

# بهینه‌شناسی واقعیت‌های ارتباط‌ساز معاصر؛

## شرط توفیق‌مندی در تبلیغ

علیرضا ایواندیان

از اوایل قرن گذشته (قرن بیستم)، جهان شاهد جهش تازه‌ای در زمینه ارتباط‌سازی گشته: بدین صورت که «فرهنگ کتابت» به «فرهنگ چند وجهی» و چند کششی (به شکل رسانه‌های دیداری و شنیداری) که در واقع تجلی‌گر چنین ارتباطات تازه‌ای هستند تبدیل می‌شود. این نکته قابل تأمل است که هر «شیوه ارتباطی» تازه‌ای که در پهنه «اخلاقیت‌های انسانی» شکل می‌گیرد هرگز ناقض مرام‌ها و شیوه‌های ارتباطی پیشین نیست، بلکه آن را قوی‌تر و کامل‌تر می‌سازد. همچنان‌که نوشتار، به منظور تقویت فرهنگ شفاهی با آرایه‌های آگاهی‌ها و اطلاعات تازه به افراد، آنان را برای گفت‌وگو در سطح بالاتری می‌پروراند. رسانه‌های نوین هم، گستره «فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌پذیری» را فراخ‌تر ساخته و لذا اطلاعات بیشتری را به شتاب و سرعت افزون‌تر در «مجاری ارتباطی جامعه» جاری و ساری می‌کنند و بدین ترتیب دوران نویسی فراهم می‌آید که همان دوران «چیرگی ارتباطات» است.

در چنین دورانی، «سهم ارتباطات»، سهمی عظیم و حساس است. حساس و عظیم از آن روی که شکل دادن به «زندگی جدید» بر شانه‌های تعهد او استوار است. به این معنا است که به موازات و دو شادوش رشد و شکوفایی ابزارها، رسانه‌های ارتباطی و به تبع آن اطلاعات و دانش نیز متحول می‌شود. در پی این تحول، جامعه نیز برای قوام و دوام بخشیدن به رابط خودش و شکل دادن به نهادها وارد مرحله تازه‌ای می‌شود و بدین ترتیب نهادهایی تازه ایجاد می‌شوند و می‌رویند.

«مک لوهان» عقیده دارد که در این دوران، دوباره «حس شنوایی» به عنوان یک حس مؤثر وارد مجموعه ارتباطات می‌شود و در واقع نقش کتابت کم رنگ می‌گردد.



بهینه‌شناسی واقعیت‌های ارتباط‌ساز معاصر؛ شرط توفیق‌مندی در تبلیغ



## ◆ جامعه‌ای که در آن هر لحظه افراد - صرف نظر از اینکه در کدام موقعیت جغرافیایی زندگی

می‌کنند - از رخدادهای مهم آگاهی پیدا کرده و نسبت به هم شناخت می‌یابند و باهم مراوده و

مرباطه برقرار می‌سازند، موفق آن کسی است که مخاطبان بیشتری داشته باشد. «عصر

مبادلات تمام عیار فرهنگی و فکری» در سطح جهانی شکل شفافی به خود می‌گیرد؛ پس در

همسایگی این نهادهای نوین، لازم است ارتباطات، تماس‌ها و مبادلات تجاری، فکری، فرهنگی و

سیاسی شکل متحول شده‌تری به خود گیرد و جهان تازه‌ای که متفکران عرصه اطلاع‌رسانی از

آن تحت عنوان «جهان شفاف (Trans Parant) نام می‌برند، خلق شود.

چنین جهانی، «اطلاعات» با دو مولفه «سرعت» و «سهولت» سوار بر «شهر امواج» از «مرزهای مختلف» می‌گذرد و در کمترین زمان ممکن در تمامی مناطق جهان گسترش می‌یابد. به همین دلیل نیز «بازخوردها» (Feedback) ای بسیار گسترده به وجود می‌آیند. همان‌طور که «بافت و ساخت فرهنگی» در هر دوره‌ای بر بنیان و پایه «نوع ارتباطات» آن فرهنگ می‌تواند به کار گرفته شده و شکل گیرد. فرهنگ هم همراه با تحول ارتباطات تغییر و تحول پیدا می‌کند و این تغییر و تحول به یقین ساختارهای فکری، شیوه تفکر، نگرش‌ها و نیازها را هم در بر می‌گیرد؛ چندان که تمامی نهادها، سازمان‌ها و نظام اجتماعی را به جانب خویشین فرا می‌خواند. به همین سان «محتوای اندیشه» و حتی «ساخت اندیشه و منطق» هم به موازات «تفکر» دگرگون می‌شود.

