

■ قرار گرفتن در معرض فرهنگها و روشهای زندگی خارجی از طریق رسانهها، می تواند هم برانگیزنده، هم بی ثبات کننده، هم مایه درک و هم باعث حسد شود.

■ تکنولوژی های اطلاعاتی می توانند از طریق ایجاد توهم، اتحاد و همبستگی با تکنولوژی های اطلاعاتی، ارتباط چهره به چهره ما با انسانهای دیگر را قطع کنند. مثلاً در حالی که در شهر تهران، قهوه خانه های سنتی را احیا می کنند، در شیکاگو، تب قهوه خانه های کامپیوتری بالا گرفته است.

### انقلاب تکنولوژی اطلاعات

نوآوریها و پیشرفتهای جدید در تکنولوژی های ارتباطات، بی شک زندگی بیشتر انسانها را در سراسر جهان، مستقیم یا غیرمستقیم، تغییر داده و یا حداقل تحت تاثیر قرار داده است. کامپیوتر، ماهواره، تلویزیون، رادیو، فاکس، ویدئو، دیسک، تلفنهای بی سیم (سیار)، مرزهایی را که زمانی افراد و فرهنگهای جهان را از نظر اقتصادی، جغرافیایی و سیاسی جدا می کرد، عملاً از بین برده است.

انقلاب تکنولوژی اطلاعات، مشخصاً به تغییر، تعریف و ارزیابی مجدد و تجدید سازمان جوامع بشری در سراسر جهان ادامه می دهد. تکنولوژی های ارتباطات راه دور، مانند هر دگرگونی ناشی از عرضه وسیله یا تکنولوژی جدید در یک جامعه انسانی، باعث تغییرات گسترده و دامنه داری شده است. بعضی از این تغییرات، آشکار و واضح هستند و برخی دیگر، چندان به چشم نمی آیند. به عبارت دیگر، تکنولوژیها، پیامدها و عواقب خواسته و ناخواسته ای دارند.

### کامپیوتر، تجاوز به زندگی خصوصی مردم!

پاستورا کافرتی (Cafferty) (گریفین ۱۹۹۵) می گوید: «پیش بینی و درک پیامدهای ناخواسته تکنولوژی های جدید، بسیار دشوار و پیچیده است. مثلاً در ایالات متحده، معامله کنندگان از راه دور و آژانسهای گردآوری اعانه، با استفاده از ارتباط مکرر کامپیوتری، که در آن کامپیوتری از طرف مقابل می خواهد برای «یک ارتباط تلفنی دو طرفه مهم» منتظر بماند، آشکارا به حریم زندگی خصوصی مردم، تجاوز کرده اند. یا

## اطلاعات؛ داراها و ندارها

دکتر یحیی کمالی پور  
ترجمه: علی کسمایی



همچنان که در عصر اطلاعات - سالهای دهه ۱۹۹۰- به پیش می رویم و درآستانه ورود به قرن بیست و یکم قرار می گیریم اگر بخواهیم دوام بیاوریم یا با دیگران رقابت کنیم، باید خود را با واقعیات جهان تطبیق دهیم، تکنولوژی های جدید را فرس بگیریم و توانایی های آنها را درک کنیم، در جریان گرایشهای اطلاعات و تحولات جاری و آینده باشیم، و روشهای تازه ای برای یاد دادن، یادگرفتن، کارکردن، و استفاده از آنها ابداع کنیم.

چه بخواهیم چه نخواهیم، تکنولوژی امروز و پنداره (Vision) فردا، زندگی روزمره ما را به طور بنیادین و چشمگیری برای همیشه تغییر خواهد داد. به گفته «نیل پستمن» (Postman) «... کسانی که در استفاده از یک تکنولوژی جدید مهارت و تبحر پیدا می کنند، گروهی نخبه می شوند، و کسانی که چنین مهارتی را ندارند به آنان، اقتدار و اعتباری که شایسته اش نیستند، اعطا می کنند».

مسافران قطارها مجبورند در قطاری که پیش از این، قطاری آرام برای خواب یا مطالعه تا خانه بود، با مسافر دیگری که با تلفن سیار خود آرامش آنها را برهم می‌زند، کنار بیایند.

