

بسمه تعالی

جزوه فناوری نوین اطلاعات و ارتباطات در روابط عمومی

گردآورنده: جمال جوانمرد

مدیریت روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان
هر گونه استفاده این جزوه به غیر از آزمون مشکل شرعی دارد

مقدمه

انقلاب اطلاعات و ارتباطات

اطلاعات چیست؟ (information)

نقش فناوری و اطلاعات

آزادی اطلاعات و حق دسترسی به آن

اطلاعات عامل تحول و دگرگونی در جوامع

فناوری اطلاعات و ارتباطات

جامعه اطلاعاتی (The Information society)

تعاریف جامعه اطلاعاتی

ظهور جامعه اطلاعاتی

پیامدهای ورود به جامعه اطلاعاتی

ضرورت جامعه اطلاعاتی

جامعه اطلاعاتی عامل دگرگونی تکنولوژی نوین ارتباطی

هرم نیازهای انسانی از دیدگاه مازلو

تئوری های جامعه اطلاعاتی

شرایط تشکیل جامعه اطلاعاتی

علل شکاف دیجیتالی

کاربردهای فناوری های نوین ارتباطی

ویژگی های جامعه اطلاعاتی

رسانه ها و ویژگی های آن

ویژگی های کتاب

ویژگی های مطبوعات / ویژگی های سینما / ویژگی های رادیو / ویژگی های تلویزیون

ویژگی های خبرگزاری ها / ویژگی های اینترنت (وب سایت) / ویژگی های وبلاگ

آثار عمده تکنولوژی های نوین ارتباطی

مقدمه

ارتباط قبل از اینکه نیازی اجتماعی داشته باشد، نیازی زیستی و طبیعی است، چرا که اولین گام و مرحله ارتباط درونی است و از خود شروع می‌شود، انسان ابتدا با خود ارتباط برقرار می‌کند و سپس چون نیازمند حل مشکلات زیستی می‌باشد، می‌بایست با دیگران بده بستان و انتقال اطلاعات داشته باشد و با غیرخود ارتباط برقرار کند. رفع نیازهای اجتماعی موجب تعلق به گروه و برقراری ارتباط با دیگران به صورت چهره به چهره و از طریق کلام و یا غیرکلام می‌شود. در مراحل بعدی، فرد با تعداد زیادی از انسان‌های دیگر ارتباط برقرار می‌کند که به آنها اصطلاحاً ارتباط جمعی می‌گویند و هدف از اینگونه ارتباط، انتقال اطلاعات و یا متقاعدسازی دیگران است. ارتباط جمعی ممکن است بی‌واسطه یا با واسطه مثلاً از طریق مجراهای گوناگون و به ویژه با استفاده از رسانه‌ها و وسائل نوین ارتباط جمعی (چند رسانه‌ای) انجام شود. اصولاً انسان در مرحله نخست از رفع نیازهای خود، به رفع حوائج مادی، مثل: خوردن، آشامیدن، مسکن و حتی امنیت، محتاج است و پس از تامین این سطح از نیازها به مرحله بعدی یعنی تامین نیازهای اجتماعی روی می‌آورد.

به قول آبراهام مازلو (روانشناس) نیازهای اجتماعی مرحله ما بعد نیازهای طبیعی و اولیه است. این نیازها با پذیرش اجتماعی (social acceptance) یعنی دوست داشتن و دوست داشته شدن و مورد توجه قرار گرفتن همراه است.

نیاز اجتماعی با زیستن در جمع تامین و حاصل می‌شود. تشکیل خانواده، محله، شهر، جامعه ملی و بین-المللی جلوه‌های مختلف برای رفع نیازهای اجتماعی انسان است. در هر دو مرحله افراد بشر برای رفع نیازهای خود، پیش از هر چیز به انتقال و بده بستان اطلاعات نیازمندند به عبارت دیگر آنچه که میان افراد رد و بدل می‌شود، تا نیازهای آنها را تامین می‌نماید، در وهله‌ی اول اطلاعات است «اطلاعات سلول بنیادین حیات اجتماعی و زیست جمعی محسوب می‌شود».

بر این اساس اطلاعات و مسایل و نظریه‌های پیرامون آن موضوع اول تمدن بشر و جوامع «اطلاعات محور» می‌باشد. اطلاعات و ارتباطات علاوه، بر ارزش ذاتی، ارزش دیگری نیز ایجاد می‌کنند و آن دانش به نوبه خود زندگی بشر را تسهیل می‌سازد. با این مقدمه می‌توان گفت که ارتباط یعنی فرآیند انتقال پیام از فرستنده به گیرنده مشروط بر آنکه محتوای مورد انتقال از سوی فرستنده به گیرنده و بالعکس منتقل شود. به عبارت دیگر آنچه که مقصود و معنی فرستنده به گیرنده نیز همانگونه دریافت شود. فرآیند ارتباط شامل مکتوب، گفتگو و موسیقی، هنرهای تصویری تئاتر و سایر رسانه‌های آموزشی و نیز رفتارهای انسانی می‌شود. باید بدانیم که همه چیز اطلاعات است.

شناخت اصول فناوری نوین ارتباطی (New communication Technology Principles)

امری لازم و ضروری است

انقلاب اطلاعات و ارتباطات

عصر جدید را عصر انقلاب در ارتباطات نامیده‌اند و روشن‌ترین نشانه این قرن، انفجار اطلاعات است. در این قرن دانش و آگاهی معدل توانایی انسان با بزرگترین سرمایه سازگاری و تسلط او بر دنیای جدید پیرامون است. انفجار اطلاعات، به دلیل و به معنی انبوهی و حجم زیاد اطلاعات در عصر حاضر است که به واسطه استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی حاصل شده است. امروز پیشرفت‌های بشر در حوزه فناوری‌های نوین ارتباطی، چنان دگرگونی بنیادی در زندگی پدید آورده است که بسیاری از جامعه‌شناسان سخن از طلوع نوین به نام عصر اطلاعات به میان می‌آورند. پیامدهای تحولات تکنولوژیک، سبب پیشرفت‌های عظیمی در صنایع اطلاعاتی و کمیت و کیفیت نظام اقتصادی سیاسی و فرهنگی شده است.

جهان وارد عرصه تازه‌ای شده است. از نیمه دوم قرن ۲۰ پایان عمر صنعتی آغاز شد. تحولات پرشتاب علمی، تکنولوژیکی موتور این تحول بوده است. نخست با ورود کامپیوتر به سپهر فنی زندگی دگرگون شد. سپس با همگرایی امواج تحول حوزه اطلاعات و ارتباطات کامپیوترها به کمک تکنولوژی‌های پرتوان با توانمندی‌های تکنولوژی‌های ارتباطی از جمله تلفن به هم وصل شدند و چندی بعد قابلیت‌های این دو تکنولوژی پرتوان با توانمندی‌های تکنولوژی و تلویزیون ترکیب شد و باعث پیدایش عظیم‌ترین ماشین ساخته شده دست انسان گردید. یعنی شبکه جهانی ارتباطات و اطلاعات به هم پیوسته‌ای که نماد آشکار و آشنای آن اینترنت است و با سرعت و پرتوان در حال دگرگونی همه ابعاد زندگی بشر است. اطلاعات و ارتباطات در عصر کنونی تأثیرات شگرف و بی‌مانندی را پدید آورده است. این تأثیرات به گونه‌ای مشخص در صنایع اطلاعاتی و ارتباطی که به منظور مهار جریان اطلاعات و نیز استفاده هر چه بهتر از آن برای مقاصد گوناگون به وجود آمده است کاملاً مشهود است. نوآوری‌ها و اختراعات دانشمندان در دوران کنونی حاصل همین تکنولوژی‌های نوین جمع‌آوری، اثبات و اشاعه اطلاعات علمی و فنی است. ابزارها و وسایلی که به هر طریق موجب تولید، اثبات، پردازش و اشاعه اطلاعات شود تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی نامیده می‌شود. تمام ابزارها و وسایلی که در تولید آماده‌سازی و انتقال اطلاعات نقش دارند اعم از وسایل دستی ساده یک کتابخانه تا وسایل پیچیده و پیشرفته یک مرکز اطلاع‌رسانی، تکنولوژی اطلاع‌رسانی می‌خوانند. بر این مبنا هر رسانه‌ای که قابلیت انتقال و جابجایی اطلاعات از یک نقطه به نقطه دیگر داشته باشد و هدف آن برقراری ارتباط باشد در قلمرو تکنولوژی ارتباطات قرار می‌گیرد. بدین ترتیب تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی به گونه‌ای با هم درآمیخته‌اند که مجزا کردن آنها بسیار دشوار است. در حقیقت هر دو هدف مترقی را دنبال می‌کند که همان اشاعه اطلاعات در میان مردم است.

انقلاب اطلاعات و ارتباطات به سرعت اقتصاد، فرهنگ و سیاست جهان را دستخوش دگرگونی کرده و عملاً به یک دهکده جهانی تبدیل کرده است. رخدادهایی که در هر گوشه این سیاره رخ می‌دهد در کمترین زمان به سراسر جهان مخابره می‌شود. تصمیمات و کارهای اقتصادی بیش از پیش از پیامدهای جهانی

برخوردار شدند. اطلاعات و ارتباطات چنان به سرعت در درون اقتصاد و جامعه انسجام یافته است که جهانی شدن و ظهور جوامع اطلاعاتی واقعیتهای اجتناب ناپذیر جلوه می‌کند. تغییراتی که اکنون سراسر دنیا را در می‌نوردد نوید بخش دنیایی آزاد خواهد بود. امروزه پیشرفت بشر در حوزه فناوری ارتباطات چنان دگرگونی بنیادی را در زندگی پدید آورده است که بسیاری از جامعه‌شناسان معتقد به طلوع عصر نوین یعنی عصر اطلاعات هستند. امروزه رسانه‌ها از اعتبار بی‌سابقه‌ای برخوردارند و به عنوان رویکردی نهادینه برای ایجاد آگاهی و اطلاع‌رسانی به توده مردم پایه‌گذاری شده‌اند و حتی مبدل به ابزاری برای تسلط بر زندگی ما شده‌اند و به جای اینکه وسیله‌ای برای بیان خصوصیات و ارزش‌های فرهنگی باشند خود تبدیل به یک فرهنگ شده‌اند.

اطلاعات چیست؟ (information)

اطلاعات را می‌توان نوعی پیام به شمار آورد. اطلاعات به هر نوع داده جمع‌آوری شده با استفاده از روش‌های مختلف نظیر؛ مطالعه شنیداری، دیداری و حتی شایعه گفته می‌شود که در جهان امروز به عنوان ابزار قدرت به شمار می‌رود.

نقش فناوری و اطلاعات

امروزه فناوری اطلاعات و ارتباطات ابزار مناسبی برای آموزش و فراگیری و کسب دانش است در جوامع مبتنی بر دانش، پس از آموزش، امکان دانش و بازتولید آن فراهم می‌شود. فراگیری دانش در مدارس، دانشگاه‌ها و مراکزی که برای این منظور ایجاد شده است، حاصل می‌شود. اما دستیابی به اطلاعات از طریق رسانه‌های چاپی (کتاب، روزنامه، مجله) نیز به دست می‌آید «همترین رسالت فناوری و اطلاعات و ارتباطات ایجاد زیرساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات و میزان استفاده از دانش ارتباط مستقیم با توسعه و پیشرفت و برخورداری جوامع دارد.

برخورداری جامع — توسعه — تولید دانش — فناوری اطلاعات

آزادی اطلاعات و حق دسترسی به آن

حق اطلاع به عنوان یکی از حقوق بنیادی در کشورهای پیشرفته به رسمیت شناخته شده است. اشکال جدید حق دسترسی به اطلاعات از قبیل اینترنت نیز در چارچوب تحقق «حق اطلاعات» مورد پیگیری و خواست شهروندان کشورهای مختلف به ویژه کشورهای پیشرفته می‌باشد. واقعیت این است که مشارکت و مسئولیت‌پذیری افراد جامعه بستگی به میزان دانش و اطلاعات افراد آن جامعه دارد. برای انجام کارهای بزرگ، ناگزیر

ابزار آن نیز باید فراهم شود. پیش‌نیاز حرکت رو به جلوی جوامع و تحول و توسعه آنها در گرو عمومی شدن و امکان دسترسی همه گروه‌های اجتماعی به اطلاعات و ارزش افزوده ناشی از آن یعنی دانش است. در گذشته اطلاعات صرفاً در انحصار دولت‌ها بود. امروز دولت‌ها به امانتدار و واسطه‌های اطلاعات تبدیل شده‌اند. مفاهیمی چون «آزادی اطلاعات» و موارد اصلی آن «حق دسترسی به اطلاعات» به معنای توانمندی شهروندان و دخالت آنها در تعیین سرنوشت جامعه، از اصلی‌ترین مفاهیم دموکراسی در عصر حاضر به حساب می‌آید. برخی صاحب‌نظران نقش اطلاعات در زندگی اجتماعی را به کارکرد پول در اقتصاد جامعه تعبیر کرده‌اند. شهروندان برخوردار از اطلاعات می‌توانند درباره زندگی سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود انتخاب بخردانه‌تر داشته باشند و با ورود و مشارکت در مسائل به تحول و توسعه جامعه کمک‌مک‌م‌تر میکنند.

