

## تعامل تکنولوژی چند رسانه ای و صنایع فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه

ژایلا مرادی میانہ<sup>۱</sup>، مه زاد فیروزبخت<sup>۲</sup>

۱. کارشناس ارشد تکنولوژی آموزشی

۲. دانشجوی مدیریت جهانگردی

### چکیده

صنایع فرهنگی به تولید کالاها و خدماتی می پردازد که باعث تحول و تحکیم مناسبات اجتماعی است، و یکی از ابزارهای که می تواند این ارزش ها، باورها، اعتقادات و تمدن یک جامعه را منتقل کند تکنولوژی چند رسانه ای است. این تکنولوژی می تواند هنرهای سنتی، تجسمی، صنایع بومی، گردشگری و... را معرفی نماید و می تواند در امور تجارت، اقتصاد، ورزش و معماری و... از آن بهره برد. این پژوهش با هدف بررسی نقش تکنولوژی (چند رسانه ای) برای توسعه صنایع فرهنگی صورت گرفت. در این مقاله سعی شده تا علاوه بر ارائه مفاهیم، تعاریف، مزایا و معایب آن تعامل تکنولوژی و صنایع فرهنگی در قالب یک چند رسانه ای به صورت اجمالی مورد بررسی قرار گیرد، و در نهایت پیشنهادهایی برای توسعه آن ارائه می شود.

کلمات کلیدی: صنایع فرهنگی، چند رسانه ای، تکنولوژی.

## مقدمه

اگرچه مفهوم «صنعت فرهنگی» هنوز در حال شکل گیری است و دائماً تعاریف جدیدی درباره آن ارائه می شود، اما به هر تقدیر نگرش های اساسی ای را درباره منابع تولید ثروت در اقتصادهای نوین و پایداری جوامع در عصر تغییرات سریع در اختیار ما می گذارد. به کمک این مفهوم می توان روابط حاکم بر سازمان های فرهنگی غیرانتفاعی و شرکت های خصوصی که در صنعت نشر، رادیو و تلویزیون، فیلم، موسیقی، هنرهای نمایشی، هنرهای تجسمی و طراحی مشغول به فعالیت می باشند را بررسی نمود. همچنین می توان به افتراقات و پیوندهای متقابل بین انواع مختلف فعالیت های فرهنگی پی برد. این فعالیتهای متنوع شامل عضویت در گروه های موسیقی غیرحرفه ای، تحقیق درباره شجره نامه های خانوادگی، شرکت در فعالیت های هنری حرفه ای، نمایشگاه های موزه، توریسم، خرید کتاب و نوار موسیقی، تماشای تلویزیون یا فیلم های سینمایی می شود. (۱)

## تعاریف صنایع فرهنگی:

۱. صنایع فرهنگی شامل مجموعه ای از صنایع است که مواد اولیه و مضامین خود را از فرهنگ می گیرند .
۲. هدف اقتصادی صنایع فرهنگی، تبدیل فرهنگ به یک منبع اساسی و پویای ثروت است .
۳. مهم ترین هدف اجتماعی صنعت فرهنگی، توسعه ی فرصت های شغلی بر پایه ی کارآفرینی فرهنگی است .
۴. صنعت فرهنگی برای تولید فرآورده های مطلوب خود، از فناوری های فرهنگی بهره می گیرد. البته این بدان معنا نیست که فناوری ی ها غیر فرهنگی نقشی در این صنعت ندارند . آن ها فناوری های مکمل یا توان افزا، برای صنایع فرهنگی به شمار می آیند.
۵. بر اساس تعریف یونسکو صنایع فرهنگی به صناعی گفته می شود که خروجی های خلاق و هنری ملموس و ناملموسی تولید می کنند که دارای پتانسیل تولید ثروت و ایجاد درآمد از طریق بهره برداری از دارایی های فرهنگی و تولید خدمات و کالاهای دانش بنیان (هم سنتی و هم نو) هستند (ملکی فر و علوی : به نقل از شجاعی و محبی).
۶. از آن جایی که تولید فرآورده های فرهنگی بر خلاقیت، مهارت، و استعداد فردی استوار است ، صنایع فرهنگی را صنایع خلاق نیز می نامند (ملکی فر و علوی).
۷. کلیه ابزار و ادوات ، کالاهای و تولیداتی که باعث تعمیق و تقویت ، تثبیت ، تغییر ، تهدید ، تضعیف ، پذیرش ، تسری و اشاعه یک یا چند عنصر فرهنگی شود به عنوان صنایع فرهنگی تلقی می شود .

