



جوانان

از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات چگونه استفاده می‌کنند؟

وضعیت فعلی رسانه‌های سنتی

در بررسی فرهنگ رسانه‌های جهانی، وقتی ارتباط آن‌ها با نوجوانان سراسر جهان مدنظر باشد، درست نیست که ادعا شود، جوانان دارند در عصر اینترنت زندگی می‌کنند یا حتی خیلی شیفته‌ی آن هستند. از منظری جهانی باید گفت، نوجوانان بیش‌تر به تلویزیون گرایش دارند؛ نتایج یک مطالعه نشان می‌دهند که تلویزیون در میان کودکان ۱۲ ساله‌ی جهان بیش‌ترین استفاده را دارد. تا آن‌جا که به نوجوانان مربوط می‌شود، فرهنگ فعلی رسانه‌ها را شاید بتوان «فرهنگ تلویزیون» نامگذاری کرد. در طول دهه‌ی ۱۹۹۰، بخش تلویزیونی و ماهواره‌ای در سرتاسر جهان رواج یافت. از منظری جهانی، تلویزیون بسیار بیش‌تر از اینترنت گسترش یافته است. در کشورهای توسعه‌یافته، از هر هزار نفر، ۶۷۴ نفر تلویزیون دارند و این رقم در کشورهای در حال توسعه ۱۴۵ نفر از هر هزار نفر است. نتایج مطالعه‌ای که در دهه‌ی ۹۰، با هدف بررسی میزان دسترسی نوجوانان ۱۲ ساله به رسانه‌ها و استفاده‌ی آن‌ها از رسانه‌ها

مترجم: دکتر محمد رضا حسن زاده

در ۲۳ کشور جهان، انجام شد، نشان داد که در آن دهه، در ۹۷ درصد کشورهای مورد مطالعه، مردم دست‌کم به یک شبکه‌ی تلویزیونی دسترسی داشتند و متوسط تعداد شبکه‌ها در هر کشور چهار تانه شبکه بود. در ۱۸ درصد کشورها نیز، بیش از ۲۰ شبکه‌ی تلویزیونی وجود داشت. نتایج همین مطالعه نشان داد که ۹۳ درصد کودکان در خانه یک دستگاه تلویزیون داشتند. این درصد در مورد رادیو و کتاب نیز مصداق داشت. رسانه‌هایی که دسترسی به آن‌ها از سهولت کم‌تری برخوردار بود، عبارت بودند از: روزنامه (۸۵ درصد)، نوارهای ضبط صوت (۷۵ درصد)، نوارهای ویدیویی (۴۷ درصد)، video console (۴۰ درصد)، رایانه‌ی شخصی (۲۳ درصد) و اینترنت (۹ درصد).

باید در نظر داشت که فرهنگ تلویزیون داخلی در کشورهای کم‌درآمد با فرهنگ آن در کشورهای پردرآمد فرق می‌کند. در کشورهای توسعه‌یافته، روز به روز بر تعداد

کودکان و جوانانی که تلویزیون را به تنهایی و در اتاق شخصی خودشان تماشا می‌کنند، افزوده می‌شود. اما در کشورهای در حال توسعه، غالباً از یک دستگاه تلویزیون یک گروه از اعضای خانواده استفاده می‌کنند. همین مسأله در مورد استفاده از سایر رسانه‌ها نیز مصداق دارد. مثلاً اغلب اعضای خانواده به صورت جمعی از اینترنت استفاده می‌کنند و یک دستگاه تلفن همراه در خانواده‌ها و بین آن‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

هرچند فراگیری رادیو حتی از تلویزیون نیز گسترده‌تر است، اهمیت آن در فرهنگ رسانه‌ای به عنوان ابزار مولد تصویر و هویت، همچنان اهمیت کم‌تری دارد. با وجود این، در حوزه‌هایی چون آموزش بهداشت و درگیری‌سازی سیاسی^۱، همچنان در مقیاس جهانی از ارزش بالایی برخوردار است. شایان ذکر است که رادیو «برای دو سوم جمعیت روستاییان آفریقا تنها شکل ارتباط همگانی است». برخی طرفداران رادیو استدلال می‌کنند که بخش دربارهی شکاف دیجیتالی، بحث درباره‌ی توسعه‌ی

جهانی را از مسیر اصلی خود منحرف کرده است. با رادیو می توان به جوامعی دسترسی پیدا کرد که فراتر از شاهراه اطلاع رسانی هستند. به علاوه، رادیو با سنت های غنی شفاهی جهانیان سازگاری دارد.

نقش روبه تکامل فناوری های جدید اطلاعات و ارتباطات

فناوری های جدید اطلاعات و ارتباطات (ICT) را به شیوه های متفاوتی می توان مورد استفاده قرار داد که برخی از آن ها در مقایسه با سایر شیوه ها، برای جوانان مهم تر و نزد آن ها محبوب تر هستند، تعاملات مبتنی بر این فناوری ها بین آن ها رواج دارد، و دوستان و غریبه ها می توانند، با استفاده از نام های حقیقی یا مستعار (شخصیت های مجازی یا هویت های شبکه ای)، یا به صورت گمنام، با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. با استفاده از این فناوری های جدید همچنین می توان، درباره ی موضوعاتی، از موسیقی و ورزش گرفته تا مسائل روان شناختی، اطلاعات به دست آورد و کمک طلب کرد. جوانان اغلب از این فناوری ها برای هویت سازی استفاده می کنند، مثلاً برخی در اینترنت باشگاه های طرفداران تیم های ورزشی ایجاد می کنند، یا در این باشگاه ها عضو می شوند. حوزه ی بازی های اینترنتی که به صورتی مداوم رو به گسترش است، یک جنبه ی مهم استفاده ی جوانان از فناوری های اطلاعات و ارتباطات است.

