



جامعه اطلاعاتی و اثرات آن بر انسجام اجتماعی

محمد طالقانی*
سیدعلی میرابراهیمی**

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱۲/۲۵
تاریخ تأیید مقاله: ۹۰/۲/۲۰

چکیده:

جوامع مختلف تحت تأثیر تحولات بسیار عظیم علمی - تکنولوژیک به سمت جامعه اطلاعاتی در حال حرکت هستند. جامعه اطلاعاتی، جامعه‌ای است که ساختار آن متأثر از فناوری باشد. معیارهایی همچون فناوری، مشاغل اطلاعاتی، جغرافیا، اقتصاد، فرهنگ، فراگیری رسانه‌ها و جهانی شدن در ایجاد جامعه اطلاعاتی مؤثر بوده‌اند. در جامعه اطلاعاتی، جوامع با چالش‌هایی چون نابرابری اجتماعی، هویت‌های جدید، تمایزپذیری و شالوده‌شکنی نهادهایی مانند دولت و فرصت‌هایی چون نقش اینترنت در پژوهش، خلاقیت و علم، تعامل و همزیستی جهانی، شکل‌گیری هویت سیال و بین‌سیاره‌ای روبه‌رو شده‌اند. به علت وجود این چالش‌ها انسجام اجتماعی در جامعه اطلاعاتی به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه مانند ایران متزلزل شده است. به همین دلیل جوامع می‌توانند با تدابیری که می‌اندیشند، چالش‌ها را از پیش رو برداشته و از فرصت‌ها در جهت رفاه و سعادت مردم استفاده کنند.

واژگان کلیدی: جامعه اطلاعاتی، فناوری اطلاعات، جهانی شدن و انسجام اجتماعی.

مقدمه

امروزه، وجود عصر انفجار اطلاعات بر همگان واضح است. در پایان قرن بیستم به علت تغییر و تحولات بسیار عظیم علمی - تکنولوژیک، جهان دچار دگرگونی‌های بسیاری شد که در همه زمینه‌های زندگی بشر همچون مسائل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی تأثیرگذار بود. جهان تحت تأثیر این تحولات شکل جدیدی به خود گرفت. اکنون جهان در حالی وارد قرن جدید شده است که همه تغییرات سیاسی، نظامی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی آن ریشه در این انقلاب علمی - تکنولوژیک دارد. با پیدایش شبکه‌های نوین و جهانی اطلاعات و ارتباطات و تأثیرپذیری همه ابعاد زندگی بشر از این انقلاب تکنولوژیک، جهان وارد جامعه جدیدی شده است که بعضی از محققان آن را «جامعه اطلاعاتی» نامیده‌اند (بهرامپور، ۱۳۸۳).

مفهوم «جامعه اطلاعاتی» در واقع ابداع ژاپنی‌هاست که در سال ۱۹۷۸ به وسیله «سایمن نورا» و «آلن مینک» در گزارشی که به نخست‌وزیر فرانسه ارائه شد به غرب صادر شد (کاستلر، ۱۳۸۰: ۲۸۲). این مفهوم را اولین بار «تادائو اومه سائو» در سال ۱۹۶۳ در مقاله‌ای درباره نظریه تکامل اجتماعی بر مبنای تراکم «صنایع اطلاعات» مطرح کرد. مقاله مذکور در شماره ژانویه ۱۹۶۴ روزنامه «هوسواساهی» به بحث گذاشته شد و سردبیران این روزنامه در معرفی این بحث برای نخستین بار از واژه «جامعه اطلاعاتی» استفاده کردند. چندی بعد محققان و آینده‌پژوهان ژاپنی چون «ماسودا و هایاشی» این واژه را متداول کردند (بهرامپور، ۱۳۸۳). باید به این مسئله توجه داشت که منظور از جامعه اطلاعاتی، جامعه‌ای نیست که از فناوری استفاده می‌کند؛ بلکه جامعه‌ای است که ساختار آن متأثر از فناوری بوده که البته نشانه و نماد جامعه اطلاعاتی، فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی است.

«مانوئل کاستلز» و همچنین «جان ون دایک» برای اینکه به مفهوم جامعه اطلاعاتی بار جامعه شناختی بیشتری بدهند، آن را جامعه‌ای شبکه‌ای نامیده‌اند (بهرامپور، ۱۳۸۳).

در این مقاله چگونگی ظهور جامعه اطلاعاتی، چالش‌ها و فرصت‌های حاصل از آن بیان شده تا در برخورد با آن استراتژی مناسبی اتخاذ کرده و بتوان هر چه بهتر و با هزینه کمتر چالش‌های پیش رو را کنار زد و از فرصت‌های حاصل از آن به نحو احسن در

جامعه بهره‌مند شد. همچنین تأثیر جامعه اطلاعاتی بر انسجام اجتماعی جهان و ایران مورد بررسی قرار گرفته است.

۲. جامعه اطلاعاتی

جامعه اطلاعاتی جامعه‌ای نوظهور و در حال ایجاد است و هنوز بیشتر از گفتمان این جامعه در سطح بین‌المللی صحبت به میان می‌آید. بر این اساس، جوامع باید بر مبنای ضرورت آینده‌نگری ارتباطی، به سوی جامعه اطلاعاتی حرکت کنند. این آینده‌نگری باید مبتنی بر تقویت پژوهش‌ها باشد. از طریق پژوهش و نتایج آن است که می‌توان به سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی رسید و به هدف‌های جامعه اطلاعاتی نائل شد (معمد نژاد، ۱۳۸۳: ۲۴-۲۱) «ویلیام مارتین» جامعه اطلاعاتی را این‌گونه تعریف می‌کند: «جامعه‌ای که در آن کیفیت زندگی، همانند چشم‌اندازهای تحول اجتماعی و توسعه اقتصادی، به میزان رو به تزایدی به اطلاعات و بهره‌وری از آن وابسته شده است.»

