

جهان امروز و ارتباطات

جهان امروز و ارتباطات

دکتر باقر ساروخانی

توصیفی کوتاه از ویژگیهای جهان رسانه‌ای:

۱- فراگیری^(۱)

رسانه‌ها و رای مدرسه، خانواده و هر نهاد دیگر تأثیرگذار در جامعه‌پذیری^(۲) و به صورت فراگیر عمل می‌کنند. یعنی هم خانواده، هم مدرسه، هم دیگر عناصر مؤثر در جامعه‌پذیری^(۳) را تحت پوشش دارند.

۲- وسعت

رسانه‌های جمعی بردی گسترده دارند، به اعماق توده‌ها راه می‌یابند و به درستی می‌توان گفت، هیچ عصری همانند رسانه‌ها، توان رسوخ به اعماق جامعه را ندارند.

رسانه‌ها، جای جای جامعه را فرامی‌گیرند و هیچ حوزه‌ای نیست که در پرتو امواج آنان نباشد. وسعت رسانه‌ای موجبات بروز تبعات بسیاری را فراهم آورد.

- پیدایی ابعاد تازه‌ای در نهادهای اجتماعی

در پرتو عصر ارتباطات، نهادهای سنتی جامعه ابعاد تازه‌ای می‌یابند. یعنی ادراک رسانه‌ای آنان افزوده می‌شود. چند مثال از این خصلت رسانه‌ای، چنین است:

* قهوه‌خانه‌های سنتی همواره جایگاهی برای گفت‌وگو بود، حال در همین جایگاه نیز، با ورود رادیو و سپس تلویزیون، دنیا دیده و شنیده می‌شود، یعنی قهوه‌خانه نیز محل جریان اطلاعات و اخبار^(۴) است.

... جهان امروز، بی‌هیچ شبهه، جهان ارتباطات است؛ تحول تاریخی جوامع در این جهت نه پیوسته، که گسسته و جهشی است. منظور آن است که جهان ارتباطات در امتداد دوره‌های پیشین تاریخ حیات بشری تکوین نیافت، بلکه خوددنیایی خاص، متمایز و جهش یافته است. نظریه‌های تطور آرام و پیوسته جهان، نظیر جهان اندیشه کپرنیکی یا کپلری، اینجا مصداق ندارد. فرزندان ما، در جهان ارتباطات، به شیوه‌ای کاملاً متمایز جامعه‌پذیر می‌شوند؛ دنیای یک کودک در ۵۰ سال پیش، دنیایی محدود، بسته، طبیعی و ساده بود؛ او با حیاط و کوچه سر و کار داشت.

جهان کودک امروز و رای مرزهای ملی تعریف می‌شود؛ او با وفور بی‌سابقه اطلاعات مواجه است؛ او در کلاسی بی‌دیوار شرکت می‌کند، که همکلاسی‌هایشان در تمام کره زمین پراکنده‌اند. دو یک کلام، در جهان ارتباطات، انسان رسانه‌ای فراهم می‌آید، انسانی که هر روز در معرض تأثیر رسانه‌هاست. نگاه او نیز نگاه رسانه‌ای است، جزء کوچکی از جهان را مستقیماً لمس می‌کند، (کوچه، اطاق، مسیر به سوی محل کار و...) اقصی نقاط جهان را از طریق رسانه می‌بیند. او آنچه را می‌بیند، که اصحاب رسانه‌ها می‌خواهند. واقعیات عالم نیز در جهان امروزی، رسانه‌ای هستند. آنچه را رسانه‌ها برجسته می‌سازند، از نظر ما برجسته است.

جهان رسانه‌ای، جهانی بی‌همتا در تاریخ انسان‌هاست؛ خود جهانی با پویایی بی‌سابقه است؛ هرگز در تاریخ حیات انسانی، تحول، چنین گسترده و پرشتاب نبوده و این از آنروست که تکنولوژی ارتباطات نه تنها جهان را کوچک، بلکه هر روز را روزی دیگر ساخته است. یک رایانه امروز قیمتی دارد؛ در فردایی نه چندان دور، همان رایانه، حتی بی‌هیچ استفاده به مفت نیز خریدار ندارد؛ جهانی چنین پرشتاب در تاریخ انسان‌ها، تجربه نشده بود.

در جهان ارتباطات، ارزش‌ها نیز هر روز، روز تازه‌ای دارند. به بیان دیگر، دیروز و امروز و فردای آنان با یکدیگر به کلی متمایز است. شتاب حرکت در این جهت، آنچنان است که بین والدین و فرزندان آنان، «گفت‌وگوی کران» صورت می‌گیرد. این بدان معنی است، که انسان‌ها با هم سخن می‌گویند، اما سخن یکدیگر را نمی‌فهمند.

آنچه را که دختر یا پسر، خوب می‌دانند، از نظر نسل پیشین ضد ارزش است، و با این فرایند، شکاف نسل‌ها پدید می‌آید. بنابراین، جا دارد جهان ارتباطات اهمیت و ویژگی‌های آن، مورد تأمل قرار گیرد. آنچه در پی می‌آید، گواهی بر این تأمل کوتاه است و در آن، خصلت‌های جهان رسانه‌ای به اجمال توصیف شده است.

خانواده نیز در گذشته چنین بود، صرفاً جایگاهی برای گفت و گو، دیدار و تبادل نظر بین ساکنان آن بود. حال چنین نیست، خانواده محلی است که در آن دنیا دیده می شود. اخبار جهان منتقل می شود و گاه انسان ها برای دیدن این وقایع یا شنیدن این اخبار به خانه ها می آیند. (۵)

بسیاری این رسوخ خاص رسانه ها را، با هجوم جنگیز مترادف می سازند. رسانه ها به سرعت به خانه ها راه یافتند، در اعماق توده ها جای گرفتند، همین گواه بر تأثیر بسیار آن بر حیات و اندیشه انسان هاست.

اعتیاد رسانه ای

رسانه ها، نه تنها دارای برد بالا هستند، یعنی کلاسی تشکیل می دهند، بدون هیچ دیوار و با شنوندگانی که گاه تعدادش بالاتر از یک میلیارد نفر می رسد، بلکه دنیای رسانه ای مولد یا موجد اعتیاد نیز هست. حیات روزمره ما نشان از این واقعیت دارد. انسان ها به رسانه ها معتاد می شوند، چنانچه نباشد، تعادل خود را از دست می دهند. به عنوان مثال، کسی که به روزنامه عادت کرده است و سر ساعت بعد از ظهر روزنامه به دستش نمی رسد، احساس می کند چیزی را از دست داده است.

رسوخ به دنیای ذهن

رسانه ها، نه تنها به اعماق جامعه از نظر صوری می رسند، بلکه یک یک آدمیان را در بر می گیرند، بر اندیشه آنان تأثیر می نهند. از این روست که مفهوم عقیده سازان^(۶) را برای آنان مطرح کرده اند.

مباحث وسیع «رایزمن» در این باب، بسیار جالب است. او بر پیدایی عصری تأکید داشت که انسان ها دیگر راهبر^(۷) می شوند. یعنی پس از گذران عصرهای قبل^(۸)، به دورانی می رسند که در خلال آن، دیگران برای انسان می اندیشند و انسان، خرد خود را به عاریت می دهد.

«رایزمن» بر تأثیر عظیم رسانه ها تأکید دارد. عصاره اندیشه های او در این زمینه چنین اند:

تأثیر رسانه ها چنان است که موجبات اثر بلع را فراهم می آورد. بلع را در بسیاری از علف خواران دیده ایم. آنان به هنگام پیدا کردن غذا، به سرعت آن را می بلعند، اما در شرایط دیگر آن را به دهان می آورند و می جویند. اثر بلع به معنای پذیرش بی چون و چرای پیام رسانه هاست. در این حال، انسان ها به صورت منفعل عمل می کنند. به وسیله پیام آن اعتیاد می یابند و شرایط آن را فراهم می سازند که دیگری یا دیگران برای آنان بیندیشند. - تأثیر رسانه ها چنان است که در مواردی آدمی نیازمند اتکال به رسانه ای است که خود خارج از

حیات در جهان امروز، بدون توجه به ابعاد ارتباطی، غیرممکن است.

- تعلق جهانی اطلاع^(۱۲) و خبر:

در عصر بزرگراههای اطلاعاتی، هر حادثه هر چند کوچک، دیگر به محلی خاص تعلق ندارد. در یک آن در اقصی نقاط عالم، انعکاس می یابد. تبعات این امر برای سرنوشت انسانی بسیار زیاد است، زیرا: موجبات سیاسی شدن شدید رسانه ها را فراهم می سازد و یک حادثه، دیگر در لاک جغرافیا باقی نمی ماند و در جای جای جهان انعکاس می یابد.

مثال جالب، سیاسی شدن رسانه ها در پرتو تعلق جهانی اطلاعات و اخبار، حوادثی است که در ویتنام قبل از یکپارچگی مطرح است. در آن زمان در برابر رژیم سایگون، راهبان دست به خودسوزی می زدند. خودسوزی یک راهب قبل از برخورد جامعه با عصر ارتباطات، حادثه ای صرفاً محلی بود، یعنی فقط چند رهگذر آن را می دیدند و احیاناً بسیار ناراحت می شدند. اما با ورود به عصر ارتباطات، دیگر آن حادثه در یک آن، در تمامی جهان انعکاس می یافت. بدینسان خودسوزی یک راهب در کمترین دقایق به تمامی جهان منتقل می شد و همه مردم جهان را به تعجب و تنفر از رژیم حاکم وامی داشت. به نظر ما در پرتو عصر ارتباطات، برد پیام بی نهایت است. (۱۳)

- امتداد کمی^(۱۴)

مک لوهان معتقد است: در پرتو تجلی دنیای ارتباطات، انسان ها توانایی هایی می یابند که هرگز در تاریخ سابقه نداشته است. یعنی:

- گوش انسان می تواند صداها را در هزاران فرسنگ دورتر بشنود.

- چشم انسان می تواند هزاران کیلومتر دورتر را ببیند.

این توانایی بی سابقه، موجبات بروز تغییراتی عظیم را در جهان فراهم می آورد. جهانی دیگر می آفریند و به تبع آن، انسان هایی دیگر پدید می آیند. هیچ اقدام اجتماعی، یا سیاسی یا فرهنگی در جهان معاصر بدون توجه به این فرایند، ممکن نیست.

امتداد کیفی^(۱۵)

انسان ها در دنیای ارتباطات، نه تنها می توانند توانایی های بی سابقه ای از نظر کمی یابند، بلکه از نظر کیفی نیز دگرگونی های وسیعی را تجربه می کنند. بدینسان با احراز آگاهی و با کسب تخصص می توانند از نوعی بینایی یا شنوایی تازه برخوردار شوند. به عنوان مثال:

* آنگاه که انسان ها با هنر آشنا شدند، می توانند آثار بزرگ هنری را درک کنند و از آنان لذت برند،

□ در یک فرهنگ ماده گرا،

تلویزیون های کابلی یا

سیم می فراهم می آید و

به ازایه فیلم های مستهجن

می پردازند و چون

چنین است، بر خود فرهنگ

خاستگاه تأثیر می نهند و تشدید

غریزه گرایی را

موجب می شوند.

وجود است. یعنی بدون آن نمی اندیشد، تصمیم نمی گیرد، و از نتیجه گیری باز می ماند.

- انفجار زمان^(۹) و فضا^(۱۰)

در کتاب «جامعه شناسی ارتباطات»^(۱۱) بحث از آن، به طور مبسوط آمده است. رسانه ها، دنیایی کوچک فراهم آوردند. کشورهای دور دست، در پرتو تجلی عصر ارتباطات همسایگان دیوار به دیوار یکدیگر شدند و در نهایت، بازتاب حوادث در صحنه جهان، تحقق پذیر گشت. بدینسان ملاحظه می شود:

۱- زمان انفجار یافت، یعنی بشر توانست، در کمترین دقایق پیام خود را به اقصی نقاط عالم ارسال دارد.

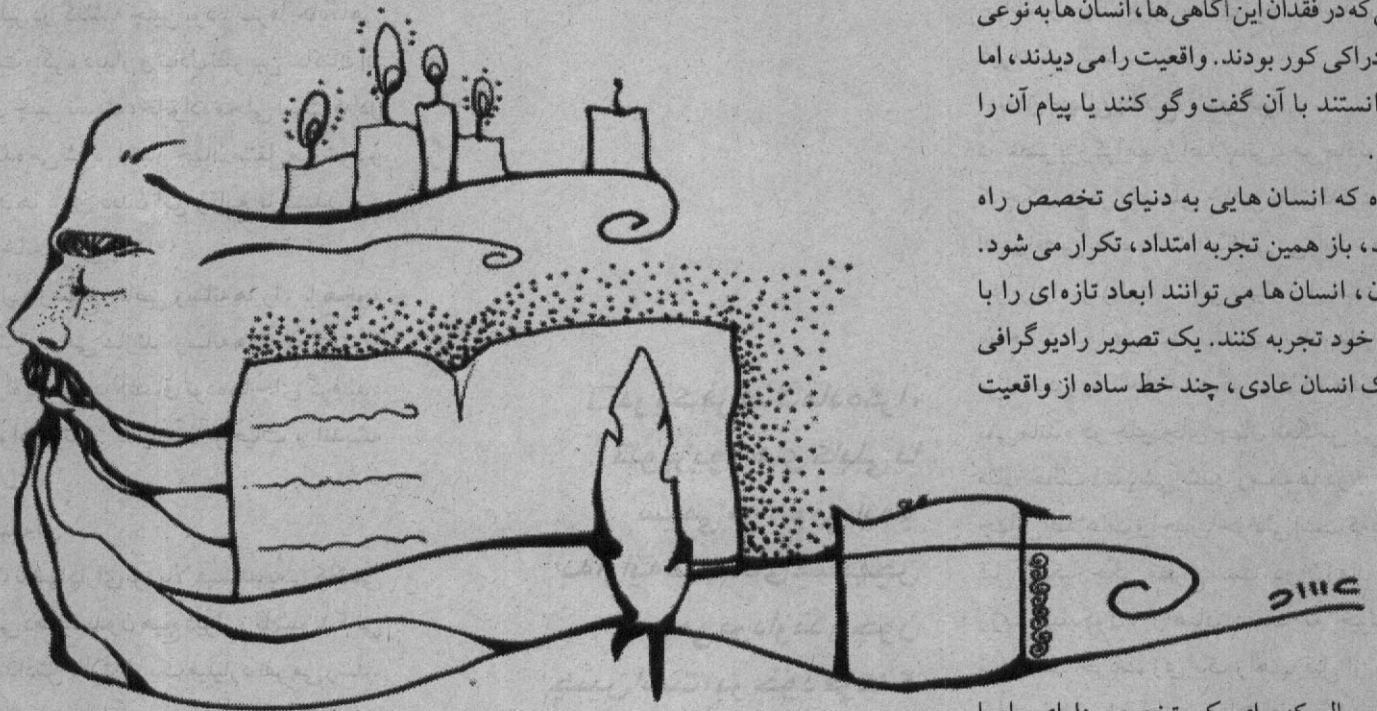
۲- فضا انفجار یافت، یعنی بشر توانست، در کمترین زمان، وسیعترین فاصله های جغرافیایی را طی کند.

نسل های پیشین هرگز چنین تجربیاتی نداشتند. شاید هم برای آنان چنین تغییراتی در جهان غیر قابل تصور بود. عصر رسانه ها، عصر پیدایی دهکده جهانی است. هر یک از کشورها در کوچه های این دهکده اقامت دارند.

به نظر ما، برنامه ریزی برای هر یک از جلوه های

در حالی که در فقدان این آگاهی‌ها، انسان‌ها به نوعی از نظر ادراکی کور بودند. واقعیت را می‌دیدند، اما نمی‌توانستند با آن گفت‌وگو کنند یا پیام آن را بشنوند.

* آنگاه که انسان‌هایی به دنیای تخصص راه می‌یابند، باز همین تجربه امتداد، تکرار می‌شود. بدینسان، انسان‌ها می‌توانند ابعاد تازه‌ای را با حواس خود تجربه کنند. یک تصویر رادیوگرافی برای یک انسان عادی، چند خط ساده از واقعیت



است؛ در حالی که برای یک متخصص دارای پیام یا پیام‌هایی بی‌شمار است.

* تولد انسان‌هایی دیگر

بی‌هیچ شبهه، باید گفت در پرتو جهان ارتباطات، انسان‌هایی دیگر پدید می‌آیند. کودکان دنیای امروز از نخستین برهه‌های حیات در بمباران اطلاعات، اخبار و امواج هستند. غنی‌ترین خزانه‌های اطلاعاتی را در پیش روی دارند. بسیاری را عقیده بر این است که تولد انسان در دو برهه تحقق پذیر است:

- تولد فیزیولوژیک

با این فرآیند، انسان به دنیا می‌آید و این فرآیند تاریخی است.

- تولد اجتماعی

انسان بار دیگر تولد می‌یابد. یعنی در پرتو خزانه‌های گسترده اطلاعاتی موجودی دیگر می‌شود، آگاهی‌های تازه، اندیشه‌های نو و بالاخره جهان بینی نوینی را تجربه می‌کند.

- گذر از فرهنگ‌های بسته

در سطح فرهنگی، رسانه‌ها موجب شدند، فرهنگ‌های بسته گشوده شوند و آرام آرام یکپارچگی فرهنگی در سطح محلی تحقق پذیر شود و چند توضیح در باب این تحول اساسی در دنیای ارتباطی ضروری است:

- در گذشته، فرهنگ‌های خاص، بسته، محدود و با هویتی ویژه پدید آمدند. در درون این فرهنگ‌های بسته، انسان‌ها نیز بسته می‌اندیشیدند. شاخص‌هایی چند حکایت از این فرآیند دارد:

- زمانی که از فردی از یک قبیله خاص می‌پرسیدند، کجایی هستید؟ نام قبیله خود را ذکر می‌کرد، نه کشور را.

- زمانی که از یک فرد متعلق به یک قبیله می‌پرسیدند،

□ دنیای رسانه‌ای مولد یا موجد اعتیاد نیز هست. حیات روزمره ما نشان از این واقعیت دارد. انسان‌ها به رسانه‌ها معتاد می‌شوند، چنانچه نباشد، تعادل خود را از دست می‌دهند.

بزرگان فرهنگی که می‌شناسید، نام ببرید، از بزرگان ادب و فرهنگ جامعه چیزی نمی‌دانست.

- زمانی که از چنین فردی می‌پرسیدند غذاهای شما چیست، باز غذاهای محلی را نام می‌برد.

- زمانی که قرار بود با چنین فردی صحبت کنید، او به زبان قبیله خود صحبت می‌کرد و از زبان کل جامعه بی‌اطلاع بود.

در پرتو جهان ارتباطات دیگر چنین نیست، قبایل بسته گشوده شدند، دیوارهای فرهنگ‌های بسته نفوذپذیر شد و در نهایت تعاطی اندیشه‌ها صورت پذیرفت و هویت ملی، زبان ملی، اندیشه‌ها و اعتقادات کل جامعه به جای جای جامعه رسوخ یافت.

از این پس، در سطح کلان جامعه، با این حادثه، دگرگونی‌های وسیعی پدید خواهد آمد.

- جهان رسانه‌ای و کارکردهای عام:

بنابراین و در امتداد آنچه آمد، می‌توان، بعضی از کارکردهای رسانه‌ها را در جهان امروز بدینسان خلاصه کرد:

بسیاری را عقیده بر این است که عصر نو، عصر ارتباطات جمعی است. رسانه‌ها دنیایی نو آفرینند،

انسان‌ها همیشه اسیر زمان و فضا بودند: برای رفتن از یک محل به محل دیگر، باید منتظر ماند و گاه این انتظار، سالیانی چند ادامه می‌یافت. حال، از طریق رسانه‌ها می‌توان پیام خود را در چند ثانیه به اقصی نقاط عالم فرستاد.

از سوی دیگر دنیای نو، دنیای تعلق محلی، اخبار و اطلاعات (۱۶) نیست؛ بلکه دنیای تعلق جهانی اطلاعات (۱۷) است. هر حادثه، هر چند کوچک، در اقصی نقاط عالم طنین می‌افکند و از این جهت، خشم یا شادمانی خانواده جهانی را دامن می‌زند. (۱۸)

تولد دهکده جهانی، به بیان مک‌لوهان، تبعات عمیق سیاسی نیز دارد. در گذشته جنگ‌ها محلی بود، خونریزی‌ها نیز در میان مردمان یک محله، یا یک کوچه یا یک شهر، باقی می‌ماند. حالا چنین نیست؛ یک عمل خشن، دل مردم جهان را به درد می‌آورد. وجدان جهانی را در همان آن، متأثر می‌سازد و با وجود چشمان تیزبین ماهواره‌ها، حتی گورهای زیرزمین صرب‌ها در بوسنی لو می‌رود. بدینسان، به درستی می‌توان گفت، فناوری ارتباطات، جهانی پدید می‌آورد که در آن، جایی برای خونریزان تاریخ نیست (۱۹) و به حق تولید، بسط و جهانی شدن دموکراسی جز در پرتو ارتباطات، صورت پذیر نیست.

* تولد شهر آموزش

رسانه‌های جمعی، دنیایی نو آفرینند که در آن انقلاب آموزش تعریفی تازه یافت.

دیگر دانستن در انحصار هیچ کس نیست. همچنان که هیچ سازمانی نیز انحصار انتقال تمامی میراث فرهنگی بشری را ندارد و به اصطلاح

جامعه‌شناسان، شهر آموزش متولد شد که در آن: آموزش تنها در مقطعی کوتاه از حیات انسانی صورت نمی‌گیرد، شعار مقدس «اطلب العلم من المهدالی اللحد» در دنیای ارتباطات، به درستی تحقق عینی یافت. فرزندان ما در این جهان نو، از نخستین برهه‌های حیات در معرض بمباران اندیشه‌ها، از اقصی نقاط عالم قرار گرفتند و این روند تا آخرین دم حیات آنان ادامه دارد.

آموزش، در ساعاتی خاص صورت نمی‌گیرد. آموزش مدرسه‌ای نه تنها صرفاً در مقطعی خاص از حیات ما تحقق پذیر بوده، بلکه در همان مقطع نیز جوان تنها ساعاتی چند را در مدرسه سپری می‌ساخت، حالا در شهر جدید آموزش، انسان‌ها از آغازین دم حیات در تمامی ساعات در معرض امواج رسانه‌ها قرار دارند.

آموزش در طول تاریخ حیات آدمیان امری سخت بود، بامشقت صورت می‌گرفت و گاه چوب استاد به مرگ شاگرد می‌انجامید، حال چنین نیست، رسانه‌ها توانستند، آموزش را در ساعات آزاد و فراغت انسان‌ها راه دهند. محتوای دانایی را جاذب سازند، آن چنان که انسان‌ها بیاموزند، بدون آن که در هراس معلم باشند.

در دنیای ارتباطات، ساختن ذهن و اندیشه آدمیان و انتقال میراث فرهنگی بشریت بدون تحریف و انتزاع صورت یافت. در گذشته، دانش‌آموزان ما مجبور بودند دهها بار تکرار کنند، سوره محدود است به... نام کشورها از ذهن می‌رفت، زیرا آموزش بر حافظه و انتزاع تکیه داشت (۲۰)؛ حالا چنین نیست، فرزندان جدید رسانه‌ها نظیر تلویزیون، اینترنت و تازه‌ترین اعضاء این خانواده یعنی یویونت، می‌توانند سوره را به خانه آورند؛ در گذشته زمانی که گفته می‌شد، اقیانوس کبیر چنین است و حیوانات آن چنانند، جوان می‌بایست، اقیانوسی در ذهن خود می‌ساخت و معمولاً از داده‌های محیط پیرامون خود در این جهت سود می‌گرفت؛ به عنوان مثال، حوض خانه را در نظر می‌آورد و با بزرگ کردن، اقیانوس می‌ساخت، اما در واقع اقیانوس کبیر و حوض خانه‌ها، هیچ تشابهی با هم نداشت؛ حالا، اقیانوس و همه ساکنان آن خود به خانه‌های ما می‌آیند.

در جهان ارتباطی نوین، آموزش همه‌جایی است. به درستی، بسیاری بر خصلت همه‌جایی بودن (۲۱) و همسان‌سازی تأکید کرده‌اند. رسانه‌ها از جانی محتوای آموزش را به جای جای جامعه بردند (۲۲) از سوی دیگر از فاصله آدمیان کاستند. مدرسه در تمامی قرون و اعصار به تجزی انسان‌ها

* ابعاد نوین نهادها:

رسانه‌ها، پوسته‌ها را شکافتند، همسانی‌ها را گسترش بخشیدند و جهان را کوچکتر کردند. از این پس، ملت‌هایی همسایه دیوار به دیوار یکدیگرند که در واقع فرسنگ‌ها از یکدیگر فاصله دارند.

در بستر دنیای نو، نهادها و سازمان‌ها نیز بعدی نو یافتند. همچنان که گفتیم، دیگر خانه سنتی وجود ندارد، همانطور که قهوه‌خانه‌ها، تعریف دیگر یافتند. در درون هر قهوه‌خانه، یک رادیو و سپس تلویزیون، انقلابی تازه به پا کردند. معماری خانه‌ها، تغییر یافت. بعد از این، باید اطاق‌های کوچک هر خانه به تعداد ساکنان آن سامان یابد، تا هر کس در گوشه امن خویش به رسانه دلخواهش پردازد. از این پس، باید در قهوه‌خانه هم آموخت، با دنیا ارتباط یافت و بنابراین، جاذبه‌های تازه‌ای به همه ارکان و سازمان‌های اجتماعی داده شد.

* تولد انسان‌های نو:

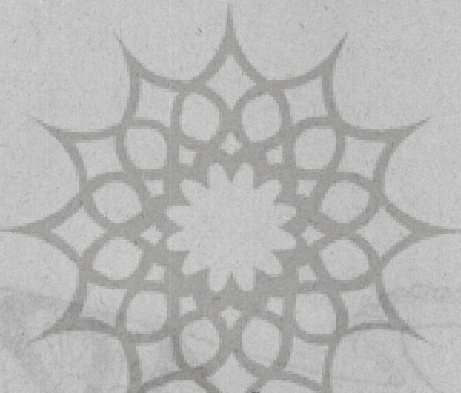
به درستی می‌گویند، رسانه‌ها دنیایی دیگر آفریدند و در آن، انسان‌هایی دیگر تولد می‌پذیرند. کودکانی که از نخستین برهه‌های حیات، با رسانه‌ها مواجه می‌شوند در حقیقت، خزانه دیگری از دانستی‌ها را تجربه می‌کنند، چشم‌اندازی دیگر دارند و در نهایت دنیای آموخته‌های آنان نیز تنها متکی بر حافظه نیست. رسانه‌ها، جزیی از محیط پیرامون آنان شدند و جهان را به خانه آنان آوردند. کلاس‌ها آرام‌آرام به تلویزیون مدار بسته و سپس به اینترنت مرتبط شدند و جهان آموزش با بسط ابر بزرگراه‌های اطلاعاتی (۳۱)؛ بستری نو برای پردازش انسان‌هایی نو و متمایز از همه سنت‌ها گردید.

هرگز نیاکان ما، چنین حجم وسیعی از اطلاعات را در اختیار عامه مردم نگذاشته بودند و هرگز شتاب حرکت در اخبار و اطلاعات چنین نبود.

جهان رسانه‌ای و دگرگونی‌های فرهنگی

«فرهنگ (۳۲) وجه ممیز انسان از سایر موجودات عالم است. شامل تمامی دستاوردهای جامعه یا گروه نظیر زبان، هنر، صنعت، حقوق، دانش، دین، اخلاق، سنت‌ها و حتی ابزار مادی است». رسانه‌ها را بسیاری، به درستی ابزاری فرهنگی می‌دانند، زیرا از بطن فرهنگ برمی‌خیزد، با توجه به هر فرهنگ کاربردی متمایز می‌یابد و سپس بر فرهنگ جامعه تأثیر می‌نهد (۳۳). به عنوان مثال، در یک فرهنگ ماده گرا، تلویزیون‌های کابلی یا سیمی فراهم می‌آید و به ارایه فیلم‌های مستهجن می‌پردازند و چون چنین است، بر خود فرهنگ خاستگاه تأثیر می‌نهند و تشدید غریزه‌گرایی را موجب می‌شوند. پس رسانه، ابزاری به تمامی معنی فرهنگی است. از

□ در عصر بزرگراه‌های اطلاعاتی، هر حادثه هر چند کوچک، دیگر به محلی خاص تعلق ندارد. در یک آن در اقصی نقاط عالم، انعکاس می‌یابد. تبعات این امر برای سرنوشت انسانی بسیار زیاد است.



می‌انجامید. اندکی رادر آن راه بود و بسیاری را خیر. از این رو، موجبات پیدایی فرهنگ خواص فراهم می‌آمد. اندک سالاری (۲۳)، برگزیده پروری و در نهایت انحصار آموزشی (۲۴)، پدیده‌های این دوران حیات آدمیانند. حال، رسانه‌ها همانند باران رحمت الهی همه جا را در پرتو خویش دارند. به صورت کلاس بی‌دیوار عمل می‌کنند. یعنی هر کس رادر آن راه هست. (۲۵)

* قوام نوین ملت‌ها

با ورود وسایل ارتباط جمعی به حریم آدمیان، باید همبستگی ملی تعریفی تازه یابد. قبایل دورافتاده از تعلق خود به یک واحد بزرگتر آگاهی؛ موجبات کاهش اهمیت خرده فرهنگ‌ها فراهم آید، و بدین قرار و در بستر این تحولات شگرف، دیگر همبستگی ملی تنها تابع قدرت دولت‌ها نخواهد بود.

بدینسان، رسانه‌ها پوسته‌ها قوم محوری (۲۷) و به طور کلی قومیت (۲۸) را می‌شکافتند، از انزوای طلبی (۲۹) جلوگیری می‌کنند و هر مانع جغرافیایی یا فرهنگی را، در پیدایی عناصر متزوی و تک افتاده (۳۰) بر می‌دارند.

طریق همین ابزار تهاجم فرهنگی صورت می گیرد و ملل ضعیف عالم با فرهنگ کشی یا حذف مبانی قومیت خویش (۲۴) مواجه می شوند.

از سوی دیگر، با همین ابزار، پیدایی فرهنگ جهانی تحقق پذیر شده است. این وسایل، جهانی کوچک پدید آوردند. ملل دور دست را همسایه یکدیگر ساختند و هر حادثه را به عمق جهان رسانیدند. این دهکده کوچک جهانی نیازمند زبانی خاص، آداب و عاداتی معین و در یک کلام فرهنگی جهانی است و چون عنصر مسلط در این عرصه، کشورهای دارای فناوری برتر ارتباطی هستند، این فرهنگ عناصر جهانی بیش از همه از آن جهان صنعتی است.

با آنچه آمد، باید تاثیر رسانه ها را بر فرهنگ بررسی کنیم. شکستن پوسته های فرهنگ های خاص را در پرتو این رسانه ها مورد تحلیل قرار دهیم و پیدایی فرهنگی ملی را در سطح هر جامعه بشناسیم.

به درستی باید گفت، قبل از برخورد رسانه ها با جوامع، اقوامی بسته وجود داشتند. از افراد هر قبیله یا قوم می پرسیدند کجایی هستید، ابتدا قوم خود را نام می برد، هویت قومی بود، اما در پرتو پیدایی رسانه ها، انسان ها در یک جامعه از زبان مشترک، هویت مشترک، آداب و عادات مشترک برخوردار شدند، یعنی فرهنگی ملی تکوین یافت.

با تکوین رسانه ها آرام آرام فرهنگ عمومی وسعت یافت. انسان هایی که جز کوچه و خانه خود را نمی شناختند حال از جهان باخبر شدند، حوادث عالم را تحلیل می کنند. گذشته از این، فرهنگ عام به اعماق جامعه راه یافت. یعنی مردمانی در دل صحرا با یک رادیو ترانزیستوری، با جهان و حوادث آن خو گرفتند. جهانی اندیشیدند و احساس تعلق جهانی یافتند.

با برخورد جوامع جدید با رسانه ها، نه تنها فرهنگ عوام وسعت یافت، بلکه به عمق توده هارفت، لذا، هر جامعه، باید به سیاستگذاری فرهنگی، ایجاد مکانیسم های دفاع فرهنگی و در یک کلام، ایمن سازی جامعه در برابر آفات فرهنگی دست بزنند.

مک لوهان معتقد است که تحت تاثیر وسایل ارتباط الکترونیکی، انسان ها وارد مرحله جدیدی از زندگی اجتماعی می شوند. این وسایل جدید به انحصار ارتباط چاپی که حس بینایی را در مطالعه کتاب ها بیش از حد به کار انداخته است، پایان می دهد و بیان

مبادله اطلاعات و اندیشه ها بین افراد انسانی از شرایط ضروری زندگی اجتماعی است. برقراری ارتباط بین افراد گروه ها مستلزم وسایل خاصی است، که به کمک آنها، انسان ها بتوانند پیام ها و خواست های خویش را به یکدیگر منتقل کنند. با محیط زندگی بهتر آشنا شوند. خود را با آن هماهنگ سازند، یا برای بهبود شرایط آن اقدام کنند. (۳۵)

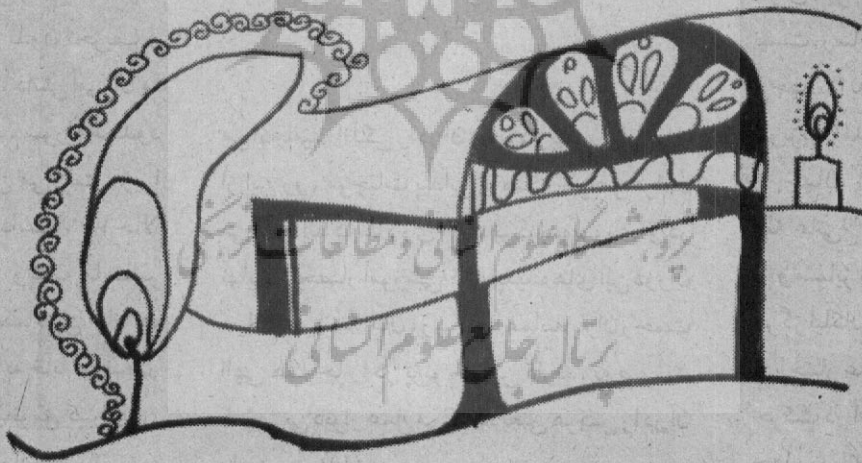
این رسالت ها و این همه اهمیت به معنای مسوولیتی است، که رسانه ها در برابر فرهنگ برعهده دارند: «رسانه های گروهی، خواه ناخواه در برابر فرهنگ، مسوولیتی عظیم دارند، زیرا تنها آن را انتقال نمی دهند بلکه محتوای آن را انتخاب می کنند و سرچشمه آن هستند با وجودی که بسیاری از شکل های سنتی و شکل های میان فردی فرهنگ هنوز وجود دارد، حقیقت آن است که رسانه های جمعی، خوراک فرهنگی میلیون ها نفر را تأمین و در واقع فرهنگی نو برای نسل های آینده ایجاد می کنند، فرهنگی که هنوز بسیار زود است که ماهیت آن را تعریف کنیم تا چه رسد به داوری درباره نقش آن.

رسانه ها، مخاطبان بیشتری را با شاهکارهای گذشته و حال آشنا کرده اند و برنامه های سرگرم کننده به سهولت بسیار بیشتری در دسترس مردم قرار گرفته است. بدون شک، این امر پاسخ به یک نیاز واقعی است، لیکن بسیاری از برنامه های سرگرم کننده که ارایه می شود آن قدر مبتذل است که به جای برانگیختن قوه ابتکار، آدمی را کودن می سازد. نفوذ منافع تجاری و آگهی های تبلیغاتی و نیز شکل های انطباق گرای فرهنگ، که

دیوان سالاران با آن موافقت دارند، زندگی فرهنگی را به نابودی و ضعف، تهدید می کند. (۳۶)

در پایان بحث، در باب اهمیت رسانه ها و تاثیر آنان بر جای جای حیات اجتماعی، باید گفت، به تعبیر مک لوهان رسانه ها در صورتی که به درستی پدید آیند، هر یک از حواس انسانی را بسط می دهند، حرکت جامعه را از دنیای نخستین، یعنی قبیله های جهانی، به عصر کتابت و سپس ارتباطات الکترونیک موجب می گردند. با پیدایی دهکده جهانی، انفجار فضا و همسایگی ملل به ظاهر بسیار دور دست، موجبات پیدایی و بسط فرهنگ جهانی را فراهم می آورند، جهانی شدن اخبار و اطلاعات

□ رسانه های پوسته های قوم محوری و به طور کلی قومیت را می شکافند، از انزوای طلبی جلوگیری می کنند و هر مانع جغرافیایی یا فرهنگی را، در پیدایی عناصر منزوی و تک افتاده بر می دارند.



شفاهی و ادراک سمعی را احیا می کنند. استفاده از وسایل ارتباطی الکترونیکی به ویژه تلویزیون و همچنین دستگاه های خودکار الکترونی، مثل ماشین های محاسباتی و هدایت شونده ها اساس زندگی اجتماعی رازیر و رو می کند و در نتیجه آن، جهان سرانجام به یک نوع دهکده بزرگ، تبدیل می شود که افراد انسانی می توانند زندگی قبیله ای گذشته را به نحو دیگری در آن تجدید کنند. به نظر مک لوهان، اکنون تحت تاثیر وسایل الکترونیکی در راه ایجاد چنین جامعه ای، طرز زندگی، نظام آموزشی، ادبیات و هنرها و به طور کلی همه مظاهر فرهنگ انسانی در حال دگرگونی است.

را باعث می شوند و در یک کلام تکوین جهانی نو و در پرتو آن، انسان‌هایی دیگر را موجب می گردند. ارتباطات و اثرگذاری تفاضلی:

گفتم رسانه‌ها در همه جای جامعه حضور دارند. بر ارکان جامعه، از جمله فرهنگ تاثیر می گذارند. حال، باید اضافه کنیم تاثیر رسانه‌ها همیشه یکسان نیست. اعضاء جامعه خانواده ارتباطات به یکسان بر انسان‌ها و جهان تاثیرگذار نیستند. و این از آروست که این اعضاء هر یک ماهیتی جداگانه دارند. به عنوان مثال، تفاوت‌های دو عضو از این خانواده، یعنی سینما و تلویزیون را مورد توجه قرار می دهیم:

۱- تلویزیون در دسترس همه افراد هست، اما سینما نه.

۲- تلویزیون را در اکثر اوقات می شود تماشا کرد، اما سینما احتیاج به اوقات فراغت قابل توجه دارد.

۳- رفتن به سینما ارادی است، اما تماشای تلویزیون اینطور نیست.

۴- سینما به هزینه‌ای بیشتر از تلویزیون نیاز دارد.

۵- زمان رفتن به سینما منقطع و محدود است، اما زمان تماشای تلویزیون پیوسته است.

۶- سن دیدن سینما و فیلم‌های آن را برای افراد می شود کنترل کرد، اما تلویزیون را نه.

۷- سینما مخاطبان خاصی را از لحاظ سنی دارد، اما تلویزیون نه.

- در رادیو شنوندگان به نوعی خلاق تر می شوند، مشارکت بیشتری دارند، چون تصویر نیست، خودشان مجبورند دست به تخیل، تصور و صحنه‌سازی بزنند، پس از این جهت فردی تر است. در باب کارکردهای منفی و مثبت یک عضو از این خانواده، یعنی سینما، مهدی کی‌نیا، در اثرش «میانی جرم‌شناسی و جامعه‌شناسی جنایی» می نویسد:

«در جهان امروزی، سینما یکی از وسایل مهم ارتباطی است. اگرچه سینما یک هنر بود، اما متأسفانه امروز یکی از صنایع مهم دنیا تلقی شده و همانند بقیه صنایع، هدف تجاری پیدا کرده است. و مجموع تولیدات هنری آن‌اندک و محدود شده است.

سینما مانند روزنامه، رادیو، تلویزیون از وسایل مهم و مؤثر نشر و اشاعه افکار، اندیشه ادراک‌ها و احساسات و سرگرمی مخصوص اوقات فراغت در زندگی اجتماعی و تمدن امروزی است.

به طور طبیعی افرادی که در اندرون خود، میل قوی تعدی و خصلت تندخویی دارند از دیدن فیلم‌های پرزد و خورد لذت می برند و اثرات اینگونه فیلم‌ها روی این گروه از انسان‌ها بیشتر خواهد بود.

تحقیق خانم کیل هاگر به سال ۱۹۸۵ حاکی است

بیش از سایر گروه‌های سنی است و نیز فیلم‌های وسترن و گانگستری را آن دسته سنی بیش از دسته‌های دیگر دوست دارند. از مطالعات دیگر برمی آید که پسرها، بیشتر طالب فیلم‌های پرحادثه و پرماجرا و آمیخته به خشونت و شدت عمل هستند.» (۳۷)

در کنار ارتباطات غیرمکتوب، نظیر سینما، رادیو و تلویزیون، دنیای بسیار گسترده ارتباطات مکتوب به چشم ما می خورد. مطبوعات خود جزئی از لذایذ دنیای ارتباطات غیرمکتوب است.

کاربرد درست مطبوعات می تواند، موجبات پیدایی، بسط و ارتقاء آگاهی‌های اجتماعی را فراهم آورد. بلوغ انسان‌ها را برای ورود به عصر دموکراسی نوید دهد، انتقال اطلاعات را به اقصى نقاط جامعه تحقق بخشد؛ بقای تجربه‌ها، اندیشه‌ها و آثار را برای تاریخ میسر سازد. انباشت و تعالی فرهنگ را موجب آید.

در همین زمینه، در جهات نفی و اثبات مطبوعات، نویسنده فوق (مهدی کی‌نیا) در همان اثر، می نویسد:

«مطبوعاتی که فقط برای خدمت فرهنگی جامعه منتشر می شوند، رسالت سنگینی دارند. سردبیر و دیگر مسوولان دست اندرکار باید از ایمان قابل قبولی برخوردار باشند تا در صفحات روزنامه‌ها و مجلات فقط حقایق اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و اخلاقی را منعکس کنند.

عدم مبالغه در کمیت و کیفیت مطالب، عدم شایعه پراکنی، در مقام تحقیق و تفحص، کمال احتیاط را کردن و با صراحت و بداهت مطالب را نوشتن... موجب اعتلای فرهنگی و رشد و توسعه اجتماعی و اخلاقی خوانندگان می شود.

بنابراین، اگر مطبوعات با تبلیغات گسترده‌ای نشریه‌ای را در سطح جامعه منتشر کنند، از آنجایی که گلوگاه‌های مشابهی جهت کنترل و تحدید انحراف وقایع وجود ندارد، و صحت و سقم قضایا به گونه مبهم و مجمل باقی می ماند، خود عامل انحراف دیگران می شود، یا اگر از متهمان نام ببرد قبل از این که اتهام آنها اثبات گردد و به عنوان مجرم، متحمل مجازات گردند و موجبات رسوایی آنان را فراهم آورد، نه تنها از عدالت به دور است بلکه موجب اضطراب و تزلزل روحی دیگر افراد جامعه می شود. در نتیجه، مطبوعات نباید احساسات فردی، یا گروهی را جریحه دار سازد. هر فردی در جامعه، دارای عزت نفس متناسب با شخصیت خویش است و اگر با اتهامات واهی خدشه دار

□ در یک فرهنگ ماده‌گرا،

تلویزیون‌های کابلی یا سیمی

فراهم می آید و به اریه فیلم‌های

مستهلج می پردازند و چون چنین

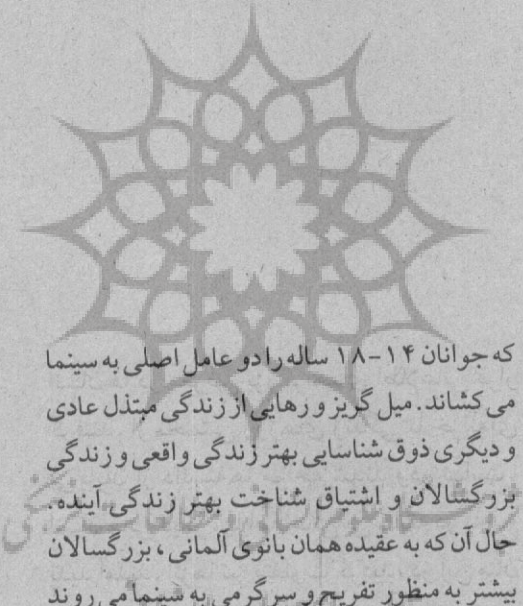
است، بر خود فرهنگ خاستگاه

تأثیر می نهند و تشدید

غریزه‌گرایی را موجب می شوند.

که جوانان ۱۴-۱۸ ساله رادو عامل اصلی به سینما می کشاند. میل گریز و رهایی از زندگی مبتذل عادی و دیگری ذوق شناسایی بهتر زندگی واقعی و زندگی بزرگسالان و اشتیاق شناخت بهتر زندگی آینده. حال آن که به عقیده همان بانوی آلمانی، بزرگسالان بیشتر به منظور تفریح و سرگرمی به سینما می روند و در حالی که بزرگسالان از این که مسایل شخصی خود را در سینما باز یابند ابا ندارند. به عبارتی فیلم‌های غیرجدی را ترجیح می دهند. جوانان، فیلم‌هایی را می پسندند که انسان و سرنوشت و مسایل او را مطرح کنند.

تحقیق دیگری از لئو هندل تحت عنوان «هولیوود به تماشاگران خود می نگرد» (۱۹۵۰) حاکی است که نوع فیلم مطلوب نزد گروه‌های سنی و طبقات مختلف اجتماعی متفاوت است. طبقات پردرآمد فیلم‌های درام را می پسندند و طبقات پایین فیلم‌های وسترن و گانگستری را. نوجوانان ۱۲-۱۶ ساله به فیلم‌های درام کمتر رغبت دارند و حال آن که بزرگسالان ۴۴ ساله به بالا، این فیلم‌ها را بیش از انواع دیگر می پسندند و برعکس نسبت طالبان فیلم‌های جنگی در گروه نوجوانان ۱۴-۱۶ ساله



گردد، جبران آن امری دشوار است.» (۳۸)

با آنچه آمد، می توان پذیرفت که در بین همه اختراعات انسانی، فناوری ارتباطات، بیشترین تأثیر را بر حیات مادی و ذهنی انسان‌ها داشته است. جهانی نو آفریده است و به تبع آن انسان‌ها، تولدی تازه یافته‌اند. انگیزه تماس انسان‌ها با رسانه‌ها، بیرونی، جبری و الزامی نیست. می دانیم چقدر این نوع انگیزه‌ها ضعیف و ناتوانند. انگیزه‌های توجه انسان‌ها به رسانه‌ها درونی عقلانی - عاطفی است. رسانه‌ها، فضای فراغت یعنی دنیای آزاد انسان‌ها را تسخیر کردند. انسان‌ها خود به میل و اراده به رسانه‌ها روی کردند. در یک کلام، رسانه‌ها چیزی اجتناب ناپذیر از حیات انسانی شدند. روزه روز محیط پیرامون آدمیان را بیشتر تسخیر کردند.

در زمینه اجتناب ناپذیری رسانه‌ها، یکی از استادانی که در زلزله جنوب مطالعه کرده بود، می گفت: «زلزله آمده بود، مردم می بایست خانه را ترک می کردند. با خود، جزء کوچکی از مایحتاج زندگی را برمی داشتند. جالب آن است که در بین این اشیاء، اندکی که با خود برمی داشتند، آنتن تلویزیون جایی خاص داشت. امروزه، مردمانی را می بینیم که چنان با رسانه‌ها خو گرفته‌اند، که در صورت نبود آن رسانه در ساعت مقرر، تعادل حیاتی خود را از دست می دهند.»

ما در کتاب «جامعه‌شناسی ارتباطات» سخن از اثر بلع آورده ایم. یعنی انفعال مطلق انسان در قبال رسانه‌ها، اعتیاد انسان‌ها به رسانه‌ها و اجتناب ناپذیری آنان در حیات انسانی.

«اشتیاق و رغبتی که میلیون‌ها افراد انسانی هر لحظه با به دست گرفتن روزنامه، باز کردن رادیو یا تلویزیون برای خواندن یا شنیدن جریان رویدادها و دگرگونی‌های محیط زندگی خویش و محیط زندگی دیگران نشان می دهند، خود بهترین معرف در نشان دادن وظیفه آگاه‌کننده و سایل ارتباط جمعی و نقش حساس آنها در ایجاد همبستگی ملی و بین‌المللی است. اهمیت وظیفه آموزش و سایل ارتباطی در جوامع معاصر به حدی است، که بعضی از جامعه‌شناسان برای مطبوعات و رادیو و تلویزیون و سینما، نقش آموزشی موازی یا آموزش دایمی قایل هستند. جامعه‌شناسان معتقدند، که وسایل ارتباطی با پخش اطلاعات و معلومات جدید به موازات کوشش معلمان و استادان وظیفه آموزش انجام می دهند و دانستی‌های علمی و فرهنگی و اجتماعی دانش‌آموزان و دانشجویان را تکمیل می کنند.» (۳۹)

با رسانه‌ها، دنیای یادگیری، انقلابی غریب یافت.

□ در بین همه اختراعات انسانی، فناوری ارتباطات، بیشترین تأثیر را بر حیات مادی و ذهنی انسان‌ها داشته است. جهانی نو آفریده است و به تبع آن انسان‌ها، تولدی تازه یافته‌اند.



انسان‌ها در معرض بزرگراه‌های اطلاعاتی قرار گرفتند. از نخستین روزهای زندگی با خزانه‌ای بی پایان از دانسته‌ها مواجه شدند و در نهایت، انسان‌هایی دیگر، با اطلاعاتی بی سابقه در تاریخ پدید آمدند. اثرها نیز متفاوت گردید. در این میان بعضی سخن از اثرهای شناختی به میان می آورند. «اصطلاح اثرهای شناختی» (۴۰) ناظر است بر مطالعه آنچه مردم از رسانه‌ها می آموزند و نیز فرآیند یادگیری آن. از آن جا که این مطلب در تخصص روان‌شناسان یادگیری و شناختی است تا روان‌شناسان اجتماعی، بخش عمده‌ای از پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، بر نحوه یادگیری کودکان از رسانه‌ها و بویژه از تلویزیون، متمرکز است. علاوه بر مطالعه گسترده انواع مختلف محتوا، یکی از حیطه‌های پژوهشی نسبتاً جدید، بررسی نحوه پاسخگویی بینندگان به خصوصیات صوری تلویزیونی، مثل اکسیون سریع، موزیک، صدا، انیمیشن، حیل‌های بصری، (درشت‌نمایی) است.

هوستون، رایت، وارتلا، رابن واتکینز، کامپل و

پوتز، سالومون مدعی هستند، که رسانه‌های مختلف از سیستم‌های مختلف نمادها برای نمایش جهان استفاده می کنند. برای مثال، نقاشی‌ها اغلب حرکت را با خطوطی در پشت بازوها یا ساق‌ها نشان می دهند. در حالی که تلویزیون از اسلوموشن «حرکت آرام» استفاده می کند تا رؤیا یا تصور را نشان دهد. درک این سیستم‌های نمادین مختلف، متضمن توسعه مهارت‌های شناختی مختلف در کودکان در حال رشد و کمک به آنهاست.» (۴۱)

گفتیم جهان رسانه‌ای خصایص بسیاری دارد؛ کوچک است؛ انسان‌ها را چنان در بمباران امواج و اطلاعات قرار می دهد که هرگز برای نیاکان ما تصورپذیر نبود. رسانه‌ها به اعماق جامعه رسوخ می کنند؛ همه‌اشار را در همه سنین از آغاز زندگی تا پایان آن تحت تأثیر خود دارند. باز گفتیم تأثیر رسانه‌ها تفاضلی است؛ یعنی:

- در خانواده ارتباطات، هر رسانه بعد، برد و تأثیر خاص خود را دارد. (۴۲)

- در بین مشتریان یا مخاطبان، کودکان و نوجوانان تأثیرپذیرترین اقشارند.

- هر تأثیر، زمانی به خوبی دیده می شود، که علاوه بر پارامترهای فوق، از بعد زمینه اجتماعی دیده شود.

- هر تأثیر، آمیزه‌ای از شرایط فعلی محیط و تأثیر انباشته محیط اجتماعی گذشته است.

پس تأثیر رسانه‌ای نه مطلق، بلکه نسبی و تفاوتی است.

... با آنچه آمد، ملاحظه می شود؛ جهان نوین و دیگری پیش روی ماست؛ که در آن انسان‌هایی دیگر پدید می آیند و ارتباطاتی تازه و بی سابقه در تاریخ بشر بین انسان‌ها، پدید می آید. جهان ارتباطات، جهانی کوچک است؛ در آن ملت‌های دور دست همسایگان نزدیک، و دیوار به دیوار یکدیگر به شمار می آیند. در این جهان، واقعیات از یکسو فراگیرند و از سوی دیگر، فاقد ژرفایند.

در جهان رسانه‌ای، شاهد تکون شهر آموزش هستیم. (۴۳) منظور آن است که خانه‌ها، قهوه‌خانه‌ها و در یک کلام همه جای شهر، فرهنگی است. در خانه‌ها نیز دنیا جای دارد و با آن، دانستی‌های ما افزایش می یابند. قهوه‌خانه‌ها نیز جایی برای آموختن هستند، رسانه‌ها ابعاد تازه‌ای بر جای جای شهر افزوده‌اند. دنیای رسانه‌ای، فرهنگ عوام را اعتلاء می بخشد و سطحی دیگر را فراهم می آورد. یک چوپان نیز در سطحی بالاتر دنیا را می شناسد.

در جهان ارتباطات، انحصار دانستی ها کاهش می یابد و فرهنگ و عناصر آن به اعماق جامعه رسوخ می یابد.

لیکن، آنچه در اعماق جامعه می رود، فرهنگی دارای ژرفا و تخصصی نیست، بلکه در فرآیندی سطحی و رقیق سازی جای یافته است. (۴۴) رسانه های جمعی کلاسی بی دیوار تشکیل می دهند، بسیاری در آن حاضرند، ترکیب حاضران در این کلاس، واجد چند ویژگی است:

- از یکسو متفرقند. هر یک ویژگی خاصی دارند. در کلاس درس رسانه ای بی سوادان محض، حاضرند که در کنار متخصصان جای گیرند.
- از سوی دیگر، کلاس رسانه ای باز و آزاد است، هر کس هر وقت می خواهد می آید و هر وقت خواست بیرون می رود. رسانه ها با جهان فراغت انسان ها برخورد می کنند و جهان فراغت، جهان آزادی است.

فصل بی نوشت

6- Opinion makers

7- Ther- directed-man

۸- یعنی عصر انسان سنت راهبر

(Tradition- directed-man) و سپس عصر

انسان خود راهبر (Inner-directed-man)

9- Time explosion

10- Space explosion

۱۱- برای اطلاع بیشتر مراجعه شود:

ساروخانی (ب): «جامعه شناسی ارتباطات»

تهران، انتشارات اطلاعات، ۱۳۷۰.

12- Universalism

۱۳- تعلق جهانی اطلاعات و اخبار در پرتو

پیدایی ابر بزرگراه های اطلاعاتی

(Super -High- Ways of information) پدید

می آیند. سرعت حرکت در این بزرگراه های نهایت

است. گردش اخبار در دنیای نو، هرگز در تاریخ

سابقه نداشته است.

14- Quantitative extension

15- Qualitative extension

16- Particularism

17- Universalism

۱۸- آن روز که قرار بود ماندا از زندان

ژوهانسبورگ آزاد شود، به یاد داریم. گفته می شد،

فردا او آزاد خواهد شد و نمی شد؛ سپس وعده روز

دیگر می دادند. جالب این است که همه تصور

می کردند، زندان ژوهانسبورگ همین کنار خانه

آنهاست. بسیاری از کودکان آمریکایی زندان و ماندا

را به خواب می دیدند.

۱۹- سخن همیشگی ترون این بود: آنجا که سم

ستوران می رسد، نباید گیاهی بر زمین روید.

۲۰- به همین جهت فریاد مریبان بزرگ نظیر

«موتنتی» بلند بود، که آموزش پرکردن ذهن نیست،

بلکه ساختن آن است. بین انتقال اطلاعات پراکنده و

انباشتن و گاه خسته کردن ذهن و ساختن آن، تفاوت

وجود دارد. راه اصلی راه دوم است.

21- Omnipresence

۲۲- از این پس، خانه ها نیز محل آموزش

شدند، یعنی باید از خانه نیز تعریفی نوین ارایه کرد.

دیگر خانه محل استراحت نیست، بلکه جایی است

که در آن می توان آموخت.

23- Oligarchy

24- Elitism

25- Education-monopoly

۲۶- انتقاد معروف «ایوان ایلیچ» مبتنی بر

جدایی طلبی (Separatism) و تجزی گرایی

(segregationism) در دنیای آموزش مدرسه ای،

منابع:

- از کمپ (-)، ۱۳۷۰ «روانشناسی اجتماعی کاربردی» مشهد، انتشارات آستان قدس، چاپ سوم.
- ساروخانی (ب): ۱۳۸۴ «جامعه شناسی ارتباطات»، تهران، انتشارات اطلاعات، چاپ چهاردهم.

- ساروخانی (ب): (۱۳۸۱) «دایرةالمعارف علوم اجتماعی» تهران، انتشارات کیهان، چاپ سوم.
معمد نژاد (ک): ۱۳۷۵: «وسایل ارتباط جمعی» تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ دوم، جلد یکم.

مک براید (ش): (۱۳۶۹): «یک جهان و چند صدا» ترجمه ایرج پاد، تهران، انتشارات سروش.
کی نیا (م): ۱۳۷۴ «جرم شناسی و جامعه شناسی جنایی» تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

1- Comprehensiveness

2- Socialization

3- Socialization agents

4- Flow of information

۵- درباب رسوخ و وسعت رسانه ها، عکسی دیدم که می تواند تمثیل این امر باشد. عکس سیاه چادری را نشان می داد که در اعماق بیابان جای داشت. شاید درون آن، از تکنولوژی جدید چیز زیادی نبود. اما، بر بالای آن آنتن تلویزیون قرار گرفته بود.

امروزه رو به کاهش می گذارد. مدرسه، تخصص را انتقال می دهد و رسانه ها، محتوای فرهنگ را به اعماق جامعه می برند. در پرتو آنان فرهنگ عوام قوامی می یابد، که هرگز در تاریخ، جهان ندیده بود.

27-Ethnocentrism

28-Ethnicity

29- Isolationism

30- Isolate

31-Highways of informations

32-Super

33- Culture

۳۳- ساروخانی (ب): «دایرةالمعارف علوم

اجتماعی، ص ۱۶۵ (چاپ اول)

34- Ethnocide

باید توجه داشت، در تاریخ در بسیاری از موارد، سرداران خون آشام به امحاء نسل (Extermination) و یا نابودی فیزیکی یک جمع (Genocide) پرداختند. حال، در پرتو فناوری رسانه ای، موجبات امحاء فرهنگ یک قوم علی رغم حیات فیزیکی آنان به وجود آمده است.

۳۵- معمد نژاد (کاظم): «وسایل ارتباط

جمعی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ

دوم، جلد اول، ۱۳۷۵ ص ۲۷.

۳۶- مک براید (ش): «یک جهان و چند صدا»،

ترجمه ایرج پاد، انتشارات سروش، تهران ۱۳۶۹

ص ۶۷.

۳۷- کی نیا مهدی، مبانی جرم شناسی و

جامعه شناسی جنایی، انتشارات دانشگاه تهران،

۱۳۷۴، ص ۵۶۵.

۳۸- همان: ص ۵۰۹.

۳۹- معمد نژاد (کاظم): «وسایل ارتباط

جمعی، چاپ دوم، جلد اول ص ۱۲

40- Cognitive effects

۴۱- از کمپ: روانشناسی اجتماعی کاربردی،

ص ۴۵۱.

۴۲- الگوی «لسول» در تحلیل رسانه ها بر این

اساس فراهم آمده، چنین است:

- تحلیل رسانه ای (Media analysis)

- تحلیل مشتریان یا مخاطبان (analysis)

(Audience)

- تحلیل تأثیر بخشان، یعنی آنان که صاحبان

رسانه ها یا کارگزاران آنانند (control analysis)

- تحلیل محتوی (content analysis)

برای اطلاع بیشتر، ر.ک به: ساروخانی (ب):

«جامعه شناسی ارتباطات»، تهران، انتشارات

اطلاعات، چاپ یازدهم، ۱۳۷۸.

۴۳- بسیاری چون، «ادگار فور» بدان

اندیشیده اند.

44- Vulgarization