
رسانه های جدید، نظارت الکترونی و جوانان

امیدعلی مسعودی^۱

چکیده

تحولات پرشتاب فن آوری های جدید ارتباطی، امکانات گسترده ای را در اختیار جوامع بشری برای تبادل اطلاعات گذاشته است. در چنین شرایطی در جوامع سنتی و در حال گذار مانند ایران، نسل جوان که بیشترین جمعیت را در کشور داراست با استفاده از رسانه های جدید در اوقات فراغت خود را از حالت مخاطب منفعل به مخاطب فعال تبدیل کرده است. با رسانه های جدید هر گیرنده پیام می تواند فرستنده ای تأثیرگذار در فرایند ارتباطات اجتماعی باشد. چنین وضعیتی علاوه بر فرصت ها، تهدیدهایی را برای کاربران جوان در پی خواهد داشت. از جمله فرصت های رسانه های جدید، افزایش دسترسی به اطلاعات و افزایش سرعت انتقال پیام به صورت تعاملی است. اما در میان این پیام ها، بسیاری از اطلاعات زیان آور برای مخاطبان جوان وجود دارد که می بایست راه حل هایی برای برخورد با آن ها یافت.

علاوه بر این، ورود کودکان و جوانان به شبکه جهانی اطلاعات چه از طریق شبکه های ماهواره-ای و یا اینترنت، آنان را از دوران واقعی اشان دور کرده و وارد دوران بزرگسالی می کند تا شاهد زوال دوران کودکی آن ها باشیم.

نسل جوان ایران با استفاده از رسانه های جدیدی مانند: ماهواره، تلفن سیار و اینترنت و بهره مندی از پدیده هایی چون: پیامک، بلوتوث، وب سایت، وبلاگ، وب کم، تویتر، فیس بوک و... عملاً وارد «جامعه اطلاعاتی» شده است. این مقاله کوشش می کند تا راه حل هایی برای کنترل و نظارت بر فعالیت های جوانان هنگام فراغت در جامعه اطلاعاتی ارائه دهد.

از آنجا که «جامعه اطلاعاتی» با کمک فن آوری های جدید ارتباطی و اطلاعاتی شکل گرفته است همین فن آوری ها با ایجاد جامعه تحت نظارت، امکان کنترل و نظارت بر جریان اطلاعات را

^۱. عضو هیأت علمی دانشگاه سوره

فراهم کرده اند. «نظارت الکترونی» به دو شیوه «خود نظارتی» یعنی نظارت توسط کاربر یا خانواده و «دگر نظارتی» یا نظارت نهادها بر جوانان ، دو راه حل برای ایمن سازی فضای رسانه ای جوانان است که البته می بایست با آموزش آنان توأم شود تا از تهدیدهای پیش رو محافظت شوند.

واژه های کلیدی: رسانه های جدید، رسانه تعاملی، جامعه اطلاعاتی، نظارت الکترونی، خود نظارتی، دگر نظارتی.



مقدمه

انسان بدون ارتباط را نمی توان انسانی اجتماعی دانست. اصولاً اجتماعی شدن انسان و شکل گیری فرهنگ و هویت اش با برقراری ارتباطات میسر شد. این ارتباطات در نخستین روزهای پیدایش از نهادهایی چون آتش و دود آغاز شد و با چاپخانه ها و کبوترهای نامه بر تکوینی ابتدایی یافت. اما این سیر تطور و تکامل ارتباطات بشری با پیدایش کاغذ، چاپخانه، رادیو، دوربین عکاسی، سینما، تلویزیون، شبکه های ماهواره ای، اینترنت و تلفن سیار وضعیت را به گونه ای شکل داده است که تسهیلات بیشتری برای زندگی بشر و اوقات فراغت بیشتر آن ها فراهم کرده است. امروزه از رسانه های جدید (New Media) سخن می گوئیم و از تأثیرات این رسانه های جدید بر جوامع بشری، بخصوص نسل جوان در کشورهای در حال توسعه پرده بر می داریم.

اگرچه مزایای جامعه اطلاعاتی که به یمن رسانه های جدید شکل گرفته است بسیار است. اما آسیب ها و آفات جامعه اطلاعاتی در جوامع نسل جوان را از خطرات رسانه های جدید بر حذر نداشته است. دلیل اصلی آن هم هجوم عنان گسیخته اطلاعات به اوقات فراغت و حتی اوقات اشتغال جوانان است.

مارک وبستر یکی از نظریه پردازان جامعه اطلاعاتی معتقد است :

«جامعه اطلاعاتی» که مفهوم کلیدی آن پیشرفت های خیره کننده در پردازش، نگهداری و انتقال اطلاعات است. در واقع به کاربرد تکنولوژی های اطلاعاتی در تمامی زوایای حیات اجتماعی انجامیده است. (وبستر، ۱۳۸۰: ۲۱-۲۰).

از سوی دیگر، به موازات شکل گیری جامعه اطلاعاتی، شیوه های نظارت بر اطلاعات نیز در جامعه پدیدار شده است. (Beniger, 1986: 21-22).

شیوه های نظارت در جامعه اطلاعاتی، همانگونه که تأثیرات خود را بر شهروندان و جامعه گذاشته اند. بر نسل جوان جامعه نیز تأثیرات منفی و مثبت خود را خواهد گذاشت.

از آنجا که پیدایش «جامعه اطلاعاتی» و همزمان با آن «جامعه نظارتی» با ورود رسانه های جدید به جوامع صورت پذیرفته است، لذا ابتدا به بررسی اینگونه رسانه ها می پردازیم.

۱- رسانه های جدید

با اختراع تلگراف و راه اندازی نخستین خط تلگرافی جهان (۲۴ ماه مه ۱۸۴۴ میلادی) ، بشر با ارتباطات الکترونی از طریق تبادل پیام های تلگرافی به وسیله معروف مورس ، با رسانه های جدید آشنا می شود و یازده سال بعد در سال ۱۸۵۵ (تیرماه ۱۲۳۷ هجری شمسی) میلادی در ایران، خط تلگرافی بین تهران و چمن سلطانیه در نزدیکی شهر زنجان که اردوگاه ناصرالدین شاه بود به طول ۳۰۰ کیلومتر آغاز به کار می کند. (معمدی ، ۱۳۷۶ : ۲۹).

همچنین با اختراع تلگراف و تلفن و به دنبال آن تأسیس نخستین فرستنده رادیویی جهان در سال ۱۹۲۰ میلادی در لندن ، تحول شگرفی در جهان ارتباطات پدیدار شد که بطور مسلم ، کشور ایران نمی توانست از این تحولات چشم پوشی کند. بیست سال بعد، در سال ۱۹۴۰ میلادی اولین فرستنده رادیویی ایران راه اندازی شد. (بابایی، ۱۳۸۳ : ۱۵۲).

