

اطلاعات

A FORNOCLOGY

چکیده

با توجه به گستردگی جامعه اطلاعاتی و تغییرات اساسی و زیربنایی که جامعه اطلاعاتی با خود به همراه دارد، باید دید که رسانه‌های جمعی از جمله روزنامه‌ها چه واکنشی می‌توانند از خود نشان دهند تا زمینه لازم برای ورود به این جامعه را فراهم و افکار عمومی را با زوایای گوناگون این جامعه آشنا سازند. تحقیق حاضر بر آن است تا با تحلیل مطالب و بررسی آماری روزنامه‌های کثیرالانتشار ایران، میزان و نحوه انعکاس اخبار و مطالب مربوط به جامعه اطلاعاتی را مورد واکاوی قرار دهد.

کلید واژه‌ها: روزنامه، رسانه جمعی، جامعه اطلاعاتی.

**نحوه و میزان انعکاس مطالب مربوط
به جامعه اطلاعاتی در روزنامه‌های
کثیرالانتشار کشور**

عاطفه ارکان

نحوه و میزان انعکاس مطالب مربوط به جامعه اطلاعاتی

در روزنامه‌های کثیرالانتشار کشور

عاطفه ارکان^۱

مقدمه

«هنگامی که عادات و احوال بشر یکسره تغییر یابد، چنان است که گویی آفریدگان از بن و اساس دگرگون شده‌اند و سرتاسر جهان دچار تحول و تغییر گردیده است، گویی خلقی تازه و آفرینشی نو بنیاد و جهانی جدید پدید آمده است» (ابن خلدون، به نقل از رجایی، ۱۳۸۲، ۳۱). بشر از ابتدای خلقتش همواره خواهان دگرگونی و تغییر و تحول بوده است و در این هزاره یعنی در هزاره سوم میلادی جهان با نام جامعه جدیدی روبه‌رو شد که این جامعه به منطقه، کشور، و یا قاره‌ای خاص اختصاص نداشت. این جامعه نوظهور که با نام جامعه اطلاعاتی به جهانیان معرفی شد چهره خود را با تغییراتی نمایان کرد، تغییراتی که در تمام زوایای زندگی بشر این هزاره نفوذ می‌کند و آن را متحول می‌سازد.

هرچند که انسان امروز در حال حاضر وارد هزاره سوم شده است و خود را مهیای ورود به جامعه اطلاعاتی می‌سازد اما نباید فراموش کند که سه انقلاب را پشت سر گذاشته است که هر کدام به نحوی زندگی او را متحول ساخته‌اند.

تافلر از سه انقلاب با عنوان سه موج در زندگی بشر نام می‌برد، موج اول با اختراع کشاورزی همراه است که هزاران سال طول کشید و جایگزین جوامع شکارچی اولیه شد.

۱. کارشناس ارشد پژوهش در علوم اجتماعی

موج دوم انقلاب صنعتی نام گرفت و خانواده هسته‌ای را با خود به همراه آورد که بر مبنای تولید، توزیع، مصرف، آموزش، تفریح، و رسانه‌های همگانی است. انسان ۳۰۰ سال در این دوره حضور داشته و موج سوم که جامعه پسا صنعتی نام گرفت و از نظر تافلر از اواخر دهه ۱۹۵۰ بیشتر کشورها از جوامع موج دوم به سمت آنچه که جامعه موج سوم می‌نامید حرکت می‌کنند. این دوره را عصر الکترونیک، عصر اطلاعات و یا عصر فراصنعتی نیز می‌نامند (تافلر، ۱۹۸۰). موج سوم و یا به عبارتی انقلاب اطلاعات و ارتباطات نقش کلیدی و حساسی در حوادث جهان دارد. استفاده از پست تصویری، شبکه‌های جهانی کامپیوتر پخش ماهواره‌ای و کامپیوترهای شخصی شیوه زندگی را دگرگون ساخته است و سبب تحول در ساختارهای سیاسی، اجتماعی، و اقتصادی شده است (ریمر^۱، ۱۹۸۹، ص ۱۳۵).

این سه انقلاب هر کدام به تنهایی در رفتار انسان تأثیرگذار بوده‌اند؛ لذا زندگی اجتماعی انسان را متحول کرده‌اند، به صورتی که زندگی بشر امروز با زندگی گذشته‌اش تفاوت فاحشی پیدا کرده و زندگی او زیر و رو شده است. پس اگر به قول تافلر زمین نماد عصر کشاورزی (تافلر، ۱۹۸۰) و کارخانه‌ها نماد عصر صنعتی شدن جوامع است، می‌توان گفت اطلاعات نماد عصر حاضر است و در این دوره انسان با پدیده‌های اجتناب‌ناپذیری مانند ناپایداری، تجدد و تازگی، تنوع و کثرت مواجه است و رابطه انسان با افراد، اشیاء، مکان‌ها، سازمان‌ها و نهادها به‌طور مداوم در حال ناپایدار شدن، تازه‌تر شدن و متنوع‌تر شدن است (تافلر، ۱۳۷۲، ۹).

از دیدگاه تافلر ما در حال ایجاد یک جامعه جدید هستیم نه یک جامعه تغییر یافته و نه یک گونه گسترده‌تر و وسیع‌تر از زندگی جامعه امروز، بلکه یک جامعه جدید را خلق می‌کنیم که امواجی از پدیده‌های نو را به زندگی هزاران نفر می‌فرستد، تغییراتی که در عمق زندگی شخصی نفوذ می‌کند و ساختار خانواده سنتی، روابط پیر و جوان، مفاهیم کار و آموزش و... را تغییر می‌دهد (تافلر، ۱۹۷۰، ص ۱۶۵).

بنابراین، بشر امروز در عصری زندگی می‌کند که از سوی صاحب‌نظران «عصر اطلاعات» نام گرفته است زیرا به دلیل فزونی اطلاعات انسان انقلاب اطلاعات را تجربه کرده و به دنبال آن وارد «جامعه اطلاعاتی» یا «جامعه فراصنعتی» می‌شود. این نام‌گذاری‌ها نشان‌دهنده دگرگونی و تحولی عظیم که دارای اهمیت فوق‌العاده‌ای در تمام زمینه‌هاست.

1. Rimer

«جامعه اطلاعاتی» در دهه ۱۹۶۰، در غرب مطرح شد اما به طور کلی اولین کشوری که به اطلاعات به عنوان سرمایه پی برد کشور ژاپن بود. اما امریکا از این مسئله به سرعت استفاده کرد و از آن در برنامه های میان مدت و بلندمدت توسعه ملی استفاده کرد و بعدها اروپاییان به جنبه های اقتصادی «جامعه اطلاعاتی» پی بردند و در برنامه های خود از آن استفاده کردند (یزدان پور، ۱۳۸۲، ص ۱۲).

