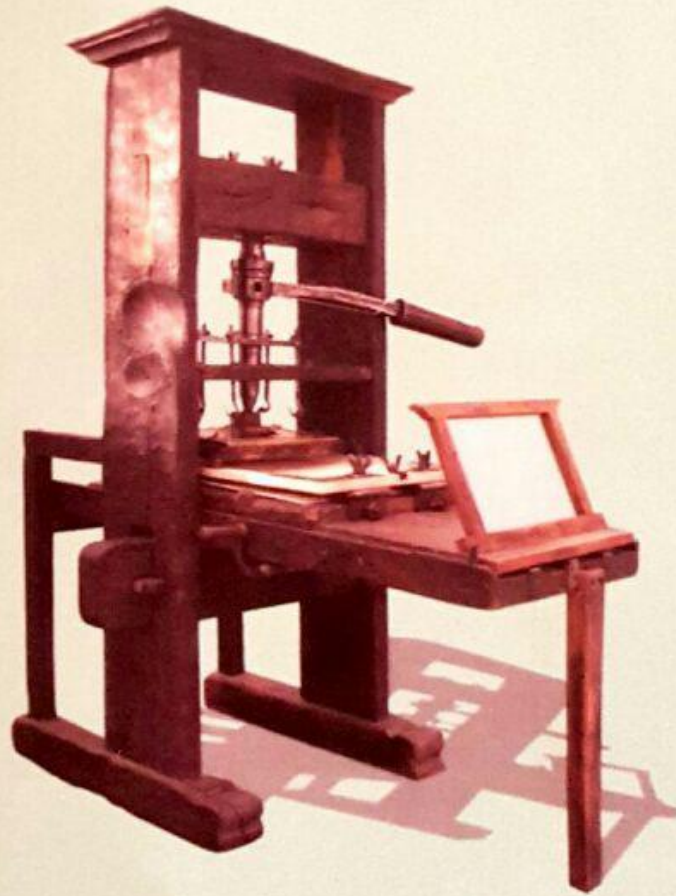


تاریخ اجتماعی رسانه‌ها

از گوتنبرگ تا اینترنت



ایسابریگز و پیتربرک

ترجمه حسن نمک دوست تهرانی

«بسم الله الرحمن الرحيم»

... خلاصه کتاب تاریخ اجتماعي رسانه‌ها ...

::: کاری از دانشجویان فرهنگ و ارتباطات ۹۳ دانشگاه امام صادق (ع) :::

"ارتباطات جمعی - استاد برزویی - پاییز و زمستان نود و چهار"

۶	«فصل يك»
۶	مقدمه نویسندگان
۶	درآمد
۹	«فصل دو»
۹	انقلاب چاپ در گستره‌ی تاریخ
۱۱	بازنگری در انقلاب چاپ
۱۱	ارتباط فیزیکی
۱۲	امپراتوری و ارتباط
۱۳	ارتباط این سو با آن سوی اقیانوس اطلس
۱۳	ارتباط شفاهی
۱۴	ارتباط نوشتاری
۱۵	زبان‌های ارتباط
۱۵	ارتباط دیداری
۱۶	تصویرهای چاپی
۱۷	ارتباط چند رسانه‌ای
۱۷	تعامل میان رسانه‌ها
۱۸	سانسور
۱۸	ارتباطات زیرزمینی
۱۸	پیدایش بازار
۱۹	تاریخ کتابخوانی
۲۰	آموزش و سرگرمی
۲۰	نگاهی دوباره به انقلاب چاپ
۲۲	«فصل سه»
۲۲	رسانه‌ها و گستره همگانی در اروپای آغاز مدرن
۲۲	نهضت اصلاح دینی

۲۶	نهضت روشنگری و انقلاب فرانسه
۲۹	«فصل چهار»
۲۹	فناوری ها و انقلاب ها
۳۱	جمعیت، اقتصاد، ارتباط
۳۲	طبقه‌ها و توده‌ها
۳۲	سر برافراشتن رسانه‌های چاپی
۳۳	کتاب‌ها، روزنامه‌ها، و خوانندگان آنها
۳۳	نمایشگاه‌ها
۳۳	مصرف
۳۴	از بخار تا الکتریسیته
۳۵	«فصل پنج»
۳۵	فرایندها و نقش‌های نو
۳۵	راه آهن
۳۶	کشتی‌ها
۳۷	پست
۳۷	بی‌سیم
۳۹	سینما و تلویزیون
۴۴	گرمافون
۴۴	ماشین
۴۵	«فصل شش»
۴۵	اطلاعات، آموزش و سرگرمی
۴۵	مطبوعات ((رکن چهارم))
۵۰	عصر پخش
۵۳	عصر تلویزیون
۵۴	تلویزیون در بریتانیا

۵۵	تلویزیون در سایر کشورها
۶۱	«فصل هفت»
۶۱	هم‌گرایی
۶۱	اصلاح ابر بزرگ راه / بزرگ راه داده‌ها / اینفوبان
۶۲	وفور نعمت و انتخاب و بحران
۶۶	رایانه‌ها
۷۰	ارسال داده‌های تصویری
۷۲	اینترنت
۷۳	نتیجه‌گیری
۷۵	«فصل هشت»
۷۵	چم‌وخم فضای سایبر
۷۵	در فضای سایبر
۷۷	زنان، کودکان، تلویزیون و اینترنت
۷۸	جابه‌جایی، حریم شخصی و نظارت
۷۹	پخش خدمت عمومی
۷۹	نظم دهندگان و مشاوران
۸۰	چاپ و دنیای دیجیتال
۸۰	سخن آخر

«فصل يك»

مقدمه، نویسندگان

هدف این کتاب نشان دادن رابطه میان گذشته و حال است؛ با پرداختن به مطالعات رسانه‌ای از منظر تاریخ و پرداختن به تاریخ از چشم اندازی رسانه‌ای.

درآمد

به نوشته‌ی فرهنگ انگلیسی آکسفورد، در دهه ۱۹۲۰ مردم سخن گفتن از «رسانه‌ها» را آغاز کردند و یک نسل بعد، در دهه ۱۹۵۰، از «انقلاب ارتباط» صحبت به میان آمد. مفهوم «افکار عمومی» در اواخر قرن هجدهم پدیدار شد، حال آنکه، توجه به «توده‌ها» از اوایل قرن نوزدهم به بعد نمایان بود، دوره‌ای که روزنامه‌ها با آگاه ساختن مخاطبان خود، به ترویج آگاهی ملی مشغول بودند. در نیمه اول قرن بیستم، به ویژه بر اثر دو جنگ جهانی، توجه علمی به بررسی پروپاگاندا معطوف شد. در عصر رادیو [دهه ۱۹۰۰]، دانشمندان به طور معناداری به اهمیت ارتباطات شفاهی در یونان باستان و قرون وسطا پرداختند. آغاز عصر تلویزیون، در دهه ۱۹۵۰، باعث توجه به ارتباطات بصری و نیز رواج نظریه‌ای میان‌رشته‌ای درباره رسانه‌ها شد. تعبیرهای درخور توجه، اندیشه‌های تازه را به شکل‌های موجز بیان می‌کردند: هرولد اینیس درباره‌ی مفهوم «سوگیری ارتباطات» نوشت؛ مارشال مک لوهان از «دهکده جهانی» سخن گفت؛ جک گودی، به پیگیری مفهوم «رام کردن ذهن وحشی» پرداخت و یورگن هابرماس، جامعه‌شناس آلمانی، «گستره همگانی» را تعریف کرد و آن را به مثابه‌ی منطقه‌ای برای «گفت و گو» دانست که از رهگذر آن می‌توان به تحقیق و جست‌وجو درباره‌ی اندیشه‌ها پرداخت و به «نظر عموم» مجال بیان داد.

وقتی رسانه‌ای تازه پا به عرصه وجود می‌گذارد، رسانه‌های قدیمی‌تر فراموش و از دور خارج نمی‌شوند، بلکه به همزیستی و تعامل با مولود تازه می‌پردازند. نسخه‌های خطی و دست‌نوشته‌ها اهمیت خود را همچنان در عصر چاپ حفظ کردند. از اهمیت کتاب و رادیو نیز در عصر تلویزیون کاسته نشد. در واقع، رسانه‌ها را باید همچون یک نظام مطالعه کرد؛ نظامی که مدام دستخوش تغییر است و عناصر مختلف آن، پیوسته، نقش‌های کوچکتر یا بزرگتر ایفا می‌کنند. در آغاز مطالعات رسانه‌ای، متخصصان ارتباطات، تحت تأثیر فرمول کلاسیک اندیشمند سیاست هرولد لسول قرار داشتند. او فرمولی ساده، اما به حق شایسته توجه، را ارائه کرد. در فرمول لسول، ارتباط در قالب این پرسش‌ها بیان شده است: چه کسی، چه چیزی را، به چه کسی، از چه مجرای و با چه تأثیری می‌گوید؟ در این فرمول، «چه» (محتوا)، «چه کسی» (کنترل) و «به چه کسی» (مخاطب) اهمیتی یکسان دارند. البته همین اهمیت را باید درباره‌ی پرسش «کجا» نیز قائل شد.

تمرکز این کتاب بر غرب مدرن است؛ از اواخر قرن پانزدهم به بعد. هرولد اینیس کانادایی، از جمله پژوهش‌گران قرن بیستم بود که به اهمیت رسانه‌ها در جهان باستان اشاره کرد. مطالعه درباره‌ی کاغذ، اینیس را به بررسی تاریخ روزنامه نگاری هدایت کرد. مراد اینیس، در مقام یک مورخ برجسته اقتصاد، از واژه‌ی «رسانه‌ها»، موادی بودند که برای برقراری ارتباط به کار می‌رفتند، از همین رو او به بیان تفاوت میان مواد به نسبت با دوام همچون چرم نوشت، گل و سنگ با

محصولات به نسبت ناپایدار مانند پاپیروس و کاغذ پرداخت. به اعتقاد اینیس، برای مثال، در تمدن آشور، استفاده از مواد سنگین‌تر به سوگیری فرهنگی نسبت به زمان و سازمان‌های مذهبی انجامید، در حالی که کاربرد مواد سبک‌تر، که جابه‌جا کردن سریع‌تر و به نقاط دورتر را ممکن ساخت، موجب گرایش به مکان و سازمان‌های سیاسی شد.

مفهوم اساسی دیگر در نظریه پیش رو اینیس، این اندیشه بود که هر رسانه ارتباطی تمایل دارد که انحصار شناختی خطرناکی به وجود آورد. اینیس استدلال می‌کرد که کاغذ و چاپ، بنیان انحصار فکری راهبان قرون وسطا را، که بر متون خطی و چرم نوشته‌ها استوار بود، سست کردند، همچنان که یونانی‌ها و الفبای آن‌ها «قدرت انحصاری» کاهنان را بر «نوشتار» در عصر هیروگلیف متزلزل کردند. اما در باب یونان باستان، اینیس بر نطق و گفتار بیش از الفبا تأکید می‌کرد. او نوشت: «تمدن یونان بازتابی از قدرت گفتار بود.»

در هر دو آیین، کلیسای بیزانس و کلیسای روم، نمادگرایی یکی از ویژگی‌های هنر مذهبی و پیام‌هایی است که بیان می‌کند، اما در بیزانس، برخلاف غرب تا دوره‌ی نهضت اصلاح دینی، تعلیم و آموزش از طریق فرهنگ بصری گاه مورد حمله بود، همچنان که شمایل‌شکنان به طور دوره‌ای بر شمایل‌ها، به عنوان بت، حمله می‌بردند و آن‌ها را نابود می‌کردند. این جنبش در ۷۲۶ م به اوج خود رسید.

اسلام، استفاده از چهره‌ی انسانی را در هنر مذهبی منع کرده است، در آیین یهود نیز چنین است. به همین سبب مسجدها و کنیسه‌ها چهره‌های کاملاً متفاوت از کلیساها دارند. با این وجود، در ایران از قرن چهاردهم میلادی، نقش آدمی، همراه با پرنده‌ها و حیوان‌ها در نسخه‌های خطی تذهیب شده برجسته شد.

آیین، رسانه قرون وسطایی مهم دیگری بود که همچنان اهمیت خود را حفظ کرده است. اهمیت آیین‌های همگانی در اروپا، از جمله آیین‌های مربوط به عیدها و جشن‌ها، در دوره‌ی هزار ساله‌ی ۵۰۰ تا ۱۵۰۰ م را می‌توان بر اساس نرخ پایین سواد در آن روزگار توضیح داد (البته این یک استنباط است و دلیل کافی برای اثبات آن وجود ندارد). آنچه امکان ضبط و ثبت نداشت بایستی به خاطر سپرده می‌شد و آنچه لازم بود به یاد آید، باید به شیوه‌ای قابل یادآوری ارائه می‌شد.

اروپای قرون وسطا را، همچون یونان باستان، اساساً دارای فرهنگی شفاهی دانسته‌اند. در آن دوره، موعظه یکی از وسایل مهم گسترش و انتشار اطلاعات بود. پاپ‌ها و پادشاهان استفاده از نوشتن را بسیار تدریجی و از قرن یازدهم آغاز کردند. نفوذ تدریجی نگارش در زندگی روزمره در اواخر قرون وسطا نتیجه‌های مهمی در پی داشت؛ از جمله جایگزین شدن عرف و سنت‌ها با قوانین نوشته شده، جعل اسناد و نیز اداره امور به دست کارمندان.

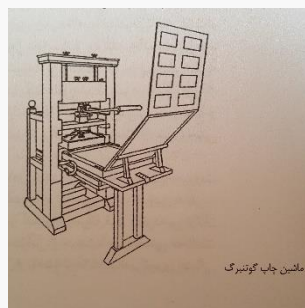
دو قرن قبل از اختراع چاپ، تولید نسخه‌های خطی، از جمله نسخه‌های خطی مصور، افزایش یافت. بدین ترتیب، فن‌آوری جدیدی پا به عرصه گذاشت تا نیاز روزافزون را به مطالب خواندنی برآورده کند. در این دو قرن، هنرهای تجسمی نیز در حال بسط و توسعه آن هنری بودند که در گذشته به صورتگری شناخته می‌شد.

در پی توسعه ارتباط الکتریکی، که با اختراع تلگراف در قرن نوزدهم آغاز شد احساسی از تغییر قریب الوقوع و فوری گسترش یافت.

اینکه تغییرها در رسانه‌ها نتیجه‌های اجتماعی و فرهنگی مهمی داشته‌اند، در کل امری مورد توافق است، هرچند سرشت و گستره‌ی پیامدهای آن‌ها همچنان محل بحث هستند؛ آیا نتایج، در وهله‌ی اول، سیاسی هستند یا روانشناختی؟ از جهت سیاسی، آیا به نفع دموکراسی هستند یا استبداد؟ همان‌طور که می‌دانیم عصر رادیو، نه تنها عصر روزولت و چرچیل، که عصر هیتلر، موسولینی و استالین نیز بود. از جنبه‌ی روانشناختی، آیا خواندن و مطالعه کردن، گوش دادن و نگاه کردن، به تقویت همدلی با دیگران منجر می‌شود یا انزوای فردی را تشدید می‌کنند؟ آیا تلویزیون و «شبکه» جامعه‌ها را نابود می‌کنند یا اینکه شکل نوینی از جامعه خلق می‌کنند که در آن مجاورت مکانی اهمیت کمتری دارد؟ از نظر مک لوهان، که در زمینه‌ی نقد ادبی تحصیل کرده بود، محتوای ارتباط آن قدر اهمیت نداشت که شکل ارتباط او برداشت خود را به گونه‌ای بسیار موجز در عبارت‌هایی ماندگار همچون «رسانه، پیام است» و تفاوت میان رسانه‌های «گرم»، همچون رادیو و سینما، و رسانه‌های «سرد»، مانند تلویزیون و تلفن، بیان کرد. پس از مک لوهان، یک کانادایی دیگر، دیوید اولسون روانشناس، در کتاب جهان بر صفحه‌ی کاغذ اصطلاح «ذهن فرهیخته» را وضع کرد. به طور خلاصه، او استدلال می‌کند که تجربه‌ی خواندن و نوشتن، تغییرهایی در شیوه‌ی تفکر ما درباره‌ی زبان، ذهن و جهان به وجود آورده است. آونگ (دانشجوی مک لوهان) که بیشتر به مطالعه‌ی بافت و اوضاع و احوال اجتماعی علاقه مند بود، به دین خود به مکتب رسانه‌ای تورنتو اذعان کرد (برگزیدن نام شهر تورنتو برای یک مکتب، همانند نام مکتب فرانکفورت، یادآور اهمیت شهرها در نظریه‌های علمی ارتباط است). او بر تفاوت‌های ذهنی میان فرهنگ‌های شفاهی و فرهنگ‌های نوشتاری تأکید و برای مثال به نقش نوشتن در «بافت زدایی» از اندیشه‌ها پرداخت. مقصود از بافت زدایی، خارج کردن ایده‌ها و اندیشه‌ها از موقعیت‌های چهره به چهره‌ای است که این اندیشه‌ها اساساً در آن‌ها ساخته و پرداخته شده‌اند، با این هدف که بتوان آن‌ها را در جای دیگر به کار برد. نظام شفاهی، منعطف‌تر و سیال‌تر است و نظام نوشتاری، باثبات‌تر.

در جایی که روابط، فردی و اجتماعی، محلی و جهانی، در سیالیت مداوم هستند، هیچ نظریه یگانه‌ای وجود ندارد که بتواند نقشه و راهنمای کاملی از قلمرو معاصر فن آوری‌های ارتباطات به دست دهد؛ راهنمایی که برخوردار از وضوح بالا، درون راهبر و به طور متقابل، هم‌گرا باشد.

انقلاب چاپ در گستره‌ی تاریخ



ماشین چاپ گوتنبرگ

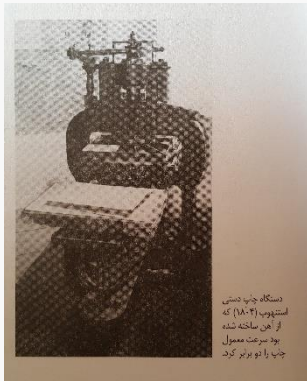
در این فصل و فصل بعد به بررسی تحولات ارتباطات در دوره‌ی «آغاز مدرن» یعنی از «انقلاب چاپ» تا «انقلاب فرانسه» و «انقلاب صنعتی» می‌پردازیم.

سال ۱۴۵۰ م، سال تقریبی اختراع ماشین چاپ احتمالاً به دست یوهان گوتنبرگ است، که در ماشین چاپش از حروف فلزی متحرک به کار رفته بود. چاپ در چین و ژاپن از قرن هشتم به روش باسمه‌ای بود، این شیوه مناسب فرهنگ‌هایی بود که به جای

الفبایی ۲۳ حرفی از هزاران حروف اندیشه نگار* [به نماد یا تصویری که به جای کلمه برای رساندن اندیشه بکار می‌رفت] استفاده می‌کردند. کره‌ای‌ها نیز نوعی حروف چاپی متحرک اختراع کردند که شباهتی باور نکردنی با اختراع گوتنبرگ داشت، شاید خبرهای آنچه در شرق رخ داده بود موجب اختراع چاپ در غرب شده باشد. چاپچی‌های مهاجر آلمانی چاپ را در سراسر اروپا گستراندند، تا سال ۱۵۰۰ ماشین‌های چاپ در بیش از ۲۵۰ نقطه‌ی اروپا مستقر شدند؛ تا آن زمان حدود ۱۳ میلیون نسخه کتاب در اروپای ۱۰۰ میلیون نفری پخش شده بود. در مقابل چاپ به آهستگی در روسیه و دنیای ارتدکس نفوذ کرد. در این منطقه معمولاً الفبای سیریلیک رایج و سواد محدود به روحانیون بود. دیر رسیدن چاپ به روسیه بیانگر دو چیز بود: ۱. نخست اینکه چاپ یک عامل مستقل نبود ۲. اینکه انقلاب چاپ بستگی به اوضاع و احوال اجتماعی و فرهنگی موافق و مساعد داشت؛ حال آنکه نبود باسوادان غیر روحانی مانعی جدی بر سر راه توسعه‌ی چاپ در روسیه بود. در برخی کشورهای شرق* مقاومت علیه چاپ در سراسر دوره‌ی آغاز مدرن به صورت جدی وجود داشت تا جایی که سده‌ی در برابر عبور چاپ از چین به غرب می‌شد. ترکان عثمانی چاپ کتاب‌های مذهبی را گناه می‌دانستند هراس از بدعت علت اصلی مخالفت ترکان با چاپ و دانش غربی بود. [نخستین چاپ خانه در ایران توسط کشیشان کرملی در اصفهان دایر شد که به بسمه خانه (بسمه) شهرت یافت و نزدیک ۳۰ سال بعد شاه عباس ارامنه را به جلفای اصفهان کوچاند و چاپ خانه‌ای توسط آن‌ها دایر شد، نخستین کتاب چاپ شده در ایران زبور داوود (ساگموس) بود] هنری اولندبرک نخستین دبیر جامعه سلطنتی* لندن [قدیمی‌ترین جامعه علمی که تا کنون پابرجاست و برای توسعه‌ی دانش ملی بوجود آمد] معتقد بود میان نبود چاپ و استبداد ارتباط برقرار بود. این ایده که چاپ اختراعی دوران ساز است اندیشه‌ای قدیمی است، از نظر فرانسیس بیکن «سه گانه‌ی چاپ، باروت و قطب نما حالت و چهره‌ی چیزها را در سراسر جهان تغییر داد.» و مارکی دو کوندورسه چاپ را همراه نوشتن یکی از سنگ بناهای پیشرفت ذهن و شعور انسان می‌نامد. با این همه گزارش‌هایی که اختراع چاپ را دستاوردی پیروزمندانه می‌دانستند با گزارش‌هایی که چاپ را پی‌آمد های مصیبت بار می‌شمردند برابری می‌کرد. ۱. کاتبان که فناوری جدید کسب و کارشان را به خطر انداخته بود ۲. برای اهالی کلیسا مساله‌ی اصلی این بود که چاپ به افراد با مرتبه‌ی اجتماعی دون اجازه می‌داد تا بدون اتکا به گفته‌های مقامات خود به مطالعه‌ی متن‌های مذهبی بپردازند. ۳. از نظر حکومت‌ها هم پی‌آمد ها چنان بود که هیچ جایی برای سرور باقی نمی‌ماند. ۴. محققان دشواری‌های دیگری داشتند که اصطلاحاً «انفجار اطلاعات» نام گرفت؛ بازیابی اطلاعات، انتخاب و نقد کتاب‌ها و نویسندگان

روش‌های مدیریت اطلاعات را همچون امروز و در سر آغاز اینترنت ضروری می‌ساخت. پیدایش روزنامه‌ها* در قرن ۱۷ نگرانی از بابت تأثیرهای چاپ را بیشتر کرد. اوقایع روز (آکتادیورنا) در روم و جراید روز در چین قدیمی‌ترین روزنامه‌هاست. [در آغاز قرون وسطا، مسأله نبود یا کمبود کتاب‌ها بود اما با آغاز قرن ۱۶ دشواری، فراوانی بیش از حد کتاب بود. با چند برابر شدن کتاب‌ها، ابعاد کتابخانه‌ها نیز بزرگ‌تر شد، به این ترتیب استفاده از فهرست‌ها و کاتالوگ‌ها بیشتر ضرورت یافت که یا بر اساس نام نویسندگان و یا بر اساس موضوع مرتب می‌شدند. لرد اکنون بر دو اثر جانبی چاپ اشاره می‌کند: «قرار دادن دانش در دسترس شمار بیشتری از مخاطبان» و «تأثیرهای عمودی یا فزاینده آن» این دو اثر این امکان را به نسل‌های بعد می‌دهد که به کار پیشینیان خود تکیه کنند. وی معتقد است دوران مکتوم نگه داشتن دانش و اندیشه‌ها که قرون وسطا را دچار رکود کرده بود تکرار نخواهد شد و هیچ اندیشه‌ای مفقود نخواهد گشت. این ارزیابی از قرون وسطا یک سویه بود و سنت شفاهی را نادیده می‌گرفت. مطالعات تازه‌تر گاه بصیرت‌های قدیم‌تر را مردود شمرده‌اند و گاه به بسط و اغراق درباره‌ی آن پرداخته‌اند برای مثال، مورخین اجتماعی نشان داده‌اند که اختراع چاپ بود که ساختار اشتغال را در شهرهای اروپایی تغییر داد، تصحیح شغل تازه‌ای بود که چاپ آنرا پدید آورد. نیز رشد کتاب‌ها موجب جهشی چشم‌گیر در کتاب‌فروشی‌ها و کتاب‌داران شد. مارشال مک لوهان بر تغییر تأکیدهای شنیداری به نقطه‌گذاری دیداری تأکید کرد تا جایی که از جدایی قلب و مغز بر اثر چاپ سخن گفت وی به «فرهنگ چاپ» به معنی پیوند های جدید میان اختراع جدید و تغییرات فرهنگی آن دوره تأکید داشت. آونگ اما به پیامدهای روانشناختی چاپ باور داشت او به نقش مهم‌تر چاپ یعنی تغییر در رابطه‌ی میان مکان و گفتار* [آزاد شدن گفتار از قید و بند مکان] اشاره کرد و نیز به پیدایش شکل‌های بصری یا فضایی کتاب‌های آکادمیک که فهرست محتوای شاخه‌ای داشتند «معنای این ساختار همه چیز برای چشم و هیچ چیز برای گوش بود.» این نکته در مورد جدول‌های زمانی، ستاره‌شناختی و لگاریتمی نیز صادق است. اینگونه کتاب‌ها آنقدر گران بودند که جز اقلیتی کوچک کسی خواستار آنها نبود. اما مطالب چاپی در شکل‌های ارزان‌تر به صورت کتابچه‌های آبی که مصور بودند، توسط دست فروش‌ها عرضه می‌شدند؛ دلیل آبی نامیدن این نوع کتاب‌ها این بود که جلد آنها از جنس کاغذ ضخیم آبی رنگی بود که برای بسته بندی شکر استفاده می‌شد. موضوع این کتاب‌ها زندگی قدیسان و رومانس‌های سلحشوری بود؛ این برخی تاریخ نویسان را به این نتیجه می‌رساند که کتاب‌ها واقعیت‌گریزند و نفوذ و اشاعه‌ی الگوهای فرهنگی خلق شده به دست روحانیون و اشراف را به سمت مردم فرو دست نشان می‌دهند اما این نتیجه‌گیری به دلایلی درست نیست: ۱. اول اینکه مردم عادی تنها خوانندگان نبودند بلکه زنان اشراف نیز آنها را می‌خواندند ۲. دوم اینکه کتاب‌های آبی تمام وجوه خوانندگان خود را آشکار نمی‌کردند و چه بسا فرهنگ شفاهی آنها اهمیت بیشتری داشت. در هر صورت روشن است که مطالب چاپیتا قرن ۱۷ در فرانسه، ایتالیا، انگلستان و هلند به بخش مهمی از فرهنگ مردم پسند تبدیل شدند. الیزابت آنشتاین تاریخ نویس آمریکایی ادعا کرد که چاپ «انقلابی است که قدر آن ناشناخته باقی مانده است و نقش آن به عنوان عامل تغییر در میان علت‌هایی که برای رنسانس، جنبش اصلاح دین و انقلاب علمی ذکر می‌شوند، اندک برآورد شده است.» او بر دو پیامد اختراع چاپ اصرار ورزید: ۱. نخست اینکه چاپ سبب استاندارد شدن و حفظ دانش و معرفت شد ۲. دوم آنکه به انتقاد از مقامات و ارائه‌ی نظرات متفاوت و میدان داد.

بازنگری در انقلاب چاپ



کتاب آیزنشتاین علی رغم ارزشمندی نقدهای جدی‌ای نیز دارد از آن جمله: ۱. تغییراتی که آیزنشتاین به عنوان آنها اشاره می‌کند؛ چه در سبک ارائه‌ی مطلب چه در عادت‌های مطالعه‌ی متن، دست که در طول سه قرن به صورت بسیار تدریجی رخ داده است؛ یعنی از چاپ انجیل تا انتشار دایره المعارف دیدرو. همچنان که ریموند ویلیامز آن را «انقلاب طولانی» می‌نامد. البته پرسش کنجکاوانه این است که آیا انقلابی را که سریع رخ ندهد می‌توان اساساً می‌توان انقلاب نامید؟! ۲. مسئله‌ی دوم عمل تغییر است، اگر از چاپ به عنوان عامل تغییر سخن بگوییم مطمئناً بر رسانه‌ی ارتباطی بیش از حد تأکید کرده‌ایم

و نقش نویسندگان، دست اندکاران چاپ و خوانندگان را نادیده گرفته‌ایم بهتر است چاپ را یک کاتالیزور بدانیم تا منشأ تغییرات. ۳. موضوع سوم این است که وی چاپ را در حال انزوا و مجزا از پدیده‌های دیگر بررسی کرده در حالی که به رسانه‌ها باید به عنوان یک کل نظر افکنیم. هم چنین باید تأکید کرد که این نظام، پیوسته در حال تغییر است مانند؛ طراحی چاپ چوبی بلاو، دستگاه چاپ دستی آهنی استنپوپ با سرعت ۲ برابر، دستگاه چاپ بخاری کونیش با قدرت ۴ برابر دستگاه استنپوپ و دستگاه‌های بزرگ چاپ نقشه که همگی پس از گوتنبرگ بوجود آمده است و تغییرات پیوسته دستگاهها گاه ممکن است رقیب یکدیگر باشند، گاه یکدیگر را تکرار کنند و گاه مکمل باشند.

ارتباط فیزیکی

لازم است تغییر در نظام رسانه‌ها را با دگرگونی‌های نظام حمل و نقل کالاها و انسان‌ها از راه خشکی و دریا ارتباط داد، چرا که انتقال پیام‌ها بخشی از ارتباط فیزیکی است. پی روی جریان‌های اطلاعات از جریان‌های تجارت سنتی، امری مرسوم بود، زیرا بازرگانان همراه با کالاهایشان خبرها را نیز منتقل می‌کردند؛ موضوع تازه در قرن‌های ۱۶ و ۱۷ آگاهی فزاینده از مشکلات ارتباط فیزیکی بود به همین جهت راه نمای جاده‌های کشورهای خاص منتشر شد. از جمله؛ راه نمای جاده‌های فرانسه (اثر هانری استیین)، بریتانیا (اثر جان اوگلبی) که نخستین اطلس راه‌ها بود و خودش آنرا «طومار خیال» نامید. حکومت‌ها نیز خود را بیشتر با راهها مشغول می‌کردند، در فرانسه در حدود سال ۱۶۰۰ نهاد تازه‌ای با عنوان «اداره‌ی راه»* تأسیس شد، [در ایران سال ۱۲۹۹ ش. شروع ساخت راه‌های شوسه بود و راه‌سازی و راه داری از طریق اخذ باج یا حق العبور تأمین می‌شد اما در فروردین ۱۳۰۱ ش. اداره‌ی کل طرق و شوارع در وزارت فواید عامه تأسیس شد] یکی از دلایل توجه و علاقه، نیاز به انتقال هر چه سریع‌تر دستورات از پایتخت به ایالات بود که دلیل عمده‌ای برای توسعه‌ی نظام پستی در دوره‌ی آغاز مدرن شد؛ گرچه بازرگانان و افراد غیردولتی هم از آن‌ها بهره‌مند می‌شدند. در اروپای آغاز مدرن حمل‌ونقل از طریق آب ارزان‌تر از حمل‌ونقل از طریق خشکی بود اما سرعت قایق‌های باری در مقایسه با پیک‌های سوار بر اسب آهسته‌تر بود. و با اختراع تلگراف الکتریکی بود که پیوند سنتی میان حمل‌ونقل و انتقال پیمان‌ها گسسته شد.



جان اوگیلی، نقشه
راه‌های بریتانیا، ۱۶۷۵،
بخش راه‌های کیمبریج

امپراتوری و ارتباط

به گفته‌ی کارل دویچ؛ ارتباطات «سلسه اعصاب» حکومت است. ارتباطات بخصوص در دولت‌های بزرگ و بیشتر در امپراتوری‌های پهناور دارای اهمیت بود. سبک قرون وسطایی «پادشاهی چادر نشینی» دیگر پاسخگوی نیازها نبود، دوره‌ی «امپراتوری کاغذ»، همراه با شبکه‌ای منظم برای انتقال پیام‌ها فرا رسیده بود: نظام پستی* . [دلیل استفاده از واژه‌ی پست این بود که در طول جاده‌های خاص و یا جاده‌های پستی، قرارگاه‌هایی بود که مردانی با اسب‌هایشان در آن اتراق می‌کردند] در قرن ۱۶ خانواده‌ای به نام تکسی* (taxi) بر نظام پستی اروپا مسلط شدند [اصطلاح بین‌المللی تاکسی از نام این خانواده گرفته شده است]، نظام پیک را توسعه دادند و بر اساس جدول زمانی ثابت و قطعی نظم بخشیدند و کانون این نظام بروکسل بود. پیک‌های مخصوص قادر بودند روزانه تا ۲۰۰ کیلومتر سفر کنند؛ «پست تیزرو» یک اصطلاح رایج در این دوره بود. با این وجود برقراری ارتباط از طریق دریا معمولاً سریعتر از برقراری ارتباط از راه زمین بود. دلیل وجود امپراتوری‌های دریایی با ناوگان دریایی نظیر پرتغال، اسپانیا، هلند، فرانسه، بریتانیا و سوئد (به جز روسیه) دشواری برقراری ارتباط بود.

