴	؟
۶	آلمان	۳۲۲۶	؟
۷	روسیه	۲۵۸۲	؟
۸	اسپانیا	۲۱۸۸	؟

۵-۸-۲ یافته‌های بخش دوم تحقیق

۵-۸-۲-۱. بررسی وابستگی سایت‌های بازیابی شده مرتبط با فرهنگ ایران: بررسی سایت‌های بازیابی شده از طریق کلیدواژه‌های «فرهنگ و نام ایران» (تعداد کل سایت‌ها ۱۰۵) نشان داد که ۶۹ سایت متعلق به کشور امریکا، ۸ سایت متعلق به ایران و بقیه متعلق به کشورهای دیگر است (جدول ۳). این موضوع خود تا حدودی نشان می‌دهد که نهادهای فرهنگی ما به‌طور نسبی نقش فعالی در اشاعه اطلاعات فرهنگی درباره ایران از طریق اینترنت نداشتند. در نقطه مقابل، ۶۹ سایت متعلق به سازمان‌های دولتی، دانشگاه‌ها و شرکت‌های خصوصی است که در کشور امریکا اسکان دارند. همچنین، از میان این ۶۹ سایت، ۱۶ سایت متعلق به دانشگاه‌های امریکا است که برخی از آنها نقش بسیار فعالی در اشاعه اطلاعات فرهنگی درباره ایران ایفا کردند. همان‌طوری که گفته شد تحلیل محتوای هر یک از سایت‌های فوق بررسی جداگانه‌ای را می‌طلبد که امید است در آینده به آن پرداخته شود.

جدول ۳. بررسی سایت‌های بازیابی شده از طریق کلیدواژه‌های فرهنگ و ایران از لحاظ وابستگی به کشورهای مختلف

ردیف	منطقه جغرافیایی سایت	تعداد پیوندهای بازیابی شده
۱	امریکا	۶۹
۲	ایران	۸
۳	انگلیس	۵
۴	فرانسه	۵
۵	کانادا	۴
۶	نامعلوم	۴
۷	آلمان	۲
۸	ایتالیا	۱
۹	استرالیا	۱
۱۰	ژاپن	۱
۱۱	کره	۱
۱۲	اردن	۱
۱۳	مجارستان	۱
۱۴	فرامبلتی	۱
۱۵	کرواسی	۱
	جمع کل	۱۰۵

۵-۲-۲. بررسی زبان سایت‌های بازیابی شده مرتبط با فرهنگ ایران: همان‌طوری که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، از ۱۰۵ سایت بررسی شده، ۸۷ سایت به زبان انگلیسی، ۲ سایت به زبان فارسی، ۷ سایت به زبان فارسی - انگلیسی (دو زبانه)، یک سایت به زبان فارسی - انگلیسی و عربی (سه زبانه)، یک سایت به زبان فارسی - انگلیسی و چینی (سه زبانه)، ۴ سایت به زبان فرانسه، یک سایت به زبان انگلیسی - فرانسه (دو زبانه)، یک سایت به زبان ایتالیایی و یک سایت نیز به زبان آلمانی قابل دسترسی بودند (جدول ۴).

جدول ۴. بررسی سایت‌های بازیابی شده از طریق کلیدواژه‌های فرهنگ و ایران از لحاظ زبان‌های مختلفی که قابل دسترسی بودند

ردیف	زبان (ها)	تعداد
۱	انگلیسی	۸۷
۲	انگلیسی - فارسی	۷
۳	فرانسه	۴
۴	فارسی	۲
۵	فارسی - انگلیسی - عربی	۱
۶	فارسی - انگلیسی - چینی	۱
۷	ایتالیایی	۱
۸	انگلیسی - فرانسه	۱
۹	آلمانی	۱
	جمع کل	۱۰۸