ورود رسانه هایی چون سینما، ویدئو و حتی شبکه های ماهواره ایی هرچند باعث گسترش ارتباطات الکترونی میان شهروندان و جوامع بشری شد. اما زمانی که با ترکیب ماهواره و کامپیوتر امکان مبادله همزمان پیام از طریق تلفن های سیار و اینترنت فراهم شد. آنگاه وارد دنیای جدیدی شدیم که باید آن را عصر رسانه های جدید بنامیم. «ایورت. م. راجرز» در مقاله تکنولوژی ارتباطی و رسانه های جدید در جامعه «تأثیر تکنولوژیهای جدید ارتباطی در ارتباطات انسانی» را بررسی کرده و معتقد است ۶ تأثیر عمده قابل مشاهده است :

۱-۱- تعاملی بودن (دوسویه)

تعاملی بودن ویژگی اصلی سیستم های جدید ارتباطی است. در حقیقت رسانه های جدید، ترکیبات و حالت چهره به چهره و جمعی را با هم تلفیق می کنند. تعامل ، در واقع صفت جدایی ناپذیر فرایندهای ارتباطی جدید است.

۱-۲- جمع زدایی

رسانه های جدید، همچنین خاصیت جمع زدایی نسبت به پیام خاصی که می تواند بین افراد مبادله شود را دارند و به این معنا است که آن ها در این جهت ، دست کم مخالف رسانه های جمعی هستند، جمع زدایی به این معنی است که انتقال کنترل سیستم های ارتباط جمعی، معمولاً از تولید کننده پیام به مصرف کننده آن می باشد.

۱-۳- ناهمزمانی

فن آوری های جدید ارتباطی ، همچنین ناهمزمانی هستند ؛ یعنی توانایی فرستادن یا دریافت پیام در زمانی مناسب برای فرد را دارا هستند. برای نمونه ، یک پیام الکترونیکی که از طریق یک شبکه کامپیوتری ° تله کنفرانس به خانه یا اداره شما فرستاده می شود، را ممکن است هر وقت که شما بخواهید آن را دریافت کنید. در سیستم جدید، افرادی که در ارتباط شریکند، نیاز ندارند که در یک زمان در ارتباط قرار بگیرند. رسانه های جدید غالباً توانایی غلبه بر زمان را به عنوان متغیری مؤثر بر فرایند ارتباط دارند. ناهمزمانی در واقع بخشی از انتقال کنترل از منبع گیرنده در سیستم ارتباطی است که در آن شرایط ، کنترل زمان با رسانه های یک جهت، محتوای پیام تکنولوژی های جدید بیشتر اطلاعاتی است تا سرگرمی. (راجرز ، ۱۳۷۴ : ۵).

۱-۴- اضافه بار اطلاعاتی

وقتی که میزان داده ها و اطلاعات به حدی باشد که شخص یا سیستم قادر به استفاده از تمامی آن ها نباشد، اطلاعات اضافی به سوی نابودی پیش می رود و از جریان اطلاعات خارج میشود.

۱-۵- پوشیدگی (حریم - خلوت)

وسایل ارتباطی جدید باعث شده اند تا افراد جامعه ، حریم خصوصی و خلوت خود را به مقدار زیادی از دست بدهند. مسأله پوشیدگی ، یک مشکل اجتماعی در دریافت خبر یا اطلاعات از رسانه های جمعی سنتی نیست، یعنی در وسایل ارتباط سنتی، ماهیت شخص

برای عموم مطرح نیست و عضو شنونده ، هیچ چیز را درباره خودش در استفاده از رسانه آشکار نمی کند، اما این مسئله در فن آوری های جدید ارتباطی ؛ اجتناب ناپذیر جلوه می کند. به عنوان مثال ، مشکل حق مؤلف مطرح است که به وسیله فن آوری های جدید دامن زده می شود. با گسترش ماشین های چاپ یا فتوکپی و زیراکس، وصول حق مؤلف دشوار و یا ناممکن شده است.

همچنین با انتشار تصاویر و فیلم های خصوصی افراد از طریق دیسک فشرده، موبایل و بلوتوث یا انتشار در شبکه های ویدئویی مثل توئیتر و... حریم خصوصی جوانان آسیب پذیر شده است.

در سطح جهانی با حضور رسانه های جدید، حریم و مرزهای ملی و خصوصی کشورها، هم به واسطه نفوذ و گسترش امواج الکترونی مخدوش شده اند. این امواج به آسانی مرزهای جغرافیایی را در می نوردند و ناخواسته وارد منازل و حریم خصوصی افراد می شوند.

۱-۶- عدم تمرکز یا تمرکز زدایی

رسانه های جدید وضعیتی را به وجود آورده اند که در آن نظام اجتماعی می تواند بطور وسیعی، اعضای خود را در قدرت و کنترل سهم کند و تصمیمات در سطح ملی و به صورت غیر متمرکز اتخاذ شود. (حسین پاکدهی ، ۱۳۷۳ : ۴۳-۴۱).

با نگاهی کوتاه به شش ویژگی به ثمره شدن بجای رسانه های جدید می توانیم تعاملی بودن آن را در تبدیل مخاطبان جوان به فرستندگان فعال ارزیابی کنیم. اکنون دیگر کاربران رسانه های جدیدی مثل اینترنت تنها مخاطبانی منفعل نیستند، بلکه آن ها می توانند در برابر دریافت هر پیامی، خود نیز به تولید پیام پردازند.

جمع زدایی به مخاطبان خصلتی می دهد که بتوانند پیام هایی را دریافت کنند که دیگران از دریافت آن ممکن است محروم باشند. مانند تبادل پیام از طریق پست الکترونی (e ° mail).

ناهمزمانی، یعنی دریافت پیام در هر زمان و در هر لحظه که علاوه بر آن این دریافت پیام می تواند در هر مکانی هم صورت گیرد. از این نظر کنترل به شیوه سنتی بر پیام های ارتباطی کاملاً دشوار و ناممکن است.

اضافه بار اطلاعاتی، مخاطبان پیام ها را با دشواری گزینش و انتخاب اطلاعات روبرو کرده است.

پوشیدگی در رسانه های جدید علاوه بر نقض حق مؤلف، می تواند جامعه را از نظر آسیب های اخلاقی، آسیب پذیر کند. تبادل فیلم های مستهجن از افراد، بلوتوث های غیراخلاقی و ... رسانه های جدید را در شکستن حریم های شخصی، مقصر اصلی جلوه داده است.

عدم تمرکز، پراکندگی قدرت رسانه ای را در همه سطوح و لایه های جامعه امکان پذیر کرده است.

