

کرستان وولک استاد دانشگاه مونپلیه
ترجمه: ابوالحسن سرفرد مقدم
بنیاد پژوهشهای اسلامی

آشنایی با جغرافیای ارتباطات*

For a Geography of Communication

by: Christian Verlaque,
Professor of Montpellier University.
Tr: A. Sarv. Ghade Moghaddam.

The article discusses and interprets communications trends in ancient times and follows them up to the present day. The author believes that modern communication systems have provided new horizons in spatial organization for geographers. He also argues about the highlights and potentials of the new communication systems.

خلاصه- گرچه مطالعه جریانهای ارتباطی و تفسیر آنها، جغرافیدانها را از ملاحظه و تدقیق پیرامون چشم اندازهای مناطق بازمی دارد ولی زمینه تحقیقات جدیدی را برای دستیابی به سازماندهی فضایی، فراراه آنها می‌گشاید. پایه‌های نوین ارتباط یعنی انتقال اندیشه، اطلاعات و تصویر، در این جا از سه زاویه مورد توجه قرار می‌گیرد. ابتدا در پیوند با گونه‌های مختلف بُردارها (حمل و نقل سنتی، شبکه ارتباط با سیم که به مدد آن دستیابی به امکانات انتقال تله‌ماتیک^۱ و مقام کنونی آن، نیز موقعیت کنونی تلویزیون

* واژه‌های کلیدی: جغرافیای ارتباطات، سازماندهی فضایی، بازارهای مصرف، تولید و بُردارهای اطلاعاتی. رک:

Pour une géographie de la Communication. Revue Géographique de Liège 1985.

۱- تله‌ماتیک (تله‌کومونیکاسیون- انفورماتیک ارتباط از راه دور به مدد رایانه).

مدار بسته، فراهم شده است و بالاخره، شبکه‌های بی سیم چون رادیو، تلویزیون و ماهواره‌ها)، سپس در پیوند با خود تشکیلات ارتباطات (در مورد اخیر ماهیت اطلاعات حاصله و ساختارهایی که نتیجه بهره‌برداری از آنهاست مورد نظر می‌باشد، از انحصارات دولتی گرفته تا مؤسسات بزرگ خصوصی) و سرانجام، در پیوند با بازارهای مصرف: در این جا بازار مصرف حرفه‌ای- که به پیشرفتهای کثیرالاشکال ارتباطات خارجی و داخلی بسیار حساس است- و نیز بازار مصرف انفرادی- که آن نیز به شدت تحت تأثیر وسایل جدیدی که زاده تکنیکهای نوین در این زمینه هستند قرار دارد- مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند. مقاله حاضر در زمینه‌های تکنیکی و منافع یا هدفهای مورد نظر، بر قدرت حاصل از روشهای جدید ارتباطات تأکید می‌کند چرا که جا دارد بارزترین تأثیرات این روشها بر سازمانهای فضایی انسان مورد توجه خاص قرار گیرد.

از گذشته‌های دور جغرافیدانها به تجزیه و تحلیل نظامهای مختلف حمل و نقل مشغول بوده‌اند، کاری که آنها را به مطالعه آمد و شد و نقل و انتقال اشخاص و اموال در چهارچوب مکان که پایه و اساس رشته آنها است واداشته است. این تجزیه و تحلیل بویژه در پیوند میان شبکه‌های حمل و نقل و محیط طبیعی می‌تواند شامل جنبه‌های بسیار ملموس باشد ولی مشاهده جریانهای ارتباطی و تفسیر آنها موجب شده که جغرافیدانها به صورتی چشمگیر از مشاهده چشم اندازهای طبیعی باز مانند بی آن که این امر بتواند آنها را در ردیف اقتصاددانها قرار دهد.

گذر به جغرافیای ارتباطات در معنای سیر اندیشه به مدد بیانهای مختلف گفتاری، نوشتاری یا تصویری، می‌تواند دشوار و حتی بی فایده به نظر آید و نیز می‌تواند جغرافیدانها را به دست اندازی به قلمرو جامعه‌شناسان متهم سازد. اما در واقع مسأله تجزیه و تحلیل محتوای ارتباطات با همه آن که این امر می‌تواند به بازار ارتباطات وابسته باشد هدف اولیه جغرافیدانها نیست. به هر حال بدون استناد و تکیه بر رفتار انسان دستیابی به یک جغرافیای انسانی ایده‌آل ممکن نیست، بنابراین دستاوردهای جامعه‌شناسی باید مورد توجه قرار گیرند. همان گونه که ماکس سور ارتباطات را «عالی‌ترین حقیقت اجتماعی» دانسته است. بنابراین زمینه جدیدی برای انجام تحقیق و پژوهش پیش روی جغرافیدان گشوده شده

است، زمینه‌ای که از مدت‌ها قبل یعنی آن‌گاه که او به جریانهای ارتباط از راه دور، یا انتشار روزنامه‌ها و یا توزیع مراکز تعلیم و تربیت علاقه نشان داد مقدمات بهره‌برداری از آن را گرچه به صورت پراکنده، فراهم ساخته بود. ولی غالباً این جریانهای ارتباطی به عنوان الگوهای برای تجزیه و تحلیل به منظور آشنایی با سازماندهی در مکان بویژه سازماندهی منطقه‌ای و نیز به عنوان عناصر سیستمی که به فضای ارتباطی مشهور شده است به کار گرفته شده‌اند. این جغرافیای ارتباطات- که در صفحات آینده کوشش خواهد شد شمایی از ویژگیهای آن را مطرح سازیم- بعضی از شیوه‌های خود را احتمالاً از جغرافیای حمل و نقل به عاریت گرفته است چرا که می‌توان در آن از جریانها و شبکه‌های ارتباطی یعنی چیزی که با مکان ارتباط دارد صحبت به میان آورد. ولی مسلم است که انتقال اندیشه مبتنی بر روشها و دلایلی است کاملاً تخصصی.

