



جوآنان و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی

❖ کاری از: انجمن جامعه‌شناسی ایران
تدوین و تنظیم: مراد مهدی‌نیا

اشاره

به اعتقاد بسیاری از اندیشمندان و صاحب‌نظران علوم اجتماعی، دنیا از اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی وارد عصری نوین شده است. در جامعه معاصر، عرصه‌های مختلف زندگی اجتماعی انسان آنچنان دگرگون شده که فهم و درک چیرستی و چرایی آن با به‌کارگیری صرف مفاهیم و نظریه‌های متعلق به دوران قبل عملی نیست. دنیا و عصر معاصر اصولاً با اصطلاحاتی جدید توصیف و تبیین می‌شود: جهانی شدن، عصر انفجار اطلاعات، پُست مدرنیسم، عصر رسانه‌ها، جامعه اطلاعاتی و جامعه شبکه‌ای تنها برخی از مفاهیم جدیدند. البته نظریه‌پردازی‌های جاری به مفاهیم فوق محدود نمی‌شود و گذشته از این، میان برخی نظریه‌ها آنچنان تفاوت‌های ژرف از

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



در ذیل نظام جامعه‌ای دیگر متناظر است و هدف از بیان متفاوت آن، نشان‌دادن اهمیت محور موردنظر در چندین نظام جامعه‌ای بوده است.

تعریف ICTs و اهمیت آن در دنیای معاصر

همان‌گونه که ذکر شد، بسیاری از اندیشمندان و صاحب‌نظران معتقدند که جامعه و دوران معاصر بشری کم و بیش تحت تأثیر ICTs به نحوی دگرگون شده که فهم آن مستلزم ابداع مفاهیم و نظریه‌های جدید است. فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی (ICTs) مجموعه وسیع و متنوعی از فناوری‌هاست که برای برقراری ارتباط میان انسان‌ها (ارسال و دریافت انواع پیام‌های کلامی، صوتی و تصویری) و نیز برای تولید، انتشار، نگهداری و بازیابی اطلاعات به‌کار می‌روند. ICTs ترکیبی از سخت‌افزار، نرم‌افزار، رسانه‌ها و حتی سیستم‌های پخش و توزیع اطلاعات و محتوا را در بر می‌گیرد. این فناوری‌ها تاریخچه‌ای طولانی دارند. اما ظهور و رواج بسیار سریع دستگاه‌هایی نظیر رادیو، تلویزیون، تلفن و به‌ویژه رایانه‌های شخصی، ویدئو، ماهواره‌های مخابراتی و ارتباطی، اینترنت، فاکس و نظایر آنها را باید پدیده‌ای متعلق به دهه‌های اخیر دانست. در واقع، فناوری‌های جدید که در طول دو دهه گذشته توسط شرکت‌های بزرگ بین‌المللی توسعه یافتند، در زمانی بسیار کوتاه به کالاهایی ضروری و شخصی در تمامی کشورها تبدیل شده‌اند. ترکیب مدارهای رایانه‌ای با پایانه‌های ارتباطی به دیجیتالیزه و مینیاتوری‌شدن فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی انجامید و از سوی دیگر، کانال‌های ارتباطی نوشتاری، صوتی و تصویری ادغام شد. این تغییرات موجب افزایش سرسام‌آور حجم و سرعت تولید، نگهداری، بازیابی و ارسال اطلاعات و

ICTs

فناوری‌هایی

خنثی هستند

که کاربرد اثر

نهایی آنها به

تعامل دیالکتیکی

فناوری و جامعه

وابسته است و از

این رو، عواملی

نظیر فرهنگ،

نظام حقوقی و

آگاهی و نیز اراده

انسانی نقشی

تعیین‌کننده در

نحوه مصرف

و اثرگذاری

فناوری‌ها دارند.

نقش‌های متعدد جوانان در چهار نظام جامعه‌ای (رسانه‌ای، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی - فرهنگی) در عرصه ICTs به‌صورت خلاصه ذکر و سپس توصیه‌های سیاستی در هر بخش آورده می‌شود. ذکر چند نکته در اینجا ضروری می‌نماید:

- اولاً؛ پرواضح است که تفکیک چهار نظام جامعه‌ای فوق به‌منظور سهولت در تشریح نقش‌های جوانان صورت گرفته است و در جهان واقعی نمی‌توان نظام‌ها و نقش‌های فوق را کاملاً تفکیک کرد.
- ثانیاً؛ نقش‌های متعدد جوانان در هر نظام جامعه‌ای تا حد امکان به‌صورت طبقه‌بندی شده ذکر شده است و می‌توان طبقه‌بندی‌های کامل‌تری را پیشنهاد کرد.
- ثالثاً؛ اهداف برنامه‌ای و سیاست‌های توصیه‌شده، در مواردی با موارد ذکر شده

نظر نوع رویکرد، سطح تحلیلی و پیش‌بینی روندهای آتی وجود دارد که تنها وجه مشترک آنها به‌کاربردن مفاهیم و عبارات مشابه است و نه تعاریف و برداشت‌های یکسان.

مرور ادبیات موجود نشان می‌دهد که یک عامل مشخص و مؤثر در تمامی نظریه‌پردازی‌ها قابل شناسایی است، هرچند میزان اثرگذاری آن در درون مدل‌هایی متفاوت (از تک‌عاملی جبرگرایانه تا چندعاملی نسبت‌گرایانه) تحلیل می‌شود. این عامل همیشه و همه‌جا حاضر و اثرگذار، فناوری اطلاعاتی و ارتباطی (ICTs) است.

در اینجا، پس از تعریف ICTs و تشریح اثرات آن، رابطه متقابل آنها و جوانان به بحث گذاشته می‌شود. بدین منظور،

محتواها به فواصل مکانی دورتر شده‌اند. با توجه به نقش محوری اطلاعات و ارتباطات در تمامی فرایندها و پدیده‌های جامعه بشری می‌توان انتظار داشت که تکامل و توانمندی هرچه بیشتر فناوری‌های مرتبط اثرات بسیار وسیع، عمیق و ماندگاری را به دنبال داشته باشند. از سوی دیگر، نوآوری‌ها در عرصه ICTs هنوز ادامه دارد و دوران معاصر در حال سیالیت و «شدن» متوالی است. در نتیجه، نظریه‌های مربوط به جامعه معاصر را نباید به‌طور یکسان واقع‌بینانه دانست و احساسات انسانی (اعم از امید یا یأس) حتی در سناریوسازی‌ها و آینده‌نگری‌های دانشگاهی و علمی نیز حضوری تأثیرگذار دارند. نگرش‌های جاری نسبت به ICTs را می‌توان بر روی طیفی قرار داد که از خوش‌بینی امیدوارانه تا واقع‌گرایی و تا بدبینی مایوسانه نوسان دارد. برخی نظریه‌پردازان ICTs را عامل ایجاد یک آرمان‌شهر دیجیتالی می‌دانند که در آن همه استعدادها نهفته و سرکوب شده انسان‌ها امکان شکوفاشدن می‌یابند. نظریه‌پردازان بدبین نیز بر این باورند که ICTs به خلق کامل‌ترین جامعه وحشت آرمانی خواهد انجامید. البته بر اساس نظرات واقع‌گرایان، باید اذعان داشت که هر دو گروه فوق در دام جبرگرایی فنی و نگرش تک‌عاملی افراطی گرفتار شده‌اند. ICTs فناوری‌هایی خنثی هستند که کاربرد اثر نهایی آنها به تعامل دیالکتیکی فناوری و جامعه وابسته است و از این رو، عواملی نظیر فرهنگ، نظام حقوقی و آگاهی و نیز اراده انسانی نقشی تعیین‌کننده در نحوه مصرف و اثرگذاری فناوری‌ها دارند. در اینجا و قبل از ادامه بحث درباره تعامل میان جوانان و ICTs، ذکر تحولات معاصر و نیز عرصه‌ها و سطوح اجتماعی اثرپذیرفته از ICTs مفید می‌نماید.

تحولات معاصر در عرصه‌های ارتباطات، اطلاعات و رسانه‌ها

زنجیره مدام تحولات معاصر در عرصه‌های ارتباطات، اطلاعات و رسانه‌ها بسیار طولانی است و شامل موارد فنی، سیاسی، مدل‌های مدیریت و مالکیت سازمانی و نیز نگرشی و رفتاری مربوط به مخاطبان و بهره‌وران می‌شود. هرچند ادعای احصای تام بجا نخواهد بود، اما عمده‌ترین تحولات جاری را می‌توان در موارد ذیل تشریح کرد.

۱. بین‌المللی‌شدن رسانه‌ها (راديو، تلویزیون و نیز چاپ و نشر):

فناوری‌های جدید فعالیت‌های مربوط به تولید و ارسال و نیز دریافت و مصرف محتواهای رسانه‌ای را به‌ورای مرزهای سیاسی و فرهنگی هدایت می‌کنند و بدین طریق امکان اعمال کنترل ساختارهای قدرتمند مکان‌مند (نظیر حکومت‌ها) را تا اندازه‌ای بسیار زیاد تقلیل داده‌اند. در گذشته، حکومت‌ها از طریق سازمان‌های رسانه‌ای دولتی، عمومی یا خصوصی ملی امکان نظارت بر محتواهای عرضه و مصرف‌شده را داشتند، در حالی که امروزه قدرت تقریباً انحصاری حکومت‌ها در درون مرزهای ملی‌شان به چالش کشیده شده است.

۲. تبدیل‌شدن ICTs به یک

تجارت و صنعت بسیار قدرتمند جهانی: عرصه ICTs آنچنان سریع رشد یافته که سهم آن در دادوستد بین‌المللی بسیار فزون‌تر از سهم صنایع کلاسیک شده است. حجم مبادلات مربوط به سخت‌افزارها و نرم‌افزارها و خدمات ICTs از سه هزار میلیارد دلار در سال ۱۹۹۳، به بیش از ده هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۰۰ میلادی رسیده است.

۳. ظهور غول‌های رسانه‌ای و

ارتباطی بین‌المللی: امروز افراد یا غول‌های رسانه‌ای و نیز شرکت‌های غول‌آسا، به صاحبان قدرت بین‌المللی تبدیل

شده‌اند. برخی صاحبان شرکت‌های مهم جهانی دارای قدرت واقعی معادل بیشترین رهبران سیاسی ملی و حتی شخصیت‌های جهانی هستند و در نتیجه، فعالیت‌ها و اقدامات ملی و بین‌المللی کشورها، به‌ویژه در جهان سوم، بدون توجه به گرایش‌ها و سیاست‌های (ماهیتاً تجاری و اقتصادی) غول‌های رسانه‌ای با مشکل جدی مواجه خواهند شد. افرادی مانند رابرت مرداک، تد ترنز و بیل گیتس و نیز شرکت‌هایی مانند *CNN*، *AT&T* و *BT* تنها مثال‌هایی از این نوع قدرت‌های جهانی‌اند.

۴. ادغام و همگرایی عرصه‌های

قابل تفکیک ارتباطات، اطلاعات و ارتباطات راه دور (مخابرات): در نتیجه تغییرات فنی و سیاسی، دیگر مرز کاملاً روشنی میان شرکت‌ها و فعالیت‌های فوق‌الذکر وجود ندارد و ادغام تدریجی در حال ایجاد کارتل‌های ارتباطی و اطلاعاتی نوظهور است.

۵. از بین رفتن فاصله مکانی

به‌عنوان مانع ارتباطی: با سریع‌تر شدن ارتباطات فرامکانی، اهمیت فاصله مکانی در برقراری ارتباطات از بین رفته و به اصطلاح معادله زمان-مکان فشرده شده است.

۶. تضعیف مدل پخش دولتی و

عمومی: به دلیل تکثر کانال‌ها و ظهور انواع مدل‌های جدید رسانه‌ای، وضعیت انحصاری مدل پخش رادیویی-تلویزیونی دولتی و عمومی تا حد زیادی از بین رفته است و این سازمان‌ها ناچار از رقابت در فعالیت‌های خود هستند تا بتوانند مخاطبان را از جذب‌شدن به رقبای داخلی و خارجی باز دارند.

۷. خصوصی‌سازی:

خصوصی‌سازی در طول دهه ۱۹۹۰ میلادی در اغلب کشورها در عرصه پخش رادیو-تلویزیونی اتخاذ شد و زمینه را برای ظهور مدل‌های سازمانی جدید باز کرد.

۸. مقررات زدایی:

سیاست همگام

مخاطبان رسانه‌ای
معاصر ناچار از تعیین
معیارهای ارزشی و
شناختی خود و نیز
علائق و رجحان‌های
محتوایی‌شان شده‌اند.
بدون کسب آگاهی‌ها و
مهارت‌های لازم برای
انتخاب‌گری فعالانه،
مخاطب در معرض
ابتلا به تعارض‌های
شناختی و رفتاری
و در نتیجه آشفتگی
شخصیتی خواهد بود.



خصوصی‌سازی است که در کنار آن و به‌عنوان مکمل آن عمل و زمینه را برای تکثیر محتوایی هموار می‌کند.

۹. **رواج پخش تجاری:** در نتیجه سیاست‌های فوق‌الذکر، سازمان‌های رسانه‌ای تجاری با هدف حذف اقتصادی رواج یافته‌اند. این سازمان‌ها هدف‌های سیاسی و فرهنگی سازمان‌های ملی و عمومی را به‌عنوان اهداف ثانویه پیگیری می‌کنند و در نتیجه نرمش بیشتری در مقابل امیال و خواسته‌های رسانه‌ای مخاطبان نشان می‌دهند. از این طریق، نظام محتوای فرهنگی با رویکرد سودآوری نگر بسته می‌شود.

۱۰. **رواج پخش خاص:** استمرار سیاست‌های منتهی به ظهور رسانه‌های تجاری موجب ورود سازمان‌ها، احزاب و گروه‌های خاص اجتماعی به عرصه رسانه‌ای می‌شود و در نتیجه کانال‌های ویژه گروه‌های اقلیتی به حاشیه رانده شده، رواج می‌یابند. تکثیر رسانه‌ای، به نوبه خود، به‌عنوان بخشی ضروری از سیاست تکثیر فرهنگی (قومی، زبانی، نژادی و ملیتی) در دوران پست‌مدرن نگر بسته می‌شود.

۱۱. **رواج رسانه‌ها و کانال‌های موضوعی:** نوع دیگری از کانال‌های ارتباطی، به‌ویژه در کانال‌های تلویزیونی کابلی و ماهواره‌ای است که به پخش یک نوع ژانر برنامه‌ای برای مخاطبان دارای علائق و سلیق بسیار خاص می‌پردازد. کانال‌های ویژه خبر، ورزش، پیام‌های مذهبی و انواع دیگر را می‌توان مثال‌هایی از این نوع دانست.

۱۲. **تکثیر کانال‌ها و محتوای رسانه‌ها:** نتیجه تغییرات فوق‌الذکر را باید تکثیر رسانه‌ای کانال و محتوا نامید؛ به نحوی که حداکثر چهار یا پنج کانال مثلاً تلویزیونی در دسترس در دهه ۱۹۸۰ میلادی به صدها کانال زمینی، کابلی و ماهواره‌ای تبدیل شده است. اینترنت نیز

سهمی بسزا در تکرر رسانه‌ای داشته است. **۱۳. افزایش حجم و محتوای رسانه‌ها:** میزان محتوای رسانه‌ای و ارتباطی در دسترس در طول دو دهه گذشته و به‌ویژه در طول دهه ۱۹۹۰ به‌صورت تصاعدی افزایش یافت؛ به نحوی که مخاطبان در هر شبانه‌روز به هزاران ساعت محتوای رسانه‌ای در زمان و ذخیره‌شده دسترسی دارند.

۱۴. افزایش انتقال محتوا میان رسانه‌ها: رشد و توسعه فنی، به‌ویژه در محیط چندرسانه‌ای اینترنت باعث شده است تا مرزهای در سابق روشن میان رسانه‌های مختلف نوشتاری، صوتی و تصویری از بین برود. امروزه دریافت رادیو از طریق تلویزیون دیجیتالی (ماهواره‌ای و زمینی) با مطالعه مطبوعات بر روی صفحه کامپیوتر یا مشاهده کانال‌های تلویزیونی از طریق اینترنت امری کاملاً عملی و عادی است.

۱۵. افزایش امکان انتخاب مخاطبان / بهره‌وران: افزایش حجم محتوای در دسترس از طریق رسانه‌های مختلف به افزایش گزینش‌گری مخاطبان انجامیده است. مخاطبانی که در گذشته امکان انتخاب بسیار معدودی داشتند، در مدت بسیار کوتاه یک دهه‌ای، در برابر سیل عظیمی از انواع محتواهای ارائه‌شده توسط شرکت‌های داخلی و خارجی قرار گرفته‌اند. **۱۶. افزایش ضرورت انتخاب‌گری فعالانه توسط مخاطبان:** امکان

انتخاب مسئولیت تعیین محتوای رسانه‌ای را از سازمان رسانه‌ای به مخاطبان / بهره‌وران منتقل می‌کند. مخاطبان رسانه‌ای معاصر ناچار از تعیین معیارهای ارزشی و شناختی خود و نیز علایق و رجحان‌های محتوایی‌شان شده‌اند. بدون کسب آگاهی‌ها و مهارت‌های لازم برای انتخاب‌گری فعالانه، مخاطب در معرض ابتلا به تعارض‌های شناختی و رفتاری و در

نتیجه آشفتنگی شخصیتی خواهد بود.

۱۷. ضرورت توسعه سواد رسانه‌ای: آگاهی‌ها و مهارت‌های عملی معطوف به انتخاب‌گری رسانه‌ای، سواد و آموزش رسانه‌ای نام دارد. مفهوم سواد در دوران معاصر گسترش یافته است و دیگر تنها شامل سواد و قابلیت خواندن و



جوانان، به‌عنوان بخش قابل‌توجهی از شهروندان و فعالان سیاسی، در نظام سیاسی جدید و در کنار ICTs می‌توانند نقش‌های مختلف سیاسی (رقیب سیاسی و رهبری، واسطه‌گری میان حاکمان و مردم، و نیز شهروندان مشارکت‌جو و فعال) را ایفا کنند.

نوشتن علائم ارتباطی گفتاری نمی‌شود. با غلبه رسانه‌های صوتی و تصویری، سواد رسانه‌ای به معنای کسب آگاهی‌ها و مهارت‌های مربوط به بهره‌وری از رادیو، تلویزیون (زمینی، کابلی و ماهواره‌ای)، ویدئو، اینترنت و رایانه و نظایر اینهاست.

اثرات ICTs بر عرصه‌ها و سطوح مختلف اجتماعی

بدیهی است که تغییرات پیش‌گفته تنها در حوزه مصرف رسانه‌ای به‌وقوع نپیوسته و تمامی فعالیت‌های افراد و از این طریق، مجموعه نقش‌های جامعه‌ای آنها را تحت تأثیر قرار داده است. براساس نظریه‌های واقع‌بینانه موجود، ICTs به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر تمامی عرصه‌ها و سطوح حیات فردی و جمعی انسان‌ها اثرات گسترده و عمیقی گذاشته است. این فناوری‌ها عرصه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، امنیتی و... را دگرگون کرده‌اند. امروزه شیوه زندگی، کار، تفریح و تعامل اجتماعی انسان‌ها متحول شده است و به‌عنوان مثال، کار و اشتغال از راه دور، خرید از راه دور و رأی‌گیری دیجیتالی و اینترنتی، وابستگی مکانی را غیرضروری کرده است.

دگرگونی عرصه اقتصادی آنچنان است که مهم‌ترین شاخص جامعه اطلاعاتی، اشتغال غالب در بخش‌های اطلاعاتی است؛ در حالی که از تعداد شاغلان بخش‌های کشاورزی، صنعت و حتی خدمات غیراطلاعاتی کاسته می‌شود. حرکت نیروی شاغلان به سمت مشاغل اطلاعاتی نیاز به آموزش‌های دانشگاهی و کاربردی جدیدی را به‌وجود می‌آورد. پیروی نکردن نظام آموزشی کشورها از ضرورت‌های جامعه اطلاعاتی موجب تأخیر در ورود به مرحله جدید فعالیت اقتصادی و در نهایت تشدید عقب‌ماندگی اقتصادی و افزایش فاصله با کشورهای پیشرفته‌تر خواهد بود. ICTs نوید شگرفی را برای ایجاد حجم زیادی از مشاغل جدید در خود دارد. تغییرات عرصه

سیاسی به نحوی بوده که اصطلاحاتی نظیر «حکومت الکترونیکی» و «دموکراسی دیجیتال» رواج گسترده‌ای یافته‌اند و بهره‌گیری مناسب از ICTs برای تسهیل ارتباطات حکومت با شهروندان و صنایع و تعامل با آنها، شرط لازم توفیق حکومت‌ها تلقی می‌شود.

اثرات ICTs در تمامی سطوح ساختاری جامعه بشری قابل مشاهده است و از زندگی تک‌تک افراد (سطح خرد) تا حیات گروه‌ها و سازمان‌ها (سطح میانه) و تا کلیت ساختارهای جامعه (سطح کلان) و حتی تا کل جهان (سطح بین‌الملل) را شامل می‌شود. انسان‌ها در شرایط جدید به شیوه‌ای متفاوت می‌اندیشند، برمی‌گزینند و رفتار می‌کنند. از بین رفتن فاصله مکانی و افزایش بی‌سابقه توان انسان‌ها برای مبادله و مرادله با یکدیگر و فرایند و برآیند هویت‌یابی جمعی را دگرگون کرده و گروه‌ها و جماعت‌های مجازی، دور از هم اما در دسترس، را ممکن ساخته است. سازمان‌های متولی سیاست، فرهنگ، اقتصاد و... برای حفظ دلیل وجودی خود و نیز کسب موفقیت در انجام وظایفشان ناچار از سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای ایجاد تغییرات مناسب با شرایط، امکانات و ضرورت‌های جدیدند. باید گفت: ICTs همه عناصر تشکیل‌دهنده جامعه بشری را به شکل الکترونیکی، مجازی و دیجیتالی از نو آفریده و سلسله‌مراتب افقی و عمودی آنها را، بیش از پیش، در هم تنیده است.

جوانان و ICTs

همان‌گونه که قبلاً ذکر شد، در این قسمت نقش‌های جوانان در قبال ICTs و نیز اثرات ICTs بر جوانان در چهار خرده‌نظام جامعه‌ای (رسانه‌ای، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی- فرهنگی) به صورت بسیار خلاصه تشریح می‌شود. در هر بخش ابتدا نقش‌های متعدد جوانان در قبال ICTs توضیح داده شده، سپس چند محور و هدف

سیاستی توصیه می‌شود.

