

راستا

۹

افکار عمومی

به نام خالق مکتب

8نمره عملی (تحقیق و ارائه کنفرانس) - 12نمره تئوری پایان ترم همراه با کنفرانس در کلاس با پاورپونت

کیفیت ارائه بصورت زیر می باشد.

نام تحقیق - فهرست - مقدمه - نتیجه - منابع

سرفصلهای آموزشی:

- اهمیت رسانه در دنیای کنونی
- روند وسایل ارتباط جمعی در جهان و ایران
- رسانه های سنتی در ایران و نقش آن در طول تاریخ
- رسانه های الکترونیکی
- تفاوتها و شباهتهای رسانه

منابع :

کتاب ارتباطات از یونس شکرخواه - وسایل ارتباط جمعی از دکتر کاظم معتمدنژاد - مقدمه ای بر نظریات

و مفاهیم ارتباط جمعی از مهرداد هرمز - رسانه های سنتی از مهدی فرقانی - رسانه ها و مدرنیته از مسعودی

اوحدی - رسانه و دموکراسی از نازنین رکنی - شناخت وسائل ارتباط جمعی از سیروس مرادی

تاریخچه وسایل ارتباط جمعی (رسانه)

روزنامه اولین رسانه ای بود که در قرن هجدهم آغاز بکار کرد و در زمان ناپلئون بناپارت به اوج خود رسید. فرانسه در این زمان خیلی فعال بود و رادیو بعنوان دومین وسیله ارتباطی در زمان هیتلر بمنظور ساخت یک وسیله تبلیغاتی توسط مارکینگ ساخته شد. سومین وسیله تلویزیون بود که در اختیار اشراف و متمکنین قرار داشت. چهارمین وسیله سینما بود که به همراه تلویزیون بعدها در اختیار طبقه دوم و سوم جامعه قرار گرفت چون آنها معتقد بودند سینما و تلویزیون نوعی از کارافتادگی در عرصه اقتصاد را بدنبال دارد. در ادامه این مسیر ماهواره و اینترنت بوجود آمد.

ارتباطات فن انتقال معانی و پیام است و برای اینکه ارتباط شکل بگیرد نیاز به گیرنده و فرستنده پیام می باشد .

ارتباط و انواع آن :

کلمه ارتباط به معنای پیوند دادن، ربط دادن، پیوستگی و رابطه استعمال می شود و همچنین معنای گوناگونی مانند گزارش دادن، منتشر کردن، شرکت دادن از آن استنباط میگردد.

مفاهیم ارتباط :

کلمه ارتباط که در علوم ارتباطات بکار میرود مفاهیم گوناگونی مانند انتقال و انتشار آگاهیها و اندیشه ها- ایجاد پیوستگی اجتماعی - اشتراک فکری و همکاری عمومی را در برمیگیرد.

ادوین امری آمریکائی در تعریف ارتباطات می گوید: فن انتقال اطلاعات و افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر است. بطور کلی هر فرد برای ایجاد ارتباط با دیگران و انتقال پیامهای خود به ایشان از وسایل مختلف استفاده میکند مثلاً وقتی انسان می خندد با نگاه خود و لبخند، نشاط خود را به دیگری نشان میدهد. / انجمن بین المللی تحقیقات ارتباط جمعی درباره ارتباط تعریف زیر را ارائه داده است:

منظور از ارتباط روزنامه ها، نشریات، مجله ها، کتابها، رادیو، تلویزیون، ارتباطات دور (تلفن - تلگراف - کابلهای زیردریایی) می باشد و همچنین ارتباط چگونگی تولید توزیع کالاها و خدمات مختلفی را که وسایل خود را به عهده دارد و تحقیقات مربوط به نتایج و آثار آنها را در برمیگیرد.

کلمه ارتباط در زبان انگلیسی :

به معنای انتقال افکار اطلاعات و رفتارها از شخصی به شخصی دیگر بکار میرفته است اما اکنون به معنای راه و وسیله حمل و نقل از مکانی به مکان دیگر استعمال می شود و در معنای اخیر ارتباطات : ارتباطات راه آهن - کانالهای دریایی و تمامی وسایل مسافرت و حمل و نقل انسانها و کالا را در برمیگیرد که معمولاً به همه آنها ارتباطات می گویند. از بهترین تعریفهایی که تا کنون در باره ارتباط و یا ارتباطات بیان شده است مربوط به چارلز کولی جامعه شناس آمریکائی است : وی معتقد است ارتباط مکانیزمی است که روابط انسانی براساس آن بوجود می آید و تمام مظاهر فکری و وسایل انتقال و حفظ آنها در مکان و زمان بر پایه آن توسعه پیدا میکند .

ارتباط حالات چهره، رفتارها، حرکات، طنین صدا، کلمات، نوشته‌ها، چاپ، راه آهن، تلگراف و تمام وسایل اخیر در راه غلبه بر مکان و زمان ساخته شده‌اند را در برمیگیرد که این تعریف در مورد ارتباط کاملترین و جامعترین تعریف محسوب میشود.

وسایل ارتباطی

در جوامع اولیه که انسانها در گروههای بسیار کوچک زندگی میکردند زبان و بیان شفاهی تنها وسیله ارتباطی بود اما بتدریج که محیط زندگی وسعت می یابد انسانها ئیکه دورتر از هم زندگی میکنند ناچارند فریادها را بلند کنند، از جارچی کمک بگیرند یا طبل به صدا در آورند و یا از آتش و دود و علامات و نشانه های دیگر بهره برداری کنند به این ترتیب در طول تاریخ وسایل ارتباطی گوناگونی مورد استفاده جوامع بشری واقع شده است که برخی از این وسایل مثل زبان انسان، از وسایل طبیعی بشمار میروند و بعضی دیگر مثل علامات و نشانه های گوناگون جنبه قراردادی دارند.

زبان و بیان شفاهی: که در چنین ارتباطی عنصر دیگری جز فرستنده و گیرنده وجود ندارد و چون پیام بصورت شفاهی مبادله می شود ممکن است جزء از بیان گوینده محسوب شود و یا اهم آن مطلب از بین برود و حواشیح آن مطلب در اختیار افراد قرار بگیرد.

محدودیت:

از مهمترین معایب زبان و بیان شفاهی این است که منشا اصلی پیام ارتباطی نمیتواند یا نتواند مقاصد خود را برای گروهی عظیم در محیطی وسیع بیان کند و هنگام انتقال پیام بصورت دهان به دهان اصالت آن از میان میرود و شکل شایعه بخود میگیرد. البته بشر در این دوره برای افزایش سرعت انتشار پیامها از سوار کاران و یا دوندگان استفاده میکرده است .