مقایسه ی چگونگی استفاده ی جوانان از فناوری های اطلاعات و ارتباطات در مقیاس وسیع تر، به سبب آن که در این زمینه آمارهای جهانی وجود ندارد، چه رسد به بررسی های عمیق، با مشکل و مانع مواجه است. هر مقایسه با پژوهش هایی که در زمینه ی تماشای تلویزیون و ویدیو انجام شده است، آمارها و مطالعات درباره ی استفاده از فناوری های اطلاعات و ارتباطات در میان

کودکان و نوجوانان، حتی در کشورهایی که توسعه و کاربرد فناوری اطلاعات در آن ها در سطح بالایی قرار دارد، تقریباً نادرند. در جوامعی که از نظر اطلاع رسانی غنی هستند، چگونگی استفاده از ICT توسط کودکان و نوجوانان عمدتاً یکسان است و به نظر می رسد، در مراحل کاملاً مشابهی توسعه یابد و تغییر پذیری آن نیز در درون یک کشور چندان زیاد نباشد. در بندهای بعد، مقایسه هایی در این زمینه بین کشورهای فنلاند، ژاپن و آمریکا ارائه می شود. کشورهای حوزه ی اسکاندیناوی از جمله نخستین صاحبان و کاربران فناوری های اطلاعات و ارتباطات به شمار می روند و از این رو می توانند، به عنوان پیشگامان توسعه ی ICT در سایر کشورهای جهان عمل کنند.

کودکان جوامع اطلاعاتی بیش تر از نسل های پیشین در احاطه ی فناوری های اطلاعات و ارتباطات قرار دارند. در کشورهای توسعه یافته، عملاً هر کودک در خانه ای زندگی می کند که به ابزار اساسی عصر اطلاعات، از جمله رادیو، تلویزیون،

تلفن و تنها تا حد بسیار کم تری، ضبط های استریو و ویدیو، مجهز است. تلفن همراه و رایانه ابزارهای محوری فرهنگ رسانه ای هستند و به زودی با تلویزیون دیجیتالی به یک نقطه ی تلاقی خواهند رسید. در کشورهای ثروتمندی چون فنلاند و ژاپن، روز به روز کودکان کم سن و سال تری روزانه از این ابزارها استفاده می کنند. مثلاً در سال ۱۹۹۷، کم تر از پنج درصد کودکان ۷ تا ۱۰ ساله ی فنلاندی تلفن همراه شخصی داشتند، در حالی که در سال ۲۰۰۱، میزان مالکیت تلفن همراه در همین گروه سنی به ۳۰ درصد افزایش یافته بود. در سال ۱۹۹۹، ۱۵ درصد نوجوانان ۱۵ ساله ی فنلاندی تلفن همراه داشتند. این رقم تا سال ۲۰۰۱ به ۶۶ درصد افزایش یافته بود. در هر دو گروه سنی، دختران قدری بیش تر از پسران احتمال داشت که تلفن همراه داشته باشند. تلفن همراه به تدریج به بخشی از زندگی روزمره ی مردم در کشورهای توسعه یافته تبدیل شده است. تلفن همراه وسیله ای مفید تلقی می شود که

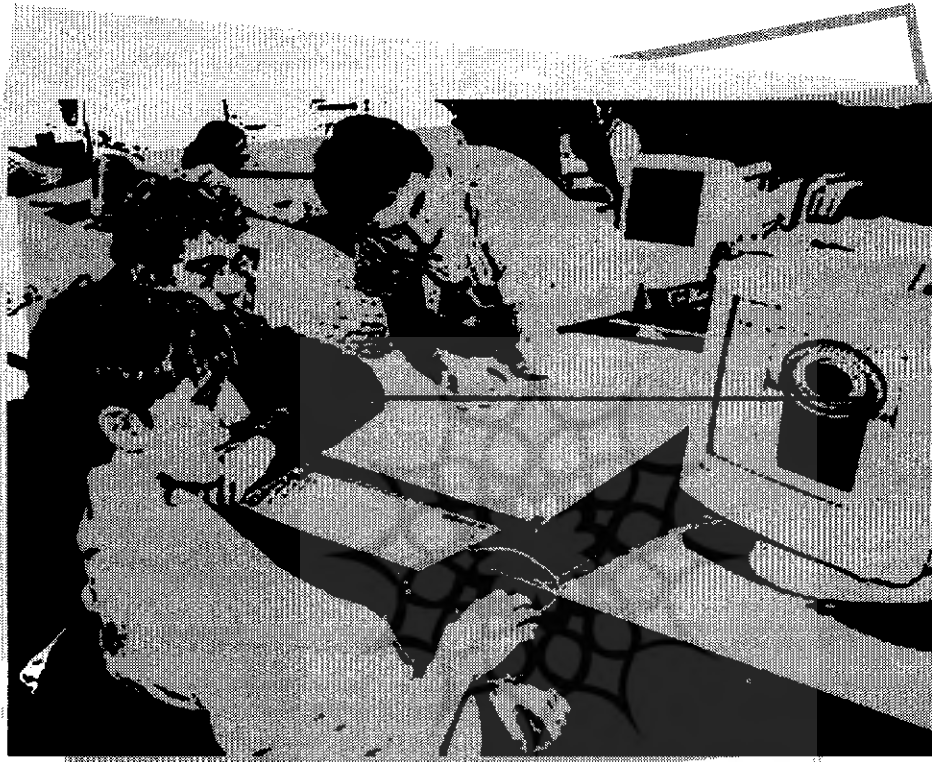


رایانه‌ای استفاده می‌کنند، اما از آن برای جست‌وجوی اطلاعات و نقاشی نیز بهره می‌گیرند. یکی از جالب‌ترین ویژگی‌های درگیری کودکان در فعالیت‌های رایانه‌ای سطح پائین، استفاده از رایانه در امور تحصیلی است که این مسأله مایه‌ی شگفتی

است. مفصل‌ترین و گسترده‌ترین مطالعات درباره‌ی رفتار جوانان در ارتباط با ICT را شرکت‌های تجاری انجام می‌دهند. نتایج یکی از این مطالعات نشان می‌دهد که استفاده از اینترنت در میان نوجوانان ۱۲ تا ۱۹ ساله در ایالات متحده، عمدتاً ارسال و

زندگی را کمی آسان‌تر می‌سازد؛ وسیله‌ای که به‌زودی معمولی می‌شود و مردم به سرعت دارند آن را امری عادی و ضروری فرض می‌کنند.

رایانه‌ها نیز همین قدر فراگیر هستند. در سال ۱۹۹۸، بیش از ۸۰ درصد کودکان ۸



روش‌های نوین آموزشی و مطالعات علمی

است. بی‌اغراق می‌توان استدلال کرد که فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و فرهنگ رسانه‌ای یک دنیای سرگرمی برای کودکان و جوانان ارائه می‌کند.

