

تاریخ دریافت: ۹۱/۷/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۱/۸/۱۰

پیامدهای سناریوهای فناوری اطلاعات بر سبک زندگی شهروندان ایرانی

نوشته

حسینعلی افخمی*

محمد مهدی مولایی**

حامد طالبیان***

چکیده

هدف مقاله حاضر، ارائه سناریوهای مختلفی است که در پی واقعیت یافتن هر یک از این سناریوهای آینده‌نگرانه درباره فناوری‌های اطلاعات، در مصرف و سبک زندگی شهروندان ایرانی پیامدهایی خواهد داشت. با اتکا به نتایج پژوهش ملی "پایلوت آینده‌نگاری مناسب‌ترین فناوری‌های ایران ۱۴۰۴" (پامفا)، پیامدهای وقوع چهار سناریوی آینده‌نگرانه محصولات جهانی، بزرگراه فناوری اطلاعات، محصولات محلی و اینترنت ملی بر مصرف و سبک زندگی شهروندان تحلیل شده است تا بتوان با استناد به فضاهای سناریونگاران موجود، سناریوهایی درباره سبک زندگی شهروندان ایرانی ارائه کرد. این مقاله نتیجه می‌گیرد که تحقق سناریوهای اول و سوم، شکاف در سبک‌های زندگی را تشدید می‌کند. همچنین تحقق سناریوهای دوم و چهارم به شرایطی مختلط دامن می‌زند که در آن با مجموعه‌ای از سبک‌های زندگی جهان‌وطنانه و محلی مواجه خواهیم شد. در این شرایط به نظر می‌رسد که سیاست‌گذاری مناسب، حمایت از سبک‌های زندگی محلی و فراهم کردن امکان تعامل سبک‌های زندگی مختلف با یکدیگر باشد.

کلیدواژه: مصرف، سبک زندگی، فناوری‌های اطلاعات، آینده‌پژوهی، سناریونگاری.

بیان مسئله

انقلاب فناورانه حول محور فناوری‌های اطلاعاتی با سرعتی قابل توجه در حال شکل‌دهی مجدد بنیان‌های جامعه است (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۷). این فناوری‌ها هرروزه بیش از گذشته در

* استادیار علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی Hafkhamih@yahoo.ir

** دانشجوی دکتری آینده پژوهی دانشگاه تهران mm@mowlaei.ir

*** کارشناس ارشد علوم ارتباطات hamed.talebian@gmail.com

قالب‌های جدیدی گسترش پیدا می‌کنند و شکل جدیدی از روابط بین اقتصاد، سیاست، فرهنگ، دولت و جامعه را به وجود می‌آورند. این فناوری‌های جدید از سویی امکان‌های ارتباطی جدیدی در اختیار شهروندان قرار داده‌اند و با ایجاد شبکه‌هایی جهانی از جمله اینترنت دنیایی تازه را خلق کرده‌اند و از سوی دیگر، انواع مختلف سخت‌افزارها و نرم‌افزارها با اهداف و کاربردهای متفاوت در اختیار شهروندان قرار داده‌اند که زندگی را برای آنها ساده‌تر از قبل کرده است. مجموع این قابلیت‌های فناورانه، مصرف و سبک زندگی را نیز در جامعه شبکه‌ای جدید متحول کرده است.

کاربران فناوری‌های نوین اطلاعات را اغلب کسانی تشکیل می‌دهند که در سنین جوانی قرار دارند و روزانه ساعت‌های متمادی از وقت خود را در محیط‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات (اینترنت، تلفن همراه، بازی‌های آن‌لاین و غیره) سپری می‌کنند و در تعامل با کاربرانی از کشورهای مختلف قرار می‌گیرند. آن‌ها در بستری فناورانه با مختصات از پیش مشخص شده فعالیت می‌کنند که سازوکارهای آن نه بر اساس فرهنگ‌های بومی کشورشان، که معمولاً بر اساس فرهنگی جهانی (اگر نگوئیم غربی) ایجاد شده است. هرچند که در برخی کشورها بر شبکه‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات بومی و محلی تأکید و تا حدودی از آن‌ها استقبال شده است، اما در اغلب کشورهای دنیا زیرساخت‌های فناوری اطلاعات در مقیاسی جهانی و بین‌المللی به فعالیت می‌پردازند. این حضور همزمان و فعالانه فارغ از جنبه‌های فناورانه و اقتصادی آن، از نظر فرهنگی - اجتماعی نیز پیامدهایی را به دنبال داشته است که با رویکردهای نظری مختلف می‌تواند مثبت یا منفی تعبیر شود. با این حال، تغییر در مصارف فرهنگی و رسانه‌ای و به دنبال آن تغییر در سبک زندگی کاربران به خصوص جوانان یکی از پیامدهای گسترش فناوری‌های اطلاعاتی است.

این مقاله تلاش می‌کند تا به این پرسش پاسخ دهد که تحقق شرایط مختلف قابل تصور در زمینه فناوری اطلاعات چه پیامدهایی بر مصرف و سبک زندگی شهروندان ایرانی خواهد داشت؟ فناوری‌های اطلاعات، به واقع زیرساخت لازم و اساسی مورد نیاز برای انواع عمده مصارف نوین فرهنگی، رسانه‌ای و ارتباطی هستند. هدف پژوهش حاضر، ارائه دلالت‌های سناریونگارانه مختلفی است که بتوان آن را پیامد واقعیت‌یافتن سناریوهای مختلف متصور در زمینه فناوری اطلاعات تلقی کرد. به عبارت دیگر، پرسش این مقاله آن است که با وقوع سناریوهای مختلف فناوری اطلاعات، مصرف و سبک زندگی شهروندان ایرانی چه ویژگی‌هایی خواهد داشت؟ با اتکا به پژوهشی ملی که تاکنون در زمینه آینده‌نگری فناوری اطلاعات در ایران صورت گرفته است، تلاش خواهد شد تا پیامد وقوع هریک از سناریوهای آینده‌نگارانه بر مصرف فرهنگی و سبک زندگی شهروندان تحلیل شود تا در نهایت بتوان با استناد به فضاهای سناریونگارانه در دسترس، سناریوهایی درباره آینده مصرف و سبک زندگی شهروندان ایرانی ارائه داد.

نکته دیگری که در این زمینه باید به آن توجه کرد، این است که مصرف فناوری اطلاعات، حضور در شبکه و استفاده از رسانه‌های نوین اساساً وابسته به سیاست‌گذاری‌های داخلی و بین‌المللی در زمینه فناوری اطلاعات است. سیاست‌گذاری در زمینه فناوری اطلاعات به تحقق یافتن یا نیافتن شرایط مختلف قابل تصور در زمینه فناوری اطلاعات منجر خواهد شد. بنابراین، مصداق یافتن هر یک از سناریوهای قابل تصور در این مقاله، منوط به چگونگی سیاست‌گذاری در این زمینه است که در بخش پایانی این مقاله به پاره‌ای از دلالت‌های سیاست‌گذاری در این زمینه اشاره خواهد شد.

چارچوب مفهومی و نظری

چارچوب مفهومی و نظری این مقاله پژوهشی، مفاهیم و رویکردهای سبک زندگی و مدل‌های آینده‌پژوهی است تا تأثیر سناریوهای فرضی فناوری اطلاعات و ارتباطات در آینده را بر سبک زندگی شهروندان ایرانی بررسی کند.

سبک زندگی

تعاریف متعددی تاکنون درباره سبک زندگی در علوم اجتماعی ارائه شده است (ر.ک. مهدوی کنی، ۱۳۸۷، مهدوی کنی، ۱۳۹۰: ۵۵-۵۱، خادمیان، ۱۳۸۷: ۲۸-۱۸، فاضلی، ۱۳۸۲؛ فاضلی، ۱۳۸۳، شهابی، ۱۳۸۶). سبک زندگی به معنای عام روش‌های متمایز زیستن است که توسط گروه‌های مختلف مردم برگزیده می‌شود (خادمیان، ۱۳۸۸: ۱۸). فاضلی تعاریف مربوط به سبک زندگی را به دو گروه عمده تقسیم می‌کند. مجموعه تعاریفی که سبک زندگی را از جنس رفتار می‌داند و ارزش‌ها و نگرش‌ها و جهت‌گیری‌های ذهنی را از دایره این مفهوم بیرون می‌گذارند. دسته دوم تعاریف سبک زندگی، تعاریفی هستند که بیشتر جنبه روانشناختی دارند و در تعریف این مفهوم، جمع رفتار و ذهنیت را در نظر می‌گیرند. این دسته تعاریف ابتدا در مطالعات بازاریابی و بازارپژوهی ظهور یافته و سپس گسترش پیدا کرده‌اند (فاضلی، ۱۳۸۲).

