

نقش تکنولوژی ارتباطات در تغییر الگوی رفتاری

بخش اول :

نقش تکنولوژی ارتباطات

مقدمه :

امروزه تحولات گسترده در زمینه کامپیوتر و ارتباطات، تغییرات قابل ملاحظه‌ای در ساختار اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جوامع بشری به وجود آورده است. گذشته حیات انسان مملو از ابداع و اختراعات ابزار و لوازم تسهیل کننده امور زندگی بوده اما فناوری های نوین اطلاعات و ارتباطات در حداقل دو دهه اخیر بیشترین تاثیر را در در تغییر الگوهای رفتار و زندگی ساکنان کره خاکی داشته است.

دنیای ارتباطات و تولید اطلاعات به سرعت در حال تغییر بوده و ما امروزه شاهد همگرایی آنان بیش از گذشته با یکدیگر هستیم، به گونه ای که داده ها و اطلاعات بسرعت و در زمانی غیر قابل تصور به اقصی نقاط جهان منتقل و در دسترس استفاده کنندگان قرار می گیرد.

صرفه نظر از تعاریف متنوع و دامنه وسیع کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در بخشهای مختلف زندگی بشری، دسترسی سریع به اطلاعات و انجام امور بدون در نظر گرفتن فواصل جغرافیایی و فارغ از محدودیتهای زمانی محوری ترین دستاورد این فناوری است.

ضرورت تغییر:

اکنون که مرحله گذار در قرن بیست و یکم را سپری می کنیم، کشورهای در حال توسعه همچون ایران برای نیل به پیشرفت یا حتی رقابت با کشورهای توسعه یافته نه تنها باید خود را منطبق با فرهنگ بومی سازگار کنیم، بلکه باید ضمن بهره گیری از تکنولوژی های ارتباطی موجود، به ابداع روش هایی برای آموزش، یادگیری، کار و فعالیت در جهانی پردازیم که اجزای آن به طور فزاینده به هم وابسته است. جهانی که به سوی کوچک تر شدن و در عین حال پیچیدگی بیشتر سیر می کند؛ جهانی که در آن اطلاعات، محرک عمده، دانش، موجد قدرت و رسانه های جمعی دارای نقشی کلیدی است.

تجارت، بانکداری، آموزش، همه و همه وابسته به جریان اطلاعاتی بوده و به کمک تکنولوژی های ارتباطی جدید همچون کامپیوتر، ماهواره، تلفن، رادیو، تلویزیون، لیزر، فیبر نوری، ریز تراشه ها و تلفن های هوشیار تسهیل گردیده اند.

در واقع در بسیاری از روستاها. تلویزیون و رادیو جایگزین پیام رسانی سنتی شده است که در آن قصه گوها و جارچیان نقش اطلاع رسانی و سرگرمی مردم را ایفا می کرده اند.

اینک بسیاری از شرکتهای خدمات رسانی رایانه ای در حال توسعه سریع قلمرو خود از طریق شبکه جهانی اینترنت می باشند تا انواع خدمات را در اختیار مشتریان قرار دهند. این شبکه مجموعه بیکرانی از دستاوردهای جهانی را در زمینه ادبیات، آثار هنری، تحقیقات علمی، اطلاعات بازرگانی، گزارشات حکومتی و... به طور فزاینده ای برنامه های رادیویی و حتی فیلم های تلویزیونی در برمی گیرد. همچنین آن را می توان یک کتابخانه بزرگ جهانی و بلکه بزرگترین آنها به شمار آورد که می تواند در هر زمان و هر جا در دسترس متقاضیانی که از کامپیوتر دارای مودم و اشتراک به اینترنت بهرمنند، قرار دهد.