روندهای فعلی حاکی از آن است که با افزایش تعداد اتصالات باند عریض و بی‌سیم، و کاهش هزینه‌های کاربری و در حالی که دستگاه‌های پایانه‌ای سیار برای بازار تولید می‌شوند، استفاده‌های جوانان از اینترنت برای کلیه‌ی مقاصد فوق‌الذکر افزایش خواهد یافت. هزینه‌های استفاده از اینترنت به نیروهای بازار بستگی دارد. هرچه بر تعداد کاربران و خدمات دهندگان افزوده

دریافت نامه‌های الکترونیکی و پیام‌های فوری بین دوستان را شامل می‌شود. در مرحله‌ی بعد، رایج‌ترین استفاده‌ها عبارتند از: بازی‌های اینترنتی، بازگذاری موسیقی دیجیتال و پیدا کردن منابع آموزشی. همچنین، جوانان از اینترنت برای گپ‌زدن‌های اینترنتی و پیگیری اخبار ورزشی و رویدادهای جهان استفاده می‌کنند.

در مطالعه‌ای که در فنلاند صورت گرفت، کودکان ۸ تا ۱۰ ساله گزارش کردند که از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات عمدتاً برای دسترسی به اینترنت و بازی‌های

تا ۱۰ ساله‌ی فنلاندی در خانه‌های خود رایانه داشتند و ظاهراً نیمی از آن‌ها از رایانه‌های خود استفاده می‌کردند. در سال ۲۰۰۱، ۲۶ درصد کودکان همین گروه سنی در اتاق‌های خود رایانه داشتند و تقریباً همه‌ی نوجوانان ۱۳ تا ۱۹ ساله دست‌کم هر از گاهی، از رایانه استفاده می‌کردند. آن‌ها از رایانه بیش از هر چیز برای دسترسی به اینترنت، و سپس برای بازی کردن، موسیقی گوش دادن به موسیقی و نقاشی استفاده می‌کردند.

کاربری اینترنت بین جوانان کشورهای توسعه یافته به صورتی مداوم رو به افزایش

شود (یعنی رقابت افزایش یابد)، هزینه های مصرف کم تر می شود.

کودکان و جوانان در جهان توسعه یافته، همچون ماهی به آب، به شگفتی های فرهنگ رسانه ای عادت کرده اند. آن ها می توانند استفاده از فناوری های اطلاعات و ارتباطات را، تقریباً به آسانی و انعطاف پذیری، در کنار و غالباً به همراه فعالیت های سنتی تر در زندگی خود که با رسانه ها پر شده است، جای بدهند. صرف وجود فناوری های اطلاعات و ارتباطات زندگی کودکان و جوانان امروزی را به گونه ی چشمگیری، از زندگی نسل های پیشین متفاوت می سازد. فرهنگ رسانه ای و محصولات آن، نگرش هایی متفاوت و نیز گستره ی وسیعی از مهارت ها و اطلاعات غیررسمی را به کودکان می آموزند. با وجود این، یادگیری های روزانه ی کودکان را نگرش های کلیشه ای و اوهام فرهنگی جهان کم تر از حد آرمانی بزرگسالان به خطر می اندازد و دشوار می سازد (سایت های اینترنتی حاوی عکس های مستهجن کودکان و نوجوانان، نمونه هایی از آن هستند).

تأثیرات این فرهنگ جدید رسانه ای بر جوانان

ممکن است استدلال شود که کودکان و جوانان در کشورهایی که از نظر ICT غنی هستند، در حال حاضر دارند دومین مرحله ی فرهنگ رسانه ای را تجربه می کنند که مشخصه ی آن، دو نوع پدیده است: نخست این که فناوری های اطلاعات و ارتباطات از چند جهت مورد استفاده قرار می گیرند و فناوری های متفاوت، از بسیاری جهات زندگی کودکان و جوانان را به یکدیگر مرتبط می سازند. دوم این که فناوری های مذکور رفته رفته به بخش مهم تری از زندگی روزمره ی کودکان و جوانان تبدیل می شوند که این مسأله برای شیوه های استفاده ی آن ها از وقت خود و تعامل آن ها با نزدیکانشان،

پیامدهای دارد.

برخی اظهار نگرانی کرده اند که فروکاسته شدن ارتباطات انسانی به تلفن ها و پیام هایی که از طریق تلفن همراه منتقل می شوند، ممکن است به احساس ناامنی در کودکان و جوانان دامن بزنند. نتایج پژوهشی که اخیراً نگارنده و اچ. لتیناکی^۱ انجام داده اند، نشان می دهد که یک سوم کودکان ۸ تا ۱۰ ساله تصور می کنند،

○ فرهنگی که فناوری های اطلاعات و ارتباطات آن را رواج می دهند، محیطی را به وجود می آورد که در آن، شیوه های سنتی جامعه پذیری تغییر می کنند و دست کم تا حدی با شیوه های جدید جایگزین می شوند

والدیشان بیش از حد گرفتار هستند. در مورد کودکان بزرگ تر، قابلیت دسترسی از طریق شبکه ی تلفن همراه وضعیتی را ایجاد می کند که مشخصه ی آن، حضور (از راه دور) مداوم و در دسترس بودن است؛ ارتباطات تلفن همراه حالتی را به وجود می آورد که می توان آن را بدن ناف کشیده شده بین جوانان و والدین شان نامید.

پژوهش ها همچنین نشان می دهد که، خانه غالباً مکانی است که کودکان و والدین در آن درباره ی معنی فرهنگ رسانه ای گفت و گو می کنند. این گفت و گوها علاوه

بر مسائل خانوادگی روزمره، غالباً به محدودیت های استفاده از رسانه ها مربوط می شود. این محدودیت ها در مصاحبه های خانوادگی به ندرت مشکل آفرین توصیف می شوند، بلکه در عوض شیوه هایی مفید برای تعیین معنای مناسب فناوری های اطلاعات و ارتباطات تلقی می شوند. به عبارت دیگر، این گفت و گوها برای بنا نهادن اندیشه ی جامعه ی اطلاعاتی در عمل، مورد استفاده قرار می گیرند.

