

نگاهی به وسایل ارتباطی از آغاز تاکنون

ناهید خوشنویس

مدرس رشته ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی (دماوند)

مقدمه :

از گذشته تا به حال ارتباطات همواره به عنوان یکی از موضوعات بسیار مهم برای بشر محسوب می شده است و به ارتباط درون فردی، میان فردی، گروهی و جمعی تقسیم می شود.

رسانه یکی از انواع وسایل ارتباطات جمعی محسوب می شود. بر اساس نظر کارشناسان، رسانه ها یک صنعت رو به رشد و در حال تحول هستند که تامین کننده اشتغال نیز می باشند. رسانه های جمعی یکی از منابع قدرت اند. یعنی ابزاری هستند برای کنترل، مدیریت و نوآوری در جامعه که می توانند جانشینی برای زور یا سایر منابع باشند.

رسانه ها ، جایگاه بروز تحول در فرهنگ و زندگی مردم در ابعاد گوناگون هستند. رسانه ها ابزارهایی وابسته به اعمال قدرت دیگران هستند و مجرای هستند که به دگرگونی های اجتماعی انگیزه و جهت می دهند.

افراد جامعه بسیاری از اطلاعات خود را از رسانه های جمعی کسب می کنند. بخش قابل توجهی از گفتگوهای مردم درباره محتوای رسانه هاست. روابط اجتماعی، گروه ها و سایر نهادها اغلب در رسانه ها تصویر می شوند. در تاریخ رسانه ها ، تعریف رسانه، بر اساس شرایط بیرونی و با ویژگی های درونی خود به عنوان یک وسیله ارتباط جمعی شکل گرفت و تثبیت شد. البته با گذشت زمان، این تعاریف دستخوش دگرگونی می شدند. بویژه آنکه رسانه ها پیچیده تر شده و توانایی های بیشتری پیدا کردند. ارائه یک تعریف واحد و عام از آنها بسیار دشوار می شد و هر رسانه زیرمجموعه هایی پیدا می کرد که از نظر شکل و کارکرد با هم بسیار متفاوت بودند.

در تاریخ رسانه های جمعی با چهار عنصر اصلی روبرو می شویم: یک نوع تکنولوژی، وضعیت سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه، مجموعه ای از فعالیتها، وظایف یا نیازها و بالاخره مردم، به ویژه در قالب گروه ها، طبقات، یا منافع معین.

اینها از راه های گوناگون و با اولویت بندی های مختلف در مورد رسانه های گوناگون، با یکدیگر در کنش و واکنش اند و هر زمان یکی از آنها به عنوان نیروی پیش برنده یا بازدارنده عمل می کند.

وسایل ارتباطاتی از دیدگاه گوتنبرگ:

انسان اعصار گذشته، در زمان هایی دور، از ارتباطات چهره به چهره و رو در رو استفاده کرده و از طریق طبل و دود پیام هایش را برای دیگران ارسال می کرده است.

انسان با سعی و تلاش برای برقراری ارتباط بیشتر با اطراف خود، در طولانی مدت به زبان شفاهی دست یافت و از آن برای برقراری ارتباط بهتر و مؤثرتر استفاده کرد. بشر وارد کهکشان شفاهی شد که از دور دست تاریخ آغاز و تا سال ۱۴۵۰ میلادی ادامه داشت.

تاریخ رسانه های جمعی با چهار عنصر اصلی روبرو می شویم: تکنولوژی، وضعیت سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه، مجموعه ای از فعالیتها، وظایف یا نیازها و بالاخره مردم

در حدود ۳۸۰ سال در این کهکشان باقی ماند. در این عصر، بیشتر از حس بینایی استفاده می شد و علاوه بر محتوا، به رسانه یا وسیله انتقال پیام توجه گردید.

در نیمه دوم قرن پانزدهم صنعت چاپ، به سرعت پیشرفت کرد، نوشته های خبری افزایش یافت و تکمیل شیوه چاپ با حروف متحرک سربی، در اواخر قرن پانزدهم و اوایل قرن شانزدهم میلادی، در انتشار اندیشه های نو و پیشرفت علوم و فنون، تأثیر بسیار داشت. با اختراع، پیشرفت و تکمیل صنعت و ایجاد شرایط فنی، مکانی، زمانی و مالی مساعد در زمینه تهیه و تکثیر نوشته ها و پیام های مکتوب، تحول بزرگی در ارتباطات غیر مستقیم آغاز شد و برای اشاعه معلومات و اطلاعات و افکار انسانی و پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری امکانات وسیعی پدید آمد.

بدین ترتیب، مطبوعات یکی از محصولات مهم و رایج جامعه صنعتی شد که از آغاز قرن هفدهم، پیشرفت سریع خود را آغاز کرد و در نیمه دوم قرن نوزدهم و نیمه اول قرن بیستم، ویژگی های یک صنعت بزرگ را به خود گرفت. امکان انتشار آن فراهم شد، البته این انتشار، به صورت ادواری نبوده است.

با افزایش جمعیت و پراکندگی آنان در سطح کره خاکی نیاز به اطلاعات و تبادل آن بیشتر گردید. انسان که برای ارسال پیام های خود، زمانی

از دوندگان مقاوم، اسب های تندرو و کبوتران نامه بر استفاده می کرد و زمانی دیگر، از مطبوعات و روزنامه ها، اما نتوانست نیاز اصلی اش را که تبادل سریع اطلاعات بود، بر طرف سازد؛ او به وسیله ای نیاز داشت تا پیام های خود را سریع تر منتقل کند. اختراع برق و سپس پیدایش تلگراف در سال ۱۸۳۲ توسط ساموئل مورس انگلیسی موجب شد، انسان بتواند برای نخستین بار اطلاعات را با سرعت بالا و از طریق رمزهای ساده به مسافت های طولانی انتقال دهد.

اما اختراع تلفن در سال ۱۸۷۶ توسط الکساندر گراهام بل و توماس واتسون آمریکایی، تحول بزرگی بود، زیرا علاوه بر غلبه بر زمان و مکان، این امکان شد که صدای انسان دیگری را که کیلومترها از آنان فاصله داشت بشنود. اختراع تلفن انسان را قادر ساخت که از طریق سیم با افرادی فرسنگ ها دورتر از خود گفت و گو کند؛ هر چند تلفن در بالا رفتن سرعت ارتباطات تأثیر به سزایی داشت اما به دلیل استفاده از سیم، محدودیت در ارتباط همچنان وجود داشت و وسیله ای مورد نیاز بود، تا بدون سیم و با سرعت نور، اطلاعات را در فضا انتقال دهد و از موانع بگذرد، و رادیو این امکان را برای همگان میسر کرد.

سینما با اختراع عکاسی و سپس ساخت تصاویر متحرک در حدود سال های ۱۸۸۰ تا ۱۸۸۹ در اروپا متولد شد.

سینما به عنوان دومین وسیله ارتباط جمعی هدفش سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت بود، کمتر جنبه خبری داشت و حتی از نظر انتشار نیز با دیگر وسایل ارتباطی تفاوت اساسی داشت. پس از آن با اختراع دستگاه ارتباط بی سیم و رادیویی، توسط مارکنی در سال ۱۸۹۵ اخبار و اطلاعات با سرعت شگفت آوری در نقاط دور دست منتشر شدند.

تلویزیون نیز پس از جنگ جهانی دوم و توسعه آن در سال ۱۹۷۳ و فراگیر شدنش، به یک رسانه همگانی تبدیل شد. این وسیله جدید که می توانست پیام مشابهی را برای میلیون ها نفر به طور همزمان پخش کند، موجب همگون سازی مخاطبان و ایجاد مخاطبان یکسان شد و اغلب توسط دولت ها اداره می شد.

هر چند که با رونق روز افزون تلویزیون، رادیو محوریت خود را از دست داد، ولی گستردگی و انعطاف پذیری آن بیشتر شد. در حال حاضر، برنامه های رادیو و تلویزیون به صورت شبانه روزی شده است و اخبار را پیوسته پخش می کنند. از طرفی وجود روزنامه ها در اینترنت، دسترسی به اطلاعات را سریع تر می کند. در دوره جدید، یا در عصر اطلاعات، دیگر پیام واحد مورد استفاده نیست، زیرا در این دوره، به علت ناهمگن بودن افراد، به پیام های متنوع تری نیاز است.

در سال ۱۹۵۷ روس ها با استفاده از اندیشه پوپوف در بیرون از کره زمین، ارتباط را میسر ساختند و نخستین قمر مصنوعی با ماهواره، با نام "اسپوتنیک"، به مدار زمین فرستاده شد.

حال انسان برای حفظ اطلاعات، باید وسیله ای را در اختیار داشته باشد تا اطلاعات به دست آمده را انباشته کند. با ورود کامپیوتر به زندگی بشر و ایجاد شبکه اینترنت، تحولی عظیم در زندگی بشر رخ داد و انقلابی عظیم با نام انقلاب اطلاعات رخ داد.

قدرت رسانه ها:

در دوره ی پس از جنگ جهانی دوم تمامی کارشناسان علوم ارتباطات



و سیاست به قدرت خارق العاده وسایل جمعی خبری پی بردند. آنها معتقدند که رسانه ها از چنان قدرتی برخوردارند که می توانند در دگرگون ساختن افکار عمومی و سوق دادن توده مردم به طرف نظر گاهی و حتی شورش و انقلاب دخیل باشند. که این اثر رسانه ها در قدرت تبلیغاتی آنها نهان است. با بررسی انجام گرفته این واقعیت محرز گشته که این تبلیغات از ابزار قدرت دنیای امروز است که می تواند دگرگون ساز باشند. قدرت تبلیغات رسانه ها چنان است که می تواند در کم ترین زمان هزاران فرد را در ملغمه ای از نفرت، اراده و امید در هم آمیزد. برانگیختن احساسات، علائق، ایجاد ترس و نفرت از دشمن در شهروندان، حفظ روحیه در سختی ها، استفاده از انرژی و توان افراد به بهترین وجه ممکن برای کشور، از طریق قدرت تبلیغاتی رسانه ها ممکن است. لذا می بایست پیام های تبلیغاتی رسانه ها طوری طراحی شوند که به صورت گزارشات خبری، تصاویر، فیلم، نوار، سخنرانی، موعظه، پوستر، علائم و ... با ساده ترین شکل و پر نفوذترین میزان به مردم القا شوند. رسانه ها، ابزاری سحر آمیز:

از نظر تحلیل گران سیاسی امروزه سرنگونی نه به وسیله مسلسل و سلاح آتشین بلکه با رسانه هاست. پوشش جهانی تلویزیون و سایر وسایل ارتباط جمعی، نقش نظام رسانه های جهانی جدید را چنان کرده است که حتی کنترل رسانه های داخلی برای سیاستمداران کشورها را دشوار ساخته است. نفوذ متراکم رسانه ها با روند جهانی شدن به قلمرو اقتدار آنها در سراسر کره زمین افزوده است. این در هم آمیختگی نشر

زمانی گفته می شد که شاید در این سالها رؤیای دهکده جهانی ارتباطات به وقوع بپیوندد اما با سیر شگفت انگیزی که شبکه های ارتباطی مخابراتی دارند، هرچند دهکده جهانی ارتباطات هم تعبیر بزرگی به نظر می رسد اما در حقیقت انسان در محدوده وسیع تری از زمان و مکان فیزیکی که او را احاطه کرده، قرار گرفته است.

و انتشار اخبار به واسطه انواع رسانه ها، رهبران بسیاری از جوامع را به اتخاذ شیوه های استراتژیک به منظور حفظ مشروعیت و کاهش تعارضات درونی وادار ساخته است. حتی هشدارهای آگاهانه نسبت به توان بالقوه رسانه ها در تجاوز به حریم خصوصی شدت یافته است. وقوع برخی ناهنجاری ها و جرایم به پیام های انتقالی رسانه ها مرتبط است. دگرگونی در تفکر و شیوه های رفتاری چنان گشته است که وجود تعارضاتی بین افراد خصوصا در جوامع جهان سوم که قدرت گزینشی ندارند، نظم اجتماعی را مختل ساخته است. تافلر در کتاب جابه جایی در قدرت می نویسد: «هر حکومتی که نتواند برای جلوگیری از این دسته بندی اطلاعات به اقدامی ملموس دست زند، تحولات سیاسی آینده را به جان خریده است.»

در جامعه امروز رسانه ها مشمول قانون حضور در همه جا هستند. بدین معنا که محرکه های قوی تجاری و سیاسی زیر ساخت الکتریکی

جدیدی را نه به صورت انحصار بلکه به صورتی فراگیر تبدیل می سازد.

به عنوان مثال تلفن که در گذشته نه چندان

دور و وسیله ای تجملی و خاص طبقه مرفه بود، امروز به خاطر انگیزه های تجاری چنان پر استفاده شده که هرکس تلفنی دارد. مسلما این استفاده جهانی حاصل نوع دوستی نیست. بنابراین کاملا به نفع کشورهاست که از یکسو برای مقاصد اقتصادی به گسترش سیستم های جدید اقدام کنند و از سوی دیگر هدایت رسانه ها و سیستم های الکترونیکی خبری را به منظور کنش پذیری، تحرک و تبدیل پذیری مورد نظر و مطلوب خود و جامعه بر عهده گیرند. عدالت اجتماعی، آزادی همبستگی اجتماعی به طور روز افزون در هر جامعه به این کار ویژه ی رسانه ها وابسته شده اند، که چگونه آموزش و پرورش را در جامعه برقرار می سازند. پیوند آموزش و پرورش به واسطه رسانه ها با افزایش مجاری جدید و گستردگی و تنوع برنامه ای سبب پوشش همگانی گشته است. از طریق رسانه ها با جریان آزاد اطلاعات، دانایی با سرعتی شتابان، همه شهروندان از فقیر تا غنی را آماده پذیرش نقش های اجتماعی می کنند. مهارت های فرهنگی عمومیت یافته و از داخل کتاب های درسی و کلاس های آموزشی خارج و به فراسوی خانه ها و خیابان رسیده است. با این انتقال مهارت های فرهنگی و حتی شغلی درک و فهم فرهنگی افراد ارتقاء و مردم به هنجارهای اجتماعی مقبول آشنا می گردند. هرچند در بسیاری از کشورهای دارای تکنولوژی پیشرفته کارکردهای منفی رسانه ها باعث شرمساری اخلاقی گشته است. به گونه ای که صلح اجتماعی و حتی خود دموکراسی مورد تهدید واقع گردیده است. در کشورهای جهان سوم نیز با پیچیدگی های رسانه های خبری، شکافی فرهنگی و گسترده میان جوانان با دیگر گروه ها و حاکمان سیاسی بوجود آمده است.

بنابراین بی تفاوتی دولت ها نسبت به جریان آزاد اطلاعات در نهایت به سرنگونی خود منجر می شود. چرا که چنین آزادی مطلق سبب از بین رفتن حریم های خاص و خصوصی و نیز سبب گستردگی فوق العاده ابزار عقاید مخالف می گردد. لذا وجود نظم اجتماعی بوجود حداقل نظارتی بر روی تصاویر، ایده ها و نمادها و ایدئولوژی هایی که از طریق رسانه های گروهی به دست مردم می رسد، از سوی دولت ها لازم است.

آینده نگری در ارتباطات

همکاریهای بین المللی، نقش ارتباطات را در جامعه اطلاعاتی انکار ناپذیر ساخته است؛ به نحوی که افزایش بازدهی جامعه از طریق توسعه شبکه های اطلاعاتی و ارتباطی که بار اطلاعاتی و ارزش افزوده دارند، کلیه محلهای کار را از طریق اتوماسیون اداری (خودکار سازی) به یکدیگر پیوند داده و ایجاد ارتباط بین دولت و واحدهای محلی از طریق شبکه اطلاعاتی و مخابراتی اداری را ممکن ساخته است. حتی در کشورهای فرا صنعتی عمده تا اجرای اتوماسیون کامل، اجرای امور در منزل از طریق تلفن تلویزیونی و فعالیتهای بانکی، خرید و فروش، رزرو کردن بلیت و سایر اقدامات مشابه از طریق شبکه های اطلاعاتی و مخابراتی صورت می پذیرد. ارتباطات مخابراتی در قرن حاضر در واقع عامل زیربنایی و توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تلقی می شود

از مهمترین کارکردهای رسانه خبری، نظارت بر محیط است. البته کارکرد نظارتی و مراقبتی، می تواند موجب چندین کارکرد هم بشود؛ مانند به وجود آمدن وحشت از تأکید بیش از حد بر خطرات و تهدیدها در جامعه

که در راه توسعه علم ارتباطات در حوزه‌های آموزش رسمی و غیررسمی یا فضاهای مجازی گام برمی‌دارند. همچنین فرصتی است برای مطالعه وضعیت و شرایط ارتباطی کشور و مقایسه کشور در بعد تکنولوژی و فرهنگ ارتباطی با دیگر جوامع. امروزه اهمیت پیچیدگی و توسعه ارتباطات به نحوی است که به قول یک تحلیلگر ارتباطی حتی بدون شناخت نزدیک از ارتباطات و امکانات نوین ارتباطی نمی‌توان تصور صحیح و درک درست از عمق گستره و توانمندی ارتباطات در عرصه جهانی داشت. از خاصیت‌های بارز ارتباطات در عصر حاضر سرعت بسیار بالای توسعه و پیشرفت آن



است. این سرعت و سیر تکاملی حتی در تغییر و تکمیل نام سازمان‌های ذی‌ربط سازمان جهانی ارتباطات مشهود است. ارتباطات هم اینک یکی از مهم‌ترین پایه‌های توسعه، ترقی و اقتدار کشورهاست از همین رو باید به نکاتی توجه نمود: اینک می‌بایست توجه ویژه و اهمیت نقش زیربنایی ارتباطات در توسعه فراگیر مورد توجه قرار گیرد و از هیچ تلاشی برای سرمایه‌گذاری مناسب آن فروگذار نشود. دیگر اینکه باید توجه داشت ارتباطات چه در

دست راست تمدن نامگذاری شده است. از همین روست که امروزه میزان توسعه ملی هر کشور را با معیار توسعه ارتباطات مخابراتی در آن کشور ارزشیابی می‌کنند. هدف ارتباطات مخابراتی این است که در مناسب‌ترین وضع اقتصادی، مسافتهای زاید را حذف کند، مراجعات مردم را به سازمانهای دولتی تقلیل دهد و ضمن برقراری ارتباط همه جانبه موجب صرفه جویی در اوقات و هزینه‌های جامعه شود. از سوی دیگر امروزه ضرورت و اهمیت استفاده از شبکه‌های علمی و تحقیقاتی جهانی برای بسیاری از دانش پژوهان در اکثر رشته‌ها، قطعی و روشن است. آنچه کارایی و بهره‌مندی از چنین شبکه‌هایی را به سرعت افزایش می‌دهد، توانایی روزافزون ارتباطات مخابراتی است که به یاری رایانه‌ها شتافته‌اند و آنها را به صورت ابزاری برای جستجو، جمع‌آوری، دسته‌بندی، تجزیه و تحلیل و انتقال حجم بالایی از اطلاعات درآورده است. از طرف دیگر، سهولت دسترسی به خدمات اطلاعاتی جدیدتر و گسترده‌تر ایجاد امکان ارتباط با سایر محققان و سهیم شدن در تجربه‌های آنها نیز به طور مداوم بر مطلوبیت این ابزار در محیط‌های علمی و تحقیقاتی می‌افزاید. همچنین با استفاده از این روش می‌توان ضمن بهره‌مندی از فناوری پیشرفته مخابراتی، به جریان جاری و آینده توسعه اطلاعات متصل شد. به هر حال عصر ما، عصر ارتباطات است و در چنین دورانی قدرت نیز در دست جوامعی است که از نیرومندترین شبکه‌های ارتباطی و به تبع آن، از بیشترین اطلاعات برخوردار باشند و این حقیقت انکار ناپذیر تمدن کنون جهانی است.

نتیجه‌گیری:

براساس آنچه گفته می‌شود در یک جامعه اطلاعاتی، امکان استفاده افراد از اطلاعات افزایش و انحصار دولت‌ها و حکومت‌ها بر آن کاهش یافته و در نتیجه به استفاده از کانال‌های جدید اطلاعاتی، به‌ویژه دمکراتیزه شدن و عادلانه شدن اطلاع‌رسانی کمک می‌کند چرا که در چنین جامعه‌ای انحصار تولید و توزیع در دست گروهی خاص نبوده و حق دسترسی به اطلاعات برای همگان میسر است؛ یعنی هر کس به‌طور بالقوه این امکان را پیدا می‌کند که نقش گیرنده و فرستنده را ایفا کند.

توجه به روزجهانی ارتباطات و گرامی داشت این روز در سرتاسر جهان انگیزه وزمینه‌ای است برای پاسداشت فعالیت‌ها و گرامیداشت شخصیت طیف وسیعی از انسانهایی که در عرصه گسترده ارتباطات و در ابعاد کمی و کیفی سخت‌افزاری و نرم‌افزاری این حوزه وسیع فعالیت و تلاش می‌کنند همه آنهايي که شبانه‌روز برای توسعه ارتباطات همچنین خدمات مخابراتی کشور فعالند، از اپراتورهای تلفن در نهادها و سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف تا خادمین عرصه‌های فن‌آوری ارتباطات ماهواره‌ای همچنین آنهايي

بعد عملکردی وچه به لحاظ مطالعاتی در شاخه های مختلف در حال تخصصی شدن است ونکته دیگر اینکه ارتباطات در حوزه های مختلف در کشورها پایه ومبنای توسعه و رشد تلقی می شوند و از این دید می بایست مورد توجه برنامه ریزان قرارگیرند. برای مثال در کشورهای پیشرفته و مولد توریسم به خوبی از امکانات ارتباطی بهره می برند. حتی بعضی کشورهای همسایه در این زمینه توفیقات خوبی یافته اند، توسعه فرهنگ ارتباطی وبهره وری از ارتباطات نوین نیاز جدی و امری گریزناپذیر برای برخورداری از سهم مناسب در ارتباطات بین الملل است. عادت دادن همگان به بهره برداری درست وافزایش فهم و بینش ارتباطی موضوع مورد تاکید دیگر است. توسعه تجارت الکترونیک، پیاده کردن چارچوبها امکانات و فرهنگ دولت الکترونیک جلو گیری از هدر رفت سرمایه ها، وقت ارزشمند آحاد جامعه و استفاده هدفمند از فضاهای مجازی و آموزش های لازم در همه مقولات پیش گفته از اهم نکاتی است که می توان به مناسبت روز جهانی ارتباطات ابراز کرد. بدیهی است همه متفکران، کاربران، کارآفرینان و اندیشه ورزان چرخه اطلاعات وارتباطات سرمایه های عظیم این عرصه اند که می توانند سهمی اساسی در رونق ارتباطات، توسعه اطلاعات و آرامش بخشی و امیدواری جامعه داشته باشند.

فهرست منابع در دفتر ماهنامه موجود می باشد.