به‌طور کلی به‌نظر می‌رسد مردم صرفاً مجذوب وسایل تکنولوژیک هستند تا این که مجذوب پیامدهای خواسته یا ناخواسته آن باشند.

### قرن آینده، آغاز یک عصر جدید

به گفته «رابرت ال. استونسون» (۱۹۹۴)، «پایان قرن بیستم آغاز یک عصر جدید اطلاعات است. این عصر، محصول یک انقلاب ارتباطی است که شامل سه عنصر می‌باشد. کامپیوتر، ماهواره و دیجیتالی کردن. این انقلاب زمانی رخ داد که هر سه تکنولوژی جدید متمرکز شدند تا یک شبکه ارتباطات جهانی تولید کنند و همچون جو (اتمسفر)، کره زمین را پوشانند و آن را دربر بگیرند.

در نتیجه این نزدیکی و همگرایی، تمام جنبه‌ها و ابعاد ارتباطات در هر دوره زمانی، با تصاعد هندسی در حال گسترش هستند؛ یعنی هر بار به دو برابر افزایش می‌یابند: ۲،۱، ۴، ۸، ۱۶، ۳۲، ۶۴... در بعضی موارد، این دوره‌های زمانی از پنج یا ده سال بیشتر نیستند و مدام روبه کاهش می‌روند. از جمله عواملی که در این تصاعد هندسی افزایش می‌یابند عبارتند از:

۱. سرعت که با آن اطلاعات انتقال می‌یابد؛
۲. ظرفیت سیستم‌های جهانی؛
۳. مقدار اطلاعات موجود برای انتقال و پخش.

تکنولوژیک باعث خواهد شد کشورها یا شرکتها نتوانند به نحو مؤثری در بازارهای جهانی امروز رقابت کنند.

علت اصلی ظهور و مردمی شدن تکنولوژیهای اطلاعاتی، این واقعیت است که آنها در خدمت گروههای گوناگون مالی و سیاسی هستند.

«مجید تهرانیان» (۱۹۹۵) می‌نویسد: «با انحلال اتحاد شوروی و رشد اقتصاد بازار در چین و کشورهای دیگر، سرمایه‌داری سرانجام یک اقتصاد واقعاً جهانی به وجود آورده است. شرکت‌های جهانی حالا می‌توانند در مورد محل و نوع سرمایه‌گذاری، یک استراتژی جهانی را دنبال کنند. آنها در جست‌وجوی سود، به‌طور



Collins/Squib/London

داشت. مثلاً در سالهای اخیر، کامپیوتری کردن، ماشینی و خودکار کردن، و ادغام شرکتها در یکدیگر باعث کاهش شدید تعداد کارگران در امریکا و دیگر کشورهای صنعتی شده است. به‌طور نمونه، شرکت «AT & T»، یکی از بزرگترین مجتمع‌های ارتباطات راه‌دور، اخیراً اعلام کرده است که چهل‌هزار نفر از نیروی کار خود را کاهش خواهد داد! علاوه بر این، به دلیل وجود تکنولوژیهای اطلاعات، ساعات کار روزانه، در حال حاضر به ۲۴ ساعت رسیده است. و مصرف‌کنندگان، حالا می‌توانند ۲۴ ساعته، از بسیاری از نقاط جهان، اطلاعاتی درباره تولیدات و یا خدمات موردنیاز به دست آورند. تسلط بر تکنولوژی، قطعاً کلید موفقیت تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و فروشندگان در آینده است. در حالی که رقابت جهانی شدت می‌یابد، بازاریابی مشغله ذهنی شرکت‌های بزرگ می‌شود.

برای مثال، به گفته «بارنت» (Barnet) و «کواناگ» (Cavanagh) مدیران ارشد «کوکاکولا» به خاطر «جهانی فکرکردن» و «جهانی عمل کردن» به خود می‌بالند. در سال ۱۹۹۲، «کوکاکولا» نخستین آگهی تبلیغاتی واقعاً جهانی خود را روی آنتن فرستاد؛ مصرف‌کنندگان کوکاکولا در سراسر جهان می‌توانستند پیام یکسانی را در زمان یکسانی مشاهده کنند.

یک آگهی تجارتي طولانی «کوکاکولا» در المپیک زمستانی، به ۱۲ زبان - به ادعای آژانسهای تبلیغاتی - برای ۳/۸ میلیارد تماشاگر، در ۱۳۱ کشور جهان پخش می‌شد.