یاساکو مینورا^۲، در «مورد پژوهی» خود درباره ی ژاپن، درباره ی یکی از پیامدهای اجتماعی ارتباطات سیار می گوید: «تلفن همراه تمایز بین در خانه و بیرون خانه را از بین برده است و ظاهراً این پندار آرامش بخش را در والدین به وجود آورده است که فرزندانشان - که همچنان از طریق تلفن همراه مرتبط هستند - همواره در خانه اند.» مینورا عقیده دارد که این تحول ممکن است باعث شود، رابطه ی بین والدین و کودکان کاملاً بی مکان شود و پیوندهای اجتماعی خانوادگی که پیوسته در شادی و غم و کشمکش ها و لحظات خوش در تعاملات رودررو، به وجود می آید، نابود شود.

در کشورهای توسعه یافته، کودکان و جوانان در اوقات فراغت خود به فعالیت های تفریحی گوناگونی می پردازند. در بسیاری موارد، این مسأله به تشکیل گروه های فعال کودکان و نوجوانانی منجر شده است که از فناوری های جدید اطلاعات و ارتباطات همه نوع استفاده ای می کنند، اما به ورزش و فعالیت های فرهنگی نیز می پردازند. در این بین، گروهی از جوانان منفعل نیز وجود دارند که زندگی روزمره ی آن ها با تماشای تلویزیون پر می شود و این موضوع، در حال حاضر یکی از عوامل اصلی کاهش سرمایه ی اجتماعی و همبستگی بین انسان ها محسوب می شود. با شرح و بسط این عقیده این ادعا مطرح شده است که در کشورهای توسعه یافته، مکان های عمومی دارند ناپدید

می‌شوند و زندگی در کل دارد فرایند «شخصی شدن»^۴ را تجربه می‌کند؛ فرایندی که به تضعیف انسجام و اعتماد اجتماعی می‌انجامد.

تعداد اندکی از شرکت‌های سازنده برنامه‌های سرگرم‌کننده و ICT جهانی که بر این صنعت فرهنگی سیطره دارند، در خصوص محتوای فرهنگ رسانه‌ای که به کودکان و جوانان معطوف است، تصمیم می‌گیرند. هرچند این مسأله تقریباً مخفی نگه داشته می‌شود، بازار ICT به طور فزاینده‌ای حول محور کودکان و جوانان می‌گردد. این مسأله سه دلیل عمده دارد: جوانان و کودکان با نظارت کم‌تری به این رسانه‌ها دسترسی دارند؛ آن‌ها در معرض ICT قرار می‌گیرند و در همان مراحل نخستین رشد خود، اطلاعات جدید را فرامی‌گیرند و بر پایه‌ی آن‌ها عمل می‌کنند؛ جوانان رفته رفته به گروه مهم‌تری از مصرف‌کنندگان تبدیل می‌شوند که هم خودشان پول دارند و هم می‌توانند، بر تصمیم‌های والدینشان برای خرید کالاها تأثیر بگذارند.

تهیه‌کنندگان اصلی نمایش‌های تلویزیونی برای کودکان و جوانان، برنامه‌های خود را در سرتاسر جهان توزیع می‌کنند. در نتیجه، دنیای کودکان و نوجوانان با برنامه‌هایی پر می‌شود که چند شرکت معین آن‌ها را با هدف کسب سود تهیه کرده‌اند و روز به روز، از تعداد برنامه‌هایی که با حمایت مالی دولت در داخل کشورها تهیه می‌شوند، کاسته می‌شود. نتیجه‌ی این فرایند، تشدید نگرش‌های کلیشه‌ای و تسهیل فرهنگ جهانی بوده است. اگر هدف به جای همساز شدن، افزایش تکرار درون فرهنگ رسانه‌ای کودکان و جوانان باشد، این نوع توسعه را هرگز نمی‌توان مطلوب توصیف کرد.

تمرکز برنامه‌های تلویزیونی معطوف به کودکان و جوانان، مثال خوبی است که

○ فناوری یک ابزار خنثی با تأثیرات جهانی نیست، بلکه رسانه‌ای است با پیامدهایی که به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای توسط بافت تاریخی، اجتماعی و فرهنگی کاربست آن، شکل می‌گیرد

نشان می‌دهد، چگونه وجود فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات به‌تنهایی ارزشی ندارد، و چگونه تا زمانی که نتوان از آن‌ها کسب درآمد کرد، امکانات فناورانه‌ی موجود در آن‌ها الزاماً توسعه پیدا نخواهند کرد یا به کار گرفته نخواهند شد. به نظر می‌رسد که فرهنگ رسانه‌ای کودکان و جوانان مدلی کوچک از متجانس شدن کلی‌تر ارزش‌هاست که در فرهنگ رسانه‌ای جهانی دارد روی می‌دهد.

دسترسی به فرصت‌های بیش‌تر برای برقراری ارتباطات دوسویه با استفاده از فناوری دیجیتال ظاهراً خواسته‌های فناورانه یا الگوهای استفاده‌ی کودکان و نوجوانان را تغییر نمی‌دهد، زیرا از همان ابتدا تاکنون، بازی‌ها بیش‌ترین کاربرد را داشته‌اند؛ نخست روی صفحه‌ی تلویزیون و رایانه و بعد در موزمان‌های^۵ بازی.

همچنان که اینترنت در سراسر جهان گسترش می‌یابد، احتمالاً صرف‌نظر از این‌که فناوری دیجیتال چه شکلی به خود بگیرد، نسل جوان‌تر پیش از همه آن را خواهد

پذیرفت. با وجود این، از منظری جهانی، رسانه‌های سنتی جایگاه خود را به‌عنوان مهم‌ترین ابزار اطلاع‌رسانی و ارتباطات تا مدت‌های طولانی حفظ خواهند کرد و همچنان در آینده در کنار فناوری‌های جدید اطلاعات و ارتباطات وجود خواهند داشت.

فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات به‌مثابه شکل‌های جدید جامعه‌پذیری فناوری اطلاعات و ارتباطات به‌مثابه پدیده‌ی فرهنگی

در بررسی رابطه‌ی جوانان و فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات، نادیده گرفتن این واقعیت که جوانان امروزی هم‌زمان در چند جهان زندگی می‌کنند، غیرممکن است. از یک سو، جوانان مجبورند با طیف بسیار متفاوتی از مسائل معیشتی و سازگاری مبارزه کنند؛ در حالی که برخی جوانان در فقر بسیار شدید به سر می‌برند، عده‌ای دیگر با گپ زدن در رایانه‌های شخصی خود در اتاق‌های خوابشان، درباره‌ی هویت خویش تفکر می‌کنند. و نیز، در حالی که برخی می‌کوشند از حوزه‌ی اقتدار والدینشان بگریزند، دیگران به دنبال کسی هستند که به آن‌ها امنیت و دلگرمی ببخشند.

از دیگر سو، جوانان امروزی با یک فرهنگ رسانه‌ای جهانی روبه‌رو هستند که نیروی وحدت‌بخش را ارائه می‌کند؛ نوعی آموزش و پرورش فرهنگی که به آن‌ها یاد می‌دهد، چگونه مصرف و عمل کنند، به چه چیز بیندیشند، چه احساس و تصویری داشته باشند، از چه ترسند و چه بخواهند. بسیاری از جوانان جهان آرزو دارند، زندگی پرزاجبه‌ی یک ستاره‌ی موسیقی پاپ یا یک ورزشکار برجسته را داشته باشند. فرهنگ رسانه‌ای جهانی که با فرهنگ عامه‌پسند اشباع شده است، همچون موجی سهمگین به نوجوانان جهان برخورد می‌کند. اجبار برای وحدت که از فرهنگ رسانه‌ای متأثر است، بسته به توانایی رسانه‌ای جوانان و

قدرت آن‌ها برای مقاومت در برابر نیروهای تأثیرگذار، در جوامع مختلف متفاوت است.

فرهنگی که فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات آن را رواج می‌دهند، محیطی را به وجود می‌آورد که در آن، شیوه‌های سنتی جامعه‌پذیری تغییر می‌کنند و دست‌کم تا حدی با شیوه‌های جدید جایگزین می‌شوند. در دنیای جدید، فرهنگ عامه پسند به کمک ICT یک نیروی جامعه‌پذیری را به وجود می‌آورد که بالقوه قدرتمندتر از خانه یا مدرسه است.

درک این مسأله حائز اهمیت است که بیش از هر چیز، ظهور و توسعه‌ی ICT یک پدیده‌ی فرهنگی را شکل می‌دهد. همان‌گونه که جتیفر لایت^۱ عنوان می‌کند: «فناوری یک ابزار خنثی با تأثیرات جهانی نیست، بلکه رسانه‌ای است با پیامدهایی که به طور قابل ملاحظه‌ای توسط بافت تاریخی، اجتماعی و فرهنگی کاربست آن، شکل می‌گیرد.» یعنی ICT را همواره باید با توجه به بافت آن و تغییرات اجتماعی-تاریخی، مورد بررسی قرار داد.

مقاله، به عنوان بخشی از تحولاتی که در محیط زندگی جوانان روی داده است، بررسی می‌شود.

تقسیم‌بندی سه‌سویه‌ی مارگریت مید^۲ از فرهنگ براساس الگوهای جامعه‌پذیری «پسااستعاری»^۳، «هم‌استعاری»^۴ و «پسااستعاری»^۵، فرصتی جالب برای این نوع بررسی فراهم می‌آورد. در این جا شایان توجه است که تحلیل اشکال فرهنگی، «سنخ‌بندی‌ها»^۶ و تصویری کلی از پدیده را عرضه می‌کند و فعالیت‌های خاص و جزئیات روزمره و عملی فرهنگ را از نظر مخفی می‌دارد. از این گذشته، باید مشخص شود که سه شکل فرهنگی که در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرند، یک پیوستار زمانی مشخص را ارائه نمی‌کنند، بلکه می‌توانند هم‌زمان در بخش‌های متفاوت جهان، همچون مورد فعلی، وجود داشته و غالب باشند.

در فرهنگ پسااستعاری، جامعه‌پذیری به صورت دانش و سنت‌هایی که از نسل قدیم به نسل جوان منتقل می‌شود، روی می‌دهد. هر فرهنگ هم‌استعاری، انسان‌ها

از هم سالان خود نیز چیزهایی یاد می‌گیرند و یک آموزش و پرورش رسمی چندمنظوره را سازماندهی می‌کنند. در فرهنگ پسااستعاری، جهت تحولات جامعه‌پذیری طوری تغییر می‌کند که نسل جوان ممکن است چگونگی عمل کردن در اوضاع فرهنگی جدید را به نسل قدیم آموزش دهد. صرف سرعت تحولات فرهنگی دلیلی مهم برای این وارونگی است. در یک محیط فرهنگی جدید، مهارت‌ها، دانش‌ها و نگرش‌های کهنه اهمیت خود را از دست می‌دهند. به طور طبیعی، این دگرگونی هرگز کامل نیست. حتی در جامعه‌ای که ICT کاملاً بر آن حکمفرما شده است، فرهنگ‌های پسااستعاری و هم‌استعاری از طریق سنت‌هایی که مردم آن‌ها را می‌پروراندند، به حیات خود ادامه می‌دهند. با وجود این، با توجه به وضعیت فرهنگی فعلی جوانان، شکل پسااستعاری فرهنگ اهمیت تازه‌ای پیدا می‌کند، زیرا اندیشه‌ی محوری آن با آنچه در این فصل غیرشکلی رسانه‌ای جهانی نامگذاری شده است، مطابقت دارد. این فرضی که در





فرهنگ رسانه ای پیشارسانه ای، جامعه پذیری منحصرأ در یک مسیر، یعنی از ناپختگی دوران کودکی به سمت پختگی دوران بزرگسالی روی می دهد، بی تردید مشکل آفرین است. مشکل از ماهیت خود فرهنگ ناشی می شود. در بافت های پسا استعاری و هم استعاری، فرهنگ می تواند منحصرأ از نسل قدیم به نسل جوان منتقل شود، اما در فرهنگ رسانه ای که انتقال فرهنگی می تواند در هر دو مسیر حرکت کند، اوضاع تغییر می کند.

تسریع تحول فرهنگی مبنای جامعه پذیری دوسویه می شود و به بزرگسالان امکان می دهد که نه تنها به فرزندان خود و جوانان درس بدهند، بلکه از آن ها بیاموزند و کودکان نیز می توانند به یکدیگر و به والدین خود درس بدهند و از یکدیگر بیاموزند. داستان ها و روایت های عامیانه به بخشی از تجربه های دوران کودکی و جوانی تبدیل می شوند، در حالی که هم زمان، تجربه های کودکان و جوانان به بخشی از روایت های فرهنگ عامه تبدیل می شوند. این نوع تحول فرهنگی یک دلیل این مسأله است که چرا باید به رسوم و معانی

فرهنگی که کودکان و جوانان به وجود می آورند، با حساسیت ویژه توجه کرد و آن ها را مطالعه و بررسی کرد. ICT به عنوان بخشی از محیط زندگی کودکان و نوجوانان، مکان هایی عمومی ایجاد می کند که در آن ها، بین دانش، مهارت ها و لذت ها ارتباطات جدیدی شکل می گیرند.