سهم جوانان به دلیل فعالیت افزون تر در شبکه های ارتباطی و اطلاعاتی، توانمندی آن ها را در مشارکت اجتماعی و سیاسی بهبود می بخشد. اما در عین حال تهدیداتی را نیز متوجه آن ها میسازد.

محققان و نظریه پردازان نیز با توجه به اهمیت موضوع «جوانان و رسانه های جدید» به تحقیق و بررسی در این باره پرداخته اند که از این میان یکی از استادان بریتانیایی با انتشار کتابی به این موضوع پرداخته است.

بیل اوسجربی (Bill Osgerby) استاد دانشگاه متروپولیتن لندن در کتاب «رسانه های جوانان» (Youth Media) که در سال ۲۰۰۴ میلادی منتشر شده است. به بررسی تأثیرات فرهنگی رسانه ها بر جوانان پرداخته است و در فصل نهم کتاب با عنوان «کاملاً سیم کشی شده: جوانان و رسانه های جدید». از جوانان با عنوان نسل شبکه ای یاد می کند و می افزاید: رسانه های جدید بازار جوانان را نشانه گرفته است که در آن تهاجم فضای سایبر کاملاً مشهود است. (Osgerby : 2004 : 201)

اوسجربی به نقل از (Michael pastore , 2002) می نویسد:

« اینترنت به عنوان یک وسیله ارتباطی برای جوانان که از طریق تلفن در میان بسیاری از گروههای جوان رواج یافته است، براساس یک مطالعه که توسط شرکت آ.او. ال (AOL) در آمریکا انجام شده است. بیشتر از ۶۷۰۰ نفر از والدین و جوانان آمریکایی از طریق

سرویس تجاری دیجیتال این شرکت، در یک نظر سنجی شرکت کرده اند. براساس این نظر سنجی ۸۱ درصد جوانان بین ۱۲ تا ۱۷ سال در اینترنت از ای میل برای برقراری ارتباط با دوستانشان استفاده می کنند.

این در حالی است که ۷۰ درصد از آنان بجای ارسال ای میل از کامپیوترهای خودشان و از طریق وسایل بی سیم (Wireless) پیام هایشان را رد و بدل می کنند. در میان جوانان ۱۸ تا ۱۹ سال این آمار به ۹۱ درصد جهش پیدا می کند. آن ها ۸۳ درصد از پیام هایشان را هم با ای میل ارسال می کنند. (Osgerby , 2004 : 191).

اکنون در سال ۲۰۰۸ میلادی قرار داریم و علاوه بر امکانات بی سیم ، و برقراری ارتباط از طریق اینترنت ، در فضای اینترنت جوانان می توانند علاوه بر ارسال پیام های نوشتاری ، از پیام های صوتی و تصویری در حجم بالا نیز استفاده کنند.

تبادل حجم بالای اطلاعات چند رسانه ای (Multi Media) جوانان را در معرض انواع تهدیدها قرار داده است. که دگرگونی ارزش ها و فرهنگ دینی و ملی تنها یکی از این خطرات و تهدیدهاست.

۲- نسل جوان ایران

موضوع ارتباطات در کنار موضوع هایی چون اشتغال ، ازدواج و خانواده ، بیکاری و اوقات فراغت، افسردگی و اعتیاد ، جرم و بزهکاری و در نهایت جنایت و شورش های اجتماعی ، از جمله مباحثی هستند که ذیل عنوان مسئله جوانان نزد صاحب نظران و منتقدان همواره مطرح شده و همگی بر این باورند که غفلت از هر کدام می تواند مشکلاتی اساسی بر سر راه تحولات اجتماعی ایجاد کند. به ویژه در بعضی از کشورهای در حال توسعه و از جمله ایران معضل آسیب های اجتماعی در کنار بحران مشارکت سیاسی ° اجتماعی که برآمده از همان مشکلات است، سرفصلی در مطالعات جوانان گشوده است. (محمدی ، ۱۳۸۳ : ۱۴-۱۳).

در تعریف جوان و نسل جوان نیز برخی اختلاف نظرها وجود دارد که در این میان

تعریف دکتر غلامعلی افروز روانشناس ایرانی می تواند بیشتر معرف جوان باشد :

«جوان کسی است که از کودکی بریده و هنوز به دنیای واقعی بزرگسالان نپیوسته است. ویژگی های خاص جوان، عبارتند از: خودشیفتگی، گسترش افق های فکری و آینده نگری و مطلوب اندیشی». (افروز، ۱۳۸۸: ۳).

دکتر افروز می افزاید «به همین دلیل، اساس تربیت جوان این است که تربیت مرتبط با جوان باید متضمن مطلوب اندیشی و آینده نگری باشد. کودکان در حال، و پیران در گذشته سیر میکنند؛ اما جوانان غرق در رؤیاها و مطلوب اندیشی های آینده هستند.» (همان: ۴)

اهمیت توجه به مسائل ارتباطی جوانان آنگاه بیشتر روشن می شود که بدانیم ترکیب جمعیتی کشورمان را جمعیتی جوان تشکیل می دهد و ضرورت برنامه ریزی ارتباطی برای آنان انکار ناپذیر است.

«بر اساس گزارش سازمان ملی جوانان پیش بینی می شود جمعیت ایران در سال ۲۰۰۷ به بالای ۷۰ میلیون نفر برسد و نسبت جمعیت جوان کشور از ۲۸/۴ درصد سال ۱۹۷۷ به ۳۴/۸ درصد در سال ۲۰۰۷ ارتقاء یابد. ایران بعد از اردن با نسبت ۳۹/۵ درصدی جمعیت، از جوان ترین کشورهای جهان به لحاظ جمعیتی است. اکنون نیز جوانان با جمعیت حدود ۱۷ میلیون، حدود ۲۳ درصد از جمعیت کشور را تشکیل می دهند.» (محمدی، ۱۳۸۳: ۱۴).

کشور ما ایران با داشتن چنین جمعیت جوانی در دهه اخیر با ورود رسانه های جدید وضعیت خاصی پیدا کرده است.

«هجوم تکنولوژیهای برتر عصر پست مدرن به حریم زندگی روزمره، نسل جدید را به امکانات و قدرت تفاسیر متعدد و متنوعی مجهز کرده که ارائه الگوهای هنجاری تجویزی و اصرار بر قرائت واحد متون و شرایط مختلف را بر نمی تابد. تکنولوژیهای ارتباطی دنیای جدید جوانان و حتی نوجوانان ما را به تعبیری «خود بنیاد» کرده که چندان فرمان نمی برند و باید تلاش کرد تا از دامنه مناسبات دستوری در رابطه با نسل جوان کاسته شود.» (محمدی، ۱۳۸۳: ۱۸).

استقبال این نسل «خود بنیاد» از رسانه های جدید در ایران بسیار قابل ملاحظه است. برخی تحقیقات انجام شده بر این امر تأکید دارند.

در تحقیقی که محمدزند کریمخانی دانشجوی کارشناس ارشد مدیریت رسانه دانشکده صدا و سیما در سال ۱۳۸۵ پیرامون « بررسی انگیزه های وبلاگ نویسی و ارتباط آن با ویژگی های جمعیت شناختی وبلاگ نویس های فارسی زبان ایرانی»، به انجام رسانده است؛ ترکیب سنی وبلاگ نویسان را براساس آمار، ترکیبی جوان توصیف کرده است :

« تعداد کل پاسخگویان ، ۴۰۲ نفر که از لحاظ تقسیم بندی سنی ۱۱۶ نفر (۲۸/۹ درصد) بین سنین ۱۵ تا ۱۹ سال ، ۱۳۰ نفر (۳۲/۸ درصد) بین ۱۹ تا ۲۴ سال ، ۵۷ نفر (۱۴/۲ درصد) بین ۲۴ تا ۲۸ سال و ۹۹ نفر (۲۴/۶ درصد) هم از ۲۸ سال به بالا هستند. سنین ۲۴ تا ۲۸ سال با ۱۴ درصد کمترین و سنین ۱۹ تا ۲۴ سال با ۳۲ درصد بیشترین درصد پاسخگویان را در بر میگیرد.» (زند کریمخانی ، ۱۳۸۵ : ۶۵).

در این تحقیق پس از آزمون های آماری مشخص شد:

« همچنین میان سن و انگیزه بیان خویشتن ، انگیزه اجتماعی و سیاسی و انگیزه حرفه ای و شغلی ، پس از آزمون X^2 در سطح ۹۹ درصد رابطه معنی دار است.» (همان : ۱۱۳-۱۰۵).

در تحقیقی دیگر پیرامون « تحلیل وبلاگ های ایرانی در رسانه جهانی اینترنت » که توسط مصطفی موسیوند دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فرهنگی مرکز آموزش عالی شهید محلاتی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی ، در سال ۱۳۸۷ انجام شده است بر جوان بودن وبلاگ نویسان ایرانی صحنه گذاشته است :

« جوانان با سن ۱۸ تا ۲۴ که دانش آموز یا دانشجو هستند با ۵۱/۱ درصد ، بیشترین و سپس ۲۵ تا ۳۵ سال سن با ۳۱/۷ درصد در بین نویسندگان وبلاگ ها دیده می شوند.» (موسیوند، ۱۳۸۷ : ۹۹).

این محقق می افزاید : " در مجموع رجوع و علاقه طیف گسترده جوانان به سمت وبلاگ نویسی و نوع موضوعات مورد علاقه آنان می تواند به مطالعه و شناخت هرچه بیشتر رفتار و نیازهای جوانان در عرصه های فرهنگی اجتماعی و سیاسی بیانجامد." (همان : ۹۹).

براساس آمارهای موجود و گزارشی که خبرگزاری مهر در اسفندماه ۱۳۸۷ منتشر کرده است: در بخش رسانه های ارتباط جمعی که در سال ۲۰۰۰ میلادی منتشر شده است به ازای

هر هزار شهروند ایرانی ۲۵۲ رادیو، ۱۵۸ دستگاه تلویزیون، ۲۱۹ خط تلفن و ۱۱۰ رایانه شخصی وجود داشته است.

رایانه های شخصی و خانگی نخستین بار از نیمه دهه ۱۹۹۰ میلادی وارد ایران شدند و از زمان ورود اینترنت به کشورمان بر تعداد رایانه های شخصی به سرعت افزوده شده است. « از زمان عرضه اینترنت در ایران شبکه پهنای وب به سرعت توانست جایگاه خود را در میان جوانان باز کند. به طوری که در حال حاضر، ایران چهارمین کشور پیشگام دنیا در عرصه وبلاگ نویسی به شمار می رود. هرچند سرعت پایین اینترنت در ایران به دلیل مشکلات زیرساختی همواره مشکلاتی را برای کاربران ایرانی شبکه فراهم کرده است.» (ایکتنا، ۲۰۰۷: ۱).

جذابیت رسانه های جدید در میان نسل جوان و علاقمندی آن ها در بکارگیری این وسایل ارتباطی شرکت های بزرگ تولید کننده را به عرضه مدل های مخصوص جوانان ترغیب کرده است: شرکت بنکو، یکی از سه شرکت بزرگ سازنده دستگاه های پخش صورت الکترونی (پی. ام. تری)، عرضه محصولات جدیدش را با نیازهای جوانان منطبق کرده است:

« شرکت بزرگ BenQ دو مدل جدید از محصولات تلفن همراه خود را به نام MP3s برای جوانان عرضه می کند. به گزارش بخش خبر سایت اخبار فن آوری اطلاعات ایران، به نقل از خبرگزاری موج، این دستگاه ها به هدف فروش به مشتریان جوان طرح ریزی شده است که دو مدل جدید از انواع تلفن های همراه، MP3، با ظرفیت ۲۵۶ مگابایت و ۱۲۸ مگابایت حافظه، است که قابلیت پخش موسیقی به مدت هشت ساعت را دارد و به ترتیب با قیمت ۲۹۹۰ و ۵۹۹۰ دلار جدید تایوان به فروش می رسند.

این محصولات اولین محصولات طراحی شده براساس تکنولوژی MP3 است که برای برآورده کردن نیاز جوانان در تنوع و نوآوری محصولات تلفن همراه به بازار می آیند.» (ایرتین، ۱۳۸۳: ۱).

تنوع رسانه ای در میان نسل جوان ، گرایش آن ها را به استفاده از وبلاگ نویسی و استفاده از امکانات وب کم و وب سایت های پرطرفداری چون یوتیوپ (Youtube) و یا مای اسپیس (Myspace) سوق داده است. آن ها همچنین ضمن استفاده از شبکه های دیگر اینترنتی به شبکه های اجتماعی مانند فیس بوک (Facebook) نیز علاقمندند.

استفاده کودکان و نوجوانان از وسایل ارتباطی جدید و افزایش سطح اطلاعات آنان موجب کاهش زمان رسیدن به سن بلوغ و جوانی و احتمالاً سبب می شود تا جوانان سریعتر نقش بزرگسالی را بازی کنند یا حتی طلب کنند یا برعهده گیرند و وارد جامعه شوند. «نیل پستمن» (Neil postman) استاد دانشگاه نیویورک در کتاب معروفش : «نقش رسانه های تصویری در زوال دوران کودکی» به این معضل مهم اجتماعی پرداخته است که دوران کودکی یا طفولیت ، مرحله ای است از عمر یک انسان که اقتضات و ایجابات ویژه خود را دارد. روح و جسم لطیف کودک ظرفیت درگیری و توان حضور در ماجراهای بزرگسالان را ندارد. پستمن می گوید : « شیبخون گسترده نظام صنعتی نوین (رسانه های جدید) به فرهنگ بشری و کارآترین ابزار آن یعنی رسانه های تصویری ، به ویژه تلویزیون، نزدیک به دو دهه است که این خط فاصل و این مرز حائل را از میان برداشته است امروزه در حالی کودک از هیجده ماهگی به تماشای تلویزیون می پردازد ° خصوصاً در غرب ° و از سه سالگی بیننده معتاد این رسانه تصویری است ، که در برنامه های این جعبه جادو ، تفاوتی میان کودک و بزرگسال وجود ندارد. کشتار و خشونت، آدم ربایی و سرقت ، برهنگی و سکس، ناهنجاری های اخلاقی و فرهنگی و اجتماعی ریخته در انواع قالب های نمایشی و تصویری و حتی پیام های بازرگانی پیوسته در معرض دید کودک و بزرگسال ° به طور یکسان ° قرار دارد. ثمره قهری این وضع ، ایجاد اختلال و تزلزل در «دوران کودکی» انسان ها ، تا سرانجام محو و زوال کامل آن خواهد بود. زوال «دوران کودکی» یا «افول طفولیت» آسیب اجتماعی بزرگی است که گریبانگیر بشر در جهان متمدن امروز شده است». (پستمن ، ۱۳۸۷ : ۹-۸).

البته نیل پستمن در این کتاب به سؤال اساسی خود هرگز پاسخ نمی دهد :

« حال که با این پدیده «زوال کودکی» مواجه هستیم، چه می توانیم انجام دهیم؟ پستمن در پاسخ می گوید: « جوابی برای این سؤال ندارم. این اعتراف را با آمیزه ای از احساس سبکی و نیز درد بیچارگی اظهار می کنم.» (پستمن، ۱۳۸۷: ۱۸).

ما در این مقاله پاسخ را در نظارت الکترونی «خود انگیخته» و «دگرانگیخته» یافته ایم که در بخش های بعدی به آن خواهیم پرداخت.

۳- نظارت الکترونی و جوانان

به موازات شکل گیری جامعه اطلاعاتی شیوه های نظارت بر اطلاعات نیز در جامعه پدیدار شده اند. (Beniger, 1986: 21-27)

« شیوه های نظارت در جامعه اطلاعاتی، همان گونه که تأثیرات خود را بر شهروندان و جامعه گذاشته اند تأثیراتی بر شیوه انگیزش و ارزیابی صاحب نظران و نظریه پردازان، نویسندگان، ادیبان و جامعه شناسان نیز داشته اند. این تأثیرات باعث شده اند تا آن ها در آثار و نوشته های خود به طرح دیدگاه ها و نظرات خویش درباره وضعیت نظارت در جامعه اطلاعاتی بپردازند. " (مسعودی، ۱۳۸۲: ۴۳).

اصطلاح «جامعه نظارتی» (surveillance society) به عنوان پدیده ای برآمده از درون «جامعه اطلاعاتی» (information society)، نخستین بار در سال ۱۹۸۵ میلادی توسط گری . تی . مارکس (Gary . T. Marx) استاد ممتاز دانشگاه ماساچوست و جامعه شناس آمریکایی، در مقاله ای با عنوان «جامعه نظارتی، تهدید فن آوری های سبک زمانی ۱۹۸۴» مطرح شد.

اولین اصطلاح را برای وضعیتی که با فن آوری رایانه، یکی از آخرین موانع کنترل کامل از میان برداشته شد، وضع کرد. (Marx, 1985: 21-26).

دومین محقق که به بحث پیرامون نظام نظارت الکترونی پرداخت و اصطلاح «جامعه نظارتی» (Surveillance Society) را در آثار خود بیان کرد، دیوید فلاهرتی (David Flaherty) است که دکترایش را از دانشگاه کلمبیا اخذ کرده و استاد جامعه شناسی دانشگاه

اونتاریوی غربی کاناداست. او در سال ۱۹۸۹ مجموعه کتاب هایش را با عنوان «حفاظت اسرار شخصی در جوامع نظارتی : جمهوری فدرال آلمان ، سوئد، فرانسه ، کانادا و ایالت متحده آمریکا» نوشت و در همین کتاب ها به طرح اصطلاح «جامعه نظارتی» پرداخت. (Flaherty , 2005 : 1).

دیوید لایون (David Lyon) استاد دانشگاه کوئینز (Queens University) کانادا، یکی دیگر از پیشروانی نظریه نظارتی است که بیشترین آثار را در این باره منتشر کرده است. دیوید لایون معتقد است : «آینده جوامع که ما آن را «نوگرایی» می نامیم ، برمبنای سیستم اقتصادی سرمایه داری است که ابعاد قدرتمند نظارت را با خود به همراه دارد». (Lyon, 1999 : 25).

در خصوص «جامعه نظارتی» دو دیدگاه بدبینانه یا انتقادی و خوشبینانه یا تأییدگر بیان شده است.

۱-۳- دیدگاه انتقادی

منتقدان جامعه نظارتی معتقدند که پیوستن شهروندان به شبکه جهانی اطلاعات و ارتباطات، زمینه ساز ذخیره و نگهداری اطلاعات شهروندان از طریق کارت های الکترونی (اعم از کارت هویت، بیمه، مالیات ، بانک ، پرسنلی و ...) نزد دولت و سازمان های صنعتی و خدماتی می شود و زمینه سوء استفاده از این اطلاعات را برای صاحبان اطلاعات شهروندان ایجاد می کند. (مسعودی ، ۱۳۸۴ا ، ۵۰).

۲-۳- دیدگاه خویش بینانه

از نظر نظریه پردازان خوش بین افزایش حجم اطلاعات در گردش در شبکه جهانی اینترنت، زمینه ساز شکل گیری مقاومت های تمامیت خواه و توتالیتیر نیست. بلکه به دموکراسی الکترونی (Electronic Democracy) و جامعه آزاد می انجامد. در مجموع اگر تعریف تامپسون را از جامعه نظارتی بپذیریم که می گوید :

« جامعه تحت نظارت، جامعه ای است که در آن با رایانه ای شدن بیش تر فامیل های اطلاعاتی که در مکان های جداگانه برای مقاصد خاصی نگهداری می شوند، امکان دسترسی دیگران به این اطلاعات فراهم می شود.» (تامپسون، ۱۳۷۹: ۱۸۶).

از سوی دیگر تحقیقات نشان می دهد که استقبال جوانان از رسانه های جدید آن ها را به بهترین کاربران فضای مجازی تبدیل کرده است یعنی همان فضایی که گردش اطلاعات با امکان نظارت الکترونی، جریان دارد.

بری اکسفورد و ریچارد هاگینز دو تن از استادان دانشگاه آکسفورد، در کتاب رسانه های جدید و سیاست (New media and politics) نیز به همین نکته اشاره می کنند:

« چون به صورت مرسوم، کاربران اولیه تکنولوژی های رسانه های جدید، جوانان هستند (لیونگستون ۱۹۹۸ آ)، مطالعه راجع به جوانان و استفاده آن ها از رسانه ها در ارتباط با فرآیند سیاسی، موضوع برخی مسائل مهم عملی بوده است که یک کانون مناسب برای مطالعه کاربرد و اثرات آن را فراهم می کند.» (اکسفورد و هاگینز، ۱۳۸۷، ۲۰۶).

این دو محقق بر آشنایی جوانان با رسانه های جدید تأکید می کنند و آن ها را مخاطبان فعال و نه مخاطبانی منفعل بر می شمارند که بر شبکه های اطلاعاتی تأثیر گذارند:

« به احتمال بیشتر، جوانان با فرهنگ های رسانه ای و ادبیات آن ها آشنا هستند، چرا که بیشتر زندگی آنان در محیط های اشباع از رسانه ها صورت می گیرد. استفاده از واژه « محیط رسانه ای » (لیونگستون، ۱۹۹۸ آ) روش زیرکانه تری در مفهوم سازی روابط بین تکنولوژی ها و قالب های رسانه ای و برخورداران با آن ها را فراهم می کند. بهتر است راجع به جوانان به عنوان کسانی فکر کنیم که در یک محیط رسانه ای غوطه ور هستند که در آن، به جای این که به سادگی آن ها را تماشا کنند و استفاده کنند یا مصرف کننده محصولات و خروجی رسانه ای باشند، فعالانه بر رسانه های مختلف تأثیر می گذارند و از آن ها تأثیر می پذیرند.» (همان، ۲۰۶).

فراموش نکنیم که یکی از پدیده های غیرقابل انکار در جهان و از جمله در کشور ما، گسترش روزافزون کاربران اینترنت است.

استفان واترز (Stephen waters) تحلیل گر آمریکایی مسایل اینترنت در دپارتمان امور فرهنگی و قانونی که فعالیتش بر روی مسائل خانواده متمرکز است. تاکنون چندین مقاله درباره اینترنت و تأثیر آن بر خانواده نوشته است. او در کتاب «اینترنت و پیامدهای اجتماعی آن» از اعتیاد جوانان به اینترنت و مسائلی چون هرزه نگاری و آسیب های بازی های اینترنتی در جامعه پرده بر می دارد و راه حل را در پناه بردن به دین و برقرار کردن رابطه با خداوند می داند. (واترز، ۱۳۸۶: ۱۵) و همچنین (Watters, 2001) دکتر سلیمان پاک سرشت، عضو هیأت علمی دانشگاه بوعلی سینا در تحقیقی که پیرامون «مصرف اینترنت در سبک های فراغتی جوانان تهرانی» انجام داده است. از طریق مصاحبه عمیق با ۳۲ کاربر ۱۸ تا ۲۸ ساله تهرانی به این نتیجه رسیده است. که «فراغت آنلاین در همه سبک های فراغتی، تداوم تجربه های فراغت غیر آنلاین است. در سبک فراغتی گذار، کاربرد اینترنت از طریق ایجاد رفتارهای فراغتی جدید مانند چت کردن و ... موجب افزایش زمان فراغت و ارتقای کیفی تجربه های فراغتی شده است.» (پاک سرشت، ۱۳۸۶: ۱۳۷).

این محقق می افزاید: «در سبک فراغتی دانش محور، کاربرد فراغتی اینترنت بدون تأثیر بر زمان فراغت، جایگزین رفتارهای فراغتی فرهنگی شده است.» (همان: ۱۳۷).

در ایران گسترش روزافزون کاربران اینترنت، به ویژه در میان نسل جوان، وضعیتی را به وجود آورده است که از زبان آمار به خوبی قابل تبیین است:

«مطابق برآوردهای معتبر سایت آمار جهانی اینترنت، در سال ۲۰۰۵، ۱۵ درصد از جمعیت جهان یعنی ۹۵۷ میلیون نفر، ۸/۲ درصد از جمعیت ساکن در خاورمیانه یعنی ۲۱ میلیون نفر، و ۸ درصد از جمعیت کشورمان یعنی نزدیک به ۵/۵ میلیون نفر به اینترنت دسترسی داشته اند که نسبت به سال ۲۰۰۰، به ترتیب ۱۶۵، ۳۰۵ و ۲۲۰۰ درصد رشد را نشان می دهد. کشور ما پس از سوریه از بالاترین نرخ رشد کاربران اینترنتی در خاورمیانه برخوردار است و بخش اعظم این نرخ رشد، به کاربران جوان اینترنت مربوط است. درصد کاربران اینترنتی در بین جوانان در فاصله سال های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۴، از ۱۰ درصد به ۲۹ درصد افزایش یافته است. (سازمان ملی جوانان، ۱۳۷۶ و ۱۳۸۴).

با توجه به آن که افزایش روزافزون حضور جوانان در اینترنت به عنوان کاربرانی فعال، به تولید یا پردازش داده های جدید منتهی می شود. ساماندهی وب سایت وبلاگ ها و همزمان آموزش جوانان برای آموزش صحیح و سالم استفاده از رسانه های جدید به ویژه اینترنت می تواند گامی اساسی برای سالم سازی محیط رسانه ای و به تبع آن محیط اجتماعی باشد.

در تحقیقی که نویسنده این مقاله در سال ۱۳۸۴ انجام داده است. (مسعودی، ۱۳۸۴ b). به بررسی «جامعه اطلاعاتی در برابر چالش های نظارتی فن آوری اطلاعات و ارتباطات، چشم انداز ایران در سال ۱۴۰۰ هجری شمسی» پرداخته است.