مفهوم جامعه اطلاعاتی در نیمه دوم دهه ۱۹۹۰ به کرات از سوی پژوهشگران محافل دانشگاهی و مطبوعات مورد استفاده قرار گرفت. ظهور «جامعه اطلاعاتی» که صاحب نظران، آغاز جدی آن را به ابتدای دهه ۹۰ میلادی و بعد از فروپاشی شوروی سابق نسبت می دهند بیش از هر چیز مرهون گسترش جهانی ارتباطات الکترونیک و ورود اینترنت به جوامع است (فرقانی، ۱۳۸۲، ص ۱).

به دلیل ورود به این جوامع اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی به پیشنهاد اتحادیه بین المللی ارتباطات دور (مینه آپولیس) و با حمایت دبیر کل سازمان ملل و نهادهای تخصصی آن در سال ۲۰۰۳ آغاز به کار کرد. این اجلاس یکی از رویدادهای بزرگ آغاز قرن بیست و یکم است و به دلیل اینکه در نوع خود برای اولین بار تشکیل شده است و تاکنون گردهمایی با این وسعت در زمینه اطلاعات و ارتباطات تشکیل نشده از نظر تاریخی بی نظیر است (معتمدنژاد، ۱۳۸۲، ص ۵۴).

از آنجا که تا سال ۲۰۰۵ اولین کشورها وارد جامعه اطلاعاتی می شوند، هدف این دو اجلاس آماده کردن جوامع برای ورود به جامعه ای است که دانش زیربنای آن است. این اجلاس دارای دو مرحله است:

- مرحله نخست، از ۱۰ تا ۱۲ دسامبر ۲۰۰۳ در ژنو سوئیس برگزار شده است.
- مرحله دوم، در شهر تونس در کشور تونس از ۱۶ تا ۱۸ نوامبر برگزار شده است. در دوره نخست حداقل ۶۲ کشور از جمله ایران و بیش از ۱۳ هزار نفر از روشنفکران و متفکران از سراسر جهان در این اجلاس شرکت کرده اند. در اجلاس اول به طیف وسیعی از موضوعات در ارتباط با جامعه اطلاعاتی پرداخته شد و دو سند «اعلامیه اصول» و «برنامه عمل» به تصویب رسید. در اجلاس دوم به موضوعات مربوط به توسعه پرداخته شد و پیشرفت های صورت گرفته مورد ارزیابی قرار گرفت (لواسانی، ۱۳۸۲، ص ۱۳).

در نخستین مرحله اجلاس (اعلامیه اصول) و (برنامه عمل) به تصویب رسید که بسیاری از اهداف جامعه اطلاعاتی را مورد توجه قرار داد.

الف. اعلامیه اصول^۱

در بالای اعلامیه اصول عنوان «ایجاد جامعه اطلاعاتی: چالشی جهانی برای هزاره جدید» نقش بسته است. مطالب این اعلامیه در سه بخش آمده است:

– بخش یک اعلامیه، که با زیر عنوان «استنباط مشترک ما از جامعه اطلاعاتی» (Our Common Vision of the Information Society).

– بخش دوم اعلامیه که زیر عنوان «یک جامعه اطلاعاتی برای همه: اصول بنیادی» (An Information Society for All: Key Principles). (Ibid, B) برای آن در نظر گرفته شده است دارای ۱۱ بند است.

– بخش سوم با زیر عنوان «به سوی جامعه اطلاعاتی برای همه و مبتنی بر دانش مورد» (Towards an Information Society for All Based on Shared Knowledge).

ارائه شده است، تعهد کشورهای تصویب‌کننده اعلامیه، برای همکاری در مقابله با مسائل و چالش‌های جامعه اطلاعاتی، اشتراک و تحقق «برنامه عمل» مصوب اجلاس عالی سران، پی‌گیری و ارزیابی چگونگی اجرای این برنامه عمل، و به‌ویژه، کوشش‌های مربوط به کاهش شکاف دیجیتال و کارایی و ثمربخشی سرمایه‌گذاری‌های ضروری در این زمینه‌ها و اطمینان کامل آنان به پیشبرد جامعه اطلاعاتی، با کمک و همکاری تمام مردم جهان، گشودن راه ایجاد یک جامعه معرفتی واقعی، مورد تأکید قرار گرفته‌اند (معمدنژاد، ۱۳۸۲، ص ۴-۵).

ب. برنامه عمل^۲

برنامه عمل مکمل اعلامیه اصول است که دارای شش بخش و ۲۹ بند است که شش بخش آن عبارت‌اند از:

– نخستین بخش این سند حقوقی بین‌المللی، به مقدمه اختصاص یافته است.
– بخش دوم به «هدف‌ها، نقطه‌نظرها و مقصدهای خاص طرف توجه» برنامه عمل اختصاص داده شده است (Objectives, goals and targets).

– بخش سوم، به معرفی «خط‌مشی‌ها» (Action Lines) پرداخته است.
– در بخش چهارم «برنامه عمل» مصوب اجلاس جهانی سران، «دستورکار همبستگی دیجیتال» (Digital Solidarity Agenda). برای معرفی اولویت‌ها و راهبردهای توسعه‌ای و تدارک و توسعه منابع مالی ضروری برای مقابله با شکاف دیجیتال، بیان شده است.
– بخش پنجم «برنامه عمل» که دارای یک بند است، چگونگی پی‌گیری و ارزیابی کمی

1. Declaration Of Principles
2. Action Plan

و کیفی اجرای «برنامه عمل» و تحقق هدف‌ها، نقطه نظر‌ها و مقصدهای مورد نظر آن را مطرح کرده است (Follow-up and evaluation).

– و در نهایت بخش ششم، که با عنوان «به سوی مرحله دوم اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی در تونس» (معمدنژاد، ۱۳۸۲، ص ۶).
(Towards WSIS phase 2 (Tunis).

مواردی در برنامه عمل در ژنو پیش‌بینی شده که به عنوان برنامه، وظیفه مبرم دولت‌های ملی و جامعه بین‌المللی است که می‌بایست در ۱۲ سال آینده مدنظر قرار گیرد، از جمله:

– تمام روستاها تا سال ۲۰۱۰ میلادی، محله‌ها و جوامع تا سال ۲۰۱۵ به اینترنت وصل شوند؛

– همه دانشگاه‌ها تا سال ۲۰۰۵، مدارس متوسطه تا سال ۲۰۱۰ و مدارس ابتدایی تا سال ۲۰۱۵ به اینترنت متصل شوند؛

– تمام ادارات دولت مرکزی تا سال ۲۰۰۵ و همه ادارات دولتی و محلی تا سال ۲۰۱۰ نشانی وب‌سایت و ایمیل داشته باشند (رسانه، ۱۳۸۲، ص ۱).