اطلاعات عامل تحول و دگرگونی در جوامع

گذر از جامعه کشاورزی و صنعتی و عبور از جامعه فراصنعتی، به واسطه رشد کمی و کیفی اطلاعات در برهه‌های مختلف و در فرآیند تحولات اقتصادی و اجتماعی صورت پذیرفته است و امروزه ورود به جامعه اطلاعاتی نیز با اتکا به آگاهی و اطلاعات و توسعه بیش از پیش فرصت‌های آموزشی و نیز افزایش شمار نیروی کار متکی، برخوردار و مسلط به اطلاعات امکان‌پذیر شده است. بدین ترتیب اطلاعات در دوران جدید فقط یک کالای عمومی نیست، بلکه یک منبع عمومی نیز هست. منبعی که باید در اختیار همه شهروندان قرار گیرد. به بیان دیگر دسترسی به اطلاعات یک «حق عمومی» است و دولت‌ها باید این حق را با وضع قوانین و ایجاد سازوکارهای مناسب، تضمین کنند. آزادی اطلاعات و حق دسترسی به آن سازگار لازم را برای دانستن و آگاهی شهروندان فراهم کرد. به رسمیت شناختن آزادی اطلاعات به عنوان یک حق بنیادین دو پی‌آمد اساسی به همراه دارد و در واقع به معنای توزیع قدرت و خروج آن از انحصار و تمرکز خواهد بود.

۱. اطلاعات ابزاری برای تامین منافع عمومی است.

۲. اصل برخورداری همگان از حداکثر آزادی اطلاعات و توزیع اطلاعات (سلول بنیادین قدرت)

فناوری اطلاعات و ارتباطات

فناوری اطلاعات و ارتباطات عبارتند از: مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده‌سازی، حمایت یا مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی مبتنی بر رایانه به ویژه برنامه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری. هرگونه ابزار اختراعی که توانایی‌های جسمی یا فکری انسان را افزون‌تر یا تقویت کند، فناوری تلقی می‌شود از این دیدگاه، فناوری اطلاعات و ارتباطات به مجموعه‌ای از امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، شبکه‌ای و ارتباطی به منظور دستیابی مطلوب به اطلاعات اطلاق می‌شود. با توجه به مهم‌ترین ویژگی فناوری اطلاعات و ارتباطات یعنی نحوه ذخیره‌سازی، پردازش، ارائه و انتقال اطلاعات، فناوری اطلاعات و

ارتباطات به مجموعه‌ای گفته می‌شود که امکان انجام عملیات مذکور را از طریق محیط‌های انتقال (شبکه‌ای و ارتباطی) فراهم نماید.

بدون تردید (ICT) (Information & Communication Technology) تحولات گسترده‌ای را در تمامی عرصه‌های اجتماعی و اقتصادی بشر به دنبال داشته و تاثیر آن بر جوامع شهریه‌گونه‌ای است که جهان امروز به سرعت در حال تبدیل شدن به یک جامعه اطلاعاتی است. جامعه‌ای که در آن دانایی و میزان دسترسی و استفاده مفید از دانش، دارای نقش محوری و تعیین کننده است.

با توجه به تعاریف فوق فناوری اطلاعات و ارتباطات دارای سه بخش می‌باشد:

۱. زیرساخت (information infrastructure)

در زیر ساخت اطلاعات (II) ، هدف ایجاد و گسترش امکانات ذیل به منظور فراهم نمودن بستر ارتباطی است.

* شبکه‌ها و سرویس‌های مخابراتی (موبایل، شبکه‌های بی‌سیم)

* تکنولوژی‌های انتقال (سیستم‌های فیبر نوری و ماهواره‌ای)

* سوئیچ و روتینگ

* دستیابی و عرضه

* ارتباطات چند رسانه‌ای (صوت و تصویر)

۲. فناوری اطلاعات (Information technology)

در فناوری اطلاعات (IT) موارد زیر مورد توجه قرار می‌گیرد

* ذخیره‌سازی اطلاعات (Disk , HDD, RAM)

* پردازش داده اطلاعات (Processing)

* سیستم‌های عامل (ویندوز، DOS)

* زبان‌های برنامه‌نویسی (... , CC+ , Vjual basic)

* مهندسی پروتکل‌ها

* نرم‌افزاری کاربردی (Office)

باید توجه داشت در زیرساخت اطلاعات علی‌رغم استفاده از نرم‌افزار، سخت‌افزار نقش تعیین کننده و اصلی را دارد و برعکس در بخش‌های دیگر نقش نرم‌افزار تعیین کننده و محوری است. زیر ساخت اطلاعات صرفاً بستر ارتباط و گزینه‌های متعددی را به منظور استفاده از دستاوردها و مزایای فناوری اطلاعات و

ارتباطات در اختیار شهروندان قرار می‌دهد و باید تلاش مضاعفی در جهت توسعه سایر بخش‌ها و یا ایجاد زیرساخت‌های جانبی دیگر صورت پذیرد. مثلاً بدون وجود یک زیرساخت قانونی استفاده از مزایای فناوری اطلاعات و ارتباطات در مواردی همچون تجارت الکترونیکی امکان‌پذیر نمی‌باشد. اصولاً هر شبکه که از قواعد مثلاً IP و TCP استفاده کند می‌تواند با هر شبکه که از این قوانین استفاده می‌کند، ارتباط برقرار کند و در این صورت با قطع شبکه‌های کوچک در داخل شبکه بزرگتر، مابقی شبکه به کار خود ادامه خواهد داد.

۳. کاربردهای اطلاعات (Information Application)

در کاربردهای اطلاعات (IA) موارد ذیل دارای اهمیت است:

* ارائه خدمات (دولت الکترونیکی، بهبود و سلامت شهروندان، درمان از راه دور)

* اشتراک دانش (کتابخانه‌های الکترونیکی)

* مدیریت عمومی (کنترل مسائل زیست محیطی)

* سرویس‌های اجتماعی

* راه‌حل‌های تجاری (تجارت الکترونیکی، بانکداری الکترونیکی)

* تولید و نشر محتوا (آموزش الکترونیکی)

بدیهی است تعادل در یک بخش و یا پیشروی غیرمتوازن در بخشی دیگر، امکان استفاده از مزایا و دستاوردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات را عملاً با مشکل مواجه می‌کند.

جامعه اطلاعاتی (The Information society)

با گسترش شبکه‌های انتقال و فناوری‌های نوین، از جمله اینترنت، تبادل اطلاعات به صورت نیاز مستمر درآمده است. بر همین مبنا، دنیا در حال گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی است. پیدایش و پیشرفت اینترنت به عنوان «ستون فقرات جامعه اطلاعاتی»، در ایجاد شرایط گذار از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی، جایگاه ویژه‌ای دارد و در حقیقت شبکه، شبکه‌های اطلاع‌رسانی جهانی» محسوب می‌شود. از گذشته تا به حال ارتباطات همواره به عنوان یکی از موضوع‌های بسیار مهم برای بشر محسوب می‌شده است. در گذشته‌های دور دوندگان مسئولیت حمل و نقل پیام‌های فرمانروایان و اشخاص مهم را بر عهده داشته‌اند. دود، نور و پرچم نیز از دیگر اشکال برقراری ارتباط و فرستادن پیام بوده است که اغلب از نقاط بلند و مرتفع یا برج‌ها به این منظور استفاده می‌شده است. استفاده از کبوتران نامه‌بر و اسب‌ها نیز از دیگر روش‌های متداول برای ارسال پیام بوده است. تاریخچه ایجاد ارتباط به شکل امروزی به اوایل قرن ۱۹ با

کشف الکترونیته و خاصیت انتقال آن به صورت سیگنال و علامت بر می‌گردد که از طریق آن برای اولین بار یک پیام با سرعتی افزونتر از سرعت هر انتقال دهنده دیگری فرستاده می‌شد. تلگراف اولین وسیله‌ای است که برای ارسال این شیوه از پیام در دنیای مخابرات استفاده شد. جامعه اطلاعاتی پدیده مهم و نوینی است که در عصر کنونی و در نتیجه فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی از آن نام برده می‌شود. امروزه کمتر کسی تردید به خود راه می‌دهد که زندگی فردی و اجتماعی تحت تأثیر تحولات سریعی که در حوزه اطلاعات و ارتباطات پدید آمده قرار ندارد. همکاری‌های بین‌المللی، نقش ارتباطات را در جامعه اطلاعاتی انکارناپذیر ساخته است به نحوی که افزایش بازدهی جامعه از طریق توسعه شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطی که بار اطلاعاتی و ارزش افزوده دارند کلیه محل‌های کار را از طریق اتوماسیون اداری (خودکار) به یکدیگر پیوند داده و ایجاد ارتباط بین دولت و واحدهای محلی از طریق شبکه اطلاعاتی و مخابراتی اداری را مؤثر ساخته است. ارتباطات مخابراتی در قرن حاضر در واقع عامل زیربنایی و توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی تلقی می‌شود و امروزه میزان توسعه ملی هر کشور را با معیار توسعه ارتباط مخابراتی در آن کشور ارزیابی می‌کند. با پیدایش شبکه‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی که همه ابعاد زندگی بشر را دچار دگرگونی کرده است جهان در حال وارد شدن به جامعه جدید بنام جامعه اطلاعاتی است. ویژگی اصلی یک جامعه اطلاعاتی آن است که اطلاعات توانمندترین عامل اجتماعی و اقتصادی است. جامعه‌ای که در آن اطلاعات ارزشمندترین منبع ابزار تولید و مهم‌ترین فرآورده آن می‌باشد.

تعاریف جامعه اطلاعاتی

به طور تحلیلی ۵ تعریف از جامعه اطلاعاتی که هر یک معیارهایی را برای خود دارند قابل ارائه است.

فناورانه

عمومی‌ترین تعریف از جامعه اطلاعاتی بر نوآوری چشمگیر فناوری تأکید می‌کند. تصور کلیدی این است که موفقیت علمی در پردازش، ذخیره و انتقال اطلاعات کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی را تقریباً به تمام گوشه و کنار جهان گسترش داده است.

اقتصادی

شاخه‌ای از جامعه اطلاعاتی که به مسائل اقتصاد اطلاعات می‌پردازد و در واقع با در دست داشتن اطلاعات اقتصادی مانند تولید سرانه، تولید ناخالص ملی و غیره سرو کار دارد.

شغلی

مقیاسی که برای پیدایش جامعه اطلاعاتی، دگرگونی های شغلی را مورد توجه قرار می دهد مقیاس رایجی است که بطور ساده می توان گفت عبارت از اینکه به هنگامی که کار اطلاعاتی در میان حرفه ها برتری یافته است. در واقع با کسب اطلاعات کامل از شغلی می توانیم آن را بعنوان جامعه اطلاعاتی قلمداد کنیم.

فضایی

این مفهوم از جامعه اطلاعاتی در عین حال که از جامعه شناسی و علم اقتصاد استفاده می کند در هسته خود تأکید مشخص جغراف دانان را بر روی مسئله فضا دارد. در واقع تأکید اصلی بر روی شبکه های اطلاعاتی است که مکانها را به هم متصل می کند و سپس تأثیرات چشمگیری بر روی برنامه ریزی های زمانی و مکانی ایجاد می کند.

فرهنگی

این مفهوم بیشتر از مفاهیم دیگر مورد تأیید جامعه اطلاعاتی است اما کمتر مورد سنجش و محاسبه قرار می گیرد. فرهنگ معاصر به شکل چشمگیر بیش از فرهنگ های قبل از خود انباشتگی اطلاعات را در خود دارد.

تعریف جامع جامعه اطلاعاتی

جامعه ای است که تولید، توزیع، انتشار، استفاده و دست کاری اطلاعات در آن یک فعالیت مهم اقتصادی، سیاسی و فرهنگی محسوب می شود. اقتصاد دانش محور، وجه اقتصادی آن است که در آن ثروت از بهره برداری اقتصادی از دانسته ها بدست می آید و فناوری اطلاعات مرکزیت خاصی برای تولید، اقتصاد و جامعه در ابعاد بزرگی دارد.

جامعه ای که مبنای تمامی کارهای خود را بر اطلاعات قرار دهد و در آن بیشترین سهم تولید ناخالص ملی (GNP) مجموع ارزش پولی کالاها و خدمات نهایی تولید شده در یک سال مشخص با استفاده از عوامل تولیدی که متعلق به شهروندان یک کشور می باشد) از کالاها و خدمات، مربوط به اطلاعات و اطلاع رسانی باشد را جامعه اطلاعاتی می گویند.

امروز دانش سرمایه هر کشور است، بنابراین همه کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه که با مفاهیم جدیدی از پیشرفت و توسعه مواجه هستند ناگزیرند خود را برای ورود به جامعه اطلاعاتی آماده کنند و برای این مقصود می بایست با بکارگیری تکنولوژی های نوین ارتباطی و ورود به شاهراه های اطلاعاتی مسیر خود را برای استقرار در جامعه اطلاعاتی هموار نمایند و در حقیقت از هر سه بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات یعنی زیرساخت، فناوری اطلاعات و کاربرد اطلاعات به میزان کافی و متوازن برخوردار شوند. در غیر این صورت از جریان توسعه وامانده و محکوم به نابودی خواهند بود.

دیدگاه های آلوین تافلر

آلوین تافلر در کتاب موج سوم، تاریخ بشر را با تأکید بر قدرت به سه مرحله کشاورزی، صنعتی و اطلاعات و ارتباطات (جامعه اطلاعاتی) تقسیم می کند.

۱) جامعه کشاورزی

از ابتدای خلقت تا سال ۱۷۰۰ میلادی دوره ابتدایی بشر و یا همان دوره کشاورزی است که طولانی ترین مرحله تاریخی است در این دوره ارتباطات چهره به چهره رایج بود و بیشتر کنش اجتماعی کاربرد داشت. در این دوران انسان ها با اتکاء به خود، تمام احتیاجات را از زمین تأمین می کردند و قدرتمندان این دوره صاحبان زمین های کشاورزی، انرژی و آب بودند. دسته ها و قبایل کوچک به صورت مکانیکی و ساده بودند و در این مرحله زمین مبنای اقتصاد، زندگی و فرهنگ بود و علاوه بر آن تولد جایگاه فرد را تعیین می کرد. دوره ای که ماکس وبر آن را بعنوان پدرسالاری یا حکومت مورثی یا فئودالیسم (زمین داران بزرگ) نام گذاری می کند.

اقتصاد در این زمان نامتمرکز بود و کارگاه های کوچکی وجود داشت اما چیزی که بتوان آن را تمدن نامید وجود نداشت. در این موج، بشر انرژی را از نیروهای عضلانی انسان، حیوان، خورشید، باد و آب می گرفت.