این تحقیق که به روش دلفی و پس از انجام سه دور مصاحبه های عمقی با ۱۷ تن از متخصصان و استادان جامعه اطلاعاتی به انجام رسیده است به ۱۸ پیش بینی پیرامون آینده جامعه نظارتی در ایران دست یافته است. برخی از این پیش بینی ها می تواند در برنامه ریزی برای کاهش آسیب های کاربران جوان از رسانه های جدید کمک نماید. در این تحقیق جامعه نظارتی این گونه تعریف شده است:

«جامعه تحت نظارت یا جامعه نظارتی: جامعه ای که در آن با رایانه ای شدن، بیشتر فایل های اطلاعاتی که در مکان های جداگانه برای مقاصد خاصی نگهداری می شوند، امکان دسترسی دیگران به این اطلاعات فراهم می شود». (مسعودی، ۱۳۸۴ b: ۱۶۴)

در این تحقیق به دو شیوه نظارت الکترونی در جامعه نظارتی اشاره شده است. نظارت خود انگیخته یا خود نظارتی و نظارت دگر انگیخته یا دگر نظارتی:

«نظارت خود انگیخته: نظارت مبتنی بر اطلاعات ارائه شده به صورت ارادی از سوی افراد در جامعه اطلاعاتی است». (مسعودی، ۱۳۸۴ b: ۱۹۴)

و در تعریف نظارت دگر انگیخته آمده است:

«نظارت مبتنی بر جمع آوری اطلاعات توسط دولت ها، سازمان ها و یا افراد حقیقی و حقوقی از دیگرانی که خلاف اراده اشان می باشد». (مسعودی، ۱۳۸۴ b: ۱۹۵-۱۹۴).

سپس محقق به پیش بینی هایی از نگاه متخصصان دست یافته است که برخی از آن ها از

این قرارند: (مسعودی: ۱۳۸۴ a).

- با پیشرفت فن آوری های نوین ارتباطی ، صاحبان وسایل ارتباطی الکترونی می توانند بر بسیاری از رفتارها و گفتارهای مردم نظارت کنند.
- این پیش بینی به شفاف سازی ارتباطات انسانی در جامعه آینده ایران باورمند است.
- شهروندان ایرانی در ۲۰ سال آینده در برابر «دگر نظارتی» دولت ها بر رفتار شهروندان ، مقابله و ایستادگی خواهند کرد. این مقاومت در حوزه جریان های جهانی صورت می گیرد.
- در ۲۰ سال آینده ، « خود نظارتی الکترونیکی و تمایل شهروندان به نظارت » ، بیش از «دگر نظارتی در الکترونی (یعنی نظارتی که شهروندان به آن تمایل ندارند) خواهد بود.
- این تمایل به معنی رعایت سالم سازی محیط و استفاده صحیح از رسانه های جدید توسط شهروندان و به ویژه جوانان خواهد بود.
- در ۲۰ سال آینده، نظارت الکترونی دولت بر رفتار شهروندان به صورت قانونمند در جامعه اعمال خواهد شد.
- نظارت الکترونی بر جامعه ، آزادی های شهروندان را محدود می کند. این محدودیت ها اگر قانونمند باشد به نفع جامعه خواهد بود و در غیر این صورت تمایل شهروندان را به گریز از «دگر نظارتی» یا «نظارت دگرانگیخته» متمایل می کند.
- نظارت الکترونی ، ۲۰ سال آینده در ایران، کار نظارت را برای ناظران سریع تر و دقیق تر خواهد کرد.
- نظارت الکترونی در ۲۰ سال آینده ، زمینه شفاف شدن رفتارهای ، شهروندان ایرانی را فراهم می کند. زیرا آن ها رفتارهای خود را در معرض دید و قضاوت ناظران می بینند و سعی میکنند مرتکب خطا و اشتباه نشوند.
- پس از انجام تحلیل عاملی برای شناختن مؤلفه های اصلی و پنهانی در متغیرهای پیش بینی شده توسط صاحب نظران (یعنی ۱۸ پیش بینی) ۶ متغیر جدید شناسایی شد و با عناوین زیر نامگذاری گردید :
- ۱. نظارت حریم شخصی : منع افراد برای ورود به حریم خلوت و شخصی دیگران.

۲. نظارت الکترونی: استفاده از فن آوری های کنترل و نظارت به جای نظارت و کنترل فیزیکی.

۳. نظارت فرهنگی (خود نظارتی): آموزش فرهنگی جوانان به عنوان بهترین وسیله مصون سازی آن ها

۴. مالکیت نظارت: مالکان رسانه ها بر وسیله مورد استفاده نظارت کنند.

۵. ایجاد مرکز داده های ملی: برای دور شدن نظارت و کنترل بیگانگان بر سرورهای ایرانی.

۶. نظارت قانونی: منع نظارت های خودسرانه افراد و نهادها بر دنیای مجازی جوانان که موجب هرج و مرج شود.

رعایت هر کدام از این متغیر ها می تواند در کاهش آفات رسانه های جدید در زندگی جوانان و به ویژه زمان فراغتشان موثر باشد.

در یک جمع بندی برای کنترل رفتارهای جوانان ایرانی در معرض رسانه های جدید و برحذر داشتن آن ها از سوء استفاده های احتمالی (اعم از یورنوگرافی ، رعایت حقوق مؤلف ، حفظ حریم شخصی و ...) می بایست علاوه بر آموزش جوانان از امکانات «دگر نظارتی» دولت و مسئولان استفاده کرد اما بیشترین توان را بر افزایش «خود نظارتی» جوانان معطوف داشت.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

جمع بندی و نتیجه گیری

پدید آمدن رسانه های جدید که در پی تحولات پرشتاب فن آوری های ارتباطی به وقوع پیوست، نسل جوان را در دنیا و ایران به استفاده از این وسایل ارتباطی جذاب و کارآمد واداشته است.

رسانه های جدید و شبکه جهانی اینترنت موجب شکل گیری «جامعه اطلاعاتی» شدند و به موازات شکل گیری این جامعه ، «جامعه نظارتی» یا فرآیند و سیستم نظارت الکترونی بر داده ها و اطلاعات شکل گرفته است. رسانه های جدید دارای ویژگی هایی هستند که آن ها

را از رسانه های پیش از خود متمایز می کنند. از جمله این ویژگی ها می توان از تعاملی بودن ، جمع زدایی ، ناهمزمانی، اضافه بار اطلاعاتی ، پوشیدگی و عدم تمرکز یاد کرد. نسل جوان ایران که بیشترین درصد جمعیت کشورمان را در بر می گیرند به عنوان نسلی «خود بنیاد»، استقبال گسترده ای را از رسانه های جدید به عمل آورده اند، این نسل می بایست از آسیب های رسانه ها برحذر باشند، آسیب هایی چون " زوال دوران کودکی"، می تواند به عنوان آسیب هایی جدی در میان نسل جوان ما که نسلی پویا و فعال است. زیان ها و ضررهایی وارد کنند.

نسل جوان ایرانی که مخاطبان پویا و نه منفعل در برابر رسانه های جدیدند می بایست از طریق آموزش و کسب مهارت های لازم به خود کنترلی و «خود نظارتی» هدایت شوند. از سوی دیگر تحقیقات نشان می دهند که «دگر نظارتی» در آینده به کمک نسل جوان خواهد آمد و به شفاف شدن رفتارهای جوانان در برابر جامعه منتهی خواهد شد. در این شفافیت شهروندان از رفتارهای غیرقانونی و خلاف عرف جامعه خودداری خواهند کرد.