تحولات در یادگیری

مدرسه را می توان نهادی تلقی کرد که سنت را، هم مراعات و هم اصلاح می کند. مدرسه مکان مقدس دانش بسته ای است که از خودمختاری آموزشی خود به هر وسیله ای ممکن دفاع می کند. مقررات بسته ای مدرسه ممکن است، مثلاً با مقررات باز اینترنت در تضاد قرار بگیرد. برای معلم فهمیم، ICT منبع تمام نشدنی اطلاعات و چالش های آموزش را تشکیل می دهد؛ همان گونه که این فناوری ها فرصتی را برای تأسیس کلاس های آموزشی مجازی فراهم می آورند و کلاس های مدرسه را در بخش های متفاوت جهان متحد می سازند. در یک مدرسه مترقی، ICT ممکن است در خدمت یک هدف بنیادی آموزشی قرار بگیرد: فراهم آوردن امکان

بحث و گفت و گو فراتر از کلیه ی موانع. این هدف نباید برای راضی کردن کسانی که به گونه ای متفاوت از دیگران می اندیشند، عمل می کنند و به مسائل نگاه می کنند دنبال شود؛ بلکه باید در پی فرصت هایی باشد برای رسیدن به درکی مشترک و آینده ای بهتر. همان گونه که در قسمت های قبل نشان

دادیم، جوانان از ICT برای مشارکت در انواع تکالیف یادگیری، خواه رسمی خواه غیررسمی، و کامل کردن آن ها استفاده می کنند. بررسی طیف بی سابقه ای فرصت هایی که استفاده از فناوری های اطلاعات و ارتباطات در اختیار جوانان قرار می دهد، جالب توجه است. شرط سواد فرهنگ رسانه ای، از توانایی خواندن متون، به توانایی کار کردن و شناخت آن دسته از معانی که ابزارهای گوناگونی چون لوح های فشرده و سایر ابزارهای پخش موسیقی، رایانه، تلفن همراه و تجهیزات ویدیویی عرضه می کنند، گسترش پیدا کرده است. این مهارت ها غالباً پیش از کسب سواد سنتی باید فرا گرفته شوند.

اتاق های اینترنتی گپ و گفت و گو را می توان مجمعی آموزشی تصور کرد که

یادگیری را در طیف وسیعی از حوزه‌ها، شامل کاربرد ماهرانه‌ی واژه‌ها، تعامل آزادانه با جنس مخالف، و تمایزهای بسیار مهم در مورد هویت تسهیل می‌کند. ارسال پیام‌های مکتوب از طریق تلفن همراه دانش رسانه‌ای خاص خودش را ایجاد کرده است و به شیوه‌ی خود برای تغییر زبان عمل می‌کند. فرهنگ بازی‌ها نیز ادراکات حسی و زیبایی شناختی را افزایش می‌دهد و مهارت‌هایی شناختی به وجود می‌آورد که تاکنون بسیار کم مورد مطالعه قرار گرفته‌اند، اما پیش از این به عنوان ابزار دستیابی به آینده‌ی دیجیتال شناخته شده‌اند. از این گذشته، رایانه‌هایی که مدام ارزان‌تر می‌شوند و نرم‌افزارهایی که توانمند و همه‌کاره هستند، به مرور جوانان را قادر می‌سازند در استودیوهای خود ساخته، موسیقی خودشان را تولید کنند. طیفی از خرده‌فرهنگ‌ها دارد در سرفاسر جهان رشد می‌کند و به نظر می‌رسد که به‌طور هم‌زمان، نسل جدیدی از ارتباطات را ایجاد می‌کند.

به گفته‌ی پل ویلیس^{۱۱}، اطمینان به مهارت‌های شخصی و انگیزش برای یادگیری خلاقانه که در فرهنگ رسانه‌ای روی می‌دهد، از مصرف خلاقانه و تکثیر محصولات فرهنگی لذت‌آور ناشی می‌شود. یادگیری مبتنی بر مصرف فرهنگ را باید به‌عبارت فرض کرد و در این بافت نباید، هیچ تمایزی بین تولید و مصرف قائل شد. رسوم فرهنگی، رسوم یادگیری هستند و یادگیری، حتی در محیط مدرسه، آکنده از آن‌گونه معانی یا مفاهیمی است که با فرهنگ رسانه‌ای ارتباط دارند. به گفته‌ی ویلیس، بشریت در آستانه‌ی یک عصر فرهنگ عامیانه‌ی الکترونیکی قرار دارد.

تحولات در جهان کار

فرهنگ رسانه‌ای پیش‌استعاری، برای موفقیت جوانان در بازار کار الزامات خاصی دارد. ظاهراً جوانان دانش، مهارت‌ها و

نگرش‌ها را تقریباً به شیوه‌ی تأثیرپذیری^{۱۲}، از فرهنگ رسانه‌ای جذب می‌کنند. برخی از این مهارت‌ها در بافت پیش‌استعاری بسیار سودمند هستند: مهارت‌های زیبایی به سرمایه‌های قابل معامله تبدیل می‌شوند، و سواد رایانه در شرکت‌های ICT که در این حوزه سرمایه‌گذاری می‌کنند، یک واحد پولی مطمئن به‌شمار می‌رود. به عبارت دیگر، صلاحیت‌های جدیدی که از طریق یادگیری غیررسمی به‌دست می‌آیند، یک نیروی کار ماهر و آگاه را به وجود می‌آورند. با وجود این، جوان‌ها در حال حاضر خود را در وضعیتی می‌یابند که در آن نمی‌توان آن‌قدر احساس اطمینان کرد که به تدوین برنامه‌های درآمدزایی پرداخت؛ چه رسد به این که زندگی و آینده‌ی خود را بر اساس اصول و معیارهایی بسازند که از رسانه‌ها اخذ شده‌اند. یک سریال آبکی پریننده، معمولاً تنها جلوی در جهان است که در آن، سیندرلا با شاهزاده ازدواج می‌کند، شرف‌نمازات می‌شود و خیر پاداش می‌گیرد، نابینا بینایی‌اش را به‌دست می‌آورد و به فقیرترین فقرا ارت و میراثی می‌رسد که او را به ثروتمندترین ثروتمندان تبدیل می‌کند.