## انواع صنایع فرهنگی

صنایع فرهنگی به گروه های مختلف تقسیم می کنند. کتاب، روزنامه و مجله، صفحه گرامافون، رادیو، تلویزیون، سینما، محصولات جدید دید و شنودی و خدمات مربوط به آنها، عکاسی، تکثیر آثار هنری و تبلیغات. هر یک از این گروه ها میدان وسیعی برای مطالعه ایجاد می کنند، اما به طور کلی با یکدیگر ارتباطی نزدیک و نیرومند دارند ( شجاعی، ۱۳۸۹)

یکی دیگر از انواع تقسیم بندی ها که توسط ملکی فر و علوی ارائه دادند به شرح زیر است:

### صنعت سینما

سینما به عنوان یک صنعت تاثیر گذار در عرصه فرهنگ توانسته است جایگاه بالایی را در مناسبات بین فرهنگی به دست آورد. امروزه صنعت سینمای هالیوود و بالیوود چشم های ملل مختلف دنیا را به سمت فرهنگ دو کشور ایالات متحده آمریکا و هندوستان خیره کرده و ضمن ایجاد پایگاه سیاسی مناسب برای این دو کشور در سطح جهان درآمدهای اقتصادی هنگفتی را نصیب این کشورها مخصوصا امریکا نماید.

### صنعت تئاتر و انواع نمایش ها

امروزه تئاتر با دارا بودن گرایش ها و زمینه های مختلف تبدیل به علمی فرهنگی، هنوز هم در سایه قدرت سینما و تلویزیون حرف های بسیاری در زمینه انتقال، تبادل و تغییرات فرهنگی می تواند داشته باشد.

### صنعت رسانه

دهکده جهانی مورد نظر مک لوهان همه چیز خود را وامدار صنایع رسانه ای می داند و این صنعت توانسته با فراگیری و همگانی شدن خود موثرترین عنصر در زمینه های مختلف فرهنگی باشد. بی شک همه ما با رسانه های مختلف کم و بیش سروکار داریم و می توان گفت دنیای امروز ما بدون حضور رسانه ها مفهوم و جذابیت خود را از دست خواهد داد. رسانه های زیر بیشترین تحولات را در عرصه فرهنگ امروز رقم می زنند

### صنعت چاپ و نشر

از دوره چاپ سنگی تا دوره چاپ دیجیتال امرزی باید صنعت کهنسال و با قدمت چاپ را از جمله موثر و مستمترترین صنایعی در زمینه فرهنگ دانست که توانسته است دین خود را به فرهنگ جهان ادا نماید و هنوز هم می تواند همپای سایر صنایع جدید به اثرگذاری خود ادامه دهد. در زمینه نشر نیز با توجه به ظهور نشریات و نوشته های مجازی نمی توان از نیاز فرهنگ به نشریات، کتاب و نوشته های کاغذی چشم پوشی نمود.

### صنعت موسیقی



زبان بین المللی موسیقی همواره باعث انتقال مفاهیم عمیق فرهنگی، مذهبی، سیاسی و ... در بین ملت های گوناگون بوده است و اکنون با بسط و توسعه صنایع مربوطه توانسته است نزدیکی فرهنگی ملل را رقم بزند. به عنوان مثال وقتی یک فرد آمریکایی در اتومبیل خود به یک موسیقی عربی گوش می دهد می توان از تاثیرگذاری این صنعت آگاه شد. (ملکی فر و علوی، ۱۳۸۵).

## اهمیت صنایع فرهنگی برای کشور ایران

صنایع فرهنگی دارای اهمیت فراوانی در زمینه های گوناگون می باشند. در کشور ما ایران این صنایع از جنبه های مختلف دارای اهمیت می باشند که در زیر به آنها اشاره می شود (پژوهشنامه صنعت فرهنگی).