ارتباط این سو با آن سوی اقیانوس اطلس

در قرن ۱۸ سیستمس از رفت و آمد کشتی‌ها (معروف به قایق‌های پستی) برقرار شد در این سیستم ماهانه سفر دریایی انجام می‌شد، برنامه‌ی سفر ۱۰۰ روزه بود و هر کشتی ۸۵۰۰ نامه با خود می‌برد، این کشتی‌ها نه تنها نامه‌ها بلکه کتاب‌ها و روزنامه‌ها را نیز حمل می‌کردند؛ که موضوع آنها رومان‌های سلحشوری یا موعظه بود. به این ترتیب آنچه تاریخ دان استرالیایی، جفری بلینی «استبداد فاصله» می‌نامید به تدریج رو به زوال رفت.

ارتباط شفاهی

سرشت و ابتدای فرهنگ اروپایی، بنیادی شفاهی داشت؛

الف) ارتباط شفاهی اشکال و عرصه‌های مختلفی داشته است که می‌توان موارد زیر را نام برد:

۱) موعظه

از رایج‌ترین شکل‌های ارتباط در قرون وسطی بود؛

منبر (سکوی کوچک برای خطابه روحانیون) بر خلاف محراب (سطح مرتفعی برای ادای نذورات) تمرکز زیادی در مرکز کلیساها نداشت؛ به طوری که موعظه به عنوان یک وظیفه راهبان، اغلب در خیابان‌ها و مکان‌های عمومی انجام می‌شد.

از قرن ۱۶ بلاغت کلیسایی از امکانات رسانه شفاهی به صورت آگاهانه استفاده می‌کرد؛ یعنی انتخاب سبک موعظه (صریح، ادبی، آرام یا هیجانی) برای انواع مخاطب (شهری، روستا، غیر روحانی و...) آگاهانه صورت می‌گرفت. در مورد اهمیت این نوع ارتباط به چند توصیف اکتفا می‌کنیم:

زیگمونت بومان (جامعه‌شناس)، منبرهای کلیسای کاتولیک را رسانه توده‌ای mass medium توصیف کرد. همچنین مارتین لوتر (کشیش آلمانی)، کلیساها را با وجود مطبوعات جدید، همچنان جایگاه کلام مقدس به صورت شفاهی می‌دانست نه سرای قلم.

حکومت‌ها نیز از ارزش منبر در ترغیب مردم (به ویژه روستاییان) به فرمانبرداری آگاه بودند؛ لذا چارلز اول (از پادشاهان انگلستان) آنرا در زمان صلح بالاتر از شمشیر می‌دانست و ملکه الیزابت نیز بر هماهنگی منابر تأکید داشت

۲) ارتباط علمی

آموزش‌های دانشگاهی از طریق سخنرانی، مباحثه، نطق و دکلمه کردن‌های رسمی صورت می‌گرفت.

سخنوران، هنر سخن گفتن و بیان موضوعات به همراه ایما و اشاره را وابسته به هنر نوشتن می‌دانستند؛ اما همچنان نگارش مقاله و امتحانات کتبی نامأنوس بود، حتی کلاس‌های دستور زبان نیز در خدمت سخن گفتن لاتینی بود.

۳) آواز (به ویژه ترانه داستان‌هایی با نام بالاد)

نوازندگان دوره گرد، سبک‌های خاصی از مهارت بازخوانی و برخوانی خود را در این ترانه داستان‌های مکتوب توسعه می‌دادند (یعنی از منابع مکتوب برای توسعه مهارت شفاهی استفاده می‌کردند).

۴) شایعه

- از خدمات پستی شفاهی توصیف شده است، که سرعت قابل توجهی داشته است و موجب توسعه هنر گفت و شنود شد.

- از انگیزه‌های شایعه پراکنی می‌توان به زمینه‌های سیاسی اشاره کرد؛ به طوری که لوفور (جامعه شناس) شایعه‌ها را شاهدهی بر نشان دادن و توضیح تنش‌های اجتماعی می‌دانست.

همچنین شایعه پراکنی های عمدی با هدف تغییر قیمت بازار نیز انجام می‌شده است.

ب) مراکز ارتباط شفاهی شامل می خانه‌ها، گرمابه‌های عمومی و کافه‌ها (قرن ۱۶) بودند؛

در پاریس قرن ۱۸ کافه‌ها مرکز حمله به مذهب و اظهار نظرهای مخالف حکومت بودند از این رو تحت نظر مقام‌های حکومت بودند.

ارتباط نوشتاری

آموزش نوشتن و استفاده از آن در آغاز اروپای مدرن تا حد زیادی معلول شرایط اجتماعی بود.

از جمله عوامل گسترش سواد و نوشتن می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- تجارت و کسب‌وکار (نیاز به حساب کردن)

مثلاً شهر فلورانس، در قرن ۱۴ و ۱۵ دارای مدارس آموزش چرتکه و محل آموزش نوشتن و حساب کردن، بر اساس نیاز بازار تجارت برای بازرگانان و حساب داران آینده بود.

۲- اهمیت یافتن سند نویسی (به ویژه هنگام ثبت نقل و انتقالات دارایی‌ها، ازدواج و مرگ)

نوشتن خاطرات و شرح وقایع شخصی نیز، به عنوان سندهای شخصی رایج بود.

۳- زمینه‌های مذهبی سواد

در اروپای پروتستان قرن ۱۷ و ۱۸، کلیساها هر ساله آزمون‌های را برای بررسی سواد خانواده‌ها برگزار می‌کردند؛ که موجب توانایی گسترده خواندن متن شد.

گسترش سواد و تأثیر آن در زندگی روزمره، نتایج و پیامدهای خاص خود را داشت:

۱. افزایش شغل‌های مرتبط با نوشتن (نامه نویسی، پستی، سند نویسی)

به عبارت دیگر با وجود گسترش سواد، تنها اقلیتی از مردم توانایی خواندن و نوشتن داشتند؛ که این موجب به وجود آمدن سواد به واسطه (استفاده از سواد باسوادان برای بی سوادان) شد مثل نامه نویسی (برای ارتباط با حکومت و ...) البته این پدیده پیامدها و سوء استفاده‌های خاص خود را داشت.

۲. افزایش احساس فاصله میان گذشته و حال (آنارشیسم تاریخی)

۳. پیامدهای سیاسی

که موجب انتشار گزارش‌ها و سندهای مکتوب شد.

نمونه‌ای از این استفاده سیاسی از سواد، در جریان جنگ دهقان‌ها رخ داد.

زبان‌های ارتباط

در جامعه قرون وسطایی ما قبل چاپ، ارتباط نوشتاری عمدتاً به لاتین و ارتباط شفاهی به گوشی محلی بود؛ اما با پیدایش چاپ اغلب، زبان‌های بومی اروپایی برای سوادآموزی گسترش یافتند؛ و بدین ترتیب زبان لاتین در دوره چاپ شروع به افول کرد.

ارتباط دیداری

زبان ایما و اشاره در اروپای آغاز مدرن موضوعی جدی بود؛ به طوری که به عنوان بخشی از علم بلاغت تدریس می‌شد و موضوع شماری از رساله‌ها بود.



«مجازات پسران
قارون» - ساندریو
بوتیچلی

نخستین کسی که بلاغت تصویری را تأیید کرد، احتمالاً بارت (نویسنده فرانسوی) بود؛ که آگهی‌های مدرن را به کمک کتاب فن خطابه ارسطو تحلیل می‌کرد.

آنچه در دوران رنسانس به عنوان آثار هنری نام گرفت را باید به بیان صحیح‌تر نمادها و رویدادهای ارتباطی نامید.

در این زمان، استفاده از تصویر برای برانگیختن احساسات تماشاگر استفاده می‌شده است.

از سالهای ۱۵۰۰ به بعد، نقاشی‌های غیر مذهبی، مجموعه متنوع‌تری از پیام‌ها را با مخاطبان کم شمارتر به اشتراک می‌گذاشتند.

تصویرهای چاپی

سیر تحولات چاپ را می‌توان به صورت زیر بررسی کرد:

چاپ چوبی ← چاپ تیزابی ← چاپ روغنی سیاه و سفید ← چاپ سنگی و تصاویر رنگی

پیدایش چاپ، عمیق‌ترین تغییر در زمینه ارتباط دیداری در کل این دوره بود؛ چون تولید تصاویر چاپی و حمل و نقل آنها نسبتاً ارزان بود و امکان در دسترس قرار دادن آن‌ها به مراتب گسترده‌تر.

اهمیت تصاویر چاپی به عنوان یک رسانه ارتباطی، پژوهشگران زیادی را مشغول کرده بود؛

آیوینز استدلال کرد که آثار چاپی، از جمله مهم‌ترین و قدرتمندترین ابزارهای زندگی و اندیشه مدرن هستند.

از جمله کارکردهای چاپ می‌توان به مواد زیر اشاره کرد:

انتقال اطلاعات از تصاویر آسان بود.

انتشار آثار چاپی طنز به ویژه در انگلستان و فرانسه در قرن ۱۷ و ۱۸، موجب تقویت آگاهی سیاسی همگان شد.

نقشه‌ها به مخاطبان این امکان را می‌دادند تا دنیا را بر صفحه کاغذ (که بعدها به صورت سه بعدی در آمد) ببینند، این مورد در کنترل‌های سیاسی، اقتصادی، نظامی نیز کاربرد ویژه‌ای داشت.

پیشرفت دیگر در این دوره، حکایت‌ها و داستان‌های دیداری مصور بود و صحنه‌ها توسط تماشاگر خوانده می‌شد و با پیدایش چاپ باسمة‌ای اهمیت ویژه‌ای یافت؛ طوری که امکان احساس حرکت به صورت فیلم‌های واقعی در دوره آغاز مدرن، به بینندگان داده شد.

ارتباط چند رسانه‌ای

مؤثرترین ارتباط آن‌هایی هستند که چشم و گوش را به طور هم زمان به خود جلب می‌کنند. در آغاز مدرنیته این ارتباطات در قالب آیین‌ها، نمایش‌ها و باله‌ها و اپراها شکل گرفتند. که اکثر تماشاگران همه‌ی پیام رمزگزاری شده را درک نمی‌کردند.

این نمایش‌ها برای تمجید از نظم حاکم و ایجاد اقتدار برای آن برگزار می‌شد. از جمله رسومات روزمره حاکمان و جشنواره یحیای تعمید دهنده در فلورانس. سبک برگزاری آیین‌ها در قرون ۱۶ و ۱۷ با احیای سنت‌های دوران یونان و روم باستان تغییر کرد. در این نمایش‌ها برای درک بهتر مخاطب از نمایش از مترجمان و یا نوشته‌های خاصی بر بدن شخصیت‌ها استفاده می‌شد. در واقع از طریق این آیین‌ها امیران حسن نیت خود را به مردم نشان میدادند و مردم آن‌ها را تحسین می‌کردند و در خواست‌های اقتصادی خود را به آن‌ها می‌رساندند.

هنگامی که جمعیت شهری از صد هزار فراتر رفت بازیگران حرفه‌ای در یک محل سکنا گزیدند و این خود عامل پیدایش تغاثر تجاری بود.

تعامل میان رسانه‌ها

از اشکال دیگر تعامل وسایل ارتباطی می‌توان به شرح تصویر و دست نوشته‌ها در اروپای آغاز مدرن با وجود ابزارهای چاپ اشاره کرد. وقتی رسانه‌ای نو مانند چاپ پدیدار می‌شود رسانه‌های قدیمی مثل دست نوشته منسوخ نمی‌شوند. مدتی رقابت می‌کنند و سرانجام تقسیم‌کار می‌کنند.

دست نوشته‌ها پیوند اجتماعی را در میان علاقه مندان مستحکم می‌کردند خطاطی متمایزی نیز داشتند متن آن‌ها نیز تغییر پذیر بود. دست نوشته‌ها برای فرار از سانسور منتشر می‌شدند به همین دلیل در قالب ادبیات زیرزمینی و منتقد وضع حاکم منتشر می‌شدند.

از فصول مشترک میان رسانه‌ها در آغاز مدرنیته چاپ آثار شفاهی اعم از سخنرانی‌ها و بحث و جدل‌های علمی و بگو مگوهای دادگاهی و خطابه‌های اهل کلیسا بود ترانه داستان‌های اروپای قرن پانزدهم و شانزدهم به دلیل تعامل رسانه‌های چاپی و شفاهی باقی مانده‌اند.

سانسور



در آغاز مدرنیته سانسور رسانه‌های معاند حکام و کلیساها به بهانه‌های بدعت، آشوب و رفتارهای غیر اخلاقی اشتغال ذهنی دولتی‌ها و کلیساهای اروپا شده بود. گسترده‌ترین نظام سانسور را کلیسای کاتولیک با عنوان فهرست کتاب‌های ممنوع وضع کرده بود. ماموران سانسور بر سر حد سانسور اختلاف داشتند.

ارتباطات زیرزمینی

از پیامدهای نظام سانسور ایجاد حساسیت بر روی عنوان‌های ممنوعی مانند اندیشه‌های غیر ارتدکس و پرنوگرافی بود. واکنش دیگر سازمان‌دهی ارتباطات زیرزمینی بود انتشارات زیرزمینی که در آن دستگاه‌های چاپ خانه‌های شخصی نصب می‌شدند و نویسندگان از نام مستعار برای آثار خود استفاده می‌کردند از این دست سازمان‌ها بودند. واکنش دیگر رمزنگاری برای جلوگیری از درز اطلاعات بود. واکنش دیگر قاچاق کتاب‌های ممنوعه از مسیرهای مخفی منظم و خرید و فروش آن‌ها بود. و چاپ داستان‌هایی به شیوه «ازوپ» داستان‌های زندگی حیوانات که می‌شد به راحتی آنها را به دنیای انسانی تعمیم داد. و آخرین پیامد پوشاندن لباس مبدل رویداد تاریخی مشابه بر تن موضوع روز در نمایش‌های عمومی بود.

پیدایش بازار

اختراع چاپ بازار سودمندی را برای چاپخانه داران به وجود آورد. مدیران چاپخانه‌ها که دامنه تولیدشان از آنچه اکنون ((ادبیات)) می‌نامیم فراتر می‌رفت، برای فروش هرچه بیشتر کتاب‌ها اقدام به چاپ کاتالوگ می‌کردند. تبلیغات چاپی هم در قرن هفدهم توسعه یافت. مثل آگهی نمایش‌ها و... همچنین خبرها و رمان‌ها هم یک کالا به شمار می‌رفتند. پیدایش اندیشه مالکیت فکری پاسخی به ظهور جامعه‌ی مصرف و گسترش چاپ بود. در این راه، نیروهای بازار، ایده‌ی ((نویسنده‌ی واقعی)) را تقویت کردند. مثل چاپ پرتره‌ی نویسنده به عنوان تصویر اول کتاب در خلال قرن هجدهم، نظام حقوقی هم اندیشه‌ی مالکیت ادبی یا فکری را تقویت کرد. در سال ۱۸۸۷ در برن سوییس قانونی در این زمینه از تصویب کشورهای اروپایی گذشت که هر ۲۰ سال تجدیدنظری شد. در ایران نخستین قانون در سال ۱۳۴۸ تصویب شد. در قرن پانزدهم در ونیز بیش از هر شهر اروپایی کتاب چاپ شد و گروه کوچکی بازار کتاب آن را در اختیار داشتند. رقابت میان چاپخانه‌ها بی‌امان بود و معمولاً حق نویسنده را رعایت نمی‌کردند. گروهی از نویسندگان لقبشان کاتب ابن مشغله بود و برای گذران زندگی در موضوعات مختلف مثل: نظم، نثر، ترجمه، اقتباس، سرقت ادبی و... می‌نوشتند. مدیران چاپخانه‌ها از موقعیت سیاسی و اقتصادی ونی بهره می‌بردند. مثلاً با استفاده از مهارت‌های مهاجران در شهر، کتاب‌هایی

به زبان‌های مختلف چاپ می‌کردند. در میانه قرن شانزدهم، قدرت یافتن جریان ضداصلاحات، نقش ونیز را در تجارت کتاب متزلزل کرد و تفتیش عقاید شروع شد و کتاب‌هایی سوزانده شد. برخی چاپخانه دارها به شهرهای دیگر مهاجرت کردند.

در قرن هفدهم جمهوری هلند جای ونیز را به عنوان جزیره‌ی مدارای نسبی در زمینه گوناگونی مذهبی، همچنین مرکز عمده و بازار اطلاعات گرفت. در این شهر کتاب به زبان‌های مختلفی چاپ می‌شد. همچنین نخستین سری از کتاب‌های دارای ویراستار علمی را منتشر کرد. همچنین در اوایل قرن هفدهم آمستردام مرکز اروپایی عمده‌ی روزنامه‌ها_ که گونه ادبی تازه‌ای بودند که اطلاعات را تجاری می‌نمودند_ بود. بخش عمده‌ی چاپخانه داران این شهر را کشیش‌های پروتستان تبعیدی از فرانسه تشکیل می‌دادند. همچنین نقشه‌ها و اطلس‌های جهان به زبان‌های لاتین، هلندی، فرانسوی و آلمانی چاپ می‌شدند. در این شهر هم در اثر حضور مهاجران، کتاب‌ها به زبان‌های گوناگون چاپ می‌شدند. در خلال قرن هجدهم برتری آمستردام در نشر به لندن منتقل شد. برای حمایت از ناشران در برابر تکثیر غیرمجاز، چاپخانه‌دارها اتحادیه‌ای تشکیل دادند و در هزینه و سود هم شریک شدند و سهام آثار چاپ شده بینشان تقسیم می‌شد و از کمک مالی غیرخود بی‌نیاز می‌شدند. در این دوره بعضی نویسندگان دستمزدهای زیادی از ناشران گرفتند. البته شرایط آنها، این قدرها هم خوب نبود و بعضی شان مجبور بودند برای تأمین معاش تقلا کنند. در این دوره شرایط اجتماعی بازتر برای پیشرفت‌ها موجب تولد جامعه‌ی مصرف‌شد و اوقات فراغت هم تجاری شد.

تاریخ کتابخوانی

تجاری شدن اوقات فراغت، مطالعه کتاب‌ها و نشریات را نیز دربرگرفت و عادت مطالعه تغییر کرد. پنج نوع عادت مطالعه شایسته‌ی دقت‌اند.

مطالعه: انتقادی - خطرناک - خلاقانه - گسترده - شخصی

براساس نظریات سنتی درباره‌ی تأثیرات چاپ پیدایش مطالعه‌ی انتقادی، به تأکیدنتیجه فرصت‌های فزاینده‌ای است



مارگریت جرارد و ژان اونور فراگونار، کتاب خوان

که مقایسه عقاید گوناگون در کتاب‌های مختلف راجع به یک موضوع فراهم کرده است. البته مطالعه همیشه انتقادی نبوده و نباید اغراق کرد.

درباره‌ی خطرهای مطالعه‌ی شخصی و درخولت، مکرر بحث می‌شد. گاهی اوقات افراد مطالعه‌ی شخصی را خطرناک می‌شمردند و کلیسا و دستگاه تفتیش عقاید مطالعه را شیطان‌ی نشان می‌دادند. البته گروه‌هایی از زنان بدون توجه به این مخالفت‌ها (مخالفت‌های مردان که هشدار می‌دادند) به مطالعه‌ی کتاب‌ها به خصوص رمان‌ها می‌پرداختند.

مطالعه‌ی خلاقانه آن است که خوانندگان متن معنایی برخلاف هدف‌های نویسنده یا چند معنی را دریافت می‌کنند. برای مثال ((آرمان شهر)) نوشته‌ی تامس مور را هم، اثری طنزآمیز درباره انگلستان آن روزگار دانسته‌اند و هم طرحی کلی از یک جامعه‌ی آرمانی در معنای مدرن.

قرن هجدهم شاهد ((انقلابی در مطالعه)) بود. به این معنی که مطالعه‌ی عمیق جای خود را به انداختن نگاهی به کتاب و تورق آن داد. البته نباید درباره‌ی این تغییر اغراق کرد زیرا بسته به شرایط به این دوسبک پرداخته می‌شود. در هر حال قطع و شکل کتاب‌ها به گونه‌ای تغییر یافت که تورق را آسان می‌کرد.

مطالعه‌ی شخصی اغلب به عنوان بخشی از ظهور فردگرایی و نیز همدلی یا تحرک روانی شناخته می‌شود. مثل: تصاویر زنان و مردان تنهای در حال مطالعه، و چاپ کتاب‌هایی با قطع‌های کوچک. البته برداشت از تاریخ مطالعه در معنای انتقال از محیط عمومی به خلوت شخصی ساده انگارانه است. البته شاید بتوان بین عادات مطالعه بر اساس طبقات اجتماعی تمایز قائل شد، مانند: طبقه متوسط و کارگر. همچنین تمایز بر اساس موقعیت و مکان مثل: روش قرون وسطایی مطالعه با صدای بلند در وعده‌های غذا.

آموزش و سرگرمی

در اروپای آغاز مدرن کتاب‌های اطلاعات و اخلاقی دودسته اصلی متن هابودند و اسفاده از کتاب‌های صرفاً سرگرم کننده بسیار به آهستگی، مشروع و مجاز شد. در فاصله ۱۴۵۰ تا ۱۸۰۰ کتاب‌های مرجع، دایرة المعارف و... چاپ شدند. همچنین موعظه نامه تایی درباره‌ی فضایل اخلاقی هم چاپ شد. پس از گذشت سال‌ها به ویژه در قرن هجدهم، ادبیات سرگرم کننده، چارچوب آموزش اخلاقی و پندآموز را که از اوایل قرن پانزدهم بودند ولی دارای نوعی چارچوب و بسته بندی اخلاقی بودند شکست و از آن خارج شد تا به بخشی از تجاری شدن اوقات فراغت تبدیل شود.

نگاهی دوباره به انقلاب چاپ

بحث هادرباره‌ی منطق چاپ و منطق نوشتن بسیار شبیه به یکدیگرند. منتقدان نظریه‌ی انقلاب، گاه استدلال می‌کنند که چاپ یک عامل تغییر نیست، بلکه فناوری به کار گرفته شده در مکان‌های گوناگون است و مطالعه‌ی کاربردهای چاپ را در بسترهای مختلف فرهنگی و اجتماعی توصیه می‌کنند. در مقابل، مدافعان نظریه انقلاب چاپ را چون نوشتن، عاملی کمک کننده دریافت زدایی می‌دانند. از نظر جغرافیایی، درست این است که بیشتر به بررسی تأثیرهای یکسان و همانند چاپ در مکان‌های متفاوت بپردازیم تا تأثیرات شبیه به هم یا مختلف را فارغ از مکان‌های مختلف، مورد توجه قرار دهیم. در اروپای آغاز مدرن، تغییر فرهنگی بیشتر افزایشی بود تا جایگزین شدن. دو رسانه‌ی کهن ارتباط شفاهی و دستنوشته‌ها به همزیستی و تعامل با رسانه جدید پرداختند.

نگارش مدت ها قبل از اختراع چاپ، به تثبیت متن ها کمک کرد. البته در ابتدا آثار چاپی کم دوام بودند و محققان بر بی ثباتی چاپ بیش از پیش تأکید می کردند. البته این استدلال معتدل که چاپ، ثبات نسبی متن ها را میسر کرد، باطل نمی کند. چاپ با افزایش آگاهی و سخت تر کردن از دست رفتن اطلاعات، انباشت دانش را تسهیل کرد. همچنین چاپ با آگاه تر کردن خوانندگان از وجود تفسیرهای متضاد، ثبات را از دانش و شناخت، یا آنچه شناخت دانسته می شد، گرفت. به همین دلیل کمک چاپ به تثبیت شناخت، امری نسبی بود و نه مطلق. حوادث زودگذری که ثبت می شدند و مطالب چاپی جزئی از زندگی شدند. علاوه بر کتاب ها، پوستر و اوراق و فرم های رسمی هم در قرن نوزدهم و بیستم نیز پدیدار شدند که برای تبلیغات و اطلاع رسانی ها استفاده می شد و بی سواد، بیشتر و بیشتر یک ضعف محسوب می شد. همچنین از فرم های چاپی برای رسیده ها، قبض ها و آمارگیری ها استفاده می شد. بیش از همه با حضور روزنامه ها و نشریات و مجلات، چاپ به بخشی از زندگی مردم دست کم در بخشی از اروپای قرن هجدهم تبدیل شد. روزنامه ها با فصل نامه یا نشریات ماهانه و... تکمیل می شدند. روزنامه ها، منتقدان و تحسین کنندگانی داشتند. انتقاداتی مثل: علنی کردن مسائل سری، ابتذال، عادی نشان دادن خودکشی، شک اندیشی و...

تحسین ها مثل: بازتر و دقیق تر کردن ذهن ها، وسعت دادن افق خوانندگان، پیدایش افکار عمومی و...

«فصل سه»

رسانه ها و گستره همگانی در اروپای آغاز مدرن

رویدادهای مهم این چند سال: نهضت اصلاح دینی، جنگ‌های مذهبی، جنگ داخلی انگلستان، انقلاب شکوهمند ۱۶۸۸ انگلستان، انقلاب فرانسه در سال ۱۷۸۹ و ...

نهضت اصلاح دینی

این نهضت نخستین نزاع ایدئولوژیک عمده‌ای بود که مطالب چایی در آن نقش اصلی را ایفا می‌کرد. این نهضت در نسل اولش یک جنبش اجتماعی بود، هدف آگاهانه آن بیشتر اصلاح کلیسای کهن بود تا بنیان نهادن یک کلیسای جدید.

مارتین لوتر متولد ۱۴۳۸ راهب بدعت گذار و سنت شکن، از این نهضت حمایت می‌کرد. لوتر این مشارکت را با آنچه "مقام کشیشی و روحانیت همه معتقدان" می‌نامید توجیه می‌کرد. براساس این اندیشه، همگان بی نیاز از واسطه‌ای روحانی فیه طور مستقیم به خداوندگار دسترسی دارند.

هابرماس، آنچه را که باعث شخصی شدن اصلاح دینی می‌نامد مورد تاکید قرار می‌داد، مقصود او خلوت‌گزینی مومنان و معطوف شدن ایشان به جهان درون است.

نزاع‌ها و کشمکش‌ها میان نخبگان در این نهضت باعث شد تا آنها به دامان گروه وسیع‌تری که مردم بودند دست پیدا کنند و از مردم جهت حمایت عقاید خود استفاده کنند ولی مشکلی که بود نمی‌توانستند با همه مردم ارتباط چهره به چهره داشته باشند به همین دلیل به بحث‌های عمومی، نگارش و انتشار جزوه‌ها و کتابچه‌ها روی آوردند.

اصطلاح افکار عمومی در قرن ۱۶ هنوز بکار نمی‌رفت اما نظر مردم به دلایل زیر برای حکومت مهم بود:

حاکمان بتوانند نظرات را درک کنند و آنها را سرکوب کنند یا به آنها شکل مورد نظر خود را بدهند.

در مواقع نادر حکما می‌خواستند از نظر مردم پیروی کنند.

اختراع چاپ بنیان انحصار کلیساها را متزلزل کرد. جان فاکس (پروتستان انگلیسی) بر این ادعا بود که: یا پاپ باید آگاهی و شناخت را ملغی کند یا اینکه چاپ سرانجام ریشه‌ی او را خواهد کند.

هدف عمده‌ی اصلاح‌طلبان برقراری ارتباط با همه مسیحیان بود.

به برکت رسانه‌ی جدید نتوانستند لوتر را همانند جان هاوس به سکوت وا دارند. چاپ، اصلاح را به یک انقلاب مداوم و بی وقفه تبدیل کرد. ۴۰۰۰ نسخه خطابه‌ی لوتر تنها ظرف چند روز به فروش رسید، به همین دلیل اگر کلیسا او را

همانند جان هاوس به چوبه‌ی دار می‌آویخت و می‌سوزاندش دیگر تاثیری نداشت چراکه عقیده و کلام او مکتوب شده بود و تا همیشه زنده بود.

لوتر با ترجمه‌ی انجیل به زبان محلی توانست عمده‌ی زیادی از مردم را به خواندن کتاب مقدس دعوت کند و چاپخانه‌ی هانس لوفت در ویتنبرگ به تنهایی، صدهزار نسخه انجیل را ظرف ۴۰ سال فروخت.

دانشگاه شهر ویتنبرگ جایی که لوتر در آن تدریس می‌کرد مرکز ارتباطات نهضت لوتر بود که یکی از دلایل گسترش اندیشه‌های او هم همین بود. در این دانشگاه در میان مردم جزوه‌هایی که اندیشه‌ی لوتر در آن بود، پخش می‌شد که با کمی اغراق به منزله‌ی "رسانه‌ی جمعی" بیان می‌شد. اغراق به این دلیل که تنها عده‌ای از مردم پول داشتند تا بتوانند این جزوات را بخرند و تنها هم عده‌ای می‌توانستند این جزوات را بخوانند چراکه عمده‌ی مردم بی‌سواد بودند. در آن دوره ترانه‌ها و داستان‌های چاپی با مضمون مذهبی و سیاسی بسیار زیاد شد و میخانه‌ها به مرکز تبادل اندیشه‌ها و شایعه‌ها تبدیل شد.

در پرتوی این اندیشه‌ها در آلمان در دهه‌ی ۱۵۲۰ می‌توان کسانی را یافت که به انتقاد از روحانیت و بحث درباره‌ی کتابچه‌ها و جزوه‌ها می‌پرداختند و درباره دکتورین‌ها و اعتقادات مذهب کاتولیک همچون استحاله جوهری یا معصومیت مریم مقدس، شک برمی‌انگیختند.

تمثال‌ها و شمایل‌ها هم نیز موضوع مبارزه‌های مذهبی بودند، تصویرهای چاپی، که از جمله راه‌های ارتباطی با مردم بی‌سواد بود، همچنان وسایل مهمی برای اشاعه و انتشار اندیشه‌های پروتستان به شمار می‌رفت.

تصاویر با این مضمون بودند که مسیح پای حواریون خود را می‌شوید و پاپ پای خود را در برابر مسیحیان می‌گذاشت تا بر آن بوسه زنند. برخی تصاویر هم لوتر اصلاح‌طلب را همچون یک قدیس نشان می‌داد، با هاله‌ای از نور که پیرامون آن را احاطه کرده بود و کبوتر صلحی که روی سر آن در آنجا بال می‌زد. اینگونه تصاویر تفکر مردم عادی را که تفکر سنتی داشتند آسان می‌کرد.

در نخستین سالهای نهضت اصلاح دینی، پروتستان‌ها همچنین به تئاترهای خیابانی متوسل شدند که تأثیر زیادی در مردم داشت. مضمون تئاترها هم مردم را علیه کلیساها ترغیب می‌کرد.

کاتولیک‌ها هم به تلاش خود به جهت اقدامات ضد جنبش اصلاح دینی پرداختند و آنها هم از شمایل و تمثال بهره می‌بردند.

نهضت اصلاح دینی برای چاپخانه‌ها نیز یک موهبت اقتصادی بود، هم به دلیل انتشار جزوه‌ها پیر فروش و هم به دلیل انتشار انجیل به زبان‌های محلی در بلند مدت.

اما مقامات غیر مذهبی هم در میانه دهه‌ی ۱۵۲۰ دریافتند که رسانه‌های جدید و پر قدرت هم وجود دارد تا بتوانند به اهداف سیاسی خود دست پیدا کنند.

پس از دهه‌ی ۱۵۲۰ تأکیدها از سمت اینکه باید روحانیونی باشد تا مسائل دین را بیان کنند به اینکه همه‌ی مردم خود فاضل‌اند کشیده شد.

دهه ۱۵۲۰ زمان رسیدن جنبش به دنیای آلمانی زبان‌ها بود و "آندرائس فون کارشتاد" در ویتنبرگ و "اولریش تسوینگلی" در زوریخ به حمایت از آن پرداختند. این نهضت در ۱۵۳۰ به ژنو و بخش‌هایی از انگلستان و فرانسه گسترش یافت، جنبش در فرانسه و هلند در تابستان ۱۵۶۶ به اوج خود رسید. قبل از آن هم در ۱۵۳۴ پروتستان‌های فرانسوی برای تبلیغ اندیشه‌هایشان به چاپ روی آورده بودند.

در هنگام برگزاری این جنبش در فرانسه که در اواخر قرن شانزدهم بود، همچون آلمان دهه ۱۵۲۰ کتابچه‌ها و جزوه‌ها خیلی در فراگیر شدن آن جنبش مؤثر بودند. بعد از سال ۱۵۸۴ انتشار جزوه‌ها کم رنگ شد ولی در سال ۱۶۱۴ تا ۱۶۱۷ وقتی که گروهی از اشراف بر پادشاه شوریدند، انتشار کتابچه‌ها و جزوه‌ها گسترده‌تر از قبل شد.

نقش عمومی رسانه‌ها در هلند مهم‌تر از این نقش در فرانسه بود. البته جزوه‌ها و کتابچه‌های هلندی به صورت مداوم و بی وقفه منتشر نمی‌شد ولی به رویدادهای تاریخی در زمان‌های خاص مخصوص به آن رویداد می‌پرداخت.

در جمهوری هلند به ویژه در آمستردام، روزنامه‌ها به نهادی طرفدار و مردمی تبدیل شدند.

برخلاف جزوه‌ها، روزنامه‌ها به صورت منظم در فواصل زمانی مشخص منتشر می‌شد.

