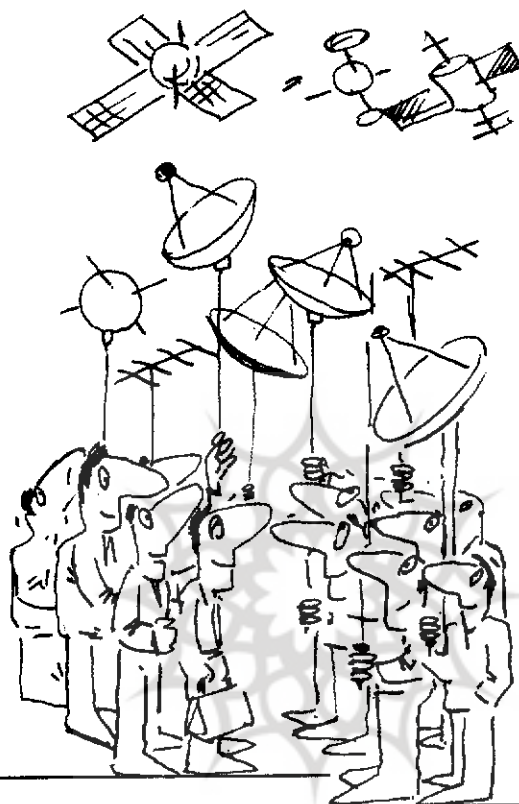


جامعه اطلاعاتی؛ نظریه ها، چالشها و فرصتها



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

محمود اسعدی

kian11353@yahoo.com

چکیده

بسیاری از اندیشمندان و صاحب نظران علوم اجتماعی، بر این باورند که ترکیب و همگرایی فناوری‌های نوری ارتباطی و تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری در دهه‌های اخیر سبب گشایش مرحله تازه‌ای در جوامع بشری شده است؛ مرحله‌ای که با اصطلاحاتی نظیر: جامعه فراصنعتی (دانیل بل) پست مدرنیسم (ژان بودریار) گستره همگانی (هابرماس) جامعه شبکه‌ای (مانوئل کاستلز) و جامعه اطلاعاتی توصیف و تبیین شده است. در شناسه این جامعه، می‌توان پدیده‌هایی از جمله اقتصاد اطلاعاتی جهانی، هندسه متغیر شبکه‌ای، فرهنگ مجاز واقعی، توسعه حیرت‌انگیز فناوریهای دیجیتال خدمات پیوسته، و نیز فشردگی زمان و مکان را برشمرد. ورود به جامعه اطلاعاتی، همچون مرحله گذر از جامعه کشاورزی به جامعه صنعتی، تمامی جنبه‌های حیات بشری را تحت تأثیر قرار داده، عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را با انبوهی از فرصتها و چالشهای اساسی مواجه ساخته است و از این روست که مفهوم جامعه اطلاعاتی، امروزه، به سرچشمه‌ای از بحثها و گفتمانهای فراوان تبدیل گردیده است. این مقاله ابتدا به بیان تعاریفی از جامعه اطلاعاتی و دیدگاه نظریه پردازان درباره این مفهوم پرداخته و سپس در بخش نتیجه‌گیری پیشنهادهایی برای استفاده بهتر از فرصتهای جامعه اطلاعاتی ارائه شده است.