### ۱. اهمیت فرهنگ

- صدور فرهنگ ایرانی اسلامی به جهان\*
- دفاع از فرهنگ خودی در مقابل تهاجم فرهنگی\*
- حفظ تنوع فرهنگ بومی و ملی\*

### ۲. اهمیت اجتماعی

- بهبود فرهنگ عمومی\*
- افزایش خود باوری\*
- پرورش هم بستگی و اتحاد\*

### ۳. اهمیت دفاعی

- پشتوانه ی امنیت و اقتدار ملی\*
- صدور پیام انقلاب\*
- اهمیت هویت ملی\*

فرهنگ به عنوان شیوه و روش زندگی است و برای توسعه و بهبود شیوه های مطلوب زندگی و کار، فرهنگ نیازمند اصلاح است و یکی از راه های که می توانند در تمام با بخش های از فرهنگ موثر باشد تولید یک چند رسانه ای است و با توجه به اینکه هنوز نقش تکنولوژی به حدی نرسیده است که موجب تغییر در ساختار فرهنگ شود اما می توان گفت که صنایع فرهنگی و تکنولوژی دو پدیده ای که ملازم یکدیگر و به همراه هم باعث تغییر فرهنگ می شود. صنایع فرهنگی می تواند در قالب تکنولوژی دستگاه چاپ، کتاب، تلویزیون و رسانه ها تحول یابد اما خیلی از افراد در یک زمان واحد نمی توانند به آن هدف دست یابند در نتیجه می توان گفت که تکنولوژی می تواند اهداف توسعه صنایع فرهنگی پایدار را در قالب یک چند رسانه ای بسط و گسترش دهد. محققان آموزشی یادآوری می کنند اگر

افراد در امور یادگیری خود درگیر باشند بهتر می آموزند، و هر چه بیشتر حواس یادگیرنده در کسب اطلاعات به کار گرفته شود یعنی کل فرد درگیر باشد میزان یادگیری افزایش می یابد؛ بنابراین، اگر فناوریهای چند رسانه ای تجارب صحیح و تعاملی چند حسی را در اختیار یادگیرندگان قرار دهند، می توان در بهبود کیفیت و گیرایی و جذابیت آموزش کمک کنند(۳). عطاران به نقل قول از رضوی بیان می دارد که هر گونه تلفیق متن، گرافیک، صدا، پویانمایی و ویدیو است که با رایانه و یا سایر ابزار الکترونیک منتقل می شود(۴). در حقیقت چند رسانه ای در قرن ۲۱ به عنوان مهارتی، اساسی همچون خواندن حائز اهمیت است. چند رسانه ای ماهیت خواندن را تغییر خواهد داد و به جای اینکه کتاب شما را به مطالب چاپ شده خطی محدود کند با ایجاد روشی جدید، آموزشی را پویا و متحرک خواهد کرد. در چند رسانه ای کلمات علاوه بر انتقال معانی، دارای ارتباطاتی است که خواننده با استفاده از آن می تواند متن را بسط و گسترش داده و اطلاعات بیشتری در رابط با موضوع کسب کند(۵). از چند رسانه ای در آموزش و یادگیری امور مختلف بسیار استفاده می شود و کاربرد های متنوعی دارد زیرا از یک سو باعث جذب یاد گیرنده شده، و از سوی دیگر با امکانات متنوعی که برای وی فراهم می آورد تداوم یادگیری او را نسبت به موضوع مورد نظر تضمین می کند. فراگیران و یا استفاده کنندگان از چند رسانه ای تولید شده می توانند با استفاده از علم کامپیوتر به راحتی به صناعی که به آن احتیاج دارند دسترسی پیدا کنند و آن را فراگیرند. در یک برنامه کاربردی فراگیر می تواند با کلیک کردن بر موارد ارائه شده تصویر(۱-۱). به موضوع مورد نظر وارد شده و بر اندوخته ها و اندیشه های خود بیافزاید

تصویر(۱.۱).انواع صنایع فرهنگی

روی موضوع مورد نظر  
کلیک نمایید

ورزش	گردشگری	اشتغال
امور مذهبی	تعلیم و تربیت	هنر
تکنولوژی و....	امور اجتماعی	

در این چند رسانه ای بیش از یک راه برای انتقال و ارائه اطلاعات گنجاینده می شود و یک محیط غنی برای فراگیران فراهم می سازد تا به جستجوی اطلاعات در زمینه مورد نظر پردازد برای مثال، فراگیر درباره امور جهانگردی و گردشگری در برنامه چند رسانه ای تولید شده به مطالعه می پردازد و اطلاعاتی در مورد گردشگری در سطح کشور و استانهای ایران، موزه ها، کتابخانه ها ... همراه با تصاویر آنان بدست می آورد که باعث شناخت بیشتر مناسبات اجتماعی در راستای صنایع فرهنگی خواهد شد.

### مزایای استفاده از چند رسانه ای:

استفاده از حواس چند گانه برای یاد گیری

تمرین بیشتر برای رسیدن به حد تسلط

تسهیل مشارکت میان افراد

کمک به فراگیر برای ایجاد ارتباط میان مفاهیم

برقراری تعامل با کاربر

معایب چند رسانه ای ها:

نیاز به رایانه پیشرفته

نیاز به سواد رایانه ای، حجم سنگین برنامه چند رسانه ای، هزینه بالای تولید آن

### نتیجه گیری:

همان گونه که از تعاریف مربوط به صنایع فرهنگی بر می آید این حوزه با مناسبات اجتماعی سرو کار دارد در واقع صنایع فرهنگی سهم چشمگیری در دسترسی افراد به اطلاعات آموزش و فرهنگ و نیز اشتغالزایی دارند و نقش مهمی را در ارائه تصویر فرهنگی یک کشور و ملت ایفا می کنند به همین علت هر گونه تحلیل عمیق فرهنگی در حوزه فرهنگ و توسعه در راستای صنایع فرهنگی صورت گیرد و تکنولوژی نیز دارای دیدگاهی کلی است که همه نوع آموزش و یادگیری را دربر می گیرد. یادگیری مورد نظر در این محدوده می تواند از نوع رسمی یا غیر رسمی باشد و در هر مکان و زمانی اتفاق بیفتد با این توضیح، آموزش هایی که از سوی رسانه های ارتباط جمعی شکل می گیرد گسترده تر است اما شمار زیادی از افراد نمی توانند در زمان یکسانی به آن اطلاعات دست یابند در نتیجه چند رسانه ای به کمک صنایع فرهنگی می آید و باعث تعامل میان کاربر و محتوا می شود این تکنولوژی معطوف به یادگیرنده است و اندیشه ی متخصصان فناوری را متوجه فراگیر به صورت انفرادی و مشارکتی می کند. اگر چنین نرم افزار جامع چند رسانه ای تولید و در اختیار افراد قرار بگیرد ارزش ها، اندیشه ها و اطلاعات آنها نسبت به خیلی از مسائل گسترده تر می شود و فراگیر می تواند در هر زمان و مکان به آن تعامل دست یابد در نتیجه با تعامل صنایع فرهنگی و تکنولوژی می توان ارزش ها و اندیشه ها و پیام هایی را در قالب یک رسانه جدید تقاطی بین فرهنگ، هنر، تجارت و فن آوری به وجود آورد. و به دانشجویان رشته تکنولوژی آموزشی و مدیریت جهانگردی پیشنهاد می شود که این مطالعه را با استفاده از یک نرم افزار چند رسانه ای جامع و قوی انجام دهند. و مسئولین توجه بیشتری به بخش ها و جنبه های گوناگون این صنعت داشته تا در ارائه هر چه بهتر

محصولات فرهنگی موثر واقع شوند .

#### منابع:

۱. شجاعی، جواد. محبی کرد سفلی، مهدی (۱۳۸۹). مقاله صنعت فرهنگ قابل دسترسی در سایت <http://www.raskhoon.net>
۲. ملکی فر، علوی، (۱۳۸۵). هجرت عظمی در صنعت و فناوری. (آصف)
۳. ذوفن، شهناز (۱۳۶۸). کاربرد فناوری های جدید در آموزش. تهران، انتشار سمت.
۴. رضوی، سید عباس (۱۳۶۸). مباحث نوین در فناوری آموزشی. انتشار چمران.
۵. شاه جعفری، طاهره (۱۳۸۵). طراحی و ارزشیابی نرم افزارهای آموزشی (چند رسانه ای)، انتشارات امید.
۶. فردانش، هاشم (۱۳۸۷). مبانی نظری تکنولوژی آموزشی. انتشارات سمت.

