

مبانی جغرافیای ارتباطات

مولفان:

دکتر حجت اله شرفی

دکتر حسین غضنفرپور

مرضیه جعفری

سرشناسه	شرفی، حجت‌الله، ۱۳۵۴ -
عنوان و نام پدیدآور	مبانی جغرافیای ارتباطات/ مولفان حجت‌اله شرفی، حسین غضنفرپور، مرضیه جعفری.
مشخصات نشر	کرمان: دانشگاه شهید باهنر کرمان، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	۲۷۳ ص.: مصور، جدول.
فروست	انتشارات دانشگاه شهید باهنر کرمان؛ ۴۰۳ ص.
شابک	978-600-201-069-8
وضعیت فهرست نویسی	فیفا
یادداشت	پشت جلد به انگلیسی: Fundamentals of communications geography.
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	مکانیسم‌های اطلاعات و جهانی‌شدن
موضوع	Information technology and globalization:
موضوع	مکانیسم‌های اطلاعات و ارتباطات
موضوع	Information and communication technologies:
موضوع	رسانه‌های گروهی - جنبه‌های اجتماعی
موضوع	Mass media -- Social aspects:
شناسه افزوده	غضنفرپور، حسین، ۱۳۴۴ -
شناسه افزوده	جعفری، مرضیه، ۱۳۵۶ -
شناسه افزوده	دانشگاه شهید باهنر کرمان
رده بندی کنگره	۱۳۹۵ م ۲ ش/۵/۵ T
رده بندی دیویی	۳۰۳/۴۸۳۳:
شماره کتابشناسی ملی	۴۴۹۵۸۹۶:

مبانی جغرافیای ارتباطات

مولفان: دکتر حجت‌اله شرفی، دکتر حسین غضنفرپور، مرضیه جعفری.

ناشر: دانشگاه شهید باهنر کرمان

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۵

تیراژ: ۱۰۰ نسخه

قیمت: ۲۷۵۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۰۱-۰۶۹-۸

کلیه حقوق برای انتشارات دانشگاه شهید باهنر کرمان محفوظ است.

فهرست مطالب

۱۱		سخن مولفان
۱۵		پیشگفتار
۱۹		فصل اول: مفاهیم
۱۹		مقدمه
۲۰		تعریف و شناخت ارتباط
۲۵		علم ارتباطات
۲۷		انواع ارتباط
۲۹		تعریف ارتباط جمعی
۳۸		اهمیت ارتباطات جمعی
۴۱		ویژگی‌های ارتباطات جمعی و سنتی
۴۴		بنیان‌های نظری الگوهای ارتباطی علمی
۴۴		الگوهای فیزیکی
۴۴		الگوهای فنی
۴۵		الگوی زیستی
۴۵		الگوهای اقتصادی
۴۶		الگوهای شناختی
۴۷		الگوی روان‌شناختی
۴۸		مارشال مک لوهان
۵۰		پارادایم‌های ارتباطات رسانه‌ای
۵۳		دیدگاه‌های عمده در مورد رسانه‌های جمعی
۵۷		جمع‌بندی
۵۹		فصل دوم: جغرافیای رسانه
۵۹		مقدمه
۶۰		تعریف رسانه
۶۲		انواع رسانه‌ها
۶۴		وسایل ارتباط جمعی
۶۶		رسانه‌شناسی
۶۷		کارکرد رسانه‌ها
۶۷		رسانه و سبک زندگی
۶۹		جامعه شبکه‌ای
۷۰		رسانه‌های ارتباطی