تدبیر

مقاله

شماره ۱۹۴ - تیر ۸۷



جامعه اطلاعاتی، این توانایی را به افراد می دهد تا به صورت مستمر به فراگیری دانش بپردازند، زیرا همواره اطلاعات مورد نیاز خود را در دسترس دارند و از همین رو آنها می توانند در تمام لحظه های زندگی از دانش و اطلاعاتی که در اختیار دارند استفاده کنند؛ اطلاعاتی که در زندگی شخصی و کاری افراد می توانند راهگشای بسیاری از مسائل باشد و زمینه های استفاده از اطلاعات را در امور اقتصادی، آموزشی، علمی، تحقیقاتی، اطلاع رسانی و... را فراهم سازند. با این تفاسیر، امروزه کارشناسان از اطلاعات به عنوان مهمترین ویژگی جهان مدرن یاد می کنند؛ به گونه ای که بیشترین توجه سیاستمداران و مدیران کشور ها صرف اطلاعاتی شدن زندگی اجتماعی شده است. آنها معتقدند: اطلاعات به چنان اهمیتی دست یافته که شایستگی آن را دارد تا به صورت نماد عصر حاضر، با آن برخورد شود و به عنوان محور برنامه های کلان و خرد توسعه قرار گیرد. در بررسی استانداردهای جامعه اطلاعاتی می بینیم که الگوهای زندگی عادی و شغلی، اوقات فراغت، نظام آموزشی، اطلاع رسانی و عرصه دادوستد به گونه ای مشخص از توسعه و پیشرفت اطلاعات و دانش فنی توزیع و تولید آن متأثر است. کارشناسان این تحولات را نشئت گرفته از رشد فزاینده تولید انبوه اطلاعات در طیف گسترده و فراوانی رسانه های جمعی که اکثر آنها نیز به صورت الکترونیکی ظهور می یابند، می دانند. کارشناسان جامعه اطلاعاتی را جامعه ای می دانند که در آن ارتباطات، عامل انتقال دهنده واقعی برای ایجاد تغییر و تحول در هر فرد، به منظور دستیابی عملی به اطلاعات است و تولید ارزشهای اطلاعاتی عامل تعیین کننده ای در توسعه جامعه است. توسعه فناوری ارتباطات و اطلاعات و گسترش گرایش جوامع به استفاده از وب و فناوریهای ارتباطی و اطلاعاتی وب مدار، نگرشها و فرصتهای نویی را در فرآیند توسعه جامعه اطلاعاتی فراهم کرده است و زمینه مناسبی برای ارتباطات دوسویه میان فرهنگها و اقتصادها و مراکز علمی دنیا

به وجود آورده است. فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان بستر همگرایی و تعاطی اندیشه ها و تواناییهای دانش نوب الگوها و استانداردهای جامعه اطلاعاتی را با هدف دستیابی به توسعه بر مبنای دانایی با نگرش جهانی ترسیم کرده و به اجرا در خواهد آورد. از سوی دیگر فناوری اطلاعات و ارتباطات به علت کانون همگرایی دو اصل مهم: فرهنگ سازی، یعنی محتوای اطلاعاتی و دانشی و ابزارهای اطلاع رسانی و ارتباطی تأثیر مهم و بسزایی در ایجاد تحولات و تغییرات فرهنگی در الگوی دانش مصرفی مردم دارد. از این راه می توان فرآیند دانش سازی و دانش پراکنی را در سطح جامعه تعریف مدیریت و کنترل کرد و این دیدگاه را به تمامی امور جامعه تسری بخشید.

جامعه اطلاعاتی، تعریفها و نظریه ها:

از جامعه اطلاعاتی^۵ تعریف، که هر کدام معیاری برای تشخیص جامعه نو ارائه می کند آمده است:

۱. **تعریف تکنولوژیک:** مقبولترین تعریف از جامعه اطلاعاتی بر نوآوری فوق العاده تکنولوژی بنا شده است، مفهوم کلیدی این است که پیشرفتهای خیره کننده در پردازش، نگهداری و انتقال اطلاعات، در واقع به کاربرد تکنولوژیهای اطلاعاتی در تمام زوایای حیات اجتماعی انجامیده است. دلمشغولی اصلی در اینجا، کاهش حیرت آور هزینه رایانه ها و افزایش باورنکردنی قدرت و کاربرد پیوسته آنها در همه جا است.

۲. **تعریف اقتصادی:** این تعریف با مقیاسهای آماری به قلمرو صنایع اطلاعاتی گام می گذارد و به همین منظور پنج گروه صنعتی گسترده را مشخص می کند: ۱. آموزش و پرورش؛ ۲. رسانه های ارتباطی؛ ۳. ماشینهای اطلاعاتی؛ ۴. خدمات اطلاعاتی؛ ۵. سایر فعالیتهای اطلاعاتی. سهم هریک از این موارد را باید در تولید ناخالص ملی مشخص کرد و بر این اساس می توان ادعای ظهور یک اقتصاد اطلاعاتی در طول زمان را مطرح ساخت.