همان‌گونه که انقلاب صنعتی مقدمه‌ای برای ورود به جامعه صنعتی بود. انقلاب اطلاعاتی نیز می‌تواند زمینه‌ساز ورود به دوره‌ای باشد که بشارت‌دهنده جامعه‌ای است اطلاعاتی، برای بشری که از سده بیستم وارد قرن بیست و یکم می‌شود. البته ورود به جامعه اطلاعاتی برای تمام جوامع با هر فرهنگ و ملیتی گریزناپذیر است. مسئله مهم این است که کشورها باید هوشیاری کامل و برنامه‌ریزی مناسب خود را مهیای ورود کنند، تا مجبور به پذیرش و ورود «جامعه اطلاعاتی» نشوند؛ زیرا در آن زمان فرصتی برای تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی نیست و مجبورند شرایط تحمیلی را بپذیرا باشند. پس با حساس‌گری و برنامه‌ریزی باید خود را آماده ورود به «جامعه اطلاعاتی» کرد تا شرایط بر ما تحمیل شود.

بنابراین کشورهای جهان سوم باید به «جامعه اطلاعاتی» به عنوان یک فرصت نه یک تهدید نگاه کنند. هرچند که «جامعه اطلاعاتی» با خود تأثیرات منفی و زیانباری به همراه دارد ولی در کنار آن آنقدر فرصت و امکان جدید برای رشد و توسعه فراهم می‌کند که هر کشوری بتواند کم و بیش به اندازه استطاعت خود از آن سود ببرد و فقط یک مدیریت مبتنی بر دانایی می‌تواند تن به فرصت‌سوزی ندهد (فرقانی، ۱۳۸۲، ص ۲۳).
با توجه به مطالب مورد اشاره فوق، و با گسترده‌گی این جامعه و تغییرات اساسی و زیربنایی که جامعه اطلاعاتی با خود به همراه دارد باید دید که رسانه‌های جمعی کشورها از جمله ایران

چگونه می‌توانند زمینه لازم برای رود به این جامعه را فراهم و افکار عمومی را با زوایای گوناگون این جامعه آشنا سازند. زیرا جامعه اطلاعاتی با فرصت‌ها و امکاناتش و چالش‌ها و تهدیداتش دیر یا زود تمام جوامع را با خود همراه می‌سازد و اطلاعات زیربنای امور می‌شود. جامعه اطلاعاتی که خواهان فراگیری است ایران را مستثنی نمی‌سازد و در این میان آگاهی افکار عمومی از طریق رسانه‌های گروهی برای زمینه‌چینی در ورود به این جامعه نقش به‌سزایی دارد. روزنامه‌ها به‌عنوان یک وسیله ارتباطی مکتوب که در ارتقاء آگاهی و بینش افراد جامعه و روشن شدن افکار عمومی سهم دارند و می‌تواند در شناسایی و معرفی این جامعه نوظهور به توده مردم کمک کند، نویسنده را بر این داشته است تا به تحلیل مطالب و بررسی آماری شش روزنامه کثیرالانتشار کشور (روزنامه‌های ایران شرق، اطلاعات، کیهان، رسالت و جمهوری اسلامی)، میزان و نحوه انعکاس اخبار و مطالب مربوط به جامعه اطلاعاتی بپردازد.

روش کار

الف. به منظور مطالعه رسانه‌های مورد اشاره، در آذر و دی ماه ۱۳۸۲ هم‌زمان با برگزاری نشست سران درباره جامعه اطلاعاتی در ژنو جمعاً ۵۶۵ مطلب با توجه به موضوع تحقیق از شش روزنامه کثیرالانتشار شامل روزنامه‌های ایران، شرق، اطلاعات، کیهان، رسالت، و جمهوری اسلامی استخراج و مورد بررسی قرار گرفت.

این تحقیق براساس نظریه نیازجویی شکل گرفته است. براساس این نظریه:

— مخاطب فعال در نظر گرفته شده است.

— در فرایند ارتباطات جمعی خلاقیت در ارتباط، نیاز به خشنودی دارد و انتخاب رسانه برعهده مخاطب است.

— رسانه‌ها برای ارضای نیاز مخاطبان با یکدیگر رقابت می‌کنند (سورین و تانکارد^۱، ۱۹۹۷، ص ۳۲۹).

رویکرد استفاده و خشنودی یادآور می‌شود که افراد از رسانه‌ها برای مقاصد بسیار متفاوتی استفاده می‌کنند و از آن جهت که ما در حال حرکت به سوی عصر اطلاعات هستیم و استفاده‌کنندگان از رسانه‌ها با انتخاب‌های خیلی بیشتری روبرو هستند این نظریه ممکن است از جایگاه خوبی برخوردار شود. بدیهی است که استفاده‌کنندگان رسانه‌ها که با تلویزیون کابلی با ۱۰۸ کانال سروکار دارند یا دستگاه ویدیویی دارند که به وی امکان تغییر زمان، بایگاہی و تماشای مجدد برنامه‌های تلویزیون را می‌دهد مخاطب فعال‌تری است تا مصرف‌کننده سنتی رسانه در چند سال پیش (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱، ص ۴۳۷).

1. Severin and Tankard

ب. هم‌چنین به منظور بررسی مطالب مربوط به جامعه اطلاعاتی در شش روزنامه ذکر شده از روش تحلیل محتوا که برای بررسی و پژوهش در محتوای پیام‌ها استفاده می‌شود بهره گرفته شده است.

پیشینه پژوهش

با توجه به بررسی‌های انجام شده دو پایان‌نامه در ارتباط با جامعه اطلاعاتی به نگارش درآمده است:

سعادت آقاجانی (۱۳۸۱) به بررسی سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های ارتباطی ایران برای ورود به جامعه اطلاعاتی پرداخته است.

در این پایان‌نامه آمده، ایران علاوه بر معضلات و چالش‌های درونی، موانع فراوانی در راه رسیدن به جامعه اطلاعاتی دارد که تنها با فائق آمدن بر آنها و کاهش موانع و معضلات داخلی و خارجی، می‌تواند برای رسیدن به جامعه مطلوب اطلاعاتی خود امیدوار باشد، در غیر این صورت کشور باید خود را آماده سازد تا در آینده‌ای نه چندان دور، در نظام رقابتی بین‌المللی، به حاشیه رانده شده و فرصت‌های حضور در جامعه اطلاعاتی و استفاده از مزیت‌ها و امکانات آن را از دست بدهد. پس با برخورداری از استراتژی ملی که برپایه تعاریف مشترک و واحد بنا شده باشد و دستگاه‌های ذیربط برای اجرای این استراتژی همت داشته باشند، می‌توان گفت که در آینده‌ای نه چندان دور جامعه ایرانی نیز همانند جوامع و ملل پیشرفته، از امکانات و مزایای جامعه اطلاعاتی استفاده نماید.

تحقیق دیگر با عنوان بررسی اسناد اجلاس‌های جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی (WSIS) و آزادی اطلاعات توسط بی‌بی‌سادات میراسماعیلی (۱۳۸۲) انجام گرفته است.