در موج کشاورزی کالاها به دست بشر ساخته می شد و در هر زمان یک مورد از هر محصول تولید می شد و به تدریج شرکت های تجاری توسط تجار و بازرگانان در نظام فئودالی ایجاد شد. محصولات تولیدی توسط آنان به فروش می رفت اما بازار به دلیل وسایل ارتباطی محدود رونق بسیار کمی داشت. در طول این موج خانواده ایستا و گسترده بود و افراد خانواده بصورت دسته جمعی زندگی می کردند.

خانواده گسترده در واقع عنوان یک واحد تولیدی قوی به شمار می رفت. افراد قادر به جابجایی و ترک مکانی و موقعیتی نبودند. تحرک مکانی افراد فقط در موارد بحرانی و اجباری صورت می گرفت و در موج اول سرویس خدمات پستی در دست ثروتمندان و اغنیاء بود و نظام های انتقال اطلاعات نیز در دست نخبگان (خان ها) قرار داشت.

حمل و نقل اطلاعات و پیام ها کند و پرهزینه بود و در طول دوره کشاورزی راه ها و جاده های مناسبی برای حمل و نقل وجود نداشت. در این دوره اقتدار کلیسا بی نهایت بود. و با تزریق ایدئولوژی خشک و بی روح و تعالیم مکتبی، عقاید علمی را به فراموشی و بطلان می سپارد. از نظر اقتصادی کیفیت و بهره وری جایگاهی نداشت و مردم مجبور بودند بخشی از دارایی های خود را به عنوان مالیات به خوانین بپردازند. این دوران تا اوایل قرن ۱۸ ادامه داشت.

۲) جامعه صنعتی

در موج دوم دوران ده ها هزارساله کشاورزی جای خود را به صنایع و تولید می سپارد. این دوران در حدود ۳۰۰ سال پیش یعنی اوایل قرن ۱۸ (مهم ترین قرن بشر) همزمان با انقلاب صنعتی آغاز شد. در این دوره قدرت صاحبان زمین ها به صاحبان صنایع بورژواها (ثروتمندان، پولداران، صاحبان دارایی و قدرت) انتقال یافت و در واقع نیروی کار عوض شد.

کارگاه های کوچک به کارخانه ها تبدیل شدند. حدود ۹۰ درصد مردم در کارخانه ها مشغول کار شدند، تمدن صنعتی همراه با تولید انبوه، فزونی جمعیت، تقسیم کار و نیاز متقابل آغاز شد. همراه با انقلاب صنعتی و رنسانس؛ دستاوردهای علمی، پزشکی و فنی بوجود آمد و سکان قدرت به دست صنعت گران افتاد. اتومبیل سازی، نساجی، راه آهن، کشتی بخار، واکسن بیماریهای مختلف و بسیاری دیگر از نشانه های این دوران است. خطوط حمل و نقل، تخصص، احزاب کارگری و اتحادیه ها در این دوره سازمان یافتن. بروکراسی یا سلسله مراتب اداری، روزنامه ها، سینما و تئاتر همگی محصول این دوره اند و در واقع در این دوره جنگی تمام عیار میان مدافعان کشاورزی و سردمداران صنعتی به وقوع پیوست. نفی حکومت کلیسا، ایجاد قوانین مدنی و اساسی، اعتصابات کارگری و بسیاری از روشنگری های دیگر از خصوصیات این دوره است.

در موج دوم؛ کشف معادن ذغال سنگ، نفت، گاز و سوخت های فسیلی صورت گرفت و کارخانه ها، صنایع داروسازی و اتومبیل سازی ها ایجاد شد و فعالانه کار خود را شروع کردند. در این موج خانواده کوچکتری و شکل پویا پیدا می کند.

وستائیان کم برای کار در کارخانه ها، مزارع را به سوی شهر ترک کردند. بطور کلی در موج دوم دنیای فنی، جایگزین دنیای کشاورزی و سنتی می شود و سرمایه داری رشد می یابد.

در حقیقت اقتصاد سودطلب براساس عرضه و تقاضا بوجود می آید و فرهنگ مصرفی رواج پیدا می کند. حتی به دلیل وجود تبعیض جنسیتی، فمینیسم (زن سالاری) رواج پیدا می کند. برخی ها موج دوم را بعنوان موجی می دانند که انسان را از اجتماع جدا ساخته و انسجام گروه های انسانی را از بین می برد. در این موج رسانه ها به استقلال واقعی خود دست می یابند و مشارکت و تعامل افراد در سطح جامعه گسترش می یابد.

تافلر می گوید موج سوم درحقیقت نتیجه اندیشه های موج دوم است که منجر به تشکیل خانواده های هسته ای، فرهنگ الکترونیکی و از بین رفتن حکومت ملی و ایجاد حکومت جهانی می شود.

۳. جامعه اطلاعاتی

این مرحله از سال ۱۹۵۰ به بعد آغاز می شود. در موج سوم روابط سیاسی و جغرافیایی جدید و تکنولوژی

های مدرن را پیش رو داریم. دانیل بل این موج را ظهور جامعه فراصنعتی می نامد. برژینسکی آن را عصر فنی الکترونیکی می داند. تافلر آن را جامعه مافوق صنعتی و یا فراصنعتی می نامد. در این دوره مناظره بزرگ میان جهان فنی (حامیان صنایع و تمدن صنعتی) و جهان اطلاعاتی (حامیان ارتباطات) را در بر می گیرد. جهان به سوی دهکده جهانی پیش می رود و روند جهانی شدن رو به گسترش است. این موج شکاف تاریخی بین تولید کننده و مصرف کننده را پر کرده و نظام اقتصادی تولید برای مصرف شخصی افراد را بوجود می آورد. خواستگاه فردی و نیازهای افراد موجب پدیدار شدن دستگاه های ارتباطی الکترونیکی، فیبرنوری، اینترنت، کامپیوترهای شخصی و امثال آن می شود.

والر اشتاین می گوید: میلیتاریزم (قدرت نظامی) جای خود را به سرمایه داری نوین می دهد. صنایع مخابراتی جدید، ماهواره ها، شبکه های اطلاع رسانی، علوم فضانوردی، انرژی های اتمی، رادارها، ارتباطات از راه دور، انفورماتیک و بسیاری از موارد دیگر از محصولات موج سوم است. علم وراثت به سرعت در پزشکی و کشاورزی پیش می رود و انرژی خورشیدی جایگزین انرژی های فسیلی می شود. در این موج به جهت ارائه بازی های الکترونیکی جدید منبع تصاویر کودکان موج اول را که فراتر از دهکده، معلم، کشیش و یا مقام اداری نمی رفت گسترش می دهد. با سیستم های کابلی و سیمی بسیاری از اطلاعات به تمام دنیا فرستاده می شود. هجوم اطلاعات و آگاهی و اخبار، ساختار اخلاقی و ایدئولوژیکی موج قبلی را در هم شکسته و به طور کلی تولید و پردازش اطلاعات دنیا را تسخیر کرده است. تافلر منبع اصلیمو جسم مرادانشداریقابلیتکنشگریمینامد. ایندانش، اطلاعاتودادهادر قالبنوشته، تصویرازفرهنگ گوایدئولوژی تارزش ها را در بر می گیرد. در واقع این موج عصر دانش را گشوده است. وی معتقد است دو عامل زیر موجب تغییر موج دوم به موج سوم شده است:

۱. بصورت ساختاری به جامعه اجازه داد گام بزرگی نسبت به قبل بردارد.
 ۲. میزان اتکا به دودکش های صنعتی را کاهش و میزان اتکاء به مشاغلی که از راه ساختار غیرمتمرکز شبکه های کامپیوتری بوجود آمده است را افزایش داد.
- تافلر می گوید: افزایش عدم قطعیت و غیرقابل پیش بینی شدن زندگی روزمره از دیگر ویژگی های جامعه در حال گذار است. در این جامعه؛ اطلاعات به شکل کالا در می آید و این کالا همزمان به عنوان پول رایج عمل می کند. کامپیوتر و اینترنت ابزارهایی هستند که موج سوم را امکان می سازند. استفاده از این ابزارها نقش کارگزاران روابط عمومی را تقویت می کند. در فضاهای بازاریابی، تبلیغات و ترویج نیز اطلاعات همواره در جریان است. بنابراین انسان می تواند با درک و ضبط پیام ها و اطلاعات مختلف از این جریان عظیم منافع بسیاری را ببرند.

ظهور جامعه اطلاعاتی

جامعه اطلاعاتی با گسترش اینترنت و فناوری نوین تبادل اطلاعات به صورت نیاز مستمر در آمده است. بدین منوال، دنیا در حال گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی است. پیدایش و پیشرفت اینترنت به عنوان ستون فقرات جامعه اطلاعاتی، در ایجاد شرایط گذار از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی، جایگاه ویژه ای دارد و در حقیقت شبکه، شبکه های اطلاع رسانی جهانی محسوب می شود. جامعه اطلاعاتی، یک پروژه جهانی است که در سال ۲۰۰۵ از سوی سازمان ملل متحد به منظور پیشبرد و توسعه پایدار در جهان از طریق استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و فراهم نمودن امکان دسترسی همگان به این فناوری ها برای کاهش شکاف دیجیتالی (Digital Divide) بین کشورها و درون آنها با هدف ریشه کن نمودن فقر و برقراری حکومت های عادلانه و افزایش کارایی و کارکرد دولت ها، بخش های عمومی، بخش خصوصی، جامعه مدنی، سازمانهای غیردولتی و جامعه بین الملل با شعار ((ایجاد جامعه اطلاعاتی، اکنون وقت عمل است)) اعلام شد.

بر این اساس برخی کشورها از سال ۲۰۰۵ وارد جامعه اطلاعاتی شدند و ما بقی کشورها می بایست با اجرای برنامه های توسعه، تا سال ۲۰۱۵ یعنی سال هدف به میزان دستیابی به فناوری های نوین ارتباطی، وارد جامعه اطلاعاتی شوند.

انقلاب اطلاعات و ارتباطات

در عصری زندگی می کنیم که انفجار اطلاعات در آن اجتناب ناپذیر است. ((جامعه اطلاعاتی)) با گسترش تکنولوژی های نوین ارتباطات و تمامی پیامدهای مثبت و منفی اش در حال وقوع و شکل گیری است. امروز مفهوم اطلاعات و جامعه اطلاعاتی بیش از پیش مطرح شده و تبدیل به دغدغه اصلی در همه عرصه ها شده است. ((ماده خام جامعه اطلاعاتی، اطلاع است.)) هر چه افراد جامعه با اطلاع تر و آگاه تر باشند، کیفیت و کارایی آن جامعه در حوزه های گوناگون زندگی اعم از مادی و معنوی بیشتر خواهد بود. تا جایی که به قول معروف ((اطلاع به مثابه خبر با ارزش، بنیاد دموکراسی)) بشمار می رود. به عبارت دیگر جامعه ای که در آن فناوری تولید و توزیع اطلاعات محقق شود و بخش عمده ای از تولید کالا جای خود را به تولید اطلاعات دهد، اتلاق جامعه اطلاعاتی به آن جامعه امکان پذیر خواهد بود.

پیامدهای ورود به جامعه اطلاعاتی

ورود به جامعه اطلاعاتی قطعاً با گسترش مشاغل مبتنی بر اطلاعات، تولید و توزیع آن همراه خواهد بود. به طور کلی ترکیب مشاغل در بخش های اقتصادی در جامعه اطلاعاتی تغییر خواهد کرد به نحوی که پیش بینی می شود تا سال ۲۰۴۵ تنها ۳ درصد از مشاغل در بخش کشاورزی و ۴ درصد در بخش صنعت و ۹۳

درصد شاغل خدماتی خواهند بود که عمدتاً در بخش IT فعالیت خواهند کرد. محصول این جامعه اطلاعاتی دانش می باشد.

«در جامعه اطلاعاتی، فناوری های ارتباطی به عنوان ابزارهای اقتصادی با اطلاعات جایگزین ماشین هایی می شوند که به عنوان ابزارهای اقتصادی، صنعتی به شمار می روند.» در این صورت بخش های مربوط به تولید و توزیع فناوری ها و خدمات اطلاعاتی به عنوان، بخش اصلی صنعت از مشخصه های جامعه اطلاعاتی محسوب می شود.

جامعه اطلاعاتی محصور امواج و پیام های ارتباطی و اطلاعاتی است و پدیده ای واقعی و در حال گسترش است و انکار آن امکان پذیر نیست.

ضرورت جامعه اطلاعاتی

ضرورت جامعه اطلاعاتی ریشه در اصل مفید بودن اطلاعات دارد. همانطور که گفته شد ماده خام جامعه اطلاعاتی، «اطلاع» است. و اطلاع بنیاد آگاهی مبنا یا انتخاب بهترین شیوه برای مدیران و رهبران زندگی اجتماعی است. اگر چه اطلاعات بیشتر، به خودی خود و الزاماً زندگی مردم را غنی تر نمی کند، لیکن اطلاع به مثابه خبر با ارزش، بستر ساز جامعه متعادل خواهد بود. اهمیت و ضرورت جامعه اطلاعاتی تا حدی است که حتی کشورهای توسعه یافته و توسعه یافته و تا حدودی در حالت توسعه، استفاده از همهمه ها همگان نیاز جملها بیشتر در چارچوب تحقق «حفاظت» برای همهمه شهر و نداشتن تضمین می کنند. با دسترسی همگان و فراگیر به اطلاعات و به عبارتی مصرف انبوه اطلاعات دانایی رشد و انتخاب روشهای بهتر برای تعیین مسیر توسعه جامعه و برخورداری شهروندان امکان پذیر خواهد شد. بدین ترتیب جوامع دانایی محور حول تولید، باز تولید و مصرف انبوه اطلاعات به جوامع دانش محور مبدل می شوند.

جامعه اطلاعاتی عامل دگرگونی تکنولوژی نوین ارتباطی

روابط انسانی از جمله مهمترین شاخص های فرهنگی و اجتماعی است که بسیاری از ابعاد و جنبه های زندگی بشر را متأثر می سازد. روابط انسانی افراد در نهایت به جز تأثیرات روانی، اجتماعی و فرهنگی بر سایر بخش ها و حوزه های جوامع از قبیل حوزه های سیاسی، اقتصادی، فناوری و غیره نیز تأثیر گذار است. روابط انسانی شامل سه بعد اساسی زیر است.

(۱) ارتباط فرد با خود

(۲) ارتباط فرد با دیگران

(۳) ارتباط جمعی یا عمومی

به گفته دین بارنلوند هر ارتباطی که پای انسان در آن کشیده شده است از چشم اندازی که انسان از خود دارد شروع می‌شود. براساس این ارتباط هر یک از ما ابتداء با خود ارتباط برقرار می‌کنیم و جریان تفهیم و تفاهم را در درون خود انجام می‌دهیم که این یک نوع ارتباط درونی است. ارتباط با خود در برگیرنده مشکلات درونی یا حل تعارضات درونی فرد است. این ارتباط علاوه بر برنامه‌ریزی برای آینده عملکرد عاطفی و ارزیابی خود و دیگران و روابط میان خود و دیگران را مورد توجه قرار می‌دهد. ارتباط با دیگران فراگرد تفهیم و تفاهم و تسهیم معنی بین یک شخص و انسانهای دیگر (حداقل با یک نفر دیگر). این ارتباط به دلایل گوناگونی از قبیل حل مسائل و مشکلات خود با دیگران، رفع تضادها و تعارضات، رد و بدل کردن اطلاعات، درک بهتر خود، رفع نیازهای اجتماعی و مواردی از این قبیل انجام می‌گیرد. و این ارتباط در واقع ارتباط چهره به چهره است که از طریق کلامی یا غیر کلامی انجام می‌شود. ارتباط جمعی یا عمومی نیز نوعی از ارتباط است که براساس آن فرد با تعداد کثیری از انسانهای دیگر ارتباط برقرار می‌کند. این ارتباط در اکثر موارد براساس هدف اطلاعاتی یا اقناع و متقاعد سازی شکل می‌گیرد. ولی علاوه بر آن ممکن است هدف آن مشغول کردن و یا ایجاد وضعیت تفریحی برای دیگران باشد. ارتباط جمعی ممکن است بی‌واسطه و یا با واسطه باشد که بیشتر از طریق مجراهای گوناگون ارتباطی و بویژه رسانه‌ها صورت می‌گیرد.

ارتباط فرد با دیگران و ارتباط عمومی از جمله نیازهای طبیعی و به حق انسانی است به طوری که آبراهام مازلو روان شناس آمریکایی در هرم نیازها؛ نیازهای اجتماعی و منزلت را به طور ویژه مد نظر قرار داده است.

هرم نیازهای انسانی از دیدگاه مازلو

- نیازهای خودیابی / شکوفایی اخلاقیات
- نیازهای قدر و منزلت خلاقیت، مبتکر بودن
- متعصب نبودن و قبول واقعیت
- رضایت درونی، اعتماد به نفس
- موفقیت، احترام به دیگران
- نیازهای تعلقی مورد احترام قرار گرفتن
- نیازهای امنیتی
- دوستی، خانواده، صمیمیت بین افراد
- امنیت، جسم، شغل، امکانات، خانواده، سلامتی
- تنفس، غذا، مسکن، خواب، تعادل زیستی و نفع

تئوری های جامعه اطلاعاتی

به طور کلی نظریات موجود در زمینه جامعه اطلاعاتی و تأثیر تکنولوژی های نوین ارتباطی را می توان در سه دسته عمده تقسیم بندی کرد:

* دیدگاه منفی

* دیدگاه مثبت

* دیدگاه پست مدرن

دیدگاه منفی

این دسته از نظریات دیدگاههای بدبینانه‌ای نسبت به رشد تکنولوژی های نوین ارتباطی، اطلاعاتی و نهایتاً ظهور جامعه اطلاعاتی دارند و معتقدند که این امر منجر به گسترش جهان سرمایه داری و سلطه آن بر دنیا می شود. نقطه شروع این گونه نظریه‌ها به سالهای بعد از فروپاشی دولت کمونیستی اتحاد جماهیر شوروی در دهه ۱۹۹۰، پیوستن اتحاد مجدد آلمان و سقوط حکومت‌های کمونیستی در اروپا و طرح نظریاتی چون نظریه پایان تاریخ از فرانسیس فوکویاما که معتقد به پیروزی حکومت لیبرال و سلطه لیبرالهای آمریکا بر سراسر جهان بود و همچنین نظریه برخورد تمدن‌ها از هانتینگتون باز می گردد. که نظریه برخورد تمدن‌ها معتقد است جهان پس از دهه ۱۹۹۰ به جای رقابتهای نظامی شاهد رقابتها و نزاع های فرهنگی خواهد بود و از جمله طرفداران این نظریه می توان به نیل پست من امریکایی و هربرت شیلر امریکایی، وینست ماسکو (کانادایی) اشاره کرد. پست من معتقد است تکنولوژی های نوین ارتباطی زندگی واقعی انسانها و نیز فرهنگ را به اندازه بسیار ناچیزی دگرگون خواهد کرد. انسانها مشکلاتی در رابطه با دوستان خود، با والدین و یا دشواری های شغلی دارند که رسانه های گروهی چند منظوره یا مدرن در آینده شاید به هیچ وجه به این گستره ها دست پیدا نکنند. من مطمئن نیستم که واقعاً کامپیوتر در امر دگرگونی کیفیت زندگی شهروندان معمولی سهمی داشته باشد و معتقد هستم بوسیله این دستگاه ها نمی توانیم از مرزهای درک حسی و تجربی بسیار فراتر رویم. نیل پست من در کتاب تکنوپولی به این نتیجه می رسد که تکنولوژی بدون اخلاق جامعه آمریکا را به انهدام کشانده و چنین جامعه ای موجودیت سیاره خاکی را به خطر انداخته است. وی همچنین در کتاب (زندگی در عیش، مردن در خوشی) از آثار تخریبی وسایل جدید ارتباطی سخن می گوید و اعتقاد دارد که ماهواره ها جایگزین والدین شده و ابتکار عمل را در پرورش همه

جانبه فرزندان به دست می‌گیرند و آنگونه که اقتصاد، بازار، سود و تجارت می‌خواهد عمل می‌کند. دیدگاه مثبت گرا:

برخلاف دیدگاه اول نسبت به اطلاعات موجود در فضای جامعه اطلاعاتی خوشبینانه هستند و پیامدهای استفاده از فناوری اطلاعات را مثبت می‌بینند و برجسته‌ترین فرد این نوع دیدگاه آقای دانیل بل جامعه شناس آمریکایی است که در کتاب فرا رسیدن جامعه صنعتی حدود سال ۱۹۷۳ پیشگام نظریه جامعه اطلاعاتی می‌شود. بنا بر نظریه ایشان پایه‌های جامعه صنعتی را کار و سرمایه تشکیل می‌دهند و در جوامع مدرن دانش در قالب اطلاعات عالم تغییر زندگی اجتماعی و بنیادهای توزیع قدرت است. نه تنها قدرت بلکه ثروت را هم توزیع می‌کند. این روند جایگزین دانش و اطلاعات موجب شده است روندهای تولید و سازماندهی کار تغییر کند و بطور کلی جامعه پسا صنعتی یا جامعه اطلاعاتی در محور دانش استوار است.

دیدگاه پُست مدرن:

برخلاف عنوانش بسیار بدبینانه است. اصولاً این دیدگاه استقلال و خود مختاری تکنولوژی‌های نوین ارتباطی را قبول ندارد و نسبت به آن مشکوک است. آقای ژان بوردیاز از پیشگامان این دیدگاه می‌باشد و معتقد است که گسترش اطلاعات غیر از واقعیت ممکن نیست. در این نوع جوامع به جای اینکه با یک واقعیت سرو کار داشته باشیم با فرا واقعیت سرو کار داریم که اسم این واقعیت را واقعیت مجهول نام برده است. این رسانه‌های اطلاعاتی بیش از حد به مخاطبین اطلاعات می‌دهند، قدرت تفکر را از آنان می‌گیرد و خیلی راحت حقیقت را تحلیف می‌کنند. سرچشمه بسیاری از ناهنجاری‌ها هستند و ایشان بطور کلی انبوه اطلاعات را اطلاع رسانی مستهجن می‌نامد. این نظریه پرداز حاصل جامعه اطلاعاتی را یک زندگی حماقت بار، بی مسئولیت و وحشی می‌نامد در نتیجه سیلاب اطلاعات نوعی اعتیاد ایجاد می‌کند که این اعتیاد باعث می‌شود مردم گوشه گیر و منفعل شده و خلاقیت خود را از دست دهند.

شرایط تشکیل جامعه اطلاعاتی

چهار پیش شرط برای تشکیل جامعه اطلاعاتی لازم است:

۱. اطلاعات باید به طور انبوه در اختیار همگان قرار گیرد و تا آگاهی به عنوان مبنای مشارکت در تصمیم گیریها متبلور شود.

۲. کارکنان بخش علمی یا بخش اطلاعات باید در میان نیروی کار در جامعه صنعتی پیشرفته از اکثریت برخوردار باشند و نقش کلیدی در تولید و ارزش افزوده در مجموعه اقتصاد ایفاء کنند.

۳. پیدایش جامعه اطلاعاتی با تکوین فرهنگ اطلاعات و ایجاد هماهنگی میان بخش‌های مختلف و میان کشورهای گوناگون که به مکان سکونت اعضای خویش وابسته نمی‌باشند.

۴. جامعه اطلاعاتی در بستر جهانی شدن (Globalization) روندهای ارتباطی و اطلاعاتی شکل می‌گیرد و دسترسی به تکنولوژی‌های نوین را برای کشورهای در حال رشد فراهم تا شکاف میان خود و کشورهای پیشرفته را کاهش دهند. در غیر این صورت شکاف دیجیتالی بین کشورها و طبقات اجتماعی در درون آنها روز به روز بیشتر خواهد شد.

شکاف یا فاصله دیجیتالی چیست؟ (Digital Divide)

ورود و نسبت برخورداری از تکنولوژی‌های ارتباطی به شرایط هر کشور بستگی دارد و سبب ایجاد پدیده‌ای به نام شکاف دیجیتالی شده است. در مقابل هر کشوری که به هر مقدار این شکاف را کاهش می‌دهد، شکاف دیجیتالی را به فرصت دیجیتالی برای رشد و پیشرفت جامع ملی تبدیل ساخته است.

شکاف دیجیتالی به معنای وجود نابرابری در دسترسی و استفاده از فناوری‌های نوین در بین کشورهای توسعه یافته و عقب مانده است. شکاف دیجیتالی منحصر بین کشورها نمی‌باشد و به پدیده‌ای داخلی نیز تبدیل شده است. بدین ترتیب شکاف بین افراد، خانوارها، صاحبان مشاغل و مناطق جغرافیایی در جایگاه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی در دسترس و استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی هم شکاف دیجیتالی محسوب می‌شود. شکاف دیجیتالی، معلول‌نانشی از فناوری اطلاعاتی و ارتباطی است که کشورهای در حال توسعه به دلیل فقدان دسترسی به این تکنولوژی‌ها به آن مبتلا می‌باشند و از طرفی امروز به عامل مهم و تازه‌ای در راه توسعه این کشورها مبدل شده است. شکاف دیجیتالی دامنه خود را علاوه بر فاصله میان کشورها در داخل مرزهای یک کشور نیز گسترش داده است. حتی دامان کشورهای غنی را نیز می‌گیرد.

فاصله دیجیتالی معمولاً به معنای شکاف در زمینه مشارکت در جامعه اطلاعاتی بین گروه‌های مختلف مردم نیز است.

علل شکاف دیجیتالی

* فقدان سرمایه‌گذاری پایدار و کافی (مناسب) در خدمات وزیر ساخت ICT

* نگرش بدبینانه نسبت به آثار فناوری‌های نوین اطلاعاتی

* فقدان زیرساخت‌های نرم افزاری و سخت افزاری

* دانش ستیزی

* تمرکز قدرت و به تبع انحصار اطلاعات

* فقدان جامعه مدنی

* ساختارهای سنتی و ماقبل صنعتی (جامعه کشاورزی)

به طور کلی باید توجه داشت که شکاف دیجیتالی واقعیتی است که با نصب چندین و چندخط تلفن ثابت و راه اندازی چندین و چند سیستم کامپیوتری حل نمی شود. زیر ساخت های ارتباطی شامل ارتباطات مخابراتی، اتصال به شبکه جهانی اینترنت و رسانه های بخش اطلاعات و پوشش شهری و روستایی، مقدمات کاهش فاصله دیجیتالی و تبدیل آن به فرصت دیجیتالی خواهد بود.

فرصت دیجیتالی

فرصت دسترسی ارزان، عام و فراگیر و برابر شهروندان یک کشور را با شاخص های فرصت های دیجیتالی به اصطلاح **DOI (digital object identifier)** اندازه گیری می کنند. اگر روزی تعداد خطوط تلفن ثابت ملاک سنجش و اندازه گیری شکاف دیجیتالی بود، امروز گسترش **ICT** و دسترسی به موبایل نسل سوم (**Universal Mobile Telecommunication System**)

و اینترنت پرسرعت معیار فرصت دیجیتالی می باشد. ارتباطات سیار به عنوان حلقه مفقود در کشورهای کمتر توسعه یافته عامل مهمی در میزان دستیابی شهروندان به فرصت های دیجیتالی محسوب می شود.

اهمیت شکاف دیجیتالی تقریباً همه دولتمردان جهان را معتقد به تلاش برای از بین بردن و تبدیل آن به فرصت دیجیتالی نموده است. این دولتمردان برآنند تا با دسترسی به **ICT** کشورهای خود را در پشت درهای توسعه پایدار واقعی حفظ کنند و مسیر پیشرفت را با عبور از بزرگراه های ارتباطی (استفاده از دستگاه های ارتباطی مثل تلفن های ثابت، سلولی، اینترنت، موبایل) و استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی برای جامعه و مردم خود فراهم کنند تا در جایگاه قابل قبولی جهانی قرار گیرند. در کشورهای فقیر این نخبگان هستند که به تکنولوژی های نوین ارتباطی دسترسی دارند و بر اساس گزارش های مربوط به میزان تلاش دولت ها برای دستیابی هر چه سریعتر به معیارهای جامعه اطلاعاتی نشان می دهد که بحث دیجیتالی به عنوان یکی از مهمترین چالش های پیش رو در عرصه گسترش **ICT** همچنان مطرح است.

بسیاری از کشورها درصددند که با کم کردن این شکاف آن را به فرصت تبدیل کنند. از نمونه کشورهای موفق در این خصوص کره جنوبی است که با به کارگیری برنامه های کارشناسی طی ۵ سال توانست خود را به صدر جدول میزان استفاده از **ICT** برساند و شکاف دیجیتالی را به فرصت دیجیتال تبدیل نماید.

راهکارهای کاهش شکاف دیجیتالی

راهکارهای کاهش شکاف دیجیتالی بر مبنای دلایلی که موجب شکاف دیجیتالی شده است شکل می گیرند و به دو دسته تقسیم می شوند.

۱) راهکارهای زیرساختی:

راهکارهای زیر ساختی، همه فعالیت های مربوط به فراهم آوری زیرساخت های فنی و عمدتاً سخت افزاری برابر در دسترسی به تکنولوژی های نوین ارتباطی را دربر می گیرد از قبیل:

* افزایش پهنای باند دریافت و ارسال اطلاعات

* ایجاد فرصت های برابر برای دسترسی به سخت افزارهای مورد نیاز

* توسعه شبکه های تلفن همراه

* ایجاد زیرساختهای توسعه امکانات شبکه ای و مخابراتی در سراسر یک کشور بدون توجه به میزان

بازگشت سرمایه گذاری

* ایجاد زیرساخت های قانونی

* امکان استفاده از مزایای فناوری اطلاعات و ارتباطات مثل تجارت الکترونیک، شهر الکترونیک، دولت

الکترونیک و ...

۲. راهکارهای آموزشی

راهکارهای آموزشی در جهت توسعه منابع انسانی و افزایش دانش و مهارت های افراد شامل همه فعالیت های آموزشی در جهت کاهش شکاف دیجیتالی استفاده می شود. شهروندان یک کشور در این صورت باید به شکل و شیوه های مختلف با استفاده از رسانه های همگانی مثل اینترنت آشنا شوند از جمله این شیوه ها عبارتند از:

* آموزشهای عمومی و رایگان در زمینه ICT در مدارس و دیگر مراکز

* تبدیل ICT به رشته های آموزش عالی

* حمایت دولت از فارغ التحصیلان رشته های ICT

* تشویق و ترغیب شهروندان به آموزش پذیری و ایجاد نظام انگیزشی در این زمینه

کاربردهای فناوری های نوین ارتباطی

ارتباطات مطمئن و در دسترس به صورت کارآمد، به عنوان بخشی از ابزار حل مشکلات جوامع ملی و جهانی شمار میرود. ممکن است فناوری های ارتباطی مثلاً وجود کامپیوتر به خودی خود و به طور فیزیکی گره ها را سبب نکند یا گرسنگی را برطرف نکند، مرگ و میر کودکان را کاهش می دهد، اما عواملی با اهمیت هستند که رشد اقتصادی و توسعه اجتماع را به حرکت درمی آورند و زمینه ساز دستاوردهای بیشتر در حوزه های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی، بهداشت و سلامت و... به صورت میانبر خواهند شد. امکان آموزش از راه دور، عرضه خدمات اولیه بهداشت و درمان از راه دور، کاهش سفرهای شهری و بین شهری، کنترل و حفظ محیط زیست، تولید، تنوع و توزیع بهینه محصولات کشاورزی، دستیابی به بازارهای محلی، ملی، منطقه ای و جهانی، کمک به

دولت ها و بخش های عمومی جوامع در ارائه خدمات به شهروندان، انتقال دانش، تولید دانش، بانک های اطلاعاتی، دسترسی سریع، کاهش هزینه ها، اشتغالزایی و... تنها بخشی از دستاوردهای ICT برای دولتها، سازمان ها و شهروندان جامعه جهانی فراهم کرده است. شاخص های فرصت های دیجیتالی

شاخص های فرصت های دیجیتالی شامل سه مقوله فرصت، زیر ساخت و بکارگیری است. این شاخص ها نشان می دهد که نیروی بالقوه برای فراهم کردن دسترسی جهانی ارزان، فناوری اطلاعات و ارتباطات در بیشتر کشورهای جهان وجود دارد. اگر چه باید توجه داشت که مصادیق فرصت های دیجیتالی در کشورهای مختلف و بر اساس میزان برخورداری از آنها از ICT در حال تغییر است، در کشورهای فقیر و کم درآمد، فرصت دیجیتالی بر اساس دسترسی به خدمات تلفن همراه و مخابرات ارزان و در کشورهای پردرآمد، زیر ساخت مناسب و استفاده از فناوری های پیشرفته مثل تلفن همراه نسل سوم (G3) و پهنای باند و اینترنت پرسرعت ارزیابی می شود.

امروز اگرچه کشورهای در حال توسعه در زمینه تلفن همراه و دسترسی به اینترنت، پیشرفت های نسبتاً خوبی داشته اند، لیکن فاصله آنها با کشورهای غنی دارای تکنولوژی های روزآمد به ویژه در زمینه تلفن های موبایل نسل سوم و پهنای باند قابل توجه می باشد. به عبارت دیگر همزمان با رشد ICT در جهان مفهوم شکاف دیجیتالی در حال تغییر است.

ویژگی های جامعه اطلاعاتی

آثار ویژگی های جامعه اطلاعاتی بر حوزه های مختلف جامعه از جمله، حوزه سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... چون دیدگاه نظریه پردازان در مورد جامعه اطلاعاتی متفاوت و متعارض و دوگانه است. بدین معنی که طیفی از آثار منفی و مثبت را بر جوامع از ناحیه رسانه های نوین ارتباطی؛ مورد توجه قرار می دهند. ابزارهای نوین ارتباطی ترکیبی از چندین تکنولوژی شامل وسایل ارتباط جمعی، انفورماتیک و ارتباطات

دوراست. این مثلث فناوری انسان ها را در ضبط، ذخیره سازی و پردازش، بازیابی و انتقال و دریافت اطلاعات در هر زمان و هر مکان کمکی کنند. صاحب نظران علم اطلاع رسانی ویژگی های متعددی برای جامعه اطلاعاتی در نظر گرفته اند که مهمترین آنها عبارتند از:

ویژگی فنی:

*تشکیل رسانه ها با نظامی فراگیر و جامع و گسترده و مسلط بر حیات انسان.

*ایجاد نظام دو سویه که مخاطب را از حالت منفعل خارج کرده و بطور مؤثر در فرایند ارتباط شرکت می دهد.

*پویایی؛ یعنی اینکه ایجاد ارتباط از هر جا و هر کس و در هر حال امکان پذیر است.

*تبدیل پذیری؛ که امروزه به راحتی میتوان پیامها را از صورتی به صورت دیگر تبدیل کرد.
*اتصال پذیری؛ یعنی هر وسیله ارتباطی را می توان بوسیله ارتباطی دیگر متصل کرد و در واقع ارتباط میان مسافت های دورتر را برقرار ساخت.
*جهان شمول بودن؛ به این معنی که شبکه ها به تدریج سراسر سیاره زمین را پوشش داده و از مرزهای سیاسی می گذرند.

ویژگی اقتصادی:

رویکرد اقتصادی به نقش روزافزون اطلاعات در فرآیند تولید، توزیع و مصرف بویژه در زمینه نوآوری و رقابت اشاره دارد. جامعه اطلاعاتی نوعی جدید از تقسیم کار را مطرح می کند و در نتیجه مشاغلی از میان می رود و مشاغل جدیدی پدید می آید و البته ساختار اقتصادی ناگزیر خود را با حوزه های حاضر هماهنگ می کند. در این جوامع اطلاعات، منبع اقتصادی تلقی می شود. سازمانها برای افزایش کارایی خود بر استفاده بیشتر از اطلاعات تأکید می ورزند تا نوع آوری ها تقویت شوند. موقعیت اقتصادی و رقابت طلبانه آنها بهبود می یابد و بالاخره سبب ارتقاء کیفیت ابزارها و خدمات شود.

ویژگی حرفه ای:

یکی از خصیصه های مهم جوامع اطلاعاتی تغییر در حرفه ها و مشاغل با محوریت آموزش است. هرگاه حرفه ها در فعالیت های اطلاعاتی تمرکز یابند به جامعه اطلاعاتی وارد شده ایم. به بیان دیگر در جامعه اطلاعاتی از کارهایی که قدرت جسمی و مهارت های دستی را می طلبد کاسته شده و به کارهایی با مهارت های بالا مانند تعلیم تربیت و کلیه کارهایی که اطلاعات را در جهت انجام بهتر فعالیت ها درخواست می کنند تبدیل می شوند. امروزه تنها اقلیتی رو به کاهش از نیروی کار در کارخانه ها فعالیت می کنند و بازار کار بوسیله شاغلان بخش اطلاعات تسخیر شده است. در واقع تغییر مشاغل و توزیع آنها مرکز ثقل بیشتر نظریه های معتبر در جامعه اطلاعاتی است.

ویژگی مکانی:

در جامعه اطلاعاتی شبکه های اطلاعاتی نقاط دور دست را با یکدیگر مرتبط می کنند. این شبکه ها گروه های مختلف سراسر جهان را در کمترین زمان ممکن و به بهترین شکل به یکدیگر پیوند می دهد و افراد می توانند دانش و تخصص خود را با یکدیگر مبادله کنند. به مشاوره پردازند و حتی خلاقیت های خود را شکوفا سازند. رشد سریع رسانه های جدید این امکان را فراهم ساخته است که اطلاعات مربوط به مبادلات بازرگانی، قیمت کالاها، فهرست اختراعات، نوسانات ارز و مواردی از این قبیل که دارای اهمیت هستند بصورت پیوسته به سراسر جهان ارسال شود. شبکه ها حتی سبب تجدید سازمان نظام مالی در دنیا شده

وفروپاشی محدودیت‌های سنتی در زمینه بانکداری، خدمات مالی و واسطه‌گری را بدنبال داشته است. مبادلات اقتصادی به شکل الکترونیکی و در حجم بسیار بالا حاصل رشد این بخش بوده است. ویژگی فرهنگی:

از لحاظ فرهنگی دانش مبتنی بر سرمایه بتدریج جای خود را به سرمایه مبتنی بر دانش داده است و آگاهی نوعی سرمایه فرهنگی تلقی می‌شود و بدین ترتیب اهمیت که در نیای گذشته برای سرمایه مالی قائل بود تقلیل یافته و سرمایه‌های مبتنی بر آگاهی از اهمیت بیشتری برخوردار شده است. از نخستین ویژگی‌های جوامع اطلاعاتی ایجاد تحول در ارزش‌های فرهنگی، اخلاقیات و آداب و رسوم است. آنچه همزمان با پیدایش و توسعه جوامع اطلاعاتی در دنیا مطرح شده است تحمل و مدارای فرهنگی است که ناشی از شناخت بیشتر است. در واقع با فزونی شناخت در حوزه آگاهی‌های فرهنگی ساختار ارزشی و در نتیجه اخلاقیات و آداب و رسوم به گونه‌ای بارز متحول می‌شود. جهانی شدن الزاماً به معنی سقوط همه دیوارهای سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و حذف هویت‌ها نیست بلکه پدیده نوین ارتباطی است که الگوهای قبلی ارتباطات را به هم می‌ریزد و الگویی جدید و متناسب با نیاز مخاطب ایجاد می‌کند.

رسانه‌ها و ویژگی‌های آن

رسانه‌های گروهی به عنوان ابزارهای تهیه و تأمین نیازهای خبری مخاطبان هستند و به همین علت بخش اخبار و اطلاعات آن از پرطرف‌دارترین بخش‌های این رسانه‌ها به ویژه مطبوعات و رادیو تلویزیون به شمار می‌روند بشرط آنکه ویژگی‌های تهیه و تنظیم اخبار در این رسانه‌ها رعایت شود.

الف) رسانه‌های نوشتاری (مطبوعات)

آن دسته از رسانه‌های همگانی که برای پخش و انتشار اخبار، اطلاعات، آگاهی‌ها و ایجاد ارتباط میان مردم و انتقال ارزشها از زبان و بیان مکتوب استفاده می‌کنند رسانه‌های نوشتاری نامیده می‌شوند که دارای امتیازات و محدودیت‌هایی نیز می‌باشند.

ویژگی‌های عمده رسانه‌های نوشتاری:

۱. رسانه‌های نوشتاری ویژه تحصیل کرده‌ها می‌باشد به دلیل آنکه مخاطب آن باید سواد داشته باشد.
۲. رسانه‌های نوشتاری در مقایسه با رادیو و تلویزیون از ابزار و امکانات قابل دسترسی تر برای تولید و انتشار اخبار استفاده می‌کنند و در نتیجه هر پیام می‌تواند به شیوه‌های گوناگون چاپ و در تیراژ بالا منتشر شود. لذا تنوع مطبوعات بیشتر از تنوع دیگر رسانه‌ها است.

۳. برای ایجاد سیستم و دستگاه فرستنده و گیرنده رادیو و تلویزیون امکانات فنی متعدد و نسبتاً پیچیده‌ای مورد نیاز است که هزینه‌های هنگفتی را در بر می‌گیرد و حتی از نظر سیاسی و قانونی موانع زیادی برای

اینگونه رسانه‌ها وجود دارد ولی رسانه‌های نوشتاری کمتر دچار این موانع شده و از امکانات ساده‌ای برای تولید اخبار استفاده می‌کنند.

۴. ویژگی مکتوب بودن رسانه‌های نوشتاری آنرا به عنوان یک سند جلوه گر می‌کند و به مخاطبان در زمان نامحدود فرصت انتخاب می‌دهد.

محدودیت‌های رسانه‌های نوشتاری:

۱. در رسانه‌های نوشتاری احتمال دارد اخبار بصورت کامل انتشار نیابد و این امر موجب محدود و معدود شدن صفحات روزنامه شود.

۲. رسانه‌های نوشتاری از مشکل زمانی رنج می‌برند. این رسانه‌ها عمر کوتاهی دارند و از سوی دیگر مدت زمان لازم برای تولید اخبار یک روزنامه حداکثر بین ۵ تا ۸ ساعت است. به همین دلیل امکان بهره‌گیری از تمام رویدادها را ندارد.

۳. محدودیت مکانی: یعنی مشکل توزیع همزمان در همه نقاط در یک کشور و حتی یک شهر بزرگ

(ب) رسانه‌های گفتاری

آن دسته از وسایل ارتباط جمعی هستند که مهمترین عنصر ارتباطی آنها صوت، بیان و کلام است. زبان مکتوب یا تصویری در این گونه رسانه‌ها جایگاهی ندارد. رادیو در این دسته از رسانه‌ها نقش بیشتری دارد.

ویژگی‌های عمده رسانه‌های گفتاری:

۱. سریع‌ترین و فراگیرترین وسایل ارتباطی است.

۲. کاربرد سیاسی رادیو و نمایش قدرت بوسیله آن یکی از مهمترین ویژگی‌های این رسانه‌ها در جامعه است.

۳. نقش رادیو در مبارزه با بی‌سوادی با پخش برنامه‌های ویژه برای سوادآموزی و آموزش بزرگسالان بسیار زیاد است و در واقع می‌توان گفت رادیو کاربرد آموزشی هم دارد.

۴. نداشتن محدودیت زمانی و مکانی یعنی پخش ۲۴ ساعته برنامه‌های گوناگون.

۵. پیشرفته شدن فرستنده‌ها و استفاده از ماهواره این وسیله را به یک وسیله بدون مرز تبدیل کرده است.

۶. ارزانی بهای گیرنده رادیو، امکان خرید و مصرف آن را بیشتر کرده است.

۷. به زبانها و لهجه‌های مختلف برنامه پخش می‌کند.

۸. نیاز به توجه و خواندن مانند تلویزیون و مطبوعات ندارد.

۹. حمل و نقل این وسایل بویژه رادیو بسیار آسان است.

۱۰. این وسایل با کمترین انرژی لازم (۳ ولت) مورد استفاده قرار می‌گیرد.

محدودیت‌های رسانه‌های گفتاری:

۱. به دلیل فرآر بودن مطالب بویژه در رادیو نمی‌توان مطالب را دوباره گوش کرد.
۲. نمی‌تواند بعنوان سند ماندگار شود مگر در صورت ضبط
۳. بخاطر فرآر بودن کلام، ایجاد ارتباط دشوار است و نیاز به صوت گیرا دارد که بتواند شنونده را مجذوب کند و مطمئن باشد که شنونده به برنامه‌ها توجه دارد.

ج) رسانه‌های تصویری

رسانه‌های تصویری برای انتقال اخبار و اطلاعات و آگهی‌ها از پخش تصویر و صوت بصورت توأمان استفاده می‌کنند.

امتیازات رسانه‌های تصویری:

۱. رسانه‌های تصویری کامل‌ترین وسیله ارتباطی از نظر برخورد با حواس انسان است.
۲. همزمان می‌تواند از بیان تصویری، نوشتاری و گفتاری بهره گیرد.
۳. رسانه‌های تصویری حتی با حذف پیام و محتوا نیز می‌تواند بعنوان یک وسیله ارتباطی قوی باقی بماند.
۴. استفاده از رسانه‌های تصویری بعنوان یک وسیله آموزشی می‌تواند سودمند باشد.
۵. رسانه‌های تصویری بدلیل قدرت ایجاد انگیزه و تحرک دارای قوه جذب استثنایی و فوق‌العاده مخاطب می‌باشد.
۶. قدرت تحریک و تهییج احساسات که با بهره‌گیری از تصویر و صوت و حتی طرح و رنگ نیز می‌تواند از امتیازات ویژه رسانه‌های تصویری باشد.
۷. باتوجه به توسعه فنی و تکنولوژیکی ماهواره‌ها، رسانه‌های نیز بعنوان وسایل فراگیر به حساب می‌آید.

محدودیت‌های رسانه‌های تصویری:

۱. امکان استفاده در هر زمان از آنها وجود ندارد.
۲. در استفاده از این رسانه‌ها مخاطب بکار دیگری نمی‌تواند بپردازد و باید همه حواس خود را متوجه آن کند تا از آن بهره‌گیری کند.
۳. مطالبی که در این رسانه‌ها بیان می‌شود اغلب فرآر هستند.
۴. حمل و نقل و جابجایی این گونه وسایل عموماً به سهولت انجام نمی‌پذیرد.
۵. از بُعد فرهنگی برنامه‌های این رسانه‌ها بطور یکسان از سوی مخاطبان دریافت نمی‌شود.

ویژگی های کتاب

با مطالعه تاریخ می توان متوجه شد که حدود ۲۷۰۰ سال قبل از میلاد مسیح کتابخانه های شخصی، مذهبی و دولتی توسط سومریان در بین النهرین بنام تلو دایر شده بود و بیش از ۳۰ هزار لوح گلین در آن نگهداری می شد که بصورت خط میخی نوشته شده بود. آشوریان بنی پال پادشاه آشوران نیز به عنوان یکی از سردمداران کتاب و کتاب خوانی در فاصله ساهای ۶۲۶ تا ۶۶۸ قبل از میلاد مسیح معرفی شده است بطوری که وی را نخستین مفسر کار کتابداری می دانند. مصریان نیز با اختراع خط هیروگلیف و پاپیروس توانستند قدیمی ترین و مشهورترین کتاب خود بنا پاپیروس پارس را قبل از سال ۲۸۸۰ پیش از میلاد به نگارش در آورند که اکنون در کتابخانه ملی پاریس نگهداری می شود. برخی معتقدند که تاریخ چاپ به قرن پنجم قبل از میلاد و به دوره هخامنشیان برمی گردد ولی چینی ها معتقدند که دو قرن پیش از میلاد و بصورت تجربی کار چاپ را انجام می دادند. عده ای دیگر معتقدند که در دهه ۱۰۴۰ میلادی کیمیاگر چینی بنام پی ژنگ با حروف چینی متحرک چاپ را اختراع کرد ولی گروهی معتقدند که یک زرگر نابغه آلمانی به نام یوهانس گوتنبرگ در سال ۱۴۳۹ میلادی چاپ را اختراع کرد و توانست اولین کتاب بنام انجیل مقدس را در عرض ۵ سال به چاپ رساند. بطور کلی تاریخ چاپ را می توان از زمان اختراع صنعت چاپ در سال ۱۴۵۴ مبدأ قرار داد و در ایران نیز چاپ کتاب را به سال ۱۶۳۸ میلادی می دانند بطوری که در آن سال کتاب زیور داود به عنوان اولین کتاب ایرانی و به زبان ارمنی و در ۵۷۲ صفحه در جلفای اصفهان به دست کشیشان ارمنی به چاپ رسید. ویژگی های عمده کتاب عبارت است:

* کتاب بعنوان وسیله مرجع آشنایی با علم و فرهنگ هر جامعه ای است. در واقع کتاب سنگ بنای فرهنگ هر کشور است.

* بهترین وسیله برای ارتقاء دانش و آگاهی مردم است. چون در هر زمان و هر مکانی می توان از آن استفاده کرد و نیاز به ابزار و امکانات خاصی ندارد.

* کتاب معمولاً درباره یک موضوع واحد و با اندیشه و نقشه ثابت و بطور مداوم هدفی را دنبال می کند.

* کتاب وسیله ارتباط جمعی ارزان قیمت و با محتوای نسبتاً متنوع در دسترس خوانندگان قرار می گیرد.

* از طریق کتاب یک ارتباط جمعی غیر مستقیم برقرار می شود.

* کتاب یکی از بهترین ابزا جهت اشاعه ارزشها، تقویت و ترویج یادگیری و تعلیم در جامعه است.

* کتاب موجب افزایش مهارت ها و اطلاعات خواننده می شود.

- * کتاب و کتاب خوانی بعنوان یکی از شاخص‌های پیشرفت و توسعه هر کشوری است.
 - * مطالعه کتاب جامعه را از آسیب‌های اجتماعی دور می‌کند.
 - * کتاب موجب نوآوری و ابتکار در جامعه می‌شود.
 - * از کتاب بعنوان مرجع تحقیقی و مطالعاتی مستند در هر زمان و مکان می‌توان استفاده کرد.
 - * ماندگاری و عمر کتاب بسیار طولانی است.
- مهمترین ضعف کتاب برای برقراری ارتباط لزوم داشتن سواد کافی برای خواننده است.

ویژگی‌های مطبوعات

تاریخچه انتشار روزنامه بسیار قدیمی است. بطوری که حدود ۲۰۰۰ سال پیش در زمان ژولی و سزار در ایتالیا و در شهر رم روزنامه‌ای بنام اکتادیوما به نحوه آن زمان چاپ می‌شد. در سده سوم پیش از میلادی به ابتکار اردشیر بابکان کارنامه‌ای تحت عنوان روزنامه‌ک چاپ می‌شد. در سال ۷۱۳ میلادی در شهر بیژینگ روزنامه‌ای بنام کای یو وان چاپ می‌شد. پس از اختراع چاپ در سال ۱۴۵۴ اولین روزنامه بنام ارتباط در سال ۱۶۰۵ میلادی در استراسبورگ فرانسه چاپ شد که بعنوان مادر روزنامه‌های امروزی به شمار می‌آید. در ایران نیز در سال ۱۲۵۴ هجری قمری مصادف با ۱۸۳۴ میلادی اولین روزنامه بنام کاغذ اخبار یا News Paper توسط میرزا صالح شیرازی و در زمان محمدشاه به چاپ رسید و بعد از آن روزنامه وقایع اتفاقیه در سال ۱۲۶۷ هجری قمری توسط امیرکبیر به چاپ رسید و روزنامه‌های متعددی مانند روزنامه علمیه دولت علیه ایران، روزنامه ایران، روزنامه رسمی ایران، شرق، شرافت، تربیت، مریخ و اطلاع در عهد ناصری و مظفری منتشر می‌شد.

ویژگی‌های عمده مطبوعات شامل؛ وسعت اخبار، دوام اخبار و تنوع اخبار می باشد. وسعت اخبار:

فرستنده‌های رادیویی و تلویزیونی اخبار خود را بصورت کوتاه و مختصر و حداکثر در چند ثانیه پخش می‌کنند که همین امر موجب می‌شود پیام اخبار و مطالب بصورت مطلوب در ذهن مخاطب نقش نبندد و جنبه فرآر پیدا می‌کند در حالی که در مطبوعات به این موضوعات و اخبار مرتبط بصورت وسیع و در صفحات متعدد پرداخته می‌شود و همین امر موجب درک مطلوب مطلب توسط خواننده می‌شود و حتی خواننده می‌تواند بر حسب ذوق و سلیقه خود از آن استفاده کند. روزنامه‌ها با استفاده از زمان کافی می‌توانند تمام اطراف و جوانب وقایع را بررسی نموده و حتی نارسایی‌های خبری را با استفاده از اطلاعات آرشیوی از میان برداشته و آنها را به همراه تجزیه و تحلیل و تفسیر به خوانندگان عرضه نماید و در مدت کوتاهی با پخش گسترده اخبار می‌توانند در میان مردم شادی و امید و یا اندوه و یأس پدید آورد.

اخبار رادیو و تلویزیون همیشه قابل استفاده نمی‌مانند و صرفاً در زمانی که به رادیو و تلویزیون دسترسی داشته باشیم می‌توانیم در آن زمان از خبر استفاده کنیم و بعد از آن دیگر امکان استفاده وجود ندارد. در حالی که اخبار مطبوعات بطور مداوم قابل بهره برداری هستند. می‌توان از مطالب آن بدلخواه و در اوقات مختلف شبانه روز، در محل کار، اتوبوس و منزل استفاده کرد و یا حتی چندین بار مرور کرده و با اخبار سایر روزنامه‌ها نیز مقایسه کرد. علاوه بر آن می‌توان روزنامه‌ها را نگهداری کرده و به عنوان منبع مطالعات و تحقیقات در آینده مورد استفاده قرار داد. نقش تشریح کننده مطبوعات بعنوان بهترین عامل دوام و توسعه آن به حساب می‌آید.

تنوع اخبار:

مطبوعات به سبب شرایط و امکانات وسیع تری که برای تهیه و انتخاب مطالب دارند تنوع بیشتری نسبت به برنامه‌های خبری رادیویی و تلویزیونی و سینمایی دارند. در روزنامه‌های چاپی می‌توان با توجه به گروه‌های مختلف خوانندگان و علائق متفاوت آنها ستون‌ها و صفحات در قالب اخبار عمومی، سیاسی، اقتصادی، ورزشی، فرهنگی و امثال آن چاپ نمود در صورتی که خبرهای شنیداری و دیداری معمولاً برای عموم پخش می‌شود و بصورت اختصاصی نیستند و در صورت وجود هم مجزا هستند. و حتی مطبوعات می‌توانند با انتشار گزارش‌ها، مقاله‌ها و یادداشت‌های مختلف حس کنجکاوی خوانندگان را تحریک نمایند. علاوه بر ویژگی‌های فوق بایستی اشاره کرد که مطبوعات وسیله ارتباطی اختصاصی نواحی و مناطق مختلف جغرافیایی، گروه‌های فکری و مسلکی، دسته‌ها و سازمانهای حرفه‌ای و غیره است و با کمترین هزینه نسبت به رادیو و تلویزیون قابل تکثیر و چاپ می‌باشد. داشتن سواد و توانایی خواندن از الزامات مهم روزنامه خواندن است که می‌تواند بعنوان یک نقص برای ارتباط مخاطب باشد در حالی که رادیو و تلویزیون چنین نیستند.

ویژگی‌های سینما:

سینما با اختراع عکاسی در سال ۱۸۲۶ میلادی و با ساخت تصاویر متحرک در حدود سالهای ۱۸۸۰ تا ۱۸۸۹ توسط مارک راجت انگلیسی در اروپا متولد شد. برادران لومیر در سال ۱۸۹۵ دوربین سینما توگراف را اختراع کردند و در واقع این افراد آغازگر تاریخ سینمای جهان هستند. در سال ۱۹۰۰ سینما توسط مظفرالدین شاه پس از سفر به فرانسه به ایران آورده شد و اولین فیلمبردار هم ابراهیم خان عکاسباشی بود و نخستین فیلم ایرانی بنام دختر لر به کارگردانی اردشیر ایرانی و عبدالحسین سپنتا در سال ۱۳۱۲ ساخته شد و ۲۱ شهریورماه همان سال به عنوان روز ملی سینما نامگذاری شده است. سینما از لحاظ تاریخی دومین وسیله ارتباط جمعی به شمار می‌رود. سینما وسیله ارتباطی است که برای انسان بیشتر جنبه سرگرم کننده دارد و بیش از آنکه به افزایش معلومات و آگاهی‌های او توجه داشته

باشد به پر کردن اوقات فراغت وی می‌پردازد و به جهت صرف زمان بیشتر برای ساخت و تولید فیلم‌های سینمایی تازگی اخبار و حوادث از بین می‌رود و دیگر جنبه خبری ندارد و از طرفی انسان برای تماشای فیلم‌های سینمایی بایستی حتماً از محل کار و منزل خود خارج شده و به سینما برود در حالی که وسایل ارتباطی دیگر نظیر مطبوعات و رادیو تلویزیون، کمتر بعنوان وسیله ارتباطی خبری مورد استفاده قرار می‌گیرد بلکه بیشتر جنبه تفریحی و سرگرمی دارد و خالق اصلی پیام با استفاده از امکانات فنی خاص سینما می‌تواند فیلم‌های مستند و تخیلی را تولید و به جامعه ارائه کند. سینما نمی‌تواند به محیط صمیمی خانوادگی وارد شود ولی می‌تواند در گروه حاضر در سالن سینما همبستگی ایجاد کند. ادگار مورن فرانسوی معتقد است سینما دنیایی پر از تخیل و تفنن برای انسان‌های خاص است.

ویژگی های رادیو

رادیو در سال ۱۸۶۰ میلادی اولین بار توسط جیمز کلارک دل فیزیکدان و ریاضی دان اسکاتلندی با ارائه نظریه امواج الکترومغناطیسی به دنیا عرضه شد و در سال ۱۸۸۷ هنریش هرتز آلمانی آن را تأیید کرد و سپس برانلی فرانسوی در سال ۱۸۹۰ میلادی آن را مورد آزمایش قرار داد و سرانجام در سال ۱۸۹۶ میلادی الکساندر پویوف روسی اولین پیام را به مسافت ۲۵۰ متر ارسال کرد و در واقع کار بر رادیو را مورد آزمایش قرار داد و بالاخره آقای گولینی مارکونی ایتالیایی در سال ۱۸۹۷ آن را از طریق ارتباط بی سیم بین دو کشتی در مسافت ۱۲ کیلومتری آزمایش کرد و در سال ۱۹۰۱ موفق به اختراع رادیو شد. ولی بطور رسمی از سال ۱۹۲۰ رادیو بعنوان یک وسیله ارتباطی مورد بهره برداری قرار گرفت. سابقه استفاده از رادیو در ایران به سال ۱۳۰۳ هجری شمسی مصادف با ۱۹۲۴ میلادی بر می‌گردد که طی آن در سال ۱۳۰۵ بی سیم توسط وزارت جنگ وارد کشور می‌شود و در سال ۱۳۱۱ سامانه بی سیم توسعه می‌یابد و در سال ۱۳۱۳ استفاده از رادیو به وزارت پست و تلگراف و تلفن واگذار می‌شود و بالاخره در سوم اردیبهشت ماه سال ۱۳۱۹ نخستین دستگاه پخش صدا یا همان رادیو در محل بی سیم تهران افتتاح می‌گردد.

رادیو و تلویزیون بعنوان کامل ترین و دائمی ترین وسیله های ارتباطی محسوب می‌شوند. اتحادیه بین المللی ارتباطات راه دور می‌گوید رادیو و تلویزیون وسایل ارتباطی هستند که برنامه‌های خود را بمنظور دریافت مستقیم استفاده کنندگان پخش می‌کنند.

عمده ترین ویژگی های رادیو عبارتند از:

* برنامه های رادیویی از ترکیب سه عنصر کلام، موسیقی و صدا بوجود می‌آید.

*رادیو از لحاظ سرعت و تداوم انتشار و وسعت حوزه انتشار برترین وسیله ارتباط جمعی است و اخبار را در کمترین زمان ممکن به مخاطبان خود ارائه می‌کند ولی فرصت لازم برای تجربه و تحلیل و تفسیر اخبار را ندارد.

*توانایی برقراری ارتباط مستقیم با شنوندگان با وقایع و حوادث را در همان زمان وقوع دارد.

*گستره وسیع امواج رادیویی که به جهت نبود تصاویر به راحتی دریافت می‌شود.

*گیرندگان رادیو دارای قابلیت تحرک و حمل و نقل می‌باشند.

*استفاده از رادیو مانع فعالیت‌های دیگر انسان نمی‌شود.

*برنامه‌های رادیویی دارای نیروی ضربتی و غافلگیرکننده شدیدی هستند و بطور ناگهانی و بدون اراده انسان اخبار را ارائه می‌کنند و تأثیرات روانی بر روی مخاطب می‌گذارند.

*رادیو باتوجه به نداشتن محدودیت‌های زمانی و مکانی، سواد و دسترسی عمومی، نقش تبلیغاتی فوق‌العاده‌ای دارد.

*تهیه و تولید برنامه‌های رادیویی بسیار ساده و راحت است و صرفاً با یک وسیله ضبط کننده صدا و یا تلفن قابل انجام است و در واقع هزینه کمتری دارد.

*رادیو بهترین رسانه تحریک تخیل مخاطب است و صداهای پخش شده برای مخاطب واقعی است مانند صدای رود و آبشار.

*ارتباط رادیو با مخاطب خود به علت کم حجم بودن و حمل و نقل آسان نزدیکتر و صمیمی‌تر است مانند هنگام زلزله و سیل

*موجب افزایش معلومات مخاطب می‌شود.

*پیام‌های رادیویی موجب بسیج افکار عمومی در کمترین زمان ممکن می‌شود.

*رادیو موجب اجتماعی شدن افراد جامعه بویژه در سنین پایین می‌شود.

ویژگی‌های تلویزیون

ماهیت اصلی تلویزیون کنونی در سال ۱۸۷۳ با اختراع عنصر سلینوم توسط ویلوجی اسمیت و اختراع یک دیسک بوسیله پادل پُنکو در سال ۱۸۷۴ شکل گرفت. نخستین نمایش از پخش تصاویر بوسیله جورج دیگنوکس و ای فورینر در سال ۱۹۰۹ در پاریس صورت گرفت و در سال ۱۹۲۵ جان گولی اسکاتلندی تصاویر متحرکی را در لندن بوسیله تلویزیون به نمایش گذاشت. بالاخره در دهه ۴۰ میلادی (قرن بیستم) بطور رسمی تلویزیون فعلی راه اندازی شد. نخستین فرستنده تلویزیونی در تاریخ ایران در یازدهم مهرماه سال ۱۳۳۷ آغاز به کار کرد و مالک اولین ایستگاه فرستنده تلویزیونی در ایران شخصی بنام حبیب الله ثابت بود که بصورت خصوصی آن را اداره می‌کرد و بالاخره در سال ۱۳۴۵ با تصویب دولت تلویزیون ملی آغاز به کار کرد.

عمده ترین ویژگی های تلویزیون عبارتند از:

- * برنامه های خبری و سایر برنامه های مرتبط تلویزیون اصولاً بصورت غیر مستقیم و توأم با بیان گرم گویندگان و گزارشگران به پخش و انتقال عینی وقایع جاری می پردازد.
- * سرعت عمل تلویزیون در انتقال اطلاعات و اخبار زیاد است.
- * تلویزیون همانند رادیو به علت داشتن گستره وسیع دارای حوزه پخش زیادی است.
- * پخش مستقیم صحنه ها، حوادث و وقایع از قبیل مسابقات ورزشی، رژه های نظامی، نمایش ها و... موجب جذاب شدن برنامه های تلویزیونی می شود.
- * در برنامه های تلویزیونی نقش تخیل مخاطب کم است چون پیام ها تقریباً کامل هستند و از طریق حواس بینایی و شنوایی بطور کامل بیان می شود.
- * برای دیدن برنامه های تلویزیونی نیازی به خروج از منزل نیست.
- * تلویزیون به علت بمباران اطلاعاتی سمعی بصری و نوشتاری تأثیرات عمیق و ماندگاری برافکار عمومی دارد.
- * تلویزیون همانند رادیو حس کنجکاوی مخاطب را تحریک می کند.
- * تلویزیون موجب افزایش دانش و اطلاعات مخاطب می شود.
- * اوقات فراغت را بصورت مستمر برای مخاطب پر می کند.
- * موجب هدایت و جهت دهی به اعتقادات و ارزش های جامعه می شود.
- * قدرت تشخیص بین گروه های اجتماعی را فراهم می کند.
- * موجب افزایش عزت نفس و احترام به مخاطب می شود.
- * موجب درک بهتر جهان و اعطای دیدگاه مثبت نسبت به سایر مردم جهان می شود.
- * فرصت شناخت و واقعیت ها را فراهم می سازد.
- * راهها و روش های زندگی را به مخاطب می آموزد.
- * پیام های تلویزیونی همانند پیام های رادیویی شرایط بسیج افکار عمومی را فراهم می سازد.
- * برنامه های تلویزیونی همانند برنامه های رادیویی موجب اجتماعی شدن جامعه می شود.

ویژگی های خبرگزاری ها

سابقه تأسیس خبرگزاری های جهان به بیش از ۱۵۰ سال پیش بر می گردد. اولین خبرگزاری تحت عنوان خبرگزاری انجمن اخبار عمومی در اوائل دهه ۱۸۲۰ در آمریکا و در شهر نیویورک بوجود آمد. خبرگزاری آسوشیتد پرس در دهه ۱۸۷۰ در آمریکا تأسیس شد و در سال ۱۸۸۲ خبرگزاری یونایتد پرس تأسیس شد. در سال ۱۸۳۵ خبرگزاری هاواس پاریس (فرانس پرس فعلی)، رویتر لند در سال ۱۸۴۹ و ولف برلین آلمان نیز در سال ۱۸۴۹ تأسیس شدند. خبرگزاری ایتارتاس شوروی در سال

۱۹۲۵، خبرگزاری شین هوای چین در سال ۱۹۳۱ راه‌اندازی شد. بطور کلی ۵ خبرگزاری بزرگ جهان یعنی رویترز، آسوشیتدپرس، یونایتدپرس، فرانس پرس و ایتارتاس بازار ارسال اخبار را در اختیار دارند. در ایران نیز تأسیس خبرگزاری پیشینه ۷۰ ساله داد. بطوری که خبرگزاری پارس در سال ۱۳۱۳ توسط وزارت امور خارجه تأسیس شد و پس از انقلاب در سال ۱۳۶۰ این خبرگزاری به ایرنا تغییر نام داد. واحد مرکزی خبر در سال ۱۳۵۰ بعنوان خبرگزاری اختصاصی رادیو و تلویزیون ملی آغاز به کار کرد. در سال ۱۳۷۸ خبرگزاری ایسنا راه‌اندازی شد و از این تاریخ به بعد خبرگزاری‌های عمومی و تخصصی مانند خبرگزاری فارس، مهر، ایلنا، میراث، شانا، پانا، موج، قسط، سینا، ایگنا، شبستان، اپنا و... راه‌اندازی شد.

عمده ترین ویژگی‌های خبرگزاری‌ها عبارتند از:

* تولید اخبار خام برای استفاده مطبوعات، رادیو و تلویزیون (منابع اولیه اخبار) با سرعتی بالا.

* کسب اخبار، پردازش و انتشار آن.

* خبرگزاری‌ها در تمام شبانه روز مشغول فعالیت هستند و اخبار بی شماری را توسط خبرنگاران خود در سراسر جهان دریافت می‌کنند.

* اخبار خبرگزاری‌ها بصورت جذاب، کاربردی و با تشریح کامل منتشر می‌شود. (استفاده از بک گراند).

* خبرگزاری‌ها در اعلام خبر بصورت فوری یا برق آسا عمل می‌کنند و در واقع در ابتدا جریانی بسیار مختصر واقع را مخابره می‌کنند و سپس با آگاهی‌های بیشتر و تکمیل اطلاعات و اخبار آن به مشروح آن می‌پردازند.

* خبرگزاری‌ها دارای بولتن خبری هستند و در این بولتن‌ها خلاصه خبرها را درج می‌کنند.

* محدودیت زمانی دسترسی به خبر و استفاده از آن وجود ندارد زیرا در آرشیو نگهداری و در هر زمان قابل دسترسی است.

* فهرستی از اخبار مهم مخابره شده را ارائه می‌کند.

* در کمترین زمان ممکن می‌توان اخبار جزئی و متعدد مخابره شده را در قالب یک گزارش تشریحی تهیه و ارائه نمود.

* سبک رایج خبرنگاری در بیشتر هرم وارونه و تاریخی همراه با لید است.

* محدودیتی در اندازه و محتوای خبر وجود ندارد و خبر بطور کامل ارائه می‌شود.

* عرضه و نمایش خبر در خبرگزاری‌ها متنوع است و براحتی می‌توان آن را برجسته کرد.

* اخبار را می‌توان برحسب نیازهای مخاطبان دسته بندی کرد. مانند ورزشی، اقتصادی و... .

*براحتی می‌توان از نظرات و دیدگاه‌های مخاطبان درخصوص اخبار و مطالب ارائه شده مطلع و حتی از آن استفاده کرد.

*تعداد و میزان مخاطبان خبرگزاری‌ها بسیار زیاد است و مخاطبان در هر زمانی می‌توانند به آن مراجعه کرده و بهره‌برداری کرده و تیراژ بی‌مفهوم است.

*زبان خبر در خبرگزاری‌های می‌تواند ساده و تخصصی باشد.

*عکس، طرح و نقش و نگار در اخبار خبرگزاری‌ها کاربرد زیادی ندارد.

ویژگی‌های اینترنت (وب سایت)

اینترنت ستون فقرات جامعه اطلاعاتی است و پیدایش اینترنت به دهه ۱۹۶۰ میلادی مربوط می‌شود. در آن زمان دولت آمریکا براساس طرحی به نام آژانس تحقیقی پروژه‌های پیشرفته (Project Agency Advanced Research) که آژانسی برای امور دفاعی بود و در سال ۱۹۸۵ تاسیس شد. این طرح را اجرا کرد. این طرح تصمیم داشت ارتباط اتصال بین چند کامپیوتر (منظور کامپیوترهای سازمانها، دانشگاه‌ها و دستگاه‌های دولتی...) برقرار شود تا اطلاعات ذخیره در هر یک از آنها از طریق اتصال برای دیگری هم قابل استفاده باشد و یا اطلاعات را به یکدیگر انتقال دهند. سرانجام در سال ۱۹۶۱ تعداد ۴ کامپیوتر در ۲ ایالت با یکدیگر ارتباط برقرار کردند و بعدها با اضافه شدن واژه نت (net) به طرح اولیه نام ARPANET معمول شد. در دهه ۱۹۷۰ معمول شد. در دهه ۱۹۷۰ با تعریف پروتکل‌های جدید از جمله پروتکل کنترل انتقال (Protocol Transmission Control) به عنوان بزرگترین پروتکل استفاده شده در شبکه‌های کامپیوتری است. که تا امروز هم رواج دارد. (همانطور که ذکر شد پروتکل مجموعه قوانین لازم به منظور قانونمند نمودن نحوه ارتباطات در شبکه‌های کامپیوتری است) و نیز مشارکت HOST و خروج از مرزهای آمریکا، ایده اینترنت همراه با جزئیات راجع به شبکه‌های کامپیوتری مطرح گشت. تا اینکه در سال‌های پایانی ۱۹۷۰ شبکه‌های مختلف تصمیم به برقراری ارتباط با یکدیگر گرفتند و آرپانت به عنوان هسته اصلی انتخاب شد و در سال ۱۹۹۳ نام اینترنت روی این شبکه بزرگ گذاشته شد. وب (Web) یا همان (World Wide Web) WWW به فارسی ((تار جهان گستر)) به دلیل نیاز دسترسی منظم و مرتب به اطلاعات ابداع شده است. در این روش اطلاعات بصورت مستندات صفحه‌ای بر روی شبکه اینترنت قرار می‌گیرد و به وسیله یک مرورگر وب (web search) قابل مشاهده هستند. کشور ایران نیز در سال ۱۳۷۱ با اتصال رایانه‌ای از مرکز تحقیقات فیزیک نظری عملاً به فضای اینترنت متصل شد.

ویژگی‌های عمده اینترنت عبارتند از:

*امکان ارائه و کسب هم‌زمان اخبار و اطلاعات بصورت متنی، تصویری و صوتی.

- *تکثر و تنوع منابع اطلاعاتی و دور زدن دروازه‌بانه‌های خبری (دارای موتور جستجوگر)
- *مکانی مناسب برای گذراندن اوقات فراغت است.
- *موجب افزایش میزان آگاهی‌های عمومی و تخصصی مخاطبان می‌شود.
- *امکان دسترسی فوری، ساده و کم هزینه به اطلاعات را فراهم می‌کند.
- *بالابودن حجم اطلاعات که براحتی از طریق بزرگراه‌های اطلاعاتی در اختیار مخاطبان قرار می‌گیرد.
- *وجود آزادی تبادل اطلاعات که ارتباط بین فرستنده و مخاطبان را فعال، دو طرفه و پویا می‌کند.
- *اخبار و اطلاعات وب سایتها بصورت آنلاین و به روز است.
- *وب سایت منبع مناسبی برای انجام پروژه‌های تحقیقی است.
- *وب سایت موجب ارتباط ملی و فراملی می‌شود.
- *در هر زمان از شبانه روز می‌توان از اخبار و اطلاعات وب سایتها استفاده کرده.
- *کنترل دسترسی به اطلاعات از سوی مخاطب می‌تواند صورت بگیرد. (عدم وجود محدودیت اخبار و اطلاعات و سانسور)
- *دسته بندی و تقسیم بندی اطلاعات مورد نیاز مخاطب.

ویژگی های وبلاگ

- وبلاگ نخستین بار در سال ۱۹۹۴ توسط دیو وینر بوجود آمد اما واژه وبلاگ برای اولین بار در سال ۱۹۹۷ توسط جان بارگر در سایت Robot Wisdom بکار برده شد و در حال حاضر صدها میلیون وبلاگ فعال و غیر فعال در فضای وب وجود دارد. ساختن یک وبلاگ بسیار راحت است و کافی است که به یکی از سایت‌های Blogfa و یا Persian blog مراجعه کرده و با تکمیل فرم‌های مربوطه صاحب وبلاگ شد و نیازی به اخذ مجوز از مراجع رسمی نیست.
- عمده ترین ویژگی های وبلاگ عبارت از:
 - *اخبار و اطلاعات موجود در وبلاگ‌ها تحت تأثیر محدودیت‌های مختلف از جمله سانسور واقع نمی‌شود.
 - *اخبار و اطلاعات وبلاگ‌ها بدون هیچ گونه تأثیرپذیری از ارزش‌های اجتماعی، سیاسی، مذهبی و فرهنگی درج می‌شود.
 - *استفاده از وبلاگ بسیار راحت و سریع است و در هر زمانی و در صورت اتصال به اینترنت قابل دسترسی است.
 - *تابع سیاست‌های خبری رسانه‌ای و اعتقادات شخصی خبرنگاران و روزنامه نگاران نیست.
 - *هیچ گونه اعمال نفوذ شخصی و حقوقی در آن دخیل نیست.

- *تحت تأثیر گروه‌های فشار، صاحبان آگهی‌ها، منابع خبری و... نیست.
- *وبلاگ‌ها براحتی می‌توانند کل خبر را بدون دخالت دروازه بانان خبری به اطلاع مخاطبان برسانند.
- *در وبلاگ‌ها هیچ گونه محدودیت جا و مکانی وجود ندارد.
- *اخبار وبلاگ‌ها از سرعت بالای خبری برخوردارند و لحظه به لحظه اخبار را گزارش می‌دهند.
- *وبلاگ‌ها می‌توانند لینک‌های متعددی را در اختیار مخاطبان قرار دهند.
- *وبلاگ‌ها می‌توانند بصورت گروهی و با تمرکز روی موضوعی خاص نقش مؤثری را در جلب توجه و تحریک افکار عمومی داشته باشند.
- *نویسندگان وبلاگ‌ها می‌توانند هویت خود را حفظ کرده و مانع لو رفتن خودشان شوند.
- *مخاطبان وبلاگ‌ها می‌توانند نظرات، انتقادات و پیشنهادهای خود را در مورد هر مطلب و خبری مستقیماً در آن قرار دهند.

آثار عمده تکنولوژی‌های نوین ارتباطی

- ۱) تعاملی بودن (ارتباط دوسویه)

ابزار جدید موجب شده ارتباط انسان با رسانه از یک سویه بودن خارج شده و حالت دوسویه پیدا کند. رسانه‌های جمعی چهره به چهره نیستند ولی در رسانه‌های نوین ارتباط چهره به چهره است. لذا رسانه‌های نوین ترکیبی از ارتباط چهره به چهره و رسانه‌ای را ایجاد کرده‌اند.
- ۲) جمع زدایی

رسانه‌های جدید خاصیت جمع زدایی نسبت به پیام خاصی که می‌تواند بین افراد مبادله شوند را دارند و به این معنا است که آنها در این جهت حداقل مخالف رسانه‌های جمعی هستند. یعنی اینکه در سیستم‌های ارتباط جمعی معمولاً پیام بصورت کنترل شده از تولید کننده به مصرف کننده ارسال می‌شود. در فناوری‌های نوین ارتباطی هویت فرد و شخصیت منحصر به فرد افراد تقویت شود و بصورت مستقیم پیام‌ها به افراد ارسال می‌شود.
- ۳) ناهمزمانی:

مصرف اطلاعات می‌تواند در رسانه‌های نوین و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی بصورت ناهم زمان باشد. به این معنا که مخاطب اطلاعاتی را از این فضا برداشته و بعدها و در هر زمانی که بخواهد از آن استفاده کند یعنی توانایی غلبه بر زمان را دارد.
- ۴) انباشت اطلاعات:

اضافه بار اطلاعاتی به این معنا است که میزان داده‌ها و اطلاعات به حدی است که مخاطب قادر نیست از تمامی آنها استفاده کند و یا آنها را به جریان بیاورد. بنابراین منجر به ریزش کاذب اطلاعات شده و اطلاعات اضافی به سوی نابودی پیش می‌رود و در برخی موارد مخاطب دچار سردرگمی شده و حتی در صحت مطالب و اطلاعات تردید داشته باشد.

۵) پوشیدگی یا بهم خوردگی خلوت:

در رسانه‌های نوین ارتباطی حریم خلوت افراد دیگر معنا ندارد، امواج از مرزها گذشته و اطلاعات را به صورت فراگیر و همگانی و بدون هیچ مانعی ارسال می‌کند و حتی می‌توان درخصوصی ترین حریم انسانها وارد شد.

۶) تمرکز زدایی:

در فضای رسانه‌های ارتباطی نوین دیگر دیوارها تأثیری برای جمع آوری و انتقال اطلاعات ندارند و اطلاعات در دست کثیری از افراد قرار می‌گیرد و افراد می‌توانند بصورت غیر متمرکز اطلاعات را به هر شخص و هر مکانی ارسال کنند.

ویژگی‌های روزنامه نگاری الکترونیک

روزنامه نگاری الکترونیک باتوجه به ماهیت و ویژگی های خود یکی از ابزارهای مهم در روابط عمومی به شمار می‌رود که عمده ترین ویژگی این پدیده عبارتند از:

۱. ویژگی دوطرفه بودن یا تعاملی: در روزنامه های الکترونیک مبحثی بنام دروازه بانان خبر به ضعیف ترین حالت خود تبدیل می‌شود و به جای یک منبع خبری منابع متعدد خبری وجود خواهد داشت که همین امر رأساً به خواننده و مخاطب قدرت انتخاب می‌دهد.

۲. قابلیت **on-line** کردن اخبار: این شیوه امکانی را در اختیار مخاطب قرار می‌دهد تا هم روزنامه نگار و هم مخاطب در جریان آخرین اخبار و بصورت لحظه‌ای قرار گیرد.

۳. قدرت جستجو: یعنی در حداقل زمان ممکن به موضوع دلخواه خود دسترسی پیدا کردن.

۴. آزادی از زمان و مکان

۵. حل مشکل توزیع

۶. حذف واسطه‌ها

۷. تفاوت در آموزش‌های روزنامه نگاری: در روزنامه نگاری سنتی صرفاً بر مهارت‌های نوشتاری تکیه می‌شود اما در روزنامه نگاری الکترونیک روزنامه نگاران باید استفاده از تکنولوژی های نوین را یاد گرفته باشند.

۸. حذف مجوزهای دولتی

۹. بوجود آمدن رقابت بین رسانه‌ها: بدلیل تنوع و رقابت بالای رسانه‌های الکترونیک، مخاطب قادر خواهد بود به حقایق مطالب دسترسی بیشتری پیدا کند و در این فضا شایعات به حداکثر خود می‌رسد.
۱۰. استفاده همزمان از گرافیک، عکس، صدا، تصویر و موسیقی در جهت انتقال بهتر و کامل تر اخبار و اطلاعات.
۱۱. تغییر در ارزش‌های خبری: در روزنامه نگاری الکترونیک برخی از ارزش‌های خبری دچار تغییر شده‌اند. بطور نمونه ارزش مجاورت معنوی و مجاورت جغرافیایی با توجه به جهانی شدن تغییر یافته است.
۱۲. تحول در مسیر آگهی: در رسانه‌های نوین آگهی همراه با فیلم، صدا، تصویر و موسیقی مخاطب را بیشتر جلب می‌کند.
۱۳. آرشیو: در روزنامه‌های الکترونیک با توجه به حجم کم مطالب براحتی می‌توان آرشیو مناسب ایجاد کرد.
۱۴. تغییر در روش‌های پوشش خبری: در روزنامه‌های کاغذی تنها با یک تاکتیک می‌توان مخاطب را به پذیرش یک خبر مجاب کرد اما در روزنامه‌های الکترونیکی برای اقناع مخاطب از شیوه‌های جدید ترکیبی برای پوشش خبری استفاده می‌شود.
۱۵. در روزنامه نگاری الکترونیک محدودیت جا و مکان از بین رفته است و حتی می‌توان به سایت‌های دیگر نیز از این طریق لینک شد.