

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۷	ارتباطات، اطلاعات و فرهنگ
۲۱	جایگاه اقلیم عامیانه در فرهنگ مردم خراسان جنوبی
۳۵	اهمیت پژوهش در فرآیند آموزش (با رویکردی فرهنگی)
۵۷	نقش زنان در فرآیند توسعه روستایی با تأکید بر رویکرد مشارکتی
۷۷	نوروز عام، نوروز خاص، نوروز اخص
۸۷	جایگاه فرهنگ و ورزش
۹۹	رویکردی بر فرهنگ مطالعه و کتابخوانی، موانع و راهکارهای ترویج آن در شهرستان بیرجند
۱۱۵	ویژگی های مخاطب تئاتر در ایران و جهان
۱۳۱	زنان و خرافات در داستانهای «محمد علی جمالزاده»

ارتباطات، اطلاعات و فرهنگ

دکتر اسدآ... آزاد^۱ – زهرا عباسی^۲

چکیده

ارتباط انسان‌ها سنگ بنای جامعه انسانی است و بدون آن هرگز فرهنگ به عنوان خصیصه جامعه انسانی پدید نمی‌آمد. در این مقاله تأثیر رسانه‌های جمعی از قبیل چاپ، تلگراف، رادیو و تلویزیون بر فرهنگ جامعه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. سپس به اهمیت اطلاعات، قدرت اطلاعات و مدیریت راهبردی اطلاعات در عصر ارتباطات پرداخته شده است. اینترنت به عنوان روش ارتباطی جدید در عصر حاضر از جنبه‌های مختلف از جمله امکان ایجاد ارتباط همزمان و دوسویه و ایجاد جامعه‌هایی با نظام باز و مقایسه شیوه‌های ارتباط آن با روشهای قبل مورد توجه قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: ارتباطات، فرهنگ، نظام‌های باز (جامعه)، ارتباط تعاملی، رسانه‌های ارتباط جمعی، اطلاعات

مقدمه

افراد به دلایل مختلف بخش مهمی از زندگی خود را صرف ارتباط (کنش متقابل) با افراد دیگر می‌کنند. ارتباط انسانها سنگ بنای جامعه انسانی است و بدون آن هرگز فرهنگ به عنوان خصیصه جامعه انسانی پدید نمی‌آمد.^۳

ارتباط معنای متفاوتی نزد اشخاص گوناگون دارد محققین غربی که پایه گذاران دیدگاه‌های جدید و روشهای فنون ارتباطی موجود می‌باشند بر این عقیده‌اند که کلمه ارتباط^۳ از لغت لاتین **communicare** مشتق شده است، و این لغت در زبان لاتین به معنای عمومی کردن و در معرض عموم^۴ قرار دادن است.

۱- دانشیار دانشگاه فردوسی مشهد

۲- دانشجوی دوره دکتری علوم کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاه فردوسی مشهد

و در اصل اعتقاد بر اين است که ارتباط برخی از مفاهيم و تفكيرات و معانى و يا به عبارت بهتر پيام‌ها^۱ را به دیگران و يا عموم گسترش می‌دهد. تعاريف جديدتر آن را رد و بدل کردن معانى^۲ و نيز انتقال و تبادل پيام‌ها^۳ می‌دانند. ارتباطات به گونه‌اي وسیع تر و گستردۀ تر، به اشتراك گذاشتن تجارب^۴ نيز تعریف شده است (فرهنگی، ۱۳۷۳: ۶). ادوین امری^۵ مفهوم ارتباط در معنای عام را با توجه خاص به ارتباط اجتماعی چنین تعریف کرده است: «ارتباط عبارت است از فن انتقال اطلاعات، افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر». در تعریفی بسیار موجز لاندبرگ^۶، شراک^۷ و لارسن^۸ ارتباط را عبارت از انتقال معانی يا پيام از طریق نمادهایی چند می‌دانند. به نظر این سه دانشمند، زمانی که انسانها از طریق نمادها به تاثیر بر یکدیگر می‌پردازند، در ارتباط با یکدیگر قرار گرفته اند (ساروخانی، ۱۳۶۷: ۵).

از نظر شانون و ویور^۹ فرآيند ارتباطات شامل شش عنصر: فرستنده^{۱۰}، پيام^{۱۱}، مجرای ارتباطی^{۱۲}، گيرنده^{۱۳}، باز خورد^{۱۴} و محیط است (سوسман، ۱۳۷۶: ۹). هر کدام از اين عناصر نقش اساسی و مشخصی در موفقیت يا عدم موفقیت ارتباط بر عهده دارد. اين نگرش که ارتباطات يك فراگرد است چند مفهوم ضمنی در بر دارد:

۱ - ارتباطات در طول زمان رخ می‌دهد. در طول اين زمان دگرگونی اتفاق می‌افتد، فرستنده تعیير می‌کند، گيرنده عوض می‌شود و نوع روابط بين آنها دگرگون می‌شود.

۲ - ارتباطات پوياست نه ايستا، ارتباط يك عمل ساده خطی نیست که يك پيام را از فرستنده به گيرنده منتقل کند، بلکه عمل پوياست و در آن، پیامهای گوناگونی با هم درمی‌آمیزد، فرستنده جرياني را شروع می‌کند، گيرنده پاسخ می‌دهد، فرستنده تعديل و اصلاح می‌کند، گيرنده آگاهی خود را از اين عمل ابراز می‌دارد، تمام اين پیامها در يك فعالیت پیچیده، پویا و جاري به هم ربط می‌يابد.

۳ - ارتباط را می‌توان رشته‌اي از حوادث پيوسته دانست که هیچ نقطه شروع و پایان معينی ندارد. از اين تعبيير چنین بر می‌آيد که نمي‌توان فرآيند ارتباط را متوقف کرد و نقطه‌اي را در آن به عنوان نقطه آغاز و يا

1- messages

3- transmit messages

5- E. Emery

7- C.C.S- Chrag

9- Shanon & wiver

11- Message

13- Receiver

2- exchange meanings

4- sharing of experiences

6- G.A. Lundberg

8- Larsen

10- Sender

12- Channel

14- Feedback

نقشه پایان مشخص کرد (همان: ۳۰).

پژوهشها بر این باور است که خواه ناخواه انسانی که در فراگرد ارتباط درگیر شده است دگرگون می‌شود، و این دگرگونی با شدت و ضعف در او نمایان خواهد شد. گاه دگرگونی در باورها و نگرش‌ها است و گاه در احساسات و زمانی در رفتار. در هر حال افرادی که در فراگرد ارتباطی قرار می‌گیرند و عمل فرستادن و گرفتن پیام یا پیام‌ها را انجام می‌دهند، در فراگرد دگرگونی وارد می‌شوند، برای دگرگونی دیگران تلاش می‌کنند و خود نیز دگرگونی را می‌پذیرند. این دگرگونی‌ها ممکن است از نظر احساسات، باورها، اطلاعات، تصمیم‌ها، رفتارها و یا متغیرهای دیگر به وقوع به پیوندد.

اکنون جا دارد اندکی در مورد سطوحی که می‌توان در آن سطوح ارتباط و فرآیند ارتباط را شکل داد سخن گفت. ما می‌توانیم با دیگران در سطوح فرهنگی، بین‌المللی، اجتماعی، ملی و منطقه‌ای و یا در سطح فردی یا شخصی ارتباط داشته باشیم. در سطح فرهنگی^۱، فرآیند ارتباط در چارچوب فرهنگ‌ها و مردمی که در این فرهنگ‌ها زندگی می‌کنند شکل می‌گیرد. ارتباط سرچشمه فرهنگ و تکامل آن است. تا زمانی که انسان‌ها پراکنده بودند هیچ یک از عناصر ارتقای فرهنگی را به درستی کسب نکردند. انسان‌ها فقط در جمع می‌توانند مهارت‌ها، یافته‌ها و دانسته‌های خود را به دیگران منتقل سازند. با ابداع زبان، خط و کتابت امکان بقا و دوام آنها را در تاریخ فراهم آورند. به بیان فرانسیس بیکن^۲ «انسان‌ها در هر نسل بدان مانند که بر شانه نسلهای پیشین جای دارند.» ارتباط انسانی منشاء فرهنگ به عنوان زمینه و مبنای حرکت و ارتقاء انسان است. فقدان ارتباط به معنای سکون نسبی در حیات انسانی و مانعی در راه هر نوع تعادل اجتماعی است (سارو خانی، ۱۳۶۷: ۱۰).

در این مقاله سعی شده است به نقش رسانه‌ها به عنوان مجرای ارتباط جمعی در فرهنگ ملت‌ها و نیز نقش فرهنگ‌ها بر کیفیت ارتباط پرداخته شود. به همین منظور ابتدا نقش رسانه‌های جمعی مختلف به اجمال بیان شده و تأکید بیشتر مقاله بر تأثیر اینترنت به عنوان جدیدترین رسانه و کانال ارتباطی بر انسان‌ها و فرهنگ آنها خواهد بود.

رسانه های ارتباط جمعی

را برت فرید بیلز^۱ می گوید: «اگر تاریخ طولانی زندگی بشر بر روی زمین را یک روز فرض کنیم باید گفت ارتباط جمعی فقط در آخرین ثانیه قبل از نیمه شب با به عرصه وجود گذاشته است». وقتی صحبت از ارتباط جمعی به میان می آید منظور فقط پانصد سالی است که از پیدایش حروف صحرک چاپ در قرن پانزدهم می گذرد. سرعت پیشرفت حقیقتاً فوق العاده بوده، از زمان پیدایش زبان تا پیدایش نوشتار صدها هزار سال طول کشیده است، و از زمان پیدایش نوشتار تا زمان پیدایش چاپ، هزاران سال وقت لازم بوده است. از نظر فنی آنچه در پانصد سال گذشته روی داده این است که انسان دستگاه های قابل ملاحظه ای اختراع کرده است که قادر است در روند ارتباط به کار آید، و پیامی را تقریباً به طور نامحدود تکثیر کند، و به صورتی تقریباً نامحدود توانائی شخص را در دیدن و شنیدن و در نتیجه مبادله اطلاعات با دیگران توسعه دهد. هر یک از مراحلی که ذکر شد انتقال اطلاعات را آسانتر ساخته است. ویلبر شرام^۱ می گوید: از هنگامی که بشر نوشتار زبان خود را آموخت بر زمان و مکان پیروز شد، زیرا توانست تاریخ خود را بنویسد و گذشته خود را ضبط کند. سپس دستگاه چاپ وارد ارتباط شد و گوتنبرگ کشفیات نوایع چندین کشور را یعنی جوهر، کاغذ و هنر ریختن حروف فلزی چاپ را با هم در آمیخت و از ماشین شراب کشی دستگاهی به وجود آمد، که امکان نسخه برداری از نوشته ها به تعداد دلخواه فراهم شد (مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۶۸: ۵۶). ظهور اولین رسانه ارتباطی (چاپ) سبب توسعه گسترده دانش و تغییرات اجتماعی فراوان شد. فقیر و غنی توانستند انجیل و سایر انتشارات را بخوانند و تفکر نمایند. آن اختراع به شیوه ای انقلاب گونه افکار را پرورش داد و سبب پایدار شدن اطلاعات برای انتقال به نسلهای بعدی شد. اندرسون (Anderson, 1999: 458) با تأکید بر رسانه چاپ، روزنامه ها را به عنوان ابزارهای اساسی برای شکل دهی فرهنگی ملت ها دانست. او بر جنبه های اساسی چاپ به منزله یک رسانه ارتباطی از جمله پایداری علائم و پایداری در برابر گذشت زمان و سایر ویژگیهایی که به مردم امکان حضور را می داد، تأکید کرد. هنوز هم انتشارات در شکلهای اطلاعیه، اعلامیه، روزنامه و کتاب قادر است فضای سیاسی جدیدی را ایجاد کند و هویت های جدیدی را در خود جای دهد.

وارنر^۱ می‌گوید: نامه نوشتن به سردبیر یک روزنامه و یا نوشتن متنی برای چاپ، فضایی را برای ارتباط ایجاد نموده است که فرد به عنوان یک شهروند خود را عضوی از یک جامعه می‌داند. وی همچنین حضور شهروندان را در شکل دهی انواع سیاست‌های اجتماعی به عنوان ویژگی این رسانه مطرح می‌کند و می‌گوید اگر در انجمن‌های قدیم فردی در ارتباطی رو در رو در زمینه موضوعهای مورد توجه جامعه با مردم سخن می‌گفت، اکنون چاپ این امکان را در اختیار عموم قرار داده است (همان: ۴۵۹).

سپس رسانه‌های ارتباطی دیگر نظیر تلگراف، تلفن، رادیو و تلویزیون سبب ایجاد تغییرات اجتماعی و فرهنگی در ارتباطات جمعی و سازمانی شد. رادیو و تلویزیون شیوه‌های خلاق و نویی را برای انتشار اطلاعات در اختیار افراد و سازمان‌ها قرار داد. اکنون اینترنت با ترکیبی از همه نظام‌های ارتباطی پیشین سبب ایجاد ارتباط با روش جدیدی شده است. با کمک دستگاه رقومی ساز رایانه، همه‌ی روش‌های پیشین را با هم پیوند داده است. اینترنت تمرکزدایی شبکه تلفن را با قابلیت‌های تلویزیون برای جذب مخاطبین زیاد پیوند داده است. تمرکزدایی اینترنت توسعه یافته تراز تلفن است زیرا اینترنت از مهار فنی مدارهای سوئیچی، رهایی یافته است. اینترنت همچنین مدل شبکه‌های تلویزیون را بهبود بخشیده است، زیرا اینترنت دارای نظامی است که افراد زیادی در آن توانایی تعامل با یکدیگر را دارند، به طوری که یک پیام می‌تواند به تعداد زیادی از شرکت کنندگان ارسال شده و از جانب یک فرد و یا افراد زیادی پاسخ دریافت کند. شکل رقومی اطلاعات در اینترنت مزیت نسخه برداری، ذخیره، ویرایش و انتشار مجازی بدون هزینه را فراهم کرده است..

به جز سخنرانی و گفتگوهای رو در رو، اطلاعات منتشر شده به روش قیاسی (آنالوگ) می‌تواند به وسیله سازمان‌ها و یا کشورها مهار شود. در حالی که امر بازبینی و مهار در محیط اینترنت دشوارتر است (همان: ۴۵۹). اداره‌های پست و تلگراف، مدارهای تلفن، شبکه‌های تلویزیونی، فیلم و توزیع نوارهای صوتی که قدرت خود را از حکومتها می‌گیرد، مهار می‌شود. در اینترنت اطلاعات در بسته‌های متنوع ارائه می‌شود و هر بسته دستورالعمل‌های دریافت خاص خود را نیز به همراه دارد. یک مکالمه تلفنی آنالوگ نیاز به یک مدار باز دارد که می‌تواند مورد باز بینی (استراق سمع) قرار گیرد. در حالی که یک پیام رقمنی از قبیل متن، صوت و حتی تصاویر متحرک به صورت آزادانه به سمت هدفهای مورد نظر و بدون این که امکان مهار وجود داشته

باشد در حرکت است. گرچه اینترنت در آغاز به عنوان ابزاری برای راهبرد جنگ سرد آمریکا شناخته شد، ولی اکنون از هر گونه مهار ملی خارج شده و استفاده از آن به شدت رو به گسترش است و با سرعت نور (با فرض پهنه‌ای باند کافی) حرکتی جهانی را در یک فضای غیر رسمی ارتباطی ایجاد کرده است. محیط رسانه‌ای جدید نیاز به خلق رویکردهای جدید ارتباطی دارد. اگرچه اختراع رسانه‌های بزرگ از قبیل چاپ، رادیو و تلویزیون موجب تغییر فرهنگ اجتماعی شده است و این فناوری مجراهای ارتباطی، هویت جمعی، شکل و محتوای پیام، باز خورد ارتباطی و شخصیت انسانی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. حضور اینترنت و سایر فناوریهای اطلاعاتی مفهوم مخاطب و جامعه را دشوار کرده است. مخاطبان اینترنت، مرزهای جغرافیایی، ملی، فرهنگی و سیاسی را از بین برده است. تقریباً همه رسانه‌های اصلی اکنون دارای یک نسخه پیوسته ۱ نیز هست و پیام‌های خود را برای کاربران اینترنت به رایگان ارائه می‌دهد، و همین امر برای جوامع، تخمین تعداد مخاطبین را دشوار ساخته است.

در ادامه مقاله به برخی از مسائلی که نشان می‌دهد ارتباطات جمعی مستقیماً تحت تاثیر رسانه‌های ارتباطی جدید به ویژه اینترنت می‌باشد، اشاره می‌شود.

مدیریت اطلاعات راهبردی

برای نیل به اهداف اجتماعی، جامعه‌ها محتوای پیام‌های خود را مدیریت کرده، آنها را بسته‌بندی و منتشر می‌کنند. عدم اطلاع از مخاطبان مورد نظر فراهم آوری، بسته‌بندی و انتشار اطلاعات دشوار شده است. ارتباطات جمعی در گذشته دارای ویژگی یک طرفه بود. سازمانها ارسال کنندگان اطلاعات و مخاطبین آنها نیز دریافت کننده بودند، و مجراهای ارتباطی در حد قابل توجهی توسط سازمان مهار می‌شد. این امر سبب می‌شد پیام‌ها با آسودگی خاطر و براساس اهداف سازمانی تهیه شود، این امر همچنین به آنها فرصت می‌داد که پیام را از چندین مجرای ارتباطی (رسانه) انتشار دهند. با ظهور ارتباطات رایانه‌ای شاید سازمان‌ها قادر نباشند که پیام‌های خود را با دقت بسته‌بندی کرده و از طریق مجراهای ارتباطی متفاوت ارسال کنند. ارتباطات اینترنتی چند جهتی و خیلی سریع است. از دیدگاه مخاطبان نیز وقتی مخاطب پیام، مفهوم پیام را به طور مبهم درک کند این امر پیچیدگی خاصی را برای ارتباط دهنده‌گان اجتماعی ایجاد خواهد کرد. دسترسی ساده

به فناوریهای اطلاعاتی جدید از قبیل صفحات وب به افراد این امکان را داده است که به آسانی دیدگاههای خود را در مورد هر چیزی انتشار دهند. این دیدگاهها شامل دانش و ارتباطات اجتماعی نیز می‌شود. در حال حاضر سایت‌های (مقرهای) فرینده‌ای وجود دارد که تنها هدف آنها انتشار شایعات و مبارزه با شهرت و اعتبار اجتماعی افراد و گروه‌ها است.

افراد ناراضی، رقبای تجاری و مانند آن می‌توانند به صورت پنهانی و با زدن نقاب از طریق اینترنت حرف‌های نیمه راست خود را بیان کنند به طوری که در برخی موقعیتهای خاص هیچ راهی برای ادامه حیات یک جامعه باقی نمی‌ماند تا بتواند به طور مؤثر و دقیق و بدون دامن زدن به شایعات به درستی واکنش نشان دهد. جامعه‌ها پیام‌های خود را بر اساس فرهنگ، نیاز و انگیزه مخاطبان خود ارسال می‌کنند. اگر شرکتی از وب سایت خود برای برقراری ارتباط استفاده می‌کند نمی‌تواند به طور مؤثری مخاطبان خود را مشخص کند. وب سایت ممکن است توسط مخاطبان جهانی مشاهده شود که دارای سبک‌های ارتباطی متفاوتی هستند. تا زمانی که رابطین اجتماعی مشکلات ارتباطات اجتماعی را شناسایی و رفع نکنند در این محیط جدید رسانه‌ای که تعاملی تر و پیچیده‌تر از رسانه‌های قبل است ایجاد ارتباطات اجتماعی مؤثر دشوار‌تر خواهد بود. ماهیت ساختار نیافته اینترنت موجب شده است که انتقال دهنده‌گان اطلاعات اجتماعی قادر نباشند به طور مؤثر واکنش‌های رقبا و نتایج آن را پیش بینی کنند.

قدرت اطلاعات

یکی از مزایای عصر رایانه برای برقرار کنندگان ارتباطات اجتماعی قدرتمند شدن اطلاعات و سادگی انتقال آن است. همچنین اینترنت این امکان را برای آنها فراهم می‌کند که به کمک رسانه‌های ارتباطی بزرگ خود را مطرح کنند. اطلاعات سرمایه بزرگ یک جامعه است اگر بتواند آن را فراهم کرده، پردازش و تفسیر کند، و مستقیماً آن را انتشار دهد. این امر سبب می‌شود که فرصت کمتری برای ارائه اطلاعات غلط، تفسیر غلط از اطلاعات و ضد اطلاعات به وجود آید و فرصت‌های بیشتری را برای اصلاح مفاهیم مشترک بین فرستنده پیام و گیرنده آن بدون حضور شخص ثالث با احتمال ذهنیت و اهداف ارتباطی متفاوت فراهم کند.

در روش‌های ارتباطی سنتی، برقرار کنندگان ارتباط با مخاطبان از طریق اخبار منتشر شده، که به وسیله

دروازه بانان رسانه‌اي^۱ پردازش شده بود، ارتباط داشتند. وقتی که اخبار منتشر شده توسط رسانه‌ها مورد استفاده قرار می‌گرفت این احتمال وجود داشت که معنایی که فرستنده از پیام داشته با معنای گیرنده متفاوت باشد. فناوری رایانه به انتقال دهنده‌گان اطلاعات این امکان را داده است که احتمال مغشوش شدن اطلاعات را با قرار دادن پیام در محل مشخصی و ارائه تفسیر مورد قبول خود بر روی آن، کاهش دهد. وب سایتها، اتاق‌های گفتگو و نظام‌های مبتنی بر پست الکترونیکی می‌توانند بدون اختلال‌های ارتباطی^۲ که ممکن است با مداخله شخص ثالث ایجاد شود، ارتباط را برقرار کنند. سازمانها برای حضور خود به عنوان شهروندان مسؤول اجتماعی و برای توسعه خط مشی، خود از اینترنت استفاده می‌کنند. کارکنان نیز با به کارگیری فناوری جدید بسیار قدرتمندتر شده‌اند، آنها دیگر مجبور نیستند برای بیان دیدگاه خود به دیگران به محل دیگری بروند، و یا برای دریافت آخرین پیام‌های اجتماعی منتظر ارسال کردن (رله) اخبار به وسیله مدیران شوند. کارکنان از طریق شبکه می‌توانند به طور مستقیم با مخاطبان سازمان به گفتگو پردازنند. آنها می‌توانند اخبار خاص خود را انتشار دهند بدون این که کسی اخبار آنها را مهار کند و اگر ضرورت پیدا کند در خواست حقوقی و عدالت خواهی خود را در مجتمع عمومی مطرح کنند. فناوری‌های جدید به تک صدایی پایان داده و فرصتی را برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات فراهم کرده است. سازمان‌ها اکنون این آگاهی را دارند که کارکنان آنها رسانه جدیدی در اختیار دارند که می‌توانند با استفاده از آن اگر نیاز باشد به راحتی و با سرعت شایعاتی را اشاعه دهند، و ظرفیت و توانائی این را دارند که تصویر و اعتبار سازمانی آنها را خراب کنند. این فناوری‌ها همچنین نابرابری‌های عمومی را که در اثر مرزهای ملی ایجاد می‌شود از بین می‌برد. اینترنت به یک فرصت بین‌المللی و با حقوق منحصر به فرد خودش تبدیل شده است به طوری که می‌تواند گروه‌های پراکنده را در سرتاسر جهان به منظور مشارکت در یک موضوع جهانی جمع کند. تظاهرات بر علیه سازمانهایی که در گذشته به دلیل محدودیتهای جغرافیایی فقط در یک نقطه برگزار می‌شد، اکنون می‌تواند جهانی شود. گروه‌هایی با عقاید عجیب و غریب که در گذشته برای انتشار دیدگاههای خود رسانه‌ای در اختیار نداشته‌اند اکنون می‌توانند با مخاطبان جهانی، ملی، ایالتی و محلی ارتباط داشته باشند. چنانکه ایهاتور (Ihator, 2001: 200) می‌گوید: «اکنون دنیا روی انگشت شما قرار دارد».

ارتباط همزمان و دو طرفه

در روش‌های ارتباطی سابق، زمان همواره به عنوان عنصر اساسی در کنار انتقال دهنده اطلاعات قرار داشت. برخی از اخبار می‌توانست ممنوع شود. انتشار اخبار و خلاصه مقاله‌های کنفرانسها باید با صرف زمان و وقت کافی انجام می‌شد تا بر اختلال‌های اطلاعاتی غلبه شود. اینترنت این شیوه ارتباطی را از بین برده است، دیگر رسانه‌های جمعی و سایر منابع اجتماعی برای گرفتن خبر و اطلاعات از منبع منتظر نمی‌شوند. انواع گروههای بحث الکترونیکی وجود دارد که اخبار و اطلاعات را به طور همزمان به اشتراک می‌گذارند. گروههای ملی و جهانی با اهداف مشترک گرد هماییهای الکترونیکی برگزار می‌کنند و طرحهای خود را برای احرا مطرح می‌کنند که ممکن است به نفع اجتماع نیز نباشد. ارتباط اینترنتی سبب ایجاد ارتباط دو سویه بین جامعه و مردم شده است. اکنون گروهها مجبور به کار با رسانه‌های گروهی سنتی برای انتشار اطلاعات خود بیستند. با دسترسی راحت و آسان به رایانه می‌توانند مباحث خود را به وضوح و روشنی منتشر کنند. افراد و جامعه در این جنگ اطلاعاتی دارای سلاح برابری هستند و زمین بازی نیز برابر تقسیم شده است. این امر ممکن است به سود و یا به ضرر جامعه‌ها باشد. اکنون انتقال دهنده‌گان اطلاعات به این نتیجه رسیده‌اند که به جای واکنش نشان دادن به انتشار اطلاعات، پرداختن به روش‌های مبتکرانه و خلاق راحت‌تر، ارزان‌تر و کم هزینه‌تر است (Reil & Balmer, 1997: 18).

هویت جمعی تغییر یافته

جامعه همیشه به این امر دقت داشته است که هویت مشخص، روش و خوبی را خلق و حفظ کند. هویت می‌تواند بر رفتار اجتماعی، اعتبار، مسؤولیت اجتماعی، روش‌های ارتباطی، عقل و منطق و شناسایی بصری استوار باشد.

جوامع ممکن است مجبور به تجدید نظر در عناصر سازنده هویت خود در عصر جدید باشند. محیط چند رسانه‌ای جدید ممکن است مفهوم هویت را تغییر داده باشد. به عبارت دیگر اکنون جوامع با فرهنگ موجود در وب سایتها خود مورد قضاوت قرار می‌گیرند، مصرف کننده‌گان، اطلاعات روز آمد و ثابت می‌خواهند و متقاضی تعاملهای همزمان با سازمان هستند. جامعه بیش از گذشته خواهان رفتارهای اخلاقی شفاف است. جامعه ممکن است با بررسی مجدد هویت جدید نیاز به اتخاذ راهبرد ارتباطی جدید داشته باشد براساس نظر

ون ریل و بالمر^۱ (همان: ۲۳) پنج عنصر اساسی در اتخاذ راهبرد جدید باید مورد توجه قرار گیرد:

۱- تعیین هدف‌های ارتباط

۲- تعیین گروههای هدف (مخاطبان)

۳- گروه بندی مخاطبان قبل از انتخاب مؤثرترین مجرای ارتباطی

۴- تعیین پیام کلیدی برای برنامه هویت جمعی.

۵- سازماندهی برنامه هویت جمعی.

جامعه‌ها با نظام‌های باز^۲

جوامع در گذشته، حتی در گذشته‌های نه چندان دور دارای نظامهای بسته بودند؛ بنابراین دارای مرزهای نسبتاً روشن و نفوذ ناپذیر، اعضای ثابت و پیوندهای اندک با جوامع دیگر بودند. کلمه نسبتاً در اینجا اهمیت زیادی دارد زیرا هیچ نظام زنده‌ای به طور مطلق بسته یا باز نیست. حتی بسته ترین آنها نیز مجبور به مبادله مواد و اطلاعات با سایر نظام‌ها هستند و بازترین نظامها نیز مجبور به رعایت برخی از مرزها و یکپارچگی‌ها در شکل می‌باشد.

در زمان ما افزایش جابجایی نمادها، مردم، سرمایه‌ها و اشکال مختلف زندگی، تغییرات در ارزشها و نگرش‌ها، بیرحمانه ما را به سمت دنیای باز و گستردگی می‌کشاند. سیاستمدار فرانسوی جان مری گنو^۱ این احساس را چنین بیان می‌کند: «ما وارد عصر نظام‌های باز در سطح ملی و اقتصادی شده‌ایم و معیارهای موقوفیت ما در مقایسه با عصر سازمانی و نظام‌های بسته آن فرق کرده است. ارزش یک نظام با تعادل موجود بین قسمت‌های مختلف آن و یا با شفاف بودن مرزهایش سنجیده نمی‌شود بلکه با میزان و گستردگی باز بودن نظام و نقاط پیوند آن با هر آنچه در خارج نظام وجود دارد سنجیده می‌شود» (Anderson, 1999: 458).

این دیدگاه نه تنها جوامع و موسسه‌های جدیدی ایجاد می‌کند بلکه تاثیر مستقیمی بر انواع جوامع نیز دارد. جوامع مسکونی به ویژه جوامع بسته روستایی و شهرهایی که در گذشته در اطراف آنها حصار کشیده شده بود، با مردمی که خارج از محل آنها سکونت داشتند تنها از طریق هیأت‌های اعزامی امکان تماس داشتند. امروزه

مردم در میان انبوه مهاجرت‌های جهانی در همه سو در حرکتند و از یک کشور به کشور دیگر، از روستاها و مزارع به سوی شهرها و از شهرها به روستاها و مانند آن. مردم به عنوان گردشگر و یا با اهداف کاری و تجارت نقل مکان می‌کنند. برخی مهاجرتها داوطلبانه و برخی غیر داوطلبانه است. هر روزه ما شاهد فرار جمعیت عظیمی از مردم به دلیل جنگ، قحطی و بلایای طبیعی هستیم. برخی از این جا به جایها نیز ترکیبی از چند انگیزه مهم است. دلایل فراوانی برای اعتقاد به این مسأله که اینجا به جایها به دلایل فشارهای جهانی با شتاب بیشتر ادامه خواهد داشت وجود دارد. افزایش نقل مکانها دارای نیروی شگفت‌انگیزی برای ایجاد جوامعی با اشکال جدید می‌باشد ولی آثارش بسیار کمتر از تاثیری است که توسعه فناوریهای ارتباطی و اطلاعاتی بر تغییر جوامع دارند. محیط الکترونیکی باعث ایجاد نوع جدیدی از محیط اجتماعی شده است که به آن «جامعه مجازی^۱» گفته می‌شود، و در آن مردم در مورد انواع علاقه مندیها، نیازهای انسانی، تجارت، مسائل روحی، سیاست، روانشناسی و مانند آن با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. این نوع رابطه با واژه‌هایی نظیر «واسطه رهایی^۲» و «انبوه شدگی^۳» توصیف می‌شود که اولی امکان ارتباط مستقیم با دیگران را برای افراد فراهم می‌کند و دومی به این معنی است که مردم می‌توانند افراد هم عقیده خود را در خارج از جامعه خود نیز جستجو کرده، گروه‌ها و شبکه‌های مختلف را با علاقه و لذت ایجاد کنند. این بعد جدیدی از تعاملات انسانی است و متخصصان بر آنند که نیروی بالقوه این روش ارتباطی را برای افزایش و یا کاهش کیفیت زندگی مورد بررسی قرار دهند. هاوارد رین گلد^۴ یکی از پیشگامان پژوهش در امر فضای مجازی^۴ می‌گوید «اینده شبکه به آینده جامعه، مردم سالاری، آموزش، علم و زندگی فکری بشر پیوند خورده است. برخی از انسان‌ها و جوامع بشری آن را زودتر پذیرفته اند و دیگرانی هم که هنوز آن را پذیرفته اند از پیشرفت و آینده فناوری رایانه با خبرند» (همان: ۴۶۰).

حجم انبوه ارتباطات برخی از کارکردهای روانشناسی اجتماعی را که در گذشته از امتیازات انحصاری جوامع بسته بوده است، تحت تاثیر قرار می‌دهد. این ارتباطات گسترده اطلاعاتی در مورد جهان، صحت و درستی عقاید، مناسب بودن و یا نبودن و مانند آن را فراهم می‌کند. و نیز در شکل گیری تفکرات شخصی

1- Virtual community
3- aggregation
5- cyberspace

2- disintermediation
4- Haward Rhein Gold

نسبت به خود و انتخاب نقش‌های اجتماعی اهمیت زیادی دارد. آنچه سبب اهمیت و پیچیدگی این امر می‌شود این است که پیام‌های زیادی ارسال می‌شود و گاه این پیام‌ها با یکدیگر در تضاد است و مسأله‌ای که مطرح می‌شود این است که آیا ذهن انسان توانایی حل این پیچیدگی را دارد. هر فرد باید حجم عظیمی از بروندادهای نمادین را پردازش کند و این مسأله‌ای است که کنت ژرژن^۱ آنرا «اشباع^۲» می‌نامد (Poster, 1999: 238). و سبب ایجاد محیط فرهنگی متفاوت با محیط تجربه شده در گذشته می‌باشد. برای مشاهده تجربیات یک محیط جدید فرهنگی و شناخت تکان شدید فرهنگی^۳ که زمانی یکی از دغدغه‌های انسان شناسان و پژوهشگران بود نیاز به مسافرت نیست. شبکه‌های تلویزیون بسیاری از مردم جهان را تحت پوشش قرار می‌دهند. امپراتوریهای رسانه‌ای جهانی در حال شکل گیری است. روز به روز تعداد بیشتری از مردم جهان از شبکه‌های تلفنی استفاده می‌کنند، ماهواره‌ها، کابل‌های فیبر نوری و سایر فناوریها، جهانی پیوسته به هم، متفاوت از آن چیزی را که تاکنون وجود داشته ایجاد کرده است. جا به جانیهای انسانی و رشد شبکه‌های ارتباطی هر دو بر کاستن از برتریهای جغرافیایی به عنوان یکی از عوامل ایجاد جوامع تاثیر گذار است. اگر چه هنوز مرزهای جغرافیایی عامل مهمی به شمار می‌آید ولی بسیاری از جوامع بسیار سیال هستند و برخی نیز مکانی ندارند.

نتیجه گیری

بی‌شک، هر فناوری جدید بسامد، گستره و روش برقراری ارتباط انسان را تغییر داده و یا اصلاح کرده است. در طول تاریخ زندگی بشر پیدایش زبان، خط و نوشتار، چاپ و رسانه‌های ارتباطی جدیدتر نظری تلگراف، تلفن، رادیو و تلویزیون سبب ایجاد تغییرات اجتماعی و فرهنگی در ارتباطهای انسانی شده است. اکنون اینترنت با ترکیب همه سیستمهای ارتباطی پیشین در حال ایجاد ارتباط با روش جدیدی است. اینترنت جهانی تر از چاپ در قرن پانزدهم نیست. اعتبار اینترنت در حال رشد و شکل آن در حال تغییر و هزینه آن در حال کاهش است. اینترنت به عنوان جدیدترین رسانه ارتباطی شناخته شده است و با رسانه‌های دیگر از قبیل چاپ و تلویزیون در حال ادغام شدن است. ما هنوز در آغاز اشاعه آثار آن هستیم و به خوبی از نیروی بالقوه آن

برای سیاست‌های جهانی سازی البته با اندکی ترس و اضطراب آگاه هستیم. «ما در نوک قله عصر تعاملات جهانی باقی می‌مانیم که در گذشته با این شدت و دامنه نه وجود داشته و نه به لحاظ فنی امکان پذیر بوده است. هیچکس نمی‌تواند بگوید فرهنگ غنی اینترنت چگونه در تاریخ ثبت خواهد شد، و سبب پیدایش چه ماتریکس‌های اجتماعی خواهد شد، و جوامع موجود چگونه از آن برای تغییر ماهیت خود در فرآیند کار استفاده خواهند کرد. هنوز هم افراد ممکن است انتظار داشته باشند که از دل این صورت جدید فلکی، شاهد تولد موجود عجیب الخلقه ای که حاصل تلاش «انسان- ماشین» است باشند. ممکن است شکل و نحوه کار آن برای ما رعب اور باشد ولی به طور حتم تجسم صورت خارجی خود ما خواهد بود» (همان: ۲۳۹).

منابع و مأخذ

۱. ساروخانی، باقر (۱۳۶۷). *جامعه شناسی ارتباطات*. تهران: اطلاعات.
۲. فرهنگی، علی اکبر (۱۳۷۳). *ارتباطات انسانی*. تهران: موسسه تهران تایمز.
۳. سوسمان، لاین سام ریپ (۱۳۶۷). *تجربه ارتباطات در روابط انسانی*. ترجمه حبیب الله دعایی. مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.
۴. مرکز نشر دانشگاهی، هیئت مولفان (۱۳۶۸). *روانشناسی و ارتباط*. ترجمه محمد رضا طالبی نژاد. تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
5. Anderson, Walter Truett (1999). «Communities in a world of open systems». *Futures*, No. 37: 457-463.
6. Ihator, Augustine S.(2001). «Communication style in the information age». *An International Journal*, Vol. 60, No. 4 : 199-204.
7. Poster, Mark (1999). «National identities and communication technology». *The Information Society*, No. 15: 235-240.
8. Reil, Van; Balmer, E. (1997). «Rethinking internal communication: a stakeholder approach». *Public Relations Review*, Vol. 21, No. 3: 16-28.