

مبانی ارتباط جمعی و رسانه شناسی

مفهوم ارتباط

واژه ارتباط (communication) از ریشه لاتین (communis) به معنای اشتراک گرفته شده است. این کلمه در زبان فارسی به صورت عربی باب افتعال به کار می رود که در لغت به معنای پیوند دادن و ربط دادن و به صورت اسم مصدر به معنای بستگی، پیوند، پیوستگی و رابطه کاربرد دارد.

پژوهشگران ارتباطات، میان واژه ارتباطات به معنای مفرد communication و واژه ارتباطات با معنای جمع communications تفاوت قائل اند. کلمه ارتباطات به صورت جمع، در علوم ارتباطات، به معنای مطالعه پیرامون ابزار و لوازم فنی این پدیده به کار می رود. حال آنکه معنای این واژه به صورت مفرد، بیانگر فرایندی است که در آن، پیام دهنده با پیام گیرنده منتقل می شود و به عبارت دیگر، به گردش پیام بین فرستنده و گیرنده ی پیام مربوط می شود.

مفهوم ارتباط در دایرةالمعارف عمومی فیشر چنین تعریف شده است: «ارتباط در مفهوم گسترده آن، برای بیان هر نوع انتقال اطلاعات به کار می رود».

ادوین امری در کتاب «مقدمه ای بر ارتباطات جمعی»، ارتباط را چنین تعریف می کند: «ارتباط عبارت از فن انتقال اطلاعات و افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر است. به طور کلی، هر فرد برای ایجاد ارتباط با دیگران و انتقال پیامهای خود به آنها از وسایل گوناگون استفاده می کند. مثلاً وقتی انسان می خندد، شادی خود را با نگاه و لبخند به دیگران نشان می دهد. همچنین، وقتی شخصی به شخص دیگر «صبح بخیر» می گوید، با بیان شفاهی، دوستی و صمیمیت خود را می فهماند. به همین ترتیب، هنگامی که انسان به دیگری نامه می نویسد، مقصود خود را به شکل کتبی بیان می کند و با او رابطه برقرار می سازد.»

جرج گرنیر: «ارتباط را به مفهوم کنش متقابل اجتماعی بر اساس پیام می داند. ویلبر شران در تعریف ارتباط می گوید: «مفهوم ارتباط، در واقع، هماهنگ شدن فرستنده و گیرنده در رابطه با یک پیام ویژه است».

ساده ترین و جامع ترین تعریف ارتباط : (شرآگ ، لارسن ، لاند برگ .) : ارتباط یعنی انتقال معانی از طریق نمادها .

نمادها ۳ شکل دارند = ۱- واژه ها یا زبان

۲- تصویری (پرچم و علایم)

۳- نمادهای طبیعی (دیدن دود)

انواع ارتباط

ارتباط جمعی یا عمومی ، تغییر تازه ای است که جامعه شناسان امریکایی برای مفهوم **Mass Media** بکار برده اند . این واژه که از ریشه ی لاتین **Media** (وسایل) و اصطلاح انگلیسی **Mass** یا توده تشکیل شده است ، از نظر لغوی به معنای ابزارهایی است که از طریق آنها می توان با افرادی نه به طور جداگانه یا با گروه های خاص و همگون ، بلکه با جماعت کثیر یا توده ای از مردم به طور یکسان دسترسی پیدا کرد . امروزه این نوع وسایل عبارتند از : روزنامه ، رادیو ، تلویزیون ، سینما ، اعلانها و ... درباره ی گزینش مفهوم **Mass Media** میان دانشمندان اختلاف نظر فراوانی وجود دارد . از این رو برخی آن را (وسایل ارتباط جمعی) ، (ابزارهای مهم اطلاعاتی) و (فنون بخش جمعی) می نامند . در مجموع این مفاهیم علی رغم برخی تفاوت های ظاهری ، از نظر معنایی با یکدیگر شدیدا قرابت و نزدیکی دارند . بدیهی است در میان ابزارهای پخش پیام ، روزنامه ، رادیو و تلویزیون دارای نکات مشترک فراوانی هستند : پیامهای آنها به طور متناوب پخش می شود ، مطالب آنها را خبرنگاران تهیه می کنند و جاهای خاصی برای مطلب خبری و تحلیل آنها وجود دارد . بدون تردید ریا ، میان رادیو ، تلویزیون و مطبوعات ، همبستگی انکارناپذیری وجود دارد که آنها را از سینما یا اعلانها و ... متمایز می سازد از این رو ، بهتر آن است که مجموعه ی این پدیده را تحت عنوان نوعی از مطبوعات یا همان گونه که گفته شد ، وسایل ارتباط جمعی به کار برد ؛ آکادمی فرانسه نیز مجوز کاربرد چنین معنای تازه ای را با تکیه بر جمع شگفت انگیز این دو کلمه **Mass Media** صادر کرده است .

بنابراین در تعریف ارتباط جمعی می توان گفت ، ارتباط جمعی یا عمومی ، انتقال اطلاعات با وسایلی (نظیر روزنامه ، کتاب ، امواج رادیو ، تلویزیونی و ...) برای گروه غیر محدودی از مردم با سرعتی زیاد انجام می گیرد . ویژگی های این ارتباط عبارتند از :

ارتباط جمعی	ارتباط انسانی (فردی)
الف : پیام گیران نا آشنا، پراکنده	الف : پیام گیران پراکنده نیست
ب : بازگشت پیام یا بازخورد با تاخیر	ب : بازگشت پیام یا بازخورد با تاخیر نیست
ج : سرعت عمل زیاد	ج : سرعت عمل و انتشار زیاد نیست
د : تکثیر پیام	د: تکثیر پیام خیلی کند است .
ه :ارتباط سطحی و نا پایدار	ه : ارتباط عمیق و پایدار است
ز : در ارتباط جمعی مخاطبان ناهمگون هستند	ز : در ارتباط فردی مخاطبان همگون ترند.
ر : محدودیت مکانی و زمانی از بین رفته.	ر : محدودیت مکانی و زمانی وجود دارد.

ارتباط نوشتاری : ارتباطی است که در آن ، اطلاعات از طریق قلم بر کاغذ نقش می بندد (مانند روزنامه ، نامه ، کتاب و ...) .

ارتباط غیر نوشتاری :ارتباطی است که اطلاعات و افکار از طریق امواج (مانند رادیو ، تلویزیون ، تلفن و تلگراف و ...) میان افراد مبادله می شود .(از طریق شنیداری و درداری انجام می گیرد .

ارتباط کلامی : در این نوع ارتباط ، اطلاعات و افکار از طریق زبان و گفتاری میان انسانها منتقل می شود (نظیر تلفن ، تلگراف و ...) .

ارتباط غیر کلامی : ارتباطی است که مفاهیم و معانی از طریق غیر زبانی و گفتاری میان انسانها منتقل می شود .(ارتباط بدنی و حالات چشم)

ارتباط شنیداری : ارتباطی است که با شنیدن به شنونده منتقل می شود (مانند رادیو).

ارتباط دیداری: ارتباطی است که از طریق دیدن به انسانها منتقل می شود (مانند تلویزیون، عکس، تصویر)

ارتباط مولتی مدیا: ارتباطی جمعی است که گسترده است و چند منظوره است و از ارتباط نوشتاری، دیداری و شنیداری استفاده می شود. (تلویزیون، رادیو)

ارتباط سازمانی: در این نوع ارتباط، انتقال اطلاعات و دریافت پیام، به امکانات گسترده ی فنی و برنامه ریزی و سازماندهی و نیز بودجه و پرسنل نیاز دارد. (مانند رادیو، تلویزیون، تلکس، فاکس و...).

ارتباط درون سازمانی: ارتباطی است که بین افراد در درون سازمان صورت می گیرد.

ارتباط برون سازمانی: ارتباطی است که به بین سازمان و سایر سازمانهای دیگر و یا افراد خارج از آن انجام می پذیرد.

ارتباط ملی: در حوزه ی جغرافیایی یک کشور است (کانالهای تلویزیونی)

ارتباط فرا ملی: در خارج از مرزهای یک کشور برقرار می باشد. (کانالهای برون مرزی)

انواع پدیده های جمعی:

پدیده های جمعی عبارتند از گروه group، انبوه خلق crowd، همگان public و توده mass

گروه: جمع کوچکی محسوب می شود و اعضای آن همدیگر را می شناسند. اعضای آن از عضویت خود مطلعند. ارزشهای مشترکی در گروه حاکم است. ضوابط بین آنها از ساختار خاصی تبعیت می کنند. بین اعضای گروه تعامل مشترک وجود دارد و اعضا دارای هدف مشترک هستند. مثل بچه های کلاس

انبوه خلق:

- ثبات ندارد.

- موقتی شکل می گیرد.

- اعضای آن یکدیگر را نمی شناسند

- فاقد ساختار و نظم مشترک است

- برپایه احساسات است و عقلانیت در آن ضعیف است.

مثلاً دو فردی با هم در خیابان گلاویز شوند یک جمعیت ۴۰ نفره جمع شوند تا آنها را از هم جدا کنند این جمعیت ۴۰ نفره انبوه خلق است چون جمع شدن آنها بر پایه عقلانیت نیست چون اگر عقل بود می گفت نرو شاید تو هم یک مشتکی وسط دعوا بخوری.

انبوه خلق بر سه نوع است:

الف-انبوه خلق اتفاقی: که بر پایه حوادث و اتفاقات شکل می گیرد و احساسی و زودگذر است.

ب - انبوه خلق قراردادی: برای استقبال از شخصیتها شکل می گیرد. مثلاً تلویزیون اعلام کند که بچه های ایران در المپیاد ریاضی دنیا برنده شدند و در فرودگاه می خواهند از آنها استقبال کنند که احساسی اما قراردادی است. چون به آنها از قبل اطلاع داده شده است.

ج- انبوه خلق نمایشی: مانند تجمع افراد برای دیدن مراسمات مذهبی، هنری، نمایشی و... است.

همگان (عامه):

پدیده ای گسترده تر از انبوه خلق است، مانند انبوه خلق اعضای پراکنده دارد اما دارای ثبات و تداوم است. همگان بر پایه موضوع خاص و انگیزه های اجتماعی بوجود می آید و منافع مشترک برای ایجاد تغییر یک وضعیت سیاسی می باشد. آدم هایی که در همگان شکل می گیرند به تبادل افکار و نظریات خود می پردازند که به درک متقابل افراد کمک می کند. همگان اولین بار در قرن ۱۸ در اروپا شکل گرفت و می توان گفت منشأ ایجاد همگان، رسانه ها می باشند.

