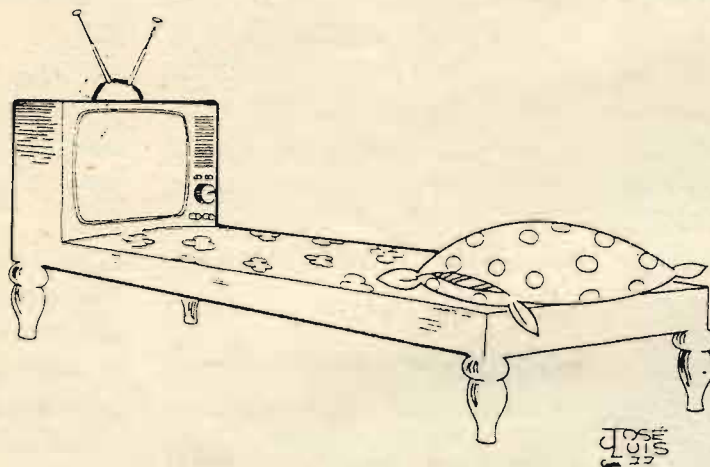


بحثی پیرامون ارتباطات

(رسانه‌های جمعی و اثرات روانی اجتماعی آنها در جامعه)

نوشته: افسانه توحیدی

عضو هیئت علمی بخش علوم تربیتی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه شهید باهنر کرمان



بحثی پیرامون ارتباطات و رسانه‌های جمعی

رایج‌ترین تعریفی که از ارتباط در اذهان افراد نقش می‌بندد، فرایند حمل و نقل و ارسال میان محلها و مردم است. اما مفهوم "ارتباط در جامعه" در درجه اول مستلزم تماس بین افراد است و در درجه دوم به منظور فرایند حمل و نقل بوسیله تسهیلات فنی و یا سایر واسطه‌های ارتباطی است. ارتباط یا پیوند و ربط به معنای تفاهم و اشتراک فکر، لازمه حیات روحی و جسمانی جوامع انسانی است. و یکی از ضرورتها و فرایندهای اصلی جوامع بشری محسوب می‌شود. علاوه بر این همواره نقش اساسی را در تحول روابط انسانی و تغییرات اجتماعی ایفا کرده است. تمدن چندین هزار ساله بشری بویژه جهش و پیشرفتهای عظیم در زمینه‌های مختلف بخصوص تکنولوژی ارتباطات، گواه بر این واقعیت است. در عصر کنونی، «عصر ارتباطات» کمتر مکانی را در روی زمین می‌توان یافت که رسانه‌های ارتباط جمعی^۱ به آنجا رسوخ نیافته باشد. امروزه در بسیاری از جوامع، افراد بخصوص نیروهای جوان همانطور که به مدرسه می‌روند، هر روز بیش از سه ساعت از وقت خود را صرف برنامه‌های مختلف رسانه‌ها بخصوص تلویزیون می‌نمایند. همین امر است که نه تنها اهمیت و نقش این رسانه‌ها را نشان می‌دهد بلکه نمایانگر شکل‌گیری

روابط جدید در جوامع است که تغییرات اساسی در زندگی انسانها و تفکر اجتماعی‌شان بوجود آورده است. بطور نمونه اخبار، اعم از محلی یا ملی با بین‌المللی از طریق رسانه‌های گروهی به گوش افراد جامعه می‌رسد، بطوریکه مردم روی اعتبار مطالب آن بیشتر از نقل و قول بین خود حساب می‌کنند.

بخش بزرگی از تحریکات و سرگرمیهای افراد از طریق رسانه‌های جمعی صورت می‌گیرد. رسانه‌ها وسیله‌ی توزیع اطلاعات و دادن آموزش، تحریکات سیاسی، فروش کالاهای تجاری، ابقا و نوآوری، حتی گفتن رویدادهای مهم و وضعیت هوا است و می‌توانند پیامی را بطور نامحدود تکثیر کنند و نقش زیادی را در تحولات فرهنگی و سیاسی که در سطح جهان اتفاق می‌افتد داشته باشند. رسانه‌ها امروزه بصورت ابزارهای ضبط و انتقال دانش و ارزشها و میراث فرهنگی گذشتگان در آمده‌اند و چنان این موارد را با سرعت و مهارت انجام می‌دهند که فواصل دور را نزدیک، دنیا را کوچک و حتی تبدیل به یک دهکده اطلاعاتی-ارتباطی کرده‌اند. (نمودار شماره ۱)

برخی از جامعه‌شناسان به اینگونه ارتباطات در ابعاد تاثیرگذاری در نظام ارزشی، اخلاقی و روانی، جوامع علاقمند هستند و پژوهشهای عظیمی را در این زمینه‌ها انجام می‌دهند. این نوشته سعی بر این دارد که

ارتباطات را در معنی وسیع کلمه، در رابطه با ملاکهای پیشرفت و توسعه، میزان بهره‌وری از رسانه‌های جمعی بخصوص تلویزیون بیان دارد. همچنین اهمیت برقراری ارتباط و مشکلات اجتماعی که رسانه‌ها به آن دامن زده‌اند و انعکاس دیدگاههای متفاوت جامعه‌شناسان را در مورد رسانه‌ها، تاثیرات آنها ارائه دهد و بخصوص در مورد اثر خشونت‌های تلویزیون در بچه‌ها و مورد سوء استفاده قرار دادن رسانه‌ها در جهان بعنوان ابزار تثبیت سلطه سیاسی و فرهنگی رانشان دهد و در نهایت یک جمع‌بندی از کل این مباحث را ارائه نماید.

نمودار شماره ۱: دهکده اطلاعاتی در رابطه با تکنولوژی ارتباطی مخابرات و رسانه‌های ارتباط جمعی اقتباس از پیام پست و مخابرات اربیهشت ۶۷، ویژه "روز جهانی پست" ملاک پیشرفت و توسعه

در دنیای ارتباطی کنونی، برای مقایسه بین جوامع مختلف معیارهای سنجش گوناگونی وجود دارد که براساس آنها می‌توان جوامع انسانی را طبقه‌بندی نمود. از جمله معیارهایی که مورد توافق مجامع ذیصلاح علمی قرار دارند عبارتند از: شاخصهایی نظیر میزان درآمد سرانه با ساختار توزیع درآمد، امید به زندگی (عمر متوسط)، ساختار جمعیتی، درصد

جمعیت شهری، درصد بیکاری، ساختار نیروی کار، مصرف سرانه انرژی ثبت نام در دبستانها، دبیرستانها، و دانشگاهها، شمار پزشکان و تختهای بیمارستانی برای هر ۱۰۰۰ نفر جمعیت، میانگین تعداد افراد ساکن در هر اطاق، نرخ رشد تولید ناخالص ملی، هزینه تحقیق و توسعه بعنوان درصدی از تولید ناخالص ملی، حجم بازرگانی بین‌المللی، نیروی انسانی که در رشته‌های علمی و فنی (تکنولوژیک) به کار اشتغال دارند، مجموع نیروی کار و میزان بیکارگیری تکنولوژی پیشرفته. در عصر ارتباطات علاوه بر شاخصهای ذکر شده میزان بهره‌گیری از رسانه‌های ارتباطی نظیر رادیو، تلویزیون، مطبوعات، سینما را می‌توان جزء دیگر معیارهای فطعی توسعه پذیرفت.

اصولاً سیستم‌های شبکه مخابراتی (نمودار شماره ۱) و رسانه‌های ارتباطی به منظور تحریک بخشیدن اقتصاد، گسترش، رفاه مردم و خدمات عمومی نظیر بیمارستان، پلیس، آتش‌نشانی صرفه‌جویی در انرژی بالاخص کاهش در نیاز عبور و مرور شهری یا بین شهری، رفع انزوای مناطق محروم و تامین نقطه نظرهای سیاسی بوجود آمده است. بنابراین در عصر حاضر بطور مسلم پیشرفت هر کشور در زمینه‌ی تکنولوژی ارتباطی به میزان بهره‌وری آنها از پیشرفت و رشد شبکه‌های ارتباطی و میزان بهره‌گیری آنها از رسانه‌ها به اطلاعات، دانش فنی و سخت افزار بستگی دارد که این عوامل همچون حلقه‌های یک زنجیر، بهم مرتبط محسوب می‌شوند. برای طراحی، ساخت، تأسیس، بهره‌برداری، نگهداری تکنولوژی ارتباطی سه عامل فوق‌الذکر ضروری می‌باشند. اطلاعات، دانش فنی و سخت افزار، اطلاعات به تمامی داده‌هایی اطلاق می‌شود که در طرحها، مختصات روشها فراگردهای ساخت بهره‌برداری، نگهداری و اداره تکنولوژی بکار می‌رود. دانش فنی به شناخت مسائل فنی و یافتن راههایی برای استفاده از اطلاعات اطلاق می‌شود و به کلام دیگر، دانش فنی با تلفیق اطلاعات، ابزار، راه‌حلهای فنی را می‌یابد. سخت افزار به تجلی فیزیکی ابزار، وسیله مواد یا سیستمی گفته می‌شود که برای تولید کالا یا خدماتی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

میزان بهره‌وری کشورها از رسانه‌های ارتباطی:

کشورها را جهت به‌رهمندی از اطلاعات، دانش فنی و سخت‌افزار به سه گروه عمده می‌توان تقسیم کرد: نخست کشورهای صنعتی پیشرفته که برای جمع‌آوری، پردازش، انباشت و توزیع اطلاعات تکنولوژیک دارای سیاستهای مدرن اطلاعاتی و تسهیلات نهادی هستند. گروه دوم کشورهایی که در برخی از بخشهای صنعتی خود دارای تسهیلات و مرکز اطلاعات هستند، ولی فاقد شبکه اطلاعات تکنولوژیک هستند و بعلاوه سیاست مدرنی هم در مورد اطلاعات ندارند و گروه سوم کشورهایی هستند که نه سیاست اطلاعاتی دارند نه تسهیلات و نه مراکز

اطلاعات صنعتی و تکنولوژیک. با نگاهی به جدول ۱ و ۲ و با استناد به سه عامل اطلاعات، دانش فنی و سخت افزار می‌توان ملاحظه کرد، که کشورهای جهان سوم و در حال توسعه بیشتر متعلق به گروه سوم هستند و یکی از تنگناهای توسعه صنعتی در این کشورها به همین دلیل است. هر کشور بنا به ظرفیت تکنولوژیک که دارد می‌تواند از تکنولوژی ارتباطی به‌رهمند شود. ظرفیت تکنولوژیک، عبارت است از: انباشت دانش و فن دربارہ تبدیل منابع به کالاها و خدمات و امکان استفاده مناسب از طراحیهای بعمل آمده و بعلاوه توانایی کاربرد این دانش در تولیدات صنعتی. در واقع پیشرفت تکنولوژی ارتباطی در حوزه‌های فنی و مدیریت و تولید و پخش مستلزم سرمایه‌گذاری در مراکز پژوهش و توسعه، مراکز پرورش انسانی ماهر و متخصص، ابزار اطلاعاتی و ابزار سازمانی مناسب است. اما پراستی چرا ارتباط اینهمه مهم است و به آن تکیه می‌شود؟

جدول شماره ۱: میزان بهره‌وری کشورها از رسانه‌های ارتباطی در رابطه با جمعیت اقتباس از بیک صدا و سیما، مرداد ۶۷، ص ۲۳.

«رسانه‌ها امروزه بصورت ابزارهای ضبط و انتقال دانش و ارزشها و میراث فرهنگی گذشتگان درآمده‌اند و چنان این موارد را با سرعت و مهارت انجام میدهند که فواصل دور را نزدیک، دنیا را کوچک و حتی تبدیل به یک دهکده اطلاعاتی - ارتباطی کرده‌اند.»

جدول شماره ۲: میزان بهره‌وری از رسانه‌های ارتباطی در رابطه با سهم هر هزار نفر گیرنده و فرستنده. اقتباس از بیک صدا و سیما، مرداد ۶۷، ص ۲۴.

اهمیت برقراری ارتباط "ارتباط" در لغت عربی به معنی پیوندادن، ربط دادن و در انگلیسی تقریباً به همان معنا و همچنین به معنای تفاهم و اشتراک فکر از نظر انسانی ترجمه شده است. ارتباط، لازمه حیات روحی و جسمانی جوامع انسانی است. بطور نمونه دو دختر کوچک چهار ساله و هشت ساله در جنگلهای هند پیدا شدند که نمونه‌هایی از کودکان وحشی هستند که در آغوش چند گرگ بزرگ شده بودند. مثل آنها شیر می‌خوردند و برای خود غذا تهیه می‌کردند. بعد از پیدایش، این بچه‌ها تحت مراقبت و تربیت قرار گرفتند. اما بدون اینکه تربیت شوند از دنیا رفتند. این دو کودک قادر به حرف زدن نبودند و خصوصیات ظاهری‌شان بیشتر شبیه گرگ بود و آثار کمی از خوی انسانی در آنها دیده می‌شد. برای چنین کودکانی اجتماع انسانی کاملاً بیگانه است و نمی‌توانند به آن خو بگیرند و به

سختی قابل تربیت هستند. بنابراین مطمئناً اگر افراد بخواهند در جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند شریک باشند باید با آحاد آن جامعه ارتباط برقرار کنند. قسمت عمده برقراری ارتباط اشخاص با هم از طریق ارتباط گفتاری صورت می‌پذیرد. بطور مثال اگر در اتوبوس مسافرت کنند و یا در صف بلیط مسافه فوتبال بایستند و یا در رستوران غذا بخورند به احتمال قوی به صحبت می‌پردازند و بدینوسیله اطلاعات با عقایدشان را ردوبدل می‌کنند. اخبار و تفاسیر مورد بحث و نقطه نظرات مخالف به مجادله گذارده خواهد شد.

ارتباطات، رسانه‌های ارتباط جمعی و فرهنگ^۲ برخلاف تصور اکثر مردم ارتباطات انسانی بهیچ وجه منحصر به چهره آنها با یکدیگر نیست. از ۲۰۰ سال گذشته تاکنون، هنر ارتباط جمعی بصورت یک واقعیت غالب جامعه کنونی در آمده است و دو مسئله عمده، رشد عظیم ارتباطات را به جلو انداخته است: الف: توانایی بشر در خلاقیت، منتهی به پیشرفتهایی در چاپ، ارتباطات راه دور، عکاسی، رادیو، تلویزیون سینما و کامپیوتر شده است.

ب: سرعت باعث تحول و انتشار و دریافت ارتباطات شده است بطوریکه اخبار از جنبه‌ی محلی در آمده و جنبه ملی پیدا کرده، که خود بیشتر مواقع تحت‌الشعاع اخبار بین‌المللی است.

وسایل ارتباط جمعی، ادبیات، موسیقی، تئاتر، و هنر را در دسترس تعداد زیادی از مردم قرار داده است و یک نوع فرهنگ جدیدی را بوجود آورده است که حول محور سرگرم‌سازی توده دور میزند و بر پایه یک صنعت عظیم اقتصادی بنا شده است.

در خیلی از کشورهای عقب افتاده جهان سرم فرهنگ جدید باالفاء فرهنگی دولتهای صاحب صنعت پیشرفته تکنولوژی ارتباطات، همراه است و کشورها را در معرض تهاجم فرهنگی قرار می‌دهند. محصولات این فرهنگ جدید همگانی با سایر فعالیتهای فرهنگی، رقابت و حتی گاهی برخورد پیدا می‌کند که آنها را تهدید می‌نماید. دو محصول عمده فرهنگ همگانی: "فرهنگ رایج" و "فرهنگ سطحی" است. فرهنگ رایج توسط ورزش، موسیقی و بیشتر نمایشها و فیلمهای سینما و تلویزیون ارائه می‌گردد و سریعاً جای فرهنگ عامه‌ی جامعه‌ی روستایی را می‌گیرد. فرهنگ عامه^۳ از جامعه‌ی روستایی نشأت گرفته و بر روی موضوعاتی خاص و روشهای مشخص سنن محلی تکیه دارد. در مقابل، فرهنگ جدید به دلیل اینکه به منظور جذب سلیقه مخاطبین زیاد و همفکر، تولید می‌شود شدیداً یکنواخت است. مادامیکه فرهنگ جدید با فعالیتهای فرهنگی دیگر رقابت می‌کند پایه‌های مشارکت را در اجتماعات محلی یا قومی ضعیف می‌کند و به همین دلیل تعارض بین فرهنگ هویت اجتماعی فرهنگی و قومی‌شان ایجاد می‌شود و در آن سخت به بیدار شدن افراد در علاقه به تمایز لباس، رقص فولکور و موسیقی محلی

ختم می‌شود
اطلاعات
زندگی
طریق
سرگرم
وسیع
تبلیغ
سرگرم
گذشته
شخص
امروزه
می‌کند
ولی در
یک بر
همزمان
نگاه
جامعه
ارتباط
که تو
تحت
طریق
دمکر
نظام
بوجود
به ظ
حمه
موس
یا
ریشه
انسان
هنر
یا
می
اکا
ع

فرهنگ
بود
شماره شانزدهم

پس برقراری ارتباط، دیگر منحصر به فرستادن ابلاغات نیست. صنعت مدرن ارتباطات در نحوه نگاشتن و نیز اثر می‌گذارد و دیدگاه‌های آنها را از طریق دسترسی به اطلاعات، آموزش و پرورش و برگزاری چه مثبت چه منفی دائماً تغییر می‌دهد و وسیع می‌سازد. رسانه‌های چاپی، انتشارات و تبلیغات همگی با اطلاع دادن، آموزش دادن و برقرارد کردن افراد جامعه سر و کار دارند. در قرن شانزدهم یک شخص ثروتمند با داشتن کتابخانه‌ی شخصی‌اش در واقع موفق به شمار میرفت، ولی امروزه کتابخانه عمومی خدمات رایگان را فراهم می‌کند. چهل سال پیش مردم به سینما هجوم می‌بردند، ولی در حال حاضر مردم بیشتر در خانه می‌نشینند و با برنامه‌ها که به میلیونها خانه راه پیدا کرده است همزمان تماشا می‌کنند.

نگاهی به دیدگاه‌های صاحب‌نظران جامعه‌شناسی ارتباطات

نظرات و اعتقادات متفاوتی در زمینه رسانه‌های ارتباطی وجود دارد. جامعه‌شناسان دو روش عمده را به‌توسط آنها رسانه‌های ارتباطی می‌توانند جامعه را تحت نفوذ خود در بیاورند از هم تمیز می‌دهند: از طرفین ایجاد یک نظام طبقاتی فرهنگی یا ایجاد یک دموکراسی فرهنگی رسانه‌های ارتباطی می‌توانند یک نظام طبقاتی فرهنگی^{۱۰} و یا دموکراسی فرهنگی^{۱۱} را بوجود آورند. یک نظام طبقاتی فرهنگی زمانی گرایش به ظهور دارد که رسانه‌ها از امتیازات آن طبقات حمایت کنند. نظیر حمایت از موسیقی کلاسیک یا موسیقی عامه‌پسند، تفسیرهای روشنفکرانه و عالمانه و باغمانه، نمایش فیلمهای مردم‌پسند که معمولاً ریشه‌های آن در مورد داستانهای زندگی و علائق انسانی است و یا نمایش فیلمهای کلاسیک و هنرمندانه و در نهایت حمایت از سلیقه‌های سطح بالا یا مبتذل سطح پایین. دموکراسی فرهنگی زمانی بروز می‌کند که نظریات اکثر مردم در رسانه‌ها منعکس و احتیاجات توده در مجراهای ارتباطی غالب باشد. البته همیشه تلاش شده است که نظام ارتباطات در اکثر جوامع با سلیقه اکثریت توده و بدون نادیده گرفتن علائق اقلیت منطبق باشد.

ناگفته نماند که خیلی از جامعه‌شناسان معتقدند که نظامهای ارتباطی در اکثر جوامع در گرومندیهای ذکر شده از نظر بهره‌مندی اطلاعات، دانش فنی و سخت افزار فاقد خط ارتباطی صحیح می‌باشند. بطوریکه رسانه‌ها، در این جوامع در فرهنگ سطح بالای هنر و تفکرات عالی تأثیر منفی می‌گذارند. رسانه‌ها همزمان که قابلیت دسترسی به ادبیات، موسیقی و هنر را افزایش می‌دهند در ضمن ریسک پایین آمدن استانداردها و معیارهای زیبایی‌شناسی و عقلایی را نیز به‌همراه دارند و برای اینکه در عین حال مخاطبین خود را راضی نگه دارند و گوی رقابت را ببرند تهیه‌کنندگان همواره در تلاشند به مردم آنچه را که

می‌خواهند بدهند نظیر برنامه‌های سرگرم‌کننده در مورد داستانهای زندگی، خاطرات، طلاق و شبیه به این موضوعات نه اینکه مخاطب را وادار به پذیرش ارزشهای والا بکنند، بلکه به منظور تطبیق دادن با احتیاجات و ظرفیتهای سطح پایین‌تر، ناچار فرهنگ رایج سطح بالا را تبدیل به فرهنگ پایین می‌کنند.

ملاحظه می‌شود که رسانه‌های ارتباطی بناچار نه تنها فرهنگ سطوح بالا را تنزل می‌دهند و آنها را به سطوح پایین‌تر هدایت می‌کنند بلکه پایه‌های استانداردها و معیارهای افراد تحصیلکرده را که بایستی منبع عمده حمایت خلاقیت‌های هنرمندانه و تلاشهای بهره‌ور باشند را نیز تضعیف می‌کنند. و علیرغم اینکه فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها از برنامه‌ها انتقاد می‌کنند، معه‌ذا خود آنها قشر وسیعی از تماشاچیان تلویزیون را تشکیل می‌دهند. اما بطور عموم آمارها نشان می‌دهند زمانیکه شخص روزنامه‌ای را یا برنامه تلویزیونی خاصی را انتخاب می‌کند این انتخاب او نشان دهنده نحوه طرز تفکر، علائق و مطالب در برگیرنده مورد علاقه او و از همه مهمتر نمایانگر طبقه اجتماعی^{۱۵} اوست.

آماری که در انگلیس در تاریخ ژوئیه ۱۹۷۴ تا دسامبر ۱۹۷۴ انجام شده است. نشان می‌دهد، که مطبوعات مشهور و رایج بیشتر بین خوانندگان شاغل و طبقات پایین رواج دارد و مطبوعات سطوح بالای اقتصادی و مالی بین خوانندگان شاغل سطوح علمی تخصصی یا اجتماعی رایج است. همچنین آمار در مورد برنامه‌های تلویزیونی نشان دهنده اینست که بیشتر برنامه‌های کمدی و سرگرم کننده توسط قشر شاغل متوسط به پایین تماشا می‌شود و برنامه‌های سنگین علمی یا اقتصادی را بینندگان سطوح بالاتر شغلی و دانشگاهی تماشا می‌کنند.

در هر صورت متأسفانه رسانه‌های ارتباطی برای اینکه مخاطبین خود را راضی نگه دارند و تا حدی دموکراسی فرهنگی را رعایت کنند، بناچار بر روی مسائل و علائق عاطفی و خانوادگی و سرگرمیهای مورد علاقه آنها دست می‌گذارند و برای جلب توجه بیشتر تصاویر زیادی را با آن همراه می‌کنند و حتی در بعضی از موارد نوعی عقیده قالبی^{۱۲} را در جامعه تقویت و یا رایج می‌کنند. بطور نمونه زن را در فیلمها قته‌گر، زیاده‌طلب، آشوبگر، ضعیف همیشه گریان و حقیر نشان داده و بیشتر نقشهای منفعل که بیشتر از طرف فرهنگ عامه قابل قبول و پذیرفته شده است به او واگذار می‌کنند و بدینصورت است که رسانه‌ها، فرهنگ جوامع را تقویت، تحت تأثیر و تغییر قرار می‌دهند.

در زیر نظریات جامعه‌شناسی نظیر چارلز هورتن کولی^{۱۳}، مارشال مک لوهان^{۱۴}، دیوید رابینز^{۱۵}، فریدماند تونیس^{۱۶}، پیتراج واکشل^{۱۷} و شرلی ویلیامز^{۱۸} مطرح می‌گردند.

نظریات چارلز هورتن کولی

یکی از اولین جامعه‌شناسان که اهمیت ارتباطات

را در جامعه ارج نهاد چارلز هورتن کولی بود. او افکار را متوجه "گروههای نخستین" و "گروههای ثانویه" کرد. در گروههای نخستین نظیر خانواده ارتباط بسیار نزدیکی بین اعضاء آن وجود دارد. "گروههای ثانویه" نظیر آشنایان اتفاقی که بندرت با یکدیگر ایجاد ارتباط می‌کنند و بنابراین نفوذ کمتری روی یکدیگر دارند. شکی نیست تعداد آشنایان نسبت به دوستان بیشتر هستند و دوستان بعلت برخورد زیاد شخصی رو در رو نفوذ بیشتری را اعمال می‌کنند. بنابراین از نقطه نظر ارتباطات و نفوذپذیری، دوستان در اعمال نظرها بیشتر دخیلند.

اما اکثر جامعه‌شناسانی که علاقمند به بررسی موضوع ارتباطات هستند ارتباطات را از نقطه نظر تأثیرات رسانه‌های ارتباطی بر روی افراد جوامع بررسی می‌کنند و بیشتر توجه آنان به نسبت وقت داده شده رسانه‌ها بخصوص تلویزیون به جنبه‌های مختلف زندگی اجتماعی (آموزش و پرورش، مذهب، برنامه‌های مستند واقعی) و الگوی عمومی برنامه‌های تولیدی پخش شده است، و در این خصوص صاحب نظریاتی می‌باشند و برای رسانه‌ها ویژگیهای مثبت و منفی قائل هستند که برتیب ارائه می‌شوند.

نظریات مارشال مک لوهان

نظرات و اعتقادات متفاوتی در زمینه رسانه‌های ارتباطی وجود دارد. از جمله نظرات مک لوهان قابل توجه است. مک لوهان ارتباط را مدار هستی اجتماع می‌داند. او تمدن بشر را به سه مرحله دوران تمدن باستانی بدون خط، دوران تمدن دارای خط یا بصری و دوران سوم مبتنی بر وسایل ارتباطی الکترونیکی نسبت می‌دهند. او دوره اول را قبیله اولیه انسانی می‌داند که در آن انسانها شفاهاً با هم ارتباط برقرار می‌کردند. دوره دوم را نقطه عطف در تاریخ ارتباطات جوامع انسانی بشمار می‌آورد که به موجب آن مطالب به نگارش در می‌آمدند و انسانها نیازمند تجمع برای کسب پیام و اندیشه نیستند. این دوره فردگرایی، انسان‌گرایی و اصالت انسانیت است، و دوران سوم که مبتنی بر وسایل ارتباطی الکترونیکی است یا نوعی بازگشت به دوران اول است.

«وسایل ارتباط جمعی، ادبیات، موسیقی، تأثر، و هنر را در دسترس تعداد زیادی از مردم قرار داده است و یک نوع فرهنگ جدیدی را بوجود آورده است که حول محور سرگرم‌سازی توده دور می‌زند و بر پایه یک صنعت عظیم اقتصادی بنا شده است.»

مک لوهان دوران دوم را همسوگیری ارتباط با سلطه کتاب می‌داند و آن را نامطلوب می‌پندارد و در عوض تلویزیون را دوران اوج فرهنگ شفاهی بشمار می‌آورد. او معتقد است که تلویزیون توازن سالم بین

حواص را بوجود می‌آورد. مشارکت جای عزلت و گوشه‌نشینی را می‌گیرد. اندیشه جهانی جایگزین ملی‌گرایی و ملی‌گرایی افراطی می‌شود. بنابراین بر طبق نظریه مک لوهان دنیای ارتباطات الکترونیک، دنیای رسانه‌ها، دنیای همگون شدن همراه با مشارکت، همدردی و عمق آگاهی است. و بشر می‌تواند نسبت به محیط خودش آگاه‌تر باشد و ارتباطات بیشتری نسبت به همدیگر و با محیطشان داشته باشند.

مک لوهان معتقد است که انسان در هر دوره تفاوت می‌زیسته و به قضایا و رویدادها بنحو مختلفی می‌نگریسته است. انسان با گذر کردن از دوران فرهنگی شفاهی و رسیدن به دوران همسوگیری ارتباط به تمام هنرها و علوم و ریاضیات و فیزیک و نقاشی و شعر حالت و شکل جدیدی می‌دهد. و بعد از آن با رسیدن به دوران سوم در کنار رادیو بعنوان یک وسیله ارتباطی گرم^{۳۳} وارد دنیای جدیدی می‌شود. اما با رسیدن تلویزیون وارد دنیای کاملاً متفاوت دیگری می‌شود. او تلویزیون را برای انسان یک وسیله ارتباطی سرد بشمار می‌آورد که بیننده برای درک آن باید با آن یکی می‌شد و از این طریق تمام خلاهای موجود را پر می‌کرد و در آن فرو می‌رفت. و بدین‌صورت است که در دیدگاه او ابزار الکترونیک جدید ارتباطات، بخصوص تلویزیون ظرفیتهای ادراکات^{۳۴} بشر را وسیع می‌کند و برخلاف ادراکات تحلیلی^{۳۵} و پراکنده‌ای که از رسانه‌های چاپی و خواندنی منتج می‌شود این ادوات الکترونیک روش جدیدی از ادراکات عقلی را میسر می‌کنند که مستقیماً درک شده و از طرفی زمینه را برای ادراکات همگانی فراهم می‌کنند. بعبارت دیگر زمینه اشتراک فکر را فراهم می‌کنند. خواننده مواد نوشتاری، موضوعات محدود اطلاعاتی را بترتیب لغت به لغت و جمله به جمله دریافت می‌کند. در حالیکه بیننده تلویزیون فوراً در معرض یکسری از اطلاعات سمعی و بصری قرار می‌گیرد. ولی خواننده قبل از آنکه معنی مطالب را درک کند باید قطعات جداگانه اطلاعاتی را جمع کند، تحلیل کند، جدا کند و نظم دهد، در صورتیکه بیننده تلویزیون فوراً در یک محیط کامل می‌تواند مشارکت داشته باشد. برای اینکه خواننده بتواند معانی و اهم مطالب را تحلیل کند بایستی از ادراکاتش فاصله بگیرد اما تلویزیون غرق شدن در مطلب را بجای جدا شدن درک و داشتن احساسات فعال را بجای گیرنده منفعل تشویق می‌کند و بیننده می‌تواند بجای جدا بودن از موقعیت، موقعیتی را که در آن مشارکت می‌کند تجربه کند.

مک لوهان روی مشارکت اجتماعی دوران تسلط وسایل الکترونیک تکیه می‌کند و بنظر او این تفاوتها در روش مشارکت رسانه‌ها پیامدهای حیاتی برای جامعه و فرهنگ دارد. او می‌گوید:

"در عصر الکترونیک در حالیکه سیستم عصبی مرکزی ما بطریق الکترونی این چنین با جهان بشریت مرتبط شده و جهان بشریت را بما مربوط کرده بناچار ما عمیقاً مسئول و شریک نتایج هر یک از اعمالمان

می‌شویم. آرزوی ما برای یکی شدن، همدردی و عمق آگاهی یکی از ضمانت طبیعی تکنولوژی الکترونیک است."

در دیدگاه مک لوهان تاکید روز افزون مشارکت در زمینه‌های مختلف از کلاس درس گرفته تا سیاست، همگی نشانه‌ی تولد و رشد فرهنگ جدیدی است که از رسانه‌ها منتج می‌شود. با اینهمه بشر جدید در بهترین وجه مندریبت عصر الکترونیک قلباً از آرامش بدور است. یک احساس گمشدگی و بی‌هدفی در اخلاق اجتماعی او وجود دارد. برای خیلی‌ها دنیای جدید تیره و تهدیدآمیز است. در بعضی قسمتهای جهان، تکنولوژی جدید صراحتاً به نفع روال طبیعی زندگی نفی شده است و در جای دیگر، بیگانگی بیشتر بطور غیر مستقیم در احساس ناتوانی و بی‌نظمی در نهاد^{۳۶} یاس بیان شده است.

نظریات دیوید رایزمن

نظریات جالب دیگر در زمینه‌ی ارتباطات، نظریات اندیشمند و جامعه‌شناس مشهور دیوید رایزمن است که با نظریات مک لوهان تفاوت است او عصر ارتباطات جمعی را عصر از خود بیگانگی می‌داند. او تاریخ اجتماعی بشر را به سه دوره تقسیم می‌کند. دوران اول دوره "انسان سنت راهبر"^{۳۷} است که هر نسل پیوند خود را با نسلهای پیشین از طریق اشتراک سنن باز می‌یابد. سنتها مقدس هستند و به همین واسطه وحدت و هویت اقوام انسانی حفظ می‌شود. دوره دوم "انسان دوران راهبر"^{۳۸} است که با کاهش اهمیت سنتها در هستی اجتماعی همراه است در این دوران فردگرایی و دکارت‌گرایی ظهور می‌کنند. در این دوره انسان مسئولیت سنگین عمل خویش را به عهده

«از طریق ایجاد یک نظام طبقاتی فرهنگی

یا ایجاد یک دمکراسی فرهنگی،

رسانه‌های ارتباطی می‌توانند یک نظام

طبقاتی و یا دمکراسی فرهنگی را بوجود

آورند.»

دارد. در هر قدم نگرانی، دلهره، تشویش و اضطراب از آینده نامعلوم را دارد. دوره سوم "انسان دگر راهبر"^{۳۹} یا دوره ظهور ارتباط جمعی است و پدیده‌هایی نظیر هدایت از راه دور،^{۴۰} بتوازه پرستی،^{۴۱} شیئی سروری،^{۴۲} و همراه با آنان پدیده از خود بیگانگی^{۴۳} است. در این دوران با استفاده از قدرت جادویی و افسانه‌ای ابزار ارتباطی موفق به کنترل افکار شده و باعث ظهور عصر مصرف‌گرایی، مصرف تظاهراتی و امحای حریم زندگی می‌شوند و اینکار را چنان ظریفانه و ماهره و با استفاده از تبلیغات فراآگاهی^{۴۴} و برجسته‌سازی آگهی‌های تجارتنی^{۴۵} و ارسال آنها در لابلای پیامهای مهم خبری انجام می‌دهند که باعث سوء استفاده از انسان و مسخ و بلع انسانها شده است و بعبارتی

افکار انسانها را شدیداً کنترل می‌کند.

دوران سوم از دیدگاه رایزمن، دوره ((انبوه، تنها))^{۴۶} و یا تهایی انسانهاست. با وجود دریایی از انسانها انسانها از هم دور و تنها هستند. این دوره (دیگرانی چند) و یا (صاحبان وسایل ارتباطی) الگوهای اجتماعی را می‌سازند و از طریق رسانه‌ها، الگوسازیها، بت‌سازیها، چهره‌سازیها، نیک و بد انکاری‌ها را اشاعه می‌دهند.

نظریات فردنیاند تونیس

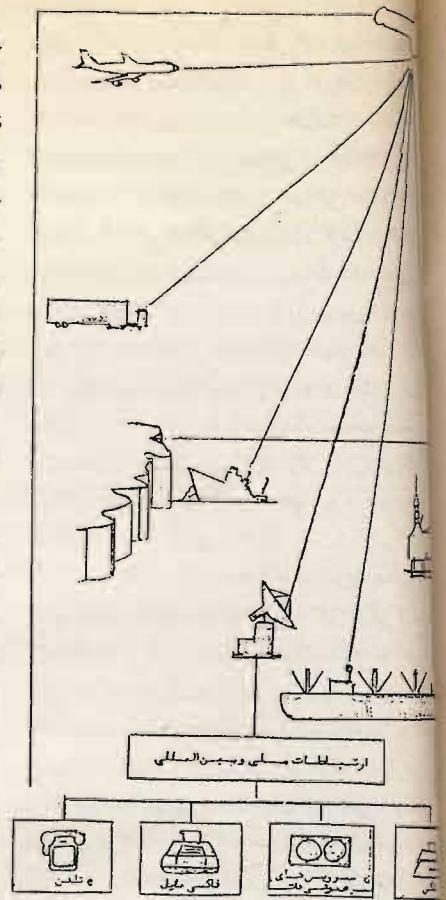
جامعه‌شناس دیگری که ارتباط را محور شناخت و ارزیابی جوامع می‌داند، تونیس است. جامعه‌ای که این دانشمند در عصر ارتباطات از آن صحبت می‌کند تراکم و تعدد و تکرر انسانها در فضاها محدود و روابطی صوری، قراردادی، سطحی که با تهایی انسان همراه است می‌باشد. انسانها تابعی از عقل‌گرایی، مصلحت‌اندیشی و حتی در معنایی مطلوبیت‌گرایی هستند. انسانها در کل یک ارگانیزم بهم پیوسته و فعال و کارا هستند. خودگرایی، خودخواهی، مدار اندیشه عمل را تشکیل می‌دهند و تمامی این شرایط با اینار و دیگر خواهی در تعارضند.

به نظر تونیس عصر جدید ارتباطات و جامعه صنعتی مقارن با پیدایش توده‌های عظیم با مصرف‌اندوه و تولید انبوه منتهی به امحای هویت فردی است. این توده‌های عظیم مردم از طریق وسایل سهمگین ارتباطات جمعی به شرطی کردن و به فرایند توده‌سازی و دستکاری آنها با استفاده از تبلیغات سیاسی و تجاری ختم می‌شوند تا به نتیجه مطلوب از قبل طراحی شده برسند.

نظریات پیتراج واگشل

واگشل سرپرست بخش علوم تربیتی دانشگاه ناشنال کالیفرنیا^{۴۷} هیچکدام از رسانه‌ها را مطلقاً رد یا قبول نکرده است و برای هر کدام فواید و مضراتی قائل است. او می‌گوید که بیشتر نظرات نویسندگان در مورد تاثیرات تلویزیون بدون شک صحت دارد و تاثیرات همه انواع ارتباطات الکترونیک گنج‌کننده است و حداقل یک قرن می‌خواهد تا آنکه جامعه‌شناسان و انسان‌شناسان زیرکی پیدا شوند و بتوانند بگویند که تمامی این تماشای تلویزیون و استفاده از کامپیوتر چه به روز جوامع آورده است. شکی نیست جامعه‌ایکه بیشترین زمان فعالیت بیداری افرادش نشستن در مقابل صفحه تلویزیون میگذرد توسط همین عامل باید تغییر کند. بخصوص زمانیکه این تکنولوژی در ۵۰ سال پیش بندرت اظهار وجود داشته است. علیرغم اعتقاد یا عدم اعتقاد به تاثیرات تلویزیون حضور خواهد داشت و این رسانه‌های ارتباطی وسائلی هستند که افراد جامعه را از جهان و آنچه که در آن می‌گذرد آگاه می‌سازند.

واگشل معتقد است که تمامی جنگ و جلها بر سر تلویزیون و آنچه که در جامعه انجام داده است، بی‌ربط است. در درجه اول امکان دادن جواب به



شماره ۱: دهکده اطلاعاتی در رابطه با تکنولوژی ارتباطی مخابرات و رسانه‌های ارتباط جمعی؛ اقتباس از پیام پست و مخابرات اردیبهشت ۶۷، ویژه روز جهانی پست.

چنین سنوآلهایی در دوران زندگی ما در توان ما نیست. و در درجه دوم افراد همچنان به تماشای تلویزیون بدون توجه به تاثیرات سهمگین آن ادامه خواهند داد. زمانیکه یک فرد حدود ۶-۴ ساعت از وقت هر روزهاش را به هیپنوتیزم شدن در جلوی تلویزیون می‌گذراند، نمی‌تواند خود را از تاثیرات آن در امان نگه دارد و به او تسلیم می‌شود تلویزیون برای او بصورت یک واقعیت، منبع عقیده‌ای، اطلاعاتی و ارزشی و عقلی در آمده است و در نتیجه موقعیتی برای کامل کردن خلاء این رسانه غالب وجود ندارد و این همان مفهوم از خود بیگانگی است.

بر طبق آمار، آمریکاییها بجز ساعات خواب وقت بیشتری را صرف تماشای تلویزیون بجای انجام هر کار دیگری می‌کنند با وجودیکه عادت تماشای تلویزیون در حال نوسان به بالا و پایین است، اما بطور ثابت هر فرد از اوایل دهه ۱۹۶۰ تاکنون بطور متوسط در هر روز (۳۶۵ روز در سال) حدوداً ۴ تا ۶ ساعت را صرف تماشای تلویزیون کرده و همزمان عادت به مطالعه که خود به نسبت موضوع و علاقه و مطلب مورد مطالعه در حال نوسان به بالا و پایین بوده توانسته به همان سرعت اعتیاد به تماشای ویدیو و تلویزیون، پیش برود.

واگشل نظریاتی را از قول سایر نویسندگان که غلبه قابل توجه تلویزیون را در زندگی آمریکاییها متوجه شده‌اند نقل می‌کند. از جمله نظریات نیل پست من^۱ نویسنده کتاب "محو دوران کودکی" که: از زمان پیدایش رسانه‌های چاپی تاکنون، تلویزیون را دلیل نزول واقعی هر چیز قابل ارزشی در فرهنگ غربی می‌داند. در حقیقت رسانه‌های چاپی بودند که بشریت را از درون قرون سیاه وسطی درآوردند و الان دستگاه تلویزیون است که دوران بچگی، تمدن تفکر اقتصادی و بلوغ را در یک کلید سریع روشن و خاموش تهدید به نابودی می‌کند.

واگشل برخلاف لوهان مطلقاً رسانه‌های الکترونیکی را بجای رسانه‌های چاپی ترجیح نمی‌دهد و هر دو را با تفاوتی در ارائه سطوح مطالب و منابع اطلاعاتی و سوادآموزی مفید می‌داند. او به داشتن حداقل سواد معتقد است زیرا بدون داشتن سواد، از طریق رسانه‌های چاپی فهم خیلی از فعالیت‌های زیر غیر ممکن می‌شوند:

- ۱- فهم علائم جاده‌ها (اگر چه پیشرفت علائم بسوی تصویری شدن است).
- ۲- فهم برجسب‌های پشت بسته‌بندی غذاها و یا سایر محصولات.
- ۳- بکار بردن دستوراتی که پشت بسته‌بندیهای کالاها، دستگاه ضبط، یخچال، ماشینها و غیره می‌آید.
- ۴- پر کردن یک فرم تقاضای اشتغال.

واگشل فواید و مضراتی را برای هر دو رسانه‌های الکترونیک و رسانه‌های چاپی قائل است که بشرح زیر آنها را طبقه‌بندی کرده است:

الف: مضرات تلویزیون - تلویزیون را بعنوان یک رسانه ارتباطی الکترونیک مضر می‌داند به این دلیل که:

- ۱- تماشای تلویزیون یک فعالیت بی‌اراده هیپنوتیزم شده است که از بیننده بجز تنبلی هیچ چیز دیگری را مطالبه نمی‌کند.
- ۲- از آنجایی که تلویزیون اصولاً یک رسانه تصویری است قدرت تحلیل، تفکر انتقادی و سایر اعمال عقلی و آگاهانه را غیرممکن می‌سازد.
- ۳- برنامه‌ریزی تبلیغات^۲ تلویزیون روی پایین‌ترین طبقه عامه هدفگیری می‌کند. از اینرو بندرت موقعیتهایی را با معنای کامل و پیچیدگی به تصویر در می‌آید.
- ۴- برخورد و بررسی موضوعات در تلویزیون آنقدر سریع است که موضوعات مشکل نمی‌توانند وقت کافی برای بسط و تحلیل عمقی پیدا کنند.
- ۵- تلویزیون برای جذب و نگه داشتن توجه مخاطبینش به مسائلی نظیر خشونت، موضوعات مبتذل و مسایل خارق‌العاده می‌پردازد.
- ۶- از آنجائیکه برنامه‌ریزی تلویزیون منحصرأ بر وسیله منافع اقتصادی^۳ تعیین می‌شود، تمامی دیگر اهداف رسانه ارتباطی به جهت منافع مالی ختم می‌شود.
- ۷- تلویزیون همه چیز را آنچنان ناچیز جلوه می‌دهد که تشخیص بین حوادث واقعی را از داستان یا حتی تبلیغات غیر ممکن می‌سازد.

۸- تلویزیون بیننده را از لحاظ روابط اجتماعی منزوی می‌کند.

۹- تلویزیون نحوه تفکر ساده‌لوحانه، فالبی بودن و پذیرفتن الگوهای از قبل تعیین شده جنسی، نژادی و تعصبات اجتماعی-اقتصادی را تشویق می‌کند.

فواید تلویزیون: تلویزیون یک رسانه صرفاً مضر نیست زیرا:

۱- تلویزیون علم بیشتری را اگر چه سطحی، برای مردم فراهم کرده است و دسترسی به دنیا‌هایی که مردم در آن زندگی نمی‌کنند را امکان‌پذیر می‌کند.

۲- تلویزیون افراد را قادر می‌سازد که در محیطه و با خارج از فرهنگشان چیزهایی را ببینند و تجربه کنند که در صورت نبودن تلویزیون از آنها نمی‌توانستند مطلع باشند.

۳- تلویزیون همچنین یک نقش بسیار مهمی را در ایجاد زمینه مشترک گفتگو و درک در بین افراد جهان بوجود آورده است.

۴- تلویزیون اتفاق، اتحاد اجتماعی را در افراد از طریق گسترده‌اش در جهان کنونی تشویق می‌کند.

۵- بیشتر مردمی که آنرا تماشا می‌کنند از نظر فکری پیچیده می‌شوند. مردمی که تلویزیون را ۴ الی ۶ ساعت در روز در طول زندگی‌شان تماشا می‌کنند، بتدریج بینندگان خبره‌ای می‌شوند که راجع به رویدادها عمیقاً فکر می‌کنند.

۶- تلویزیون قدرت انگیزش احساسات و عواطف و موارد بیادماندنش بیشتر از رسانه‌های چاپی است. واگشل برای رسانه‌های چاپی نیز فواید و مضراتی را قائل است که بشرح زیر می‌باشند:

الف- رسانه‌های چاپی با محدودیت‌هایی بعنوان یک رسانه ارتباطی روبرو هستند از جمله:

- ۱- مطلب رسانه‌های چاپی از لحاظ اجتماعی خواننده را منزوی می‌کند. یک شخص در تنهایی می‌خواند و یا می‌نویسد.
- ۲- مطالب رسانه‌های چاپی طبقه‌بندی شده است و گروه کوچکی از مردم هستند که در مورد ارزش چاپ شدن یکسری مطالب برای تعداد کثیری از مردم تصمیم می‌گیرند.
- ۳- خواندن و نوشتن، مهارتهای نسبتاً پیچیده‌ای هستند که زمان زیادی را برای کسب این مهارتها می‌برد.

ب- به منظور دفاع از رسانه‌های چاپی بیشترین محسوسترین فواید آنها بعنوان یک رسانه اطلاعاتی بشرح زیر طبقه‌بندی شده‌اند:

- ۱- مطالب رسانه‌های چاپی منطقی، سلسله‌وار و عقلانی است. آنها پیشرفت، داشتن سلامت و مهارتهای تفکرات انتقادی را تشویق می‌کنند.
- ۲- مطالب رسانه‌های چاپی خواننده را عمیقاً قادر به کاوش در اطراف موضوع، عقیده و یا موقعیت‌هایی که شخص اراده می‌کند، می‌سازد.
- ۳- در عین اینکه بعضی از مطالب چاپ شده برای پایین‌ترین طبقه عامه هدفگیری شده است از سوی

دیگر، مطالب تخصصی دیگری را برای مخاطبینی در سطوح مختلف پیچیدگی در رابطه با مطالب و موضوعات خاص و وسیع و متنوع فراهم می‌کند.

۴- مطالب چاپ شده به وسیع‌تر شدن دامنه لغات گویشی افراد کمک می‌کند.

بنابراین واگشل با ذکر محدودیت‌ها و امکانات رسانه‌های چاپی و الکترونیکی بعنوان ابزار اطلاعاتی، ارتباطی هیچکدام از این رسانه‌ها را مطلقاً رد یا قبول نکرده است.

در عین حال به این مسئله که تلویزیون برای جذب و نگه داشتن مخاطبینش دست به تهیه برنامه‌هایی که در آن به مسائلی نظیر خشونت، موضوعات مبتذل و مسائل خارق‌العاده می‌زند اذعان می‌کند که یک جنبه مهم نفوذ تلویزیون که خیلی مورد بحث و تبادل افکار عمومی قرار گرفته نفوذ آن در بروز خشونت و جنایات است.

تأثیر خشونت و جنایت در تلویزیون

احتمالاً دنیایی که افراد در آن زندگی می‌کنند ممکن است خشونت و شرارت بیشتری نسبت به دنیای قدیم نداشته باشد. با این تفاوت که از طریق رسانه‌های ارتباطی بخصوص تلویزیون جنگهای داخلی کشورها و یا جنگهای بین کشورها و خرابیهای ناشی از آن در مدت کمی پس از وقوعشان بر روی صفحه تلویزیون نقش می‌بندد و ترس از آینده را به بیننده القا می‌کند و بر میزان اضطرابات بشری می‌افزاید. به همین دلیل است که خیلی از جامعه‌شناسان معتقدند که پیشرفت تکنولوژی در زمینه ارتباطات جمعی، گذشته از مزایای زیادی که فراهم آورده است، در خیلی از جوامع، بخصوص جوامعی که پایه و اساس آن بر مبنای مادگرایی بنا شده است یکنواختی خسته‌کننده برنامه‌ها که به میل و اراده سلیقه‌های عامیانه تهیه شده است به بروز برخی از مشکلات جدید اجتماعی نظیر: شرطی کردن مردم (توده‌های ساختن)، غفلت کردن همیشگی از گروههای اقلیت، اعمال قدرت زیاده از حد توسط گردانندگان وسایل ارتباطی و احتمال دخالت سیاسی توسط حاکمین وقت دامن زده است.

تحقیقات خانم شرلی ویلیامز^{۲۲} در آمریکا در سال ۱۹۷۷ نشان می‌دهد که جوانان آمریکایی در زمان رشدشان حداقل شاهد ۳۵۰۰۰ فقره کشتار بر روی صفحه تلویزیون بوده‌اند. در این تحقیق او معتقد بود که تلویزیون تأثیرات بدی بر روی افراد بخصوص کودکان و نوجوانان دارد. بطوریکه علاوه بر تأثیرات منفی روانی، آنها اغلب تا دیر وقت تلویزیون تماشا می‌کردند و برای انجام تکالیفشان در روز بعد خیلی خسته بودند و این باعث پایین آمدن استانداردهای خواندن و نوشتن در مدرسه می‌شود.

گذشته از مشکلات جدید اجتماعی برخی از محققین معتقدند که تلویزیون کمکی به رفع معضلات آموزشی افراد ننموده است. تحقیقات نشان می‌دهد که

میزان تماشای تلویزیون با بهره‌مندی کودک و میزان پیشرفت تحصیلی او نسبت عکس دارد. تلویزیون به کودکان و نوجوانان نقش قالبی جنسی آنان را در جامعه می‌آموزد و در نگرش به مشاغل بنحو موثری عمل می‌کند. متأسفانه در سنین پایین‌تر تلویزیون اثر عمیق‌تری بر روی کودکان و نوجوانان دارد. بطوریکه اگر بهره‌گیری از این وسیله ارتباطی بدون نظارت بر انتخاب برنامه‌ها و محدود ساختن ساعات تماشای آنها از سوی والدین صورت گیرد می‌تواند تأثیرات منفی در رشد کودکان و نوجوانان بگذارد. بطور نمونه باعث محدودیت رشد کلامی و تغییر در تعهدات زبانی، تأثیر منفی بر نوشتن و گوش دادن، کند شدن مهارت‌های خواندن و مطالعه کمتر، بی‌حوصلگی و اختلال در پردازش داده‌ها می‌گردد. ملاحظه می‌شود که تلویزیون علاوه بر رغبت‌ها و نگرشهای بیننده‌گانش با یادگیری

کشور	تعداد تماشاگران	تعداد ساعات تماشا	تعداد ساعات تماشا به ازای هر نفر	تعداد ساعات تماشا به ازای هر نفر	تعداد ساعات تماشا به ازای هر نفر	تعداد ساعات تماشا به ازای هر نفر
آلمان غربی	۸۷۸۵۲	۲۲۲۲۲۲۲	۲۵۰۰	۲۵۰۰	۲۵۰۰	۲۵۰۰
سوئد	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰
دانمارک	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰
سوئیس	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰
آلمان شرقی	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰
دانمارک	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰
سوئیس	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰
آلمان غربی	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰
سوئد	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰
دانمارک	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰
سوئیس	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰
آلمان شرقی	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰

جدول شماره ۱: میزان بهره‌وری کشورها از رسانه‌های ارتباطی در رابطه با جمعیت. اقتباس از یک صدا و سیما مرداد ۶۷ ص ۲۳.

آنها نیز سروکار دارد بنابراین بایستی از تلویزیون بنحو موثرتری به نفع آموزش بهره‌گیری شود.

علیرغم همه داوریهایی که به نتیجه‌گیری تأثیر منفی برنامه‌های تلویزیونی و سینمایی منتهی شده است مطالعات مقایسه‌ای مربوط به صحت این نظر که آیا واقعاً خشونت‌های تصویری، تأثیر مستقیم بر روی رفتار واقعی جوانان دارد ایجاد شک و تردید بسیار شدید می‌کند.

شاید منطقی‌ترین برخورد با موضوع جدال‌انگیز تأثیرات نفوذ تلویزیون توسط جمیز هالورن^{۲۳} در کتاب "تلویزیون و غفلت"^{۲۴} بیان شده باشد. تحقیق هالورن در مورد اهمیت تلویزیون در نحوه شکل دادن ارزشها و نوع آنها می‌باشد. او چگونگی نفوذ تلویزیون را در کنار تمامی عوامل دیگر جامعه مدرن قرار می‌دهد و معتقد است که تقریباً بنظر می‌رسد، که هرچه شخص با تلویزیون تماس بیشتری داشته باشد احتمالاً کمتر تحت تأثیر آن قرار می‌گیرد.

کاووشای دقیق دکتر هیلد هیمل^{۲۵} وایت در کتاب "تلویزیون و کودک"^{۲۶} بیان می‌کند که هرچه بیشتر کودک به تماشای فیلم عادت کند بنظر می‌رسد که کمتر

توسط آن متنبه می‌شود. در مقابل کمیسیون آنان^{۲۷}، این مطلب را ابراز می‌کند که جاهایی که رفتار و عقاید یکدست هستند بخصوص در مورد کودکان، تلویزیون تأثیر بیشتری بر روی این رفتار و عقاید دارد. کمیسیون از نشان دادن خشونت بین ساعتی که کودک تلویزیون را تماشا می‌کند انتقاد کرد و آنها این عقیده را که تماشای زیاد اثر زردونی دارد را رد کردند، برعکس ممکن است دیدن خشونت، احساسات شدید منفی را در بیننده زنده کند که زمینه‌ساز ایجاد صدمه باشد. دکتر هیمل وایت که خود این کمیته است اظهار داشت:

"یک جریان متوالی از برنامه‌های خشونت‌آمیز شرایط را آماده می‌کند برای اینکه بچه‌ها اقدام به خشونت را بعنوان یک راه موثر و لازم در حل مشکلات بپذیرد و بدین ترتیب اعتقاد به عدم توسل به زور را در آنها از بین ببرد."

نتیجه هرچه که باشد بایستی در پژوهشهای جامعه‌شناسی از پیشداوری اجتناب شود و در ضمن پژوهشگران در مورد آنهایی که بدون مطالعه یا شهرد لازم، تأثیر بد تلویزیون بر روی جوانان را قضاوت و یا تأکید می‌کنند، محتاط باشند. باید متوجه باشند که تحقیقات جامعه‌شناسی نشان می‌دهد که همواره یک رابطه غیرمستقیم بین رسانه‌های ارتباطی و رفتار تعددی افراد وجود دارد و هر جامعه بایستی قادر باشد که آثار بد اجتماعی تلویزیون را از بین ببرد و آثار در نظام خود حل، و با نظام ارزشی مورد قبول افراد جامعه هماهنگ کند.

بغیر از انتقادهایی که در مورد تأثیرات منفی، ایجاد مشکلات جدید اجتماعی و حل نکردن معضلات آموزشی دنیا به رسانه‌ها بخصوص تلویزیون صورت می‌گیرد انتقاد دیگری است که به این وسایل ارتباطی می‌شود که چرا از آنها بعنوان حربه سیاسی و وسیله سلطه و تهاجم فرهنگی بهره‌برداری می‌شود و علت چیست؟ علت را در درجه اول بایستی در عدم تعادل در میزان بهره‌وری از وسایل ارتباط جمعی در نقاط مختلف جهان دید. رسانه‌های ارتباطی باعث همگانی بودن آنها بعنوان وسایل تبلیغاتی سیاسی مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند. در درجه دوم علت را بایستی در سوء استفاده از ماهیت جریان ارتباط جستجو کرد. (نمودار شماره ۲ و ۳)

عدم تعادل در میزان بهره‌وری از وسایل ارتباط جمعی

با نگاهی مجدد به جدول شماره ۱ و ۲ عدم تعادل در میزان بهره‌وری از وسایل ارتباط جمعی در نقاط گوناگون جهان مشاهده می‌شود و این بیشتر از آنکه یک عامل فرهنگی-اقتصادی باشد پدیده‌ای سیاسی است چرا که تسلط بر شبکه ارتباطی در معنای وسیع کلمه، در واقع تسلط بر فرهنگ، دانسته‌ها، مصرف‌ها و حتی تصمیم‌گیریهایی جهانیان است و در واقع فقر اطلاعات نظیر دیگر صور فقر، تحمیلی از سوی قدرتمندان دنیا به کشورهای محروم جهان سوم است.

نحوه ورود تکنولوژی ارتباطات به ایران نمونه‌ای از این سلطه فرهنگی سیاسی است. در سال ۱۲۴۰ هجری شمسی در زمان ناصرالدین شاه تلگراف و پلوار وارد ایران شد. اولین روزنامه داخلی ایران بنام کاغذ اخبار^{۲۸} به تقلید از واژه روزنامه در زبان انگلیسی در زمان سلطنت محمدشاه قاجار توسط نیرزا صالح شیرازی در سال ۱۲۱۶ هجری شمسی چاپ رسید.

سال	تلفن		پست		تلویزیون		رایانه	
	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد
۱۳۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۱۳۱۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۱۳۲۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۱۳۳۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۱۳۴۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۱۳۵۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۱۳۶۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۱۳۷۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۱۳۸۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۱۳۹۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۱۴۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

جدول شماره ۲: میزان بهره‌وری از رسانه‌های ارتباطی در رابطه با سهم هر جزئی‌تر گیرنده و فرستنده؛ اقتباس از بیک صدا و سیما مرداد ۶۷، ص ۲۴.

سینما در سال ۱۲۷۹ و تلویزیون در سال ۱۳۳۷ هجری شمسی افتتاح شد. ورود این رسانه‌های ارتباطی با منافع دول خارجی همراه بوده است و با ورود فرهنگ غرب که با شعار مذهبی و فرهنگی ملت ایران تضاد دارد شروع می‌شود. در آن زمان صنعت ارتباطات بعنوان یک صنعت ملی مد نظر نبود و بیشتر اهداف استبدادی و استعماری بدنبال داشت تا بالا بردن سطح فرهنگی و آموزشی افراد جامعه. متأسفانه با تحریف زندگی روستائیان می‌پرداخت و اگر فیلمی هم ساخته می‌شد فرهنگ مبتذل غرب را ارائه می‌داد. "کاغذ اخبار" بعنوان اولین رسانه ارتباطی در ایران از همان اول رسالت ضد فرهنگی و سلطه غربیها را بدنبال داشت به تبلیغ تجددگرایی و غربگرایی می‌پرداخت. و چون خود را در مقابل اعتقادات مذهبی مردم قرار داد و می‌خواست از غرب پیروی کند به رسالت واقعی خود که تربیت و آگاهی مردم و پیروی از ارتباطات اجتماعی واقعی بود بی‌اعتنا ماند. و با تقلید از غرب و تبلیغ تجددگرایی، فرهنگ غرب را در افراد جامعه ایجاد و از خود بیگانگی را القا کرد.

غرب گذشته از سلطه فرهنگی که در کشورهای جهان سوم ایجاد می‌کند در کشورهای خود نیز با صرف هزینه‌های سرسام‌آور دست به تاثیر و نفوذ در افکار عمومی و نحوه مصرف و شرطی کردن آنها می‌کند و با صرف این هزینه‌ها است که سلطه خود را در کل جهان تضمین می‌کند. بطور مثال بنیاد سخن پراکنی انگلیس^{۲۹} با حدود ۴۰ زبان مختلف در ساعات مختلف شبانه‌روز شایعه پراکنی می‌کند. در

سال ۱۹۷۰ رسانه‌های انگلیسی بالای یک میلیون شیلینگ صرف تبلیغات کردند که در مرتبه اول روزنامه‌ها و در درجه دوم تلویزیون بیشترین بودجه تبلیغاتی را بخود اختصاص داده بودند. هرچه میزان بهره‌وری کشورها از وسایل ارتباطی بیشتر باشد سهم بیشتری را در صرف تبلیغ و سلطه سیاسی در جهان دارند. در کشورهای دیکتاتوری وابسته به غرب، عقیده به صحت اطلاعات رسانه‌های گروهی تحمیل شده و دیدگاه‌های حکومتی، اعمال می‌گردد.

اینگونه متقاعد ساختن مردم توسط جورج اروال^{۳۰} در کتاب "۱۹۸۴" از شستشوی وحشیانه مغزی^{۳۱} تا "روشهای زیرکانه تبلیغات" توصیف شده است. تبلیغ بر روی ضمیر ناخودآگاه افراد جامعه در آمریکا در دوران انتخابات ریاست جمهوری یا پارلمان با تبلیغات پی‌درپی و پیگیری می‌توان ملاحظه کرد، و بخوبی تغییر در نحوه آراء افراد جامعه را در اوایل و اواخر انتخابات به نفع انتخابات مشاهده کرد. این روش همان فرهنگ سازی یا توده‌ای سازی است. و جدل شدید همیشه بر سر همین فرهنگ یا توده‌ای سازی است.

سوء استفاده از ماهیت جریان ارتباط

دلیل دوم تحت سلطه گرفتن رسانه‌های ارتباطی در سوء استفاده از ماهیت جریان ارتباط است. در اساس زمانی ارتباط بعنوان یک "جریان" فرض می‌شود که با انبوهی از حرکات یا اعمال همراه باشد و هدفی را بدنبال داشته باشد (نه آنکه پدیده‌ای جامد و ایستا در زمان و مکانش باشد) در اینصورت است که قدرت تغییر و پویایی پیدا می‌کند. در جوامع امروزی عصر ارتباطات، صنعت تکنولوژی ارتباطات و تبادل اطلاعات، پدیده‌ای پویاست که می‌توان با آن مفاهیم را منتقل ساخت، ارزشهای اجتماعی را جابجا کرد و از تجربه‌ها سهم گرفت. پویایی رسانه‌ها از طریق تاثیرات خاصی که مفاهیم پیام، برگزیده دارند نشات می‌گیرد. (نمودار شماره ۲ و ۳).

این تاثیرات معمولاً از طرق مختلف در جامعه نمود پیدا می‌کند و وسایل ارتباط جمعی می‌تواند از طریق تحقیقات آماری از این تاثیرات بطور مستقیم و غیر مستقیم آگاه شود. آنگاه پس فرست پیام، فرایند تاثیر پیام را مشخص می‌سازد. رسانه‌ها در پخش تبلیغات سیاسی از این روش در ارزیابی تاثیرات پیام در افکار و عملکرد افراد جامعه استفاده می‌کنند و از آنجایی که راه سوء استفاده بر روی رسانه‌ها باز است از این پویایی ارتباطات استفاده منفی می‌شود و در برخی از موارد حقوق افراد نادیده گرفته می‌شود.

نتیجه‌گیری

عصر ارتباطات با ورود وسایل ارتباطی نظیر رادیو، تلویزیون، مطبوعات، سینما و کامپیوتر تحقق یافته است. و در آن ارتباطات از نحوه گفتاری رودرروی گفتاری مستقیم بصورت همگانی در آمده است. تکنولوژی ارتباطات به دو شاخه سخت افزار "Communications" و نرم افزار

"Communication" تقسیم شده است. شاخه سخت افزار به مطالعه ابزار و لوازم و وسایل رشته ارتباطات می‌پردازد در حالیکه شاخه نرم افزار، سیر و جریان ارتباطات انسانی، مورد مطالعه و بررسی قرار می‌دهد. در معنای وسیع کلمه هر دو شاخه نرم افزار و سخت افزار از یکدیگر جدا نیستند و پیشرفت هر کشور در زمینه تکنولوژی ارتباطی به میزان بهره‌وری آنها از پیشرفت و رشد در شبکه ارتباطی و میزان بهره‌گیری آنها از رسانه‌ها از نقطه نظر میزان: اطلاعات دانش فنی، سخت افزار و نرم افزار بستگی دارد. یکی از شاخصهای تعیین ملاک برای پیشرفت و توسعه در جوامع میزان بهره‌گیری از رسانه‌های ارتباطی نظیر رادیو، تلویزیون، مطبوعات، سینما و کتاب بشمار می‌رود که متأسفانه بصورت عوامل سلطه فرهنگی - سیاسی کشورهای توسعه و پیشرفته بر روی کشورهای محروم جهان سوم در آمده است.

تمامی رسانه‌ها اعم از رادیو، تلویزیون، مطبوعات، سینما و کتاب و حتی کامپیوتر در انتقال نظام ارزشی و تقویت الگوهای رفتاری نقش مستقیم و غیر مستقیم دارند. این رسانه‌ها در ترویج عناصر فرهنگی که جامعه به آن نیاز دارد و حذف الگوهای رفتاری نامناسب نظیر اسراف، مصرف‌گرایی، کم‌کاری که بازدارنده توسعه و شکوفایی جامعه است و نقش بسیار موثر و مهمی را ایفا می‌کند. این ابزار بخصوص برای دسترسی به قشرهای بیسواد وسایلی پرتوان محسوب می‌شدند. بهره‌گیری از رسانه‌ها بایستی بر مبنای شناخت توانها و ناتوانیهای هر کدام از آنها باشد تا از اثرات جانبی و معکوس آنها اجتناب شود.

علاوه بر نقش مهم فرهنگی رسانه‌ها، این صنعت عامل اصلی توزیع اطلاعات در سطوح جوامع شده است. در عصر کنونی که با بمباران علمی و فنی مواجه است، جمع‌آوری، پردازش، انباشت و توزیع اطلاعات، دانش فنی و سخت افزار امری بسیار حیاتی شده است. رسانه‌های ارتباطی با بهره‌گیری از عوامل، علاوه بر تاثیر خیلی قوی که بر روی الگوهای رفتاری و نظام ارزشی دارند ذهنیت افراد را در جنبه دریافت حجم اطلاعاتی و تحول ذهنی شکل می‌دهند. رسانه‌های چاپی نظیر مطبوعات و کتاب قابلیت تاثیر را بر قشر با سواد جامعه دارند و در جوامعی که بیسوادی از معضلات اجتماعی و آموزشی آنهاست رسانه‌های الکتریکی نظیر رادیو، تلویزیون و سینما عامل مهم انتقال دهنده اطلاعات است.

از آنجایی که متأسفانه در اکثر جوامع از کارکرد رسانه‌ها سوء استفاده می‌شود بجای بکار گرفتن آنها بعنوان ابزار آموزشی و اطلاعاتی فرهنگی، از آنها بصورت ابزار سلطه سیاسی، از خود بیگانگی و توده‌ای سازی سوء استفاده می‌شود و جامعه‌شناسان را به مطالعه اینگونه تاثیرات علاقمند ساخته. جامعه‌شناسان علیرغم نظریات متفاوت همگی ارتباط را مدار هستی اجتماع، محور شناخت و ارزیابی

جوامع می‌دانند. این اندیشمندان معتقدند که کاربرد شبکه‌های وسیع ارتباطی، مردم را توسط کنترل کنندگان رسانه‌ها شرطی کرده است. تولید انبوه باعث پایین آمدن و یکنواخت شدن و استاندارد کردن سطح برنامه‌ها شده است و به همین خاطر است که بیشتر مطالب ناچیز و ساختگی مورد ارتباط قرار می‌گیرد. اما از طرفی ابراز می‌دارند که از طریق رسانه‌ها

«اندیشه جهانی جایگزین ملی‌گرا و ملی‌گرایی افراطی می‌شود. بنابراین برطبق نظریه مک لوهان دنیای ارتباطات الکترونیک، دنیای رسانه‌ها، دنیای همگون شدن همراه با مشارکت، همدردی و عمق آگاهی است.»

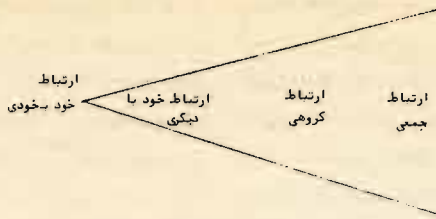
مردم بیشتر از هر وقت دیگر از هم مطلع می‌شوند، امکان‌ناپذیر قبلاً اقلیتی از آن بهره می‌برند اکنون در دسترس همگان است، و برای سرگرم کردن افراد، مطالب متنوع مطابق سلیقه همگان در دسترس است. با اینکه جامعه‌شناسان نظرات متفاوتی در مورد کاربرد رسانه‌ها دارند اما چیزی که روشن است اینست که ساختار ارتباطی بنیان پیشرفت جوامع می‌باشد و در همه زمینه‌های فرهنگی سیاسی، اجتماعی-اقتصادی نقش دارند. رسانه‌ها هستند که می‌توانند تحولات فرهنگی و رسیدن به اهداف توسعه و خودنمایی فنی-صنعتی را هدایت کنند و همانطور که رسانه‌های ارتباطی چابی باعث افزایش دستیابی تعداد زیادی به سواد و سطوح بالای آموزش و پرورش شد و پیشرفت آموزش را ممکن ساخت. بالاخره زمانی خواهد رسید که علی‌رغم سوء استفاده‌های فرهنگی-سیاسی، رسانه‌های الکترونیکی بخصوص تلویزیون توسط قدرتمندان، دست‌آورد‌های فرهنگی جدید تشویق و اشکال جدید مشارکت اجتماعی ایجاد خواهد شد. پیشرفتهای تکنولوژیک جدید در فائق آمدن در حل بسیاری از مشکلاتی که رسانه‌ها آفریده‌اند کمک خواهد کرد و با خط مشی‌های سیاسی نوین احتیاجات فرهنگی و آموزشی تمام ملل دنیا رفع خواهد شد.

1- Mass Media

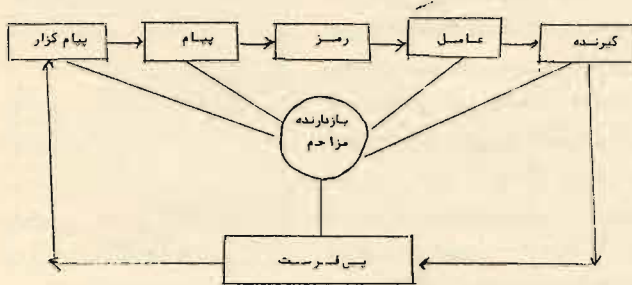
رسانه‌های ارتباطی یا وسایل ارتباط جمعی مجموعه فون، ابزار و وسایلی نظیر رادیو، تلویزیون، سینما مطبوعات با تیراژ بالا و صفحات موسیقی اطلاق می‌شود که از توانایی انتقال پیام‌های ارتباطی حسی و با اندیشه‌ای در یک زمان به شمار بسیاری از افراد، مخصوصاً، فواصل زیاد، برخوردارند. باقر ساروخانی تهران، (انتشارات کیهان ۱۳۶۶) ص ۲۱۹.

2- Press

مطبوعات: اصطلاح "مطبوعات" در بیشتر مواقع



نمودار شماره ۲: ارتباطات، هر یک از افراد جامعه را با گروه‌ها و گروه‌ها را با گروه‌های دیگر مرتبط می‌سازد و پیوند می‌دهد. اقتباس از «ارتباطات نخستین کام برای ورود به جریان اجتماعی» یک صدا و سیما اسفند ۶۷، ص ۶۵.



نمودار شماره ۳: عوامل تاثیر گذارنده پیام: ۱- پیام‌گزار یا وسیله ارتباط جمعی ۲- پیام ۳- رمز یا سمبل‌های آشنا میان دو نفر ۴- عامل (امواج یا کاشف) ۵- وسیله یا گیرنده ۶- بازده یا پس‌فروست ۷- صدا یا هر عامل مزاحم در رساندن پیام (پارازیت)

اقتباس از "ارتباطات نخستین کام برای ورود به جریان اجتماعی" یک صدا و سیما اسفند ۶۷ ص ۶۷

مترادف با روزنامه‌های مهم یومیه بکار می‌رود و به احتمال زیاد این روزنامه‌ها از سایر انواع رسانه‌های ارتباطی که از طریق ماشین‌های چاپ متولد می‌شوند تأثیر بیشتری روی دانش، عقاید و طرز تلقی افراد جامعه می‌گذارد. در معنای وسیع مطبوعات به روزنامه‌ها یومیه ملی، روزنامه‌های صبح روز تعطیل، روزنامه‌های محلی، روزنامه‌های خبرگزاری، فصلنامه، مجلات، نشریه، کتاب‌های مرجع و ادبیات داستانی اطلاق می‌شود.

۳- تکنولوژی ارتباطات به دو شاخه سخت افزار (Hardware) و نرم افزار (Software) تقسیم می‌شود. ارتباطات در بخش سخت افزار (Communications) از لحاظ فنی معمولاً مترادف با شبکه مخابراتی استعمال می‌شود. کاربرد سخت افزار صنایع مخابراتی باعث تحولات شگرفی در زندگی افراد جوامع در جهان شده است. مسافرت انسان به کره ماه، اعزام سفینه‌های تحقیقاتی به فضا، استقرار ایستگاه‌های فضایی، حذف فاصله‌های بسیار دور و کشف منابع زیرزمینی با استفاده از ماهواره‌های مخابراتی، مبادلات علمی اجتماعی و اقتصادی بین کشورهای جهان از طریق بانک‌های اطلاعاتی و رسانه‌های جمعی، برقراری ارتباطات مخابراتی بین وسایل حمل و نقل هوایی، دریایی و زمینی و سرانجام امکان برقراری ملاقات انسان با

انسان (تله کفرانس) بدون جابجایی جسم با بهره‌گیری از سیستم‌های انتقالی توام با صدا و تصویر همگی در سایه بهره‌وری از تکنولوژی‌های ارتباطی بوجود آمده است. صنایع کارخانه‌ای، سخت افزار مخابراتی است که رسانه‌های الکترونیکی دیداری شنیداری بخصوص تلویزیون را تولید، مونتاز و توزیع می‌کند. دوباره از طریق همین صنایع شبکه مخابراتی است که با استفاده از دستگاه‌ها، بخصوص فرستنده و گیرنده، ارتباطات صوتی و تصویری امکان‌پذیر می‌شود. شاخه نرم افزار ارتباطات (Communication) مربوط به برنامه‌های تولیدی رسانه‌های ارتباطی می‌شود که تأثیرات روانی فرهنگی بر روی بیننده می‌گذارد و جامعه‌شناسان به این شاخه ارتباطی به منظور مطالعه تأثیرات گذاشته شده بر روی افراد جوامع علاقمند هستند.

۴- بطور کلی تکنولوژی ارتباطی بعنوان عامل تبلیل مواد اولیه به کالا و خدمات اصولاً دارای چهار عامل یا مولفه است: الف: ابزار فنی شامل ابزارها، ماشین‌آلات و تسهیلات است، ب: نیروی انسانی شامل تجربه مهارت خلاقیت است، ج: ابزار اطلاعاتی شامل مدارک، آمارها، داده‌ها، و اطلاعات می‌باشد، د: ابزار سازمانی شامل سازمانها و مؤسسات، نهادها برای انعام سه عنصر ذکر شده از طریق مدیریت.

5- Broadcast

صنعت فرهنگ نفیسی ارتباط را به معنای "انتقال ماهیم" و "رساندن ارزشهای اجتماعی" استعمال کرده است.

7- Culuture

از فرهنگ از ریشه لاتین (Cultura) به معنای پرورش از گیاهان و در معنای مجازی مراقبت از گیاه را می‌دهد برای فرهنگ تعاریف متفاوتی داده شده ولی در کل منظور از فرهنگ: کسب کردن هر آنچه که در یک جامعه وجود دارد و انتقال دادن به نسلهای بعدی است و عناصر تشکیل دهنده آن عبارتند از دانش و تجارب موروثی جامعه، اعتقادات جامعه، خلاقیات، مؤسسات، قوانین، عادات، سیاست، نهاد و هنر.

8- New Culture

9- Entertainment

10- Popular Culture

11- Kitsch

12- Folk Culture

13- A Cultural Clas System

14- Cultural Democraçy

15- Social Class

طبقه اجتماعی شامل اشخاص یا گروههایی هستند که دارای حرفه مشترک یا منافع برابر بوده و در مقابل وسایل تولید وضع مشابهی را دارا می‌باشند و به این ترتیب معلوم می‌گردد چه قشرهایی از اجتماعی در کدام طبقه جای دارند و گروهبندی و صفبندی طبقات در مقابل هم بوجود می‌آیند. هر طبقه در اجتماع پایگاه و منزلتی خاص دارد و در درون قشرهای اجتماعی در سطحی مخصوص جای می‌گیرند.

16- Stereo Type

طبقه قالبی، پیش فرضی عاطفی است که با آن برخی از جماعات و یا گونه‌هایی از رویدادها بدون واریسی، مورد قضاوت و ارزیابی قرار می‌گیرند.

17- Charles Horton Cooley

18- Marshal McLuhan

19- David Riesman

20- Ferdinand Tonnies

21- Peter H. Wagscnall

22- Shirley Williams

۲۲- مک لوهان وسایل ارتباطی را به سرد و گرم تقسیم می‌کند. وسایل ارتباطی سرد به آن دسته وسایلی اطلاق می‌شود که موجبات مشارکت بیشتر انسانی را فراهم می‌کند نظیر سمینار جلسات بحث و گفتگو، تلویزیون، ولی اگر بدون اینکه درصدد تبادل فکر برآیند یک وسیله ارتباطی گرم بشمار می‌آیند نظیر جلسات سخنرانی یک سوه، رادیو، سینما و کتاب.

24- Sensory Capability

25. Analytical

26- Symbol

از مفاهیم بسیار مهم در جامعه‌شناسی ارتباطات

مفهوم نماد یا سمبل است. نمادها جلوه‌هایی هستند عینی از معناهایی که توسط همه یا بعضی از جامعه شناخته شده‌اند. ویژگی نمادها عمدی و قراردادی بودن آنهاست. بطور نمونه پرچم نماینده یکپارچگی یک کشور و همبستگی آن ملت است.

27- Traditional-directed-man

28- Inner-directed-man

29- Other-directed-man

30- Telekinesis

31- Fetishism

32- Reification

33- Alination

۳۴- در تبلیغات فرااگاهی کالا به بیننده تحمیل می‌شود بصورتیکه نادانسته به کالای تبلیغ شده عشق می‌ورزد و این کار را با استفاده از تبلیغ کالای خاص، نام یا تصویری مقدس و جاذب با سرعتی بسیار از برابر بینندگان انجام می‌دهند.

35- Advertising

تبلیغ تجارتي شامل بکارگیری شیوه‌هایی است که محصول یا کالا را به مردم معرفی و آنها را ترغیب به خرید کالا می‌کند و هدف از انجام تبلیغات تجارتي، اثر گذاردن بر افرادی است که خریدار محصولی خاص هستند و از تمامی وسایل دیداری شنیداری نظیر مطبوعات رادیو تلویزیون و سینما در راه رسیدن به هدف استفاده می‌شود.

36- Lonley Crowd

37- Director of Advanced Graduate

Studies, School of Education,

National University, Vista, California

38- Niel Postman

39- Advertising

۴۰- بعلت اینکه تلویزیون آمریکا یک بخش خصوصی است و نظام حکومتی بر پایه اقتصاد سرمایه‌داری استوار است در نتیجه اهداف تولید برنامه‌های تلویزیون همیشه در جهت منافع مالی ختم می‌شود.

41- Massification

توده‌ای سازی به این معنا است که فنون و نظامهای تولید و مصرف، انسانها را مجبور به همنوایی با هنجارها معیارها، و رسوم رایج جامعه صنعتی می‌کند. بنابراین توده‌ای سازی نتیجه پدیده‌های گوناگون بهم پیوسته تولید انبوه، مصرف انبوه و استفاده از وسایل ارتباط جمعی، بر هستی اجتماعی است.

42- Mrs. Shirley Williams, Secretary of State for Education ad Science

43- James Halloran

44- Television and Delinquency (Leicester University Press, 1970)

45- Dr. Hilde Himmelweit

46- Television and the Child, Oxfor University Press

47- Annan Commiltee

منابع

I- کتابها

۱- بیرو، آلن - فرهنگ علوم اجتماعی - ترجمه باقر ساروخانی (انتشارات کیهان - تهران، ۱۳۶۶).

۲- پیازه، ژان - زندگی و پرورش کودک - ترجمه و تدوین عنایت‌الله شکیبایی (انتشارات نیما - تهران، ۱۳۳۶).

۳- ساروخانی، باقر - جامعه‌شناسی ارتباطات (انتشارات اطلاعات - تهران ۱۳۶۷).

۴- شریف، نواز - مدیریت انتقال تکنولوژی و توسعه - ترجمه رشید اصلائی (انتشارات وزارت برنامه و بودجه و توسعه ۲۴ - تهران ۱۳۶۷).

۵- معتمد نژاد، کاظم با همکاری ابوالقاسم منصفی - روزنامه‌نگاری با فصلی جدید در بازرنگری روزنامه‌نگاری معاصر (انتشارات مرکز شهر سپهر - تهران، ۱۳۶۸).

II- مقاله‌ها

۱- ارتباطات نخستین گام برای ورود به جریان اجتماعی (پیک صدا و سیما - اسفند ۶۷).

۲- بحران جهان سوم، نقش اطلاعات در خود انکایی صنعتی (اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران - شماره ۷ - ۱۳۶۷).

۳- پرورش نیروی انسانی مورد نیاز توسعه تکنولوژیک به انسان عنصر اصلی در فراگرد توسعه تکنولوژیک (اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران - شماره ۷ - ۱۳۶۷).

۴- تکنولوژی قابل انتقال نیست، نتیجه مهارتهایی است که باید در افراد بوجود آید (پیام پست و مخابرات - آبان ۶۷).

توزیع نامتعادل اطلاعات در جهان (پیک صدا و سیما - شماره ۱۴۱ - مرداد ۶۷).

۵- گزارش سمینارهای ارزیابی صدا و سیما، ویژه کودکان و نوجوانان (پژوهشهای روانشناسی - پاییز و زمستان، ۱۳۷۰).

۶- ملکزاده آراسته، محمود - ساختار شبکه (پیام پست و مخابرات - اردیبهشت، ۶۷).

۷- ویدیو کنفرانس (اطلاعات - دوشنبه ۴ دی ۱۳۶۸).

1. Broom, Leonard, and Selznick, Philip. *Sociology; A Text With Adopted Readings*. New York: Hauper & Row Publishers, Inc, 1973.

2. Nobbs, J. Hine, R., and Flemming, M. *Sociology*. London: Me Millan Education Ltd., 1987.

3. Oxford Advanced Learner Dictionary of Current English, 2s th ed., S.V. "A.p.cowie & A.e.Gimson".

4. Wagschal, Peter H. "Literacy in the Eleat, Onic Age". *Educational Technology*, June 1987, pp.5-9.