همه محققان حوزه اندیشه و نظر بر این باور اتفاق رأی دارند که مادام که فرهنگ در محدوده خود محصور و محسوس است، قادر نخواهد بود تا ارتباط گسترده‌ای با محیط خود برقرار سازد؛ لذا ذهنیت‌ها در این شکل، بیشتر «خود محور» و «گروه محور» هستند. «قوم و قبیله‌گرایی»، ساختار اجتماعی سیاسی و اقتصادی «عصر شفاهی» را تحلی می‌بخشد. در واقع می‌توان گفت که «دولت ملی» (Nation State) محصول و مرهون «عصر کتابت» است.

گسترش دامنه ارتباطات در سطح جهان، تفکرات و نگرشی روشن را طلب می‌کند؛ زیرا تا زمانی که فرهنگ راه به بیرون پیدا نکند، خود را به «مطلق» تبدیل می‌نماید و لذا برای آدمی ابزاری برای مقایسه کردن باقی نمی‌گذارد و نسبت به هر چیزی بیگانگی پیشه می‌کند و احساس نفرت و کراهت روامی دارد. به چنین فرهنگی اصطلاحاً (Xenophobia) می‌گویند. اگر در «فرهنگ شفاهی بدوی»، شناخت‌ها «محتوای اسطوره‌ای»

گسترش ارتباطات منجر به این مهم می‌شود که روز به روز شاهد نزدیک شدن گروه‌ها، جوامع و ملت‌ها به یکدیگر باشیم. در نتیجه این همنشینی‌ها و هم‌اندیشی‌ها و تماس‌ها، شناخت‌های متناوب بیش و بیشتر شکل می‌گیرد و زمینه‌های لازم برای شکل گرفتن فرهنگ یک جامعه در «مجاور فرهنگ‌های عمومی و ملی» پدید می‌آید؛ که نهایتاً آن را با استعاره دهکده جهانی توصیف می‌کنیم که در بسیاری موارد بر شباهت به دوره فرهنگ شفاهی است.

در «دهکده جهانی» از آن روی که ارتباط میان جوامع «چهره به چهره» و در هم بافته شده و محیط زندگی بسیار خرد بود، هر رخدادی که اتفاق می‌افتاد، همه را متوجه خود می‌ساخت؛ همه در چنین جامعه‌ای، همگان و همگان بودند و از حال و روز یکدیگر باخبر و پرس‌و‌پاس؛ و به همین دلیل «فرهنگ مشارکت‌پذیری» بسیار بالا بود. اکنون در منظری دیگر، این جامعه تبدیل به جامعه جهانی می‌شود. زیرا جهان نیز دهکده‌ای شده است که از راه گسترش دم افزون «شبکه‌های اطلاع‌رسانی» و ارتباط آفرینی همه را از حال هم باخبر ساخته است. در چنین جامعه‌ای (Omni Presence)، یعنی جامعه‌ای که در آن هر لحظه افراد - صرف نظر از اینکه در کدام موقعیت جغرافیایی زندگی می‌کنند - از رخدادهای مهم آگاهی پیدا کرده و نسبت به هم شناخت می‌یابند و باهم مراوده و مرباطه برقرار می‌سازند، موفق آن کسی است که مخاطبان بیشتری داشته باشد. «عصر مبادلات تمام عیار فرهنگی و فکری» در سطح جهانی شکل شفافی به خود می‌گیرد؛ پس در همسایگی این نهادهای نوین، لازم است ارتباطات، تماس‌ها و مبادلات تجاری، فکری، فرهنگی و سیاسی شکل متحول شده‌تری به خود گیرد و جهان تازه‌ای که متفکران عرصه اطلاع‌رسانی از آن تحت عنوان «جهان شفاف (Trans Parant) نام می‌برند، خلق شود. در