از ارتباطات سنتی تا ارتباطات جمعی

نخستین عصر ارتباطات جمعی با اختراع چاپ آغاز می شود و در این دوره روابط اجتماعی اندیشه ها و رفتارهای انسانی همه تحت تاثیر نوشته های چاپی هستند. نخستین روزنامه های چاپی اروپا از قرن 17 یعنی 2 قرن پس از صنعت چاپ

به وجود می آیند و از اواخر قرن 18 نیز به دنبال انقلاب فرانسه زمینه مساعدی برای پیشرفت مطبوعات فراهم شد و به همراه تحولات اقتصادی و اجتماعی جدید مثل صنعتی شدن جوامع، توسعه شهرنشینی، بالا رفتن سطح زندگی، پیشرفت آموزش و اشاعه فرهنگ، شرایط لازم را برای انتشار روزنامه های پرتیراژ آماده کرد و بدین ترتیب خواندن مطبوعات که پیش از آن علت مختلفی مثل گرانی قیمت روزنامه ها و بیسوادی اکثر مردم رواج نیافته بود عمومیت پیدا کرد و بصورت فردی در آمد. بر این اساس ارتباطات جمعی نسبت به ارتباطات سنتی تازه گی هایی دارند که مهمترین آنها:

* غیر شخصی بودن و یکنواخت بودن پیام های ارتباطات جمعی می باشد. در تعریف این مبحث میتوان گفت: انتقال جمعی پیامها، از طریق وسایل فنی جدید با هرگونه ارتباط مستقیم و هرگونه انتقالی که مستلزم تماس چهره به چهره به پیام دهنده و پیام گیرنده باشد مغایر است. به همین خاطر مهمترین ویژگی ارتباطات جمعی نسبت به ارتباطات سنتی آن است که به پیام دهندگان اجازه میدهند پیامها و اطلاعات مختلف را بدون تماس مستقیم با پیام گیرندگان به آنها منتقل سازند در حالیکه تماس چهره به چهره اساس تمام ارتباطات در جوامع بدون وسایل ارتباطی است و نکته ای که باید به آن توجه کرد اینست که در ارتباطات سنتی یکنواختی و ثبات وجود ندارد و اطلاعاتیکه بر اثر برخوردهای مستقیم افراد بصورت شایعه به دیگران منتقل می شوند در جریان انتقال دچار تحریف و دگرگونی می شوند.

* توسعه مطبوعات با پیشرفت سواد آموزی و تحصیلات مدرسه ای رابطه نزدیک دارد، به همین خاطر ارتباطات جمعی را معلول توسعه یافتگی میدانند. زیرا گسترش این نوع ارتباط به آموزش بستگی دارد. چون آموزش انسان را به مطالعه تشویق می کند و کانونهای توجه را افزایش میدهد و مردم را به روزنامه خوانی و استفاده از رادیو، تلویزیون و سینما وامیدارد.

توسعه ی ارتباطات جمعی بدون توسعه اقتصادی امکان پذیر نیست چون تنها در شرایط توسعه یافتگی است که جوامع میتوانند صنایع مخصوص تولید دستگاههای فرستنده و گیرنده رادیویی و تلویزیونی ایجاد کنند و وسایل ارتباط نوین را در اختیار گروههای وسیع اجتماعی بگذارند.

الف) - **سرعت انتشار:** سریع و آتی بودن وسایل ارتباط جمعی از مهمترین خصلتهای آنان به شمار میرود. در گذشته ماهها طول می کشید تا واقعه ای از راه دور به اطلاع افراد برسد. اما اکنون ظرف چند دقیقه، رویدادهایی که در دورترین نقاط اتفاق می افتد به وسیله وسایل ارتباط جمعی در اختیار مردم گذاشته می شود. در این بین روزنامه ها به دلیل اینکه در روز فقط یک بار منتشر می شوند به دلیل دریافت خبر، چاپخانه و محدودیتهایی که دارند زمان زیادی طی می شود تا به دست خوانندگان برسد. اما رادیو و تلویزیون با آنکه خبرهای خود را از خبرگزاریها کسب میکنند با طولانی بودن فاصله انتشار و مراحل تهیه و توزیع روبه رو نیستند و می توانند آخرین اخبار را منتشر و در اختیار شنوندگان و بینندگان قرار دهند. سرعت پخش پیامهای ارتباطی از طریق رادیو و تلویزیون به حدی پیشرفت کرده است که این وسایل میتوانند چگونگی وقایع را در همان لحظه وقوع پخش و بطور غیر مستقیم برای مخاطبین خود گزارش دهند. اگرچه وسایل ارتباط جمعی امکان ارتباط چهره به چهره را از میان برده است اما با پخش جریان وقایع در همان لحظه اطلاع، گیرندگان را از حضور در محل وقوع بی نیاز ساخته است.

ب) - **مداومت انتشار:** اکنون وسایل ارتباط جمعی در تمام ساعات شبانه روز فعالیت می کنند و به طور منظم و مداوم پیامهای خود را در اختیار مخاطبین قرار میدهد. در کل میتوان گفت: زندگی مطبوعات، رادیو و تلویزیون از زمانی آغاز می شود که خبری را نشر دهند و هم اکنون تمامی این وسایل در ساعات ثابت شبانه روزی در روزهای معین هفته به تولید برنامه پرداخته اند و خبرها و اطلاعاتی را عرضه میکنند.

چاپهای روزانه روزنامه ها و خبرهای ساعت به ساعت رادیوها بهترین نشانه و مداومت پخش اطلاعات از طریق وسایل ارتباط جمعی هستند و پیاپی ارتباط جمعی روز به روز نیاز انسان را به استفاده از برنامه های خبری افزایش میدهد. پخش برنامه های خبری به صورت مداوم هم اکنون به جایی رسیده است که بعضی از فرستنده های رادیویی اروپائی و آمریکائی در تمام طول شبانه روز همراه با پخش صفحات موسیقی و آگهی سرگرم کننده تجاری خبرهای کوتاه منتشر میکنند. حتی بعضی از روزنامه ها و رادیوها برای ارضاء کنجکاویهای خبری افراد مراکز تلفنی خاصی ایجاد کرده اند که مخاطبین می توانند با گرفتن یک شماره در تمام لحظات شبانه روز از آخرین رویدادها اطلاع حاصل کنند.