۳. **تعریف شغلی:** این تعریف می گوید از هنگامیکه مشاغل اطلاعاتی به وجه غالب

در میان مشاغل موجود تبدیل می شوند، ما به یک جامعه اطلاعاتی دست می یابیم. یعنی از زمانی که تعداد کارکنان اداره ها، قضات و آموزگاران بر تعداد معدنچیان، فلزکاران و کارکنان بنادر و کارگران ساختمانی فزونی گرفته اند جامعه اطلاعاتی شکل گرفته است. اما در این تعریف نیز بیان دقیق این مطلب که چه کسی کارگر اطلاعاتی است و چه کسی نیست، یک برداشت مخاطره آمیز است، زیرا هر شغلی تا اندازه ای با جریان اطلاعات و شناخت درگیر است.

۴. **تعریف مکانی:** در این تعریف، تأکید عمده بر روی شبکه های اطلاعاتی است که مکانهای جغرافیایی را به یکدیگر پیوند می دهند و در نتیجه آثارشگفت انگیزی بر سازمان زمان و مکان دارند. در واقع مرزها که بر اساس مکانهای جغرافیایی بنا شده اند، بیشتر و بیشتر به کنار زده می شوند و محدودیتهای زمانی به برکت شیوه های خردمندانه جدید که در آن اطلاعات می توانند در دوره معاصر، مدیریت و دستکاری شود، از میان می روند.

۵. **تعریف فرهنگی:** فرهنگ کنونی به طور آشکار نسبت به تمامی دوره های پیشین سرشارتر از اطلاعات است. ما در محیطی لبریز از نشانه ها زندگی می کنیم، به این معنا که زندگی امروزی، اصولاً پیرامون نمادسازی امور، مبادله و دریافت پیامهایی درباره خودمان و دیگران دور می زند. تاملی اندک نسبت به تنوع سبک های زندگی و پیچیدگی شیوه هایی که ما بر اساس آنها خود را مهبلی نمایش روزمره می کنیم، ما را مجاب می سازد که که امروزه تعامل اجتماعی نسبت به گذشته از محتوای اطلاعاتی بسیار بیشتری برخوردار شده است.

جامعه اطلاعاتی و دیدگاه نظریه پردازان:

دانیل بل جامعه اطلاعاتی را به عنوان فراصنعت گرایی معرفی می کند و می گوید که: ما در حال ورود به سیستمی نو هستیم. جامعه ای فراصنعتی، در عین حال که چندین جنبه متمایز کننده دارد در کل به وسیله حضور فزاینده و با اهمیت اطلاعات تشخیص داده می شود. وی می گوید که: اهمیت اطلاعات و آگاهی

برای جامعه فراصنعتی، هم از نظر کمی و هم کیفی، تعیین کننده است. از یک سو ابعاد فراصنعت گرای به کاربرد فزاینده اطلاعات می انجامد و از سوی دیگر بل، ادعا می کند که: در جامعه فرا صنعتی، تغییری کیفی آشکار است. به عبارت دیگر، در جامعه فراصنعتی، تنها فزونی اطلاعات مطرح نیست، بلکه نوع متفاوتی از اطلاعات جریان دارد. (Bell, 1979) از نظر دانیل بل یک جامعه فراصنعتی (اطلاعاتی) دارای ویژگیهای زیر است: کار اطلاعاتی به دلیل اینکه آنها بیشتر با مردم سروکار دارند تا با اشیاء؛ این امر رضایت شغلی بیشتری را نوید می دهد. هسته جامعه فراصنعتی، خدمات تکنیکی حرفه ای است، یعنی دانشمندان و مهندسان گروه کلیدی آنرا تشکیل می دهند. بخش خدمات برای جامعه فراصنعتی تعیین کننده است، مشاغلی، در امور بهداشتی، آموزش و پرورش، تحقیقات و مشاغل دولتی. کار حرفه ای بیشتر، نقش بیشتر برای روشنفکران، اهمیت بیشتر معلومات و آگاهیها.