هدف اصلی این تحقیق بررسی روند مصوبات اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی و آزادی اطلاعات و هم‌چنین آشنا کردن ایران با مباحث اصلی پیرامون جامعه اطلاعاتی و آزادی اطلاعات در اسناد سازمان ملل برای کمک به مشارکت فعالانه ایران در جامعه اطلاعاتی است.

وی نشان می‌دهد که این اسناد بیشترین تأکید را بر موضوع جریان آزاد اطلاعات در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی داشته؛ هم‌چنین بیشترین تأکید بر ایجاد آزادی‌های عمومی از سوی دولت داشته است. در بررسی موضوع آزادی اطلاعات در اسناد بیشترین تأکید بر جریان آزاد عقاید از طریق کلمه و تصویر ثبت شده است.

پژوهش حاضر نیز به نوبه خود موضوعی جدید است که به بررسی و تحلیل

مطالبی که در ارتباط با جامعه اطلاعاتی در روزنامه‌های کثیرالانتشار پرداخته است تا میزان توجه این روزنامه‌ها به جامعه اطلاعاتی مشخص گردد.

با توجه به اهمیت موضوع فرضیه‌های زیر مورد آزمون قرار گرفته‌اند:

۱. بین میزان استفاده از مطالب جامعه اطلاعاتی و نوع روزنامه رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۲. بین سبک مورد استفاده برای ارائه مطالب جامعه اطلاعاتی و نوع روزنامه رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۳. بین منبع مورد استفاده برای ارائه مطالب جامعه اطلاعاتی و نوع روزنامه رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۴. بین استفاده از تیتراژ در صفحه اول روزنامه، و نوع روزنامه رابطه معنی‌داری وجود دارد.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

با توجه به فرضیه‌های در نظر گرفته شده داده‌های موجود در یافته‌های تحقیق بیانگر این مطالب هستند:

جدول ۱. توزیع فراوانی برحسب مطالب منتشر شده به تفکیک عنوان روزنامه

روزنامه‌ها	فراوانی	درصد فراوانی
ایران	۱۰۷	۱۸/۹
شرق	۱۶۴	۲۹
اطلاعات	۱۱۱	۱۹/۶
کیهان	۶۴	۱۱/۳
رسالت	۵۴	۹/۶
جمهوری اسلامی	۶۵	۱۱/۵
جمع	۵۶۵	۱۰۰

$$x = 92/47$$

$$df = 5$$

$$p < 0/5$$

از آنجایی که χ^2 دو محاسبه شده مساوی با ۹۲/۴۷ می‌باشد، و بزرگتر از χ^2 جدول برابر با ۱۱/۰۷ است با ۹۵٪ اطمینان و $df = (6-1) = 5$ پس بین میزان استفاده از مطالب جامعه اطلاعاتی و نوع روزنامه رابطه معنی‌داری وجود دارد و فرضیه مورد نظر تأیید می‌شود.

چنانکه جدول فوق نشان می‌دهد از مجموع ۵۶۵ مطلب در ۶ روزنامه مورد بررسی، بیشترین میزان مطالب مربوط به روزنامه شرق برابر با ۱۶۴ مطلب و ۲۹ درصد و بعد از آن روزنامه اطلاعات با ۱۱۱ مطلب و ۱۹/۶ درصد بوده است. کمترین میزان مطالب مربوط به روزنامه رسالت با ۵۴ مطلب و ۹/۶ درصد و روزنامه کیهان با ۶۴ مطلب و ۱۱/۳ درصد بوده است.

جدول ۲. بررسی رابطه میان سبک مطلب و نوع روزنامه

سبک مطلب		خبر		گزارش		تفسیر و نقد		مصاحبه و کنفرانس مطبوعاتی	
نوع روزنامه		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
ایران		۲۷	۱۰/۵	۲۴	۳۴/۳	۵	۱۳	۱۸	۳۲/۱
شرق		۹۵	۳۶/۸	۵	۷/۱	۲۳	۵۰	۹	۱۶/۱
اطلاعات		۵۱	۱۹/۸	۱۴	۲۰	۷	۱۵/۲	۱۵	۲۶/۸
کیهان		۲۵	۹/۷	۱۶	۲۲/۹	۱	۲/۲	۵	۸/۹
رسالت		۱۲	۴/۷	۶	۸/۶	۸	۱۷/۴	۶	۱۰/۷
جمهوری اسلامی		۴۸	۱۸/۶	۵	۷/۱	۱	۲/۲	۳	۵/۴
جمع		۲۵۸	۱۰۰	۷۰	۱۰۰	۴۶	۱۰۰	۵۶	۱۰۰

جدول ۲. ادامه

سبک مطلب		مقاله و یادداشت		سخن سردبیر و سرمقاله		سخنرانی		سایر (اطلاعیه بیانیه و قطنامه)	
نوع روزنامه		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
ایران		۱۸	۲۳/۱	۱	۱۶/۷	۲	۱۰	۱۱	۳۵/۵
شرق		۲۷	۳۴/۶	۳	۵۰	۰	۰	۲	۶/۵
اطلاعات		۱۵	۱۹/۲	۰	۰	۵	۲۵	۴	۱۲/۹
کیهان		۸	۱۰/۳	۰	۰	۳	۱۵	۶	۱۹/۴
رسالت		۶	۷/۷	۲	۳۳/۳	۹	۴۵	۵	۱۶/۱
جمهوری اسلامی		۴	۵/۱	۰	۰	۱	۵	۳	۹/۷
جمع		۷۸	۱۰۰	۶	۱۰۰	۲۰	۱۰۰	۳۱	۱۰۰

$$x = 92/27$$

$$df = 5$$

$$p < 0/05$$

فرضیه شماره ۲. بین سبک مورد استفاده برای ارائه مطالب جامعه اطلاعاتی و نوع روزنامه رابطه معنی داری وجود دارد.

از آنجایی که خی دو محاسبه شده مساوی با $1473/31$ می باشد، و بزرگتر از خی دو جدول برابر با $14/07$ است با 95% اطمینان و $df(6-1)(8-1) = 35$ در نتیجه بین سبک مورد استفاده برای ارائه مطالب جامعه اطلاعاتی و نوع روزنامه رابطه معنی داری وجود دارد پس فرضیه مورد نظر تأیید می شود.