ج)- وسعت جهانی حوزه انتشار :

در گذشته بیشتر اطلاعات انسانی در باره افراد به طور غیر مستقیم از مسافران و جهانگردان و یا پیام آوران مخصوص کسب می شد که این اطلاعات در دسترس همگان نبود و فقط افراد خاصی مثل فرمانروایان و محققان می توانستند از آن استفاده کنند اما بتدریج شبکه های تلفن - تلگراف و بیسیم انسانها، موفق نشدند از رویدادهای گوناگونی که در دنیا اتفاق می افتد آگاهی حاصل کنند، روزنامه با همه پیشرفتهایش و با همه عقب افتادگیهای اقتصادی و فرهنگی بسیاری از ملت‌های دنیا هنوز جنبه ی همگانی پیدانکرده است و فقط در کشورهای پیشرفته صنعتی اکثریت افراد از روزنامه ها استفاده می کنند و در بیشتر موارد مردم از خواندن آنها محرومند و در کنار مطبوعات، رادیو حوزه انتشار بسیار وسیعی دارد و بیشتر از همه ی وسایل ارتباط جمعی در دسترس مردم جهان است. پیشرفت رادیو مثل مطبوعات نیازمند سواد آموزی نیست چون این وسیله ی ارتباطی جنبه شنیداری دارد و در کشورهای توسعه نیافته نیز اکثریت مردم می توانند از آن استفاده کنند. ارزان بودن بهای رادیوها به پیشرفت این وسیله در کشورهای توسعه نیافته نیز کمک کرده است. باید به این مسئله توجه داشت که: سرعت - مداومت - وسعت و فراوانی محتوای مطبوعات، رادیوها و تلویزیونها به خودی خود نمی توانند همه ی شرایط آگاهی - آموزش - راهنمایی و سرگرمی افراد را در جوامع انسانی فراهم کنند چون وسایل ارتباط جمعی در اوضاع و احوال اقتصادی و اجتماعی جوامع مختلف فعالیت می کنند و دست آویز نظامهای سیاسی متفاوتی هستند به همین خاطر این وسایل بر مبنای منافع آن دولت ممکن است انتشار سریع و مداوم محتویات خود را وسیله سودجویی و آگاهی فروش قرار دهند و یا آنکه هدف اصلی خود را بر تبلیغات سیاسی استوار سازند و همه مطالب و برنامه ها را در راه اغناء نیازهای فکری دولت مربوطه به کار اندازند.

رسانه - افکار عمومی و شایعه

رسانه: مسئولیتی که رسانه ها در برابر شایعه دارند راهنمایی و هدایت افکار عمومی به سوی حقیقت آفت زدائی خبری و جلوگیری از سم پاشی خبری می باشد مسئولیت اجتماعی یک رسانه آن را موظف می کند که با آگاهی و اطلاع از نتایج مخرب این حرکت حداکثر توان خود را در مبارزه با شایعه به کار گیرد زیرا هدف اصلی رسانه انتشار به موقه و مداوم اخبار صحیح و مورد تأیید مقامات رسمی یا دولتی به منظور بی رنگ کردن شایعه است. رسانه های با تشخیص

تفاوتها می توانند اهداف و شیوه های انتشار شایعه را دریابند و با بررسی بیشتر به مقابله با آن بپردازند، اما آنچه که مسئولیت اجتماعی رسانه را در برابر شایعه حساستر نشان میدهد این است که حس مسئولیت پذیری در یک رسانه تا چه ميزانی برانگیخته شده باشد.

یک رسانه باید با تسلط بر ویژه گیهای اقشار فکری جامعه به نحوی به ارائه اخبار بپردازد و جریان فکری خاصی را القاء نکند. ضرورت بررسی مسئولیت اجتماعی رسانه زمانی برجسته می شود که جامعه با موضوع خاص و مهمی روبرو باشد در این وضعیت اخبار حوادث داخلی که از طرف رسانه های بیگانه به سمت یک جامعه ارسال می شود دارای سمت و سو و هدف به خصوصی است. لذا در گزینش و پذیرش اخبار دریافتی باید هوشیاری و دریافت کافی به خرج داد. البته سطح درک و شعور اجتماعی مخاطبان در روند شکل گیری مسئولیت اجتماعی رسانه ها در برابر شایعه بسیار مهم است زیرا بالا بودن فهم اجتماعی مردم فرآیند بیان واقعیتها را برای رسانه ها آسانتر میکند.

متأسفانه برخی از جریانات هدفمند خبری توسط بنگاههای سخن پراکنی و با استفاده از شیوه های مختلف خبرسازی از جمله به نقل از فلان خبرگزاری یا گفته ی منابع آگاه یا منبعی که نخواست نامش فاش شود همیشه به نحوی خود را از برجسب شایعه سازی یا دروغ پراکنی خلاص می کند در این شرایط مسئولیت یک رسانه متعهد در برابر شایعه مشخص میگردد. مسئولیت اجتماعی رسانه ها در جوامع مختلف به دلیل تفاوت خط قرمز مطبوعات با یکدیگر متفاوت است با این حال در جوامع دموکراتیک سعی میشود با استفاده از قوانین صنفی کیفیت، مسئولیت اجتماعی و صنفی خبرنگاران در برابر شایعه تبیین گردد. در این کشورها مسئله مقابله با خبرنگاران، با شایعه و شایعه پراکنی همانند اصول دموکراسی رعایت شده است و برای همانند امنیت ملی و تمامیت ارضی کشور ارزش قائلند. اما در کشورهای غیر دموکراتیک و معمولاً نظامی و دیکتاتوری اصل شایعه و شایعه پراکنی از اصول اساسی دوام و بقای این گونه حکومتهاست و اگر آگاهی روزنامه نگاران بر حسب وجدان کاری در صدد خنثی سازی و افشای اصل خبر نباشند با مشکل روبرو می شوند.

ویژگیهای رادیو در عصر سرعت :

رادیو در عصر پرشتاب رسانه ها یکی از رسانه های پر سرعت در انتقال پیام است که در مقایسه با دیگر رسانه های

نوشتاری و تصویری رادیو در انتقال پیام مورد نظر می تواند در مدت کوتاه اخبار مختلفی را از سطوح بین المللی و ملی به مخاطبان انتقال دهد. سرعت زیاد رادیو حتی در دنیای امروز یک از ویژگیهای منحصر بفرد است که این امکان را میدهد با امکاناتی بسیار محدود در حداقل زمان بهترین کارائی را داشته باشد به همین خاطر رادیو در انتقال پیامها سریعتر، کم هزینه تر و اثر گذار تر میتواند عمل کند. امروز کانالهای اثر گذار رادیو به ساخت برنامه های کوتاه مدت و پر سرعت مبادرت می ورزند و دیدگاه برنامه سازان رادیو نیز این است که هرچه پیام پرشتابتر و کوتاهتر باشد اثر گذارتر خواهد بود.