آنتونی گیدنز در کتاب خود به نام: دولت - ملت و خشونت به دوجنبه وابسته به مدرنیته که به وسیله اندیشمندان کلاسیک به بازی گرفته نشده اند تاکید می کند:

۱. اهمیت نظارت گسترده در پیدایش مدرنیته؛
۲. تاثیر خشونت، جنگ و دولت - ملت در توسعه دنیای معاصر (Giddens, 1985)

گیدنز معتقد است که: برای سازماندهی زندگی روزمره باید به طور سیستماتیک درباره مردم و فعالیتهای آنها اطلاعات گردآوری شود. ما اگر در حال نظام بخشیدن به زندگی اجتماعی هستیم باید درباره مردم بدانیم و بنابراین بدانیم آنها چه می خردند؟ کجا و در چه ساعتی، چه تعداد مردم در یک منطقه معین زندگی می کنند؟ مردم چه ذائقه ای دارند، سبک زندگی آنها چگونه است؟ و... آشکار است که نظارت روزمره برای سازماندهی اجتماعی موثر ضرورت دارد. گام نهادن در عرصه نظارت بر امور مردم، نباید موجب تعجب ما شود (از سرشماری گرفته تا رسیدگی به صورت هزینه ها، از صورتحساب بانکی

گرفته تا مدارک درسی) همگی در جهت همکاری با سازمانهای اجتماعی رشد یافته است (Giddens, 1990). فرانک وبستر اشاره می کند که: با پدیدار شدن سازمانهای بزرگتر، به همان اندازه که به حریمهای خصوصی افراد مراقبتهای بیشتری تحمیل می شود، خود مختاری آنها کاهش می یابد. در چنین موقعیتهایی قضاوت در زمینه سودمندی این نظارت می تواند نوعی ساده انگاری باشد.

دیدگاه شیلر در مورد جامعه اطلاعاتی این است که محیط اطلاعاتی

جامعه اطلاعاتی را می توان از ۵ بعد تکنولوژیک اقتصادی، شغلی مکانی و فرهنگی تعریف کرد.

معاصرینانگر منافع اولویتهای سرمایه داری شرکتی و عنصر ضروری ماندگاری اقتصاد سرمایه داری بین المللی است. ادعای شیلر این است که اصول بازار و مهمترین آنها، یعنی کسب حداکثر سود، کاملاً مبین تحولات قلمرو اطلاعات، مانند: سایر قلمروهای سرمایه داری است. بنابراین به عنوان یک قاعده هر جا که چشم اندازی برای فروش برای سودآوری وجود داشته باشد، اطلاعات فرآوری شده و در دسترس قرار خواهد گرفت و البته این فرآوری با بالاترین مقدار و کیفیت درجایی صورت می گیرد که بهترین

فرصتها برای سود مهیا باشد. شیلر از این هم پا را فراتر گذاشته و می گوید: مسئولیت نظامیان، پاسداری و نگهداری سیستم سرمایه داری و حفظ ویژگیهای بازاری آن است. سیستم نظامی ممکن است درخواستهای فراوانی برای اطلاعات داشته باشد اما از آنجایی که این امر به منظور تقویت امپراتوری جهانی سرمایه داری صورت می گیرد، پس شکل دهنده اصلی قلمرو اطلاعات، اجبار و الزام بازار در قلب موسسات سرمایه داری است که سیستم نظامی خود را وقف آن کرده است. (Schiller, 1983) آنچه وینسنت مسکوازان با عنوان: جامعه پولکی یاد می کند جامعه ای است که عامل توانایی مالی در آن بعنوان یک نیروی تعیین کننده در فرآوری و دسترسی به اطلاعات عمل می کند، هر چه مقام فرد در سیستم طبقاتی بالاتر باشد، اطلاعاتی را که به دست می آورد غنی تر و بنابراین دارای چندگونه عمل و حرکت گزینشی بیشتر است. کشورهای پیشرفته که ثروتهای جهان در آنها متمرکز شده بهره مندان انقلاب اطلاعاتی هستند. موضوع مهم در اینجا این است که انقلاب اطلاعاتی که در یک جامعه طبقاتی زاده می شود از راه نابرابریهای موجود یا شاید برتر شدن آن، نسبت به سایر امور نمود بیشتری دارد. بنابراین شکاف اطلاعاتی عمیق تر می شود، زیرا آنان که از نظر اقتصادی و فرهنگی بر دیگران برتری دارند، از راه دسترسی به منابع اطلاعاتی می توانند برتری خود را در برابر کسانی که در سطوح پایین سیستم طبقاتی قرار گرفته اند و بطور فزاینده بوسیله اطلاعات بی مصرف بلعیده می شوند، حفظ می کنند؛ اطلاعاتی که سرگرم می کنند، می خنداند و لبریز از پرگویی هستند، اما ارزش اطلاعاتی بسیار اندکی دارند. (Mosco, 1989) شیلر اشاره می کند که: فراوانی اطلاعات به تنهایی زندگی مردم را به ضرورت بهبود نمی بخشد، برعکس افزایش دسترسی و عرضه اطلاعات و از عهده تامین هزینه آن برآمدن، به این معنی است که برای اکثریت آنچه عرضه می شود ارزان بها، توخالی، دارای جاذبه ظاهری و اطلاعات توده وارا است. (Schiller, 1987) در میان مفسران جامعه اطلاعاتی

گروه ویژه و متمایز دیگری وجود دارد که با وجود متقاعد شدن درباره شدت جریان اطلاعات، نسبت به پدیدار شدن عصر اطلاعات از خود احساسات زیادی بروز نمی‌دهد. آنها اطلاعات را چیزی در حال تحریف، بسته بندی برای تشویق مردم بر حسب مواضع معین، دستکاری شده برای دخالت به نفع هدفهای خاص و..... یا همچون کالایی قابل فروش برای سرگرم کردن مورد توجه قرار می‌دهند. در این میان هابرماس به مدیریت اطلاعات و نابودی گستره همگانی اشاره دارد و معتقد است مدیریت اطلاعات نشانه ای از نابودی گستره همگانی است. وی عقیده دارد که آگاه سازی و اطلاع رسانی به مردم به وسیله کارشناسان روابط عمومی به سمت پذیرش پیام و دستکاری افکار عمومی، تغییر جهت داده است. تبلیغات و قانع کردن امروزه به طور معمول، به عنوان عملی مغایر با مباحث عقلانی و فعالیتی که باعث جلوگیری از آگاه شدن مردم می‌شوند، مورد نظر قرار دارند. در حالی که مفسران پیشین به طور کامل و به روشنی متقاعد شده بودند که جامعه مدرن بدون شفافیت نمی‌تواند بصورت آگاهانه دست به اقدام بزند. شواهد موجود حاکی از رشد روند جهت گیری به سمت مدیریت افکار و آن چیزی است که به گونه‌ای عمیق به قلمرو سیاسی کشیده می‌شود. (Habermas, 1989)

ژان بودریار، مارک پوستر و فرانسوا لیوتار، با بهره‌گیری از مفاهیم پست مدرنیسم به توضیح جامعه اطلاعاتی پرداخته‌اند. مشخصه بارز پست مدرنیسم مخالفتش با هر چیزی است که شاید بتوان آن را سنت روشنگری در تفکر نامید. پست مدرنیسم که به شدت تحت تاثیر فردریش نیچه قرار گرفته است، عمیقاً نسبت به دلایل توجیه کننده توسعه که در آنها داعیه تشخیص چگونگی پیشرفت جهان مطرح می‌شود، مشکوک است. به عبارتی در برابر تمامی برداشتهای مربوط به عناصر سازنده دنیای جدید، اعم از اصلاح طلبان یا محافظه کاران که مدعی هستند مبانی توسعه را در امری نظیر رشد مدنیت، نیروهای تکامل و محرکه‌های سرمایه‌داری درک می‌کنند، ایستادگی می‌شود. ویژگیهای

اجتماعی پست مدرنیسم بدین شرح است: ابراز مخالفت با هر مورد که اصول و رویه های مدرنیسم نامیده شود. پس زدن هر کس که به تعریف استانداردها، برای ما مشغول است. فرهنگ پست مدرن کامیابی خود را در تنوع، کاروان شادی و خوشگذرانی و گوناگونیهای بی پایان می‌جوید. فرهنگ پست مدرن جستجوی حقیقت را امر بی‌بهره‌ای می‌داند و به جای آن از هرپیش آمدی که به نوعی از نبودن و تازگی خبر دهد، استقبال می‌کند. فرهنگ پست مدرن جستجوی

جامعه اطلاعاتی با برداشتن فاصله‌های زمانی و مکانی می‌تواند یک فرصت بزرگ برای شرکتها باشد.

نشان داد و بنابراین تصورات محدودکننده، نظیر: یگانگی و اخلاق و امثالهم را رها کرد و حق انتخاب برای لذت بردن از زندگی را جایگزین آنها کرد. پست مدرنیستها معتقدند که: روشنفکران نسبت به مردم کوچک و بازار از هیچ حق بیشتری در تشخیص حقیقت برخوردار نیستند و مردم عادی نیز به اندازه روشنفکران از کارایی و استعداد کافی برخوردارند.

ژان بودریار معتقد است: امروزه زندگی در یک جریان بی وقفه از حضور نشانه‌ها هدایت می‌شود. بودریار، نه آرزوی دور و درازی برای شناخت ارتباطات تحریف نشده دارد و نه اشتیاقی به شناسایی اصالت. از نظرا و هر چیزی که در این جهان وجود دارد محملی برای نشانه سازی است و بر این اساس می‌تواند زمینه ای برای ساختگی و غیراصیل بودن داشته باشد، بهمان سان که نشانه‌ها این گونه‌اند (Baudrillard, 1991). بر خلاف پژوهشگران مدرنیست، بودریار معتقد است که: تنها نشانه‌ها وجود دارند و به این ترتیب انسان نمی‌تواند از بی اصالتی بگریزد. بودریار می‌گوید: به طور منطقی این آگاهی پذیری عامه مردم بیانگر پدیده‌ای است که می‌توان آن را مرگ معنی دانست (Baudrillard, 1993).

لیوتار بحث می‌کند که آگاهی و اطلاعات عمیقاً در اثر دو اصل وابسته به هم تغییر کرده‌اند: اصل کاربرد داشتن و اصل کالایی شدن. کاربرد داشتن یعنی اطلاعات تنها هنگامی که بتواند بر حسب معیار سودمندی توجیه شود گردآوری، پردازش و فرآوری می‌شود. کالایی شدن اطلاعات یعنی اینکه با آگاهی و اطلاعات بیش از پیش همانند یک کالا رفتار می‌شود. اطلاعات بطور فزاینده ای به پدیده‌ای قابل دادوستد و مبنایی برای استفاده از مکانیزمهای بازار تبدیل شده و تاثیر تعیین کننده‌ای در صدور حکم نسبت به کاربرد داشتن آن دارد و بی پیامدهای دو اصل یاد شده و ظهور پست مدرنیسم اشاره دارد و می‌گوید: بر اساس اصل کاربرد داشتن اگر اطلاعات و آگاهی نتواند خود را بر حسب کارایی و اثربخشی توجیه کند، کم ارزش می‌شود و حتی به دور افکنده خواهد شد (زیبایی شناسی و فلسفه در



برابر امور مالی و مدیریت) و نیز گسترش دانش از دانشگاههایی که نخبگان گوشه نشین آنها به صورت سنتی سالیان درازی به پیشه حقیقت جویی سرگرم بوده‌اند، رخت بر بسته است. در مقابل، اکنون دسته‌هایی از کانونهای فکری، بخشهای توسعه و تحقیق شرکتهای خصوصی و گروههای فشاری به وجود آمده‌اند که اطلاعات و دانش را برای مقاصد کارایی و اثربخشی آن تولید می‌کنند.

مانوئل کستلز از نظریه پردازان سرشناس در باب اطلاعات و تغییر شهری در کتاب معروفش به نام: شهر اطلاعاتی می‌گوید توسعه شبکه‌های تکنولوژی اطلاعاتی در سراسر جهان، اهمیت جریانهای اطلاعاتی را برای سازماندهی اجتماعی و اقتصادی افزایش و در عین حال اهمیت نقاط خاص جغرافیایی را کاهش می‌دهد. در نتیجه در اقتصاد اطلاعاتی نگرانی عمده سازمانها مدیریت و چگونگی پاسخگویی به جریانهای اطلاعاتی است (Castels, 1989). اولویت سازمانهای سرمایه داری به گونه فزاینده‌ای مدیریت و پیشبرد جریان اطلاعات است که از راه آن فرصتهای بازار، تصمیمهای مربوط به سرمایه گذاری، تدارک و تامین کار مورد نیاز، قابلیت ادغام تعیین قیمت و... تحکیم می‌یابد. ضمن اینکه ایجاد شبکه‌های اطلاعاتی باعث تمرکززدایی از بسیاری از جنبه‌های سازماندهی اجتماعی و اقتصادی همراه با تمرکز در تصمیم‌گیری می‌شود. وی به شهر پست مدرن نیز اشاره می‌کند و معتقد است که گرچه تهیه کنندگان اطلاعات که یک طبقه نو حرفه‌ای / مدیریتی را شکل می‌دهند، از نظر تعداد اندک هستند ولی از نظر فرهنگی در موضع مسلطی قرار دارند. آنها به اصطلاح او یک طبقه اجتماعی برتری خواه هستند که شاید به ضرورت بر کشور حکومت نمی‌کنند ولی اساسا جامعه مدنی را شکل می‌دهند. شهر پست مدرن شهری است که دو طبقه بالا و پایین در مقابل هم قرار دارند. مثلا در حالیکه زندگی تولیدکنندگان نوبی اطلاعاتی با شبکه رایانه عجین شده و با فعالیتهای جهانی همسو شده‌اند و بسیاری از آنان بازرگانانی همیشه در گردشند که رفت و آمدشان جنبه

روزمرگی دارد، افراد طبقه پایین همواره به الگوی مناسبات پایدار و مانوس محله‌ای بامناطق محدود و معین گره می‌خورند و اغلب فاقد ابزارها یا انگیزه‌های سفر به سایر مناطق دور از قلمرو خود می‌باشند. بعد دیگر این بخش‌بندی، دسترسی متفاوت آن دو به اطلاعات مربوط و تجربیات گروهی است. افراد واقع در طبقات بالای اجتماعی هم می‌دانند که چگونه به اطلاعات دسترسی داشته باشند و هم چگونه آنها را از منابع گوناگون به دست



آورند، در حالی که فرد فقیر قصد دارد جهان را برای حفظ و پاسداری از فرهنگ ویژه خود و تجربه‌های زندگی محدود، کوچک کند و تنها تحت تاثیر تصاویر تلویزیونی استاندارد شده قرار دارد. (Hall, 1994)

نتیجه‌گیری

چنان‌که ملاحظه شد، جامعه اطلاعاتی همراه با چالشهایی از قبیل: نظارت و کنترل بر جمعیت‌های وسیع، افزایش کمیت و کاهش کیفیت اطلاعات، اختلاط تفرد افراد با فردیت آنها، گسترش فاصله طبقاتی، به دلیل دسترسی متفاوت به

اطلاعات و تزلزل در شالوده نهادها، از جمله نهاد مهم و تعیین‌کننده‌ای مانند دولت است. از سوی دیگر، اگر آگاهانه و با برنامه‌ریزی درست با جامعه اطلاعات برخورد شود، فرصت‌ها و امکانات خوبی برای پیشرفت‌های همه‌جانبه و در یک کلام، رفاه مادی و معنوی برای ملت‌ها در پی خواهد آورد. فرصتها و شانس‌هایی چون تمرکززدایی رسانه‌های دیجیتالی (اینترنت)، استفاده در جهت همزیستی مسالمت‌آمیز جهانی، انتقال اشتغال از تولید به بخش خدمات، به ویژه خدمات ارتباطی و اطلاعاتی، کثرت‌گرایی سیاسی و چندسویگی، کثرت‌گرایی اقتصادی، مشارکت در تولید و کثرت‌گرایی فرهنگی، پدیده چندفرهنگی و ... به طور خلاصه، جامعه اطلاعاتی ما را در معرض چالشها و فرصتهایی قرار خواهد داد. از این فرصتها باید استفاده کرد و چالشهای مربوط را با کم‌ترین هزینه به نفع مردم پشت سر گذاشت تا از ویژگی‌های جامعه اطلاعاتی به نفع سعادت و رفاه عامه مردم بهره‌مند جست. نگرش جامع دولتها به موضوع فناوری اطلاعات برای دستیابی به تعاریف و تفاسیر و استانداردهای بومی شده توسعه فناوری اطلاعات می‌تواند زمینه لازم را برای ایجاد چارچوب‌های علمی و عملی جامعه اطلاعاتی فراهم کند. همسو کردن فعالیت‌های آموزشی، سرمایه‌گذاریهای اقتصادی، فرهنگ‌سازی و از همه مهمتر نظارت و مدیریت درست بر این عوامل با استانداردهای تعیین شده که مبتنی بر فناوری‌های روز ارتباطی و اطلاعاتی هستند، از ملزومات پایه‌ریزی ساختار جوامع اطلاعاتی به شمار می‌آیند. به طور قطع هر چه سرمایه‌گذاری بر روی فناوری اطلاعات گسترش یابد و مردم بیشتر با حقوق و جایگاه خود در دنیای مجازی آشنا شوند، نیازهای خویش را بیش از پیش خواهند شناخت و به طبع امکانات بهتری را نیز از دولت‌ها طلب خواهند کرد. به روز رسانی مفاهیم جدیدی مانند، دموکراسی دیجیتال، رای‌گیری الکترونیکی، شهروند الکترونیکی، شهر الکترونیکی، دولت الکترونیکی و... نتیجه ظهور و توسعه استانداردهای جامعه اطلاعاتی هستند. هویت الکترونیکی و

15. Habermas, Jürgen (1989), 'The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society' (1962). Translated by Thomas Burger with the assistance of Fredrick Lawrence. Cambridge: Polity.

16. Mosco, Vincent (1989) 'The Pay-Per Society: Computer and Communication in the Information age: Essay in Critical Theory and Public Policy'. Toronto: Garmond Press.

17. Schiller, Herbert I. (1983a) 'The Communication Revolution: Who Benefits?', *Media Development*, 4: 18-20.

18. Schiller, Herbert I. (1987) 'Old Foundation for a New (Information) Age', in Schemant and Lievrouw (1987), ch.2: 23-31.

19. Shannon, Claude and Weaver, Warren (1964) *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press; first Published 1949.

بقیه منابع در دفتر مجله محفوظ است.

● محمود اسعدی: کارشناس ارشد مدیریت از دانشگاه تهران

'Framework of the Information Society', in Dertouzos and Moses (1979) : 163-211.

8. Bell, Daniel (1989) 'The Third Technological Revolution and Its Possible socioeconomic sequences', *Dissent*, Spring: 164-176.

9. Castells, Manuel (1997) 'The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring and the Urban-Regional process'. Oxford: Blacwell.

10. Castells, Manuel (1994) 'European Cities, The Informational Society, and The Global Economy', *New Left Review*, 204 (March-April): 18-32.

11. Castells, Manuel and Hall, Peter (1994) *Technopoles of the World: The Making of Twenty-First Century Industrial Complexes*. Routledge.

12. Giddens, Anthony (1985) 'The Nation State and Violence: Volume Two of a Contemporary Critique of Historical Materialism'. Cambridge: Polity

13. Giddens, Anthony (1990) 'The Consequences of Modernity'. Cambridge: Polity.

14. Giddens, Anthony (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity.

حقوق الکترونیکی نیز از جمله مواردی هستند که برای شهروندان، دنیای مجازی حوزه ها و رویکردهای جدیدی را ایجاد کرده اند. □

منابع:

1. فرانک، وبستر؛ نظریه‌های جامعه اطلاعاتی، ترجمه اسماعیل قدیمی، تهران: نشر قصیده‌سرا، ۱۳۸۰.

2. یونس، شکرخواه؛ «جهانی‌سازی، رسانه‌ها و چالش‌ها»؛ پژوهش و سنجش، شماره ۲۶-۲۵، ۱۳۸۰.

3. ویلیز، شرام؛ پیشنهاد علم ارتباطات؛ ترجمه غلامرضا و زهرا آذری، تهران: انتشارات رسا، ۱۳۸۱.

4. یورگن، هابرماس؛ جهانی شدن و آینده دموکراسی؛ ترجمه کمال پولادی، چاپ اول، تهران: نشر مرکز ۱۳۸۰.

5. Baudrillard, Jean (1993a) *Symbolic Exchange and Death* (1976). Translated by Iain Hamilton Grant.

6. Baudrillard, Jean (1993b) *The Transparency of Evil: Edday on Extreme Phenomena* (1990). Translated by James Benedict Verso.

7. Bell, Daniel (1979) 'The Social

نیازهای خود را در حوزه Marketing :



- آموزش
- مشاوره
- تحقیقات بازاریابی
- انتشارات
- مجله خاص

در سایت WWW.TMBA.IR بیاید