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این تعاریف متعدد، گزینشی بودن مفهوم سبک زندگی است. آنچه که در بیشتر تعاریف باعث تمایز مفهوم سبک زندگی از مفاهیم دیگری مانند فرهنگ و خرده‌فرهنگ می‌شود، خلفانه و گزینشی بودن اجزا و عناصر سبک زندگی است (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۵۸). گیدنز این مفهوم گزینشی بودن و انتخابی بودن را با مدرنیته متأخر و مفهوم هویت پیوند زده است. او معتقد است که برخلاف سنت که زندگی را از مسیر کانال‌های از پیش تعیین شده به جریان می‌اندازد، مدرنیته فرد را در برابر تنوع غامضی از انتخاب‌های ممکن قرار می‌دهد. یکی از دلالت‌های این موضوع اهمیت یافتن سبک زندگی است (گیدنز، ۱۳۸۷: ۱۱۹). گزینشی بودن و انتخابی بودن سبک زندگی معمولاً گروه‌های اجتماعی مرتبط با یک سبک زندگی را در معرض انتخاب‌های مختلفی در دایره شرایط موجود و در دسترس قرار می‌دهد.

بنابراین، سبک زندگی دربارهٔ فرایند انتخاب، ولو درون محدودیت‌هاست. در پست مدرنیته این فرایند سرعت و شتاب دوجندانی یافته است (گیبیز و بویمر، ۱۳۸۴: ۱۰۵).

نظریه پردازان سبک زندگی عموماً در این نکته متفق‌القول‌اند که شرط تحقق سبک زندگی، داشتن حق انتخاب در میان محدودیت‌های ساختاری است (شهابی، ۱۳۸۶: ۳۸). از نظر گیدنز سبک زندگی در فرهنگ سنتی کاربرد چندانی ندارد؛ زیرا این مفهوم ملازم با نوعی انتخاب از میان تعداد بی‌شماری از امکان‌های موجود است. با این حال، این کثرت انتخاب به معنای آزادی بدون قید و شرط در انتخاب نیست. این نکته ملازم با نظریهٔ کلان ساخت‌یابی اوست که به واقع هستهٔ مرکزی اندیشهٔ گیدنز را تشکیل می‌دهد. در این نظریه او به رابطهٔ دیالکتیکی ساختار و عاملیت و یا به عبارت دیگر کنش انسانی و ساخت اجتماعی توجه کرده است. از نظر گیدنز هر کنش اجتماعی دربرگیرندهٔ ساختاری است. از طرف دیگر بدون این ساختارهای اجتماعی امکان کنش برای کنش‌گران وجود ندارد. مفهوم "دوگانگی ساختار" در این نظریه به این نکته اشاره دارد که ساخت‌های اجتماعی همزمان هم بر کنش تأثیر می‌گذارند و هم نتیجهٔ کنش انسانی‌اند (جلایی‌پور، ۱۳۸۸: ۱۹). رواج نسبی تجربه‌های با واسطه و جهانی شدن فزایندهٔ رسانه‌های جمعی، فرایندی کلان و ساختاری است که راه‌های تازه‌ای برای انتخاب در برابر شخص می‌گشاید (ذکایی، ۱۳۸۷: ۲۴-۱۲۲). در شرایط بومی ایران، فناوری اطلاعات به واقع زیرساخت شکل‌گیری همین تجربه‌های با واسطه است که به تناسب سیاست‌گذاری در زمینهٔ فناوری اطلاعات می‌تواند به شکل‌گیری الگوهای مختلف سبک زندگی منجر شود.

مصرف و سبک زندگی

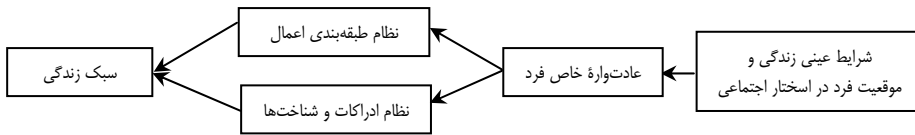
همانند تعاریف، نظریه‌های سبک زندگی نیز عموماً در دو حوزهٔ روان‌شناسی و جامعه‌شناسی رشد و توسعه یافته‌اند. سبک زندگی در روان‌شناسی در حوزهٔ نظریه‌های شخصیت تداوم یافته است در حالی که در جامعه‌شناسی از منظری جمعی آغاز و به سمت رویکردی "فردی-جمعی" پیش رفته است. نگاه جامعه‌شناختی بر فرایند جامعه‌پذیری، آگاهی و گزینش‌گری محدود از میان الگوهای موجود در فضای اجتماعی مبتنی است و امروزه در قالب شکل‌گیری فرهنگ پسامدرن، بر گسترش روزافزون این محدودهٔ انتخاب تأکید می‌شود (مهدوی کنی، ۱۳۹۰: ۱۲۶). در جامعه‌شناسی متقدم، مفهوم "سبک زندگی" عموماً در ارتباط با مفهوم طبقه و نظام قشربندی اجتماعی به کار برده شده است. از دیدگاه وبر گروه‌های منزلتی اغلب سبک زندگی یا شیوه‌های رفتاری‌ای دارند که آن‌ها را از دیگر گروه‌های منزلتی متمایز می‌کند. زیمل مفهوم سبک زندگی را در رابطه با مدرنیته و زندگی در کلان‌شهرها بررسی کرده است. زیمل معتقد است که نظام‌هایی مانند مد در جامعهٔ مدرن بیان‌گر تلاش انسان مدرن برای کسب فردیت و همزمان تعلق به گروه‌های اجتماعی است (فریزی، ۱۳۸۶). ویلن نیز در تحلیل سبک زندگی به مفهوم مصرف تمسک جسته است. از دیدگاه او "مصرف تظاهری" یا "مصرف

خودنمایانه“ و ویژگی طبقات بالای اجتماعی است. این طبقات تلاش می‌کنند تا از این طریق میان خود و دیگر گروه‌های اجتماعی تمایز ایجاد کنند (وبلن، ۱۳۸۳). نظریات وبلن در زمینه سبک زندگی رابطه بسیار نزدیکی با نظریه‌های متأخر سبک زندگی دارد.

افزایش سطح زندگی مردم جوامع غربی در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم و رواج فرهنگ مصرفی، سبب شده است که به معانی فرهنگی مصرف بیش از معانی اقتصادی آن توجه شود. همچنین در سال‌های اخیر گرایش نظریه‌پردازان به مفهوم مصرف فرهنگی عموماً در ارتباط با مفهوم سبک زندگی و مضامین مرتبط با آن مانند هویت بوده است. در دو دهه اخیر مضامینی مانند خود مفهوم مدرنیته متأخر یا پسامدرنیته (گیدنز، ۱۳۸۷، چنی، ۱۹۹۶)، مصرف فرهنگی (بوردیو، ۱۳۹۰؛ بودریار، ۱۳۸۹؛ باکاک، ۱۳۸۱) و هویت (گیدنز ۱۳۷۸؛ چنی، ۱۹۹۶؛ فیسک ۱۹۸۷، پاترسون، ۲۰۰۶) نقشی محوری در مباحث مرتبط با سبک زندگی داشته است.

امروزه سبک‌های زندگی را معمولاً مبتنی بر سازمان اجتماعی مصرف می‌دانند. هر سبک زندگی در خلال گزینش‌های فرهنگی و رفتاری به ویژه اشکال متعدد مصرف مانند مصرف رسانه‌ها متجلی می‌شود (رضوی‌زاده، ۱۳۸۶: ۴۵). در متن این بحث، مصرف به گسترده‌ترین معنای آن به کار می‌رود و منظور از آن تمامی انواع فعالیت‌های اجتماعی است که در تعیین ویژگی‌ها و هویت مردم نقش دارند (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۲۱). در اینجا مصرف به منزله نظامی از نشانه‌ها و نمادها مطرح می‌شود که کارکردهایی چون تمایزگذاری اجتماعی دارد (شالچی، ۱۳۸۶: ۱۰۱-۱۰۰). نظریه‌های اجتماعی در رویکردهای اخیر، بیشتر به روش‌هایی توجه دارد که بیانگر توجه به تفاوت‌ها یا اجتماعات ناشی از روش‌های مصرف به جای روش‌های تولید است (کرایب، ۱۳۸۲: ۲۲۶). این جهت‌گیری جامعه‌شناسی معاصر به معنای پذیرش اهمیت رو به افزایش حوزه مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی در شکل دادن به هویت شخصی و جمعی نیز هست (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۱۹).