رسانه‌های اروپا در دهه‌ی ۱۶۴۰ که دهه‌ی بحران نامیده می‌شد، اخبار زیادی جهت انتشار داشتند. در پرتغال، که صحنه مبارزه برای استقلال از اسپانیا بود، گزت لیسبون خبرهای جنگ را از ۱۶۴۱ تا ۱۶۴۷ منتشر می‌کرد.

در فرانسه اعلامیه‌ها به جهت جنگ‌های داخلی و در حمله علیه حکومت و وزیر اول ژول مازارن به کار گرفته می‌شد.

تعداد صفحات روزنامه‌های رسمی در دوره‌ی ۱۶۴۸ تا ۱۶۵۰ بیشتر از حد معمول بود، روزنامه‌های غیر رسمی هم بودند که دست به دست مردم جهت مطالعه می‌چرخید همانند روزنامه‌ی غیر رسمی "کوری یر بوردولز"

جنگ داخلی انگلیس یا همان انقلاب انگلیس از طریق رسانه‌ها هدایت می‌شد.

یکی از جنبه‌های مهم انگلیس وقوع جنگ مذهبی بود چراکه در یک طرف کلیسای انگلیس و در طرف دیگر اصطلاحاً پاک دینان حضور داشتند که به شکل‌های ساده‌تر عبادت و پرستش اعتقاد داشتند. پاک دینان کسانی بودند که آیین‌ها را به حداقل کاهش می‌دادند.

سال‌های میانی قرن هفدهم سال‌های فوق‌العاده برای جزوه‌ها و روزنامه‌ها بودند که به وسیله‌ی آن‌ها طرفداران سلطنت و هواداران پارلمان نظرات خود را مطرح می‌کردند. در سال‌های ۱۶۴۰ تا ۱۶۶۳ هم کتاب فروشی به نام جرج تامسون توانست حدود ۱۵۰۰۰ جزوه و کتابچه و بیش از ۷۰۰۰ روزنامه را جمع‌آوری کند و این همان رساله‌های تامسون است که در کتابخانه‌ی لندن نگهداری می‌شود.

شروع جنگ داخلی انگلیس با " ظهور کتابچه‌های خبری انگلیس " در سال ۱۶۴۱ مقرر بود. در یک طرف مرکوریوس اولیکوس روزنامه‌ی پیشتاز بود و در طرف دیگر مرکوریوس بریتا نیکوس.

دیوار نوشته‌ها و نقاشی‌های دیواری سیاسی بر دیواره‌های لندن و دیگر مکان‌های عمومی، تصویرهای زنده‌ای از تداوم گستره‌های همگانی در آن دوران هستند. پروپاگاندی نیز تصویری مهم و برجسته در آن دوران بود.

اهمیت همیشگی ارتباط شفاهی را می‌توان در مباحث پائنی در ۱۶۴۷ مشاهده کرد. در این مباحثه‌ها پیش نویس قانون اساسی به عنوان " میثاق و مردم " در شورای ارتش به بحث گذاشته شد.

چاپ نیز در روی آوردن به مردم و توجه به نظر آن‌ها و در نتیجه توسعه‌ی گستره‌ی همگانی اهمیت داشت.

پرسش بزرگ: رسانه‌ها و پیام‌هایشان تا چه حدی نگرش‌ها و ذهنیت مردم را تغییر دادند؟

برخی گفته‌اند که: خبرنگارها موضوعات سیاسی را کم اهمیت نشان می‌دهند اما روی دیگر سکه ورود مباحث سیاست ملی به زندگی روزمره بود. نویسندگانی از نگاه آیندگان گفته است: هیچ چیز بیشتر از گلوله‌های کاغذی چاپ به آخرین پادشاه صدمه نزد.

دویچ در کتاب خود به نام سلسله‌ی اعصاب حکومت جامعه را به " شبکه‌ای از مجراهای ارتباطی " تشبیه می‌کند، ما نیز می‌توانیم از تمثیل او بهره بگیریم و بگوییم که انتشار اخبار پیوندهای نزدیک‌تری میان مرکز سیاسی و دیگر مناطق برقرار ساخت و در این راه به ایجاد یک فرهنگ سیاسی ملی کمک کرد.

خبرنامه‌های متعدد در دوره‌ی بازگشت چالز دوم به سلطنت در سال ۱۶۶۰ جای خود را به انحصار لاندن گارت دادند که روزنامه‌های رسمی براسا الگوی فرانسوی بود.

لسترینج در دوره جنگ میان رادیکال‌ها و پروتستان‌ها نوشت که: انتشار یک مرکوری همگانی " یک روزنامه " هرگز رأی من نبوده است چون فکر می‌کنم چنین روزنامه‌ای عوام الناس را بیش از اندازه با اعمال و آرای مقامات بالا دست آشنا می‌کند.

او در آوریل ۱۶۸۱ نوشت که: این مطبوعات بودند که مردم را از راه به در کردند و این مطبوعات هستند که بار دیگر باید آنها را به راه بیاورد.

گارت معتقد است که هرگاه عرصه اطلاعات نیاز خبرها را برآورده نکند بازار شایعه پراکنی رونق پیدا می‌کند.

تصویرهای چاپی، مردم را از توطئه مخوف کاتولیکی آگاه می‌ساخت، در این باره بطور خاص می‌توان به مجموعه‌ای از ورق‌های بازی اشاره کرد که تصویر (توطئه‌گرها در حال هم قسم شدن برای قتل شاه) به صورت گراور بر آنها نقش بسته بود.

جنگ و درگیری جهت انتخاب جانشین برای چارلز رخ داد که سرانجام جیمز، دوک یورک، در ۱۶۸۵ جانشین برادرش

چارلز شد و به عنوان جیمز دوم تاج گذاری کرد. اما سه سال بعد برکنار شد. در این رخدادها انقلابی جایگاه رسانه خیلی مهم بود.

موضوعاتی دیگر که در آن دوره مورد بررسی بود و از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بود، قانون حق تمیر بود، که در سال ۱۷۱۲ مصوب شد.

هدف آن مهار کردن قدرت نوظهور روزنامه‌های چاپی از راه وضع مالیات حق تمیر بود.

در سال ۱۶۹۵ از همه مهم‌تر، ظهور مطبوعات دوره‌ای غیررسمی بود. از جمله روزنامه‌های پست من، پست بولی، فلائینگ پست و پروتستان مرکوری. اینگونه روزنامه‌های غیررسمی گستره‌ی موقت آغازین را به نهادی دائمی و سیاست را به جزئی از زندگی مردم لندن تبدیل کرد. فرهنگ بریتانیایی سیاست مداران رادیکالی همچون جان ویلکس را خلق



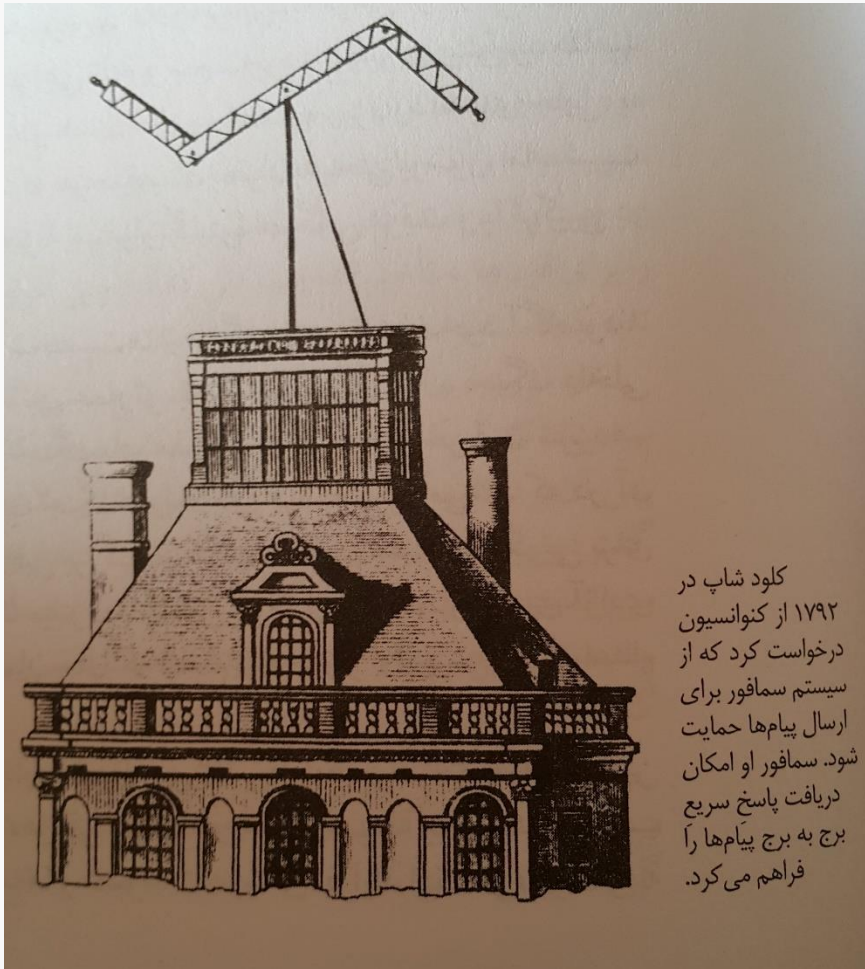
کرد. برای مدت طولانی: جشن‌ها انتقال دهنده‌ی پیام‌های سیاسی بودند. رخداد تازه: ظهور پدیده‌ای بود که در قرن نوزدهم "تظاهرات" نام گرفت. تظاهرات مختص به جشن‌ها نبود و برای پشتیبانی از سیاستی خاص نیز سازماندهی می‌شد.

نهضت روشنگری و انقلاب فرانسه

در اروپا (جز بریتانیا و هلند) سرعت توسعه گستره‌ی همگانی کم بود. در فرانسه در حکومت لویی چهاردهم انتقاد در پایین‌ترین سطح بود تا قرن ۱۸ که روشنگری آغاز شد در حوزه‌ی آموزش و پرورش و انتقاد و اصلاح. این روند در اسکاتلند و سوئیس و حتی آمریکای جنوبی و شمالی هم پیش رفت.

استعاره روشنایی در این دوره جدی بود و واژه خرد که در برابر ایمان و خرافه، سنت و تعصب بود کلیدی بود واژه کلیدی دیگر انتقادی بود. بیش از آنکه خواستار انقلاب باشند اطلاع طلب بودند و با استفاده از رسانه نقش تعلیم و تربیتی را دنبال می‌کردند.

نقش اصلی نهضت با اصحاب دایره المعارف یا اهل قلم یا نخستین روشنفکران: ولتر، روسو، دیدرو، دالامبر آنها بطور منظم از نظام انتقاد می‌کردند و بطور گسترده پیام خود را به بیرون و درون فرانسه منتقل می‌کردند. ولتر از کسانی



کلود شاپ در ۱۷۹۲ از کنوانسیون درخواست کرد که از سیستم سمافور برای ارسال پیام‌ها حمایت شود. سمافور او امکان دریافت پاسخ سریع برج به برج پیام‌ها را فراهم می‌کرد.

که آنها را به عوام الناس می‌نامیدند بیزار بود. در این دوره سانسور همچنان برقرار بود مجلات اجازه‌ی پرداختن موضوعات سیاسی نداشتند. فرهنگ شفاهی کافه‌ها مجالس صحبت که بانوان اشرف ترتیب می‌دادند از تبعات این محدودیت‌ها بود. اصحاب دایره المعارف از طریق نامه نگاری شخصی با کاترین در روسیه و فردریک در پروس به اشاعه اندیشه‌ها خود می‌پرداختند. گونه‌های هنر ابراز انتقال پیام سیاسی بود مثل اپرانامه‌ی موزارت و نمایش عروس فیگارو. اهل قلم دایره المعارفی ۲۵ جلدی برای بیدارسازی سیاسی و دستیابی اطلاعات نوشتند.

آثاری هم به صورت قاچاق از خارج و انتشار مخفیانه در داخل فرانسه چاپ می‌شد که به (کتاب‌های فلسفی) معروف بود. در اصل کتاب‌های فلسفی عنوان کلی از هرزه نگاری‌ها و کتاب‌های بدعت آمیز تا آثار سیاسی ضدحکومتی بود.

مشارکت و درگیری مردم در انقلاب فرانسه: هم علت و هم نتیجه‌ی مشارکت رسانه‌ها بود، همین نکته درباره‌ی انقلاب آمریکا هم صادق بود. نه تنها جزوه و کتابچه‌ها، بلکه روزنامه‌ها هم علل اصلی پیش برد انقلاب آمریکا بود.

تا اواخر قرن ۱۸، حکومت فرانسه به افکار عمومی را در کنار جایگاه ممتاز روحانیان و طبقه‌ی دیگری که به نام (بورژوازی) (یعنی وکلا، بازرگانان، پیشه‌وران و دهقان‌ها) قرار داد.

ارتباط شفاهی هم در این انقلاب بسیار مهم بود. ایراد سخنرانی در مجلس ملی و باشگاه‌های سیاسی، جدی و پرحرارت بود، وی صحبت در این باشگاه‌ها شور و هیجان بود، نه عقل و خرد.

انقلاب همچون تئاتر سیاسی بود که برای مدت طولانی به اجرا درمی‌آمد.

بسیج آگاهانه رسانه‌ها برای تغییر نگرش‌ها را می‌توان به عنوان پروپاگاندی توصیف کرد. واژه پروپاگاندا در اصل اصطلاحی مذهبی بود، که برای اشاعه‌ی مسیحیت وضع شد. در اواخر قرن هجدهم برای توصیف شیوه‌های کلیسا، این اصطلاح معنی تحقیر و توهین به خود گرفت ولی در خلال انقلاب فرانسه این اصطلاح به عرصه سیاسی راه یافت. واژه‌ی بدسابقه‌ی گیوتین هم وارد ارتباطات شد، هم به ماشین برش کاغذها در چاپخانه و هم مباحثات پارلمانی که پایان می‌یافت و می‌خواستند پایانش دهند گیوتین می‌گفتند.

قدرت رسانه‌ها در زنده کردن گذشته‌ی انقلاب‌ها مؤثر بود. نابلئون با گفتن حرف (چهار روزنامه‌ی دشمن از صدهزار سرنیزه ترسناک‌تر است) خاطرات ارتش و مطبوعات قدیم را زنده کرد.

انقلاب به علم و از جمله‌ی آن علوم، به علم ارتباطات تحرک بخشید. هر سال از یک اختراع تازه سخن به میان می‌آمد. (۱۷۹۲-۱۷۹۸)

اندیشه گسترده‌ی همگانی به اندیشه‌ی یورگن هابرماس معروف است.

تجربه‌های انقلاب‌های گذشته باعث می‌شد تا انقلاب‌های نوظهور پیشرفت بهتری بدارد. مثلاً جنگ داخلی انگلستان به منزله‌ی تکرار جنگ‌های داخلی فرانسه در اواخر قرن ۱۶ تلقی می‌شد. آنچه رخ می‌داد هم در قالب آثار چاپی برای آیندگان حفظ می‌شد. تا در سال ۱۷۸۹ مطبوعات به موازات روحانیان، به نیرویی در جامعه تبدیل شده بود.

پس از سال ۱۸۰۰ بود که مطبوعات و جنبش‌های سیاسی انقلابی به طور توأمان در کشورهای مذهبی و خاورمیانه پدیدار شد. مفهوم انقلاب در ارتباطات تنها در اواخر قرن بیستم به شکلی آشکار بیان می‌شد، گرچه شکل‌گیری آن از قرن نوزدهم آغاز شده بود. و این انقلاب ارتباطات بود که تا امروز ادامه دارد و روز به روز بر انواعش افزوده می‌گردد.

«فصل چهار»

فناوری ها و انقلاب ها

نخستین موتور بخار در سال ۱۷۶۹ توسط جیمز وات اختراع شد همزمان با دوره‌ای که با رشد سه برابری اختراعات مواجه بود و این اختراعات متکی به نیروی بخار بودند و به شیوه‌های ارتباطی مربوط می‌شدند. موتور بخار جیمز وات ۲۵ سال حق بهره برداری انحصاری داشت.

انقلاب صنعتی

در ۱۸۲۷ آدولف بلانکی این اصطلاح را بکاربرد و نوشت: درحالی که انقلاب فرانسه مشغول آزمایش‌های بزرگ خود بر فراز آتش‌فشان بود انگلستان در دشت‌های صنعت تجربه‌های خود را می‌آورد.

اصطلاح انقلاب صنعتی توسط آرنولد توینبی رواج داده شد.

دیوید لندز تاریخ‌دان آمریکایی هنگام پرداختن به ظهور نیروی بخار به سه مشخصه انقلاب صنعتی تمرکز کرد:

۱- جایگزینی مهارت انسانی با وسایل مکانیکی

۲- جایگزینی نیروی انسان با نیروی بی‌جان

۳- پیشرفت چشمگیر در تأمین مواد خام و کار با آن‌ها.

در تمام کشورهای اروپایی اختراع منبع ثروت بود و آنچه از نظرها پنهان می ماند، معضلات روان شناختی همراه نوآوری بود.

از نهادهای پروبال دهنده به اختراع انجمن حمایت از هنرها، تولیدها و تجارت که در سال ۱۷۵۴ برای طبقه بندی اختراعات تأسیس شد که در این اختراعات، حوزه حمل‌ونقل برجستگی خاصی داشت. بسیاری از اختراعات کم‌وبیش همزمان و در مکان‌های مختلف بود و باعث اقامه دعوا در زمینه حق اختراع می‌شد.

اصلاحیه سال ۱۸۵۲ قانون حق بهره برداری انحصاری رویه درخواست این حق را ساده کرد و همچنین هزینه‌ها را نیز کاهش داد. آلفرد در کتاب علم و جهان مدرن نوشت: بزرگ‌ترین اختراع قرن ۱۹ اختراع روش اختراع بود.

حمل و نقل

از نظر منتقدان اجتماعی قرن ۱۹ آلودگی، مناظر زشت کودکان کار و تهدید علیه جامعه مهم بود به این وجود از نظر ایرزمس داروین در همان چشم انداز های صنعتی نیز بر حمل و نقل تاکید می کرد. او عضو انجمن ماه بود همراه بولتون و وات و در حین رفتن به محل کار متوجه فاصله طولانی خود شده بودند. طول جاده‌ها در سالهای ۹۰-۱۷۵۰ پنج برابر شده بود.

فارغ از این که مفسران اجتماعی ممکن است چه احساسی درباره صنعت یا حمل و نقل متکی به بخار داشته باشد حمل و نقل مورد علاقه انجمن ماه آبراه‌ها بودند که به سرمایه‌چندانی نیاز نداشت و باعث اشتیاق در ساخت آنها در بریتانیا شد. این اشتیاق خبر از شیفتگی مشابه برای ساخت راه آهن بود. رقم سرمایه‌گذاری در این زمینه مانند اینترنت چشم‌گیر بود.

راه آهن‌ها

عصر بزرگ خط آهن سازی در ۱۸۶۸ فرارسید و تا پایان قرن ۱۹ ادامه داشت. ساخت ریل از آهن و موتورهای بخار فشارقوی مدون وات نیست. آلیور اونز در دهه نخست قرن ۱۹ کار روی موتور فشار قوی را آغاز کرد. در دهه سوم قرن ۱۹ راکت مشهورترین لوکوموتیو را ساخت. نخستین بلیط قطار در ۲۷ سپتامبر ۱۸۲۵ فروخته شد. خط هم به لحاظ سیاسی و هم اقتصادی تاثیرگذار بود. مامفورد منتقد فرهنگی آمریکا نامی برای وابستگی راه آهن به زغال و آهن برگزید: سرمایه‌داری عصر زغال سنگ. مامفورد با پیوند برقراری بین فن آوری و اقتصاد آهن را جزء لاینفک موازنه‌ای تاریخی دانست. در آغاز قرن ۱۹ اسب آهنین به نمادی همچون اسب سفید در بریتانیا تبدیل شد و واحد نیروی اسب همچنان برای نیروی بخار بکار رفت. در میان مشخصه‌های راه آهن‌های بریتانیا سرعت هیجان‌انگیزترین ویژگی بود.

گاز

در قرن ۱۹ برای تدقیق دلایل موافق و مخالف سرمایه‌داری عصر زغال سنگ گاز نقش به‌سزای داشت. ویلیام مرداک لامپ گازی رادر ۱۸۰۵ مورد مطالعه قرارداد. در ایالت متحده بالتیمور اولین شهر در ۱۹۱۸ از گاز استفاده کرد. در ۱۸۲۱ اولین پاه گاز طبیعی حفر شد. رابرت بونزن در خیابنهای هایدلبرگ که به تازگی با گاز روشن شده بود ایده‌ای به ذهنش زد و اجاق‌های بونزن را در ۱۸۵۲ در آزمایشگاه بکار برد

الکتریسیته در ۱۸۴۰ گاز را به چالش کشید. استفاده از لامپ الکتریکی در اپرای پاریس از دهه ۱۸۴۰ آغاز شد. چراغ روشنایی دیرتر وارد خانه‌ها شد و از قضا کاربرد این چراغها بازنبوری های گازی همزمان شد. در چنین چشم انداز هایی اصطلاح انقلاب صنعتی و انقلاب حمل و نقل و انقلاب ارتباطات را می‌توان بخشی از یک مجموعه دانست به نظر می‌رسید

هر یک از اینها منطق خاص خود را دارند. بویژه پس از آنکه الکتریسته منبعی تازه واسرار آمیز تر از نیروی بخار را عرضه کرد.

در قرن ۱۷ فرانسس بیکن گشوده شدن در طبیعت را پیش بینی کرده بود و در کتاب آتلانتیس جدید تصویری از خانه سالمن را نشان داد که در آن مفاهیمی چون پرواز، رفتن به زیر آب و برج ساعت دار را نشان داده بود. همانطور که بیکن پیش بینی کرده بود طبیعت مهوار، پلها ساخته و فاصله ها فتح شد. فلسفه بیکن فلسفه‌ای بود که هیچ گاه آرام نمی‌گرفت و قانونش پیشرفت بود. مکولی نویسنده کتاب ۶ جلدی تاریخ انگلستان، مفهوم روح زمانه را که تازگی داشت در آن ثبت کرد. تامس کارلایل از کسانی بود که به انتقاد از مکولی پرداخت و نوشت او در تمام مدت در عصری مکانیکی و نه عبادی و اخلاقی می‌زیسته است. در جریان انقلاب صنعتی افزایش ثروت روابط قدیمی را دگرگون و فاصله میان اغنیا و فقرا را بیشتر کرده بود. جان راسکین دل‌باخته طبیعت و منتقد هنر به بسط نظریه اقتصاد سیاسی پرداخت و گفت هیچ دارایی و ثروتی جز زندگی وجود ندارد. او اقتصاد ملکوتی را مد نظر داشت و چنین نتیجه گرفت که پرستش مادیات انسان کارگر قرن ۱۹ را به موجودی نائسان و گرفتار روزمرگی تبدیل کرده است.

او جبر ماشینیسیم و غیظ ناشی از تجارت را در جامعه‌اش محکوم کرد اما در انتها تسلیم جامعه شد اما کارل مارکس به این وضعیت تن در نداد و تغییر دادن جامعه را در دستور کار قرار داد. مارکس در نوشته‌هایش برداشت‌های فرانسوی از سیاست را با رویکردهای انگلیسی در اقتصاد در هم قرار داد.

جمعیت، اقتصاد، ارتباط

بررسی جامعه‌ای که مارکس در صدد تحلیل آن بود نیازمند توجه به اقتصاد سیاسی و جمعیت شناسی بود. در آن دوره یک باور وجود داشت که رشد طبیعی جمعیت به گونه‌ای اجتناب ناپذیر از رشد منابع پیشی خواهد گرفت و باعث بحران‌هایی چون گرسنگی، بیماری و جنگ خواهد شد. کشت غلات در دشت‌های بزرگ غله‌خیز ایالات متحده و رساندن غله به سوی دیگر اقیانوس اطلس و قاره اروپا از طریق حمل و نقل از جمله تکاپوی مواد غذایی برای جمعیت فزاینده بود. در همین حال تحول جمعیتی پس از صنعتی شدن متضمن دگرگونی‌های عمده در الگوهای زندگی خانوارها بود. مارکس در مطالعات خود به پیامدهای قوانین کارخانه‌ای انگلیسی پرداخت که بیانگر درجه‌ای از اعمال کنترل سیاسی بر نظام اقتصادی بود.

در خلال قرن ۱۸ انگلیس و ایرلند پیشگام رشد جمعیت شدند. فعل "شهری کردن" تا نیمه دوم قرن ۱۹ بکار نرفته بود. پی آمدهای فرهنگی رشد جمعیت همیشه و همه جا وسیع و پر دامنه بودند روزنامه‌ها همچنان منبع اصلی کاوش درباره شهرها باقی ماندند. فارغ از تفاوت اقتصادی، فرهنگی شهرها، اینکه مردم در کنار هم شکل توده بگیرند همانند توده شدن آنها در کارخانه‌ها بحث انگیز بود. از نظر برخی توده شدن به معنای این بود که توانایی ذهنی مردم بر اثر ارتباط مستمر، بهبود یافته است و از نظر دیگری معنای آن قطع روابط چهره به چهره بود.

آلکسی دو توکویل اعتقاد داشت در بین فرو دست‌ترین طبقه‌ها در نیویورک و فیلا دلفیا دو ایالتی که در حال رشد بودند اوباشی‌ها خطرناک‌تر از ارادل هستند. فرایند شکل‌گیری این اوباشی‌ها ربطی به توده مردم نداشت بلکه مدنیت را تهدید می‌کرد. درسویی دیگر ناپلئون سوم که قدرت را پس از ۱۸۵۱ در دست داشت فردی را مامور کرد که بلوارهای بزرگی را برای پاریس بسازد؛ اما با این کار هم نتوانستند از پس زاغه‌ها برآیند این درحالی بود که راه آهن فقیر نشین‌ترین زاغه‌ها را جا به جا می‌کرد.

طبقه‌ها و توده‌ها

مارکس با دیدگاه متفاوت به این موضوع پرداخت و در بیانیه کمونیست گفت: تاریخ تمامی جامعه‌ها از آغاز تاکنون تاریخ مبارزه طبقاتی بوده است. در جامعه فئودالی اشراف و بورژوازی مطرح بوده است که با آمدن موتور بخار بورژوازی و پرولتاریا روبروی هم قرار گرفتند با این همه در بریتانیا واژه‌های طبقه‌ها و توده‌ها پرکاربردتر از بورژوازی و پرولتاریا بودند.

در بریتانیا واژه طبقه تا حد زیادی به واژه‌های سلسله مراتبی مقام و مرتبه و درجه ربط پیدا می‌کرد. اما تعریف آن کاری دشوار بود. به دلیل عناصر گوناگون موجود در آن از کارگر متوسطه تا کارگران کارخانه و کارکنان سرمایه‌دار و کارگر ماهر و غیرماهر.

سربرافراشتن رسانه‌های چاپی

جان والتر دوم، فرزند جان والتر مالک روزنامه تایمز، یک ماشین چاپ را که فردریش کونیش اختراع کرده بود، در اداره مرکزی تایمز در میدان چاپخانه نصب کرد که قابلیت چاپ ۱۰۰۰ نسخه در ساعت را داشت.

روزنامه تایمز در نوامبر ۱۸۱۴ نوشت: نسخه‌ای که منتشر کردیم نتیجه عملی بزرگترین پیشرفت در ارتباط با چاپ از زمان پیدایش هنر چاپ است.

حق انحصاری ماشین چاپ باعث اختراع ماشین چاپ چهار استوانه‌ای که با نیروی بخار کار می‌کرد، شد. این باعث عدم نیاز به کارگران یدی در چاپخانه‌ها شد. بوجدآمدن این ماشین سبب شد چاپچی‌هایی بوجود آیند که مشغول حروف‌چینی شوند.

نویسنده *کوارترلی رویو* با توصیف «شاگرد چاپچی‌ها»، «مصحح‌ها»، «ترتیب‌کن‌ها» و دستگاه‌های چاپی که با نیروی بخار کار می‌کردند، نتیجه گرفت: «امکان ندارد درباره گروه ۶۰ نفری‌ای از حروف‌چین‌ها اندیشید و بلافاصله به خدمت آنها به دنیای متمدن اذعان نکرد.»

کتاب‌ها، روزنامه‌ها، و خوانندگان آنها

جهانی که مارکس و انگلس در آن می‌زیستند جهانی بود که اساساً از طریق کتاب‌ها و دیگر شکل‌های چاپ، رسانه‌ای شده بود. خلاقانه‌ترین شکل ادبی در قرن نوزدهم در دنیای کتاب و در عرصه نثر؛ رمان بود. واژه‌ای که از قرن هجدهم خود را در بریتانیا تثبیت کرد.

با گسترش و چاپ کتاب‌ها، یک ابتکار جدید اتفاق افتاد و آن بوجود آمدن کتابخانه‌ها شد. کتابخانه‌هایی که روزبه‌روز افزایش می‌یافت. در بریتانیا اولین کتابخانه عمومی رایگان بوجود آمد و کتاب‌های فراوانی به مردم ارائه می‌داد. بعد از بوجود آمدن کتابخانه‌ها در سرتاسر اروپا، یکی از تمهیدات ارتباطی، ترجمه است.

نمایشگاه‌ها

در خلال نخستین انقلاب فرانسه وزیر این کشور نمایشگاه‌ها را در پاریس سازمان داد؛ پدیده‌ای که نه‌تنها برای عموم، که برای تمام تولیدکنندگان فرانسوی نیز که با سازندگان انگلیسی در رقابت بودند، جذاب از کار در آمد. در فاصله ۱۷۹۷ تا ۱۸۴۹ دست کم ۱۰ نمایشگاه برگزار شد. با اینکه ایده تأسیس نمایشگاه بین‌المللی را فرانسوی‌ها ارائه دادند اما اولین نمایشگاه بین‌المللی در انگلیس تأسیس شد؛ «نمایشگاه بزرگ صنعت ملل» که در لندن بنا شد.

در اواخر قرن نوزدهم دو نمایشگاه با اهمیتی خاص در ایالات متحده برگزار شد. نمایشگاه کریستف کلمب و نمایشگاه سده. ویژگی این نمایشگاه وسعت بسیار بزرگ و با انواع امکانات فراوان بود، به نحوی که آن را فراتر از یک نمایشگاه تبدیل کرده بود.

در کنار این نمایشگاه‌ها، بازار خرید و فروش بسیار داغ بود، به حدی که بسیاری ثروت‌های گزاف به جیب زدند.

مصرف

پس از بوجود آمدن نمایشگاه‌ها، آنچه در هر دو سوی اقیانوس اطلس اتفاق افتاد سرآغاز انقلاب مصرف بود که ریشه در قرن هجدهم داشت. اما اکنون تأثیر خود را بر زندگی میلیون‌ها نفر نمایان کرده است.

فروشگاه؛ در واقع همه‌جا پدیده‌ی مختص شهرهای بزرگ بود؛ مکانی برای گذراندن وقت و خرج کردن پول.

فروشگاه‌های بزرگ را فروشگاه‌های تخصصی کامل کردند. در این فروشگاه‌ها کفش، پوشاک و نیز لبنیات و چای و قهوه عرضه می‌شد.

بوجود آمدن تفکر مصرف‌گرایی باعث ایجاد گفتمان‌هایی در مورد اقتصاد و بازارهای عرضه و تقاضا نظیر مارکس، سوسیالیسم، سرمایه‌داری و... شد.

از بخار تا الکتریسیته

بسیاری معتقدند، پیشرفت بخشی از طبیعت است و پیشرفت صنعتی تنها از طریق مبارزه به دست خواهد آمد. یکی از این مبارزات بین "بخار" و "الکتریسیته" است.

رنرینم منتقد انگلیسی فرایند طولانی کردن را «بزرگ‌ترین انقلاب زیست محیطی در تاریخ از زمان رام کردن آتش» توصیف کرد. الکتریسیته پدیده‌ای بود که قبل از گام نهادن در تاریخ به طبیعت تعلق داشت. «الکتریسیته جو» قبل از نیروی الکتریکی وجود داشت.

با کشف الکتریسیته اختراعات مختلفی انجام شد از جمله؛ جوزف سوان و توماس ادیسون که لامپ برقی را بوجود آوردند. این اختراع مرحله تازه‌ای در توسعه نیروی برق بود.

به مرور زمان پیشرفت‌های عظیمی در علم برق شد و دیگر رساندن برق به خانه‌ها و شهرها میسر شده بود. اما حمل‌ونقل از نخستین شکل‌های ارتباطی بود که تحت تأثیر برقی شدن قرار گرفت. که برای نمونه می‌توان از برقی کردن راه‌آهن زیرزمینی لندن در ۱۹۰۰ و ساختن خطوط راه‌آهن شهری - که کسب کار پرقابتی بود - در آمریکا را نام برد.

در سال ۱۸۹۰ در نشریه "الکتریستی‌اند" نوشته شد:

پیشرفت شگفت‌انگیز الکتریسیته را می‌توان یکی از جذاب‌ترین پدیده‌های این عصر و در مجموع بی‌سابقه در تاریخ علم دانست. بعد از گذشت ۱۵ سال از این کشف حدود چهل مجله تخصصی درمورد این رشته علمی بوجود آمده و در موضوعات مختلف به کار می‌پردازند.

همه‌ی این‌ها نشان دهنده افول و از کار افتادگی نیروی بخار و به شماره افتادن نفس آن است و ظهور قدرت عظیمی به نام الکتریسیته بود. هنری اسمز، مورخ و جهان‌گرد بزرگ آمریکایی، در بازدید از نمایشگاه پاریس درباره طلوع قرن تازه‌ای نوشت: " آنچه الکتریسیته می‌نامیدیم، سرآغاز زندگی است."