در سند شورای عالی اطلاع‌رسانی در جامعه اطلاعاتی آمده است: «جامعه اطلاعاتی یکپارچه، تبلوری مجدد از کلیه فرآیندهای متعارف و سنتی اجتماعی مانند کسب‌وکار، آموزش و... و حتی فعالیت‌های شخصی مانند تفریحات و امثالهم در قالبی نوین با استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات است» (نشریه علوم اطلاع‌رسانی، ۱۳۸۲: ۵۶).

جامعه اطلاعاتی یک جامعه چندساحتی و چندوجهی است که در آن تمام لایه‌بندی‌ها و سطوح نیازمند اطلاعات هستند، نه اینکه فقط بخشی از آن برخوردار از اطلاعات باشد. اگر جامعه را مانند یک هرم فرض کنیم، در جامعه اطلاعاتی باید از رأس تا قاعده احساس نیاز به اطلاعات داشته و از آن در تمام سطوح استفاده کنند. در مدرسه‌ای که درس، امتحان و بعد از آن کنکور (و حتی دانشگاه) وابسته به یک متن درسی واحد است، دانش‌آموز نیاز به مطالعه و استفاده از منابع کتابخانه‌ای ندارد. اما اگر محصل مجبور باشد، از منابع دیگر استفاده کند و به سراغ کتابخانه برود، کتابخانه دیگر جزئی جدا از مدرسه نبوده و در بافت کلی مدرسه جا افتاده است. در این صورت مدرسه به عنوان بخشی از جامعه اطلاعاتی است. یعنی نظام آموزشی ما اطلاعات‌مدار خواهد بود و بدون اطلاعات نمی‌تواند به کار خود

ادامه دهد(حری، ۱۳۸۳).

۲-۲. جهانی شدن: از دیگر ویژگی‌هایی که جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای با آن تعریف می‌شود، جهانی شدن است. مطابق معیاری که «وبستر» ارائه می‌دهد، جهانی شدن مقوله‌ای است که ذیل جامعه اطلاعاتی معنا پیدا می‌کند. جهانی شدن عبارت است از: درهم فشردن شدن جهان و تبدیل آن به مکان واحد و یا تراکم آگاهی درباره کل نزد اجزا؛ به تعبیری جهانی شدن همان یگانه شدن جهان و نه وحدت و ادغام آن است. این تعبیر از جهانی شدن مبتنی بر فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی است. مطابق این تعریف جامعه اطلاعاتی، جامعه‌ای است که در آن تجارت، رسانه‌ها و ارتباطات علمی - دانشگاهی و آموزش در سراسر جهان یگانه می‌شود(بهرامپور، ۱۳۸۳).

با ایجاد شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطی تمام کاربرانی که از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند زبان یگانه پیدا کرده و با اینکه فرسنگ‌ها از هم فاصله دارند؛ اما به شکل باورنکردنی زندگی روزمره آنها بسیار شبیه به هم است و فقط سلیقه‌های مختلف است که باقی می‌ماند، یعنی کاربران این شبکه‌ها نسبت به هم احساس نزدیکی بیشتری دارند تا همسایگانی که در نزدیکی آنها زندگی می‌کنند. از اینرو گفته می‌شود، جامعه اطلاعاتی، جهان فشرده شده و یگانه شده است.

۲-۳. مشاغل اطلاعاتی: یکی از معیارها و مشخصه‌های متداول در تعریف جامعه اطلاعاتی، معیاری است که بر مسئله تغییرات شغلی متمرکز است. در واقع به علت تغییر مشاغلی که با کار بدنی و فعالیت‌های بدنی همراه است به مشاغل اطلاعاتی یعنی مشاغلی که به کارهای فکری با مهارت بیشتر یا به عبارت دیگر کارهایی که در فرآیند تولید، پردازش و توزیع اطلاعات دخیل هستند، جامعه اطلاعاتی ظهور پیدا کرده است. گزارش‌های سازمان‌های بین‌المللی نشان می‌دهد که در دو دهه اخیر مشاغل یقه سفیدان یا مشاغلی که اساساً با تولید و کاربرد اطلاعات و زیرساخت‌های پشتیبانی‌کننده‌اش سروکار دارند، رشدی به مراتب بیش از سایر مشاغل دارند(رابرتسون، ۱۳۸۰: ۱۲). به تعبیر «وبستر» امروز بازار کار به وسیله کسانی اداره می‌شود که با نرم‌افزارهایی سروکار دارند و در فرآیند تولید، پردازش و توزیع اطلاعات سهیم‌اند و زندگی خود را به یمن این امتیاز که دارای اطلاعاتی برای انجام امور مورد نیاز جامعه هستند و در تولید و توزیع و همچنین

«فرانک وبستر» که درباره جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی تحقیق می‌کند، بر این باور است که جامعه اطلاعاتی یک جامعه آرمانی است. اگرچه جوامعی وجود دارند که به سمت جامعه اطلاعاتی حرکت کرده‌اند و در مراحل مختلف این مسیر قرار دارند؛ اما در هیچ کجای دنیا جامعه‌ای نداریم که به قله آماری جامعه اطلاعاتی رسیده باشد. فواصل جوامع در راه اطلاعاتی شدن با هم متفاوت است. کسانی که به اندازه‌گیری این فاصله‌ها می‌پردازند به ابزار و امکانات عینی نظر دارند نه خود اطلاعات و چگونگی حرکت آن در جامعه اطلاعات ممکن است هر ابزاری را در خدمت بگیرد تا در جامعه حرکت کند(حری، ۱۳۸۳).

نظرات درباره تعریف جامعه اطلاعاتی متفاوت است. هر چه امکانات، تدابیر و ابزارها بیشتر در خدمت انتقال اطلاعات قرار بگیرند، جریان تبادل اطلاعات موفق‌تر خواهد بود و طبیعی است که امروز یکی از ابزارهای بسیار مهم برای انتقال اطلاعات رایانه است؛ ولی رایانه‌ای که در خدمت اطلاعات تحقیقی و پژوهشی و برای تمام لایه‌های جامعه باشد(حری، ۱۳۸۳).

۲-۱. فناوری: بدیهی است تغییرات اساسی که در سه دهه گذشته به وجود آمده، فناوری در آن نقش بسیار برجسته‌ای داشته است. به همین جهت مقبولترین تعریف جامعه اطلاعاتی بر نوآوری فوق‌العاده تکنولوژیک بنا شده است(وبستر، ۱۳۸۰: ۲۰)، «فرانک وبستر» در تعریف جامعه اطلاعاتی با اتکا به عنصر فناوری می‌گوید: پیشرفت‌های خیره‌کننده در پردازش، نگهداری و انتقال اطلاعات به کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی در تمام زوایای حیات اجتماعی انجامیده است(بهرامپور، ۱۳۸۳). با نفوذ رایانه‌ها در تمام زمینه‌های زندگی بشر از قبیل ادارات، منازل، خودروها، تلویزیون‌ها، اسباب‌بازی کودکان و ارزان شدن فناوری‌های پردازش و نگهداری اطلاعات از طریق رایانه‌ها و تأثیر آن بر ارتباطات راه دور و ایجاد شبکه‌های جهانی، تحول عظیمی در زندگی بشر رخ داده است. شبکه‌های اطلاعاتی در آینده‌ای نه‌چندان دور بر تمام جنبه‌های زندگی انسان اثر می‌گذارد و در چند سال آینده کمتر کسی را می‌توان یافت که به احتمال بسیار زیاد متأثر از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی به عنوان یکی از عوامل ظهور جامعه اطلاعاتی نباشد.

باشد، می‌تواند از آن بهره‌مند شود. در این وضعیت دیگر خرید و فروش و تجارت اطلاعات در سطح ملی و فراملی معنادار نخواهد بود، بلکه اطلاعات در سطوح متفاوت بازار بین‌المللی، ملی، محلی و در نهایت بازارهای شخصی و فردی مورد توجه قرار می‌گیرد.

۲-۶. جغرافیایی: جامعه اطلاعاتی علاوه بر آن که از منظر اقتصاددانان و جامعه‌شناسان مورد توجه قرار گرفته و تعریف شده است، از منظر جغرافیادانی که بر مکان، توجه ویژه‌ای دارند نیز مورد توجه قرار گرفته است. جغرافیادانان در بحث مکان به شبکه‌های اطلاعاتی که مکان‌های جغرافیایی را به یکدیگر پیوند می‌دهند، تأکید ورزیده و معتقدند که این شبکه‌ها آثار شگفت‌انگیزی بر سازمان فضا و مکان دارند.

۲-۷. فرهنگی: همان طور که مسئله فناوری در ظهور جامعه اطلاعاتی بسیار دارای اهمیت است، جنبه‌های فرهنگی نیز به همان اندازه در پیدایش آن مؤثر بوده است. وجود برنامه‌های تلویزیونی ۲۴ ساعته در چندین کانال با تنوع بسیار، فیلم‌های ویدیویی که به سهولت قابل تهیه و اجاره از ویدئو کلپ‌ها هستند، وجود ضبط صوت‌های دیسکی و VCD، CD و DVD که در دسترس همگان است، رایانه‌های شخصی که در هر خانه‌ای موجود می‌باشد و پایگاه‌های on-line همه و همه در ایجاد بستر فرهنگی بشر بسیار تأثیرگذار بوده و به کاربران این رسانه‌ها خط‌مشی فرهنگی داده و الگوسازی می‌کند. به عبارت دیگر این سطح از اطلاعات از نظر فرهنگی بر تمام زمینه‌های زندگی نفوذ کرده و هویت و شخصیت ما را متأثر و دگرگون ساخته است.

پس از آشنایی با معیارهایی که موجب ظهور جامعه اطلاعاتی شده‌اند، حال به ذکر چالش‌هایی پرداخته می‌شود که با ظهور جامعه اطلاعاتی با آنها روبه‌رو خواهیم شد.

۲. چالش‌های ناشی از جامعه اطلاعاتی

۳-۱. نابرابری اجتماعی: در بحث برابری یا نابرابری اجتماعی در جامعه اطلاعاتی می‌توان به مقولات متعددی اشاره کرد و موقعیت هر یک را در این جامعه توضیح داد. برای مثال کسب نابرابر ثروت شامل درآمدها و دارایی‌ها، یکی از مقولاتی است که در جامعه اطلاعاتی نیز به شدت در حال افزایش است. برابری و نابرابری اجتماعی در جامعه اطلاعاتی که مبتنی بر

در پردازش آن نقش دارند، تأمین می‌کنند. بنابراین، با ظهور رشد و توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در سطح جهان، نیروی کار اطلاعاتی به رشد فوق‌العاده‌ای رسیده است. از این رو، محققان، جابه‌جایی در توزیع مشاغل را یکی از مشخصه‌های جامعه اطلاعاتی برمی‌شمرند (بهرامپور، ۱۳۸۳).

۲-۴. فراگیری رسانه‌ها: یکی از معیارها و مشخصه‌های مربوط به ظهور جامعه اطلاعاتی، سرعت فراگیری رسانه‌هاست. سرعت فراگیری رسانه‌ها که در واقع بر اثر نوآوری‌های فوق‌العاده و بی‌بدیل فناوری اطلاعاتی و ارتباطی به وجود آمده، قلمرو زندگی خصوصی انسان‌ها را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. با پیشرفت‌هایی که در فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی فراهم آمده است، خدمات تلویزیون با شبکه‌هایی از مؤسسات و نهادهای گسترده و در نهایت با ماهواره‌ها پیوند خورده و به سهولت در هر کجای جهان در دسترس قرار گرفته‌اند. با وجود اینکه سطح دسترسی به این فناوری‌ها در تمام دنیا به طور یکسان نیست. با این حال، پوشش رسانه‌های جدید، از تلویزیون‌های ماهواره‌ای گرفته تا اینترنت، به شدت رشد کرده و همه جهان را متأثر ساخته است. دسترسی مداوم به رسانه‌ها به طور ۲۴ ساعته و این مسئله که در رسانه‌های جدید مخاطبان می‌توانند هم تولید کننده و هم مصرف کننده اطلاعات باشند، باعث شده تا فراگیری آنها بسیار گسترده و سریع باشد.

۲-۵. اقتصادی: شاخص اقتصادی در تعریف جامعه اطلاعاتی به نظر می‌رسد که به قدر شاخص فناوری اهمیت دارد. «فریتز مچلوب» که از پیشگامان مبحث جامعه اطلاعاتی است به گستره و رشد صنایع اطلاعاتی در ایالات متحده می‌پردازد و نطفه ایجاد مقیاس‌های جامعه اطلاعاتی را مبتنی بر شرایط اقتصادی می‌داند. «پیتر دراگر» استاد مدیریت در سال ۱۹۶۷ اظهار داشته که اقتصاد آمریکا از وضعیت ۲۶ درصد به وضعیت ۳۴ درصد از یک اقتصاد کالایی یا کالا محور به یک اقتصاد اطلاعاتی یا اطلاعات محور تغییر حالت داده است. وی تأکید می‌کند دانش یا همان اطلاعات اساس اقتصاد نوین را تشکیل داده است (رابرتسون، ۱۳۸۰: ۱۲).

در واقع اطلاعات در جامعه اطلاعاتی، نه تنها دارای ارزش اقتصادی است، بلکه محور اقتصاد قرار گرفته و هر که قدرت خرید آن و مهارت و آگاهی لازم برای استفاده از آن را داشته

استفاده‌کنندگان از فناوری در کشور فوق از بازی‌های الکترونیک و تلویزیون‌های ماهواره‌ای استفاده می‌کردند و ۸۹ درصد به ارسال پست‌های الکترونیک مبادرت می‌ورزیدند. اما ۲۲ درصد قادر بودند که با پین کارت خود پرداخت کنند و یا ۱۵ درصد می‌توانستند پول‌های خود را به بانه‌های خودپرداز بپردازند. همچنین در این سال تنها ۲۳ درصد به راحتی می‌توانستند از تله‌تکست‌های تلویزیون استفاده کنند. علاوه بر این، نابرابری‌های مذکور نزد نسل جوان و سالخورده و همچنین نزد دارندگان تحصیلات عالی و افرادی که تحصیلات بالایی نداشته‌اند نیز زیاد بوده است (بهرامپور، ۱۳۸۳).

همچنین تحقیقات دیگری نشان می‌دهد که دسترسی به وسایل مذکور نابرابر است. بیشتر کاربران وسایل نوین اطلاعاتی و ارتباطی مرد، جوان و خوب آموزش دیده هستند و در کشورهای غربی دارای درآمد و سطح زندگی بالایی می‌باشند. پیمایشی که از آمارهای رسمی در ایالات متحده بین سال‌های ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۳ انجام گرفته، نشان می‌دهد که این نابرابری در همه متغیرهای مورد اشاره، بجز متغیر جنس، افزایش یافته است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۹۲). «ودن دایک» نقل می‌کند که تحقیقات دیگری که در سال‌های ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۹ در آمریکا و اروپای غربی انجام شده است، این امر را تأیید می‌کند. اطلاعات و فناوری‌های نوین ارتباطی جدید جهان را به دو قطب، کسانی که در موقعیت استفاده از رسانه‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی هستند و کسانی که در بخش‌های حاشیه‌ای و پایین جامعه امکان دسترسی به این رسانه‌ها را ندارند، تقسیم می‌کند.

۲-۳. گسترش نابرابری‌های اجتماعی در سطح بین‌المللی: اولاً در کشورهای در حال توسعه، به علت فقدان زیرساخت‌های ملی مخابرات و فقدان رونق اقتصادی، توسعه اینترنت بسیار گران‌تر و پرهزینه‌تر از کشورهای توسعه‌یافته است. برای مثال، در آمریکا هر کاربر برای یک ماه اتصال به اینترنت باید ۲ دلار بپردازد. در حالی که در اوگاندا همین کاربر باید ۹۲ دلار بابت اتصال ماهانه به اینترنت بپردازد. ثانیاً این کشورها با مشکلات اساسی‌تر همچون کمبود تغذیه، ارتباطات جاده‌ای، اشتغال، برق، جنگ و نظام‌های سیاسی بی‌ثبات نیز روبرو هستند. بودجه برای هزینه سنگین تجهیزات رایانه‌ای وجود ندارد و این‌گونه

دسترسی برابر یا نابرابر به اطلاعات و رسانه‌ها است را در دو سطح می‌توان مطرح کرد. از لحاظ نظری می‌توان گفت، مطابق آنچه که در تعریف جامعه اطلاعاتی آمده است، رسانه‌های جدید اطلاع‌رسانی و شبکه‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، انتشار و دسترسی به اطلاعات و دانش را آسان‌تر و بهتر می‌سازد و سبب کاهش فاصله بین گروه‌ها، افراد و طبقات اجتماعی در داخل هر کشور از یک طرف و همچنین کاهش فاصله بین کشورها از طرف دیگر می‌شود؛ اما در عمل جهان شاهد یک «شکاف اطلاعاتی» دسترسی نابرابر به اطلاعات رسانه‌هاست که با سرعت زیادی در حال افزایش است. واقعیت این است که در جامعه اطلاعاتی نابرابری مذکور به شکلی متفاوت از گذشته بروز کرده و تداوم یافته است. در جامعه اطلاعاتی از یک طرف تهیه رایانه و لوازم آن، خط تلفن و مودم، دسترسی به تلویزیون‌های ماهواره‌ای و سایر وسایل نوین اطلاع‌رسانی در دسترس همگان نبوده و تمام افراد توانایی تهیه و دسترسی به آن را ندارند و از طرف دیگر اکنون آگاهی و مهارت لازم برای استفاده از اینترنت و سایر وسایل نوین ارتباطی و اطلاعاتی نابرابر است. روشن است که هر دو مقوله یعنی الف) دسترسی افراد به رایانه و شبکه‌های نوین ارتباطی ب) مهارت افراد برای استفاده از وسایل مذکور هم در درون هر کشور و هم در بین کشورهای مختلف به شکل نابرابر وجود دارد. یعنی از یک طرف در جوامع پیشرفته دسترسی به وسایل مذکور و همچنین مهارت لازم برای استفاده از این وسایل در مقایسه با کشورهای توسعه‌نیافته و در حال توسعه بسیار زیاد بوده و از طرف دیگر در داخل هر یک از کشورها این نابرابری به شکل محسوسی وجود دارد. محققانی چون «جان ون دایک» معتقدند که ما در این نابرابری در مهارت‌های دیجیتال هستیم. تحقیق سال ۱۹۹۷ در کشور آلمان نشان می‌دهد، هرچه از وسایل نوین ارتباطی و اطلاعاتی که مهارت خاصی نمی‌خواهند مانند استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای DVD، VDC، VCR، ارسال پست‌های الکترونیک، بازی‌های الکترونیک و مانند آنها به سمت وسایلی نوین که مهارت و آگاهی خاصی می‌طلبد حرکت کنیم، درصد استفاده‌کنندگان از فناوری به شدت کاهش می‌یابد. به طوری که ۸۵ درصد حجم استفاده‌کنندگان از فناوری در کشور آلمان به شدت کاهش می‌یابد، در حالی که ۸۵ درصد

مبتنی بر صنعت چاپ، تلویزیون و تلفن متکی است. شیوه تولید به گونه ای است که هویت‌ها را به صورت عاقلانه، سودمند و خود بسنده در می‌آورد. اما در جامعه اطلاعاتی، یعنی جامعه‌ای که ارتباطات الکترونیک سیطره دارد، ذهنیت‌ها و هویت‌های ناپایدار، به صورت چندلایه و پراکنده ظهور می‌کند. «مارک پاستر» در «عصر دوم رسانه‌ها» تأکید می‌کند در دوره جدید که اینترنت و ارتباطات الکترونیک در جامعه سیطره دارد، این داده‌ها و اطلاعات و یا به عبارت دقیق کلمه، این اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند (پاستر، ۱۳۸۴: ۶۹-۶۸). وسایل نوین اطلاعاتی و ارتباطی در اثر تغییراتی که در برداشت‌های بشر امروزی به وجود می‌آورند، هویت‌ها را در وضعیت کاملاً تازه ای قرار می‌دهند که متفاوت و حتی مغایر با گذشته است. هویت در اجتماعات مجازی جامعه اطلاعاتی در مسیر فراملیتی شدن حرکت می‌کند. در واقع ارتباطی که با اتکا به وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید شکل می‌گیرد، چشم‌اندازی از فهم و درک جدیدی از ذهنیت را آشکار می‌سازد که در صورت‌بندی‌های گفتار و عملکرد که به لحاظ تاریخی محسوس‌اند، جان می‌گیرد. این ارتباطات راهگشای نگرستن به انسان به عنوان پدیده‌ای چندلایه، تغییرپذیر، منفعل و تکه‌تکه است. پدیده ای که شکل دادن خویش را به گونه ای طراحی می‌کند که با هرگونه تثبیت هویت می‌ستیزد. جامعه اطلاعاتی مبین هویت بی‌ثبات، تغییرپذیر و منعطف انسان جدید است. در این جامعه چه بسا انسان‌هایی که با همسایه‌ها، هم‌محلی‌ها و هم‌شهری‌ها و حتی هموطنان خود احساس قرابت نداشته؛ ولی با فرد دیگری در اقصی نقاط جهان احساس هویتی یکسان داشته باشند. هویت ملی در جامعه اطلاعاتی به دلیل ظهور اجتماعات مجازی به شدت تهدید می‌شود. اجتماعات مجازی تهدیدی برای اجتماعات واقعی است. در واقع در اجتماعات مجازی معمولاً افراد حداقل در یک چیز اشتراک دارند و آن علایق و منافع است که آنها را دور هم جمع می‌کند. این منافع که همان دسترسی به اطلاعات است، هویت آنها را می‌سازد. هویتی که مدام در حال تغییر بوده و ناپایدار است. هویت افراد در اجتماعات مجازی «هویتی دیجیتال» است. دیگر سرزمین، زبان بومی و محلی، کشور، فرهنگ ملی و نژاد، هویت افراد در اجتماعات مجازی را

امکانات به لحاظ اقتصادی صرفاً در اختیار طبقات بالا و مستقل قرار می‌گیرد. ثالثاً در این کشورها از جمله کشور ما ایران، به خاطر آنکه لایه فیزیکی را مخابرات در اختیار دارد، این فناوری در انحصار مراکز دولتی است و دولت متصدی خطوط ارتباطی داده‌ها نیز می‌باشد. از این رو، عدم امکان رقابت ناشی از این جنبه، سبب افت شدید کیفیت خدمات اینترنتی می‌شود.

علاوه بر مطالب ذکر شده، از آنجا که اکثر اطلاعات در شبکه اینترنت به زبان انگلیسی ارائه می‌شود ناآگاهی از این زبان به منزله دسترسی نداشتن به اطلاعات تلقی می‌شود.

در تحقیقی که «کیوان کوشا» در زمینه حضور فرهنگی کشورهای مختلف جهان در شبکه جهانی وب انجام داده است آمار و اطلاعاتی به شرح زیر ارائه شده است: کشور چین در مقام نخست و ترکمنستان در مقام آخر از نظر استفاده از وب قرار دارند. ایران نیز در میان ۳۵ کشور آسیا، خاورمیانه و اقیانوسیه در رتبه دوازدهم جای گرفته است. کشورهای حوزه خلیج فارس نیز حضور کم‌رنگی در این زمینه دارند. نوعی عدم توازن کمی و کیفی در استفاده از دستاوردهای جامعه اطلاعاتی در کشورهای مختلف به ویژه در کشورهای شمال و جنوب برقرار است. وجود این شرایط خود سبب تشدید نابرابری‌های اجتماعی در سطح کشورهای جهان می‌شود (بهرامپور، ۱۳۸۳).

۳-۳. گسترش نابرابری‌های اجتماعی در سطح ملی: شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی متفاوت در سطح کشورها و عدم بر خور داری متناسب و متعادل در کلان شهرها و شهرهای حاشیه‌ای و نقاط محروم از توزیع بودجه‌های عمرانی، اجتماعی و فرهنگی، سطح درآمد‌های مختلف که در محدوده خرده فرهنگ‌های درون یک کشور وجود دارد، فضایی را تدارک می‌بینند که عده‌ای به امکانات مناسب و از جمله دسترسی به اطلاعات روز مجهز باشند و در مقابل، عده ای به رغم داشتن صلاحیت و استعداد کافی، به دلیل نبود امکانات مالی و آموزشی، امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری نداشته باشند و این موضوع، به خودی خود، سبب تعمیق و گسترش نابرابری‌های اجتماعی در سطح کشورها و بین شهروندان خواهد شد (سعیدی، ۱۳۸۳).

۳-۴. هویت‌های جدید: جامعه اطلاعاتی اجتماعات و هویت‌های جدیدی خلق می‌کند. در جامعه‌ای که به ارتباطات

۴. فرصت‌های ناشی از جامعه اطلاعاتی

۱ - ۴. نقش اینترنت در پژوهش، خلاقیت و علم: از آنجا که زمینه هرگونه نوآوری و خلاقیت در پژوهش علمی تبلور می‌یابد، بنابراین پیشرفت فناوری‌های جدید و خلاقیت‌ها از دستاوردهای جامعه اطلاعاتی محسوب می‌شود.

از جمله مهمترین اقداماتی که می‌توان از طریق اینترنت سازمان داد، عضویت استادان و متخصصان رشته‌های مختلف در گروه‌های تخصصی است. با عضو شدن «کاربران» اینترنت در این گروه‌ها، آنها می‌توانند در جریان آخرین اطلاعات موجود در رشته‌های تخصصی خود قرار گیرند، زیرا همه اعضا در جریان پیام‌های علمی قرار دارند که به‌وسیله یک نفر صادر می‌شود. در شرایطی که خطوط ارتباطی از کیفیت لازم برخوردار باشد و در ایستگاه‌های محل کار هر دو یا چند طرف با امکانات لازم (دوربین ویدیویی...) به سیستم اتصال داشته باشند، آنان می‌توانند تصویر یکدیگر و فعالیت‌های هر کدام را نیز مشاهده کنند. هم‌اکنون انجام عمل‌های مهم جراحی به شکل هدایت از راه دور و با شرکت چند متخصص که هر کدام در گوشه‌ای از دنیا به‌کار مشغول هستند و می‌توانند در یک لحظه ناظر بر عمل جراحی یا راهنمایی‌کننده آن باشند، در تعدادی از مراکز مجهز درمانی متداول شده است. یکی دیگر از شکل‌های تا حدودی رایج فعالیت‌های پژوهشی که در سطح کشورهای اروپای غربی و امریکا مورد استفاده قرار می‌گیرد، کنفرانس از راه دور است که در آن تعدادی از متخصصان (که هر کدام در یک گوشه از کره زمین زندگی می‌کنند) با یکدیگر درباره موضوع مورد علاقه خود به تبادل نظر می‌پردازند. این نوع کنفرانس‌های الکترونیک در آینده رواج زیادی خواهد یافت و احتمال می‌رود که در مقیاس وسیعی از اهمیت کنفرانس‌های حضوری (که بسیار پرهزینه‌تر است) کاسته شود.

در طول چند دهه اخیر، مجله‌های علمی، در میان پژوهشگران، جایگاه ویژه‌ای در برقراری ارتباطات علمی ایفا کرده‌اند و تعداد این مجله‌ها در سطح جهان همواره رو به افزایش بوده است. اما با توجه به گسترش شبکه اینترنت، به‌ویژه در طول ۵ سال گذشته، به نظر می‌رسد که در سال‌های آینده نتوان افزایش تعداد این مجلات را مانند سال‌های گذشته انتظار داشت. همه روزه بر تعداد

تعیین نمی‌کنند؛ بلکه مجموع منافعی که آنها را نزد هم جمع می‌کند، هویت آنها را می‌سازد و اطلاعات هویت افراد را در جامعه جدید شکل می‌دهد (بهرامپور، ۱۳۸۳).

۳-۵. تمایز اجتماعی: مهمترین متغیری که در بحث انسجام اجتماعی در جامعه اطلاعاتی مدنظر قرار می‌گیرد، وحدت بخشی یا تمایزپذیری اجتماعی است. همان طور که می‌دانیم اجتماعی شدن و فردی شدن دو روی سکه تجدد و دوره مدرن هستند. یعنی دوره مدرن دارای دوگانگی در ساختار اجتماعی است که از یک طرف به اجتماعی شدن افراد منجر می‌شود و از طرف دیگر فردی شدن را تقویت می‌کند.

رادیو و تلویزیون در این دوره جوامع محلی و ملی را با یک شبکه محدود یکپارچه ساختند و سپس تکثر و تنوع کانال‌ها و ظهور تلویزیون‌های کابلی دوباره مخاطبان را تکه‌تکه کرده است. در پایان این دوره هر چند مخاطبان یک کانال تلویزیونی را از میان تعداد زیادی کانال انتخاب می‌کنند؛ ولی صاحبان تلویزیون‌ها و آگهی‌دهندگان هنوز بازار انبوه را ترجیح می‌دهند.

رسانه‌های جدید، رسانه‌های فردی شده هستند، چون آنها مبتنی بر تعامل فردی انسان و رایانه می‌باشند. همچنین آنها رسانه‌هایی هستند که به‌طور جمعی مورد استفاده قرار می‌گیرند، چون رایانه‌های آنها همگی به شبکه‌ها متصل‌اند.

رسانه‌های جدید تقاضاها و درخواست‌های متکثر کاربران و مخاطبان را پاسخ می‌دهند. از این رو نتیجه عملی دوگانگی ساختاری رسانه‌ها از طریق گرایش‌های وحدت‌بخشی و تمایزبخشی در جامعه تعریف می‌شود. نتیجه این دوگانگی ساختاری رسانه‌ها، دوگانگی ساختار اجتماعی جامعه است.

به نظر می‌رسد تجلی دوگانگی مذکور نزد کاربران اینترنت و رسانه‌های مرتبط با آن و آنهایی که به این وسایل جدید ارتباطی و اطلاعاتی دسترسی دارند، قابل ملاحظه‌تر باشد. چرا که رسانه‌های مذکور نوعی مناسبات جدید ایجاد می‌کنند که در این مناسبات انسان‌ها بیش از پیش گوشه‌گیر، منزوی و کم‌تحرك شده و کم‌کم از زمینه عملی زندگی خود دور می‌شوند. محققان ارتباطات معتقدند که موفقیت اجتماعات مجازی عملاً به‌مثابه زوال اجتماعات واقعی است (بهرامپور، ۱۳۸۳).

پژوهشگرانی که برای انتشار نتایج پژوهش‌های خود از این شبکه استفاده می‌کنند، افزوده می‌شود. آنان می‌توانند اطلاعات تولیدی خود را در اختیار تمام افرادی که امکان دسترسی به این شبکه را دارند، قرار داده و از آنان نیز بخواهند، علاوه بر نظرخواهی، بر ایشان مدارک علمی مشابهی از همین رهگذر ارسال دارند یا با خود آنان همکاری مستمر داشته باشند (سعیدی، ۱۳۸۳).

۲-۴. تعامل و همزیستی جهانی، شکل‌گیری هویت سیال و بین‌سیاره‌ای: واقعیت این است که پیشرفت ارتباطات و تکوین جامعه اطلاعاتی فاصله‌ها را کم کرده و به ایجاد نوعی تشابه، به ویژه در جوانان، انجامیده است. اعضای کمیسیون توسعه سازمان ملل متحد گزارش داده‌اند که در گردهمایی‌های خود در شهرهای قاره‌های گوناگون، شاهد بوده‌اند که جوانان خیلی شبیه به هم شده‌اند و این شباهت، با رنگ باختن مرز جوامع و رفتن به سوی نوعی جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای، بیشتر شده است.

اما باید توجه داشت که به یمن گسترش وسایل ارتباطی و رسانه‌ها، جوامع مختلف اگر آگاهانه و با برنامه‌ریزی عمل کنند، می‌توانند برای تحولات مثبت از آن استفاده کرده و به نوعی همزیستی سالم جهانی نیز دست یابند.

مبارزه با مواد مخدر در سطح جهانی، حفظ محیط زیست، همبستگی انسان‌ها، احترام به حق حیات، محترم بودن حریم زندگی خصوصی افراد، احیای حقوق مادران و کودکان، تأکید بر عدالت جهانی، گرمی داشتن کرامت انسان‌ها و توجه به حقوق اقلیت‌های دینی و اجتماعی، توسعه پایدار و اجازه مطرح شدن سایر فرهنگ‌ها و ارزش‌ها مباحثی هستند که می‌توانند با بهره‌گیری از همین فضای موجود جامعه اطلاعاتی، وجه دیگری را در تعامل فرهنگ‌ها نشان دهند (سعیدی، ۱۳۸۳).

۳-۴. وضعیت ایران: در داخل ایران تعداد کمی از هموطنان به رسانه‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، به‌ویژه به اینترنت و رسانه‌های اطلاع‌رسانی دیجیتال دسترسی دارند و از آگاهی و مهارت لازم برای استفاده از آنها برخوردارند. این عده کم‌کم دغدغه، ذهنیت، هویت، شخصیت و مسائل مشابه دیگر کاربران رسانه‌های مذکور در سطح جهان (که عمدتاً مبتنی بر دغدغه، ذهنیت، هویت، شخصیت و مسائل افراد شهری غربی می‌باشد) پیدا خواهند کرد و در اجتماع مجازی با آنها یکپارچه و متجانس

خواهند شد. آن عده که هم از امکانات مالی لازم و هم از آگاهی و مهارت در خور توجه برخوردارند، اعضای اجتماعات مجازی شده، با یکدیگر متحد و متجانس می‌شوند و از تعلق ملی و قومی رها می‌شوند و بیشتر احساس جهانی خواهند داشت تا ایرانی. از این پس بیشتر شهروندان جهانی خواهند بود و احساس تعلق و همبستگی ملی آنها کاهش می‌یابد. در سطح دیگر، شکاف اطلاعاتی بین ایران و دیگر کشورها به‌ویژه کشورهای پیشرفته غربی افزایش می‌یابد. جهان اکنون شاهد یک نابرابری در مهارت‌های دیجیتال بین کشورهای مختلف است. نابرابری اطلاعاتی در سطح جهانی انسجام اجتماعی کلانی را که بین کشورها حاکم بود به هم می‌زند و این شکاف را افزایش می‌دهد. اکنون به نظر می‌رسد کشورمان برای پرکردن این نابرابری‌ها راه طولانی پیش رو دارد.

