

عنوان مقاله:

آموزش سواد رسانه‌ای و مقابله با پدیده شکاف نسلی (با تاکید بر شکاف دیجیتالی بین

نسل‌ها)

نویسنده: لیلی حسن عالی

کارشناسی ارشد جامعه شناسی

Leily.hasanali@gmail.com

چکیده

عصر پیش روی ما به واسطه همگرایی ابزارهای ارتباطی و گسترش بیش از پیش تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات به عنوان عصر اطلاعات و ارتباطات نام گرفته است. به هر حال حضور تکنولوژی جدید با درهم شکستن مرزها و نفوذ پذیر ساختن آنها، معادلات زمانی و مکانی پیشین را به هم زده است و با حضور اینترنت و ماهواره ها، امواج براحتی حصارها را درمی نوردند و شتابان وارد همه حوزه‌های زندگی افراد می‌شوند. با توجه به این امر و تاثیر روزافزون فضای الکترونیک و مجازی بر روی افراد به ویژه نسل جوان و بروز پدیده شکاف نسلی به عنوان پیامد آن، بنابراین مهمترین ابزار به منظور جلوگیری از آسیب‌های پیش رو، شناخت و آگاهی از مؤلفه‌های این پدیده و تجهیز بودن به شناخت همه جانبه این فضا و محیط جدید پیش رو می‌باشد. آگاهی و شناخت و تسلط بر مؤلفه های مهم ارتباطی و فرهنگی و دارا بودن دانش کافی در مواجهه با این محیط جدید می‌تواند خطرات و آسیب ها و تاثیرات مخرب فضای مجازی را به حداقل برساند. در این راستا پدیده سواد رسانه‌ای یکی از راهکارهای مهم دستیابی به دانش و اطلاعات پیرامون استفاده مؤثر از رسانه‌ها می‌باشد. سواد رسانه‌ای معیاری از توانایی فردی در درک مستقل رسانه است. هدف از تحصیل سواد رسانه‌ای آن است که افراد در رویارویی با انبوه عظیم اطلاعات مخابره شده از رسانه‌های دیداری و شنیداری گوناگون به عنوان مخاطبینی فعال نقش موثری را در درک پیام داشته باشند. تحصیل سواد رسانه‌ای همراه با پیدایش تفکر انتقادی در افراد است. بنابراین فرد می‌آموزد که با دقت به ذات برنامه‌ها و نوشته ها و شنیده ها ببیند و به نقد آنها بپردازد. در این پژوهش با استفاده از روش اسنادی و مطالعه و مرور منابع موجود به بررسی و توصیف پدیده شکاف نسلی با تاکید بر شکاف دیجیتالی بین نسل ها و استفاده از عنصر مهم سواد رسانه‌ای در مواجهه با این پدیده می‌پردازد.

واژگان کلیدی: نسل، شکاف نسلی، شکاف دیجیتالی، سواد رسانه‌ای.



مقدمه

تغییر و تحول روزافزون زندگی اجتماعی امری فراگیر، دائمی و اجتناب‌ناپذیر است. اما فقدان نظام جذب تغییرات و بومی کردن آن، نابرابری دسترسی به اطلاعات، انجماد فکری درباره لزوم پذیرش تغییر و تحول و بدبین بودن در خصوص مظاهر دنیای جدید، تغییرات گسترده و عمیق را به عامل اصلی شکاف میان نسل‌ها تبدیل می‌کند. پیشرفت‌ها، اختراعات و ابداعات جدید از هر سو و در هر روز، زندگی اجتماعی انسان را درنور دیده، و نسل‌های جدید به فراخور علاقه و اقتضای سنی، سریع‌تر از آن آگاه می‌شوند و دنیای فکری خویش را بر اساس آن پایه‌ریزی می‌کنند. امروزه جوانان و نوجوانان، در دسترسی به اطلاعات، تغییر، شناخت و یادگیری آن در جامعه پیشرو از سایر قشرها هستند و والدین غالباً از این‌گونه مسائل غافل و یا در این باره دست‌به‌عصا حرکت می‌کنند. این مهم، زمینه‌ساز گسست نسلی است.

با توجه به اینکه فناوری یکی از عوامل تأثیرگذار در بروز و ظهور تحولات اجتماعی است می‌توان اذعان داشت از آن زمان که رشد فناوری در جهان شتاب گرفته و بر ساختارهای جامعه تأثیر می‌گذارد، فرهنگ و ارزش حاکم بر سیستم اجتماعی را دستخوش تغییر و تحول می‌نماید، پرداختن به مسئله‌ی نسل‌ها از موضوعات مهم اندیشمندان به حساب می‌آید. فاصله نسلی همیشه و از قدیم وجود داشته است به طوری که نسل جوان باعث نگرانی و دغدغه خاطر بزرگسالان خود بوده است. بر روی یک لوح سنگی که از تمدن سومر قدیم به دست آمده، نوشته شده است که: نسل جوان نسلی نظام گسیخته است و این مسئله ممکن است که تمدن ما را بر باد دهد. یعنی حدود سال پیش‌سخن از این بود که جوانان درصدد بر باد دادن دستاوردهای تمدن سو مر هستند. (منطقی، ۱۳۸۹: ۲۷۹) با در نظر گرفتن این که فاصله نسلی، ریشه در تاریخ دارد اما نه با استفاده از همین واژه بلکه به صورت بیان نگرانی‌ها و تفاوت‌ها، باید خاطر نشان کرد که تأثیر فناوری و فناوری‌های نوین در این مسئله نه تنها تأثیرگذار است بلکه بر شدت آن نیز در صورت غفلت می‌افزاید. می‌توان اینترنت را به عنوان محصول اصلی این تحولات فناوری در نظر گرفت که قدم گذاشتن در دنیای مجازی را برای کشورهای مختلف و در تمام رده‌های سنی مهیا نموده است و باعث بروز محیط دیجیتالی گردیده است. حتی امروزه ضریب نفوذ اینترنت از شاخص‌های توسعه به شمار می‌آید. جوانان به عنوان مصرف‌کنندگان اصلی این ابزارهای فناوری و در رأس آن‌ها اینترنت، بیشترین تأثیر را از این فضا می‌پذیرند. مهم‌ترین تأثیر این فضا و مولفه‌های مربوط به آن، شکل‌گیری سلیقه‌ها و به عبارتی سبک زندگی و فکری متمایز با ارزش‌ها و نگرش‌های خانواده والدین آن‌ها بوده در فضایی متفاوت زندگی را تجربه کرده‌اند و به عبارتی تجربه زیسته متفاوتی از فرزندان خود داشته‌اند. فردیت‌گرایی و کاهش تعامل و سلیقه مشترک در بین جوانان و بزرگ‌تران آن‌ها موجب شده تا فاصله نسلی بیش از پیش نمایان شود و با تغییر ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و فرهنگی شرایط جدیدی به وجود می‌آید که فاصله نسلی را در جهانی شدن فرهنگ و فناوری بیشتر آشکار می‌کند.

فناوری اطلاعات و ارتباطات

پیشرفت در توانایی‌های مرتبط با فناوری اطلاعاتی در رونق فرایند تولید حجم بسیار اطلاعات به سرعت در جهان به یک عامل مهم در توسعه جامعه اطلاعاتی تبدیل شده است. فناوری که به مدد قدرت کامپیوتر و توانایی انتقال اطلاعات رشد فزاینده‌ای را طی می‌کند، به طوری که مانوئل کستلز^۱ بیان می‌کند که امروزه بیش از یک میلیارد نفر کاربر اینترنتی‌اند و نزدیک به دو میلیارد نفر دارای تلفن همراه می‌باشند دوسوم ساکنان کره زمین امکان ارتباط با تلفن حتی در جاهایی که برق نیست را دارند. شکل اجتماعی جدیدی از ارتباط برقرار کردن به وجود آمده که هرچند وسیع است اما به طور انفرادی تولید و دریافت می‌شود و تأثیر می‌گذارد.

فناوری اطلاعات و ارتباطات با تأکید بر شاخص اینترنت بر تاروپود زندگی اجتماعی انسان امروز تأثیر بسیاری گذارده است و در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی تحولات نوینی را رقم زده است که از آن جمله می‌توان به شکل‌گیری اقتصاد الکترونیک، رفتار الکترونیک، کلبه الکترونیک، دولت الکترونیک، گردشگری الکترونیک و ... اشاره نمود جوانان با توجه به اقتضای سن و نیازهایشان بیشترین کاربران اینترنت را تشکیل می‌دهد و به طور طبیعی این مسئله بر روابط اجتماعی آن‌ها

1- Manuel Castells

در عرصه رفتارهای مصرف‌کنندگان تأثیر داشته و بسیاری از شیوه‌های زندگی آن‌ها را متحول نموده است و همچنین تحولات عمیقی در ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی آنان پدید آورده و باعث شده تا ساختار فکری و فرهنگی و رفتاری جوانان دچار تغییر و تحول بسیاری شود. نسل جدید دوره نوجوانی و جوانی خود را در شرایطی طی می‌کند که دنیای مجازی و دیجیتالی شدن، زندگی امروز او را در محیطی سرشار از نمادها و نشانه‌ها قرار می‌دهد و بنابراین متاثر از کامپیوترها فکر می‌کند و رفتار می‌نماید و صفحات نمایشگر زندگی جوان امروز را آن‌چنان تحت‌الشعاع قرار می‌دهد که بر تمام عرصه‌های زندگی او احاطه کرده و او را دعوت می‌نماید. امری که می‌تواند به سرعت شکاف نسل را برجسته نماید.

مفهوم شناسی شکاف نسل با تأکید بر شکاف دیجیتالی

شکاف نسل پدیده‌ای است که در هر جامعه‌ای به تناسب تغییرات اجتناب‌ناپذیر اجتماعی و فرهنگی رخ می‌دهد. برخی صاحب‌نظران تفاوت‌های بین نسلی را نه تنها امری بدیهی بلکه شرط لازم برای پیش رفت و توسعه جامعه می‌دانند، اما در جوامع در حال گذار وضع به گونه دیگری است. در این جوامع، با ایجاد تغییرات پیوسته در جنبه‌های گوناگون شبکه سنتی زندگی و رشد نهادهای مدنی، ارزش‌هایی متفاوت با هنجارها و باورهای سنتی بین نسل جدید ظهور می‌کند. از آنجاکه این ارزش‌ها در ابعاد مختلف خودسازگاری و هماهنگی چندانی با هنجارهای موردقبول جوامع سنتی ندارند، بنابراین، حوزه ارزش‌ها به یکی از کانون‌های بی‌ثباتی و بحران تبدیل می‌شود؛ به این صورت که هرگونه شکاف ارزشی هنجاری میان حال و گذشته باید با نیاپادهای متفاوتی را فراروی نسل‌های مختلف قرار می‌دهد و گسستی ژرف را میان آنان موجب می‌شود. این امر زاییده اختلال در فرایند انتقال ارزش‌ها و هنجارها، نارسایی در فرایند اجتماعی شدن، و کاهش مقبولیت و مشروعیت گروه‌های مرجع ارزشی است. (تاجیک، ۱۳۸۳: ۷۷).

جامعه متشکل از گروه‌هایی از افراد و نسل‌هایی است که در تعامل با یکدیگر حیات اجتماعی را تشکیل می‌دهند. نسل در حوزه جمعیت‌شناسی چنان‌که در دایره المعارف علوم اجتماعی آمده است، به گروهی از افراد اطلاق می‌شود که مرحله‌ای از حیات را با یکدیگر آغاز کرده یا پایان داده باشند. گروهی که در یک‌زمان فارغ التحصیل می‌شوند، گروهی که در یک زمان بالنسبه نزدیک به هم به دنیا آمده یا ازدواج کرده‌اند (ساروخانی، ۱۳۷۰). هماهنگی و درک متقابل میان دو نسل والدین و فرزندان که مهم‌ترین واحد اجتماعی یعنی خانواده را تشکیل می‌دهند، عاملی بنیادی در کیفیت همزیستی اجتماعی و آرامش روانی جامعه محسوب می‌شود. در فرهنگ آکسفورد این مفهوم اختلافی در نگرش یا رفتار جوانان و افراد سالمند تعریف شده است که موجب نبود درک متقابل آنان از یکدیگر می‌شود و فرهنگ وبستر نیز آن را اختلاف گسترده در خصلت‌ها و نگرش‌های میان نسل‌ها تعریف کرده است. (معیدفر، ۱۳۸۳: ۷۷). هم‌چنین آزاد ارمکی شکاف نسلی را به معنی تفاوت‌های دانشی، گرایشی، و رفتاری بین نسل‌های حاضر در خانواده از قبیل والدین و فرزندان با وجود پیوستگی‌های کلان متأثر از ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، و تاریخی بیان می‌کند که بر منافع، مطالبات، و سوگیری‌های نامتجانس و ناسازگار میان نسل‌ها دلالت دارد (آزاد ارمکی، ۱۳۸۹: ۸۶). شکاف نسلی موقعیتی بسیار استثنایی و ویژه است. با وجود اینکه نوعی وضعیت خاص استقرار نسل‌هاست، اما احتمالاً موقعیتی بحرانی به لحاظ تجربی و مسئله‌ای به لحاظ نظری است. در چنین وضعیتی دو نسل از یکدیگر منفک می‌شوند، بین آن‌ها شکافی بسیار اساسی اتفاق می‌افتد و پیوستگی در رابطه آن‌ها بسیار کم می‌شود. در این وضعیت گسست نسلی محصول همین بی‌ارتباطی است (تاجیک، ۵۵).

به عقیده روانشناسان بین بینش‌ها، منش‌ها و خواسته‌های دو نسل تفاوت وجود دارد. به‌طور طبیعی، هیچ نسلی آینه تمام‌نمای آرمان‌های نسل قبل و انعکاس‌دهنده خصلت‌ها و منش‌های آن نیست. هر نسلی، شرایط و خصوصیات روانی-اجتماعی خاص خود را با جنبه‌های مثبت و منفی دارد. تحول و صنعتی شدن، اقتضا می‌کند که نسل جدید، درمنش، ویژگی‌ها بینش‌تابلوی تمام‌نمای نسل قبل نباشد. به‌خصوص با توجه به سرعت تحولات در تمام عرصه‌های زندگی بشری، تفاوت نسل‌ها بیش از گذشته احساس می‌شود (کاکوجویباری، ۱۳۸۳). شتاب تغییرات و تحولات عظیمی که در جامعه مدرن امروز به وقوع می‌پیوندد، گسست بین نسل‌ها را افزایش داده است و سبب می‌شود علایق و سلیق نسل امروز با نسل پیشین به لحاظ اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی تفاوت‌های فاحشی داشته باشد و شکاف نسلی مفهومی است که اختلاف فاحش روانی، اجتماعی و فرهنگی و تفاوت

معنی دار در بینش و آگاهی، باورها، تصورات، انتظارات، جهت گیری های ارزشی و الگوهای رفتاری رامیان دو نسل هم زمان در یک جامعه مورد توجه قرار می دهد (توکل و قاضی نژاد، ۱۳۸۵). بخشی از این تفاوت ها ناشی از شناخت و بهره گیری از فناوری های نوین است که در گذشته با این وسعت و فراگیری در اختیار همگان نبوده است. همین تفاوت در دسترسی و بهره گیری از فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی است که بحث شکاف دیجیتالی را در بین نسل ها مطرح می کند.

پیشرفت های شگرف فناوری اطلاعات و ارتباطات و مظاهر عینی آن در قالب ابزارها و شیوه های نوین ارتباطی، تحول عمیقی در سطوح زندگی مختلف زندگی اجتماعی و فعالیت های روزمره افراد ایجاد کرده است. هر چند که به کارگیری دستاوردهای حاصل فناوری در جامعه امروز انکارناپذیر است، آشنایی و علاقمندی آحاد و اقشار مختلف جامعه به این پدیده نوین و به تبع آن رواج استفاده از آن ها در میان گروه های جامعه به دلایل مختلف یکسان نخواهد بود.

شکاف دیجیتالی به شکاف میان افراد، خانواده ها، بخش های تجاری و نواحی جغرافیایی در رابطه با فرصت های دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات و استفاده آن ها از اینترنت برای فعالیت های مختلفی اشاره می کند (patricia, 2003). امروزه با توجه به گسترش سرسام آور فناوری های مختلف در تمام جنبه های زندگی اجتماعی، خانواده که اولین و کوچک ترین واحد اجتماعی است نیز از این فناوری ها تأثیر پذیرفته است. در محیط خانواده نیز از نظر انس و الفت با مظاهر فناوری اطلاعات و ارتباطات تفاوت هایی وجود دارد. در مجموع به نظر می رسد فناوری های ارتباطی جدید در بین نسل ها به میزان متفاوتی مورد استفاده قرار می گیرد، چنان که بنا بر گزارش اراده بازرگانی ایالات متحده در سال ۲۰۰۰ افراد بالای ۵۰ سال کمترین استفاده از اینترنت در مقایسه با گروه های سنی داشته اند. (kolodinsky crawell, and rowe 2002). به گزارش جکسون در سال ۲۰۱۰ بعد از گذشت یک دهه استفاده، رسانه های جدید از انحصار جوانان خارج شده و استفاده میانسالان ۵۰ تا ۶۵ سال از اینترنت رشد بی سابقه ای داشته است ((Jackson, 2010). باین حال جوانان از فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در سطحی بالاتر و به شیوه ای متفاوت از نسل پیشین استفاده می کنند ((junco and cotton 2011).

بررسی آراء نظریه پردازان در حوزه شکاف نسلی و شکاف دیجیتالی

نظریه پردازان مختلفی نظیر کارل مانهایم، امیل دورکیم، مارگارت مید، اینکلهارت، گیدنز و بورديو در موضوع شکاف نسلی نظریه هایی ارائه کرده اند. تعدادی از این نظریات متناسب با موضوع و جمعیت مورد مطالعه در چارچوب نظری به کار گرفته شدند. از اولین افرادی که درباره شکاف نسلی بحث کرده، مارگارت مید است. او با بررسی جنبش های دانشجویی دهه ۱۹۶۰ در کشورهای غربی عنوان نمود که علت رفتارهای غیرمتعارف و ضد فرهنگی جوانان، وجود فاصله نسلی بین متولدین قبل و بعد از جنگ جهانی دوم است. به نظر مید متولدین پس از جنگ جهانی دوم در دنیایی زندگی می کنند که کاملاً با دنیای پیش از جنگ متفاوت است چرا که نسل پیش از جنگ در جهانی بدون بمب اتم، فضاپیما، تلویزیون، ماهواره، کامپیوتر، فضاپیما و رسانه های جمعی بین المللی و ... بزرگ شده اند و به همین دلیل نمی توانند تجربه نسل جدید را درک کنند. به این دلیل مارگارت مید معتقد به وجود یک فاصله نسلی عمیق بین نسل قبل و بعد از جنگ جهانی دوم در کشورهای غربی و سایر نقاط جهان است (پناهی، ۱۳۸۳). به نظر مید سه نوع جامعه در رابطه بین دو نسل وجود دارد. حالت اول جامعه ای که در آن نسل جدید کاملاً دنباله رو نسل قبل است و فرهنگ نسل های قبل بدون تغییر به نسل بعد منتقل می شود. حالت دوم در جوامعی است که دچار تغییر و تحول می شوند و شرایط اجتماعی طوری دگرگون می شوند که دیگر نسل گذشته نمی تواند الگوی مناسبی برای زندگی نسل بعد باشد. انتقال فرهنگی از نسل قبل به نسل بعد بسیار ناقص صورت می گیرد و فرهنگ قبل نمی تواند پاسخگوی نیازهای نسل بعد باشد. بنابراین نسل جدید دیگر اعضای هم نسل خود را الگوی زندگی خود قرار می دهند. مید معتقد است چنین وضعی تنها با صنعتی شدن جوامع اتفاق نمی افتد بلکه در شرایطی مانند مهاجرت روستاییان به شهر، وقوع انقلاب های اجتماعی و روی آوری به دین جدید نیز رخ می دهد. حالت سوم وضعیتی است که در جامعه دگرگونی های بسیار شدیدی روی می دهد طوری که نسل قبل ناچار می شود برای تداوم حیات خود، ارزش ها و هنجارهای قدیمی خود را بر

اساس فرهنگ نسل بعد اصلاح کند و دست به اجتماعی شدن مجدد بزند. نسل جدید نیز الگوی مشخصی ندارد و باید وارد دنیایی مبهم و نامعلوم شود. امید ادعا می‌کند که فاصله نسلی بین دو نسل قبل و بعد از جنگ جهانی دوم از این نوع است، چراکه نسل‌های قبل هیچ‌یک این‌همه تغییر را تجربه نکرده بود (پناهی، ۱۳۸۳). تأملی بر نظریات مارگارت مید نشان می‌دهد این تفاوت‌ها میان دو نسل در حال حاضر در جامعه ما نیز در حال رخ دادن است و می‌توان دسته‌بندی مشابهی را برای نسل‌های والدین و فرزندان امروز ما نیز ذکر کرد. با این تفاوت که آنچه عامل پیدایش این تغییرات در جامعه ماست، جنگ جهانی نیست بلکه به نظر می‌رسد انقلاب ارتباطاتی عامل اصلی پیدایش این فاصله یا شکاف بوده است و ابزارهای ارتباطی جدید نظیر ماهواره و اینترنت و تلفن همراه و ... چنین تغییر و تحولاتی را در نسل جدید نسبت به نسل قبل پدید آورده است.

از دیگر نظریه‌پردازان مطرح در زمینه شکاف نسلی اینگلهارت^۳ است. اینگلهارت داده‌های چند فرهنگی جوامع مختلف را جمع‌آوری نموده و آن‌ها را با توجه به آثار نسل و سن تحلیل نموده است. وی می‌گوید تغییر ارزشی روندی است که از نسلی به نسل دیگر رخ می‌دهد، نه به‌طور مداوم از سالی به سال دیگر. اینگلهارت ضمن تقسیم‌بندی ارزش‌ها به دودسته ارزش‌های مادی و پسامادی معتقد است که نظریه مادی-پسامادی بر دو فرض اساسی استوار است:

- ۱- فرضیه کمیابی که در آن اولویت فرد بازتاب محیط اجتماعی اقتصادی‌اش است، به نحوی که شخص بیشترین ارزش ذهنی را به آن چیزهایی می‌دهد که عرضه آن‌ها نسبتاً کم است.
- ۲- فرضیه اجتماعی شدن که در آن ارزش‌های اصلی شخص تا حد زیادی بازتاب اوضاع حاکم در سال‌های قبل از بلوغ وی است (اینگلهارت، ۱۳۷۱: ۶۳).

این دو فرضیه باهم مجموعه به هم پیوسته‌ای از پیش‌بینی‌های مربوط به دگرگونی ارزش‌ها را پدید می‌آورند: درحالی‌که فرضیه کمیابی دلالت بر این دارد که رونق و شکوفایی اقتصادی به گسترش ارزش‌های فرا مادی می‌انجامد، فرضیه اجتماعی شدن مبین این است که ارزش‌های فردی و ارزش‌های یک جامعه هیچ‌کدام یک‌شبه تغییر نمی‌کند. برعکس، دگرگونی اساسی ارزش‌ها به تدریج و بیشتر به طرز نامرئی روی می‌دهد. این دگرگونی در مقیاس وسیع وقتی پدید می‌آید که یک نسل جوان‌تر جانشین نسل مسن‌تر در جمعیت بزرگ‌سال یک جامعه می‌شود. بر همین اساس اینگلهارت در کار خود حضور مجموعه‌ای از تغییرات در سطح نظام را باعث تغییرات در سطح فردی و به همین ترتیب پیامدهایی برای نظام می‌داند. وی تغییرات در سطح سیستم را توسعه اقتصادی و فناوری، ارضاء نیازهای طبیعی به نسبت وسیع‌تری از جمعیت، افزایش سطح تحصیلات، تجارب متفاوت گروه‌های سنی مثل فقدان جنگ و گسترش ارتباطات جمعی، نفوذ رسانه‌های جمعی و افزایش تحرک جغرافیایی می‌داند (همان، ۵۵).

جوامع غربی از دهه ۱۹۳۰ میلادی به مطالعه نسل‌ها پرداختند و از ۱۹۶۰ این قضیه وارد فاز جدیدتری شده است که از عوامل اهمیت یافتن مطالعه نسل در کشورهای توسعه‌یافته می‌توان رشد فزاینده فناوری را در نظر گرفت. در جامعه ایران نیز که مرحله گذار از سنتی به مدرن را طی می‌کند و همین شرایط به ایجاد تفاوت و فاصله بیشتر کمک می‌کند. ایران نیز حرکت به سمت توسعه را در برنامه بلندمدت جای‌داده است و به تدریج نظام اجتماعی کشور دچار تغییرات بنیادی شده است. به تعبیر اینگلهارت، انقلاب آرامی در حال شکل‌گیری می‌باشد (رفیع پور، ۱۶۶: ۱۳۷۷).

بنابراین با حضور اینترنت و جهانی‌شدن فناوری و فرهنگ مرزهای جغرافیایی درهم -شکسته شده و معادلات زمانی و مکانی گذشته آن‌چنان برهم‌خورده است که فشردگی فاصله‌ها موجب می‌شود تا نسل جدید در هر جامعه، جدا از مسائل معمول مرتبط با روحيات و شرایط محیطی خود از طریق امواج در معرض ارزش‌ها و هنجارها و فرهنگ‌های مختلف و متنوعی قرار بگیرد و این امر می‌تواند سبب‌ساز فاصله گرفتن از نسل قبل از خود شود.

پیشرفت‌های شگرف فناوری اطلاعات و ارتباطات و مظاهر عینی آن در قالب ابزارها و شیوه‌های نوین ارتباطی، تحول عمیقی در سطوح زندگی مختلف زندگی اجتماعی و فعالیت‌های روزمره افراد ایجاد کرده است. هرچند که به‌کارگیری دستاوردهای حاصل

فناوری در جامعه امروز انکارناپذیر است، آشنایی و علاقمندی آحاد و اقشار مختلف جامعه به این پدیده نوین و به تبع آن رواج استفاده از آنها در میان گروه‌های جامعه به دلایل مختلف یکسان نخواهد بود.

زور و زور^۴ به نکته جالبی در رابطه با شکاف دیجیتال در خانواده اشاره می‌کنند. به گفته آن‌ها، تعارض در محیط خانواده در بیشتر موارد ناشی از این امر ناشی می‌شود که والدین، مهاجران جهان دیجیتالی امروز هستند، در حالی که فرزندان آن‌ها در این دنیای دیجیتال، بومی محسوب می‌شوند. شکاف دیجیتالی بیشتر منجر به تعارضات مستمر در درون خانواده و خدشه‌دار شدن ارتباط میان فرزندان و والدین می‌شود (zur and zur, 2010). شیفتگی نسل جوان به مظاهر فناوری اطلاعات و ارتباطات و استفاده گسترده آن‌ها از این فناوری‌ها کم‌وبیش در همه جوامع به نحو محسوسی مشاهده می‌شود. دسترسی گسترده به فناوری اطلاعات، امروزه به‌عنوان تفاوت اصلی نسل امروز با نسل بیست سال گذشته قلمداد می‌شود (Decker, 2010). برخی پژوهش‌ها یکی از جنبه‌های شکاف دیجیتالی را عامل سن دانسته‌اند (Ari, Uchendi and Atseye 2007, Soker 2005). یافته‌های برخی پژوهش‌های دیگر حاکی از نقش مؤثر تفاوت سنی در میزان فعالیت‌های رایانه‌ای افراد است؛ به این ترتیب که در افراد مسن‌تر، دانش و علاقمندی به رایانه کمتر از جوان‌ترهاست (Coulson 2000, White and Weatherall 2000).

با توجه به پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه، بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات در نهادهای اجتماعی مختلف، تفاوت‌هایی را در نسل گذشته و حال نشان می‌دهد. بدیهی است که خانواده به‌عنوان اولین و مهم‌ترین نهاد جامعه از این قاعده مستثنی نیست. بنابراین آگاهی از تفاوت‌های بین نسلی در رابطه با فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند در جهت شناخت اثرات فناوری در روابط بین والدین و فرزندان گامی مؤثر باشد. با توجه به اهمیت مبحث فناوری اطلاعات و ارتباطات و شکاف دیجیتالی بین نسل‌ها، در این زمینه برخی پژوهش‌ها مانند پژوهش دوران (۱۳۸۱) در مورد فضای سایبری و نقش آن در هویت اجتماعی و پژوهش جوادی (۱۳۸۳) در زمینه استفاده از اینترنت بر ارزش‌های خانواده انجام‌شده است، اما بررسی شکاف دیجیتالی بین نسل‌ها با وجود اهمیت آن، تاکنون در پژوهش دیگری به‌صورت منسجم انجام‌نشده است.

تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی توسط دوران (۱۳۸۱) مورد پژوهش قرار گرفته است. در این پژوهش، ضمن معرفی وجوه اجتماعی فناوری‌های نوپدید ارتباطی - اطلاعاتی، گسترش پرشتاب اینترنت و شبکه‌ای شدن جوامع، بحث هویت در دو رویکرد مدرن و پسامدرن بررسی شده و نظرات جامعه‌شناسان و روانشناسان بیان گردیده است. پژوهشگر همچنین با انجام یک پژوهش میدانی باهدف بررسی تأثیر سایبرنتیک در سه سطح خانواده، همسالان و جامعه بر روی تعداد ۳۶۵ نفر از دانشجویان دانشگاه تهران به این نتیجه رسیده است که تجربه فضای سایبرنتیک با هویت اجتماعی در هیچ‌یک از سه سطح اشاره‌شده رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

جوادی (۱۳۸۳) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان "بررسی میزان و نوع استفاده از اینترنت و تأثیر آن بر ارزش‌های خانواده در بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد در سال ۸۳، تأثیر اینترنت را با استفاده از نظریات ارتباطات جمعی، پویایی گروه‌ها، کنش ارتباطی و نظریه نیازها موردسنجش قرار داد. وی با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای و استفاده از گروه‌های کنترل و آزمایش از متغیرهای اینترنتی که مربوط به استفاده از محیط‌های مختلف اینترنتی است، استفاده نمود و به این نتیجه رسید که ۴۵ درصد دانش‌آموزان در آن سال از اینترنت استفاده می‌کنند. میانگین استفاده از اینترنت ۴۹۸ دقیقه در هفته و بیشترین میانگین از انواع استفاده از اینترنت، میزان چت با ۱۳۷ دقیقه در هفته است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، تأثیر متغیرهای اینترنتی بر ارزش‌های سنتی خانواده ۲۵ درصد و بر ارزش‌های زندگی خانواده ده درصد بوده است.

تأثیر به‌کارگیری فناوری اطلاعات ارتباطات بر شکاف نگرش اخلاقی بین نسلی، توسط بلاش (۱۳۸۷) مورد مطالعه قرار گرفت. جامعه پژوهش، نمونه‌ای هدمند و غیر تصادفی از دانش‌آموزان مدارس راهنمایی پسرانه مناطق ۳ و ۴ و ۱۵ آموزش و پرورش شهر تهران به تعداد کل ۱۸۰ نفر از پسران تک‌فرزند در خانواده همراه با پدرشان بود. یافته‌های این پژوهش که با استفاده از پرسشنامه انجام گرفت، نشان داد که شاخص‌های مورد نظر در فناوری اطلاعات و ارتباطات بر شکاف نگرش اخلاقی بین نسلی

پدران و پسران موثرند. کلارک در یک پژوهش کیفی و با انجام مصاحبه‌هایی با ۵۵ نفر از والدین و ۱۲۵ نوجوان به بررسی راهبردهای والدین در رابطه با استفاده از جوانان از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات پرداخت. یافته‌های پژوهش وی نشان داد که در خانواده‌هایی که از نظر اقتصادی در موقعیت ضعیف‌تری هستند، شکاف دیجیتالی بین نسل‌ها عمیق‌تر است، با این حال در این خانواده‌ها نیز والدین و فرزندان با بکارگیری راهبردهای مناسب می‌توانند به نحو مؤثر و مطلوبی با چالش‌های حاصل از شکاف دیجیتالی کنار بیایند (Clarck, 2009). چاتگ و دیگران در پژوهشی در زمینه تفاوت‌های وابسته به سن در پذیرش و استفاده از شبکه‌های مجازی اینترنتی به این نتیجه رسیده‌اند که میان سن و خودکفایی در استفاده از اینترنت رابطه معنی‌دار و معکوس وجود دارد. همچنین بین سن و تصویری که از کیفیت جوامع مجازی موجود در اینترنت وجود دارد، رابطه معکوس و معنی‌داری مشاهده گردید (Chung et al, 2010).

سواد رسانه‌ای^۵

رسانه‌ها موقعیت یا عرصه‌ای فراهم می‌آورند که روز به روز بیشتر مسائل زندگی عموم در آن عرصه متجلی می‌شود چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی. رسانه‌ها اغلب جایگاه بروز تحول در فرهنگ‌اند، چه به معنی هنر و اشکال نمادین و چه در معنای مدها، خلق و خو، شیوه‌های زندگی و هنجارها. هم‌چنین به منبع غالب تعاریف و تصاویر واقعیت اجتماعی در نزد افراد و هم‌چنین گروه‌ها و جوامع، بصورت دسته‌جمعی تبدیل شده‌اند. آن‌ها داوری‌های ارزشی و هنجاری خود را به صورتی غیر قابل تفکیک و مخلوط با اخبار و برنامه‌های سرگرم‌کننده بیان می‌کنند. رسانه‌ها ابزارهای تکنولوژیکی برای انتشار پیام هستند و معمولاً هم به رسانه‌های چاپی (روزنامه‌ها، کتب، مجلات) یا الکترونیکی (رادیو، سی‌دی‌ها، فیلم، تلویزیون، اینترنت) تقسیم می‌شوند. دو نوع رسانه وجود دارد: رسانه‌های جمعی و رسانه‌های غیر جمعی. این تفاوت ربط چندانی به تعداد مخاطبان ندارد. اگرچه اغلب مردم جمع را به این شیوه تعریف می‌کنند. علاوه بر این با نوع تجربه مخاطبان در هنگام دریافت پیام هم ربطی ندارد. اگرچه از مدت‌ها پیش این ملاک اصلی برای تعریف مخاطبان جمعی بوده است. در مقابل جمع با انگیزه‌های فرستنده مرتبط است. رسانه‌ای رسانه جمعی است که قصد اصلی فرستنده اش عادت دادن مخاطبان به روشی ثابت برای عرضه محتوا باشد؛ یعنی رسانه‌های جمعی چندان تمایل ندارند که مردم را به قرار گرفتن در معرض پیام‌هایشان ترغیب کنند بلکه بیشتر مایلند آن‌ها را در موقعیتی قرار دهند که بطور معمول در معرض پیام‌ها باشند (پاتر، ۲۰۰۵: ۸). رسانه‌های جمعی یک صنعت رو به رشد و در حال تحول‌اند که تأمین‌کننده اشتغال، تولیدکننده کالا و خدمات و تغذیه‌کننده سایر صنایع مرتبط هستند. این رسانه‌ها در عین حال خود به نهادی تبدیل شده‌اند با قواعد و هنجارهای خاص خود که این نهاد را به جامعه و سایر نهاد‌های اجتماعی پیوند می‌دهد. پس این نهاد نیز به نوبه خود توسط جامعه تنظیم می‌شود. در اذهان بسیاری از افراد، واژه «سواد» با رسانه‌های چاپی بیشترین ارتباط را دارد. عده‌ای دیگر در مورد رسانه‌هایی مانند فیلم و تلویزیون از اصطلاح «سواد بصری» استفاده می‌کنند. نویسندگان دیگری هم از اصطلاح «سواد کامپیوتری» استفاده کرده‌اند. اما هیچکدام از این‌ها معادل «سواد رسانه‌ای» نیستند و صرفاً اجزای سازنده‌اند. به عقیده مساریس^۶، سواد رسانه‌ای را می‌توان دانش پیرامون چگونگی عملکرد رسانه‌های جمعی در جامعه تعریف کرد. در شرایط آرمانی، این دانش باید دربرگیرنده همه ابعاد کاری رسانه‌ها باشد: بنیادهای اقتصادی آن‌ها و مهمتر از همه، «زبان» آن‌ها، یعنی قواعد بازنمایی و راهبردهای بلاغی تبلیغات، برنامه‌های تلویزیونی، فیلم و دیگر صورت‌های محتوایی رسانه‌های جمعی (همان). سواد رسانه‌ای یک فهرست از معیارهایی است که مردم را قادر به تحلیل، ارزیابی و ایجاد پیام در برابر پهنای متغیر اشکال، انواع و سبک‌های رسانه‌ها می‌سازد. آموزش سواد رسانه‌ای (اغلب در مدلی وابسته به آموزش و پرورش تحقیقی- پایه‌ای) مردم را تشویق می‌کند تا سوال‌هایی درباره‌ی آنچه تماشا می‌کنند، می‌شنوند و می‌خوانند، بپرسند. همچنین ابزارها را برای اینکه مردم به طور انتقادی پیام‌ها را تحلیل کنند، بهبود می‌بخشد و مهارت‌های خلاقانه‌ی خوانندگان در ساختن پیام‌های رسانه‌شان و انتشار تجربه‌شان

5 -Media Literacy

6 - Messaris

را توسعه می دهد. به عبارت دیگر سواد رسانه ای «یک فهم آگاهانه و انتقادی از رسانه جمعی است که شامل تکنیک ها، تکنولوژی ها و نهادهای درگیر در تولید رسانه ها می شود و قادر به تجزیه و تحلیل انتقادی پیام های رسانه ای و تشخیص و شناخت نقش مخاطبان در ساختن معانی از این پیام هاست. به نظر کارشناسان ارتباطات، سواد رسانه ای «توانایی دستیابی، تجزیه و تحلیل، نقد، ارزیابی و ایجاد ارتباط به گونه های مختلف است» (سپاسگر، ۱۳۸۵: ۲۲۱). به نظر آنان فرد واجد این مهارت می تواند درباره آنچه در کتاب، روزنامه، مجله، تلویزیون، رادیو، فیلم، موسیقی، تبلیغات، بازی های ویدئویی، اینترنت و... می بیند، می خواند و می شنود، فکر کند. سواد رسانه ای مقوله ایست که سعی می کند درکی عمیق و منتقدانه از پیام های وسایل ارتباط جمعی ایجاد کند و هدف از آن افزایش و تقویت اندیشه انتقادی با استفاده از رسانه هاست (علوی، ۱۳۸۸: ۶۱).

سواد رسانه ای، توانایی واری و تحلیل از میان پیام هایی است که روزانه به ما اطلاع می دهند، سرگرم می کنند و می فروشند. یک نوع توانایی است که موجب می شود مهارت های تفکر انتقادی، همه ی رسانه ها را در بر بگیرد. همچنین سواد رسانه ای درباره ی پرسیدن سوال هایی مربوط به آنچه که وجود دارد و توجه به آنچه که نیست، می باشد. به عبارتی نوعی غریزه است؛ اینکه بپرسیم چه دروغی پشت تولیدات رسانه ها نهفته است (انگیزه، پول، ارزش ها و مالکیت) و آگاه شویم چطور این عوامل تاثیرگذارند. از نظر بعضی کارشناسان، سواد رسانه ای به معنای فراگیری چگونگی تولید پیام با استفاده از رسانه های چاپی، سمعی و بصری و... است (سپاسگر، ۱۳۸۵: ۲۲۵).

اصول و مفاهیم سواد رسانه ای

سواد رسانه ای بر پایه و مفاهیمی استوار است که فهم آنها را اجتناب ناپذیر می کند. این اصول عبارتند از:

۱- رسانه ها سازه ای هستند. این مفهوم نشان می دهد رسانه ها با دقت ماهرانه ای به ارائه ی برداشت هایی می پردازند که عوامل معینی را انعکاس دهند. همه ی رسانه ها با دقت، گردآوری، تدوین، انتخاب و طراحی می شوند. آن ها دنیایی را به ما نشان می دهند که اگر چه حقیقی به نظر می رسد، اما از یک نگاه گزینش شده است. در واقع در روزگار واقعیت مجازی و شبیه سازی کامپیوتری، دیدن عین باور کردن نیست.

۲- رسانه ها واقعیت را بازسازی می کنند. یعنی میان شیوه ی ارائه ی وقایع به وسیله ی رسانه ها با شیوه ی درک مخاطبان رسانه ها رابطه ی معناداری وجود دارد. هنگامی که ما درک مستقیم و عینی از فرد، مؤسسه، موضوع، شخص یا مکان ارائه شده در رسانه نداشته باشیم، واسطه این درک، رسانه ها خواهند بود (کانسیداین، ۱۳۷۹: ۱۰ به نقل از قاسمی، ۱۳۸۵: ۹۰).

۳- مخاطبان مفهوم مورد نظر خودشان را از رسانه ها می گیرند. اغلب مخاطبان مطابق با نیازها، خوشی ها، سختی های روزمره، نگرش های نژادی و جنسیتی، پیشینه خانوادگی و فرهنگی و بسیاری از چیزهای دیگر با دیگران تعامل برقرار می کنند. به همین علت است که گروه های قومی متفاوت پس از مواجهه با محتوای رسانه ای یکسان، اجزای متفاوتی از آن را انتخاب، رد، حفظ و درک می کنند.

۴- محصولات رسانه ای اهداف تجاری دارند. امروزه هر نوع درک واقعیت از محتوای رسانه ها را نمی توان از زمینه اقتصادی و ضرورت های مالی محرک صنعت جدا کرد. تا جایی که عده ای (بنیانگذاران مکتب فرانکفورت، مارکوزه، هابرماس) معتقدند رسانه به عنوان ابزاری در انحصار نظام سود و سرمایه در آمده است. قاسمی معتقد است که در اینجاست که بحث مالکیت و کنترل از مهمترین موضوعات اساسی است که مورد توجه سواد رسانه ای قرار می گیرد تا از آن رهگذر میزان و چگونگی نفوذ ملاحظات تجاری بر محتوا، روش و پخش پیام ها نزد مخاطبان روشن شود.

۵- رسانه‌ها پیام‌های ایدئولوژیکی و ارزشی را در بردارند. تمام تولیدات رسانه‌ای تا اندازه زیادی تبلیغاتی هستند زیرا آن‌ها ارزش‌ها و روش‌های زندگی را نشان می‌دهند. به عقیده سایزر تلویزیون بزرگترین نظام آموزشی و شکل دهنده اصلی فرهنگی تبدیل شده است و درک آنچه این رسانه آموزش می‌دهد، نکته محوری در سواد رسانه‌ای است (امیرانتخابی و رجبی، ۱۳۸۷: ۶۲). روند کلی رسانه‌ها، مستقیم یا غیرمستقیم پیام‌های ایدئولوژیکی، از قبیل؛ نحوه درست زندگی کردن، مصرف‌گرایی، نقش‌های جنسیتی، مسئولیت‌پذیری و... است.

۶- رسانه‌ها بار سیاسی و اجتماعی دارند. رسانه‌ها بر مسائل سیاسی و تغییرات اجتماعی تأثیر زیادی دارند. این اصل به بررسی رابطه میان تصویر و تأثیر، محتوا و پیامدها می‌پردازد و این که در عصر مصرف و مادی‌گری، تربیت معنوی فرزندان را چگونه بر عهده بگیریم. هم‌چنین این اصل مربوط به نحوه نمایش و شکل دادن، بازتاب و تقویت واقعیت توسط رسانه‌ها و یا مربوط به درک این که چه کسی یا چه چیزی تصویر شده است و این که کدام گروه‌ها و افراد در جامعه ما در این تصویر جایی ندارند و به آن‌ها نپرداخته ایم، می‌باشد (امیرانتخابی و رجبی، ۱۳۸۷: ۶۳). ایجاد تعادل در کار ویژه‌های دولت که منجر به ثبات سیاسی بیشتر می‌شود، هم‌چنین تأمین منافع دولت‌های صاحب‌سلطه، کارکرد ابزاری رسانه‌ها در جلب عقاید عمومی، دستکاری ذهنی و هشپاری بسته بندی شده، تقویت و تحکیم وضع موجود، صنعت نظر سنجی، سنجش و ساخت عقاید، از کارکردهای رسانه‌ای است (شیلر، ۱۳۷۷: ۸۱ به نقل از قاسمی).

۷- هر رسانه شکل زیبایی‌شناختی منحصر به فردی دارد. این اصل ما را قادر به درک ویژگی‌ها و مشخصات منحصر به فرد هر رسانه می‌سازد تا بتوانیم نحوه ارتباط شکل و محتوا را جستجو و درک کنیم (بلیغ، ۱۳۷۹: ۹۰). از سوی دیگر تکثر رسانه‌ای موجب افزایش توانایی شهروندان جامعه برای مشارکت در زندگی سیاسی شده است. به علاوه می‌توانند در انتخاب یک رهبر ملی نیز تأثیر قابل توجهی داشته باشند.

اهداف سواد رسانه‌ای

کارشناسان، مهم‌ترین اهداف سواد رسانه‌ای را رشد و گسترش تفکر انتقادی و دادن قدرت کنترل به افراد در استفاده از برنامه‌های رسانه‌ای می‌دانند و فهم و تفسیر صحیح پیام‌های رسانه‌ای و تجزیه و تحلیل آن‌ها و آماده‌سازی افراد برای زندگی در جوامع دموکراتیک در اولویت‌های بعدی (دوم و سوم) می‌دانند و کمترین توجه به سواد رسانه‌ای را یادگیری درباره تاریخ رسانه می‌دانند. هدف سواد رسانه‌ای را هوشیار کردن، اختیار بخشی و آزاد سازی مخاطب نیز ذکر کرده‌اند. یکی از پیامدهای تحلیل و درک صحیح پیام‌های رسانه‌ای، بالا رفتن سطح آگاهی است که می‌تواند منجر به ایجاد ارتباطات اجتماعی سالم‌تر با رسانه‌ها و تقویت ساختارهای دموکراتیک جامعه گردد و شهروندان می‌توانند از این طریق به مشروع سازی گزینه‌های سالم‌تر در رسانه کمک نمایند؛ چرا که یک شهروند فعال و باسواد می‌تواند در ایجاد تغییرات اجتماعی مثبت فعالیت کند و عکس‌العمل خود را در برابر رسانه‌ها اعلام نماید و تنها بیننده صرف نباشد (صالحی امیری و رجبی، ۱۳۸۷: ۴۱). به طور کلی هدف از سواد رسانه‌ای این است که به مردم کمک کند تا به جای آن که مصرف‌کنندگانی فرهیخته باشند، شهروندانی فرهیخته شوند. بنابراین به دنبال راهی در جهت گسترش مردم‌سالاری در جامعه ایست که مفهوم مردم‌سالاری در آن جامعه بطور مبسوط، تعریف و نوشته شده باشد. در واقع کانال‌های ارتباط جمعی، دو جنبه متفاوت دارند. آن‌ها یک ورودی متغیر دارند که بدین وسیله حتی فرآیند تصمیم‌گیری سیاست خارجی را تحت نفوذ قرار می‌دهند و همزمان به محیط رسانه‌ها به مثابه یک خروجی، خدمت‌رسانی می‌کنند. یک «وسیله پخش» از این نظر سخنگوی کار دولت‌هاست که رهبران را وادار می‌کند تا تصمیماتشان را در آن بازگو کنند. به همین خاطر سواد رسانه‌ای، در تحلیل نقش‌های رسانه، اهمیتی دوچندان می‌یابد؛ زیرا این تأثیرات دوگانه و همزمان عمدتاً از برجسته‌سازی و شکل‌گیری دیدگاه‌های سیاسی در رسانه‌ها ناشی می‌شوند که درک آن برای مخاطبی که به سواد رسانه‌ای مجهز نیست، ناممکن می‌نماید (بصیریان جهرمی، ۱۳۸۵: ۳۶ و ۳۷).



آموزش سواد رسانه ای و کاهش شکاف دیجیتالی بین نسل ها

دنیای امروز دنیای ارتباطات، اطلاعات و رسانه‌هاست. حجم انبوه و بسیار گسترده اطلاعات، در عصر حاضر به گونه‌ای است که آن را عصر «انفجار اطلاعات» دانسته‌اند. تبلیغات در مقایسه با گذشته، آنچنان پیچیده، مسموم و گسترده است که انسان دچار تحیر می‌شود. تبلیغات و اعمال فشار، آنچنان به هم آمیخته‌اند که مرز بین این دو مشخص نیست. نسل امروز، قبل از آنکه فرهنگ خود را به درستی بشناسد، مورد هجوم تبلیغات گسترده قرار گرفته و همین امر، آفتی برای ذهن پویا و خلاق آنان است. از سوی دیگر، نسل جوان امروز در اندیشه کشف و کسب هویت خویش است، ولی در برابر جاذبه‌های گوناگون و تضادهای موجود در دنیای ارتباطات، ناتوان و سرگشته است. در آغاز هزاره سوم، فناوری و سلطه فرهنگ غربی، فرهنگ و فناوری علی‌الاطلاق جهان است؛ فرهنگی که برای نسل نوخواه و تجدّدگرای امروز، پرجاذبه است. غرب به پشتوانه پیشرفت‌های حیرت‌آور علمی و فنی، امکانات مادی پیشرفته، منابع مالی گسترده، و تبلیغات حجیم و بسیار گسترده به انتقال فناوری، به همراه فرهنگ خود به سایر ملل می‌پردازد. جهانی‌سازی فرهنگ غربی از یک‌سو، و انفعال و یا عدم امکان مقابله کارگزاران فرهنگی داخلی با هجوم سهمگین دنیای اطلاعات از سوی دیگر، می‌تواند زمینه‌ساز جذب نوجوانان به این فرهنگ و دوری از فرهنگ ملی و دینی می‌شود؛ چراکه قطعاً نسل گذشته، به دلیل اینکه در فضای بسته‌تری قرار داشت، هرگز با این مشکل به صورت جدی مواجه نبود. اما نسل امروز در یک گسست تاریخی قرار دارد، به گونه‌ای که خود را با ارزش‌ها و عقاید ملت خویش بیگانه می‌بیند. شکاف بین دو نسل، در حال عمیق‌تر شدن است و نسل نو، کمتر به خانواده وابسته است، در تصمیم‌گیری‌ها مستقل عمل می‌کند و بیشتر وقت خود را با گروه همسالان می‌گذراند، مسائل و مشکلات خویش را بیش از آنکه با پدر و مادر مطرح کند، با افراد بیگانه مطرح می‌کند. بدین‌سان، دنیای ارتباطات و انفجار اطلاعات از جمله زمینه‌های پیدایش گسست نسلی است. با توجه به گسترش روز افزون رسانه‌ها و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، امروزه در جامعه و در راستای پدیده شکاف نسل‌ها، شاهد نوع دیگری از شکاف بین نسل‌ها می‌باشیم که در فرهنگ اندیشمندان این حوزه از آن به عنوان شکاف دیجیتالی یاد می‌شود. از آنجایی که گسترش و رشد فزاینده این پدیده در جامعه به واسطه استفاده روز افزون از وسایل ارتباط جمعی و ابزارهای نوین ارتباطی می‌باشد، بنابراین در این میان آموزش سواد رسانه ای و آگاهی از اصول این علم می‌تواند در مواجهه و برخورد با این فضا و استفاده از راهکار مناسب در مواجهه با اثرات و پیامدهای آن کارساز باشد.

هدف اصلی سواد رسانه ای این است که به ما قدرت کنترل بیشتری نسبت به تعبیر پیامها می‌بخشد. واقعیت این است که همه پیامهای رسانه ای، تعبیر و تفاسیر مختلف هستند. روزنامه نگاران به ما تعبیر خودشان را از اینکه چه چیزی و چه کسی مهم است، ارائه می‌دهند، برنامه سازان برنامه‌های سرگرمی نیز تعبیر خود را از مفاهیمی چون انسانیت، آشتی، جنگ و خوشبختی نشان می‌دهند. صاحبان آگهی نیز سعی می‌کنند ما را متقاعد سازند که مشکلاتی داریم و اینکه کالاهای آنها است که می‌تواند ما را در غلبه بر این مشکل یاری کند. همچنین ما نیز به عنوان مخاطب می‌توانیم تعبیر خودمان را از این پیامها داشته باشیم. زمانی که ما بتوانیم کنترل بیشتری نسبت به رسانه‌ها و تعبیر آنها داشته باشیم، می‌توانیم به تاثیرات مثبت ناشی از آنها قوت بخشیده و از تاثیرات منفی آنها بکاهیم. سواد رسانه ای به افراد توانایی می‌بخشد تا ضمن اینکه متفکرانی منتقد باشند خود نیز به مولدین خلاق پیامها بدل شوند، در حالی که فناوری‌های ارتباطی جوامع را متحول ساخته، بر فهم و ادراک ما از خودمان، جوامع مان و تنوع فرهنگی ما تاثیر می‌گذارد، مسلماً بهره‌مندی از سواد رسانه ای، مهارتی حیاتی برای قرن بیست و یکم به حساب می‌آید. لذا سواد رسانه ای در مفهوم وسیع خود شامل توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و پردازش فعال اطلاعات در اشکال مختلف پیامهای مکتوب، دیداری و شنیداری است.

به عبارتی سواد رسانه ای پاسخی ضروری، غیر قابل اجتناب و واقع نگر نسبت به محیط الکترونیکی پیچیده و دائماً در حال تغییر و تحول اطراف ما است. با وجودی که سواد رسانه ای پرسش‌های انتقادی را در خصوص تاثیرات رسانه‌ها مطرح می‌سازد، اما باید گفت که این فرایند یک جنبش ضد رسانه ای نیست. بلکه هدف اصلی آن این است که از طریق مهارت‌های به همه افراد بویژه کودکان و نوجوانان که در برابر محیط خشونت بار رسانه ای عصر حاضر بسیار آسیب پذیر هستند کمک کند تا در خصوص انواع رسانه‌ها حالتی کارآمد، دقیق و باسواد پیدا کنند به طوری که بتوانند کنترل تعبیر آنچه را که می‌خوانند، می‌شنوند و می‌بینند در دست گیرند نه اینکه بگذارند این تعبیر، کنترل آنها را در اختیار گیرد. هدف سواد رسانه ای دادن

قدرت کنترل برنامه‌های رسانه به افراد است. تک تک افراد به خودی خود تاثیر زیادی بر تغییر روش رسانه‌های جمعی در ساخت پیام‌هایشان ندارند. تک تک افراد هرگز نمی‌توانند بر آن چه به علوم عرضه می‌شود کنترل زیادی داشته باشند، اما می‌توانند اعمال کنترل به روش برنامه‌ریزی ذهن خود را بیاموزند. بنابراین هدف سواد رسانه‌ای این است که به مردم نشان دهد چگونه کنترل را از رسانه‌ها به خود معطوف کنند. اولین گام در تغییر کنترل رسانه‌ها به شخص این است که دریابند چگونه رسانه‌ها آنان را برنامه‌ریزی می‌کنند. برنامه‌سازی رسانه‌ای دائماً در قالب چرخه‌ای دو مرحله‌ای که مدام تکرار می‌شود، انجام می‌گیرد. یکی از مراحل چرخه مذکور محدود کردن انتخاب‌ها است و مرحله دوم تحکیم تجربه است (پاتر، ۲۰۰۵: ۲۳). محدود کردن انتخاب‌ها رسانه‌ها چنان برای ما برنامه‌ریزی می‌کنند که باور کنیم که انتخاب‌های زیادی پیش رو داریم. اما می‌دانیم که گستره این انتخاب‌ها بسیار محدود است. با آن که ظاهراً تفاوت‌هایی میان انتخاب‌های پیام‌ها وجود دارد، این تفاوت‌ها در مقایسه با شباهت‌ها بی‌اهمیت است. رسانه‌ها چنان برنامه‌ریزی می‌کنند که فکر می‌کنیم حق انتخاب داریم حال آنکه در واقع دایره انتخابمان به شدت محدود است. اگر در گستره بالقوه علایق مخاطبان تعادلی در انتخاب وجود داشت این محدود سازی انتخاب کم‌خطرتر می‌شد. اما دست اندرکاران حرفه رسانه، این محدودیت‌ها را می‌سازند تا به اهداف اقتصادی خود دست یابند. یعنی آنها تنها خدماتی را فراهم می‌کنند که بیشترین درآمد را ایجاد می‌کند و در عین حال هزینه‌هایشان را تا حد ممکن پایین نگه می‌دارد. تحکیم تجربه الگوهایی که انسان بر اساس آنها در معرض رسانه‌ها قرار می‌گیرد به تدریج در جریان تجارب گذشته وی با رسانه برنامه‌ریزی می‌شود. تا وقتی که تجارب مذکور رضایت بخش و عاری از احساس منفی، شکست و یا نفرت بوده باشند، قرارگیری در معرض رسانه‌ها تقویت می‌شود. آدمی دائماً به همان نوع پیام‌ها رجوع می‌کند که مطمئن است باز هم تجارب رضایت‌بخشی مشابه تجارب گذشته اش خواهد داشت. به راحتی می‌شود به وضعیت غیر ارادی لغزید و به اطمینان رسید که انتخاب‌های از پیش تعیین شده، انتخاب‌هایی قابل قبول هستند. با گذشت زمان عادات قوی‌تر و آزمودن چیزهای تازه بسیار دشوارتر می‌شود (همان، ۲۳).

تومن^۷ (۱۹۹۶) برای کسب سواد رسانه‌ای کافی به چهار مرحله اساسی اشاره کرده است: داشتن آگاهی کامل در خصوص استفاده از رسانه‌ها در این مرحله سواد رسانه‌ای شامل کسب هوشیاری و حساسیت نسبت به میزان و شرایط مواجهه افراد با انواع پیام‌های رسانه‌ای است. فعالیت‌های مورد نظر در این مرحله عبارتند از: اندازه‌گیری میزان استفاده افراد از رسانه‌ها، کشف رضامندی‌های کسب شده از پیام‌های رسانه‌ای و یادگیری راهبردهای لازم برای مدیریت استفاده از رسانه‌ها، برخورد منتقدانه با محتوای رسانه‌ها. در این مرحله فرد می‌آموزد که با پیام‌های رسانه‌ای برخورد انتقادی داشته باشد و مهارت‌های لازم را برای تماشای منتقدانه کسب کند. تحلیل انتقادی، از طریق کشف لایه‌های درونی پیام‌های رسانه‌ای، مجموعه مهارت‌ها و توانایی‌های فرد را برای مفهوم‌پردازی اطلاعات و پیام‌های ارائه شده به چالش فرا می‌خواند. نحوه بازنمایی واقعیت‌های اجتماعی در رسانه‌های مختلف می‌تواند تاثیر زیادی بر شکل‌گیری مفهوم شهروندی و رفتارهای مدنی داشته باشد. کشف لایه‌های درونی پیام‌های رسانه‌ای و جهت‌دهی آنها به ادراک مخاطبان، فرد را یاری می‌دهد تا از اغراض و اهداف پنهان، انگیزه‌ها، نگرش‌ها، ساز و کارهای تاثیرگذاری و نحوه استفاده پیام‌رسان از امکانات و تمهیدات رسانه‌ای، آگاهی یابد. تحلیل زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، و سیاسی محیط رسانه این مرحله در برگیرنده کسب دانش کافی درباره زمینه‌های تاریخی، اقتصادی و سیاسی رسانه‌ها و منافع و علایق آنها در این حوزه‌هاست. بی‌تردید رسانه‌های مختلف، اهداف، سیاست‌ها و برنامه‌های خود را بر حسب منافع و اولویت‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و بویژه اقتصادی تدوین و اجرا می‌کنند. این مسئله در حوزه رفتارهای مدنی و ارزش‌های سیاسی مانند دموکراسی اهمیت فراوانی پیدا می‌کند. اگر بینندگان دانش و مهارت کافی برای کشف و پیگیری زمینه‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی پیام‌های رسانه‌ای داشته باشند، به گونه‌ای فعال آنها را پردازش کرده و از پذیرنده منفعل به گزینش‌گر فعال تبدیل می‌شوند. جانبداری از رسانه و استفاده از آن برای تغییرات اجتماعی این مرحله از سواد رسانه‌ای شامل مشارکت فعال افراد در بسیج افکار عمومی برای تدوین سیاست‌ها و خط‌مشی‌های کلی اصلاح رسانه‌ها و استفاده از راهبردهای رسانه‌ای ویژه برای تاثیرگذاری بر مسائل و مشکلات اجتماعی است. در این مرحله فرد به حدی از مهارت می‌رسد که می‌تواند در سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای فعالانه شرکت جوید. یکی

از نمونه های شاخص در این گستره، اقدام دو هزار و پانصد نفر از معلمان و دانش آموزان دبیرستان ها و کالج های ماساچوست در استفاده از ظرفیت و توانایی رسانه های گروهی برای مبارزه با مصرف دخانیات بود که در سال ۱۹۹۴ صورت گرفت. این عمل را می توان در حوزه های مختلف فرهنگ شهر نشینی و رفتارهای مدنی نیز به کار بست (همان، ۳۴).

نتیجه گیری

جهانی شدن، گسترش شهرنشینی و تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات باعث شده تا بیشتر از گذشته افراد در معرض تغییر و تحول قرار بگیرند و ارزشهای اجتماعی، فرهنگی آنان بیش از پیش دستخوش نوسان شود. فاصله نسلی به عنوان یک امر بدیهی در تمام جوامع امروز وجود دارد، اما شدت و قوت فاصله نسلی بسیار مهم می باشد چراکه اگر تعدیل و کنترل نشود ممکن است پیامدهای جبران ناپذیری را به همراه داشته باشد. گسترش روز افزون فناوری های اطلاعات و ارتباطات به عنوان پدیده ای نوین بر زندگی بشر امروز تاثیر گسترده ای داشته است و در جوامع در حال گذار، از سنتی به مدرن، این تاثیرات به طور چشمگیری نمایان می شود. چراکه جوانان بیشتر وقت فراغت خود را با تکنولوژی های نوین و اینترنت پرمی کنند و حضور آنها در فضای الکترونیکی و دنیای مجازی باعث می شود تا به خاطر ناشناس بودن بیشتر خود را آشکار نمایند و خود گشودگی را بیشتر با فضای مجازی تجربه می کنند تا با والدین خود. شکاف نسلی، نسل های مختلف را به لحاظ ارزش و هنجاری از یکدیگر متفاوت می کند، بطوری که جوانان در ذوق و سلیقه و نحوه تفکر از بزرگسالان خود فاصله می گیرند. به هر حال فاصله سلیقه ای نسل ها در انتخاب غذا، موسیقی، انتخاب لغات گفتاری و پوشش و نگرش نمود پیدا می کند و در برخی از موارد به مرور زمان سلیقه ها و انتخاب ها با هم سعی در هم پوشانی دارند اما فاصله افتادن میان ارزشها و نگرش های جوانان و والدین آنها جای تامل و تفحص بیشتری را می طلبد. بنا براین اگر چه حضور تکنولوژیهای جدید اطلاعات و ارتباطات باعث شده تا فردیت و فرد گرایی رشد کرده و ارزش ها و هنجارهای اجتماعی و فرهنگی دچار تغییر و تحول شوند و افراد الگوها و گروه های مرجع خود را خارج از آنچه والدینشان انتخاب می کردند، بجویند اما می توان ترتیبی اندیشید تا فاصله نسلی متاثر از بروز و گسترش تکنولوژی و فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی را کاهش داد. از آنجایی که تعداد رسانه ها، حضور تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات امواج گوناگونی ساطع می کند بنابراین تعدد سلائق آراء و همچنین اطلاعات متنوعی تولید می شود که خود نیز نیازمند آگاهی و فرهنگ سازی می باشد. افزایش سواد رسانه ای و توجه به اصول و مبانی این علم به منظور تجهیز به اطلاعات و دانش مورد نیاز در مواجهه با رسانه ها، یکی از نیازها و ضرورت های افراد جامعه به ویژه در این برهه زمانی می باشد.

سواد رسانه ای، توانایی واری و تحلیل از میان پیام هایی است که روزانه به ما اطلاع می دهند، سرگرم می کنند و می فروشند. یک نوع توانایی است که موجب می شود مهارت های تفکر انتقادی، همه ی رسانه ها را در بر بگیرد. همچنین سواد رسانه ای درباره ی پرسیدن سوال هایی مربوط به آنچه که وجود دارد و توجه به آنچه که نیست، می باشد. هدف سواد رسانه ای را هوشیار کردن، اختیار بخشی و آزاد سازی مخاطب نیز ذکر کرده اند. یکی از پیامدهای تحلیل و درک صحیح پیام های رسانه ای، بالا رفتن سطح آگاهی است که می تواند منجر به ایجاد ارتباطات اجتماعی سالم تر با رسانه ها و تقویت ساختارهای دموکراتیک جامعه گردد و شهروندان می توانند از این طریق به مشروع سازی گزینه های سالم تر در رسانه کمک نمایند؛ چرا که یک شهروند فعال و باسواد می تواند در ایجاد تغییرات اجتماعی مثبت فعالیت کند و عکس العمل خود را در برابر رسانه ها اعلام نماید و تنها بیننده صرف نباشد. با توجه به این امر می توان گفت آشنایی و آگاهی خانواده ها با اصول و مبانی سواد رسانه ای می تواند در استفاده از وسایل ارتباطی و اطلاعاتی نوین و شکل گیری روابط متناسب میان آنان و پیشگیری از شکاف دیجیتالی به وجود آمده نقش موثر و سازنده ای را داشته باشد. بنابراین اگر خانواده در مقابل یک پدیده ی نو مقاومت نشان ندهد و در مقابل با آن آشنایی داشته باشد می تواند زمینه گفتگو و تعامل را با فرزندان خود در این زمینه باز کند و به مدد فرهنگ سازی و آموزش که از طریق جامعه پذیری مجدد صورت می گیرد ضمن آگاه سازی درباره ارتباط کارآمد و سلامت در محیط واقعی و مجازی، به فرزندان آسیب های ناشی از فضای مجازی را کاهش دهند، تا نسل نو با بهره گیری بهینه از این فناوری ضمن کنترل شرایط و موقعیت خود می آموزد که با آگاهی و عقلانیت به سمت آن کشیده شود و دیگر نباید هویت خود را دستخوش ایماژها و نمادها کند و از عوارض بحرانهای بعدی رهایی یابد.



ارتباط نسل جوان امروز با بزرگترانشان اگر بصورت ناکارآمد و مختص به برآوردن برخی از نیاز هایشان باشد بصورت یک ارتباط عقیم درمی آید که در آن صمیمیت، فضای عاطفی کم رنگ جلوه می کند. به هر حال وسایل ارتباط جمعی و تکنولوژی جدید فضای سایبر هر یک به گونه ای شگفت انگیز جای خود را در زندگی افراد بخصوص جوان ترها باز نموده است و اگر والدین آنها در مقابل کامپیوتر، اینترنت، و... بیگانه باشند و جوان نتواند حتی شگفتی هایی را که مشاهده می کند برای والدین خود بیان کند فاصله بین آنها بیش از پیش خواهد شد. در صورتی که از خود گشودگی موجب گشودگی رفتاری و شخصیتی در فرد میگردد و یکی از جنبه های مهم ارتباط میان فردی و به طور اخص میان نسلی می باشد که در ارتباطات موثر بسیار حائز اهمیت است. خودگشودگی توانایی ما را در جهت کیفی نمودن و غنی تر کردن روابط میان نسلی افزایش می دهد. بایستی توجه داشت که عدم خود گشودگی یا خود افشاگری میان دونسل می تواند به تضعیف روابط و یا در بدترین حالت ممکن به مرگ روابط بین نسلی منجر گردد. بنابراین می توان گفت که آگاهی و شناخت مبانی و مفاهیم موجود در این زمینه از جمله سواد رسانه ای می تواند نقشی بسیار موثر در پیشگیری از این بحران را داشته باشد.

Archive of SID



فهرست منابع:

- ۱- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳)، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران: انتشارات کویر.
- ۲- امیرانتخابی، شهردورجی، مسعود (۱۳۸۷)، بررسی و تحلیل سطوح مختلف سواد رسانه ای، پژوهشنامه ویژه نامه سواد رسانه ای، مجمع تشخیص مصلحت نظام، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، شماره ۲۲.
- ۳- بصیریان جهرمی، حسین (۱۳۸۵)، درآمدی به سواد رسانه ای و تفکر انتقادی، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، شماره ۶۸، تهران.
- ۴- براون، جیمز (۱۳۸۵)، رویکردهای سواد رسانه ای، ترجمه پیروز ایزدی، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، شماره ۶۸، تهران.
- ۵- بلخ، ناصر (۱۳۸۰) درآمدی به سواد رسانه ای، ماهنامه علمی تخصصی صدای جمهوری اسلامی اسران، تهران، سال دوم، شماره ۷.
- پاتر، جیمز (۱۳۸۵)، تعریف سواد رسانه ای، ترجمه لیدا کاووسی، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، شماره ۶۸، تهران.
- ۶- پناهی، محمدحسین (۱۳۸۳)، فاصله نسلی و اختلافات خانوادگی و چگونگی برخورد با آن، فصلنامه علوم انسانی دانشگاه الزهراء، شماره ۳۷.
- ۷- توکل، محمد و مریم قاضی نژاد (۱۳۸۵)، شکاف نسلی در رویکردهای کلان جامعه شناختی: بررسی و نقد رهیافت های نسل تاریخی و تضاد با تاکید بر نظرات مانهایم و بوردیو، نامه علوم اجتماعی ۲۷.
- ۸- جوادی، علی محمد (۱۳۸۳)، بررسی میزان و نوع استفاده از اینترنت و تاثیر آن بر ارزش های خانواده در بین دانش آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد در سال تحصیلی ۸۳-۱۳۸۲، پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد.
- ۹- دوران، بهزاد (۱۳۸۱)، تاثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی، رساله دکتری، دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
- ۱۰- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۸)، توسعه و تضاد، چاپ دوم، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ۱۱- ساروخانی، باقر (۱۳۸۱)، جامعه شناسی ارتباطات، تهران: اطلاعات.
- ۱۲- ساروخانی، باقر (۱۳۸۳)، مقدمه ای بر جامعه شناسی خانواده، تهران: سروش.
- ۱۳- ساروخانی، باقر (۱۳۷۰)، درآمدی بر دایره المعارف علوم اجتماعی، تهران: انتشارات کیهان.
- ۱۴- سپاسگر، ملیحه (۱۳۸۴) رویکردی نظری به سواد رسانه ای، فصلنامه پژوهش و سنجش، تهران، سال دوازدهم، شماره ۴۴.
- ۱۵- شکرخواه، یونس (۱۳۸۵)، سواد رسانه ای یک مقاله عقیده ای، فصلنامه رسانه، تهران، شماره ۶۸.
- ۱۶- صالحی امیری، رضو مسعود رجبی (۱۳۸۷)، ضرورت سواد رسانه ای، مجمع تشخیص مصلحت نظام، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، تهران.
- ۱۷- قاسمی، طهمورث (۱۳۸۵)، رویکردی جدید به نظارت، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، شماره ۶۸، تهران.
- ۱۸- کستلز، مانوئل (۱۳۸۵)، عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه ای، ترجمه احمد علیقلیان، افشین خاکباز، تهران: طرح نو.
- ۱۹- کاکوجوباری، علی اصغر (۱۳۸۳)، مفاهیم بین نسلی، بازتاب www.hawzeh.com
- ۲۰- کانسیداین، دیوید (۱۳۷۹) درآمدی بر سواد رسانه ای، ترجمه ناصر بلخ، اداره کل تحقیق و توسعه صدا، تهران.
- ۲۱- معیدفر، سعید (۱۳۸۳)، شکاف نسلی یا گسست فرهنگی - بررسی شکاف نسلی در ایران، نامه علوم اجتماعی. شماره ۲۴.
- 22- Ani, O. E., C. Uchendu, and U. E. Atseye. 2007. Bridging the digital divide in Nigeria: a study of internet use in Calabar Metropolis, Nigeria.



- 23-Coulson, I. 2000. Introduction: Technological challenges for gerontologists in the 21st century. *Educational Gerontology* 26 (4): 307-316.
- 24-Clarck, L. S. 2009. Digital media and the generation gap: qualitative research on us teens and their parents. *Information, Communication & Society* 12 (3): 388-407.
- 25-Chung, J. E, N. Park, H. Wang, and M. McLaughlin. 2010. Age differences in perceptions of online community participation among nonusers: an extension of the technology acceptance model. *Computers in Human Behavior* 26 (6): 1674-1684.
- 26-Decker, K. 2010. Technology use by parents affects interaction quality. *Evansville Courier & Press*.
<http://www.courierpress.com/news/2010/jul/13/technology-use-by-parents-affects-interaction/> (accessed 1 May 2011).
- 27-Hagenmaier, E. 2004. Smart aging matters: A monthly column from the Buhler center on aging.
www.northwestern.edu/aging/pdf/agingmatters/am_ffall04.pdf (accessed 19 May 2011)
- 28-Jackson, S. E. 2010. New media: Debunking the myths. *Journal of Business Strategy* 31 (1): 56-58.
- Junco, R., and S. Cotton. 2011. Perceived academic effects of instant messaging use. *Computer & Education* 56 (2): 370-378.
- 29-Junco, R., and S. Cotton. 2011. Perceived academic effects of instant messaging use. *Computer & Education* 56 (2): 370-378
- 30-Kolodinsky, j., M. Cranwell, and E. Rowe. 2002. Bridging the generation gap across the digital divide: teens teaching internet skills to senior citizens. *Journal of Extension* 40 (3).
<http://www.joe.org/joe/2002june/rb2.php> (accessed 19 May 2011).
- 31-Patricia, J. P. 2003. E-government, E-Asean Task force, UNDP-APDIP.
<http://www.apdip.net/publications/iespprimers/epimer-egov.pdf> (accessed 19 May 2011).
- 32-Zur, O., and A. Zur. 2010. Psychology of the Web & Internet Addiction-A GUIDE for parents and other adults who are concerned about how much young people spend on the computer (social networking sites, such as Facebook, instant messaging or online games) or those who want to learn more about Internet Addiction and Internet Gaming Addiction.