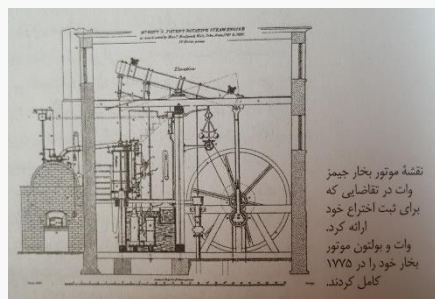
«فصل پنج»

فرایند ها و نقش های نو

این وسایل مدت ها قبل از اختراع ترانزیستور راه را برای «انقلاب رسانه ای قرن بیستم» هموار کردند.

راه آهن

الگویی که راه آهن ارائه داد سرمشق بسیاری چیزهای دیگر در عرصه های فن آوری، اقتصاد، سیاست و مدیریت، به خصوص پروبال دادن به خیال قرار گرفت که بعدها رخ دادند. با گشوده شدن راه های جهان توسط راه آهن جهان گرد



ها دریافتند که جهان نه عظیم، که کوچک است. گرچه به وسیله سفرنامه ها و داستان های مربوط به کشورهای خارجی - که هم قبل و هم بعد از بهتر شدن حمل و نقل عمومی شمارگان وسیعی یافته بودند - نیز می توان در جذابیت سرزمین های نا آشنا سهیم شد. لوکوموتیوها در موسیقی و شعر نیز نقش ایفا کردند.

«ادبیات راه آهن» در اروپا توسعه یافت و در انگلستان، "بانیان" یکی از نویسندگان برگزیده در این زمینه بود. بسیاری از ناشران نیز درگیر این کار بودند.

در اواخر قرن نوزدهم امپرسیونیست های فرانسوی با خلق آثاری ماندگار به کلکسیون بین المللی نقاشی های لوکوموتیوها و ایستگاه ها غنا بخشیدند.

تنها ۴۰ سال پس از تبدیل موتور بخار "وات" از یک اسباب بازی علمی به ابزاری تمام عیار در خدمت انسان، بریتانیا با گشایش خط آهن لیورپول - منچستر در ۱۸۲۵ پیش گام توسعه ای راه آهن شد.

از همان آغاز واقعه های ناگوار تصادفات ریلی قطارها به یکی از موضوعات اصلی مطبوعات دوره ای و روزنامه ها (و سپس رادیو و تلویزیون) تبدیل شدند. این رویدادهای ناگوار در شعرها گرامی داشته می شدند و یا در گراورها به تصویر در می آمدند.

توسعه ای راه آهن در مکزیک و کل آمریکای لاتین آهسته بود. مساحت و جغرافیای کشورهای چو آرژانتین و برزیل مانع هایی بزرگ بر سر راه توسعه ای راه آهن بودند. در آفریقا نیز توسعه ای راه آهن کند بود. صرف نظر از کشور و زمانه، موانع بر سر راه، مهندسی و مالی، فراوان بودند.

در کار راه آهن از همان آغاز انگیزه ای در آمیختن با تجارت و کسب و کار وجود داشت؛ همچنان که در رسانه های ارتباطی قرن بیستم چنین آمیزه ای وجود داشت.

هر کشور، همچون هر شرکت راه‌آهن، تاریخ و نقطه عطف‌های تاریخی خود را دارد. در ۱۸۴۵، نه کشور در اروپا راه‌آهن داشتند (در میان این کشورها بریتانیا سهم بزرگی از صادرات آهن و لوکوموتیو را در اختیار داشت)؛ در ۱۸۵۵ تعداد این کشورها به ۱۴ رسید. تا ۱۸۵۵ راه‌آهن در پنج قاره‌ی جهان وجود داشت.

کشتی‌ها

داستان کشتی‌های بخار نیز همانند خط‌های آهن هم‌عصران خود را شیفته کرد. در فاصله‌ی ۱۶۴ سال دست‌کم ۳۰ میلیون مهاجر از اروپا به مقصد مورد علاقه‌ی خود، ایالات متحده، رسیدند. مهاجران روزنامه‌های فراوانی به زبان خود منتشر کردند. تأثیر این روزنامه‌ها در فرهنگ قرن ۱۹ آمریکا (به‌خصوص در روزنامه‌نگاری، ادبی و موسیقی) عظیم بود.

به کمک نیروی بخار، سفر خسته‌کننده از میان اقیانوس اطلس به میزان قابل ملاحظه‌ای کوتاه شد. آمریکایی‌ها مدت‌ها بود به توسعه‌ی نیروی بخار برای حمل‌ونقل آبی درون مرزهای خود پرداخته بودند. آن‌ها از دریاچه‌ها و رودخانه‌های فراوان خود بیشترین بهره را به‌عنوان منبع انرژی می‌بردند.

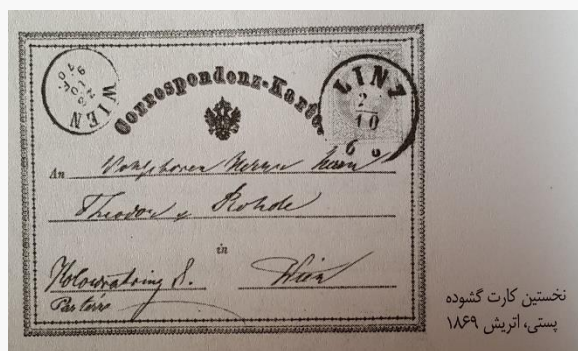
در سال ۱۸۵۲ اولین کشتی برای نیروی پیش‌رانش خود از پروانه به‌جای چرخ‌های پره‌ای بهره گرفت. موتورهای ترکیبی نیز در سال‌های پایانی همان دهه مورد استفاده قرار گرفتند. پیشرفت فنی دیگری نیز لازم بود تا سرعت کشتی‌های اقیانوس‌پیما را افزایش دهد. این پیشرفت، عرضه‌ی توربین بخار قابل بهره‌برداری بود و نه ساخت یک ابزار تازه.

دیگر سرعت به چیزی شبیه بت تبدیل شده بود! آن سال‌ها رقابت شدیدی میان نیروی دریایی آلمان و انگلیس، هم در زمینه‌ی آراستن کشتی‌ها و هم در زمینه‌ی فن‌آوری وجود داشت. دامنه‌ی این رقابت به ساخت کشتی‌های مجلل مسافربری و ناوهای جنگی هم رسید. جنگ جهانی اول الگوی رقابت را در هم شکست. کشتی بریتانیایی لوسیتانیا در سال ۱۹۱۵ برای عبور از اقیانوس اطلس درحالی‌که بیش از ۱۲۰۰ مسافر را حمل می‌کرد، حوالی ایرلند توسط یک زیردریایی مورد اصابت موشک قرار گرفت و غرق شد. این رخداد از جنبه‌های مختلف بسیار دردناک‌تر از حادثه‌ی غرق شدن کشتی تایتانیک بود. زیردریایی‌ها خود را به‌طور مشخص در ادبیات داستانی قبل از ۱۹۱۴ مطرح کرده بودند.

در مرور تاریخ کشتی‌ها باید به این نکته‌ی مهم نیز اشاره کرد که کشتی‌های بخار، همانند فن‌آوری‌های دیگر، بلافاصله جایگزین کشتی‌های بادبانی نشدند. بسیاری از کشتی‌ها هم‌زمان هم از انرژی باد و هم از انرژی بخار استفاده می‌کردند. در دهه‌ی ۱۸۸۰ شواهد فراوانی از موج تازه و چشم‌گیر اختراع‌ها در اقیانوس‌ها به چشم می‌خورد؛ نیروی بخار راه را برای الکتریسیته‌گشود و «رسانه‌ها» در کانون فعالیت‌ها قرار گرفتند. در همان دهه برای نخستین بار کشتی‌هایی که از کانال عبور می‌کردند به چراغ جلو مجهز شدند. این امر مسافرت در دل شب را امکان‌پذیر کرد.

در ۱۸۷۸ حدود ۸۰ زمان متفاوت راه‌آهن در ایالات متّحده وجود داشت. شش سال دیگر زمان لازم بود تا نمایندگان ۲۵ کشور در ۱۸۸۴ در کنفرانس نصف‌النهار مبدأ در واشنگتن گرد هم آیند و پس از بحث فراوان، نظام نصف‌النهار گرینویچ را به‌عنوان مبنای اندازه‌گیری طول جغرافیایی انتخاب کنند. فرانسه، که با انتخاب یک نصف‌النهار بریتانیایی مخالف بود، این نظام را تا ۱۹۱۹ نپذیرفت.

پست



نخستین کارت گشوده
پستی، اتریش ۱۸۶۹

راه‌آهن‌ها و کشتی‌ها نه تنها انسان‌ها و کالاها، که نامه‌ها را از این سو به آن سوی مناطق زمانی می‌بردند، این شیوه‌ی ناگزیر ارتباط، هم در سطح ملی و هم در سطح بین‌المللی بود. در اواخر قرن نوزدهم، پست، تحویل کارت‌پستال‌ها را نیز بر عهده گرفت. نخستین دفترهای پستی برای ارسال کارت‌پستال‌ها، و به عبارتی کارت‌های گشوده پستی، در ۱۸۶۹ در اتریش و در ۱۸۷۰ در آلمان و بریتانیا کار خود را آغاز کردند. کارت‌پستال‌ها زمینه‌ی بحث را در موضوع‌های جالب توجهی، هم چون حریم خصوصی، فراهم کردند.

نخستین تمبر پستی چسب‌دار و پرفراژ‌دار جهان در ۱۸۴۰ در بریتانیا عرضه شد. البته پیش از عرضه نخستین تمبر، استفاده از پست سرعت گرفته بود. تمبرهای پستی چسب‌دار اختراعی مهم در قرن نوزدهم بودند.

اداره‌ی پست آمریکا اقتدار اداره‌های پست اروپا را نداشت. حکومت‌های اروپایی به اداره‌های پست نیاز داشتند و به خود اجازه می‌دادند به تعیین سیاست‌های ملی در رابطه با راه‌آهن، تلگراف، تلفن و بعدها آنچه «ارتباطات دور» و نیز خدمات پستی نام گرفت، بپردازند.

اتحادیه‌ی پستی فراگیر، اتحادیه‌ی جهانی پست، در ۱۸۷۴ تأسیس شد. بریتانیا یکی از اعضای بنیان‌گذار این اتحادیه بود. یکی از قوانین اتحادیه استاندارد کردن رنگ تمبرها بود.

بی‌سیم

تاریخ آغاز ارتباط بی‌سیم ربط بیشتری با تلگراف دارد تا تلفن. در سال ۱۹۲۵ گیل، رئیس مذاکرات اداره کل پست که به تأسیس بی‌بی‌سی انجامید، بر این که "تلفن برخی ویژگی‌های نامه و روزنامه را دارد" تأکید کرد.



یک سو کننده بریکون؛
تکه‌ای سیلیکون،
صیقلی یا صیقل
ناخورده که ذره‌ای
فلز برنج بر آن لحیم
شده بود. این قطعه
خیال‌انگیز رادیو را
رقم زد.

دانش پست ارتباط بی سیم، به قبل از کار هاینریش هرتز (تولید کننده امواج الکترومغناطیس) بر می‌گردد. اولیور لاج امواج هرتز را به نمایش گذاشت.

یک افسر نیروی دریایی، یک سال قبل از آن، مستقلاً آزمایش با رادیو را شروع کرده بود. او و مارکونی آزمایش‌های میدانی را با ناوگان بریتانیا به روش پوپوف (کسی که کاربرد عملی امواج الکترومغناطیس رادیویی را نشان داد) انجام دادند. ضرورت، و نه پیشرفت علم آن‌ها رابه پیش می‌راند.

در این اوضاع، بی سیم، نقطه اوج تاریخ ارتباطات قرن نوزدهم، صرفاً جایگزینی برای تلگراف سیمی دانسته می‌شد. به نظر می‌رسید رادیو بیش‌ترین کاربرد را در اقیانوس‌ها و قاره‌های بزرگ دارد اما پیام‌ها در قالب علایم مورس ارسال می‌شدند و افرادی جز مخاطبان هدف نیز می‌توانستند آن‌ها را دریافت کنند. مارکونی هیچ تصویری از رادیو نداشت و واژه رادیو را به کار نبرد.

پریس از بنیان‌گذاران انجمن مهندسان تلگراف، رویکردش نسبت به ارتباطات بیش‌تر اداری بود تا خطرپذیری و تجاری. هیچانی همگانی و ناگهانی درباره وسیله ارسال پیام مارکونی به وجود آمد. این سامانه بی سیم نبود و از سیم در دو سر خط به عنوان بخشی از تجهیزات بهره می‌برد.

نخست رادیو در ایالات متحده و بریتانیا و هلند به خانه‌ها راه یافت. قبل از ایجاد نهاد جدیدی برای ارائه برنامه، شبکه‌ای از مشتاقان آماتور رادیو با نام "رادیو بازها" حلقه‌های ارتباطی ملی و بین‌المللی به وجود آوردند.

اگر به جای فرو کاستن از اهمیت بی سیم، در زمان تکوین آن، به عامل‌های اجتماعی توجه می‌شد، کاربرد های آینده این فناوری پیش بینی می‌شد.

در دومین اجلاس جهانی تلگراف بی سیم در برلین، اس.او. اس، علامت استاندارد وضعیت‌های اضطراری شد.

در بریتانیا، همه‌ی فرستنده‌ها و گیرنده‌ها می‌بایست مجوز اداره کل پست را می‌داشتند. شرکت مارکونی هم در ۱۹۲۰ یک مجوز کلی برای اداره ارتباط تلفنی آزمایشی دریافت کرد اما هیات تلگراف بی سیم پس از کنسرت‌های مارکونی، با مجوز مخالفت کرد. هیات معتقد بود این پیام‌ها در ارسال پیام‌های دفاعی اختلال ایجاد می‌کنند و رادیویی را که در خدمت بشر است به اسباب بازی کودکان تبدیل می‌کند. پس اجازه پخش کنسرت لغو شد.

با وجود رواج گرامافون، مهندسان نمایش‌های رادیویی را پخش می‌کردند. پس از اختراع ریزتراشه، دیود قطبی اصلاح شده آن اختراع شد که امکان تقویت علایم ضعیف رادیویی در مورس، کلمات و موسیقی و پوشش مسافت‌های دورتر فراهم شد.

فورست مخترع دیود، فاقدشم تجاری اما رادیو باز مادرزاد بود. او پیش از آن که به پخش به منزله رسانه بیندیشد، باور داشت که پخش به تجارتی بزرگ تبدیل خواهد شد.

ریاست انجمن، کمال سوئیتون به اعضا می‌گفت تصور کنند در آینده ایستگاه‌های دریافت بی سیم درتالارهایی شبیه سینما برپا شوند و مردم بتوانند صدای زنده را از صدها کیلومتر دورتر بشوند. اما اینگونه نشد و تلفن بی سیم به خانه‌ها هجوم برد.

در طی جنگ، فکر ساختن "یک جعبه موسیقی رادیویی ساده که برای چند طول موج طراحی شده باشد و با زدن یک دکمه موج را تغییر داد" به ذهن سارنوف رسید.

به محض این که فکر استفاده از پخش به عنوان رسانه به ذهن افراد خطور کرد، این نقطه ضعف به یک توجیه منطقی تبدیل شد. سارنوف آرزو می‌کرد "رادیو را به وسیله‌ای خانگی مانند پیانو و فونوگراف" تبدیل کند.

درآمد بی بی سی در آغاز نه از راه تبلیغات بلکه از راه حق امتیاز فروش دستگاه‌های بی‌سیم به دست می‌آمد. انحصاری بودن فعالیت بی بی سی تصمیمی حکومتی بود.

روزنامه‌ها و نشریه‌ها با انتشار در زمینه‌های با موضوع رادیو مردم را به خرید دستگاه‌های گیرنده رادیویی تشویق می‌کردند. پخش آگهی به یک جنب و جوش مالی تبدیل شد. رادیو کلید ورود به همه خانه‌های ایالات متحده را در اختیار بازرگانان آمریکایی قرار داد.

مارکونی در ۲۰ جولای ۱۹۳۷ درگذشت. فردای آن روز تقریباً تمامی ایستگاه‌های بی سیم دنیا که هیچ‌گاه او را دوست نداشتند یکی دو دقیقه سکوت اختیار کردند.

سینما و تلویزیون

تلویزیون در شکل اولیه این امکان را در اختیار تماشاگران قرار نمی‌داد که با چرخاندن یک پیچ کانال‌های بین‌المللی را انتخاب کنند، حال آنکه گیرنده‌های رادیویی از چنین امکانی برخوردار بودند. در همین زمان ترافیک فزاینده‌ی تصاویر در سطح بین‌المللی برقرار بود و سازمان‌های پخش که در دوران نمایش فیلم‌های صامت در سینما قبل از تصویر به کار صدا مشغول به کار بودند بر تولید و تنظیم تصویرهای تلویزیونی نظارت داشتند.

توسعه‌ی سینما و تلویزیون هر دو به دوربین وابسته بود. دوربین، تاریخی طولانی داشت: قرن‌ها بود که اتاق تاریک ابزار کار هنرمندان بود. دوربین جدید قرن نوزدهمی، اما نخست در فرانسه و بریتانیا و سپس در شکل متحول شده در ایالات متحده آمریکا توسعه یافت. حتی در ۱۸۰۲ یکی از اعضای خانواده وج وود به «توصیف فرایند کپی کردن نقاشی‌ها بر شیشه و ایجاد تصویرهای ضد نور از طریق تابش نور بر نیترات نقره» پرداخت، اما آزمایش گر فرانسوی

ژوزف نیسه فور نیپس (joseph nicephore niepce) بود که از طریق شیوه‌ای که آن را «هلیوگرافی» می‌نامید، «تخستین عکس از زندگی» را بلافاصله پس از پایان جنگ‌های ناپلئونی تولید کرد.



نیپس در ۱۸۲۷ انجمن سلطنتی لندن را از موفقیت خود آگاه کرد اما شریک جوان تر او، لوئی داگر نخستین تصویرهای عکاسی دقیق خود را ظاهر کرد و آن‌ها را «داگرئوتیپ» نامید.

اولین عکس به شیوه‌ی داگرئوتیپ در ایران به وسیله‌ی مسیو ژول ریشار از ناصر الدین میرزا در ۱۲۲۳/۱۸۴۴ ش گرفته شد. از عکس‌های ریشار که به شیوه‌ی داگرئوتیپ گرفته شده چیزی به دست نیامده است اما کمال الملک از سه پرتوهای که او از محمدشاه و دو پرتو از کودکی و جوانی ناصرالدین شاه گرفته نقاشی کرده.

نخستین ایرانی که بعد یا همزمان با ریشار در ایران به عکاسی پرداخت، شاه زاده ملک میرزا قاسم فرزند فتحعلی شاه است. او مجموعه‌ی عکس‌هایش را که از برخی زنان حرم ناصرالدین شاه و افراد حاضر در قصر گرفته به ناصرالدین شاه تقدیم کرد.

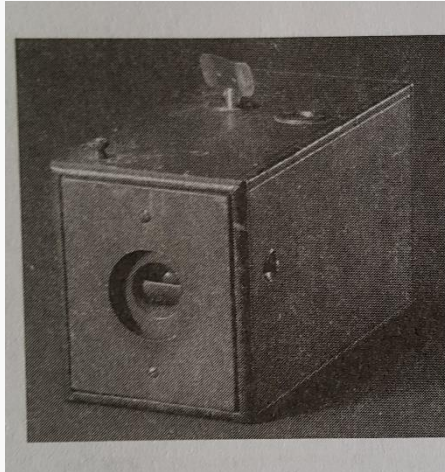
در ۱۸۳۹ در لندن نیز ویلیام فاکس تالبوت فرآیند کاملاً متفاوتی را به کار گرفت. او از نیترات نقره استفاده کرد و به تولید نگاتیو بر روی کاغذ پرداخت و «کالوتیپ» خود را که آن را طراحی‌های نورساخته می‌نامید به انجمن عاشقان علم و طبیعت در انجمن سلطنتی عرضه کرد. تصویرهای کالوتیپ لطیف‌تر از داگرئوتیپ‌ها بودند. در سال ۱۸۶۱ یک دانشمند معروف جیمز کلارک مکسول نخستین عکس سه رنگ واقعی را گرفت: این عکس تنها به کمک یک پروژکتور قابل مشاهده بود. توسعه‌ی بعدی یعنی عکاسی رنگی، پروژه‌ی جسارت‌آمیز قرن بیستم بود.

در لندن نزاعی حقوقی بر سر اختراع داگر جریان داشت و تنها پس از مقدمه‌چینی‌های انجمن سلطنتی حق اختراع‌های فاکس تالبوت سست شدند.

فرآیند پیشرفت فنی ادامه یافت و به گفته لیدی ایستلیک، حتی جزئیات «اصلاح ناچیزی در فرآیندها» و «تغییرات جزئی در نتیجه‌ها» چنان پرشور مورد بحث قرار می‌گرفت که گویی آینده بشریت در گرو آن‌ها بود.

اما همه‌ی آن اصلاح‌ها و تغییرها «کم اهمیت» نبودند. در عرصه‌ی عکاسی استریو آزمایش‌های تازه و جالبی صورت گرفت. هنگامی که در دهه ۱۸۷۰ در بریتانیا، فرانسه و ایالات متحده از صفحه‌های ژلاتین خشک که تولید صنعتی آن ممکن بود استفاده شد، پیش رفت عکاسی مسیری متفاوت به خود گرفت. هم زمان اندازه و قیمت دوربین‌ها کاهش یافت چندان که یک آمریکایی نورآور، جرج ایستمن توانست بازاری گسترده شکل دهد. ۱۲ سال بعد به فهرست کالاهای عکاسی یکی از مشهورترین پدیده‌های قرن را افزود: دوربین کداک، که برای هر کس و در همه جا

قابل استفاده بود. او برای دوربین خود یک شعار هم در نظر گرفت: «شما دکمه را فشار بدهید، بقیه کارها با ما». جنگ جهانی اول به جای اینکه بازار دوربین‌های ایستمن را خراب کند باعث رشد آن شد. آن زمان نه تنها تصویرهای متحرک به وجود آمده بودند بلکه در مکان‌های ویژه‌ای که برای نمایش آن‌ها طراحی شده بودند پخش می‌شدند.



«شما دکمه را فشار بدهید، بقیه کارها با ما». دست کم ۹۰ هزار دوربین ارزان کداک ظرف پنج سال فروخته شدند.

دست کم ۹۰ هزار دوربین کداک ظرف پنج سال فروخته شدند. دوربین کداک در مقایسه با دیگر دوربین‌ها تنظیم کننده لنز نداشت، فقط به سرعت شاتر و زمان نوردهی یک بیستم ثانیه مجهز بود. هنر از عکاسی رخت بر بسته بود. همچنین یک حلقه فیلم نگاتیو پیچیده درون نواری از کاغذ در آن قرار داشت که برای گرفتن ۱۰۰ عکس کافی بود. در یک کلام ایالات متحده در این عرصه همچون زمینه‌های دیگر به

حد افراط پیشگام تحول در جامعه مصرف بود و خود عکاسی لحظه‌هایی از این روند مصرف گرایی را ثبت کرد.

همین موضوع درباره‌ی وسایل خانگی هم صدق می‌کرد که گستره‌ای وسیع‌تر از آن چه پیام‌آوران عصر الکتریسیته پیش‌بینی کرده بودند یافتند. بر این اساس ضرورت داشت فناوری عکاسی که در تمامی قرن بیستم در حال توسعه بود «کاربرپسند» شود. صنعتی شدن به میزان چشم‌گیری بر ثروت مادی و اوقات فراغت در تمامی کشورهای صنعتی افزود. بسیاری از چیزهایی که روزگاری تجمل تلقی می‌شدند به امور ضروری تبدیل شدند. از طرفی شهرها همه جا بزرگ‌تر شده بودند و با وجود ترامواها و قطارهای زیرزمینی، شهرها به حومه‌های تازه گسترش یافتند. این در حالی بود که جهان مہیای شکوفایی چیزی می‌شد که مقدر بود «رسانه‌های جمعی» خوانده شود.

عرضه‌ی تصویرهای متحرک بزرگ‌ترین تغییرات فن‌آورانه‌ی این دوره بود، گرچه قبل از آن که این شیوه عملی شود. این بحث در گرفته بود که آیا عکاسی فرمی هنری است یا نه. تصویرهای متحرک هر چند منشاشان مکانیکی بود و به دنیای سرگرمی تعلق داشتند، یک بار دیگر این بحث را زنده کردند. نخستین کسی که با موفقیت از عکاسی پیاپی برای انتقال حس حرکت بهره گرفت ادوارد مایبریج بود. چند سال بعد ادیسون که آزمایشگاه خود را در سال ۱۸۷۶ برپا کرده بود، «کینه‌توسکوپ» خود را که حق بهره برداری انحصاری آن به ثبت رسیده بود برای فروش عرضه کرد. ادیسون فکر نمی‌کرد که استفاده از کینه‌توسکوپ برای نمایش دادن تصویرها روی پرده ممکن است سود مالی داشته باشد اما در سال‌های ۱۸۹۳ و ۱۸۹۵ دو تن از تکنسین‌های او نخستین استودیوی فیلم جهان را ایجاد کردند.

صنعت فیلم در دوره‌ای که «عصر طلایی سینما» نامیده شد مخاطبانی انبوه و تازه را شکل داد؛ توده مخاطبانی به مراتب پرشمارتر از آن چه تئاتر خلق کرده بود. فرانسه در تولید اولیه‌ی فیلم دست بالا را داشت اما فیلم سازان فعال در نقاط دیگر نیز حضور داشتند، از جمله بریتانیا. تا سال ۱۹۱۴ ایالات متحده جایگاه دوم را در بازار صادرات فیلم

داشت. هالیوود که بعدها به کانون عصر طلایی سینما تبدیل شد، تا آن زمان نخستین فیلم خود را تولید کرده بود. یکی از هنرمندان هالیوود در این زمان چارلی چاپلین بود.



نیکل ادتون
نخستین سالن‌های سینما
که معمولاً از تبدیل انبار،
فروش‌گاه یا یک سالن
ایجاد شده بودند و ظرفیتی
در حدود ۱۰۰ نفر یا بیش‌تر
داشتند. واژه نیکل ادتون
از دو بخش تشکیل شده:
نیکل، جنس سکه‌های پنج
سنتی که بهای ورودیه این
سالن‌ها بود و ادتون که در
زبان یونانی به معنای سالن
نمایش است.

کسب و کار سینما در اروپا کاملاً زیر تأثیر ملاحظه‌های بازار بود. در بریتانیا و فرانسه مالکان تالار موسیقی و شومن‌ها نخستین کسانی بودند که لباس سینما به تن کردند. در سال‌های واپسین دهه ۱۹۰۰ سالن‌های خاص نمایش فیلم افتتاح شدند. در همین حال تجارت فیلم به آهستگی اما به گونه‌ای اجتناب‌ناپذیر از دست کسانی که گیلبریت سلدس آن‌ها را «پرخاش‌گر، جاهل، بی‌بهره از ذوق و بی‌اعتنا به آداب و رسوم، اما برخوردار از حس بسیار عمیق تجارت» می‌نامید خارج و به دست شرکت‌های بزرگ‌تر افتاد. در ۱۹۲۰ دیگر سخن از

پدیده‌ی چاپلین یا به تعبیری چاپلینی‌ها در میان بود و مقصود از چاپلینی‌ها، آهنگ‌ها و رقص‌هایی بودند که در فیلم‌های او به نمایش درمی‌آمدند.

فیلم همانند رمان یک فرم بین‌المللی بود. سرگئی آیزنشتاین روس، آکیرا کوروساوا ژاپنی و اینگمار برگمان سوئدی از جمله بزرگترین و بنام‌ترین کارگردان‌های سینما به شمار می‌رفتند. نظام سانسور نیز مدت‌ها در هالیوود برقرار بود و شکل یک نظام نامه به خود گرفت. طراح این نظام در ۱۹۳۰ دبلو.اچ.هیز بود.

همان‌طور که نفوذ به شبکه‌های رادیویی سخت شده بود ورود به سینما هم دشوار شده بود. به این ترتیب غول‌های حاکم بر صنعت فیلم‌سازی جاپای خود را مستحکم کردند. با این وجود در همان دوره یک شرکت تازه شکل گرفت. این شرکت متعلق به برادران وارنر بود. آن‌ها کار خود را به عنوان گردانندگان یک نیکل ادتون (نوعی سالن نمایش) آغاز کردند و به غول‌هایی در صنعت فیلم تبدیل شدند. «خواننده‌ی جاز» نخستین فیلم ناطق مشهور را در ۱۹۲۷ این شرکت تهیه کرد که سرآغاز عصر طلایی سینما شد. فرانسه همواره و آلمان تا ظهور هیتلر در ۱۹۳۳ بر نقش فیلم به عنوان یک هنر تأکید داشتند. در دهه ۱۹۳۰ گرایش تازه‌ای پدید. دوران رکود موجب ساختن فیلم‌هایی شد که گویای آگاهی اجتماعی سازندگان‌شان بودند. در اروپا برخی از فیلم‌سازان تحت تأثیر سازندگان فیلم‌های مستند، درستی و سندیت با انگیزه‌ی اجتماعی را هدف کار خود قرار دادند.

فیلم‌های خبری مقوله‌ای مجزا بودند و حتی سینماهایی به طور خاص به نمایش اینگونه فیلم‌های خبری پرداختند. موفق‌ترین این سینماها در کنار ایستگاه‌های راه‌آهن قرار داشتند.

صنعت فیلم و شرکت‌های فیلم‌سازی خبری، هیچ‌کدام با چالشی جدی از سوی تلویزیون در ۱۹۲۷ یا ۱۹۳۳ مواجه نشدند. در عمل تا آن زمان تلویزیونی مرتب و منظم که کارکنانی ثابت و حرفه‌ای داشته باشد در هیچ یک از کشورها وجود نداشت.

بنیان فنی تلویزیون‌ها با پخش تصویرهای ثابت که بیدول آن‌ها را به نمایش گذاشت تفاوت دارد. پخش تلویزیونی تصویر مستلزم اسکن کردن تصویر با یک پرتو نور در رشته‌خط‌های پیاپی است که از بالا به پایین و از چپ به راست در حرکتند.

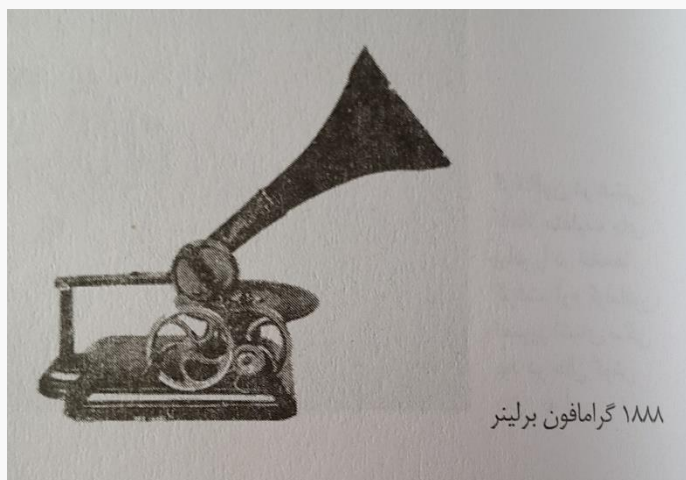
تا زمانی که تقویت‌کننده‌ی لامپ خلأ قطع‌های کلیدی در تلفن رادیویی هنوز اختراع نشده، هیچ پیشرفتی میسر نبود. یک نسل بعد وقتی نخستین تبلیغات درباره‌ی تلویزیونی که به راحتی کار می‌کرد برپا شد، موقعیت تغییر کرده بود. دستگاه‌های تلویزیون (تلویزورها) در اواخر دهه ۱۹۲۰ در معرض فروش قرار گرفتند.

برد، مخترع اسکاتلندی مانند بل این بخت را یافت که چیزی شگفت را برای نخستین بار تجربه کند. در روزی دوران ساز بی‌بی‌سی با وجودی که از گفت و گو با برد اکراه داشت سرانجام اجازه راه اندازی سرویس آزمایشی تلویزیون را به او داد. این در حالی است که یک سال قبل از این تاریخ برتراند راسل به مخاطبان خود گوشزد کرد: هر چند دستگاهی که ساخته شده قادر است کم و بیش تصویرهای قابل تشخیصی از چیزهای بی‌حرکت مانند یک نقاشی انتقال دهد، تا جایی که عقل آدمی قد می‌دهد، دستگاهی که بتواند تصویرهای متحرک زندگی واقعی، مانند مسابقه شهرآورد را ارسال کند، نه تابه‌حال وجود داشته و نه احتمالاً در آینده‌ی نزدیک به وجود خواهد آمد. هم در آلمان و هم در انگلستان دو سیستم تلویزیون در میانه‌ی دهه ۱۹۳۰ به جان یکدیگر افتادند. این نزاع دو سال بعد در بریتانیا با جدال رو در رو در دادگاه به اوج خود رسید. اما در نهایت استفاده از تلویزیون تبدیل به خدمتی عمومی شد و همچنین کمیته‌ای مشورتی در زمینه‌ی تلویزیون شکل گرفت.

هنگامی که دی. سی. برکین شاو مهندس بی‌بی‌سی برای اولین بار در ۱۹۴۳ دستگاه مارکونی ای‌ام‌آی را مشاهده کرد، تردید به خود راه نداد که این دستگاه پیروز میدان می‌شود: تصویر آن با وسایل مکانیکی تولید نشده بود، نه صفحه‌ای ویژویژکنان در آن بود و نه استوانه‌ی آینه‌دار در آن به کار رفته بود. بی سروصدا، سبک با قابلیت جابه‌جایی. این دستگاه مسیری را نشان می‌داد که چیزها در آن گام برمی‌داشتند.

در کشورهای دیگر اروپایی که شخصیتی مانند برد نداشتند، تلویزیون الکترونیک راحت‌تر پیروز شد. توسعه‌ی تلویزیون در بریتانیا در آغاز جنگ جهانی دوم به حالت تعلیق درآمد اما در آلمان و فرانسه بی‌آنکه بنیان منظمی داشته باشد ادامه یافت. تلویزیون در لندن تا سال ۱۹۴۶ صرفاً به دلیل شمار محدود مخاطبان جان نگرفت. «عصر تلویزیون» تا سال ۱۹۵۰ آغاز نشد. در ایالات متحده و ژاپن از سیستم ۵۲۵ خط و در اروپا از سیستم ۶۲۵ خط استفاده می‌شد (هر چه میزان خط‌ها بیشتر باشد، کیفیت و دقت هم بیشتر است). هر چند موضوع‌های مورد توجه در باب تلویزیون به دل‌مشغولی‌های مطرح درباره‌ی رادیو فرق داشتند و تاریخ‌شناسی تلویزیون با رادیو تفاوت داشت، همان دشواری‌هایی که در زمینه‌ی کنترل پخش رادیویی مطرح بودند این بار نیز در عرصه‌ی پخش تلویزیونی رخ نمودند.

گرامافون



ادیسون از نخستین مخترعانی بود که به مخابره تصویرها توجه جدی کرد. عکاس فرانسوی «نادار»، جعبه‌ای را ارائه کرد که مانند آینده جعبه سیاه یا دوربین که تصویرها را ثبت می‌کنند، بتواند ملودی‌ها را ضبط کند و این دستگاه را فونوگراف نامید. فونوگراف را می‌شد دست و دل بازانه وقف موسیقی کرد اما کارکرد آن خدمت به پیشینه خانوادگی بود. برلینر با الهام از اختراعات دیگران ماشین تازه‌ای را

درست کرد و آنرا گرامافون نامید (۱۸۸۸). گرامافون به شکلی کاملاً متفاوت جای پیانو را در خانه‌ها گرفت، نشانه گرامافون تصویر آشنای سگی در حال گوش دادن به آن بود. این تصویر از آن پس تداعی گر موسیقی نیز شد.

ماشین

ساختن دوچرخه امکان کارآموزی را برای برخی مخترعان عرصه اتومبیل فراهم کرد. ادوارد بتلر در بریتانیا نخستین موتور بنزین سوز قابل اتصال به اتومبیل را تولید کرد. دوچرخه را می‌شود به منزله امتداد انسان تلقی کرد. انسان سوار بر دوچرخه تنها انسانی به هم راه یک ماشین نبود بلکه یک انسان سریع‌تر بود.

محصولات بسیاری هم چون ابوطیاره‌های فرانسوی و سه چرخه ابداع شدند. همه‌ی این وسیله‌ها نه تنها با افراد و خانواده‌ها همراه شدند. دوچرخه، سه چرخه و ابو طیاره شیوه‌ای دموکراتیک حمل و نقل بودند. اتومبیل وقتی این ویژگی را به دست آورد که فورد پیشگام شد.

نخستین قانون وسایل نقلیه موتوری در ۱۹۰۴ تصویب شد. در این قانون به موضوع‌هایی همچون گواهینامه رانندگی، پلاک و محدودیت سرعت ۳۴ کیلومتر بر ساعت پرداخته شده بود.

هوایما نماد تازه‌ترین فناوری و از نظره آینده نگر های ایتالیایی مظهر آینده بود. این هوایمای رؤیایی با هوایمای چوبی برادران رایت که در ۱۹۰۳ به پرواز در آمد هیچ شباهتی نداشت.

جنگ جهانی دوم دهشت زایی هوایما را عیان کرد و نقاشی سترگ پابلو پیکاسو، داستان ماندگار نابودی شهر و مردم غیر نظامی را حکایت کرد.

«فصل شش»

اطلاعات، آموزش و سرگرمی

اطلاعات، آموزش و سرگرمی در قرن ۲۰ اهمیت و منزلت بسیار زیادی داشت. اما در قرن‌های ۱۷ و ۱۸ اطلاعات را معمولاً در توصیف (فهم) بکار می‌بردند، مراد از آموزش (دستور عمل) بود و مقصود از سرگرمی (تفریح، وقت گذرانی و مشغولیت). در واژگان قرن ۱۹ کلمه‌های (تعالی) و (بهبود) واژه‌های کلیدی بودند. از این رو اطلاعات (سطحی) از اطلاعات (مفید) تفکیک می‌شدند، همچنان که سرگرمی نیز (معقول) یا (تباه کننده) انگاشته می‌شد. قبل از قرن ۱۹ اهمیت اطلاعات آشکار بود اما در جامعه صنعتی قرن ۱۹ زمانی که دو مفهوم سرعت و فاصله تغییر یافت، بیشتر مورد تاکید قرار گرفت.

آموزش و سرگرمی در قرن‌های ۱۹ و ۲۰ بیشتر عرصه‌ی تغییر بودند تا تداوم. که عمده این تغییرها بر اساس شرایط اقتصادی و اجتماعی بود.

تأثیر صنعتی شدن بر این سه گانه: صنعتی شدن بر ثروت و فراغت افزود و به هر سه رکن معنایی تازه بخشید. صنعتی شدن همانطور که به دلایل مالی به گردش واقعی و قابل اتکای اطلاعات نیاز داشت، در بلند مدت محتاج دسترسی بیشتر مردم به آموزش بود. نقطه آغاز این فرآیند مدرسه‌ها بودند. پیشرفت صنعتی فرصت‌های بیشتری برای استراحت، فعال یا منفعلانه، در شکل تفریح و سرگرمی می‌طلبید.

در اواخر قرن ۲۰ کم‌کم واژه شغل برای فراغت، سفر و ورزش نیز به کار رفت. واژه ورزش‌ها (sports) به ورزش (sport) تبدیل شد. اکنون دیگر با فراغت، گردشگری و ورزش به منزله‌ی یک صنعت یا بخشی از یک صنعت رفتار می‌شد. مرز میان اطلاعات و سرگرمی در روزنامه‌ها و رسانه‌های الکترونیک در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ بیش از پیش، نامشخص و مبهم شد. البته این پدیده‌ای کاملاً جدید نبود. هم چنان که تاریخ مطبوعات نشان می‌دهد. هارمزورت مدت‌ها قبل، یعنی در ۱۸۹۶، روزنامه دیلی میل خود را با هدف سرگرم کردن و نیز اطلاع رسانی منتشر کرد. آقای اسپندر در مقام روز نامه نگاری سرشناس می‌گفت: هارمزورت و مقلدان او بیش از همه‌ی وزرای آموزش و پرورش در مجموع، بر آدم‌های معمولی تأثیر گذاشتند.

مطبوعات (ارکن چهارم)

مطبوعات پس از هارمزورت همچنان به عنوان یک عامل تأثیر گذار مؤثر در قرن بیستم باقی ماندند، اگرچه رسانه‌های الکترونیک ((غیر سنتی)) را در برابر خود دیدند و در مقوله کلی رسانه‌ها ادغام شدند. در عین حال، مطبوعات از انعکاس علایق و دل‌مشغولی‌های جامعه فراتر رفتند. در واقع، به علایق و نگرانی‌های جامعه شکل دادند، به کند و کاو در باره‌ی آنها پرداختند و آنها را گزارش کردند. چنین بود که جست و جوگری و تحقیق به نوعی از روزنامه نگاری معنا بخشید که بیش از همه مورد تحقیق قرار گرفت. بدین ترتیب روزنامه نگاری تحقیقی جای افکار سازی را گرفت.



تاریخ مطبوعات هر کشور نقطه عطف‌های خاص خود را دارد. در این مورد و موارد دیگر مطبوعات آمریکا خود را از پیوند‌های سیاسی حزبی آزاد کردند، در حالی که احزاب نقشی برجسته در توسعه اولیه مطبوعات داشتند. این که مطبوعات چقدر در عمل آزاد بودند موضوعی حقوقی و نیز سیاسی بود. اصلاحیه نخست افزوده شده به اعلامیه حقوق که کنگره ایالت متحده آن را تصویب کرد، مقرر می‌داشت ((کنگره در خصوص تثبیت یک مذهب، یا منع پیروی آزادانه از آن یا محدود ساختن آزادی بیان یا مطبوعات هیچ قانونی نمی‌گذارد)) در همین حین قاضی اولیور وندل هلمز استعاره ((بازار آزاد اندیشه‌ها)) را باب کرد، اما دست تقدیر، سرنوشت پخش را متفاوت از مطبوعات رقم زد و آنرا در معرض نظارت و کنترل قرار داد.

مطبوعات استانی بریتانیا بیشتر نفوذ خود را در اواخر قرن نوزدهم و بیستم، هنگامی که به دلایل گوناگون، لندن مرکز اطلاعات و نیز سرگرمی شد، از دست دادند. با این وجود روزنامه قرن نوزدهمی گاردین توانست با مدیریت بسیار مسئولانه آقای اسکات مخاطب ملی کسب کند. اسکات و خانواده‌ی او منچستر گاردین را ((روزنامه‌ای وزین)) می‌دانستند. ((روزنامه وزین)) اصطلاحی انگلیسی بود که پس از اصطلاح (رکن چهارم) که از مد افتاد، به کار رفت. روزنامه تایمز و دیلی تلگراف نیز در همان طبقه بندی (وزین) قرار می‌گرفت.

چگونگی تفاوت میان دیدگاه روزنامه‌ها و گروه‌های گوناگون مردم بریتانیا نسبت به الغای مالیات‌های تمبر و کاغذ و مالیات آگهی اهمیتی راهبردی دارد. رادیکال‌ها اخذ مالیات داخلی را از کاغذ، که در دوران سلطنت ملکه آن وضع شده و سپس افزایش یافته بود ((مالیات معرفت)) می‌دانستند. از نظر دیلی تلگراف این که از آن پس ((صرفاً قوانین تجارت)) بر تولید کاغذ ((حاکم باشند)) اهمیتی بنیادی داشت. تداوم الغای مالیات حق تمبر و کاغذ میدان به نسبت گسترده‌ای را، برای تجلی ذوق و بروز استعداد نویسندگان که قبل‌تر هرگز از آن برخوردار نبودند، گشود. فرآیندهای تغییر پیچیده بودند و هم پای کاهش هزینه‌های چاپ، روزنامه خوانی توده‌ای شکل گرفت

تاریخ مطبوعات هر کشوری نقطه عطف‌های خاص خود را دارد. فرانسه در ۱۸۸۱ چنین نقطه عطفی را شاهد بود، زمانی که قانون جدید مطبوعات به اجرا درآمد. عبارت پرشور ((مطبوعات آزاد هستند))، سرآغاز این قانون بود. ((روزنامه نگاری زرد: این روزنامه‌ها، از روزنامه‌های جدی ارزان‌تر هستند. موضوع مورد علاقه آنها بیشتر غیر جدی و عامه پسند است مانند زندگی خصوصی هنرپیشگان و احیاناً رسوایی اخلاقی آنها.))

تا سال ۱۹۰۰ مطبوعات در همه‌ی کشورها، صرف نظر از قوانینشان، خود را در مقام چنان نیرویی در جامعه تثبیت کردند که لازم بود نقششان در آینده دموکراسی به اندازه کارکردشان در گذشته استبدادی، مورد توجه قرار گیرد. چاپ، با نشریه‌ها، کتاب‌ها و دایره‌المعارف‌ها که همراه با روزنامه‌ها که در حال شکوفایی بودند، مدت‌ها پس از ظهور رسانه‌های الکترونیک، رسانه مهم باقی ماند. فن آوری در این میان عامل تعیین‌کننده نبود.

تقابل رمان و مطبوعات: رمان، محصول ادبی سال‌های نخستین قرن، که حجم سه جلدی استاندارد آن در حال آب رفتن بود، همچنان یک قالب ادبی عمده به شمار می‌آمد، با این وجود از نظر هنری جمیز -رمان نویس بزرگ آمریکایی- به نظر می‌رسید که روزنامه نگاران با حمایت ناشران بد ذات و پست، در حال به دست گرفتن زمام امور هستند. آقای دبلویو.ای.ای. لکی در جایی دیگر مطلبی نوشت و اعلام کرد: «استعداد ادبی دارد به دست مطبوعات روزانه و هفتگی نابود و فروبلعبده می‌شود.»

آرنولد -شاعر و منتقد قرن ۱۹- اعتقاد داشت که "روزنامه نگاری جدید" -و احتمالاً نخستین کسی بود که این اصطلاح را بکار برد- در عین حال که می‌کوشد کسانی را که به تازگی از حق رأی برخوردار شده بودند به خواندن جلب کند، "از مغز تهی" بود. تأثیر آرنولد بر مطالعات فرهنگی قرن بیستم عمیق بود، اما او در زمانه خود و به هنگام مطالعه نقش مطبوعات ((سرگرمی)) را چندان در بحث خود وارد نکرد. او افکار مردم محروم از حق رأی را نیز مورد دقت قرار نداد. آرنولد در مقام بازرس مدرسه‌ها درباره خدمات‌هایی که مطبوعات به عنوان یک عامل مؤثر آموزشی ارائه می‌دهند، بدبین بود، اما نویسندگانی که خود را در زمره "سوسیالیست‌های مسیحی" می‌دانستند، نسبت به نقش آموزشی مطبوعات خوش بین بودند. جی.ام.لادلو -رهبر جنبش سوسیال مسیحی- در دیدگاهی خلاف آرنولد ادعا کرد: گرچه شاید نتوان روزنامه‌ها و نشریه‌های دوره‌ای و سطحی را به معنای دقیق کلمه آموزش دهنده دانست اما مطبوعات خیر با شر، و چه بسا در کل خیر، از قدرت فراوانی برخوردارند.

در ۱۹۰۰ میزان شایعه‌ها بسیار بیشتر از ۱۸۰۰ بود. عمده کسانی که به تازگی حق رأی به دست آورده بودند به مطبوعات بیشتر برای منحرف کردن حواس خود از واقعیت و حتی گریز از آن روی آورده بودند تا کسب اطلاعات و آگاهی و یا سرودن شعر.

میریدان بنیاد ستیزی فلسفی جرج بنتام (۱۸۳۲-۱۷۴۸)، نشریه‌ای دوره‌ای را بنام وستمینستر رویو)) بنیان نهاده بودند که تمامی استعاره‌ها و تشبیه‌های مذهبی را کنار گذاشته بود، و به زبانی که بعدها کابدن از آن استفاده می‌کرد، روزنامه‌ها را بهترین و قابل اعتمادترین عاملان تمدن ساز کشور توصیف می‌کرد روزنامه‌ها نه تنها حاوی عناصر آگاهی و شناخت هستند، بلکه شوق یاد گرفتن را نیز در مردم می‌انگیزند... باید مردمی را که روزنامه‌ها در میانشان نفوذ ندارند دید تا به انبوه جورواجور پیش دآوری‌ها پی ببریم که مطبوعات با حضورشان آنها را ناگریز و بی درنگ از صحنه بیرون می‌کنند

بنابراین اوایل قرن نوزدهم، بحث مطبوعات از بحث دسترسی به اطلاعات و یا ارتقای آموزش و پرورش گرم‌تر بود. روزنامه یک نماد و نیز یک رسانه بود.

در اوایل قرن ۱۹ بحث مطبوعات از بحث دسترسی به اطلاعات و یا ارتقای آموزش و پرورش گرم‌تر بود. روزنامه یک نماد و نیز یک رسانه بود. ادوارد بولورلیتون در مورد مطبوعات می‌گوید: اگر روزنامه‌های هفت پنی، دو پنی فروخته می‌شدند نتیجه چه بود؟ خب، دامنه‌ی فروش از کسانی که هفت پنی می‌پرداختند به کسانی که می‌توانستند دو پنی

بپردازند گسترش می‌یافت. اینان اکثریت تازه‌ای هستند که باید به نظرشان توجه کرد. پس باید بیشتر به احساس‌ها و تمایلات مردم فقیرتر پرداخت و در نتیجه از نفوذ تازه‌ی افکار عمومی در روابط اجتماعی و وضع قوانین بهره گرفت. جان فنو روزنامه نگار اعتقاد داشت که هدف روزنامه‌ها قرارداد حکومت متعلق به مردم زیر نور مناسب است و نیز تأثیر گذاردن بر اندیشه‌های درست اداره کنندگان حکومت از راه نشان دادن واقعیت‌ها.

جرج کینینگ نخست وزیر انگلستان به قدرت عظیم افکار عمومی که در مطبوعات آزاد نهفته است اشاره کرده و حتی این قدرت را به نیروی بخار تشبیه می‌کرد. البته همه این چنین نگاه مثبت و تأثیر گذار به مطبوعات نداشتند. سیسموندی مورخ و جامعه شناس می‌گوید: مطبوعات یک قدرت محسوب می‌شوند که هدفشان نه خیر عمومی که فروش بیشتر است. منزلت روزنامه نگاران از دهه ۱۸۸۰ در مقام روشنفکران تحصیل کرده‌ی دانشگاهی ارتقا یافت. اصطلاح روشنفکران تحصیل کرده‌ی دانشگاهی در انگلستان به ندرت به کار می‌رفت و این در حالی بود که روزنامه نگاران در قالب جمع سازمان می‌یافتند. از نظر روزنامه نگاران انگلیسی، روزنامه نگاری مهارتی بود که از طریق تجربه به دست می‌آمد، بیشتر آمریکایی‌ها نیز همین نظر را داشتند هر چند در آن کشور نیروهای دیگری هم در کار بودند. از همان ۱۸۶۹ کالج واشینگتن در ویرجینیا بورس‌های تحصیلی را برای روزنامه نگاران ارائه کرد. در شمال، در نیویورک پایتخت رسانه‌ها، دانشگاه کلمبیا بعد از ۱۹۱۲ به تأمین کننده‌ی اصلی روزنامه نگاران تبدیل شد، گر چه پیش از آن یک دانشکده‌ی تحصیلات تکمیلی بود. به تصور ژوزف پولیتر (که هشت جایزه در زمینه‌های تخصص روزنامه نگاری و شش جایزه در ادبیات به نام او است) آموزش روزنامه نگاران می‌توانست بر تلاش مشترک مطبوعات، حول ایده پیشرفت به ویژه پیشرفت عدالت، تمدن، مهربانی و رأفت، انسانیت، افکار عمومی و اندیشه‌ها و آرمان‌های دموکراتیک استوار شود. این یک دورنمای پیشرفت گرایانه‌ی آمریکایی بود. چگونگی ربط دادن آموزش روزنامه نگاری به جهان دست خوش تغییر ارتباطات، موضوعی مورد بحث حتی در بریتانیا باقی ماند و هنوز هم باقی مانده است. در پایان قرن نوزدهم اوضاع و احوال تغییر کرد. در گذر قرن، دستیابی سریع‌تر به خبرها و انتشار آن‌ها رواج یافت و سردبیران خواستار سرعت یافتن کارها شدند. از همین رو روزنامه نگاران خبرها را در کلمه‌ها و پاراگراف‌های کوتاه‌تری بیان کردند. در این زمان برخی خبرها در حال گشودن راه خود به سوی تبلیغات بودند. پیش از آن در قرن هجدهم آگهی دهنده در عنوان‌های روزنامه‌های ملی و محلی ظاهر شده بود. جوهر به نحو مناسب در قرن هفدهم تبلیغ می‌شد و در قرن هجدهم آگهی داروهای عطارساخته، چای، کاکائو، صابون و تنباکو نیز از راه رسیدند. در ۱۹۰۰ زمانی که بسیاری از کالاهای مصرفی استاندارد شدند، آگهی‌ها طولانی‌تر و بیش از پیش تصویری شدند، محصولات دارای علامت تجاری در سطح ملی، نه فقط در مطبوعات، که در پوستره‌های دارای رنگ تند که نمونه‌های موفق چاپ نقش سنگی رنگی بودند، توجه را به خود جلب کردند. درآمد مطبوعات از طریق تبلیغات تا اواخر دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ رو به افزایش و مدام در حال رکوردزنی بود. کندی جونز به جان موری روزنامه نگار قدیمی می‌گوید: شما روزنامه نگاری را به عنوان یک حرفه به ارث گذاشتید اما ما آن را به شاخه‌ای از تجارت تبدیل کردیم. در اوایل قرن بیستم روزنامه نگاری جنجالی به اوج خود رسید، به طوری که نه فقط رهبران سیاسی یا داستان نویس‌های فرهیخته که مردم عادی هم از تهدید علیه حریم خصوصی نگران و مضطرب شده بودند و از عملکرد روزنامه نگاران شکایت داشتند. جنجال

آفرین ها نسبت به همه نوع غول اقتصادی از جمله غول های اقتصادی در عرصه مطبوعات ظنین بودند. از نظر هابهاوس نولیرال، مطبوعات ۱۹۰۹ پیش از پیش در انحصار مشتی ثروتمند قرار داشتند و از اینکه ارگان دموکراسی باشند (کارکردی که رادیکال ها بدان امید داشتند)، فاصله می گرفتند. آن ها بیشتر ابزار اشاعه ی اندیشه های بودند که به مذاق صاحبان منافع بزرگ خود می آید. روزنامه ها به شدت درگیر سیاست و بعضاً محفلی برای درگیری های حزبی و سیاسی بودند. انگلستان در زمان جنگ جهانی دوم عصر بارون های مطبوعات بود. مورخ آمریکایی استفان کاس به خوبی به توصیف این اصل پرداخته است: او به قدرت بارونی صفت ظاهری را اضافه کرد. به عقیده ی او مطبوعات پرتفردار می توانستند افکار عمومی را تهییج و تحریک کنند، اما نمی توانستند تعیین کنند که مخاطبان چگونه واکنش نشان دهند. با این وجود روزنامه ها خیلی چیزهای دیگر برای جلب توجه مخاطبان خود داشتند، از جمله جدول های کلمات متقاطع و مهم تر از همه ورزش. بیشتر اوقات، سیاست، کمترین جذابیت را داشت و اطلاعات اشتباه در این عرصه فراوان بود. بی دلیل نبود که اودن شاعر می گفت: مخاطب همیشه باید بین سطرها را بخواند. اما جنگ جهانی دوم با دگرگونی های فراوانی که به همراه آورد این روحیه را تغییر داد. در خلال جنگ، شمارگان روزنامه های سراسری افزایش بیشتری یافت. در این زمان البته شمارگان روزنامه های استانی کاهش یافت. استفان کاس در ۱۹۶۰ به حذف روزنامه های تثبیت شده در آینده اشاره کرد. از ۱۹۶۰ به بعد بسیاری از روزنامه ها تعطیل و یا مجبور به فروش سهام خود شدند. در این اوضاع و احوال روبرت مرداک استرالیایی با خرید روزنامه ها در حال تبدیل شدن به یک غول رسانه ای بود. تمرکز قدرت رسانه ها در قرن بیستم باعث نگرانی فزاینده ی عموم در فاصله ی سالهای ۱۹۶۱ تا ۱۹۸۱ شد. این تمرکز نه تنها بسیاری از تمایزهای ممکن میان اطلاعات و سرگرمی (و کمی آموزش) را، که بسیاری از خط های فاصل احزاب سیاسی چپ و راست، به ویژه مرز میان رسانه های آن ها را کمرنگ کرد. مسیر عکاسی خبری باب روز در ۱۹۶۷ به نحو چشم گیری تغییر کرده بود. مجله ی لایف که گزارش های تصویری رنگی از رویدادهای تاریخی دوران ساز ارائه می کرد، در ۱۹۷۲ پس از تلاش بسیار برای رقابت مستقیم با تلویزیون، که بیشتر گیرنده های آن از نوع سیاه و سفید بودند از پا در آمد. در ۱۹۸۰ تد ترنر در آتلانتا که هیچ کس گمانش را نمی کرد به رغم دشواری ها شبکه ی خبری جهانی سی ان ان را خلق کرد. در این زمان امپراتوری روبرت مرداک به فیلم و تلویزیون نیز کشیده شد. روزنامه های آمریکایی ناچار بودند خود را با این شرایط (ورود تلویزیون) تطبیق دهند، درست مانند زمانی که رایانه ای شدن از راه رسید، دفتر قدیمی روزنامه ها و حروف چینی شان، جایی که روزنامه نگاران مطالبشان را ویرایش و کوتاه و ماشین می کردند، تغییر کرد. همزمان فرآیند چاپ نیز دچار تغییر شد. در ۱۹۷۳ نخستین پایانه ی الکترونیک سردبیری به بازار عرضه شد. با ورود جدی تلویزیون، فروش مطبوعات رو به کاهش یافت. سرانه ی روزنامه هایی که هر خانوار می خرید از ۱/۱۲ در ۱۹۶۰ به ۰/۸۸ در ۱۹۷۴ سقوط کرد. آن چه در کشورهای دیگر رخ می داد مشابه چیزی بود که در ایالات متحده و انگلستان در حال اتفاق افتادن بود، گرچه ممکن بود سیاست های ملی، با یکدیگر فرق داشته باشند. در فاصله ی دهه های ۱۹۲۰ تا ۱۹۶۰ سوئد پنجاه روزنامه ی محافظه کار، سی روزنامه ی لیبرال و چند روزنامه ی سوسیال دموکراتیک خود را از دست داد. بنابراین دولت در ۱۹۷۰ یک صندوق وام تأسیس کرد و تخفیف های مالیاتی برای سیستم توزیع مشترک روزنامه ها در نظر گرفت. با آغاز فعالیت در عرصه پخش، نخست رادیو و سپس تلویزیون، سهم آگهی روزنامه ها از ۴۵ درصد کل تبلیغات در ۱۹۳۵ به ۲۳ درصد، در ۱۹۵۵

کاهش یافت. اما سهم مجموع تبلیغات روزنامه‌ای و تلویزیونی کم و بیش در کل ثابت باقی ماند. این تنها تلویزیون نبود که مطبوعات را با چالش مواجه کرد، به محض اینکه مطبوعات به لحاظ تجاری و فرهنگی ناچار به برقراری ارتباط با رسانه‌های دیگر شدند، این الزام در برابرشان قرار گرفت که به مطالعه‌ی تغییرهای احتمالی آینده درباره نقش خود بپردازند.

عصر پخش

بحث را با پخش صدا آغاز می‌کنیم. نهادهایی که سر رشته‌ی عصر پخش را در دست داشتند بانی شروع عصر تلویزیون نیز شدند. هریک از این نهادها فراتر از یک سازمان بودند. در ایالات متحد بی سی و سی بی اس و در انگلستان بی بی سی از جمله‌ای نهادها بودند.

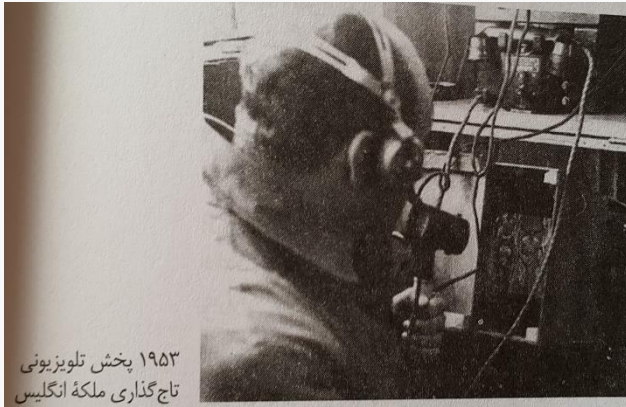
مک لیش در ۱۹۳۸ با پخش نمایش نامه منظوم سقوط شهر فصل تازه‌ای در برنامه‌های رادیویی آمریکا گشود.

ظرف دو سال، بیشتر ایستگاه‌های پخش برنامه‌های رادیویی در اروپا در دستان نازی‌ها قرار گرفت و در خواست برای خبرهای "واقعی" بیشتر از همیشه شد. در تأمین این نیاز رادیو برای نخستین بار، مزیت مشخصی بر روزنامه‌ها داشت. این مزیت در ایالات متحده آزاردهنده ولی در انگلستان از آن استقبال می‌شد. در اوج جنگ بی بی سی وظیفه حفظ روحیه را در انگلستان به عهده داشت. این که بی بی سی در خلال جنگ چگونه توانست از طریق مجموعه از سازمان پخش، که بسیاری‌شان حرفه‌ای نبودند، به ارائه نظرها پردازد اهمیت خاصی داشت. رادیو آمریکا نیز پیش از پیش از همکاری داوطلبان بیرون حرفه بهره می‌گرفت، گروهی که نقش بسیاری در پروپاگاندای دموکراسی داشتند و هالیوود سرآمد آنان بود.

در فاصله ۱۹۴۵ و ۱۹۳۹ جنگ واژه‌ها جریان داشت، و بدین ترتیب میکروفون در کشورهای دموکراتیک، به سلاحی نیرومند تبدیل شد. گوبلز، که در کار نابود کردن استقلال مطبوعات بود، با قدرت اعلام کرد که رادیو برای قرن ۲۰ همان نقشی را ایفا خواهد کرد که مطبوعات در قرن نوزدهم داشتند.

در آن زمان استفاده از رادیوی کابلی ترجیح داشت، زیرا می‌شد آن را کنترل کرد و گیرنده‌های رادیو، که در اواخر دهه ۱۹۳۰ برای مردم تولید می‌شد، امکانات دریافت امواج رادیویی کشورهای دیگر را نداشت و مطبوعات به شدت کنترل می‌شد.

در ۱۹۲۶ کمیته رسمی کروفرود برای کنکاش در آینده پخش در بریتانیا تشکیل شد و یک سال بعد کمیسیون فدرال آمریکا در ایالات متحده برای پرداختن به مسائل پخش تشکیل شد که در ابتدا به صورت کمیسیونی موقت طراحی شده بود.



۱۹۵۳ پخش تلویزیونی
تاج‌گذاری ملکه انگلیس

۱۹۳۰ سر آغاز دوران طلایی رادیو به شمار می‌رفت، زمانی که رادیو بیش از هر چیز دیگر نقش یک رسانه‌ی توده‌ای را ایفا می‌کرد. ایست‌گاه‌های محلی پخش در کار تدارک فرهنگ مردمی آینده بودند. در خلال دهه ۱۹۳۰ شبکه‌های ملی تحت کنترل بودند.

با این وجود، تفاوت اصلی در رویکردهای بین‌المللی نسبت به رادیو به قلمرو تبلیغات مربوط می‌شد. پخش در هیچ

کشوری رایگان نبود. در بریتانیا با اعمال نرخ‌های دریافت مجوز رادیو (و نه تأمین بودجه از محل مالیات‌های عمومی) نیاز مالی پخش برطرف می‌شود اما شیوه آمریکایی مستلزم درجه بندی برنامه‌هایی بود که حمایت مالی می‌شدند.

دهه ۱۹۵۰ بخش بندی آگهی‌ها (بر اساس هدف تعیین شده) جای خود را باز کردند. پژوهش‌های روان شناختی نیز به کمک این نوع تبلیغات آمدند.

هر یک از نظام‌های رادیویی، هواداران خاص خود را داشت. برخی کشورها هویت‌های نهادی خاص خود را توسعه بخشیدند که بیشتر متکی بر هم زیستی شکننده‌ی پخش خدمت عمومی و پخش تجاری بود.

در اروپای شرقی، کارکرد اصلی رادیو (و بعدها تلویزیون) شکل‌دهی به آگاهی سوسیالیستی تعریف می‌شد: نظام رادیویی شوروی سرمشق این کشورها قرار گرفت؛ هم چنان‌که در اروپای مرکزی چنین بود. در آلمان فدرال غربی یک نظام رادیویی کاملاً تمرکززدایی شده پس از ۱۹۴۵ طراحی شد، که به‌طور عمده تحت تأثیر بریتانیا قرار داشت.

فارغ از کشور، رژیم، نحوه اداره و دوره زمانی، دلیل وجودی و هدف غایی پخش ارائه‌ی برنامه برای مخاطب بزرگ نامرئی بود. به دلایل گوناگون، عمدتاً تاریخی، کشورهای مختلف هر چند در اساس از فن‌آوری مشابه استفاده می‌کردند، رشته برنامه‌هایی همانند و یا به یک شیوه عرضه نمی‌کردند. با این وجود در تمامی این برنامه‌ها تقسیم‌کار، هرچند ساده وجود داشت.

با توسعه‌ی نوآرهای ضبط مغناطیسی برنامه‌سازی استودیویی رواج یافت. توسعه پخش خارج از استودیو بدون کمک مهندسانی که همواره در پشت‌صحنه حضور داشتند امکان‌پذیر نبود.

در ایالات متحده پخش از همان آغاز در نظام تجارت ادغام‌شده بود و شکل‌گیری سیستم رتبه‌بندی اجتناب‌ناپذیر بود. حامیان مالی میزان تأثیر جداول زمان‌بندی برنامه‌های رادیویی را به لحاظ آماری می‌سنجیدند. بی بی سی این خط‌مشی را در پی نگرفت و این آمارگیری‌ها را انجام نداد. اگرچه یک نظام پیچیده درونی را سامان داد که کیفیت برنامه‌های خاص و شنوندگان آن را بررسی می‌کرد.

پیش‌بینی‌های هواشناسی از ۱۹۲۳ در فهرست برنامه‌ها قرار گرفت که در برخی مناطق دلیل اصلی فروش رادیو به شمار می‌رفت. هم‌چنین برنامه‌های مذهبی نیز در بسیاری کشورها پخش می‌شد.

در طول زمان، خاصه در بریتانیا در دهه‌ی ۱۹۶۰ دهه‌ای از منازعه‌ی اجتماعی و فرهنگی، بیشتر از سال‌های ۱۹۴۵ تا ۱۹۶۰ توازن بر هم خورد، یعنی زمانی که تلویزیون در حال ارائه‌ی خدمتی جایگزین بود. رادیوهای ترانزیستوری که قابل حمل بودند از نوآوری اجتماعی و فرهنگی به شمار می‌رفتند و به نماد مدرنیزاسیون تبدیل شده بودند.

در اروپا یکی از انگیزه‌های نهادهای پخش تثبیت شده برای تغییر برنامه‌سازی، فعالیت رادیوهای مخفی بود. این رادیوها از دولت سرپیچی می‌کردند و عمدتاً به پخش موسیقی پاپ می‌پرداختند. اولین رادیوی مخفی، رادیو کرولاین بود که از دریای شمال پخش می‌شد.

رادیو دو مزیت بزرگ داشت: نسبتاً ارزان و کار با آن ساده بود. این دو مزیت، اهمیتی خاص در آموزش و پرورش داشتند، حال آنکه تلویزیون گران و استفاده از آن دشوار بود. تلویزیون رادیو را دچار تغییر کرد، رادیو نیز توانست با موفقیت با فیلم‌های خبری رقابت کند و از آن پس، سینمای خبری هرگز نتوانست جای رادیو را بگیرد.

پس از ۱۹۴۵ با ظهور تلویزیون سراسری، رادیوی محلی تکان تازه‌ای خورد، اما با وجود سقوط شمار مخاطبان از ۱۷ میلیون به ۳ میلیون، مادام که تعداد شبکه‌ها افزایش نیافت، تلاش چندانی برای بهبود برنامه‌های رادیو صورت نگرفت. ورود رادیو ترانزیستوری و توسعه‌ی سریع استفاده از آن در اتومبیل، به ادامه حیات ترکیب موسیقی پاپ با بخش‌های خبری کوتاه، به‌عنوان خوراک اصلی برنامه‌های رادیویی قطعیت بخشید. تنها با گذشت زمان و هنگامی که معلوم شد محدودیت طیف، دیگر مانعی بر سر راه توسعه‌ی رادیو نیست، موسیقی کلاسیک توانست نقش جایگزینی را برای موسیقی محلی ایفا کند. این موضوع بعدها درباره‌ی رادیوی جماعتی نیز مصداق یافت.

در ۱۹۴۶ سهم تبلیغات محلی در درآمد رادیو ۳۴ درصد شده بود: این سهم در ۱۹۶۳ به ۷۰ درصد رسید. سوددهی فعالیت ایستگاه‌های محلی بالا بود.

چشم‌اندازها در دهه‌ی ۱۹۷۰ تغییر کرد، دهه‌ای که با ایجاد رادیوی عمومی ملی آغاز شد و با پیشی گرفتن شمار شنوندگان FM، که کمتر امواج محل مزاحشان می‌شد، از شمار شنوندگان AM برای نخستین بار، پایان یافت. در داستان FM بیشتر از اینکه پای فناوری در میان باشد پای تجارت در میان بود.

قبل از آنکه تلویزیون رسانه مسلط بشود، برخی تعمیم‌ها درباره‌ی عصر پخش رادیویی امکان‌پذیر بود. در واقع جدا کردن تأثیر رادیو بر نگرش‌ها و عادت‌ها از تأثیرهای دیگر آ «بر فرهنگ و جامعه تقریباً غیرممکن است. نقطه عزیمت رادیو، هم چون پست، رساندن پیام به تمامی مردم، حتی در دوردست‌ترین مکان‌ها بود. آن هم به شیوه‌ای یکسره متفاوت از دیگر رسانه‌ها هم چون مطبوعات و سینما. رادیو همه‌جا یک همراه خوب بود، آرامش‌بخش و سرگرم‌کننده، اطلاع‌رسان و آموزش‌دهنده.

این که پخش رادیویی، در کشورهایی که آن را به‌منزله‌ی یک آرمان حفظ کردند، تا چه حد فرهنگی مشترک را ایجاد کرد، محل بحث است. به‌طور مشخص تعلق به طبقه، این نقش رادیو را در ایجاد فرهنگ مشترک محدود می‌کرد، اما قبل از آن که فرآیند تجزیه اجتماعی ریشه‌دار شود، لطیفه‌هایی که از رادیوپخش می‌شد مانند داستان‌های رادیویی

مضمون مشترک داشتند. پیامد های اقتصادی رادیو چشم‌گیر بودند. در برخی کشورها در نظام تبلیغات برای فروش محصولات استفاده می‌شد.

از ثالوث مقدس سرگرمی، آموزش و اطلاعات، به یقین سرگرمی پس از ورود پخش صدا به خانه‌ها تغییر ماهوی کرد. هرچند شدت این تغییر به اندازه‌ی دگرگونی‌های ماهوی آن در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ نبود زیرا که سینما مردم‌پسند و جایگزین رادیو شده بود. تبلیغات رادیویی هرگز از جذابیت‌های تصویری سینما و تصاویر متحرک برخوردار نبودند. در موضوع تعلیم و تربیت، نقش تربیتی پخش رادیویی، همانند چخش تلویزیونی، مهم‌تر از نقش آموزشی رسمی آن بود.

نخستین پخش ملی برای مدرسه در بریتانیا در سال ۱۹۲۴ انجام شد و شورای مرکزی پخش اقبال به نسبت زیادی نشان داد و تجهیزات مفصلی برای پخش سامان داد. این شورا وظیفه‌ی سازنده نگه‌داشتن مدارس را در جنگ جهانی اول داشت.

اما پخش هیچ‌گاه صرفاً یک شیوه انتقال نبود و هم چنان‌که مورخان اشاره کرده‌اند، پخش، دست‌کم به برخی کارکردهای مورد توجه هابرماس، هنگام بحث درباره‌ی گستره‌ی همگانی، خدمت کرد. پخش، دیدها را وسعت بخشید و نه فقط میل به سرگرمی‌ها، که تمایل به مطالعه را تقویت کرد.

تأمین اطلاعات از طریق پخش از این نظر پیامدهای بیشتری داشت. تا ۱۹۳۵، پخش، کارهای بسیاری برای ارتقای سطح عمومی اطلاعات انجام داده بود. امیدهایی در ۱۹۲۲ مطرح شد مبنی بر اینکه رادیو، با تقویت حس مشارکت شهروندی، دموکراسی آب دیده خواهد کرد.

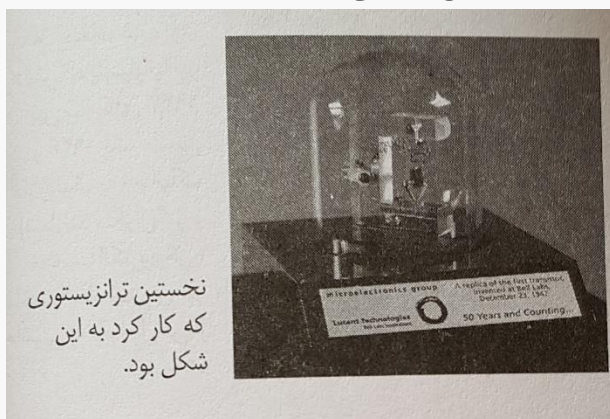
عصر تلویزیون

پخش صدا در دو سوی اقیانوس اطلس و بسیاری دیگر از نقاط جهان، تا میانه دهه ۱۹۳۰ به قدری خوب تثبیت شده بود که متصدیان آنچه مالکان و چه مدیران و چه بازیگران و مجریان، به هیچ رو نمی‌توانستند با قاطعیت بگویند که چگونه ممکن است تلویزیون، جایی برای خود باز کند.

موقعیت اقتصادی در هیچ کجا برای توسعه‌ی تلویزیون مناسب نبود. و همواره واژه‌ی آزمایش در دهه ۱۹۳۰ کنار نام تلویزیون خودنمایی می‌کرد.

در ۱۹۳۹ واپسین سال دهه‌ای که به جنگ انجامید، تلویزیون در نمایشگاه جهانی نیویورک، که روز ولت، رئیس‌جمهور امریکا، در آن سخنرانی می‌کرد، در معرض

تماشای عموم قرار گرفت. در ۱۹۴۱ ان بی سی و سی بی سی پخش محدود اما برنامه‌ریزی شده تلویزیونی را در نیویورک آغاز کردند. ای بی سی سومین شبکه در سال ۱۹۴۳ به کار تلویزیونی پرداخت.



هنگامی که جنگ جهانی پایان یافت هیجان اندکی نسبت به تلویزیون در محافل رادیویی و سینمایی وجود داشت. و صاحبان قدرتمند شبکه‌های رادیویی مانند اف سی ای هم به توسعه‌ی تلویزیون کمک نکردند. در، محافل به اصطلاح آگاه تصور بسیار نادرستی از آینده تلویزیون وجود داشت. باور این بود که تلویزیون تنها گروه ای پردرآمد را جذب خواهد کرد. این برداشت غلط حتی تا دوره‌ی پایان توقف راه اندازی ایستگاه‌های تلویزیونی وجود داشت. اما با وجود پخش برنامه‌های انگشت شمار، در ۱۹۵۲ تعداد گیرنده‌های در حال استفاده بیش از ۲۰ میلیون بود. در آن زمان بیش از یک سوم مردم تلویزیون داشتند. در صد زیادی از این دستگاه‌ها نه در خانه‌ها که در قهوه خانه‌ها و کافه‌ها استفاده می‌شد. و حتی در ۱۹۴۸ مجله بیزینس ویک آن سال را سال تلویزیون اعلام کرد، رشد توده‌ای مخاطب به شکل انفجاری آغاز شده بود. در مقابل با وجود رواج اصطلاح، عصر سینما، تعداد تماشاگران روبه کاهش گذاشته بود. و تعداد تماشاگران هفتگی سینما از ۹۰ میلیون نفر در ۱۹۴۸ به ۴۸ میلیون در ۱۹۵۶ سقوط کرد. در آن موقع هالیوود به دست ناتور جوزف مک کارتی در حال مثله شدن بود. در میان انواع گوناگون برنامه‌های تلویزیونی محاکمه‌های مک کارتی یگانه بود، البته آن زمان تنوع برنامه‌های رادیویی بیشتر از تلویزیون بود. و در دهه‌ی ۱۹۶۰ ترافیک بیشتری از برنامه‌های تلویزیونی نسبت به رادیو اتفاق افتاد و حتی فیلم در دو سوی مرزها جریان یافت و هالیوود هم به سرعت با وضعیت جدید خود کنار آمد.

نمایش تله تئاتر در ابتدا پرطرفدار بود. در ابتدای تاریخ تلویزیون در امریکا امکان تفاوت‌های محلی از نظر محتوا و نحوه‌ی برنامه ریزی وجود داشت اما با گسترش شبکه‌ها به سرعت از بین رفت. برنامه‌های اصلی تلویزیون امریکا بسیار کلیشه‌ای بودند. و شامل شو-مسابقه‌هایی مانند وقت کم نیار، مسابقات اطلاعات عمومی که بسیار زود سبب طرح مسائل اخلاقی شدند و سریال‌های آبکی بودند. یکی از معروف‌ترین برنامه‌ها که محدود به امریکا هم نبود، من لوسی هستم نام داشت. نشریه کوریر ژورنال در ۱۹۵۶ این گونه نوشت: تلویزیون به سرعت در حال طی کردن مسیر رادیو است و به سوی سرگرمی روان است. البته همه‌ی شرکت‌هایی آمریکایی خواستار این حرکت نبودند.

تلویزیون در بریتانیا

بریتانیا هم دوران بی‌رمقی را می‌گذراند تا این که با پخش کارتون‌ی از دیزنی که در سال ۱۹۳۹ متوقف شده بود، از بی بی سی -در ۱۹۳۶ پیشگام ارائه سرویس تلویزیونی در بریتانیا بود- را آغاز کرد که این رخداد را، شروع مجدد، می‌نامند. تعداد مجوزهای استفاده از تلویزیون در بریتانیا به مرز یک میلیون رسید. تاج گذاری ملکه الیزابت در ۱۹۵۳ تکان تازه‌ای به تماشای تلویزیون به معنی دقیق کلمه از سوی مردم داد که حدود ۲۰ میلیون نفر به تماشای این مراسم نشستند. در حالیکه تنها ۲ میلیون مجوز استفاده از تلویزیون صادر شده بود. می‌توانیم نتیجه بگیریم که تعداد زیادی از مردم باید مراسم را بیرون از خانه‌هایشان تماشا کرده باشند. در سالن‌های سینما، تالارهای عمومی یا می خانه‌ها. در همان سال‌ها که تعداد مجوزهای استفاده از رادیو به بالاترین حد خود رسیده بود، مجلس انگلستان در ۱۹۵۵ پس از بحث‌های طولانی و گاه تلخ انحصار بی بی سی را لغو کرد. نورمان کالینر از جمله افرادی بود از درون خود بی بی

سی در این امر نقش داشت، او مدتی مدیریت شبکه‌ی برنامه‌های سرگرم کننده و تلویزیونی بی بی سی را بر عهده داشت. همچنین نشریاتی مانند اکونومیست از این اتفاق حمایت می‌کردند. این نشریات در پی مطرح کردن این موضوع بودند که چرا رفتار با پخش متفاوت از رفتار با سایر رسانه‌های دیگر از جمله مطبوعات است. بریتانیایی‌ها همچنین در این امر به دنبال الگویی متفاوت از مدل آمریکایی - که با رسانه متفاوت از مطبوعات رفتار می‌کردند - بودند و حتی آن مدل را برای خود هشدار می‌دیدند.

در این سال‌ها پخش تبلیغات در تلویزیون شدت گرفت و مراجع قانونی مانند آی تی ای - که از تجمع شرکت‌های بازرگانی منطقه‌ای، موسوم به شرکت‌های مستقل به وجود آمده بود - به کنترل آگهی‌ها می‌پرداخت.

بی بی سی در این سال‌ها توانسته بود با استفاده از مهارت‌های حرفه‌ای در عرصه‌های ورزشی و کمدی مزیت خود را حفظ کند. و فیلم‌هایی مانند درام "داستان فورسایت" که در خارج از بریتانیا هم تماشاگر داشت، را پخش می‌کرد. و یا سریال "ماشین‌های زرد" که درباره پلیس‌های گشت جدید بود تمرکز داشت. و همچنین بی بی سی فعلا نه به دگرگونی‌های اجتماعی دهه‌ی ۶۰ واکنش می‌داد. بی بی سی با آغاز برنامه‌های طنز خود از ایالات متحده فراتر رفت. مانند برنامه طنز "هفته همین بود که بود.. در شرایط جدید و با آمدن تلویزیون‌های رنگی درآمد حاصل از مجوز تلویزیون‌های رنگی مدتی منبع مالی تأمین بی بی سی بود.

در اواسط دهه‌ی ۱۹۵۰ بازار شبکه‌های تلویزیونی در داخل اشباع شده بود و شرکت‌ها متوجه خارج شدند. تا میانه دهه ۱۹۶۰ شمار مخاطب جهانی به ۷۵۰ میلیون رسید. سبک آمریکایی شبکه‌های تجاری به دلیل تکیه بر ارائه برنامه‌های سرگرم کننده مخاطب پسند، و پرهیز از ارائه هرگونه عملی که تلقی جرم سیاسی شود از آن، به آسانی گسترش یافت. در ۱۹۶۶ و پس از پایان مرحله اول انفجار تلویزیون، پخش در سطح جهانی گسترش یافت. و فیلم‌هایی مانند "بونانزا" که قبل از انقلاب در تلویزیون هم ایران پخش می‌شد، در کشورهای بسیاری تماشاگر داشت.

تلویزیون در سایر کشورها

همچنین در ژاپن با پخش برنامه‌هایی مانند ازدواج سلطنتی و المپیک ۱۹۶۴ توکیو گزارش‌ها حاکی شایسته شدن مردم به تلویزیون بود به طوریکه هر ژاپنی بزرگسال در هرروز به‌طور میانگین سه ساعت و یازده دقیقه تماشا می‌کنند. و همچنین تعداد مخاطب در ۱۹۶۶ در فرانسه ۵ میلیون، در آلمان ۱۰ میلیون نفر، در ایتالیا نزدیک به ۶ میلیون نفر بود. و همچنین در این سال‌ها تجدید ساختارهای سازمان‌های تلویزیون اتفاق می‌افتاد. مثلاً در ایتالیا که چشم‌گیرترین تغییرها در آن رخ داد، دادگاه اعلام کرد اصل قانون اساسی در مورد آزادی بیان، شامل اصل آزادی در پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی نیز باشد. و یا در فرانسه قانون تاکید می‌کرد تنها یک مرجع عمومی حق دارد درباره برای برنامه‌های رادیو و تلویزیون برای عموم مردم فرانسه تصمیم بگیرد.

تلویزیون گسترش یافت، و تنها چند کشور مانند تانزانیا و گینه از دسترسی به آن دورماندند که دلیل آن در هر دو کشور تصمیم حکومت بود. و در برخی کشورها هم مردم تنها اجازه داشتند یک صدا را بشوند و صرفاً تصویر چند چهره‌ی ممتاز را ببینند که عمده دلیل آن‌ها از این امر، حفظ امنیت ملی بود.

اظهار نظرهای جدید درباره تلویزیون، بیشتر معطوف به پیامدهای جهانی تلویزیون بود تا تاثیرهای آن در گستره ملی. از جمله مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به اندیشه‌های "مارشال مک لوهان" اشاره کرد. مک لوهان هنگامی که در سال ۱۹۶۰ مفهوم «دهکده جهانی» را مطرح کرد، چنین رویکردی داشت. کتاب‌های معروف او که از "کهکشان گوتنبرگ" شروع شد و یکی پس از دیگری به شهرت رسیدند، ذهن‌ها را هر چه بیشتر به سوی توجه به ویژگی‌های ذاتی هر یک از رسانه‌ها می‌کشاندند. در تمام این آثار، او بیشتر به مجموعه خود رسانه‌ها پرداخت تا پیام و محتوای آنها. (برنامه‌ها) مک لوهان به تفاوت‌های ملی و اجتماعی درون کشورها، که به طور مستقیم بر نحوه کنترل، انتخاب محتوا و شیوه نشان دادن یک پیام تأثیر می‌گذاشتند، توجهی نمی‌کرد. اکثر اظهارنظرات او متوجه و برخاسته از اثرات تلویزیون بود تا رسانه‌های دیگر.

شاید بتوان آغازگر این‌گونه بحث‌های انتقادی درباره تلویزیون را روزنامه "دیلی میرر" دانست که در سال ۱۹۵۰ نوشت: «اگر اجازه دهید تلویزیون به خانه شما وارد شود، دیگر هیچ‌گاه زندگی شبیه آنچه بود، نخواهد شد!

درواقع اجماع چندانی درباره تعریف تلویزیون وجود نداشت؛

چشمی جهانی، (اشاره به انعکاس بین‌المللی و جمع‌آوری برنامه‌ها از سراسر جهان)

آدامس چشم، (اشاره به اینکه تلویزیون دیدن تبدیل به یک عادت شده، تا یک عمل ارادی آگاهانه)

زمینی وسیع اما لم‌یزرع، (اشاره به حجم وسیع اطلاعات و برنامه‌ها، اما بی‌حاصل و اتلاف وقت)

چشم حریص، (هرچه بیشتر ببینیم، باز هم سیر نمی‌شویم)

چشم شور، (آثار ویرانگر تلویزیون و برنامه‌هایش در تخریب بنیادهای روانی فرد و ساختارهای اجتماعی)

و ... چندین عبارت دیگر ...

انتقادهای در آمریکا به مراتب شدیدتر از کشورهای دیگر بود، زیرا در ایالات متحده تاکید شبکه‌های تلویزیونی هم مانند شبکه‌های رادیویی بر سرگرمی‌های کلیشه‌بی حاصل بود.

سال‌های بعد، هرچند بسیاری از این انتقادهای سکه افتاد و دیگر کمتر کسی نظریه‌های مک لوهان را بیان می‌کرد، اما برخی هنوز زنده بودند؛ مثلاً در سال‌های ۱۹۸۰، گفته شد: تلویزیون نه تنها خبرها، که حوادث پشت آنها را نیز تحریف می‌کردند. یا مثلاً در ۱۹۸۶، «نیل پستمن» که همیشه بر خطر استفاده از تکنولوژی بدون اخلاق تأکید می‌کرد؛ گفت: ما امروزه (به وسیله تلویزیون و ...) خودمان را تا حد مرگ سرگرم می‌کنیم.

البته همه انتقادهای به تلوزیون مربوط به عادت به دیدن آن یا تحریف اخبار نبود، که اگر این طور بود این همه قوانین اخلاقی مربوط به زبان، جنسیت، خشونت، سلیقه، هنجارها و معیارها و نحوه پرداختن به آنها در کشورهای مختلف بوجود نمی‌آید.

درواقع انتقادهای دیگری نیز بود که برخلاف نظریات مک لوهان و پیروانش، نه به خود رسانه تلوزیون، بلکه به محتواها و برنامه‌های پخش شده از آن توجه می‌کرد.

یکی از موارد مهم، نقش تلوزیون در نهاد خانواده بود؛ برای مثال همه متفق بودند که با ورود تلوزیون به خانه، کودکان نیاز به مراقبت بیشتری دارند، اما نظرات درباره چگونگی و حدود این مراقبت با توجه به مسائل پیرامونی آن (نظیر حقوق کودکان، آزادی بیان و...) کاملاً متفاوت بود و همچنین می‌توانست باعث بروز اختلافات در خانواده‌ها شود.

مسائل قانونی به خودی خود پیچیده بودند، اما با آمدن تلوزیون‌های کابلی و در نهایت اینترنت پیچیده‌تر هم شدند. پژوهشگران زیادی نقش تلوزیون را در رفتارهای کودکان و بزرگسالان بررسی می‌کردند. مانند تأثیر تلوزیون بر شرکت در راهپیمایی‌های خشونت‌آمیز. یا مثلاً مجله "تعلیم و تربیت" از تقلید کورکورانه کودکان از رفتارهای جسورانه‌ای که بر روی پرده‌های سینما به نمایش درمی‌آمدند، شکایت کرد؛ تقلیدی که حتی محدود به کودکان و نوجوانان نبود و بزرگسالان را نیز شامل می‌شد.

باوجود راهکارهای پیشنهادی گوناگون برای جلوگیری از این‌گونه مشکلات، تقریباً اجماعی روی هیچ‌کدام از آنها وجود نداشت، اما در نهایت بیشتر به موضوع مراقبت از کودکان اهمیت داده شد تا آموزش آنها. به همین منظور محتواهای برنامه‌ها با نشان دادن علامتی در گوشه تصویر و سیستم رتبه بندی، مشخص می‌شد. (که متأسفانه هنوز بعد از ۴۰ سال در کشور ما بوجود نیامده!) همچنین ساعات خاصی، برای پخش برنامه‌های خاص در نظر گرفته می‌شد. (شبکه نمایش اوایل این کار را می‌کرد، فیلم‌های ژانر وحشت ساعت ۲۳:۳۰ به بعد پخش می‌شد.) تازه‌ترین کار در این زمینه نیز استفاده از ابزارهای فنی برای فیلتر کردن برنامه‌ها بود. در کانادا وسیله الکترونیکی به نام "چیپ خشونت" ساخته شد که پدر و مادرها می‌توانستند با نصب آن روی دستگاه تلوزیون برنامه‌ای را که بد و ناپسند می‌دانستند تشخیص دهند و از پخش آن برای کودکان ممانعت کنند. بعد از مدتی سیاست مداران برای اهداف سیاسی خود به این وسیله متوسل شدند (در کتاب مشخص نشده چگونه؟!!!) در ۱۹۹۶، کنگره در قانون "پالودگی ارتباطات" تصویب کرد که این دستگاه باید برای کنترل کودکان روی تمام تلوزیون‌ها نصب شود، اما با فاصله یک سال، یعنی در ۱۹۹۷، دیوان عالی ایلات متحده این قانون را با این استدلال که آزادی بیان را محدود می‌کند، مغایر قانون اساسی دانست و آن را لغو کرد.

معروف‌ترین کار در راستای آموزش به بچه‌ها برای استفاده مثبت از تلوزیون، مربوط به سال ۱۹۸۰ می‌شود که کارگاه آموزشی تلوزیون بچه‌ها با حمایت "بنیاد نافلید" بوجود آمد و سری برنامه‌های تلوزیونی «خیابان سسمی» را تولید کرد. هرچند این برنامه تحسین‌های زیادی را در آمریکا برانگیخت، اما واکنش‌ها به همین برنامه نیز متفاوت بود، به

خصوص در کشورهایی که دیدشان به کودک با آنچه در ایالات متحده بود، تفاوت داشت و نمی‌خواستند با کودکان به‌عنوان مصرف‌کنندگان تجاری رفتار شود.

پژوهش‌های تجربی درباره استفاده از رادیو و تلویزیون، گاهی صرفاً جمع‌آوری داده‌های مهم و مفید فرهنگی و اجتماعی بوده‌اند و از نظریه دادن خودداری کرده‌اند. مثلاً کتاب "دنیل بورستین" به نام "تصویر" که نظرها را به مطرح شدن شخصیت‌های مشهور یعنی سرشناسان و نه قهرمانان در جامعه توسط تلویزیون جلب می‌کرد، کسانی که بیشتر به خاطر تصویرهای ارائه شده از آنان معروف شده بودند، نه دستاوردهایشان! (مرور کنید نفوذ اجتماعی بازیگران و مجری‌ها در جامعه خودمان را!) «پیش از این شخصیت‌های همگانی، نیاز به منشی شخصی داشتند تا بین او و مردم حائل باشد، اما امروز چنین فردی دنبال یک منشی مطبوعاتی است تا او را کاملاً در رسانه‌ها مطرح کند.» بوستین و همراهانش از آمارهای کمی استفاده نکردند، اما دیگران از آمار بهره‌ فراوان گرفتند، از جمله یونسکو که مجموعه‌ای گزارش درباره ارتباط جمعی منتشر کرد. (دکتر محسنیان خاطره‌ای شنیدنی از انتشار این مجموعه دارد!) اولین گزارش از این مجموعه در ۱۹۵۴، با عنوان "روندهای روزنامه‌ای" منتشر شد.

در آلمان نویسندگان مکتب فرانکفورت، آدورنو و هوکهایمر، به بسط نظریه‌های انتقادی درباره رسانه‌ها پرداختند. پژوهشگران فرانسوی از راه‌های مختلفی قدم به میان گذاشتند. در میان آن‌ها سه تن با آگاهی از اینکه در جامعه‌ای الکترونیک می‌نویسند، عمدتاً به دلیل تأثیرشان روی دیگران، شاخص‌تر هستند؛ گی دُبور، ژان بودریار و پیر بوردیو. کتاب "جامعه‌نمایش" دُبور در ۱۹۶۷ انتشار یافت و تقریباً بدون اتکا به شواهد تجربی، استدلال می‌کرد: در جوامعی که شرایط مدرن تولید حاکم است، همه زندگی خود را به صورت انباشت بسیار وسیع نمایش‌ها نشان می‌دهد، در واقع هرآنچه که زمانی به معنای واقعی کلمه «زندگی» بود، اکنون به نمایش‌گری و بازی‌گری نقل مکان کرده است. (از این جمله خیلی خوشم میاد!)

بودریار این اعتقاد مک لوهان که «رسانه پیام است» را فرمول‌کلیدی عصرِ وانمودگری simulation دانست و تلویزیون را رسانه‌ی وانمودگری الکترونیک دانست و به "حل شدن زندگی در تلویزیون و تلویزیون در زندگی" اشاره کرد. (به یاد بیاورید مفهوم «فراواقعیت» (hyperreality) در کتاب گیدنز را.)

بوردیو در سنتی کاملاً متفاوت در سال ۱۹۹۶ کتاب موجز و پرفروش "درباره تلویزیون" را نوشت که در آن از دُبور تنها یکبار نام برده بود و از بودریار نیز هیچ نامی نبرد. (در کتاب بیشتر از این درباره بوردیو توضیح داده نشده.)

تابویی وجود داشت که تلویزیون هرگز نباید درباره خود تحقیق و تفحص کند، اما پخش سریالی-که نامش در کتاب مشخص نشده!- این تابو را شکست. استقبال از این سریال در نقاط گوناگون و کشورهای مختلف نشان داد؛

اولاً تلویزیون توانسته به طور همزمان در کشورهای دموکراتیک و استبدادی قدم بگذارد.

و ثانیاً انتقاد از تلویزیون مخصوص ایالات متحده و کشورهای غربی نیست و به پدیده‌ای چند فرهنگی تبدیل شده است. همان طور که برخی متفکران در ژاپن معتقد بودند اعتیاد به تلویزیون، میلیون‌ها نفر از هم وطنانشان را به آدم‌های

کندذهن و ابله تبدیل کرده است. ای بسا این نظر متأثر از این نظرسنجی باشد؛ در سال ۱۹۸۲ از آمریکایی ها و ژاپنی ها پرسیده شده بود که در صورتی که بخواهند به بیابانی دور بروند که امکان حیات داشته باشند و تنها بتوانند یک وسیله با خود ببرند، چه چیزی انتخاب می کنند؟، بیش از ۳۶ درصد ژاپنی ها تلوزیون را انتخاب کرده بودند، در صورتی که از میان آمریکایی ها تنها ۴ درصد می خواستند تلوزیون را با خود ببرند. در آن زمان کودکان دوساله ژاپنی روزانه به طور میانگین به تنهایی یا همراه مادرانشان ۳ ساعت و ۳۱ دقیقه تلوزیون نگاه می کردند.

از آسیای دور برگردیم به محل خودمان؛

جنگ ویتنام، جنگی طولانی با مراحل مختلف، عامل بسیار موثری در تاریخ رسانه ها بود. چرا که نخستین جنگی بود که صحنه های آن بر روی صحنه ی تلوزیون نقش بست. تصویر خونریزی های این جنگ آنقدر که اعتبار رییس جمهور وقت ایالات متحده آمریکا -لیندون جانسون- را خدشه دار کرد برای بینندگان هراس آور نبود. شاید این موضوع در استعفای این رییس جمهور در ۱۹۷۴ بی-تأثیر نبود.

بسیاری از مواقع تروریسم، درون مایه اصلی فیلم ها-تلوزیونی و سینمایی-را تشکیل می داد. در سال ۱۹۶۹ صحنه هایی بر صفحه تلوزیون نقش بست که آن را "باشکوه ترین نمایش در تاریخ تلوزیون" نامیده اند؛ که بیش از یک میلیارد بیننده مستقیم در سراسر زمین داشت؛ فرود آمدن آپولو ۱۱ بر سطح کره ماه. (این چنین صحنه هایی که ما آنها را بیشتر سرگرمی به حساب می آوریم)، در نهایت به طرز تفکیک ناپذیری با اخبار و ورزش در اتصال هستند. از قبیل سریال هایی که مضامین آنها به طور عمده خشونت، سکس، ثروت و روابط قدرت، خانواده و... هستند.

تلوزیون متهم بود به اینکه تأثیر مخرب و اجتناب ناپذیری بر جامعه و فرهنگ دارد و در مقایسه با هر فعالیت دیگری، وقت به مراتب بیشتری از تماشاگران می گیرد.

البته در برابر اتهام هایی از این دست، از نظر برخی این آموزش بود که در تلوزیون اولویت داشت تا سرگرمی. سؤال این بود: آیا باید آموزش را وظیفه ای جدا دانست و برای آن شبکه ای مستقل در نظر گرفت؟؟ پاسخ های متفاوتی وجود داشت، ژاپن در ۱۹۵۷ اولین شبکه اختصاصی آموزش به نام «ان اچ کی» را راه انداخت. آمریکا شیوه دیگری در پیش گرفت و آموزش را در خلال برنامه های عمومی گنجاند.

برخی می گفتند: تلوزیون مانند ظهور کتاب های چاپی ارزان قیمت، موقعیت هایی ایجاد کرده که هر قدر فکر بکنید شورانگیز است. منظور آنها اشاره به این بود که تلوزیون مانند کتاب های چاپی ارزان قیمت، اطلاعات را به طور ارزان و حتی رایگان در دسترس عموم مردم با سرعت زیاد و بدون انحصار و تبعیض قرار می دهد؛ فرصت های همگانی و برابر آموزشی و اطلاعی.

«اطلاعات» کلید ورود به بحث های آینده است. جامعه اطلاعاتی، تجارت اطلاعات، مدیریت اطلاعات، فناوری اطلاعات، اقتصاد اطلاعات، کارگران اطلاعات و ...

و کم کم پای "کامپیوتر" به بحث‌های ما باز می‌شود، در دنیای جدید تصور مفهوم اطلاعات بدون کامپیوتر تقریباً امری غیرممکن است.

از دهه ۱۹۶۰ به اطلاعاتی که می‌شد آنها را از طریق فناوری اطلاعات، جمع‌آوری، ضبط و منتقل کرد، فارغ از اینکه نقطه مبدأ و مقصد آنها چه باشد؛ داده (data) گفتند.

در علوم زیستی، کشف DNA، یعنی کشف بزرگ دهه ۱۹۶۰، به عنوان حامل اطلاعات ژنتیکی، تکان تازه‌ای به آنچه الگوی اطلاعاتی نامیده می‌شد، داد؛ بدین ترتیب اطلاعات، اصل نظم دهنده حیات تلقی شدند.

در نهایت، با توسعه کامپیوتر و ورود اینترنت، گفته شد:

«اطلاعات هیچ مرز طبیعی ندارد. وقتی فضای جهانی اطلاعات شکل بگیرد، فعالیت‌های ارتباطی جهان گستر، تمام مرزهای ملی را در می‌نوردد.»

از نکاتی که باید در این فصل به آن توجه می‌کردیم اینکه همان طور که مشاهده شد برخلاف نظر برخی، یک رسانه، رسانه دیگر را حذف نکرد، بلکه رسانه قدیم و جدید، به هم زیستی با یکدیگر پرداختند.

و همچنین اینکه مسائل رسانه‌ها هرچند خودشان تغییر کند، تغییر چندانی نخواهند کرد و در همه اعصار سؤال‌های تقریباً یکسانی درباره رسانه‌ها وجود دارد؛

«فصل هفت»

هم‌گرایی

واژه هم‌گرایی: در دهه ۱۹۷۰ آمریکایی‌ها " ازدواج آسمانی میان رایانه‌ها و ارتباطات دور " می‌نامیدند. از دهه ۱۹۸۰ این واژه بیش‌تر به توسعه فن آوری دیجیتال و در هم آمیختن و یک پارچه شدن متن، عدد و تصویر و صدا اشاره داشت.

تعریف ارتباطات (communication): در فرهنگ لغت آکسفورد (۱۹۵۵):

۱. عمل ارتباط برقرار کردن

۲. بیان، انتقال یا تبادل اندیشه‌ها و دانش‌ها چه از گفتار چه از نوشتار

در فرهنگ لغت آکسفورد (۱۹۷۲): علم یا فرآیند انتقال اطلاعات توسط روش‌های الکترونیکی یا مکانیکی.

لومايو: هم‌گرایی را مفهوم فرهنگ مشترک و محدودیت‌های آن معنا کرد.

جرمی بلک (۱۹۹۴): هم‌گرایی یا واگرایی بریتانیا و بقیه اروپا

بورستین (۱۹۷۸) در کتاب جمهوری فن آوری: تمایل به این که هر چیزی بیشتر و بیشتر شبیه چیز دیگر شود. وی افزود:

فن آوری باعث رقیق و حل شدن ایدئولوژی می‌شود.

اگر روزگاری ارتباطات جایگزین فرودست حمل و نقل بود، اکنون گزینه‌ای است گاه به آن ترجیح دارد.

در اوایل ۱۹۷۲، یک روزنامه نگار آزاد به نام رالف لی اسمیت، نو آوری‌هایی هم چون تلویزیون کابلی را راهی دانست برای ایجاد یک (بزرگ راه ارتباطاتی الکترونیک) برای ملتی که باسیم به هم متصل بودند. از طریق این بزرگ راه می‌شد تمام خدمات را برای خانه‌ها اداره‌ها و کارخانه‌ها فراهم کرد.

در خلال دهه ۱۹۶۰ توسعه فن آوری‌ها برای ارائه چنین خدماتی هنوز در مرحله تجربی بود.

در دهه ۱۹۸۰ آگاهی درباره گستره‌ی احتمالی این فن آوری‌ها به وجود آمد. هنوز هم نمی‌شد با اطمینان گفت کدام فن آوری‌ها می‌توانند موفق باشند. البته به نظر می‌رسید فن آوری دیجیتال اگر نه بر همه قلمرو ارتباطات، دست کم بر شاخه‌هایی از آن حاکم شد.

دیجیتال شدن هنوز به فعلیت نرسیده بود.

اصلاح ابر بزرگ راه / بزرگ راه داده‌ها / اینفوبان

بعد از ۱۹۹۳ بود که چنین اصطلاحاتی رایج شد. بعد از ورود این عبارات به سیاست توسط رییس جمهور آمریکا و کلینتون؛ خیلی زود فرض شد که دیجیتالی شدن فرآیندی است که در آن همه چیز یک سان می‌شود. البته مباحثات عمومی دهه ۱۹۸۰ در مورد فن آوری حالی از چندگانگی و تکثر بود.

وفور نعمت و انتخاب و بحران

واژه تعاملی در مورد تلویزیون، انواع ابزارهایی که در کارگاه‌ها موزه‌ها و کلاس‌های درس بکار آمدند، استفاده می‌شد. رابرت اچ رید: تلویزیون تعاملی، بزرگ‌ترین هم‌گرایی اوایل دهه ۱۹۹۰ بود. با این تلویزیون میلیون‌ها نفر می‌توانستند فیلم در خواستی خود را تماشا کنند و با تلفیق این تلویزیون با یک سیستم بازاریابی و بده بستان مالی می‌شد یک صنعت مگامیلیارد دلاری را بدست آورد.

وفور نعمت: از قدیم برای منابع و محصولات بکار می‌رفت.

آنتونی اسمیت: (۱۹۷۹ - ۱۹۸۸): منطق راحتی بخش کمبود که مربوط به دوران آغاز پخش رادیویی و تلویزیونی بود، دیگر باید کنار گذاشته شود. فن آوری های نوین امکان بیش‌تری برای مخاطبان فراهم آورده بودند که چیزی را که می‌خواهند در زمانی که تمایل دارند ببینند و بشنوند.

بحران:

به دو چیز اشاره دارد: وضعیت مالی و اقتدار.

اقتدار متعلق به یکی از قدیمی‌ترین نهاد های رسانه‌ای بود. اداره پست برای انطباق خود با تحولات، با دشوارترین مشکلات مالی روبرو بود. مثلاً در بحث اقتصادی کشور عقب می‌ماند و هر سال با زیان مالی هنگفتی رو برو می‌شد.

بعد از این بحران، مذاکرات کنگره، نوع خدمات پستی را تغییر داد. اما مشکلات مالی هنوز برجا بود.

در دهه ۱۹۷۰ ایمیل مورد بررسی قرار گرفت.

هنری گلر و استورت براتمن، مقاله‌ای در این زمینه ارائه دادند که در آن به موضوع رایانه‌ها، پیوند های دیجیتالی، ماهواره‌ها، تلویزیون کابلی، کابل‌های نوری و دورنگار پرداخته شد. در این مقاله به درستی پیشنهاد شده بود که دورنگار می‌تواند در کوتاه مدتی، پل باشد به سیستم‌های کاملاً الکترونیک آینده که با ورودی و خروجی دیجیتال کار می‌کنند.

شبکه فاکس سال ۱۹۹۲ در زمان پخش سایر شبکه‌های تلویزیونی آمریکا اضافه شد و این شبکه‌ها زیر نظر قرار داشتند.

تلویزیون‌ها کابلی که با آنها بعنوان رقیب برخورد می‌شد، نوید بخش ارائه برنامه‌های فراوان مناسب و سرگرم‌کننده و هم چنین بسیاری مصارف چشم‌گیر دیگر از جعبه تلویزیون بودند.

گلر:

صاحب نفوذ در صحنه شکل‌گیری نگرش‌ها. نوید وفوری که تلویزون‌های کابلی می‌دهند، انگیزه‌ای برای مقررات زدایی است.

نیل هیکی:

اندیشه فروپاشی شبکه‌ها نظرش را جلب کرد: مسلم است که جوانان بیست‌ساله‌ی امروز از فضای ارتباطاتی بسیار خردمندانه‌تر و متنوع‌تر از فضایی که ما می‌شناسیم برخوردار خواهند شد ... سرانجام مردم با همه تنوع، استعداد و شان خود به رسمیت شناخته خواهند شد.

خوش بینی به ایالات متحده محدود نماند. نشریه اکونومیست لندن در ۱۹۸۲ توانست تصمیم هیات دولت مبنی بر کابل کشی بریتانیا با فیبر نوری را پیش‌نهادی به شمار آورد که قابلیت آن را دارد بریتانیا را به قرن بعدی ببرد.

گزارش هیات مشاوره:

این گزارش در اواخر ۱۹۸۱ به دولت ارائه شد و در آن هیچ لزومی برای سرمایه‌گذاری دولتی در فعالیت‌های کابلی دیده نشده بود. با این حال، دولت‌ها، با وجود همه پای بندی خود به روند مقررات زدایی البته برخی با اکراه به سختی می‌توانستند خود را از این صحنه بیرون نگه دارند.

خود مطبوعات در جهان دچار بحران بودند تا رایانه آمد.

اسمیت ۱۹۸۰ در کتاب "جذاب خداحافظ گوتنبرگ": "ورود رایانه ابتدا با مقاومت چاپ‌خانه داران و روزنامه‌نگاران، که در اتحادیه‌های قدرتمند سازمان یافته بودند روبرو شد. در این میان در ایالات متحده پیشنهادهای مبنی بر این که مطبوعات باید همان راهی را بروند که راه آهن رفت، بیشتر متکی بر منطق بود تا بر تاریخ.

اکثر سیستم‌های پخش خدمت عمومی که در بیشتر نقاط دنیا بر اساس قانون تأسیس شده بودند، از میان نرفتند، اما وادار شدند ضرورت وجودی خود را بار دیگر بعنوان یک سیستم پخش خدمت عمومی توجیه کنند. دیگر صرف گذاشتن نام پخش رادیویی و تلویزیونی عمومی بر خود، کافی نبود.

بافت فرهنگی و فن‌آوری هم‌چنان در حال تغییر و موضوع بسیاری از مقاله‌های مطبوعات، جزوهای سیاسی و کتاب‌ها بود.

*در همین دوره بازارهای کتاب هم با بحران روبرو بود.

۱۹۸۳ هنگامی که گالری جدیدی از وسایل ارتباطاتی در موزه‌ی علوم لندن گشوده شد، دیویس، دفترچه راه‌نمای آموزنده‌ای با عنوان ارتباطات دور، یک فن‌آوری در حال تغییر نوشت و در آن از نخستین تلفن‌ها شروع کرد و آن را با برج‌های رادیویی و آنتن‌های بشقاب‌ی تلویزیونی به پایان داد.

وی در این دفترچه بخش‌هایی نیز به پیوند‌های لیزری و ماهواره‌ها اختصاص داد و بر امکان پهنای باند گسترده‌تر تاکید کرد. در انتها نیز نتیجه گرفت: وقتی همه منابع اطلاعاتی پیش از ارسال، تبدیل به یک جریان اطلاعات دیجیتالی می‌شوند، دیگر دلیلی ندارد که نتوان همه اطلاعات را از طریق همان بزرگ‌راه‌ها و مراکز تلفن به اشتراک گذاشت.

سه مقاله شبیه با فوق در مورد موضوع‌های رسانه‌ای:

-۱۹۷۶: چشم‌اندازهای نو در ارتباطات بین‌المللی توسط ریچستاد و از سوی موسسه ارتباطات شرق و غرب در هونولولو انتشار یافت.

-۱۹۷۹: ارتباط در خدمت فردا توسط رابینسون و با حمایت اسپن انتشار یافت.

-توسط اینترمدیا که سلسله پیمایش‌های ویژه‌ای را پیرامون موضوع‌هایی هم‌چون تلویزیون وضوح بالا، طیف فرکانس، تله‌تکست انجام داد.

شاخص‌ترین فردی که ریچستاد مقاله‌اش را برای مجموعه خود انتخاب کرد، ویلبرشرام نویسنده مقاله ارتباطات بین فرهنگی بود که پیشنهادهایی برای ساختن پل‌های ارتباطاتی میان فرهنگ‌ها بود.

شرام کتاب ارتباطات در جامعه مدرن را در ۱۹۴۸ منتشر کرد و در ۱۹۶۱ مطالعه مشترکی را با عنوان تلویزیون در زندگی کودکان ما انجام داد. سه سال بعد نیز رسانه‌های جمعی و توسعه‌ی ملی را منتشر کرد. وی در سال ۱۹۵۶ فصلی را به نظریه کمونیستی مطبوعات اختصاص داد. تا پایان قرن ۲۰ چین، عنوان کارگاه آموزش جهان را از آن خود کرده بود و به‌صورت فعال به سوی یک دنیای ارتباطاتی کنترل شده، پیش می‌رفت.

تاکید رابینسون در کتاب ارتباطات در خدمت فردا، بیشتر روی قطبی بودن فن‌آوری‌های مختلف بود تا هم‌گرایی آن‌ها. همانطور که خود می‌نویسد:

جان کلام در سیاست‌های ارتباطاتی، داشتن طرحی برای کنترل اجتماعی ساختار و عمل کرد صنایع ارتباطاتی است. شبکه‌های ارزش افزوده، خدمات، تسهیلات ماهواره‌ای، تجهیزات ارتباطات دور، پخش رادیویی و تلویزیونی، تلویزیون کابلی و ... بسیار حائز اهمیت بود.

تأمین سرمایه اولیه و سرمایه‌گذاری به اندازه خود فن‌آوری‌ها، پرسش‌های دشواری را به میان آورد. ریسک، بسیار بالا بود و تعداد شرکت‌های ورشکسته از شرکت‌های تجزیه شده بیشتر شد.

صحنه ارتباطات در شب دسامبر ۱۹۸۳ تغییر کرد. شرکت "ای تی اند تی" اعتراض کرده بود که دیگر با وضع مقررات هم نمی‌توان قدرت ای تی اند تی را مهار کرد.

رییس ای تی اند تی تجدید سازماندهی شرکت خود را در ۱۹۸۴ " پیچیدهترین بازسازی شغلی در قیاس با همه‌ی عرصه‌های تجاری دیگر " توصیف کرد.

در نوامبر ۱۹۷۴ نشریه‌ی بیزنس و یک اعتراض کرده بود که دیگر با وضع مقررات هم نمی‌توان قدرت ای تی اند تی را مهار کرد.

مطالعه تفصیلی این پرونده نشا می‌دهد تا اواسط دهه ۱۹۷۰ کم‌تر کسی حدس می‌زد که به زودی فن آوری ها از این‌گونه راه‌های غیر عادی به هم گرایي برسند.

به خاطر همین تکرر بود که احساس می‌شد تعداد کمی از آنها جوان و تازه وارد هستند.

حالا دیگر فن آوری ها دست آنها بود و طیف بسیار وسیعی از نشریه‌های کاملاً تخصصی به آنها توصیه‌هایی ارائه می‌داد. روز به روز بر تعداد این نشریه‌ها افزوده می‌شد.

نشریه وایرد در ۱۹۹۴ سبکی جدید ارائه داد. برخی از مصرف کنندگان نیز خود به بازی گران عرصه ارتباطات بدل شدند. هاو کینز سردبیر نشریه اینتر مدیا در این باره گفت: هر دو سه روز یک نشریه جدید متولد می‌شود یا نشریه‌ای قدیمی دوباره شروع به کار می‌کند تا راجع به کسبوکار رو به رشد ارتباطات گزارش بدهد.

در این زمان صفحات کسبوکار روزنامه‌ها هم به ارتباطات اختصاص یافت. با ورود سهام فن آوری های جدید به بازار و افزایش گزینه‌های کسبوکار، هویت و شکل این صفحات در تمام کشورها به‌طور کامل عوض شد. ضمیمه‌های ارتباطات هم متداول شدند و با رواج آن‌ها زبان گفتگو شکل گرفت.

کسانی هم بودند که به دلایل شغلی احساس می‌کردند ضرورت دارد رویدادها را در سطحی که کمتر تحت سلطه رسانه‌هاست به‌دقت دنبال کنند. لذا جان بلک در ۱۹۸۵ بررسی خود را در مورد این که چه بر سر ارتباطات دارد می‌آید، آغاز کرد.

او کار خود را از کتابخانه دانشگاه گوئلف کانادا آغاز کرد. او فن آوری های جدید را زیر نه عنوان دسته بندی کرد:

ماهواره ارسال لیزری فیبرهای نوری سیستم‌های پایانه‌ای دیجیتال ماکروویو شبکه‌های محلی سایر اتصالات پهن باند استفاده‌های وسیع‌تر از شبکه‌های موجود تلفن؛ تلفن سلولی و ابزارهای جدید توزیع خارج از خط.

بلک در استفاده از فن آوری های جدید پیش گام بود. وی اذعان داشت که عامل بیشتر تحولات تا آن زمان و بخصوص رایانه، تحولاتی در حوزه الکترونیک بوده است.

درلندن، گزارش سالانه‌ی تجدید سازمان‌دهی شورای ملی علم الکترونیک، دوره یک‌ساله‌ای را از که داشت از جمله فعالترین دوره‌ها در تاریخ کوتاه خود دانست. در طول این دوره، شورا تاکید کرد " کودکان تشویق شوند درس‌هایی را در مدرسه انتخاب کنند که حاصل آن، اشتغال در عرصه الکترونیک و فن آوری اطلاعات باشد.

فرانسی در ۱۹۵۰ نخستین رایانه‌ها را ساخته و وارد بازارهای جهان کرده بود.

رایانه‌ها

رایانه‌ها را باید در هر تحقیق تاریخی در مقام نخست قرارداد. زیرا از اوایل دهه‌ی ۱۹۷۰، به محض اینکه دیگر صرفاً به عنوان ماشین حساب یا یک ابزار فرعی اداری مفید تلقی نشدند این امکان را فراهم آوردند تا انواع خدمات شکل‌های جدیدی به خود بگیرد.

برای این که چنین اتفاقی رخ دهد، لازم بود رایانه‌ها کوچکتر و ارزان‌تر شوند. ایالات متحده در تحقق این امر پیشگام بود.

نخستین رایانه‌های دیجیتال الکترونیک آماده‌ی بهره برداری، هم در اروپا هم در آمریکا برای اهداف نظامی جنگ سرد ساخته شد.

کلوسوس، انیاک و یونیواک لامپ‌های خلأ بودند و آلن تورینگ، در ۱۹۵۰ این رایانه‌ها را " ماشین‌های همه جانبه ای " نامید که ضرورت " طراحی ماشین‌های گوناگون جدیدی را که از هر کدام برای انجام یک نوع فرآیند پردازشی استفاده می‌شود " منتفی می‌کنند.

اما وقتی ترانزیستورها جای لامپ الکترونی را گرفتند، طراحی رایانه‌ها هم تغییر کرد.

ساخت نخستین ترانزیستورها در آزمایشگاه بل.

سال ۱۹۴۷ ویلیام شوکلی هم راه با جان باردین و والتر برتین، دستگاه تقویت کننده نیمه هادی از جنس ژرمانیوم و شبیه دو ردیاب با سیم‌های نازک کریستالی ابداع کردند. با گذشت زمان میزان فروش ترانزیستور از لامپ خلأ بیشتر شد.

جک کیلبی، به اختراع مدار یک پارچه دست زد. مدار یک پارچه، قطعه‌ای است ساخته شده از مواد نیمه هادی که در آن «همه اجزاء مدار الکترونیک به‌طور کامل در هم تنیده شده است.

با ظهور این مدار، کار به جایی رسید که یک تراشه سیبیکون با ابعاد $۳*۴$ میلی متر، همان قدرت انیاک را داشت.

تراشه‌های جدید با مدارهای منطقی امکان شکل‌گیری رایانه‌هایی همه منظوره را فراهم می‌کردند. CPU های این رایانه‌ها می‌توانست دستور عمل‌هایی را از حافظه رام دریافت کنند.

*نخستین مدارهای یک پارچه تنها چند ترانزیستور داشتند. به همین خاطر آن زمان از یکپارچگی در مقیاس کوچک سخن گفته می‌شد. و در مقیاس بزرگ از دهه‌ی ۱۹۸۰ سخن بعمل آمد.

تراشه RAM شرکت اینتل که در ۱۹۷۰ به بازار آمد، به طرز چشم‌گیری هزینه‌ی قطعه‌ی حافظه را کاهش داد و از آن پس نسل‌های رایانه به میدان آمدند.

نویس ریز پردازشگرها را با اتومبیل‌های بزرگ مقایسه می‌کند و در این باره می‌گوید: این ساده‌ترین راه برای رفتن از این جا به آنجاست.

*صدها هزار جزء را می‌شود روی یک ریز پردازشگر حمل کرد. به محض گسترش آن، میل به ترجیح فن آوری دیجیتال بر آنالوگ پدیدار شد.

آنچه به فشرده سازی دیجیتال موسوم شد، حذف داده‌ها بود از جمله کم کردن حجم فضای اشغال شده برای رادیو و تلویزیون.

قاعده مور: تعداد ترانزیستورهایی که می‌توان در یک تراشه گنجانند هر هجده ماه، دو برابر می‌شود.

*صنعت رایانه به لحاظ مالی پرخطر و میزان تقاضای آن کمتر از عرضه‌اش بود. کسب‌وکار، راه توسعه‌ی این صنعت را هموارتر نمود.

در نخستین مرحله تاریخ، رایانه آی بی ام، شرکت بین المللی ماشین‌های تجاری، مزیت بسیار بزرگی داشت.

تا سال ۱۹۶۱ شرکت آی بی ام دست‌کم هفت نوع رایانه را روانه بازار کرد.

نخستین رایانه‌هایی (غول‌پیکر) که در جهان ساخته شدند و در ۱۹۵۰ به بار آمدند، بریتانیایی بودند. سازنده‌ی این رایانه‌ها شرکت فرانتی بود.

در این زمان بود که نقش اصلی در تولید ریزتراشه، ژاپن بود. چراکه این شرکت به پایه‌های مالی خود که آمریکا و ارتش نظامی آن کشور بود، اطمینان نداشت.

تحقیقی درباره نقش کشور ژاپن ارائه شده بود. در این تحقیق آمده بود، ورود ژاپن به عرصه تحقیقات رایانه بنا بر استانداردهای جهانی، خیلی هم دیر نبود. و بیشتر هم به همکاری با شرکت‌های آمریکایی سازنده رایانه (آی بی ام) متکی بود.

در این تحقیق نتیجه‌گیری شد که عوامل اجتماعی و فرهنگی و حمایت کننده از تحول فن آوری در ژاپن عبارت بودند از:

جامعه مبتنی بر برابری، وجود فن آوری تخصص در شرکت‌های کوچک و متوسط، وجود سنت احترام به روابط انسانی و فرهنگ احترام قائل شدن به فن آوری.

در سال ۱۹۶۴ ظهور ترانزیستورها به تولید تلویزیون ترانزیستوری توسط شرکت سونی انجامید.

واکمن یک دستگاه پخش صوت بود که تحولی در صوت ایجاد کرد. دستگاهی شخصی و قابل حمل که آینده‌ی تلفن همراه را رقم زد.

در آن زمان مردم علاقه مند به استفاده از فن آوری اف ام قابل حمل و سیستم‌های صوتی دیجیتال باند باریک شدند.

از بحث آن چه شد می‌توان نتیجه گرفت که تاریخ تحول رایانه را نمی‌توان فصل به فصل روایت کرد. این تاریخ شامل ویژگی‌ها متفاوت در عرصه طراحی، حافظه، زبان، مدار منطقی و نرم افزار است. هم‌چنین در دارای ابزارهای جدید و گوناگون است هم چون مودم، موس. انسان‌ها و مکان‌های مختلف در دوره‌های متفاوتمانی در این ماجرا نقش خود را ایفا کردند. این ماجرا یک تحول است نه یک انقلاب (انقلاب ماهیت خطی دارد)

حافظه

فاریستر در ۱۹۵۳ حافظه با هسته مغناطیسی را درون رایانه گذاشت.

زبان برنامه نویسی

جان بکس در آی بی ام سال ۱۹۵۷ یک زبان برنامه نویسی " داخلی رایانه " را به نام فورترن ابداع کرد.

نخستین زبان از زبانهای برنامه نویسی را کونرات روس و با نام پلنکلکو ابداع کرد.

لیکلیدر در ۱۹۶۰ مقاله‌ای درباره " هم زیستی انسان و رایانه نوشت. وی معتقد بود مغز آدمی و ماشین‌های رایانه بطور تنگاتنگ با هم پیوند دارند.

ماوس

آزمایشگاه باب تیلر به اداره " آلن کی " ماوس را ساختند. (ماوس در نقش: نشانگر مختصات طولی و عرضی بر روی صفحه نمایشگر)

داگلاس انگلبرت، رادار دوران جنگ، عبارت تقویت هوش مند را ابدأ و در ۱۹۶۲ چارچوبی نظری برای انجام کارهای رایانه‌ای بصورت شبکه ارائه کرد. وی در ۱۹۶۸ با وسیله‌ای که آن را جعبه ابزار می‌نامید، سیستم آنلاین خود را در سانفرانسیسکو به نمایش گذاشت.

نرم افزار

هیچ رایانه‌ای بدون نوعی نرم افزار برنامه نویسی قادر به کار کردن نیست.

ریدهونت: اگر نرم افزار نویس ها نبودند، رایانه‌ها به موجودات بی جانی می‌ماندند که منتظر بودند تا خالق متعال در آن‌ها روح بدمد.

*در ۱۹۷۰، کم کم ای نکته پذیرفته می‌شد که تاریخ ارتباطات، که تاریخ رسانه‌ها جزئی از آن تلقی می‌شد، وارد عصر جدیدی شده است. رایانه‌ها دیگر نه تنها بعنوان ابزاری در خدمت تجارت، که بعنوان قوه محرکه اصلی مجموعه کاملی از فعالیت‌های رسانه‌ای شمرده می‌شدند.

اندی ون دام: اصطلاح کتاب الکترونیک را ابداع کرد. کتاب‌ها، مجلات، روزنامه‌های سنتی بطرز فزاینده ایبر پایه روال‌های رایانه‌ای تهیه، طراحی، چاپ و توزیع می‌شدند.

رایانه‌ها در حال پیشتازی بودند. این جمله تیتز یکی از سرمقاله‌های نشریه اینترمدیا در ۱۹۷۸ بود.

لغت اینترمدیا پیش‌تر در ۱۹۶۶ توسط ریچارد هیگنز بکار رفته بود و اشاره چیزی داشت که وی آن را " هنر وسایل در هم آمیخته می‌نامید.

اینکه آهنگ تجولات چه سرعتی داشت، تنها به پیشرفت دانش فن آوری وابسته نبود که به انگیزه کار آفرینی، در شرایط اقتصادی دائماً در حال تغییر هم بستگی داشت.

بزرگ‌ترین پیشرفت فن آوری، به میدان آمدن رایانه‌های شخصی بود.

در مقالاتی که تحت نام ازتلویزیون تا رایانه خانگی در ۱۹۷۹ در بریتانیا انتشار یافت، رایانه خانگی صرفاً یک کالا در میان فهرستی از کالاهای مصرفی الکترونیک تلقی شد که در آن ضبط تصویری مقام نخست را داشت.

بسیاری از ابزارک‌های رایانه‌ای جزء ضمایم دستگاه‌های ارتباطاتی هستند که نادیده گرفته شدند.

نویسنده‌ای در بریتانیا نوشت، با این که دستگاه‌های الکترونیک نسبتاً پیچیده‌ای هستند اما این بدین معنا نیست که برای استفاده همه چیز آن را بداند.

وی همچنین افزود مصرف کنندگان هر چه با تجربه تر می‌شوند، ناچار نیازهای آنها نیز وسیع تر می‌شوند. لذا باید دانش تولید کننده بعنوان یک مصرف کننده نیز ارتقاء یابد.

در سال ۱۹۷۶ اولین تحول عمده در رویکرد و سودآوری شبکه‌های کابلی در آمریکا رخ داد. این زمان مصادف بود با تصمیم مشترک هوم باکس آفیس (اچ بی او) و شرکت تایم، مبنی بر گره زدن آینده‌ی خود با ماهواره‌ی ست کام ۱ و امکان پخش ملی، آن‌هم نه با هزینه‌ای بسیار زیاد.

تر این جریان شرکت‌های بسیاری از hbo پیروی کردند و برخی به ارائه‌ی برنامه در یک حوزه‌ی خاص پرداختند، پس از آن جریان تمرکز گرایی آغاز شد و برخی از شبکه‌های تلویزیونی به "ابر شبکه" های کابلی تبدیل شدند. از جمله wrt و wtbs به این ترتیب مالکیت چند رسانه‌ای و برقراری مناسبات مالی با هالیوود رایج شد که سود زیادی را نیز به دنبال داشت. در این میان برخی کانال‌های تلویزیونی "مرحوم" شدند.

شبکه‌های کابلی در شلوغ‌ترین قسمت‌های شهر شروع به پخش برنامه کردند ولی تنوع زیادی در برنامه‌های خود نداشتند و قادر به پاسخ‌گویی به نیاز مخاطبان خود نبودند. لذا "کمیته‌ی ملی شهروندان برای پخش"، سازمانی تشکیل و پیشنهاد داد شهروندان در قبال هر کانال شبکه‌ی کابلی، دو کانال محلی در اختیار داشته باشند و از کانال‌های محلی نیز مبلغ قابل توجهی جهت حق امتیاز گرفته شود. هزینه‌ی راه اندازی و ساخت شبکه‌های کابلی بسیار زیاد اما چشم انداز های مالی فعالیت تلویزیون کابلی جذاب به نظر می‌رسید.

در آن زمان شهر مشهور دالاس دو برابر دیگر شهرهای آمریکا شبکه‌های پولی داشت. تا اواسط دهه‌ی ۱۹۸۰ تقریباً نیمی از خانه‌های مردم آمریکا دارای تلویزیون کابلی بود. در این هنگام برخی از شبکه‌های کابلی آمریکا به بنگاه‌های اقتصادی میلیارد دلاری با ابعاد ملی تبدیل شده بودند. البته توسعه‌ی خدمات شبکه‌های کابلی در خارج از ایالات متحده در اواسط دهه ۱۹۸۰ ناموزون بود. شبکه‌های محلی هم به دلیل تأمین برنامه و هم به دلایل اقتصادی داری ابعاد بین‌المللی و هم‌چنین دارای ابعاد محلی بوده است. در سال ۱۹۹۵ شرکت سی ان ان با شرکت تایم وارنر که آن نیز چشم‌انداز بین‌المللی داشت ادغام شد. با این ادغام باعث گردش مالی سالانه‌ای بیش از شرکت والت دیزنی شد.

ارسال داده‌های تصویری

شبکه‌های کابلی به وضوح کسب‌وکاری بزرگ قلمداد می‌شد ولی به قول تیمتی هالینز کمتر کسی می‌دانست که شبکه‌های کابلی چیزی بیشتر از یک نام مترادف برای تلگراف یا تکه‌ای سیم هستند. اکنون بسیاری از مردم در دو سوی اقیانوس اطلس معتقدند شبکه‌ی کابلی طلایه دار انقلابی در فن آوری و سلسه اعصاب یک جامعه‌ی اطلاعات محور است. ریچارد هوگات در مقدمه‌ای بر تحقیق هالینز نوشت که در بریتانیا مباحثات عمومی درباره‌ی این نوع مسائل از حد گمانه زنی‌های شبه‌آرمانی یا پیش‌گویی آینده‌ای مصیبت بار فراتر نمی‌رود. وی افزود برعکس در آمریکا با اغراق‌گویی روبه‌رو هستیم و از رویکرد متعادل خبری نیست. این نظر به مصداقی وسیع‌تر از شبکه‌های کابلی و به "ارسال داده‌های تصویری" بر می‌گردد. تله تکست هم یکی از اعضای خانواده‌ی فن آوری های جدید وابسته به گیرنده‌ی تلویزیون بود. ویدیو تکس اصطلاحی جامع‌تر بود. در ویدیو تکس اطلاعات که پیش‌تر بر روی رایانه ذخیره شده بود از راه خط تلفن یا کابل روی تلویزیون یا پایانه های خاص ویدیو تکس نمایش در می‌آمد.

ولی تعادل در کار نبود. به‌جای آن و به جای سیل فراوانی از فن آوری های جدید سرازیر شد. برخی از این فن آوری ها در همان حد ناقص یا حتی در مرحله‌ی شکل‌گیری باقی ماندند. یکی از آنها تلویزیون با وضوح بالا بود. این

تلویزیون در آمریکا و دیگر نقاط با موفقیت به نمایش درآمد ولی اشک ژاپنی‌ها را درآورد زیرا باوجود زحمات زیاد و بلند مدتی که روی آن کشیده بودند باعث تحول وجهش نشد.

اما نقطه‌ی عطف روی آوردن به دیجیتی کردن یا دیجیتالی کردن آنوقت بود که دولت بریتانیا در طرح خود برای پخش دیجیتالی تصمیم گرفت به جای پرداختن به تلویزیون پر وضوح کانال‌های بیشتری فراهم کند. تا قبل از این نقطه‌ی عطف سیستم ارتباطات دور چند پاره بود.

دو نوع سیستم ویودیتا یا ارسال داده‌های تصویری وجود داشت: یکی بر پایه تلفن و یکی با استفاده از شبکه‌های پخش نظیر سی فکس. که کمیته‌ی مشورتی آی تی یو نام مشترک ویدیو تکس را انتخاب کرد.

دو نکته از سوی یکی از تأمین‌کنندگان اطلاعات در بریتانیا مورد تأیید قرار گرفت: نخست "هیچ استبدادی از بابت مدت ارسال در ساعات شلوغی" "پرمخاطب‌ترین ساعت" علیه تأمین‌کننده و استفاده‌کننده از اطلاعات اعمال نشود، دوم اینکه استفاده‌کننده همیشه فعال بماند. طیف متفاوتی از ابزارهای ارتباطات تصویری که هیچ ربطی به اداره‌های پست یا دولت‌ها نداشت دستگاه‌های ضبط تصویرهای ویدیویی و ویدیو دیسک‌ها بودند. و به دنبال آنها لوح‌های فشرده بوجود آمدند. تمام این دستگاه‌ها به افراد امکان تغییر زمان را می‌دادند. یعنی ضبط یک محتوا و تماشای آن در زمانی دیگر. پس از مدت کمی و تا حدود دهه‌ی ۱۹۹۰ تعداد دستگاه‌های ضبط ویدیو کاست در آمریکا، بریتانیا، اروپا و عربستان سعودی دچار جهش چشمگیری شد. تأثیرهای اجتماعی اشاعه‌ی دستگاه‌های ضبط و ویدیو کاست کمتر از جنبه‌های فن آوری آن مورد توجه قرار گرفت. از آنجا که در بسیاری از کشورها نوارهای ویدیویی را هم می‌شد خرید و هم می‌شد کرایه کرد ویدیو کلپ‌ها در بافت شهری بیشتر از کتابفروشی‌ها نیز جلوه می‌کردند. هالیوود نیز از راه فروش نوارهای ویدیویی خود رونق گرفت، همین وضعیت در عرصه‌ی موسیقی نیز وجود داشت. موفق‌ترین چیزی که ثمره‌ی ویدیو کاست نامیده می‌شد دوربین ویدیوی سونی بود.

در میان اختراعی که می‌توانست به تولید انبوه برسد اما نرسید تلفن تصویری بود، البته جذابیت‌های این ایده هرگز از بین نرفت تلفن‌های تصویری بسیار گران قیمت بودند و نیز کیفیت تماس قابل توجهی نیز نداشتند و نیز واضح بود که هم برای آن‌ها و همچنین برای کنفرانس‌های تصویری بازار محدودی وجود دارد. با توجه به وضعیت درخشان کنونی برای تلفن‌های همراه با نگاهی به گذشته می‌توان آن دسته از متخصصان ارتباطات که توجه خود را روی قابلیت همراه بودن این تلفن‌ها متمرکز کرده بودند بیش از دیگران از آینده خبر داشتند. البته رادیوی فرستنده‌ی مجاز در این راه پیش قدم بود... . نخستین سیستم تلفن همراه هم در آمریکا در ۱۹۸۳ مجوز گرفت. در ۱۹۸۹ یک میلیون آمریکایی از تلفن همراه استفاده می‌کردند، تا ۱۹۹۶ بیش از شش میلیون کاربر تلفن همراه در بریتانیا وجود داشت. در ژاپن بعد از ۱۹۹۶ شماره تلفن‌های همراه به شدت افزایش یافته بود و اصلی‌ترین گروه خریداران نیز جوانان بین ۲۰ الی ۲۴ ساله بودند.

خدمات تازه‌ای نظیر پیامک ارائه شد و با اینکه تصور می‌شد از آن استقبال چندانی نشود و " گذرا " باشد تا حدود ۲۰۰۰ این ویژگی توانست جوانان زیادی را اسیر خود کند. که در این بین باعث ایجاد سؤال‌های بیشماری در مورد عوارض این وسیله نظیر امواج مضر و غیره شد.

اینترنت

جهشی عظیم بین سپتامبر ۱۹۹۳ تا مارس ۱۹۹۴ رخ داد، زمانی که شبکه، که به پژوهش‌های دانشگاهی منحصر بود تبدیل به شبکه‌ها گشت و به روی همه باز شد. در دوره‌ای که توسعه‌ی فن آوری اطلاعات شتاب گرفته بود، اینترنت پیش بینی‌ها را در هم ریخت و شگفتی‌های فراوانی آفرید. بنا به گفته‌ها اینترنت بیشتر به شگفتی شبیه بود تا به واقعیت. همانطور که تلفن‌های همراه اینگونه بودند.

آرپانت در ابتدا شبکه‌ای محدود برای انتقال اطلاعات میان دانشگاه‌ها و دیگر موسسه‌های پژوهشی بود که به فن آوری‌های پیشرفته می‌پرداختند. تا ۱۹۷۵ شمار کاربران این شبکه ۲ هزار بود. به خاطر ماهیت اطلاعاتی که در این شبکه در نظر گرفته شده بود، منطق اصلی این بود که در صورت انهدام هر یک از رایانه‌ها زیر ساخت های ارتباطی آنها باقی بماند.

معماری این سیستم با معماری شبکه‌ی تلفن متفاوت بود. هر رایانه از هر جا می‌توانست با شبکه ارتباط بگیرد و از اطلاعاتی که به بسته‌های کوچک تقسیم شده بود بهره برداری کند. سیستمی که اطلاعات را می‌فرستاد، آن را به قطعه‌های رمز گذاری تقسیم می‌کرد. این قطعه‌ها پس از رسیدن به مقصد، توسط سیستم دریافت کننده‌ی اطلاعات، دوباره سر هم می‌شدند. و این اولین سیستم داده‌های بسته‌ای در تاریخ بود.

نخستین ارائه دهنده‌ی خدمات تجاری شبکه، کامپیوسرو (CIS) در سال ۱۹۷۹ فعالیت خود را آغاز کرد. کار آن در آغاز تأمین خوراک برای "باشگاهی خصوصی" بود. باشگاهی که بخشی از سهام آن به تایم / وارنر تعلق داشت. بوم شناسی شبکه‌ی جهان گستر وب تغییر کرده بود و مقر این تغییر سرن (موسسه‌ی پژوهشی فیزیک ذرات اروپا) در زیر کوه های سوییس بود. جایی که در آن یک انگلیسی به نام برنزی لی در ۱۹۸۹ چیزی ابداع کرد خود آن را "شبکه‌ی جهان گستر وب" می‌نامید.

وانیوار بوش در ۱۹۴۵ در مقاله‌ای ضمن معرفی ماشین نوری مکانیکی به نام "ممکس" (ممکس ابزاری خیالی بود که می‌توانست همه اطلاعات زندگی یک فرد را ذخیره و باز خوانی کند)

روزنامه‌ی تایمز برنزی لی را تنها والد وب نامید و مورد ستایش قرار داده و دستاورد وی را تقریباً گوتنبرگی نامید. و نوشت که برنزی لی یک سیستم ارتباطی نیرومند را که فقط نخبگان می‌توانستند از آن استفاده کنند را به یک رسانه‌ی توده‌ای تبدیل نمود.

البته همه نمی‌خواستند سیستم اینگونه تغییر کند، از جمله برخی دانشگاهیان علوم ارتباطات در ژاپن و آمریکا که می‌گفتند: "اینترنت آلوده کننده‌ی روح بشر است" نیل پستمن لغت تکنوپولی را ابداع کرد که به معنای وضعیتی است که فرهنگ تسلیم فن آوری شده است. به این ترتیب رویکرد های به شدت مخالفی با رشد اینترنت وجود داشت، اما رشد آن برخلاف دیگر رسانه از جانب دولت نبود ویژگی‌ای که حتی برای منتقدان اینترنت هم جالب بود.

یکی از کاربردهای اصلی اینترنت فرستادن پیام به زبان خودمانی بود که بسیاری از آنها پیام‌های شخصی بودند. نامه‌ی الکترونیک از لحاظ رابطه‌ی شخصی افراد با یکدیگر اهمیتی آشکار در خانواده‌ها و خصوصاً در خانواده‌های پراکنده داشت. این نامه‌نگاری‌ها به آنها کمک می‌کرد گرد هم بیایند. تأثیر آنها بیش از اداره‌ی کل پست در گذشته بود. این تأثیر با شکایت‌هایی از دست توأم شد که خانواده‌ها از اعتیاد به اینترنت "یک بیماری روانی واقعی" لطمه می‌خورند. بیماری‌ای که بیشتر اعضای جوان خانواده را تحت تأثیر قرار داده است. رشد برق‌آسای وب اکثر جنبه‌های تاریخ رسانه‌ها را تحت تأثیر قرار داد. در مارس ۱۹۹۶ طی یک رویداد نمادین کلیتون رییس جمهور آمریکا با معاونش به جمع هواداران برقراری خطوط تلفن برای اتصال کلاس‌های مدارس کالیفرنیا به اینترنت پیوستند. رییس جمهور آمریکا قول داد با آغاز قرن آینده همه‌ی کلاس‌های درس آمریکا از طریق زیرساخت ملی اطلاعات به اینترنت متصل شوند.

اتصال مدارس به اینترنت بیشتر یک اقدام نمادین بود. بیشتر آنها به کسب‌وکار بیشتر شباهت داشت تا به آموزش و پرورش.

تجارت الکترونیک غالباً به عنوان نقطه‌ی اوج در عرصه‌ی مصرف تلقی می‌شد، به قول بیل گیتس در کتاب راه پیش رو، این را فراهم می‌کند که تمام کالاهای جهان در دسترس شما باشند تا آنها را ورنه‌انداز و مقایسه کنید یا حتی تغییرهای خود را سفارش دهید. او به زبان متفاوتی سخن می‌گفت، گیتس ماشین‌ها را دستگاه‌های آزادی بخش برای انسان می‌دانست که انسان را آزاد می‌کنند تا دست به کارهای خارق‌العاده بزند.

سرنوشت میلیونرهای اینترنتی هر روز در کنار دیگر وضعیت چهره‌های معروف زیر نظر قرار داشت.

در یک جامعه‌ی چند رسانه‌ای آنچه بیشتر از تکنوپولی یا حاکمیت فن آوری بر فرهنگ نگران کننده بود چیزی بود که منتقد آمریکایی آن را این‌چنین معرفی می‌کند "فرهنگ ادعا و اصرار، به قیمت از دست دادن فرهنگ قدیمی‌تر دلیل و اثبات".

نتیجه‌گیری

قضاوت‌هایی همچون محکوم کردن مطبوعات به اینکه به منابع ناشناس سیاسی متصل هستند یا محکوم کردن اینترنت به خاطر اینکه به جای تسهیل تبادل آرا و عقاید به داده‌ی بی‌مصرف از جمله به هرزه‌نگاری تبدیل شده‌اند،

قضاوت‌هایی‌اند که باید در متن تاریخی خود قرار گیرند. لذا جا دارد در این نتیجه‌گیری به سه گانه اطلاعات، آموزش و سرگرمی در اواخر قرن بیستم بپردازیم.

در عرصه‌ی اطلاعات همان مباحث گذشته مطرح شدند و مباحثات درباره‌ی رویدادهای خاص افزون بر "اقتصاد اطلاعات" و "جامعه‌ی اطلاعاتی" ادامه یافتند البته در این میان کتابی جدید نام حیات اجتماعی اطلاعات مورد توجه قرار گرفت.

رویدادهای خاص و فوق‌العاده‌ای از جمله فروریختن دیوار برلین در ۱۹۸۹ و فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، حوادث میدان تیان آن من، تجزیه‌ی یوگوسلاوی و حمله‌ی ناتو به صربستان و... رخ دادند و تاریخ نگاران همه‌ی این رویدادها را به شکل‌های متنوع وقایع نگاری و روزنامه نگاران اکثر این رویدادها را در زمان خودش گزارش کرده‌اند. اما به نظر می‌رسد پس از آن صحت و راستی به عنوان یک اصل در گزارش‌ها به مخاطره افتاد و در نتیجه مرز میان اطلاعات، سرگرمی و آموزش بیش از پیش در هم مبهم شد.

با توجه به ارائه‌ی اطلاعات در دهه‌ی پایانی قرن بیستم، گاه تحریف و گاه نادیده انگاشته شده، چه چیز می‌توان در باب آموزش و سرگرمی در این سال‌های چند رسانه‌ای گفت؟ خاصه آن وقت که بدانیم بیشتر اوقات رسانه‌های چاپی و الکترونیک در دست یک مالک بوده‌اند.

همیشه به نظر می‌رسید که در همگرایی دیجیتال فرصت‌های آموزشی منحصر به فردی وجود دارد و این علی‌رغم تمام واژه‌هایی بود که در تمام جوامع و فرهنگ‌ها از بابت "شکاف دیجیتال" وجود داشت.

در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ دولت بنا به تشخیص رهبران، تصمیم به مداخله‌ی مستقیم جهت گسترش دست رسی به تحصیلات عالی آن‌هم نه فقط برای افراد بلکه برای جوامع مختلف گرفت، این مداخله با ظهور تلویزیون شد و بعد از آن واژه‌ی همگرایی در معنایی امیدوارانه به کار رفت.

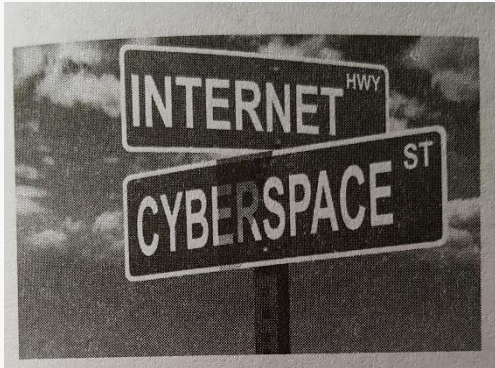
دانشگاه آزاد بریتانیا پیشگامی در آموزش از راه دور دانشجویان را در پیش گرفت. آموزش از راه دور قبل از ۱۹۷۱ در کانادا، استرالیا و زلاندنو راه افتاده بود. در ۱۹۸۹ یک "جامعه‌ی مشترک‌المنافع آموزش" شکل گرفت که هدف آن کمک به انتقال منابع به سمت طرح‌ها و برنامه‌های آموزش از راه دور در کشورهای مشترک‌المنافع. منابع مالی محدود اما ابعاد کار جهانی بود. از آن پس دانشگاه‌های مجازی دیگری نیز بوجود آمدند. از جمله دانشگاه مکاتبه‌ای ملی ایندیانا گاندی در ۱۹۸۵ در هندوستان در کنار دانشگاه مکاتبه‌ای موسوم به دانشگاه‌های "میلیونی" در تایلند و چین با دانشجویان بسیار زیادی تأسیس شدند.

با ظهور اینترنت، امکانات گسترده‌ای برای آموزش در طول زندگی، رسمی و غیررسمی، به وجود آمد. ادعاهایی نیز بوجود آمد مبنی بر اینکه اگر شبکه‌ی جهانی وب در دسترس همه قرار گیرد می‌تواند دانشگاه بدون مرزی باشد و حتی کلاس درس را برچیند.

«فصل هشت»

چم‌وخم فضای سایبر

برای دیجیتال شدن رادیو و تلویزیون جدول زمانی در نظر گرفته شد. البته چنان که می‌دانیم هنوز تمامی روندهای قبل از سال ۲۰۰۸ سرانجام نگرفته‌اند، همچنان که همه هدف‌ها در زمینه پهنای باند تحقق نیافتند.



در ۲۰۰۴ گروه بریتانیایی هم‌اندیشان پهن باند این فن آوری را چنین توصیف کرد: «در محیط کار، در خانه با در هنگام حرکت که مجموعه‌ای از خطوط ثابت، فن آوری های بی سیم و ماهواره‌ای آن را فراهم می‌کنند ... پیوسته بر ظرفیت پهنای باند افزوده می‌شود و به راستی قادر است محتوا، کاربردها و خدمات‌های نو و نوآورانه را پشتی بانی کند».

ژاپن و کره جنوبی، کشورهای از قاره اروپا و آمریکا، با تراکم‌های بالای شهری، پیشتاز دست یابی به پهنای باند فوق سریع بودند، ضمن آنکه پایین‌ترین هزینه‌ها را از مصرف‌کنندگان دریافت می‌کردند. سوئد در مکان سوم قرار داشت. جرج دبلیو بوش نیز در مبارزه‌های انتخاباتی خود تاکید کرد که تا سال ۲۰۰۷ همگان باید به فن آوری پهن باند، آن هم با هزینه مناسب، دسترسی داشته باشند. همان سال در اروپا، کمیسیون اتحادیه اروپایی در موضوع جامعه اطلاعاتی و رسانه‌ها برای مخاطبان فراوان آمریکایی توضیح داد که پرچم داری دستیابی به پهنای باند هدف اصلی بیش‌تر کشورهای اروپایی است.

در فضای سایبر

این فصل را با نگاهی گذرا به فضای سایبر آغاز کردیم و به سرعت از آن خارج شده، به جهان واقعی بازگشتیم؛ فضای سایبر واژه‌ای است که در خلال دهه ۱۹۹۰ از طریق اینترنت کاربردی عمومی یافت، امام مدت‌ها قبل‌تر، در ۱۹۳۸، سی.آ.وایت پیش بینی کرده بود که فن آوری به زودی به قلمرو واقعیت تعرض خواهد کرد: «امروزه رقابت آشکارا ... میان چیزهایی است که وجود دارند و چیزهایی که به نظر می‌رسند وجود دارند.»

در سال ۱۹۳۸ جایگزین شدن صدا با جلوه‌های صوتی، آن هم نه فقط در سینما، آغاز شد.

مردیت بریکن، دانشمند دانشگاه واشنگتن، واژگان واژه فضای سایبر را، که گاه آن را چند فضایی (هایپراسپیس) می‌نامیدند، همچنان در مرحله آشوب سازنده توصیف کرد. او نوشت رابطه فن آوری موجود اطلاعات با پی آمد های جهان مجازی کاملاً روشن نیست.»

بندیکت، استاد معماری در دانشگاه آستین تگزاس، فضای سایبر را به منزله سرزمین هجوم داده‌ها و دروغ‌ها، با تراوش‌های ذهنی و خاطره‌هایی برگرفته از طبیعت، با یک میلیون آوا و دو میلیون چشم مجسم و پیش بینی کرد. اما حتی بندیکت هم پیش بینی نمی‌کرد که در ۲۰۰۸ تار جهان گستر بیش از یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون کاربر داشته باشد، و بیش از ۳۰۵ میلیون نفر آن به پهن باند متصل باشند.

تلویزیون، در سال‌های آغازین قرن بیستم و یکم نمود و در محیط چند رسانه‌ای، کانال‌های برفکی چندانی هم وجود نداشتند. در واقع تلویزیون کماکان رسانه‌ای قوی و محبوب باقی ماند و مخاطبان بزرگی را به خود جذب کرد، هم چون مطبوعات که حتی از برخی جنبه‌های رسانه‌ای قدرتمندتر از قبل نیز شد؛ جست و جوگر و افشاء کننده. کتاب‌ها نیز نمودند، گرچه مرگ آنها، حتی مرگی قریب الوقوع، اغلب پیش بینی شده بود. فیلم، مبشر فضای سایبر بود، قبل از آن که واژه آن باب شود.

گیبسن در دیباچه خود از پیدایش نامنظم مصالح اولیه سایبر در دهه ۱۹۸۰ سخن گفت و از خود به عنوان کسی یاد کرد که بی آنکه بدانند به خلق فضای سایبر کمک کرده است.

در آن زمان الگوی کهنه دستکش‌ها و عینک‌های ایمنی که به عنوان نماد واقعیت مجازی به کار می‌رفت جای خود را به بازی‌های ویدئویی اینترنتی داده بود و این بازی‌ها، هر چند برخی‌شان عجیب و غریب و برخی ترسناک بودند، به یکی از محبوب‌ترین شکل‌های سرگرمی تبدیل شده بودند.

دیوید گلرنتر، واژه‌ای را به کار برد که قدیمی‌تر از فضای سایبر بود. این واژه جریان زندگی بود و گلرنتر از آن برای بیان اعتقاد خود درباره این که اینترنت چگونه باید پیشرفت کند، استفاده کرد.

در فضا، آن چنان که در لغت فضای سایبر به کار رفته است، می‌توان زندگی کرد، و یا این که می‌توان فضا را در نوردید یا بر فراز آن پرواز کرد. بنیان جهان مجازی زندگی دوم که آزمایشگاه لیندن آن را در ۲۰۰۳ به پا کرد همین اندیشه بود. کاربران در جهان مجازی زندگی دوم به عنوان افراد مقیم شناخته می‌شوند و می‌توانند با کاربران دیگر ملاقات کنند و حتی دارایی‌های مجازی را خرید و فروش کنند.

مورون کروگر هنرمند آمریکایی رایانه قبل از آن که گیبسن واژه فضای سایبر را ابداع کند این موضوع را فهمید. او، در سال ۱۹۶۹ با به کار بردن سایبرنتیکس به منزله یک مسیر با هنرمندان و مهندسان همراه شد، و آن قدر تحت تأثیر جان کیچ موسیقی دان قرار گرفت که آن چه "محیط‌های پاسخ گو" می‌نامید خلق کرد.

کروگر نمایشگاه‌های بسیاری نیز بر پا کرد که او را با دنیای واقعی پیوند دادند: یکی در ۱۹۷۱ درباره آنچه فضای فرا روان شناختی می‌نامید و دیگری در ۱۹۷۵ که اسم آنرا فضای ویدئویی گذاشت.

در دهه ۱۹۹۰ دنیل سندین و تامس داتانتی با یکدیگر غاری را طراحی کردند که در آن تصویرگری تعاملی رایانه‌ای و صدای سه بعدی با فضای فیزیک در هم می‌آمیخت. آن دو این محیط مجازی را غار الکترونیک نامیدند. کسانی را

که وارد غار می‌شدند انبوهی از رنگ آمیزی های دیجیتال احاطه می‌کرد. در آن زمان، همچنان که گیبسن در ۲۰۰۱ اشاره کرده بود، ساکنان غار نیاز نداشتند کلاه خود یا دستکش داده‌ای به دست کنند.

زنان، کودکان، تلویزیون و اینترنت

تلویزیون تقریباً با زندگی کودکان عجین است، همچنان که در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ چنین به نظر می‌رسید. در ۲۰۰۸ بر اساس گزارشی، ۶۳ درصد کودکان بریتانیایی در رخت خواب و قبل از خوابیدن تلویزیون تماشا می‌کردند، در حالیکه بیش‌تر کسانی که ۱۲ تا ۱۴ سال سن داشتند ذائقه‌شان از تماشای تلویزیون به کار با اینترنت تغییر یافته بود و در هفته ۱۲ ساعت از وقت خود را صرف اینترنت می‌کردند. به همین دلیل آی تی وی تصمیم گرفت که از ساعت برنامه‌های تلویزیون برای کودکان بکاهد. کار به جایی رسید که بر اساس گزارش آفکام از ۱۱۵ هزار ساعت برنامه‌ای که هر ساله برای کودکان پخش می‌شد، تنها یک درصد آن را بریتانیایی‌ها تولید کردند. این امر بر زندگی خانوادگی تأثیر گذاشت، جایی که کودکان از برنامه‌های در نظر گرفته شده روی بر می‌گردانند و به سوی اینترنت پر می‌گشودند.

مدرسه در همه کشورها، به خصوص کشورهای در حال توسعه، کودکان را به طور مثبت تشویق می‌کرد که از فن آوری های جدید استفاده کنند.

اما رسانه‌های چاپی معمولاً بیش‌تر به خطرهای اینترنت برای کودکان می‌پرداختند تا فرصت‌هایی که اینترنت در اختیار آن‌ها قرار می‌داد. این رسانه‌ها انتظار داشتند که والدین از موضع آن‌ها حمایت کنند.

در ایرلند در ۲۰۰۴ شرح گزارش پیمایش هیئت مشورتی اینترنت نشان می‌داد که اولیا به طور فزاینده‌ای از خطرات اینترنت آگاه می‌شوند.

امکان استفاده از برنامه‌های غیر الزامی فیلترینگ در بریتانیا، سوئد، کانادا و نیوزیلند وجود داشت، اما در ۲۰۰۸، زمانی که دولت کارگر استرالیا، استفاده از برنامه پیچیده فیلتر محتوای سلامت سایبر را آغاز کرد، صدای اعتراض از جهت‌های مختلف برخاست. کالین جیکبز، استدلال کرد که برنامه حکومت زمینه مداخله فنی بیش‌تر در محیط اینترنت را، فراهم می‌کند.

در خلال دهه ۱۹۹۰ و نخستین دهه قرن بیست و یکم مرزهای میان واقعیت و واقعیت مجازی، همانند مرز میان رسانه‌ها، قدیم و جدید، دستخوش تغییر شد.

پیمایش نشان می‌داد نسبت کسانی که اطلاعات مورد نیاز و سرگرمی مورد علاقه خود را از طریق وب به دست می‌آوردند هم پای افزایش تعداد کاربران اینترنت بیشتر می‌شود.

دلیل موفقیت مالی گوگل کسب درآمد کلان از تبلیغات، جدای از امکان جست‌وجوی رایگان برای کاربران بود.

در دوره‌ای که در این فصل از کتاب به آن پرداخته‌ایم رقبای تجاری فراوان و تازه‌ای پا به عرصه وب گذاشتند. موفق‌ترینشان در کار توسعه چیزی بودند که خیلی زود سایت‌های شبکه اجتماعی نام گرفتند. موفقیت این سایت‌ها نشان داد که بسیاری از کاربران نه تنها خواهان عزلت‌گزیدن از طریق اینترنت نیستند، بلکه می‌کوشند از این راه به تعامل با دیگران پردازند.

فیس بوک را مارک زوکربرگ در ۲۰۰۴ بنا نهاد.

توسعه اینترنت، صنعت فیلم را با دشواری‌های خاصی مواجه کرد.

با افزایش شمار کاربران، اینترنت بیش‌تر به مظهر زندگی انسان تبدیل شد و در نتیجه، پرسش‌های بیش‌تری نیز درباره محتوای اینترنت و ارزشهایی که منادی آن بود به میان آمد.

جابه‌جایی، حریم شخصی و نظارت

در سال ۲۰۰۶ بیش از ۲ میلیارد تلفن همراه در حال کار در سراسر دنیا وجود داشت و تعداد تلفن‌ها از تعداد مردمان آن کشورها بیش‌تر شد.

توانایی نسل‌های جدید تلفن‌های همراه در پخش موسیقی، وسیله بازی، ارسال و دریافت پیام و نیز امکان عکاسی جذابیتی آشکار بود، همچنان که کاربردهای آموزشی آن‌ها نیز برای کودکان، همانند بزرگ سالان، درخور توجه بود.

در خلال ۲۰ سال بعد از سال ۱۹۸۰، ان ای سی، موتورولا، نوکیا و پاناسونیک و از پی آنها سونی، به سرعت وارد بازار بریتانیا شدند. در مبارزه مارک‌ها، آیفون اپل پیروز میدان بود.

گوشی‌های بلک بری هم یکی از این محصولات بود که در میان بازرگانان به کارآمدترین وسیله ایمیل همراه معروف شد.

نگرانی‌ای در این باره که تلفن‌های همراه حریم خصوصی را تهدید می‌کنند وجود نداشت، مگر وقتی که کاربران با صدای بلند با آن‌ها صحبت می‌کردند.

استراق سمع تاریخی طولانی دارد اما دور تازه آن در ۱۹۷۸ در ایالات متحده آغاز شد، هنگامی که کنگره قانون نظارت بر اطلاعات خارجی را تصویب کرد. بر اساس این قانون، دادگاه فدرال محرمانه‌ای برای صدور مجوزهای استراق سمع شکل گرفت.

در ۱۹۹۴ کنگره قانون مساعدت ارتباطات در اجرای مقررات را تصویب کرد که از شرکت‌های ارتباطات دور می‌خواست به حکومت امکان دهند تمامی ارتباطات مشترکان هدف را فارغ از سرویسی که استفاده می‌کنند، شنود کنند.

اعتقادی راسخ وجود داشت که گروه‌های آزادی مدنی در آن سهیم بودند که حریم خصوصی حقی همگانی و جهان‌شمول است.

پخش خدمت عمومی

بی بی سی از ۱۹۹۵ پیش تاز دیجیتال کردن پخش بود و این فن آوری را هم به مخاطبان فرهیخته و هم مخاطبان عادی عرضه کرد.

حرکت اجباری از سیستم پخش آنالوگ به دیجیتال در ۲۰۰۸ و در وایت‌هیون در ساحل کامبریا آغاز شد.

در تاریخ پخش شاهد هستیم که شخصیت‌ها به اندازه اصول اهمیت داشتند.

کارتر در مقام وزیر گزارشی ۲۳۸ صفحه‌ای را با ۷۷ توصیه درباره موضوع‌های گوناگون رسانه‌ای در ژوئن ۲۰۰۹ منتشر کرد. یکی از این پیشنهادها گرفتن مالیات از خط‌های مسی بود.

در اروپا چنین سیلی از پیشنهادهای ارشادی به سوی سازمان‌های پخش خدمت عمومی روان نبود.

عصر دیجیتال در ۱۲ ژوئن ۲۰۰۹ آغاز شد، زمانی که ۹۷۴ ایستگاه تلویزیونی آمریکایی سیستم خود را به دیجیتال تغییر دادند و مدیر برنامه کمک کمیسیون فدرال ارتباطات با عصر دایناسورها خداحافظی کرد.

نظم دهندگان و مشاوران

در بیشتر کشورهای اروپای غربی و برخی کشورهای غیر اروپایی از جمله آسیا نهاد های ملی نظم دهنده در هر دو نقش صادر کننده مجوز و هم آهنگ کننده حضور داشتند. این نهادها کل بخش ارتباطات را زیر نظارت خود داشتند.

اتحادیه اروپایی که متکی به رهنمودها بود چنین کرد و در سال ۲۰۰۸ چارچوبی برای تنظیم شبکه‌های تجاری الکترونیک و ارائه دهندگان خدمات ایجاد کرد.

تدبیر نخستین مدیر افکام، لرد کاری با همکارانش، ساده‌ترین و مشخص‌ترین پاسخ به دگرگونی‌های فن شناختی و اقتصادی دانسته شد، گرچه شیوه کار آن، برخلاف آرزویی که داعیه‌اش را داشت همیشه با ملایمت توأم نبود.

در ایالات متحده برعکس تعداد بسیار زیادی از هواداران کارآفرینی فن آوری های خاص وجود داشتند که تصور بی طرفی کامل فن شناختی، حکم تکفیر را برایشان داشت. آن‌ها با چشم پوشیدن از منفعت اقتصادی خود را راویان انجیل رسانه‌های جدید می‌خواندند و انگیزه حرکتشان شوقی مذهب گونه بود. حتی واژه‌های موعظه‌گر و موعظه را درباره خود ره کار می‌بردند. سواد فن شناختی مفهومی بود که فهم و تبلیغ می‌کردند. کمیسیون فدرال ارتباطات با توجه به این فضای ذهنی خود را به‌هیچ‌روی نهادی نظم دهنده از نوع خانه‌های مراقبت که اتحادیه اروپایی هوادار آن

بود، معرفی نکرد. با این وجود ناچار بود به ارزش‌های فرابازار از جمله آزادی بیان حریم خصوصی و برابری اجتماعی توجه کند.

در اکتبر ۲۰۰۴ آفکام طرح کلی ۱۳۷ صفحه‌ای را درباره این که پخش خدمت عمومی چگونه می‌تواند و باید در عصر دیجیتال مدیریت شود، منتشر کرد.

در ۲۰۰۸ یک مجری بی بی سی جهانی برای نخستین بار وارد فضای سایبری شد و استودیویی به طور خاص در جهان مجازی زندگی دوم تأسیس شد.

چاپ و دنیای دیجیتال

مجله تایم زودتر از بسیاری مجله‌های دیگر چند صفحه را به کار با رایانه اختصاص داد. در واقع، همه مجله‌ها مجبور بودند به فضای سایبر بپردازند؛ کاری که البته آسان نبود. موفق‌ترین نشریه‌های دوره‌ای از جمله نشریه اسپانیایی اولاً همانند مجله‌های مد، دو دستی به دنیای آدم‌های مشهور چسبیدند، اما حفظ شمارگان برای نشریه‌های دوره‌ای که با افکار و اندیشه‌ها سروکار داشتند، دشوار بود. برخی روزنامه‌ها در گستره ملی، تابلوئید یا وزین در حفظ شمارگان موفق عمل کردند اما مجبور شدند با به راه انداختن سایت، خود را با دنیای اینترنت منطبق کنند.

دو روزنامه نگار مرد فرانسوی که هر دو با لوموند کار می‌کردند، اعتقاد داشتند که مطبوعات بدون گوتنبرگ معنایی جز گسست کامل از روزنامه نگاری سنتی ندارد. با این وجود تهدید اصلی متوجه روزنامه‌های استانی بود که تأثیر به سزایی در قرن بیستم داشتند. منشأ این تهدید نیز نه فقط اینترنت که روزنامه‌های رایگانی بودند که به آگهی اتکا داشتند. در سال ۲۰۰۵ بنیاد عمومی دیلی میل، روزنامه‌های نور تکلیف، بزرگ‌ترین زنجیره روزنامه‌های استانی خود شامل روزنامه‌های محلی سنتینل استوک و بات کرونیکل را که زمانی مایه افتخار بودند، در معرض فرش گذاشت. این رخ داد نشانه تغییر زمانه بود. اینکه یورکشایپست در لیدز یک میلیونر مالزیایی را به عنوان سهام دار عمده پذیرفت نیز نشانه دیگری از تغییر بود.

در کل پرداختن به مسائل حریم خصوصی، سیاسی و جنسی امری همواره دشوار بوده است.

سخن آخر

موضوعاتی که در طی سالهای ۲۰۰۲ به بعد در تلویزیون و فضای سایبر اهمیت پیدا کرد و به اندازه آنچه تا به حال گفته شد تأثیر گذار بوده و باعث رشد این دو شد عبارتند از: سیاست، ورزش، مذهب، نمایش بلاهای طبیعی و نشان دادن تاریخ کشورهای مختلف و موسیقی بوده است. پیش‌گویان رسانه هر چه می‌خواهند در رابطه با آینده رسانه بگویند؛ اما هیچ دستور کار از پیش تعیین شده‌ای وجود ندارد.