جدول شماره ۲ سبک مطالب مورد بررسی را به تفکیک روزنامه‌ها نشان می دهد: براساس داده‌های جدول بیشترین مطالب خبری در روزنامه‌های شرق با ۹۵ مطلب برابر با $36/8$ درصد و اطلاعات با ۵۱ مورد و $19/8$ درصد می باشد. کمترین در روزنامه‌های رسالت با ۱۲ مورد و $9/2$ درصد و کیهان با ۲۵ مطلب و $9/7$ درصد است. بر طبق همین جدول، بیشترین گزارش به روزنامه‌های ایران با ۲۴ مورد و $34/3$ درصد و کیهان با ۱۶ مطلب $22/9$ درصد مربوط می شود. کمترین مورد در این زمینه، روزنامه‌های شرق و جمهوری با ۵ مورد و $7/1$ درصد و رسالت با ۶ مطلب برابر با $8/6$ درصد را در بر می گیرد. در ارتباط با تفسیر و نقد بیشترین مطالب چاپ شده به روزنامه‌های شرق با فراوانی ۲۳ و ۵۰ درصد و رسالت با ۸ مورد و $17/4$ درصد کمترین موارد به روزنامه‌های کیهان و جمهوری اسلامی با ۱ مورد برابر با $2/2$ درصد مربوط می شود.

مصاحبه و همایش مطبوعاتی. بیشترین مطالب در این زمینه مربوط به ایران با ۱۸ فراوانی و $22/1$ درصد و اطلاعات با ۱۵ مطلب و $26/8$ درصد است. کمترین موارد به جمهوری اسلامی با ۳ مورد و $5/4$ و کیهان با ۵ مطلب برابر با $8/9$ درصد است.

مقاله و یادداشت. در این قسمت بیشترین مطالب به روزنامه‌های شرق با ۲۷ مورد برابر با $34/6$ درصد و ایران با ۱۸ مورد و $23/1$ درصد می باشد. کمترین موارد به جمهوری اسلامی با ۴ مطلب و $5/1$ درصد و رسالت با ۶ مورد و $7/7$ درصد اختصاص یافته است.

سخن سردبیر و سرمقاله. بیشترین مقاله و یادداشت به روزنامه‌های شرق با ۳ مطلب و 50 درصد و رسالت با ۲ مطلب و $33/3$ درصد است. کمترین مورد نیز به اطلاعات، کیهان و جمهوری اسلامی بدون هیچ مطلبی است.

سخنرانی. روزنامه رسالت با ۹ مورد و 45 درصد و اطلاعات با ۵ مطلب و 25 درصد بیشترین سخنرانی را به خود اختصاص داده‌اند. کمترین مورد به شرق با ۰ مورد و جمهوری اسلامی با ۱ مطلب و 5 درصد است.

نحوه و میزان انعکاس مطالب مربوط به جامعه اطلاعاتی ... | عاطفه ارکان

سایر (اطلاعیه، بیانیه و قطعنامه). در این مورد بیشتر مطالب به روزنامه‌های رسالت با ۹ مورد و ۴۵ درصد و اطلاعات با ۵ مطلب برابر با ۲۵ درصد است. کمترین موارد به روزنامه‌های شرق با ۰ مطلب و جمهوری اسلامی با ۱ مورد برابر با ۵ درصد اختصاص یافته است.

جدول ۳. بررسی رابطه میان منبع مطلب و نوع روزنامه

منبع مطلب	داخلی		خارجی		تولید		سایر		جمع
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
ایران	۶/۵	۱۲	۶۶/۷	۲	۱۳	۶	۲۱/۷	۲۵	۹/۷
شرق	۴۲/۷	۷۹	۳۳/۳	۱	۱۵/۲	۷	۳۴/۸	۹۵	۳۷
اطلاعات	۲۱/۶	۴۰	۰	۰	۲۶/۱	۱۲	۰	۵۲	۲۰/۲
کیهان	۶/۵	۱۲	۰	۰	۱۰/۹	۵	۳۴/۸	۲۵	۹/۷
رسالت	۲/۲	۴	۰	۰	۱۷/۴	۸	۰	۱۲	۴/۷
جمهوری اسلامی	۲۰/۵	۲۸	۰	۰	۱۷/۴	۸	۸/۷	۴۸	۱۸/۷
جمع	۱۰۰	۱۸۵	۱۰۰	۳	۱۰۰	۴۶	۱۰۰	۲۵۷	۱۰۰

$$x = 59/93$$

$$df = 15$$

$$p < 0/5$$

فرضیه شماره ۳. بین منبع مورد استفاده در مورد مطالب جامعه اطلاعاتی و نوع روزنامه رابطه معنی داری وجود دارد.

از آنجایی که خنی دو محاسبه شده مساوی با ۵۹/۹۳ است، و کوچکتر از خنی دو جدول برابر با ۲۵ است با ۹۵٪ اطمینان و $df = (4-1)(6-1) = 15$ ، پس بین منبع مطلب و نوع روزنامه رابطه معنی داری وجود ندارد و فرضیه مورد نظر رد می‌شود.

بر اساس جدول فوق بیشترین استفاده از منبع داخلی به روزنامه‌های شرق با ۷۹ مطلب برابر با ۴۲/۷ درصد و اطلاعات با ۴۰ مورد و ۲۱/۶ درصد است. کمترین مورد به رسالت با ۴ مطلب و ۲/۲ درصد و کیهان با ۱۲ مطلب و ۶/۵ درصد اختصاص دارد. بیشترین خبر با منبع خبر با منبع خارجی به روزنامه‌های ایران با ۲ مورد و ۶۶/۷ درصد و شرق با ۱ مطلب و ۳۳/۳ درصد اختصاص دارد. کمترین مورد به روزنامه‌های اطلاعات، کیهان، رسالت و جمهوری اسلامی بدون هیچ مطلبی مربوط می‌شود. در مورد تولید روزنامه‌ها، روزنامه‌های اطلاعات با ۱۲ مطلب و ۲۶/۱ درصد و رسالت و جمهوری اسلامی با ۸ مورد و ۱۷/۴

درصد بیشترین مطالب را به خود اختصاص داده‌اند. کمترین مطالب به کیهان با ۵ مورد و ۱۰/۹ درصد و ایران با ۶ مطلب و ۱۳ درصد اختصاص یافته است.

بیشترین مطالب در مورد گزینه سایر به روزنامه‌های شرق و کیهان با ۸ مطلب و ۳۴/۸ درصد؛ و ایران با ۵ مورد و ۲۱/۷ درصد اختصاص یافته است.

جدول ۴. بررسی رابطه میان منبع تیتراژ در صفحه اول و نوع روزنامه

جمع		ندارد		دارد		تیتراژ در صفحه اول
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	نوع روزنامه
۱۸/۹	۱۰۷	۱۸/۶	۹۳	۲۱/۹	۱۴	ایران
۲۹	۱۶۴	۳۰/۷	۱۵۴	۱۵/۶	۱۰	شرق
۱۹/۶	۱۱۱	۱۹	۹۵	۲۵	۱۶	اطلاعات
۱۱/۳	۶۴	۱۱/۸	۵۹	۷/۸	۵	کیهان
۹/۶	۵۴	۹	۴۵	۱۴/۱	۹	رسالت
۱۱/۵	۶۵	۱۱	۵۵	۱۵/۶	۱۰	جمهوری اسلامی
۱۰۰	۵۶۵	۱۰۰	۵۰۱	۱۰۰	۶۴	جمع

$$x = 9/01$$

$$df = 15$$

$$p < 0/5$$

فرضیه شماره ۴. بین استفاده از تیتراژ در صفحه اول روزنامه و نوع روزنامه رابطه معنی‌داری وجود دارد.