بوردیو در کتاب تمایز (۱۹۸۴) شیوه‌هایی را تحلیل می‌کند که در آن گروه‌های هم‌طبقه و هم‌رده، به وسیله الگوهای مصرفی خود را از گروه‌های دیگر متمایز می‌کنند. طبق مدلی که بوردیو درباره شکل‌گیری سبک‌های زندگی ارائه می‌کند، شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید عادت‌واره‌ای خاص منجر می‌شود. عادت‌واره مولد دو دسته نظام است. نظامی برای طبقه‌بندی اعمال و نظامی برای ادراکات و شناخت‌ها (سلیقه‌ها). نتیجه نهایی تعامل این دو نظام سبک زندگی است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۵). بوردیو خلاف کانت، سلیقه را ناشی از درونی‌کردن نظام قشربندی اجتماعی می‌داند (ر.ک. مهدوی کنی، ۱۳۸۶) اما خود این سلیقه چیزی نیست به جز نظام طرح‌هایی برای درک و ارزیابی که از عادت‌واره استخراج شده است. همین عادت‌واره طبقاتی است که معنای فعالیت‌های متناسب به سبک زندگی را تعریف می‌کند (بوردیو، ۱۳۸۱: ۲۳۹).



شکل ۱ الگوی سبک زندگی از دیدگاه بورديو (به نقل از خادميان، ۱۳۸۸: ۱۱۷)

عمده‌ترین میراث بورديو برای جامعه‌شناسی مصرف و تحلیل سبک‌های زندگی، تحلیل ترکیب انواع سرمایه (که شکل‌دهنده فضاهای اجتماعی یا همان میدان‌ها هستند) برای تبیین الگوهای مصرف، بررسی فرضیه تمایز یافتن طبقات از طریق الگوهای مصرف و مبنای طبقاتی سلیقه‌های فرهنگی است (رضوی‌زاده، ۱۳۸۶: ۵-۵۴). بورديو با استفاده از دستگاه نظری و مفهومی پیچیده خود تلاش می‌کند تا علاوه بر تولید نظریه‌ای درباره کنش بر دوگانه‌انگاری‌های ساختار/عمل فائق آید. با این حال، آنچه در این مقاله اهمیتی حیاتی دارد جنبه‌های ساختاری شکل‌دهنده به مفهوم سبک زندگی است. این شرایط مرتبط با ساختار اجتماعی یا همان شرایط عینی زندگی است. آلترناتیوهای مختلفی که درباره آینده فناوری اطلاعات در ایران قابل تصور است، یکی از شرایط عینی یا ساختاری است که دلالت‌های ویژه‌ای برای سبک زندگی شهروندان به دنبال دارد. حداقل می‌توان این‌گونه عنوان کرد که شرایط آینده فناوری اطلاعات در ایران، نقش مؤثری بر یکی از مؤلفه‌های سبک زندگی در حوزه مصرف فرهنگی (دیجیتال) به همراه خواهد داشت.

سبک زندگی ایرانی و مصرف فناوری اطلاعات

جاذبه مفهوم سبک زندگی به خاطر توجه یکسان به وجوه ساختی و فردی مؤثر بر کنش اجتماعی است (آزادارمکی و چاووشیان، ۱۳۸۶: ۱۰۲). مفهوم سبک زندگی به واقع بین مباحث مربوط به ساخت و عاملیت تعامل ایجاد کرده است. بدین ترتیب واقعیت تجربه همزمان آزادی و محدودیت اجتماعی به خوبی در مفهوم سبک زندگی متجلی است. اهمیت یافتن سبک زندگی در جوامع مدرن علاوه بر آنکه ناشی از خصلت جبری، طبقاتی و تک‌عامل‌نگر است، به تحولات مربوط به جهانی‌شدن به ویژه جهانی‌شدن ارزش‌ها و تأثیر شگرف تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی بر آن نیز مربوط می‌شود (ذکایی، ۱۳۸۶: ۷۸).

در زمینه بومی ایران تاکنون بر اساس عوامل ساختاری دخیل بر سبک زندگی پژوهش‌های محدودی انجام شده است. هدف دسته مهمی از این پژوهش‌ها شناسایی تیپولوژی‌های مختلف سبک زندگی در ایران بوده است (شهابی، ۱۳۸۰، ۱۳۷۶، ۱۳۸۲، ۱۳۸۶، آزادارمکی و شالچی، ۱۳۸۴، ذکایی، ۱۳۸۶). دسته دیگری از پژوهش‌ها با استفاده از رویکردهای کمی و پوزیتیویستی عموماً به رابطه میان متغیرهایی کلیدی چون طبقه، جنسیت، گذران اوقات فراغت، رسانه و غیره با سبک زندگی پرداخته‌اند (پورغلام، ۱۳۸۶؛ محمدی، ۱۳۸۶؛ رضوی‌زاده، ۱۳۸۶؛ ربانی و شیر، ۱۳۸۸، فاضلی، ۱۳۸۶). در پاره‌ای از پژوهش‌ها نیز هنگام بحث درباره عناصر و

مؤلفه‌های سبک زندگی به مصرف رسانه‌ها اشاره شده است که به عنوان یکی از مهم‌ترین مصادیق مصرف فناوری اطلاعات قابل توجه است (فاضلی، ۱۳۸۶؛ رحمت آبادی و آقابخشی، ۱۳۸۵). با مرور این پژوهش‌ها به نظر می‌رسد که تاکنون نقش چندانی برای رسانه‌ها و خصوصاً فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در نظر گرفته نشده است.

در میان این پژوهش‌ها تنها ذکایی (۱۳۸۶) در مقاله‌ای با عنوان "تحول الگوهای سبک زندگی جوانان در ایران" به اهمیت فزاینده نقش اینترنت و تلفن همراه در الگوهای سبک زندگی جوانان در ایران اشاره کرده است. در پژوهش دیگری که رضوی‌زاده (۱۳۸۶) با عنوان "بررسی تأثیر مصرف رسانه‌ها بر سبک زندگی ساکنان تهران" انجام داده است، رابطه میان متغیرهای سن، جنسیت، تحصیلات و درآمد بر مصرف انواع رسانه‌ها و سپس تأثیر این متغیرها بر سبک زندگی مادی (مصرف مادی وسایل جدید، خودآرایی و آرایش زنان و مردان و مدیریت بدن) شهروندان تهرانی اشاره شده است. همان‌گونه که مشخص است نه فقط رسانه‌ها در این دسته از پژوهش‌ها سهم چندانی نداشته‌اند، که به اهمیت فزاینده فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات به عنوان زیرساخت و بستر اصلی مصرف رسانه‌های نوین و نقش آن در شکل‌گیری الگوهای جدید سبک زندگی در ایران توجهی صورت نگرفته است.

در این مقاله تلاش شده است تا در حد ممکن باب بحث جدیدی باز شود که در آن به سهم قابل توجه فناوری‌های اطلاعات در شکل‌گیری و تحول سبک‌های زندگی در ایران اشاره شود. این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که انقلاب فناوری‌های اطلاعات (همان‌گونه که کاستلز می‌گوید) بنیان‌های جامعه و به دنبال آن سبک زندگی را به طرز فزاینده‌ای دستخوش تغییر قرار داده و می‌دهند و به همین جهت باید برای آن در کنار مؤلفه‌های کلیدی دیگر شکل‌دهنده به عمل اجتماعی و سبک زندگی (مانند نسل، طبقه، جنسیت و شهری شدن (ر.ک. آزاد ارمکی، ۱۳۸۶) جایگاه نظری و پژوهشی قابل قبولی فراهم شود. همچنین پژوهش‌های آتی باید نشان دهد که مصرف فناوری‌های اطلاعاتی به چه میزان در الگوهای سبک زندگی در ایران نقشی کلیدی ایفا می‌کند؟

این پرسش جدید در حالی مطرح می‌شود که فرایندهای جهانی و شرایط بومی ایران نیز توجه هرچه بیشتر به این امر را ایجاب می‌کند. به دلیل کمبود شرایط ساختاری در دسترس برای مصرف فرهنگی و گذران اوقات فراغت (خصوصاً در میان جوانان) به نظر می‌رسد که ایران در مقایسه با کشورهای دیگر سطح بالاتری از "رسانه‌ای شدن" را تجربه می‌کند. هرچند که به محک آزمون گذاردن این موضوع نیازمند پژوهش‌های گسترده‌تر و عمیق‌تر است اما آنچه که واضح است این است که فناوری اطلاعات زیرساخت و بستر تعاملی لازم برای بسیاری از مصارف فرهنگی و رسانه‌ای است که باید برای نقش آن در سبک‌های موجود و در حال ظهور زندگی نقش قابل توجهی را دست و پا کرد.