«رابرت. بی. رایس» Reich (۱۹۹۲)، وزیر کار دولت بیل کلینتون، می‌نویسد:

ما در شرایطی زندگی می‌کنیم که سیاست و اقتصاد قرن آینده را به کلی تغییر خواهد داد. دیگر محصولات یا تکنولوژیهای ملی، شرکت‌های ملی و صنایع ملی وجود و معنی نخواهد داشت. دیگر از اقتصاد ملی، حداقل به مفهومی که تاکنون شناخته‌ایم، اثری نخواهد بود. تنها عاملی که در مرزهای ملی باقی خواهد ماند، مردمی هستند که یک ملت را تشکیل می‌دهند. دارایی‌های اصلی هر ملتی، مهارتها و بینشها و شناخت‌های شهروندانش خواهد بود.

وظیفه سیاسی اصلی هر ملتی، کنار آمدن با نیروهای گریز از مرکز اقتصاد جهانی خواهد بود که عوامل پیوند

## پایان قرن بیستم آغاز یک عصر جدید اطلاعات است. این عصر، محصول یک انقلاب ارتباطی است که شامل سه عنصر می‌باشد. کامپیوتر، ماهواره و دیجیتالی کردن.

طبیعی به محلهایی کشیده شده‌اند که در آنجا دستمزدها، اجاره‌ها و مالیاتها کمتر است و دولت‌ها نظارت کمتری دارند.»

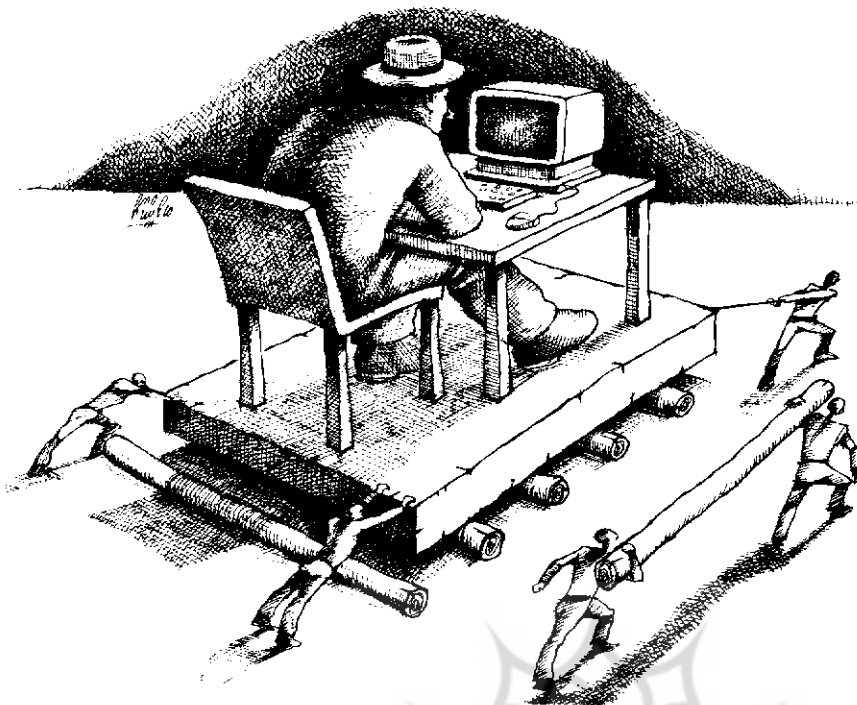
تأثیر زیاد تکنولوژیهای اطلاعاتی در تجارت

تکنولوژیهای اطلاعاتی، بی‌شک در هیچ‌جا بیشتر از بخش تجارت تأثیر نخواهند

روند سالهای اخیر حاکی است که تکنولوژیهای ارتباطات با چنان سرعتی به پیش می‌روند که احتمالاً هیچ فرد یا مؤسسه‌ای نمی‌تواند با تغییرات آن هماهنگ شود یا حتی از مزایای کامل سرعت، ظرفیت، یا تعداد اطلاعاتی که از طریق شیوه‌های گوناگون انتقال در دسترس آن قرار می‌گیرد، برخوردار شود. با این وصف، نادیده گرفتن این تغییرات

■ تکنولوژی‌های اطلاعاتی، دو طبقه جدید در سراسر جهان به وجود آورده‌اند:

۱. فقرای اطلاعاتی: کسانی که ابزارها یا دانش را یافتن به بزرگراه‌های اطلاعاتی را ندارند؛
۲. ثروتمندان اطلاعاتی: کسانی که ابزارها و دانش لازم را دارند و هم اینک شتابان به سوی آینده در بزرگراه‌های اطلاعاتی در حرکتند.