از آنجایی که χ^2 دو محاسبه شده مساوی با ۹/۰۱ می‌باشد، و کوچکتر از χ^2 جدول برابر با ۱۱/۰۷ است با ۹۵٪ اطمینان و $df = (6-1)(2-1) = 5$ ، پس بین استفاده از تیتراژ در صفحه اول روزنامه و نوع روزنامه رابطه وجود ندارد و فرضیه فوق رد می‌شود. روزنامه‌های اطلاعات با ۱۶ مورد و ۲۵ درصد و ایران با ۱۴ مورد برابر با ۲۱/۹ درصد بیشترین تیتراژ را در صفحه اول دارد. کمترین مورد به کیهان با ۵ مورد و ۷/۸ درصد و رسالت با ۹ فراوانی و ۱۴/۱ درصد اختصاص دارد.

کمترین تیتراژ در روزنامه‌ها شرق با ۱۵۴ مورد و ۳۰/۷ درصد و اطلاعات با ۹۵ مورد و ۱۹ درصد است. رسالت با ۴۵ مورد و ۹ درصد و جمهوری اسلامی با ۵۵ مورد برابر با ۱۱ درصد روزنامه‌ها هستند که در مرتبه بعد قرار می‌گیرند.

جدول ۵. توزیع فراوانی برحسب مطالب مربوط به فرهنگ

فرهنگ	فراوانی	درصد فراوانی
گفتگوی تمدنها و ادیان	۲۴	۸۵/۷۲
تغییرات و تنوع فرهنگی	۳	۱۰/۷۱
سایر	۱	۳/۵۷
جمع	۲۸	۱۰۰

جدول شماره ۵ گویای این مطلب است که از ۵۶۵ مطلب انتشار یافته فقط ۲۸ مطلب در ارتباط با فرهنگ جامعه اطلاعاتی وجود داشته است که از مجموع آن: بیشترین مورد در زمینه گفتگوی تمدن‌ها و ادیان با ۲۴ مورد و ۸۵/۷۲ درصد است. تغییرات و تنوع فرهنگی نیز با ۳ مورد و ۱۰/۷۱ درصد منتشر شده است. کمترین مطلب ۱ مورد (۳/۵۷ درصد) بوده است که به سایر موارد اختصاص داشته است.

جدول ۶. توزیع فراوانی برحسب مطالب مربوط به سیاست

سیاست	فراوانی	درصد فراوانی
دولت الکترونی، کوچک شدن و شکل‌گیری آن	۳	۳/۲۱
دموکراسی	۲۱	۲۱/۸۷
جامعه مدنی	۴	۴/۱۶
حقوق بشر	۳۵	۳۶/۴۵
شمارش رایانه‌ای آرا	۱۶	۱۶/۶۶
جهانی شدن، شیشه‌ای شدن مرزها و امنیت ملی	۱۵	۱۵/۶۲
سایر	۲	۲/۰۸
جمع	۹۶	۱۰۰

جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که از کلیه مطالب بررسی شده ۹۶ مورد در ارتباط با مسائل سیاسی است که حقوق بشر با ۳۵ مورد و ۳۶/۴۵ درصد بیشترین مطالب را به خود اختصاص داده است. در مرحله بعد، دموکراسی با ۲۱ مطلب و ۲۱/۸۷ درصد و شمارش رایانه‌ای آرا و جهانی شدن، شیشه‌ای شدن مرزها و امنیت ملی به ترتیب با ۱۶ و ۱۵ مورد برابر با ۱۶/۶۶ و ۱۵/۶۲ درصد قرار گرفته‌اند.

در این جدول سایر با کمترین مورد یعنی ۲ فراوانی و ۰/۰۸ درصد است. دولت الکترونی، کوچک شدن و شکل‌گیری آن با ۳ مطلب و ۳/۱۲ درصد و جامعه مدنی با ۴ مورد و ۴/۱۶ درصد منتشر شده است.

جدول ۷. توزیع فراوانی برحسب مطالب مربوط به آموزش

آموزش	فراوانی	درصد فراوانی
استفاده مدارس و دانشگاه‌ها از فن‌آوری اطلاعات	۱۶	۵۳/۳
آموزش از راه دور، آموزش از طریق رسانه و آموزش برای همه	۱۲	۴۰
سایر	۲	۶/۷
جمع	۳۰	۱۰۰

مطابق با جدول شماره ۷ از مجموع ۳۰ مطلب منتشر شده در زمینه آموزش مشاهده می‌شود که استفاده مدارس و دانشگاه‌ها از فن‌آوری اطلاعات با ۱۶ مورد برابر با ۵۳/۳ درصد بیشترین مطالب منتشره را به خود اختصاص داده است. آموزش از راه دور، آموزش از طریق رسانه و آموزش برای همه با ۱۲ مورد و ۵۳/۳ درصد منتشر شده است. این جدول نشان می‌دهد که سایر با ۲ مورد برابر با ۶/۷ درصد کمترین مطالب را به خود اختصاص داده است.

جدول ۸. توزیع فراوانی برحسب مطالب مربوط به اقتصاد

اقتصاد	فراوانی	درصد فراوانی
جهانی شدن اقتصاد و تجارت	۶	۶/۲
واگذاری به بخش خصوصی	۷۸	۸۰/۴
تجارت الکترونیک	۶	۶/۲
بانکداری الکترونیک	۶	۶/۲
سایر	۱	۱
جمع	۹۷	۱۰۰

داده‌های جدول شماره ۸ نشان می‌دهد که از ۹۷ مورد از مطالب به مربوط اقتصاد بیشترین فراوانی مربوط به واگذاری به بخش خصوصی با ۷۸ مورد برابر با ۸۰/۴ به چاپ رسیده است. جهانی شدن اقتصاد و تجارت، تجارت الکترونیک، و بانکداری الکترونیک هر کدام دارای ۶ مورد با ۶/۲ درصد آمده است. کمترین مطلب با ۱ مورد و ۱ درصد به گزینه سایر اختصاص داشته است.