بنابراین یک فرهنگ جدید فردگرایانه بر یک فلسفه‌ی جدید آموزش و پرورش استوار است. اصول این فلسفه را می‌توان این‌گونه خلاصه کرد: به جای مسائل نظری، به جوان توانایی و مهارت‌ها آموزش داده شوند؛ به جای اصول آمرانه، شیوه‌های حل مسئله به دانش‌آموزان پیام داده شود؛ قراردادهای یادگیری فردی ارائه شوند که در آن‌ها، دانش‌آموزان مسئولیت پیشرفت خود را بر عهده بگیرند؛ تأکید بر آموزش کسب و کار و همکاری بین مدرسه‌ها و شرکت‌ها افزایش یابد؛ و اهمیت آموزش فناوری و سواد رایانه‌ای و نیز تعهد به آموزش مادام‌العمر «رشته‌ای»^{۱۳}، برای موفقیت در زندگی کاری، ضروری تصور شود. در این بافت،

جوانان را می‌توان صرفاً ابزار فعالیت اقتصادی تعریف کرد. ارزش آن‌ها را می‌توان بر مبنای میزان سودرسانی آن‌ها در فرهنگ رشته‌ای تعریف کرد که یک کل مرکب از نیروهای ایدئولوژیکی و سازمانی است و به لحاظ سیاسی و آموزشی به گونه‌ای عمل می‌کند که هم از طریق نظارت مدیریتی عالی، حیات سازمانی را اداره کند و هم کارگرانی فرماتیردار، مصرف‌کنندگان غیرسیاسی و شهروندانی منفعل پرورش دهد.

روابط و علیت‌های بین ICT، جوانان و اقتصاد، غالباً بیش از حد جزئیات بیان می‌شوند. ادعا می‌شود که موفقیت شرکت‌های ICT بر رشد اقتصاد و بنابراین بر رفاه جوانان تأثیر مستقیم دارد. همان‌گونه که برخی اندیشوران با موفقیت نشان داده‌اند، این رابطه در واقع برعکس است. در کل، زیرساخت‌های اجتماعی جامعه (دولت دموکراتیک، توزیع منصفانه‌ی درآمد، تأمین اجتماعی و خدمات دولتی) باید سالم باشند تا امکان پذیرش و کاربرد ICT برای بهبود توسعه‌ی پایداری که به همگان سود برساند، فراهم شود.

ماهیت متحول تعامل اجتماعی

منطقی به نظر می‌رسد که گفته شود، اعمال باواسطه‌ی جوانان، نسبت کم‌در بسیاری از کشورها توسعه یافته، به پدیده‌ای به نام «جامعه‌جویی شبکه‌ای»^{۱۴} اشاره دارد. این مفهوم را می‌توان در تقابل با عقیده به «اجتماع»^{۱۵} درک کرد که تداعی‌هایی مانند ثبات، انسجام، تاریخ مشترک، استحکام و تعلق را فرامی‌خواند و یک شناخت اجتماعی خاص، تعامل‌های قوی، پیوندهای دیرپا و نیز روایت‌های غنی جمعی را شامل می‌شود. برعکس، جامعه‌جویی شبکه‌ای نه از یک روایت مشترک که از اعمال اطلاعاتی ناشی می‌شود، آن‌گونه که آندریاس ویل^{۱۶} عنوان می‌کند، جامعه‌جویی شبکه‌ای بر تجربه‌ی

متقابل یا تاریخ مشترک استوار نیست، بلکه عمدتاً بر تبادل اطلاعات مبتنی است. پیوند اجتماعی، بر یک مبنای «طرح به طرح»^{۱۸} ایجاد می‌شود.

افراد بدبین ممکن است استدلال کنند که جامعه در حال حرکت به سمت نوعی جامعه جویی است که احتمالاً رابطه‌ی بین جوانان و محیط بلافصل آن‌ها را به شدت محدود می‌کند و این جامعه جویی که از طریق ICT حفظ می‌شود، روابط پایدار را تضعیف و انسان‌ها را از یکدیگر گریزان می‌کند.

ریچارد سنت^{۱۹} از برجسته‌ترین منتقدان اجتماعی فرایندهایی بوده است که در تضعیف روابط پایدار و قابل اعتماد نقش دارند. وی استدلال می‌کند که زندگی طرح به طرح و قابل انعطاف که از امور معمول از امنیت عاری باشد، به فقدان‌هایی^{۲۰} می‌انجامد؛ از جمله فقدان تعهد و اعتماد، هم در محل کار و هم در خانواده. سپس این فقدان‌ها به آسیب‌های روانی و اجتماعی، مانند تنهایی، رفتار خشونت‌آمیز و طلاق‌های غیرضروری و نیز طیفی از مشکلات روزمره، از خصومت‌ورزی‌های بی‌ضرر تا کنارگذاری اجتماعی و بدنام کردن نژادپرستانه، تبدیل می‌شوند.

با وجود این، تفسیرهای مثبتی نیز از اوضاع فعلی وجود دارند. مارگریت مید از جمله نخستین افراد خوش‌بینی بود که عنوان کرد، عصر جدید پیش‌استعاری بذره‌ای تحول برای آینده‌ای بهتر را با خود دارد. به نظر او، این عصر تغییراتی را در روابط اجتماعی بین انسان‌ها ایجاد و فرایند یادگیری را وارونه کرده است. برای نخستین بار در تاریخ بشریت، به کودکان فرصت و مسؤلیت آموزش دادن به والدین و معلمانشان و راهنمایی کردن بزرگسالان در مسیرشان به سمت آینده، داده شده است. پپیا نوریس^{۲۱}، به شیوه‌ای مشابه، تفاوت‌های نسل‌ها را مهم‌ترین عامل

تعیین‌کننده در پذیرش ICT ذکر می‌کند. مثلاً در خصوص استفاده از اینترنت، نسل شخص، عاملی مهم‌تر از درآمد، آموزش یا تخصص است. به عبارت دیگر، سرمایه‌ی فرهنگی و اجتماعی و منابع مادی که یک نفر در اختیار دارد، همه چیز نیست؛ نسل در تماس با فضاها‌ی مجازی، در حالی که متفاوت از زندگی استعاری والدین و نیاکان خود رشد می‌کند، دارد یک جهان مجازی را تجربه می‌کند. بنابراین، جوانان فقط عصر جدید را تجربه نمی‌کنند، بلکه با رسوم دیجیتال خود، دارند آینده را فعالانه شکل می‌دهند.