آینده‌پژوهی، رویکردی برای نگاه به آینده

در طول تاریخ انسان همواره به دنبال اطلاع از وضعیت آینده و تلاش برای بهبود این وضعیت بوده است. در دوران‌هایی از تاریخ انسان‌ها برای رسیدن به این هدف به پیشگویی و طالع‌بینی متوسل می‌شدند. کمتر از یک سده است که رویکرد آینده‌پژوهی که مبتنی بر روش‌های علمی است در پاسخ به این نیاز ایجاد شده است.

آینده‌پژوهی دانش و معرف شکل بخشیدن به آینده، به شیوه‌ای آگاهانه، عاملانه و پیش‌دستانه است و انسان را از غافلگیری در برابر توفان سهمگین تغییرات و پیشرفت‌های سرسام‌آور محافظت می‌کند ... آینده‌پژوهی دانشی است که به انسان می‌آموزد چگونه به مصاف آینده‌های مبهم برود و در این رویارویی دست‌خوش کمترین دشواری شده و بیشترین سود را به چنگ آورد. آینده‌پژوهی دانش و رویکردی اسرارآمیز و جادویی برای اظهارنظر پیرامون آینده نیست. [این دانش] توجه انسان به آینده را خردورزانه‌تر و در نتیجه موفقیت‌آمیزتر می‌سازد (پدرام و جلالی‌وند، ۱۳۹۰: ۱۸ - ۱۷).

در آینده‌پژوهی رویکردهای نظری متفاوتی وجود دارد که هرکدام از مسیرهای متفاوتی به آینده نگاه می‌کنند و روش‌های مختلفی را به کار می‌گیرند. یک اصل مشترک در تمام اندیشه‌های آینده‌پژوهانه یک‌پارچه دانستن جهان هستی است. در این نگاه جهان ترکیبی از اجزای مستقل و بی‌ارتباط با هم نیست. همه چیز در جهان از جمله انسان در ارتباط متقابل با هم هستند و موجودیت منفرد هر چیز بدون توجه به جایگاه آن در کل هستی قابل درک نیست (خاشعی، ۱۳۹۱: ۹۹). بر اساس این نگاه از نخستین دهه‌های قرن گذشته میلادی تلاش‌های پراکنده آینده‌پژوهانه آغاز شد و در دهه ۱۹۶۰ میلادی بود که جنبش آینده‌پژوهی مدرن به سرعت گسترش یافت و در حوزه‌های مختلف به کار گرفته شد. آینده‌پژوهی اصولی دارد که برخی از مهم‌ترین موارد آنکه به بحث ما مربوط می‌شود به شرح زیر هستند (همان: ۱۰۰).

۱. آگاهی از آینده در زمره امور غیبی است. بدین معنا کسی نمی‌تواند آینده را دقیقاً پیش‌بینی کند. اما اظهارنظر درباره رویدادهای احتمالی آینده ممکن است.
۲. مردم می‌توانند آینده را با اقدامات هدف‌مند خود شکل دهند.
۳. هر روز جریان تغییر سرعت بیشتری می‌گیرد.
۴. آینده‌های مختلفی قابل پیش‌بینی هستند و الزاماً فقط یک آینده وجود ندارد.

در این مقاله با چنین رویکرد آینده‌پژوهانه‌ای تلاش خواهد شد تا وضعیت آینده مصرف دیجیتال و رابطه‌اش با سبک زندگی شهروندان ایرانی بررسی شود. در جامعه شبکه‌ای کنونی بیشتر از هر چیز فناوری‌های اطلاعاتی شامل شبکه‌های ارتباطی، نرم‌افزارها و سخت‌افزارها تعیین‌کننده مصرف فرهنگی شهروندان در معنای عام و مصرف دیجیتال در معنای خاص خواهند بود. همان‌گونه که گفته شد مجموعه این مصارف است که به سبک زندگی شهروندان شکل می‌دهد. بر این اساس، چندین آینده ممکن و محتمل برای وضعیت سبک زندگی

شهروندان ایران در دهه‌های آینده وجود دارد که متأثر از آینده‌های ممکن برای وضعیت فناوری اطلاعات در ایران است.

سناریوها، مهم‌ترین ابزارهای آینده‌پژوهی

در آینده‌پژوهی برای مطالعه و تحلیل، روش‌های مختلفی به کار برده می‌شود. توفان فکری (هم‌اندیشی)، تحلیل روند، پایش روندها، برون‌یابی روندها، مدل‌سازی، شبیه‌سازی رایانه‌ای، تحلیل تاریخی و سناریوسازی از جمله این روش‌ها هستند. سناریوسازی مهم‌ترین روش آینده‌پژوهی و گسترده‌ترین ابزار مشترک در میان آینده‌پژوهان است. وندل بل اعتقاد دارد تمام روش‌های آینده‌پژوهی می‌توانند به تدوین سناریو ختم شوند. او سناریو را روشی برای خلاصه‌کردن مجموع تلاش‌های آینده‌پژوهی می‌داند (بهارى، ۱۳۹۰: ۸). سناریو مفهومی است که از هنرهای نمایشی وارد تحلیل‌های آینده‌پژوهانه شده و اشاره به تولید متنی سناریوگونه با هدف تحلیل وضعیت آینده دارد.

آینده‌پژوهان مختلف تعاریف متفاوتی از سناریو ارائه داده‌اند. کان و واینر آن را توالی فرضی از رخدادها می‌دانند که به‌منظور تمرکز بر نقاط تصمیم و فرایندهای علی ساخته می‌شود. رندال آن را توصیفی داستانی از برون‌یابی‌های بدیل و باورپذیر جنبه خاصی از آینده می‌داند. شوارتز نیز سناریوها را ابزارهایی برای نظم‌دهی به ادراک فرد درباره محیط‌های بدیل آینده بر می‌شمرد. در مجموع تعاریف ارائه شده برای سناریو می‌توان ویژگی‌های مشترکی پیدا کرد که از جمله آن‌ها فرضی بودن سناریوها است (همان: ۱۵). به‌عبارت دیگر، سناریوها فرضیه‌هایی غیرقطعی درباره آینده ارائه می‌کنند که هم احتمال محقق شدن و هم احتمال به‌وقوع نپیوستن آن‌ها وجود دارد.

در مطالعات آینده‌پژوهانه با به‌کارگیری روش‌های تحقیق چند مرحله‌ای، چند سناریوی (معمولاً دو تا چهار سناریو) ممکن در پاسخ به سؤال «چه اتفاقی ممکن است بیفتد؟ یا چه اتفاقی می‌افتد اگر...» (لیندگرن و باند هولد، ۱۳۹۰: ۳۵) ارائه می‌شود. ویژگی سناریوها ارائه آن‌ها به شکلی کیفی و نه اعداد و ارقام است. شکل داستان‌وار سناریوها، فهم آن‌ها و به‌خاطر سپردنشان را ساده می‌کند. تفکر سناریویی موجب می‌شود تا ذهن، اندیشیدن به آینده‌های محتمل و غیرمحتمل را یاد بگیرد و توانایی خود برای پیش‌بینی و مواجهه با رویدادها را بالا ببرد. هر سناریو در کنار چند سناریوی دیگری که ترسیم شده است، معنا پیدا می‌کند و هر کدام خبر از یک آینده محتمل می‌دهند. مجموعه این سناریوها برای مخاطبان تصویری از آنچه ممکن است به وقوع بپیوندد ترسیم می‌کنند و برای مدیران افزایش قدرت تصمیم‌گیری در مواجهه با آینده نامعلوم را به‌دنبال دارند (نپوری‌زاده، ۱۳۸۸: ۱۴۶).

تکنیک سناریوسازی را برای نخستین بار وزارت دفاع آمریکا پس از جنگ جهانی دوم به کار گرفت. پس از آن در دهه ۱۹۶۰ سناریوسازی از دنیای نظامی به دنیای صنعت و تجارت آمد و چند شرکت بزرگ توانستند با استفاده از ترسیم سناریوها بحران‌های جهانی را پشت سر

بگذارند و به موفقیت برسند (خوش‌بیان، ۱۳۸۸: ۲۱). در دهه اخیر استفاده از این ابزار برای ترسیم آینده فناوری اطلاعات در دنیا نیز گسترش پیدا کرده است. از سوی شرکت‌های بزرگ سناریوهایی برای آینده خود ترسیم می‌کنند و از سوی دولت‌ها این ابزار را برای آینده‌پژوهی وضعیت فناوری در کشورهايشان به کار می‌گیرند. در ایران نیز چندین پژوهش ملی آینده‌پژوهی تاکنون به انجام رسیده است که طرح پامفا یکی از آنها است.

