

ماورسانه‌ها





مسابقه رسانه‌ها با زمان

درس ۱

بار دیگر به تصویر بالا نگاه، و خودتان را در هفتاد، هشتاد سال پیش تصور کنید. دنیای آن زمان با حالا چقدر فرق کرده است؟ اگر الان به شما بگویند که برای داشتن رادیو باید مجوز بگیرید، چه واکنشی نشان می‌دهید؟



- از عکس صفحه قبل، چه نکاتی در مورد آن زمان دریافت می‌کنید؟
- تفریح و سبک زندگی یک نوجوان هم‌سن‌وسال شما در آن زمان، چقدر با الان شما تفاوت داشته است؟
- رادیو از جمله رسانه‌های نو و محبوب آن روزگار، بوده است. پس از دیدن فیلم «رسانه چیست؟» بگویید امروزه شما کدام رسانه‌ها را بیشتر دوست دارید و از آن استفاده می‌کنید؟
- فکر می‌کنید، بیست سال دیگر، افراد هم‌سن شما، درباره زندگی امروز شما، چه چیزهایی خواهند گفت؟ هشتاد سال دیگر چه؟
- نظر شما درباره این جمله که «برخی تصاویر بیش از ۱۰۰۰ کلمه حرف برای گفتن دارند» چیست؟ توضیح دهید.





به نظر شما با توجه به اوضاع کنونی فناوری، آینده دنیا چگونه خواهد بود؟ پیشرفته‌ترین رسانه‌ای که بشر در آینده خواهد ساخت چه می‌تواند باشد؟ یک نمونه از تغییرات در پایین صفحه ارائه شده است. شما نیز پیش‌بینی‌های خود را بنویسید.

.....

.....

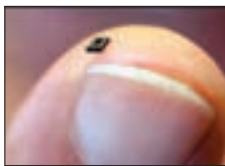
.....

.....

.....

.....

برای تحلیل آینده، شناخت حال ضروری است. مثلاً یکی از فناوری‌های روز سامانه‌ای به نام آرفید (RFID)^۱ است که برای بازشناسی چیزها به کار می‌رود. در این فناوری نوین، ریز تراشه‌هایی به شکل برچسب یا پوشینه کوچک (کپسول) روی یک وسیله و حتی بدن انسان قرار داده می‌شود. این وسیله دارای یک مدار و یک آنتن بسیار کوچک است که در صورت دریافت امواج خاصی از یک دستگاه بازخوان، موجی رادیویی از خود تابش می‌کند و اطلاعات درون خود را ارسال می‌نماید. این فناوری که از چند سال قبل مراحل آزمایشی آن آغاز شده بود، امروز به طور گسترده در کتابخانه‌ها، فرودگاه‌ها، فروشگاه‌ها و غیره مورد استفاده قرار می‌گیرد و حتی امکان ذخیره‌سازی و فرستادن اطلاعات زیستی افراد را فراهم ساخته است.



مقایسه اندازه آرفید با انگشت انسان



تراشه آرفید، مورد استفاده در بدن انسان



ریز تراشه آرفید به شکل برچسب

۱. Radio Frequency Identification بازشناسی با امواج رادیویی



اینترنت در همه چیز و همه چیز در اینترنت: RFID تنها یک نمونه کوچک از فناوری‌های حوزه علوم نوین رسانه و فقط در یکی از شاخه‌های این علوم، موسوم به «اینترنت اشیا» است. در اینترنت اشیا از آن بحث می‌شود که علاوه بر انسان‌ها، ماشین‌ها و خانه‌ها هم هوشمند می‌شوند و خودشان مستقیماً (بدون دخالت انسان به صورت ماشین به ماشین یا M2M) با یکدیگر داد و ستد داده‌های اطلاعاتی می‌کنند. طبق تحقیقات، ۴/۹ میلیارد وسیله متصل به اینترنت تا پایان سال ۲۰۱۵ در دنیا بوده است که این روند تا رسیدن به ۲۶ میلیارد تا پایان سال ۲۰۲۰ ادامه خواهد داشت و به شکل گسترده در حوزه‌هایی مثل زیست‌فناوری^۱ و ریزفناوری^۲ رشد می‌کند تا چیزهایی با حجمی بسیار کمتر، هوشی بسیار بیشتر و ارتباطی همیشگی و همه‌جایی ایجاد، و سبک زندگی ما را اساساً دگرگون، جذاب، پیچیده و پُرچالش کند؛ یعنی نه تنها همه تحولات بر بستر رسانه‌ها رخ می‌دهد بلکه رسانه‌های نوین و فوق هوشمندی پا به عرصه می‌گذارد که خود منشأ تحولات جدیدی می‌شوند؛ چیزی که گاهی از آن تحت عنوان «سونامی یا انقلاب ارتباطات» یاد، و گفته می‌شود جهان را به عصر جدیدی وارد می‌کند.

۱. بیوتکنولوژی

۲. نانوتکنولوژی

رسانه‌های پوشیدنی روی بدن انسان و فناوری‌های کاشتنی در بدن انسان، امکان رفتار فیزیکی بدون محدودیت مکان (مثل عمل جراحی و یا ساخت یک ساختمان عظیم از راه دور)، ثبت و ضبط احساسات، تبدیل ستون‌های قطور به نخ‌های باریک‌تر از یک میلی‌متر با استحکام هزاران برابر، پیش‌بینی و تأمین امکانات، انتقال هر نوع از اطلاعات بدون محدودیت حجم داده‌ها و عدم نگرانی از قطع ارتباط، چاپ سه بعدی وسایل مورد نیاز (دورنگار اینترنتی وسایل بدون نیاز به حمل و نقل کالا)، و... تنها بخشی از این دنیا است.

بد نیست بدانید که اینترنت اشیا خود مقدمه مفهومی بزرگ‌تر به نام «اینترنت همه‌چیز» است که سه زیر مجموعه دارد: اینترنت اشیا (اعم از وسایل و حتی حیوانات)، اینترنت انسان (ورودی انسان به ماشین در هر شکلی) و اینترنت رقمی (دیجیتال) (تولید داده و مرادده آن برای استفاده‌های بعدی). در عصر اینترنت اشیا و در مرحله تکمیلی آن یعنی اینترنت همه چیز ما شاهد خانه‌های هوشمند، کارخانه‌های هوشمند، شهر هوشمند، سامانه سلامت و دستگاه‌های هوشمند شخصی خواهیم بود.

سرعت تغییر و تحولات فناوری به‌حدی شده است که ماشین تندروی زمان، دارد از آنها عقب می‌افتد! انگار این «زمان» است که به‌جای اینکه یک گوشه بنشیند، باید تخت‌گاز بتازد تا از «زمانه»، عقب نیفتد. رسانه‌ها هم از نظر سخت‌افزاری پیوندی جدی با فناوری، و هم از نظر نرم‌افزاری رقابت شدیدی با هم دارند. برخلاف گذشته که برای رسانه‌ها «صحت» اطلاعات از «سرعت» آن مهم‌تر تلقی می‌شد، اکنون هر رسانه‌ای که در مسابقه زمان، به بهانه درستی اطلاعات و معتبر بودن محتوای رسانه‌ای درنگ کند، رنگ می‌بازد و مشتری (مخاطب) کم‌حاصله‌اش را از دست می‌دهد. بد نیست بدانید که رقابت بسیاری از رسانه‌ها دیگر بر سر ساعت و حتی دقیقه نیست، بلکه مسابقه آنها در حد ثانیه و کمتر از آن است، لذا با هزاران ترفند رسانه‌ای سعی می‌کنند گوی سبقت را از یکدیگر برابند و مخاطب بیشتری جذب کنند و اعتبار و اثرگذاری خود را افزایش دهند. روزی خواهد آمد که تحولات رسانه‌ای نه سالانه و ماهانه که روزانه و به لحظه خواهد شد. در چنین فضایی است که به خیلی از مخاطبان، اضطراب از دست دادن اطلاعات و احساس تلخ عقب‌افتادگی و رقابت بر سر سرعت انتقال مطالب دست می‌دهد و تأمل بر عمق محتوا و تحمل رنج جست‌وجو برای پی بردن به خبر و اطلاعات دقیق و تعامل سازنده با مخاطبان فعال، رنگ می‌بازد.



فیلم «آینده تلفن همراه» و بخشی از فیلم «یک روز شیشه‌ای» را، که از برنامه فناوریانه سیمای جمهوری اسلامی ایران پخش شده است، ببینید و پاسخ آنها را با پاسخ‌های خودتان مقایسه کنید.

- نقش و جایگاه شما در این آینده چیست؟
- آیا همه این پیشرفت‌های فناوریانه و دنیای رسانه‌ای می‌تواند جایگزین «ارتباطات رودررو» شود؟ چه ویژگی‌هایی در «ارتباطات انسانی» هست که در «ارتباطات رسانه‌ای» نیست؟

- در آینده‌ای که ویژگی‌های آن توصیف شد، جایگاه انسان نسبت به فناوری و اشیا چیست و کدام یک از آنها دیگری را به خدمت خواهند گرفت؟ آیا جایگاه و سطح تفکر در انسان افزایش پیدا خواهد کرد؟ چرا؟
- انیشتین، زکریای رازی و بسیاری از بزرگان دیگر، یافته‌های خود را زمانی ارائه کردند که تعداد بسیار محدودی از فناوری‌ها و رسانه‌ها وجود داشت. آیا می‌توان ادعا کرد که سطح دانش و تفکر این افراد نسبت به آیندگان کمتر بوده است؟ چرا؟



از لحظه‌ای که توسط زنگ ساعت یا صدای مادر و ... از خواب بیدار می‌شویم تا زمانی که به خواب می‌رویم، تحت تأثیر ده‌ها یا شاید صدها صدا، تصویر و اندیشه قرار می‌گیریم که از طریق برنامه‌های رادیو و تلویزیون، عکس‌ها، پیامک‌ها، پست‌های الکترونیک، عناوین روی جلد مجله‌ها و ... و هر آنچه که پیرامون ما قرار دارند به ما القا می‌شوند. حتی نحوه لباس پوشیدن افراد می‌تواند برای اطرافیان حاوی پیام باشد، ساعت روی دیوار اتاق، موسیقی که می‌شنویم، تابلوی نقاشی که می‌بینیم، مجسمه‌ای که لمس می‌کنیم، بوی غذایی که از آشپزخانه منزل می‌آید، معادله ریاضی که یاد می‌گیریم، برچسب‌های پوشاک، انواع و اقسام تابلوهایی که در محیط می‌بینیم، و ... حاوی پیام هستند. حتی واژه‌هایی مانند: مادر، پدر، معلم، اخلاق، و ... هر کدام پیام‌هایی دارند.

آیا تا به حال به پیام‌هایی که یک اسکناس می‌تواند برای ما داشته باشد، فکر کرده‌اید؟ اسکناس می‌تواند بازگوکنندهٔ هویت یک کشور باشد، تصاویر روی آن بازگوکننده هویت فرهنگی، اجتماعی، تاریخی و سیاسی یک کشور است.

محیط اطراف ما سرشار از پیام است؛ پیام‌های رسانه‌ای بخشی از آنها هستند. هدف کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای، پرورش توانایی تحلیل و نقد پیام‌های رسانه‌ای است. پس بهتر است که با تعریف رسانه بیشتر آشنا شوید.

رسانه ابزاری است که فرستنده به کمک آن، معنا و مفهوم مورد نظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند.

رسانهٔ فردی ابزاری است که فرستنده به کمک آن، امکان فرستادن پیام به تعداد محدود، مشخص، طبقه‌بندی‌شده و قابل کنترلی از مخاطبان را دارد؛ مانند تلفن همراه.

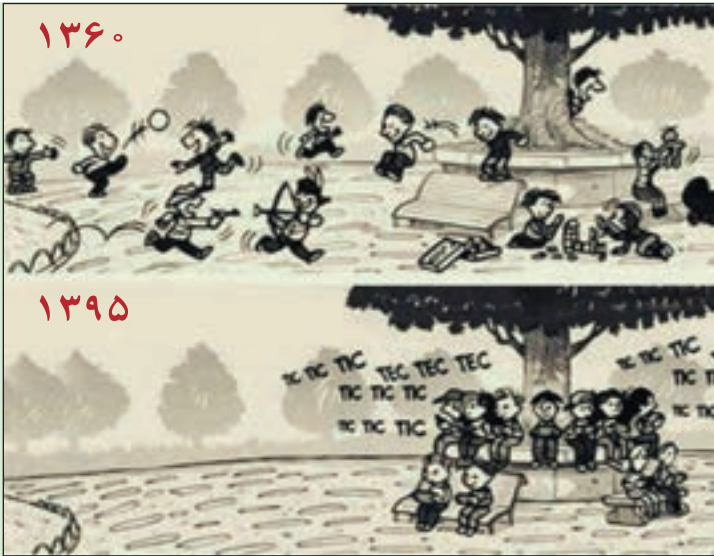
رسانهٔ جمعی ابزاری است که پیام را به سرعت، آسانی و هزینهٔ کم به تعداد انبوه، گونه‌گون و غیرقابل کنترلی از مخاطبان منتقل می‌کند؛ مانند تلویزیون.

گفت و گوی کلاسی



رسانه‌ها انواع متنوعی دارند. در جدول زیر، برخی خصوصیات رسانه‌ها با هم مقایسه شده است. شما چه نکاتی می‌توانید به آن اضافه کنید؟ یادتان باشد که سواد رسانه‌ای می‌خواهد از یک مصرف‌کننده منفعل، ساده و خام، یک مخاطب فعال، خلاق، هوشمند، جست‌وجوگر و گزینش‌گر بسازد که هم تولید مناسب و هم مصرف متناسب داشته باشد.

خصوصیات	کتاب و مطبوعات چاپی	رادیو	تلویزیون	رسانه‌های نوین اینترنتی
انتقال متن	✓	×	✓	✓
انتقال تصویر ثابت	✓	×	✓	✓
انتقال صدا	×	✓	✓	✓
انتقال تصاویر متحرک	×	×	✓	✓
تعاملی بودن				



دنیای آیندهٔ رسانه‌ای، چه مزایا و چالش‌هایی خواهد داشت؟ برای پیش‌بینی پاسخ این پرسش، می‌توانید از جدول مزایا و چالش‌های آموزش مجازی کمک بگیرید.

مزایا و چالش‌های آموزش مجازی

چالش‌ها	مزایا
ارتباطات اجتماعی – انسانی کم می‌شود.	هزینه‌های آموزش کاهش می‌یابد.
دسترسی به اینترنت و فناوری مشکلاتی دارد.	آموزش همگانی می‌شود.
دشواری زبانی و فرهنگی وجود دارد.	محدودیت‌های زمانی و مکانی کاهش می‌یابد.
امکان ارتباط چهره به چهره با معلم کاهش می‌یابد.	هزینه‌های انرژی و کاغذ کاهش می‌یابد.
امکان انتقال احساسات بی‌واسطه کاهش می‌یابد.	امکان هم‌افزایی و تعامل جمعی و گروهی افزایش می‌یابد.
فردگرایی و تک‌بعدی شدن بیشتر می‌شود.	کیفیت و کمیت یادگیری افزایش می‌یابد.
سرریز اطلاعات، احتمال کاهش عمق آموزش را افزایش می‌دهد.	دسترسی سریع و وسیع به منابع امکان‌پذیر می‌شود.

مزایا و چالش‌های دنیای آینده رسانه‌ای

چالش‌ها	مزایا