مکالمه‌ای کاملاً غیرشخصی شوند. (وان - Van - ۱۹۹۶). به نظر می‌رسد در امریکا توجه و علاقه مردم به کافه‌های کامپیوتری روبه‌روز بیشتر می‌شود. در این کافه‌ها، اگر چه مشتریان ممکن است با کسانی که در همان کافه در اطرافشان نشسته‌اند گفت‌وگو نکنند، اما احتمال گفت‌وگوی آنها با دیگر مسافران بزرگراه‌های اطلاعاتی فضایی وجود دارد. ویژگی دیگر این کافه‌های کامپیوتری، این است که مشتریان می‌توانند یک نرم‌افزار یا سخت‌افزار کامپیوتری را، قبل از هرگونه تصمیمی در مورد خرید آنها، آزمایش کنند.

طریق مساعدت و تلاش‌های امدادگرانه و تقاضای توضیح از دولتها، نشان دهند و بیان کنند. تأثیر و نفوذ رسانه‌ها در شکل‌گیری سیاست خارجی، بسیاری از کشورها چشمگیر است.

**قهوه‌خانه‌های کامپیوتری، قطع روابط انسانی**  
در خصوص روابط انسانی، همین تکنولوژی‌های اطلاعاتی که می‌توانند ما را از نظر الکترونیکی پیوند دهند، می‌توانند از طریق ایجاد توهم اتحاد و همبستگی با تکنولوژی‌های اطلاعاتی ارتباط چهره‌به‌چهره ما با انسان‌های

شهروندان به یکدیگر را پاره می‌کنند و ثروت بیشتر را به ماهرترین‌ها و با بینش‌ترین‌ها می‌دهند، و در همان حال سطح زندگی افراد و ملت‌هایی را که مهارت و بینش کمتری دارند، پایین می‌آورند.

**کامپیوتر، کمک به گسترش مردم سالاری**  
در زمینه سیاست، به هم پیوسته بودن الکترونیکی می‌تواند به تزلزل و بی‌ثباتی رژیم‌های استبدادی و خودکامه از طریق اشاعه اطلاعات سانسور نشده از فراز مرزها منجر شود و با رساندن اطلاعات به مردمی که در غیراین‌صورت، توسط قدرتهای حاکم در تاریکی جهل نگهداشته می‌شدند، کمک کند. از سوی دیگر، مطابق گزارش کمیسیون حکومت جهانی (۱۹۹۵) دسترسی گسترده‌تر به اطلاعات، باعث گسترش بیشتر مردم سالاری (دموکراسی)، که وجود شهروندان مطلع‌تر برایش مفیدتر است، بوده و همچنین برای توسعه و همکاری حرفه‌ای و علمی، و بسیاری از فعالیتهای دیگر ثمربخش واقع شده است. تسهیل پیوندهای گسترده‌تر، حالا می‌تواند به نزدیک‌تر کردن مردم جهان کمک کند. خبرهای رسانه‌ها درباره رنج‌های بشری، مردم را وادار کرده است نگرانی و همبستگی خود را با افرادی که در دورستها زندگی می‌کنند از

■ **به نظر می‌رسد مردم صرفاً مجذوب وسایل تکنولوژیک هستند تا این که مجذوب پیامدهای خواسته یا ناخواسته آن باشند.**

**تکنولوژی اطلاعاتی و آموزش و پرورش تعاملی**  
در خصوص آموزش و پرورش، تکنولوژی‌های اطلاعاتی ما را به سرعت به سمت آموزش و پرورش تعاملی سوق می‌دهند. چندسال پیش، تهیه کننده‌ای، «کانال یک» را برای کلاسهای درسی سراسر امریکا از طریق ماهواره به راه انداخت. این شبکه در روز، چند بخش خبری اطلاعاتی به دقت انتخاب شده ۱۲ دقیقه‌ای و چند پیام تجارتي انتخابی، عمدتاً برای دانش آموزان دبیرستان، ارائه و