رادیو چگونه بوجود آمد:

اولین کسی که متوجه شد می توان از بیسیم بعنوان یک وسیله ارتباطی استفاده کرد فردی بنام مارکونی (ایتالیائی) بود که بعدها بعنوان مخترع رادیو معروف شد. وی در سال 1895 اولین خبر رادیویی خود را به وسیله بیسیم در یک فاصله سه کیلومتری فرستاد و در سال 1897 یک ارتباط بیسیم بین دو کشتی جنگی را در یک مساحت 12 کیلومتری ایجاد کرد و بالاخره در سال 1901 علائم بیسیم را از یکطرف اقیانوس اطلس از کشور انگلستان به آن طرف اقیانوس اطلس کشور آمریکا فرستاد. مردم از اختراع این وسیله چنان به هیجان آمده بودند که خواستار پخش صدای انسان از رادیو شدند. ام چون لامپهای رادیو ضعیف بود امکان این کار امکان پذیر نبود به همین خاطر در سال 1906 یک فیزیکدان آمریکائی لامپی را اختراع کرد که برای این رادیو قابل استفاده بود این لامپها تحول بزرگی را در زمینه دستگاه الکتریکی بوجود آوردند و باعث شد افراد دیگر موفق به ساخت لامپهای قوی شوند به همین خاطر در سال 1910 برای اولین بار صدای موسیقی و آواز از طریق رادیو در سراسر آمریکای شمالی شنیده شد ولی جنگ جهانی اول باعث شد استفاده از رادیو برای پخش موزیک برای تمام جهانیان مسکوت بماند و رادیو وسیله ای شد برای تامین نیازهای نظامی در دوران جنگ جهانی اول، تاریخ شروع بهره برداری از رادیو در سال 1920 است که برای اولین بار بصورت منظم در این سال در انگلستان بکار افتاد در حال حاضر در دنیا یک میلیارد شنونده رادیو وجود دارد یعنی برای هر چهار نفر یک رادیو.

خصایص و شرح حالی از رادیو :

از ویژگیهای رادیو

- 1- سرعت زیاد رادیو بعنوان یک ویژگی منحصر بفرد این امکان را به رادیو میدهد که با امکاناتی محدود در حداقل زمان بهترین کارائی را داشته باشد
- 2- کم هزینه بودن تولید برنامه های رادیویی که معمولا برنامه های رادیویی را کلام، موسیقی و گاهی سکوت تشکیل میدهد.
- 3- میزان تعریف در رادیو کم تر از دیگر رسانه هاست اما در سایر وسایل ارتباط جمعی استفاده کارگردان از هریک از ابزار و وسایل مختلف در جهت خاص میتوان یک مسئله را تعریف کرد.
- 4- توانائی برقراری ارتباطی صمیمانه است، چون رادیو از طریق امواج نامرئی و غیر محسوس در زمانی کوتاه میتواند ارتباطی صمیمانه با مخاطبینش برقرار کند در واقع ارتباط صمیمانه در رادیو در این وسایل ارتباط جمعی استثنائی است. از قرن نوزده به بعد روزنامه ایجاد شد در ایران 172 سال است که روزنامه بوجود آمده است (89 سال دوره قاجار - 53 مربوط به پهلوی و 30 سال مربوط به دوره انقلاب است).

آموزش روزنامه نگاری و یادداشت های يك روزنامه نگار

روزنامه ها را اکنون در همه جا می توانید پیدا کنید رسانه ای که قرار بود دنیا را تغییر دهد نخستین پرتو خود را در یکی از روزهای سال 1605 در استراسبورگ که یک جمهوری آزاد در قرن شانزدهم بود آشکار ساخت. چند سال طول کشید تا روزنامه ها در سایر کشورها هم پدیدار شوند نخستین روزنامه فرانسه تحت عنوان گزت (gazette) در سال 1631 منتشر شد روزنامه دیگری با همین نام در سال 1665 در انگلیس منتشر شد که در آغاز آکسفورد گزت (oxford gazette) خوانده می شد.

محققان و مورخان و گاه روزنامه نگاران 172 سال حیات مطبوعات ایران را بر اساس دیدگاه و سلیقه خود دوره بندی کرده اند. گروهی کیفیت و عده ای کمیت را مبنای دوره بندی قرار داده اند. اما نگاهی به این گستره وسیع و بررسی مطبوعات ایران این حقیقت را نشان می دهد که دوره بندی ها عمدتا با آنچه بر مطبوعات گذشته است و

مطبوعاتیان عرضه کرده اند سازگاری ندارد. مطبوعات در ایران 89 سال عمر خود را در دوره قاجار، 53 سال را در دوره پهلوی و 30 سال را در دوران جمهوری اسلامی گذرانده اند. این تقسیم بندی بر اساس سه دوره اصلی: قاجار، پهلوی و جمهوری اسلامی تفکیک می شود.

یوهان کارولس (Johann carolus) نمی دانست روزنامه چنین کارکردی خواهد یافت او روزنامه رلیشن (relation) را به چاپ رساند رلیشن یک واژه لاتین است که از reatio به معنی گزارش دادن مشتق می شود و او به همین دلیل این نام را برای روزنامه اش برگزیده بود. او چند فرمان رسانه های مدرن را جاری ساخت. نخست آنکه رلیشن نخستین روزنامه موضوعی بود و طیفی از موضوع ها را پوشش می داد و بنابر این جهانی بود. دوم آنکه متمرکز بر عامه مردم بود و مسئولیت و رسالت آگهی رسانی داشت. تعیین کننده ترین فاکتوری که رلیشن را به اولین روزنامه مدرن تبدیل ساخت تداوم آن در انتشار بود. رلیشن نخستین روزنامه ای بود که به صورت هفتگی و به مدت هفتاد سال به زندگی خود ادامه داد اما به هر حال رلیشن از بسیاری جهات شبیه روزنامه های امروزی نبود در آن دوران پستیچی ها نقشی تعیین کننده در گردآوری اخبار داشتند چرا که آنها بودند که خبرها را از پیک های سواره می گرفتند و از آنجایی که در آن دوران خبرها به مفهوم اخذ کلمه چندان زیاد نبودند هر چیزی که می رسید به دست چاپ سپرده می شد بی آنکه حتی ویرایش شود چند سال طول کشید تا روزنامه ها در سایر کشورها هم پدیدار شوند نخستین روزنامه فرانسه تحت عنوان (gazette) در سال 1361 منتشر شد روزنامه دیگری با همین نام در سال 1665 در انگلیس منتشر شد که در آغاز آکسفورد گزت (oxford gazette) خوانده می شد آکسفورد گزت در آکسفورد یعنی در جایی که دربار انگلیس از ترس طاعون در آنجا مستقر شده بود منتشر می شد اما وقتی دربار بعد از یک سال به پایتخت برگشت این روزنامه نیز نام خود را به لندن - گزت - تغییر داد. در سوئد نخستین روزنامه در سال 1645 انتشار یافت این روزنامه سوئدی قدیمی ترین روزنامه ای است که هنوز تا امروز و ظاهرا بدون وقفه به انتشار خود ادامه داده است پنجاه سال بعد پای روزنامه به آمریکا باز شد و آن زمانی بود که روزنامه پابلیک اکرنسز (public occurrences) در سال 1690 در بوستون انتشار یافت این روزنامه تنها یک شماره انتشار یافت و به سرعت توقیف شد و به همین دلیل است که تاریخ آغاز انتشار روزنامه های مدرن آمریکا را سال 1734 می دانند یعنی زمانی که ژورنال هفتگی نیویورک

(new York weekly journal) منتشر شد هجده سال دیگر هم گذشت تا اینکه کاناداییها در سال 1752 به نخستین روزنامه خود یعنی هالیفکس گزت (Halifax gazette) رسیدند اما نخستین روزنامه ها در بخش شرقی جهان در قرن نوزدهم با عنوان سیدنی گزت و نیوساوت ادورتایزر (new south advertiser) در سال 1803 در استرالیا منتشر شدند.

ژاپنی ها هم نخستین روزنامه خود را با نام نیچی نیچی (niche – niche) در سال 1872 منتشر ساختند. اما انتشار روزنامه و به عبارت بهتر تولد روزنامه به مفهوم امروزی آن در سال 1650 در پاییزیک آلمان و با انتشار ایکموند صورت گرفت. ایکموند زیتونگن 6 روز در هفته منتشر می شد چهار صفحه داشت و ابعاد آن حدود 31/5 در 17 سانتیمتر بود.

اگر چه انتشار روزنامه ها در آغاز از نظر تعداد چشمگیر نبود، اما آلمانی زبان ها به حدی که بخواهند بخوانند روزنامه در اختیار داشتند در پایان قرن هفدهم حدود هفتاد روزنامه آلمانی زبان در آلمان منتشر می شد که کمی بیشتر از تمام روزنامه های منتشره در بقیه اروپا در آن دوران بود.

ارتقای سطح سواد و آموزش منجر به استقبال بیشتر از روزنامه ها شد و مردم برای هزینه کردن در مورد رسانه ای که عطش آنها را نسبت به اطلاعات فرو می نشاند رغبت و تمایلی بیشتر از خود نشان دادند. حدود سال 1800 بود که correspondent برای خود 51000 مشتری دست و پا کرد چهار هزار نسخه از این روزنامه هامبورگی که برای اروپایی ها به یک منبع معتبر تبدیل شده بود به کشورهای دور و نزدیک ارسال می شد و این روزنامه توانست نخستین روزنامه نگارانی را که فقط از طریق روزنامه نویسی امرار معاش می کردند گرد خود جمع کند.

بروز روش های صنعتی کاغذ سازی در میانه قرن نوزدهم و ترکیب مطالب محتوایی با آگهی ها باعث شد تا در عرصه روزنامه ها سنگ پایه ای تازه از جنبه هزینه ها بنیان نهاده شود. قیمت روزنامه ها به شدت پایین آمد و به این ترتیب هر کسی قادر به خرید روزنامه شد پیشرفت در عرصه تکنولوژی های چاپی هم به روزنامه ها بال و پر داد تا به رسانه ای جمعی تبدیل شوند. فردریک کونینگ (friedrich kenig) مخترع در سال 1814 نخستین ماشین دو سیلندر چاپ را که با نیروی بخار کار می کرد اختراع کرد و آن را در اختیار تایمز لندن قرار داد این ماشین می توانست

1100 ورق در ساعت چاپ کند و به این ترتیب بود که در 28 نوامبر 1814 چهار هزار نسخه از تایمز لندن را در چند ساعت چاپ کرد و اینجا بود که ماشین چاپ اتوماتیک رونق روزافزون یافت.

خبرهای شکست و نابودی ارتش ناپلئون در ژوئن 1815 در واترلو توسط همین ماشین های چاپ سیلندری چاپ شد و در سال 1845 شرکت فابریک آگسبورگ (mashinenfabric ausburg) تاسیس شد و تا سال 1872- 750 ماشین چاپ اتوماتیک را در آلمان و خارج از آلمان به فروش رساند اما در قرن نوزدهم شاهد یک نوآوری دیگر علاوه بر ماشین چاپ اتوماتیک سیلندری هم هستیم و این بار هم این تایمز لندن بود که در استفاده از آن پیشتاز بود جان والتر سوم (John Walter III) نخستین ماشین چاپ را برای روزنامه ساخت و این اختراع به نام ماشین چاپ والتر معروف شد.

مدتی بود در نمایشگاه جهانی وین در سال 1873 شرکت آگسبرگ ماشین کوچکتری را عرضه کرد که بر اساس اصول ماشین والتر کار می کرد اما کار با آن راحت بود و می توانست 12000 ورق در ساعت را پشت و رو چاپ کند. رشد سریع در عرصه چاپ روزنامه باعث شد تا فابریکه آگسبرگ که امروز کارخانه پلائن مان رولند است به فکر ساخت ماشین چاپ بیفتد و به این ترتیب بود که روتاپلانا در سال 1897 به عنوان ماشین رول مطرح شد.

روزنامه ها از همان روزهای اولیه که خبرهایشان را پستی ها می آوردند (بدون ویرایش و کنترل و افزودن تحلیل و تفسیر) در استراسبورگ، به تدریج به سوی تبدیل شدن به رسانه های جمعی حرکت کردند تا رسانه هایی باشند که از آزادی مطبوعات در سراسر جهان دفاع می کنند با تحولات عظیم اجتماعی اقتصادی و فرهنگی در طول قرن ها همگام بوده و گاه به این تحولات شکل هم داده اند.

روزنامه در چهارصدمین سال تولد خود به رسانه ای تبدیل شده است که از جنبه شیوه های عرضه روزنامه نگارانه مطالب بسیار ثروتمند است، بسیار آسان خوانده می شود از تصویر و صفحه آرای مطالب برخوردار شده و بیش از یک میلیارد نسخه از آن در 200 کشور حضور دارد و جالب این که انجمن روزنامه ها (wan) هزاران روزنامه از سراسر جهان را نمایندگی می کند و از آن جمله 6500 مورد از آنها هم جز روزنامه های یومیه هستند.