داشتند، در فرهنگ کتابت، «شکل استدلالی و تعقلی» هم به آنها اضافه می‌شود و تفکری غنی‌تر بدست می‌آید. در عصر «انفجار اطلاعات» و فراگیر شدن دم افزون آن، محتوای تفکر باز هم غنی‌تر می‌شود؛ زیرا دسترسی افراد به «منابع اطلاعاتی» بیشتر و در نتیجه «گردش‌گری اطلاعات» شتابنده‌تر می‌گردد؛ از نظر محتوای شناخت هم میزان دانش به گونه‌ای تصاعدی افزایش پیدا می‌کند و رفته رفته ذهن، منعطف‌تر و پیچیده‌تر شده و از «سادگی» به جانب «چند لایگی» و «درهم تنیدگی» حرکت می‌کند.

در عصر انفجار اطلاعات، اندیشه انسان، چندان بالنده است که اگر در ادوار پیشین، بیشترین تکاپوی انسان در مسیر «تبدیل مواد و تولید کالا» بود، اکنون دیگر، تنها عنصر اصلی در فراگرد «تبدیل و تولید اطلاعات» است؛ یعنی جامعه همه آن توانمندیهای مغزی و خلاقیت‌هایش را در جست‌وجوگری، اکتشاف، ابداع و پردازش اطلاعات متجلی می‌سازد؛ در مقام مقایسه و تطبیق باید گفت که: عنصر فرهنگ شفاهی یا عصر قبیله‌ای، مربوط به عصر سلطه کدخدایان است، زیرا در آن ادوار اینان بودند که بیشترین تجربه‌ها را در مخزن سینه‌هایشان می‌اندوختند، عصر کتابت، عصر مشارکت عامه مردم است، به این دلیل که آنها باسواد می‌شوند و از همین رهگذر، نظر و عقیده پیدا می‌کنند، اطلاعات به دست می‌آورند و با این توشه در تعیین و تعیین سرنوشت خود شرکت می‌نمایند. در صاحب رأی و حق شدن انسان در عصر کتابت، یقیناً ارتباطات را باید علت‌العلل این تحولات به شمار آورد. ارتباطات، فن‌آوری، فرهنگ و دیگر نهادهای جامعه را می‌سازد و روابط آنها را با یکدیگر تنظیم می‌کند. از این جهت باید گفت که ارتباطات، سهم و نقش بسیار



◆ این نکته قابل تأمل است که هر «شیوه ارتباطی» تازه‌ای که در پهنه «خلاقیت‌های انسانی» شکل می‌گیرد هرگز ناقص مرام‌ها و شیوه‌های ارتباطی پیشین نیست، بلکه آن را قوی‌تر و کامل‌تر می‌سازد. همچنان که نوشتار، به منظور تقویت فرهنگ شفاهی با آرایه آگاهی‌ها و اطلاعات تازه به افراد، آنان را برای گفت‌وگو در سطح بالاتری می‌پروراند، رسانه‌های نوین هم، گستره «فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌پذیری» را فراخ‌تر ساخته و لذا اطلاعات بیشتری را به شتاب و سرعت افزون‌تر در «مجاری ارتباطی جامعه» جاری و ساری می‌کنند؛ و بدین ترتیب دوران نوینی فراهم می‌آید که همان دوران «چیرگی ارتباطات» است.

## ◆ کهکشان سوّم که «عرصه تردد رایانه‌های

متنوع» با تفاخرهای متکثر است، فراخی بیشتری

را می‌نمایاند و فرهنگ، وابستگی شدیدی به

«رسانه‌های جدید» پیدا کرده است. اساس دانایی

و ارتباط در کهکشان نخست، معطوف به عنصر

شنیدار، در کهکشان دوّم متکی به عنصر خواندن

و در کهکشان سوّم به شنیداری - دیداری

خواندنی (یا شنیداری دیداری استوار به دانش

برآمده از خواندن) استوار است.

دریچه بخواهیم «توسعه» را تعریف کنیم باید بگوییم که توسعه، یعنی «گسترش مرزهای معرفت» (شناخت) و اطلاعات انسان «و غنا بخشی توانمندی‌های متعدد او برای حل مشکلات خویش. هر چه دایره این توانمندی‌ها افزون‌تر شود پیرو آن آدمی به گونه‌ی بهتری خواهد توانست مسایل خود را حل و فصل کند و بر دشواری‌های حیات خویشتن در شقوق مختلف فایق آید.

توسعه، همانا افزایش میزان اطلاعات عمومی و نقش آن در نظام دادن به ارکان ارتباطی جامعه است.

«مک لوهان» در نگرش‌های متعدد خود نشان داد که «موقعیت رسانه‌های ارتباطی»، تعیین‌کننده محتوای فکر، زندگی و ادراک معنوی انسان‌ها در عصر انفجار اطلاعات هستند و ادراک حسی نوینی را برای مخاطبان خویش رقم زده‌اند. می‌دانیم که «مک لوهان» هم ناقد عناصر ادبی و هم رسانه‌های ارتباطی بود. در همه نقدهای ادبی او می‌توان «ارجاع به شکل تماس با آثار ادبی» را پی گرفت. او همیشه به «بسترهای فن‌آورانه ارتباط»، از طریق تمرکز به شکل تماس با «ابژه‌ها»، متون و آثار هنری توجه داشت؛ و در نقدهای مکرر خود به روشنی نشان داد که آنچه رسانه‌ها انجام می‌دهند تأثیر مستقیمی بر آثار هنری دارند. مثلاً روزنامه‌نویسی چه تأثیری بر اشعار «مالارمه» و رمان‌های «جمیز جویس» داشت. و یا مثلاً نشانه‌های دیداری چه نقشی در آثار «نیتسون» داشتند و اساساً فن چاپ، چگونه شکل شعرهای «شاعران رمانتیک انگلیسی» را تعیین کرد.

مک لوهان، متأثر از آراء اقتصاددان و جامعه‌شناس سده نوزدهم یعنی «تورستاین ویلن» (نویسنده کتاب نظریه طبقه

حیاتی و مهمی در شکل دادن به بافت فکری جامعه دارد. ارتباطات همچنین در فرآیند «توسعه فرهنگی» نیز جایز نقش و سهم بسیار است. برای توغل در این مهم به نظر می‌رسد که ابتدا باید پرسش از چگونگی نطفه بستن نظام فرهنگی کرد و اینکه به راستی ارتباطات، به ویژه رسانه‌های گروهی، در عصر ما چه سان اسباب رشد و تعالی فرهنگ را پدید می‌آورند. به طور کلی هر فرهنگی در بردارنده پنج حوزه اصلی است:

«حوزه کیهان‌شناسی»، که عبارت است از مجموعه اسطوره‌ها، افسانه‌ها و جهان‌نگری‌هایی که ما را با «زاویه دید» آن فرهنگ نسبت به جهان آشنا می‌سازد. حوزه دوّم فرهنگ، حوزه «نشانه‌ها و علائم» است. یعنی همان مواردی که به وسیله آنها، فرهنگ، به انتقال خود می‌پردازد و باطن خود را معرفی می‌کند. بهترین این نشانه‌ها و علائم، «زبان» است که آن نیز صورت‌های متعدد و متکثر دارد و هر چه فرهنگ پیچیده‌تر و تناورتر می‌شود زبان نیز به تناسب آن به پیچیدگی و تناوری خاصی می‌رسد.

حوزه سوّم فرهنگ مشتمل بر «اسوه‌ها و نمونه‌ها» است؛ کادریایی که رفتار را شکل می‌دهند و حرکات و حالات مختلف را در بر می‌گیرند. حوزه‌ای وسیع که موارد متعددی از جمله ادب، گفتار، نزاکت، منش، و... را شامل است.

حوزه چهارم فرهنگ، شامل «مجموعه شناخت‌هایی» است که فرهنگ طی تجربه‌های فراوان به دست آورده است.

در حوزه پنجم فرهنگ، «وجود و احساس» قرار دارد که بیشتر جنبه شهودی و واسطه‌ای جهان را شامل است؛ وجهه عواطف و ادراکاتی که آدمی در «فرآیند تجربه‌گیری» با جهان، به نحوی متفردانه فراچنگ آورده است را با خود دارد؛ مانند «احساس هنری» یا تجربه زیستن. به بیانی دیگر می‌توان گفت که ارتباطات هم به واقع چیزی جز انتقال همه مجموعه‌ها، همه حوزه‌ها، اندیشه‌ها، عواطف، دریافت‌ها و شناخت‌ها نیست. «محتوای ارتباطات»، همان «اطلاعات» است. حال به هر اندازه که ما ذخیره اطلاعاتی جهان و یا سرعت گردش این اطلاعات را که ارتباطات نیز بر عهده آن است گسترش دهیم، این امر «انباشت فرهنگی» را افزایش می‌دهد.

ارتباطات، نقش «رشته‌های عصبی» را در کالبد هر جامعه‌ای بر عهده دارد و «رسانه‌ها» در چنین نظامی به مثابه «سلسله اعصاب جامعه» عمل می‌کنند تا اطلاعات را در همه بافت‌ها به گردش در آورند. رسانه‌ها، نوعاً اطلاعات را از منابع انباشت فرهنگی و انباشت اطلاعاتی جامعه اخذ می‌کنند. رویدادها و رخدادهایی را که در جامعه اتفاق می‌افتد با هم تلفیق می‌کنند، آنها را نگاه و تفسیر می‌کنند، شکل می‌دهند و به صورت پیام‌هایی به اشاعه‌اش می‌پردازند. اگر از این

است.

مردم روزگاران شفاهی در ارتباط زنده زبانی و گفتاری خود و همچنین در بنیان آموزشی حیات فرهنگی خود پیوسته بد فهمی‌های پدید آمده را تصحیح می‌کردند. فضای زندگی آنان فضایی بسته بود و فرهنگ، قادر نبود تا در لایه‌های آن رشد چندانی داشته باشد. میان ساختار «دانش شنیداری» و «دانش خواندنی»، مسافتی مهیب وجود داشت؛ و این شکاف خود را بیشتر در ابعاد عملی حیات نشان می‌داد و خاصه در هنر و فرآیندهای آفرینش جلوه‌گر می‌شد.

مک لوهان، «گوتنبرگ» را سلسله جنبان کهنکشان دوم خود می‌داند. این کهنکشان (گوتنبرگ) تا زمانی که «رسانه‌های ارتباطی جدید» پدید نیامده بودند حضوری تعیین کننده و مستمر و مؤثر داشت؛ و مک لوهان در یک «اسناد مجازی» جلوه‌گری تلگراف و تلفن را نقطه پایان آن بیان کرد. در کهنکشان دوم، ارتباط، منحصرأستوار به کتابت بود و اشکال روبه روی و حضوری هر چه بیشتر در حاشیه زندگی مردمان سکنی می‌یافت. یکی از وقایع مهم این دوره افتادن بارسالاری (زبان لاتین) از توسن، سست شدن «نهادهای وابسته به کلیسا»، سهولت آموزش و تا حدودی «جایگزین شده کتاب بر جای آموزشگار» بود. در کهنکشان سوم، طوفان‌های جدیدی در عالم پدید می‌آید که تا آن زمان هرگز کسی تصور آن را به مخیله خود راه نمی‌داد با ابداع رسانه‌های نوین همگانی و به ویژه با «انقلاب الکترونیک و انفورماتیک» اگر چه جهش‌های بی‌سابقه‌ای در اطلاع‌رسانی و شکل‌گیری جوامعی جدید پدید آمد اما باز باید گفت که این تمامت راه نیست بلکه می‌توان گفت که بشر همچنان در «دوران گذار به کهنکشان دیگری» به سر می‌برد.

کهنکشان سوم که «عرصه تردد رایانه‌های متنوع» با تفاخرهای متکثر است، فراخی بیشتری را می‌نماید و فرهنگ وابستگی شدیدی به «رسانه‌های جدید» پیدا کرده است. اساس دانایی و ارتباط در کهنکشان نخست، معطوف به عنصر شنیدار، در کهنکشان دوم متکی به عنصر خواندن و در کهنکشان سوم به شنیداری - دیداری خواندنی (یا شنیداری دیداری استوار به دانش برآمده از خواندن) استوار است. در هر کهنکشان، «فرهنگ کلی» آدمی شکل می‌گیرد. در کهنکشان نخست، یعنی روزگار فرهنگ شفاهی، حدود دنیای آدمیان را «توان حسی شنیداری» ایشان تعیین می‌کرد و عناصر واقعی جهان به رسم ارتباط سازی متداول زمان مورد اشاره، به صورت کاملاً عبریان به انسان روی می‌آورد. دنیای انسان کهنکشان گوتنبرگ را ارتباط خواندنی، کتاب و خطوط مستقیم و پی‌درپی رقم می‌زند. در چنین عالمی اعتقاد محض به فرضیه‌ها و آراء مشخص به فعالیت می‌پرداخت و همه چیز طبقه‌بندی شده و اثباتی به نظر

## ◆ «شناسایی عمیق» شرایط اطلاع‌رسانی و

ارتباطی امروز جهان اولین و موثرترین گام در

توفیق فرهنگی فرهیختگان عرصه تفقه و توغل

فکری است و این مهم را باید همه دست‌اندرکاران

عنصر تبلیغ ملحوظ نظر داشته باشند. آنان باید

قابل به این حقیقت باشند که شناسایی زبان

خاص رسانه‌های ارتباطی و نشانیدن درست

پیام‌های مورد نظر بر بال‌های این رسانه‌ها و

همزمان شناخت حوایج و ظرفیت‌های مخاطبان

دور و نزدیک در امر توفیق تبلیغی سهمی بسیار

قابل مند و مهم یافته است.

مرفه) به بررسی «جامعه مصرفی» و خصایص آن پرداخت و بعد از آن با تأثیرپذیری از نقطه نظرات «هارولد آدام اینیس» در خصوص «تأثیر تکنولوژی و فن ارتباطات بر زندگی اجتماعی» پژوهش کرد و سرانجام به این نتیجه رسید که امروز «دسته‌بندی، توزیع و مصرف عقاید» اهمیتی به مراتب بیشتر از تولید آن در جهان پیدا کرده است. به همین دلیل مک لوهان کوشش بسیار کرد تا «دستور زبان رسانه‌ها» به خصوص تلویزیون» را فرا بگیرد. کار او از این منظر شباهت بسیار با کار «رولان بارت» داشت زیرا او نیز تلاش می‌کرد تا به توفیق شناسایی «اسطوره‌های امروزی» نایل آید. از نگاه مک لوهان ما باید این حقیقت را بدانیم که چگونه در جامعه احاطه شده توسط اطلاعات، رسانه‌ها، نه تنها به «میزان و محتوای مصرف»، بلکه به تعریف انسان از خویشتن خویش، شکل و سمت و سو می‌دهند.

مک لوهان در کتاب «کهنکشان گوتنبرگ» (که در سال ۱۹۶۲ عرضه شد)، از وجود تاریخی سه کهنکشان در افق زندگی و دانایی انسان یاد می‌کند. نخستین را کهنکشان شفاهی می‌خواند، یعنی همان کهنکشان که از بدو پیدایی انسان هوشمند بر گستره خاک تا سال ۱۴۲۶ میلادی همواره حضوری پیوسته داشته است. در پهنه این کهنکشان دیرسال، آدمیان با یکدیگر «ارتباط چهره به چهره» داشته‌اند و اگر گاهی مبادرت به نوشتن نیز می‌کرده‌اند. چنین امری «بنیان ساز تمدن» نبوده

## ◆ در عصر جدید، «مناسبات فضایی مکانی» اهمیت بسیار یافته‌اند و برخی از «سنن محتوم هنری» گذشته به تدریج از دایره وجود خارج می‌گردند، «معماری»، که بیانگر تلقی نوینی در

ادراک فضایی بود دگرگون شده است و کار به جایی رسیده است که باید گفت «رسانه، همان

پیام» است. یعنی وابستگی بی‌چون و چرای «ادراک معنایی انسان» به «ابزار ارتباطی اش».

تمامی رسانه‌های جدید اطلاع‌رسانی امروز، «اشکالی هنری» هستند که مانند شعر، قدرت

«تحمیل پیش‌فرض‌های» خود را دارند. رسانه‌های ارتباطی امروز تنها به دنیا اشاره نمی‌کنند

بلکه خود دنیایی تازه هستند. دنیایی که باید آن را از همه جوانب شناخت و در حسن استفاده

از آن در مسیر فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌پروری استفاده کرد.

بی‌چون و چرای «ادراک معنایی انسان» به «ابزار ارتباطی اش». تمامی رسانه‌های جدید اطلاع‌رسانی امروز، «اشکالی هنری» هستند که مانند شعر، قدرت «تحمیل پیش‌فرض‌های» خود را دارند. رسانه‌های ارتباطی امروز تنها به دنیا اشاره نمی‌کنند بلکه خود دنیایی تازه هستند. دنیایی که باید آن را از همه جوانب شناخت و در حسن استفاده از آن در مسیر فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌پروری استفاده کرد. تازمانی که اهالی فرهنگ، از واقعیت متحول شده نظام ارتباطی امروز جهان تحلیل شایسته‌ای نداشته باشند و نتوانند در کهکشان جدید شنیداری دیداری کنونی، مقام باارزشی برای خود بدست آورند و جایگاهی جذاب فراهم کنند و مخاطبان افزون‌تر، خواننده‌تر و متنوعی را به جانب پیام‌های خود سوق دهند، یقیناً توفیق بسیار اندکی در «تأثیر گذاری‌های معنوی» خود خواهند داشت.

«شناسایی عمیق» شرایط اطلاع‌رسانی و ارتباطی امروز جهان اولین و مؤثرترین گام در توفیق فرهنگی فرهیختگان عرصه تفقه و توغل فکری است و این مهم را باید همه دست‌اندرکاران عنصر تبلیغ ملحوظ نظر داشته باشند. آنان باید قایل به این حقیقت باشند که شناسایی زبان خاص رسانه‌های ارتباطی و نشانیدن درست پیام‌های مورد نظر بر بال‌های این رسانه‌ها و همزمان شناخت حوایج و ظرفیت‌های مخاطبان دور و نزدیک در امر توفیق تبلیغی سهمی بسیار قابل‌مند و مهم یافته است.

می‌رسید: و به عکس روزگار گذشته در غیاب مولف و دانشمند، ارتباط ممکن بود. رسانه‌های ارتباطی در چنین دوره‌هایی خود رساننده معنا بودند و از مخاطب توقع و تقاضای حضور در ساختن معانی را نمی‌کردند. مک‌لوهان در اینجا از تعبیرهایی خاص بهره می‌برد. او رسانه‌ای چون کتاب را «رسانه گرم» (رسانه‌ای که تقاضای مشارکت مخاطب را ندارد) و تلفن را «رسانه سرد» (رسانه‌ای که گوش و شنیدار فضای خالی در پیام می‌آفریند و مخاطب را به معنا سازی فرا می‌خواند) می‌نامد.

از نظر مک‌لوهان، تلویزیون «رسانه کاملاً سرد» روزگار ماست. رسانه‌ای که در قلب «اوقات آسودن» ما می‌ایستد و «مصدر آگاهی» ما از واقعیت جاری جهانی پیرامون ما می‌گردد. رسانه‌ای که خود به مثابه یکی از اعضای خانواده ما و در برخی موارد حتی مؤثرتر از ایشان عمل می‌کند. آنچه در اینجا دارای اهمیت است بیشتر «شکل حضور رسانه تلویزیون» در زندگی روزانه ماست تا «محتوای برنامه‌های» این رسانه، زیرا مورد نخست سهم فراوانتری در ساختن نحوه تلقی ما از معانی را عهده‌دار است. به بیانی دیگر باید گفت که دوران ما پلی است که لحظه به لحظه ما را از رسانه‌های «ارتباطی مکانیکی» به عصر «ارتباط‌های الکترونیکی و ارگانیکی» سوق می‌دهد. بنابراین تعجبی ندارد اگر مشاهده کنیم که «عادت‌های نوینی» در اندیشیدن پا به عرصه بروز نهاده است.

در عصر جدید، «مناسبات فضایی مکانی» اهمیت بسیار یافته‌اند و برخی از «سنن محتوم هنری» گذشته به تدریج از دایره وجود خارج می‌گردند. «معماری»، که بیانگر تلقی نوینی در ادراک فضایی بود دگرگون شده است و کار به جایی رسیده است که باید گفت «رسانه، همان پیام» است. یعنی وابستگی