دیگر را قطع کنند. مثلاً در حالی که در شهر تهران، قهوه‌خانه‌های سنتی را احیا می‌کنند، در شیکاگو تب قهوه‌خانه‌های کامپیوتری (Cyber Space) بالا گرفته است. در شرایطی که در قهوه‌خانه‌های تهران، گفت‌وگوی بین مشتریان، ممکن است به شدت شخصی و رودررو باشد، در قهوه‌خانه‌های شیکاگو مشتریان می‌توانند یک فنجان قهوه داغ بخورند و در حالی که در ترمینال‌های تعاملی کامپیوتری - که برای آنها تهیه شده - سفر می‌کنند با شخصی در آن سوی قاره وارد



تکنولوژیهای ارتباطات از راه دور، مانند هر دگرگونی ناشی از عرضه وسیله یا تکنولوژی جدید در یک جامعه انسانی، باعث تغییرات گسترده و دامنه‌داری شده است.

پخش می‌کند. تمام وسایل لازم برای گرفتن و دریافت برنامه‌های «کانال یک» بدون هیچ هزینه‌ی از طرف این شبکه به مدارس داده می‌شود. فعالیت این شبکه اگر چه بحث‌انگیز و مورد اختلاف بوده، اما اکنون هزاران مدرسه برنامه‌های آن را تماشا می‌کنند و به آن پیوسته‌اند. علاوه بر این، مدارس با سرعت زیادی کامپیوتری شده و به این ترتیب انواع خدمات، از جمله امکانات تعاملی ویدئو و امکان استفاده از شبکه‌های جهانی کامپیوتر مانند اینترنت، Prodigy، America Online، Compu Serve و غیره را برای دانش‌آموزان فراهم کرده‌اند. از این گذشته، از طریق شبکه‌های AT & T دانش‌آموزان در کلاسهای خود در سراسر جهان می‌توانند از «مودم»های تلفنی برای تبادل آراء، حل مسائل، یا تبادل فرهنگ‌ها استفاده کنند. دانش‌آموزان و استادان در سراسر جهان از طریق استفاده از ویدئوی تعاملی یا گردهمایی از راه دور (Teleconferencing) می‌توانند در بحث کارشناسان درباره هر موضوعی - از سیاست گرفته تا محیط زیست - شرکت کنند. آموزش از راه دور با شبکه‌های کامپیوتری

و ویدئوی تعاملی نیز روزبه‌روز در همه جهان رایج‌تر می‌شود. مثلاً در آینده نزدیک، دانش‌آموزان در ایران یا هر کشور دیگری قادر خواهند بود در دوره‌ای، متعلق به یک دانشگاه ژاپنی یا امریکایی شرکت کنند حتی اگر زبان امریکایی یا ژاپنی را ندانند! از طریق جادوی تکنولوژی اطلاعات، ترجمه همزمان از یک زبان به زبان دیگر یا از یک زبان به زبانهای بسیار به دانش‌پژوهان در هر نقطه جهان اجازه خواهد داد حتی بدون ترک خانه‌های خود، در فرآیند آموزش شرکت کنند!

لازم به ذکر نیست که روشهای سنتی آموزش به سرعت منسوخ می‌شوند. با این وصف، دانش و آموزش رسمی، نقشی مرکزی و اساسی در عصر اطلاعات ایفا خواهند کرد. «پیتر دروکر» (Drucker، ۱۹۹۵) می‌گوید: «دانش برای قدرت نظامی و همچنین اقتصادی هر ملت، منبع کلیدی و حیاتی شده است. زیرا قابل حمل است، و می‌توان آن را در هر جایی با سرعت و به ارزانی ایجاد کرد و نهایتاً این که، به وضوح و روشنی در حال تغییر است.»

تجاوز فرهنگی از طریق رسانه‌ها در خصوص فرهنگ، توماس مک‌فیل (MC-Phail، ۱۹۸۷) می‌گوید:

«اطلاعات خارجی هرچه عظیم‌تر باشد، خطر برای یک فرهنگ بومی یا محلی در آینده بیشتر خواهد بود». واضح است که کشورهای غربی به‌ویژه امریکا، بر بیشتر اطلاعات یا سرگرمی‌ها از تولید تا توزیع تسلط دارند. بنابراین تجاوز فرهنگی یا استعمار فرهنگی به صورت یک موضوع مورد اختلاف و مشاجره در سراسر جهان، به‌ویژه در میان کشورهای در حال رشد باقی خواهند ماند.