جدول ۹. توزیع فراوانی برحسب مطالب مربوط به اینترنت

درصد فراوانی	فراوانی	اینترنت
۳۸/۹	۲۱	ایجاد مراکز آموزشی و اطلاع‌رسانی و ایجاد سایت
۳۷	۲۰	خدمات الکترونی و اینترنت
۹/۳	۵	سوءاستفاده از اینترنت
۱۴/۸	۸	توسعه دانایی و جنبش نرم‌افزاری
۰	۰	سایر
۱۰۰	۵۴	جمع

جدول شماره ۹ که به اینترنت اختصاص یافته است نشان می‌دهد، از مجموع ۵۴ مطلب منتشر شده: بیشترین فراوانی با ۲۱ مورد و ۳۸/۹ درصد به ایجاد مراکز آموزشی و اطلاع‌رسانی و ایجاد سایت اختصاص یافته است. خدمات الکترونیکی و اینترنت نیز با ۲۰ مورد فراوانی برابر با ۳۷ درصد آمده است. کمترین مورد با ۵ مطلب و ۹/۳ درصد به سوءاستفاده از اینترنت مربوط می‌شود. توسعه دانایی و جنبش نرم‌افزاری ۸ مطلب یعنی ۱۴/۸ درصد را به خود اختصاص داده است.

جدول ۱۰. توزیع فراوانی برحسب مطالب مربوط به رسانه و آزادی بیان

درصد فراوانی	فراوانی	رسانه و آزادی بیان
۱۲/۵	۵	نشریات الکترونی و تعاملی
۳۷/۵	۱۵	آزادی بیان و اطلاع‌رسانی
۴۲/۵	۱۷	انتشار مطبوعات
۷/۵	۳	سایر
۱۰۰	۴۰	جمع

مطابق با جدول شماره ۱۰، از مجموع ۴۰ مطلب انتشار یافته در مورد رسانه و آزادی بیان:

انتشار مطبوعات با ۱۷ مورد و ۴۲/۵ درصد بیشترین مطالب را به خود اختصاص داده است. بعد از آن آزادی بیان و اطلاع‌رسانی با ۱۵ مورد برابر با ۳۷/۵ درصد آمده است. سایر موارد با ۳ فراوانی (۷/۵ درصد) کمترین مورد است. نشریات الکترونیکی و تعاملی نیز با ۵ مورد ۱۲/۵ درصد منتشر شده است.

جدول ۱۱. توزیع فراوانی برحسب مطالب مربوط به سانسور

درصد فراوانی	فراوانی	سانسور
۷۷/۸	۱۴	فیلترگذاری و حذف سایت‌ها
۲۲/۲	۴	سانسور اخبار
۰	۰	سایر
۱۰۰	۸	جمع

داده‌های جدول ۱۱ نشان می‌دهد که در ستون سانسور ۱۸ مطلب مشاهده شده است که بیشتر آن به فیلترگذاری و حذف سایت‌ها با ۱۴ مطلب و ۷۷/۸ درصد اختصاص یافته است. سانسور اخبار با ۴ مورد برابر با ۲۲/۲ درصد منتشر شده است. کمترین مورد به سایر موارد بدون ذکر هیچ موردی آمده است.

جدول ۱۲. توزیع فراوانی برحسب مطالب مربوط به نشست جهانی سران در مورد جامعه اطلاعاتی

درصد فراوانی	فراوانی	نشست جهانی سران در مورد جامعه اطلاعاتی
۱۶	۴	تشکیل جامعه اطلاعاتی و ورود به آن
۶۴	۱۶	برگزاری نشست زنو و حضور ایران و سخنرانی آقای خاتمی
۲۰	۵	برنامه‌ها و چشم‌اندازها و قطعنامه‌ها
۰	۰	سایر
۱۰۰	۲۵	جمع

جدول ۱۲ در ارتباط با نشست جهانی سران در مورد جامعه اطلاعاتی است. از مجموع ۲۵ مطلب منتشر شده، بیشترین مورد در ارتباط با برگزاری نشست ژنو در حضور ایران و سخنرانی آقای خاتمی با فراوانی ۱۶ و ۶۳ درصد است. برنامه‌ها و چشم‌اندازها و قطعنامه‌ها با ۵ مورد و ۲۰ درصد و تشکیل جامعه اطلاعاتی و ورود به آن با ۴ مطلب برابر با ۱۶ درصد چاپ شده است. کمترین مورد مربوط به سایر موارد بدون هیچ مطلبی تعلق دارد.

جدول ۱۳. توزیع فراوانی برحسب مطالب مربوط به عصر اطلاعات

عصر اطلاعات	فراوانی	درصد فراوانی
عصر اطلاعات، انقلاب اطلاعات و استفاده از فن‌آوری‌های اطلاعاتی	۱۰	۳۴/۵
دسترسی آزاد به اطلاعات	۶	۲۰/۷
ایجاد وزارت ارتباطات و فن‌آوری	۶	۲۰/۷
سایر	۷	۲۴/۱
جمع	۲۹	۱۰۰

از مجموع ۲۹ مطلب چاپ شده در زمینه عصر اطلاعات، بیشترین مطلب مربوط به عصر اطلاعات، انقلاب اطلاعات، و استفاده از فن‌آوری‌های اطلاعاتی با ۱۰ مطلب و ۳۴/۵ درصد است. سایر موارد با فراوانی ۷ در رده دوم قرار دارد. هم‌چنین کمترین موارد به دسترسی آزاد به اطلاعات و ایجاد وزارت ارتباطات و فن‌آوری با ۶ مورد برابر با ۲۰/۷ درصد است.

نتیجه

یافته‌های تحقیق حاضر با توجه به اهمیت موضوع در سطح جهانی و اهمیت آن برای ایران نشان می‌دهد که از میان روزنامه‌های مورد بررسی، و از میان ۵۶۵ مورد به دست آمده، روزنامه‌های شرق با ۲۹ درصد و اطلاعات با ۱۹/۶

درصد بیشترین فراوانی مطالب مورد بررسی را به خود اختصاص داده‌اند که نشان‌دهنده اهمیت دادن این روزنامه‌ها به مطالب مربوط به جامعه اطلاعاتی است.

از سوی دیگر، با عنایت به اینکه پرداختن به مسائل مختلف و برجسته‌سازی در خصوص یک مطلب مستلزم پرداختن به موضوع به اشکال مختلف از جمله خبر، مصاحبه، تفسیر و نقد و مانند آن می‌باشد با این حال روزنامه‌های مورد بررسی بیشتر از سبک خبر یعنی ۴۵/۷ درصد استفاده کرده‌اند. بعد از سبک خبر، مقاله و یادداشت با ۱۳/۸ درصد و گزارش با ۱۴/۷ درصد و مصاحبه و همایش مطبوعاتی با ۹/۹ درصد در مرتبه‌های بعدی قرار دارند. از آنجایی که مسئله جامعه اطلاعاتی دارای اهمیت فراوانی است و سخن سردبیر و سرمقاله در روزنامه دارای اهمیت است و پرداختن به مسئله‌ای از طریق آن اهمیت موضوع را خاطر نشان می‌سازد، با این حال بررسی انجام شده نشان می‌دهد که فقط ۱/۱ درصد مطالب مورد بررسی در این قسمت جای گرفته است و نشان می‌دهد که به موضوع اهمیت کافی و لازم نشان داده نشده است، البته مسئله‌ای قابل ذکر این است که در آن زمان موضوع انرژی هسته‌ای ایران در سطح جهانی مطرح شده و بیشترین توجه روزنامه‌های فوق به آن مسئله بوده است (جدول ۲).