بدین ترتیب، در مجموع ۱۱ سایت به زبان فارسی قابل دسترس بودند (جدول ۵). از میان ۱۱ سایت به زبان فارسی، ۷ سایت متعلق به کشور آمریکا، ۲ سایت متعلق به ایران، یک سایت متعلق به ژاپن و یک سایت نیز بدون هویت بودند (جدول ۶). همچنین، بررسی ۸ سایت متعلق به نهادهای دولتی و غیردولتی در داخل کشور نشان می‌دهد که ۶ سایت به زبان انگلیسی و ۲ سایت به زبان فارسی - انگلیسی و عربی (سه زبانه) و فارسی - انگلیسی و چینی (سه زبانه) هستند (جدول ۷).

جدول ۵. بررسی سایت‌های بازیابی شده از طریق کلیدواژه‌های فرهنگ و ایران که به زبان فارسی قابل دسترس بودند

ردیف	زبان (ها)	تعداد
۱	انگلیسی - فارسی	۷
۲	فارسی	۲
۳	فارسی - انگلیسی - عربی	۱
۴	فارسی - انگلیسی - چینی	۱
	جمع کل	۱۱

جدول ۶. بررسی سایت‌های فارسی بازیابی شده از نظر وابستگی آنها به کشورهای مختلف

ردیف	کشور	تعداد
۱	امریکا	۷
۲	ایران	۲
۳	ژاپن	۱
۴	نامعلوم	۱
	جمع کل	۱۱

جدول ۷. بررسی سایت‌های متعلق به کشور ایران از لحاظ زبان‌هایی که قابل دسترس بودند

ردیف	زبان (ها)	تعداد
۱	انگلیسی	۶
۲	فارسی - انگلیسی - عربی	۱
۳	فارسی - انگلیسی - چینی	۱
	جمع کل	۸

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

سؤالی که به‌ویژه در کشورهای در حال رشد ممکن است با آن مواجه شویم این است که اینترنت ابزاری است برای توسعه فرهنگی یا تهاجم فرهنگی دشمنان. شاید بتوان گفت مادامی که نهادهای فرهنگی نقش فعالی را در عرضه اطلاعات مناسب و صحیح فرهنگی ملی و بومی خود در این محیط ایفا نکنند و اطلاعات مورد نیاز مخاطبان را در دسترس قرار ندهند، نخواهند

توانست با تهاجمات فرهنگی مقابله کنند. چه بسا، بهترین راه مقابله با تهاجمات فرهنگی در این محیط، اشاعه سایت‌های فرهنگی در زمینه‌های مختلف از موسیقی، هنر، ادبیات گرفته تا اسلام، ایران‌شناسی و غیره است. اگر از سوی نهادهای فرهنگی، دانشگاه‌ها و دیگر بخش‌های دولتی و غیردولتی به این امر توجه لازم مبذول نگردد، ما شاهد اشاعه اطلاعات فرهنگی توسط دیگر سازمان‌ها و نهادهای رسمی و غیررسمی در خارج از کشور با اهداف و سیاست‌های خاص آنها خواهیم بود.

بررسی حاضر، مبتنی بر جست‌وجوی کلیدواژه‌های «فرهنگ و ایران» در عناوین سایت‌های وب دورنمایی کلی را درباره وضعیت اطلاعات فرهنگی ایران در اینترنت نشان داد. بدین ترتیب، اگر استفاده‌کننده‌ای بالقوه که به دنبال اطلاعات فرهنگی صحیح و مناسب درباره ایران است، از طریق موتور کاوش نورترن لایت کلیدواژه‌های «فرهنگ و ایران» را در کادر جست‌وجوی عناوین سایت‌ها وارد نماید، تنها به ۸ سایت در داخل ایران و بیش از ۹۵ سایت کشورها دسترسی پیدا خواهد کرد. علاوه بر این، تنها ۱۱ سایت چه در داخل و چه در خارج از ایران به زبان فارسی قابل دسترس است و مهم‌تر آنکه تنها دوسایت به زبان فارسی و داخل کشور موجود می‌باشند.

این پژوهش تا حدودی نمایانگر این واقعیت است که باید به اطلاعات در شبکه اینترنت بهای بیشتری دهیم؛ نه آنکه از حضور غیرفعالی در این محیط داشته باشیم. ما باید با تولید و اشاعه اطلاعات فرهنگی و ملی خود از تهاجم فرهنگی سایت‌های بیگانه جلوگیری کنیم. گفت‌وگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها به خودی خود واژه‌های مهمی هستند، اما اگر در عمل با ایجاد شبکه‌های انسانی و فرهنگی در عصر اطلاعات به آنها توجه نگردد، این گفت‌وگو و تعامل را که مبتنی بر تبادل اطلاعات صحیح و درست است نمی‌توانیم برقرار کنیم.

این موضوع از اهمیت به‌سزایی برخوردار است که کشورهای در حال رشد خود باید به گردآوری و تولید اطلاعات فرهنگی بپردازند و آنها را در قالب ارقام در دسترس قرار دهند. آنها نباید صرفاً مصرف‌کننده اطلاعات باشند. نقش عرضه‌کنندگان خدمات اینترنت نیز در این میان از اهمیت به‌سزایی برخوردار است؛ زیرا آنها با در اختیار قرار دادن بستر مناسب ارتباطی و ارائه خدمات مناسب می‌توانند فرایند دسترسی به اطلاعات را تسهیل کنند.

وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، تحقیقات و فن‌آوری با همکاری سایر نهادها نظیر سازمان میراث فرهنگی می‌توانند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری واحد و مناسبی را در جهت شناسایی، گردآوری، سازماندهی، انتخاب، رقمی‌کردن و در نهایت طراحی سایت‌های فرهنگی مرتبط با ایران در پیش بگیرند.

با وجود اینکه اینترنت می‌تواند فن‌آوری مناسبی برای گفت‌وگو میان ملل مختلف به شمار

آید، اما گفت‌وگو و تبادل اندیشه‌ها از نزدیک و به‌طور انسانی همچنان جایگاه خاص خود را دارد. استفاده از زبان انگلیسی به عنوان زبان دوم برای اشاعه اطلاعات در اینترنت می‌تواند تا حدود بسیاری محدودیت‌های دسترسی به اطلاعات فرهنگی ما را برای سایر کشورها برطرف سازد؛ اما در این میان باید هویت ملی، یعنی زبان فارسی نیز حفظ گردد. بنابراین، طراحی سایت‌های چندزبانه برای اشاعه اطلاعات فرهنگی از اهمیت خاصی برخوردار است. اگر قصد داشته باشیم که ارتباط میان مردم مختلف جهان را مبتنی بر تبادل اطلاعات ارتقا بخشیم، ایجاد شاهراه اطلاع‌رسانی جهانی که پایه و اساس جامعه اطلاعاتی در قرن بیست و یکم است، اقدام کنیم. از این رو باید تلاش‌هایی در جهت رفع مشکلات ارتباطی میان فرهنگ‌های مختلف و باید برای ایجاد زبان مشترک برای ارتباط با آنها صورت گیرد. هزینه زیاد اتصال به اینترنت در کشور ما نسبت به بسیاری از کشورهای پیشرفته، عدم دسترسی تعداد بسیار زیادی از مردم به تجهیزات رایانه‌ای، نداشتن سواد رایانه‌ای برای استفاده مناسب از اینترنت، نامناسب بودن خطوط ارتباطی برای انتقال اطلاعات با سرعت مناسب می‌توانند از جمله مشکلات فن‌آوری در این زمینه به شمار آیند. یکی از محدودیت‌های اینترنت این است که افراد می‌توانند هر چیزی را تحت هر نامی منتشر کنند. بنابراین، داشتن سواد اطلاعاتی به منظور گزینش و انتخاب اطلاعات صحیح از انبوهی از اطلاعات در قرن بیست و یکم حیاتی است. اگر کتابخانه‌ها و موزه‌ها را یکی از مهم‌ترین و حیاتی‌ترین منابع فرهنگی هر کشور به شمار آوریم که از طریق آنها می‌توان به طیف وسیعی از اطلاعات درباره فرهنگ ملل و اقوام مختلف دسترسی پیدا کرد، طرح کتابخانه‌های رقمی و موزه‌های مجازی ارزش واقعی خود را خواهند یافت. بنابراین، کتابداران و آرشیویست‌ها نیز باید نقش فعالی در شناسایی، گردآوری، سازماندهی، و اشاعه اطلاعات فرهنگی از طریق اینترنت ایفا کنند.

در نهایت باید گفت، جمهوری اسلامی ایران، دارای منابع با ارزش فرهنگی و اسلامی است که با در دسترس گذاشتن آنها از طریق اینترنت می‌توان طیف وسیعی از مخاطبان را در داخل و خارج از کشور از محتوای آنها آگاه ساخت و توسعه فرهنگی را به معنای واقعی تحقق بخشید.

مآخذ

1. World Commission on Culture and Development. [Online].

<<http://www.unesco.org/culture.and.development/wccd/wccd.html>>. [Accessed 24 Oct 2000].

2. World Total Internet Users. [Online].

<http://www.nua.ie/survey/how_many_online/index.html>. [Accessed 29 Oct 2000].

۳. کیوان، کوشا (۱۳۷۷). موزه‌های مجازی و شبکه جهانی وب: رهیافتی نوین برای دسترسی به مجموعه‌های

دیجیتال: فصلنامه کتاب، سال نهم، شماره ۳ و ۴، پاییز و زمستان.

4. Julie Kennon. **Internet Exceeds 2 Billion Pages.** [Online].
<<http://cyveillance.com/newsroom/pressr/000710.asp>>. [Accessed 18 Sep 2000].
5. **Daily E-mail Output to 35 Billion.** [Online]
<<http://www.nua.ie/surveys/index>>. [Accessed 29 Oct 2000].
6. V.I. Gritsenko and A.V. Anisimov. **Multilingual Environment in the Cyberspace.** *Info Ethics Conference, UNESCO 98.* [Online]. <<http://www.unesco.org/webworld/infoethics2/eng/papers/paper.9.htm>>. [18 Sep 2000].
7. **Global Internet Statistics.** [Online].
<<http://www.gltreach.com/globstats/index.php3>>. [Accessed 15 Sep 2000].
8. Jerome Huet. **What Culture in Cyberspace? And What Intellectual property Rights for Cyberculture?** *The International Conference on Cultural Policies for Developments.* [Online].
<<http://www.unesco-sweden.org/Conference/Papers/paper 10.htm>>. [22 Sep 2000].
9. Taik-Sup Auh Dean. **Promoting Multilingualism on the Internet: Korean Experience.** *InfoEthics Conference, UNESCO 98* [Online].
10. Jerome Huet.
11. **United Nations.** [Homepage]. [Online].
<<http://www.un.org>>. [Accessed 1 sep 2000].
12. Juri Arsky and A. Chernyi. **Ethno-cultural, linguistic and ethical problems of the infosphere.** *InfoEthics Conference, UNESCO, 1998.* [Online].
<<http://www.unesco.org/webworld/infoethics/speech/arskieng.htm>>. [22 Sep 2000].
13. A. Maldonado and E.F.Sanchez. **Comparing Search Tools.** *Online Information Proceedings 1999, Information Today, 1999, P.263-271.*
14. **Northern Light Search Engine.** <<http://www.northernlight.com/power.html>>
15. A.Maldonado and E.F. Sanchez. **Comparing Search Tools.** *Online Information Proceedings 1999, Information Today, 1999, P. 263-266.*
16. **World Total Internet Users.** [Online].
<http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html>. [Accessed 29 Oct 2000].