

مجله جهانی رسانه- نسخه فارسی

دوره ۶، شماره ۲، شماره پیاپی ۱۲، صفحات ۱-۲۹

منتشر شده در پاییز ۱۳۹۰

مقاله داوری شده

تحول وسایل ارتباطی در سال های ۲۰۱۰-۲۰۱۱ و آینده‌نگری آن

(با تأکید بر دیدگاه استادان ارتباطات)

امیرمسعود امیر مظاهری

پژوهشگر آزاد

a. amirmazaheri@gmail.com

مریم سلیمی

کارشناس ارشد، علوم ارتباطات اجتماعی- گرایش روزنامه‌نگاری، پژوهشگر آزاد

salimi1356@yahoo.com



مجله جهانی رسانه- نسخه فارسی

مجله علمی- پژوهشی الکترونیک در حوزه ارتباطات و رسانه
منتشر شده توسط دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، ایران

www.gmj.ut.ac.ir

چکیده

هدف اصلی این مقاله، شناسایی عوامل و شرایط مؤثر در تحول وسایل ارتباطی نوین و آینده‌نگری ارتباطی آن از منظر استادان ارتباطات است که بر پایه یک فرضیه (وجود رابطه بین رخدادها و جنبش‌های اجتماعی سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ با توسعه فناوری‌های ارتباطی) و ۶ پرسش اصلی (عوامل و شرایط مؤثر در تحولات وسایل ارتباطی در سال‌های مورد بحث و نسبت آنها در اثرگذاری بر تحولات، آینده وسایل ارتباطی قدیمی و نیز دروازه‌بانی خبر، جامعه انسانی بعدی و ویژگی‌هایی آن و چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌روی بشر) استوار است. این مقاله، بر روش‌های پیمایش اینترنتی، مصاحبه و کتابخانه‌ای متکی است که به تحلیل آرای استادان داخلی و خارجی در راستای اهداف مقاله می‌پردازد که از جمله یافته‌های آن اینکه، شرایط خاص، از قدرت اثرگذاری بیشتری بر تحولات وسایل ارتباطی و نیز بر شکل‌گیری تحولات و جنبش‌های سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ برخوردار بوده‌اند. در نگاه آینده‌نگرانه (با عدم تصویری روشن از آن)، تحولات فناورانه و وسایل ارتباطی، بشر را در برابر جامعه‌انسانی بعدی (با نام‌های احتمالی همچون "فراشبکه‌ای"، "آزاد"، "انسانی- ماشینی محض" و "فضای مجازی") قرار می‌دهد. جامعه‌ای که همگرایی وسایل ارتباطی قدیمی و جدید، دگرگونی مفهوم دروازه‌بانی خبر، مشارکت فرستنده در مبادلات اطلاعات و تأثیر اجتماعی بیشتر او و توسعه ارتباطات مجازی، از جمله ویژگی‌های آن خواهد بود. با نگاه خوشبینانه به این آینده که به "عصر سوم رسانه‌ها" قابل نامگذاری است، لازمه ورود به آن را می‌توان، برنامه‌ریزی بلندمدت، ارتقای - دانایی و سواد رسانه‌ای و همگامی فرهنگی و قانونی با تحولات فناورانه دانست.

کلید واژه‌ها: وسایل ارتباطی، فرستنده‌گرایی، مخاطب‌گرایی، مشارکت رسانه‌ای مخاطب، دروازه‌بانی خبری

مقدمه

همواره در طول تاریخ زندگی بشر، نیاز و تلاش برای پاسخگویی به هر یک از انواع نیازها، سبب شده تا انسان‌ها، موفق به ساخت و استفاده از وسایل، ابزارها و امکانات مختلفی در پاسخ به این نیازها شوند. یکی از انواع نیازها، نیازهای اجتماعی است که " با زیستن در جمع، کم و بیش ارضا می‌شود" (فرهنگی، ۱۳۸۵، ص. ۱۳۲).

همین زیستن در میان جمع و تلاش برای برقراری ارتباط با افراد مختلف و نیز تلاش برای تسهیم تجارب و دانسته‌ها و انتقال پیام مورد نظر است که پیدایش نوعی از انواع وسایل به نام وسایل ارتباطی را موجب شده است. تجربه نشان داده، هر میزان نیاز به برقراری ارتباط، بسته به توسعه و دگرگونی جوامع انسانی افزایش یافته، نوع این وسایل نیز متأثر از این توسعه و نیز تحت تأثیر تغییرات تکنولوژیکی و فنآوری، متفاوت‌تر شده است.

هر کدام از اختراعات و ابداعات فنی گوناگونی که در طول تاریخ، در زمینه انتقال و انتشار پیام‌های انسانی پدید آمده‌اند، ترکیب و طبیعت وسایل ارتباطی را دگرگون ساخته‌اند. البته تحول وسایل ارتباطی، یک پدیده استثنائی نیست و جزئی از جریان کلی تحول تاریخ بشری به‌شمار می‌رود (معمدندزاد، ۱۳۸۳، صص. ۲۲۷-۲۲۸) که در این نوشتار به‌صورت خاص، به مطالعه تحولات وسایل ارتباطی در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱، تأثیرات آن، و نیز آینده‌نگری این تحولات از منظر استادان ارتباطات پرداخته می‌شود.

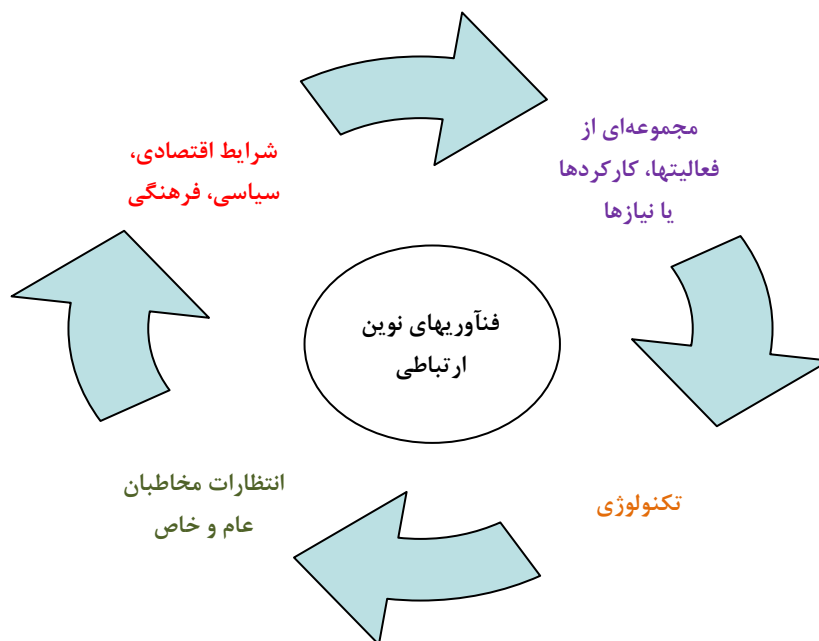
طرح مسئله: تاثیرگذاری نظام ارتباطی جدید بر جوامع

یکی از مسائل اصلی که در حوزه ارتباطات اجتماعی همواره مطرح بوده است، تعیین دامنه نفوذ و سطح تأثیرگذاری وسایل ارتباطی بر تکوین و تکامل جوامع انسانی است. اینکه آیا رسانه‌های جمعی، مولد شرایط اجتماعی هستند و یا شرایط اجتماعی - سیاسی و توقعات و نیازهای انسانی، خالق و پدیدآورنده تکنولوژی های ارتباطی در دوره‌های مختلف زمانی هستند؟

برپایه دیدگاه کارشناسان ارتباطات، این تنها نیاز و تکنولوژی نیست که به ظهور رسانه‌ها و وسایل ارتباطی جدید منجر می‌شود، بلکه در مجموع ۴ عامل در این میان دخالت دارند که عبارتند از: تکنولوژی،

شرایط سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، مجموعه‌ای از فعالیتها، کارکردها یا نیازها و مردم. این ۴ عامل به طرق مختلف و با اولویت‌های متفاوت، با یکدیگر و در رابطه با ظهور هر یک از رسانه‌ها در تعامل بوده‌اند. به عبارت دیگر، در هر دوره و تحت شرایط متفاوت، یکی از عوامل مذکور، به‌عنوان نیروی محرکه نقش اساسی را ایفا کرده و بانی ظهور و یا ایجاد تغییر در یک رسانه به‌خصوص شده و در شرایط متفاوت دیگری، عامل دیگری نقش مؤثرتری را بازی کرده است (مهرداد، ۱۳۸، ص. ۱۴).

چهار عامل مذکور در شکل‌گیری و تحول وسایل ارتباطی مؤثرند و به واسطه تحولات استمرار سریع تکنولوژیکی سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ نقش محوری‌تری را نسبت به سایر عوامل پیدا می‌کنند. تحول در وسایل ارتباطی نوین فقط در سطح تکنولوژیک باقی نمی‌ماند، بلکه به تغییرات اجتماعی عمیق و ظهور نظام جدیدی از نیازها، انتظارات، ارزش‌ها و کنش‌ها می‌انجامد. به عبارتی، تعامل بین این عناصر در این چرخه، همواره استمرار می‌یابد و شکل‌های نوینی از فناوری‌های ارتباطی را در آینده خلق می‌کند که در طرحواره شماره ۱ این فراگرد به نمایش درآمده است:



طرحواره شماره ۱. فراگرد شکل‌گیری فناوری‌های نوین ارتباطی

در مقاله حاضر، با بهره‌گیری از سه روش پیمایش اینترنتی، مصاحبه و مطالعه کتابخانه‌ای و با طرح یک فرضیه و ۶ پرسش اصلی، روشن می‌شود که آیا همواره همین ۴ عامل هستند که در شکل‌گیری و تحولات وسائل ارتباطی نقش‌آفرین هستند و یا عوامل دیگری نیز در این میان اثرگذارند؟ و از سویی از بین عوامل و شرایط^۱، کدام یک بر تحولات وسایل ارتباطی اثرگذارترند و در یک نگاه آینده‌نگرانه، آینده این تحولات متأثر از عوامل و یا شرایط به چه سو خواهد بود؟

چارچوب نظری: کاربرد نظریه رسانه‌های جدید

گرچه از نظریه‌های مختلفی می‌توان برای تبیین نظری مساله مورد مطالعه بهره‌گرفت، ولی تمرکز اصلی در این مقاله بر نظریه‌های رسانه‌ای جدید قرار گرفته است که براساس آن، رسانه جدید، مجموعه متمایزی از فنآوری‌های ارتباطات و دارای ویژگی‌های مشترک دیجیتالی بودن و دسترسی گسترده شهروندان به آن برای استفاده شخصی است. مفهوم رسانه‌های جدید، بر این اساس واجد این معانی است: "تجربیات متنی جدید، شیوه‌های جدید بازنمایی جهان، روابط جدید بین سوزها و تکنولوژی‌های رسانه‌ای، مفاهیم جدید رابطه اندام زیستی با رسانه‌های تکنولوژیک، تجربیات جدید روابط بین جسم، هویت و اجتماع، الگوهای جدید سازماندهی و تولید" (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص. ۳۰۱).

براساس این نظریه، اساسی‌ترین جنبه فنآوری اطلاعات و ارتباطات، "دیجیتالی‌شدن" است که به واسطه آن، همه متون (معنای نمادین در همه اشکال رمزگذاری شده و ثبت شده) به رمز دوتایی (دوگانه) قابل تقلیل است. مهم‌ترین پیامد دیجیتالی‌شدن برای نهادهای رسانه‌ای، هم‌گرایی بین همه اشکال رسانه‌ای موجود بر حسب سازمان، توزیع، دریافت و مقررات‌گذاری است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص. ۳۰۲).

از این رو، نظریه رسانه جدید مورد استناد قرار گرفته که تکیه بسیاری از تحول وسایل ارتباطی بر پایه همگرایی و دیجیتالی‌شدن و اینترنت است. "اینترنت، نمونه بارز رسانه جدید و تبلور ویژگی‌های مذکور است. اینترنت علاوه بر تولید و توزیع پیام، به پردازش، مبادله و ذخیره اطلاعات می‌پردازد که مؤید یک نهاد خصوصی، اما به‌مثابه ارتباطات عمومی است و صرفاً دارای فعالیت حرفه‌ای به لحاظ بوروکراتیک، سازماندهی نشده است" (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص. ۳۰۲).

مارک پاستر^۲، ماهیت اینترنت را "عدم قطعیت" می‌داند. این ویژگی، تنها به خاطر خصلت پسامدرنیستی آن نیست. اینترنت به‌عنوان یک "رسانه جدید" از محدودیت‌های الگوهای چاپ و پخش در ارتباطات فراتر می‌رود، چراکه به‌واسطه آن ۱-گفت‌وگوی عده‌ای زیاد با عده‌ای زیاد امکان‌پذیر می‌شود، ۲- دریافت همزمان و تغییر و توزیع مجدد کالاهای فرهنگی ممکن می‌شود، ۳-کنش ارتباطی، از روابط فضایی سرزمینی مدرنیته جابه‌جا می‌شود، ۴- ارتباط سریع جهانی امکان‌پذیر می‌شود و ۵-همگرایی رسانه‌ای در قالب شبکه ایجاد می‌شود (به نقل از مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص. ۳۰۲). وی در کتاب "عصر دوم رسانه‌ها"، مدعی است که گسترش تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات الکترونیک، اثرات عمیقی بر شیوه زندگی و تفکر ما درباره خود و محیط اطراف مان برجای می‌گذارد، چراکه این گسترش، شبکه روابط اجتماعی و "مبادله نمادین" (از عصر شفاهی به عصر نوشتاری و ارتباطات الکترونیک) را دگرگون می‌کند.

در این راستا، جهان با ظهور رسانه‌ها و ابزارهای جدید ارتباطی مانند تلفن همراه، تلویزیون‌های ماهواره‌ای و اینترنت، وارد "عصر دوم رسانه‌ها" شده که کاملاً با "عصر اول رسانه‌ها" متفاوت است. عصر دوم رسانه‌ها که از دیدگاه نظریه‌پردازان با ظهور و شکل‌گیری نوع جدیدی از جامعه نیز همراه شده، از طریق ادغام تکنولوژی‌های جدید ارتباطی ماهواره‌ای با رایانه، تلویزیون و تلفن ظاهر شده است. در عصر دوم رسانه‌ها، با تضاد انحصاری میان تولید-کنندگان و مصرف‌کنندگان، پیام‌ها از بین می‌رود و تولید، نه تنها دیگر یک طرفه نخواهد بود، بلکه در انحصار گروهی خاص نیز قرار نخواهد گرفت. به‌عبارت دقیق‌تر، هر رسانه‌ای خود حامل پیام و فرهنگ خاصی است. از این رو، رسانه‌های الکترونیکی جدید، حامل پیام‌ها و فرهنگ خاصی هستند که با گسترش آنها، آن پیام‌ها و فرهنگ‌ها نیز انتشار می‌یابد. از میان این رسانه‌های جدید می‌توان به نقش رایانه و اینترنت اشاره کرد (مهرداد، ۱۳۸۰، ص. ۵۲).

دیوید هلمز^۳ ویژگی‌های متمایز عصر اول و دوم رسانه‌ها را چنین ترسیم می‌کند (جدول شماره ۱).

جدول شماره ۱. ویژگی‌های متمایز عصر اول و دوم رسانه‌ها

عصر اول رسانه‌ها (پخش)	عصر دوم رسانه‌ها (تعاملی بودن)
متمرکز (چند نفر برای عده زیادی سخن می‌گویند)	غیر متمرکز (عده‌ای زیاد با عده‌ای زیاد سخن می‌گویند)
ارتباطات یک سویه است	ارتباطات دو سویه است
مستعد کنترل دولتی است	از کنترل دولتی می‌گریزد
ابزار رژیم‌های قشربندی و نابرابری است	دموکراتیک و تسهیل‌کننده شهروندی جهان‌شمول است
مشارکت‌کنندگان تجزیه‌شده و به‌صورت توده‌وار هستند	مشارکت‌کنندگان فردیت خود را حفظ می‌کنند
دارای ویژگی تأثیر و نفوذ آگاهی جمعی است	دارای ویژگی تأثیر و نفوذ تجربه فردی زمان و مکان است

در این گونه‌شناسی تاریخی، دوره‌ای ساختن یک عصر یا دوره تعاملی بودن (عصر دیجیتال، عصر

اینترنت یا عصر دوم رسانه) متمایز از عصر رسانه‌های جمعی است.

جان ون دایک^۴، ظرفیت‌های ارتباطی رسانه‌های جدید (عصر دوم رسانه) را در مقایسه با رسانه‌های

قدیمی با نه شاخص می‌سنجد: سرعت، دامنه دسترسی، ظرفیت ذخیره، دقت، گزینش‌گری، تعامل، غنای

تحریک، پیچیدگی، حفاظت از حریم خصوصی^۵ (مهدی زاده، ۱۳۸۹، ص. ۳۰۹) که به‌واسطه آن، رسانه‌های

نوین دارای سرعت، دسترسی جغرافیایی، ظرفیت ذخیره، دقت و گزینش مطلوبی هستند و درمقابل، از

لحاظ دسترسی اجتماعی، تعاملات انسانی، غنای همزمان، پیچیدگی و حفاظت از حریم خصوصی نسبت به

رسانه‌های پیشین از مزیت پائین‌تری برخوردار هستند.

براساس آنچه پیش از این آمد، تاکنون جامعه بشری دو عصر رسانه‌ای را تجربه کرده که عصر نخستین

آن با توسعه وسایل ارتباط جمعی و گسترش جغرافیایی، پیام به‌نوعی حامل فرستنده‌گرایی شد که تحت

عنوان دهکده جهانی از آن یاد شد. دوره بعد که با توسعه و ادغام تکنولوژی‌های ارتباطی-اطلاعاتی و

دسترسی سریع مخاطبان به اطلاعات همراه بود، مخاطبان نقش محوری‌تری در فرآیند تولید پیام یافتند،

مفهوم جامعه اطلاعاتی مورد تأکید قرار گرفت و در نهایت، طرح مفهوم جامعه شبکه‌ای^۶ نوید عصر بعدی

رسانه‌ها را می‌دهد.

روش تحقیق: ملاحظات روش شناسی کار در حوزه رسانه های جدید

در این تحقیق از سه روش پیمایش اینترنتی، مصاحبه (حضوری و تلفنی) و همچنین روش کتابخانه‌ای استفاده شده است. در روش پیمایشی اینترنتی، از روش نمونه‌گیری در دسترس و در روش مصاحبه از روش انتخاب هدفمند استفاده شده است. جامعه آماری را در روش پیمایش اینترنتی، استادان حوزه ارتباطات در داخل و خارج کشور که امکان دسترسی به پست‌الکترونیکی آنها وجود دارد، در نظر گرفته شده است. در مرحله انتخاب نمونه نیز، پس از شناسایی استادان ارتباطات در سراسر جهان، از طریق مراجعه به بخش اعضای هیأت علمی سایت دانشگاه‌های مختلف، به استخراج پست‌الکترونیکی استادان و نیز ارسال پرسشنامه برای آنها اقدام شده است. این پرسشنامه به‌عنوان ابزار مورد استفاده در روش پیمایش اینترنتی، برای ۱۹۰۰ نفر از افراد نمونه که به روش در دسترس انتخاب شده‌اند، ارسال شده است. از این بین، حدود ۱۰ نفر از عدم موافقت برای همکاری خبر دادند. حدود ۴۰ نفر به دلیل به‌سر بردن در تعطیلات کریسمس ۲۰۱۲، عدم رویت پرسشنامه را با ارسال پیغام خودکار اعلام کرده‌اند. به جز ۱۴ صاحب‌نظر حوزه ارتباطات (۸ نفر در داخل کشور و نیز ۸ نفر در خارج کشور)، سایر افراد نمونه به پرسشنامه ارسالی پاسخ نداده‌اند. همچنین در روش مصاحبه، به تهیه لیستی ۱۰ نفره از استادان مرتبط با موضوع بحث (مبتنی بر تجربه فعالیت، تألیفات و...) اقدام شد که پس از تماس با آنها، در نهایت ۴ نفر از اساتید حاضر به همکاری شدند. در روش مصاحبه، به تهیه پرسش‌هایی برای انجام مصاحبه (تلفنی و یا حضوری) و دریافت آرای آنها اقدام شد. به دلیل محدودیت زمانی مصاحبه‌شوندگان، ۳ مورد از مصاحبه‌ها به روش تلفنی و یک مورد از آنها به‌صورت حضوری انجام شد. با ذکر اینکه در روش کتابخانه‌ای نیز از ابزار فیش و روش فیش برداری استفاده شده است، در ادامه به معرفی افراد پرسش و مصاحبه‌شونده در این مقاله اقدام می‌شود.

جدول شماره ۲. مشخصات پاسخگویان و مصاحبه‌شوندگان

عنوان	تعداد و توضیحات
تعداد کل افراد پرسش شونده	۱۶ نفر (۸ نفر داخل کشور و ۸ نفر خارج از کشور): علی اصغر محکی، احمد توکلی، علی گرانمایه پور، علی اصغر کیا، امیدعلی مسعودی، حسین امامی، مجید مجدنی، حسن سیلان- اردستانی، نانسی داکسبری ^۷ ، رابرت رید ^۸ ، مری ال. راکر ^۹ ، جان رینارد ^{۱۰} ، کیلا جیف ^{۱۱} ، مید سی. کیلیون ^{۱۲} ، اولین ژان پاین ^{۱۳} ، گری فونتاین ^{۱۴}
تعداد کل افراد مصاحبه شونده	۴ نفر: داود زارعیان، محمد مهدی فرقانی، علی اکبر جلالی، غلامرضا آذری
جنسیت پرسش شونده‌گان	۱۳ مرد و ۳ زن
جنسیت مصاحبه شونده‌گان	۴ نفر
کشور پرسش شونده‌گان	۸ نفر ایران، ۷ نفر آمریکا و ۱ نفر کانادا
کشور مصاحبه‌شونده‌گان	۴ نفر ایران
مدارک تحصیلی پرسش شونده‌گان	۱۲ نفر دارای دکترای علوم ارتباطات، ۱ نفر دارای دکترای آموزش، ۱ نفر شنودشناسی و ۱ نفر مطالعات ترجمه شفاهی، ۱ نفر دکترای روانشناسی اجتماعی
سوابق تحصیلی پرسش شونده‌گان	۱۲ نفر از اساتید و اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های داخل و خارج کشور با رتبه های علمی استاد ۴ نفر، دانشیار ۱ نفر، استادیار ۵ نفر، ۴ نفر بدون ذکر رتبه علمی، ۲ نفر فاقد رتبه و عضویت هیأت علمی
مدارک تحصیلی مصاحبه‌شونده‌گان	۳ نفر دارای دکترای ارتباطات و یک نفر دارای فوق دکترای برق
سوابق تحصیلی مصاحبه‌شونده‌گان	۳ نفر استادیار و ۱ نفر دانشیار

مبتنی بر جدول فوق می‌توان گفت: پژوهش حاضر به یاری ۲۰ نفر از اساتید و صاحب‌نظران حوزه ارتباطات انجام شده که از این تعداد ۱۷ نفر مرد و ۳ نفر زن هستند. ۱۲ نفر آنها در ایران، ۷ نفر در آمریکا و ۱ نفر نیز در کانادا اقامت دارند. از مجموع افراد نمونه، یک نفر فوق دکترای برق، ۱۵ نفر دارای دکترای ارتباطات، یک نفر دارای دکترای آموزش، یک نفر دارای دکترای شنودشناسی و یک نفر نیز دارای دکترای مطالعات ترجمه شفاهی و یک نفر دارای دکترای روانشناسی اجتماعی هستند. از این میان ۴ نفر دارای رتبه علمی استاد، ۸ نفر استادیار، ۲ نفر دانشیار، ۴ نفر بدون ذکر رتبه علمی و ۲ نفر نیز فاقد رتبه و عضویت هیأت علمی هستند. اسامی دانشگاه‌هایی که افراد پرسش یا مصاحبه‌شونده در آن عضو هیأت علمی هستند^{۱۵}، شامل: علامه طباطبایی، آزاد اسلامی، علم و صنعت، سایمون فریز، دوپک، رایت استیت، ایالتی کالیفرنیا، جرج فاکس، نرد وسترن، سان‌فرانسیسکو و هاوایی هستند.

فرضیه‌ها و پرسش‌های تحقیق

این مقاله دارای یک فرضیه و ۶ پرسش اصلی است. فرضیه آن عبارت است از: به‌نظر می‌رسد، بین رخدادهای و جنبش‌های اجتماعی سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ با توسعه فناوری‌های ارتباطی رابطه وجود دارد؟ پرسشها نیز به این شرح هستند: چه عوامل و شرایطی در تحول وسایل ارتباطی در سال‌های مورد بحث، از نقش مؤثری برخوردار بوده‌اند؟ توسعه وسایل ارتباطی در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ بیشتر متأثر از عامل تکنولوژیکی بوده و یا از شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی تأثیر گرفته‌اند؟ ۳- دروازه‌بانی خبر با توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی به مخاطب‌گرایی می‌انجامد یا نوع جدیدی از فرستنده‌گرایی شکل می‌گیرد؟ جامعه انسانی بعدی پیش روی بشر، پس از جامعه اطلاعاتی، توده‌ای و شبکه‌ای چیست و چه ویژگی‌هایی دارد؟ مهمترین چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌روی فناوری نوین ارتباطی- اطلاعاتی در دهه دوم قرن بیست و یکم چیست؟ در جریان پیدایی و توسعه فناوری‌های ارتباطی، فرجام وسایل ارتباطی قدیمی چه خواهد بود؟

یافته‌های پژوهش

آنچه در این بخش ارائه می‌شود، یافته‌های پژوهش است که از پرسشنامه (در روش پیمایش اینترنتی) و پاسخ مصاحبه‌ها (در روش مصاحبه) استخراج شده است.

- عوامل مؤثر در شکل‌گیری، توسعه و تغییر وسایل ارتباطی: جمع‌بندی آرا نشان می‌دهد که عمده صاحب‌نظران (با فراوانی ۱۳) عامل تکنولوژی را در شکل‌گیری، تغییر و توسعه وسایل ارتباطی در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ مؤثر برشمرده‌اند. عامل تغییر در انتظارات و خواسته‌های مردم و نیز عامل تغییر در سبک زندگی روزمره (کارکرد، فعالیت و نیازها) و همچنین عوامل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی با فراوانی ۷، به عنوان عامل دوم شناخته شده‌اند. کمترین پاسخ در این میان به عامل رقابتی، حمایتی و تشویقی مربوط است.

- شرایط مؤثر در شکل‌گیری، توسعه و تغییر وسایل ارتباطی: جمع‌بندی آرا نشان می‌دهد که شرایط خاص با فراوانی ۷ از بالاترین میزان فراوانی، شرایط عادی با فراوانی ۶ در اولویت بعدی، شرایط بحرانی از حداقل آرا با فراوانی یک قرار دارند. ۲ نفر نیز این پرسش را بدون پاسخ گذاشته‌اند. ۴ نفر نیز همه موارد،

منافع تجاری و مقتضیات زمانی و مکانی و سایر را به عنوان شرایط مؤثر در ایجاد، تغییر و توسعه وسایل ارتباطی در سال های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۱ بر شمرده اند.

- رابطه بین تحولات اجتماعی و سیاسی با تحولات فناوری های نوین ارتباطی: جمع بندی آرا نشان می دهد که با فراوانی ۹، رابطه بین تحولات اجتماعی و سیاسی با تحولات فناوری های نوین ارتباطی متقابل و همچنین با فراوانی ۹ تأثیر فناوری های نوین ارتباطی بر تحولات اجتماعی و سیاسی مؤثر ارزیابی شده است. یک مورد از عدم رابطه و یک مورد نیز از تأثیر تحولات سیاسی و اجتماعی بر فناوری های نوین ارتباطی یاد شده است.

- میزان نقش رسانه های اجتماعی در شکل گیری تحولات سیاسی و اجتماعی: یافته ها در این بخش نشان می دهد که ۸ نفر از افراد پرسش شونده و مصاحبه شونده با انتخاب گزینه زیاد، ۷ نفر با انتخاب گزینه زیاد و ۵ نفر با انتخاب گزینه متوسط، معتقد به اثرگذاری نقش رسانه های اجتماعی در شکل گیری تحولات سیاسی و اجتماعی و جنبش های سال های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ هستند. بر این اساس، این اثرگذاری در حد بالا و بدون آرای کم، خیلی کم یا عدم قائل شدن به نقش، عنوان شده است.

- مهمترین تحول در فناوری های نوین در سال های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱: برآیند آرا نشان می دهد که مهمترین تحول از دید افراد پرسش و مصاحبه شونده با فراوانی ۸، گسترش شبکه های اجتماعی، و پس از آن ظهور نسل های جدید گوشی تلفن همراه و افزایش ظرفیت های آن با فراوانی ۴ و در اولویت های بعدی نیز مواردی همچون فشرده تر شدن دی. وی. دی. ها، گسترش اینترنت، انقلاب تبلتی، ادغام و خرید چند شبکه اجتماعی توسط شرکت های بزرگ اینترنتی و راه اندازی چند شبکه ماهواره ای و نیز فردی شدن رسانه ها و افزایش سرعت آنها یاد شده است.

- پیش بینی در خصوص توسعه فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در نیمه دوم قرن بیست و یکم: نگاهی به پاسخ مصاحبه و پرسش شونده از تنوع آرا در این خصوص حکایت دارد که از آینده ای پر از تحولات در حوزه های مختلف همچون وب، آموزش، بازاریابی، توسعه ارتباطات مجازی، تغییر فرهنگ جهانی، ارتباط بیشتر با کرات، مشارکت بیشتر فرستنده در مبادله اطلاعات و تأثیر اجتماعی و... سخن گفته اند. همچنین

از اداره و کنترل جوامع انسانی توسط فناوری‌های جدید و نیز شرکت‌های تولیدکننده این فناوری‌ها و صاحبان آنها، ایجاد عصر مجازی (موج چهارم)، بی‌مفهومی سواد رسانه‌ای، فردی‌شدن رسانه‌ها و افزایش سرعت ارتباطات، ضعیف شدن ارتباطات چهره به چهره و جایگزینی ارتباطات واسطه مند رایانه‌ای، استفاده بیشتر از اینترنت از طریق تلفن همراه یاد شده است.

- نحوه حاکمیت مخاطب و چگونگی دروازه‌بانی خبر: برآیند آرا در این خصوص حاکی از آن است که از ۲۰ صاحب‌نظر پرسش و مصاحبه شونده به جز ۵ نفر که به این پرسش پاسخ نداده‌اند، ۲ نفر به حذف دروازه بانی خبر و حاکمیت مخاطب و ۱۳ نفر به تغییر و بازبینی در نحوه دروازه‌بانی خبر بدون حذف آن تأکید کرده‌اند که با ساختار و قالب‌های جدید تصویری، تیتری و... رخ خواهد نمود.

- جامعه بعدی انسانی: آنچه می‌توان از مجموع آرا گفت اینکه: نمی‌توان تصویر روشنی از جهان آینده ارائه کرد، با این حال، وجود تعداد محدودی نظر مشابه در بین صاحب‌نظران از گرایش جامعه آینده به سمت ماشینی، دیجیتالی و نیز مجازی شدن حکایت دارند. در این میان، می‌توان طیفی از آرا را شاهد بود: از توکلی که از جامعه حضرت مهدی (عج) (به‌عنوان انسانی و با اخلاقی‌ترین نوع جامعه) یاد می‌کند تا مجدنی که از یک عزلت جمعی سخن می‌گوید. همچنین می‌توان به جامعه فراشبکه‌ای، جامعه نظم و انضباط و حلقه‌های اجتماعی پراکنده در شبکه‌های اجتماعی مجازی، جامعه آزاد با کمترین حریم خصوصی، جامعه انسانی - ماشینی محض و جامعه مبتنی بر فضای مجازی اشاره کرد.

- نگاه به آینده جهان ناشی از تحولات رسانه‌ای و فناوری‌های نوین ارتباطی: در مجموع می‌توان نگاه به آینده را از دید عمده صاحب‌نظران (با فراوانی ۱۴) مثبت و خوشبینانه است و نگاه سه نفر از آنها به آینده بدبینانه و نگاه یکی از آنها نه مثبت و منفی به آینده است.

- آینده وسایل ارتباطی قدیمی: برآیند این نشان می‌دهد که از ۲۰ صاحب‌نظر، تنها دو نفر از آنها به حذف شیوه‌های ارتباطی پیشین اعتقاد دارند و بقیه با بیشترین تأکید، از همگرایی بین رسانه‌های قدیمی و جدید (۹ نفر) سخن می‌گویند. در اولویت‌های بعدی با نسبت مساوی، به تغییر و تحولات جدی در فناوری‌ها،

همزیستی بین رسانه های قدیمی و نوین، تداوم ارتباطات سنتی در قالب های نوین اشاره کرده اند. افراد مصاحبه شونده نیز بر تعامل بین رسانه های قدیمی و جدید و نیز گرایش ترکیبی به جای همگرایی تأکید کرده اند.

- تعامل بین دنیای مجازی (اینترنت) و دنیای واقعی: مجموع آرا نشان می دهد که از ۲۰ صاحب نظر، ۱۵ نفر از آنها، معتقد به نوع جدیدی از تعامل بین دنیای مجازی (اینترنت) و دنیای واقعی به جای تعامل فرستنده و مخاطب هستند و بقیه نیز یا به این پرسش پاسخ نداده اند و یا مخالف آن بوده اند.

- ویژگی های عصر بعدی: مجموع آرا نشان می دهد که عمده صاحب نظران (با فراوانی ۸)، قائل به مشارکت مخاطبان در تولید پیام در عصر بعدی هستند. در اولویت بعدی نیز با فراوانی ۶ تأکید بر سلطه تکنولوژیکی و پس از آن فردگرایی مفرط با فراوانی ۵ و در اولویت های بعدی جمع گرایی مجازی با فراوانی ۴، کنترل فرستنده از سوی مخاطب با فراوانی ۲ و بی نظمی نهاد یافته با فراوانی یک قرار دارند.

- چالش ها و فرصت های پیش روی انسان در جهان آینده: براساس مجموع آرا، عمده ترین چالش آینده، گسترش اعتراضات اجتماعی و بی نظمی (فراوانی ۶) است. در اولویت های بعدی نیز سلطه فناوری بر انسان، انزوای و آرایبی چون تسلط صاحبان رسانه ها یا گرداندان و سهامداران شرکتهای مربوط به رسانه های اجتماعی، کمبود وقت انسان در برابر حجم رسانه ها و غیره قرار دارند. مهمترین فرصت نیز از نظر همین صاحب نظران، همزیستی فضای مجازی در زندگی واقعی (با فراوانی ۹) است. در اولویت های بعدی نیز تعاملی بودن ارتباط بین فرستنده و مخاطب و انعطاف پذیری و کنترل مخاطبان بر واحدهای پیام قرار دارند که کمترین انتخاب به تأکید بر مسایل انسانی و آشتی با طبیعت (با فراوانی یک) اختصاص دارد. از دیگر فرصت ها در جریان ایجاد عصر مجازی و افزایش سرعت دانایی، بر طرف شدن نیازهای اولیه و ایجاد صلح پایدار و در صورت برخورد مناسب با فناوری های نوین، اخلاق گرایی و افزایش آزادی ها و پیش برد حقوق شهروندی و کاهش شدت سانسور و نظارت دولت ها عنوان شده است.

اما برای رد یا اثبات فرضیه تحقیق با استفاده از داده های حاصل از این مطالعه، لازم است که به یافته های روش های پیمایش اینترنتی و مصاحبه نیز اشاره شود. از این رو و به منظور رد یا اثبات فرضیه تحقیق -

(به نظر می‌رسد بین رخدادهای و جنبش‌های اجتماعی سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ با توسعه فناوری‌های ارتباطی، ارتباط وجود دارد)، به بهره‌گیری از جدول شماره ۳ و نمودارهای شماره ۱ تا ۳ اقدام می‌شود.

جدول شماره ۳. نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری تحولات اجتماعی- سیاسی جهان به‌ویژه در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱

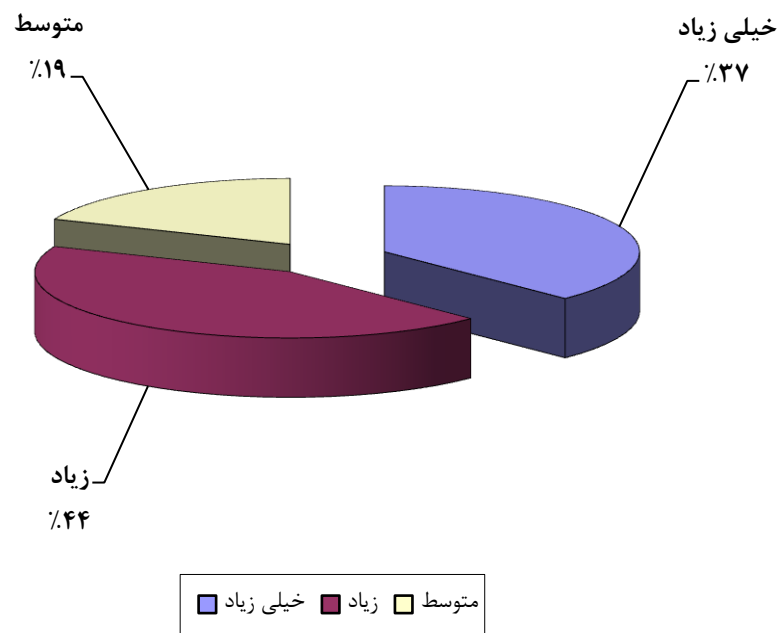
گزینه‌ها	فراوانی		جمع کل	درصد کل
	استادان داخلی	استادان خارجی		
خیلی زیاد	۴	۲	۶	٪۳۸
زیاد	۲	۵	۷	٪۴۳
متوسط	۲	۱	۳	٪۱۹
کم	۰	۰	۰	٪۰
خیلی کم	۰	۰	۰	٪۰
فاقد نقش	۰	۰	۰	٪۰
جمع کل	۸	۸	۱۶	٪۱۰۰

جدول شماره ۳ و نمودار شماره ۱، نشانگر این مطلب است که ۸۱ درصد از صاحب‌نظران، به نقش بالای

رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری تحولات اجتماعی و سیاسی جهان به‌ویژه در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱

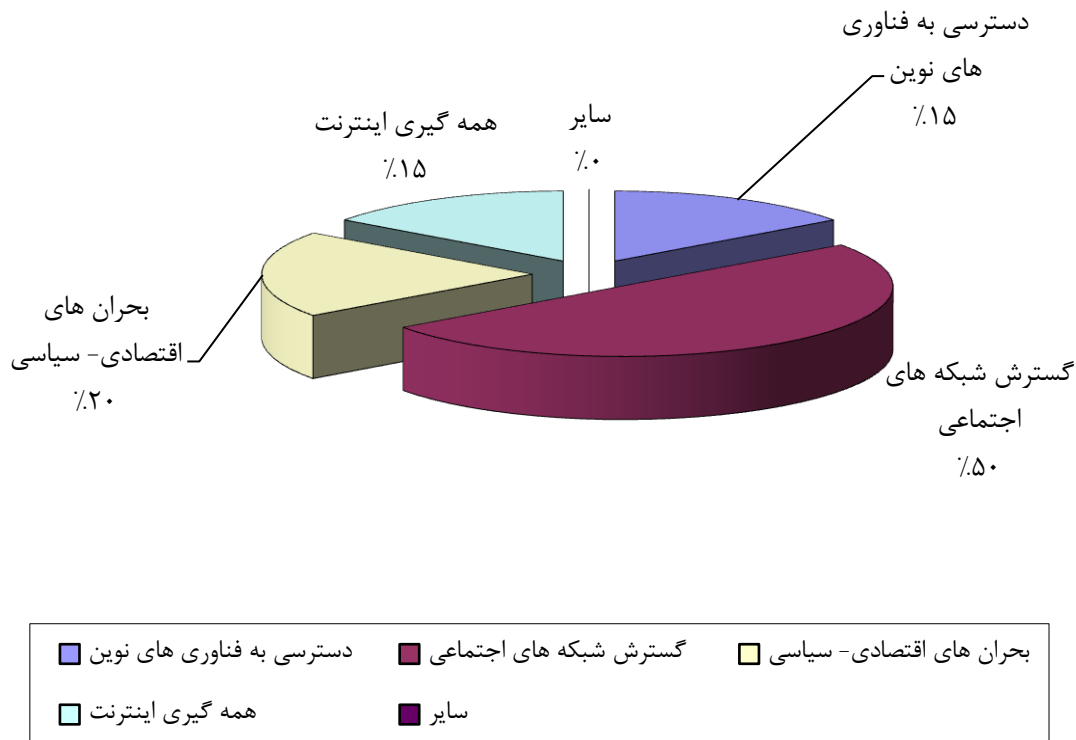
اعتقاد دارند. ۱۹ درصد نیز این نقش را در حد متوسط ارزیابی کرده‌اند که در مجموع از اثبات فرضیه

تحقیق و وجود رابطه بین این دو متغیر مربوطه حکایت دارد.



نمودار شماره ۱. نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری تحولات اجتماعی - سیاسی جهان به‌ویژه در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱

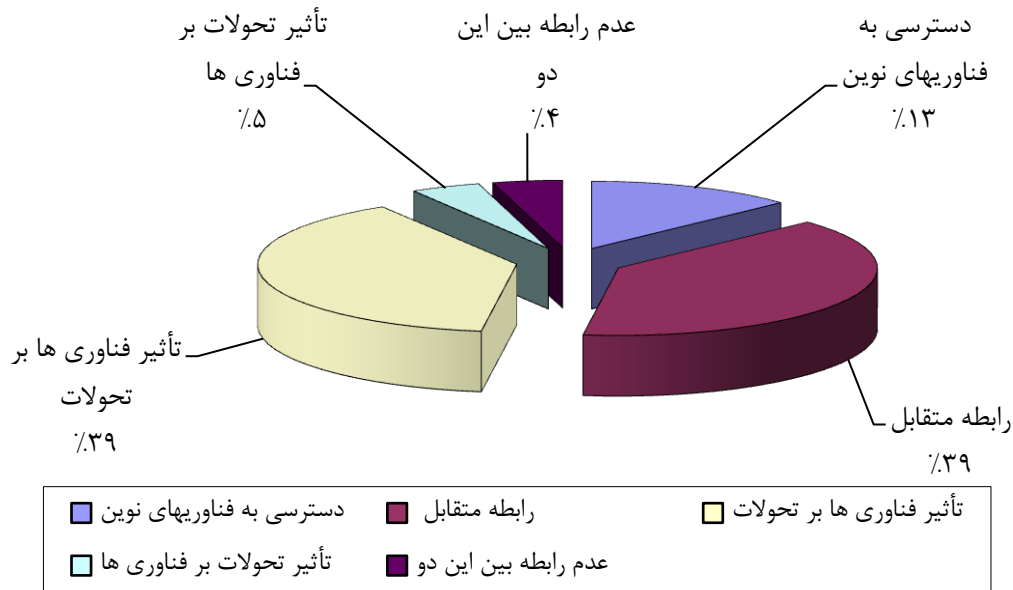
پاسخ‌های مربوط به این پرسش که به نظر شما کدام گزینه بیش از همه در شکل‌گیری جنبش‌های سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ نقش‌آفرین بوده است، نیز به اثبات فرضیه تحقیق کمک می‌کند. پاسخ‌ها حاکی از آن است که بیشترین تعداد پاسخ‌ها به گزینه گسترش شبکه‌های اجتماعی و با فراوانی ۱۰ مربوط است. در اولویت بعدی، با فراوانی ۴ گزینه‌های دسترسی به فناوری‌های نوین و بحران‌های اقتصادی سیاسی و سبک زندگی جدید و گسترش نقش فضاهای مجازی در جهان واقعی (با فراوانی یک) قرار دارند. بر این اساس، نمودار شماره ۲ نیز تأکیدی مجدد بر اثبات فرضیه این تحقیق است که به استناد آن، ۵۰ درصد از افراد پرسش‌شونده، بر نقش مؤثر گسترش شبکه‌های اجتماعی در مقایسه با سایر عوامل در شکل‌گیری جنبش‌های سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ تأکید کرده‌اند.



نمودار شماره ۲. عامل موثر در شکل گیری جنبش های سال های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱

از دیگر پرسش هایی که می تواند پاسخ آن به اثبات فرضیه تحقیق کمک کند، آرای صاحب نظران در برابر این پرسش است که با کدام گزینه در خصوص رابطه بین تحولات اجتماعی و سیاسی با تحولات فناوری های نوین ارتباطی موافق هستید؟ از نسبت بین آرا در نمودار شماره ۳، چنین قابل درک است که براساس آن، ۴۰ درصد بر وجود رابطه متقابل بین تحولات اجتماعی و سیاسی با فناوری های نوین ارتباطی و نیز ۳۹ درصد تأثیر فناوری های نوین ارتباطی بر تحولات و نیز نسبت مساوی ۴ درصد برای عدم وجود رابطه بین این دو و ۴ درصد برای تأثیر تحولات اجتماعی و سیاسی بر توسعه و تحول فناوری های نوین ارتباطی تأکید کرده اند.

در این میان بیشترین پاسخ ها به وجود رابطه متقابل بین آنها اشاره دارد. اگر اصرار به این باشد که کدامیک از آنها بر دیگری بیشتر تأثیر می گذارد، اولویت بعدی انتخاب ها یعنی تأثیر فناوری های نوین بر تحولات، پاسخ این پرسش است.

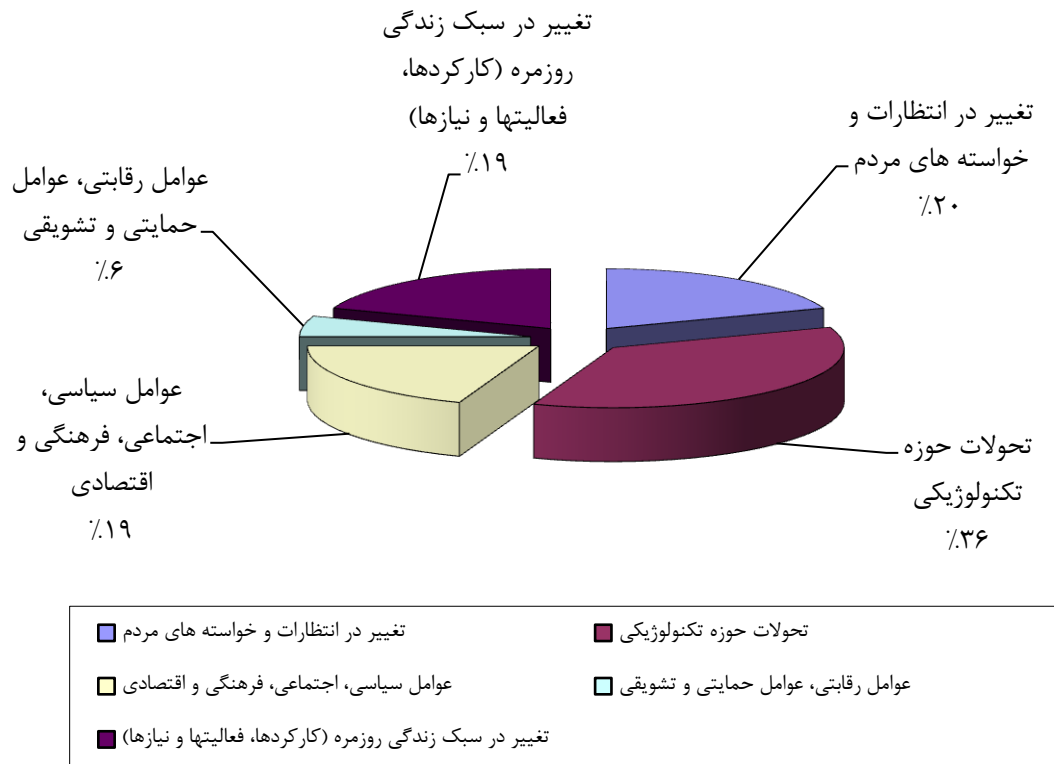


نمودار شماره ۳. نوع رابطه بین تحولات اجتماعی و سیاسی با تحولات فناوری‌های نوین ارتباطی

برآیند آنچه ذکر شد، همگی از اثبات فرضیه این تحقیق (به‌نظر می‌رسد، بین رخدادها و جنبش‌های اجتماعی سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ با توسعه فناوری‌های ارتباطی رابطه وجود دارد؟) و وجود رابطه این دو متغیر حکایت دارد.

اما یافته‌های مرتبط با هر یک از ۶ پرسش اصلی این تحقیق، شامل اطلاعات در خور توجه است و از این رو در ادامه در مورد این یافته‌ها توضیح داده می‌شود. در پاسخ به این پرسش که چه عوامل و شرایطی در تحول وسایل ارتباطی به خصوص در سال‌های مورد بحث، از نقش مؤثری برخوردار بوده‌اند؟ نمودار شماره ۴ می‌تواند بیانگر آرای صاحب‌نظران در خصوص عوامل مؤثر بر ایجاد، تغییر و توسعه وسایل ارتباطی در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ باشد. براساس نمودار مذکور، عمده صاحب‌نظران (۳۷ درصد) عامل تحولات حوزه تکنولوژیکی را بیش از سایر عوامل در شکل‌گیری، تغییر و توسعه وسایل ارتباطی در سال ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ مؤثر برشمرده‌اند. عامل تغییر در انتظارات و خواسته‌های مردم و نیز عامل تغییر در سبک زندگی روزمره (کارکرد، فعالیت و نیازها) و همچنین عوامل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی با نسبت مساوی ۱۹

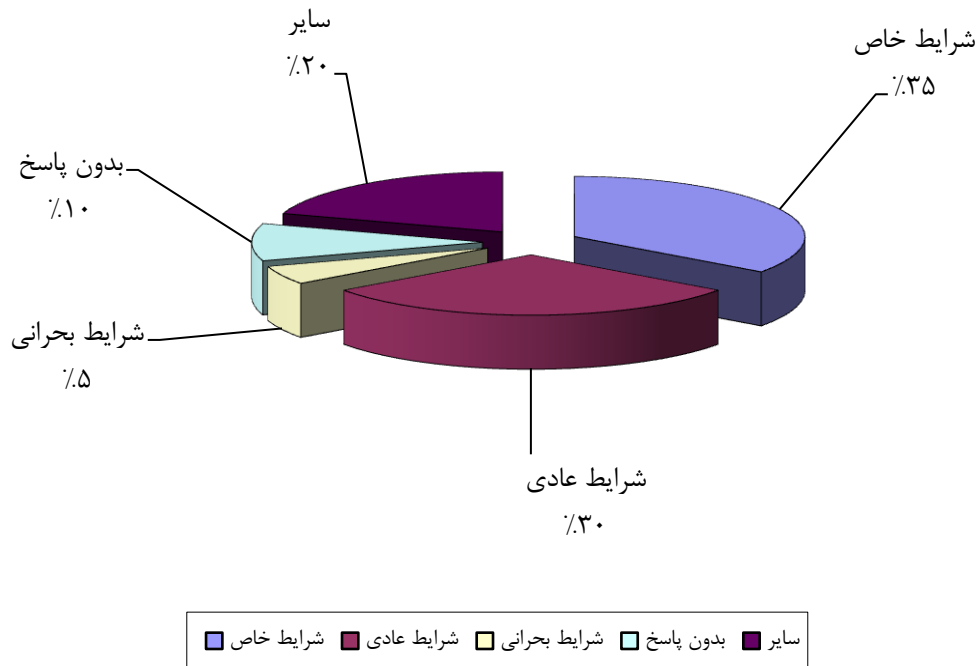
درصد و عامل رقابتی، حمایتی و تشویقی با نسبت ۶ درصد، از دیگر عوامل مؤثر در این خصوص شناخته شده‌اند.



نمودار شماره ۴. عوامل مؤثر بر ایجاد، تغییر و توسعه وسایل ارتباطی در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱

در پاسخ به بخش دوم پرسش اول تحقیق نیز، نمودار شماره ۵، حاکی از این واقعیت است که از دید عمده صاحب‌نظران، شرایط خاص یا همان شرایط برنامه‌ریزی شده با نسبت ۳۵ درصد، بیش از سایر شرایط در ایجاد، تغییر و توسعه وسایل ارتباطی در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ نقش آفرین بوده‌اند. شرایط عادی با نسبت ۳۰ درصد و شرایط بحرانی نیز با نسبت ۵ درصد از دیگر عوامل مؤثر بوده‌اند. بحث نقش بحران از این رو مورد تأکید قرار نگرفته که از دید برخی از صاحب‌نظران، شرایط بحران فقط می‌تواند با توجه به اوج نیاز در این ایام، جرقه شکل‌گیری ایده برخی فن‌آوری‌ها و وسایل را ایجاد کنند، ولی به

تکنولوژی های ناپایداری منجر می شوند که طی شرایط عادی یا برنامه ریزی شده قابلیت شکل گیری، تغییر و توسعه می یابند.

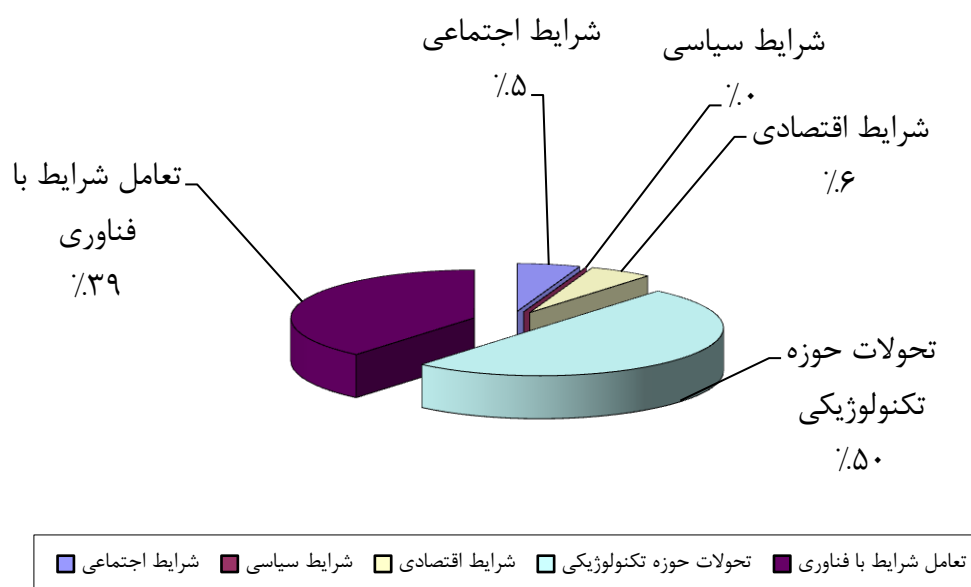


نمودار شماره ۵. شرایط مؤثر بر ایجاد، تغییر و توسعه وسایل ارتباطی در سال های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱

در پاسخ پرسش دوم تحقیق مبنی بر اینکه توسعه وسایل ارتباطی در سال های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ بیشتر متأثر از عامل تکنولوژیکی بوده و یا از شرایط اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی تأثیر گرفته اند؟ می توان به نمودار شماره ۶ اشاره کرد.

بر اساس این نمودار، تحولات حوزه تکنولوژیکی با نسبت ۴۹ درصد بیش از شرایط سیاسی (صفر درصد)، اقتصادی (۶ درصد)، اجتماعی (۶ درصد) و تعامل شرایط با فنآوری (۳۹ درصد) مورد تأکید قرار داده اند. بر این اساس، عوامل تکنولوژیکی بیش از شرایط در شکل گیری، تغییر و توسعه وسایل ارتباطی در سال های مورد بحث مؤثر بوده اند.

در اینجا نیز براساس آنچه در بخش فرضیه تحقیق ذکر شد، تأکید می شود، گرچه رابطه بین تحولات فناوری‌های نوین با تحولات اجتماعی و سیاسی رابطه دارد، ولی این رابطه و تأثیر آن بیش از آنچه که ناشی از شرایط اجتماعی، سیاسی و اقتصادی باشد، بیشتر متأثر از تأثیر فناوری‌ها بر تحولات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی است.



نمودار شماره ۶. مقایسه اثرگذاری عوامل تکنولوژیکی و یا شرایط بر ایجاد، تغییر و توسعه وسایل ارتباطی درسالهای ۲۰۱۰ و

۲۰۱۱

در پاسخ به پرسش ۳ تحقیق (از پرسشها باز پرسشنامه) اینکه دروازه بانی خبر با توسعه فن آوری های نوین ارتباطی به مخاطب گرایی می انجامد یا نوع جدیدی از فرستنده گرایی شکل می گیرد؟ باید گفت: برآیند آرای در این خصوص حاکی است که از به جز ۵ نفر (۲۵ درصد) که به این پرسش پاسخ نداده اند و ۶۵ درصد به تغییر و بازبینی در نحوه دروازه بانی خبر، بدون حذف آن و یک درصد برحاکمیت مخاطب و حذف دروازه بانی خبر و تأکید کرده اند. براین اساس، دروازه بانی خبر در آینده حذف نشده، بلکه دچار تغییر و بازبینی خواهد شد.

در پاسخ به پرسش ۴ تحقیق، جامعه انسانی بعدی پیش روی بشر پس از جامعه اطلاعاتی، توده ای و شبکه ای چیست و چه ویژگی‌هایی دارد؟ باید گفت: مبتنی بر تنوع آرای صاحب‌نظران، نمی‌توان تصویر روشنی از جهان آینده ارائه کرد با این حال، وجود تعداد محدودی نظر مشابه در بین صاحب‌نظران از گرایش جامعه آینده به سمت ماشینی، دیجیتالی و نیز مجازی شدن حکایت دارند. این تفاوت آرا در حدی است که در آن می‌توان طیفی از نظرات؛ از نظر توکلی در خصوص جامعه حضرت مهدی (عج) (نماد اخلاقی ترین نوع جامعه)، تا نظر مجددنی در خصوص ایجاد یک عزلت جمعی را شاهد بود. براساس آرای صاحب‌نظران، در آینده، بشر شاهد نوع جدیدی از تعامل بین دنیای مجازی (اینترنت) و دنیای واقعی به‌جای تعامل فرستنده و مخاطب خواهد بود. در ارتباط با ویژگی‌های عصر بعدی (بدون لحاظ ۴ درصد بدون پاسخ) می‌توان گفت: براساس آرای صاحب‌نظران مشارکت مخاطبان در تولید پیام با نسبت ۲۹ درصد، سلطه تکنولوژی ۲۲ درصد، فردگرایی ۱۹ درصد، جمع‌گرایی ۱۵ درصد، کنترل فرستنده از سوی مخاطب ۷ درصد، بی‌نظمی نهاد یافته ۴ درصد، اصالت به انسان و طبیعت گرایی صفر درصد به‌عنوان ویژگی‌های عصر بعدی ذکر شده که بر اساس این آرا، پاسخ پرسش تحقیق، افزایش مشارکت مخاطبان در عصر بعدی در تولید پیام است.

در پاسخ به این پرسش که مهمترین چالش‌ها و فرصت‌های پیش روی فناوری نوین ارتباطی-اطلاعاتی در دهه دوم قرن بیست و یکم چیست؟ با اتکا به آرای پرسش‌شوندگان باید گفت: گسترش اعتراضات اجتماعی و بی‌نظمی با نسبت ۳۱ درصد مهمترین چالش آینده شناخته شده است. از دیگر چالش‌ها می‌توان از سلطه فناوری بر انسان (۲۱ درصد) و انزوای (۱۶ درصد) یاد کرد.

در بحث فرصت‌ها نیز باید مهمترین فرصت را همزیستی فضای مجازی در زندگی واقعی (۴۵ درصد) دانست. پس از آن نیز تعاملی بودن ارتباط بین فرستنده و مخاطب (۴۰ درصد)، انعطاف‌پذیری و کنترل مخاطبان بر واحدهای پیام (۱۰ درصد) و تأکید بر مسایل انسانی و آشتی با طبیعت (۵ درصد) را می‌توان از دیگر فرصت‌های آینده دانست. در مجموع با تأکید بر نظر مصاحبه‌شوندگانی همچون فرقانی می‌توان گفت: توسعه فناوری‌های نوین در عین حال که می‌توانند یک فرصت باشند، بسته به نحوه برخورد ما با آنها خود می‌توانند یک چالش محسوب شوند. در عین حال که می‌توانند به اخلاق‌گرایی و افزایش آزادی‌ها و پیش

برد حقوق شهروندی منجر شوند، می‌توانند به بروز هرج و مرج و بی‌نظمی و غیره نیز منجر شوند. مصاحبه شونده‌گانی مانند جلالی نیز توسعه فناوری‌های نوین را نظر به افزایش سطح دانایی بشر، سراسر فرصت می‌دانند.

- در ارتباط با آخرین پرسش این تحقیق (در جریان پیدایی و توسعه فناوری‌های ارتباطی، فرجام وسایل ارتباطی قدیمی چه خواهد بود؟) نیز به استناد آرای صاحب‌نظران می‌توان گفت: بیشترین تأکید بر همگرایی بین رسانه‌های قدیمی و جدید (۳۵ درصد)، پس از آن تغییر و تحولات جدی در فناوری‌ها (۱۵ درصد)، همزیستی بین رسانه‌های قدیمی و نوین (۱۵ درصد)، تداوم ارتباطات سنتی در قالب‌های نوین (۱۵ درصد) با نسبت مساوی و سایر (۱۲ درصد) (تعاملی، گرایش ترکیبی به جای همگرایی) در اولویت‌های بعدی هستند که بر این اساس، وسایل ارتباطی قدیمی به حیات خود ادامه داده و قدم در میدان همگرایی با رسانه‌های جدید قرار خواهند داد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

شواهد به‌دست آمده از موضوع مورد تحلیل حکایت از این دارد که گرچه ۴ عامل تکنولوژی، فعالیت‌ها، کارکردها یا نیازها، شرایط اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی، مجموعه‌ای از فعالیت‌ها، کارکردها یا نیازها و نیز انتظارات مخاطبان (مردم) به شکل‌گیری وسایل ارتباطی منجر می‌شوند، ولی بنابر مقتضیات زمانی و مکانی، عوامل جدیدی نیز در این میان نقش‌آفرین می‌شوند که از جمله آنها می‌توان به عوامل رقابتی، حمایتی، رقابتی، نظامی، تشویقی و غیره اشاره کرد. یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد که آنچه در ایجاد، تغییر و توسعه وسایل ارتباطی در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ نقش‌آفرین بوده‌اند، عامل تکنولوژیکی است. از بین شرایط عادی، خاص (برنامه‌ریزی شده) و بحرانی (برنامه‌ریزی نشده)، شرایط خاص بیش از همه و پس از آن شرایط عادی قادر به ایجاد، تغییر و توسعه وسایل ارتباطی نوین هستند. شرایط بحرانی در این میان نقش جرقه ایجاد ایده‌های نو را دارند.

در بحث نسبت اثرگذاری عوامل و شرایط بر توسعه فناوری‌های ارتباطی، برآیند آرا نشانگر آن است که تحولات حوزه تکنولوژیکی بیش از شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بر توسعه فناوری‌های ارتباطی نوین

موثر بوده‌اند. در بحث رابطه بین تحولات اجتماعی و سیاسی با توسعه فنآوری‌های ارتباطی، این دو دارای رابطه معنا و متقابل با یکدیگر بوده و با اصرار به تأثیرگذاری یکی از آنها بر دیگری، این اثرگذاری عمدتاً از سوی وسایل و فنآوری‌های ارتباطی صورت می‌گیرد.

همچنین در تحولات اجتماعی و سیاسی جهان در سال‌های مورد بحث، گسترش شبکه و رسانه‌های اجتماعی بیش از سایر عوامل مؤثر بوده‌اند، با این توضیح که این اثرگذاری بعد تسریع‌کنندگی و نیز سرعت بخشی به جریان افزایش دانایی و پشت سر گذاشتن برخی محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های اعمال شده از سوی دولت‌ها را داشته است.

براساس یافته‌های حاصل از این مطالعه، گسترش شبکه‌های اجتماعی، ظهور نسل جدید تلفن‌های همراه و خدمات متنوع آن، گسترش اینترنت و انقلاب تبلتی از جمله مهمترین تحولات ارتباطی در فاصله سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ بوده است. همچنین انواع همگرایی‌ها در جوامع شبکه‌ای، نشان از شکل‌گیری انواع رسانه‌ها همچون فراگیر، زیستی و... دارند. نتایج نشان می‌دهد همگرایی بین رسانه‌های قدیمی و جدید و تداوم ارتباطات سنتی در قالب‌های جدید و تغییر و تحولات جدی در فنآوری در این عرصه رخ خواهد داد. نگاهی به سیر وسایل ارتباطی قدیمی نیز، از جریان داستان همگرایی در آنها و نیز حرکت آنها به سمت چند بعدی شدن در تصویر (سینما، تلویزیون) و صدا (رادیو) و غیره و نیز بهره‌گیری بیشتر از اینترنت و بالاخره تحقق جامعه شبکه‌ای حکایت دارد که خلاقیت، پویایی و نقش‌آفرینی مخاطبان در چرخه ارتباطات، امکان مشارکت و مسئولیت‌پذیری بیشتر مخاطبان در نشر پیام، نوعی احیایی ارتباطات ذره‌ای و تقویت پیوستگی‌های اجتماعی و توسعه شبکه روابط انسانی به مدد تکنولوژی‌های ارتباطی در آینده نزدیک رقم خواهد زد.

یافته‌هایی در زمینه آینده‌نگری ارتباطی در دهه دوم قرن بیست و یکم نشان می‌دهد که آینده می‌تواند پر از تحولات مختلف در حوزه‌های وب، آموزش، بازاریابی، توسعه ارتباطات مجازی و حل و فصل مسایل بشر در این فضا، تغییر فرهنگ جهانی، ارتباط بیشتر با کرات، استفاده بیشتر از اینترنت از طریق تلفن همراه و یا حتی اداره و کنترل جوامع انسانی توسط فنآوری‌های جدید و نیز شرکت‌های تولیدکننده این فنآوری‌ها و صاحبان آنها، ایجاد عصر مجازی (موج چهارم)، بی‌مفهومی سواد رسانه‌ای، فردی شدن رسانه‌ها و افزایش

سرعت ارتباطات، ضعیف شدن ارتباطات چهره به چهره و جایگزینی ارتباطات واسطه‌مند رایانه‌ای و غیره باشد. آنچه که در این بین مسلم است بشر انقلاب تاریخ اساسی دیگری را به کمک تحولات ناشی از توسعه اینترنت تجربه خواهد کرد.

تبیین ویژگیهای عصر بعدی، تصویری ارائه می‌دهد که افزایش مشارکت مخاطبان در تولید پیام، از عمده‌ترین ویژگی‌های آن است. این یافته‌ها با نقش آفرینی اینترنت و آثار ویژگی‌های دموکراتیک آن و نیز گسترش تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات الکترونیک بنابر ادعای پاستر، سازگار است. اینکه در عصر بعدی رسانه‌ها، با تحولاتی که در حوزه فناوری‌های ارتباطی ب‌ه‌وقوع می‌پیوندد و با قایل شدن به نقش بیشتر مخاطب در تولید پیام (صرف نظر از نظر آذری که معتقد به قربانی شدن مخاطب با حاکمیت ارتباطات است)، رسانه‌ها مجبور به بازنگری اساسی در مفهوم دروازه‌بانی خبر خواهند شد.

براساس یافته‌های به‌دست آمده، پاسخگویان مهمترین چالش‌های رسانه‌های نوین را گسترش نابسامانی‌های اجتماعی و سلطه تکنولوژی بر انسان دانسته‌اند و فرصت‌های رسانه‌های نوین همزیستی و مجاورت بیشتر فضای مجازی و زندگی واقعی و تعاملی بودن این رسانه‌ها ذکر شده است.

آینده‌نگری استادان حوزه ارتباطات در خصوص آینده وسایل ارتباطی، گرچه نشانگر نوعی حاکمیت خوش بینانه است، ولی در عین حال پاسخگویان تصویر واحدی درباره نقش وسایل ارتباطی و آینده جوامع انسانی ترسیم نکرده‌اند و اختلاف نظر عمیقی در این حوزه مشهود است. آنها از جامعه‌ای با نام‌های فراشبکه‌ای، آزاد، انسانی-ماشینی محض و فضای مجازی و غیره، برای جامعه انسانی یاد کرده‌اند.

براساس آنچه در خصوص تحولات سریع حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و همگرایی آن با سایر حوزه‌ها و آینده این تحولات ذکر شد که همگی آنها، از آغاز عصر جدیدی حکایت دارند که در این نگاره به آن عصر سوم رسانه‌ها اطلاق می‌شود. عصری که در آن خلاقیت، پویایی، مشارکت و مسئولیت‌پذیری در نشر پیام و توسعه تکنولوژی‌های نانو، زیستی و حسی، نوعی احیایی ارتباطات ذره‌ای، تقویت پیوستگی‌های اجتماعی و توسعه شبکه روابط انسانی در فضای مجازی و بالاخره گذر از کاستی‌های عصر دوم رسانه به مدد تکنولوژی‌های نوین ارتباطی خواهد آمد.

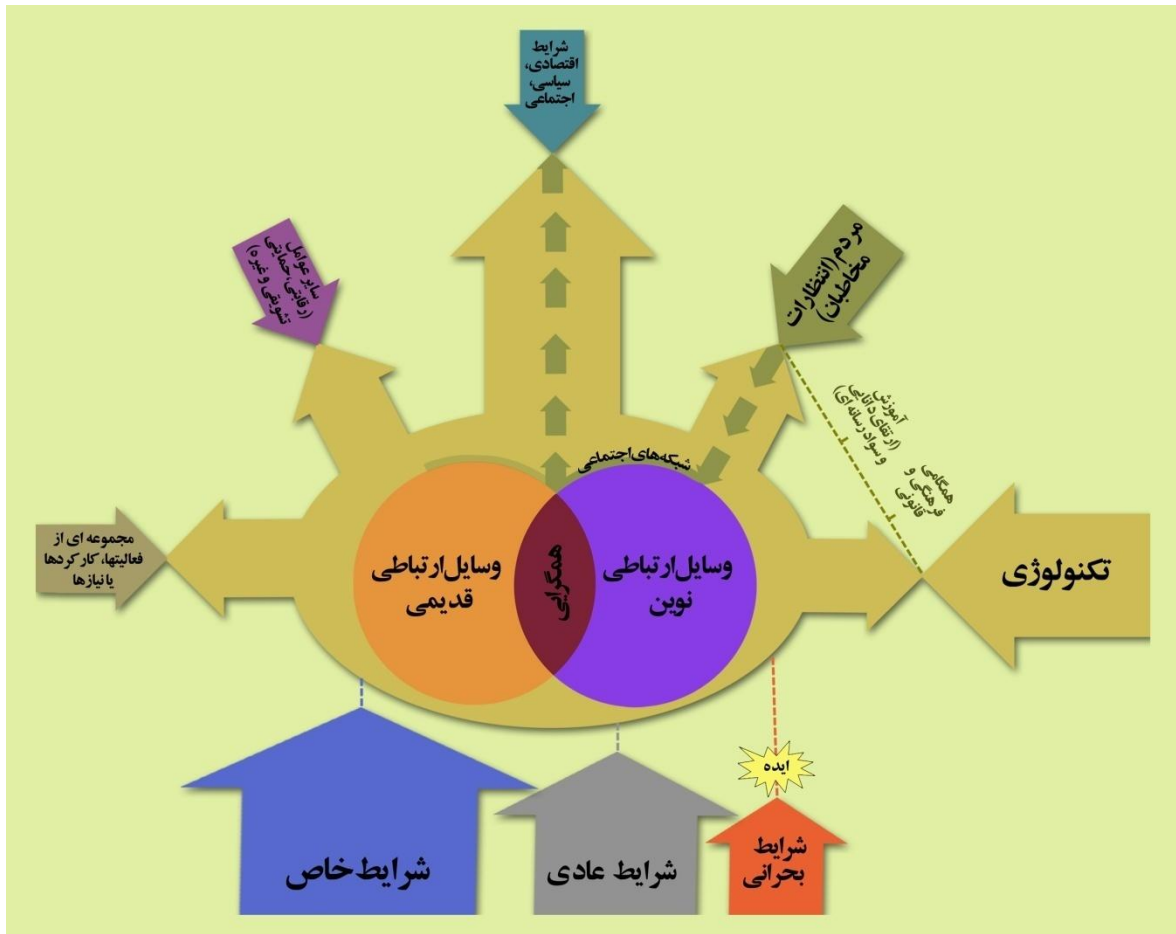
نزدیک به عصر سوم رسانه‌ها و در برابر تحولات شگرفی که وسایل و فنآوری های ارتباطی به خود خواهند دید، ضروری به نظر می‌رسد که همه کشورها، به‌ویژه ایران، با تحلیل روند این تحولات و نیز آینده‌نگری تحولات احتمالی تا ۵۰ سال آتی، به هم‌سو کردن خود با این تحولات اقدام کنند.

گرچه تاکنون بارها به این مساله در اجلاس و گردهمایی های مختلف پرداخته شده ولی، این امر نیازمند توجه بیشتر، برنامه‌ریزی و تلاش برای هم‌گامی با تحولات جهانی است. همچنین با توجه به تحولات نسلی ناشی از تأثیر وسایل ارتباطی بر این نسل و نیز تأثیر رسانه‌های ارتباطی و اجتماعی بر تحولات اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و غیره، پرداختن به این مهم، یک ضرورت به نظر می‌رسد.

از همین رو شایسته است، نهادها و سازمان‌های متولی ارتباطات با توجه به تأثیر عمیق ابزارهای نوین ارتباطی اهتمام و بازنگری جدی در وظایف اجرایی و توسعه بخش آموزش و پژوهش سرلوحه فعالیت‌هایشان داشته باشند. بالاخره اینکه افزایش سواد رسانه‌ای در زمانی که شاهد شتاب تحولات فنآوری‌های ارتباطی و تحقق جامعه شبکه‌ای هستیم یکی از نیازهای اساسی جامعه ماست، زیرا به هر حال تکنولوژی‌های ارتباطی خودشان را به جوامع تحمیل می‌کنند و فقط ارتقا سواد رسانه‌ای و تقویت احساس مسئولیت اجتماعی مخاطبان می‌تواند در فراگرد گزینش و استفاده مطلوب از رسانه‌ها در این شرایط مؤثر باشند.

توجه به راهکارهای ارائه شده از سوی مصاحبه‌شوندگان برای مواجهه مناسب و برنامه‌ریزی شده با جهان آینده نیز که شامل: ارتقای سطح دانایی و سواد رسانه‌ای در ارتباط با تکنولوژی و همگامی فرهنگ و قوانین با آنها و نیز تلاش برای استفاده مناسب از ابزارهای نوین ارتباطی، پایبندی بر ارزش‌های سنتی و حفظ فرهنگ، توجه به نخبگان و روشنفکران و وضع آنها، بهره‌گیری بیشتر از آنها در حوزه مختلف، هستند، در این ارتباط، ضروری به نظر می‌رسند.

در پایان با استفاده از طرح‌واره شماره ۲، به بیان بصری یافته‌های خود می‌پردازیم. در این مدل، عوامل و شرایط مؤثر بر فنآوری‌های نوین ارتباطی و نیز میزان رابطه و اثرگذاری آنها بر یکدیگر ترسیم شده است.



طرح‌واره شماره ۲. ارائه یک مدل ارتباطی

منابع

منابع فارسی

- آراسته‌خو، م. (۱۳۶۹). نقد و نگرش بر فرهنگ اصطلاحات علمی - اجتماعی. تهران: نشر گستره.
- استین، ل. و سینا، ن. (۱۳۸۳)، رسانه‌های نوین جهانی و سیاستگذاری ارتباطات. (ل. کاووسی، مترجم). فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی رسانه، ۲ (۱۵)، ۱۲۱.
- فرهنگی، ع. (۱۳۸۵). ارتباطات انسانی. تهران: نشر مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- مدیا نیوز؛ پایگاه اطلاع‌رسانی حوزه رسانه و ارتباطات. (۲ بهمن، ۱۳۸۹). نسل سی: نسل اهالی رسانه‌های اجتماعی، برگرفته از

<http://www.medianews.ir/fa/2011/01/22/generation-c.html>

- معمد نژاد، ک. (۱۳۸۳). وسایل ارتباط جمعی (جلد یک). تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- مهدی‌زاده، س. م. (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری.
- مهرداد، ه. (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی. تهران: مؤسسه فرهنگی - پژوهشی فاران.

منابع لاتین

- Karr, T. (2007). Future of Mass Media. [Video file]. Retrieved from <http://www.slideshare.net/sagecast/future-of-mass-media>

پی نوشت ها

^۱ در این نگاره، از سه گروه از شرایط شامل عادی، بحرانی و خاص یاد می‌شود که منظور از شرایط بحرانی، شرایط برنامه‌ریزی نشده است که به ناگاه رخ می‌دهد. "بحران از لحاظ لغوی به معنی آشفتگی و تغییر حالت-های ناگهانی است" (آراسته خو، ۱۳۶۹: ۱۹۲). منظور از شرایط خاص نیز، شرایط برنامه‌ریزی شده است. همچنین در این مقاله از عوامل تشویقی، حمایتی، نظامی، تکنولوژیکی، رقابتی و اجتماعی یاد می‌شود که منظور از عوامل تشویقی، اشاره به تلاش شرکتها (مانند پروژه ۱۰ به یک صدم گوگل در سال ۲۰۱۰)، دولت‌ها (مانند تعیین جایزه ۲ میلیارد یورویی کمیسیون اروپا در سال ۲۰۱۱ برای خلق ایده‌های تکنولوژیکی که به بهبود زندگی بشر کمک کند) و غیره دارد. منظور از عوامل نظامی، تلاش‌هایی است که سازمان‌های نظامی برای تجهیز نیروهای نظامی خود صورت می‌دهند که بعد از مدت‌ها این تجهیزات و امکانات بعد همگانی می‌یابند. اینترنت در گذشته و رایانه اختصاصی سربازان آمریکایی و طراحی لباس‌های با آنتن رادیویی از نمونه‌های کنونی در این خصوص است. همچنین، منظور از عوامل حمایتی در این نگاره، حمایت‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و غیره است که توسط دولت‌ها، شرکت‌ها، رسانه‌ها و غیره صورت می‌گیرد (مانند طرح‌های اجتماعی و زیست محیطی گوگل در راستای جلوگیری از جنگل‌زدایی در آمازون). منظور از عوامل رقابتی و اقتصادی نیز تلاش‌های شرکت‌های بزرگ جهانی برای تولید، تغییر و توسعه کالاها و خدمات جدید در حوزه‌های مختلف است که با خلق ایده‌های جدید، این تولیدات دچار تحول می‌شوند. منظور از عوامل تکنولوژیکی نیز تلاش‌ها و اقدامات صورت گرفته در حوزه تکنولوژی است که ابتدا در نمایشگاه‌های بین‌المللی و سپس به‌طور انبوه تولید و ارائه می‌شوند.

² M.Poster

³ D. Holmes

⁴ J. Van Dijk

⁵ Speed, Reach, Storage Capacity, Accuracy, Selectivity, Interaction, Stimuli Richness, Complexity, Privacy Protection

^۱ جامعه شبکه‌ای را می‌توان شکلی از جامعه تعریف کرد که به‌گونه‌ای فزاینده روابط خود را در شبکه‌های رسانه‌ای سامان می‌دهد، شبکه‌هایی که به تدریج جایگزین شبکه‌های اجتماعی ارتباطات رو در رو یا آنها را تکمیل می‌کنند. این به آن معنی است که شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای در حال شکل دادن به شیوه سازمان‌دهی اصلی و ساختارهای بسیار مهم جامعه مدرن هستند. این شبکه‌ها تمام واحدها و قسمت‌های این صورت‌بندی (افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها) را به‌طور روزافزونی به هم متصل می‌کند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص. ۳۲۶).

^۷ Nancy Duxbury

^۸ Robert Reid

^۹ Mary L. Rucker

^{۱۰} John Reinard

^{۱۱} Clella Jaffe

^{۱۲} Mead C. Killion

^{۱۳} elvyn jean pine

^{۱۴} Gary Fontaine

^{۱۵} اسامی دانشگاه‌های خارجی به این ترتیب است:

Simon Fraser University, University of Dubuque, Wright State University, California State University, George Fox University, North Western University, San Francisco State University, University of Hawaii.