از ۲۵۷ مطلب خبری موارد منتشر شده در روزنامه‌های مورد بررسی بیشتر از منابع داخلی با ۷۱/۷ درصد استفاده کرده‌اند. از آنجایی که اخبار تولید شده توسط یک رسانه نشان‌دهنده اهمیت خبر برای آن رسانه است، اما در این مطالعه تولید روزنامه با ۱۷/۸ درصد آمده است، درحالی‌که در این طبقه بیشترین مطلب به روزنامه اطلاعات برابر با ۲۶/۱ درصد و کیهان با ۱۰/۹ درصد می‌باشد (جدول ۳).

این بررسی هم‌چنین نشان داد که از مجموع ۵۶۵ مطلب مورد بررسی ۵۰۱ مطلب تیتری را در صفحه اول به خود اختصاص نداده‌اند. از میان ۶۴ مطلب که در صفحه اول دارای تیتیر بوده‌اند روزنامه اطلاعات با ۲۵ درصد بیشترین و روزنامه کیهان با کمترین میزان استفاده از تیتیر را در صفحه اول به خود اختصاص داده‌اند (جدول ۴).

از آنجایی که جامعه اطلاعاتی در تمام زمینه‌ها از جمله فرهنگ، سیاست، آموزش، اقتصاد، رسانه، و مانند آن تأثیرگذار خواهد بود؛ نیازمند این است که رسانه‌های موجود در جامعه توجه بیشتری به این مهم نشان دهند و تغییراتی را که این جامعه در تمام این زمینه‌ها بر جای می‌گذارد گوشزد کنند تا جامعه ایران با آگاهی کامل بتواند خود را آماده ورود به این عرصه نماید.

در مجموع، توجه به اطلاع‌رسانی و آگاهی افکار عمومی از سوی روزنامه‌ها به عنوان رسانه‌ای عمومی امری لازم و ضروری است و جامعه اطلاعاتی باید به صورت کامل و جامع باز و شکافته شود، پس نیازمند توجه بیشتر و موشکافانه‌تر است.

پیشنهادها

الف. ورود به جامعه اطلاعاتی امری گریزناپذیر برای کشورهاست و ایران نیز این قاعده مستثنی نیست. از آنجایی که ورود به این جامعه باید براساس برنامه‌ریزی دقیق و سنجیده باشد باید قبل از اینکه مجبور به ورود به این جامعه شویم با مدیریتی صحیح و مناسب خود را آماده سازیم، چون اگر زمانی فرا رسد که ناگزیر از ورود باشیم دیگر فرصت و زمانی برای آماده‌سازی کشور نخواهیم داشت.

با توجه به این مطلب باید دولتمردان با استفاده از فرصت، برنامه جامع و کاملی را برای کشور آماده سازند و زمینه‌های لازم را با استفاده از این برنامه مهیا کنند، زیرا جامعه اطلاعاتی به همراه فرصت‌های انبوه خود چالش‌هایی را به همراه دارد که با استفاده از برنامه دقیق می‌توان از این فرصت‌ها استفاده کرد و جامعه را به جلو راند.

ب. رسانه‌ها از جمله وسایل آگاهی افکار عمومی هستند. لذا، می‌توانند مزایا و معایب آن را مورد تفسیر و تحلیل قرار دهند تا اذهان عمومی آمادگی کامل برای پذیرش این جامعه را داشته باشد.

رسانه‌ها از طریق ارائه مقاله، مصاحبه، تفسیر و نقد و... می‌توانند افراد جامعه را با این پدیده نوظهور آشنا کنند و زمینه‌های لازم برای ورود به جامعه اطلاعاتی را آماده سازند.

از دیگر اقدامات رسانه، یاری به سیاست‌گذاران برای ایجاد شرایط لازم برای ورود به جامعه اطلاعاتی است. آنان می‌توانند سیاست‌گذاران را با ارائه راه‌حل‌ها و راه‌کارهای مناسب و روزآمد و ایجاد بسترهای مناسب برای ورود، یاری و مساعدت دهند. هم‌چنین می‌توانند اقدامات و تلاش‌های دولت را در ارتباط با جامعه اطلاعاتی به مردم انتقال دهند.

مآخذ

آفاجانی، سعادت (۱۳۸۱). بررسی سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های ارتباطی و اطلاعاتی ایران در دهه ۱۳۷۰. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی و ارتباطات.

تافلز، الوین (۱۳۶۲). موج سوم، ترجمه شهیندخت خوارزمی، نشر نو.

تافلز، الوین (۱۳۷۲). شوک و آینده، ترجمه حشمت‌الله کامرانی، تهران، نشر سیمغ.

رجایی، فرهنگ (۱۳۷۲). پدیده جهانی شدن (وضعیت بشری و تمدن اطلاعاتی)، ترجمه عبدالحسین آذرنگ، تهران: نشر آگاه.

سورین، ورنر؛ تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

فرقانی، محمدمهدی (۱۳۸۲). «جامعه اطلاعاتی جهانی؛ گذر از الگوی حاکم»، رسانه، شماره ۳. لواسانی، احمد (۱۳۸۲). «ورود به جامعه اطلاعاتی»، (روزنامه ایران ۱۳۸۲/۹/۹).

معمد نژاد، کاظم (۱۳۸۲). اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی، مرکز پژوهش‌های ارتباطات، تهران.

میراسماعیلی، بی‌بی سادات (۱۳۸۲). بررسی اسناد اجلاس‌های جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی و آزادی اطلاعات. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی، تهران - مرکز.

یزدان‌پور، اسماعیل (۱۳۸۲). «ارتباطات و جهانی شدن». رسانه، شماره ۳، پیاپی ۵۵.

Declaration of Principles, Document WSIS (World Summit of the Information Society, Geneva) (2003). -03/GENEVA/DOC/4-E, December.

Donald & Miller Center of Public Affairs (1989). *International politics*, University of Virginia.

نحوه و میزان انعکاس مطالب مربوط به جامعهٔ اطلاعاتی ... | عاطفه ارکان

Rimer, Neal (1989). The information revolution and the shaping of a democratic global order, new thing & developments. in *Plan of Action, Document WSIS (World Summit on the Information Society, Geneva) (2003)*. -03/GENEVA/DOC/5-E, 12 December.

Severin and Tankard (1970). "Uses of Mass Media" in *Communication theories*.

Toffler, Alvin (1970). *Future shock*, Great Britain.

Toffler, Alvin (1980). *The Third wave*, New York.