براین اساس، رسانه های جدید علیرغم ایجاد فرصت های تازه، تهدیدهایی را هم متوجه کاربران خواهند کرد. نظارت الکترونی بر رفتارهای کاربران به دو صورت «دگر نظارتی» و «خود نظارتی» می تواند نسل کاربران جوان رسانه های جدید را از آسیب های ارتباطی محافظت کند.

منابع

- اکسفورد، بری و ریچارد هاگینز (۱۳۸۷)، رسانه های جدید و سیاست، مترجم بابک دریگی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری.
- افروز، دکتر غلامعلی، (۱۳۸۸). « بررسی نقش رسانه ها در تربیت جوانان » :
- <http://maroofyaran.net/ketabkhane/maghalat/092.aspx>.
- ایریتین، (۱۳۸۳)، « موبایل های جدید مخصوص جوانان » :
- <http://www.Iritn.com/print.php?id=3112> 2007/06/04
- ایکتنا (۲۰۰۷)، « گزارش خواندنی از آمار موبایل، اینترنت، بلاگر و تلویزیون در ایران » :
- <http://www.Ictna.ir/cgi-bin/pf.cgi?doc=http://www.ictna.ir/report/archives/013681.html> 2007/06/04
- بابایی، نسرين (۱۳۸۳)، درآمدی بر ورود تکنولوژی ارتباط جمعی به ایران و تحولات ناشی از آن، تهران: مؤسسه انتشارات الیاسی.
- پاک سرشت، سلیمان. « مصرف اینترنت در سبک های فراغتی جوانان تهرانی»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطی، سال ۲، ش ۵، (بهار ° تابستان ۱۳۸۶).
- پستمن، نیل، (۱۳۸۷)، نقش رسانه های تصویری در زوال دوران کودکی، مترجم دکتر صادق طباطبایی، تهران: انتشارات اطلاعات.
- تامپسون، جان بروکشایر، (۱۳۷۹)، رسانه ها و نوگرایی اجتماعی درباره رسانه ها، مترجم علی ایثاری کسمایی، تهران: ایران.
- پستمن، نیل (۱۳۸۷). نقش رسانه های تصویری در زوال دوران کودکی، مترجم صادق طباطبایی، تهران: انتشارات اطلاعات.
- حسین پاکدهی، علیرضا. (۱۳۷۳): «تکنولوژی های ارتباطی و نظام های اجتماعی»، فصلنامه رسانه، سال پنجم، شماره ۲، تابستان ۱۳۷۳.

- راجرز ، ایورت. ام. (۱۳۷۴)، «تکنولوژی ارتباطی و رسانه های نوین در جامعه»، مترجم سیما و احمد جعفری چما زکتی، روزنامه قدس مشهد ، ۲۵ آذر ۱۳۷۲ شماره ۱۷۴۱ و روزنامه اطلاعات ۳۰ اردیبهشت ۱۳۷۴ .
- زند کریمخانی ، محمد ، (۱۳۸۵) ، « بررسی انگیزه های وبلاگ نویسی و ارتباط آن با ویژگی های جمعیت شناختی وبلاگ نویس های فارسی زبان ایرانی»، پایان نامه دوره کارشناسی ارشد مدیریت رسانه ، دانشکده صدا و سیما، تهران.
- سازمان ملی جوانان (۱۳۷۶)، گزارش چگونگی گذراندن اوقات فراغت ، بررسی جوانان جامعه شهری.
- سازمان ملی جوانان (۱۳۸۴) ، جوانان و گذراندن اوقات فراغت ، گزارش منتشر نشده .
- محمدی دکتر محمد علی (۱۳۸۳)، جوانان و مناسبات نسلی در ایران ، تهران : پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- مسعودی ، امیدعلی (۱۳۸۴a) ، «آینده نگری چالش های نظارت الکترونی در جامعه اطلاعاتی ایران» ، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی ، پاییز ۱۳۸۴ ، شماره ۳۱.
- مسعودی ، امیدعلی (۱۳۸۴ b) ، «جامعه اطلاعاتی در برابر چالش های نظارتی فن آوری اطلاعات و ارتباطات ، چشم انداز ایران در سال ۱۴۰۰ هجری شمسی» ، رساله دکتری علوم ارتباطات ، دانشکده علوم اجتماعی ، دانشگاه علامه طباطبایی ، تهران.
- مسعودی ، امیدعلی (۱۳۸۲) ، «جامعه نظارتی ، ره آورد عصر ارتباطات» ، فصلنامه رسانه ، سال چهاردهم ، شماره ۵۳ ، بهار ۱۳۸۲ .
- معتمدی ، اسفندیار (۱۳۷۶) ، وزارت پست و تلگراف و تلفن : دیروز ، امروز ، فردا ، تهران : اداره کل روابط عمومی شرکت مخابرات ایران و انتشارات مدرسه.
- موسیوند ، مصطفی (۱۳۸۷) ، "تحلیل وبلاگ های ایرانی در رسانه جهانی اینترنت"، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت فرهنگی ، مرکز آموزش عالی تربیت مربی عقیدتی ، شهید محلاتی سپاه پاسداران ، قم .

- وبستر، فرانک (۱۳۸۰)، نظریه های جامعه اطلاعاتی، مترجم اسماعیل قدیمی، تهران: قصیده سرا.
- واترز، استفان (۱۳۸۶)، اینترنت و پیامدهای اجتماعی آن، مترجم مریم مشایخ، تهران: شرکت سهامی کتابهای جیبی.

- Beniger, James R. (۱۹۸۶) The control Revolution : Technological and Economic Origins of the Information society. Cambridge : Harvard University press.
- Flaherty David , H., Emeritus professor(2005) : [http://www.Ssc.UWO.ca/history/Faculty staff/profs . Flaherty. Hmtl,](http://www.Ssc.UWO.ca/history/Faculty%20staff/profs.Flaherty.html) 2005/07/24.
- Lyon David (1994), The Electronic Eye : The Rise of Surveillance Society, cambridge : polity press .
- Osgerby Bill , (2004) , Youth Media , Oxon : Routledge .
- Marx, Gary, T. (1985) . " The Surveillance Society : The Threat of 1984 style Techniques " , in the futurist, jane , 1985 .
- Pastor , Michael , (2002) "Internet key to communication Among Young " , Cyber Atlas , 25 January, Cyberatlas, internet. Com / big ° picture/demographics/ article / O., 5901 ° 961881 , 00. html.
- Watters Stephen , (2001) , Real solutions for Overcoming Internet Addictions, Michigan.



پروفیسر شگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی