

تعریف از فرهنگ در عصر تکنولوژی ارائه کنیم، باید بگوییم که فرهنگ مجموعه پیچیده‌ای است که شامل باورها، مهارت، صنایع تکنیکها، اخلاق، قوانین، سنن و بلاخره تمامی عادات و مواظباتی است، که انسان در جانشینان عسوی از جامعه آن را فرامی گیرد. اگر ما در این تعریف مشکلی نداشته باشیم و شما هم این تعریف را می پذیرید، من بتمن را ادامه بدهم.

بله، این تعریف جامع وقابل قبولی است!

بنابراین این تعریف فرهنگ را در تمام شئون زندگی یک فرد و کل ساخت جامعه خالت می دهد. از این رو فرهنگ به شکل عملی چنین شناخته می شود یعنی مجموعه ای از خصوصیات اخلاقی، ارزشهای اجتماعی که بر فرد یا جوان از همان زمان زاده شدن تأثیر می گذارد و به صورت رابطه ناخودآگاه در او شکل می گیرد، که رفتار او را بشیوه زندگی محیطی که در آن زاده می شود، پیوند می دهد. این یکی از جلوه های مهم فرهنگ است که در فرهنگ می گویند ویژگی های خاص خود را پیدا می کند و به نوعی سبب تمایز فرهنگها از یکدیگر می شود.

یکی از وجوه این تمایزات، تمایزات علمی تلقی می شود، در عصری که ما مستفیدم نسل سومی ها وجود شکافهای تکنولوژیک به ویژه مباحثی چون دیجیتال شدن رسانه ها و اساساً فناوریهایی که با توسعه دیجیتال شکل گرفته اند، روبرو هستند، به بیان دیگر نفوذ اندیشه های علمی از طرفی به پایه تلاش های گذشتگانی هست، که این تکنولوژی را وارد جامعه می کنند. اگر ما تاریخ تأسیس رادیو در ایران را سال ۱۲۱۹ و تاریخ تأسیس تلویزیون را سال ۱۳۳۷ ذکر کنیم، به بیراهه نرفتم. پس دو صنعت ارتباطی مثل رادیو و تلویزیون به فاصله کمتر از ۲۰ سال در ایران شکل می گیرد و این به زمینه استعدادهای فرهنگی جامعه ایران بر می گردد، نه به خلاقیت و ابتکارات ویژه نواحی. چون ما نایفه ای در این خصوص در ایران نداشته ایم. فقط یک سری سرمایه دارانی بودند که به صورت غیر



گفت و گو با غلامرضا آذری متخصص علوم ارتباطات

جوانان عصر دیجیتال

در ذهنیت و فکر نسل سومی ها اثرات متفاوتی از خود به جای گذاشته. به طوری که هویت خاصی تحت عنوان فرهنگ الکترونیکی در آنها ظهور کرده است. اکنون اگر ما بخواهیم با توجه به تقسیم بندی شما این فرهنگ شکل گرفته را بهتر بشناسیم شما چه توضیح و تئوریهی را می توانید برای آن قائل شوید؟ اگر بخواهیم صرفاً در عصر دیجیتال آن را بررسی کنیم، من لازم می دانم یک سیر تاریخی تحولات فرهنگی، علمی و فناوری تکنولوژیک را به طور مختصر برایتان بگویم. و بعد عصر دیجیتال را در ربط با این مباحث ترسیم کنم. به طور کلی اگر من بخواهم یک

سنی جوانی رسیده اند، یعنی هم اکنون بین ۱۸ تا ۲۲ سال سن دارند، به جرات می توان گفت اینها خطرناکترین گروه نسل سومی های ما هستند. و در واقع اعتماد اصلی جامعه به این گروه است. اما از آن جهت که این گروه بسیار تحت تأثیر رسانه ها قرار گرفته اند، خوب کنترل نشده اند و اکنون ما این نشئت و نازا می، چند دستگی و تنوع های پوشش و حتی طرز تفکر و تلقی های متفاوت را در اینها می بینیم.

دیجیتالی شدن را دارند. گروهی که از رسانه ها تأثیر گرفتند و حتی بر رسانه ها تأثیر گذاشتند. سالها قبل من در مقاله ای با عنوان «ماهوره ها» و بی خویشتن شگی مخاطبان، اشاره داشتم که ماهوره ها و تصاویرشان بر نحوه تفکر، شیوه های شکل گیری آیدنولوژی، مد و اساساً بر داشتهای شخصی افراد از این تصاویر تأثیر می گذارند. جوانان در واقع طیف اصلی مخاطبان ماهوره ای بوده هستند. من نمی خواهم ایده اصلی بهمین را در باب ماهوره طرح کنم. بیشتر هدفم این است که بگویم نسل سومی های ما در شاخه گروه سوم که از سال ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۲ به مرحله بلوغ

اگر اینها را به سه دسته تقسیم کنم تا ۱۳۷۰ تا ۱۳۶۴ تا ۱۳۷۰ از ورود رسانه ها، حضور داشتند ولی تربیت رسانه ای نشده اند. گروه دوم کسانی که از سال ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۵ گروه بعد از دوران ورود تکنولوژی رسانه به ایران هستند. در واقع گروهی هستند که به نظر می آید بحرانهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی تأثیر به سزایی بر روند فکری آنان نگذاشته است. اما آنها را دیده اند ولی درک ویا حس اجتماعی شخصی و معینی از آن نداشته اند و گروه سوم همانطور که اشاره کردم از ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۲ را دربر می گیرد.

این گروه در واقع ویژگیهای عصر رسانه هاست. غول های ارتباطی ذهن، فکر و ایده ما را تحت تأثیر قرار می دهند و به نوعی ما را به سوی تنوع بیشتر سوق می دهند. در این فضای ارتباطی جدید جوانان بخصوص نسل سومی ها چه وضعیتی خواهند داشت؟ همانطور که می دانید از حدود دو دهه قبل به این طرف، ما در ایران شاهد یک انقلاب در عصر رسانه ها بودیم. یعنی با به وجود آمدن ویدئوهای خانگی الکترونیکی جوانان از رسانه ها به یک حس تحت عنوان «فرهنگ غیر خودی» رسیدیم. این فرهنگ غیر خودی در روش دیگر ارزشهای سنتی مطرح نبودند، و چیزی که خیلی بیشتر در آن باب شد نوعی مصنویت ایجاد می کرد، نوعی تنوع فرهنگی است. قبل از هر چیز من لازم می دانم یک تعریف نسل سومی ها

در عصری زندگی می کنیم که تحولات ناشی از انقلاب اطلاعاتی تأثیرات عمیقی بر ذهنیت و فکر مردم جوامع گذاشته است. به طوری که امروز در سایه این ادگر دیسیها، نحوه تعامل انسانها با یکدیگر و با سازمانها بسیار تغییر یافته است. در این خصوص دکتر غلامرضا آذری متخصص ارتباطات اجتماعی به کالبد شکافی هویت نسل سوم در عصر حکمیت رسانه ها و ماهوره می پردازد و ابعاد مدیریت دیجیتال که لازمه واقتضای تعامل صحیح با نسل جوان است را تبیین می کند. این گفت و گو در پی می آید.

مهرداد ناظری



اطلاعیه مهم سایپا دیزل

باری دیگر گامی نو در صنعت حمل و نقل

شرکت سایپا دیزل با پشتیبانی و همکاری سازمان راهداری و حمل و نقل جادهای سری محصولات جدید خود را در راستای کاهش هزینه های حمل و نقل سنگین ارائه می نماید.

محصولات جدید شرکت سایپا دیزل



کشنده ده چرخ (جفت)
مدل T300
موتور: Cummins ۳۰۰ اسب بخار یا توربو شارژ و اینتر کولر
گیربکس: ۱۰ دنده ZF
کولر و رادیو پخش



باری ده چرخ (جفت)
مدل R260
موتور: Cummins ۲۶۰ اسب بخار یا توربو شارژ و اینتر کولر
گیربکس: ۸ دنده DF
کولر و رادیو پخش

با فن آوری نپسان دیزل

- واگذاری با تسهیلات ویژه
- سرمایه گذاری اولیه مناسب
- سازگار با تنوع آب و هوایی و جغرافیایی
- جاده های کشور
- صرفه جویی در هزینه های عملیاتی و نگهداری
- دسترسی به شبکه خدمات بعد از فروش گسترده در سراسر کشور




www.saipadiesel.com