۷۳	خبرگزاری‌ها
۷۶	سینما
۷۷	صنعت تفریحات
۷۷	ماهواره‌های ارتباطی
۷۷	رایانه
۷۸	اینترنت
۷۸	ساختار شبکه اینترنت
۸۰	مدیریت شبکه اینترنت
۸۳	صنعت چاپ
۸۵	عکس و ویربین عکاسی
۸۹	تلگراف
۹۰	تلفن
۹۶	سینما
۹۷	رادیو
۹۹	تلویزیون
۱۰۲	رایانه
۱۰۴	ارتباطات ماهواره‌ای و فیبر نوری
۱۰۵	جمع‌بندی
۱۰۷	فصل سوم: فضای مجازی
۱۰۷	مقدمه
۱۰۸	مفهوم دنیای مجازی
۱۰۹	نظریه عصر مجازی (موج چهارم)
۱۱۰	واقعیت مجازی
۱۱۰	سایبرنتیک
۱۱۲	مفاهیم دنیای مجازی
۱۱۲	رسانه‌های الکترونیکی
۱۱۲	رسانه‌های دیجیتال
۱۱۲	رسانه‌های مجازی
۱۱۳	روزنامه‌های مجازی
۱۱۳	دولت الکترونیک
۱۱۴	دولت الکترونیک در ایران
۱۱۴	تجارت الکترونیک
۱۱۴	دورکاری

۱۱۵	دورکاری در ایران
۱۱۵	یادگیری الکترونیک
۱۱۵	یادگیری تعاملی
۱۱۶	سواد عصر الکترونیک
۱۱۷	ابزارهای مرجع مجازی همزمان
۱۱۷	جت/ کنفرانس
۱۱۸	وب جهان گستر
۱۱۸	وب ۲
۱۱۸	اینترنت ۲
۱۱۹	مدارک وبی
۱۲۰	مروورگها
۱۲۰	پرتال ها
۱۲۰	ورتال ها
۱۲۱	گپ و گفتگو در محیط اینترنت
۱۲۱	بلاگ ها
۱۲۲	ویکی ها
۱۲۲	وب پنهان
۱۲۲	آمانیکس
۱۲۲	سلطه گری مجازی
۱۲۳	گفتگوی فرهنگ ها
۱۲۳	شکاف دیجیتالی
۱۲۳	اخلاق ارتباطات
۱۲۴	تأثیر فناوری های ارتباطات بر اطلاعات
۱۲۵	کاربران اینترنت در جهان
۱۲۸	امنیت اطلاعات
۱۳۰	انواع ویروس
۱۳۱	هک و انواع هکر
۱۳۲	نرم افزارهای جاسوسی
۱۳۲	کوکی ها
۱۳۲	تفاوت http با https در امنیت اطلاعات
۱۳۳	دیواره آتش (فایروال)
۱۳۴	امضای دیجیتال
۱۳۴	جمع بندی

فصل چهارم : فناوری‌های نوین جغرافیایی.....	۱۳۷
مقدمه.....	۱۳۷
مفهوم فناوری اطلاعات و ارتباطات.....	۱۳۸
شاخص‌های اساسی در فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی.....	۱۳۸
مشاپ.....	۱۴۱
تاریخچه.....	۱۴۲
انواع مشاپ.....	۱۴۳
نوع ای پی آی.....	۱۴۳
انواع اطلاعات.....	۱۴۴
کاربرد.....	۱۴۴
چالش‌های یک رچه‌سنش اطلاعات.....	۱۴۴
ناهمگونی سطوح انراعم.....	۱۴۵
کیفیت اطلاعات.....	۱۴۵
مشاپ و اطلاع‌رسانی.....	۱۴۶
مشاپ‌ها در بازیابی اطلاعات ترکیبی.....	۱۴۶
مقایسه مشاپ‌ها و پرتال‌ها.....	۱۴۶
کاربردهای مشاپ.....	۱۴۸
کاربرد مشاپ در مسکن.....	۱۵۱
برنامه Civil 3D.....	۱۵۲
برنامه Global Mapper.....	۱۵۲
برنامه Google Earth.....	۱۵۳
گوگل‌مپ.....	۱۵۴
برنامه Surfer.....	۱۵۷
سیستم اطلاعات جغرافیایی.....	۱۵۷
وظایف اصلی یک سیستم اطلاعات جغرافیایی.....	۱۵۷
سیستم موقعیت‌یاب جهانی.....	۱۵۹
عکس هوایی.....	۱۶۱
اصلاح عکس هوایی.....	۱۶۳
ماهواره و تصاویر ماهواره‌ای.....	۱۶۳
سنجنده.....	۱۶۴
اطلاعات رستری.....	۱۶۴
یاخته.....	۱۶۵
عدد رقومی.....	۱۶۶

۱۶۶	نرم افزار ERDAS IMAGINE
۱۶۸	نرم افزار IDRISI Taiga
۱۶۹	نرم افزار Map Source
۱۷۰	جمع‌بندی
۱۷۳	فصل پنجم: رسانه‌ها در عصر پست مدرن
۱۷۳	مقدمه
۱۷۴	مفهوم پست مدرن
۱۷۵	دیدگاه پست مدرنیستی
۱۷۹	ماهیت اندیشه پست‌مدرنیستی
۱۸۰	اصول پست‌مدرنیسم
۱۸۲	رابطه مدرن‌سم و پست‌مدرنیسم
۱۸۳	رسانه و فرهنگ از منظر پست‌مدرنیسم
۱۸۴	ویژگی‌های هنر چند رسانه‌ای
۱۸۴	ویژگی مکانی
۱۸۵	انباشتن
۱۸۵	گفتمانی بودن
۱۸۵	پیوندگری
۱۸۶	جمع‌بندی
۱۸۷	فصل ششم: رسانه و قدرت
۱۸۷	مقدمه
۱۸۸	مفهوم قدرت و رسانه
۱۹۰	نگرش‌های رسانه‌های ارتباطی
۱۹۲	رسانه و کارکرد قدرت
۱۹۲	موسیقی نافذ
۱۹۳	قدرت تأثیرگذاری فیلم و سینما
۱۹۴	زبان
۱۹۴	کاربرد طنز تصویری
۱۹۵	روزنامه‌ها و قدرت
۱۹۶	تلویزیون و قدرت
۱۹۷	جمع‌بندی
۱۹۹	فصل هفتم: رسانه و رفتار سیاسی شهروندان
۱۹۹	مقدمه
۲۰۱	جایگاه شهروندان در ارتباطات بین فرهنگی

۲۰۳	رسانه‌ها و جلب مشارکت عمومی
۲۰۵	فرایند جلب مشارکت عمومی
۲۰۸	نقش و وظایف رسانه‌ها در ارتباطات سیاسی
۲۱۲	توسعه سیاسی
۲۱۳	شبکه‌های اجتماعی
۲۱۵	شیوه‌های توسعه رسانه‌ها
۲۱۷	جمع‌بندی
۲۱۹	فصل هفتم: جهانی‌شدن و ارتباطات
۲۱۹	مقدمه
۲۲۰	مفهوم جهانی‌شدن
۲۲۴	کارکرد جهانی سازی
۲۲۶	جهانی‌شدن و جغرافیا
۲۳۰	جهانی‌شدن و ارتباطات
۲۳۷	هویت
۲۳۹	بحران هویت و خودشیفتگی جمعی
۲۴۲	جمع‌بندی
۲۴۵	فصل نهم: رسانه و تجربیات زندگی
۲۴۵	مقدمه
۲۴۶	مفهوم رسانه و زندگی روزمره
۲۵۰	رسانه‌های نوین و جوانان
۲۵۲	رسانه‌های نوین (تلفن همراه)، سبک زندگی و زندگی روزمره
۲۵۵	رسانه‌های نوین، تلفن همراه و هویت اجتماعی
۲۶۰	جمع‌بندی
۲۶۳	منابع

هر فناوری، بشر را به تدریج در فضای تازه‌ای قرار می‌دهد و هر فضای تازه، عاملی تعیین‌کننده در سرنوشت و زندگی بشر است. فناوری را کم‌دی الهی می‌خوانند؛ زیرا، بشر به بهشتی زمینی هدایت شده تا با استفاده از ابزارهای ساخته دست خود، خویش را از رنج جسمانی آزاد کند، که در این میان، وسایل ارتباط جمعی، عامل انتقال فرهنگ و دارای تأثیر شگرف بر فرهنگ می‌باشند. از این جهت، جوامع، بیشتر متأثر از ماهیت وسایل ارتباطی هستند تا محتوای ارتباطات؛ بنابراین، رسانه نه تنها از محتوای پیام خود جدا نیست؛ بلکه، به مراتب مهم‌تر از خود پیام نیز هست. ارتباطات از دیدگاه جامعه‌شناسان مکتب شیکاگو، فرایند انسانی و زیربنایی بود. رنست پارک، ارتباطات را فرایندی اجتماعی- روان‌شناختی، تعریف می‌کند که به وسیله آن یک فرد می‌تواند به درجات مختلف و به اشکال گوناگون، نگرش‌ها و دیدگاه‌های فرد دیگر را فرض قرار دهد.

ارتباطات جمعی، معادله نوعی افکمی هستند؛ زیرا، گسترش این نوع ارتباط، به چگونگی آموزش بستگی دارد. آموزش انسان را به مطالعه تشویق می‌کند و کانون‌های توجه و علاقه عمومی را افزایش می‌دهد و مردم را به وزن به‌خوانی و استفاده از رادیو، تلویزیون و سینما و می‌دارد. توسعه ارتباطات جمعی، بدون توسعه فضای نیز امکان‌پذیر نیست. چون تنها در شرایط توسعه‌یافتگی اقتصادی است که جوامع می‌توانند صنایع مخصوص تولید دستگاه‌های فرستنده و گیرنده رادیویی و تلویزیونی ایجاد کنند و وسایل ارتباطی نوین را در اختیار گروه‌های وسیع اجتماعی به‌گذارند.

در طول تاریخ، رسانه‌های ارتباطی گوناگونی مورد استفاده جامع بشری واقع شده‌اند. برخی از این رسانه‌ها، مانند زبان انسان، از رسانه‌های ارتباط طبیعی و برخی دیگر مثل ملاقات، نشانه‌ها و نمادهای گوناگون - صدای طبل، مشعل یا دود- جنبه فرار دادن دارند و برخی نظیر مطبوعات، تلویزیون و سینما، که امروزه به آن‌ها رسانه‌های ارتباط جمعی نام نهاده‌ای گفته می‌شود، چون ساخته دست انسان می‌باشند، مصنوعی محسوب می‌گردند. از اینترنت به شبکه، شبکه‌ها تعبیر می‌شود؛ زیرا، فلسفه وجودی آن اتصال شبکه‌های مختلف رایانه‌ای به یکدیگر در جهان است. به موازات تحولات اقتصادی و اجتماعی در قرن اخیر، وسایل فنی جدیدی نظیر عکس، تصاویر ماهواره‌ای، تلگراف، تلفن، بیسیم، صفحه، نوار ضبط صوت و فیلم، برای ارتباطات اجتماعی ساخته می‌شوند و در نتیجه، آن وسایل ارتباطی نوین سمعی و بصری، مانند رادیو، سینما و تلویزیون ایجاد می‌شوند و با امکانات تازه‌ای که برای انتقال سریع اخبار، افکار و

روش‌های زندگی در اختیار توده‌های وسیع انسانی در سراسر جهان قرار می‌دهند، عصر تازه‌ای در ارتباطات پدید می‌آورند.

بنابراین، دو تا از بزرگترین اختراعات قرن اخیر، رایانه‌ها و اینترنت/ وب بود. ترکیب این دو، دنیای اطلاعات دیجیتال جهانی یا دنیای مجازی را به وجود آورد که در فضای مجازی ایجاد می‌شود.

فضای مجازی، سرزمین دانش است و اکتشاف این سرزمین می‌تواند در حقیقت یکی از رفیع‌ترین فراخوان‌های تمدن باشد. گسترش رسانه‌ها و تقویت فناوری ارتباطی، جهانی را به وجود می‌آورد که در آن تشخیص آن‌چه که واقعیت است، از آن‌چه که واقعیت نیست، ناممکن است. از این رو، انسان‌ها در یک جامعه پست‌مدرن با فراواقعیت‌ها و نه واقعیت‌ها مواجه‌اند.

برخی معتقدند جهانی‌شدن، فرایندی نسبتاً دراز مدت است که با سه ویژگی قلمروزدایی، هم‌پیوندی و شتاب اجتماعی متمایز می‌شود. متفکران قرن نوزدهم به برخی ویژگی‌های جهانی‌شدن پی‌برده بودند که مهم‌ترین آن، فشرده‌گی سرزمینی ناشی از سرعت ارتباطات بود. اما در عصر حاضر، متفکران و اندیشمندان علاوه بر مسائل ارتباطی که جلوه‌های نوینی نیز به خود گرفته است، مسائل اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی، سیاسی و امنیتی و حتی زیست‌بوم را نیز به آن افزوده‌اند. اختراع تلگراف در سال 1844، تلفن در سال 1876، بی‌سیم در سال 1895، هواپیما در سال 1903، تلویزیون در سال 1926، موشک، با سوخت مایع در سال 1927، کابل هم‌محور در سال 1930، و رایانه دیجیتال در سال 1946؛ همه ریدادهای علمی و محرکه‌های ارتباطی تکوین فرایند جهانی‌شدن بوده‌اند. به علاوه، ابداع سیستم باریک پرنکی اتوماتیک و فرآیندهای کنسروسازی و متجمدسازی موجب شد، تا کالاهای مصرفی خاصی که بدون وجود امکانات یاد شده فاسد می‌شدند، به فرآورده‌های جهانی اولیه تبدیل شدند. در همین حال، اختراع و استفاده بیش از حد کلر و فلوئوروکربنها (CFCs) در سال 1931، زمینه‌ای خراب بعدی لایه‌ی ازن را پدید آورد. پیامدهای این تحولات، بدون شک در دوره‌های بعدی به شکل‌گیری فرایند جهانی‌شدن و افق آینده‌ی جهان به مراتب چشمگیرتر خواهد بود. انقلاب ارتباطی و پارادایم نوظهور ارتباطات جهانی، فرجام دو جریان و تحول در عرصه‌ی ارتباطات هستند.

دیوید هاروی، جغرافی‌دان فرهنگی، فشرده‌گی فضا و زمان در عرصه‌ی تمدن اطلاعاتی را واقعیت بخش آرمان دهکده‌ی جهانی مک لوهان می‌داند و با نظر به نقش سرمایه در تکوین فضاهای نوین جغرافیایی، بر نظام اقتصادی تأکید می‌کند. امروزه، هیچ حد و مرز ملی و جغرافیایی برای اطلاعات وجود ندارد. ویژگی دیگر جهان‌نو که نتیجه آن بحران هویت است، رشد بسیار گسترده‌ی رسانه‌های جمعی و بروز و ظهور یک اصطلاح مهم به نام "فناوری

اطلاعات" است. جهان امروز قدرت را بر اساس تکنولوژی اطلاعات تولید می‌کند، امروز، تولید ثروت بر اساس قدرت نرم، دیپلماسی رسانه و فناوری اطلاعات تولید می‌شود. کتاب حاضر، برای دانشجویان رشته‌های علوم جغرافیایی، ارتباطات و... به عنوان منبع اصلی درس «مبانی جغرافیای ارتباطات» در مقطع کارشناسی به ارزش ۲ واحد و بر اساس سرفصل‌های کمیته برنامه‌ریزی درسی، مصوب شورای عالی برنامه‌ریزی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری نوشته شده است.

لازم می‌دانیم از همکار محترم سرکارخانم دکتر محدثه عباس‌نژاد که کار صفحه‌آرایی و تنظیم متن را متقبل گردیدند، مریم رستاخیز، دانشجوی ممتاز کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه شهید باهنر، که زحمت ویرایش متن کتاب را بر عهده گرفتند، تشکر و توفیق رزافزون ایشان و دیگر دانشجویان ساعی این رشته را از درگاه خداوند متعال مسألت نمائیم.

حجت‌اله شرفی
حسین غضنفرپور
مرضیه جعفری