مید می‌خواهد که بزرگسالان یاد بگیرند رفتار خود را تغییر دهند و برای آن که ذهن خود را در برابر اندیشه‌های جدیدی که نسل

جوان‌تر تولید می‌کند، بازنگه دارد، شیوه‌های کهنه‌ی تفکر را رها کنند. به نظر مید، تنها با ایجاد شیوه‌های جدید ارتباط و تعامل است که می‌توان تخیلات انسان‌ها را از گذشته‌ها آزاد کرد. او اعتقاد راسخ دارد که توسعه‌ی فرهنگ به گفت‌وگوی مداوم بین نسل‌های جوان‌تر و قدیمی‌تر بستگی دارد. گفت‌وگوی بین نسل‌ها به شیوه‌های متفاوتی ممکن است روی دهد و استفاده از ICT تنها یک امکان است؛ البته اگر هم‌زمان به خاطر داشته باشیم که ارتباطات راه دور هرگز نمی‌توانند جایگزین تعامل شخصی شوند و نزدیکی فیزیکی که لازمی تعامل است و با تعامل پرورش می‌یابد، همچنان در روابط، نه تنها بین جوانان و والدین، بلکه بین بزرگسالان نیز اهمیت به‌سزایی دارد.



در این دوره‌ی «پیشاستعاری» بسیار محتمل است، همچنان که مید می‌گوید، توانمندی‌های ضروری در فرهنگ رسانه‌ای به بهترین نحو از طریق گفت‌وگوی والدین - نوجوانان، معلم - نوجوانان، و والدین - معلمان به دست آید و در این صورت، جوانان فرصت پیدا می‌کنند تا به عنوان کارشناس و معلم، به سخنانشان توجه شود. در فرهنگ رسانه‌ای فعلی، والدین و معلمان باید مهارت‌های غیررسمی کودکان و جوانان را در استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، نه به عنوان تمدید، بلکه به عنوان فرصت‌هایی برای رشد شخصی و تحول اجتماعی و به عنوان دروازه‌هایی به احترام متقابل درک کنند.

خلاصه و نتیجه‌گیری

جهانی شدن تا حدی با پیشرفت‌های عظیم و سریع فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات سرعت می‌گیرد و جوانان در شمار نخستین کسانی هستند که از تحولات جدید در این حوزه بهره‌مند می‌شوند. جوانان می‌توانند، به شیوه‌های متنوع و جدیدی از ICT استفاده کنند که در نتیجه‌ی آن، شکل‌های سنتی جامعه‌پذیری، چون خانواده و مدرسه، به طور فزاینده‌ای به چالش گرفته می‌شوند و عقب می‌مانند. بسیاری از ادراکات، تجربیات و تعاملاتی که جوانان به طور روزانه دارند، «مجازی» هستند و از طریق شکل‌های گوناگون فناوری‌های اطلاعات و سرگرم‌سازی منتقل می‌شوند که برجسته‌ترین آن‌ها به جای اینترنت، همچنان تلویزیون است. این فناوری‌ها، فرهنگ اطلاع‌رسانی، لذت و استقلال نسبی را عرضه می‌کنند که همه‌ی آن‌ها به ویژه برای جوانان جذاب هستند.

جوانان گرچه پیشگامان انقلاب اطلاعاتی هستند، اما با چالش آشتی دادن واقعیت وجود روزانه‌ی خود با تصویرهای محبوبی که در رسانه‌ها ارائه می‌شوند، روبه‌رو هستند. بسیاری از جوانان هم‌زمان زندگی را در حوزه‌های جهانی و محلی تجربه می‌کنند. آن‌ها ممکن است یک آگاهی جهانی را کسب کنند، اما هنوز در منطقه و فرهنگ خاص خود عمل کنند و باقی بمانند. هم‌زمان، بسیاری از جوانان، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، از انقلاب اطلاعاتی کنار گذاشته می‌شوند و در قسمت اشتباه شکاف دیجیتالی باقی می‌مانند. پرسش اساسی در زمینه‌ی چگونگی ارتباط ICT و شکاف دیجیتالی با فرایند توسعه‌ی جهانی، درباره‌ی فناوری یا سیاست نیست؛ این پرسش درباره‌ی آشتی دادن رسوم جهانی و محلی است. چالشی است برای دادن معنایی معتبر به لحاظ فرهنگی، به کاربرد فناوری‌های جدید.

در حالی که اهمیت استفاده از ICT را برای توسعه نمی‌توان دست کم گرفت، نباید آن را نوش دارویی دانست که در آینده‌ای نزدیک، مشکلات بی‌کاری یا کنارگذاری اجتماعی را حل خواهد کرد. این بینش در رابطه با جوانان اهمیت زیادی دارد، زیرا دلایل فراوانی برای طرح این سؤال وجود دارد که آیا پذیرش راهبردهای توسعه‌ی مبتنی بر فناوری، به ایجاد منافع واقعی برای همه‌ی جوانان منجر خواهد شد یا خیر. سال‌ها طول می‌کشد تا همه‌ی جوانان به فرصت‌هایی که ICT وعده می‌دهد، دست یابند. با وجود این هشدارها، می‌توان با رعایت احتیاط به ظرفیت‌های ICT، به ویژه با توجه به مزایای نسبی که جوانان در پذیرش این فناوری‌ها به نفع خود از آن‌ها برخوردارند، امیدوار و خوش بین بود.

زیر نویس:

1. Political engagement
2. H. Lehtinaki
3. Yasuko Minoura
4. Privatization
5. Consoles
6. Jennifer Light
7. Margaret Mead
8. Postfigurative
9. Cofigurative
10. Prefigurative
11. Typifications
12. Paul Willis
13. Osmosis
14. Corporative
15. Network Sociality
16. Community
17. Andreas Wittel
18. Project-by-project
19. Richard Sennett
20. Losses
21. Harmless unfricadliness
22. Nippa Norris

منبع:

World youth Report (2003). Youth and information and communication technologies (ICT). chapter 12. pp. 319-332.