روزنامه ارتباط یا رلیشن در ماه ژوئن 1605 در شهر استراسبورگ آلمان آن زمان و فرانسه امروز پا به عرصه وجود نهاد. رلیشن نخستین روزنامه جهانی نبوده است ولی اولین نشریه عمومی است که اختصاص به اخبار دربار پادشاه دولت محلی و مدح این و آن نداشت و همه گونه مطالب درباره هر کس را که احساس می کرد کاری کرده و یا این که می توانسته کاری کند ولی نکرده بود منتشر می ساخت و نشریه ای بود فروشی و با بهای معین تاریخچه انتشار روزنامه در جهان خیلی قدیمی تر از رلیشن است در زمان حکومت ژولیوس سزار (دو هزار و اندی سال پیش) به ابتکار او روزنامه ای در شهر روم منتشر می شد به نام اکتادیوما که در آن در آغاز کار تنها کارها و تصمیمات سزار درج می شد که بعداً فعالیت های سنا و دولت هم بر آن اضافه شد. این نشریه دستنویس برای مطالعه باسوادهادر چند نقطه عمومی شهر و در جایی محفوظ از باد و باران نصب می شد. در سده سوم میلادی به انتشار اردشیر بابکان کارنامه ای تحت نام روزنامک (ک = ه) فعالیت های انجام شده دربار دولت و موبدان را درج و برای مقامات و رجالی خاص ارسال می شد (به مانند نشریه ویژه خبرگزاری های دولتی) این کار تا اواسط حکومت خسروپرویز ادامه داشت در سال 713 میلادی در پکن (شهر بیژینگ پایتخت چین) روزنامه ای به همان شکل روزنامک زردتشتیان انتشار یافت با این تفاوت که گاهی هم مطلبی درباره مردم عادی داشت این نشریه را خالی می کردند و به صورت مهر در می آوردند آن را به مرکب آغشته می کردند و روی کاغذ می زدند و تکثیر می کردند. چینی ها قبل از آن با ساخت قلم و مرکب آشنا بودند. دایرة المعارف کتاب و چاپ نام این روزنامه (کای یووان) نوشته شده است که گویا از نام ماه انتشار آن گرفته شده است. سپس نوبت به رلیشن رسید که (یوهان کارولوس) آن را در نخستین هفته از ماه ژوئن سال 1605 در استراسبورگ به دست چاپ سپرد و مادر روزنامه های امروزی به شمار می رود.

در سال 1621 در لندن نشریه عمومی (کورنت) به چاپ رسید. نخستین روزنامه به زبان فرانسه (گازت) بود که در سال 1361 کار انتشار آن آغاز شده بود. در سال 1646 در سوئد روزنامه ای به نام (پست اینریکس تیدنینگار) انتشار یافت که پس از 359 سال هم چنان به طور منظم منتشر می شود.

از وسایل ارتباطی نوین همه به جز تلویزیون در ابتدا با حمایت دولت به وجود آمدند. روزنامه، سینما، رادیو همه وقتی برای اولین بار به وجود آمدند دولتی بودند. تلویزیون تقریباً بر خلاف روال تمامی کشورهای دنیا کار خود را به صورت خصوصی آغاز کرد. دکتر محسنیان راد در مورد پیدایش اولین تلویزیون در ایران می گوید: "روز یازدهم مهرماه 1377، وقتی که هنوز در نیمی از کشورهای جهان فرستنده تلویزیونی وجود نداشت و هنگامی که بسیاری از کشورهای آسیایی بدون تلویزیون بودند و هنوز هفت سال مانده بود تا تلویزیون در هند گشایش یابد، اولین فرستنده تلویزیونی در ایران افتتاح شد. در آن سال فقط 66 کشور در جهان تلویزیون داشتند. قدرت این فرستنده تلویزیونی فقط 3 کیلو وات بود و فقط در شعاع 170 کیلومتری تهران امکان مشاهده تصاویر سیاه و سفید آن فراهم می شد. مالک تلویزیون خصوصی در ایران "ثابت پاسال" بود که مالک کارخانه پپسی کولا در تهران بود. این فرد شاه را در جمع ایرانیان مقیم آمریکا ملاقات کرده بود و درخواست خود را با شاه میان می گذارد و شاه نیز می پذیرد."

قبل از اینکه به ادامه بحث تلویزیون خصوصی بپردازیم لازم است بگویم، قدرت فرستنده دولتی بیش از سه برابر قدرت تلویزیون خصوصی و سیستم آن از نوع 625 خطی و متفاوت با سیستم تلویزیون خصوصی بود و تجهیزات آن پیشرفته و به روز بود. تلویزیون دولتی برای آنکه بتواند بینندگان خصوصی را هم داشته باشد، سیستمی را پیاده کرد که دارندگان تلویزیون خصوصی نیز بتوانند از آن استفاده کنند. با این کار تلویزیون خصوصی به انزوا کشیده شد.

در آن سالها (دهه 50) 35٪ برنامه ها را سریالهای تلویزیونی و فیلم های خارجی تشکیل می داد که به زبان فارسی دوبله شده بود. در آن سالها موسیقی غربی - چه کلاسیک و چه جاز - از نظر میزان پخش، جایگاهی به مراتب بالاتر از موسیقی سنتی ایران داشت. در سال 1350، نسبت موسیقی (به جز شوهای تلویزیونی) به کل برنامه های تلویزیون به طور متوسط 8٪ بود. مدت نمایش شوهای تلویزیونی، یازده برابر مدت نمایش موسیقی ایرانی بود.

در آن زمان بینندگان سریال های تلویزیونی ایرانی بیشتر از بینندگان سریالهای خارجی بود چرا که سریال های ایرانی بازگو کننده زندگی در جامعه ایرانی و نشان دهنده خواست ها و امیالشان در جامعه است.

یکی از مهم ترین استفاده ها از تلویزیون ملی که تاثیرات زیادی را بر اذهان مردم گذاشت، نشان دادن مراسم جشن بود. این جشن که به مدت سه روز به طول انجامید به صورت مستقیم و با جزئیات کامل از تلویزیون پخش شد در روز 21 مهر مراسم استقبال از میهمانان و در روز 22 مهر مراسم ضیاف شام در کنار تخت جمشید و در فردای آن روز مراسم رژه 2500 ساله به صورت کامل از تلویزیون پخش شد. این امر نه تنها تاثیر مثبتی بر مردم ایران نداشت بلکه خشم و نفرت آنان را نسبت به شاه بیشتر هم کرد. بعد از این تلویزیون ملی یک‌هفته عرصه رسانه تلویزیون شد و سانسور و خفقان در این رسانه از بعد از جشن های 2500 ساله تا روزهای انقلاب روز به روز بیشتر می شد.

همچنین تلویزیون ملی ایران پس از حذف تلویزیون خصوصی به گسترش در شهرهای دیگر ایران اقدام کرد. به طوری که در سال 1351 تمامی شهرهای ایران که جمعیت آن بالای 100 هزار نفر بود زیر پوشش تلویزیونی قرار گرفت. این میزان شامل 79٪ جمعیت شهر نشین کشور و 31٪ جمعیت روستایی می شد. این شرایط در حالی بود که مطبوعات در ایران نتوانسته بودند به همچنین جایگاهی برسند.

دوران رکود تلویزیون (دوران انقلاب و سالهای جنگ) در این قسمت از مقاله به بررسی تاثیرات تلویزیون در دستیابی به انقلاب اسلامی خواهیم پرداخت.

همان طور که در دوره قبل نیز توضیح داده شد، پس از جشن های 2500 ساله و اعتراضات مختلف از گوشه و کنار کشور، سیاست دولت در برابر تلویزیون تغییر کرد از مهم ترین اتفاقات در این دوران اعتصاب مدیران و کارکنان صدا و سیما بعد از روی کار آمدن شریف امامی و کشتار 17 شهریور سال 1357 بود. در تاریخ 21 شهریور 1357 مدیر صدا و سیما (مهندس رضا قطبی) از سمت خود استعفا داد و به دنبال آن بسیاری از کارکنان صدا سیما اعتصاب کردند یا استعفا دادند. اعتصاب کنندگان قطعنامه ای تنظیم کردند مبنی بر آزادی بیان و از بین بردن محیط اختناق و ارباب و استقلال و بی طرفی رادیو و تلویزیون. این اولین و آخرین بار بود که اهل رسانه به دخالت های دولت در زمینه محتوای تلویزیون به این شدت مخالفت می کردند و این اقدام کمک بسیاری در بیداری مردم برای دست یابی به پیروزی در انقلاب بود.

بعد از جنگ تا چند سال بعد از آن سیاست های تلویزیون هم چنان طبق دوران گذشته عمل می کرد. ساخت سریال های کلیشه ای که در آن قهرمان داستان یا سفید بود و یا سیاه و حد وسطی وجود نداشت در سالهای دهه هفتاد به اوج خود بود. از مهم ترین تغییرات در دهه هفتاد افزایش کانالهای تلویزیون بود. همچنین طرح مسئله تهاجم فرهنگی در این سالها مطرح شد و در محتوای برنامه های تلویزیون به شدت تاثیر گذاشت و برنامه های زیادی در این زمینه ساخته شد.

بعد از تاسیس تلویزیون در تهران نوبت به احداث دومین تلویزیون خصوصی در آبادان رسید. این امر شاید به این دلیل بود که در آن سالها در عراق کودتا رخ داده بوده و روابط ایران با عراق خوب نبود (روز شمار تاریخ ایران - 1379 صفحه 91) به همین دلیل، ایران برای مقابله با پیام های تلویزیون بصره که مردم مرزی آن را دریافت می کردند به تلویزیون خصوصی کمک مالی کرد تا تلویزیونی در آنجا تاسیس کند که برنامه های بیشتری از تلویزیون تهران داشته باشد و تمامی آن منطقه را پوشش دهد. دکتر محسنیان راد در مورد تلویزیون در آبادان می گوید: قدرت تلویزیون آبادان، پنج برابر تهران بود تا بتواند ضمن پوشش اکثر شهرهای خوزستان و شهرهای مرزی عراق، کویت و کلیه حوزه خلیج فارس را نیز پوشش دهد. تلویزیون آبادان هر شب حدود 5 ساعت برنامه پخش می کرد و برنامه ها به دو زبان عربی و فارسی بودند به نظر این اولین استفاده سیاسی دولت از تلویزیون برای پیش بردن اهداف در ایران همین کار بود هر چند این کار به صورت غیر مستقیم انجام شد. در ارتباط با اینکه در آن زمان میزان استفاده مردم از تلویزیون به چه میزان بوده است اطلاعات دقیقی در دست نیست برآوردهای سال 1342 حاکی از وجود صدها هزار گیرنده تلویزیون در ایران بود و وجود یک میلیون بیننده در کشور تخمین زده می شد. با توجه به تماشای گروهی تلویزیون در خانوارها و نصب تلویزیون در قهوه خانه ها در ازای هر گیرنده 10 تماشاگر محاسبه می شد. در همان سال دست اندرکاران تلویزیون خصوصی با چاپ پرسشنامه ای در روزنامه کیهان و اطلاعات توانستند از 2015 نفر نظرسنجی کنند. نتیجه نشان داد که 35٪ از کارمندان پرسش نامه را پر کرده بودند. در نهایت اینکه تلویزیون خصوصی توانست نقطه آغازین سرعت بخشی به روند جهانی شدن در ایران شود. هر چند ایرانیان قبل از این توسط روزنامه و بعد از آن رادیو با

تحولات جهان های دیگر آشنا شده بودند ولی تاثیری که تصویر، آن هم از نوع متحرک می تواند بر ذهن انسان بگذارد را نباید فراموش کرد. شاید تا به حال ایرانیان راجع به مثلا رئیس جمهور آمریکا مطالب را خوانده و یا عکس آن را در روزنامه ها دیده بودند. و یا حتی صدای او را از رادیو شنیده بودند ولی دیدن فیلم او راه رفتن زندگی کردن و را مردم به صورت عینی حس نکرده بودند. آنان یا شنیده بودند یا خوانده بودند و تلویزیون توانست دنیای جدید را پیش چشم آنان باز کند که ورای تصور آنان بود. از جمله مهم ترین اتفاقاتی که با روی کار آمدن تلویزیون در ایران افتاد. در بالا نیز به آن اشاره کردم راه یافتن مردم به اندرونی و زندگی خصوصی شاه بود. تا آن زمان اخبار خصوصی شاه فقط شنیده می شد. ولی بعد از پخش مراسم ازدواج مجدد شاه در تلویزیون مردم به نوعی به دربار نفوذ کردند و تخیلات و تصوراتشان پیرامون دربار تبدیل به عینیت شد.

اما در مورد محتوای تلویزیون خصوصی می توان گفت که تلویزیون ایران در سال 1337 روزی چهار ساعت برنامه اجرا می کرد که حدود یک پنجم آن، آگهی های تبلیغاتی بود و تلویزیون تهران در واقع یک فرستنده کاملا تجاری بود. 48٪ برنامه های تلویزیون تهران را تولیدات خارجی و 52٪ بقیه را برنامه های زنده ایران تشکیل می داد که 9٪ آن برنامه های تئاتر و موسیقی ایرانی بود که به طور زنده اجرای می شد و هنرمندان وزارت فرهنگ و هنر مجری آن بودند. تبلیغات بازرگانی آن بیشتر به صورت اسلاید و مربوط به کالاهایی بود که مالک تلویزیون خصوصی، نمایندگی آن را در ایران داشت. (مانند پرسی کولا، روکش لاستیک اتوموبیل جنرال) پوشش اولین تلویزیون ایران، در دهمین سال فعالیتش فقط 8/7 درصد جمعیت کشور را شامل می شد که نماینده 22٪ جامعه کشور بود.

در آن سالها به دلیل نبود امکانات فنی، به ویژه دسترسی نداشتن به دستگاه های ویدئو تیپ استدیویی، سوای فیلم ها، بقیه برنامه ها به صورت زنده پخش می شد و این وضعیت تا 5 سال ادامه داشت مجموع کارکنان اولین فرستنده تلویزیون در ایران 60 نفر بودند.

بعد از یک سال از تاسیس تلویزیون در ایران، شاه دوباره تصمیم به ازدواج گرفته بود و در 14 دی 1338 مراسم عروسی شاه به صورت مستقیم پخش شد و تهرانی ها توانستند به کمک دوربین های تلویزیونی برای اولین بار در تاریخ به اندرونی دربار نفوذ کنند و بر رویت ناپذیری شاه بیشتر فائق شوند.

این آغاز شامل درصد بسیار کمی از مردم ایران می شد. و هنوز بسیاری از مردم از دنیاهای اطراف خودشان بی اطلاع بودند و دایره دیدشان محل زندگی شان بود. اقلیتی که تلویزیون داشتند از طبقه مرفه و روشنفکر جامعه بودند و تلویزیون مانند تمامی وسایل ارتباطی جدید در ابتدا خاص این افراد بود. دکتر محسنیان راد جایی در کتاب می آورند "تلویزیون در ابتدا یک وسیله زینتی و گرانیقیمت بود به طوری که دستگاه های اولیه از قاب طلا برای دور صفحه استفاده شده بود."

نکته آخر اینکه استفاده از تلویزیون در این زمان به صورت گروهی نیز انجام می شد که این استفاده مختص عوام بود که در قهوه خانه ها و مراکزی که مردم جمع می شدند انجام می شد. (احتمالا بعد از دیدن برنامه ها در همان محل به بحث پیرامون برنامه های دیده شده می پرداختند.)

تلویزیون ملی ایران

تلویزیون ملی ایران در آبان 1345 ، 8 سال بعد از تاسیس تلویزیون خصوصی در ایران آغاز به کار کرد. این تلویزیون دو روز بعد از تولد شاه به طور رسمی پخش برنامه های خود را آغاز کرد. در آن زمان بینندگان تلویزیون با چهار انتخاب (کانال) روبرو بودند: تلویزیون خصوصی، تلویزیون آمریکا، تلویزیون ملی و تلویزیون آموزش. در اواخر ده 70 و در اوایل دهه 80 با تغییر رییس سازمان صدا و سیما بخشی از خط مشی های صدا و سیما تغییر کرد بسیاری از مطالب راحت تر از قبل بیان می شد.

مهم ترین تغییرات صدا و سیما در سالهای اخیر:

- 1- افزایش کانالهای استانی به طوری که اکثر استان ها دارای شبکه مستقل برای خود هستند.
- 2- افزایش کانالهای تلویزیون مانند شبکه قرآن، شبکه آموزش و
- 3- خرید و دوبله بسیاری از فیلم های به روز دنیا با مضامین متفاوت با قبل. (تعداد کشورهایی که از آنها فیلم خریداری می شود بیشتر شده است).

4- افزایش برنامه های تحلیلی سریال ها و فیلم های پخش شده در تلویزیون. تقریباً امروز بعد از هر سریالی بلافاصله به نقد و بررسی آن - هر چند ضعیف - می پردازند. و هم چنین امکان نقد و نظردادن توسط مردم بسیار زیاد شده است.

5- افزایش برنامه های تحلیل خبری و به طور کلی دگرگونی در نحوه ارائه اخبار در کلیه کانال های تلویزیون

6- دگرگونی نسبی در محتوای سریال های تلویزیون نسبت به دوران قبل و افزایش سریال های معنا گرا

7- بالا رفتن سطح کیفیت برنامه های خانواده که مخاطبان آن اکثراً زنان اند. امروزه در این برنامه ها به دور از چشم بقیه افراد خانواده با بسیاری از مسائل اجتماعی، سیاسی، اقتصادی آشنا می شوند.

8- و به طور کلی تخصصی شدن هر یک از برنامه ها و موضوعات آنها.

نتیجه گیری:

با توجه به آنچه پیرامون تلویزیون در این تحقیق گذشت، اگر نمودار تاریخ تلویزیون را بکشیم شکل آن همچون یک منحنی U می باشد. در ابتدا تلویزیون در سطح نسبتاً بالایی قرار داشت. در سالهای آخر تلویزیون ملی و دوران انقلاب و در طول دوران جنگ تولیدات و محتویات تلویزیون در پایین ترین حد خود قرار داشت و هم اکنون نیز در وضعیت نسبت بالایی قرار دارد.

در مقدمه به دنبال تاثیراتی که تلویزیون بر روند جهانی شدن داشته است هستیم و برای سهولت این کار تاریخ تلویزیون را به سه قسمت تقسیم کردم. در دوران اول که دوران پیدایش و رشد تلویزیون بود اولین مظاهر جهانی شدن بین مردم پیدا شد. هم سریال های مختلف که از خارج از کشور پخش می شد که اکثراً نیز امریکایی بود و هم نشان دادن اعمال شاه و ریختن قبح او برای مردم. مردم از این طریق هم با جهان های دیگر غیر از ایران آشنا شدند و هم در حوزه کشور خود نیز اطلاعاتی را که نمی دانستند به دست آورند. در دوران دوم شاید تلویزیون کم ترین تاثیر را بر جهانی شدن داشت و این کار در آن دوران توسط رسانه های دیگر انجام می شد.

در دوران سوم نیز تلویزیون در قالب های مختلف و از طریق محتواهای مختلف این کار را در بالاترین حد خود انجام می دهد.