گزارش کمیسیون حکومت جهانی می‌افزاید: «قرار گرفتن در معرض فرهنگ‌ها و روش‌های زندگی خارجی از طریق رسانه‌ها، می‌تواند هم برانگیزنده، هم بی‌ثبات‌کننده، هم مایه درک و هم باعث حسد شود. نگرانی از این که سلطه رسانه‌های فراملی می‌تواند باعث همگن شدن فرهنگی شود و به فرهنگ‌های

بومی لطمه بزند، به کشورهای غیرغربی محدود نمی‌شود. عده بسیاری نگرانند که انگاره‌های رسانه‌ها، اخلاق مصرف‌گرایی را در جوامعی که در مراحل ابتدایی رشد هستند، تقویت خواهد کرد».

به هر حال، باید یادآوری کرد که عدم توازن خطرناکی در زمینه دسترسی به اطلاعات و در توزیع حتی پایه‌ای‌ترین تکنولوژی‌ها وجود دارد.

### ساکنان محروم دهکده جهانی!

برای مثال، دومیلیارد نفر - بیش از یک نفر از هر سه نفر - از مردم جهان، هنوز فاقد برق هستند. در سال ۱۹۹۰ بنگلادش، چین، مصر، هند، اندونزی و نیجریه در مجموع کمتر از کانادا، که فقط ۲۷ میلیون نفر جمعیت دارد، ارتباطات تلفنی داشتند. علاوه بر آن، به گفته «حمید مولانا» علی‌رغم پیشرفت‌های تکنولوژی و علمی، از جمله رشد عظیم سخت‌افزار - نرم‌افزار ارتباطات و اطلاعات طی چند دهه گذشته، اکثریت عظیم ساکنان این دهکده جهانی در شرایط نامطلوب بیسواد، بیماری، گرسنگی، بیکاری و سوءتغذیه به سر می‌برند و هنوز، از ابزارهای اساسی ارتباطات و دانش جدید محرومند».

### طبقات جدید اجتماعی

تکنولوژی‌های اطلاعاتی، مشخصاً دو طبقه جدید در سراسر جهان به وجود آورده‌اند:

۱. فقرای اطلاعاتی: کسانی که ابزارها یا دانش راه یافتن به بزرگراه‌های اطلاعاتی را ندارند.

۲. ثروتمندان اطلاعاتی: کسانی که ابزارها و دانش لازم را دارند و هم اینک شتابان به سوی آینده، در بزرگراه‌های اطلاعاتی در حرکتند.

### عصر ارتباطات: ناپدید شدن حرمت زندگی خصوصی؟

زندگی خصوصی و تنهایی، به ویژه تنهایی فردی، آن‌چنان که قبل از عمومیت یافتن کامپیوترها می‌شناختیم، دیگر وجود ندارد، انواع بانک‌های داده‌ها برای هرکسی که از وسایل عصر ارتباطات (یعنی: کارتهای اعتباری، تلفن، کامپیوتر و...) استفاده می‌کنند، تاکنون به وسیله مؤسسه‌های مالی گوناگون، از جمله بسیاری از سازمانهای دولتی و غیردولتی

ایجاد شده است. در حقیقت، ناپدید شدن حرمت زندگی خصوصی افراد در ایالات متحده، که از نظر تکنولوژی در بالاترین سطح است، وقتی به اوج رسید که شرکتهای بزرگ اخیراً اعلام کردند برای پی‌بردن به این که آیا مکالمات تلفنی کارمندان آنها مربوط به کارهای اداری یا خصوصی است، ممکن است اقدام به استراق‌سمع مکالمات آنها بکنند! لازم به گفتن نیست که مدت‌هاست دوربینهای بازرسی و جاسوسی بر حرکات و رفت‌وآمدهای مردم در داخل و خارج اماکن عمومی و خصوصی نظارت می‌کنند. علاوه بر این، سازمان‌هایی هستند که کارشان جمع‌آوری، طبقه‌بندی، و ذخیره کردن اطلاعات درباره مردم است. آنها درباره آخرین عادات، علایق، نفرت‌ها، و وابستگی‌های اجتماعی، نهادی یا سیاسی افراد، بانکهای داده‌ها درست می‌کنند و از این داده‌ها، یا برای هدفهای خودشان استفاده می‌کنند یا آنها را به دیگران، به‌ویژه به شرکتهای بازرگانی، که مدام در جست‌وجوی مشتریان تازه برای محصولات خود هستند، می‌فروشند. چنین اطلاعات خصوصی در نظام‌های سرمایه‌داری، به صورت یک کالای اساسی در آمده است که آزادانه خرید و فروش می‌شود و به سهولت در اختیار هرکس که بتواند بهایش را بپردازد، گذاشته می‌شود.

### تکنولوژی اطلاعاتی؛ شمشیری دولبه

اشاراتی پیرامون تأثیر بزرگراههای اطلاعاتی بر فرهنگ‌ها و افراد، تنها بررسی کوتاهی از یک پدیده معاصر به شدت پیچیده، چند بعدی، دارای دید و برد بسیار گسترده و قدرت حیرت‌آور برای تغییر همیشگی همه چیز - آموزش، علوم، تکنولوژی، اقتصاد، سیاست، فرهنگ و روابط انسانی - است. در این محیطی که از نظر تکنولوژی مهم است، ناچارم برای بیان مقصود از یک کلیشه قدیمی استفاده کنم «آینده متعلق به کسانی است که خود را برای آن آماده کرده باشند»، و ما نه فقط برای خودمان، بلکه برای کسانی که بعد از ما خواهند آمد، باید خود را آماده کنیم. تکنولوژیهای عصر اطلاعات را می‌توان به منزله یک شمشیر دولبه به حساب آورد. آنها از یک سو، شکاف بین داراها و ندارها - یا ثروتمندان اطلاعاتی و فقیران اطلاعاتی - را عمیق‌تر کرده و از سوی دیگر، برای بسیاری از گروه‌های حاشیه‌ای، فرصتی منحصر به فرد به

وجود آورده‌اند تا صدای قبلاً ناشنیده خود را، از طریق مجراهای ارتباطی متعدد جهانی، همچون «اینترنت»، به گوش دیگران برسانند. شکی نیست که هر چه کمتر به گذشته فکر کنیم و هر چه بیشتر به برنامه‌ریزی درباره مسیر آینده، با استفاده از تواناییهای شگرف بزرگراههای اطلاعاتی، بیندیشیم، برای مقابله با چالش‌های درحال ظهور عصر اطلاعات و نیروهای رقیب آن، در سطوح ملی و بین‌المللی آماده‌تر خواهیم بود. □

### منابع:

1. Barnet, R. J., & Gavanagh, J. (1994). *Global Dreams: Imperial corporations and the new world order*. New York, NY: Simon & Schuster.
2. Drucker, P. F. (1994, November). The age of social transformation. *The Atlantic Monthly*, pp. 53-80.
3. Griffin, J. L. (1996, January 8). Out of the loop: Keeping the intrusions of modern technology at bay becomes harder and harder. *Chicago Tribune*, pp. 1-2, sec. 5.
4. McPhail, T. L. (1987). *Electronic Colonialism: The future of international broadcasting and communication*. Newbury Park, CA: Sage.
5. Mowlana, H. (1995). New global order and cultural ecology. In K. Nordenstreng & H. I. Schiller (Eds.), *Beyond national sovereignty: International communication in the 1990s*. Norwood, NJ: Ablex.
6. Postman, N. (1992). *Technopoly: The surrender of culture to technology*. New York, NY: Vintage Books.
7. Reich, R. B. (1991). *The work of nations*. New York, NY: Vintage Books.
8. Stevenson, R. (1994). *Global communication in the twenty-first century*. New York, NY: Longman.
9. Tehraian, M. (1995, Spring). Global communication and its critics. *Journal of Communication*, 45 (2). pp. 1875-193.
10. The Report of the commission on Global Governance. (1995). *Our global neighborhood*. New York, NY: Oxford University Press.
11. Van, J. (1995, January 8, 1996). 'Cybercafes' serving a blend with byte: Coffeeshops chats not all face to face. *Chicago Tribune*, pp. 1-2.