برای نخستین بار در تاریخ بشر، اطلاعات کالایی است که با اشاره سرانگشتان به دست می آید! در واقع شبکه های رایانه ای برای میلیونها انسان یک کانال تبلیغاتی به ارمغان آورده تا بدین طریق به بسط ایدئولوژی خود در جهان پردازند. علاوه بر این، شبکه های رایانه ای را می توان آزادترین و در عین حال هشدار دهنده ترین عامل در مجموعه تکنولوژیهای ارتباط جمعی به شمار آورد ، تا اندازه ای که هر کس در هر کجا و با هر مرام شخصی یا ایدئولوژی قادر به توزیع پیامها بین میلیونها نفر بدون هر گونه ممیزی قبلی خواهد بود.

جریان اطلاعات :

این نکته را نباید از نظر دور داشت که مهمترین علت پدیدار شدن و محبوبیت تکنولوژیهای اطلاعاتی پاسخگویی آنها به انبوه نیازهای مالی و سیاسی است.

به گفته ریفکین «امروزه دولتها و منافع تجاری به تقسیم و ایجاد حوزه هایی درون یکدیگر و تبدیل سیاره زمین به یک مجموعه تجاری متشکل از منابع قابل بهره کشی گردیده است " به علاوه بهره برداری از طیفهای الکترومغناطیس و مدارهای ماهواره ای ، همواره به صورت منشأ تنش و درگیری بین کشورهای صنعتی شمالی و کشورهای در حال توسعه جنوبی گردیده است. این طیفها و مدارها جزء منابع جهانی و متعلق به همه ملل است. از اوان دهه هفتاد، وقتی ارتباطات فضایی به تحقق رسید تنها تعداد انگشت شماری از کشورهای اقدام به ارسال هزاران ماهواره برای خود یا مشتریانشان در مدار محدود کردند. نتیجه آن شد که صاحبان اینگونه وسایل مخابراتی از توانایی رسوخ عمیق به درون فرهنگ کشورهای مصرف کننده برخوردار گردیدند که این به نوبه خود تنش دیگری بین نیکمره جنوبی و شمالی به وجود آورد که اصطلاحاً به آن «امپریالیسم فرهنگی» یا «دخالته فرهنگی» می گویند بی تردید وقتی اکثر پردازشگرها و حاملهای اطلاعاتی در چند کشور معدوم مستقر شده اند. تکنولوژی پایه برای تولید و توسعه این دستگاهها نیز توسط سوداگران پیشرو در ایالات متحده، ژاپن و اروپای غربی طراحی، تکمیل و هدایت می شوند. علاوه بر این ناهماهنگی بین شمال و جنوب در زمینه جریان ارتباطات و اطلاعات و امکان تولید، توزیع یا دستیابی بدان به نحو زیادی یک جنبه است. به بیان دیگر «جریان اطلاعات در پهنه زمین غیر متعادل است زیرا بیشتر اطلاعات جهانی در بخش شمالی تولید می شود».

بدین ترتیب رسانه های ارتباط جمعی را می توان نه تنها به مثابه نیروی محرک در پشت سر تغییرات اجتماعی و فرهنگی قلمداد کرد. بلکه عاملی برای تحریک سیاسی در مرتبه ملی و بین المللی به حساب آورد.

حمید مولانا معتقد است که " بخشهای ارتباطات دور ملی و بین المللی به طور فزاینده ای در هم تنیده می شوند. بدین ترتیب بازار بین المللی توسط چند بازیگر اصلی شکل می گیرد که به نوبه خود مشمول مکانیسمهای کنترل کننده سیاسی، اقتصادی و نهادی ملی خود هستند. این بدان معنی است که بسیار مشکل یا حتی ناممکن خواهد بود که بین بخشهای داخلی و بین المللی تفکیک قائل شویم".