توده:

در گذشته توده از بار منفی معنایی برخوردار بود (عوام الناس) اما بعد از انقلاب روسیه این نگرش تغییر کرد.

توده عمدتاً ویژگیهای دارد از جمله: پراکنده اند، فاقد خودآگاهی هستند و در واقع مرزهایشان هم در حال تغییر است، نسبت بهم نا آشنا، عدم سازماندهی در آنها وجود دارد، مصرف کنندگان پیام های رسانه ای هستند.

سه شیوه ارتباطی در توده:

۱- شیوه ارتباط دستوری: شرایط نابرابر بین فرستنده و گیرنده وجود دارد. با توجه به عامل قدرت و اقتدار بین طرفین ارتباط اختلاف وجود دارد. فرض بر آن است دریافت کننده پیام مطیع و دنبال کننده فرستنده است. ارتباط نابرابر و یکسویه است. می تواند در آن اجبار وجود داشته باشد.

۲- شیوه ارتباط خدماتی: طرفین ارتباط در وضعیت بازار مانند قرار دارند (عرضه و تقاضا)، فرستنده و گیرنده پیام دارای منافع خاص خود هستند. رسانه ها در ازای دریافت وجه خدمات خود را به مخاطبین ارائه می دهند و در آنها نوعی توازن و برابری حاکم است. مانند تلویزیون های کابلی، می تواند در آن پاداش وجود داشته باشد.

۳- شیوه ارتباطی انجمنی: ارزشها، هنجارها و اعتقادات مشترک افراد است که یک گروه را به یک رسانه گروهی پیوند می زند. نقطه مقابل شیوه ارتباط دستوری است. شیوه پیام گیری مخاطبین، داوطلبانه و ارضاء کننده است. مثلاً شبکه قرآن یا رادیو معارف بر اساس یک ارتباط انجمنی است. ارتباط براساس پیوندهای هنجاری و ارزشی صورت می گیرد.

جمع بندی: در ارتباط دستوری اجبار وجود دارد، در ارتباط خدماتی می تواند پاداش وجود داشته باشد و در ارتباط انجمنی بین فرستنده و گیرنده ارتباطات براساس پیوندهای هنجاری و معنوی شکل می گیرد.

نظریه های فرهنگی ارتباطات جمعی:

۱- نظریه فرهنگ توده: منشاء آن محتوای رسانه ها است. یعنی از آنچه بصورت محتوا توسط رسانه ها تولید و منتشر می شود، به عنوان فرهنگ توده یاد می کنند. فرهنگ توده ترکیبی است از تصاویر، اطلاعات، سرگرمی ها و... که بصورت محتوا از طرف رسانه ها در بین مخاطبین توزیع می شود. به عبارت دیگر مجموعه ای از سلیقه، تمایلات و رفتارهایی است که تحت تأثیر رسانه ها قرار دارد. مانند فرهنگ مصرف گرایی در تبلیغات یا تکیه کلام بازیگران تلویزیونی (پاچه خواری)

۲- **فرهنگ عامه:** منشأ آن خود مردم است. محتوای آن از خود مردم گرفته می‌شود. قدمت آن فراتر از عمر رسانه‌های همگانی است و می‌تواند مستقلاً عمل کند در واقع فرهنگ عامه همان اصالت‌ها و ارزش‌های سنتی ملت‌ها است.

۳- **فرهنگ نخبه:** سرچشمه آن دست‌اندرکاران پیام‌های ارتباط جمعی هستند، به عبارت دیگر کالاهای فرهنگی که توسط نخبگان تولید می‌شود و در چارچوب معیارهای علمی، خلاقانه و زیبایی‌شناسی عمل می‌کند.

تفاوت آن با فرهنگ توده این است که فرهنگ توده اشاره به تولیداتی دارد که برای بازار مصرف توده است و مشخصه فرهنگ توده یکسان بودن رفتار توده است و فرهنگ نخبه توسط نخبگان خلق می‌شود و اگر بخواهد مورد نقد قرار گیرد باید حاوی استانداردهای نقد باشد.

نمونه سؤال: فرهنگ توده، عامه و نخبه به چه معناست؟ چه تفاوت‌هایی با هم دارند؟ به نظر شما در شرایط فعلی رسانه‌ها به کدامیک از آنها گرایش دارند و چرا؟

نقش وسایل ارتباطی

لیبتون در باره نقش می‌گوید: نقش، جنبه‌ی پویایی منزلت، یعنی نگرشها و ارزشها و رفتارهای تعیین شده به وسیله‌ی جامعه در رابطه با منزلت‌های اجتماعی مشخص است. برقراری ارتباط پویا و زنده با پیامگیران، حفظ تنوع و تازگی در تولیدات فرهنگی، سیاسی و عرضه‌ی اندیشه‌های نوین، از مهمترین نقشها و کاردهای وسایل ارتباط جمعی است.

آموزش: تمام کنش‌ها و اثرات، راهها و روشهایی را که برای رشد و تکامل تواناییهای مغزی و معرفتی و همچنین مهارتها، نگرشها و رفتار انسان بکار می‌روند، البته به طریقی که شخصیت انسان را تا ممکن ترین حد آن، تعالی بخشد، تعلیم و تربیت یا آموزش و پرورش می‌گویند.

انواع آموزش:

۱- رسمی: منجر به مدرک می‌شود و در زمان خاص و شامل افراد خاصی هم می‌شود.

۲- غیر رسمی : فاقد مدرک است و در تمام دوران است و برای همه ی افراد محدودیت ندارد .

موضوع آموزش همه چیز است که در واژه ای بنام فرهنگ می گنجد . رسانه ها هم چه بخواهند همه چیز را به ما یاد می دهند . لاسول میگوید : رسانه های نقش انتقال میراث فرهنگی که همان آموزش است را دارند . بیشتر آموزشهای وسایل ارتباط جمعی غیر رسمی است .

از نظر تاریخی "تا اوایل قرن بیستم مدرسه، سرچشمه اصلی دانش و معلم، منتشرکننده مجاز آن بود. توانایی فرد به یافتن جایگاه خویش در جهان تا حد زیادی بستگی به معرفتی داشت که در مدرسه کسب می کرد. امروزه نظام آموزشی و نظام ارتباطی در حال رقابت هستند و اگر دشواریهای عمده ایی در ذهن فرد پدید نیاورند، تناقضهایی ایجاد می کنند. تلاش برای برقراری تعادل میان آموزش و پرورش و ارتباط، شکل های گوناگونی گرفته است: برخی گمان می کنند که رسانه ها دانش زمان را در اختیار مردم قرار می دهند: در حالی که آموزش و پرورش، میراث اجتماع را انتقال می دهد.

در مجموع رسانه های ارتباطی خواه برای کار آموزش برنامه ریزی شده باشند خواه نباشند ، آموزش دهنده هستند

نقش آموزش وسایل ارتباط جمعی : در میان رسانه های جمعی ، رادیو و تلویزیون از لحاظ آموزش غیر رسمی ، جایگاه ویژه دارند. اگر از خصلت سرگرم کننده رادیو و تلویزیون بگذریم، این وسایل به دلیل بُرد وسیعشان، یکی از بهترین وسایل آموزشی و فرهنگی هستند که هم اکنون در اختیار کشورها و جوامع مختلف قرار دارد. در واقع، وظیفه تلویزیون، کمک به رفع مشکلات آموزش در شرایط کثرت شمار دانش آموزان، کمبود معلم با تجربه، کمبود تسهیلات و کمک در جهت انجام وظایف آموزشی و نظایر آن بود. ممکن است یک برنامه به صورت تدریس مستقیم باشد و در وضعیتی رسمی نظیر کلاس درس یا در وضعیتی غیر رسمی برای نمونه در خانه پخش شود. همچنین ممکن است یک برنامه به صورت آموزش غیر مستقیم باشد و در وضعیتی رسمی پخش شود که هدف از آن، کمک به امر تدریس معلمان و تسهیل روند یادگیری است. بنابراین، فعالیتهای آموزش درسی تلویزیون را میتوان شامل برنامه هایی دانست که اولاً هدف آنها آموزش مستقیم یا غیر مستقیم باشد ثانیاً آموزش هم به صورت رسمی و هم غیر رسمی انجام گیرد.

چهار ویژگی یونسکو برای برنامه آموزشی رادیو و تلویزیون

۱- برنامه به صورت مجموعه متوالی است تا به یادگیری کمک کند.

۲- طراحی آنها با کمک مشاوران آموزشی صورت می گیرد.

۳- این برنامه ها معمولاً با دیگر انواع مواد آموزشی همچون متون درسی و راهنمای مطالعاتی همراه است.

۴- استفاده از این برنامه توسط معلم و شاگرد به نوعی مورد ارزیابی قرار می گیرد.

رادیو و تلویزیون می‌تواند در کنار برنامه درسی، برنامه‌هایی نیز برای ارتقای سطح دانستیها و معلومات عموم و مهارت قشرهای معینی از جامعه تهیه کند که همان نقش و رسالت فرهنگی این دو رسانه است.

خلاصه نقش رادیو و تلویزیون در آموزش و پرورش:

۱- می‌تواند دنیای خارج را به داخل کلاس آورده و می‌تواند دانش آموزان را به یادگیری سوق دهد و قدرت تصور آنها را تحریک کند.

۲- برای تسهیل امر یادگیری اطلاعات کلی را به آنها می‌دهد.

۳- می‌تواند زندگی روزانه کودکان را به صورت نمایشی درآورد.

۴- می‌تواند مواد درسی خود را با برنامه مدارس تطبیق دهد و همکاری مدیران و معلمان را جلب کند.

۵- برخلاف مدرسه که تنها می‌تواند قشر خاصی از انسانها را ان هم به تعداد اندک و در زمان وساعتی محدود، زیر پوشش خود بگیرد، می‌تواند همه انسانها را در تمامی ساعات شبانه روز در اختیار خویش داشته باشد.

۶- برخلاف مدرسه که صرفاً سالهای محدودی از حیات فرد را در برمی‌گیرد، می‌تواند تمامی عمر افراد را تحت پوشش آموزشی خود قراردهد.

ایجاد همبستگی: از میان وسایل جمعی، رادیو- تلویزیون مهمترین وسیله پخش خبر یا اطلاع در عصر ما محسوب میشود. این دو وسیله ی کوچک شدن کره ی زمین و ایجاد همبستگی و نزدیکی میان ساکنان آن را فراهم آورده اند. در مجموع می‌توان چنین نتیجه گیری کرد نقش خبر رسانی وسایل ارتباط جمعی، نوعی ایجاد ارتباط با جامعه ی خودی و بیگانه است. این امر باعث از میان بردن انزوای افراد می‌شود و احساس مشترک و همدردی با جامعه را در آنها احیاء می‌کند که در نهایت به ایجاد همبستگی میان افراد به صورت یک ملت و یاری کردن به آنها به منظور تعیین هویت ملی و فردی خویش می‌انجامد. با استفاده از رسانه های جمعی نوین و تلفیق آنها با روشهای رسانه های جمعی سنتی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، می‌توان امید فراوانی به حصول این هدفها در زمان مناسب است.

اطلاع رسانی: نقش اساسی وسایل ارتباط جمعی بویژه رادیو و تلویزیون، انتشار جریان رویدادهای اجتماعی است و همین امر، به انسان امکان می‌دهد تا محیط پیرامونی خود را بهتر بشناسد و با عنایت به

آن نیازهای فردی و جمعی خود را برطرف می‌سازد. در مجموع می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که نقش خبررسانی و وسایل ارتباط جمعی، نوعی ایجاد ارتباط با جامعه خودی و بیگانه است. این باعث از میان بردن انزوای افراد می‌شود و احساس مشترک و همدردی با جامعه را در آنها احیا می‌کند.

نقش وسایل ارتباط جمعی در انتشار خبر

۱- مفهوم و ماهیت خبر: والتر لیمین مفسر و خبرنگار معروف امریکایی در این باره چنین می‌گوید: اخبار، انعکاس موقعیت‌های اجتماعی نیستند، بلکه گزارش جنبه‌های مطرح شده در جامعه هستند. اخبار به موضوعاتی می‌پردازند که فوری و تازه، و الزاماً پیچیده و مبهم باشند. او معتقد است "خبر" و "حقیقت" یکی نیستند. وظیفه "خبر" این است که حادثه را مطرح کرده و بر سرزبانها بیندازد. وظیفه "حقیقت" این است که واقعیات، آنها را به هم ربط داده و تصویری از "واقعیت" به دست دهد نامعلوم را روشن کرده که بشر بر اساس آن عمل کند. بنابراین در هر خبری باید پنج مورد رعایت شود ۱- خبر باید رویدادی تازه باشد ۲- محتوای خبر باید با اهمیت باشد ۳- موضوع خبر باید جاذب باشد ۴- خبر باید کامل و جامع باشد ۵- خبر باید کوتاه و فشرده باشد. دو مورد آغازین سنگ پایه اصلی خبر را تشکیل می‌دهد، به این معنا که اگر خبر تازه و با اهمیت نباشد، اصولاً به عنوان یک خبر در کانالهای پخش خبرگزاریها قرار نمی‌گیرد.

۲- معیارهای گزینش خبر یا تصمیم‌گیریهای خبری: انتخاب و گزینش خبرها از میان میلیاردها خبر و انتقال سریع و به موقع آن به مردم، نیاز به تصمیم‌گیری دارد. اینکه کدام خبر انتخاب و کدام طرد شود، از جمله وظایفی است که توسط اعضای واحدهای خبررسانی جمعی، شامل گزارشگران، دبیران و سردبیران و مترجمان که اصطلاحاً آنها را "دروازه بانان" می‌نامند، انجام می‌گیرد.

در تصمیم‌گیریهای خبری، عوامل زیر مورد توجه است: ۱- ارزشها و پیش‌زمینه ذهنی و فردی گزارشگران و خبرنگاران رسانه جمعی. ۲- نیاز پیامگیران و ارزشی که آنان برای اخبار قائل هستند. ۳- دخالت سردبیران که معمولاً عضو ارشد یک بخش محسوب می‌شوند و قادرند بنابر ضرورت، کار گزینش مطالب، انتخاب گزارشها برای پوشش خبری برعهده دارد. ۴- شیوه و مقررات سازمان ارتباطی.

۳- نقش خبری وسایل ارتباط جمعی: از میان وسایل ارتباط جمعی، رادیو-تلویزیون در عصر ما وسیله مهمی برای خبررسانی است. این دو وسیله، کوچک شدن کره زمین و ایجاد همبستگی و نزدیکی میان ساکنان آن را فراهم آورده.

تلویزیون در ارزش دادن به وقایع، مهارت خاصی دارد. "این وسیله میتواند به چهار روش مختلف فضا را دگرگون سازد."

۱- فاصله میان نمایش و تماشاگر را از بین ببرد.

۲- مرز میان زندگی خصوصی و زندگی اجتماعی را حذف کند.

۳- هر حادثه را در ابعاد وسیع در روی صفحه خود کوچک و محدود سازد. برای مثال: بمبارانی را که مدت ۹ ساعت ادامه داشته، در ۳ دقیقه نشان دهد.

۴- به حوادث و اتفاقات چهره غمناک یا لذت بخش دهد.

بنابراین، نقش اساسی وسایل ارتباط جمعی، انتشار جریان اجتماعی است و همین امر، به انسان کمک می‌کند تا محیط پیرامون خود را بهتر بشناسد و نیازهای جمعی و فردی خود را برطرف سازد، راه و رسم شایسته پیش گیرد، جریانات فکری جامعه را بشناسد و نسبت به آنها رفتار مناسب از خود نشان دهد، تا بتواند از طریق انطباق با محیط، زندگی سالمی در جامعه داشته باشد.

در هر حال، انسان جدید نیازمند مطلع شدن است، دموکراسی نیز بدین معنی است.

در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که نقش خبر رسانی و وسایل ارتباط جمعی، نوعی ایجاد ارتباط با جامعه خودی و بیگانه است. این امر، احساس مشترک با جامعه را در آنها زنده می‌کند که در نهایت به ایجاد همبستگی میان افراد به صورت ملت و به منظور تعیین هویت ملی و فردی خویش می‌انجامد.

تبلیغ:

تبلیغ شیوه دیگری از اطلاع رسانی است.

فراغت و تفریح :

مفهوم فراغت، الزاماً مترادف با تفریح نیست، بلکه زمان آزادی است که فرد در اختیار دارد و آن را به میل خود صرف می‌کند. به عبارت دیگر، فراغت یک مجموعه از فعالیت‌هاست که فرد با رضایت خاطر یا برای استراحت یا برای سرگرم شدن یا افزایش اطلاعات یا آموزش و مشارکت اجتماعی، داوطلبانه پس از فارغ شدن از کارهای موظف شغلی، خانوادگی و اجتماعی بدان می‌پردازد.

ژوفردو مازدیه جامعه‌شناس نامدار فرانسوی، کارکردهای مثبت فراغت را چنین خلاصه می‌کند:

۱- به ادبی فرصت می‌دهد که خستگی کار را از تن خود بیرون کند.

۲- از طریق تفریح، اعم از آنکه جامعه آن را مجاز یا ممنوع بداند، در برابر ادبی دنیای تازه چه واقعی و چه خیالی گشوده میشود که ادبی می‌تواند از خستگی انجام دادن یک رشته وظایف محدود و تکراری به آنها پناه ببرد.

۳- فراغت به فرد امکان می‌دهد تا کارهای تکراری و قراردادی را که نهادهای اساسی اجتماعی به او تحمیل میکنند، پشت سر گذارد و به حوزه‌ای فراتر از خویشتن پا نهد.

۲- نقش تفریحی و وسایل ارتباط جمعی: در دنیای امروز، انسان زیر سلطه تکنولوژی، نیازی روزافزون به استراحت و سرگرمی دارد تا بتواند اضطرابها و نگرانی‌های ناشی از زندگی دشوار ماشینی را التیام بخشد و با روحیه‌ای بهتر به کار و تلاشی سودمند بپردازد.

وسایل ارتباط جمعی به عنوان مهمترین ابزار تفریحی افراد محسوب می‌شوند که با انتشار و پخش برنامه‌های سرگرم کننده، بر الگوی رفتاری اوقات فراغت انسان اثراتی تعیین کننده دارد و از این طریق است که فرد از زندگی سخت وزانه رها می‌شود و با محیط بیرونی تماس برقرار می‌کند.

برخی از متفکران و اندیشمندان معتقدند " رسانه مخاطبان بیشتری را با شاهکارهای گذشته و حال آشنا کردند، و برنامه سرگرم کننده با سهولت بسیار بیشتری در دسترس مردم قرار گرفته است. بدون شک برنامه سرگرم کننده پاسخگوی یک نیاز واقعی است، زیرا بسیاری از این برنامه‌ها به حدی مبتذل است که به جای برانگیختن قوه ابتکار، ادمی را کودن می‌سازد."

بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که تلویزیون، هرچند در مواردی می‌تواند خلاء سرگرمی را در بسیاری از خانواده‌ها پر کند، با وجود این، باید توجه داشت که تنها از این دیدگاه نباید به تلویزیون نگریست، زیرا در این صورت تلویزیون ارزش و اعتبار واقعی خود را برای ما اشکار نخواهد ساخت.

تلویزیون اگرچه در مواردی، موجب سطحی شدن، انفعالی و مبتذل بار آمدن انسان می‌شود، اما در بسیاری اوقات وسیله گسترش دید و ذهن و گشایش مرزهای وجود بر جهان هستی، دستیابی مستقیم به آثار و افراد و برقراری ارتباط انسانی به مقیاس جهانی نیز می‌تواند باشد، مشروط به آنکه تلویزیون ابزاری جهت مبارزه با جهل و بیسوادی و جایگزین دنیای واقعی بجای جهان نمایشی و باعث مشارکت فعال و خلاق افراد در زندگی اجتماعی می‌شود.

تلویزیون می‌تواند با نقش آموزشی خود، افق دید ما را وسعت بخشد، می‌تواند در روند فرهنگ پذیری فرد تا آخر عمر مفید باشد، و در نتیجه به ما قدرت انطباق و سازگاری بیشتری بخشد، تلویزیون افزون بر اینها، می‌تواند به طور نسبی محرکی برای درمان بیماری روانی باشد، واقعیت را بصورت تصاویر نشان می‌هد. مفهوم و ماهیت فراغت موضوعی است که رابطه نزدیک با تکنولوژی دارد و از ویژگیهای تمدنی است که از انقلاب صنعتی زاده شده است

در دنیای امروز، انسان زیر سلطه تکنولوژی، نیازی روز افزون به استراحت و سرگرمی دارد تا بتواند اضطرابها و نگرانی‌های ناشی از زندگی دشوار ماشینی را التیام بخشد و با روحیه‌ای بهتر و آماده تر به کار

و تلاشی سازنده و سودمند پردازد. انسان در اوقات فراغت روزنامه می خواند ، به رادیو گوش می دهد و به تماشای تلویزیون می نشیند □، صرفاً برای آنکه سرگرم شود . بر اساس پژوهشهای استوتزل ، اکثریت قریب به اتفاق افراد جامعه فرانسه اظهار داشته اند ، که « مطالعه نشریات را فعالیتی تفریحی می دانند » در خلال اعتصاب مطبوعات در جنوب شرقی فرانسه ۲۶ درصد از افراد مورد مطالعه ، اظهار داشتند که « در نبود نشریات ، انسان احساس تنهایی می کند و زندگی یکنواخت و غم انگیز می شود و این امر موجب شده است که زندگی به روال گذشته نباشد » .

مدلهای ارتباطی

۱- مفهوم و ماهیت مدل

برای مدل، تعاریف گوناگونی عنوان شده است؛ از جمله: «مدل ارائه ساده‌تر از شیء یا پدیده ای واقعی به منظور درک آسانتر آن به کار می‌رود، مدل ممکن است بزرگتر یا کوچکتر یا هم اندازه پدیده واقعی باشد که از لحاظ کارکرد با شیء واقعی یکسان است.»
«مدل، اندیشیدن مکرر، احساس کردن، عمل کردن و نمایش نظم‌ی طرح ریزی شده است که از عناصر گوناگون تشکیل می‌شود.»

کاربرد مدل:

- ✦ درک راحت‌تر پدیده یا شیء واقعی
- ✦ کاهش هزینه (مالی، زمانی)
- ✦ قابل پیش‌بینی
- ✦ قابل تجزیه تحلیل و ارزیابی

بنابراین، یک مدل می‌تواند به مسأله ای پاسخ دهد و برای آن، راه‌حلهایی بیابد و بما اجازه دهد تا به گونه‌های مختلف، نسبت به یک وضعیت اقدام کنیم. همچنین می‌توانیم در تمام لحظات زندگی از مدل استفاده کنیم. موارد استفاده از مدل عبارتند از:
از مدل به عنوان یک «معیار» درست برای شناخت یک فرد در برخورد با افراد دیگر استفاده می‌شود. والدین در خانواده، برای تربیت کودکان خود، معمولاً از مدل‌های گوناگون تربیتی پیروی می‌کنند.

مدیران برای اطمینان از نظم و نسق امور در محیط کار، مانند چگونگی مدیریت و رهبری، نوع تنبیه و روش اطلاع‌رسانی، از مدل‌های خاصی پیروی می‌کنند.
اقتصاددانان در طرح‌های پژوهشی، رقابتی، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی و غیره، از مدل‌های خاصی پیروی می‌کنند.

در واقع، در تمام سطوح زندگی فردی و جمعی، بخش عمده ای از مقررات، شیوه‌های عملی و شناخت، بر اساس مدل‌های طرح ریزی شده ای که در دست داریم، انجام می‌گیرد. این امر سبب سهولت انطباق فرد با محیط و موفقیت او در کارها می‌شود.»

بنابراین، مدل، نمایش چیزی طرح ریزی شده است که به منظوری خاص تهیه می شود. این نمایش، به موضوع مورد نظر بستگی دارد، و می تواند به اشکال مختلف صورت گیرد. گاه مدلی شباهتهای زیادی با ویژگیهای پدیده اصلی دارد و ما را به یاد چیزی می اندازد که از پیش درباره آن می دانستیم. از این رو، مدل هواپیما، مدل زادگاه حافظ یا یک عکس، همه و همه نمایانگر یک نمونه اصلی اند؛ آنها اصل را در نظر ما مجسم می کنند. گاه مدل جنبه اکتشافی دارد در این صورت، یک مدل هواپیما که در محیط کنترل شده تونل باد قرار می گیرد، می تواند در آزمایشهایی به کار برده شود که پیش بینی می کنند هواپیمای واقعی ساخته شده با این طرح، چه وضعیتی در آسمان خواهد داشت و گاه مدل جنبه امری دارد؛ مانند منظومه شمسی که به عنوان مدل اتم پیشنهاد شده است. از سویی نیازی نیست که مدل «شبيه» به همان چیزی باشد که نشانگر آن است. برای مثال سیستم معادلات گرانشی می تواند مدل رفتار سیارات در حرکت آن بر گرد خورشید باشد. چنین مدلی، معمولاً مدل نظری خوانده می شود.

«مدلهای نظری انواع گوناگونی دارد: ایستا یا پویا؛ ناقص یا کامل؛ انبوه یا پراکنده؛ قطعی یا اتفاقی و توصیفی یا بهینه سازی. در فیزیک به صورت قوانین فیزیک صورتبندی می شوند و کاربرد آنها در پیشگویی و طرح ریزی، بخشی از مهندسی می شود. در اقتصاد، گرچه این وضع به سرعت تغییر می کند، مدلهای معمولاً ایستا، ناقص، انبوه قطعی و توصیفی هستند. به رغم محدودیتهای این گونه مدلهای تجزیه به مدل سازان امکان داده است که در این راه گام بردارند، و برای اقتصاد مایه خوشبختی است که مدل سازها پیوسته استدلالهای کسانی را نادیده گرفته اند که مدعی اند، کسی که نمی توانند بدون، را رفتش بی فایده است.

با وجود این، چون مدلهای اقتصادی و اجتماعی، در مقایسه با مدلهای فیزیکی، با وضعیتهای پیچیده تری روبروست (حال آنکه مدلهای لحاظ ریاضی ساده ترند)، نیازی به تصدیق تجربی ندارند.

امروزه کاربرد کامپیوتر، پیچیدگی مدلهایی را که می توان مورد استفاده قرار داد، افزایش داده است. ولی این پیچیدگی، تضمینی برای اعتبار آنها نیست. تجربه نشان داده است که قواعد ساده و ظاهراً مستدل، غالباً پیامدهایی را خارج از دسترس دارند که از حد اعتدال بیرون

است نیاز به یک بازخورد Feed Back دارد تا نتیجه قابل قبول حاصل شود. متأسفانه گنجاندن این نوع «بازخورد» در مدل گنجاندن کار بسیار مشکلی است.» بنابراین، مدل سازی همواره طریقه یی تجریدی برای نشان دادن روابط میا پدیده ها یا اشیاء است که الزاماً نمی تواند واقعیت های اصلی آن شیء یا آن پدیده را کاملاً معرفی کند، اما وسایلی را به دست می دهد که از طریق آنها مکانیسم های اساسی مؤثر در آن پدیده یا شیء، آسانتر درک شود.

۲- اشکال مدلهای ارتباطی

اشکال مختلف مدل:

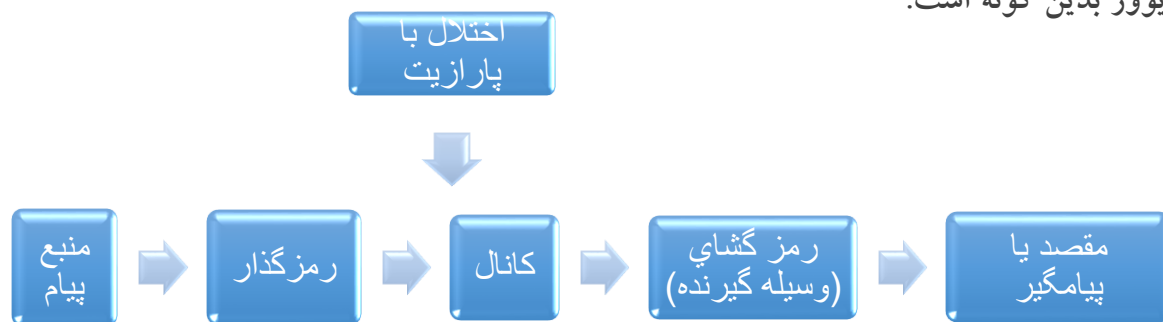
۱. مدل فیزیکی مثل ماکت
 ۲. مدل ریاضی مثل فرمولهای ریاضی و فیزیک
 ۳. مدل ذهنی
 ۴. مدل ترسیمی مثل چارت سازمانی
 ۵. مدل کلامی مثل مدل لاسول
- اولین مدل ارتباطی مربوط به ارسطو است که در خصوص ارتباطات میان فردی است که سه جزء دارد:

۱. فرستنده
 ۲. پیام
 ۳. گیرنده
- سپس در آغاز قرن بیستم شخصی مدلی متناسب با پیچیدگی جامعه آن روز عرضه کرد؛ هارولد لاسول دانشمند علوم سیاسی امریکاست. او مدل ارتباطی خود را در قالب پنج پرسش اساسی به شرح زیر عنوان کرد:

- ۱- چه کسی می گوید؟
- ۲- چه می گوید؟
- ۳- در چه کانالی؟
- ۴- به چه کسی؟
- ۵- با چه تأثیری؟

این مدل اگرچه در زمان خود خیلی با ارزش بوده اما «به قول پل لازار سفلد در آن پیوسته این سؤال مطرح است که چرا به جای اینکه از خود سؤال کنیم که وسائل ارتباط جمعی با مردم چه می کنند از خود پرسیم که مردم با وسائل ارتباط جمعی چه می کنند و چه تأثیری بر فرآیند ارتباط دارند. آنها چه کسانی هستند و از چه طیفهایی تشکیل می شوند.»

بعد از هارولد لاسول، می توان به مدل کلود شانون و وارن ویوور اشاره کرد. طراحی مدل این پژوهشگران امریکایی در شرکت تلفن بل، بیشتر از نظر ارتباطات الکترونیکی مطرح بوده است. آنان در مدل ارتباطی خود به عنصری به نام پارازیت یا اختلال پی بردند که می تواند به نوبه خود، تأثیری تعیین کننده بر پیام داشته باشد. مدل ارتباطی شانون و ویوور بدین گونه است:

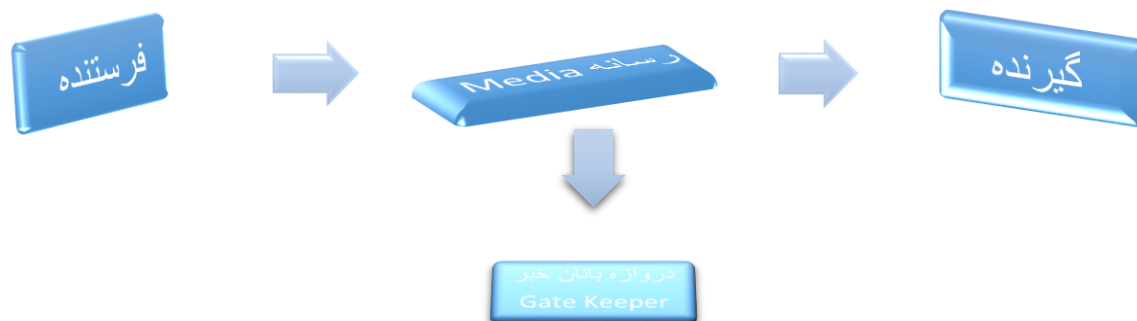


در این مدل رمزها به صورت نشانه ها از سوی منبع و از مسیر کانال به مخاطب یا پیامگیر می رسند و پیامگیر آنها را رمزگشایی می کند. در چنین سیری است که علائم تبدیل به پیام شده و قابل ادراک می شوند. در این میان، اختلال یا پارازیت در فاصله ارتباطی بین رمزگذار و رمزگشای می تواند وجود داشته باشد و روی پیام اثر بگذارد.

در مدل شانون و ویوور مانند مدل هارولد لاسول، تنها به عناصر تشکیل دهنده ارتباط توجه شده است و به بازتاب اثرات پیامگیران و ویژگیهای آنها به پیام دهندگان، توجهی مبذول نشده است.

مدل ارتباط جمعی که مدل پیچیده ارتباطی است؛ میان پیام دهندگان و پیامگیران ابزارها، شبکه ها، دکل ها، دوربین ها و دستگاه های پیچیده ضبط و پخش و افرادی نظیر دروازه بانان Gate

Keepers قرار دارند که می‌کوشند پیامها را پس از گزینش و پردازش به سوی پیامگیران ناهمگون و پراکنده در فاصله‌ای دور، با سرعتی شگفت‌انگیز ارسال دارند. در این میان، بازخورد اگرچه با تأخیر، پیام‌دهندگان را از آثار پیامشان آگاه می‌سازد و همچنین اختلال به عنوان یک عامل به صورت مستقیم و غیرمستقیم اثرات خود را بر فرآیند ارتباطی می‌گذارد، همچنان از اهمیتی خاص برخوردارند.



سیری در تاریخ وسایل ارتباط جمعی

انسان با سعی و تلاش برای برقراری ارتباط بیشتر با اطراف خود در طولانی مدت به زبان شفاهی دست یافت و او آن برای برقراری ارتباط بهتر و موثرتر استفاده کرد. بشر وارد کهکشان شفاهی شد که از دور دست تاریخ آغاز و تا سال ۱۴۵۳ میلادی ادامه داشت. در کهکشان شفاهی بیشتر به محتوا توجه شده است ارتباط مستقیم (شنیداری و دیداری) بود و بشر برای برقراری ارتباط از پنج حس خود استفاده می‌کرده است ولی حس غالب حس شنوایی بوده است که در ارتباط زبانی میان افراد بشر مناسب تر از دیگر حواس است.

با این حال انسان کهکشان شفاهی نیز برای انتقال پیام‌ها و خواسته‌های خود با مشکلاتی مواجه بود و به وسایل پیشرفته تری برای برقراری ارتباط نیاز داشت تا اینکه در حدود ۷۰۰ سال پیش از میلاد اختراع بزرگی در یونان وقوع پیوست و آن حروف الفبا بود.

اختراع حروف الفبا مانند پلی گفتار و نوشتار را به یکدیگر نزدیک کرد و آن دو را با یکدیگر آشتی داد فاصله‌ها از میان رفت و انسان توانست به انتقال افکار و ارسال آن برای دیگران فکر کند. زمینه‌ساز این نقطه عطف تاریخی تکامل سه هزار ساله سنت شفاهی و ارتباط غیر الفبایی است که سر آغاز دگرگونی کیفی ارتباطات انسانی بود. گسترش سواد تا قرن‌های پس از اختراع و گسترش صنعت چاپ و تولید کاغذ به وقوع پیوست (کاستلز ۱۳۸۰: ۳۸۲)

اختراع چاپ توسط گوتنبرگ موجب شد انسان علاوه بر ارتباط مستقیم به ارتباط نوشتاری دست یابد و با آغاز این مرحله بشر به عصر کتابت یا عصر گوتنبرگ وارد شد. مک لوهان معتقد است " دنیای آدم مقیم کهکشان گوتنبرگ را دنیای خطوط مستقیم و پشت سر هم دنیای اعتقادات به فرضیه های ثابت و معلوم دنیای طبقه بندی ها دنیایی که در آن هر چیز باید در طبقه مخصوص خود قرار گیرد. و هر معلولی فقط از علت تعیین شد خود ریشه گیرد تشکیل می شود. " (محسنیان راد ۱۳۶۹ و ۴۸۷)

انسان در حدود ۳۸۰۰ 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 امکان انتشار آن فراهم شد. البته این انتشار به صورت ادواری یک قرن و نیم بعد از اختراع صنعت چاپ پدید آمدند. از آغاز قرن شانزدهم اخبار به شکل کالای حقیقی درآمد و مطبوعات چاپی به عنوان نخستین وسیله ارتباطی نوین به حساب آمدند. تکمیل شیوه چاپ با حروف متحرک سربی در اواخر قرن پانزدهم و اوایل قرن شانزدهم میلادی در انتشاراندیشه های نو و پیشرفت علوم و فنون تاثیر بسیار داشت. با اختراع و پیشرفت و تکمیل صنعت و ایجاد شرایط فنی و مکانی و 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. در نیمه دوم قرن نوزدهم و نیمه اول قرن بیستم ویژگی های یک صنعت بزرگ و ویژگی های یک صنعت بزرگ را به خود گرفت.

مطبوعات از اوایل قرن هفدهم سه دوره را پشت سر گذاشته اند. نخستین دوره از اوایل قرن هفدهم و با تاسیس نخستین نشریات دوره ای همراه بوده است. این دوره تا جنگ های استقلال آمریکا و استقلال فرانسه در قرن هجدهم ادامه یافت. روزنامه های این دوره با سانسور متولد شدند با " انقلاب های دموکراتیک " غربی اولین مرحله فعالیت مطبوعات رو به پایان گذاشت و دوره دوم آغاز شد. در این دوره مطبوعات عقیدتی و سیاسی رواج یافتند و روزنامه های جدیدی به وسیله هواداران آزادی و حکومت های مردمی به چاپ رسیدند.

سومین دوره از اواخر نیمه اول قرن نوزدهم آغاز شد که مطبوعات به وسیله سرمایه های بزرگ و همراه با آگهی های تجاری انتشار یافتند.

با افزایش جمعیت و پراکندگی آنان در سطح کره خاکی نیاز به اطلاعات و تبادل آن بیشتر گردید از مطبوعات و روزنامه ها اما نتوانست نیاز اصلی اش را که تبادل سریع اطلاعات بود برطرف 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 و اتسون امریکایی تحول بزرگی بود زیرا علاوه بر غلبه بر زمان و مکان این امکان فراهم آورده بود که صدای انسان دیگری را که کیلومترها از آنان فاصله داشت بشنود. اختراع تلفن انسان را قادر ساخت که از طریق سیم با افرادی فرسیگ ها دورتر از خود گفتگو کند هر چند تلفن در بالا رفتن سرعت ارتباطات تاثیر 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 نگذرد و آن چیزی نبود جز رادیو.

ایران

در ایران میتوان در قرون اولیه اسلامی پی گیری " سابقه استفاده از کلمه " روزنامه یا روزنامهچه کرد. این واژه در کتبی چون یتیمه الدهرثعالبی و معجم الادبای یاقوت حموی به معنای شرح زندگی و بیان وقایع مهم زندگی پادشاهان و وزرا و بزرگان هر عصر به کار می رفته است. تا اوایل دوره قاجار هم روزنامه به همین معنا به کار می رفته است آخرین کتاب هایی که با این تعریف و تخت عنوان روزنامه در ایران تالیف شده است روزنامه میزرا محمد خان کلانتر شیراز در شرح وقایع زندیه و روزنامه خاطرات محمد حسن خان اعتماد السلطنه می باشد. در دوره قاجار به گزارش های وقایع نگاران دولتی که از شهرستان های اخبار جاری را به دولت مرکزی مینوشتند نیز روزنامه گفته می شد. تجار و بازرگانان هم برای محاسبات تجاری خود اقدام به تهیه الواح و دفاتری می کردهند که در اصطلاح به آن روزنامه یا روزنامهچه گفته می شد.

اولین آشنایی ایران با روزنامه به معنای جدید و امروزی اش به زمان صفویه و عصر شاه عباس برمی گردد که بر اثر برقراری روابط سیاسی و تجاری فعال با کشورهای اروپایی روزنامه های اروپایی به ایران وارد شدند البته این روزنامه ها به تعداد بسیار کم به ایران وارد شده و در اختیار گروه اندکی از صاحب نظران و بزرگان قرار می گرفت.

در دوران محمد شاه قاجار در تاریخ ۲۵ محرم ۱۲۵۳ ق میرزا صالح شیرازی از نخستین دانش اموختگان ایرانی در اروپا اولین روزنامه به معنای جدید را برای آگاه کردن مردم از آخرین اخبار سیاسی و اقتصادی و فرهنگی مملکت و کشورهای خارجی با نام " کاغذ اخبار " منتشر کرد. این روزنامه به صورت ماهیانه منتشر می شده است و تا سه سال یعنی تا سال ۱۲۵۶ ق در تهران منتشر می شد.

این که اولین روزنامه ای که به زبان فارسی در ایران چاپ شد " کاغذ اخبار " بود اما نقطه عطف روزنامه نگاری ایران انتشار " وقایع اتفاقیه " است. در ۵ ربیع الثانی این سال در سومین سال سلطنت ناصرالدین شاه به همت میرزا تقی خان امیرکبیر و ادامه اصلاحات مورد نظر وی اولین شماره روزنامه وقایع اتفاقیه در ایران به چاپ رسید.

نقطه عطف روزنامه نگاری ایران انتشار " وقایع اتفاقیه " است

رادیو

در سال ۱۸۶۰ جیمز کلارک مالکس دل فیزیکدان و ریاضیدان اسکاتلندی نظریه امواج الکترومغناطیسی را برای اولین بار عرضه کرد. در سال ۱۸۸۷ هنریش تهرتز مهندس و فیزیکدان آلمانی نظریه ماکس را تایید کرد. او موفق شد از نوسانات الکترونیکی برای انتقال امواج استفاده کند و برای اولین بار موفق شد که امواج رادیویی را در آزمایشگاه تولید کند.

نام هرتز به صورت واژه ای بین المللی برای بیان طول موج های رادیویی به کار میرود. پس از او برانلی از فرانسه در سال ۱۸۹۰ آزمایشهایی در این زمینه انجام داد و سرانجام دانشمندی روسی به نام الکساندر پوریوف موجی را با دستگاهی شبیه به دستگاه هرتز و برانلی اختراع کرد و آنتن را به وجود آورد و به این صورت دستگاه تلگرافی ایجاد کرد. در سال ۱۸۹۶ پوریوف اولین پیغام تلگرافی را به مسافت ۲۵۰ متر فرستاد.

اولین کسی که متوجه شد می توان از بیسیم به عنوان وسیله ای ارتباطی استفاده کرد مارکنی ایتالیایی بود که بعدها به مخترع رادیومعروف گردید. وی در سال ۱۸۹۵ اولین خبر رادیویی خود را با بیسیم تا فاصله ۳ کیلومتری فرستاد. در سال ۱۸۹۶ در لندن اولین ایستگاه تلگرافی بدون سیم را به کمک امواج الکترونیکی راه اندازی کرد. مارکنی در سال ۱۸۹۷ به ایتالیا برگشت و ارتباط بیسیم بین دو کشتی جنگی در مسافت ۱۲ کیلومتری ایجاد کرد و سرانجام در سال ۱۹۰۱ در تکمیل اختراع خود موفق شد.

تاریخ شروع بهره برداری عمومی از رادیو در سال ۱۹۲۰ است. نخست دستگاه پخش رادیو و اولین دستگاههای پخش منظم رادیو در همین سال در انگلستان به کار افتاد و در سال ۱۹۲۶ اولین نشست بین المللی رادیویی با شرکت بیست و هفت کشور جهان در برلین برپا شد و آیین نامه مقررات ارتباطات رادیویی به تصویب رسید. رشد فزاینده رادیو و مخاطبانش آن را به رسانه هایی جمعی و فراگیر تبدیل کرد. ارزانی بهای رادیوترانزیستوری نیز به پیشرفت این رسانه در کشورهای توسعه نیافته کمک کرد.

تاریخچه حضور رادیو در ایران

در سال ۱۳۰۳ ه.ش به همت وزارت جنگ مقدمات استفاده از بیسیم در کشورمان فراهم شد. در سال ۱۳۰۵ بیسیم وارد ایران گردید از سال ۱۳۱۱ سامانه بیسیم در ایران توسعه پیدا کرد که در نهایت به تولید رادیو منتهی شد. هیئت وزیران روز ۳ مهر ۱۳۱۳ استفاده از رادیو را تصویب و مقرراتی وضع شد که طبق آن برای نصب آنتن و استفاده از رادیو اجازه وزارت پست و تلگراف و تلفن لازم بود.

در سال ۱۳۱۶ مقدمات ایجاد مرکز داریو در وزارت پست و تلگراف و تلفن فراهم در پی این اقدام در سال ۱۳۱۷ سازمان پرورش افکار تاسیس گردید. این سازمان دارای گروههای مطبوعات و سخنرانی و نمایشهای رادیویی و موسیقی بود. در ۳ اردیبهشت ۱۳۱۹ نخستین دستگاه پخش صدا یا همان رادیو در تهران در محل بیسیم واقع در جاده

قدیم شمیران افتتاح گردید و در روز ۴ اردیبهشت همان سال اولین فرستنده رادیویی برنامه های خود را در ساعت ۷ بعد از ظهر پخش کرد.

از سال ۱۳۱۹ رادیو تهران در بیست چهار ساعت فقط هشت ساعت برنامه اجرا می کرد که شامل اخبار و موسیقی ایرانی و گفتار مذهبی و فرهنگی و جغرافیایی و تاریخی بود. در سال ۱۳۲۲ رادیو تهران قسمت دیگری به بخشهای قبلی خود افزود و صبحها نیز برنامه آن سه ساعت افزایش یافت. در سال ۱۳۲۴ برای روزهای تعطیل نیز برنامه هایی مدون پخش می گردید .

توسعه در قرن ۲۰

نیروی هوایی از رادیو تبلیغاتی برای هدایت هواپیما استفاده می کرد . این موضوع همچنان تا سال ۱۹۶۰ میلادی ادامه داشت وقتی که سیستم در نهایت جهانی شد.

در اوایل سال ۱۹۳۰ گروه تنها و تغییر فرکانس که توسط کارفرماهایی آماتور رادیو اختراع شد . رادیو عکسهای قابل دیدن را مثل تلویزیون پخش می کرد در اوایل سال ۱۹۲۰ پخش های استاندارد و متداول در امریکای شمالی و اروپا در سال ۱۹۴۰ شروع به کار کرد.

در سال ۱۹۶۰ سانی اولین رادیوی ترانزیستوری را معرفی کرد به اندازه ای کوچک بود که در یک جیب جا می گرفت و با یک باتری به راحتی قابل حمل بود.

دستگاه های تلویزیونی

در دوره تلویزیون های الکترو مکانیکی دستگاه های تلویزیونی ساخته شده با محوز تجاری از سال ۱۹۲۸ تا ۱۹۳۴ در بریتانیا و امریکا به فروش رفتند . نخستین تلویزیون در سال ۱۹۲۸ به وسیله برد رفت که در آن زمان تلویزیون ها رادیویی حاوی یک لامپ نئون در پشت دیسک مکانیک با سوراخ های مارپیچی بود که این مدل تلویزیون در سال های ۱۹۳۰ تا ۱۹۳۳ به عنوان نخستین تلویزیون با تولید بالا یا بدون رادیو هم در دسترس بود . به طور تقریبی پیش از جنگ جهانی دوم ۱۹ هزار تلویزیون الکترونیکی در بریتانیا و ۱۶۰۰ دستگاه در المان ساخته شد.

استفاده از تلویزیون در امریکا پس از جنگ جهانی دوم به واسطه لغو ممنوعیت های تولید پیشرفت های فنی مربوط به جنگ توسعه شبکه های تلویزیونی مربوط به جنگ کاهش قیمت دستگاه های تلویزیونی به واسطه رشد تولید افزایش در حالیکه تنها ۵۰٪ از خانواده ها در امریکا اوقات فراغت و افزایش در آمد خالص شاغلین رشد چشمگیری یافت در سال ۱۹۴۶ تلویزیون داشتند این تعداد در سال ۱۹۵۴ به ۵۵/۷ درصد و در سال ۱۹۶۲ به ۹۰ درصد رسید . در بریتانیا نیز در سال ۱۹۴۷ تنها ۱۵ هزار خانواده تلویزیون داشتند که این تعداد در سال ۱۹۵۲ به یک میلیون و ۴۰۰ هزار ت رسید . در سال ۱۹۶۸ به ۱۵ میلیون و ۱۰۰ هزار خانواده رسید . برای چندین سال کشورهای مختلف از استانداردهای فنی متفاوت بهره می جستند .

تاریخچه اینترنت در دنیا و ایران

پیدایش اینترنت به دهه ۱۹۶۰ میلادی باز میگردد زمانی که دولت ایالات متحده امریکا براساس طرحی موسوم به اربا (arpa) مخفف آژانس تحقیق پروژه های پیشرفته که در آن زمان برای کارکردهای دفاعی بوجود آمده بود این طرح را اجرا نمود .

طرح این بود که کامپیوترهای منجود در شهرهای مختلف (در آن زمان چیزی به نام کامپیوتر شخصی وجود نداشت بلکه سازمان های بزرگ و دانشگاه ها و مراکز دولتی معمولاً دارای سیستمهای کامپیوتر بزرگ مین فریم بودند) که هر کدام اطلاعات خاص خنور را در آن ذخیره داشتند بتوانند در صورت نیاز با یکدیگر اتصال برقرار نموده و اطلاعات را در حالت اشتراک قرار دهند .

در همان دوران سیستمهایی بوجود آمده بودند که امکان ارتباط بین کامپیوترهای یک سازمان را از طریق شبکه مختص همان سازمان فراهم می نمودند طوریکه کامپیوترهای موجود در بخش ها یا طبقات مختلف با یکدیگر تبادل اطلاعات نموده و امکان ارسال نامه بین بخشهای مختلف سازمان را فراهم میکردند که اکنون به این سیستم ارسال نامه پست الکترونیک می گویند . اما برای اتصال و ارتباط دادن این شبکه های کوچک و پراکنده که هرکدام به روش و استانداردهای خودشان کار می گویند. اما برای اتصال و ارتباط دادن این شبکه های کوچک و پراکنده که هرکدام به روش و استانداردهای خودشان کار می کردند استانداردهای جدید و مشخصی که همان پروتکل ها هستند توسط کارشناسان وضع شد ایالت مختلف با موفقیت ارتباط برقرار کردند و با اضافه شدن ۲ واژه در ۱۹۶۱ میلادی تعداد ۴ کامپیوتر برای آن منظور شد.

سرانجام با نظرات و مدیریت فنی دانشگاه صنعتی شریف تحت عنوان (فارسی وب) آغاز می شود. هدف پروژه اینست : سال ۱۳۷۴ که با گنجاندن کامل و جامع الفبای فارسی در استاندارد یونیت کد نشر فارسی در کامپیوتر مخصوصاً "اینترنت و وب مجلس ایران استاندارد شود و اصولاً" مشکل قلم (فونت) های غیر استاندارد موجود در نرم افزارهای ایرانی حل شود. تاسیس شرکت امور ارتباطات دیتا تحت نظر شرکت مخابرات ایران را تصویب می کند و مسئولیت توسعه خدمات دیتا در سطح کشور را بطور انحصاری در اختیار آن شرکت قرار می دهد.

معرفی امواج سه گانه تافلر

تافلر معتقد است که تاکنون نژاد بشر دو موج عظیم تحول را پشت سر گذاشته است که هر کدام به میزان وسیعی فرهنگها و تمدنهای پیشین را محو کرده و شیوه هایی از زندگی را که بر پیشینیان غیرقابل تصور بود، جایگزین آن ساخته اند.

موج اول تمدن یعنی انقلاب کشاورزی هزاران سال طول کشید تا مأموریت خود را به پایان رساند. موج دوم یعنی پیدایی تمدن صنعتی سیصد سال به طول انجامید. امروز تاریخ حتی شتاب آلوده تر است و گویی که موج سوم به سرعت بستر تاریخ را طی می‌کند و طی چند دهه خود را به کمال خواهد رساند.

قبل از موج اول تحول، بسیاری از افراد بشر در گروه‌های کوچک و غالباً مهاجر می‌زیستند که از راه جمع‌آوری آذوقه، ماهی‌گیری، شکار و گله‌داری ارتزاق می‌کردند. در نقطه‌ای از تاریخ، در حدود هشت هزار سال قبل از میلاد، انقلاب کشاورزی آغاز شد و جای خود را در کره زمین با گسترش روستاها، اسکان جمعیت‌ها و ایجاد زمین‌های زراعتی و شیوه جدید زندگی باز کرد.

موج اول تحول تا پایان قرن هفدهم (۱۷۵۰-۱۶۵۰) هنوز فرو ننشسته بود که انقلاب صنعتی همه اروپا را در بر گرفت و دومین موج بزرگ تحول جهانی را به راه انداخت. این فراگرد جدید، یعنی صنعتی شدن، با سرعت بیشتری کشورها و قاره‌ها را فرا گرفت، تا اینکه آن نیز به اوج خود رسید. این آخرین نقطه عطف تاریخی، در ایالات متحده آمریکا در دهه قبل از ۱۹۵۵ اتفاق افتاد. این همان دهه‌ای بود که کامپیوتر و بسیاری اختراعات دیگر در همه جا گسترش یافت. از آن پس این موج با تفاوت زمانی کمی به بسیاری از کشورهای صنعتی، من جمله انگلستان، فرانسه، سوئد، آلمان، شوروی [سابق] و ژاپن راه یافت.

امروز موج اول در واقع کاملاً فرو ننشسته است. به عنوان مثال، تعدادی از جوامع قبیله‌ای کوچک در آمریکای جنوبی یا بومیان گینه نو، هنوز در مرحله کشاورزی باقی مانده‌اند. اما اکثر نیروهای این موج به تحلیل رفته است.

تافلر و همسرش معتقدند که نظام جهانی قرن بیست و یکمی مرکب از سه دسته یا سه رده از کشورها خواهد بود که آنها را موج اولی، موج دومی، و موج سوم می‌خوانند. کشورهای موج اولی کمترین ارتباطات و مناسبات را با جهان بیرون دارند و سرعت تحولات در آنها کند است و بیشتر سرگرم نیازهای اولیه مردمان خویش‌اند. کشورهای موج سوم به عکس، در شبکه‌ای در هم تنیده از مناسبات و ارتباطات و تعهدات متقابل گرفتار آمده‌اند و شتاب تحولات در آنها بسیار تند است و کارشان استفاده از دانایی برای تبدیل به ثروت است و کشورهای موج دومی در حد وسط قرار دارند. بسیاری از کشورها هم آثار هر دو و حتی هر سه موج را به طور هم‌زمان حس می‌کنند.

موج اول

در طول هزاران سالی که تمدن موج اول با قدرت تام حکمفرما بود، جمعیت کره زمین به دو گروه تقسیم می شد: «بدوی» و «متمدن». مردم به اصطلاح بدوی در دسته ها و قبایل کوچک می زیستند و از راه جمع آوری آذوقه، شکار یا ماهیگیری امرار معاش می کردند و کسانی هم بودند که انقلاب کشاورزی بر آنها بدون تأثیر گذر کرد. در مقابل، جهان «متمدن» آن قسمت از کره زمین را در بر گرفت که اغلب مردمانش روی خاک و زمین کار می کردند. به سخنی دیگر هر جا که کشاورزی پدیدار شد تمدن ریشه در خاک فرو برد. زمین مبنای اقتصاد، زندگی، فرهنگ، ساختار خانواده و سیاست را تشکیل می داد. در همه آنها حیات در حول و حوش دهکده ای شکل می گرفت، تقسیم ساده ای از کار حکمفرما بود و به تدریج کاست ها و طبقات معین - نظیر اشراف، روحانیون، رزم آوران، رعایا و بردگان یا غلامان - پدیدار شدند. در همه آنها ساخت قدرت تمام و کمال استبدادی بود.

تولد، مقام فرد را در زندگی تعیین می کرد و در همه آنها اقتصاد نامتمرکز بود، به نحوی که هر ناحیه و محله بیشترین قسمت مایحتاج اش را خود فراهم می کرد. موارد استثناء نیز دیده می شد، اما هنوز در هیچ کجا که بتوان به درستی تمدن صنعتی اش امید به چشم نمی خورد. بنابراین می توانیم تا سال های 1650 الی ۱۷۵۰ از جهان موج اولی سخن بگوییم.

جوامع موج اول انرژی شان را از «باتری های حیات»، یعنی نیروی عضلانی حیوان و انسان یا از خورشید و باد و آب می گرفتند. درختان جنگل ها را برای طبخ و ایجاد گرما قطع می کردند. آسیاب های بادی در مزارع نوا سر می دادند. حیوانات گاو آهن را می کشیدند. بنابراین همه جوامع موج اول از منابع انرژی که احیاشدنی بود بهره برداری می کردند.

هر کجا که کشاورزی رواج یافت مردم به زندگی در خانواده های بزرگ چند نسلی تمایل پیدا می کردند که متشکل از عمو - دایی، عمه - خاله، اقوام، زن - شوهر، مادربزرگ - پدربزرگ بود که همگی زیر یک سقف به سر می بردند و به صورت یک واحد تولید اقتصادی باهم کار می کردند. خانواده ایستا بود و گویی ریشه در خاک داشت. کار اکثراً در خانه یا در مزارع انجام می شد و افراد خانوار به اتفاق یک واحد اقتصادی را تشکیل می دادند. زندگی شغلی و زندگی خانوادگی در یکدیگر ادغام شده بود. خانواده گسترده با داشتن مسئولیت خویشاوندان سالخورده و بیمار و معلول بر دوش خود و داشتن عده زیادی کودک قادر به هیچ گونه تحرکی نبود.

در جوامع موج اول کالاها طبیعتاً با دست ساخته می‌شد و از هر محصولی به طور معمول در هر زمان یک عدد تولید می‌شد. توزیع نیز به همین منوال انجام می‌گرفت.

در کل کشاورزی یک تمدن فضای محدود به وجود آورده بود، که با ظهور تمدن موج دوم پایه‌های آن متزلزل شده و رو به زوال گذاشت.

موج دوم

سیصد سال قبل، در طول کم و بیش نیم قرن انفجاری رخ داد که امواج آن سراسر کره زمین را به لرزه در آورد، جوامع در هم ریخت و تمدنی به تمامی نوین خلق کرد. این انفجار «انقلاب صنعتی» بود. نیروی جزر و مد غول‌آسای آن با تمامی نهادهای گذشته تصادم کرد و شیوه زندگی میلیون‌ها انسان را دگرگون ساخت. نظام صنعتی چیزی بیش از دودکش‌ها و خط تولید کارخانه‌ها و تولید انبوه بود. یک نظام اجتماعی غنی و چند وجهه‌ای را تشکیل می‌داد که بر تمام جنبه‌های زندگی اثر گذارد و در همه خصایص گذشته موج اول را مورد حمله قرار داد.

موج دوم با اختراع ماشین‌هایی که قادر به تولید دائمی ماشین‌هایی جدید- یعنی ماشین‌های تولید ابزار- بود به تکنولوژی رحمی اهدا کرد. مهمتر اینکه این تمدن دستگاه‌ها و ماشین‌ها را تحت یک نظام به هم پیوسته و زیر یک سقف گرد آورد تا کارخانه و بعد خط تولید داخل کارخانه را به وجود آورد.

تکنولوژی نوین که از نظام انرژی جدید نیرو می‌گرفت، درها را به روی تولید انبوه گشود. ولی تولید انبوه بدون دگرگونی همزمان نظام توزیع، مفهومی نداشت، بدین ترتیب توزیع انبوه مکمل تولید انبوه گردید.

همه جوامع موج دومی انرژی مورد نیاز خود را از زغال و گاز و نفت، یعنی سوخت‌های فسیلی، که جبران ناپذیرند، تأمین می‌کردند. سوخت‌های فسیلی بنیان انرژی جوامع موج دوم را تشکیل می‌داد. استفاده از سوخت- های فسیلی باعث آلودگی شدید محیط زیست گردید.

با انتقال تولید اقتصادی از مزرعه به کارخانه، افراد خانواده دیگر به صورت یک واحد با یکدیگر کار نکردند. با نیاز به کارگران برای کار در کارخانه، وظایف اصلی خانواده به نهادهای تخصصی دیگر واگذار شد. تعلیم و تربیت کودکان را مدارس بر عهده گرفتند. مواظبت از سالخورده‌گان به خانه‌های سالمندان یا مراکز رفاهی دیگر سپرده شد.

شوهران کم و بیش خانه را به قصد انجام کار مستقیم اقتصادی ترک کردند و زنان به طور عموم در خانه ماندند تا کار غیرمستقیم اقتصادی را انجام دهند. مرد مسئولیت انجام کار پیشرفته را به عهده گرفت و زن عقب ماند تا نوع قدیمی تر و عقب افتاده تر کار را انجام دهد. مرد از آنجا که مرد بود به سوی آینده پرواز کرد و زن به خاطر زن بودنش، در گذشته فرو رفت.

مهاجرت به شهرها رشته خانواده را از هم گسست و بحران‌های اقتصادی ویرانگر، خانوارها را بر آن داشت که خود را از زیر بار گران خویشاوندان ناخواسته، رها سازند و در نتیجه کوچکتر و کوچکتر شوند و از تحرک بیشتری برخوردار گردند. خانواده به اصطلاح هسته ای الگوی نوین استاندارد همه جوامع صنعتی گردید.

با انتقال کار از مزارع و منازل می‌بایست کودکان را برای زندگی و کار در کارخانه آماده ساخت. آموزش و پرورش همگانی که بر پایه مدل کارخانه طرح‌ریزی شده بود، خواندن، نوشتن، حساب و قدری تاریخ و موضوعات درسی دیگر را یاد می‌داد. این «برنامه درسی آشکار» بود، اما در پشت آن یک «برنامه درسی نهانی» که چندان آشکار نبود، وجود داشت، که اساسی تر بود. این برنامه مشتمل بر سه درست است: درس وقت‌شناسی، درس اطاعت و درس کار تکراری طوطی‌وار. کار در کارخانه به کارگرانی نیاز دارد که به خصوص در مورد کار زنجیره ای، به موقع سر کار حاضر شوند و از مقام بالا دستور بگیرند و بدون چون و چرا دستورات را اجرا کنند. خانواده هسته ای و مدارس به شیوه کارخانه، جزیی از نظام یکپارچه واحدی را تشکیل می‌دهند که جوانان را برای نقش‌هایشان در جامعه صنعتی آماده می‌سازند.

با نیرو گرفتن موج دوم کشورها در ایجاد خدمات پستی با یکدیگر به مسابقه برخاستند. تلفن و تلگراف در قرن نوزدهم اختراع شد تا به نوبه خود سهمی از بار ارتباطی رو به تورم را بر دوش بگیرد. خدمات پستی قادرند یک پیام را به میلیون‌ها نفر ارسال دارند اما نه به سرعت. تلفن می‌تواند پیام را به سرعت ارسال دارد، اما نه به یک میلیون نفر به طور همزمان. این شکاف بایستی با رسانه های همگانی پر شود. انتشار انبوه روزنامه ها و مجلات و نیز رسانه های گروهی همچون رادیو، تلویزیون و سینما، ارتباطات انبوه را تسهیل کردند.

شیوه حکومت نیز در موج دوم دگرگون شد. با جدایی کلیسا و دولت، مشروعیت الهی جای خود را به مشروعیت مردمی داد و دولت ملی به وجود آمد. تصمیم‌گیری‌ها توسط دولت مرکزی که حکومت منتخب بود، صورت گرفت و حق مخالفت به عنوان یکی از حقوق شهروندان به رسمیت شناخته شد.

توجه به این امر ضروری است که تمدن موج دوم امتزاجی تصادفی از عوامل پراکنده نبوده، بلکه نظامی است که اجزاء آن با یکدیگر به طور کم و بیش قابل پیش بینی روابط متقابل دارند و این همان جهانی است که تمدن موج سوم، آن را مورد تهدید قرار داده است.

موج سوم

هنوز نیم قرن از پدید آمدن موج سوم و حرکت آن به سوی آینده بشریت نمی‌گذرد که پس‌لرزه‌های این تکان شدید، تقریباً سراسر جوامع بشری را در نوردیده است.

موج سوم با از هم گسستن خانواده، متزلزل ساختن اقتصاد، فلج کردن سیستم‌های سیاسی و درهم شکستن ارزش‌ها، بر همه انسان‌ها اثر خواهد گذاشت. این موج همه روابط کهنه قدرت، مزایا و حقوق ویژه نخبگان در خطر گرفتار آمده امروز را مورد سؤال قرار می‌دهد؛ و در عین حال زمینه‌هایی را برای جنگ قدرت فردا فراهم می‌آورد. بسیاری از وجوه این تمدن در حال تکوین با تمدن صنعتی در تعارض است. این تمدن در عین حال که زیاد فنی است، ضد صنعت نیز است.

موج سوم با خود شیوه نوینی از زندگی می‌آورد که بر منابع انرژی متنوع و احیاءپذیر (نظیر هیدروژن، خورشید، حرارت مرکز زمین و ...)، بر روش‌های تولیدی، که تولید انبوه کارخانجات را منسوخ می‌سازد (و صنعت سفارش-پذیر را ایجاد می‌کند)، بر خانواده‌های جدید غیرهسته‌ای (مجردی، زوجیت بدون ازدواج، زوج‌های بدون بچه، خانواده‌های تک‌والدی، خانواده‌های چندوالدی، ازدواج هم‌جنس‌گرایان، خانواده خوشه‌ای، ازدواج موقت، کمون‌ها، ازدواج پی‌در پی و خانواده‌هایی که پدر و مادر در دو شهر مجزا زندگی می‌کنند و ...)، بر نهادی نوین که ممکن است آن را «کلبه الکترونیکی» نامید، و بر مدارس و شرکت‌های تجاری از بنیاد تحول یافته آینده، بنا شده است.

تمدن در حال ظهور قواعدی جدید برای رفتار وضع می‌کند و بشریت را به حوزه‌ای فراتر از همسان‌سازی، هم‌زمان‌سازی، تمرکز و تراکم انرژی، پول و قدرت می‌کشاند.

این تمدن نوین همان طور که نظام کهنه را به مبارزه می‌خواند، نظام اداری را هم دگرگون می‌سازد (با حذف کاغذبازی اداری و استفاده از کامپیوتر)، قدرت دولت ملی را به تحلیل می‌برد (ناحیه‌گرایی به جای ملی‌گرایی و باعث به وجود آمدن اقتصادهای نیمه مختار در جهان فرا-امپریالیست می‌گردد).

این تمدن به حکومت‌هایی ساده تر، کاراتر و دموکراتیک تر از آنچه که ما امروز می‌شناسیم، نیاز دارد. تمدنی است با جهان‌بینی خاص و برخورد ویژه ای با زمان، فضا، منطق و علیت.

تمدن موج سوم شکاف تاریخی بین تولید کننده و مصرف کننده را پر می‌کند و نظام اقتصادی «تولید برای مصرف شخصی» را به وجود می‌آورد. موج سوم به صنایع جدیدی که در آینده بر اساس کامپیوترها و الکترونیک و اطلاعات و بیوتکنولوژی و امثال آن شکل می‌گیرند، اشاره می‌کند و نیز تحولاتی چون تولید کارخانه ای انعطاف-پذیر، بازارهای اختصاصی خاص هر سلیقه، گسترش کار نیمه وقت و انبوه زدایی رسانه های ارتباطی خبر می‌دهد. همچنین درباره انتقال آینده بخشی از کار به جای اصلی خود یعنی خانه و دیگر تحولات نظام سیاسی و دولت ملی بحث می‌کند.

تافلر معتقد است که یکی از مهمترین پدیده های جهان سوم بازگشت دوران اهمیت خانواده است، به این ترتیب که بسیاری با استفاده از کامپیوتر و فاکس و تلفن‌های چند کاره و سایر وسایل ارتباط موج سومی (مثل تلویزیون کابلی، روزنامه های محلی، رادیو CD، تله تکست، ویدئو کاست، ماهواره و اینترنت و ...) کارهای خود را بیشتر در منزل انجام خواهند داد. خریدهای گوناگون به وسیله سیستم های خاص الکترونیک صورت خواهد گرفت و نیازی به خروج از منزل نخواهد بود، بسیاری از والدین با استفاده از وسایل ارتباطی مدرن به آموزش فرزندان خود در خانه خواهند پرداخت، اغلب نیازهای پزشکی را می‌توان با بهره گیری از کامپیوترهای متصل به مراکز پزشکی در منزل انجام داد، و نیز مدیران خواهند توانست در خانه خود با استفاده از سیستم ارتباط متقابل الکترونیک در جلسات و کمیون‌های اداری شرکت کنند.

ضایعات محیطی، آلودگی هوا، از بین رفتن فضای سبز و مسمومیت دریاها باعث شکل‌گیری جمعیت‌های طرفدار محیط زیست خواهد شد و مشکل زیست‌بوم به یک مسئله جهانی تبدیل خواهد گردید.

در نهایت آلون تافلر معتقد است که تمدن موج سوم با ظهور و فراگیر شدن در تمام جنبه های زندگی انسان‌ها رسوخ کرده و به زندگی افراد نظم نوینی خواهد داد.

نقد تافلر

هر چند که کار تافلر دارای امتیازات علمی زیادی است اما انتقاداتی نیز به آن وارد است. انتقاد نخست مربوط می‌شود به نحوه تقسیم بندی وی از مراحل تحول اجتماعات بشری که به نظر می‌رسد نوعی تقسیم بندی ساده

انگاران و انعطاف‌ناپذیر است. اما خود تافلر در کتاب موج سوم به این انتقاد جواب داده است: «بعضی مورخین ممکن است به تقسیم بندی این کتاب ایراد بگیرند که تمدن را به سه مرحله تقسیم کرده است. بدیهی است که تمدن کشاورزی از فرهنگ‌های گوناگون ترکیب یافته و نظام صنعتی خود به واقع مراحل متوالی توسعه را پشت سر گذاشته است. بدون شک، می‌توان گذشته (و آینده) را به ۱۲ یا ۳۸ یا ۱۵۷ مرحله تقسیم کرد. اما با این عمل بخش‌های اصلی را در انبوه پاره بخش‌ها گم خواهیم کرد. یا برای آنکه چنین حوزه وسیعی را بپوشانیم، به جای یک کتاب به کتابخانه‌ای کامل نیاز خواهیم داشت. برای منظور ما تقسیم بندی ساده تر، سودمندتر خواهد بود، هر چند که زمخت و بدون ظرافت باشد.»

انتقاد بعدی در مورد منش سیاسی و نحوه برداشت تافلر از منشاء پیدایش اولین بارقه های موج سوم و آینده جهان موج سوم است. تافلر ویژگی‌های تمدن موج سوم را به گونه ای ترسیم می‌کند که گویی این تمدن از امریکا سرچشمه گرفته است. همان‌طور که قبلاً نیز ذکر شد وی نحوه پدیدار شدن نخستین نشانه های موج سوم را بدین صورت مطرح کرده است: «این آخرین نقطه عطف تاریخی، در ایالات متحده امریکا در دهه قبل از ۱۹۵۵ اتفاق افتاد، از آن پس این موج با تفاوت زمانی کمی به بسیاری از کشورهای صنعتی، من جمله انگلستان، فرانسه، سوئد، آلمان، شوروی [سابق] و ژاپن راه یافت». در اینجا تافلر به صورت تلویحی این تصور را که مدل امریکایی توسعه، آخرین مدل تحول در جهان کنونی است، در قالب بحث‌های خود ارائه نموده است و به گونه ای وانمود کرده که امریکا پرچمدار تمدن موج سوم و پیشرو حرکت تحول جهانی است، و موج سوم امریکایی می‌رود که عالمگیر شود.