الف) نظام رسانه‌ای

منظور از نظام رسانه‌ای، سخت‌افزار، نرم‌افزار، قوانین و مقررات و کنش‌هایی است که به تولید، توزیع و پخش و نیز مصرف محتواهای رسانه‌ای مربوط می‌شود. از این رو، نظام رسانه‌ای مجموعه‌ای از عناصر و



روابط ارتباطی است که شامل تولیدکننده و مصرف‌کننده (مخاطب) رسانه‌های جمعی می‌شود. تغییرات ایجادشده در عرصه ICTs از یک سو، و ضرورت توجه به جایگاه جوانان در جامعه، از سوی دیگر نشان می‌دهد که جوانان می‌توانند در هر دو سوی نظام رسانه‌ای مؤثر باشند و به‌ویژه توجه به نیازهای جوانان به‌عنوان مصرف‌کنندگان / مخاطبان رسانه‌های داخلی و خارجی بدون در نظر گرفتن توان بالقوه آنها در تولید محتوا، باعث دور شدن از اهداف زیربنایی جامعه جدید خواهد بود. جوانان می‌توانند و باید به‌عنوان تولید و عرضه‌کننده محتوا و از این طریق، حتی به‌عنوان سرمایه‌گذار و سیاست‌گذار ارتباطی و رسانه‌ای نیز مورد توجه قرار گیرند. به عبارت دیگر، افزایش مشارکت جوانان باید شامل نقش آنها در تولید و عرضه و نیز مصرف بهینه و مطلوب باشد. برای نیل به این هدف، می‌توان سیاست‌های زیر را توصیه کرد:

۱. تقویت و حمایت از رسانه‌های ویژه جوانان و به‌خصوص رسانه‌های تحت مالکیت و مدیریت خود جوانان.
۲. پذیرفتن و کمک به نهادی کردن حق اظهار نظر جوانان در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های رسانه‌ای، به‌ویژه در مورد برنامه‌های مربوط به جوانان.
۳. کمک و زمینه‌سازی لازم برای ورود جوانان به عرصه تولید محتواهای رسانه‌ای.
۴. تقویت و گسترش آموزش‌های تخصصی از طریق تقویت رشته‌های دانشگاهی، پیش‌دانشگاهی و آزاد مربوط به تولید رسانه‌ای.
۵. کمک و زمینه‌سازی لازم برای رشد و گسترش سوادآموزی رسانه‌ای برای تقویت جوانان به‌عنوان مخاطبان فعال و گزینش‌گر رسانه‌های متعدد داخلی و خارجی.
۶. مبارزه با شکاف اطلاعاتی و دیجیتالی

حفظ استقلال فردی و کمک به

شکوفایی استعدادهای فردی و

جمعی جوانان نه تنها می‌تواند

شاخص‌های توسعه انسانی

آنها و کل جامعه را افزایش دهد،

بلکه در تقویت مبانی توسعه

اقتصادی، اجتماعی و سیاسی

نیز تأثیری فزاینده خواهد

داشت.

و تلاش برای گسترش ادغام دیجیتالی. ۷. توسعه عادلانه ICTs در تمامی مناطق کشور و به ویژه در مناطق محروم شهری و روستایی به عنوان نمونه، از طریق تقویت ارتباطات اینترنتی مدارس و آموزشگاه‌ها.

۸. توجه جدی به نیازهای جوانان دارای شرایط خاص فیزیکی؛ مانند نابینایان، ناشنوایان و معلولان جسمی و حرکتی از طریق حمایت از بهینه‌سازی فناوری‌های مناسب.

ب) نظام اقتصادی

همانگونه که ذکر شد، ICTs یک صنعت بسیار گسترده و در حال گسترش است که باعث تغییر نوع اشتغال غالب در جامعه می‌شود. راه‌اندازی و اداره بنگاه‌های اقتصادی تولیدی و خدماتی به‌طور روزافزون ناچار از بهره‌گیری از قابلیت‌های ICTs است و الکترونیکی‌شدن تجارت موجب افزایش قابلیت رقابتی آنها برای تهیه مواد و خدمات مورد نیاز و نیز عرضه محصولات و خدمات به مشتری‌ها می‌شود. همچنین، از آنجا که مشاغل ICTs به توان و قابلیت نوآوری و ابداع نیاز دارد، جوانان می‌توانند نقش کلیدی در توسعه آن داشته باشند. به عبارت دیگر، جوانان نه تنها به عنوان شاغلان ICTs می‌توانند در تولید و نوآوری‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری سهمی بسزا داشته باشند و موجب افزایش اشتغال در این بخش شوند، بلکه به عنوان سرمایه‌گذار و سیاست‌گذار و نیز محقق بنگاه‌های مرتبط با ICTs نیز قابلیت‌های بالقوه فراوانی دارند. همچنین، معمولاً جوانان جزء نیروهای پیشرو در مصرف و پیشگام در تغییر روش‌های خرید هستند و از این رو، توسعه تجارت الکترونیکی در جامعه بدون تسهیل حضور و پیشگامی جوانان قابلیت توفیق چندانی نخواهد داشت. در نظام اقتصادی می‌توان

و باید نقش جوانان به عنوان شاغلان، مالکان و مشتریان ICTs را به صورت توأمان در نظر گرفت. با توجه به نقش‌های فوق‌الذکر می‌توان اهداف و سیاست‌های ذیل را توصیه کرد:

۱. گسترش آموزش‌های تخصصی دانشگاهی برای تسهیل اشتغال در عرصه ICTs؛

۲. فراهم‌کردن زمینه‌های لازم برای افزایش اشتغال و نیز اشتغال‌زایی جوانان در عرصه ICTs از طریق گسترش روحیه صنعتی‌سازی اطلاعات میان جوانان با اعطای وام و خرید تضمینی تولیدات؛

۳. مطالعه و شناسایی زمینه‌های وسیع ICTs برای اشتغال‌زایی و معرفی آنها به کل جامعه و به ویژه سرمایه‌گذاران؛

۴. کمک به رشد و توسعه شرکت‌های توسعه ICTs (سخت‌افزار و نرم‌افزار) و جلب مشارکت جوانان در تعیین ملاک‌ها و قوانین مربوط به استانداردهای کیفیت محتوا؛

۵. توجه به نقش جوانان به عنوان نیروهای پیشگام در بهره‌وری از تجارت الکترونیکی و تسهیل ورود آنها به عرصه مصرف دیجیتالی به عنوان نمونه، از طریق توزیع کارت‌های اعتباری و چندمنظوره میان آنها.

ج) نظام سیاسی

بدیهی است که توانمندسازی نقش‌های جوانان در نظام‌های رسانه‌ای و اقتصادی بدون زمینه‌سازی‌های مناسب سیاسی و اجتماعی - فرهنگی موفقیت چندانی نخواهد داشت و از سوی دیگر، در میان مدت نیز به افزایش تعارضات جوانان با نظام‌های سیاسی و اجتماعی - فرهنگی غیرپویا منجر می‌شود. از این رو، توجه به نقش‌های عدیده جوانان در این نظام‌ها نقطه شروع و نیز بستر و هدف حرکت در راستای توانمندسازی متقابل جوانان و

ICTs تلقی می‌شود. ICTs امور سیاسی و مدیریت عمومی را وارد مرحله‌ای نوین کرده و اطلاعات، ارتباطات و تعاملات افقی و عمودی را تسهیل کرده است. این کارکردها، کل ساختار جامعه جدید و نو نتیجه نظام مدیریت و سیاسی آن را به سوی تقویت مشارکت گروه‌های مختلف رهنمون می‌شود و به نهادینه‌ترشدن آزادی‌های ارتباطی و رفتاری شهروندان می‌انجامد. جوانان، به عنوان بخش قابل توجهی از شهروندان و فعالان سیاسی، در نظام سیاسی جدید و در کنار ICTs می‌توانند نقش‌های مختلف سیاسی (رقیب سیاسی و رهبری، واسطه‌گری میان حاکمان و مردم، و نیز شهروندان مشارکت‌جو و فعال) را ایفا کنند. جایگاه ویژه جوانان و قابلیت‌های ارائه‌شده به آنها توسط ICTs مستلزم توجه به مشارکت‌جویی سیاسی آنهاست. در این مورد، اهداف سیاسی زیر را می‌توان برشمرد:

۱. به رسمیت‌شناختن جوانان به عنوان یک گروه اجتماعی و ضروریات دوره جوانی در سیاست‌گذاری‌های کلان جامعه؛

۲. توانمندسازی اجتماعی - سیاسی جوانان از طریق حمایت از تشکل‌های خود جوانان و ویژه جوانان؛

۳. افزایش آگاهی‌های سیاسی جوانان از طریق تقویت اطلاع‌رسانی و ارتباطات دستگاه‌های حکومتی با جوانان؛

۴. حمایت از فعالیت‌های شبکه‌سازی جوانان برای تمرین کار گروهی، دموکراسی و رهبری.

د) نظام اجتماعی - فرهنگی

فرایند هویت‌یابی، جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری فردی و جمعی جوانان در دنیای جدید درون الزامات جهانی‌شدن و عصر اطلاعات به وقوع می‌پیوندد و از این لحاظ، خواسته‌ها و نیازهای جوانان در عرصه‌های توأمان جهانی و محلی طرح

می‌شوند. به عبارت دیگر، جوانی و گروه جوانان به‌عنوان یک نیروی واحد اجتماعی در سطح ملی و بین‌المللی دارای آگاهی و ارتباط تشکیلاتی بیشتری هستند. در عین حال، تکثر درونی میان جوانان بر اساس تمامی معیارهای هویت‌آفرین ملی، فرهنگی، زبانی، قومی-تزادی، جغرافیایی، جنسیتی و... با چنان شتاب فزاینده‌ای در حال وقوع است که ارائه یک تصویر واحد از جوانی و جوانان را سخت‌تر می‌کند. بدیهی است که جوانان به‌عنوان اعضای جدید جامعه جدید در جهان-زیست کاملاً تحول‌یافته‌ای رشد می‌یابند و نقش‌های بدون سابقه‌ای را ایفا می‌کنند. حفظ استقلال فردی و کمک به شکوفایی استعدادهای فردی و جمعی جوانان نه تنها می‌تواند شاخص‌های توسعه انسانی آنها و کل جامعه را افزایش دهد، بلکه در تقویت مبانی توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی نیز تأثیری فزاینده خواهد داشت. از این منظر، می‌توان اهداف سیاستی ذیل را توصیه کرد:

۱. تقویت حس خودباوری در جوانان از طریق آشناکردن آنها با میراث فرهنگی، ملی و تاریخی‌شان و نیز میراث قومی، تزادی، دینی و زبانی آنها؛

۲. تقویت مهارت‌های جوانان در حوزه‌های عملی، فکری و تحلیلی و به‌ویژه مهارت‌های ارتباطی؛

۳. تمهید امکانات لازم برای ترویج و تقویت شیوه زندگی و گذران اوقات فراغت به‌طور فعال، اجتماعی، پر نشاط از طریق توسعه مراکز تفریحی فعالانه و اجتماعی ویژه جوانان نظیر پارک‌های تفریحی، مراکز آموزشی، فرهنگ‌سراها، مراکز ورزشی و...؛

۴. تقویت و ترویج نظام اجتماعی و فرهنگ مشاوره و راهنمایی در جامعه برای هدایت جوانان در همه امور زندگی، به‌ویژه تحصیلی، ازدواج و خانوادگی، اشتغال و نظایر اینها؛

۵. توجه جدی و عادلانه به وضعیت همه گروه‌های جوانان و به‌ویژه جوانان مناطق محروم شهری و روستایی و نیز دختران به‌عنوان مادران و اولین مربیان نسل آتی؛
۶. تقویت و ترویج اخلاق دیجیتال برای کنترل خودانگیخته و نامحسوس تولید و مصرف رسانه‌ای و اینترنتی در سطوح گروهی، ملی و بین‌المللی.

نتیجه‌گیری

جوانان نه‌تنها سازنده آینده کشور بلکه جزء اصلی زمان حال و جامعه کنونی هستند. جوانان، هدف اصلی برنامه‌های توسعه‌ای ICTs و نیز عمده‌ترین کارگزاران و بهره‌وران ICTs هستند. تقویت آموزش الکترونیکی، اطلاع‌رسانی دیجیتالی، کتابخانه‌ها و دانشگاه‌های الکترونیکی و اینترنتی و نیز توسعه امکانات اطلاعات و رسانه‌ای تنها در صورت جلب مشارکت خود جوانان و با هدف محوری توسعه همه‌جانبه جایگاه جوانان در نظام‌های جامعه‌ای قرین توفیق خواهند بود.

از این رو، جوانان را باید به‌عنوان مروج، مدیر، سیاست‌گذار، مالک و بهره‌ور ICTs در نظر گرفت و مجموعه نقش‌های آنها را در تعامل با یکدیگر و کلیت ساختارهای جامعه جهانی‌شده و اطلاعاتی معاصر در نظر گرفت. برنامه‌های حاکی از رویکرد محدود به جوانان به‌عنوان بهره‌وران ناآگاه محتواها و اطلاعات رسانه‌ای غالباً مخرب و زیان‌بار، باعث غفلت از قابلیت‌های بسیار زیاد جوانان ایران و خسران جدی به تمامی برنامه‌ها و سیاستگذاری‌های کلان ملی می‌شود.

پی‌نوشت:

این گزارش برگرفته از تلاش و کوشش استادان و صاحب‌نظران در گروه جامعه‌شناسی جوانان انجمن جامعه‌شناسی ایران، به‌ویژه دکتر محمدسعید ذکایی، دکتر محمود شجاعی، دکتر ابوالقاسم طلوع‌شیخ‌زاده‌بزد و دکتر مهدی منتظر قائم است.