هویت دیجیتالی که محصول جامعه اطلاعاتی و اجتماعات مجازی است، مخاطبان و کاربران وسایل نوین ارتباطی و اطلاعاتی را هدف قرار داده و هویت ملی و محلی آنها را به سمت هویت فراملیتی تغییر می‌دهد. یک ایرانی که به وسایل نوین ارتباطی دسترسی دارد و از مهارت‌های لازم برای استفاده از آنها برخوردار است در درجه اول شهروند اجتماعات مجازی است که عملاً عضو آن شده است. هویتی که این هموطن پیدا می‌کند ممکن است با هویت ملی اش در تضاد باشد و در نهایت به کاهش انسجام اجتماعی جامعه اش بینجامد. او دیگر در یک جامعه ارگانیک زندگی نمی‌کند که هویت همبسته‌ای با این جامعه داشته باشد. او در جامعه‌ای زندگی می‌کند که منافع اش حول دسترسی و استفاده از این وسایل سامان یافته است. این ایرانی با دیگر هموطنان از لحاظ هویتی فرق خواهد داشت. زبان فارسی دیگر برایش در جامعه مجازی هویت نمی‌سازد، بلکه این زبان انگلیسی است که برای او هویت مشترک با دیگر کاربران این وسایل را در دنیا فراهم می‌کند. مهارت استفاده از وسایل نوین اطلاعاتی و ارتباطی نیز برای کاربران این وسایل هویت می‌سازد.

به نظر می‌رسد رسانه‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی تمایزپذیری و بخشی شدن را در ایران بیشتر تقویت خواهد کرد تا وحدت و یکپارچگی و انسجام اجتماعی را. وجود تلویزیون‌های ماهواره‌ای و تعداد کانال‌های در دسترس آن در ایران و از طرفی

و کثرت گرایی فرهنگی، پدیده چند فرهنگی و
به طور خلاصه، جامعه اطلاعاتی ما را در معرض چالش‌ها و فرصت‌هایی قرار می‌دهد که باید از فرصت‌های آن استفاده کرده و با هزینه کم‌چالش‌های آن را پشت سر گذاشت تا از ویژگی‌های جامعه اطلاعاتی به نفع سعادت و رفاه عامه مردم بهره مند شد.
در ایران نیز با استفاده از فرصت‌هایی که جامعه اطلاعاتی در اختیار ما می‌گذارد، می‌توان با چالش‌های حاصل از آن مقابله کرده تا جامعه ایرانی نیز بتواند از مزایای جامعه اطلاعاتی به‌نحو احسن بهره مند شود.

منابع:

- بهرامپور، شعبانعلی. (۱۳۸۳). «انسجام اجتماعی در جامعه اطلاعاتی: نیم نگاهی به وضعیت ایران»، سمینار ایران و جامعه اطلاعاتی.
- کاستلر، مانوئل. (۱۳۸۰). «عصر اطلاعات: پایان هزاره»، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، انتشارات طرح نو.
- معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۸۳). «ایران و اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی».
- نشریه علوم اطلاع‌رسانی، مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران، شماره ۱ و ۲. (۱۳۸۲).
- حری، عباس. (۱۳۸۳). «اطلاعات، جامعه اطلاعاتی و ساختارهای معرفتی»، گفتگو با دکتر عباس حری درباره ویژگی‌ها و مقتضیات جامعه اطلاعاتی.
- وبستر، فرانک. (۱۳۸۰). «نظریه‌های جامعه اطلاعاتی»، ترجمه اسماعیل قدیمی، انتشارات قصیده سرا.
- رابرتسون، رونالد. (۱۳۸۰). «جهانی شدن»، ترجمه کمال پولادی، نشر ثالث و مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها.
- کاستلر، مانوئل. (۱۳۸۰). «عصر اطلاعات، قدرت هویت»، ترجمه حسن چاووشیان، انتشارات طرح نو.
- سعیدی، رحمان. (۱۳۸۲). «جامعه اطلاعاتی، چالش‌ها و فرصت‌ها»، سمینار ایران و جامعه اطلاعاتی.
- پاستر، مارک. (۱۳۸۴). «عصر دوم رسانه‌ها»، ترجمه غلامحسین صالحیار، مؤسسه ایران.

محدودیت کانال‌های تلویزیون ایران و نداشتن تنوع، سبب شده است تا گروه‌ها، اقشار و اقوام مختلف ایرانی براساس علاقه از میان کانال‌های ماهواره، برنامه مورد علاقه‌شان را انتخاب کنند.
در نتیجه اصل تکثر رسانه‌ای در جامعه اطلاعاتی، موجب شده تا ایرانی‌ها به سوی تولید و مصرف اطلاعات، برنامه‌ها و کانال‌های مورد علاقه خود کشیده شوند و تعلق گروهی، قومی و مذهبی آنها در این انتخاب و فرآیند تقویت می‌شود. به طور مثال کرد زبان‌ها کانال‌هایی را که به زبان کردی پخش می‌شود، انتخاب می‌کنند. بنابراین تمایزپذیری بیشتر آنها با جامعه ایرانی به عنوان یک کل همراه با افزایش تعلقات گروهی، مذهبی و قومی حاصل می‌شود. رسانه‌های ارتباطی نوین این عده از هموطنان را با آنهایی که در سطح جهان تبادل اطلاعات می‌کنند و تعامل دارند یکپارچه می‌سازد. همچنین افراد، گروه‌ها و ملیت‌های مختلف را در جامعه دیگری غیر از جوامع ملی واقعی خودشان متحد می‌سازد (بهرامپور، ۱۳۸۳).

نتیجه‌گیری

جامعه اطلاعاتی از یک طرف چالش‌هایی از قبیل نابرابری اجتماعی، هویت‌های جدید، تمایزپذیری و شالوده‌شکنی نهادهایی مانند دولت، افزایش بیکاری، کم‌اهمیت شدن مرزها و از طرف دیگر، اگر آگاهانه و با برنامه‌ریزی صحیح با جامعه اطلاعاتی برخورد شود، فرصت‌ها و امکانات خوبی برای پیشرفت‌های همه‌جانبه و در یک کلام، رفاه مادی و معنوی برای ملت‌ها در پی خواهد آورد. فرصت‌هایی چون نقش اینترنت در پژوهش، خلاقیت و علم، همزیستی جهانی، شکل‌گیری هویت سیال و بین‌سپاره‌ای، تمرکززدایی رسانه‌های دیجیتالی، انتقال اشتغال از تولید به بخش خدمات به‌خصوص خدمات ارتباطی و اطلاعاتی، مشارکت در تولید