

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

In the name of Allah

انواع ارتباط و نقش وسایل ارتباطی

types of communication and the role of communication tools

محمد مهدی صداقت

مقدمه

ارتباط، زیربنای زندگی فردی و اجتماعی انسان است. از لحظه تولد تا پایان عمر، انسان درگیر فرایندهای مختلف ارتباطی است و فرهنگ، قوانین، حوادث و حتی سبک زندگی یک جامعه بر پایه همین ارتباط شکل می‌گیرد. در این پژوهش ابتدا به انواع ارتباط پرداخته می‌شود، سپس نقش و ماهیت وسایل ارتباطی و تأثیر آنها بر جامعه بررسی خواهد شد.

انواع ارتباط

types of communication

شناخت انواع ارتباط به درک بهتر عملکرد آن و فهم چرایی نیاز مستمر انسان به ارتباط کمک می کند

1

ارتباط درون فردی

Intrapersonal communication

ارتباط درون فردی زمانی رخ می دهد که فرد با افکار، احساسات و منطق خود گفت وگو می کند
تصمیم گیری های فردی، تحلیل احساسات و تصویر ذهنی فرد از خود، همگی از مصادیق این
نوع ارتباط هستند. این نوع ارتباط زیربنای تمام انواع دیگر ارتباط محسوب می شود

ارتباط میان فردی

Interpersonal communication

ارتباط میان فردی میان دو نفر یا اعضای خانواده و دوستان شکل می گیرد و معمولاً در قالب گفت و گو یا مصاحبه دیده می شود. این نوع ارتباط مستقیم، **دقیق و عمیق است** و در اصلاح و تغییر نگرش های فردی نقش مهمی دارد. برخلاف آنچه گاهی تصور می شود، در نظریه های ارتباطی ارتباط میان فردی یکی از مؤثرترین انواع ارتباط در ایجاد تغییرات پایدار شناخته می شود

ارتباط گروهی

Group communication

در ارتباط گروهی، افراد با گروه‌های بزرگ‌تری مانند همکاران، دانشجویان یا اعضای یک تیم در تعامل هستند. دشواری این نوع ارتباط غالباً به دلیل نیاز به **هماهنگی، درک متقابل و مدیریت پاسخ‌های** چندگانه است. **ترس از صحبت در جمع** یا تعامل گروهی معمولاً ناشی از نگرانی فرد نسبت به **عدم توانایی** در **برآورده‌سازی انتظارات** گروه است

4 ارتباط جمعی mass communication

ارتباط جمعی یکی از پیچیده‌ترین و تأثیرگذارترین انواع ارتباط است. این نوع ارتباط مخاطبان گسترده و ناشناخته دارد و فرستنده معمولاً گیرندگان پیام را نمی‌بیند

ابزارهای این نوع ارتباط (که رسانه نامیده می‌شوند) در طول تاریخ به شدت دگرگون شده‌اند نقاشی، کتاب، روزنامه، رادیو، تلویزیون، موسیقی و اینترنت از جمله ابزارهای ارتباط جمعی هستند که هر یک در دوره خود نقشی مهم در انتقال پیام ایفا کرده‌اند.

انواع وسایل ارتباطی

all kinds of communication devices

وسایل ارتباط جمعی در هر دوره، رسانه‌های اصلی آن دوره محسوب شده‌اند. هدف مشترک همه آن‌ها تأثیرگذاری بر جامعه و تسهیل انتقال پیام بوده است. تاریخچه رسانه‌ها بسیار طولانی و پویاست و با وجود تغییر ابزارها، نقش و قدرت آن‌ها همچنان پابرجاست

تاریخچه وسایل ارتباطی (وساندها)
all kinds of communication devices

1

دوره ارتباط بدوی

Elementary communication course

در دوران انسان‌های اولیه، ارتباط از طریق اشاره، حرکات بدن، صداهای طبیعی و نقاشی‌های غارها شکل می‌گرفت. در این مرحله، تصویر و حرکت جای واژه را گرفته بودند



دوره خط و نوشتار

calligraphy and writing course

با اختراع خط در میان رودان، انسان برای نخستین بار توانست پیام‌های خود را ماندگار کند
خط امکان **انتقال مفاهیم، فرمان‌ها و روایت‌ها** به نسل‌های آینده را فراهم کرد و نقش مهمی در
شکل‌گیری تمدن‌ها داشت

دوره کاغذ و چاپ

paper and printing course

اختراع کاغذ در چین و سپس چاپ توسط گوتنبرگ تحولی بنیادین در ارتباط ایجاد کرد
کتاب‌ها و روزنامه‌ها امکان انتقال پیام به میلیون‌ها نفر را فراهم کردند و ارتباط جمعی به اوج رسید

4

دوره امواج و صدا

Course of waves and sound

تلگراف، تلفن و رادیو، پیام‌رسانی لحظه‌ای را ممکن کردند. ارتباط از نوشتار صرف فراتر رفت و بر پایه صدا و امواج الکتریکی گسترش یافت. این دوره نقطه عطفی در افزایش سرعت ارتباط میان فردی و زمینه‌ساز ارتباطات جمعی مدرن بود