دیگر اینکه در محیط امروزی که ساخته و پرداخته رسانه هاست، مردم فرهنگهای مختلف درباره «دیگران» و حتی خودشان بیشتر براساس تصویرسازیهای رسانه ها قضاوت می کنند. بدین ترتیب در ارتباطات میان فردی و همچنین در مراودات اقتصادی و سیاسی، تصاویر قالبی که توسط رسانه ها تدارک دیده شده و در اذهان عامه نقش بسته، بر نحوه نگرش افراد نسبت به یکدیگر تأثیر بسزایی گذاشته است. به بیان دیگر، نگرش مردم از «دیگران» مجموعاً براساس آن چیزهایی است که از طریق رسانه های جمعی دیده، خوانده یا شنیده اند. در واقع رسانه های جمعی معاصر همچون مطبوعات و رادیو، تلویزیون - عملاً بر تمامی جنبه های زندگی بشر تأثیر گذارده اند. اینها تعیین کننده چشم انداز ما از جهان، نحوه نگرش به دیگران و مهمتر از همه نحوه کنش متقابل ما با دیگران می باشند. بعنوان نمونه، رسانه های امریکا اغلب بازتابی منفی از خاورمیانه ارائه می کنند. از این رو، موانع دائمی، بلایا، کودتاها، شورشها و فعالیتهای تروریستی که بطور مرتب گزارش می شوند، تصویری ناپسند و خشن را از فرهنگها و مردم خاورمیانه، در امریکا و سایر کشورها تقویت می کنند. در نتیجه «دست اندر کاران رسانه ای جهان سوم بر این باورند که رسانه های خبری مسلط همچون شبکه های تلویزیونی CNN و BBC هر چه بیشتر به بسط دامنه تحریف و پیشداوری از طریق سیستم خبری بین المللی می پردازند.

سازمان های مجازی:

یکی از ساختارهای جدید سازمانی همان سازمانهای مجازی است. تعریف استاندارد از این نوع سازمانها در دسترس نیست، اما برای نشان دادن طیف وسیع تعریف های ارائه شده از این نوع سازمانها به طور خلاصه تعاریف زیر را می آوریم:

- سازمان مجازی یک سازمان کوچک و مرکزی است که منابع اصلی خود را از سایر سازمانها تامین می کند. یک سازمان مجازی از نظر ساختار بسیار متمرکز است و بندرت دارای واحدها و دوایر تخصصی یا وظیفه ای است.

- سازمان مجازی بسیاری از فعالیتهای خود را از منابع خارجی تامین می کند و ساختاری به وجود می آورد که در آن به جای انجام وظایف سنتی در هر واحد داخلی، واحدهای خارجی عهده دار انجام آن وظایف شوند.

- سازمان مجازی را شبکه موقتی از واحدها و سازمانهای مستقل دانسته اند که شامل تولید کنندگان، مشتریان و رقباست. این واحدها به وسیله فناوری اطلاعات به هم پیوند می خورند و قدرت می یابند تا از فرصتهای جدید نهایت استفاده را ببرند.

ویژگیهای سازمانهای مجازی:

ویژگی این سازمانها اصولاً با عناوینی مانند غیر سلسله مراتبی، افقی و جهانی مطرح می شود. اما به طور خلاصه می توان این ویژگیها را در پنج ویژگی اصلی زیر خلاصه کرد:

الف - ساختارهای افقی: ظهور سازمانهای افقی به عنوان پاسخی به تشدید رقابت در محیطهای عملیاتی است که توسط افزایش رقابت جهانی و پیشرفتهای اخیر در فناوری اطلاعات و حمل و نقل ایجاد شده است. افقی شدن سازمانها سطوح مدیریت در سازمان را کاهش می دهد و منابع انسانی را پراکنده می کند.

ب- جهانی شدن: با توجه به گسترش تجارت جهانی و شبکه ارتباط فرا مرزی، دیگر شرکتها و سازمانها جنبه محلی بودن خود را از دست می دهند و در چرخه فرایند بین المللی قرار می گیرند.

ج- ارتباط ماشینی: عصر آینده عصر ارتباطات است؛ اما نه ارتباطی از جنس گذشته بلکه ارتباطاتی که به وسیله ابزار آلات ماشینی مانند کامپیوتر انجام خواهد شد. در این سازمانها دیگر از تعاملهای گرم گذشته خبری نیست، بلکه کارفرمایان و نه رهبران سازمان با استفاده از کامپیوترهای شخصی با هر فرد دلخواه ارتباط برقرار می کنند. فروشندگان می توانند به وسیله یک شبکه محلی با هم ارتباط داشته باشند. براساس این خاصیت ارتباطات کامپیوتری به عنوان وسیله ای برای هدایت فعالیتهای اساسی سازمان و همزمان افزایش نقش ارتباطات رو در روی غیر رسمی با هدف حفظ یکپارچگی سازمان، جایگزین ارتباطات رو در رو افراد در سازمانهای سنتی خواهد شد.

د- همکاری و رقابت بین سازمانی: شرکتها مجازی به وسیله همکاری بین گروهی هم افزا نه تنها با هم همزیستی خواهند داشت، بلکه باعث رشد و پرورش یکدیگر می شوند.

ه- درگیری پویا: درگیری پویا نگرشی است که "زمان" و "روابط انسانی" و مدیریت را وادار به بازنگری در مورد نگرشهای قبلی در رویارویی با تغییر سریع و مداوم می کند. پویایی در مقابل ایستایی، حاکی از رشد و فعالیت مداوم و درگیری در مقابل کناره گیری، معرف ارتباط زیاد با دیگران است.

ویژگی های وسایل ارتباطی دوسویه:

تکنولوژی های دوسویه نوین ارتباطی در عین حال دارای ویژگی های مهم هستند که می توان آن ها را چنین برشمرد:

1- تعاملی بودن (interactivity): به مفهوم دو سویه شدن و دارا شدن و ویژگی های کانال های بین فردی و جمعی به طور همزمان و تغییر مفهوم جریان یکسویه اطلاعات (one.to many flow)

2- جمع زدایی (Dimassificaion): به این معنی که اکنون کنترل سیستم های ارتباطی از تولید کننده پیام به مصرف کننده پیام منتقل شده و به مرور به ارتباطات تفریقی تخصصی و تبدیل Broadcasting به Narrows (پخش پهن به پخش محدود) انجامیده است.

3- ناهمزمانی (Asynchronous): امکانات جدید در پخش و ضبط ویدئویی باعث غلبه بر عنصر زمان شده و کاربران قابلیت کنترل ارسال و دریافت پیام را از جنبه زمانی دارد. با این امکان می توان بر جبر زمان غلبه کرد. به عنوان مثال حال می توان به دستگاه ویدئو فرمان داد تا در زمانی که در خانه نیستیم، یک برنامه خاص را در همان زمان ضبط کند.

4- تمرکززدایی (Decentralization): حالا مرکزیت با فرستنده ها نیست با افراد است. ارتباطات مثل پست، سفارش پذیر شده است. می تواند پیام هر کسی را به خود او برساند. این امر در دوران غلبه ارتباطات جمعی یکسویه وجود نداشت.

5- ظرفیت باند (Bandcapacity): انفجار اطلاعات از همین منظور مطرح است. طرفین باند میزان ورودی اطلاعات به یک مجموعه اطلاق می شود و یک ویژگی رقابتی به حساب می آید. ادغام شرکت های بزرگ در یکدیگر (megamerger) اکنون باعث افزایش ظرفیت باند صورت می گیرد.

6- انعطاف پذیری (Flexibility): این امر باعث شده است تا هر وقت که اراده می کنیم بتوانیم وارد شهر اطلاعات شویم. در چنین حالتی زمان و مکان معنا ندارد.

7- کاست از زمان اخطار: رسانه های نوین دو سویه ارتباطی زمان اخطار یعنی فاصله ارسال تا دریافت پیام را به حداقل رسانده اند. پخش زنده (live) یکی از این مصادیق است.

8- گسترش دامنه پذیرش و کاستن از توزیع کنندگان: یعنی افزایش مخاطب و پیاده شدن تئوری دستان کمتر در توزیع که به انحصار در پخش می انجامد.

تلویزیون اینترنتی:

تلویزیون اینترنتی یک فناوری جدید است که دنیای تلویزیون و اینترنت را به هم پیوند می دهد و محصول هم گرایی صنعت رایانه، مخابرات و (Multimedia چند رسانه ای) است و هدف از پیدایش این فناوری حفظ بیننده و ایجاد روش های جدید استفاده از تلویزیون است.

بسیاری از محققان از تلویزیون اینترنتی به عنوان پدیده عصر ارتباطات، یاد کرده اند. روزی که رادیو اختراع شد، باور عمومی بر این بود که دیگر دوران روزنامه ها سپری شده است. اما روزنامه با تغییر ساختار خود باز هم به حیات خود ادامه داد. همین اتفاق دوباره زمانی که تلویزیون اختراع شد، نمود پیدا کرد. آن روز نیز بسیاری فکر کردند که دیگر دوران سینما به سر رسیده است، اما ! ... و این اتفاق در زمان ما نیز برای چندمین بار در حال تکرار است. البته شکی نیست که با ورود هر کدام از این پدیده های جدید، قدیمی ترها تحت تاثیر قرار گرفته و میزان رویکرد عمومی جامعه به قدیمی ترها کمتر شده است.

اختراع اینترنت و گسترش کاربری های متنوع آن، همچنین گزارش های آماری حاکی از اینکه در کشورهای توسعه یافته میزان استفاده از اینترنت به مراتب بیشتر از تلویزیون است، عده ای از نظریه پردازان را به سمت این باور هدایت کرد که با توسعه رسانه ای جدید به نام اینترنت، سایر رسانه ها افول خواهند کرد. ولی ظهور تلویزیون اینترنتی که ترکیبی از امکانات فناوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در کنار تلویزیون سنتی است، به شکل گیری تصور جدیدی در رابطه با آینده دنیای ارتباطات منجر شد.

با این اوصاف غلبه تلویزیون اینترنتی بر جهان رسانه ای گریزناپذیر خواهد بود. اصطلاحی که از آن Internet Protocol TV یا IPTV نام برده می شود.

موضوع از زمانی شروع شد که موجودی به نام ITV که مخفف Interactive Television است، در دنیای رسانه ها متولد شد. مخاطبان تلویزیون از طریق اینترنت به بانک اطلاعاتی شبکه مورد نظر دست می یابند و می توانند به صورت On Line در آنچه مشاهده می کنند، دخل و تصرف کنند. البته قطعاً مقصود از دخل و تصرف این نیست که علایق خود را بر تمامی بیننده ها تحمیل کنند، بلکه هر کاربری خود تعیین می کند که چه چیزی را و چگونه می خواهد ببیند. مزیتش نیز این است که کاربر می تواند زمان پخش یک برنامه را تغییر داده، یا برنامه دلخواه خود را رزرو کند و بعد با پیغامی که داده می شود از زمان پخش آن برنامه با خبر شود، و یا اینکه

کاری کند که برنامه به طور خودکار برای او ذخیره شود. یکی دیگر از قسمت‌هایی که در آن پویایی تلویزیون اینترنتی به بهترین وجه دیده می‌شود؛ بخش سفارشات خرید اجناس، موسیقی و یا فیلم دلخواه است.

فناوری اطلاعات و آینده سازمان:

قون اطلاعات ساختار سازمان راشاخه شاخه می کند، در حالی که سازمان ها در دوران صنعتی بر پایه مقررات و سلسله مراتب دیوان سالاری استوار بودند. بر عقیده پیتر دراگر سازمان جدید در قرن اطلاعات با ساختاری مبتنی بر اطلاعات است. از دیدگاه دراگر سازمان جدید نتیجه کارکرد دیوان سالاری نیست، بلکه حاصل تلاش متخصصان دانش است که فرآیند اطلاعات را خلق می کنند. به عقیده او، کارگران جامعه مبتنی بر دانش به طور مقدماتی با اطلاعات کار می کنند.

به نظر دراگر بر خلاف گذشته که سازمان عمدتاً از دیدگاه دیوان سالاری و سلسله مراتبی از بالا به پایین دیده می شود و شکل هرمی را داشت سازمان مبتنی بر اطلاعات به نوعی ساخت مسطح دارد و دانش از این پس تنها در دست بالایی ها منحصر نخواهد شد و در سطوح کارشناسان دانش که در رده های مختلف اشتغال دارند، توزیع نخواهد شد.

برای مثال پست الکترونیکی جایگزین تلفن می شود. اما پست صوتی امکان ذخیره سازی اطلاعات را بالا می برد. سیستم ملاقات الکترونی نوعی حمایت جمعی را با خود خواهد آورد.

تله کنفرانس امکان برقراری ارتباط بین کارشناسان دانش را فراهم می آورد. و در هزینه رفت و آمد و زمان صرفه جویی می شود. بانک های اطلاعات امکان دسترسی آسان تر به داده های داخلی و خارجی را فراهم خواهند کرد.

سیستم تصمیم گیری به وسیله رایانه، سیستم اداره الکترونی، هماهنگی، اطلاع رسانی و شبکه های مخابراتی موجبات کار کردن براساس اقتصاد اطلاعات را فراهم می کنند. فناوری همچنین در روش های ارتباطی سازمان ها تغییر به وجود خواهد آورد. از جمله؛ داده های الکترونی (EDI)، اطلاعات مربوط به فروش، صورتحساب های بانکی و نظایر آن.

در جمع بندی از این بحث می توان اثرهای رسانه های جدید برای ارتباطات برون سازمانی در جوامع معاصر را فهرست وار به شرح زیر ارائه داد؛

- 1- مدیران بدون مهارت ارتباطی حذف می شوند.
- 2- ارتباطات سازمانی (درون و برون) از اهمیت بیشتری برخوردار می شود، و مدیریت ارتباطات مجموعه فعالیت های ارتباطی خارج از سازمان شامل فروش، استخدام، بازار یابی و آگهی، ارتباط با مشتریان و روابط عمومی را در بر می گیرد.
- 3- ارتباط با رسانه ها بیشتر جنبه مستقیم و زنده پیدا می کند و مدیریت اطلاعات توسعه می یابد.
- 4- مشارکت مردم و کارکنان بیشتر خواهد شود و در جامعه مبتنی بر دانش، اطلاعات در سطح کارشناسان توزیع می شود.
- 5- تولید اطلاعات افزایش می یابد و سازمان ها بیش تر بر تصویر و هویت سازمانی متکی خواهند شد.
- 6- با افزایش اهمیت و نقش رسانه ها در جوامع واحدهای ارتباطی سازمان های توسعه خواهند یافت.
- 7- سنجش نظرات مردم از اهمیت بیشتری برخوردار شد.
- 8- شبکه های ارتباطی درونی و برون سازمانی توسعه خواهند یافت.
- 9- پایش (مونیتورینگ) اطلاعات و رسانه ها از فعالیت های عمده هر سازمان می شود.
- 10- پاسخ گویی به رسانه ها از اهمیت بیشتری برخوردار خواهد شد.

- 11- فن آوری جدید اطلاعات در دو سطح ارتباطی و تصمیم گیری به کار می افتند.
- 12- فن آوری جدید، فن آوری های سنتی را حذف نمی کنند، بلکه با آن ها ادغام می شوند.
- 13- رسانه های آینده، رسانه های رایانه ای (سایر) خواهند بود.

ادامه دارد...

منابع :

- درک رسانه - مک لوهان، هربرت مارشال - ترجمه، سعید آذری - ناشر، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای

صدا و سیما - سال چاپ 1386

- وسایل ارتباط جمعی - معتمدنژاد، کاظم - ناشر، دانشگاه علامه طباطبایی - سال 1385

- جریان بین المللی اطلاعات - مولانا، حمید - ترجمه T یونس شکرخواه - ناشر : مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها
- سال ۱۳۷۱

- یک جهان، چند صدا، مک براید، شون - ترجمه ایرج پاد، انتشارات سروش - سال 1980

- جامعه شناسی نوین ارتباطات