سناریوهایی برای آینده فناوری اطلاعات در ایران

از جدی‌ترین پروژه‌های آینده‌پژوهی انجام شده در ایران، طرح "پایلوت آینده‌نگاری مناسب‌ترین فناوری‌های ایران ۱۴۰۴" (پامفا) است که در میانه دهه ۱۳۸۰ از سوی مرکز تحقیقات استراتژیک کشور انجام شده است. هدف اصلی این پروژه شناسایی آینده‌های بدیل فناوری‌ها در ایران و مطلوب‌ها و نامطلوب‌های موجود در آنها بوده است. در این طرح ملی با بهره‌گیری از چندین روش آینده‌پژوهی و مشارکت چند هزار نفر از کارشناسان و صاحب‌نظران، پنج قلمرو فناوری مورد پژوهش قرار گرفت که فناوری اطلاعات یکی از آنها است. در هر بخش از طرح پامفا از جمله فناوری اطلاعات و ارتباطات، حدود ۶۰ نفر متخصص برای پانل‌ها، ۶۰۰ نفر خبره برای پاسخ‌گویی به پرسش‌نامه دلفی و ۷۵ نفر کارشناس در کارگاه‌های سناریونگاری حضور داشته‌اند. یکی از خروجی‌های این طرح ملی، تدوین سناریوهایی است که آینده‌های ممکن برای فناوری اطلاعات ایران در سال ۱۴۰۴ را پیش‌بینی کرده‌اند.

برای تدوین سناریوها ابتدا با اخذ نظرت خبرگان مهم‌ترین عدم قطعیت‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران مشخص شده‌اند. ابتدا ۴۴ عامل کلیدی تأثیرگذار شناسایی و طی چند مرحله با ادغام و کاهش این عوامل، در نهایت دو عدم قطعیت اصلی شناسایی شده‌اند تا چهار سناریو از ترکیب آنها به دست آید. دو محور اصلی سناریوها به ترتیب زیر انتخاب شده است (شماعی، نادری‌منش و قدیری، ۱۳۸۸: ۱۹۴):

۱. رویکرد برون‌گرا یا رویکرد درون‌گرای ایران در مواجهه با دیگر کشورها
۲. اتخاذ سیاست حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) به‌مثابه توان‌مندساز یا سیاست فاوا به‌مثابه صنعت

رویکرد برون‌گرا و درون‌گرا نتیجه دو عدم قطعیت اصلی دیگر است که به دلیل همبستگی میان دیدگاه‌های خبرگان و همچنین شباهت میان دو عدم قطعیت، در قالب یک بُعد مستقل ادغام شدند، این دو عدم قطعیت عبارت‌اند از: اول زبان رسمی تبادل اطلاعات؛ فارسی یا انگلیسی و دوم شبکه فراگیر اینترنت داخلی یا حضور پر قدرت در اینترنت بین‌المللی.

در خصوص محور دوم نیز دو دیدگاه زیر مطرح است:

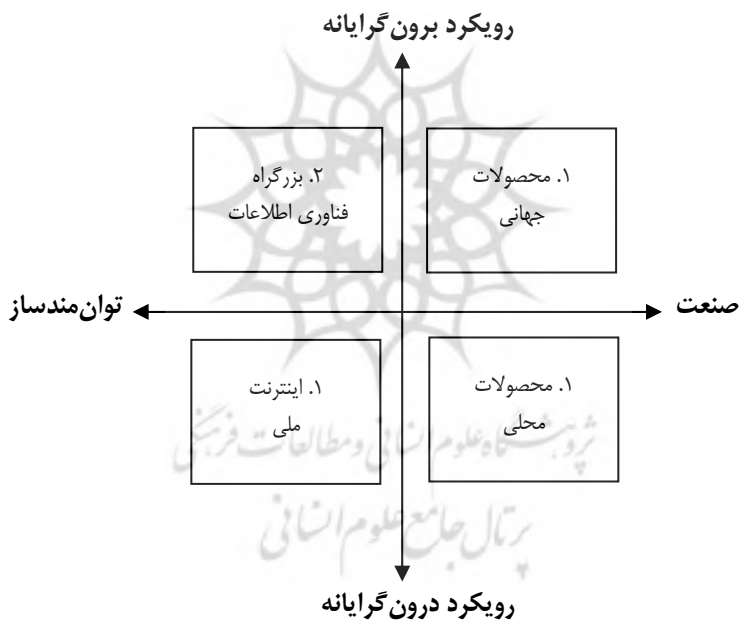
۱. دیدگاهی که فاوا را یکی از بخش‌های مولد صنعتی و مشابه سایر حوزه‌های صنعتی می‌شناسند.

۲. دیدگاهی که فاوا را یکی از حوزه‌های صنعتی توان‌مندساز برای سایر ابعاد توسعه می‌داند. در این دیدگاه بهره‌برداری از فاوا و به کارگیری آن در ابعاد مختلف توسعه ملی عاملی مهم‌تر از تولید صنعتی فاوا است.

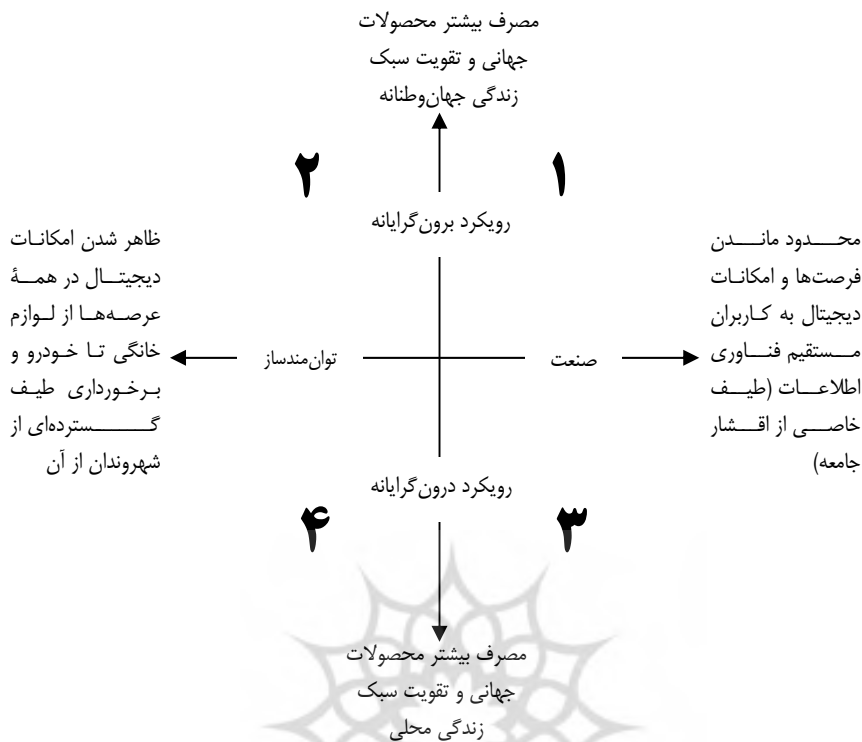
بر اساس دیدگاه توان‌مندساز، می‌توان نقش فناوری اطلاعات را به دو صورت کلی در توسعه سایر صنایع دانست (همان: ۲۰۴):

۱. نقش فرایندی: از این منظر فاوا فرایندهای مختلف تولید، عرضه، خدمات پس از فروش و بهبود مستمر محصولات و خدمات صنایع مختلف کشور را ارتقا می‌دهد و توسعه اقتصادی را تسریع می‌کند.

۲. نقش محصولی: از این منظر فاوا با محصولات مختلف ترکیب می‌شود و آن‌ها را تکمیل می‌کند. برای مثال خودرویی که تولید می‌شود از محصولات مختلف فاوا بهره می‌برد. در نتیجه مطابق شکل ۲ چهار سناریو برای آینده فناوری اطلاعات ایران قابل تصور است.



شکل ۲ فضای سناریوهای فناوری اطلاعات در ایران



شکل ۳ تأثیر سناریوهای فناوری اطلاعات در ایران بر سبک زندگی

سناریوهایی برای آینده سبک زندگی در ایران

تحقق هر یک از سناریوهای فناوری اطلاعات ایران ۱۴۰۴، پیامدهای متفاوتی را در حوزه مصرف و سبک زندگی شهروندان ایران به دنبال خواهد داشت. سناریوهای فناوری اطلاعات حول دو عدم قطعیت بر روی دو محور متقاطع سامان یافته‌اند، هر کدام از این سناریوهای چهارگانه که تحقق پیدا کنند، مصرف محصولات دیجیتالی و سبک زندگی مسیر متفاوتی را طی خواهد کرد. در (شکل ۳) پیامد سناریوهای فناوری اطلاعات در ایران بر سبک زندگی در چهار ناحیه مشخص شده‌اند. در ادامه پیامدهای تحقق هر سناریو را به ترتیب مرور خواهیم کرد.