دوره تصویر و رسانه‌های جمعی

image and mass media course

ظهور سینما، تلویزیون و رسانه‌های تصویری، جهان را وارد عصر تصویر کرد
تفاوت اصلی این دوره با دوران نقاشی‌های قدیمی در گستردگی و قابلیت تکثیر پیام بود
رسانه‌های تصویری توانستند هم‌زمان در نقاط مختلف جهان پیام واحدی را منتشر کنند
و در شکل‌گیری افکار عمومی نقشی اساسی داشتند

دوره دیجیتال و اینترنت

Digital and internet course

با ظهور کامپیوتر، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، ارتباطات وارد مرحله‌ای نامحدود شد
سرعت تکامل فناوری به قدری بالا رفت که خود جوامع از رشد رسانه‌ها شگفت‌زده شدند
ارتباطات در این دوره از نظر سرعت، حجم و گستره به شکل بی‌سابقه‌ای توسعه یافت

7

دوره هوش مصنوعی

artificial intelligence course

امروزه ارتباطات به سمت هوش مصنوعی حرکت می کنند. مرز میان انسان و فناوری روز به روز کم رنگ تر می شود و ارتباطات هوشمند، **شخصی سازی شده و سریع تر شده اند**. هرچند هنوز روشن نیست ارتباط با هوش مصنوعی را باید در کدام دسته ارتباطی قرار داد، اما بی شک یکی از عوامل مهم تسهیل ارتباطات انسانی است و آینده آن نیازمند بررسی دقیق تر است

مدل های ارتباطی

communication models

شناخت مدل های ارتباطی به فهم نحوه انتقال پیام و استفاده درست از ارتباطات کمک می کند

مدل لازول ۱۹۴۸

Lazul Model

این مدل پنج پرسش اساسی دارد

چه کسی می گوید؟

چه چیزی می گوید؟

از چه طریقی می گوید؟

به چه کسی می گوید؟

تأثیر پیام چیست؟

مدل شرام ۱۹۵۴

Sharam model

شرام تأکید می‌کند که **ارتباط یک طرفه نیست**. ارتباط واقعی زمانی رخ می‌دهد که فرستنده و گیرنده تجربه‌های مشترک و بازخورد متقابل داشته باشند. **زبان مشترک، فرهنگ مشترک و درک مشترک** از عوامل مهم در این مدل هستند

مدل برلو ۱۹۶۰

Berlow model

مدل برلو SMCR نام دارد

R گیرنده | C کانال | M پیام | S منبع

برلو معتقد است کیفیت ارتباط وابسته به کیفیت این چهار عنصر و عوامل مؤثر بر هر کدام است

نقش وسایل ارتباطی

The role of communication tools

رسانه‌ها امروز قدرتی فراتر از گذشته دارند و می‌توانند بر جنبه‌های مختلف روانی و اجتماعی تأثیر بگذارند. برخی از نقش‌های مهم آن‌ها عبارتند از:

رسانه به عنوان سازنده واقعیت

Media as a Constructor of Reality

بخشی از آنچه جامعه «واقعیت» می‌پندارد، حاصل روایت رسانه‌هاست؛
از جمله شکل‌گیری شایعات، و پیامدهای آن‌ها در فضای مجازی

الگوریتم‌ها و نمایش محتوای شخصی‌سازی شده

Algorithms and personalized content display

الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و یوتیوب بر اساس رفتار کاربر، محتوای مورد علاقه او را نمایش می‌دهند. این امر گاهی توهم «جهان مشابه» ایجاد می‌کند؛ یعنی کاربر تصور می‌کند همه مانند او فکر می‌کنند

سرعت انتشار و کاهش فرصت تفکر

Speed of dissemination and reduced opportunity for thought

رسانه‌ها به دلیل سرعت بالا، فرصت واکنش آگاهانه را از مخاطب می‌گیرند
و او را به قضاوت‌های سریع و احساسی سوق می‌دهند

هویت‌سازی

Identification

رسانه‌های اجتماعی امکان ساخت هویت جدید و دلخواه را به کاربران می‌دهند
و مسیر ایجاد هویت مجازی محبوب را هموار می‌کنند

رسانه به عنوان ابزار بسیج اجتماعی

M e d i a a s a t o o l f o r s o c i a l m o b i l i z a t i o n

رسانه‌ها توانایی سازمان‌دهی جمعی در امور خیریه، اعتراضات
کمپین‌ها و جنبش‌ها را دارند و می‌توانند رفتار جمعی را تغییر دهند

تحریف یا بازنمایی واقعیت

Distortion or representation of reality

رسانه قادر است ویژگی‌ها، رویدادها یا افراد را بر اساس منافع خاص، مثبت یا منفی نمایش دهد
این یکی از پیچیده‌ترین و خطرناک‌ترین کارکردهای رسانه‌ها در جهان معاصر است

این بحث نشان می‌دهد که ذهن جمعی پدیده‌ای پیچیده و قابل هدایت است؛
و شناخت سازوکارهای آن، کلید فهم جامعه امروز است

سپاس

۱۴۰۴/۸/۳۰