

نقش تکنولوژی ارتباطات در تغییر الگوی رفتاری

بخش دوم :

تأثیر تکنولوژی ارتباطات در توسعه اجتماعی :

بسیاری از صاحب نظران بر این باورند که از هنگام اجتماعی شدن بشر مهمترین عامل در رشد و شکوفایی تمدن ها و شکل گیری جوامع پویا و پیشگام در نوآوری ها ، ابداعات و اختراعات ، بهره گیری از دانش های بشری از طریق ارتباطات انسانی بوده است .

با مطالعه تاریخچه علوم و فنون یافت شده جوامع به خوبی در می یابیم که هیچ ابداع و اختراعی خلق الساعه به ذهن مبتکرین و مخترعین رسوخ نکرده بلکه مرادوات و دریافت اطلاعات و تجربیات از جهان پیرامون موجب شکل گیری یک ایده و تبدیل شدن به یک دست آورد گردیده ، بدیهی است این ره آوردهای بشر در نتیجه توسعه ارتباطات انسانی و تعامل دو سویه بوده است .

امروزه با گسترش وسایل ارتباط جمعی بسیاری معتقدند با ابزار های متنوع رسانه ای می توان همه چیز را از همین طریق دریافت کرد و دیگر نیازی به ارتباطات به شکل اولیه (رودررو) نیست، اما سوال اینجاست که چگونه باید از رسانه ها بهره برد.

آموزش و یاد گیری سواد رسانه ای، باعث بالا رفتن سرعت توسعه اجتماعی در جامعه می شود. داشتن این مهارت برای تمامی شهروندان و افراد یک جامعه لازم و ضروری است. بنابراین همه افراد باید تمهیداتی بیاندیشند تا از طریق بالا بردن سطح سواد رسانه ای خود، دانش و مهارت لازم برای تعامل در محیط کنونی ارتباطات انسانی را کسب کنند .

تاریخچه پیدایش سواد رسانه ای به سال 1965 باز می گردد. "مارشال مک لوهان"، اولین بار در کتاب خود تحت عنوان (برای درک رسانه) واژه "توسعه ابعاد وجودی انسان" را به کار برده است. "مک لوهان" معتقد بود: "زمانی که دهکده جهانی فرا رسد، باید انسان ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه ای دست یابند". از لحاظ نظری نیز، افراد باسواد رسانه ای، در برابر اطلاعات رسانه ای، آسیب پذیری کمتری دارند. زیرا پیامهایی را که به منظور تأثیرگذاری بر آنها طراحی و ارسال می شود - در سطوح مختلف- مورد شناسایی قرار می دهند. با آگاهی یافتن نسبت به چگونگی ایجاد اطلاعات توسط رسانه ها و خصوصاً اینترنت، حتی کودکان نیز قادر خواهند بود، در دنیایشان خودمختاری بیشتری داشته باشند. به علاوه معلمان و استادانی که مهارت های سواد رسانه ای را کسب می کنند، می توانند به اشاعه دهندگان اطلاعاتی تأثیرگذارتری تبدیل شوند و فاصله ی میان برنامه های آموزشی و برنامه های اجتماعی را از میان بردارند. و نهایتاً به مصرف کنندگان و مخاطبان منتقد و تیزبین تری تبدیل شوند.

تا قبل از رنسانس در غرب مبنای قدرت، قهر و سلطه بود و هرکس زورش بیشتر، قدرتش نیز بیشتر بود. پس از آن مبنای قدرت زمین شد و شاهد بروز فئودالیسم بودیم، ولی در پی انقلاب صنعتی اول و دوم در قرون ۱۸ و ۱۹ مبنای قدرت از زمین به ابزار تولید و سرمایه منتقل شد و تا سال های پس از جنگ دوم، ابزار تولید و جنگ افزارهای نظامی مبنای قدرت را تشکیل می دادند و جنگ سرد آمریکا و شوروی نیز بر سر این دو موضوع بود، اما از اواخر دهه ۷۰ میلادی و با ظهور اینترنت های اولیه و انقلاب در فناوری اطلاعات و ارتباطات صحنه جهانی تغییراتی بزرگی را شاهد بود و مقوله ای به نام رسانه وارد معادلات قدرت شد.

امروزه دایره وسایل ارتباط جمعی آنچنان در حال گسترش است که به جرأت می توان گفت هر روز تحولی جدید در فرآیند ارتباطات از طریق وسایل متنوع ارتباط جمعی مشاهده می شود. فراوانی جمعیت، تمرکز گروه های وسیع انسانی در شهرهای بزرگ، شرایط خاص تمدن صنعتی و پیچیدگی وضع زندگی اجتماعی، وابستگی ها و همبستگی های ملی و بین المللی، ناامنی و بحران ها، تحول نظام های سیاسی و اجتماعی، دگرگونی مبانی فرهنگی، ترک سنت های قدیمی و مخصوصاً بیداری وجدان اجتماعی همه از جمله عواملی هستند که روز به روز نیاز انسان را به آگاهی از تمام حوادث و وقایع جاری محیط زندگی بیشتر می کند، تا جایی که پیشرفت وسایل ارتباط جمعی و توسعه اقتصادی و اجتماعی و تحکیم مبانی دموکراسی و تفاهم بین المللی لازم و ملزوم یکدیگر شده اند.

در این جوامع افراد کوشش می کنند همیشه در جریان همه امور و مسائل اجتماعی قرار داشته باشند تا بتوانند به طور مستقیم یا غیرمستقیم نقش خاص خویش را در زندگی گروهی ایفا کنند. به همین جهت آگاهی اجتماعی از مهم ترین ویژگی های زمان معاصر به شمار می رود و همین آگاهی است که انسان را به زندگی فردی و جمعی علاقه مند می سازد و توجه او را به مسوولیت های وی جلب می کند. به این ترتیب در جامعه امروز یک فرد تنها موقعی می تواند بهترین و مطمئن ترین امکانات و وسایل زندگی را برای زندگی گروهی به دست آورد که دارای معلومات و اطلاعات کافی، خط مشی های صحیح و افکار و عقاید سالم باشد و این امر با استفاده از وسایل ارتباط جمعی، روزنامه ها، نشریات، کتب، سایت های اطلاعاتی و در یک کلام اطلاعات قابل دسترسی است.

امروزه توجه صاحبان سرمایه نیز به سمت رسانه ها جلب شده است، چرا که از این طریق با تسلط بر اذهان عمومی می توانند بازاری مناسب برای محصولات خود ایجاد کنند. در گذشته هر آنچه را که تولید کنندگان عرضه می کردند فروخته می شد، اما با افزایش تولید کنندگان، بازار به سمت رقابتی شدن پیش رفت و در این حالت رسانه ها به عنوان ابزاری برای معرفی محصولات تولید شده به کار گرفته شدند و بدین ترتیب تبلیغات به عنوان یک حرفه و یک پل ارتباطی بین رسانه و اقتصاد معرفی شد.

اکولوژی رسانه :

اکولوژی رسانه به منزله مطالعه رسانه به عنوان محیط است که در بر گیرنده ساختار آن، محتوای آن و تاثیر آن بر مردم می باشد .

اکولوژی بودن یک رسانه با سه شاخص تکنولوژی در دسترس ، محتوا و مندرجات رسانه و موقعیت اجتماعی رسانه تعریف می شود.

چهار دوره اکولوژی رسانه :

1- عصر ظهور فناوری ارتباطی

2 - عصر رسانه های دیداری- شنیداری

3- عصر چند رسانه ای ها

4 - دوره فرا رسانه

به دلیل اینکه عصر حاضر مربوط به دو دوره آخر است در این مقاله تمرکز خود را بر روی بررسی این دو محور اختصاص می دهیم.

عصر چند رسانه ای ها (1873 تا 1991):

بافزایش 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 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 زمان و مکان، این امکان فراهم شده بود که صدای انسان دیگری را که کیلومترها فاصله داشت را شنید. هر چند تلفن در بالا رفتن سرعت ارتباطات تاثیر به سزایی داشت اما به دلیل استفاده ازسیم، 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 توسط ما 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 می توانست، پیام مشابهی را برای میلیون ها نفر به طور همزمان پخش کند، موجب همگون سازی مخاطبان و ایجاد مخاطبان یکسان شد و اغلب توسط دولت ها اداره می شد. رواج تلویزیون در سه دهه پس از جنگ جهانی دوم، به قول مک لوهان دنیای جدیدی از ارتباطات را موجب شد. البته گسترش این رسانه جدید، به معنای از میان رفتن دیگر رسانه ها نبود.

عصر فرا رسانه :

حال انسان برای حفظ اطلاعات، باید وسیله ای را در اختیار داشته باشد تا اطلاعات به دست آمده را انباشته کند. در ابتدا انسان برای نگهداری اطلاعات، از مغز خوداستفاده می کرد، کندن تصویر بر روی سنگ را نیز می توان از وسایل اولیه انباشت اطلاعات در گذشته های دور دانست، اختراع حروف الفبا و استفاده از چرم به جای لوح های گلی و پیدایش کاغذ و اختراع چاپ و در سال ها بعد، پیدایش عکس، فیلم، ضبط صوت و نوار کاست و ظهور کامپیوترهای که می تواند، 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 دهه های اخیر، مهم ترین 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 شبکه ها و رسانه ها که کارشان جا به جا کردن دانایی و عناصر تشکیل دهنده آن، یعنی داده و اطلاعات است، به همان اندازه شگفت انگیز است که ابزارهای جمع آوری و انباشت و طبقه بندی اطلاعات.

در حقیقت این دو فراگرد، جدا از یکدیگر نیست، چرا که انباشت اطلاعات، تراکم تجربه و دانش ، آن چیزی است که افراد، نسل ها و ملت ها در سراسر تاریخ، برای آیندگانشان به میراث گذاشته اند.

اکنون ما قادریم با ثبت و ضبط کردن، اطلاعات را برای آینده نزدیک و دور نگه داریم و از ترکیب تکنولوژی های 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 نماییم و اطلاعات گوناگون رابه صوت و تصویری از طریق کابل های فیبر نوری، به مصرف کننده منتقل سازیم.

فیبرهای نوری بالاترین حجم اطلاعات را در کوتاه ترین زمان، در فواصل مختلف مبادله می کنند.

پس می توان گفت در دهه 1980، تکنولوژی های جدید، دنیای رسانه ها را با تغییر و تحول رو به رو کردند و با این دگرگونی، رسانه ها این توانایی را یافتند که اطلاعات را در سطح گسترده ای منتشر کنند و انفجاری در رابطه با کمیت اطلاعات ایجاد کنند؛ اما به علت از بین رفتن توده مردم، شمار مخاطبان رسانه ها در این دوره در حال محدود شدن است و انبوه مخاطبان به گروه های کوچک تر تبدیل شده اند.

ادامه دارد...

منابع :

- درک رسانه - مک لوهان، هربرت مارشال - ترجمه، سعید آذری - ناشر، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای

صدا و سیما - سال چاپ 1386

- وسایل ارتباط جمعی - معتمدنژاد، کاظم - ناشر، دانشگاه علامه طباطبایی - سال 1385

- جریان بین المللی اطلاعات - مولانا، حمید - ترجمه T یونس شکرخواه - ناشر: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها - سال ۱۳۷۱

- یک جهان، چند صدا، مک براید، شون - ترجمه ایرج یاد، انتشارات سروش - سال 1980

- جامعه شناسی نوین ارتباطات رسانه ها در جهان امروز ، دکتر باقر ساروخانی _ انتشارات اطلاعات - سال 1391