

# پیش نیازهای گسترش جامعه اطلاعاتی در ایران

می‌توان گفت جامعه اطلاعاتی شکل گرفته است؛ یعنی تکیه بر بستری که امکان تبادل اطلاعات را فراهم می‌کند. اما آیا صرف وجود یک شبکه ارتباطی برای سخن گفتن از جامعه اطلاعاتی «کافی» هم هست؟ پاسخ کوتاه این است که نه!

۲. آنچه شالوده جامعه اطلاعاتی است، همان‌طور که از این واژه بر می‌آید، «اطلاعات» است و برای پاسخ دادن به جایگاه ایران در جامعه اطلاعاتی باید قبل از هر چیز به میزان تولید اطلاعات در کشور توجه کرد. منظور از اطلاعات، اطلاعات مبتنی بر مطالعات منظم و پژوهش‌های علمی و نیز آمار است که به طور منظم گردآوری و به روز می‌شوند. در بیشتر کشورها وظیفه گردآوری و انتشار این اطلاعات، برعهده مراکز تحقیقاتی و پژوهشی است که باید فارغ از جهت‌گیری‌های سیاسی یا ملاحظات اجرایی که کم و بیش مد نظر مدیران اجرایی قرار می‌گیرد، نسبت به جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل و طبقه‌بندی آن اقدام کنند و ضعف کشور در این زمینه بارها مورد تأکید قرار گرفته است. هر چند اخیراً تعداد

سایت‌های اطلاعاتی فارسی رشد بسزایی یافته است، که خود مرهون پشتیبانی از زبان عربی و فارسی توسط شرکت مایکروسافت و وضع استانداردهای مناسب در این زمینه است. از جمله می‌توان به رشد انفجاری وبلاگ‌های فارسی اشاره کرد، اما اطلاعات غیر مستند و ویرایش نشده که گرچه می‌تواند به عنوان بخشی از جریان جامعه اطلاعاتی محسوب شود، ولی نهایتاً نمی‌تواند مبنای جامعه اطلاعاتی قرار گیرد. همچنان که در آمریکای شمالی نیز جامعه اطلاعاتی به جهت وجود وبلاگ‌ها پدید نیامده است.

۳. بحث دیگر در خصوص حوزه اطلاعات و جامعه اطلاعاتی، میزان اعتماد کاربران به اطلاعات است و این اعتماد به دست

می‌شوند. در آینده‌ای نه چندان دور، علم و دانش سرمایه هر کشوری خواهد بود. بنابراین، کشورها سعی می‌کنند خود را برای ورود به این جامعه آماده کنند. ضمن اینکه جهانی شدن نیز امر را تشدید می‌کند.

ظهور و گسترش «اینترنت»، در ایجاد شرایط گذر از «جامعه صنعتی» به «جامعه اطلاعاتی» اثر شایسته‌ای داشته است. «اینترنت» که اکنون به قول برخی از محققان ارتباطی، ستون فقرات ارتباطات اطلاعاتی سراسری کره زمین و به عبارت دیگر، «شبکه مادر شبکه‌های اطلاع‌رسانی» جهان شناخته می‌شود، معرف ساختار تحول یافته شبکه اطلاعاتی وزارت دفاع آمریکا است.

جامعه اطلاعاتی در ایران نیز لاجرم شکل می‌گیرد و به موازات مشکلاتی که برای نشریات چاپی وجود دارد، بر تعداد کاربران اینترنت افزوده می‌شود. گسترش سایت‌ها و وبلاگ‌ها در اینترنت باعث شده تا محتوای فارسی در رده چهارم زبان‌های دنیا قرار گیرد. اما این موقعیت باعث نشده که ایران در جامعه اطلاعاتی حضوری چشمگیر داشته باشد.

## پیش‌نیازهای جامعه اطلاعاتی

۱. از منظر فنی، آنچه زیر بنای جامعه اطلاعاتی است و به عبارتی جزء لازم آن می‌باشد، شبکه اطلاعاتی است تا امکان عرضه و تبادل سریع اطلاعات را فراهم کند. این شبکه به طور ساده از رایانه‌های متصل به هم تشکیل شده است. ممکن است این رایانه‌ها به جای اینکه در قالب شبکه‌های محلی شکل گرفته باشند، به شبکه جهانی اینترنت متصل باشند. به هر حال، در تعریف جامعه اطلاعاتی این وسوسه وجود دارد که بتوان گفت که در این جامعه شبکه اطلاع‌رسانی وجود دارد و کاربران به آن شبکه در هر سطحی از امکانات که باشد دسترسی دارند. در این صورت،



## جامعه اطلاعاتی چیست؟

در واژه‌نامه ارتباطات آورده‌اند: «جامعه اطلاعاتی به جامعه‌ای گفته می‌شود که در آن بیشترین سهم تولید ناخالص ملی، از کالاها و خدمات مربوط به اطلاعات و اطلاع‌رسانی حاصل می‌شود».

با گسترش اینترنت و فناوری نوین، تبادل اطلاعات به صورت نیازی دائمی درآمده است. بر همین مبنای دنیا در حال گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی است. کارشناسان پیش‌بینی کرده‌اند که در سال ۲۰۰۵م اولین کشورها وارد جامعه اطلاعاتی

نمی‌آید مگر در طی یک فرایند طولانی به همراه تجارب مثبت؛ به عنوان مثال، اگر غالب اطلاعات منتشر شده در یک سایت اینترنتی حاوی تلفن و نشانی، قدیمی باشند، کمتر کسی به استفاده از آن تمایل نشان خواهد داد. این امر در مورد مقوله‌های اجتماعی و خبری از حساسیت بیشتری برخوردار است؛ زیرا به هر حال، نظارت در دنیای دیجیتال به اندازه شیوه‌های سنتی نیست و به راحتی می‌توان در عرض مدت کوتاهی با ارائه اخبار ضد و نقیض، اعتماد مخاطبان را زایل کرد. این امر در کشورهایی که عموماً دارای خدمات اطلاع‌رسانی بسته هستند، بیشتر رخ می‌دهد و غالباً کاربران با پیش فرض منفی به سراغ رسانه‌های غیر رسمی می‌روند.

۴. عنصر دیگر، فرهنگ به اشتراک گذاشتن اطلاعات است. در حالی که در بیشتر کشورهای جهان، اسم و مشخصات و تلفن افراد حقیقی نیز در اختیار همه است، در ایران اطلاعات اصولاً مقوله‌ای امنیتی محسوب می‌شود.

۵. میزان کارایی اطلاعات در روند تصمیم‌گیری و موفقیت، موضوع دیگری است که باید مورد توجه قرار گیرد. دسترسی به اطلاعات با فرض اینکه اطلاعات دقیق تولید شود و در اختیار قرار گیرد، تا چه حد در میزان موفقیت یک تصمیم‌گیری مؤثر است؟ فرض کنید که شرکتی بتواند به موقع اطلاعات مناسب یک فعالیت تجاری، مانند بازاریابی محصولات خود را به دست آورد. در عمل، بهره‌مندی از این اطلاعات تا چه حد در میزان موفقیت آن در بازار رقابت مؤثر می‌باشد؟

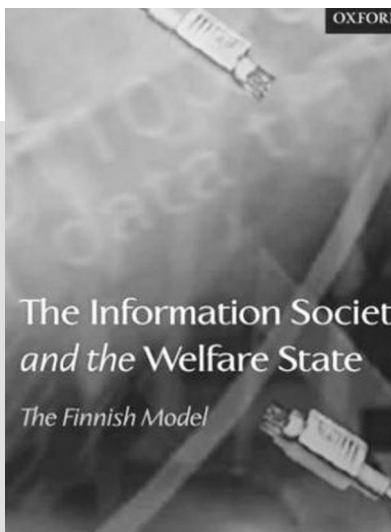
نگاهی به عوامل بازدارنده همچون: ناپایداری مقررات و قوانین، یارانه‌ها، رقاباتی که با رانت‌های دولتی در بازار وجود دارند و موانع سرمایه‌گذاری، پاسخی درخور برای این پرسش فراهم می‌کند؛ زیرا وقتی این عوامل دست به دست هم می‌دهند، عملاً نقش اطلاعات را در روند تصمیم‌گیری و موفقیت کمتر و کم‌رنگ‌تر می‌کنند.

۶. محصولات نرم‌افزاری یکی از چند عنصر اصلی در ایجاد جامعه اطلاعاتی هستند؛ چرا که تنها با به کارگیری این محصولات در بستر شبکه است که می‌توان به امر گردآوری و توزیع اطلاعات پرداخت. در بازار ایران، تکلیف بنگاه‌های تجاری و اقتصادی کوچک خصوصی مثل مغازه‌ها و

تولیدی‌های کوچک، معلوم است؛ در بسیاری از آنها حتی به سختی می‌توان یک دستگاه نمابر (فکس) پیدا کرد. آنچه باقی می‌ماند، شرکت‌های بزرگ و مهم‌تر از همه دولت است. یک شرکت نرم‌افزاری وقتی می‌تواند شکل بگیرد یا به حیات خود ادامه دهد که قراردادی از دولت به دست آورد و گرنه هیچ‌گاه نمی‌تواند در وضعیت مناسب و لازم برای تولید یک «محصول» به معنای دقیق کلمه ظاهر شود. این در حالی است که سازمان‌ها و شرکت‌های دولتی عملاً از تنظیم و اجرای یک قرارداد کوچک عاجزند. برای اجرای یک قرارداد سه ماهه، پیمانکار باید چهار ماه منتظر بماند تا قسط اول قرارداد را دریافت کند و البته پس از شروع کار تازه کارفرما پی برده است که چه چیزی مد نظرش بوده است. ضمن اینکه چیزی حدود دو برابر مدت قرارداد طول می‌کشد تا یک رایانه برای نصب برنامه خریداری شود یا فرد رابط برای تحویل برنامه تعیین گردد. پس تا زمانی که همچنان هر طرح بزرگی به نحوی به دولت بر می‌گردد و وابستگی شرکت‌های نرم‌افزاری به طور عام به دولت باقی است، موتور محرکه ایجاد جامعه اطلاعاتی شکننده و تأثیرپذیر باقی می‌ماند؛ زیرا هیچ وقت نمی‌توانند تولید کننده فناوری لازم و مطلوب باشند. مگر آنکه در شیوه‌های مدیریت دولتی تحول چشمگیری رخ دهد تا هنگامی که با یک دستگاه دولتی سر و کار دارند، برنامه‌ریزی معنادار باشد.

۷. یکی دیگر از لوازم توسعه در حوزه فناوری‌های اطلاعاتی، بخش‌های متولی در دولت‌هاست؛ به عنوان مثال، در همه جای دنیا مخابرات کشورها صرفاً نقش فراهم کردن بسترهای ارتباطی را بر عهده دارند و نه محتوای اطلاعاتی را. این در حالی است که هنوز در کشور ما چنین تفکیک وظیفه ساده‌ای صورت عملی به خود نگرفته است. مخابرات از طرفی خود را در رقابت با آی.اس.پی‌ها (شرکت‌های فراهم‌آور خدمات اینترنت) می‌بیند و از طرفی نمی‌تواند از دلبستگی خود در نقش ناظم اخلاقی جامعه دست بشوید. طبق معمول نیز برای حل مشکلات مشابه، کمیته‌های عالی و سیاستگذاری تشکیل می‌شود که به وجود نهادهای موازی می‌انجامد و امر سیاستگذاری را بیش از پیش به کلافی سر در گم تبدیل می‌کند.

قوانین دقیق با پشتوانه اجرایی، مهم‌ترین پیش‌نیاز این بخش است و کاربران بیش از آنکه مخابرات را به عنوان نهاد مسدود کننده بشناسند، از آن انتظار فراهم کردن زیربنای قوی ارتباطی را دارند.



### نتیجه

آنچه گفته شد تنها بخشی از سرفصل‌های مهم به عنوان پیش‌نیازهای یک جامعه اطلاعاتی است. امروز حدود سیزده سال از برقراری اولین ارتباط اینترنتی کشور توسط مرکز تحقیقات فیزیک نظری و ریاضیات، و نیز تولد اولین شبکه ارتباطی فرامرزی در کشور می‌گذرد و این زمان در مقیاس فناوری اطلاعاتی معادل یکصد و سی سال در صنایع خودروسازی است. گرچه زمان بسیاری برای به سامان آوردن مقوله فناوری اطلاعاتی در کشور از دست رفته است، اما با نگاهی واقع‌بینانه می‌توان گام‌های مؤثری برای «فراهم کردن پیش‌نیازهای جامعه اطلاعاتی» در کشور برداشت. در عین حال، خطر آنجاست که بدون وجود حداقلی از پیش‌نیازها توهم وجود جامعه اطلاعاتی در کشور پدید آید. بنابراین، صرف اینکه چند صد میلیارد تومان در سال صرف چت کردن می‌شود یا جوانان ما در خلأ امکانات فرهنگی و تفریحی به شبکه به عنوان ابزاری برای تفریح و صرف وقت روی آورده‌اند، نمی‌توان تصور کرد که در مسیر جامعه اطلاعاتی گام بر می‌داریم. ورود به جامعه اطلاعاتی نیازمند فراهم کردن پیش‌نیازهایی است که خود اساساً از مقوله فناوری نیستند.

برگرفته از: [iranianfuturist.htm](http://iranianfuturist.htm)