

عنوان درس:

رسانه های جمعی

ارائه شده توسط : دکتر جواد حاتمی

سرفصل مطالب درس رسانه های جمعی

- تکامل وسیر تحول ارتباطات انسانی
- مطبوعات از اوایل قرن هفدهم
- اختراع برق
- تلگراف
- اختراع تلفن
- اختراع رادیو
- سینما
- ظهور تلویزیون
- روزنامه ها در اینترنت
- کامپیوتر
- (تله کامیونیکیشن و الکترونیک)

الف. مطبوعات چاپی و الکترونیک

ب. رادیو و تلویزیون

ج. رسانه های جدید الکترونیکی (تکنولوژی های ارتباطی و اطلاعاتی جدید)

1- ماهواره ها

2- اینترنت

3- چند رسانه ای ها

4- بزرگراه های اطلاعاتی

5- شبکه های تعاملی

تئوری های ارتباط جمعی :

دیدگاه فردیناند تونیس

دیدگاه های دیوید رایزمن

دیدگاه های مارشال مک لوهان

نظریه رسانه های نوین

رسانه های نوین و ارتباط جمعی

تفاوت های رسانه های نوین و رسانه های سنتی

جامعه و نقش وسایل ارتباط جمعی

نقش وسایل ارتباط جمعی در آموزش

منابع

تکامل وسیر تحول ارتباطات انسانی

بشر در طول حیاتش، همواره از وسیله‌ای برای برقراری ارتباط استفاده می‌کرده است، تا بتواند پیام خود را به دیگران برساند. پس او بی جهت اشرف مخلوقات نامیده نشده است، او در ابتدای آفرینش اش، با جانوران تفاوت زیادی نداشت، زیرا اطلاعات را به شیوه آنان مبادله می‌کرد؛ یعنی از طریق لمس کردن، حرکات چهره و...؛ اما برای روحیه کنجکاو و نا آرام او، این وسایل ابتدایی، ساده و ناکافی بود و نمی‌توانست، نیازهای او را بر طرف سازد.

انسان اعصار گذشته، در زمان‌هایی دور، از ارتباطات چهره به چهره و رو در رو استفاده می‌کرده و از طریق طبل و دود پیام‌هایش را برای دیگران ارسال می‌کرده است. بشر این دوره، از دنیای بیرون جامعه کوچک و محدود خود بی‌خبر بوده و تمام دنیا را در گروه محدود و کوچک خود می‌دیده است.

بنابراین، انسان با سعی و تلاش برای برقراری ارتباط بیشتر با اطراف خود، در طولانی مدت به زبان شفاهی دست یافت و از آن برای برقراری ارتباط بهتر و مؤثرتر استفاده کرد. بشر وارد کهکشان شفاهی شد که از دور دست تاریخ آغاز و تا سال 1453 میلادی ادامه داشت. در کهکشان شفاهی، بیشتر به محتوا توجه شده است، ارتباط مستقیم (شنیداری و دیداری) بود و بشر برای برقراری ارتباط، از پنج حس خود استفاده می‌کرده است؛ ولی حس غالب، حس شنوایی بوده است که در ارتباط زبانی میان افراد بشر مناسب‌تر از دیگر حواس است.

با این حال، انسان کهکشان شفاهی نیز برای انتقال پیام‌ها و خواسته‌های خود، با مشکلاتی مواجه بود و به وسایل پیشرفت بهتری برای برقراری ارتباط نیاز داشت، تا اینکه در حدود 700 سال پیش از میلاد، اختراع بزرگی در یونان به وقوع پیوست و آن حروف الفبا بود.

اختراع حروف الفبا، مانند پلی، گفتار و نوشتار را به یک دیگر نزدیک کرد و آن دو را با یک دیگر آشتی داد،

فاصله‌ها از میان رفت و انسان توانست، به انتقال افکار و ارسال آن برای دیگران فکر کند. زمینه ساز این نقطه عطف تاریخی، تکامل سه هزار ساله سنت شفاهی و ارتباط غیر الفبایی است که سر آغاز دگرگونی کیفی ارتباطات انسانی بود، گسترش سواد تا قرن‌ها پس از اختراع و گسترش صنعت چاپ و تولید کاغذ، به وقوع نپیوست (کاستلز، 1380، 382)

اختراع چاپ توسط گوتنبرگ موجب شد، انسان علاوه بر ارتباط مستقیم، به ارتباط نوشتاری دست یابد و با آغاز این مرحله، بشر به عصر کتابت یا عصر گوتنبرگ وارد شد. مک لوهان معتقد است، «دنیای آدم مقیم کهکشان گوتنبرگ را دنیای خطوط مستقیم و پشت سر هم، دنیای اعتقادات به فرضیه‌های ثابت و معلوم، دنیای طبقه بندی‌ها، دنیایی که در آن هر چیز باید در طبقه مخصوص خود قرار گیرد و هر معلولی فقط از علت تعیین شد خود ریشه گیرد، تشکیل می‌شود» (محسنیان راد، 1369، 487)

انسان در حدود 380 سال در این کهکشان باقی ماند. در این عصر، بیشتر از حس بینایی استفاده می‌شد و علاوه بر محتوا، به رسانه یا وسیله انتقال پیام توجه گردید.

در نیمه دوم قرن پانزدهم صنعت چاپ، به سرعت پیشرفت کرد، نوشته‌های خبری افزایش یافت و امکان انتشار آن فراهم شد، البته این انتشار، به صورت ادواری نبوده است. مطبوعات ادواری یک قرن و نیم بعد از اختراع صنعت چاپ پدید آمدند. از آغاز قرن شانزدهم، اخبار به شکل کالای حقیقی درآمد و مطبوعات چاپی به عنوان نخستین وسیله ارتباطی نوین به حساب آمدند.

تکمیل شیوه چاپ با حروف متحرک سری، در اواخر قرن پانزدهم و اوایل قرن شانزدهم میلادی، در انتشار اندیشه‌های نو و پیشرفت علوم و فنون، تاثیر بسیار داشت. با اختراع، پیشرفت و تکمیل صنعت و ایجاد شرایط فنی، مکانی، زمانی و مالی مساعد در زمینه تهیه و تکثیر نوشته‌ها و پیام‌های مکتوب، تحول بزرگی در ارتباطات غیر مستقیم آغاز شد و برای اشاعه معلومات و اطلاعات و افکار انسانی و پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری امکانات وسیعی پدید آمد.

بدین ترتیب، مطبوعات یکی از محصولات مهم و رایج جامعه صنعتی شد که از آغاز قرن هفدهم، پیشرفت سریع خود را آغاز کرد و در نیمه دوم قرن نوزدهم و نیمه اول قرن بیستم، ویژگی‌های یک صنعت بزرگ را به خود گرفت.

مطبوعات از اوایل قرن هفدهم، سه دوره را پشت سر گذاشته‌اند::

- نخستین دوره، از اوایل قرن هفدهم و با تأسیس نخستین نشریات دوره‌ای همراه بوده است. این دوره تا جنگ‌های استقلال آمریکا و استقلال فرانسه در قرن هجدهم ادامه یافت. روزنامه‌های این دوره با سانسور متولد شدند.

- با «انقلاب‌های دموکراتیک» غربی، اولین مرحله فعالیت مطبوعات رو به پایان گذاشت و دوره دوم آغاز شد. در این دوره مطبوعات عقیدتی و سیاسی رواج یافتند و روزنامه‌های جدیدی، به وسیله هواداران آزادی و حکومت‌های مردمی به چاپ رسیدند.

- سومین دوره، از اواخر نیمه اول قرن نوزدهم آغاز شد که مطبوعات به وسیله سرمایه های بزرگ و همراه با آگهی های تجاری انتشار یافتند.

با افزایش جمعیت و پراکندگی آنان در سطح کره خاکی نیاز به اطلاعات و تبادل آن بیشتر گردید. انسان که برای ارسال پیام های خود، زمانی از دوندگان مقاوم، اسب های تندرو و کبوتران نامه بر استفاده می کرد و زمانی دیگر، از مطبوعات و روزنامه ها، اما نتوانست نیاز اصلی اش را که تبادل سریع اطلاعات بود، بر طرف سازد؛ او به وسیله ای نیاز داشت تا پیام های خود را سریع تر منتقل کند. اختراع برق و سپس پیدایش تلگراف در سال 1832 توسط ساموئل مورس انگلیسی موجب شد، انسان بتواند برای نخستین بار اطلاعات را با سرعت بالا و از طریق رمزهای ساده به مسافت های طولانی انتقال دهد.

اما **اختراع تلفن** در سال 1876 توسط الکساندر گراهام بل و توماس واتسون آمریکایی، تحول بزرگی بود، زیرا علاوه بر غلبه بر زمان و مکان، این امکان فراهم آورده بود که صدای انسان دیگری را که کیلومترها از آنان فاصله داشت بشنود. اختراع تلفن انسان را قادر ساخت که از طریق سیم با افرادی فرسنگ ها دورتر از خود گفت و گو کند؛ هر چند تلفن در بالا رفتن سرعت ارتباطات تاثیر به سزایی داشت اما به دلیل استفاده از سیم، محدودیت در ارتباط همچنان وجود داشت و وسیله ای مورد نیاز بود، تا بدون سیم و با سرعت نور، اطلاعات را در فضا انتقال دهد و از موانع بگذرد، و آن چیزی نبود جز رادیو..

با **اختراع رادیو** در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم، انسان وارد عصر الکترونی شد که بر ارتباطات راه دور تکیه داشت و حس غالب حس شنوایی بود. با اختراع دستگاه ارتباط بی سیم و رادیویی، توسط گوگلیلمو رکنی ایتالیایی در سال 1895 اخبار و اطلاعات با سرعت شگفت آوری تا نقاط دور دست منتشر شدند.

در مرحله بعد، **سینما** متولد شد. این وسیله ارتباطی که هدفش سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت بود، کمتر جنبه خبری داشت و حتی از نظر انتشار نیز با دیگر وسایل ارتباطی تفاوت اساسی داشت، از جمله پیشرفت های چشمگیر علمی پس از جنگ جهانی دوم بود، زیرا در سال های آخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم، با کوشش های که برای تکمیل فن عکاسی و فیلمبرداری صورت گرفت، وسایل نوینی چون سینما و تلویزیون در اختیار انسان گذاشته شد.

ظهور تلویزیون موجب گردید که رویدادها آن چنان که اتفاق افتاده اند، به جهان نشان داده شوند. گسترش تلویزیون پس از جنگ جهانی دوم و فراگیر شدنش، آن را به یک رسانه همگانی تبدیل کرد.

این وسیله جدید که می‌توانست، پیام مشابهی را برای میلیون‌ها نفر به طور همزمان پخش کند، موجب همگون سازی مخاطبان و ایجاد مخاطبان یکسان شد و اغلب توسط دولت‌ها اداره می‌شد. رواج تلویزیون در سه دهه پس از جنگ جهانی دوم، به قول مک لوهان دنیای جدیدی از ارتباطات را موجب شد (کاستلز به نقل از مک لوهان، 1380، 102). البته گسترش این رسانه جدید، به معنای از میان رفتن دیگر رسانه‌ها نبود.

هر چند که با رونق روز افزون تلویزیون، رادیو مرکزیت خود را از دست داد، ولی گستردگی و انعطاف پذیری آن بیشتر گردید. در حال حاضر، برنامه‌های رادیو و تلویزیون به صورت شبانه روزی شده است و اخبار را پیوسته پخش می‌کنند. از طرفی وجود **روزنامه‌ها در اینترنت**، دسترسی به اطلاعات را سریع‌تر می‌کند. در دوره جدید، یا در عصر اطلاعات، دیگر پیام واحد مورد استفاده نیست، زیرا در این دوره، به علت ناهمگن بودن افراد، به پیام‌های متنوع‌تر نیاز است.

در سال 1957 روس‌ها با استفاده از اندیشه پوپوف در بیرون از کره زمین، ارتباط را میسر ساختند و نخستین قمر مصنوعی با ماهواره، با نام **«اسپوتنیک»**، به مدار زمین فرستاده شد.

حال انسان برای حفظ اطلاعات، باید وسیله‌ای را در اختیار داشته باشد تا اطلاعات به دست آمده را انباشته کند. در ابتدا انسان برای نگهداری اطلاعات، از مغز خود استفاده می‌کرد، کندن تصویر بر روی سنگ را نیز می‌توان از وسایل اولیه انباشت اطلاعات در گذشته‌های دور دانست، اختراع حروف الفبا و استفاده از چرم به جای لوح‌های گلی و پیدایش کاغذ و اختراع چاپ و در سال‌ها بعد، پیدایش عکس، فیلم، ضبط صوت و نوار کاست و ظهور کامپیوترهای که می‌تواند، اطلاعات فراوانی را در حافظه خود نگه دارد، از دیگر وسایل انباشت اطلاعات است. با ورود کامپیوتر به زندگی بشر و ایجاد شبکه اینترنت، تحولی عظیم در زندگی بشر رخ داد و انقلابی عظیم با نام انقلاب اطلاعات رخ داد.

گسترش سیل آسای **کامپیوتر** در دهه‌های اخیر، مهم‌ترین تغییر را در نظام دانایی، از اختراع چاپ در قرن پانزدهم یا حتی از اختراع خط به این سو، پدید آورده است. همراه با این تغییر خارق العاده، گسترش شبکه‌ها و رسانه‌ها که کارشان جا به جا کردن دانایی و عناصر تشکیل دهنده آن، یعنی داده و اطلاعات است، به همان اندازه شگفت‌انگیز است اگر هیچ چیز دیگر تغییر نمی‌کرد، باز پیشرفت این دو بر انقلاب دانایی گواهی می‌داد؛ اما تحولات به هم پیوسته، این نظام دانایی یا «سپهر اطلاعاتی» را در جهان دارای تکنولوژی پیشرفته، به تدریج دگرگون می‌سازد. (تافلر، 1374، 649)

البته، پیشرفت در ابزارهای مبادله اطلاعات با ابزارهایی که برای انباشتن اطلاعات در نظر گرفته شده، همراه بوده است. در حقیقت این دو فراگرد، جدا از یکدیگر نیست، چرا که انباشت اطلاعات، تراکم

تجربه و دانش و آن چیزی است که افراد، نسل‌ها و ملت‌ها در سراسر تاریخ، برای آیندگانشان به میراث گذاشته‌اند. با ثبت و ضبط کردن، یا به یاد سپردن اطلاعات، به هر ترتیبی که هست، اطلاعات را برای آینده نزدیک و دور نگه می‌داریم (آذرنگ، 1371، 34) از طرفی هنگامی که تجهیزات ارتباطی و ابزارهای انباشت اطلاعاتی است، چنان که از ترکیب سه تکنولوژی متفاوت، یعنی «صنایع کامپیوتر، نرم افزار و برنامه نویسی، صنایع فیلم سازی، سینما و تلویزیون، و صنایع مخابرات (تله کامیونیکیشن و الکترونیک)» ابرشاهراه اطلاعاتی ایجاد شده است که اطلاعات گوناگون صوت و تصویری را از طریق کابل‌های از جنس فیبر نوری، به مصرف کننده منتقل می‌سازد.

فیبرهای نوری بالاترین حجم اطلاعات را در کوتاه‌ترین زمان، در فواصل مختلف مبادله می‌کنند. (دادگران، 1374، 13)

پس می‌توان گفت در دهه 1980، تکنولوژی‌های جدید، دنیای رسانه‌ها را با تغییر و تحول رو به رو کردند و با این دگرگونی، رسانه‌ها این توانایی را یافتند که اطلاعات را در سطح گسترده‌ای منتشر کنند و انفجاری در رابطه با کمیت اطلاعات ایجاد کنند؛ اما به علت از بین رفتن توده مردم، شمار مخاطبان رسانه‌ها در این دوره در حال محدود شدن است و انبوه مخاطبان به گروه‌های کوچک‌تر تبدیل شده‌اند.

در اینجا لازم است به بررسی این رسانه‌ها بپردازیم.

الف. مطبوعات چاپی و الکترونیک

اختراع صنعت چاپ در زمینه وسایل ارتباط انسانی، انقلابی عظیم را با خود به همراه داشت. با تکثیر کتاب‌ها، علوم رونق یافت و با پیدایش و گسترش روزنامه‌ها، ارتباطات اجتماعی توسعه یافت. (معتمد نژاد، 1379، 57) اواخر قرن شانزدهم و اوایل قرن هفدهم که صنعت چاپ توسعه واقعی یافت، مطبوعات رفته رفته خصوصیات امروزی را به دست آوردند و انتشار کتاب را تحت الشعاع قرار دادند. (همان، 67)

امروزه مکتوبات الکترونیک، حوزه گسترده‌ای را در بر می‌گیرد و فرآیند «کامپیوتریزه شدن» به تدریج تمامی مراحل تولید را شامل می‌شود: ارسال مطالب خبری یا مقالات، انتقال مطالب از طریق شبکه، ترکیب و ادغام مطالب، وارد کردن عکس و نمودار، صفحه بندی و در نهایت چاپ، نشر و توزیع و... این فرآیند موجب از بین رفتن بسیاری مشاغل شده است و در عین حال، کیفیت مادی تولیدات را ارتقا بخشیده است. (محسنی، 1380، 124)

امروزه، تهیه روزنامه در یک مکان و چاپ آن در مکان دیگر، امری عادی به حساب می آید و ما شاهد روزنامه های الکترونیک هستیم. در 17 ماه مه 1991، یک مؤسسه پژوهشی در ژنو، با نام CERN، معیارها یا استانداردهای شبکه جهانی تار نماها را منتشر کرد. در ماه مه 1992، روزنامه «شیکاگو تریبون»، در ایالات متحده امریکا، نخستین نسخه روزنامه الکترونی را با نام «شیکاگو آن لاین»، بر روی مانیتور کامپیوترها فرستاد. بر اساس نشریه الکترونیکی ناشر و سر دبیران **Editor Publisher**، تا ماه آوریل 2001، بیش از 12 هزار رسانه خبری الکترونی در ایالات متحده امریکا موجود بوده است. در دهه اول روزنامه های الکترونیکی، نه تنها هزاران رسانه خبری تار نماهای خود را راه اندازی کردند، بلکه میلیون ها نفر کاربر و گروه های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و نظایر آن نیز تار نماهای خود را وارد شبکه جهانی تار نماها کردند. (بدیعی، 1382، 27)

نشریات الکترونی را از نظر امکاناتی که برای کاربران فراهم می کنند، به سه دسته اصلی تقسیم می کنند:

- نسخه فشرده الکترونی روزنامه چاپی به صورت تصویری.

- روزنامه های الکترونی قابل جست و جو.

- ترکیب دو مورد بالا (همان، 28 - 27).

در این روزنامه ها دروازه بانان، خودمخاطبان یا کاربران هستند که مطلب را از این روزنامه ها گزینش می کنند، در نتیجه هدایت افکار عمومی نیز تغییر می یابد. این روزنامه ها اطلاعات را به سرعت در اختیار ما می گذارند و مخاطبان قابل توجهی دارند. استفاده از آن بی هزینه یا بسیار کم هزینه است و منبع درآمد این روزنامه ها از طریق تبلیغات است.

البته عده ای معتقدند که دوره روزنامه نگاری نوشتاری به پایان رسیده است؛ ولی آنچه می بینیم، این است که فروش این روزنامه ها همچنان ادامه داشته و امتیازاتی نیز دارد؛ اما مسئله ای که وجود دارد، در اختیار قرار دادن اطلاعات دستکاری شده به مخاطبان، از طریق اینترنت است؛ در حالی که مطبوعات سنتی بر صحت و سقم اطلاعات و اخبار اهمیت داده و در صورت اشتباه آن را تصحیح می کنند.

ب. رادیو و تلویزیون

از زمان بهره برداری عمومی از رادیو در سال 1920 و پس از آن، استفاده از تلویزیون در سال های پس از جنگ جهانی دوم، سال ها می گذرد و هر یک در زمان ظهورشان مخاطبان کثیری یافتند و هنوز هم

شاهد وجود مخاطبان این رسانه ها هستیم. رادیو و تلویزیون که با استفاده از تکنولوژی های ما قبل خود به وجود آمده بودند، از جمله رسانه های نوین به حساب می آیند. این دو رسانه الکترونیکی، هر چند با یکدیگر تفاوت هایی دارند، اما دارای مشابهت هایی نیز هستند که از مهم ترین آن می توان به قدرت آنان در پخش مستقیم وقایع و رویدادها اشاره کرد.

نکته مهمی که در مورد این رسانه های الکترونیک اهمیت دارد، تنظیم و کنترل کار این دو رسانه توسط نهادهای دولتی است و به دلیل نزدیکی به مراکز قدرت، به ندرت توانستند، مانند رسانه های چاپی (مطبوعات) در چارچوب آزادی، حقوق و استقلال سیاسی، در بیان دیدگاه های خود به کار گرفته شوند. (آقا جانی، 1381)

مسئله مهم در مورد تلویزیون در عصر حاضر، تجاری شدن آن است که به نحو فزاینده ای در سراسر جهان، به انحصار روی آورده است. اگر فرمول های معنایی را که زیر بنای برنامه های مردم پسند است، بررسی کنیم، در می یابیم که محتوای آنها با یک دیگر تفاوت چندانی ندارد. با این همه، این واقعیت که همه مردم همزمان برنامه های یکسان نگاه نمی کنند و فرهنگ و گروه اجتماعی، با سیستم رسانه ها ارتباط ویژه ای دارد، عامل تفاوت های عمده ای با سیستم قدیمی رسانه های گروهی استاندارد شده است. علاوه بر این، شیوه رایج «تماشای همزمان چند برنامه» موجب شده است که بینندگان، ترکیب تصاویر مخصوص خود را ایجاد کنند. با اینکه رسانه ها در سطح جهانی با یکدیگر مرتبط شده اند و برنامه ها و پیام ها در شبکه جهانی در گردش هستند، ما در دهکده ای جهانی زندگی نمی کنیم، بلکه در کلبه هایی فراخور حال هر منطقه زندگی می کنیم که در سطح جهانی تولید و در محدوده محلی توزیع شده اند. (کاستلز، 1380، 397).

ج. رسانه های جدید الکترونیکی (تکنولوژی های ارتباطی و اطلاعاتی جدید)

منظور از تکنولوژی های جدید، تکنولوژی هایی هستند که پس از دهه 1970 میلادی ایجاد شده اند. تکنولوژی اطلاعاتی شامل شبکه های اطلاعاتی کامپیوتری کمیت و کیفیت اطلاعات قابل دسترس را به شیوه ای انقلابی و بی سابقه دگرگون ساخته است. همچنین تکنولوژی ماهواره، موجب ظهور رسانه های الکترونیکی در سطح جهان شده است. تاثیرات انقلابی فیبر نوری و فن آوری ماهواره ای بر تحرک انواع اطلاعات و تصاویر، نیل به ابر شاهره های اطلاعاتی چند رسانه ای جهانگیر را امکان پذیر می سازد. افزایش قدرت رایانه، نرم افزارهای رایانه ای، تحولات در فن آوری ارتباطی به گونه های مختلف، به فشرده شدن جهان کمک کرده اند. (آکسفورد، 1378، 144)

به هر حال، این تکنولوژی‌های جدید ارتباطی در تمام زمینه‌ها تاثیر گذارند؛ برای نمونه در عرصه سیاست از طریق اینترنت، شهروندان می‌توانند، با دولتمردان خود مسائل و مشکلاتشان را حل کنند، یا نامزدهای انتخاباتی می‌توانند، از طریق اینترنت به فعالیت بپردازند؛ به این ترتیب تکنولوژی و دانش فنی بر ماهیت قدرت تأثیر گذاشته است.

در اقتصاد هم تکنولوژی اطلاعاتی، موجب تحولاتی شده است؛ برای نمونه تسریع مراودات بازرگانی، بین‌المللی شده و جریان‌های پول، کالا و اشخاص، به واسطه پیشرفت‌های فناورانه متعدد شتاب بیشتری یافته‌اند. (سیف زاده، 1378، 174)

از جمله این تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید عبارت است از:

1- ماهواره‌ها

ماهواره‌ها یکی از وسایل مهم ارتباطی در قرن حاضر هستند که همچنان در حال رشد و گسترش است.

ماهواره‌ها نسبت به وسایل ارتباطی و روش‌های سنتی ارتباط، دارای مزایای زیادی هستند. از جمله آن می‌توان به وسعت پوشش، انعطاف پذیری و ظرفیت بالای حمل پیام اشاره کرد (مولانا، 1371، 109). این وسیله نوین می‌تواند حجم بالایی از پیام‌ها و علائم الکترونیکی را به تمام نقاط جهان منتقل کند؛ در حالی که نیازی به کابل و سیم نیست و به همین دلیل انعطاف‌پذیر است. در عین حال، از این وسیله ارتباطی برای پخش برنامه‌های تلویزیونی، پیش‌بینی وضعیت آب و هوا، حفاظت از محیط امور نظامی و جاسوسی استفاده می‌شود.

آنچه در مورد ماهواره‌ها دارای اهمیت است، قدرت نفوذشان در کشورها، از طریق پخش برنامه‌های تلویزیونی است که مخاطبان با هزینه‌های اندک، از طریق تهیه دریافت کننده می‌توان، به تعداد زیادی کانال دست یابد.

2- اینترنت

می‌توان گفت، تفکر شکل‌گیری اینترنت در دوران جنگ سرد ریشه دارد. شاید بتوان گفت، دو نکته در شکل‌گیری اینترنت حائز اهمیت است، نخستین مورد اینکه مسائل هسته‌ای در آن دوره به مسئله‌ای مهم در دنیا تبدیل شد و دومین دلیل، اقدام شوروی در اواخر دهه 1950 برای پرتاب اولین ماهواره خود، با نام اسپوتنیک یک به فضا بود که بخش نظامی ایالات متحده را از وحشت تهاجم هسته‌ای به

وسیله ماهواره به وحشت و تکاپو انداخت. وحشت از حمله هسته ای موجب تکاپوی بخش نظامی ایالات متحده شد و موجب گردید که آنان دست به ابتکاری زنند که تحولی عظیم در جهان ایجاد کرد.

در ابتدای، آژانس طرح‌های تحقیقاتی پیشرفته «آرپا»، شکل گرفت که دارای نقش نظامی بود؛ اما محققان و دانشمندان برای تحقیقات خود از آن استفاده می‌کردند. یکی از برجسته ترین طرح‌هایی که آژانس از آن حمایت کرد، بررسی مهارت‌ها و فناوری‌ها در ارتباط با انواع مختلف شبکه های رایانه‌ای بود. اهداف دو گانه این طرح عبارت بود از: اول توسعه شبکه های ارتباطی که بتواند تبادل اطلاعات در بین مراکز تحقیقاتی مختلفی را که در طرح‌های آرپا هستند، تسهیل کند و دوم اینکه به شرکت کنندگان در شبکه امکان دهد که با منابع رایانه‌ای کمی که در دسترس دارند، در شبکه سهیم شوند، و تأسیس شبکه آرپا نت در سال 1969 به عنوان مبدأ پیدایش و ظهور اینترنت، شناخته می‌شود. (اسلوین، 1380، 27)

در سال 1973 با برقراری ارتباط میان شبکه (ARPANET وزارت دفاع امریکا) با PRNET شبکه رادیویی (و SATNET شبکه ماهواره‌ای) موضوع اینترنت به عنوان یک طرح مطرح شد.

پروتکل اینترنت دارای مزایایی بود و به سرعت بر روی تعداد زیادی از سیستم‌های کامپیوتری پیاده شد، چرا که تنها پروتکلی بود که به کامپیوترهای ساخته شده به وسیله شرکت‌های مختلف، امکان برقرار ساختن ارتباط با یک دیگر را می‌داد. در اوایل سال‌های 1980 سیستم «یونیکس برکلی» با به کارگیری پروتکل اینترنت عرضه شد و این امکان را ایجاد کرد که شبکه های ایستگاه‌های مختلف، با کامپیوترهای مرکزی مرتبط شوند. رشد اینترنت از زمانی یافت که به شبکه عمومی مخابراتی، یعنی در اواسط سال 1980 اتصال یافت (کندات، 1994، 13 - 11).

در حال حاضر، اینترنت متشکل از) NSFNET شبکه بنیاد ملی علم امریکا(، ARPANET شبکه آکادمیک و پژوهش استرالیا، INST اینترنت علمی ناسا NASA در امریکا، SWITCH شبکه آکادمیک و پژوهش سوئیس) و چند میلیون شبکه در ابعاد مختلف از نوع تجارتي و پژوهشی است. (محسنی، 1380، 75).

در نهایت شبکه‌ای ایجاد شد که نمی‌توان آن را از هیچ مرکزی کنترل کرد، سانسور و کنترل این سیستم بسیار مشکل است و تنها راه کنترل آن، وارد نشدن به شبکه است؛ البته این شبکه در سراسر جهان گسترش یافته است و کاربران زیادی دارد و انواع اطلاعات را در تمام دنیا انتقال می‌دهد و هر سازمان، نهاد و کشوری برای ورود به این شبکه، ممانعت ایجاد کند، هزینه گزافی را می‌پردازد و زیان بزرگی کرده است.

این شبکه از هزاران شبکه کامپیوتری مستقل تشکیل شده است که راه‌های بسیاری برای برقراری ارتباط دارند. شبکه‌ای که در سراسر جهان، افراد می‌توانند از آن به راحتی استفاده کنند و با یک دیگر ارتباط برقرار کنند. اینترنت ثانیه به ثانیه و لحظه به لحظه در حال گسترش توسعه است و تمدنی جدید را در سراسر جهان ایجاد می‌کند؛ این تمدن تنها به منطقه و جامعه‌ای خاص محدود نمی‌شود، بلکه تمام تمدن‌ها و همه انسان‌ها را در بر می‌گیرد.

اینترنت این وسیله ارتباطی عظیم و این رسانه قدرتمند که در بیست و پنج سال گذشته در کنار لیزر و دوربین‌های دیجیتالی، یکی از بهترین اختراعات بوده است، جهان را به جامعه‌ای شبکه‌ای تبدیل کرده و با از بین بردن فاصله‌های زمانی و مکانی به افراد و گروه‌ها این توانایی را داده است که از اطلاعات استفاده کنند و با انسان‌های سر تا سر کره زمین ارتباط برقرار کنند. اینترنت، نه تنها فاصله مکانی و زمانی را کاهش داد، حتی محدودیت زبان را، با توجه به اینکه زبان انگلیسی به یک زبان بین‌المللی تبدیل، شده از بین برده است.

شبکه اینترنت، ستون فقرات ارتباطات کامپیوتری جهانی در دهه 1990 است، چرا که به تدریج، بیشتر شبکه‌ها را به یکدیگر متصل ساخت، صاحب نظران اعتقاد دارند که این شبکه می‌تواند در اوایل قرن بیست و یک، صدها میلیون کاربر را به خود جذب کند. متخصصان معتقدند که از لحاظ فنی، اینترنت خواهد توانست، روزی 600 میلیون شبکه کامپیوتری را به یکدیگر متصل سازد؛ در حالی که در نخستین مراحل توسعه در سال 1973، تنها 25 کامپیوتر به این شبکه متصل بود، در دهه 1970 حدود 256 کامپیوتر و در اوایل 1980 با ارتقای قابل توجه این شبکه 25 شبکه با چند صد کامپیوتر ابتدایی و چند هزار کاربر به آن متصل بودند. (کاستلز، 1380، 402) البته، اینترنت تنها یک بانک اطلاعاتی نیست، بلکه گسترده‌ترین و با اهمیت‌ترین شبکه کامپیوتری جهان است و شاید نمونه‌ای اولیه از بزرگراه‌های اطلاعاتی ربع اول قرن بیست و یکم باشد. اینترنت در حکم مخزنی از اطلاعات خوب و بد، زشت و زیبا، اخلاقی و غیر اخلاقی تلقی می‌شود. (محسنی، 1380، 72).

با اتصال به شبکه اینترنت می‌توان با افرادی که فرسنگ‌ها دورتر از ما هستند، ارتباط برقرار کرد؛ از هر نقطه در دنیا اطلاعات سیاسی، اقتصادی، و هنری مورد نیاز را بدست آورد؛ از فعالیت‌های علمی آگاه شد؛ وارد کتابخانه‌ها شد و کتاب مورد نظر را مطالعه کرد و ده‌ها و صدها کار دیگر می‌توان انجام داد که در گذشته امکانپذیر نبوده است؛ هر چند که اینترنت آمیزه‌ای از رسانه‌هایی از قبیل تلویزیون و تلفن است؛ اما شاید خصلت تعاملی بودنش این وسیله ارتباطی را از بقیه رسانه‌ها جدا می‌سازد. شاید در گذشته‌های دور، انسان نمی‌توانست باور کند که آدم‌های شرق و غرب جهان در قرن بیستم بتوانند

در آن واحد، با یک دیگر گفت گو گو کنند و پیام‌های خود را با سرعت سرسام آوری برای یک دیگر بفرستند؛ پیامی که در آن دوره، زمان زیادی می‌برد تا از یک نقطه به نقطه‌ای دیگر منتقل شود.

3. چند رسانه ای‌ها

پیوند تکنولوژی‌های جدید شامل کامپیوترها، ارتباطات راه دور و وسایل ارتباط جمعی، تحولات عظیم و شگرفی را ایجاد کرده اند؛ به گونه‌ای که در حال حاضر، با ادغام این سه تکنولوژی، تکنولوژی اطلاعاتی موسوم به «چند رسانه ای» را به وجود آورده است. به دنبال ظهور «رسانه های نوین» که غیر متمرکز و متنوع هستند، تشکیل سیستم چند رسانه‌ای در دهه 1990 امکانپذیر شد.

در نیمه دوم دهه 1990، سیستم ارتباط الکترونیکی جدیدی شکل گرفت که از ترکیب رسانه های همگانی جهانی و سفارشی و ارتباط کامپیوتری تشکیل شده بود و ویژگی آن، ترکیب رسانه های مختلف و توانایی بالقوه آن برای ارتباط متقابل بود و نام «سیستم چند رسانه ای» بر آن نهاده شد. این سیستم توانست، قلمرو ارتباط الکترونیکی را به همه زندگی، از خانه تا کار، از مدرسه تا بیمارستان و از تفریحات تا مسافرت گسترش دهد. تا اواسط دهه 1990 دولت‌ها و شرکت‌ها برای به دست آوردن جایگاهی در این سیستم که ابزار قدرت و منبع سود. سرشار بود، از یکدیگر سبقت می‌گرفتند و دولت‌ها مانند دولت ایالات متحده، ژاپن، فرانسه و چند کشور دیگر برای شکل گیری آن، تلاش‌های انجام دادند؛ اما در کل می‌توان گفت، این تجارت بود که سیستم جدید چند رسانه ای را شکل می‌داد؛ نه دولت‌ها، در واقع مقیاس سرمایه گذاری در زمینه های زیر بنایی، به میزانی بود که هیچ دولتی نمی‌توانست، به تنهایی عمل کند و از طرفی دیگر، چون در مراحل اولیه شکل گیری این سیستم، شکل واقعی تکنولوژی سیستم مشخص نیست، هر کسی که در مراحل اولیه، کنترل آن را در دست داشته باشد، می‌تواند تاثیر تعیین کننده‌ای بر روی تکامل آتی سیستم بگذارد، به همین علت رقابت شدیدی بر سر آن وجود داشت. (کاستلز، 1380، 424 - 422).

سیستم چند رسانه ای از الگوی اجتماعی - فرهنگی خاص حمایت می‌کند که دارای ویژگی‌های زیراست:

- نخستین ویژگی آن تمایز اجتماعی و فرهنگی گسترده است که به تقسیم بندی کاربران، تماشاگران، خوانندگان و شنوندگان می‌انجامد و افزون بر اینکه پیام‌ها با توجه به استراتژی‌های فرستندگان آنها براساس بازار تقسیم می‌شوند، براساس علایق استفاده کنندگان، از رسانه ها که از توانایی تعاملی خود بهره می‌گیرند، نیز تقسیم می‌شوند.

- خصوصیت دوم، طبقه بندی اجتماعی فزاینده کاربران است؛ نه تنها انتخاب رسانه چندگانه برای کسانی که از زمان و پول لازم برای دسترسی به آن برخوردارند و کشورهایی که دارای پتانسیل بازار مناسب هستند، محدود خواهد شد، بلکه تفاوت‌های فرهنگی - آموزشی نیز برای استفاده از ارتباط متقابل به نفع هر یک از کاربران تأثیر قطعی خواهد داشت.

بنابراین در جهان چند رسانه ای، دو گروه ایجاد می‌شود: کاربران فعال و کاربران منفعل؛ یعنی کسانی که قادر به انتخاب مدارهای ارتباطی چند سویه هستند و کسانی که تنها به تعداد محدودی برنامه از پیش آماده شده دسترسی دارند. اینکه هر کاربر، در چه طبقه‌ای قرار گیرد، طبقه اجتماعی، نژاد، جنس و کشور او تعیین کننده است.

- سومین مورد اینکه انتقال پیام‌های مختلف در یک سیستم، حتی اگر سیستم دو سویه و گزینشی باشد، موجب می‌شود که همه پیام‌ها در الگوی معرفتی مشترک، به صورت یکپارچه در آیند، ابهام محتوا در پیام‌ها وجود داشته باشد؛ حتی اگر هر پیام از یک منبع باشد، مانند اینکه برنامه‌های آموزشی تعاملی مثل بازی‌های ویدئویی به نظر می‌رسد.

- در نهایت چهارمین مورد که شاید مهم‌ترین ویژگی سیستم‌های چند رسانه‌ای باشد، این است که بیشتر جلوه‌های فرهنگی را با همه تنوع‌شان، در قلمرو خود جای می‌دهند و همه جلوه‌های فرهنگی از بدترین تا بهترین و از نخبه‌گراترین تا مردمی‌ترین در این جهان دیجیتالی، گرد هم می‌آیند. (همان، 431 - 429)

اصطلاح چند رسانه، بیان کننده فرآورده یا خدمتی است که در پرتو ترجمه، به زبان انفورماتیک، داده‌هایی را که معمولاً به شکل جداگانه مورد بهره برداری قرار می‌گرفتند (مانند متن، صدا، ویدئو، عکس، تصویر و طرح)، با یک دیگر پیوند می‌دهد. (محسنی، 1380، 122).

چند رسانه ای‌ها، رسانه‌هایی تعاملی هستند، یعنی مخاطبان فعال هستند و در قبال دریافت پیام می‌توانند، پاسخ‌گو باشند. در نتیجه چند رسانه‌ها یا رسانه‌های ادغام شده، بیان‌گر شیوه‌ای هستند که از سوی آن تعاملی صورت خواهد پذیرفت.

چند رسانه‌ها برخی عناصر زیر، و نه لزوماً همه آنان را در بر می‌گیرد:

تصاویر ویدئویی کاملاً متحرک، اشکال ثابت، نقاشی‌های متحرک، گرافیک‌های کامپیوتری، متن و صدا. افزون بر آن، این موارد از یک پایگاه فناوری که عموماً و نه همیشه یک کامپیوتر است، توزیع می‌شود.

چند رسانه ها موجب احیای متن یک بعدی، با اشکال و اصوات تولید شده از سوی کامپیوتر خواهند شد. (سعیدی، 1383، 221).

دموکراتیک شدن چند رسانه ایها عملاً نتیجه مستقیم دو تحول همزمان است. نخستین تحول، سهولت کاربرد انفورماتیک است که با قدرت فزاینده دستگاهها همراه بوده است. این تحول توجیه کننده کاربرد چند رسانه ایها در سازمان هایی غیر از حوزههای آموزش، اطلاعات یا بازرگانی است. تحول دوم صنعتی شدن خود تکنولوژی چند رسانه ای است و گواه آن، ورود گسترده دیسک خوانهای دیسکهای فشرده، کنترل کنندههای گرافیک، کارت های صدا، و... است که با شرایط کامپیوترهای شخصی رومیزی و نیز دستی هماهنگ شده است. به میزان بیش از پیش یا تقریباً عمومی کامپیوترهای شخصی از امکانات پایه ای چند رسانه ای برخوردار گشته و پایه گذاران این تکنولوژی، تقریباً همگی پردازشگرهایی را عرضه کرده اند که همه عناصر را مستقیماً به هم مربوط می کند. این تکنولوژی، پیشرفت قابل توجهی را در عرضه برنامه های حاوی صدا و ویدئو به وجود آورده است. (محسنی، 1380، 123).

4. بزرگراه های اطلاعاتی

مفهوم بزرگراه های اطلاعاتی، بیان کننده مجموعه شبکه هایی است که در حال فعالیت هستند و جریان صدا، متن و تصویر را به گونه هایی واقعی یا مجازی امکان پذیر می سازند. این پیامها همگی از یک کانال واحدی می گذرند و به نشانه هایی که ماهیت واحدی دارند، تبدیل می شوند. (همان، 23).

از جمله ویژگی های بزرگراه هایی اطلاعاتی عبارت است از:

- برای ایجاد این بزرگراهها، شرکت های مختلف اطلاعاتی و ارتباطی از جمله مطبوعات، شرکت های تبلیغاتی، سازمان های رادیو و تلویزیون و شرکت های چند ملیتی و کامپیوتری و فراملیتی را ایجاد می کنند. (آقاجانی به نقل از مولانا، 1372)

- قوانین و مقررات ملی و رفت و آمد در این بزرگراه های اطلاعاتی در اختیار شرکت های بزرگ خصوصی است. در سطح جهانی نیز، این مقررات هنوز مبهم بوده؛ ولی تحت نفوذ و سیطره کشورهای پیشرفته غرب است. (همان)

- ساختمان و گستره این بزرگراهها به گونه ای است که هم امکان استفاده وسیع، متعامل و دامنه دار افراد از اطلاعات و ارتباطات را افزایش می دهد و هم امکان کنترل کامل افراد و سوء استفاده از اطلاعات شخصی را بالا خواهد برد. این بزرگراهها هم می توانند، عامل تبادل اطلاعات و توسعه فرهنگی و بالا

بردن سطح زندگی افراد و ملت‌ها باشند و هم می‌توانند، وسیله سلطه گر، هجوم فرهنگی، اقتصادی و سیاسی گردد. (همان، 1381).

البته، بزرگراه‌های اطلاعاتی، تاثیرات بسیاری بر زوایای زندگی انسان دارد، از آن جمله:

- مشاغل: این بزرگراه‌ها با استفاده از وسایل ارتباطی، این امکان را فراهم آورده اند تا رفت و آمد به مراکز کار کاهش یابد و با ایجاد خدمات اطلاعاتی، مشاغل جدید افزایش یابد.

- دانش: با گسترش و توسعه بزرگراه‌های اطلاعاتی، امکان دسترسی به دانش، علم، هنر و دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی افزایش یابد.

- فرهنگ: از جمله تاثیرات بزرگراه‌ها، توسعه صنایع فرهنگی در کشورهای غربی بوده و به طور کلی می‌توان گفت، این بزرگراه‌ها کانال‌های جدید، متعدد و متنوع فرهنگی ایجاد کرده اند!

- اقتصاد: این بزرگراه‌ها منجر به ایجاد یک اقتصاد پویای اطلاعاتی شده و اطلاعات ارزشمند را در اختیار نهادهای مالی و اقتصادی، در سطح جهان قرار داده است.

- قوانین: بزرگراه‌ها اطلاعاتی قوانین و حقوق بین‌المللی را دچار تغییر و تحول اساسی کرده اند.

- زندگی شخصی: این بزرگراه‌ها در سطح ملی و جهانی در کنار نقض حاکمیت ملی، موجب تضعیف حقوق افراد نیز شده اند. (همان.)

5. شبکه های تعاملی

در هر دوره‌ای از زندگی بشر، رسانه‌های به عنوان ابزار غالب مطرح بوده است و تأثیر رسانه‌های غالب در هر عصر را می‌توان به وضوح مشاهده کرد؛ هر چند که در دوره‌های قبل، وسایل ارتباطی یک سویه بودند و مخاطبان منفعل، اما در این دوره ما با ظهور رسانه‌های دوسویه و تعاملی رو به رو هستیم که در حال گسترش است. در عصر حاضر، ما شاهد دگرگونی و تغییر در تکنولوژی هستیم و در این حین، شاهد شکل‌گیری شبکه‌های تعاملی نیز هستیم.

از طریق کاربرد ارتباطات کامپیوتری و ایجاد روابط اجتماعی غیر رسمی ناظران متوجه ایجاد پدیده‌ای شدند که جامعه مجازی نام گرفت. بر طبق نظر راین گلد، جامعه مجازی به معنی شبکه الکترونیکی ارتباطات متقابل است که محدوده اش را خود تعریف می‌کند و پیرامون علاقه یا هدف مشترکی تشکیل می‌شود. این جوامع، همانند سیستم‌های کنفرانس یا بولتن بورد نسبتاً رسمی هستند یا به صورت خود جوش، توسط شبکه‌های اجتماعی که برای ارسال و دریافت پیام در یک الگوی زمان انتخاب شده با شبکه ارتباط برقرار کند. در اواسط دهه 1990، ده‌ها هزار از این نوع جوامع در سراسر جهان ایجاد شد و در حال گسترش بود.

بیشتر افراد به صورت پراکنده، در این نوع ارتباطات حضور می‌یابند و به علت تغییر سلیقه یا برآورده نشدن انتظارات از شبکه‌ای خارج و وارد شبکه‌ای دیگر می‌شوند. ویژگی برجسته این شبکه این است که از نظر افرادی که در آن مشارکت دارند، بسیار زودگذر هستند. (کاستلز، 1380، 420).

به عبارت دیگر، ابرمتن یا فرا - زبانی که برای نخستین بار در تاریخ، شیوه‌های مکتوب، شفاهی و دیداری - شنیداری ارتباطات انسانی را در چار چوب یک سیستم، یکپارچه می‌سازد. یکپارچگی متن، تصویر و صدا از چند نقطه و در زمانی متفاوت در شبکه‌ای جهانی و آزاد و قابل دسترسی که با یکدیگر تعامل دارند و در نتیجه ارتباطات را با تحولی عظیم رو به رو ساخته اند (همان، 383)؛ از جمله ویژگی‌های این سیستم نوین، ارتباطات الکترونیکی، دوسویگی و تعاملی بودنش است که به مخاطبان اجازه می‌دهد فعال بوده و حالت منفعل نداشته باشند.

«بزرگراه‌های اطلاعاتی»، برای رسانه‌های تعاملی گذرگاهی دو سویه است که نه تنها برای دریافت و ارسال داده‌های نوشتاری، بلکه در زمینه عکس‌های کاملاً متحرک، اشکال ثابت، نقاشی متحرک گرافیک‌های کامپیوتری و صدا نیز کاربرد دارد. در دوره تعامل، این گونه اطلاعات از یک خانه به خانه ای دیگر، با سرعت نور از رشته‌های شیشه‌ای فیبرنوری، به نازکی مو، ارسال خواهد شد. تماشاگران تلویزیون از حالت انفعالی رها شده و دیگر تنها تماشاگران هرچه از راه شبکه‌های تلویزیونی و موسسات تلویزیونی کابلی به آنان ارائه می‌شود، نخواهند بود و می‌توانند، فعلاً در برنامه‌ها مشارکت کنند. بینندگان در سده بیست و یکم خواهند توانست، محتوای برنامه‌ها را فردی کنند، به گونه‌ای که همه چیز از یک برنامه خاص سرگرم کننده تا یک خبر ویژه، بر صفحه کامپیوترها از راه دور پدیدار شود. آنان خواهند توانست، پایان ماجرای یک فیلم داستانی را به خواسته خود برگزینند یا بیافرینند یا اطلاعات آرشیوی مربوط به یک خبر را دریافت کنند. (سعیدی، 1383، 219).

رسانه های متعامل که ترکیبی است از پیشرفت های بزرگ و تازه در زمینه فیبر نوری، دیجیتالی شدن، چند رسانه ها، CDROM واقعیت نمایی با لوازم خانگی معمول مانند تلفن، تلویزیون و کامپیوتر، دستاورد و درهم آمیختگی فناوری ها «کامپیوتر از راه دور» پیوندی خواهند بود که به شبکه گسترده ای از دیگر کامپیوترهای از راه دور و پایگاه داده ها وصل می شود و امکان دسترسی به منابع گسترده ای از اطلاعات، سرگرمی و خدمات ارتباطی را که برخی آنها اکنون دور از ذهن است، فراهم می آورد. این وضع تازه، ارائه مستقیم متون، مواد دیداری و شنیداری تازه و اشکال سه بعدی را امکان پذیر می کند. (همان 219 - 218).

با توجه به تغییرات ایجاد شده در وسایل ارتباطی و نقش آنان در زندگی بشر امروز می توان نتیجه گرفت، ما شاهد تحول در الگوهای ارتباطی هستیم و نمی توانیم منکر این تغییر و گسترش رویکردهای دو سویه شویم؛ در نتیجه این عصر را می توان، عصر رسانه های غیر توده ای نامید که رقیبی سرسخت برای رسانه های جمعی است.

تافلر اعتقاد دارد: «به رسانه های همگانی حمله شده است، رسانه های جدید غیر توده ای در حال گسترش اند و با رسانه های جمعی به رقابت برخاسته اند و حتی جایگزین آنها شده اند؛ یعنی جایگزین رسانه هایی که روزی بر تمامی جوامع موج دوم سلطه داشته اند. بنابراین موج سوم، عصر واقعا جدیدی آورده است». (تافلر، 1372، 228).

این تکنولوژی های جدید تاثیر عمیقی بر روابط فردی و اجتماعی می گذارد و تصور ما را از جهان پیرامون دگرگون می سازد. از طرفی، پیام به جای اینکه برای توده مردم فرستاده شود و تشابه و یکسانی را به وجود آورد، برای گروه های غیر توده ای و کوچک فرستاده می شود که موجب غیرتوده ای شدن می گردد. در مجموع می توان گفت، این تکنولوژی جدید برای بسیاری فعالیت های برنامه ریزی و مدیریتی مقرون به صرفه است.

رسانه ها در این عصر، تنوع را بیشتر می کنند و به جای دهکده جهانی واحد، برخلاف پیش بینی مارشال مک لوهان، نظریه پرداز کانادایی رسانه ها، احتمالاً شاهد چندگانگی دهکده های کاملاً متفاوت جهانی خواهیم بود، تمام آنها به نظام جدید رسانه ها متصل خواهند بود؛ ولی همه آنها می کوشند تا هویت فرهنگی، قومی، ملی و سیاسی خود را حفظ کنند و ارتقا بخشند. (تافلر، 1374، 524 - 523).

در عصر اطلاعات رسانه ها به یک دیگر آمیخته شده اند. امروزه میلیون ها کامپیوتر، تلفن های ماهواره ای و فکس به هم متصل هستند و نمی توان آنها را از یک دیگر منفک ساخت و هر خبری در آن واحد از تمامی این وسایل ارتباطی منتقل می شود و پیام های آنان از مرز کشورها می گذرد و وارد جوامع می شود

رسانه های نوین دیگر به مفهوم سنتی کلمه، رسانه های همگانی نیستند که پیامهای محدودی را برای انبوهی از مخاطبان متجانس پخش کنند. به دلیل تعدد پیامها و منابع، مخاطبان قدرت انتخاب بیشتری پیدا کرده اند. مخاطبان دوست دارند، پیامهای خود را انتخاب کنند و این امر، دسته بندی آنان را عمیق تر می سازد و رابطه فردی میان فرستنده و گیرنده را افزایش می دهد. (صباح به نقل از کاستلز، 1380، 395).

در نتیجه می توان گفت این رسانه های نوین مخاطبان پراکنده و متنوعی را به وجود آورده اند که دیگر نمی توان آنان را انبوه با توده مخاطبان نامید، زیرا این مخاطبان دیگر پیام واحد دریافت نمی کنند و با انبوه پیامها مواجه هستند که یک دستی و یکپارچگی را از آنان گرفته است.

از طرفی این رسانه های الکترونیکی موجب گسترش نگرش انسانها شد و موجب گردید، افق دید او نسبت به مسائل گسترده تر از قبل شود، به گونه ای که در نحوه زندگی و تصمیم گیری تاثیر گذار بود.

بشر امروز مانند انسان دیروز که برای مشخص کردن جایش در جنگل، اصوات نامفهوم و شاخه های شکسته را به کار می برد نیست، امروزه او، هم از گفتار استفاده می کند و هم از زبان نوشتار، از طریق ماهواره ارتباط برقرار می سازد، تقریباً هر نوع اطلاعاتی را به یاد می سپارد و مدتی بعد مقادیر عظیم از نو تولید می کند، او آموخته است که اطلاعات را در زمان و نیز مکان انتقال دهد. (آذرنگ، 1371، 36).

بدین ترتیب می توان گفت، در طول تاریخ انسان همیشه تلاش کرده تا وسیله ای برای برقراری ارتباط در اختیار داشته باشد؛ هر چند که در دوره های اولیه این وسایل قدرت زیادی برای حمل پیام و اطلاعات نداشته اند؛ ولی برای انسان آن روز مطلوب بوده است. این تکنولوژی های ابتدایی به تدریج گسترش یافتند تا جایی که در زمان حال، با تکنولوژی های اطلاعاتی رو به رو هستیم که در حال متحول کردن نحوه زندگی و تفکر انسان معاصر است.

عاطفه ارکان

تئوری های ارتباط جمعی :

دیدگاه فردیناند تونیس

فردیناند تونیس فیلسوف و جامعه شناس آلمانی، در سال 1855 در "شلسویک" متولد شد.

تونیس از نخستین دانشمندانی است که وضع جامعه نوین را با توجه به انواع جدید ارتباطات ، مطالعه و توجیه می کند .

به عقیده او ، علت تغییر و تحولاتی که در جوامع مختلف انسانی روی می دهد ، بیش از هر چیز ناشی از انواع روابط میان افراد است . او معتقد است که در دنیا دو نوع گروه انسانی وجود دارد : گروهی که اجتماع نامیده می شود و گروهی که به جامعه معروف است .

طبقه بندی دو گانه او بر اساس نوع اراده افراد و رابطه های ناشی از آن استوار است .

1- اجتماع : " تونیس " اجتماع را به عنوان نوعی زندگی اجتماعی آلی " ارگانیک " تعریف می کند ؛ در حالی که " جامعه " را نوعی زندگی مصنوعی و مکانیکی می داند . به اعتقاد او گرایش تحول از اجتماع به جامعه و از فرهنگ به تمدن است .

" تونیس " معتقد است که در گروه های کوچک انسانی ، افراد دارای اراده " ارگانیک " یا آلی هستند و هر فرد انسانی ، به عنوان عضوی از اعضای اجتماع به طور خود انگیخته ، وظایف خویش را انجام می دهد .

2- جامعه: به عقیده " تونیس " در گروه های بزرگ انسانی که جامعه نامیده می شوند ، به سبب فراوانی و گوناگونی جمعیت ، روابط طبیعی ، خانوادگی و همبستگی های قبیله ای و قومی موجود نیست و افراد کثیری که در سرزمین وسیعی با هم زندگی می کنند ، فقط هدفها و منافع معینی را پی می گیرند . در چنین جامعه های ، عقل و اندیشه ، احساس و عواطف را تحت الشعاع قرار می دهد . اصلی که در این جامعه بی کم و کاست مراعات می شود ، سازش حسابگرانه وسایل و هدف هاست و همین اصل است که بنیان قوانین مبادله " بازرگانی و صنعت " را تشکیل می دهد.

3- آینده نگری : دیدگاه های تونیس درباره تحولات آینده جامعه انسانی بسیار مبهم است . او با آنکه به ماتریالیسم تاریخی وفادار است و در روند پیشرفت سرمایه داری ، نوعی عصیان و خود خواهی ناشی از " جامعه را پیش بینی می کند دل بستگی خود را به سوسیالیسم پنهان نمی دارد ، ولی سوسیالیسمی را که جستجو می کند ، بر اصول زندگی و روابط گروه های کوچک اجتماعی استوار است که شرایط کنونی ، ایجاد آنها نوعی بازگشت به گذشته محسوب می شود . در عین ، نظریات انتقاد آمیز " تونیس " درباره جوامع صنعتی معاصر ، همچون " دیوید رایزمن " و هربرت مارکوز که دارای تمایلات مارکسیستی هستند و از جنبه های منفی جامعه صنعتی به شدت انتقاد می کنند ، به شمار می آید.

به عقیده " تونیس " افکار عمومی می تواند به عنوان مظهر " اخلاقیات جامعه " در سطحی عالی تر از دولت قرار گیرد .

"تونیس" معتقد است که تمدن شهری فعلی با شرایط و اوضاع و احوال خاص "جامعه ای" خود در برابر تحرکی که افکار عمومی روشنگرانه از طریق وسایل ارتباط جمعی پدید آورده اند، بیهوده در تلاش اصلاح خود می باشد و بدون تردید تا زمانی که این تمدن در راه فرد گرایی حاکم بر "جوامع" کنونی به سر می برند به چنین تحولی دست نخواهند یافت.

4- نتیجه گیری و خلاصه :

بنابراین میتوان چنین نتیجه گیری کرد که اگر چه اصول جامعه شناختی این دانشمند، در مجموع مورد تردید است ولی او از نخستین جامعه شناسانی است که، به برخی از مسائل جامعه جدید اشاره کرده است. او حتی پیش از "دیوید رایزمن" جامعه شناس امریکایی و بی آنکه شاهد توسعه جامعه صنعتی و رشد محیط های شهری بعد از جنگ جهانی دوم باشد، توانسته است آغاز یک دگرگونی عمیق در جهان را تشخیص دهد و برای بازسازی جوامع صنعتی، به جای آنکه سیر معمولی و فرد گرایی غربی را دنبال کند، در اندیشه انطباق ویژگی های گروه های اجتماعی اولیه با خواست ها و نیازهای دنیای وسیع معاصر باشد؛ دنیایی که تحت تاثیر پیشرفت های علم و فن، روابط اجتماعی گذشته را از دست داده است و همبستگی انسانی تازه ای را جستجو می کند.

دیدگاه های دیوید رایزمن

دیوید رایزمن جامعه شناس امریکایی در فصل اول کتاب معروفش ((انبوه تنها)) که در سال 1950 منتشر شد، تاریخ تحول جامعه انسانی را به سه دوره تقسیم می کند که بر اثر گذشت زمان هر یک جایگزین دیگری می شود. دوره اول، جامعه باستانی یا سنتی؛ دوره دوم، جامعه فرد گرایی؛ دوره سوم، جامعه مصرف گرایی و فراوانی است. او معتقد است که در حال حاضر، جوامع صنعتی به سوی جامعه ای از گونه سوم که بر دوره ای از رفاه اقتصادی و زمینه ای از ((وفور)) انطباق دارد رهسپارند.

بنابراین، سه دوره تحول جامعه ی انسانی از نظر رایزمن عبارتند از :

1- جامعه باستانی یا سنتی

به عقیده رایزمن، نخستین مرحله ی تاریخ جوامع بشری همان است که به آن جامعه باستانی یا سنتی می گویند. نمونه های بارز آن بسیاری از جامعه های جهان سوم هستند که در آن ها هنوز اقتصاد فقر یا اقتصاد کمیابی حاکم است.

2- جامعه فرد گرایی

دومین مرحله ای که ((رایزمن)) در تحول جامعه انسانی باز می شناسد، مرحله ای است که در آن، فرهنگ جامعه گرایی به ساختن انسانهایی دارد که ((از درون هدایت می شوند.)) گذار از مرحله سنتی به این مرحله، منوط به جهش یا ((انقلابی)) است که به قول رایزمن چند قرن طول می کشد و عصر روشنی و جنبش اصلاح مذهب، انقلاب صنعتی و نیز انقلابهای سیاسی قرن هیجدهم، نوزدهم و بیستم را دربر می گیرد.

رایزمن مرحله زندگی از درون هدایت شده را در مقایسه با مرحله پیشین عصر فرد گرایی می شناسد و علل این تحول را بر اثر تغییراتی می داند که در تعادل جمعیت پدید می آید. در این دوره جمعیت فزونی می گیرد و طول عمر انسانها در پرتو پیشرفتهای پزشکی و بهداشتی بالا می رود؛ اما این امر به کمیابی مواد غذایی نمی انجامد، بلکه برعکس با پیشرفت های صنعتی در زمینه کشاورزی، منابع مورد نیاز انسان فراوان تر می شود.

3- جامعه مصرف و فراوانی

در مرحله ی سوم جامعه انسانی رایزمن، جامعه فرد گرا، جای خود را به جامعه نوین و نوع دیگری می دهد.

به عقیده ((رایزمن)) در جامعه نوین، خصلت انسان از ((برون هدایت شده)) جانشین انسان از ((درون هدایت شده می شود)). این مرحله از زندگی اجتماعی، هم اکنون در کشور های بسیار پیشرفته صنعتی که بر دوره های از رفاه اقتصادی و زمینه ای از وفور انطباق دارند دیده می شود و نمود های آن را می توان بویژه در میان طبقه متوسط کارمندان و بروکراتها به خوبی مشاهده کرد.

((در چنین جوامعی دیگر این نگرش که باید تولید کرد و صرفه جویی نمود اهمیت چندانی ندارد. در عوض باید سرمایه ها را به کار انداخت؛ زیرا در چنین شرایطی، وجود ((دیگران)) برای فرد مسأله اصلی است؛ و زندگی هر فرد چه در زمینه عاطفی چه در زمینه مادی به وجود دیگران بستگی دارد. بنابراین فرد پیوسته ناچار است خود را با دیگران انطباق دهد و از تمایلات و انتظارات آن ها پیروی کند.

به عقیده ((رایزن)) گذار به این نوع جامعه، با نوعی انقلاب همراه است که چهار چوب آن در انتقال از حالت تولید به حالت مصرف است.

4- نتیجه گیری و خلاصه

رایزن معتقد است در این سه مرحله از زندگی اجتماعی، سه نوع انسان متناسب با آن وسایل ارتباطی و بیان جمعی نقش بسیار مهمی را ایفا کرده اند از دیدگاه او تربیت فردی در مرحله نخست، از طریق حماسه ها و افسانه ها و اسطوره ها شکل می گیرد که به صورت شفاهی به افراد منتقل می شود و نقش این نوع تربیت همزمان هم سنتها را متذکر می شوند وهم نشان می دهند چه طور قهرمانان بزرگ و استثنایی می توانند جاودانه شوند. در مرحله دوم، یعنی مراحل هدایت از درون، انتقال " میراث فرهنگی " از طریق نوشتار بویژه چاپ که انگاره های فردی را رواج می دهند، انجام می گیرد. در حالی که اسطوره ها و حماسه ها با حلقه زدن بر گرد اجاق قبیله بازگو می شد و سینه به سینه از نسلی به نسل دیگر منتقل می گردید، کودکان عصر انسان از درون هدایت شده کتاب خود را در انزوا و در خلوت و یا در گوشه ای از اتاق خود می خوانند. در مرحله سوم، یعنی مرحله ای که اکنون در برابر چشمان ما آغاز شده است، این وسایل ارتباط جمعی هستند که افراد را می سازند؛ آن هم نه در میان جمع خانواده و یا در گوشه عزلت، بلکه در میان گروه دوستان و همسالان. این آموزش در تمام طول زندگی انسان تداوم می یابد، روزنامه رادیو و تلویزیون دائما این افراد کلیشه ای و متحد الشکل توده تنها را هدایت می کنند و رفتار آن ها را نظم می بخشند.

بنابراین ویژگی های مراحل سه گانه رایزن به طور خلاصه به شرح زیر است:

مرحله اول، ذهنیت تخیلی و اسطوره ای، نظام اجتماعی دودمانی و قبیله ای، جمع گرایی نا آگاهانه و بدوی و وابستگی به طایفه و قبیله جنبه کندویی و ارتباط شفاهی است، واکنش انسان از سنت هدایت شده در مقابل فشار سنت ها مکانیکی و در مجموع فاقد خلاقیت و ابتکار است.

مرحله دوم، ذهنیت انفرادی و واقع گرا، بر اثر اختراع خط و کتابت بویژه چاپ که " باروت روح " آدمی است، پدید می آید. در این دوره، فرد گرایی به سرعت بسط می یابد و حاکمیت پدر سالاری به ضعف می گراید؛ تفکر تجربی جای احتیاجات انتزاعی منطقی را می گیرد و علوم طبیعی به رقابت با الهیات بر می خیزد؛ مصلحت فرد بر مصلحت جمع پیشی می گیرد و روند جدائی فرد از جمع و خود خواهی او به اوج می رسد و در نتیجه انسان از درون هدایت شده پا به عرصه وجود می گذارد

مرحله سوم که اینک ما شاهد آن هستیم ، با ظهور و شکوفایی وسایل ارتباط جمعی همراه است . در این مرحله ، فرد بار دیگر به جمع گرایی رشد یافته اجتماعی و آگاه می رسد و نسبت به امور و وسایل ، دیدی کلی پیدا می کند . و انسان از بیرون هدایت شده در دامن چنین شرایطی پدید می آید .

دیدگاه های مارشال مک لوهان

◀ مک لوهان چه می گوید

●● نویسنده: پل - جاناتان

● مترجم: افسانه - کریمی

● منبع: سایت - باشگاه اندیشه

امکانات خاص تکنیک‌های گوناگون انتشار پیام از یکدیگر متفاوت هستند. مارشال مک لوهان توجه همگان را به تکنیک و تأثیر ویژگی‌های ذاتی آن در امر انتشار جلب کرد. وی سه مرحله متمایز حکومت بی‌سواد یا بدوی، مرحله‌ی ارتباط کتبی و مرحله‌ی وسایل ارتباطی الکترونیکی را از یکدیگر متمایز کرد. مک لوهان تصریح می‌کند که در تکوین جوامع از میان وسایل ارتباطی همیشه برخی از انواع آن اهمیت بیشتری داشته‌اند و وسیله فی نفسه پیام است.

تمام ملاحظات درباره‌ی فرهنگ جمعی، یا در مورد سطح دخالت وسایل ارتباط جمعی در فرهنگ نباید خصوصیات مربوط به این وسایل را از نظر دور بدارد. وقتی که توجه ما به میزان زیادی روی محتوای پیام‌های منتشره از وسایل ارتباط جمعی متمرکز می‌شود، ممکن است در معرض این مخاطره قرار بگیریم که تصور کنیم: از نظر تأثیر بر فرهنگ چندان مهم نیست که انتقال پیام از طریق کتاب جیبی صورت گیرد یا تلویزیون. برخی از ویژگی‌های ارتباط فرهنگی با شبکه‌ی عمل وسیع، با تعداد افرادی که تحت تأثیر پیام قرار می‌گیرند مرتبط است، عواملی مطرح است که در شرایط انتشار مربوط به نظام صنعتی دخالت می‌کند، اما همچنین ویژگی‌هایی نیز وجود دارد که اساساً مربوط به تأثیر شرایط کلی وسایل ارتباط جمعی است.

دیده شده است که حتی در بحث کلی در زمینه‌ی اشاعه‌ی فرهنگی ضروری است که به تمایز میان وسایل ارتباطی مرتبط با خط و وسایل سمعی بصری پردازیم. وقتی این تمایز به نحو جدی فراموش می‌شود، مسأله ابهامات موجود در بررسی مطرح می‌گردد. از این جهت است که در میان آثاری که اختصاص، به فرهنگ جمعی دارد، مشاهده می‌شود که تعداد قابل توجهی از این آثار گاه به بحث درباره‌ی اثرات ارتباطات جمعی می‌پردازند و گاه بدون جلب توجه خواننده و احتمالاً خود نویسنده، مبادرت به ارائه استدلالاتی می‌شود که تنها در مورد وسایل ارتباط جمعی قابل توجه هستند.

ارزشمندی کار مارشال مک لوهان از این جهت است که به یک باره توجه را به تکنیک و ویژگی‌های ذاتی آن جلب می‌کند. اگر به مسأله فرهنگ توجه داشته باشیم، از مطالعات مک لوهان اطلاعات دقیقی می‌توان کسب کرد، البته علیرغم اشکالاتی که اندیشه‌های خیلی افراطی او می‌تواند در بر داشته باشد.

قبل از هر چیز باید اعتباری برای مفهوم تحولی مستتر در مقایسه میان مرحله‌ی حکومت بی‌سواد یا بدوی، مرحله‌ی ارتباط کتبی (کهکشان گوتنبرگ) و مرحله‌ی وسایل ارتباطی الکترونی (کهکشان مارکنی) قایل شد. این مراحل از نقطه نظرهای بسیار تحول تمدن‌ها را تحت تأثیر قرار داده‌اند. اما باید توجه کرد که روند این تحول از طریق روی هم قرار گرفتن این مراحل است و نه حذف آنها، یعنی کاملاً نابه جاست که تصور کنیم با ورود وسایل ارتباطی الکترونیکی به قلمرو فرهنگی، ارتباط مکتوب حذف می‌شود یا باید حذف شود. از طرف دیگر، ایراد وارد به توجیه مک لوهان از این جهت است که با طرح مسأله صنعتی شدن وسایل ارتباطی، تغییر شکل و تحول کلی انتشار از طریق چاپ نادیده گرفته شده است. مرحله‌ی سوم تنها مرحله‌ی وسایل ارتباطی الکترونیکی نیست بلکه بیشتر مرحله‌ی وسایل ارتباط با قدرت زیاد و شبکه‌ی عمل وسیع است.

جنبه‌ی دیگر از تئوری‌های مک لوهان که بایستی با کمی احتیاط مورد توجه قرار گیرد، نظریه‌ی تنوع وسایل ارتباطی در مرحله‌ی سوم است. در این زمینه مک لوهان در طرف مقابل تئوری‌هایی قرار می‌گیرد که عمل وسایل ارتباط جمعی را در متجانس کردن، همسازی و جمع‌ی کردن خلاصه می‌کنند. مک لوهان برعکس نشان می‌دهد که بر اثر فنون نوین ارتباطی، جامعه بشری از تمام حواس خود مدد می‌گیرد و از گرایش به انتزاع که خطر متحدالشکل شدن رفتار و افکار را دربردارد دور می‌شود.

اضافه کنیم که این نکته در صورتی بیشتر واقعیت پیدا می‌کند که تکنیک‌های سمعی - بصری به جای آنکه جانشین خط در انتقال دانش‌ها گردند، اساساً در هیأت متعادلی مستحیل شوند. به هر حال باید توجه داشت که با تکیه روی آن دسته از وسایل ارتباطی که مهم‌ترین عملاً محتوای استدلال ما را از ورود به تئوری فرهنگ جمعی دور می‌کند و تأکیدکننده‌ی گرایش وسایل ارتباط جمعی به تنوع است. تکنیک‌های خیلی جدیدتر نیز این گرایش را تقویت می‌کند، یعنی به خصوص با توجه به پوشاندن و اقناع جماعت خاصی که طالب همسازی کلی و محدود نیست و خواستار نوعی اصالت در برنامه‌های مربوطه است.

این جماعت به عنوان یک جمع فی نفسه بیش از پیش دست نیافتنی می‌شود و پیشرفت‌های تکنیک‌های انتشار در عین حال که ایجاد نوعی همسانی و شباهت سمبل‌ها می‌کند و بعضی از اختلافات را از میان برمی‌دارد، منتهی به نوعی مشخص‌تر شدن رفتارها و انتخاب می‌شود.

همچنین باید با وضوح بیشتری آثار خاص تکنیک‌های انتشار را روی خلاقیت‌ها و نیز روی جوانب مبتنی بر زیبایی‌شناسی مورد بررسی قرار داد. مثلاً صور نوین هنرهای دراماتیک به میزان کمتری از آنچه که سابقاً در سینما مطرح بود در تلویزیون مورد توجه قرار می‌گیرد. برخی از این نوآوری‌ها سطح فرهنگی هنرهای دراماتیک را بالا نمی‌برد. اما آیا می‌توان تأکید کرد در همه‌ی موارد وضع به همین نحو است؟

مطالعاتی که در مورد آثار فرهنگی وسایل ارتباط جمعی انجام شده جنبه‌ی تجملی ندارد و فقط بررسی‌های تحقیقاتی نیستند، این مطالعات می‌توانند در صورتی که در طرح سیاست فرهنگی مورد توجه قرار گیرند بسیار مفید واقع شوند و یا لاقلاً اطلاعاتی در این زمینه به دست دهند که بهتر بتوان با توجه به شرایط موجود دست به انتخاب زد. اعم از اینکه هدف این باشد که سیاست فرهنگی را در کادر برنامه‌ریزی قاطعی قرار دهند یا در کادر رقابت آزاد و یا آنچه معمولاً عمل می‌شود، یعنی چارچوب نظام‌های حد واسط (که کم و بیش به یکی از این قطب‌ها نزدیک است)، مهم آن است که تأثیرات بعدی یا ثانوی قابل پیش‌بینی در نظر گرفته شود.

تئوری‌های مک لوهان

موفقیت مارشال مک لوهان در آمریکای شمالی سریعاً پس از انتشار کتاب کهکشانش گوتنبرگ در تورنتو به سال 1962 صورت گرفت و وقتی که در نیویورک در سال 1964 اثر معروف او تحت عنوان وسایل ارتباطی تدوین گردید، اهمیت کار او به اوج خود رسید. مارشال مک لوهان به علت کتاب‌ها، مقالات و برنامه‌های تلویزیونی خود، در ردیف یکی از ستارگان درآمد، کسی که از مدت‌ها قبل به مسأله مورد علاقه‌ی عده‌ی زیادی توجه کرده بود. توده‌ی مردم در این زمینه چندان تغییر دید و رفتار نداد و اکثر جامعه‌شناسان برخورد حاکی از بدگمانی و یا حتی تحقیر خود را در رابطه با نظریات او رها نکردند. این حقیقت دارد که مک لوهان علم و حتی منطق را با آزادی و انعطاف زیادی به کار می‌برد. وی علاقه دارد خواننده را با مطایبات، جناس‌آوری، مخلوط کردن دانش و بدیهه‌گویی و توجیهات غیرمرتبط با موضوع به تعجب، شک و انحراف مسیر فکری وادارد، یعنی مسائلی که طبعاً افراد با روحیه‌ی لاتینی را به شور وانی می‌دارد و مجذوب نمی‌کند. در آمریکا برعکس تنها عکس‌العملی که این اثر به وجود نیاورد بی‌تفاوتی بود. مک لوهان در آمریکا و کانادا موضوع ستایش‌ها و انتقادهای مبالغه‌آمیزی گردید، چرا که بیشتر مردم گاهی او را مهم‌ترین متفکر پس از نیوتن، داروین، فروید یا انیشتین و پاولف می‌دانستند و گاه یک جادوگر. وی که زاده‌ی کانادا است در سال 1911 در ادمونتون به دنیا آمد و پس از انجام تحصیلات مهندسی به ادبیات دوره‌ی الیزابت و به خصوص ناش علاقه‌مند گردید و رساله‌ی دکترای خود را به آن اختصاص داد. وی تحسین‌کننده‌ی جیمز جویس بود و کمی بعد استاد ادبیات در دانشگاه تورنتو گردید. اولین کتابش درباره‌ی وسایل ارتباطی معجون عجیبی از توجیهات غیرمعمول و غیرقراردادی به منظور

روشن کردن یا پیچیده کردن متنی بود که مطالب آن با هم پیوستگی نداشت و نوعی ریشخند جامعه‌ی صنعتی، تحقیقات افکار عمومی و نوعی تجزیه و تحلیل پدیده‌ی شرطی شدن بود.

کتاب کهکشان گوتنبرگ از مک لوهان نویسنده‌ای مشهور ساخت. این کتاب که به نحو منظمی تدوین شده است شامل 320 پاراگراف است که بدون هیچگونه نظم ضروری به دنبال هم قرار گرفته‌اند. این کتاب مملو از مآخذ ادبی و حاوی نکات عالمانه و گیرایی است. این اثر در حقیقت مطالعه‌ی تغییرات تمدنی از عصر ارتباط شفاهی تا عصر چاپ است. در این کتاب تنها از طرح کلی تئوری عصر الکترونیکی که در حقیقت موضوع کتاب دوم اوست، شناخت وسایل ارتباطی، سخن به میان آمده، یعنی مهم‌ترین مسأله‌ای که در این زمینه باید دانست. در این کتاب برعکس از بررسی‌های مربوط به اعصار اولیه و صنعت چاپ تنها به عنوان مآخذ و برای فهم بهتر مطلب استفاده شده است و مطالعه‌ی نویسنده بیشتر روی تأثیرات خاص وسایل جدید ارتباطی و انتشار متمرکز شده است، یعنی آنچه معمولاً وسایل ارتباط جمعی خوانده شده است. در کتاب دیگری تحت عنوان جنبش‌های 1990، مک لوهان با استفاده از مطالعه‌ی خود در اعصار مختلف و تداوم آنها قدم از این مرحله فراتر نهاده و پس از خلاصه کردن تئوری‌های اساسی خود به درونگری و حتی نوعی جامعه‌شناسی تخیلی می‌پردازد و سعی در این می‌کند که ببیند جامعه پس از اینکه تحت تأثیر بیشتر آثار وسایل ارتباطی الکترونیکی قرار گرفت چگونه خواهد شد؟

کتاب پیام و مَسِیژ مانند برخی آثار دیگر (مثلاً مانند جنگ و صلح در دهکده‌ی جهانی) از آن نوع تألیفاتی است که مؤلف قصد تأثیرگذاری عاطفی دارد، متن کتاب به همراه تصاویری ارائه می‌شود که مفهوم و به خصوص توالی آنها خواننده را در حیرت نگاه می‌دارد.

غیر از این آثار که مقالات متعددی آنها را تکمیل می‌کند، چه چیز باقی می‌ماند که بتوان آن را به نحو جدی مورد توجه و بررسی قرار داد، البته اگر به خلاصه کردن تمام اعتراضات، اعلام خطرها، توجیهات استهزاآمیز و تحقیقات ادبی یا مافوق علمی که توجیه کننده‌ی قضاوت‌های متناقض است (حتی گاهی یا واقعیت را از نظر محو می‌کند و یا آن را دسترس ناپذیر می‌سازد) بپردازیم، تصمیم‌گیری در این زمینه مسلماً بر عهده‌ی جامعه‌شناسی معرفتی است. البته به این سبب که اساساً مسأله مربوط به این رشته می‌شود و حتی می‌توان گفت که مک لوهان جامعه‌شناسی معرفتی را در مرکز سیستم تحولی خود جای می‌دهد. (همان طور که نزد اگوست کنت سروکار با قانون حالات سه گانه است و البته با دیدگاه به کلی متفاوتی) در این زمینه نیز معرفت نه تنها از طریق اصول و یا روش‌های خاص خود شناخته می‌شود، بلکه از نظر شیوه‌ی تظاهر خارجی و انتشار نیز ویژگی‌های خاص دارد. سیری در پیشنهاد‌های سه گانه‌ای که در بطن کتاب پیام و مَسِیژ قرار گرفته به خوبی روش کار و نظام بررسی

مک لوهان را خلاصه می‌کند. «در تکوین جوامع، از میان وسایل ارتباطی همیشه برخی از انواع آن اهمیت بیشتر داشته‌اند، وسیله فی نفسه پیام است و پیام مسیژ به شمار می‌رود.»

اولین نکته از این موارد اهمیت زیادی دارد و از نظر جامعه‌شناسی معرفتی بسیار قابل توجه است. کلاً تا به حال قضاوت‌ها بر این اصل مبتنی بود که گویی وسایل ارتباط و انتشار دانستنی‌هایی را انتقال می‌دادند که موجودیتی خاص و مستقل از انتقال دهنده دارند. مک لوهان نظم و توالی عوامل را واژگون می‌کند. آنچه به طور کلی در اجتماع نوع معرفت را تغییر می‌دهد، مجموعه‌ی پیام‌ها نیست، بلکه ماهیت خاصی است که از طریق وسایل ارتباطی به آنها داده شده است. به عبارت دقیق‌تر محتوای پیام از صورت خاصی که بر حسب وسیله‌ی ارتباطی می‌تواند پیدا کند جدایی‌ناپذیر است. آنچه که از طریق ضربه‌های طبل، کتاب و یا تلویزیون ارائه می‌شود در حقیقت معرفت واحدی نیست که در سه قالب مختلف قرار گرفته باشد، چرا که برعکس در اینجا سروکار ما با تأثیر سه عمل مختلف روی ذهنیات ماست.

یک وسیله ارتباطی یا انتشار می‌تواند قبل از هر چیز یک صدا یا یک حرکت (ژست) باشد و نیز می‌تواند یک وسیله‌ی طبیعی باشد که انسان با استفاده از آن عملاً قدرت یک فرستنده را پیدا می‌کند. در حقیقت وسایل ارتباطی متوجه حواس گوناگون است: صدا متوجه شنوایی است و متن نوشته شده از طریق دیدن بازشناسی می‌شود. اینکه آگاهی موجود در پیام به وسیله‌ی کدام یک از حواس ما ادراک شود اختلاف زیادی به وجود می‌آید.

بی‌تردید، می‌توان از این جهت به مک لوهان خرده گرفت که در اهمیت وسایل ارتباطی در جریان اجتماعی شدن هشیاری‌ها خیلی مبالغه کرده و محتوای اصلی پیام‌ها را به حداقل اهمیت خود تنزل داده است. اما آیا قبل از وی ویژگی انواع ارتباط ناشناخته نمانده بود؟ وظیفه‌ی جدیدی به جامعه‌شناسی معرفتی سپرده شده است که بی‌تردید نباید تمامی این مسائل را به خود اختصاص دهد و هدف‌های دیگر آن را ثانوی جلوه دهد، نقشی که افق‌های اصلی را در مقابل وی می‌گشاید و آن را کامل می‌کند و این نقش مبتنی بر بررسی نقش وسایل، توجیه، معرفتی و به ویژه طرح نوآوری‌های گوناگونی است که وسایل جدید به وجود آورده‌اند.

به اتکا این نظر که وی تا حدودی افراطی و احتمالاً نتیجه‌گیری‌هایش را مبالغه‌آمیز جلوه‌گر می‌سازد، مک لوهان سه مرحله‌ی کاملاً متمایز در تحول جامعه‌ی بشری تمیز می‌دهد و این نظر او از این جهات بیش از آنچه که با نظر اوگوست کنت منطبق باشد، با عقاید تونیس و ریزمن شباهت دارد. اولین مرحله از این مراحل، مرحله‌ی ارتباط طبیعی، شفاهی و حرکت است که متوجه تمامی حواس است. این مرحله مشخص‌کننده‌ی جوامعی است که سنتی خوانده شده‌اند. مک لوهان با حرارت یا لاقلاً اطمینان زیادی

می‌خواهد بگوید که تمدن بدوی دست آورد این نوع از ارتباط است. از آن جهت که انسان‌های اولیه افکار خود را به کمک توانایی‌های طبیعی بیان می‌کنند، جامعه شرایطی پیدا می‌کند که قوم نگاران آن را توجیه می‌کنند، یعنی نظام قبیله‌ای و متکی به جادو.

مرحله‌ی دوم از طریق اختراع خط الفبایی مشخص می‌گردد. در این مرحله به جای آنکه تمامی حواس ما متوجه جریان ارتباط گردد، فقط بینایی عهده‌دار دریافت پیام‌ها یا به عبارت دقیق‌تر بازشناسی آنهاست. بنابراین روح انسانی مواجه با دشواری عجیبی می‌گردد، چرا که هر معرفتی باید تنها از طریق این حس دریافت گردد. دنیا تنها از این طریق شناخته می‌شود. اما خط فقط مورد استفاده‌ی چند قشر برگزیده جامعه است و در طول مدت زیادی نسخ خطی تنها به این منظور تهیه می‌شود که به صدای بلند خوانده شود. با اختراع گوتنبرگ نظام الفبایی آثار خود را به نحو کاملی بروز می‌دهد. چاپ برتری بینایی را در دنیای شناسایی‌ها تحمیل می‌کند و گسترش می‌دهد و امکان تکثیر متحدالشکل پیام واحدی را فراهم می‌آورد.

از اینجا است که در عین حال راسیونالیزم صرف و ناسیونالیزمی به وجود می‌آید که قطعاً جانشین تفکر جادویی و قبیله‌ای می‌گردد. بالاخره اختراع وسایل انتشار الکترونیکی، به خصوص رادیو، سینما، تلویزیون، این فرهنگ کتابی و نوع جامعه‌ای را که به آن وابسته بود و قدرت یک جانبه‌ای را که به بینایی می‌داد، سبب بی‌اعتمادی استفاده از سایر حواس می‌گردید، واژگون کرده است. به نظر می‌آید که مک لوهان در کتاب کهکشانی گوتنبرگ این جهش جدید را به نحو عجیبی همچون بازگشت به دنیای انتقال سمعی - دهانی معرفی می‌کند. وی حتی می‌گوید «فیزیک جدید از شنوایی مایه گرفته است». می‌توان ایراد گرفت که سینما و تلویزیون که مک لوهان به اهمیت آنها در تمدن ما معترف است نیز از بینایی مدد می‌گیرند (تا جایی که بسیاری از محققان این تحول را در حقیقت سیری به سوی «فرهنگ عمومی» نامیده‌اند)، اما هدف مک لوهان آن است که بگوید پس از مرحله‌ی فرهنگ مبتنی بر چاپ است که تغییر مطرح می‌شود و دعوت به شنوایی مجدداً مورد توجه قرار می‌گیرد. پس از سیر در شرایطی که توسط صنعت چاپ ایجاد شده است، این آشکارترین جنبه‌ای است که می‌توان مشاهده کرد. اگر «عصر ما تحت تأثیر وسایل الکترونیکی مجدداً از شیوه‌های خاص توجه سمعی و دهانی مدد می‌گیرد در حقیقت برای نیل به فرهنگی است که در آن تمام حواس سهم ویژه‌ی خود را دارند». این تحول از ابتدا تاکنون در متن زیر به خوبی توجیه شده است :

«الفبای صوتی استفاده همزمان از تمام حواس را در توجیه شفاهی از طریق علامات بصری خلاصه می‌کند. امروزه این نحوه‌ی انتقال از طریق استفاده از صور گوناگون فضای انتشار که ما وسایل ارتباطی می‌نامیم کاملاً غیرممکن گردیده است. هر یک از این فضاها مؤثر است و نتیجه‌ی بازگشت به استفاده از هر مبنای حسی عملاً احیای بعضی از خصوصیات تفکر اولیه است، اما قطعاً در مجموعه شرایط به کلی

متفاوتی». با الهام از کاروتر، رایزمن و تیر دوشاردن (هر چند که مک لوهان مستقیماً از این مؤلفان متأثر نبوده است) وی نتیجه می‌گیرد که هشیاری شکل گرفته از طریق روش انتشار الکترونیکی دنیای ما را به سوی قبیله‌گرایی جدیدی در مقیاس جهانی خواهد کشاند و از جهان ما یک «دهکده‌ی جهانی» خواهد ساخت.

تلاش فرهنگ مبتنی بر چاپ این بود که به تجربه بپردازد، واحدهای مختلف اجتماعی را از هم دور کند، افراد را به تفرد و تفکر تجریدی عادت دهد و بالاخره جامعه‌ی بشری را به ملت‌های جدا از یکدیگری که هر کدام درصدی تساوی و استقلال هستند تقسیم کند. ولی در حال حاضر وضع کاملاً متفاوت شده است، چرا که فوری بودن ارتباط و آزادی تمام حواس انسانی سبب انسجام بشری می‌گردد، کل را به جز رجحان می‌دهد و قلب و روح را با یکدیگر آشتی می‌دهد. معارف بشری دیگر در حکم فرآورده‌های مصرفی نیست. معارف بشری بیشتر متکی به تنوع و عینیت است و به جای پرداختن به مفاهیم، به تجسس در واقعیت روی می‌کند.

اما از آنجا که تمدن اولیه تا مدت‌ها پس از کشف الفبا دوام داشت و نیز به علت این تأخیر غیرقابل اجتناب در حال حاضر نیز تمدن متکی بر چاپ همچنان به تسلط خود بر نظام معرفتی ما ادامه می‌دهد، هر چند که تمدن زمان ما سایر وسایل ارتباطی را نیز در اختیار داشته باشد. این تأخیر باعث به وجود آمدن یک بحران تمدنی می‌گردد که آثار آن را در حال حاضر به خوبی احساس می‌کنیم. این بحران تنها در صورتی از میان خواهد رفت که تصمیم بگیریم فرهنگ خود را با شکل نوین جامعه‌ی بشری که از طریق تماس‌ها به مجموع وسایل ارتباطی الکترونیکی (و در مورد هر یک به نوع خاصی) شکل می‌دهد تطابق دهیم.

از آنجا که روحیه‌ی قبیله‌ای، که منطقی‌تاً تحول کنونی وسایل ارتباطی ما را به آن سو خواهد کشاند، از بعضی جهات شباهت بیشتری به جامعه‌ی سنتی دارد (یعنی در جامعه‌ای که تمام حواس مورد استفاده قرار می‌گرفت و انسان حقیقتاً با تمام موجودیت خود به عنوان یک هیأت اجتماعی در آن مطرح بود) تا جامعه‌ی پیشین (جامعه‌ی کهکشانی گوتنبرگ که تحت تسلط چاپ قرار داشت، یعنی مبتنی بر روابط مفهومی، مجرد و عقلی)، می‌شود منطقی‌تاً نتیجه گرفت که کشورهای که در حال حاضر در مرحله‌ی سنتی قرار گرفته‌اند (مبتنی بر شرایط قبیله‌ای، بی‌سواد) سیر به مرحله‌ی نوین یعنی روحیه‌ی قبیله‌ای سیاره‌ای را (به کمک وسایل ارتباطی الکترونیکی) با دشواری به مراتب کمتری از کشورهای که در حال حاضر تحت تأثیر تمدنی مبتنی بر چاپ هستند طی خواهند کرد. از این جهت است که به اعتقاد مک لوهان جدیدترین پیشرفت‌های فنی، تمدن آمریکایی را پیش از هر تمدن دیگری تحت تأثیر قرار می‌دهد، چرا که این تمدن تحت تأثیر کامل خط و چاپ شکل گرفته و هم اکنون آن را با روابط انسانی مکانیکی از یک سو و تخصصی از سوی دیگر آشتی داده است. ایالات متحده آمریکا که به کلی

عاری از روحیه‌ی قبیله‌ای است و اساساً فردگرا است، «شک» عصر الکترونیک را با فشار زیادتری دریافت می‌کند. همه چیز تحت تأثیر آثار تلویزیون و مغزهای الکترونیک در معرض تخریب است، چرا که سرعت استفاده از این وسایل در این کشور از همه جا بیشتر است. در اینجا است که پدیده‌های اجتماعی مرضی مانند: هیپی‌ها که درصدد ایجاد قبیله‌ای کوچک هستند و یا آنکه استفاده از ماده مخدر به عنوان وسیله‌ای برای قرار گرفتن در عالم احساس و گسترش دنیای درونی مطرح است. برعکس کشورهای جهان سوم نظیر چین که مرحله‌ی حد واسط را طی نکرده‌اند و حتی هنوز هم کاملاً به سادگی از مرحله‌ی سنتی خارج نشده‌اند، قبیله‌گرایی جدید را به سادگی پذیرا می‌شوند. ژاپن نیز در شرایطی از این نوع قرار دارد، چرا که وقتی که در معرض برخورد با عصر الکترونیکی قرار گرفت فرصت فراموشی تمدن اولیه‌ی خود را پیدا نکرد. همه‌ی اینها نشان می‌دهد که دنیای تلویزیون و مغز الکترونیکی در حکم یک آنتن نیز نیست، بلکه در حقیقت بیشتر نتیجه‌ی استمرار و تداوم فرهنگ گذشتگان است. این دنیای جدید در قطب مخالف فرهنگ استاندارد شده قرار دارد و از تأثیرات عصر صنعتی و چاپ آزاد است.

مک لوهان اضافه می‌کند که برای متقاعد شدن در این زمینه کافی است که مثلاً ببینیم آثار رادیو کدامها هستند. در دنیای غرب به نظر می‌آید که رادیو باعث برانگیختن و تشدید اختلافات و اعتراضات شده و شرایط را برای عدم تمرکز مساعد می‌کند. در میان مردمی که تنها مدت خیلی کمی است که از مرحله‌ی بدوی قبیله‌ای خارج شده‌اند رادیو برعکس سبب تحریک جنبش‌های جمعی می‌شود. مک لوهان اضافه می‌کند که هدف یونسکو که «عبارت از توزیع رادیوهای ترانزیستوری در تمام جوامع بی‌سواد دنیا است ناآگاهانه نوعی رفتار دیوانه‌وار است.»

اما اینکه تنها نشان بدهیم نفوذ کلی وسایل ارتباط الکترونیکی کدام است کافی نیست، بلکه مهم است که بدانیم آیا میان آنها اختلافی وجود ندارد؟ چرا که اگر همه‌ی آنها دست به دست داده‌اند که ما را به سوی تغییری غیرقابل اجتناب بکشانند، یعنی مسأله‌ای که از آن سخن گفتیم این واقعیت مطرح می‌شود که هر نوع از ارتباط دارای پیام‌های خاصی نیز می‌باشد.

از اینجا است که برای مک لوهان و یا به میزان بیشتری برای خواننده‌ی کتابش مشکلات اساسی‌تری به وجود می‌آید. با توجه به تجربه و تحلیل وی از وسایل ارتباطی، البته به شکل هم‌زمان و نه جدا از یکدیگر، مک لوهان درصدد ایجاد یک تیپولژی برمی‌آید و نظر وی بر این است که زمینه‌ی اساسی این تیپولژی در حقیقت مشارکت و پیوستگی کم و بیش اساسی موجود میان فرستنده و گیرنده است. از این نقطه نظر، وی مبادرت به تمایزی می‌کند که به نظر اشترن در عین حال جالب و مهم است (اما با در نظر گرفتن اینکه دید تحولی مؤلف کهکشانش گوتنبرگ به نحو خوبی توصیه و تدوین نشده است). مک لوهان در کتاب شناخت وسایل ارتباطی و چند اثر دیگر وسایل ارتباطی «گرم» را در مقابل وسایل

ارتباطی «سرد» قرار می‌دهد. این خصوصیات از اصطلاحاتی که در آمریکا شایع است به عاریت گرفته شده و به موجب این اصطلاحات به آن دسته از داستان‌های خنده‌آوری «گرم» گفته می‌شود که مفهوم آن تماماً در داستانی که نقل می‌شود موجود است و به داستان‌هایی «سرد» گفته می‌شود که مفهوم جالب آن تنها در صورتی آشکار می‌شود که تلاشی در جهت درک آن از ناحیه‌ی شنونده به عمل آید. به همین ترتیب وسایل ارتباطی گرم مانند خط الفبایی و به خصوص چاپ، رادیو، سینما پیام‌های خود را به نحو کاملی ارائه می‌کنند و درست مانند آهن سرخی می‌مانند که نقش خود را بر جای می‌گذارد، حال آنکه وسایل ارتباطی سرد مانند گفتار، الفبای تصویری، داستان‌های مصور، تصویرهای متحرک، تلفن و تلویزیون ارائه‌کننده‌ی پیام‌های ناقصی هستند و تلاش ذهنی خاصی را از طرف شخص گیرنده لازم دارند. تضاد اساسی به خصوص وقتی مطرح می‌شود که خواسته باشیم خط را با تلویزیون مقایسه کنیم. اما این مقایسه بایستی میان تلویزیون و سینما نیز به عمل آید، چرا که تلویزیون مبادرت به نشر تصویری می‌کند که از تعداد بالنسبه محدودی نقاط نورانی ساخته شده است، به نحوی که صفحه تلویزیون به تماشاگر نوعی صفحه‌ی نورانی ارائه می‌کند که تماشاگر خود را موظف به در نظر آوردن تمامی آن می‌بیند. تهیه‌کنندگان برنامه‌ها همیشه این اختلاف را به درستی درک نکرده‌اند و گاهی بیهوده تلاش می‌کنند براساس مدل‌های موجود در فیلم‌های سینمایی برای تلویزیون برنامه تهیه کنند. به همین دلیل افراد و به ویژه شخصیت‌های سیاسی که قصد دارند از طریق تلویزیون مطالبی اظهار کنند باید این خصوصیت را به دقت مورد توجه قرار دهند و روشی ساده و آزاد که به کلی با آنچه که در رادیو مطرح است متفاوت باشد انتخاب کنند. در این مورد مک لوهان تجزیه و تحلیل‌های دقیق و نکات مفیدی را ارائه می‌کند.

اما چگونه می‌توان این طبقه‌بندی را با مسأله‌ی توالی تاریخی سه نوع خاص از فرهنگی که از طریق وسایل ارتباطی شفاهی و حرکتی و سپس الفبایی و پس از آن الکترونیکی به وجود می‌آید تلفیق کرد؟ مک لوهان می‌گوید که تلویزیون در جریان سرد کردن آمریکا و مبدل به عامل تعیین‌کننده‌ای در تمدن جدید می‌شود و به اتکا این استنتاج مبادرت به توجیه بحران دانشگاهی، تحول در زمینه‌ی مسائل جنسی و حتی استفاده از مواد مخدر می‌کند یعنی تمام پدیده‌هایی که در آنها مک لوهان علائمی از تمایل در حال تزاید به مشارکت، اشتغال خاطر شخصی و بسط دنیای درونی و بیرونی را مشاهده می‌کند. در این شرایط رادیو و سینما که به اعتقاد وی در ردیف وسایل ارتباطی گرم هستند در جهت مخالف تلویزیون تأثیر می‌گذارند، یعنی درست به همان صورتی که خط الفبایی عمل می‌کند. به عبارت دیگر برای اینکه به مشکلات موجود در این زمینه به نحو عمیق‌تری توجه پیدا کنیم باید میان دو نوع توجیه ممکن دست به انتخاب بزنیم: یکی از توجیهات متوجه بررسی تأثیرات خاصی است که هر وسیله‌ی ارتباطی - اتکا به ویژگی‌های ذاتی خود دارد و دیگری از نوع استدلال‌ات مورد توجه ریزمن است که در جست‌وجوی شناخت عامل تعیین‌کننده در هر مرحله از تحول کلی فرهنگی است.

هر یک از این دو جهت‌گیری از نظر جامعه‌شناسی دارای امتیازات و معایب خاصی است. نظریه‌ی دوم مانند تمام تئوری‌های مهم تحولی این خطر را در بردارد که یک عامل مؤثر در علیت را به عنوان عامل تعیین کننده قلمداد کند. از یک طرف این نظریه (با حذف عملی بعضی از جنبه‌ها) محتوای موضوعی جامعه‌شناسی معرفتی را تقلیل می‌دهد و در اهمیت تکنیک‌های انتشار مبالغه می‌کند، از طرف دیگر به چنین جامعه‌شناسی معرفتی نقش مبالغه‌آمیزی می‌دهد، چرا که در کادر آن مسأله علیت داخلی را مطرح می‌کند. اما در مورد جهت‌گیری‌هایی که از طریق طبقه‌بندی وسایل ارتباطی سرد و گرم به وجود می‌آید، این جهت‌گیری می‌تواند مسلماً زمینه‌ای را برای انجام تحقیقات تجربی سودمندی فراهم کند (به نظر مک لوهان این زمینه کلیت لازم را ندارد).

سهام عملی مک لوهان احتمالاً وقتی بیشتر محقق و غیرقابل بحث می‌شود که مسایل مطروحه از طرف وی را در قالب یک زمینه‌ی عملی قرار دهند. اساساً این نکته هنوز مسلم نیست که باید مسأله تنوع تغییرات در وسایل ارتباطی را با استفاده یا عدم استفاده‌ی این وسایل از حواس گوناگون و با کدام یک در رابطه قرار داد. مسلماً امکان‌پذیر و یا حتی بدیهی به نظر می‌آید که در بعضی از ادوار تاریخ گوش یا چشم نقشی به مراتب مهم‌تر از دیگر حواس بازی کرده باشند، اما این مسأله منحصرماً مربوط به وسایل ارتباطی نیست و برعکس کاملاً همراه کننده خواهد بود که ویژگی هر وسیله ارتباطی را ماکول به استفاده‌ی آن وسیله از یکی از حواس بنماییم. مثلاً متن چاپی مسلماً از بینایی مدد می‌گیرد اما آیا این واقعیت می‌تواند معرف و ویژگی اصلی آن باشد؟ الفبای خاص نابینایان با مددگیری از حس لامسه پیام مشابهی را به این دسته منتقل می‌کند. در مورد وسایل ارتباطی الکترونیکی، مک لوهان اظهار می‌دارد که این وسایل وظایف گوناگونی دارند و هر کس می‌داند که وسایل ممکن است سمعی، سمعی - بصری و یا بصری باشند. اختلاف اساسی آنها با خط بیشتر از جهت فوری و آنی بودن و جنبه مفهومی و تصویری داشتن است. نهایت اینکه تداوم و پیوستگی وسایل ارتباطی را نباید به عنوان یک انقلاب حسی توجیه کرد. بلکه باید با آنها برخورد علمی ساده‌تری داشت و تمام پیچیدگی‌های موجود در این زمینه را در نظر گرفت.

آن چه که مک لوهان به ما می‌آموزد آن است که جامعه‌شناسی معرفتی نمی‌تواند پیام حسی را به گونه‌ای تجزیه و تحلیل کند که گویی مستقل از شیوه انتشار است. مسأله‌ی انتشار و تکنیک‌های ارتباط اموری ثانوی نیستند و نمی‌توانند به تنهایی مورد بررسی قرار گیرند (البته با در نظر گرفتن این نکته که در بدو امر با فرهنگی در رابطه هستند که اساساً مستقل از شکلی است که وسیله‌ی ارتباطی می‌تواند به آنها بدهد).

تحسین دیگری که باید از کار مک لوهان کرد از این بابت است که در تجزیه و تحلیل خود از آثار وسایل ارتباطی مسأله درجات خاصی از مشارکت را که توسط تکنیک ارتباطی تعیین می‌شود مورد

توجه قرار داده است، اما با این حال در این زمینه‌ها هنوز تحقیقات اساسی انجام نشده است. با توجه به جنبه‌های عاطفی موجود در آثارش، مک لوهان لاقلاً در مرتبه‌ی دوم به مسأله‌ی جامعه‌شناسی انتشار از طریق وسایل ارتباطی الکترونیکی توجه داشته و عملاً آن را در بطن زمینه‌های مطروحه در جامعه‌شناسی معرفتی وارد کرده است.

خلاصه آنکه مک لوهان با تکیه بر آثار عمیق‌تر برخی از وسایل ارتباطی سرد مانند تلویزیون موفق شده است که به توجی‌هات جالبی در بعضی از جنبه‌های فرهنگ جدید برسد، مسائلی که در هنر آشکار می‌شود حتی به نحو کلی‌تری در روش تفکر توجیه هم مطرح است. آنچه که وی «رویداد» نامیده است، یعنی: خصوصیت عرضی بودن زمینه فرهنگی، ظاهر از هم گسسته معرفت در دنیایی که اطلاعات در آن به نحو غیرمنتظره‌ای با هم تلاقی پیدا می‌کند، عدم تداوم در تجربه، همه‌ی اینها نمایشگر یک جنبه چشم‌گیر و اساسی تمدن کنونی است که سبب می‌شود جامعه‌شناسی که گرفتار تفکر مبتنی بر راسیونالیسم ابتدایی است از این قید رهایی یابد. مک لوهان خواسته است که این نوع خاص از منطق از هم گسیخته و درهم را به فرم اصلی کار خودش هم سرایت دهد. بی‌تردید یک نفر دانشمند در برخورد با کتاب او که در حقیقت به صورت جُنگی از نظرها و اندیشه‌های گوناگون و بدون رابطه ظاهری با یکدیگر تنظیم شده است خود را در حین مطالعه در موقعیت نامساعدی احساس می‌کند. این خواننده به مشارکت معانی فراخوانده می‌شود که می‌تواند مشابه با فرهنگ شکل گرفته از طریق وسایل ارتباط جمعی باشد. این روش در حقیقت همان روش تفکر، حتی قضاوت این جامعه‌شناس است. خواندن آثار مک لوهان برای این چنین محقق‌ی در حقیقت نوعی تجربه‌ی تحریک کننده است و اگر فرد حوصله‌ی لازم را در برخورد با این اثر داشته باشد می‌تواند از آن استفاده ببرد.

پل جاناتان – استاد جامعه‌شناسی دانشگاه آهایو

نظریه رسانه های نوین

این متن ترجمه ای است از فصل ششم ویرایش پنجم کتاب

2005 ، Denis McQuail اثر McQuail`s Mass Communication Theory

s-shahhosseini@araku.ac.ir

مقدمه مترجم

انسان از بدو پیدایش به شکل های گوناگون به گسترش ارتباط خود با هم‌نوع اندیشیده است و حاصل چالش وی با محیط و انسان های پیرامونش، از تحول ارتباط رو در رو به ارتباط از راه دور و از ارتباط محدود به ارتباط جمعی منجر گشته است. آثار به جای مانده از دوران پارینه سنگی، در غارها و بر صخره‌ها، زبان ها و خطوط نخستین، بازگو کننده تمایل انسان به یافتن حلقه‌های اتصال میان خویش و جهان پیرامون بوده‌است. پیدایش چاپ و مطبوعات تلاش دیرینه بشر برای ارتباط با دیگر انسانها در وسعت دلخواه‌تر را نشان داد و تولد سینما، رادیو و تلویزیون ارتباطات دیداری و شنیداری انسان را

وسعت بخشید. پیدایش رسانه های جمعی (mass media) به پیدایش تئوری ها و مناسبات جدیدی در ارتباط انسان با انسان منجر شد. وسعت و سرعت نشر پیام های انسانی توامان ممکن گشت و جهان به زعم عده ای به سوی یک دهکده جهانی رهسپار شد. دهه های گذشته با پیدایش مثلث تلماتیک، یعنی پیوند کامپیوتر، رسانه های جمعی و ارتباط از راه دور نحوه جدیدی از ارتباط پدیدار شد که هم ویژگی های رسانه های جمعی را دارا بود و هم برخی از آن ویژگی ها را فاقد بود و البته برخی صفات خاص خود را به پدیده ارتباط افزود. پیدایش رسانه هایی مانند شبکه جهانی وب به نامگذاری آنها به عنوان رسانه های نوین (new media) منجر شد. «دنیس مک کوایل» نویسنده و نظریه پرداز پرآوازه ایست که در سال 1998 به انتشار کتاب «درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی» اقدام می کند که این کتاب توسط «دکتر پرویز اجلالی» به فارسی برگردانده شده است. سال 2005 مک کوایل در پنجمین ویرایش این کتاب نام دیگر بر کتاب می نهد و فصول متفاوتی در آن می گنجاند که آن را با کتاب نخستین بسیار متمایز می سازد. از جمله آنها فصلی است با نام رسانه های نوین که بحث جدیدی را در رابطه با ارتباطات جمعی مطرح می کند. با توجه به گسترش روز افزون این رسانه ها و با توجه به گرایش فراوان مردم کشور ما به برخورد با این رسانه ها این فصل از کتاب خالی از مطالب قابل توجه نخواهد بود. متنی که می خوانید برگردانی است از فصل ششم کتاب «نظریه ارتباطات جمعی مک کوایل». با توجه به اینکه این متن به صورت مستقل از کتاب ارائه می شود اندکی تغییر در پی خواهد داشت.

رسانه های نوین و ارتباط جمعی

نظریه های مربوط به رسانه های جمعی بر اساس تکنولوژی های نوین و کاربری آنها مدام بازنگری شده است. پیش از این شاهد ورود نوع جدیدی از رسانه ها بوده ایم که طیف وسیعی از امکانات مربوط به تکنولوژی های اجتماعی برای ارتباط همگانی را گسترش و تغییر داده اند. با این حال پیشگویی کم و کیف آنچه رخ خواهد داد بسیار زود به نظر می رسد، و آنچه از اهمیت برخوردار است پیشگویی احتمالات و آزمودن نتایج اساسی اجتماعی و فرهنگی است که تاکنون پدید آمده است.

در این جا پنداشتی بنیادین وجود دارد که رسانه فقط یک تکنولوژی کاربردی برای انتقال مفاهیم نمادین معین نیست و یا فقط طرفین یک تبادل را به هم مرتبط نمی سازد. بلکه نمونه کاملی از یک مجموعه رابطه های اجتماعی است که با جلوه های تکنولوژی نوین تعامل دارد. نظریه جدید فقط هنگامی به شایستگی مورد نیاز است که تغییری بنیادین در شکل نهاد های اجتماعی مربوط به

تکنولوژی رسانه ها و در رابطه های اجتماعی که رایج هستند و یا در آنچه در عبارت " ساختار ذائقه ها و احساسات غالب " نامیده می شود به وجود آمده باشد.

" رسانه های نوین " مورد بحث در اینجا در واقع مجموعه متمایزی از تکنولوژی ارتباطی هستند که خصایص معینی را در کنار نو شدن، امکانات دیجیتال و در دسترس بودن وسیع برای استفاده شخصی به عنوان ابزارهای ارتباطی ، دارا هستند. توجه مابه طور مشخص بر مجموعه ای از فعالیت هایی متمرکز است که تحت عنوان "اینترنت" مطرح هستند، به ویژه و بیشتر در موارد استفاده همگانی آن، شامل اخبار آنلاین ، آگهی های بازرگانی، استفاده از برنامه های تولیدی مانند دانلود موسیقی و موارد مشابه، شرکت در بحث ها و گفتگو ها، استفاده از شبکه جهانی وب، جستجوی اطلاعات و شکل های بالقوه و خاص ارتباطی. نگاه ما کمتر متوجه ایمیل شخصی، بازی ها و دیگر خدمات خصوصی ارائه شده توسط اینترنت است.

این بحث بر تعریف ویژگی های رسانه های جدید، کاربرد آنها و همگامی آنها با تجربیات ارتباطی نظر دارد. تاریخچه نسبتا مختصر رسانه های نوین تا کنون پر از تفاوت نظر در مورد فواید و هزینه های آن است. اما به طور کلی رسانه های نوین مورد استقبال (حتی از سوی رسانه های قدیمی) قرار گرفتند و علاقه فراوان، پیش بینی های خوش بینانه و حتی غلو شده و تاکید بیش از حد و اندازه در باره اهمیتی که دارند، متوجه آنها شد (راسلر: 1992)، اما با وجود این ماجرا، اندک اندک حرف و حدیث های آگاهانه تری به گوش می رسد و در کنار این خوش بینی اخبارهایی به عواقب گسترده شدن این پدیده به ویژه در نبود چهارچوب های قانونی و کنترل های لازم دیده می شود. پنداشت های مربوط به آثار رسانه های نوین بسیار از آنچه در واقع می تواند وجود داشته باشد بالاتر رفته است تا جایی که پژوهش هایی در این زمینه در کار کم کردن این توقعات هستند. هدف اصلی بحث ما این است که وضعیت کنونی را مورد بررسی اولیه قرار داده و نظریه و تاثیرات واقعی رسانه های نوین را مورد ارزیابی دوباره قرار دهد.

• چه چیزی نو درباره رسانه های نوین وجود دارد؟

بنیادی ترین جنبه تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات (ICT) ، ممکن است واقعیت دیجیتالی شدن باشد. فرایندی که طی آن تمام متون (معانی نمادین در تمام شکل های کدگذاری و ضبط شده) می توانند به اعداد دوتایی صفر و یک تبدیل شوند و همان فرایند تولید و پخش و ذخیره سازی را داشته باشند. همگرایی بین تمام اشکال رسانه های موجود در زمینه های سازمان، پخش و توزیع، دریافت و سازماندهی، از نتایج بالقوه ای است که برای نهاد رسانه می تواند حاصل شود. همانطور که می دانیم، شکل های گوناگون رسانه های جمعی تاکنون دوام آورده اند و هویت مستقل خود را حفظ کرده و حتی اوج گرفته و رو به توسعه نهاده اند. نهاد رسانه جمعی نیز به عنوان عامل مشخصی از زندگی اجتماعی دوام آورده

است. رسانه‌های نوین الکترونیک را می‌توان چیزی افزوده بر آنچه موجود است دانست تا جایگزینی برای آن. از سوی دیگر، باید در نظر داشته باشیم که همگرایی و دیجیتالی شدن ممکن است پیامدها و نتایج بسیار بیشتری را به بار آورد.

اگر ویژگی‌های اصلی نهاد رسانه را در نظر بگیریم، به نظر می‌آید که اینترنت به طوری مشخص دارای تفاوت‌هایی باشد. نخست اینکه، اینترنت یکه و تنهادرگیر تولید و توزیع پیام نیست، بلکه در رابطه با پردازش، تبادل آرا و حفظ اطلاعات کار می‌کند. دوم اینکه، رسانه‌های نوین، همان قدر که نهادی عمومی هستند خصوصی به شمار می‌آیند و طبیعتاً بر همین اساس مدون شده‌اند. سوم اینکه، فعالیت همه آنها به شکل حرفه‌ای نیست و یا به اندازه رسانه‌های جمعی دیگر، از نظر اداری و قانونی سازمان یافته نیستند. اینها تفاوت‌های پر اهمیتی هستند که بر این واقعیت که رسانه‌های نوین در بدو امر به واسطه وسعت انتشار، در دسترس بودنشان و حداقل به خاطر رهایی از نظارت با رسانه‌های جمعی مشابه هستند، صحنه می‌گذارند. تلاش‌ها برای ترسیم رسانه‌های نوین به ویژه آنطور که در اینترنت مجسم است، به علت عدم اطمینان از کاربردها و شکل نهادی آنها، متوقف شده‌اند. کامپیوتر آنگونه که در ارتباطات مورد استفاده قرار گرفته، به ایجاد امکانات فراوانی منجر شده است که هیچ یک بر دیگری برتری ندارد. پستمس postmes و دیگران (1998) کامپیوتر را تکنولوژی ارتباطی و غیر انحصاری ویژه‌ای توصیف می‌کنند. به همین شیوه پستر (1998) اصلت اینترنت را نامعین بودن آن می‌شناسد. و آن نه فقط به خاطر گوناگونی و عدم قطعیت در آینده‌اش که به خاطر شخصیت پست مدرن آن می‌باشد. در عین حال وی به تفاوت‌های کلیدی تولید برنامه‌های صوتی تصویری و رسانه‌های چاپی در قاب 6.1 اشاره می‌کند.

قاب 6.1 تفاوت‌های رسانه‌های نوین و رسانه‌های سنتی

اینترنت رادیو، فیلم و تلویزیون را یک کاسه کرده است. اینترنت به وسیله موارد ذیل از محدودیت‌های چاپ و مدل‌های تولید برنامه‌های صوتی و تصویری می‌گذرد (1) قابلیت مکالمه چند نفره (2) قابلیت دریافت همزمان، تغییر و پخش چند باره موضوعات فرهنگی (3) فراتر بردن ارتباط از سطح ملی و از ارتباطات محدود به مدرنیته (4) فراهم ساختن ارتباط جهانی (5) وارد ساختن مفاهیم مدرن و بعد از مدرن در یک ابزار شبکه‌ای. (پستر 1999:15)

وینگستون 15:1999 Levingstone موجز تر می‌گوید: "آنچه درباره اینترنت نو به نظر می‌رسد، شاید ترکیبی تعاملی از مولفه‌هایی باشد که برای ارتباط جمعی یک نوآوری به شمار می‌رود. دامنه نامحدود محتوا، وسعت دسترسی مخاطب، طبیعت جهانی ارتباط." این دیدگاه گسترش را به جای جایگزینی توصیه می‌کند. در سنجشی که 5 سال بعد از این توسط لیورو Lievrouw -انجام شد 2004 بر این نگاه کلی که "رسانه‌های نوین" آرام آرام عادی شده و به "جریان اصلی" پیوسته‌اند و "روزمره" و حتی "پیش پا افتاده" شده‌اند صحنه گذاشته شد. او در ضمن مشخص می‌کند که "هیچ کاربرد کهنه‌ای" از اینترنت سرزده است آنگونه که هرینگ 2004 Herning می‌گوید ارتباط به واسطه کامپیوتر دارد به سوی معمولی شدن گام بر می‌دارد.

اگر ما نقش‌های اساسی و ارتباطی را که درون نهاد رسانه‌های قدیمی یافت می‌شود در نظر بگیریم، می‌توانیم این تفاوت‌های کلی را جزئی‌تر بشناسیم. به ویژه آنهایی را که مربوط به تالیف (و اجرا) نشر، تولید و پخش و دریافت می‌گردند. مفاهیم اصلی به ایجاز به شرح ذیل هستند:

برای مؤلفین، موقعیت‌ها افزایش پیدا کرده‌اند - البته اگر آنچه از طریق اینترنت ارسال می‌شود و روی صفحه کامپیوتر نشر می‌یابد و فعالیت‌های مثل وبلاگ نویسی و مشابه آن را در زمره نشر به حساب آوریم. در هر حال، موقعیت و وضعیت یک نویسنده آنگونه که تا به امروز بوده است، بستگی به اهمیت و محل نشر و درجه توجه همگانی داشته است. نوشتن یک نامه یا شعر شخصی یا عکس‌های خصوصی در واقع تالیف به حساب نمی‌آیند. شرایط شناخت اجتماعی و اعتبار همگانی در تکنولوژی نوین تغییر نکرده است و حتی شاید داشتن مخاطب گسترده و شهرت فراگیر سخت‌تر هم شده باشد. بدون همکاری رسانه‌های جمعی پیشین، مشهور شدن در اینترنت آسان نیست.

برای ناشران، همان نقش قبلی ادامه دارد اما به همان دلیلی که در مورد مؤلفین ذکر شد وضعیت ناشرین نیز مبهم‌تر شده است. تاکنون یک انتشاراتی، نوعاً یک شرکت تجاری بود و یا موسسه‌ای عمومی و غیر انتفاعی. رسانه‌های نوین شکل‌های جایگزینی را برای نشر ارائه داده است و فرصت‌ها و چالش‌هایی را در برابر نشر سنتی ایجاد کرده است. کارکردهای نشر سنتی مانند دروازه‌بانی، دخالت‌های سردبیر و تایید مولف در برخی گونه‌های نشر اینترنتی، اما نه همه آنها، یافت می‌شود. در هر صورت، این شیوه‌ها هم چنان در عصر فراوانی و گوناگونی شکل‌ها استفاده می‌شود.

در مورد نقش مخاطب، امکانات فراوانی برای تغییر وجود دارد به ویژه در جهت خودگردانی بیشتر و داشتن سهم مساوی در ارتباط با منابع و فراهم آوردن آورانگان. هر عضو از جامعه مخاطبین، واقعاً عضو یک جامعه یا توده نیست بلکه یا عضو شبکه‌ای است که خود انتخاب کرده و یا همگانی خاص و یا مرتبط با یک فرد. به علاوه نوع فعالیت مخاطب از دریافت به تحقیق، مشاوره و ارتباط شخصی تر تغییر می‌یابد. لیورو در مورد " درونی بودن" نوعی تحقیق درباره رسانه های نوین که " بر محلی بودن، میان فردی بودن خانگی و تجربی بودن و می‌شود گفت بر درونی بودن مفاهیم رسانه های نوین تمرکز دارد"، اشاره می‌کند .

علیرغم این مطالب، شواهدی دال بر تداوم مخاطب توده‌وار وجود دارد و تقاضا از سوی مخاطب برای دروازه‌بانی و دستورالعمل هیئت تحریریه به چشم می‌خورد. رایس 1999:29 در مورد تناقض دامنه گسترده‌گزینه‌هایی که برای مخاطب وجود دارد اظهار نظر می‌کند: " اکنون باید افراد تصمیم بیشتری بگیرند، دانش اولیه بیشتری داشته باشند و باید تلاش کنند ارتباط را به هم پیوسته و هدفمند کنند. تعامل و حق انتخاب منافی جهانشمول به حساب نمی‌آید، بسیاری از انسانها توان، نیاز و علاقه و یا دانش لازم برای وارد شدن به چنین فرایندی را ندارند.

تا آنجا که به رابطه بین نقش های گوناگون مربوط می‌شود، می‌توانیم نوعی از هم گسیختگی و استقلال عمل بیشتر را برای مولفین و مخاطبین قایل شویم. رایس اشاره می‌کند که " مرز میان ناشرین، تولید کنندگان، توزیع کنندگان، مصرف کنندگان و منتقدین محتوا نامشخص و مبهم است." این مسئله نهادی بودن به عنوان داشتن یک شکل مشخص و تمرکز فعالیت ها و هنجار های مشترک را در سایه ای از ابهام فرو می‌برد. در نگاه کلی احتمال دارد که ظهور مجموعه نهادهای مجزا و تخصصی تر را در فعالیتهای رسانه‌ای به رسمیت بشناسیم. نهادهایی که براساس تکنولوژی‌ها و یا محتوا و کاربری‌های خاص (مثل ارتباط با ژورنالسم خبری، فیلمهای تفریحی، تجارت، ورزش، پورنوگرافی،

توریسم، آموزش، حرفه‌ها و غیره) و بدون هیچ گونه هویت نهادی مشترکی شکل می‌گیرند. ازین لحاظ، مفهوم رسانه جمعی رو به زوال خواهد بود.

قاب 6.2 نوین چه چیزی است؟

- دیجیتالی شدن در تمام عرصه ها
- همگرایی رسانه های گوناگون

• جدا شدن اینترنت از ارتباطات جمعی

• به کارگیری نقش‌های انتشاراتی

" درون‌گرایی " بیشتر نقش مخاطب

• از هم‌پاشیدگی " نهاد رسانه "

• تقلیل کنترل اجتماعی

• موضوعات اصلی نظریه رسانه های نوین

موضع رسانه های نوین در ارتباط با مالکیت و کاربرد بسیار سخت تر است. مالکیت آنها چندان واضح و مشخص نبوده و دسترسی به آنها خیلی انحصاری نیست. محتوا و گردش اطلاعات هم به راحتی کنترل می شود. ارتباط در یک الگوی عمودی یا مرکزی از " بالا " یا " مرکز " جامعه به گردش در نمی آید. دولت و قانون آنطور که در مورد " رسانه های قدیمی " وجود داشت، اینترنت را نظارت نمی کند و تحت قانون در نمی آورد. در عین حال، دلایلی وجود دارند که رسانه های نوین را در خدمت قدرت نظارت کننده مسئولین مرکزی در نظر بگیریم به ویژه از طریق نظارت بر کاربران.

هم اکنون برای فرستنده، گیرنده، مخاطب یا شرکت کننده در یک تبادل شبکه ای برای دسترسی تساوی بیشتری به وجود آمده است. اگرچه تا مشخص شدن مقدار آزادی موجود برای " مجراهای " جدید راه زیادی در پیش است. در ارتباط با یکپارچگی و هویت، زمینه مفهومی تا حدود زیادی همان است که پیش ازین مورد بحث بوده است و موضوع گسترده و کلی همان است که آیا رسانه های نوین نیرویی برای تجزیه در جامعه به شمار می آیند و یا باعث به هم پیوستگی هستند. اگرچه، شکل بنیادین اینترنت در جامعه و استفاده هایی که از آن می شود، عمدتاً به آثار تجزیه کننده اجتماعی اشاره می کند. از دگر سو، اینترنت از آن جهت که راه را برای روابط شبکه های جدید و وابسته باز می کند پیوند دهنده و الزامی به نظر می رسد (اسلوین (Slevin 2000) نگرانی های قدیمی تر درباره رسانه های جمعی

اساس خود را بر موضوع مرکزی شرایط مردم می گذارد که همان قلمرویی است که یک رسانه جمعی به آن ارائه خدمات می کند. این قلمرو می تواند یک منطقه، شهر یا هر ناحیه ای باشد که تحت اداره سیاسی قرار دارد. هویت و همبستگی، پیش ازین موضوعاتی جغرافیایی بودند. مسائل اصلی، دیگر به ارتباطات و هویت اجتماعی موجود محدود نمی شود.

راسموسن (Rasmussen) 2000 با اشاره به مدل مدرن سازی گیدنز (1991) اینگونه بحث می کند که رسانه های نوین از نظر کیفی آثار متفاوتی را بر جامعه شبکه ای مدرن می گذارند. کمک اصلی که آنها می کنند این است که فاصله در حال گسترش بین جهان خصوصی و عمومی "جهان هستی" و جهان نظام ها و سازمانها پر شود. این فاصله شاید در اثر بزرگراه های جدید الکترونیکی در حال افزایش باشد. برخلاف تلویزیون رسانه های نوین می توانند در برنامه های زندگی فردی نقش مستقیم داشته باشند (راسموسن: 2000: 160). به طور خلاصه رسانه های نوین به تجدید قوای "فرد" پس از آثار "از بین برنده" مدرن سازی می پردازند.

در زمینه توانایی تغییر اجتماعی، توانایی ارتباطات نوین به عنوان مامور تغییرات برنامه ریزی شده اجتماعی یا اقتصادی باید مورد سنجش دوباره قرار گیرد. در نگاه نخست، باید بین رسانه های جمعی که می توان به شکلی نظام مند آنها را برای توسعه طرح ریزی شده از طریق اطلاع رسانی و تاثیرگذاری جمعی به کار گرفت (مثلا بهداشت و جمعیت و برنامه های مبتکرانه فنی) با استفاده های غیر هدفمند و باز که از خصیصه های تکنولوژی های نوین هستند، فرق گذاشت. فقدان نظارت و راهنمایی محتوا توسط فرستنده در این زمینه بسیار حیاتی به نظر می آید.

در هر حال، شاید رسانه هایی که مشارکت بیشتری دارند برای ایجاد تغییرات مناسب تر باشند، چرا که علاوه بر انعطاف پذیری اطلاعات غنی تری ارائه می دهند. این موضوع با فرایند پیشرفته تر تغییر سازگار تر است. همچنین برخی از رسانه های نوین وابستگی کمتری به زیر ساخت ها دارند. در هر حال مشکل نه در سرشت تکنولوژی که در محدودیت های دسترسی مداوم قابل جستجو می باشد. فرایند "توسعه" شاید هنوز هم باید مقدم بر "گسترش" رسانه های نوین قرار گیرد. همانگونه که رسانه های سنتی نیز برای اثر گذاری می بایست مخاطب می داشتند.

در مورد فایق آمدن رسانه های نوین بر موانع فضا و مکان، مطالب زیادی نگاشته شده است. در واقع، "رسانه های قدیمی" در از بین بردن فاصله های مکانی موفق بوده اند. اگرچه شاید در رابطه با تقسیمات فرهنگی چندان خوب عمل نکرده اند. آنها نسبت به شیوه حمل و نقل و مسافرت های عادی سرعت انتقال بیشتری داشتند و بسیار سریع تر عمل می کردند. اما ظرفیت محدودی داشتند و تکنولوژی مخابرات نیز خود نیاز به دفاتر ثابت و هزینه های فراوانی داشت تا بتواند بر فاصله ها غلبه کند و مکان

ارسال و دریافت پیام نیز جایی مشخص مانند محل تولید، کارخانه، ادارات، خانه‌ها و غیره بود. تکنولوژی نوین ما را از تمام محدودیت‌ها نجات داده است. اگرچه دلایل زیاد اجتماعی و فرهنگی برای داشتن مکانی ثابت برای فعالیت‌های ارتباطی وجود دارد. اینترنت علی‌رغم فقدان وضوح در مرزها و جبهه‌ها، هنوز به شکل گسترده وابسته به قلمروهایی است؛ به ویژه مرزهای ملی و زبان شناختی (هالاویس، 2000). هر چند که عوامل جغرافیایی جدیدی نیز در این میان وجود دارد. (کاستلز، 2001). ارتباطات هنوز در ایالات متحده آمریکا و اروپا متمرکز است و ارتباطات فرامرزی یا بین‌المللی به زبان انگلیسی صورت می‌گیرد. اینکه چه قدر زمان به تسخیر درآمد از این هم‌نام معلوم‌تر است مگر در رابطه با سرعت زیادتر انتقال پیام، رهایی از برنامه‌های زمانی ثابت و توانایی ارسال پیام به هر کس در هر جا و در هر زمان. (اما بدون تضمین دریافت یا پاسخ). ما هنوز وضعیت اتصال بهتری برای ارتباط با گذشته و آینده نداریم و زمان بیشتری نیز برای ارتباط در اختیار ما نیست. زمانی هم که به واسطه انعطاف‌پذیری جدید به وجود آمده به دلیل تقاضای نوینی که برای ارتباط با دیگران وجود دارد مصرف می‌شود.

جامعه و نقش وسایل ارتباط جمعی

هر سازمان که در متن جامعه پدید می‌آید باید دارای کار کرد هایی در خدمت جمع و جامعه باشد و چنان تنظیم گردد که بتواند همانند یک تن به صورتی هماهنگ خدمات خود را به جامعه که منشا و موجد آن است عرضه دارد سازمان های ارتباطی نیز از این قاعده مستثنی نیستند و تقریباً همه محققان و دست‌اندرکاران مسئول نیاز های جامعه مخصوصاً صاحب‌نظران وسایل ارتباطی بدان اندیشیده‌اند، لسول وظایفی چند نظیر مراقبت از محیط و ایجاد همبستگی بین اجزای گوناگون جامعه را در پاسخ به محیطی که در آن انتقال میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر صورت می‌گیرد. به عنوان وظیفه های اصلی ارتباطات جمعی تلقی می‌کند در مقاله دیگر با نام (ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه) وظایف دیگر برای وسایل ارتباطی بر می‌شمارد: به نظر او این وسایل باید به 1- حراست از محیط 2- همبستگی بین اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی 3- انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر کمک کنند.

1- نقش‌های تفریحی

وسایل ارتباط جمعی به طور معمول با زمان فراغت انسانها بر خورد می‌نماید. از این رو در مواردی چند باید موجبات جدایی موقت از واقعیت فراموشی لحظات دشوار زندگی تمدد اعصاب و سرگرمی

انسانها را فراهم سازند. بنابراین جزئی از کارکرد وسایل ارتباطی صرفاً تفریح و تفنن انسان هاست تا از آنان موجوداتی توانا و خلاق برای کار به بار آورد.

لیکن این نحوه گذران اوقات فراغت هم جنبه اخلاقی دارد زیرا وسایل ارتباطی نباید ونه می تواند به هر ترتیب موجبات خندیدن و تفریح را فراهم سازد وهم جنبه فرهنگی زیرا فراغتی که با این وسایل صورت می پذیرد گذران زمان است با استفاده از مقولات فرهنگی. وسایل ارتباط جمعی چنانچه به درستی به کار آید همچون مدرسه ای بزرگ بر تمامی حیات انسانی پرتو می افکنند. چنانکه در سطور بالا آمد حتی به هنگام فراغت و آنگاه که این وسایل برای تفنن و سرگرمی انسانها به کار می آید باز هم خواه نا خواه می آموزند. وسایل ارتباط جمعی در کار آموزش از جهاتی بسیار بر مدرسه پیشی نیز می گیرند: مدرسه از آغاز تا پایان محدودیت زمانی دارد یعنی فقط سالهایی چند از حیاط طفل یا جوان را به خود مشغول می دارد اما وسایل ارتباط جمعی بی هیچ محدودیت در تمامی مراحل زندگی با انسانها و از آغاز تا پایان عمر آن ها را می پوشاند. مدرسه حتی در سالهای محدودش فقط ساعاتی چند از حیاط طفل یا جوان را در اختیار دارد حال آنکه وسایل ارتباط جمعی چنین نیستند. امواج رادیو و تلویزیون (از آن که این وسایل پوشش شبانه روزی دارند) در تمامی ساعات شب و روز به خانه می آیند و لذا هیچ محدودیت زمانی برای آنها وجود ندارد. مدرسه از نظر مکان محدودیت دارد اما وسایل ارتباط جمعی هیچ محدودیتی از این نظر در خود نمی بیند. امواج این وسایل به همه جای خانه مدرسه شهر و بیابان راه پیدا می کند. از همین رو است که ژان کازنو نام اثرش را (جامعه همه جایی) نهاده است. مدرسه می تواند قشری خالص از انسانها را آنهم به تعداد اندک و در زمانی و ساعاتی محدود زیر پوشش گیرد ولی وسایل ارتباط جمعی همه انسانها را در پوشش خویشتن می گیرند و آنچه به زعم ایوان ایللیچ تجزیه فکری مردم یک جامعه (به جهت آنکه برخی به مدرسه رفته اند و برخی دیگر از آن محروم مانده اند) خوانده میشود با وسایل ارتباط مطرح نیست. مدرسه فاقد ابزار لازم در راه ارائه دانستنیها در متن واقعیت و همراه آن است.

از این رو است که بر حافظه از طرفی و تخیل از طرف دیگر تکیه دارد. اگر قرار است درس امروز جغرافیا در مورد سوریه باشد مدرسه فقط می تواند مرزها همسایه ها و ویژگیهای اجتماعی سوریه را بیان دارد.

دانش آموز باید سوریه ای در نظر مجسم دارد که این مشخصات را داشته باشد او معمولاً سوریه ای را در نظر مجسم می کند که با دیده ها و دانسته های او شبیه است و هرگز خود سوریه نیست. دانش آموزان روستایی (که سوریه رابه حسب شرایط محیط پیرامون خود می بیند) و دانش آموزان شهری (که آنان که نیز سوریه را با توجه به دیده ها و مشهودات محیط پیرامونشان در نظر می آورند) دو دید متمایز از آن می یابند. اما وسایل ارتباط جمعی دارای چنان توانی هستند که قادرند خود سوریه را به خانه

آوردن سوریه آنطور که هست دیده شود و از قایم‌های تخیلی تجریدی و بطور کلی غیر واقعی دور ماند. مدرسه با محدودیت‌هایش ناچار است بر حافظه تکیه ای وسیع داشته باشد و از همین رو است که فریاد همه مریبان بلند است که به جای پر کردن آنها را بسازید. مدرسه از نظر فضا در محدودیت بزرگی است. فرد باید از خانه محل کار یا استراحت بیرون آید و عزم مدرسه نماید و حال آنکه رسیدن امواج رادیو یا تلویزیون به خانه قهوه خانه و محیط کار نه تنها موجب سهولت دسترسی به آموزش می گردد بلکه از اتلاف ساعاتی بسیار از حیات انسانی نیز در رفت و آمد جلوگیری می کند و بالا تر از آن آموزش کار کردی را در محیط صورت تحقق می بخشد بدینسان آموزش زراعتی در خود مزرعه و به هنگام انجام کار صورت می پذیرد همانطور که آموزش حرفه های دیگر چنین خواهد بود. بدینقرار در عصر وسایل ارتباط جمعی انحصار آموزش از مدرسه و اصحاب آن خارج شد انتقال سینه به سینه دانسته ها جای خود را به کتابت و ابديت انسان و پیامش از طریق کتاب و بعد تمامی تکنولوژی مبتنی بر کاستها چه رادیویی و چه تلویزیونی بخشید. وسایل ارتباط جمعی چه روزنامه (وسایل مکتوب) چه رادیو یا تلویزیون (غیر مکتوب) بزرگترین سهم را در راه انتقال میراث فرهنگی و فکری بشریت به عهده گرفتند و تعالی فرهنگ انسانی را موجب شدند. محفظه تنگ آموزش کلاسیک را گشودند و به جای آموختن سلسله پدیده های خاص و مجرد راهی نو در برابر بشریت گشودند که امروزه از آن با نام آموختن برای زیستن یاد می شود.

2- نقشهای خبری

وسایل ارتباط جمعی پخش خبر و اطلاع را به عهده دارند. رسالت آنان در انتقال سریع بی طرفانه و آگاهی بخش اخبار و وقایع ما است از همین رو است که این وسایل کوچک شدن کره زمین و همسایگی ساکنان آن را موجب شده اند. هیچ حادثه ای در عصر ارتباطات جمعی فقط به یک منطقه جغرافیایی محدود نیست و آنچه تعلق محلی خبر یا خاص بودن خبر یا حادثه برای یک محل یا منطقه خوانده می شود فقط به گذشته ای تاریخی اختصاص دارد. یک سیاه آفریقایی جنوبی که از فرط خشم علیه نظام آپارتاید به خود سوزی دست می زند حادثه ای است که همه از آن مطلع می شوند

3- نقشهای همگن سازی

وسایل ارتباط جمعی نزدیکی سلیقه ها خواستها و انتظارات تمامی ساکنان یک جامعه را موجب میشود. خروج جوامع از عصر محدوده های جدا یا تک افتاده را موجب می گردند.

همین روند است که ژان کازنو و بسیاری دیگر از آن با عنوان توده سازی یاد می کنند. این اصطلاح که بعدی مستهجن دارد و روندی نامطلوب از آن بر می آید بدین معنا است که با ورود وسایل

ارتباط جمعی به جامعه خرده فرهنگها فرهنگهای خاص ومجزا ناپدید می شود و به نوعی تمامی ساکنان یک جامعه تشابه می پذیرند و در سبک زندگی علایق و خواستهها از الگوهای مشابهی که وسایل ارتباط جمعی به آنان می دهند بر خوردار می شوند . کاز نو این روند را توده شدن تمامی مردم در یک محدوده جغرافیایا با مرزهای ملی می داند . کاردینر ولینتن با عنوان شخصیت اساسی موجبات اندازه گیری همین روند را فراهم می سازند به زعم ان شخصیت اساسی عبارت است از ویژگی های مشترک تمامی مردم که در یک مرز وبوم حیات می گذرانند . در عصر ارتباطات این ویژگیها مشترک افزایش می یابند . دولت برای اولین بار در تاریخ از مرز فئودالیسم ودورانهای ملوک الطوایفی به راحتی بیشتری می گذرد و قدرتی بی نظر در راه پخش خواسته ها واندیشه های خود بین تمامی مردمانش می یابد. به نظر ما در اولین بر خورد جامعه با وسایل ارتباط جمعی روند فوق الذکر پدید می آید اما در مراحل بعد چنین نیست. تکثر وسایل ارتباط جمعی (رادیو تلویزیون سینما تئاتر کتب و روزنامه ها)

وتنوع درونی هر یک از آنان (تعدد روزنامه ها رادیوها و ...) از طرفی موجب کوچک شدن و قابل حمل شدن این وسایل شد و از طرف دیگر موجبات تشعب تازهای بین مردم را فراهم می سازند . تصور یک واحد کوچک نظر خانواده همین مراحل را مشخص می دارد:

مرحله اول :خانواده بابر خورد با وسایل ارتباط جمعی (مثلا تلویزیون) بعدی تازه می یابد .به این ترتیب در خانه می توان نه تنها استراحت کرد بلکه از اخبار جهان نیز اطلاع یافت و حتی آموزش رسمی نیز یافت در ساعتی خاص (اوایل شب) تمامی افراد در یک (هال خانه) جمع می شوند و از منبعی واحد کسب پیامها یی می نمایند که با کمی اغماض می توان فرهنگی در معنای وسیعش خواند . بدینسان همگی به نوعی تشابه دست می یابند و خواستهها و سلیقه هایشان با لنسبه یکسان می شوند.

مرحله دوم:

افزایش سطح زندگی و قدرت خرید افراد خانه به همراه تعدد و تنوع برنامه های رادیویی و تلویزیونی ووجود دستگاههای رادیویی و تلویزیونی در ابعاد کوچک می شود که هر کس در اتاق خود رادیو و تلویزیون کوچک خویشان را جای دهد واز آن استفاده کند . به همراه این حرکت روزانه ها و مجلات نیز امکانات بیشتری در راه تنوع می یابد . مجلات خاص پزشکان ،دندانپزشکان و غیره بوجود می آیند که هر یک آخرین داده های رشته مورد نظر خود را برای متخصصان آن عرضه می کند . به این ترتیب مدرسه ای بدون دیوار آموزش مستدام انسانها را تعمیم می نماید . پس بار دیگر دورانی تنوع وتمایز آغاز می شود لیکن این دوران با دوران پیشین یکسان نیست . بدین معنی که بار دیگر به دورانباز نمی گردیم که در آن قبایل گونا گونا جدا از یکدیگر در لاک وپوسته خویش به سر می بردند .

در دوران ارتباطات الکترونیک چندگانگی ساکنان یک ملت به پیدایی قبیله گرایی که در آن هر گروه یا قبیله دارای فرهنگی خاص و بدون هر گونه وجه تشابه با همسایگانش باشد، منجر نخواهد شد، بلکه موجد پیدایی عصری در حیات تاریخی یک ملت است که در آن ارکان فرهنگ کل یا ملی پا گرفته اند، لیکن گروههای مختلف یک جامعه ضمن احراز همگنی نسبی با یکدیگر و آگاهی از آن و کوشش در راه حراست از آن به نوعی هویت گروهی خود را پدید آورده رشد و قوام می بخشند. این تعدد و تنوع گروهی و فرهنگهای متنوع ناشی از آن، چنانچه در درون یک جامعه درست هدایت شود، از جانبی از فرهنگ توده ها متمایز خواهد بود از جانب دیگر از فرهنگ خواص جمع سازی در دورانی نضج می یابد که مشخص کننده اولین بر خورد جامعه با وسایل ارتباط جمعی است و در آن تنوع نسبی جامعه نا پدید می شود. فرهنگ خواص شاخص جامعه ای است دارای شکاف طبقاتی با تکوین اریستوکراسی از سویی و رنجبران از سوی دیگر همزیستی استکبار و استضعاف در کنار یکدیگر با تفویض امتیازات اساسی جامعه به گروه اول. این هویت گروهی و آگاهی از آن ضمن آگاهی از وفاق و تعلق به کل یک جامعه را پیدایی همگنی نسبی در عصر ارتباطات می خوانیم و همان است که روژه کلوس از آن با نام وظیفه وسایل ارتباط جمعی جدید در راه ((جلو گیری از گوشه گیری و جستجوی پیوند های حرفه ای به جای روابط خویشاوندی و دوستانه گذشته و کمک به ایجاد

هماهنگی و همبستگی بین انسانها)) یاد میکند. هر چند که مفهوم پیوند های حرفه ای در این تعریف نارسا است.

بدین ترتیب، ابزاری نو پدید آمد، که بر تمامی حیات جامعه اثر نهاد و وظایفی دشوار در راه نزدیکی جوامع به یکدیگر و نزدیک سازی گروهها در یک جامعه با یکدیگر تقبل نمود و آموزش را مرز هایی نو بخشید و راههایی تازه در راه بی انتهای آموختن فراهم ساخت. تفریح و تفنن را به صورتی تازه صورت بخشید و غنای فرهنگی فراغت را موجب آمد، داده های خبری را به صورتی بی سابقه در تاریخ حیات انسان پخش کرد و سرعتی ما فوق تصور بدان بخشید. لیکن همین وسایل، چنانچه به درستی به کار نیایند، موجبات پیدایی کار کرد هایی نا مطلوب یا به اصطلاح کارکرد گرایان دژ کارکرد را فراهم می سازد. کار کرد ها یا وظایفی که بر تعدد بیماران روانی خواهد افزود، تعادل حیات را نا پدید خواهد ساخت و انهدام بشریت را موجب خواهد گردید.

4 - آگاه سازی

هر چند این وظیفه ارتباطات با مقوله آموزش از طرفی و مقوله خبر رسانی از طرف دیگر نزدیک است، لیکن، وظیفه های خاص و متمایز از آن دو است. وسایل ارتباط جمعی باید نه تنها به انتقال

خبر اطلاع بلکه تحلیل درست اخبار و تشریح آنان نیز پردازند و قایع متمایز و پراکنده ای که در جهان رخ می دهند به ظاهر متفاوتند و چنین به نظر می رسد که هیچ وجه تشابه ندارند ولیک در واقع و در نگاهی ژرف می توان علل بنیادی برای آنان یافت که اکثر مشا بهند. تحلیل عللی پدیده های خبری و آگاه سازی انسانها از این علل موجبات تغییر در جهان بینی انسانها را فراهم می سازد. به همین سیاق وسایل ارتباط جمعی باید موجبات آگاهی انسانها از کالاهای مورد نیاز را فراهم سازد. بدینسان تنها وظیفه این وسایل پخش خبر نیست بلکه باید به تحلیل وقایع تشریح آنان و آگاه سازی انسانها از ضروریات زندگی پردازند. این آگاه سازی با تبلیغ از آن رو متمایز است که در آن هیچ کوششی برای خرید فلان کالا نیست همانطور که هیچ کوششی نیز در راه ایجاد گرایش به سوی دیدگاههای خاصی نیز وجود ندارد. بنابر این می توان گفت وسایل ارتباط جمعی فضایی آکنده از اطلاع و خبر پدید می آورند و تشریح اخبار و دیده های موجود پیرامون آگاهی انسانها را به دنبال دارد از همین رو است که شهر جدید رابه حق شهر آموزش می خوانند.

5- احساس تعلق اجتماعی

ارتباط جمعی مخصوصا در جوامع جدید که در آن با امحای نسبی سلک ها و جماعت ها مواجه ایم با افرادی بر خورد می نمایند که در انبوه وسیع شهر و با روابط سنتی در تنهایی بی سابقه ای به سر می برند. حال صدای رادیو یا تصویر تلویزیون و یا نوشته روزنامه ابزاری است در راه احساس تعلق اجتماعی . با خواندن روزنامه احساس می کنیم ما هم حلقه ای از رنجیر جامعه ایم ، ما هم مانند هزاران نفر این وسیله را وسیله را مطالعه می کنیم . پس ، احساس اشتراک ، تعلق و پیوند متقابل خواهیم داشت . با مطالعه روزنامه یا شنیدن رادیو ، از حوادث محیط پیرامون خود اطلاع بر می گیریم ، حوادثی که از آن ماست . پس وسیله ارتباطی همچون پلی بین افراد جامعه عمل میکند و آنان را از تعلقشان به یک کل آگاه می سازد . حادثه خاص که در گوشه ای دور افتاده مطرح می شود ، تنها یک حادثه نیست ، بلکه زمینه اشتراک منافع ما با دیگر افراد جامعه ماست . همچون نشان یا نمادی از تعلق متقابل ما به یک کل است که جامعه ما خطاب می شود . علاوه بر این مطالعات مختلف نشان داده است که هر قدر مطالعه روزنامه ، شنیدن رادیو و تلویزیون کاهش می پذیرند ، به همان نسبت نیز مشارکت اجتماعی به عنوان شاخصی از احساس تعلق به جامعه کاستی می یابد و این امر به هیچ روی تعجب آور نیست ، زیرا همانطور که ژان استوتزل در اثرش ((وظایف و کار کرد های مطبوعات)) می نویسد : ((مطالعه روزنامه یا استفاده از هر وسیله ارتباط جمعی هم علت وهم معلول مشارکت اجتماعی است. مشارکت در حیات اجتماعی مستلزم آگاهی از حوادث آن است و بالعکس . مطالعه روزنامه یا هر وسیله دیگر ارتباطی موجبات مشارکت فعالانه تری در حیات جمعی را فراهم می آورد ، خواندن روزنامه امکان

همانندی خواننده را با کل جمع فراهم میسازد. مکانیسم این همانندی توسط روانکاوان مورد تحلیل قرار گرفته است. ما از طریق برخی مدل‌های (مشترک) هویت خود را باز می‌یابیم)).

فرآیند همبستگی مثبت بین مشارکت اجتماعی و استفاده از وسایل ارتباط جمعی و بازیابی هویت فردی در حوادث اجتماعی به عنوان نماد های مشترک و تقویت احساس تعلق اجتماعی، را برخی چون لرنر در مباحث دیگری چون احساس مشترک تحلیل نموده اند. به نظر آنان وظیفه اساسی وسایل ارتباطی تقویت چنین احساسی است. شخص از این طریق شهروند واقعی یک اجتماع خواهد بود، چه می‌توان خود را به جای دیگر قرار دهد، احساسات او را از آن خود سازد و در غمیا شادی دیگری یا دیگران سهیم گردد. او چون میداند اقدامی خاص چه انعکاسی روانی خواهد داشت، از انجام آن دست بر می‌دارد. پس به نظر لرنر هر قدر مردمی با وسایل ارتباط جمعی پیوند محکمتری می‌یابد، به نسبت نیز مشارکت اجتماعی آنان و قابلیت زندگی آنان در جمع با درک دیگران افزایش می‌یابد و جهان سوم کهدر مراحل نخستین بر خورد تاریخی خود با وسایا الکترونیک جدید است، با پیدایی شخصیت‌های انتقالی، یعنی آنان که با شرایط جدید محیت پیرامون انطباق بیشتری یافته اند، عالمی مهم در راه حرکت به سوی دنیای جدید می‌یابد. پس، وسایل ارتباط جمعی هم عامل و هم نشان دهنده تعلق اجتماعی انسانها است. مهارت از شهر یا منطقه ای به منطقه دیگر در مواردی چند با تغییر روزنامه مورد مطالعه به نفع منطقه جدید قرین خواهد بود. همانطور که ژان استوتزل در مقاله فوق الذکر یاد آور می‌شود مطالعه لوموند، یا فیگارو، یا اومانیه، هر یک نشان از تعلق فرد به گروه فکری خاصی دارد و مهاجرت ایدئولوژیک قبل از همه با تغییر روزنامه‌ها صورت تحقق می‌پذیرد. علاوه بر این هر یک از گروه‌های تخصصی نیز ارگان خاص خود را دارا هستند. دندانپزشکان پزشکان و متخصصان علوم انسانی و هنرمندان هر یک هویت خود را در مجله یا روزنامه خویش می‌جویند در آن شرکت می‌کنند و آن را از آن خود می‌دانند.

▪ نظریه های متفکران کشورهای سوسیالیستی

در ممالک سوسیالیستی سابق روسیه و اروپای شرقی، از یک طرف بر مبنای نظریات کلاسیک «مارکس» در قرن نوزدهم، آزادی مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی، یک آزادی ظاهری تلقی می‌گردید و بر ضرورت تحقق آزادی واقعی، از طریق ایجاد امکانات عملی برای انتشار روزنامه‌ها به وسیله کارگران، تأکید می‌شد. از سوی دیگر در زمان تأسیس دولت شوروی نظریات خاص «لنین» تعقیب می‌شد. «لنین» با اینکه در قبل از پیروزی انقلاب اکتبر از آزادی مطبوعات در نظام لیبرالی استقبال می‌کرد و معتقد بود که احزاب انقلابی از این امکان برای سرنگون کردن رژیم موجود می‌توانند بهره‌برداری کنند، اما پس از انقلاب اخطار کرد که: چونکه نظام تازه‌ای روی کار آمده است- که نظام

«دیکتاتوری پرولتاریا» نام دارد- نمی‌تواند آزادی معمول در کشورهای سرمایه‌داری غرب را برای دشمنان خود قائل شود.

لنین معتقد بود که در کشورهای سوسیالیستی، وسایل ارتباط جمعی، در خدمت تحقق هدفهای خاص حزب کمونیست باید به سه وظیفه توجه کنند:

الف) تهییج. نخستین وظیفه مطبوعات و وسایل ارتباطی دیگر، تهییج و برانگیختن احساسات و عواطف عمومی و تشویق و ترغیب آنها به همسویی با سیاستها و خط مشی‌های حزب کمونیست است

ب) تبلیغ. دومین وظیفه وسایل ارتباط جمعی، تبلیغ سیاسی، و جلب اعتقادات عمومی به ایدئولوژی حزبی و کمک به تحقق هدفهای آن است

پ) سازماندهی. سومین وظیفه اجتماعی مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی، ایجاد مقدمات لازم برای سازماندهی جامعه و جلب مشارکت عمومی در جهت تحقق نظام سوسیالیستی است

بدین‌گونه، نقشهای اجتماعی ارتباطات جمعی در کشورهای سوسیالیستی، با در نظر گرفتن تفاوت‌های بنیادی جوامع سرمایه‌داری با این جوامع، متفاوت است. در ممالک غربی، گردانندگان وسایل ارتباط جمعی با تکیه بر اصول آزادی‌گرایی و ضرورت آزادی مطبوعات و اطلاعات بر وظایف سه‌گانه خبری و آموزشی و تفریحی، تأکید می‌کنند. در حالی که در کشورهای سوسیالیستی بر مبنای نظریه مربوط به مسؤولیت دولت برای تأمین خدمات عمومی، مانند آموزش و فرهنگ و بهداشت؛ اداره ارتباطات نیز جزء خدمات عمومی، معرفی می‌شود و کاربرد وسایل ارتباطی از طریق دولت، در راه تحقق هدفهای کلی جامعه، امری طبیعی تلقی می‌گردد.

▪ نظریه‌های متفکران جهان سوّم

برای نقش وسایل ارتباط جمعی در کشورهای جهان سوّم، دیدگاههای مختلفی وجود دارند. یکی از این دیدگاهها، دیدگاه تقلیدی غربی است که نقشهای خوشبینانه‌ای برای وسایل ارتباط جمعی قائل است. به موجب این نظریه، گفته می‌شود که از وسایل ارتباط جمعی می‌توان برای نوسازی جامعه، توسعه سیاسی و دگرگونی اجتماعی استفاده کرد. کسانی مثل «دانیل لرنر» امریکایی نویسنده معروف کتاب گذر از جامعه سنتی: نوسازی خاورمیانه وسایل ارتباط جمعی را افزایش‌دهنده همدلی عمومی و ایجادکننده جاذبه برای نوسازی جامعه معرفی می‌نمایند. خود حوزه ارتباطات را هم یک زمینه مهم نوسازی و دگرگونی تلقی می‌کنند. در نتیجه، وسایل ارتباط جمعی، هم معیار و شاخص دگرگونی و هم عاملی برای دگرگونی به‌شمار می‌آیند. دیدگاههای دیگری که در مورد وسایل ارتباطی کشورهای جهان

سوم وجود دارند، دیدگاههای رادیکال [اصلاح طلبانه] درباره سلطه و وابستگی و تغییرات ساختاری است. به موجب این دیدگاه، اعتقاد بر این است که تا زمانی که اساس جوامع جهان سوم دگرگون نشده است و نظامهای وابسته کنونی از بین نرفته‌اند، نمی‌توان انتظار داشت که وسایل ارتباط جمعی، نقش مثبتی در این جوامع ایفا کنند. در سه دهه اخیر، عده زیادی از متفکران و متخصصان ارتباطی جهان سوم و همچنین کشورهای غربی به بازنگری نظریه‌ها والگوهای حاکم غربی در زمینه رشد اقتصادی و توسعه اجتماعی و نیز نقش ارتباطات در «نوسازی» کشورهای «عقب مانده» پرداخته‌اند و جنبه‌های منفی آنها را یادآوری کرده‌اند. یکی از مشهورترین انتقادگران در این مورد، «پائولو فریر»، اندیشمند برزیلی است که ارتباطات و نظامهای آموزشی کنونی را به عنوان شبکه‌های سلطه‌گری و بردگی خلقها در جهان سوم معرفی می‌کند. به عقیده او انتقال معلومات از یک منبع معرفتی قدرتمند، به دریافت‌کنندگان انفعالی، به هیچوجه در رشد شخصیت آنان تأثیر مثبت نمی‌گذارد و به ایجاد خودآگاهی مستقل و انتقادنگر و توانا کردن افراد برای مشارکت در حل مسائل اجتماعی کمک نمی‌کند. به همین جهت، به پیشنهاد او، نظام کنونی آموزش، که او آن را «آموزش مخزنی» می‌نامد و بر معلومات انباشته‌شده معلمان استوار است، باید به نظام جدیدی برای «آموزش ستمدیدگان» تبدیل شود.

پائولو فریر برای این نظام جدید، اصول ذیل را در نظر گرفته است:

- 1- اعتقاد به توانایی افراد برای فراگیری، دگرگونی و رهایی خویش از شرایط سرکوب‌کننده جهل، فقر و استثمار؛
- 2- تماس مستقیم فراگیرندگان با واقعیت‌های خاص زندگی و مسائل مربوط به آن، تجزیه و تحلیل فشارها و محدودیت‌های تحمیل‌شده به آنان از سوی ساختار اجتماعی و «ایدئولوژی» رسمی؛
- 3- طرد تفاوت‌های موجود بین «آموزش‌دهنده» و «آموزش‌گیرنده» و در نظر گرفتن هردو به‌عنوان «فراگیرنده»؛
- 4- گفت‌وشنود آزاد؛
- 5 مشارکت در کوششهای رهایی‌دهنده.

تحت تأثیر مطالعات پائولو فریر و همچنین «ایوان ایلچ» نویسنده معروف کتاب آموزش بدون مدرسه، و عده دیگری از اندیشمندان انتقادنگر معاصر، بسیاری از متخصصان ارتباطات، به این نتیجه رسیده‌اند که ارتباطات را فراگردی جدانشدنی از سایر فراگردهای اجتماعی و سیاسی ضروری برای توسعه و استقلال ملی، موردنظر قرار دهند. سرخوردگیهای فراوانی که بر اثر شکست برنامه‌های

«نوسازی» غربی در کشورهای جهان سوّم پدید آمده‌اند، نشان داده‌اند که ارتباطات، برای مؤثر واقع شدن، باید به طور نهادی با فراگردهایی همچون «هشيارسازی»، «سازماندهی»، «سیاسی‌گری» و «تکنیک‌دهی» ترکیب شوند.

اندیشمندان انتقادنگر جهان سوّم معتقدند که برای مقابله با عوارض تبعیض‌آمیز شیوه‌های «نوسازی» غربی، که فقط به قشرهای مرفه اجتماعی توجه دارند و اکثریت افراد را در شرایط فقر و محرومیت نگاه می‌دارند، باید «سازماندهی» وسیع اجتماعی را، به ترتیبی که تمام قشرهای محروم جامعه را دربر گیرد، گسترش داد و از این طریق برای تسهیل اقدامات دسته‌جمعی توسعه‌بخشی، گروه‌های قدرتمند پدید آورد. به اعتقاد آنها تنها گسترش «سازماندهی» کافی نیست و برای آنکه این «سازماندهی»، مؤثرتر واقع شود، باید مردم به حقوق اجتماعی و تواناییهای جمعی خود آگاهی یابند. «هشيارسازی» نیز ممکن است زمانی که مردم به درجه‌ای از «سیاسی‌گری» که آنان را نه فقط برای دگرگون‌سازی، بلکه برای مشارکت در تصمیم‌گیری و رهبری سیاسی نیز آماده می‌سازد، نرسیده باشند، به سرخوردگی منتهی شود. بدیهی است که ارتباطات می‌تواند به‌عنوان وسیله مهمی در جهت تحقق «هشيارسازی»، «سازماندهی»، «سیاسی‌گری» و «تکنیک‌دهی» به‌کار رود. بنابراین، برای آنکه ارتباطات بتواند چنین وظیفه‌ای ایفا کند، باید تمام نهادهای دست‌اندرکار برای تحقق این هدفها، از یک دیدگاه فلسفی و روش‌شناسی ارتباطی مناسب و موزون، پیروی کنند. چنین امری فقط در کشورهایی که در تمام سطوح دگرگونیهای اجتماعی و سیاسی جامعه، یک الگوی ارتباطی مبتنی بر مشارکت عمومی انتخاب کرده‌اند، امکان‌پذیر است.

در این زمینه، بررسیهای انتقادی جدید «سیس هم‌لینک» محقق هلندی ارتباطات، که اخیراً به ریاست انجمن بین‌المللی تحقیق در ارتباطات جمعی نیز برگزیده شده، آموزنده است. وی در مطالعات تازه خود، تحت تأثیر اندیشه‌های «پائولو فریر»، به تجزیه و تحلیل دیدگاههای قدیم و جدید ارتباطی پرداخته است و «ارتباطات سرکوب‌کننده» را از «ارتباطات آزادکننده»، تفکیک کرده است. او در این مورد، ارتباطات نوع اوّل را مظهر کاربرد وسایل ارتباط جمعی در خدمت سرمایه‌داران و صاحبان آگهیهای تجارتي و ترویج‌کنندگان فرهنگ مصرفی معرفی می‌کند؛ و نوع دوّم را، از مهمترین عوامل آگاهی‌دهی و هشيارسازی و مقابله‌جویی با استثمار و استعمار جدید می‌شناسد.

دیدگاههای مربوط به وظایف اجتماعی وسایل ارتباط جمعی در ایران

برای شناخت هدفهای کاربرد مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی در ایران، می‌توان از محتوای مقاله‌های نخستین روزنامه‌های فارسی و قوانین اساسی دوره مشروطیت و همچنین قوانین دیگری که پس از آن درباره ارتباطات جمعی تصویب شده‌اند، کمک گرفت.

* هدفهای تأسیس و اداره مطبوعات

نخستین روزنامه‌های ایران، که در دوره قاجار براساس تجددخواهی غربی از سوی دولت پدید آمدند، هدف اصلی خود را تربیت و آگاهی مردم، معرفی می‌کردند.

در طلیعه روزنامه کاغذ اخبار اولین نشریه چاپی ایران به مدیریت میرزا صالح شیرازی، که در اواخر ماه رمضان سال ۱۲۵۲ ه. ق، سه ماه پیش از انتشار اولین شماره آن، منتشر شد، اعلامنامه‌ای درج گردیده بود و ضمن آن، درباره هدف انتشار روزنامه مذکور، چنین آمده بود:

... بر رأی صواب نمای ساکنین ممالک محروسه، مخفی نماناد که همت ملوکانه اولیای دولت علیّه، مصروف بر آن گشته است که ساکنین ممالک محروسه تربیت شوند و از آن‌جا که اعظم تربیت، آگاه ساختن از امور جهان است، لهذا، برحسب حکم شاهنشاهی، کاغذ اخباری مشتمل بر اخبار شرقیه و غربیه در دارالطباعه ثبت و به اطراف و اکناف فرستاده خواهد شد... مختصراً، هر آنچه طرفه بوده و تازگی داشته و استماع آنها مورث آگاهی و دانش و عبرت اهالی این مملکت خواهد بود، ماهی یک‌مرتبه در دارالطباعه، ثبت و به همه ممالک انتشار خواهد نمود... بر همه طبقات خلق لازم است که به مفاد «کلّ فی زمانک مثل اهل زمانک» به نهجی در رفتار و کردار خود، قرار و مدار دهند که عامه خلق از آن قرار زندگی می‌کنند و از آن طریقه، رفتار و انحراف نورزند، تا آسودگی و راحت یابند... این معنی نیز معلوم باشد که ماهی یک مرتبه، اخبار و مطالبی که متضمن منافع و آگاهی و بینایی خلق باشد، در دارالطباعه انطباع و به همه ممالک محروسه، فرستاده خواهد شد...

روزنامه وقایع اتفاقیه، که چند سال پس از تعطیل روزنامه کاغذ اخبار، از پنجم ربیع‌الثانی ۱۲۶۷ ه. ق- برابر با هفتم فوریه ۱۸۵۱ میلادی- به همت میرزاتقی‌خان امیرکبیر، صدراعظم معروف ایران در دوره ناصرالدین‌شاه، به شکل هفته‌نامه، انتشار یافت، نیز هدفهایی مشابه نخستین روزنامه چاپی ایران، دنبال می‌کرد. در اولین شماره این روزنامه، درباره هدفهای آن، چنین گفته شده بود:

... از آن‌جا که همت... شاهنشاهی، مصروف بر تربیت اهل ایران و استحضر و آگاهی آنها از امورات داخله و وقایع خارجه است، لهذا قرار شد که هفته به هفته، احکام همایون و اخبار داخله مملکتی و غیره را، که در دول دیگر گزرت می‌نامند، در دارالطباعه دولتی [باسمه] زده شود و به کلّ شهرهای ایران منتشرگردد... از جمله محسنات این گزرت، یکی آن که سبب دانایی و بینایی اهالی این دولت علیّه است. دیگر این که اخبار کاذب و اراجیف، که گاهی برخلاف احکام دیوانی و حقیقت حال، در بعضی از شهرها و سرحدات ایران، پیش از این باعث اشتباه عوام... می‌شد، بعد از این به واسطه روزنامه‌چپه، موقوف

خواهد شد و بدین سبب لازم است کلّ امنای دولت ایران و حکام ولایات و صاحب منصبان معتبر و رعایای صادق این دولت، روزنامه‌ها را داشته باشند...

تحقق هدفهای آرمانی نخستین روزنامه‌های ایران، در شرایط استبداد و اختناق حاکم بر کشور، امکان نداشت. به‌ویژه پس از قتل امیرکبیر اوضاع و احوال نامساعدتری پدید آمد و محتوای مطبوعات دولتی نیز در سطح پایین‌تری قرار گرفت، به‌طوری که بالقوه نمی‌توانستند، برای تربیت و آگاهی عمومی، مطالب مفیدی ارائه کنند.

دکتر فریدون آدمیت، در مورد وضع نامطلوب روزنامه‌نگاری این دوره، چنین می‌نویسد:

وقتی که امیرکبیر روزنامه وقایع اتفاقیه را تأسیس کرد، مدار آن را بر «تربیت اهل ایران» نهاد. هدف این بود که «بر دانش و بینش آنها بیفزاید». در مرحله بعد، روزنامه‌نویسی انحطاط یافت، حتی مروج بی‌دانشی گردید...

در زمان وزارت و صدارت میرزا حسین‌خان سپهسالار، سیاستمدار تجددخواه ایران، بر اثر تحولی که در وضع مطبوعات دولتی پدید آمد و باعث تأسیس روزنامه‌های جدید گردید، محیط مطلوب‌تری برای کاربرد اجتماعی آنها، فراهم شد.

در سرمقاله نخستین و آخرین شماره روزنامه وطن که در ۹ محرم ۱۲۹۳ ه. ق (۵ فوریه ۱۸۷۶ میلادی)، به کوشش سپهسالار به زبانهای فارسی و فرانسوی انتشار یافت و به سبب مخالفت ناصرالدین‌شاه با ادامه کار آن همان روز متوقف گردید، درباره مطبوعات آن زمان ایران، چنین آمده بود:

... مملکت ایران تاکنون روزنامه صحیحی نداشت که بتواند چنان‌که باید، آن را به ممالک بیگانه بشناساند و به موقع از منافع آن دفاع نماید... منظور ما این است که این نقیصه اولیه را رفع کنیم و هم‌قلمان اروپایی خود را از کلیه امور مهم سیاسی یا عمومی، که به ایران مرتبط است، بی‌گانه کنیم... این روزنامه را وطن نام نهادیم، از آن که وطن پرستی نزد هر فرد ملت، والاترین فضیلت‌هاست... همیشه و در هر مقامی مدافع حقوق کشور و مردم می‌باشیم...

سرمقاله مذکور، در ادامه معرفی هدفهای روزنامه، بر استقلال و آزادی و بی‌طرفی آن، در جهت خدمت به مملکت و همچنین حمایت از ترقی و عدالت و حقانیت و نیز ضرورت انتقاد از اعمال مضر به منافع عمومی، تأکید کرده بود:

... در امور داخلی در کمال استقلال سخن خواهیم راند. جانبداری نمی‌کنیم. از هر قیدی آزادیم، هیچ بستگی رسمی نداریم. مقصود ما خدمت به مملکت از طریق نشان دادن حواجی آن است. ما حامی ترقی هستیم و با همه قوت، از آن تقویت می‌نماییم اما هرگز در شمار متملقان فرومایه نخواهیم بود... هرچه حق باشد، دفاع می‌کنیم و هر کردار زشتی را سرزنش می‌نماییم. از قدرتی که مظهر قانون باشد، پشتیبانی داریم و هرکس اعمالش برخلاف قانون باشد، به تندی انتقاد می‌کنیم. با زندگی خصوصی اشخاص کاری نداریم. در این باره، نه تنها بی‌طرف هستیم، کاملاً چشم می‌پوشیم. انتقاد ما متوجه اعمالی است که به منافع عمومی مملکت صدمه بزند. پیکار علیه هرگونه تعدی و هر متعدی، احترام به شریعت، احترام به سلطنت، ترقی، عدالت، حقانیت، شعار ماست و پروگرام ما...

به دنبال تعطیل روزنامه وطن و مخصوصاً پس از برکناری میرزا حسین خان سپهسالار از مقام صدارت، مطبوعات دوباره وضع نامساعدی پیدا کردند. در همین احوال، نخستین قانون جزای ایران، موسوم به کتابچه قانونی کنت که به وسیله «کنت دومونت فورت»، رئیس ایتالیایی پلیس تهران، تهیه گردیده بود و پس از امضای آن از سوی ناصرالدین‌شاه در سال ۱۲۹۶ ه. ق، به اجرا گذاشته شد، محدودیتهای مطبوعات را افزایش داد..

به موازات این محدودیتهای، کنترل دولت مستبد قاجار بر مطبوعات، که از محرم سال ۱۲۸۸ ه. ق با ایجاد «اداره انطباعات دولت علیه» از سوی محمدحسن خان صنیع‌الدوله (اعتمادالسلطنه) رئیس این اداره اعمال می‌گردید، افزایش یافت و با تأسیس «وزارت انطباعات ممالک محروسه» در محرم ۱۳۰۰ ه. ق، به جای اداره انطباعات قبلی، نظارت بر امور روزنامه‌های دولتی، به صورت متمرکزتر و وسیع‌تر، درآمد. اختناق سیاسی و سانسور شدید مطبوعاتی، تا زمان قتل ناصرالدین‌شاه در سال ۱۳۱۳ ه. ق، همچنان ادامه داشت و پس از آن، در زمان سلطنت فرزندش مظفرالدین‌شاه، وضع مطبوعات تا حدودی بهبود یافت، به طوری که نخستین روزنامه‌های غیردولتی ایران، که با اجازه مستقیم شاه و یا صدور اجازه‌نامه از طرف وزارت انطباعات انتشار می‌یافتند، در این دوره تأسیس گردیدند..

به دنبال پیروزی انقلاب مشروطیت، عصر طولانی هفتاد ساله اداره و سانسور مطبوعات به وسیله دستگاه سلطنت استبدادی پایان یافت و در نخستین قانون اساسی ایران و متمم آن و همچنین در اولین قانون مطبوعات کشور، آزادی مطبوعات به رسمیت شناخته شد.

کاظم معتمدنژاد، وسایل ارتباط جمعی، چاپ دوم با اصلاحات و اضافات (تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۱)، ج ۱.

دکتر کاظم معتمدنژاد

مرجان اردشیر زاده

<http://ertebatat.blogfa.com>

نقش وسایل ارتباط جمعی در آموزش

1- مفهوم ویژگی های آموزش

درباره آموزش تعاریف گوناگونی صورت گرفته است واز میان آنها شاید تعریفی که سازمان علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) آورده است از همه مناسب تر باشد .

"تمام کنشها و اثرات ، راه ها و روش های را که برای رشد و تکامل توانایی های مغزی و معرفتی و همچنین مهارت ها ، نگرش ها و رفتار انسان به کار می روند ، البته به طریقی که شخصیت انسان را تا ممکن ترین حد تعالی بخشند ، تعلیم و تربیت یا آموزش و پرورش گویند ."

چنین کنش هایی از آغاز تولد تا واپسین دم حیات همراه است ،از این رو آموزش یک فرایند پیگیر است که تداوم آن تمامی حیات انسان را در بر میگیرد . و از این رو برای آموزش نه زمان معینی وجود دارد و نه مکانی مشخص . آموزش جزء زندگی است و از آن جدایی ناپذیر است .

از نظر تاریخی ((تا اوایل قرن بیستم مدرسه سرچشمه اصلی دانش و معلم منتشرکننده مجاز آن بود. توانایی فرد به یافتن جایگاه خویش در جهان تا حد زیادی بستگی به معرفتی داشت که در مدرسه کسب می کرد. امروزه نظام آموزشی و نظام ارتباطی در حال رقابت هستند و اگر دشواریهای عمده ای در ذهن فرد پدید نیاورند تناقضهایی ایجاد می کنند. تلاش برای برقراری تعادل میان آموزش و پرورش و ارتباط شکل‌های گوناگونی گرفته است: برخی گمان می کنند که رسانه ها دانش زمان را در اختیار مردم قرار می دهند در حالی که آموزش و پرورش میراث اجتماع را انتقال می دهد. گروه دیگر برآنند که مدرسه ها باید کوشش خود را صرف ایجاد آگاهی موثر تر اجتماعی تجهیز افراد برای تصدی مشاغل مسئولیت دار و کمک به رشد و شکوفایی اقتصادی کشور کنند. در حالی که ارتباط باید در خدند اوقات فراغت و نیز تبادل و تفاهم بین المللی باشد گروهی نیز هستند که احساس می کنند بر خلاف جنجال و هیاهوی ارتباط کار ویژه مدرسه تدارک محیطی آرام فراهم آوردن امکان تفکر و انسجام فکری است. و سرانجام شماری بر این باورند و کار اصلی و وظیفه اصلی نظام های آموزشی نظم دهی به عناصر پراکنده دانشی است که که شبکه های ارتباطی فراهم می آورند. این نظام ها باید به دانش آموزان بیاموزند که چگونه ضروریات را برگزینند به عبارت دیگر به آن ها یاد دهند که چگونه فراگیرند ((در مجموع رسانه های ارتباطی خواه برای این کار (آموزش) برنامه شده باشند و خواه نشده باشند آموزش دهنده اند. زیرا مردم همواره از آن ها تاثیر می پذیرند و می آموزند. رسانه ها فراهم آورنده دانش و شکل دهنده ارزشهایند. اگر مستقیماً به کار گرفته شوند می توانند نگرشها یا مهارتهای خاصی را توسعه دهند. هنگامی که وظایف آموزشی ویژه ای بر عهده نظام های ارتباطی نهاده شوند آن ها اغلب در زمینه های موثر می افتند که نظام های آموزش رسمی در آن ها بی تاثیر بوده اند. رسانه های ارتباطی خواه عامداً به کار گرفته شوند و خواه بر اساس ماهیت ذاتی خویش عمل کنند به عنوان نظام های آموزش موازی برای شهروندان در کنار آموزش مدرسه ای و بویژه آموزش مادام العمر نقش عمده ای ایفا می کنند و اغلب با آن ها بسیار بیشتر و آسان تر ارتباط برقرار می کنند. بدین ترتیب وسایل ارتباط جمعی با انتشار اطلاعات آگاهیها و دانستنیهای نوین آموزش رسمی را از انحصار مدارس آموزشگاهها و دانشگاهها خارج کرده اند و در پاره ای موارد در کنار تلاش های آموزشگران معلمان و استادان دانستنی های علمی نوین و میراثهای فرهنگی - اجتماعی را به دانش آموزان و دانشجویان منتقل می سازد و بدین ترتیب وسایل ارتباط جمعی افزون بر نقش تکمیلی آموزش مدارس و دانشگاهها بدون هیچ محدودیت زمانی مکانی سنی و جنسی آموزش انسانها را در جامعه بر عهده دارند .

2- نقش آموزش وسایل ارتباط جمعی

در میان رسانه های جمعی رادیو و تلویزیون از لحاظ آموزش غیر رسمی جایگاه ویژه ای دارند. اگر از خصلت سرگرم کننده رادیو و تلویزیون بگذریم این وسایل به دلیل برد وسیعشان یکی از بهترین وسایل

آموزشی و فرهنگی هستند که هم اکنون در اختیار کشورها و جوامع مختلف قرار دارند. کشور های مختلف براساس نیازهای آموزشی خود می توانند افزون بر آموزش مواد درسی استفاده های ثمر بخشی از رادیو و تلویزیون در زمینه آموزش غیر رسمی به عمل آورند. آموزش غیر رسمی از طریق امواج رادیو و تلویزیون می تواند در تمامی ساعات شبانه روز شیوه های صحیح کشاورزی دامداری بهداشت حمل و نقل ترافیک و غیره را در برگیرد و در بهبود وضع جامعه موثر افتد. کاربرد رادیو و تلویزیون در آموزش غیر رسمی کشور های مختلف شدیداً تابع هدفهای توسعه و رشد آن کشور هاست و از این رو تفاوت های چشمگیری که در کاربرد و محتوای آموزشی رادیو و تلویزیون در جوامع گوناگون یافت می شود کاملاً منطقی به نظر می آید. رادیو آموزشی در سالهای پیش از جنگ جهانی دوم بویژه در آمریکا ی شمالی و کشور های اروپای غربی رواج و گسترش یافت. در سالهای پس از جنگ، همزمان با ورود تلویزیون به بیشتر کشورها، تلویزیون آموزشی نیز رو به گسترش نهاد. در ایالت متحده آمریکا، بسیاری از موسسات آموزشی، ایستگاههای تلویزیونی تاسیس کردند و تا سال 1961 بیش از شصت ایستگاه تلویزیون آموزشی نیز ایجاد شد. در این کشور، تلویزیون آموزشی را صددرصد درسی می دانستند و برنامه های آموزشی تلویزیون، عکسبر داری از تدریس حضوری معلم و کلاس درس، به شکل خاصی باز سازی شده بود.

در واقع، وظیفه تلویزیون، کمک به رفع مشکلات کمی آموزش در شرایط کثرت شمار دانش آموزان، کمبود معلم با تجربه، کمبود تسهیلات و کمک در جهت انجام وظایف آموزشی و نظایر آن بود.

اختصاص منابع مالی هنگامت نیز چاره ساز نشد و تحقیقات تجربی نشان داد که فقدان تخصص فنی و محدودیت و منابع مالی، علل ظاهری شکست تلویزیون آموزشی بود. تا سال 1968 اقداماتی برای رفع این مشکلات به عمل آمد که از آن جمله میتواند تمرکز تولید و تاسیس شبکه های تلویزیون و کاهش تولید برنامه های محلی را نام برد.

برای بالا بردن کیفیت برنامه های آموزشی نیز مختصات تلویزیون عمومی به همکاری دعوت شدند تا آنها را از محدوده فعالیتهای گچ و تخته ای، به صورت منبع مهمی از اطلاعات برای معلم تبدیل کنند.

بر خلاف تجربه آمریکا، تلویزیون آموزشی در بیشتر کشورهای اروپایی در خود سازمانهای رادیو-تلویزیون عمومی آنها، جای داشت و با استفاده از تجهیزات و تسهیلات، همان برنامه های آموزشی را تولید و پخش کردند و برای نمونه در انگلستان، بی بی سی در عین آنکه مشغول تولید و پخش برنامه های اطلاعاتی، آموزشی و سرگرم کننده بودن، در این سازمان بخش خصوصی برای برنامه های درسی بوجود

آمد تا برنامه هایی برای بهبودی کیفیت دروس و به عنوان مکمل درس مداس کشور تولید و پخش کند. بی بی سی و بعد ها شرکتهای اتحادیه تلویزیونی مستقل، با استفاده از راهنمایی متخصصان تلویزیونی و کارشناسان آموزش و پرورش، برنامه هایی ساختند که بسیاری از آنها کیفیت بسیار خوبی داشتند. با وجود این، در انگلیس نیز که شیوه بر خورد تلویزیونی داشتند و تولید متمرکز بود، تلویزیونی داشتند و تولید متمرکز بود، تلویزیون آموزشی به علل گوناگون، مانند آمریکا موفقیت آمیز نبود.

یکی از دلایل این ناکامی، بی ارتباط بودن برنامه های تلویزیون آموزشی با برنامه های درسی ادارات محلی آموزش و پرورش بود. تا سال 1964، نیاز به وجود نظام هایی زیر نظر هر محل احساس شد. بدین ترتیب که از وجود معلمان مدرسه برای تولید و عرضه و کاربرد برنامه ها به شکل موثرتری استفاده شود. همچنین برای رفع مشکلات ناشی از انعطاف ناپذیر بودن جداول پخش و برنامه های سنگین مدارس متوسطه، کارگزاران محلی کانال های بیشتری را به پخش برنامه های آموزشی اختصاص دادند. با این حال مشکل محدودیت منابع و کمبود نیروی انسانی آزموده که در نخستین مراحل گریبانگیر آمریکائیان بود، مقام های انگلیسی را وادار به تولید برنامه های متکی بر معلم و کمک گرفتن از مواد گرافیکی برای کارکنان تولید کرد که البته تعدادشان محدود بود.

در کشور های دیگر نیز همین برنامه ها متداول بود. با این تفاوت که تجربه های این کشورها اکثرا از ویژگی های فرهنگی، طبیعی و سیاسی خاص منطقه شان نشات می گرفت.

برای نمونه فقدان معلم با تجربه و نیز بالا بودن میزان بیسوادی مردم، باعث کشف شیوه آموزش از راه دور در ایتالیا شد و یا دوری از موسسات آموزشی و پراکندگی جغرافیایی در ژاپن، موجب تاسیس دبیرستان مکاتبه ای آن. اچ. کی شد. تنوع اصطلاحاتی که برای اطلاق به تلویزیون آموزشی به کار رفته، گویای موارد استفاده خاصی است که از این رسانه در کشورهای مختلف و حتی در یک کشور واحد می شود

برای این برنامه ها، هدف های درسی مرحله ای و متناسب با رشد و پیشرفت تحصیلی یادگیرنده در نظر گرفته شد. از تلویزیون درسی در بسیاری از دروس و به صورت تدریس مستقیم استفاده می شد. خواه به عنوان جانشین درس یا مکمل آن.

با انتشار گزارش کمیسیون کارنگی در مورد تلویزیون آموزشی، از قوت کلمه آموزشی کاسته شد و به تدریج تلویزیون عمومی جای آن را گرفت.

سازمان هایی که عنوان آموزشی را یدک می کشیدند ، به تلویزیون عمومی تغییر نام دادند . که کارکردهای آن عبارت از امور عمومی ، فرهنگ و آموزش (پیش از مدرسه ،مدرسه و بعد از مدرسه) بود .یکی از نتایج این تغییر نام و کارکرد این بود که تلویزیون آموزشی متوجه عموم شد تا مدارس .

ایران نیز در تداوم فعالیت های محدود خود در زمینه استفاده از تلویزیون آموزشی ، به اقدامات و برنامه ریزی های جدیدی دست زده است.

مرکز پژوهش امور هنری و نمونه سازی آموزش و پرورش که همزمان با راه اندازی تلویزیون آموزشی ، در وزارت آموزش و پرورش شروع به فعالیت کرده بود ، پیش از پیروزی انقلاب به طور پراکنده در تهیه فیلم های آموزشی و فرهنگی ، با استفاده از استودیوی ضبط سیاه و سفید داخلی فعالیت داشت . این نهاد آموزشی در سال های آغازین انقلاب ، در اثر خرابی و از کار افتادن دستگاه های فنی ، کارائی اولیه خود را نیز از دست داده بود، تا اینکه در اواخر 1365 با دریافت یک سلسله وسایل و امکانات ، از جمله استودیوی ضبط رنگی (به عنوان هدیه فرهنگی از کشور ژاپن) برنامه ریزی جدیدی را آغاز کرد .

امروزه برنامه های آموزشی رسمی تلویزیون در آمریکا را برنامه های درسی و برنامه های غیر رسمی تلویزیون را برنامه های آموزشی یا حتی برنامه های عمومی می خوانند .

در ژاپن نیز تنها سازمان رادیو - تلویزیون سراسری و غیر انتفاعی کشور یعنی ان .اچ.کی ،تاکید بر اجرای هر چه بهتر و پر بارتر برنامه های آموزشی و فرهنگی گذاشته است . برنامه های آموزشی و فرهنگی این سازمان ، شامل انواع برنامه های درسی خاص مدارس ، برای دستیابی به نتایج آموزش مستقیم ، برنامه های ویژه برای معلولان ، تدریس زبان های خارجی ، آموزش خردسالان ،آموزش انواع مهارت ها و برنامه های فرهنگی و علمی برای عموم مردم است .

تاکید بر مضمون فرهنگی آموزش ، نتیجه تغییر نگرش نسبت به مساله آموزش است که حیات فرد را به طور کلی ، یک فرایند مداوم یادگیری می داند . این نگرش ، در شیوه بر خورد به برنامه های آموزش رادیو و تلویزیون نیز تاثیر داشته است که خود احتمالاً باعث دشواری تعریف چنین برنامه های شده است : "همه برنامه های رادیو و تلویزیون عملاً توان آموزشی دارند ؛ زیرا حاوی پیام هایی با بار فرهنگی

به معنای وسیع کلمه هستند؛ "وانگهی سیر پیشرفت تکنولوژی این دو رسانه و رسانه های خویشاوند آن نیز موجب گسترش برد و تنوع کارکرد آنها شده است .

بنابر این ، اشتباه خواهد بود اگر امروز تعریف تلویزیون آموزشی را منحصر به آن دسته از برنامه های تلویزیونی کنیم که در قالب نظام آموزش رسمی می گنجد و بس . ممکن است برنامه ای به صورت تدریس مستقیم باشد و در وضعیتی رسمی نظیر کلاس درس یا در وضعیتی غیر رسمی برای نمونه در خانه پخش شود . همچنین ممکن است برنامه ای به صورت آموزش غیر مستقیم باشد و در وضعیتی رسمی پخش شود که هدف از آن ، کمک به امر تدریس معلمان و تسهیل روند یادگیری است . بنابراین ، فعالیت های آموزشی درسی تلویزیون را می توان شامل برنامه هایی دانست که اولاً هدف آن ها آموزش مستقیم یا غیر مستقیم باشد ؛ ثانیاً این آموزش ها هم به شکل رسمی و هم غیر رسمی انجام گیرد

افزون بر این ها یو نسکو چهار ویژگی عمده نیز برای برنامه های آموزشی رادیو و تلویزیون قائل شده است که عبارتند از:

- 1- برنامه ها به صورت مجموعه متوالی است تا به یادگیری تزایدی کمک کند.
- 2- طراحی و برنامه ریزی آن ها مشخصاً با کمک مشاوران آموزشی صورت می گیرد.
- 3- این برنامه معمولاً با دیگر انواع مواد آموزشی همچون متون درسی و راهنمای مطالعاتی همراه است.
- 4- استفاده از این برنامه ها توسط معلم و شاگرد به نوعی مورد ارزیابی قرار می گیرد.

بدین ترتیب ، رادیو - تلویزیون ، به شکل گسترده ای عموم مردم و سراسر زندگی آن ها را در بر می گیرد . رادیو و تلویزیون می تواند در کنار برنامه های درسی ، برنامه هایی نیز برای ارتقای سطح دانستنی ها و معلومات عموم و اعتلای سطح دانش فنی و مهارت قشرهای معینی از جامعه و تشویق ذوق هنری آن ها تهیه و پخش کند که همان نقش و رسالت فرهنگی این دو رسانه است . رادیو - تلویزیون آموزشی ، امروزه شامل هر دو بخش درسی و فرهنگی است ؛ عموم مردم را چه در قالب برنامه های درسی و چه به صورت برنامه های سرگرم کننده در نظر دارد و آموزش میدهد و به اعتبار همین هدف اصلی اش ، از رادیو و تلویزیون تجاری متمایز می شود . مارشال مک لوهان در مورد تلویزیون آموزشی چنین می گوید : " اهمیت نقش آموزشی تلویزیون ، هنگامی آشکار می شود که می بینیم کودکی سه ساله میتواند در کنار پدر و پدر بزرگش ، کنفرانس مطبوعاتی رئیس جمهور را به آسانی تماشا کند

از آنجا که تصاویر تلویزیونی ، مشارکت فراوانی را می طلبد ، می تواند نقش چشمگیری در امر آموزش داشته باشد . این احتمال وجود دارد که در آینده ای نه چندان دور ، هر کلاس درسی مجهز به یک دستگاه تلویزیون شود . اگر چه در پاره ای موارد چنین اتفاقی افتاده است و تلویزیون توانسته است تخیلات و ذهنیت ما و حتی سلیقه های ما را دگرگون کند . این تغییرات ، تنها به حوزه آموزش محدود نیست ، بلکه بر خط تولید اتومبیل ها نیز تاثیر دارد . در واقع ، پس از اختراع تلویزیون ، دیگر یادگیری زبان کسی تنها به کتاب آموزش زبان بسنده نمی کند ؛ بلکه همگان بر این باورند که باید زبان را شنید و حرف زد و این باور نوین است که سبب پیدایی سریع برنامه های مختلف با اسلوب های جدید شده است

بنابراین ، استفاده از رادیو - تلویزیون در امر آموزش ، در هر جامعه ای به دلیل تفاوت های فرهنگی اقتصادی و اجتماعی مستلزم پژوهش های بنیادی و اجرای برنامه های خاصی است . زیرا امکانات و نوآوری های تکنولوژیک ، تنها هنگامی می تواند در یک نظام آموزشی موثر واقع شود که پاسخگوی نیازهای واقعی آن جامعه باشد

بدین ترتیب ، می توان نقش رادیو و تلویزیون را در امر آموزش به گونه زیر خلاصه کرد:

1- رادیو و تلویزیون می تواند دنیای خارج را به داخل کلاس آورده و علایق دانش آموزان را برای یادگیری برانگیزد و قدرت تصور آنان را تحریک کند.

2- رادیو - تلویزیون میتواند برای تسهیل امر یادگیری ، با توجه به مشخص بودن هر برنامه ، اطلاعات کلی و موجزی را درباره آن ها به دست دهد.

3- تلویزیون می تواند زندگی روزانه کودکان را به صورت نمایشی در آورد که در آن کودکان بتوانند درباره رویداد های روزانه شان به بحث بپردازند.

4- رادیو و تلویزیون می تواند با تهیه برنامه های آموزشی ، مواد درسی خود را با برنامه های مدارس تطبیق دهد و همکاری مدیران و معلمان را جلب کند و ضمناً توضیح دهد که رادیو و تلویزیون ، یک وسیله کمک آموزشی است و به هیچ وجه قصد خارج کردن معلمان را از صحنه ندارد.

5- رادیو و تلویزیون برخلاف مدرسه که تنها می تواند قشر خاصی از انسان ها را آن هم به تعداد اندک و در زمان و ساعاتی محدود ، زیر پوشش خود بگیرد ، همه انسان ها را در تمامی ساعات شبانه روز در اختیار خویش داشته باشد.

6-رادیو و تلویزیون برخلاف مدرسه که صرفاً سال‌های محدودی از حیات فرد را در بر می‌گیرد، تمامی عمر افراد را تحت پوشش آموزشی خود قرار می‌دهد.

منبع:

دادگران ، محمد ؛ مبانی ارتباطات جمعی

صفوی ، امان الله ؛ فنون تدریس

منابع:

سارو خانی ، باقر ؛ جامعه شناسی ارتباطات ؛ تهران : اطلاعات ، 1386

فرهنگی ، علی اکبر ؛ ارتباطات انسانی ؛ تهران : رسا ، 1374

محسنیان راد ، مهدی ؛ ارتباط شناسی ؛ تهران : سروش ، 1369

کازنو ، ژان ؛ جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی ؛ تهران : اطلاعات ، 1367

دادگران ، محمد ؛ مبانی ارتباطات جمعی ؛ تهران : فیروزه ، 1374

معتد نژاد ، کاظم ؛ وسایل ارتباط جمعی ؛ تهران : دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی