

● هیچ‌یک از رسانه‌ها نتوانسته‌اند و نمی‌توانند به طور کامل جانشین رسانه دیگری شوند و آن را از صحنه به در برند.

## پیشگفتار

واژه **Communication** (ارتباط) از ریشه لاتینی **Communicare** و به معنای سهیم شدن در اندیشه دیگران، تفاهم و در نهایت به معنای اشتراک فکر است، و «اشتراک فکر» صرفاً به معنای فرستادن یا دریافتن یک پیام نیست. ارتباط اصولاً یک فرایند اجتماعی است و سهم داشتن در ارتباط تنها به معنای انتقال پیام یا علامت یا اشارهای از شخصی به شخص دیگر نیست، بلکه مفهوم آن این است که آن پیام، علامت و اشاره باید از سوی هر یک از طرفین ارتباط (فرستنده و گیرنده) پذیرفته و بازشناسی شود و مورد استفاده قرار گیرد. ارتباط همواره دارای این خصیصه، دو سویه است. ارتباط بخشی از خصایص قوای دماغی هر انسانی است که از راه نشانه‌ها<sup>۱</sup> و نمادها<sup>۲</sup> صورت می‌گیرد. (۱) ارتباط ممکن است به یک اندازه سبب نزدیکی انسانها به یکدیگر یا موجب تنفر و دوری آنان شود. ارتباط می‌تواند به قصد کنجکاوی، اطلاع، جدل، مذاکره، توافق، مخالفت، مشاجره، تفاهم، تحقیر، تحسین، آئین‌گزاری و یا هزارها هدف دیگر صورت گیرد، اما آنچه قطعی و مسلم است این است که «هیچ کس نمی‌تواند ارتباط برقرار نکند». رابطه میان «ارتباط» و «جامعه» به حدی ارگانیک است که جامعه را «مردم در ارتباط با یکدیگر» نیز تعریف کرده‌اند.

\*\*\*

1- Signs  
2. Symbols

گردآوری و ترجمه: محمد حفاظی

ارتباط انسانها در جوامع در قالب الگوهای بی‌شماری از اعمال و رفتارها صورت می‌گیرد و هر یک از این الگوها روابطی را تشکیل می‌دهد، از روابط خانوادگی گرفته تا مناسبات در سطح جهانی که مدام در حال تغییر است. این تغییر به نوبه خود موجب تغییر نگرش سازنده الگوها و شبکه‌ها (انسانها) می‌شود.

## □ تکنیکها و روشهای ارتباط

هر الگو و تکنیک ارتباطی، چیزی کاملاً نوین عرضه داشته است و به رشد ساختار شبکه ارتباط کمک کرده و کیفیتی تازه بدان بخشیده است. راه و روشی که ما در ارتباط با گروهها (خانواده، طبقه‌های اجتماعی، ملیتها و...) و همچنین در شیوه تفکر درباره خودمان برمی‌گزینیم، بستگی به نوع و چگونگی آن الگوها و تکنیکهایی دارد که در اختیار داریم. بنابراین یک ارتباط تلفنی با یک نامه و هر دوی آنها با یک پیام تلگرافی در ماهیت متفاوتند. همچنین یک برنامه رادیویی با

● راه و روشی که ما در ارتباط با گروهها (خانواده، طبقه‌های اجتماعی، ملیتها و...) و همچنین در شیوه تفکر درباره خودمان برمی‌گزینیم، بستگی به نوع و چگونگی آن الگوها و تکنیکهایی دارد که در اختیار داریم.

حیات) نامیده شد، در اثر بازنگری وارزیابی مجدد آثار کهن عبری، یونانی و ترجمه آنها به زبان لاتین پا گرفت.

### □ پست

خدمات پستی در روم - و پیش از آن، شبکه ایران قدیم (پرسیا) - عبارت بود از حمل فرمانها و پیامهای رسمی (نوشته بر پوست، پاپیروس، و...) که به وسیله پیکهای اسب سوار و با تحویل منزل به منزل (ایستگاه به ایستگاه) آنها انجام می شد. بعدها «این خدماتها به وسیله دلجانهای مخصوص صورت می گرفت. در هر ایستگاه، چند اسب تازه نفس آماده عوض شدن بودند و سرعت دلجان حدود ۱۰ تا ۱۲ فرسنگ در روز بود. بنابراین، شاهان و سزاهای روم نیز به اندازه مقامها و دولتمردان امروز مطمئن بودند که پیام یا فرمانشان به دست مخاطب خواهد رسید. آنها حتی می دانستند چه وقت پاسخ آن را دریافت خواهند کرد. خدمات پستی بتدریج جنبه های اجتماعی تر و عام تر یافت، به طوری که ابتدا کارگزاران حکومت، بازرگانان و بعد هم عموم مردم از آن استفاده کردند. استفاده همگان از خدمات پستی از قرن ۱۷ (در غرب) رواج یافت و برای فرستادن فرمانها، دستورالعملها، اطلاعات، سفارشها و غیره مورد استفاده قرار گرفت. وجه بارز این وسیله، رساندن پیامهای خصوصی و محرمانه به دوست، آشنا و یسا به مخاطبان دیگر است. امروزه پست، ارتباط «شخص با شخص»، «شخص با گروه» و «گروه با شخص» را ممکن می سازد و کیفیت ویژه اش که در شکل گیری تمدن نقش داشته است، همانا قدرت سازماندهی - فردی یا عمومی - آن است. بر همین اساس است که الگوهای روابط، مراکز سوداگری پیچیده تر، و سازمانهای ملی و صنعتی گسترده تری به وجود آمده اند.

### □ ارتباط الکترونیکی (تلگراف)

از نظر تاریخی وزمانی گام بعدی در تحول ارتباط، ابداع شیوه های الکترونیکی یعنی تلگراف و در پی آن اختراع تلفن بوده است. این دو وسیله از نظر تکنیکی بسیار شبیه یکدیگرند، اما به لحاظ کاربرد اجتماعی کاملاً متفاوت می باشند.

سیستم تلگراف ایستدایی در سال ۱۷۴۵ (۱۲۴ هـ. ش) ابداع شد و آن کشف الکتروسیتهای بود که از بطریقهایی دارای مواد شیمیایی مخصوص (نوعی باطری ابتدایی) به دست می آمد و توسط سیم به نقطه های دیگر منتقل می شد. این تکنیک بتدریج به وسیله

در زمینه گویش (زبان) که محلی است برای تکلم، دو وجه مهم قابل گفتن است: «وجه روانی» و «وجه اجتماعی». اگر زبان شناسی را مطالعه روابط بین صوتها و معنیها بدانیم، وجه روانی، کیفیت توانایی انسان را در تجربه رفتاری این روابط (بین اصوات و معانی) مورد بررسی قرار می دهد، و وجه اجتماعی آن به این مسئله می پردازد که چگونه روابط یاد شده، به وسیله شخصی خاص در شرایط ارتباطی خاص به کار گرفته می شود.

### □ نوشتار

نوشتن و همه اشکال تصویری و ترسیمی آن - از ابتداییترین نقاشیهای یانگر حرکت در غارها گرفته تا آثار نوشتاری و نمادین امروزی - همه و همه فعالیتهایی (با توجه به زمان آنها) با معنا، استادانه، آگاهانه، و فکورانه اند. ما می توانیم حتی در خواب کلمه هایی نامفهوم بر زبان آوریم و به اصطلاح ورور یا مین کنیم، اما نمی توانیم به عنوان یک عادت فیزیکی، بدون تفکر، مطلبی، هر چند ناچیز، بنویسیم. نوشتن یا ثبت نوشتاری، گذشته، حال و آینده را به یکدیگر پیوند می دهد و مفهوم «زمان تاریخی» را در ذهن ما نقش می زند. ما «در باره گذشته می خوانیم اما برای آینده می نویسیم». این پیوستگی به ما امکان مقایسه، شک، طرح پرسشهای فکورانه و یافتن پاسخهای مربوطه را می دهد.

براهمیت ثبت وقایع به عنوان یکی از مهمترین تکنولوژیهای ارتباط، همواره تأکید شده است. قدیمترین نسخه های به دست آمده از نواحی مدیترانه ای به صورت «خط تصویری» (۲) «خط ایده نگاری» (۳) و «هیرو گلیف» (۴) است که معنایی تصویری - نمادی و بی واسطه از اشیا، اسامی، اعمال و هر نوع ایده ای به دست می دهند. اما تحولی که بعدها در «خط صوتی - مجازی» (۵) در دوره «قبطی ها» به وجود آمد، گامی مهم بود که نزدیکی و پیوند تنگاتنگ «گفتار» و «نوشتار» را در پی داشت. تمدنهایی مثل چین یا «اینکاها» که این فن (نوشتاری - گفتاری) را به کنار نگرفتند، در گذرگاه تاریخ با دشواریهایی روبرو شدند.

### □ چاپ

اختراع چاپ (سنگی، حروف سربی متحرک، و انواع دیگر) انسان را قادر ساخت که پرسشهای گوناگونی را در سطحی گسترده تر و در میان جمعیتی که روز بروز با سوادتر می شد، مطرح کند و در نتیجه خود بانی پرسشهای گروهی (منابع پرسشهای نوین) دیگری شود. بدین ترتیب است که علوم و فلسفه های نوینی شکل می گیرند و مورد بحث، بررسی و انتقاد واقع می شوند. بویژه علم هنگامی پدید می آید که امکان ثبت داده ها و مقایسه آنها عملی باشد. هم از این طریق بود که کل آن جنبش تاریخی - اجتماعی - فرهنگی که رنسانس یا «تجدید

یک برنامه تلویزیونی فرق دارد یا یک گزارش در روزنامه با بولتن خبری تلویزیون. روشها و تکنیکهای ارتباط از نظر خصوصیات و روشی که در تغییر دادن شیوه نگارش ما به کار می گیرند، تفاوت دارند.

### □ تکلم

سخن گفتن یک روش تکنیک ارتباطی و یکی از وجوه تمایز مهم میان انسان و حیوان است. سخنگویی بخشی از طبیعت انسان است. مکالمه یا محاوره همواره بین - دست کم - دو تن صورت می گیرد. حتی گاهی ما با خودمان هم حرف می زنیم. سخن گفتن با دیگران در ماه همزمان احساسی از «فردیت» و «اجتماعی بودن» به وجود می آورد. تکلم نقشی بسیار مهم در روابط ما با دیگران دارد و بیانگر باورهای فرهنگی، خلق و خو، میل، و طرز نگارش ماست. سخن گفتن، در اساس، سلیقه ها و طبیعتهای ما را به عنوان موجوداتی متفکر آشکار می کند.

● پس از جنگ جهانی دوم، آمادگی مردم برای برقراری ارتباط و پذیرش اطلاعات و اخبار فزونی یافت تکنولوژیهای مدرن بسان جرعه های بودند که موتور این پذیرش را به حرکت در آوردند.

تلفن خصوصی، بویژه در خانه‌ها از کیفیتها و ویژگیهای دیگری نیز برخوردار است. این نوع تلفن، در سطح ملی و بین‌المللی، به افراد خانواده امکان یک سفر ذهنی (و در مواردی مهاجرت ذهنی)، با امنیت بیشتر و دل‌واپسی شخصی کمتر را می‌دهد. یک مکالمه تلفنی می‌تواند «عدم اطمینان»، «شک» و «نگرانی» را برطرف کند و اطمینان خاطر به وجود آورد، حتی در مواردی که خبر ناگواری را به کسی می‌دهیم.

### □ ارتباط جمعی و تکنولوژی آن

معادل واژه «mass» در زبان فارسی «توده»، «حجم»، «جمع»، «گروه»، و یا «انبوه» آمده است. چندن از صاحب‌نظران هدف از «ارتباط جمعی» را «تولید انبوه مغزها» نامیده‌اند. امروزه وسیله‌هایی که امکان «ارتباط جمعی» را فراهم می‌آورند، عبارتند از: مطبوعات، کتاب، رادیو، تلویزیون، ماهواره‌ها و غیره که هر یک دارای ویژگی‌هایند و با تکنولوژی خاص خود، دگرگونی‌هایی را در جامعه به وجود می‌آورند. اشاره به این نکته ضروری است که برخلاف نظر برخی، هیچ یک از این رسانه‌ها نتوانسته‌اند نمی‌توانند به طور کامل جانشین رسانه دیگری شوند، و آن را از صحنه به در برند، نه تلویزیون توانایی آن را داشته که جای رادیو یا سینما را بگیرد، نه تلفن جای تلگراف را، و نه اتومبیل جای راه‌آهن را. پیش‌بینی شده‌است که بزودی روزنامه‌ها جایشان را به نوعی تکنیک اطلاعاتی خواهند داد که از طریق آن می‌توان اخبار را در خانه یا اداره بر صفحه تلویزیون به صورت نوشتاری مشاهده کرد. چنین تکنیکی ممکن است ابداع و مورد بهره‌برداری قرار گیرد (امروزه هم بولتنهای خبری در تلویزیون گامی است به سوی نیل به این هدف)، اما آنچه مسلم است، روزنامه‌ها و مجله‌ها همچنان منتشر خواهند شد، هر چند، با روشها و تکنولوژی‌هایی متفاوت از آنچه امروز وجود دارد. باز هم گفته شده‌است که کتاب جایش را به مستنهای کامپیوتری میکرو فیلم خواهد داد، اما این گفته را باور نکنید.

امروزه در کشورهای غنی و فقیر درخواست برای کتاب و کتابخانه به سرعت رو به افزایش است و رسانه‌های الکترونیکی آنها را از میدان به در نخواهند کرد. اما دقیقاً به این نکته نباید توجه داشت که آشکار شدن هر الگو و تکنیک نوین در امر ارتباط به طور مسلم شیوه استفاده از رسانه‌های پیشین و ارزشهای آنها را تغییر خواهد داد.

تمامی رسانه‌ها و تکنیکهای ارتباطی را که تاکنون برشمردیم، خصوصیات کاملاً مشخص و متفاوتی را نصیب جوامع کرده‌اند و همان طور که گفته شد، هیچ یک جانشین دیگری نشده است. اکنون به تشریح اجمالی رسانه‌های همگانی می‌پردازیم.

متخصصانی مانند «ویلیام واتسن» انگلیسی (انتقال دادن الکتریسته تا فاصله ۳ کیلومتری)، «ژرژ لویی» سوئیسی (نخستین ارسال پیام)، «فرانسیس رونالد» انگلیسی (نخستین فرستادن الفبا توسط دیسکهای مخصوص)، «الکساندر ولتا» (مخترع باتری)، «ساموئل مورس» (مورد استفاده قرار دادن باتری و الکترومغناطیس) و عده‌ای دیگر کامل شد. تلگراف دو خصیصه مهم را در برداشت. نخست: افزودن بر سرعت، بدین معنی که سرعت تلگراف در فرستادن یک پیام نسبت به فرستادن همان پیام و به همان مقصد به وسیله پیک یا دلیجان حدود ۱۰ میلیون بار بیشتر شد. دوم: در دسترس بودن تدریجی آن برای استفاده همگان. این خصایص سبب زیاد شدن سرعت و حجم بنده و بستان پیغامها، دستورالعملها، مشاوره‌ها و تصمیم‌گیری در امور سازمانها شد.

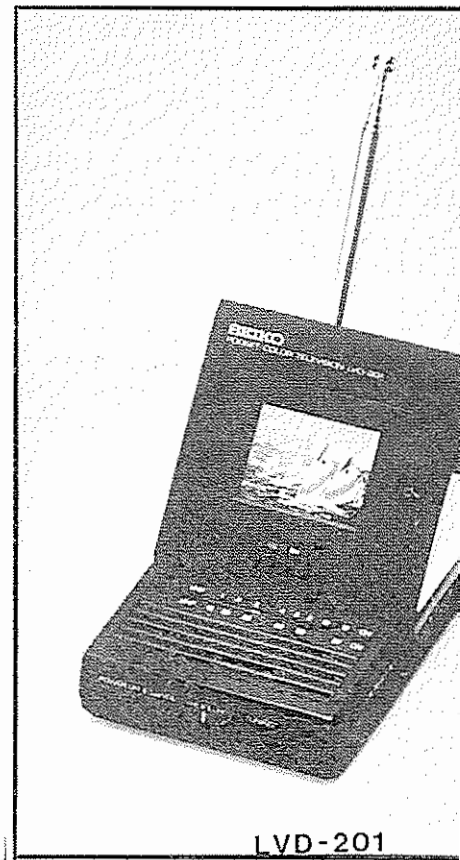
### □ راه‌آهن

راه‌آهن نه تنها در دوران توسعه پست، که حتی در دوره پاگیری تلگراف نیز وسیله‌ای مسلط بود. در حقیقت صنعت راه‌آهن بود که به منظور برآوردن نیازهایش برای نخستین بار، تلگراف- اولین سیستم الکتریکی ارتباط- را جانشین خدمات پستی کرد. گرچه پیشنهاد مطرح فرستادن پیامها به وسیله سیم در سال ۱۷۵۳ (۱۱۳۲ ه.ش.) ارائه شد، اما نخستین بهره‌برداری عملی در سال ۱۸۳۷ (۱۲۱۶ ه.ش.) توسط شرکتهای راه‌آهن انجام گرفت. برای زمان درازی خدمات تلگرافی فقط در اختیار این شرکتهای بود، حتی امروز نیز وقتی در واگن قطار می‌نشینیم، در طول مسیر، شاهد تیرها و سیمهای تلگراف هستیم.

### □ تلفن

تلفن در حقیقت توسعه همان تلگراف است. نخستین تجربه‌ها در زمینه انتقال الکتریکی صدا به وسیله تجربه گران متخصصی چون پیچ<sup>۲</sup> در ماساچوست (۱۸۳۷ م. ۱۶۱۶ ه.ش.) و بورسیول<sup>۴</sup> در پاریس (۱۸۴۵ م. ۱۲۲۴ ه.ش.)، فیلیپ رایز<sup>۵</sup> (مخترع نخستین میکروفن) در آلمان (۱۸۶۱ م. ۱۲۴۰ ه.ش.) و چند تن دیگر به عمل آمد و سرانجام «گراهام بیل» آمریکایی تلفن را تکمیل کرد و در خدمت صنعت ارتباط قرار داد. تلفن همپای توسعه راه‌آهن گسترش یافت. مکالمه تلفنی (ارتباط کلامی) میان قاره‌ای با کیفیت بسیار عالی از حدود ۲۵ سال پیش رواج یافت. گرچه ارتباط کلامی از امتیازهای تلگراف و تلکس (پیام ثبت شده) برخوردار نیست، اما ایسن حسن را دارد که ارتباطی است مستقیم که در آن روابط اشخاص صمیمی‌تر و در نتیجه امکان تصمیم‌گیری (در موافقت یا مخالفت با موضوعی) بیشتر است.

● آشکار شدن هر الگو و تکنیک نوین در امر ارتباط به طور مسلم شیوه استفاده از رسانه‌های پیشین و ارزشهای آنها را تغییر خواهد داد.



3. Page  
4. Boursoul  
5. Philip reis

مطبوعات، و در ابتدا روزنامه، در واقع پیامد سعه چاپ در دوره رنسانس است، یعنی زمانی که مطبوعات از انحصار نجبگان خارج شد و به دست مردم باسواد رسید. بررسی مطبوعات - خاستگاهش غرب است - بدون اشاره به مقوله تبلیغ و آگهی که جزء ناگسستنی آن است، ممکن نیست. واقعیت این است که مطبوعات چون درج آگهی یا نمی‌توانند به بقای خود ادامه دهند و یا بدون حمایت مالی از سوی دولت یا بهایی‌گران به دست مشتری می‌رسند. تبلیغ و آگهی به سبب عملکرد نادرستش اثری و در ذهنها برجای نگذاشته و همواره پیرو و دجویی، قالب کردن یک کالا، و فشار مخاطب به خاطر مصرف بیشتر بوده است. اگر هر روز نامهها را مورد بررسی قرار دهیم، در - بیابیم که آنها در آغاز، جنبه یک مشاور را شته‌اند و با هدف راهنمایی مردم در تهیه کالا استفاده از خدمات منتشر می‌شده‌اند. به طور مثال، در انگلستان، در روزنامهها ابتدا به جای «advertis» (آگهی کردن)، کلمه «advice» به معنای نصیحت، مشورت و توصیه کردن به کار می‌رفته است، و این راهنمایی پیشنهاد به اضافه سایر رویدادها در مجموع چهار نامیده می‌شده است. نقش اجتماعی مطبوعات به همان نسبت که هدف راهنمایی، صیه و آموزش جایش را به «آگهی و تبلیغ» و دجویانه بدهد، عوض می‌شود و در مسیر بگری قرار می‌گیرد. واقعیت این است که روزه مطبوعات هدفهای مریکی را دنبال می‌کنند: از سرگرمی و حل جدول گرفته تا تبلیهای سیاسی، گزارشهای ورزشی، مطالبهای نقادی و...

تجربه نشان داده است که هر اندازه جوامع بیشتر به سوی صنعتی شدن گام بر می‌دارند تعداد مجلهها و روزنامهها بیشتر و در نتیجه وقت مطالعه کمتر و فشرده تر می‌شود. به نظر می‌رسد کار رفتن عکس به جای قسمتی از مطلب، به همین دلیل باشد.

در کشورهای در حال پیشرفت، خرید زنامه و خواندن آن بیشتر جنبه عادت به خود می‌گیرد و به صورت برگزاری یک آیین در صبح (مورد روزنامههای صبح) و یا هنگام عصر (در روزنامههای عصر) در می‌آید و دست - افتن به آنها گاهی اوقات همراه با بیقراری، نواپسی و اندوه است.

راديو

ورود راديو به صحنه ارتباطات، در آغاز این دهه و تأثیرهای اجتماعی آن، بسیار چشمگیر مهم بوده است. نخستین ارزش و کاربرد آن در شتیها در پهنه دریاه بود که می‌توانستند بنا ندیگر و با خشکی در ارتباط باشند. راديو هیت و روند بسیاری از جنگها به طور مثال جنگ بین روسیه و ژاپن را در سالهای ۱۹۰۴ - ۱۹۰۱ (۱۲۸۳ - ۱۲۸۴ ه. ش) به کلی تغییر د. گرچه ارتباط به وسیله پخش امواج رادیویی اج یافته بود، اما پخش برنامههای رادیویی ای همه مردم به سبب آغاز جنگ جهانی اول

به تأخیر افتاد. امروز راديو به لحاظی همان نقشی را داراست که صنعت چاپ به عنوان نوع دیگری از وسیله ارتباط و انتشار، در زمان خود داشت. راديو از سرعت تلگراف به اضافه ارزش دریافت مستقیم صدا و رابطه با توده بی‌شماری شنونده در آن واحده،

برخوردار است. بویژه با سرازیر شدن راديوهای ترانزیستوری کوچک به بازار، امکان بردن آنها به هر نقطه و در هر شرایطی - خانه، محل کار، مسافرت و... - فراهم شد.

اگر بر آن باشیم تا خصیصه‌های ویژه برای راديو بیابیم، بدون شک باید به جنبه «جامعه‌پذیری» آن اشاره کنیم. منظور از جامعه‌پذیری این است که راديو این قدرت را دارد که بر جامعه‌پذیری ما - برای بهتر شدن یا بدتر شدن - اثر گذارد. زیرا نخستین رسانه‌ای است که ما برای صحبت با شهروندانمان به طور همزمان و در سطح ملی در اختیار داریم.

به منظور درک قدرت و قابلیت ارتباطی - اطلاعاتی رسانه‌های همگانی بویژه قدرت راديو و تلویزیون در کشورهای پیشرفته دو رویداد را به عنوان نمونه در زیر می‌آوریم.

نیم ساعت پس از ترور جان اف. کندی (رئیس جمهور آمریکا)، که در حدود ساعت ۳ بعدازظهر ۲۲ نوامبر سال ۱۹۶۳ (۱۳۴۲ ه. ش) روی داد، از هر سه نفر آمریکایی دونفرشان از ماجرا باخبر شده بودند. در مدت کمتر از دو ساعت ۹۰ درصد مردم در جریان واقعه قرار گرفتند. حدود نیمی اخبار را از راديو شنیده و یا بر صحنه تلویزیون مشاهده کرده بودند و بقیه به وسیله تلفن و یا دهن به دهن و از طریق دوستان، آشنایان و همسایگان از حادثه آگاه شده بودند.

تلویزیون

پیش از پرداختن به بحث درباره تلویزیون اشاره به دو نکته لازم است. نخست اینکه: ظهور تلویزیون و گسترش سریع آن تقریباً پس از پایان جنگ جهانی دوم و در دو زمینه صورت گرفت: ۱- از نظر جغرافیایی، به گونه‌ای که امروز تقریباً در تمامی کشورها دست کم یک سازمان تلویزیونی (یا راديو - تلویزیون) وجود دارد. ۲- از نظر اجتماعی، زیرا تلویزیون، بویژه در کشورهای صنعتی، گسترش «زرفایی» نیز داشته است و تقریباً به همه خانه‌ها راه یافته است. نکته دوم که بسیار حائز اهمیت است اینکه: در کشورهای پیشرفته و صنعتی، تلویزیون بر عادت همگانی رفتن به سینما، و مطالعه و مطبوعات غلبه کرده است.

تلویزیون را رسانه ارتباطی پس از جنگ جهانی دوم می‌نامند. همراه با توسعه تلویزیون تغییرات اجتماعی زیادی صورت گرفت: انقلابی در تکنولوژی آموزشی رخ داد، بسیاری از معیارها ارتقاء یافتند، دانشگاهها - دست کم - در کشورهای صنعتی، نسبت به رشد جمعیت گسترش یافتند، بر ثروت ملی افزوده شد، مردم

7. Sociability

مسئولان و مقامهای ذیربط در هر کشور، باید تا آنجا که ممکن است به دقت میزان تقاضای شهروندان را برای استفاده از وسایل ارتباطی در آینده پیش‌بینی و بر اساس آن، نسبت به فراهم آوردن تجهیزات و تکنولوژی آنها اقدام کنند.

بیشتر به مسافرت رفتند و به طور کلی تحرک اجتماعی فزونی یافت. در کشورهای ثروتمند هر خانواده - با هر سلیقه، در هر سطح اقتصادی و با هر میزان سواد - دست کم دارای یک دستگاه تلویزیون است.

در نخستین برخورد، شاید تلویزیون چیزی بیش از «سینما در خانه» به حساب نیاید. با این تفاوت که به میل واراده خودمان آن را روشن یا خاموش می‌کنیم و زحمت بیرون رفتن از خانه و بیامودن راه را هم به خود نمی‌دهیم. اما به دلایلی این دو رسانه قابل قیاس نیستند و نمی‌توانند وظایف یکدیگر را انجام دهند. سینما در اصل، گسترش «تئاتر زنده» است که خود از نمایشهای مذهبی (در اروپا که در جلوی کلیساها، در چادرها و یا بر گاریهای مخصوص اجرا می‌شدند) سرچشمه گرفته است. تئاتر و سینما وقایعی را در حضور تماشاچی به نمایش می‌گذارند. بدیهی است که سینما نسبت به تئاتر بیننده زیادتری را داراست زیرا امکان هر نوع تصویرسازی واقعی و تخیلی در آن وجود دارد و می‌توان یک فیلم را بارها و بارها در یک مکان و یا به طور همزمان در هر مکانی نشان داد.

گرچه تلویزیون نمایش فیلم را نیز به خانهها آورده، اما تجربه نشان داده که تماشاچی از مشاهده فیلم در تلویزیون به اندازه نمایش آن در سالن سینما لذت نمی‌برد. از سوی دیگر، تلویزیون دارای ویژگیهایی است که سینما فاقد آنهاست، از جمله «فوریت»، بی‌واسطگی

و «خانگی بودن» آن. این رسانه قادر است وقایع را به هنگام رویدادشان وبدون واسطه نشان دهد. شما به عنوان بیننده ممکن است، حقیقت این موضوع را درک نکنید وبه تنهایی یا با خانواده ویا با دوست ودوستانی آن وقایع را تماشا کنید، غافل از اینکه میلیونها تماشاگر دیگر بیرون از خانه شما، همزمان نظاره گر همان رویدادها هستند. رفتن به سینما ویا به یک تئاتر بستگی به پیش آمدن فرصت یا موقعیت دارد، در حالی که تماشای تلویزیون در خانه چنین نیست ودستگاه گیرنده هر آن در دسترس شماست. رادیو وتلویزیون پدیده هایی اند که باید خصیصه استثنایی آنها را در برقراری ارتباط همزمان میان یک ایستگاه مرکزی وشماری از شنوندگان وبینندگان دانست. رادیو وسپس تلویزیون با این هدف در عرصه ارتباطات ظاهر شدند که بخشی از وظایف مطبوعات را- هرچند باقیها وشيوه های کاملاً متفاوت برعهده گیرند: سرگرمی، آموزش واطلاعات. گسترش صنعت پخش امواج (رادیو- تلویزیون) بود که معنا ومفهوم «ارتباط جمعی» را به ذهن اکثر مردم سرزمینها- با وجود اصول آموزشی کاملاً متفاوت- در آنها- وارد کرد واین خود یکی از مهمترین تجلیات جوامع پیشرفته امروزی است.

نمودار زیر انواع رسانه ها و ویژگیها، ارزشها و کارکرد آنها را نشان می دهد

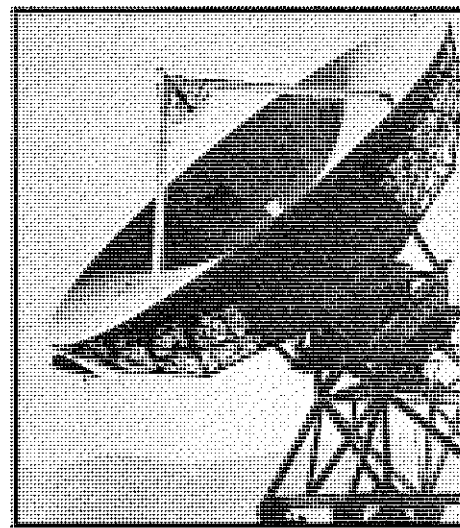
### نوع رسانه و ویژگیها و ارزشها

|              |   |
|--------------|---|
| سخن گفتن     | اندیشیدن، دانستن، خودآگاهی در جامعه   |
| نگارش        | عقل گرایی، احساسی عمیق از «زمان تاریخی» و تغییر اجتماعی، پرس وجوی شخصی (فردی)   |
| چاپ          | امکان مقایسه «دادهها» در دوره های مختلف، پرس و جویهای گروهی   |
| خدمات        | سازماندهی گروهها، ایجاد تحرک فردی یا  |
| پستی         | اطمینان خاطر  |
| تلگراف       | سرعت در سازماندهی، شرکت گروههای بزرگتر در عملیات باثبات کمک به فعالیتهای صنعتی  |
| تلفن         | مکالمه، رشد شخصیت انسان، تحرک فردی با برخورداری از امنیت، تصمیم گیری.   |
| سینما        | ارتباط جمعی، گردهمایی، درگیری شدید احساسی (با رویدادها در فیلم)، استعداد بالقوه آموزشی  |
| مطبوعات مدرن | ارتباط جمعی، افزایش آگاهی سیاسی، آگهی و تبلیغ، ارتقای فعالیتهای صنعتی، شعار.  |
| رادیو        | ارتباط جمعی در سطحی بسیار وسیع، جامعه پذیری، فوریت، استعداد بالقوه آموزشی در سطحی بالاتر  |
| تلویزیون     | استعداد بالقوه آموزشی سمعی-بصری، تاثیر و نفوذ اجتماعی در سطحی وسیع، استعداد بالقوه در ایجاد وحدت اجتماعی، اخبار، امور عمومی و سرگرمی. |

### □ وسایل ارتباطی راه دور و پیدایش آنها پس از جنگ جهانی دوم

دردوره های تاریخی آغازین، قطعاً «ارتباط راه دور» به منظور مرتبط ساختن بخشهای پراکنده امپراطوریهها وجود داشته است، اما این نوع ارتباط فقط در خدمت امپراطورها، شاهان، اسپهبدان، حاکمان، فرمانداران و سایر طبقات ممتاز برای مقاصد نظامی، سیاسی و حکومتی بود. ارتباط راه دور از زمان پارسیان تا پیدایش راه آهن (در آغاز قرن ۱۹ در اروپا) انحصاری بود. از حدود دوقرن پیش، افراد عادی در بعضی از کشورها بتدریج توانستند از امکانات «ارتباط راه دور» (۶) استفاده کنند. با توسعه وسایل ارتباطی راه دور مانند پست، تلگراف، تلفن و غیره روابط مؤثر بین افراد (سازمانهای ارتباطی) توسعه یافتند و نتیجه هایی چون گسترش افقهای فرهنگی، برقراری نظم و قانون، تقسیم کار و تخصص و از همه مهمتر امکان احساس امنیت بیشتر در فرد و فرا رفتن حس اعتماد او از محدوده خانواده یا دهکده فراهم شد.

همزمان با ابداع سیستمهای ابتدایی برای ثبت پیامها، روشهای چشمگیری نیز به منظور انتقال آن پیامها به کار گرفته می شد. به طور مثال، پولی بوس<sup>۸</sup> به خاطر تشریحی که از ارتباط راه دور با استفاده از مشعلها و دیگر وسایل بصری به عمل آورده و همچنین به خاطر «رمزسازی» اش از حروف الفبا شهرت دارد. او و تاریخ نگارهای نامدار دیگری چون هرودوت و



گزنوفون هریک بر ضرورت خدمات ارتباطی به منظور اداره امپراطوریهها و جنگها تاکید کرده اند.

ویژگیهای رسانه های همگانی و وسایل ارتباطی راه دور پس از جنگ جهانی دوم، رشد سریع و متراکم آنها در سطح ملی و بین المللی و در سازماندهی تجاری، صنعتی، اطلاعاتی، آموزشی و تفریحی و استفاده همگان از آنهاست.

در زمینه وسایل و تجهیزات ارتباطی بیشتر در کشورهای پیشرفته سرمایه گذاری شده است. به همین دلیل، یونسکو بر نیاز و لزوم گسترش صنعت ارتباط در کشورهای در حال توسعه و استفاده آنها از تکنولوژیهای با ارزش، بویژه از نظر تحقیقی و آموزشی، تاکید می کند. این تکنولوژی و تجهیزات آن ممکن است خریداری یا براساس برنامه کمکهای اقتصادی دریافت شود و افرادی نیز برای اداره و نگهداری آنها آموزش داده شوند. استفاده از تکنیکهای ارتباطی در هر کشور- ولو کشورهای جهان سوم- تغییراتی به وجود می آورد. البته باید این نکته مهم را مدنظر قرار داد که بیشتر تکنولوژیهای غربی ممکن است کاربردی در کشورهای فقیر یا در حال توسعه نداشته باشند، مگر آنکه برحسب نیازهای محلی تغییراتی در آنها صورت گیرد، و فقط دست اندرکاران و صاحب نظران هر کشور، بنا شناختی که از مشکلات و نیازها دارند، می توانند در تعیین نوع وسایل ارتباطی و تغییراتی که احتمالاً باید در آنها به وجود آید، تصمیم بگیرند. به طور کلی توسعه سریع ارتباطات سه عامل مهم و اساسی را طلب می کند:

- ۱- از نظر جغرافیایی- گسترش سریع وسایل ارتباطی در کشورها، قاره ها و در سطح جهان.
- ۲- از نظر سرعت- رشد سریع در ارسال پیامها و در امور ترابری، حمل و نقل کالا و انسان.
- ۳- از نظر تکنیکی- تحول تجهیزات ساده به پیچیده و آموزش متخصص برای اداره، تعمیر و نگهداری آنها.

به وجود آمدن این سه عامل، برحسب شانس و تصادف نمی باشد، بلکه بستگی به وضع اقتصادی، جغرافیایی، جمعیت، زبان، میزان سواد، روابط فرهنگی، تاریخ و سنتها دارد.

### □ ارتباطات ملی، بین المللی، بین قاره ای و جهانی

پس از جنگ جهانی دوم، آمادگی مردم برای برقراری ارتباط و پذیرش اطلاعات و اخبار فزونی یافت. تکنولوژیهای مدرن بان جرقه ای بودند که موتور این پذیرش را به حرکت درآوردند. پیش از بهره برداری از وسایل ارتباطی مدرن بین المللی و بین قاره ای، نشر اخبار بسیار ناچیز، کند و با تأخیر صورت

گرفت. امروزه وسایل پیشرفته ارتباطی به دست بیشتری مورد استفاده همگان است. به مثال، تلکس که در واقع یک سیستم تلگراف با سرعت زیاد و چاپ پیام روی کاغذ است، برای ارتباط بین آژانسهای خبری، مانها و ادارات (و در صورت نیاز به طور نروزی) مشغول به کار است. تقریباً تا سال ۱۹۰۰ ارسال و دریافت اخبار از طریق آژانسهای خود کار شده بود.

مگر امروزه اخبار در حجمی زیاد و سریع و دقیق دست مسامی رسد، علتش مسکنیزه شدن پیمهای خبری است. اغلب آژانسهای خبری پایتخت کشورها قرار دارند. در اینجا لازم است گفته شود که «اخبار» هم معنی با «وقایع» است. رویدادها هنگامی به صورت اخبار در آید که مورد علاقه مردم باشند و مردم با به شیوهای، حتی از راه دور، از نظر حسی و نفی درگیر شوند.

در مورد استفاده از وسایل ارتباطی در دوره یک کشور، باید میان «استفاده گوی» (مسکونی) و بهره برداری اقتصادی-سی ادارها، دفترها، نهادهای دولتی، سپهای خبری به طور کلی غیر مسکونی از این میل تفاوت قائل شد. مسئولان و مقامهای بیط در هر کشور باید تا آنجا که ممکن است، وقت میزان تقاضای شهروندان را در استفاده سایل ارتباطی در آینده پیش بینی و براساس نسبت به فراهم آوردن تجهیزات و تکنولوژی اقدام کنند.

در ارتباطات بین المللی، بدیهی است که ورهاناگزیرند در زمینه همسازی تکنیکها و رهای وسایل ارتباطی و قوانین استفاده از با یکدیگر همکاری کنند. در این مورد، ت میان استفاده مسکونی و غیر مسکونی کارتر است. زیرا به کارگیری وسایل ارتباطی المللی توسط ادارها، سازمانها، مؤسسهها، کتھا و غیره بسیار بیشتر از استفاده شخصی نهاست. به طور مثال، تنها ۱۵ درصد از مههای تلفنی در سطح بین المللی به وسیله ناصی عادی انجام می گیرد.

ارتباطهای بین قاره‌ای در سطحی گسترده تر خدمت وزارتخانهها، سفارتخانهها، آژانسهای مطبوعاتی، شرکتهای بزرگ، خطوط بی و به تعبیری در کل در خدمت مردم می گیرد. امروزه در زمینه ارتباط تلگرافی رفته (تلکس)<sup>۱</sup> بریتانیا یکی از شلوغترین کتر «تلکس مطبوعات» در جهان است. بخش کثرف مطبوعات» خبرگزاری رویتر در سال ۱۸ برای نخستین بار، استفاده همگانی از کثرف مربوط به مطبوعات» را برای فرستادن ر سیاسی، مالی و اقتصادی بین برلین و س مجاز دانست. تلگراف به عنوان یک لته ارتباط بین المللی در حال حاضر نیز از یت روزافزونی برخوردار بوده و در آینده نیز هدد بود. فقط تکنولوژی آن از نظر سرعت

و خود کار شدن، مدام در حال تغییر و پیشرفت است. حتی مشکلی که از نظر «زبان» در مکالمه‌های تلفنی بین المللی وجود دارد، در تلگراف موجود نیست. ضمناً صرفه اقتصادی تلگراف را نیز نباید فراموش کنیم.

تلکس که در دهه ۱۹۳۰ (۱۳۱۹ ه. ش.) در اروپا مورد بهره برداری قرار گرفت، وسیله‌ای بسیار سریع است که پیامها را شبانه روزی به طور خود کار ثبت می کند، و این بویژه در ارتباطهای بین المللی و بین قاره‌ای امتیاز بزرگی به حساب می آید. نوع دیگری از تلگراف مدرن، «وسیله انتقال داده‌ها»<sup>۱</sup> نام گرفته است که مربوط به استفاده از کامپیوتر در صنعت، تجارت، امور دولتی، خطوط هوایی و در سایر شرایط زندگی اجتماعی می باشد.

زمان درازی رادیوی موج کوتاه تنها رسانه همگانی در سطح بین المللی و بین قاره‌ای بود. با عرضه رادیوی موج کوتاه به بازار در دهه ۱۹۲۰ (۱۳۰۹ ه. ش.)، تقاضا برای خرید آن ابتدا به کندی صورت گرفت، اما بعد ارزش آن از نظر اقتصادی آشکار شد و مورد قبول همه قرار گرفت.

بعد از جنگ جهانی دوم گویی جهانی گسترده تر شد. آژانسهای خبری توسعه یافتند، شرکتهای صنعتی به صورت چندملیتی درآمدند، سازمانهای مربوط به روابط بین الملل، از جمله سازمان ملل متحد، تاسیس شدند و بر تعداد مسافران خطوط هوایی در سطح بین المللی و بین قاره‌ای افزوده شد. به این دلایله، لزوم گسترش رسانهها و تکنولوژی ارتباطی نیز بیش از پیش احساس شد. در مرحله اول دو راه حل پیشنهاد و به مرحله اجرا درآمد: ارتباط کابلی و ارتباط از طریق ماهواره.

تحول در ارتباط کابلی بر اساس شکوفایی در صنعت الکترونیک به وجود آمد و هدف آن، استفاده از چند کابل به منظور انجام چندین مکالمه به طور همزمان بود. این کابلها به طول هزارها کیلومتر در زیر آبهای اقیانوس اطلس و آرام قرار داده بودند.

ماهوارهها داستان و تاریخچه‌ای پیچیده تر دارند. پیش بینی می شد که ماهوارهها به صورت رقیبی برای ارتباط کابلی در آیند. اما این دو رسانه نه تنها یکدیگر را نفی نمی کنند، بلکه به همکاری یکدیگر بشدت نیاز دارند. «آرتور کلارک» در سال ۱۹۴۵ درباره ماهوارهها گفته است که این رسانهها نه تنها باید در انتظار یک تکنولوژی مربوط به جنگ دیگری (موشکها و سفینههای فضایی) باشند، بلکه هم اکنون نیز آنها در چند زمینه مشخص بویژه در زمینه نظامی، تحقیقات علمی و ارتباطات مورد استفاده قرار گرفته اند.

بهره برداری از یک سیستم «ماهواره ارتباطی جهانی» همکاری و اقدامهای مشترکی را از جانب کشورهای مربوطه ایجاب می کند.

سازمان ملل متحد این اصل و ضرورت را تشخیص داده و تصویب کرده است که ماهوارههای ارتباطی باید بدون هیچ گونه تبعیض مورد استفاده همه کشورها در سطح جهان باشند. بر این اساس «کنسرسیوم بین المللی ماهواره ارتباطات راه دور» (اینتلست)<sup>۱</sup> بنیان نهاده شد.

اما برای بهره گیری از ماهوارهها رعایت دو اصل ضروری است: نخست اینکه یک ماهواره جهانی متعلق به همه کشورهای عضو است و نباید در شمار متعلقات هیچ کشوری به حساب آید. دوم، ضرورت احداث ایستگاههای زمینی است که باید در درون مرز هر کشور مطابق با معیارهای پذیرفته شده بین المللی صورت گیرد.

11. International telecommunications satellite consortium-Intelsat

#### پانوشتها

- ۱- توضیح درباره تفاوت میان «نماد» و «نشانه یا علامت» ضروری بمنظور می رسد. نشانه بیشتر جنبه تصویری و غیرنوی (غیرلفظی) دارد و میان نشانه و آنچه که بدان اشاره دارد، شباهت ظاهری و فیزیکی موجود است (مثلاً بالا رفتن دست داور به نشان ایست یا توقف بازی). اما نماد به آن نشانه‌ای گفته می شود که هیچ شباهتی به موضوع مورد اشاره اش ندارد و فقط بر اساس توافقی که میان استفاده کنندگان آن نماد بدست آمده (توافق به اینکه آن نماد نماینده چه چیزی است) و معنایی برای آن در نظر گرفته شده است. فی المثل بین واژه سیز و شکل آن، هیچ شباهتی وجود ندارد و این فقط یک قرارداد است.
- ۲- Pictograph - در این نوع نگارش، تصویرهای بجای واژهها حاصل معانی اند.
- ۳- Ideograph - نگارش ایده و معنایی که در اشیا وجود دارد از طریق نمادها و نشانهها.
- ۴- ترکیبی از خط تصویری و ایده نگاری که بیشتر برای نگارش کشیدههای مقدس و مذهبی به کار می رفته است.
- ۵- Phonetic writing - نگارش واژهها بر اساس صدای آنها.
- ۶- لازم به توضیح است که در آن مقطع زمانی ارتباط بین دورستا نیز ارتباط راه دور به حساب می آمد.