سناریوی اول؛ محصولات جهانی

در سناریوی اول فناوری اطلاعات در ایران ۱۴۰۴ به مثابه یک صنعت و متعامل با جهان تصویر شده است. در این سناریو از سوئی تعامل با جهان تصور می‌شود که نتیجه آن فراهم شدن امکان همکاری‌های مشترک با صاحبان فناوری و جذب سرمایه‌گذاری شرکت‌های چند ملیتی در ایران است. در این سناریو کشور با حجم بالایی از کالاهای خارجی در حوزه فناوری

اطلاعات مواجه می‌شود. بنگاه‌های داخلی به دلیل رقابت‌پذیر نبودن در کوتاه مدت نمی‌توانند در بازار موفق شوند و در مقابل حجم بالای ورود کالاهای خارجی مجبور می‌شوند بازار را ترک کنند (همان: ۲۲۲). از سوی دیگر سیاست اصلی دولت گسترش زیرساخت فناوری اطلاعات نیست. دولت خریدهای کلان مربوط به این حوزه را به‌عنوان ابزاری برای توسعه بنگاه‌های داخلی انجام می‌دهد (همان: ۲۲۳).

حال به پیامدهای تحقق این سناریو برای سبک زندگی شهروندان نگاهی می‌اندازیم. از سویی اتخاذ رویکرد برون‌گرایانه از سوی دولت که منجر به افزایش محصولات خارجی می‌شود، مصرف بیشتر محصولات و محتوای جهانی و تقویت سبک زندگی جهان‌وطنانه را دنبال خواهد داشت. به عبارتی، شهروندان با مصرف محصولات دیجیتالی که شرکت‌های بزرگ چندملیتی برای مردمان سراسر دنیا تهیه کرده‌اند، بخشی از مصرف‌کنندگان جهانی این شرکت‌ها خواهند بود. سوی دیگر ماجرا نیز اتخاذ سیاست حوزه فناوری اطلاعات به‌مثابه صنعت است. فرصت‌ها و امکانات دیجیتال به کاربران مستقیم فناوری اطلاعات که به طیف خاصی محدود خواهد ماند که از اقشار بالای اجتماعی و عموماً نخبگان و کارشناسان هستند. در نتیجه در ایران ۱۴۰۴ ما با اقلیتی از علاقه‌مندان و متخصصان فناوری اطلاعات در ایران مواجه هستیم که منبع اصلی تغذیه آن‌ها محصولات شرکت‌های بزرگ چندملیتی است. این اقلیت متخصص و علاقه‌مند فناوری اطلاعات پیرو سبک زندگی جهان‌وطنانه‌ای خواهند بود که آن‌ها را با اقلیت‌های مشابهی در سایر کشورهای دنیا پیوند می‌زند و از سبک زندگی اکثریت مردم کشور دور خواهد کرد.

سناریوی دوم؛ بزرگراه فناوری اطلاعات

سناریوی دوم، ایران متعامل با جهان را تصویر می‌کند که در آن فناوری اطلاعات به‌مثابه توان‌مندساز ایفای نقش می‌کند. در این سناریو که "بزرگراه فناوری اطلاعات" نام گرفته است، سیاست‌های دولتی به‌شیوه‌ای اتخاذ می‌شود که حوزه فناوری اطلاعات به‌مثابه توان‌مندساز در نظر گرفته شود. زیرساخت‌های توسعه یافته فناوری اطلاعات، امکان استفاده از امکانات گسترده دیجیتال را در بنگاه‌ها و صنایع مختلف افزایش می‌دهد. با تحقق این سناریو تجارت الکترونیکی یکی از بنیادی‌ترین زیرساخت‌ها خواهد بود و دولت نیز ناگزیر از ایجاد این زیرساخت‌ها است. همچنین سواد دیجیتالی جامعه در بالاترین حد ممکن قرار خواهد گرفت (همان: ۲۳۱).

تحقق این سناریو نیز پیامدهایی را برای سبک زندگی ایرانیان به وجود خواهد آورد. از سویی همانند سناریوی قبلی، اتخاذ رویکرد برون‌گرایانه از سوی دولت منجر به افزایش محصولات خارجی می‌شود. در نتیجه مصرف محصولات جهانی بیشتر از محصولات داخلی است و سبک زندگی جهان‌وطنانه تقویت خواهد شد. اما در سوی دیگر ماجرا برخلاف

سناریوی قبلی، فناوری اطلاعات به عنوان توان‌مندساز در نظر گرفته شده است. در نتیجه، امکانات دیجیتال در همه عرصه‌ها و برای طیف گسترده‌تری از شهروندان قابل استفاده خواهند بود. از فناوری اطلاعات در صنایع مختلف استفاده خواهد شد و در محصولات متنوعی از لوازم خانگی تا خودرو به کار خواهد رفت. در نتیجه نه فقط اقلیت کارشناسان فناوری اطلاعات، بلکه طیف گسترده‌ای از شهروندان، مصرف‌کنندگان محصولات و محتوای دیجیتالی عمدتاً جهانی خواهند بود و سبک زندگی دیجیتالی جهان‌وطنانه در جامعه رواج خواهد یافت.

سناریوی سوم؛ اینترنت ملی

فناوری اطلاعات به عنوان توان‌مندساز و دور از تعامل با جهان در سال ۱۴۰۴ برای ایران در سناریوی سوم تصویر شده است. در این سناریو که "اینترنت ملی" عنوان گرفته است همانند سناریوی دوم، فناوری اطلاعات به عنوان توان‌مندساز از سوی دولت در نظر گرفته می‌شود. فضای این سناریو به واقع از رویدادهای جهان تأثیر می‌پذیرد که در آن با حاکم شدن وضعیت امنیتی، روندهای ملی‌گرایی و منطقه‌گرایی تقویت می‌شود. در صورت تحقق این سناریو، ایران سعی خواهد کرد تا ضمن تلاش برای حفظ امنیت ملی، تنها با تعداد اندکی از کشورهای دوست و مورد اعتماد تعامل داشته باشد (همان: ۲۳۴). هدف اصلی این سناریو دستیابی به برخی صنایع حیاتی از یک سو و حفظ پیش‌گامی در حوزه‌های نوظهور است. در این شرایط سرمایه‌گذاری‌های دولتی در بخش زیرساخت‌های فناوری اطلاعات وابسته به درآمدهای نفتی خواهد بود. احتمال مهاجرت نیروی انسانی متخصص حوزه فناوری اطلاعات به دیگر کشورها در این سناریو بالاست.

در صورتی که این سناریو تحقق یابد، سبک زندگی ایرانیان وضعیت متفاوتی با سناریوهای قبلی خواهد داشت. محصولات فناوری اطلاعات همانند سناریوی قبلی محصولاتی در دسترس طیف وسیعی از شهروندان خواهد بود و در انحصار نخبگان باقی نمی‌ماند. سوی دیگر ماجرا قطع ارتباط با کشورهای بزرگ صنعتی و شرکت‌های چندملیتی تابع قوانین آن‌ها خواهد بود. در نتیجه مصرف محصولات جهانی این شرکت‌ها حداقل از مسیر رسمی و غیرقانونی کاهش خواهد یافت و در مواردی قطع خواهد شد. پس یکی از پیامدها می‌تواند مصرف بیشتر محصولات محلی و تقویت سبک زندگی محلی باشد. البته همچنان اقلیتی از کاربران خیره و همچنین کاربران دارای توانایی مالی بالا ممکن است از مسیرهای غیررسمی به محصولات خارجی دسترسی داشته باشند و پیامد مصرف این محصولات گسترش سبک زندگی دیجیتالی جهان‌وطنانه در آن‌ها باشد. اما آنچه در بین عموم مردم وجود خواهد داشت، دسترسی به محصولات فناوری اطلاعات تولید شده توسط شرکت‌های داخلی و یا تولید شده در برخی کشورهای دارای روابط نزدیک با ایران به اسم محصولات داخلی خواهد بود. تلاش خواهد شد رنگ و بویی بومی به این محصولات داده شود تا سبک زندگی دیجیتالی با رنگ و بویی

محلی شده در ایران شکل بگیرد که متفاوت با سبک زندگی جهان‌وطنانه باشد. به دلیل مشکلاتی که شرکت‌های تولیدکننده محصولات ایرانی در این سناریو با آن مواجه هستند امکان تحقق این ایده چندان بالا نخواهد بود و احتمالاً با وضعیت آشفته‌ای درباره سبک زندگی دیجیتال شهروندان مواجه خواهیم شد.

سناریوی چهارم؛ محصولات محلی

آنچه سناریوی چهارم را از سه مورد دیگر متمایز می‌کند دور بودن از تعامل جهانی از یک سو و ایفای نقش فناوری اطلاعات به عنوان صنعت از سوی دیگر خواهد بود. این سناریو از این جهت که دولت با اتخاذ سیاست‌های دور از تعامل با جهان به بومی‌گرایی روی می‌آورد، مشابه سناریوی سوم و از آن جهت که فناوری اطلاعات در نقش صنعت است مشابه سناریوی اول خواهد بود. در این سناریو تهدیدهای ملی و افزایش آشوب‌های منطقه‌ای در خاورمیانه، امنیت را به جدی‌ترین نیاز ملی تبدیل خواهد کرد (همان: ۲۴۱). در نتیجه دغدغه‌هایی مانند حفاظت از امنیت ملی، صیانت از ارزش‌های فرهنگی و مذهبی و صیانت از شبکه‌ها و پایگاه‌های داده و اطلاعات، تفاضای دولتی برای محصولات امنیت و کنترل در میان انواع محصولات فناوری اطلاعات را افزایش خواهد داد. از جمله دیگر پیامدهای این سناریو مورد تعرض قرار گرفتن حریم خصوصی به روش‌های مختلف است (همان: ۲۴۳).

پیامدهای این سناریو برای سبک زندگی ایرانیان در سال ۱۴۰۴ نیز از دو جنبه قابل توجه است. نخست آنکه همچون سناریوی سوم محصولات خارجی تولید شده توسط شرکت‌های چندملیتی به‌طور رسمی و قانونی در ایران وجود نخواهند داشت و در نتیجه از مجاری رسمی امکان فقط امکان مصرف بیشتر محصولات محلی و تقویت سبک زندگی محلی میسر خواهد بود. از سوی دیگر فرصت‌ها و امکانات دیجیتال به طیف خاصی از اقشار جامعه که کاربران مستقیم فناوری اطلاعات هستند محدود خواهند ماند. با تحقق این سناریو سبک زندگی دیجیتالی که به خاطر مصرف توأمان محصولات رسمی تولید داخلی و محصولات غیررسمی تولید خارجی، نه کاملاً مروج سبک زندگی جهان‌وطنانه و نه کاملاً مروج سبک زندگی بومی خواهد بود، تنها در بین اقلیتی از جامعه وجود خواهد داشت.

نتیجه‌گیری

مجموع بحث‌های ارائه شده در بخش‌های پیشین بار دیگر اهمیت دو مسئله مصرف محصولات مرتبط با فناوری اطلاعات و سبک زندگی در ایران را پیش چشم قرار می‌دهد. نخست باید گفت، همان گونه که کاستلز به درستی اشاره کرده است، عصر اطلاعات، نقشی محوری در گذار به جامعه‌ای جدید دارد که در آن فناوری اطلاعات، دیجیتالی شدن و حضور در شبکه، موتور محرک تحولات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است. در سیستم جهانی و ملی به شدت

رقابتی معاصر، دانش، جایگزین مزیت داشتن نیروی کار شده است و تولید و استفاده از خدمات اطلاعاتی جایگاهی مهم و پراهمیت در جامعه معاصر یافته است (کاستلز، ۱۳۸۵). اهمیت این موضوع را می‌توان در سناریوهای آینده‌نگرانه مبتنی بر گسترش فناوری اطلاعات چه در عرصه جهانی و چه در عرصه ملی و محلی (بزرگراه فناوری اطلاعات و اینترنت ملی) مشاهده کرد که چشم‌انداز روشن‌تری را از سناریوهای دیگر برای ایران ۱۴۰۴ تبیین می‌کند.

همچنین این موضوع نیاز به تفکر دوباره در زمینه عناصر ساختاری شکل‌دهنده به سبک زندگی و خوانش دوباره ادبیات نظری سبک زندگی بر اساس این متغیر کلیدی و ساختاری را ایجاب می‌کند. اگر بپذیریم که ساختارها همیشه وجود دارند و اگر بپذیریم که به دلیل روند گسترش فرهنگ پسامردن در جوامع معاصر، فردی شدن سبک‌های زندگی فرایندی در حال گسترش است (گیبینز و بوریمر، ۱۳۸۴: ۱۱۰) و نمی‌توان به راحتی در امتداد مؤلفه‌هایی مانند طبقه و جنسیت، تصویری از سبک‌های زندگی ارائه داد، آن‌گاه باید بپذیریم که فناوری اطلاعات و به دنبال آن رشد فزاینده رسانه‌ای شدن در جهان معاصر یکی از مهم‌ترین عناصر ساختاری شکل‌دهنده به سبک زندگی است.

آن گونه که از فضاهای مختلف سناریونگارانه طرح پامفا می‌توان نتیجه گرفت، جامعه شبکه‌ای — که به باور کاستلز محصول ماهیت فناوری‌های اطلاعاتی است — سرنوشت محتوم جوامع در حال گذاری چون ایران است. فارغ از درستی یا نادرستی این ادعا، باید اذعان داشت که چگونگی استفاده از فناوری‌های اطلاعات و گروه‌های اجتماعی برخوردار از این فناوری‌ها اهمیتی بنیادین دارد. منطق اطلاعاتی — شبکه‌ای، شکاف دیجیتال میان اقتصادها و جوامعی را که مزیت استفاده از جامعه شبکه‌ای را دارند با انبوهی از ساکنان کشورهای توسعه‌نیافته و در حال توسعه افزایش داده است (همان). این موضوع را می‌توان در مقیاسی محلی و بومی نیز مشاهده کرد که در آن رویکردهای سیاست‌گذاری به مسئله فناوری اطلاعات و تحقق سناریوهای صنعت‌محور، می‌تواند شکاف میان عده محدودی از نخبگان اطلاعاتی و عموم مردم را تشدید کند. در مقابل، سیاست‌های توانمندساز در عرصه فناوری اطلاعات، می‌تواند فرایند دموکراتیک و عادلانه برخورداری از فناوری اطلاعات را چه در سطحی جهانی و چه در مقیاسی ملی و محلی تقویت کند. اهمیت این موضوع حتی از این مسئله نیز مهم‌تر است که منطق شبکه در مقیاسی محلی یا جهانی عمل کند. آنچه که در جامعه جدید اهمیتی اساسی‌تر دارد، این است که هنگامی که از شبکه خارج شوید، دیگر بخشی از فرهنگ و سبک زندگی ملموس و توسعه یافته نخواهید بود. به همین دلیل است که رویکردهای صنعتی به مسئله فناوری اطلاعات در ایران را می‌توان خطری برای جامعه در حال گذار ایران و گسترش دهنده شکاف‌های فرهنگی، طبقاتی و حتی اقتصادی تلقی کرد.

تا آنجا که به موضوع این مقاله مربوط است، سیاست‌گذاری و تحقق سناریوهای صنعت‌محور، شکاف‌های سبک زندگی در میان شهروندان را نیز تقویت خواهد کرد. در این شرایط ما با اقلیتی از

سبک‌های زندگی دیجیتال خالص (سناریوی اول و چهارم) و یا مختلط روبرو خواهیم بود که مختص به نخبگان فناوری اطلاعات در ایران است. در مقابل، انبوه شهروندان برخوردار از سبک‌های زندگی پیشا اطلاعاتی، فرصت‌های ساختاری انتخاب و شکل‌دهی به سبک زندگی را از دست می‌دهند. در این شرایط به نظر می‌رسد که در مقیاس کلان، شکاف در سبک‌های زندگی به شکاف‌های کلان‌تر فرهنگی و اجتماعی نیز منجر خواهد شد. در برابر اتخاذ سیاست‌هایی که به بازتولید نخبگان توانمند و عموم فقیر منجر می‌شود، اتخاذ سیاست‌ها و تحقق سناریوهای توانمند ساز در عرصه فناوری اطلاعات، می‌تواند سبک‌های زندگی دیجیتال و توسعه‌یافته را چه در عرصه جهانی و چه در عرصه ملی و محلی در سطح عموم تقویت کند.

و در نهایت، تا آنجا که به رویکردهای درون‌گرایانه و برون‌گرایانه درباره فناوری اطلاعات مربوط می‌شود، باید گفت که نمی‌توان به راحتی برتری سبک‌های زندگی جهان‌وطنانه از سبک‌های زندگی محلی را تأیید و یا رد کرد. با وجود آنکه پاسخ‌های سبک‌های زندگی جهان‌وطنانه از محلی، همبسته اقبال و پذیرش گفتمان‌های کلان‌تر سیاسی و فرهنگی در ایران است اما باید گفت که در وضعیت جهانی شده جهان معاصر، امکان حذف صداها و گفتمان‌های جهانی ناممکن به نظر می‌رسد. تجربه گسترش فناوری اطلاعات چه در ایران و چه در کشورهای دیگر، نشان می‌دهد که تلاش برای حذف سبک‌های زندگی جهان‌وطنانه تاکنون نتایج چندانی را به بار نیاورده است. به زبان ساده، ورود و عرضه سبک‌های زندگی جهانی (اگر نگوییم غربی) از طریق ابداعات و گسترش پرشتاب فناوری اطلاعات، اکنون به یکی از شرایط عینی و ساختاری مرتبط با مصرف و سبک زندگی بدل شده است. در این شرایط، به نظر می‌رسد که سیاست‌های حمایت‌گرایانه از سبک‌های زندگی بومی و محلی هرچند که ممکن است قابل قبول و موجه به نظر برسد اما سیاست‌گذاران و سبک‌های زندگی بومی و محلی را بی‌نیاز از تعامل و گفت‌وگو با مصرف و سبک‌های زندگی جهان‌وطنانه نمی‌کند. وضعیت مختلط فرهنگی و وجود سبک‌های زندگی متکثر در وضعیت کنونی ایران، شاید بهترین شاهد بر این مدعا باشد. در این شرایط، باید توجه سیاست‌گذاران را به این نکته جلب کرد که حتی اگر اینترنت ملی را راه حل ضروری و حیاتی حمایت از سبک‌های زندگی بومی قلمداد کنیم اما این شبکه محلی، دواى درد (اگر دردی باشد) حضور سبک‌های زندگی غیربومی و غیر محلی نیست. باید به سختی و یا با آسودگی پذیرفت که سبک‌های زندگی متکثر مبتنی بر مصارف محلی و جهانی — چه بخواهیم چه نخواهیم — اکنون و در آینده به حیات و توسعه خود ادامه خواهند داد و شاید سیاست‌گذاری مطلوب، فراهم آوردن امکان تعامل و پذیرش هریک از این سبک‌های زندگی از سوی دیگر سبک‌ها باشد.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶)، "الگوهای سبک زندگی در ایران"، در مجموعه مقالات الگوهای سبک زندگی ایرانیان، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۴)، "دو جهان ایرانی: مسجد و کافی‌شاپ، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال اول، شماره ۴.
- اباذری، یوسف، چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)، "از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی"، نامه علوم اجتماعی، ش ۲۰. باکاک، رابرت (۱۳۸۱)، مصرف، ترجمه خسرو صبوری، تهران، نشر شیرازه.
- بودریار، ژان (۱۳۸۹)، جامعه مصرفی، ترجمه پیروز ایزدی، تهران، ثالث.
- بهارى، مجتبی (۱۳۹۰) روش سناریو، تهران، مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری دفاعی.
- پدرام، عبدالرحیم (۱۳۸۸) "آینده‌پژوهی حوزه‌ای نو برای کندوکاو"، در مجموعه مقالات آینده‌پژوهی: مفاهیم و روش‌ها، تهران، مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری دفاعی.
- پدرام، عبدالرحیم و جلالی‌وند، عباس (۱۳۹۰)، آشنایی با آینده‌پژوهی، تهران، مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری دفاعی.
- پورغلام، زهرا (۱۳۸۶)، "سبک‌های زندگی یا رفتارهای خرده‌فرهنگ در بین دختران نوجوان"، در مجموعه مقالات الگوهای سبک زندگی ایرانیان، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- جلایی‌پور، محمدرضا، (۱۳۸۴)، آشنایی با آثار و آراء گیدنز، مقدمه کتاب چشم‌اندازهای جهانی، نویسنده: آنتونی گیدنز، تهران، طرح نو.
- حمیدی، نفسیه، فرجی، مهدی (۱۳۸۶)، "سبک زندگی و پوشش زنان در تهران"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱.
- خادمیان، طلیعه (۱۳۸۸)، سبک زندگی و مصرف فرهنگی، تهران، جهان کتاب.
- خاشعی (۱۳۹۱)، سفر به آینده: آینده‌پژوهی، مفاهیم، مبانی و روش‌ها، تهران، هنر رسانه اردیبهشت.
- خوش‌دهان، علی (۱۳۸۸)، آینده‌پژوهی با تکنیک سناریوسازی، تهران، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
- ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۶)، "تحول الگوهای سبک زندگی جوانان در ایران"، در مجموعه مقالات الگوهای سبک زندگی ایرانیان، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- رحمت‌آبادی، الهام (۱۳۸۶)، "سبک زندگی: شالوده‌هویت اجتماعی در مدرنیته متأخر"، در مجموعه مقالات الگوهای سبک زندگی ایرانیان، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- رضوی‌زاده، نورالدین (۱۳۸۶)، بررسی تأثیر مصرف رسانه بر سبک زندگی ساکنان تهران، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- شالچی، وحید (۱۳۸۶)، "سبک زندگی جوانان کافی‌شاپ"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۱.
- شفیعی، سمیه (۱۳۸۶)، "مطالعات جنسیتی اوقات فراغت: به سوی تبیین سبک زندگی"، در مجموعه مقالات الگوهای سبک زندگی ایرانیان، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- شماعی، علی؛ نادری‌منش، محسن و قدیری، روح‌الله (۱۳۸۸)، آینده‌نگاری فناوری اطلاعات در ایران ۱۴۰۴، تهران، مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور.
- شهابی، محمد (۱۳۸۶)، "سبک‌های زندگی جهان‌وطنانه در میان جوانان و دلالت‌های سیاسی آن"، در مجموعه مقالات الگوهای سبک زندگی ایرانیان، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۳)، سبک زندگی، تهران، فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، تهران، صبح صادق.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۶)، "تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱.

فریزی، دیوید (۱۳۸۶)، گنورگ زیمل، ترجمه جواد گنجی، تهران، گام نو.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵)، *عصر اطلاعات و ظهور جامعه شبکه‌ای*، جلد اول از مجموعه *اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، ویراستار ارشد، علی پایا، تهران، طرح‌نو.

کرایب، یان (۱۳۸۲)، *نظریه اجتماعی مدرن (از پارسونز تا هابرماس)*، ترجمه عباس مخبر، تهران، آگه.

کفایشی، مجید؛ پهلوان، منوچهر و عباس نژاد عربی، کاظم (۱۳۸۹)، "بررسی تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی"، فصلنامه پژوهش اجتماعی، سال سوم، ش ۹.

گیبیتز، جان آر، ریمر، بو (۱۳۸۴)، *سیاست پست مدرنیته: درآمدی بر فرهنگ و سیاست معاصر*، ترجمه منصور انصاری، تهران، گام نو.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷)، *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موافقیان، تهران، نی.

لیندگرن، ماتس و باند هولده، هانس (۱۳۹۰) *طراحی سناریو: پیوند آینده و راهبرد*، ترجمه عبدالعزیز تاتار، تهران، مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری دفاعی.

محمدی، عقیده (۱۳۸۶)، "رابطه سبک زندگی و نگرش هویت جنسیتی در بین دو نسل مادران و دختران"، در *مجموعه مقالات الگوهای سبک زندگی ایرانیان*، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.

مهدوی کنی، محمد سعید (۱۳۸۷)، *دین و سبک زندگی*، تهران، دانشگاه امام صادق.

نیپوری‌زاده، بهنام (۱۳۸۸)، "سناریو ابزاری برای تصمیم‌گیری بلندمدت"، در *مجموعه مقالات آینده‌پژوهی: مفاهیم و روش‌ها*، تهران، مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری دفاعی.

وبلن، تورستین (۱۳۸۳)، *نظریه طبقه مرفه*، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران، نی.

رحمت آبادی، الهام، آقابخش، حبیب (۱۳۸۵)، *سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان*، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال پنجم، شماره ۲۰.

Chaney, David (1996), *Lifestyles*, London: Routledge.

Paterson, Mark (2006), *Consumption and everyday life*, London: Routledge

Karl Erik Rosengren, Karl Erik (1994), *Media effects and beyond: Culture, socialization and lifestyles*, London: Routledge



شرویش گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی