

رسانه ها در جامعه اطلاعاتی

مقدمه

دانش و اطلاعات در حال تبدیل به عوامل کلیدی در توسعه اقتصادی و اجتماعی اند. در اینجا استدلال اصلی عبارت از این است که فرآیند های تولیدی و توزیعی در اقتصاد به شکلی روز افزون به وسیله نهاده هایی هدایت می شوند که مبتنی بر دانش هستند. بدین ترتیب، لازم است توسعه تکنولوژی رسانه ای جدید به دگرگونی در عرصه اقتصاد و تغییرات مرتبط در حوزه سیاست و فرهنگ پیوند داده شود. بسیاری از نویسندگان «اصطلاح جامعه شبکه ای» را بر «جامعه اطلاعاتی» ترجیح می دهند. «وان دیک» چنین استدلال کرده است که مهم ترین تغییر ساختاری که بر رسانه های جدید تأثیر نهاده است، همگرایی مخابرات، ارتباطات داده ای و رسانه های جدید و قدیم بوده است. در چارچوب این مدارهای اطلاعاتی، ما شاهد دیجیتالی شدن اطلاعات همراه با همگرایی تلویزیون، سیستم های تلفن و اینترنت هستیم. دومین تغییری که در این زمینه مشاهده می شود، حرکت به سمت اشکال تعاملی رسانه ها است که امکان ارتباطات دو طرفه را فراهم می سازد. این تغییرات دو گانه جامعه معاصر را از عصر صنعت گرایی و فرهنگ توده ای به دورانی رهنمون می سازد که تحت مالکیت شبکه ها و تعاملات قرار دارد. پس جامعه شبکه ای تلاش برای ارائه یک نظریه اجتماعی ارتباطات جمعی است که به طور جدی به ظهور رسانه های جدید و گذار به جوامع مبتنی بر دانش می پردازد. تکنولوژی های جدید اطلاعات و ارتباطات، جامعه جدید پدید نمی آورند، بلکه ابزارهایی فراهم می آورند که ایجاد یک جامعه جدید را امکان پذیر می سازد.

عصر اول رسانه ها (جامعه صنعتی)

عصر اول رسانه ها با تکنولوژی های ارتباطی فیلم، رادیو و تلویزیون و ویدئو شناخته می شود و توسعه جریان ارتباطی تلفن است. در عصر اول رسانه ها، بعد از جریان تلفن که یک نفر با یک نفر ارتباط برقرار می کرد، گروه کوچکی از تولید کنندگان می توانستند اطلاعات و آگاهی ها و اخبار را برای اقشار وسیعی از مخاطبان بفرستند. این نوع از ارتباط در دست عده ای محدود بود و منتقدان زیادی داشت. وابستگی فرهنگی، سلطه فرهنگی غرب و ...

عصر دوم رسانه ها (جامعه اطلاعاتی)

عصر دوم رسانه ها با حضور و شکل گیری نوع جدیدی از جامعه همراه شده است. از طریق ادغام تکنولوژی جدید ارتباطی ماهواره ای با رایانه، تلویزیون و تلفن ظاهر شده است. در اثر چنین ادغامی تحولات جدی در رسانه ها بوجود آمده است. «مارک پاستر» از نظریه پردازان پست مدرنیسم در تشریح عصر دوم رسانه ها چنین می نویسد:

" تکنولوژی های ارتباطی در حال از بین بردن عقیده ارتباط عده ای محدود با افراد بی شمار است . برخی از ارتباط گران همواره از دیگران قدرتمند ترند . اما فکر بزرگی که در پشت قصه های آن نهفته، آن است که برای نخستین بار ، عده ای بسیار با عده ای بسیار وارد صحبت می شوند . هر روز هر کس که توانایی پرداخت هزینه رایانه و تلفن را داشته باشند می تواند ، خبرنگار ، سردبیر ، مجری و شنونده خود باشند .
او می نویسد : رسانه های این عصر ؛ ارزان ، انعطاف پذیر ، در دسترس فوری و دارای سرعت است .

روزنامه های الکترونیک

در سال ۱۹۹۲ ، روزنامه شیکاگو تریبون در آمریکا ، نخستین نسخه روزنامه الکترونیک را با نام « شیکاگو آن لاین » بر روی مانیتور کامپیوترها فرستاد .
براساس آمار منتشره در ۱۰ سال ، بیش از ۱۲ هزار رسانه ها خبری الکترونیک در در آمریکا موجود بوده است.

انواع نشریه های الکترونیک

- ۱- نسخه فشرده الکترونیک روزنامه چاپی به صورت تصویری (PDF) متن روزنامه چاپی در اینترنت قرار می گیرد .
- ۲- روزنامه های الکترونیک قابل جست و جو (HTML) روزنامه به صورت فایل قابل جست و جو در اینترنت قرار می گیرد .
- ۳- ترکیب هر دو : برخی روزنامه ها بخشی از روزنامه (مثل صفحه اول) را به صورت PDF و بقیه را به صورت فایل قابل جست و جو ارائه می دهند .

ویژگی روزنامه نگاری الکترونیکی

- ۱- امکان شخصی سازی مطالب در روزنامه های الکترونیک وجود دارد .
- ۲- امکان دسترسی به مطالب قبلی وجود دارد .
- ۳- امکان استفاده صوتی و تصویری از مطالب وجود دارد .
- ۴- امکان حفظ و ذخیره مطالب مورد نظر وجود دارد .
- ۵- امکان ارسال متن برای دیگران وجود دارد .
- ۶- انتخاب مطالب توسط کاربر صورت می گیرد .
- ۷- محدودیت جا در روزنامه الکترونیک وجود ندارد .

ویژگی رسانه ها در جامعه اطلاعاتی

الف - ادغام

مهمترین تغییر ساختاری عبارت است از ادغام ارتباطات راه دور ، ارتباطات اطلاعاتی و ارتباطات جمعی در یک رسانه واحد .

سطوح ادغام

- ۱- زیرساخت
- ۲- انتقال
- ۳- مدیریت
- ۴- خدمات - همه نوع خدمات بروی اینترنت
- ۵- انواع اطلاعات - مالتی دیا

ب - تعامل

ارتباطات دو سویه می شود به اشکال زیر :

- ۱- امکان برقراری ارتباط دو جانبه یا چند جانبه - پست الکترونیک
- ۲- همزمانی ، هنگام کار با کامپیوتر
- ۳- کنترل - توانایی فرستنده و گیرنده تعیین کننده است .

ج - ظرفیت ارتباطات

د - سرعت بالا

هـ - دقت

و - توان ذخیره سازی بالا

ز - انتخاب گری پیام ها و مخاطبین یکی دیگر از ظرفیت های نیرومند رسانه های جدید است .

در باره دو سویه بودن رسانه ها سه نوع تعامل یا کنش و واکنش متقابل و دو سویه به چشم می خورد :

- ۱- تعامل جستجوگرانه : مثل رفتن به صفحه بعد با دکمه Back در مرورگر
- ۲- تعامل کارکردی : مثل ارسال یا دریافت کردن نامه های الکترونیک
- ۳- تعامل انطباقی : مثل امکان استفاده از فروم و چت روم ها

رادیو هنوز از همه قوی تر : چرا :

- زمین ۶/۵ میلیارد نفر جمعیت دارد .
- ۷۰۰ میلیون نفر از این جمعیت هر کدام یک کامپیوتر دارند .
- ۲/۲ میلیارد نفر از این جمعیت هر کدام یک تلفن همراه دارند .
- ۳/۵ میلیارد نفر از این جمعیت ، هر کدام یک دستگاه تلویزیون دارد .
- ۴/۵ میلیارد نفر از این جمعیت ، هر کدام یک رادیو دارد .

دیدگاه ها

هربرت شیلر و امپریالیسم رسانه ای

از دیدگاه هربرت شیلر، نظریه پرداز آمریکایی جامعه اطلاعاتی، سلطه غرب بر روابط اقتصادی به گونه ای غیر قابل مهار به اشکال فرهنگی سلطه منتهی می شود. شیلر استدلال می کند، دهه ۱۹۶۰ اوج قدرت اقتصادی و فرهنگی آمریکا بود. از این دوره به بعد، جهان به گونه ای روز افزون با توجه وجود مراکز رقیب قدرت و فعالیت اقتصادی پیچیده تر شده است. واکنش آمریکا تلاش در جهت توسعه صنایع فرهنگی از طریق توسعه تکنولوژی های ارتباطی بوده است شیلر معتقد است، در حالی که آمریکا به لحاظ جایگاه کلی خود در اقتصاد جهانی دچار افول شده است، تسلط خود را بر فرهنگ جهان حفظ کرده است.

اطلاعات گرایی، شبکه ها و جنبش های اجتماعی، مانول کاستلز

کاستلز معتقد است، جامعه اطلاعاتی در حال ظهور عمدتاً زاینده رابطه در حال تغییر بین سرمایه داری جهانی، دولت و جنبش های اجتماعی جدید است. با این حال، او با همان صراحت اعلام می دارد که توسعه رسانه های جدید، تنوع بخشی به پیام های رسانه ای، انفجار درونی سیاست و رسانه ها و ترویج افتضاحات سیاسی، همگی آثار دامنه داری بر حوزه عمومی داشته اند. از نظر کاستلز، ما در یک دهکده جهانی زندگی نمی کنیم، بلکه در کلبه هایی سفارشی زندگی می کنیم که تولید شان جهانی و توزیع شان محلی است. مشخصه جامعه اطلاعاتی که جدیداً در حال ظهور فرهنگی رسانه ای است، بیش از گذشته فردیت یافته و کمتر از گذشته همگون است. از نظر کاستلز، مردم در سراسر جهان از این که کنترل خود را بر زندگی شان، محیط شان، شغل شان، اقتصادشان، حکومت شان، کشورشان و در نهایت سرنوشت کره خاکی شان از دست بدهند نفرت دارند.

رسانه های جدید و چالش های فرهنگی

تکنولوژی های جدید ارتباطی، پیام های گوناگونی دارند که به نظر می رسد مهم ترین آنها در حوزه فرهنگ تجلی می یابد:

۱- شیوه جدید اطلاع رسانی

وسایل الکترونیکی جدید، اطلاعات را از طریق چند لایه کردن، شکستن و پراکنده سازی داده ها همراه با تصاویر و صداها و زمینه ای کاملاً دستکاری شده در معرض مخاطبان قرار می دهند. مثل جنگ خلیج فارس، خبرنگاران همراه و ادغام ظاهرنامی و راست نمایی.

۲- آگاهی آفرینی همراه با سلطه

در همه کشورها اعمال قدرت بر ارتباطات متمرکز شده است. چند مؤسسه همه شبکه های لازم برای انتقال الکترونیکی را در اختیار دارند. آنها با این امکانات رسانه های عصر اول را تحت تأثیر قرار داده اند.

۳- جهانی شدن فرهنگ

با ظهور عصر دوم رسانه ها، نوع جدیدی از جامعه ظهور کرده است که وسایل ارتباطی جدید در آن جامعه همگی در راستای جهانی شدن فرهنگ عمل می کنند. در این جهان یک شهروند اتیوپی، مثل یک شهروند آمریکایی می تواند اطلاعات یکسان در اختیار داشته باشد. در این دوره تجاری شدن فرهنگ مطرح است.

۴- تغییر هویت و ذهنیت

در عصر دوم رسانه ها، ذهنیات ناپایدار، چند لایه و پراکنده است. هویت در جهت فرا ملی شدن حرکت می کنند.

۵- افزایش نابرابری

علی رغم ویژگی هایی که در ابتدا گفته شد - هر کس می تواند سردبیر، نویسنده و مدیر مسئول باشد - اما نابرابری به شکل دیگری تداوم پیدا می کند. در این عصر هم پول دارها می توانند، امکانات ارسال اطلاعات را فراهم کنند. از سوی دیگر اکثر امکانات ارتباطی متعلق به شرکت های بزرگ و چند میلیتی و عمدتاً آمریکایی است. به عنوان مثال، در حال حاضر، نصف فیلم ها و سریال های جهان در آمریکا تولید می شود.

۶- زمینه سازی مناسبات جدید

رسانه های الکترونیکی جدید با خدماتی که ارائه می دهند و ذهنیت هایی که می سازند، نوع جدیدی از مناسبات اجتماعی را پی ریزی می کنند که نه تنها از این پس «ارتباطات میان کنشی بین انسان ها شخصی تر شده، بلکه انسان بیش از پیش گوشه گیر، منزوی و کم تحرک شده و کم کم از زمینه علمی زندگی روزانه شان دور می شوند. مناسباتی که سبب مصرف زدگی، انفعال، کودنی و میانه روی می شوند. رسانه جدید، اجتماعات واقعی را به زوال می کشاند.

تأثیر رسانه های جدید بر ایران

- ۱- اطلاع رسانی غیر قابل کنترل
- ۲- ظهور انسان های با تابعیت بین المللی
- ۳- رواج فرهنگ جهانی و غربی در ایران
- ۴- تغییر هویت در نزد برخی از جوانان
- ۵- افزایش نابرابری و طبقاتی شدن بیشتر
- ۶- سلطه زبان انگلیسی

- ۷- فقدان سانسور
۸- رواج فردگرایی و انزوا طلبی
۹- اثرات سیاسی

سخن آخر

مهمترین راهبرد پیش رو « توسعه برای ارتباطات » است . پیش برد ارتباطات مردم سالار مستقل از قدرت و متکی بر گفت و گو میان دولت و جامعه مدنی . توسعه ارتباطات یعنی ظرفیت های مجازی نظام ارتباطی ، و توسعه به وسیله ارتباطات یعنی به کارگیری ظرفیت های ارتباطی در جهت ارائه خدمات آموزشی ، اجتماعی و اقتصادی که لازم ، اما ناکافی اند . باید به رفع اختلال های ارتباطی و اغتشاش های معرفی و فرهنگی در جامعه در حال گذار اندیشید که تجربه عبور از مراحل فشرده و در هم تنیده سیاسی ، فرهنگی ، اجتماعی ، اقتصادی و ارتباطی در آن واحد است . این یعنی حل خردمندانه چالش های نو ، نه چشم فرو بستن بر آنها و نه دامن زدن به آنها ، فرصت و تهدید پیش روی ما ، نحوه رویارویی ما با این مهم است .