ارتباطات در قلمرو مکانی- زمانی خود مقدمهٔ شکل محاوره‌ای مستقیم را به خود گرفته است و به همین سبب مدت‌های مدید به برخورد و ملاقات و در نتیجه به جابجایی و آمد و شد اشخاص وابسته بوده است. حقیقت این است که این جابجاییها از پیاده‌روی گرفته تا هواپیماهای مافوق صوت تحولی عجیب یافته است. با این همه پیدایش خط که ارسال پیام را به صورت نامه یا کتاب ممکن می‌سازد و نیز پیدایش هنرهای تجسمی که اندیشه خلاق را در نقاشی و پیکرتراشی متبلور می‌کند، میان آفریننده، پیام‌آور و کسی که باید پیام را دریافت کند فاصله و جدایی انداخته است. وظیفه پیام‌رسانی مطبوعات، ادارات پست و کتابفروشیها وجوهی دیگر از این تحول را به تصویر می‌کشند. آفیشهای مطبوعاتی و فروش از طریق مکاتبه نمایشگر اهمیت اقتصادی ارتباطی است که شدیداً به وسایل حمل و نقل وابسته است.

شک نیست که با پیدایش اصول جدیدی برای ارتباطات یعنی روشهای جدید انتقال اندیشه، اطلاعات و تصویر، انقلابی در این زمینه به وقوع پیوسته است. انتقال اندیشه از طریق علایم صوتی (زنگها، صدای طبل) و یا دیداری (آتش، پرچم) سرآغاز راهی بود برای ارتباط از راه دور و رهایی از لزوم جابجا شدن طرفین محاوره یا فرستادن قاصد. این علایم پایه و اساس تلگراف «هوایی» یا «دیداری» یا «سمافوریک»^۱ کلورشاپ بود که اولین

۲- دستگاهی که با آن از راه دور علامت می‌دهند- م.

«خط» ارسال پیام را میان شهر لیل و پاریس، در سپتامبر سال ۱۷۹۳ و ارسال سریع خبر پیروزی گننده-سور-اسکور را به پایتخت امکان‌پذیر ساخت. نیز سرمنشاء اختراع تلگراف الکتریکی ساموئل مورس (۱۸۳۲) همین علایم است که با برقراری اولین خط تلگراف میان واشینگتن و بالتیمور عینیت یافت. از آن زمان پیشرفتهای چشمگیری در این زمینه تحقق یافته است چرا که این حامل جدید پیام، ارتباط تقریباً آنی را میان فواصل بعید و بویژه فراسوی اقیانوسها و میان قاره‌ها امکان‌پذیر می‌ساخت (اولین خط تلگراف سراسری اتلانتیک در سال ۱۸۶۶ افتتاح شد).

در طریق برقراری ارتباط سریع، به طوری که می‌دانیم دو اختراع دیگر پیشرفتهای جدیدی به ارمغان آوردند: یکی اختراع تلفن توسط گراهام بل (۱۸۷۶) که انتقال صدای انسان را بدون یاری علایم ممکن می‌ساخت و دیگر اختراع تلگراف بی سیم توسط گوگلیلمو مارکونی (۱۸۹۷) و سرانجام پخش صوت و موزیک از طریق امواج رادیویی و به یاری لامپ دیود، سرجان آمبروز فلمینگ (۱۹۰۴). گرچه امواج هرتس حامل جدیدی برای برقراری ارتباط شد ولی نقطه شروع این مهم را باید همان تلگراف مورس به شمار آورد. این اختراع ضمن فوریت برقراری ارتباط عامل زمان را که شبکه‌های حمل و نقل بر آن فرمان می‌راندند از میان برداشت. در حقیقت ظهور خطوط ارتباط از راه دور توسط امواج هرتس موجب شد که مفهوم فضا-زمان جای خود را به مفهوم فضا-قیمت بسپارد.

در سال ۱۹۲۶ انتقال تصاویر توسط امواج الکتریکی یعنی تلویزیون با دستگامی که جان لوجی برد ساخته بود پا به عرصه وجود گذاشت ولی بعد از جنگ جهانی دوم بود که به صورت فراگیر درآمد. روز دهم ژوئیه ۱۹۶۲ برقراری ارتباط از راه دور با استفاده از ماهواره قدم به عصر فضا گذاشت، گام بلندی که به نحوی عجیب بر دامنه وسعت و قلمرو این ارتباط افزود. سرانجام پیشرفتهای اخیر شبکه‌های باسیم، نظیر پیشرفتهایی که در شبکه‌های بی سیم پدید آمده بود، ارتباط از راه دور را با انفورماتیک پیوند داد و این همه موجب جهشی عظیم در تولید و انتقال آگاهیها شد.

پس از این اشارات تاریخی، قصد آن داریم که در سطور آینده به برشماری ویژگیهای این فضاها و ارتباطات دست زنیم و بتدریج تأثیری را که شبکه‌های توزیع، بازارهای مصرف، نظامهای تولیدی، محدودیتهای ناشی از تعلیم و تربیت، زبان، سیاست و سرانجام سازمانهای اجتماعی بر این فضاها وارد می‌سازند عرضه بداریم.

- موانع موجود بر سر راه بردارها

برقراری ارتباط می‌تواند به یاری سه گروه از بردارهایی که تقطیع فضاهاى تکنیکی ارتباطات را امکان‌پذیر می‌سازند تحقق یابد.

الف) یاری جستن از همهٔ روشهای حمل و نقل سنتی:

چون مانعی بر سر راه شماری از انواع وسایل ارتباطی خودنمایی می‌کند، اعم از این که روشهای حمل و نقل به هنگام استقرار و پس از آن به هنگام مدیریت به خوبی توجیه شده باشند یا خیر. این روشها عبارتند از: پیکهای پست، توزیع کتاب، صفحه گرامافون، فیلم، ویدئوکاست، پخش روزنامه‌ها، تئاترهای سیار، گفتگوهای چندجانبه و... امکان دارد میان ارسال پیام نوشتاری یا ارسال پیام ضبط شده و تصویر و جابجایی مخاطب، کنفرانس دهنده، بازیگر و تماشاگر تفکیک قایل شد. محدود ساختن فاصلهٔ زمانی انتقال پیام غالباً هدف اصلی است به همین سبب یاری گرفتن از حمل و نقل هوایی روزبه روز بیشتر می‌شود ولی انتخاب نحوه انتقال با فاصله میان پیام دهنده و پیام گیرنده، مخارج ارسال پیام و امکانات دسترسی به پیام گیرنده بستگی دارد. در واقع فوریت انتقال پیام دارای شدت و ضعف بسیار است.

گذشته از جنبه‌های تکنیکی ارسال پیام که وسایل حمل و نقل مورد استفاده بر ما تحمیل می‌کنند ما با خود سازمانهای حمل و نقل و یا توزیع سرو کار داریم که هر یک دارای مشکلات اقتصادی و اجتماعی خود هستند و این نکته ای است اساسی.

ب) شبکه‌های (ارتباطی) باسیم:

خطوط الکتریکی بر شبکه‌های هرتس- امواج حامل، مقدم بوده‌اند. این ها شبکه‌هایی هستند که به اصطلاح ممتد می‌باشند، شبکه‌هایی که توسط کلیدهای قطع و وصل، ارتباط را میان ترمینالها (دریافت کنندگان پیام .م.) توزیع کرده‌اند. از دیگر سواين شبکه‌ها در سطح کلیدهای مقسم و نیز در سطح شعب خطوط ارتباطی خود دارای سلسله مراتب می‌باشند. در هر دو مورد ظرفیت و حجم انتقال ارتباطات (پیامها) شدت و ضعف بسیار دارد. مع ذلک این سلسله مراتب مثل شاخه‌های درخت دارای نظام نیست بلکه «پلهایی» در

آنها زده شده که مراکز سطح بالا را مستقیماً تغذیه می‌کند. در برداشتی که ما از شبکه‌ها داریم می‌توان سطوح بین‌المللی، بین ناحیه‌ای، ناحیه‌ای و محلی... را جای داد که غالباً -ولی نه به‌طور سیستماتیک- به سلسله مراتب تکنیکی شبکه وابسته‌اند.

بی‌شک شناخت نواحی (از لحاظ ارتباطات) و نیز تراکم شبکه‌های ارتباطی، به درجه اهمیت و توزیع جغرافیایی بازارهای مصرف وابسته است ولی این دو بر یکدیگر تأثیر متقابل دارند. تجهیزات ناکافی و بویژه محدود بودن تعداد ترمینالها سدی است در راه پیشرفت جریانهای ارتباطی، به عکس وسایل خوب و مدرن و تعدد مؤسسات پیام‌گیرنده موجب رشد حجم ارتباطات خواهد شد. امروزه در فرانسه با مشاهده موفقیت «بسیار» چشمگیر شبکه تله‌تل که به توزیع ترمینالهای مینی‌تل وابسته است می‌توان این حقیقت را دریافت.

پیشرفته‌ترین شبکه ارتباطی از گونه شبکه‌های باسیم، شبکه تلفنی است. توپولوژی این شبکه یعنی پیاده کردن طرح و نقشه آن در مرحله آغازین استقرار، اهمیت بسیار دارد. این اهمیت در نواحی در حال توسعه و هنگامی که تجهیزات نابرابر موجب تفاوت‌های فضایی می‌شود بخوبی احساس می‌شود. ولی در مرحله‌ای پیشرفته‌تر ظرفیت انتقال بخشها و تقسیم‌کننده‌ها اهمیتی بنیادی پیدا می‌کند. هرچند کابل‌های تلفنی از حدود یک قرن پیش پا به عرصه وجود گذاشته‌اند ولی ارتباط تلفنی راه دور در سال ۱۹۱۰ و ارتباط تلفنی از طریق کابل‌های زیر دریا در دهه ۶۰ تحقق یافتند. در خصوص مواد لازم برای ساختن وسایل ارتباطی از جنگ جهانی دوم به بعد پیشرفتهای چشمگیری حاصل شده است. این مواد هم ظرفیت کابلها و هم قدرت توزیع کلیدها را بالا برده‌اند.

با به میدان آمدن آمپلی‌فایرها، فنون تکثیر و توزیع صوت، گذر از سیستم تشابه به سیستم عددی، کابل‌های هم‌محور و اخیراً فیبر نوری دامنه قدرت و بازده خطوط ارتباطی توسعه بسیار یافته است و نیز الکترونیک، انقلابی در ارتباطات پدید آورده است.

با همه آنچه گفته شد، باید به خاطر داشته باشیم که در همه سطوح، رشد یک شبکه ارتباطی را با تعداد خطوط تلفنی اصلی قیاس می‌کنند، چرا که ارتباط تلفنی و استفاده از آن را پایه و مبنای همه ارتباطات و یا تراکم آن (به حسب ارلانگ) دانسته‌اند. «فرآورده‌های کلاسیک» ارتباط از راه دور (تله کومونیکاسیون) که همان تلفن و تلکس است همواره بصورت متمایز در فضا به پیشرفت مشغولند.

جدول شماره ۱: ظرفیت کابلها

دامنهٔ وسعت باند به هرتس	بازده به حسب کیلو Bit در ثانیه ^۳	
	۰/۰۵ - ۰/۲	خط تلگراف
۳۴۰۰	۰/۶ - ۲/۴	خط تلفن
۳۲۰۰۰	۲/۴ - ۴۸	خط «تله ماتیک» ^۴
۶۰۰۰۰۰		خط «ویدئو» ^۵

آخرین پیشرفتهای تکنیکی نه تنها شرایط ارتباط تلفنی را به گونه‌ای چشمگیر اصلاح کرده‌اند، بلکه گذر از مرحلهٔ انتقال گفتار به داده‌های دارای شماره و کُد و نیز انتقال تصویر را ممکن ساخته‌اند.

تله‌ماتیک (ارتباط از راه دور به مدد رایانه)

این واژه که توسط سیمون نورا و آلن منیک ساخته و پرداخته شد و در گزارش سال ۱۹۷۷ آنها، پیرامون رایانه‌ای کردن (کامپیوتری کردن) مؤسسه آمده است ادغامی است از دو واژه تله کومونیکاسیون و انفورماتیک. این واژه مرکب، سیستمهای انفورماتیک با اندازه‌ها و ظرفیتهای گوناگون را به یکدیگر مربوط ساخته و انتقال تقریباً آنی داده‌ها را امکان‌پذیر می‌سازد. تله‌ماتیک می‌تواند یک سویه (از «سرویس دهنده» به دریافت کننده) و طبقه‌بندی شده باشد. با این همه گاهی تبادل متقابل وجود دارد: فی‌المثل نظام فرانسوی تله‌تل، انتخاب سرویس دهنده‌ها را به مشترکین خود واگذار می‌کند و به بعضی از سؤالات آنها پاسخ می‌دهد.

تله‌ماتیک در مرحلهٔ ابتدایی می‌تواند از شبکه‌های تلفنی کنونی استفاده کند ولی در مرحله پیشرفته به شبکه‌های تخصصی عمومی یا خصوصی که دارای باند وسیع و بازده زیادند احتیاج دارد. شناخت گونه‌های این شبکه‌ها در شرف انجام است: در جدول شماره

۳ - Bit عبارت است از مقدار اطلاعاتی که در یک علامت ارتباطی وجود دارد

۴ - کابل هم‌محور برای توزیع از راه دور (Teledistribution) یک سویه با یا بدون راه بازگشت با بازده ضعیف.

۵ - فیبر نوری برای تله‌ماتیک یا تلویزیونی دوسویه

جدول شماره ۲:

الف- تحول و پیشرفتهای حاصله در امر تلفن (تعداد تلفن ها به هزار)

۱۹۸۰	۱۹۷۵	۱۹۷۰	۱۹۶۵	۱۹۶۰	۱۹۵۵	
۵۰۸۲۸۶	۳۷۹۵۰۰	۳۷۲۶۵۷	۱۹۵۰۰۰	۱۴۱۷۰۰	۱۰۱۰۰۰	جهان
۶۶۲۱	۵۴۲۳	۴۵۰۶	۳۳۸۷	۲۶۳۷	۲۲۲۰	سوئد
۱۸۰۴۲۴	۱۴۹۰۱۱	۱۲۰۲۱۸	۹۳۶۵۶	۷۴۳۴۱	۵۶۲۴۳	ایالات متحده
۵۳۶۳۴	۳۹۴۰۵	۱۹۸۹۹	۱۳۹۹۹	۵۵۲۶	۳۱۲۳	ژاپن
۲۴۶۸۶	۱۳۸۳۳	۸۷۷۴	۶۱۱۷	۴۳۵۸	۳۱۱۷	فرانسه
۷۰۲	۳۱۸	۱۴۱	۸۷	۶۰	۳۷	سنگاپور
۳۱۵۰	۲۶۱۶	۲۰۰۳	۱۴۹۲	۱۰۱۶	۵۵۰	چکسلواکی
۲۳۷۰۷	۱۶۹۴۹	۱۱۰۰۰	۷۷۰۰	۴۲۰۰	۲۱۰۰	شوروی
۲۵۸۸	۱۹۹۶	۱۵۹۱	۱۳۲۰	۱۰۲۳	۸۰۵	برزیل
۲۳۱	۱۶۸	۱۶۹	۱۴۲	۱۲۹	۱۰۹	مراکش
۴۸۷	۳۰۵	۲۰۱	۱۷۲	۱۲۲	۷۳	اندونزی
۲۷	۴۸	۳۷	۲۰	۲۸	۱۶	زئیر

ب- تعداد تلفن برای هر صد نفر

۱۹۸۰	۱۹۷۵	۱۹۷۰	۱۹۶۵	۱۹۶۰	۱۹۵۵	کشور
۱۱/۵	۹/۶	۷/۵	۵/۸	۴/۷	۳/۹	جهان
۷۹/۶	۶۶/۱	۵۵/۷	۴۳/۶	۳۵/۲	۳۰/۸	سوئد
۷۸/۸	۶۸/۶	۵۸/۳	۴۹/۳	۴۱/۵	۳۳/۱	ایالات متحده
۴۶	۳۵/۶	۱۹/۳	۱۴/۲	۵/۹	۳/۵	ژاپن
۴۵/۹	۲۶/۲	۱۷/۲	۱۲/۷	۹/۶	۷/۲	فرانسه
۲۹/۱	۱۴/۱	۶/۸	۴/۸	۳/۸	۲/۸	سنگاپور
۲۰/۶	۱۷/۶	۱۳/۸	۱۰/۶	۷/۵	۴/۲	چکسلواکی
۸/۹	۶/۶	۴/۵	۳/۳	۲	۱/۱	شوروی
۶/۳	۳	۲/۱	۱/۷	۱/۴	۱/۴	برزیل
۱/۲	۱	۱/۱	۱/۱	۰/۱	۰/۱	مراکش
۰/۳	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۱	۰/۱	اندونزی
۰/۱	۰/۲	۰/۲	۰/۱	۰/۱	۰/۱	زئیر

III با این تیپولوژی آشنا می شویم ولی قبل از هر چیز بایستی بر دو پهلو و مبهم بودن واژه «شبکه» تأکید کنیم چرا که گاهی نشانگر استخوان بندی تکنیکی «ملموس» خطوط حامل ارتباطات است و گاه مبین تمام یا بخشی از سازمانهای انسانی است که از یک یا چند شبکه «عینی و ملموس» استفاده می کنند. به این ترتیب شبکه های دسترسی به بانکهای اطلاعات عموماً از شبکه های «تکنیکی» موجود استفاده می کنند.

تلویزیون باسیم (مدار بسته)

این وسیله ارتباطی به دلیل مشکلاتی که نقاط مرتفع در انتقال امواج هرتس به وجود می آوردند در سال ۱۹۴۴ در بنسلیوانیا پا به عرصه وجود گذاشت و ابتدا به عنوان مکمل پخش ویدئو از طریق امواج هرتس به کار گرفته شد یعنی: پخش تلویزیونی از طریق یک آنتن جمعی که در نقطه مناسب برپا شده است. پیشرفت شبکه پخش تصاویر تلویزیونی در سطح وسیع نهایتاً به استفاده از تله ماتیک منتهی شد. امتیاز تلویزیون مدار بسته بر پخش تصاویر از طریق امواج هرتس تنها در کیفیت تصاویر دریافتی خلاصه نمی شود، بل از سویی میزان تماس و تأثیر متقابل (فرستنده-گیرنده) را- که پیش از آن در مورد «ویدئو تکس» ها وجود داشته- بالا برده و از دیگر سو محدودیت تعداد کانالها را از میان برداشته و در نتیجه تخصصی کردن برنامه ها و بالمآل کانالها را امکان پذیر ساخته است.

تعداد مشترکین تلویزیونهای مدار بسته در آمریکا از ۵ درصد در سال ۱۹۶۸ به ۴۰ درصد در سال ۱۹۸۴ ترقی کرده است یعنی از ۸۵ میلیون تماشاگر تلویزیون ۳۵ میلیون دارای این نوع تلویزیون بوده اند. شبکه های تلویزیونی با سیم توسط مؤسسات خصوصی تأسیس و اداره می شوند. آنها برنامه ها را تهیه نمی کنند بلکه برنامه های شبکه های تجارتي و کانالهایی را که «حق اشتراک» می گیرند پخش می کنند و بر سر کمکهایی که شهرهای مختلف اعطا می کنند با یکدیگر به رقابت برمی خیزند (شهرهایی که از نظر تعداد مشترکین تلویزیونهای باسیم بسیار با هم تفاوت دارند). این ساختار، تمرکز بسیار محکم و پابرجایی یافته است یعنی صد اپراتور اولیه از تعداد ۶۰۰۰ اپراتور موجود، ۸۲٪ مشترکین را به خود اختصاص داده اند. کشور کانادا که ابتدا فقط برای پوشش مناطق روستایی از تلویزیون باسیم استفاده می کرد به شدت تحت تأثیر پیشرفت آمریکا در این زمینه قرار گرفته است. این تأثیر در میان مصرف کنندگان انگلیسی زبان از همان زمانی که یک مؤسسه خصوصی امتیاز

پخش تلویزیونی را به دست آورد نفوذ بیشتری داشت. نزدیک ۵ میلیون خانواده از تعداد ۷/۶ میلیون، دارای تلویزیون باسیم هستند (۰/۹ کسانی که تلویزیون با حق اشتراک دارند) اروپا از لحاظ تلویزیون باسیم خیلی از آمریکا عقب مانده است. بلژیک پس از لوکزامبورگ (با ۹۰٪) در میان کشورهای اروپایی بالاترین تعداد تلویزیون باسیم را دارا است (بیش از ۶۰ درصد خانواده‌ها دارای این نوع تلویزیون هستند). با ظهور مؤسسه کودیتل (Coditel) در سال ۱۹۶۰ پیشرفتی اعجاب‌آور در این زمینه به وقوع پیوست: ۲/۵ میلیون خانواده در سال ۱۹۸۲. هلند هم پیشرفت مشابهی داشته است ولی ساختار شبکه‌ها از یکدیگر خیلی جدا است. جا دارد تذکر دهیم که دلایل توسعه تلویزیون باسیم در اتحادیه بنلوکس (بلژیک، هلند و لوگزامبورگ) بیشتر به امتیازات موجود در خود کابل بستگی دارد و نه وجود پستی و بلندی (که مانع عبور امواج تلویزیونی است) که در این مناطق آن قدرها چشمگیر هم نیست.

بریتانیای کبیر از پخش رادیویی باسیم در سالهای ۳۰ به پخش تلویزیونی باسیم محدودی که مدتهای مدید خاص کانالهای مّلی بود گذر کرد. کانالهای تلویزیونی تخصصی مدار بسته در این کشور در سال ۱۹۸۴ پدیدار شدند. ظهور تلویزیون باسیم در دیگر کشورهای اروپایی بعضاً محدود و با تأخیر بسیار انجام گرفت: ایرلند (۰/۹ میلیون مشترک)، سوئیس (۰/۱۵)، حال آن که در ایتالیا، فرانسه و آلمان به مرحلهٔ پروژه‌های پیشرفته تری دست یافته‌اند: مقررات دست و پاگیر غالباً دلیل این عقب ماندگی است. در ایتالیا تأسیس تلویزیون باسیم از سال ۱۹۷۵ در مناطقی که کمتر از ۱۵۰ هزار جمعیت دارد اجازه داده شد، ولی هنوز کاملاً تحقق نیافته است. فرانسه در سال ۱۹۷۲ شاهد پیدایش انجمن فرانسوی پخش تلویزیونی (La Société Française de Télédiffusion) بود، انجمنی که خود متعلق به پخش تلویزیونی فرانسه (Télédiffusion de France) است که شبکه‌های باسیم را در انحصار خود دارد. شبکه‌های باسیم نجربی نیز پا به عرصهٔ وجود گذاشته‌اند. یکی از جاه طلبانه‌ترین طرحهای حاضر، طرح پیاده کردن تلویزیون باسیم در شهر پاریس است. این طرح که رودر روی پخش تلویزیونی چند کانالی برنامه‌های تلویزیونی- که برای خدمات دیگر نیز به کار گرفته می‌شود- و نیز وضعیت مربوط به انحصارات و فشار دیگر رسانه‌های گروهی قرار دارد با موانع چشمگیری روبرو شده است.

ج)- پیشرفت ارتباط تلویزیونی از طریق ماهواره‌ها:

شبکه‌های تلویزیونی با امواج هرتس حیاتی دوباره یافته‌اند ولی مرزبندی فضایی شبکه‌هایی که به کمک امواج هرتس پخش می‌شوند کار کوچکی نیست.

فرستنده رادیو-الکترونیک، مدولاسیون با فرکانس کوتاه را که از تبدیل امواج صوتی به امواج رادیو-الکترونیک و به کمک میکروفون به دست می‌آید با موج رادیو-الکترونیک «برداري» که به امواج با فرکانس بالا معروف است- ولی وجه مشخصه آن اشلی است با فرکانس خاص- همراه می‌سازد. در واقع به جای این که مثل شبکه باسیم، پخش به صورت خطی باشد، به شکل «دورانی» و در تمام جهات منتشر می‌شود: فقط اختصاص یک فرکانس برای هر فرستنده می‌تواند از اختلاط کلی امواج جلوگیری کنند. نحوه عمل فرستنده تلویزیون هم نزدیک به همین است ولی باند فرکانس آن که به یک «کانال»، یعنی یک پخش خاص مربوط می‌شود به وضوح وسیعتر از باند فرستنده رادیویی است (۱۰۰ تا ۱۴۰۰۰ کیلوهرتز در مقابل ۹ کیلوهرتز).

از این زمان به بعد، محدوده زیرپوشش یک فرستنده رادیویی یا تلویزیونی توسط باند فرکانسی که خاص آن است مشخص شده و محدوده آن را قدرت الکترونیکی فرستنده تعیین می‌کند، البته فقط در تحلیل اولیه.

چون امواج رادیو-الکترونیک، به هیچ روی- دست کم از نظر تکنیکی- توجهی به مرزهای سیاسی ندارند، دولت‌ها مجبور شده‌اند برای تعیین فرکانسهایی که در زمینه ارتباط از راه دور موارد استفاده‌های مختلف دارند و جلوگیری از تداخل آنها به توافق بنشینند و فاصله ای میان فرکانسهای فرستنده‌های خود در نظر گیرند.

بنابراین در مقیاس ملی یا ناحیه‌ای، و نیز در مقیاس بین‌المللی هدف از تخصیص فرکانس خاص برای فرستنده‌ها اگر نگوئیم جلوگیری از تداخل آنها است دست کم تعیین حدود و مرزبندی آنها است. با این همه یک فرکانس واحد می‌تواند برای دو فرستنده اختصاص داده شود به شرط آن که این فرستنده‌ها به اندازه کافی از یکدیگر فاصله داشته باشند. ضمناً بُرد یک فرستنده تنها به قدرت الکترونیکی آن بستگی ندارد بلکه به فرکانسی که مورد استفاده قرار می‌گیرد، نوع پخش امواج حامل و کیفیت بسیار متفاوت گیرنده‌ها نیز وابسته است.

جدول شماره ۳: شبکه های انتقال اطلاعات

اسل	
	الف) شبکه های خصوصی (مالکیت و استفاده از آنها در انحصار یک تشکیلات و یا نهاد خصوصی است)
	شبکه خاص یک تشکیلات: یک مؤسسه
محلی	شبکه خاص یک تشکیلات: با چندین مؤسسه (شرکت ملی راه آهن،
منطقه ای، ملی	EX, SNCF، بانک کیردی لیونه ANPE ...)
جهانی	ب) شبکه های تخصصی:
قاره ای	(Sita) جامعه بین المللی ارتباطات هوایی
اروپای غربی - آمریکای شمالی	سویفت (Swift) ۱۹۷۷
اروپای غربی	اورکس (Eurex) بانکها و نهادهای مالی
ملی (ایالات متحده آمریکا)	ج) شبکه های خدمات عمومی:
	ARPANET (آژانس پروژه تحقیقات پیشرفته ۱۹۶۷)،
	Mark III (ژنرال الکتریک) TYMNET (Tymshare)،
	INFONET (Control Data) CYBERNET
شبه قاره	(Computer Sciences Corp)
اروپای غربی	(cie internat. de serv. en infomatique) csi۱
شبه قاره ای (جامعه اروپایی)	INFONET (۱۹۸۰)
	د- شبکه های عمومی تخصصی
	- با دادن ارتباط از طریق کلیدهای قطع و وصل جریان CADUCEE
ملی	(فرانسه ۱۹۷۲)
ملی	- با پخش همزمان و موقتی چندین خط: TRANSPLEX
	(فرانسه ۱۹۷۳).
	با ارتباط از طریق بسته ها و پاکت:
	CTNE (اسپانیا ۱۹۷۱) EPSS (بریتانیای کبیر) EDS
	(جمهوری فدرال آلمان ۱۹۷۵) NPDN (اسکاندیناوی ۱۹۷۸)
	TRANSPAC (فرانسه ۱۹۷۸) DATAPAC (کانادا ۱۹۷۷)
	DDX1 × (ژاپن ۱۹۷۳) × DDX2 (ژاپن ۱۹۷۹) VENUS
	(ژاپن ۱۹۸۳).

ساده تر بگوییم، امواج «بلند» (رک جدول ۱۷) از نظر پخش دارای ثبات خوبی هستند و از لحاظ عبور از موانع نیز برد مناسبی دارند (هزار کیلومتر). این امواج برای پوشش «ملی» در «کشورهایی که از لحاظ وسعت جزء کشورهای متوسط، هستند» بسیار مناسب اند ولی بایستی در نقاط مرتفع یا روی پایه های بلند نصب شوند و نیز از نظر تعداد کانالها به دلیل تنگی نسبی چنگال (باند) فرکانس دارای محدودیت می باشند. در اروپا، شوروی، آفریقا و خاورمیانه هیچده کانال و ۵۵ فرستنده (از این نوع) وجود دارد. فرانسه تنها یک فرستنده (آلوئیس Allouis) در ناحیه شر Cher (۱۶۴ کیلوهرتز) با قدرتی برابر با ۱۰۰۰ تا ۲۰۰۰ کیلووات در اختیار دارد. با این همه قلمرو فرانسه توسط فرستنده های رادیو-تلویزیون لوگزامبورگ (Junglinster) ۲۳۶ کیلوهرتز/۲۰۰۰ کیلووات) و رادیومونت کارلو (۲۱۸ کیلوهرتز/۱۴۶۷ کیلووات) و اروپای شماره ۱ (سار ۱۸۲ کیلوهرتز/۲۰۰۰ کیلووات) زیر پوشش قرار می گیرد.

امواج «متوسط» از لحاظ عبور از موانع بُردی محدودتر دارند (۲۵۰ کیلومتر) و برای پوشش «ناحیه ای» مناسب اند. این برد به هنگام شب افزایش می یابد ولی به دلیل ازدیاد انعکاس روی قشرهای اوزون جو فوقانی غالباً پدیده فدینگ (Fading) ضعیف شدن موقتی صدا) روی می دهد. اروپا، شوروی، آفریقا و خاورمیانه ۱۵۸ کانال با قدرتی میان ۵۲۶ و ۱۶۱۸ کیلوهرتز از این گونه فرستنده در اختیار دارند. در فرانسه از ۳۸ فرستنده ۲۱ فرستنده از این نوعند که با قدرتی بین ۱ تا ۶۰۰ کیلووات در نزدیکی شهرهای بزرگ در سراسر کشور پراکنده اند، به اضافه رادیو جنوب (Sud-Radio) (در آندروبا ۸۱۹ کیلوهرتز و قدرتی معادل ۹۰۰ کیلووات) که توسط رادیو تولوز و رادیو پوتویت می شود.

امواج کوتاه به لطف بازتابی که دارند دارای این امتیاز بزرگ هستند که بردشان بسیار چشمگیر است، بُردی که می تواند به مرزهای چندین هزار کیلومتر برسد ولی نقطه ضعف آنها در این است که به آشفتگیهای مغناطیسی بسیار حساس می باشند و این در برد فرستنده تغییرات بسیار برجای می گذارد و در نتیجه برای این گونه فرستنده ها تنها فرکانس خاص در نظر نمی گیرند بلکه ساعت/ فرکانس اختصاص می دهند. رادیو بین المللی فرانسه روی فرکانس ۷۱ میان ۳۹۶۵ و ۷۱۳۵ کیلوهرتز برای تمام جهان از فرستنده های آلوئیس (Allouis

(در شر Cher) و ایسودون (Indre در Issoudun) برنامه پخش می کند.

و سرتاچام امواج «فوق العاده کوتاه» (Ultra courtes) که به امواج متریک نیز

جدول شماره ۴: استفاده از باندهای فرکانس از طریق قراردادهای بین المللی

طول موج متر	فرکانس کیلوهرتز	موج
«موج بلند»: برد زیاد (با قدرت عبور از موانع: ۵۰۰ تا ۱۰۰۰ کیلو متر، ثابت و بدون نوسان، غیر حساس در مقابل طوفانهای مغناطیسی و حساس به پارازیت‌های اتمسفری).		
پخش رادیویی	۲۸۵-۱۵۰	به حسب کیلومتر (کیلومتریکی)
۱۰۵۲-۲۰۰۰		
«موج متوسط»: به هنگام شب برد این موج بیشتر از روز است (۱۰۰ تا ۵۰۰ کیلومتر در شب و ۱۰۰ تا ۲۵۰ کیلومتر در روز)، ضعیف شدنهای موقتی صدا به هنگام غروب آفتاب.		
به حسب هکتومتر (هکتومتریکی)	۱۶۰۵-۵۲۵	
۱۸۶-۵۷۱		
۱۲۰۰۰-۱۳۰۴۰	۲۵۰۰-۲۳۰۰	
«موج کوتاه»: حساسیت بسیار به طوفانهای مغناطیسی. فرستنده این گونه امواج به قدرت زیاد احتیاج ندارد.		
الف) کمتر از ۵۹۵۰ کیلوهرتز: برد از ۵۰۰ تا ۱۵۰۰ کیلومتر (موج بازتابنده): با پوشش منطقه ای.		
پخش رادیویی	۳۴۰۰-۳۲۰۰	دکامتریکی (به حسب دکامتر)
۸۸/۲۴-۹۳/۷۵		
پخش رادیویی	۴۰۰۰-۳۹۵۰	
۷۵/۰۰-۷۵/۹۵		
پخش رادیویی	۵۲۶۰-۴۷۵۰	
۵۹/۴۰-۶۳/۲۰		
خدمات هوانوردی	۵۹۵۰-۵۲۶۰	
۵۰/۴۲-۵۹/۴۰		
ب) بزرگتر از ۵۹۵۰ کیلوهرتز: با برد چندین هزار کیلومتر (موج بازتابنده): با پوشش جهانی		
پخش رادیویی	۶۲۰۰-۵۹۵۰	
۴۸/۳۹-۵۰/۴۲		
خدمات هوانوردی و دریایی	۶۸۰۰-۶۲۰۰	
۴۴/۳۰-۴۸/۳۹		
رادیو-آماورها	۷۱۰۰-۶۸۰۰	
۴۲/۲۵-۴۴/۳۰		
پخش رادیویی	۷۳۰۰-۷۱۰۰	
۴۱/۰۹-۴۲/۲۵		
خدمات هوانوردی	۹۵۰۰-۹۰۰۰	
۳۱/۵۸-۳۳/۷۴		
پخش رادیویی	۹۷۷۵-۹۵۰۰	
۳۰/۶۹-۳۱/۵۸		
پخش رادیویی	۱۱۹۷۵-۱۱۷۰۰	
۲۵/۰۵-۲۵/۶۴		
خدمات هوانوردی	۱۵۱۰۰-۱۵۰۴۵	
۱۹/۸۷-۱۹/۹۶		
پخش رادیویی	۱۵۴۵۰-۱۵۱۰۰	
۱۹/۴۲-۱۹/۸۷		
پخش رادیویی	۱۷۹۰۰-۱۷۷۰۰	
۱۶/۷۵-۱۶/۹۵		

طول موج متر	فرکانس کیلوهرتز	موج
۱۶/۶۰ - ۱۶/۷۵	۱۸۱۰۰ - ۱۷۹۰۰	
۱۳/۸۰ - ۱۴	۲۱۷۵۰ - ۲۱۴۵۰	
۱۱/۶۵ - ۱۱/۷۰	۲۵۶۷۰ - ۲۵۶۰۰	
۱۱/۴۹ - ۱۱/۶۵	۲۶۱۰۰ - ۲۵۶۷۰	

«امواج فوق العاده کوتاه»: برد ضعیف (موج منتشر در تمام جهات: ۱۰۰ تا ۱۲۰ کیلومتر) ولی با تعداد کانالهای بسیار: تلویزیون و اف. ام

طول موج متر	فرکانس متر هرتس	موج به حسب متر (متریک)
۷/۳۲ - ۴/۴۰	۶۸ - ۴۱	
۳ - ۳/۴۳	۱۰۰ - ۸۷/۵	
۱/۳۹ - ۱/۷۲	۲۱۶ - ۱۷۴	
۰/۳۱ - ۰/۶۴	۹۶۰ - ۴۷۰	دسی متریک (به حسب دسی متر)
۰/۰۲۴ - ۰/۰۲۵۶	۱۲۵۰۰ - ۱۱۷۰۰	سانتیمتریک (به حسب سانتیمتر)

ماهواره

شهرت دارند، که هم برای پخش رادیویی و هم برای پخش تصاویر تلویزیونی به کار می روند. برد آنها بسیار محدود است چرا که فقط در خط مستقیم قدرت پخش دارند و نسبت به موانع بسیار حساس اند به همین جهت به فرستنده هایی احتیاج دارند که در مناطق مرتفع نصب شده باشد. اما صرف نظر از این نقص، کیفیت پخش آنها بسیار عالی است و بویژه وسعت فرکانسهای آن، کانالهای بسیار زیادی را در اختیار می گذارد.

در پخش رادیویی، این امواج، مدولاسیون فرکانس (۱۸۱) را امکان پذیر می سازند، پخشی که به هنگام شنیدن کیفیت بسیار خوب داشته و دارای امکانات استریوفونیک است. رادیو فرانسه در ۳۰۳ فرستنده خود از این گونه، که در سراسر قلمرو فرانسه گسترده اند (۸۶ تا آن قدرتی از یک تا ۲۰۰ کیلووات دارند) و که در تقریباً همه آنها از ۸۸ تا ۱۱۰/۲ متر هرتس استفاده می شود، سه فرکانس مختلف در اختیار دارد که پخش سه برنامه را ممکن می سازند. در آغاز کار مدولاسیون فرکانس امکانات عدم تمرکز را در ایستگاههای رادیویی

بین مناطق در اختیار نهاد و در مرحله بعد افزایش تعداد رادیوهای خصوصی را. که ابتدا مخفیانه به کار افتادند و اخیراً مجاز شده‌اند (در اوت سال ۱۹۸۴ تعداد ۱۸۸۴ اجازه‌نامه صادر شده است).- موجب شد

و اما در خصوص پخش تلویزیونی از طریق امواج هرتس به موجب چندین قرارداد برای هر کشور یا مناطقی از کشورها باندهای با فرکانس ویژه، در نظر گرفته شده است. اروپا، اتحاد جماهیر شوروی، خاورمیانه و آفریقا این باندها را میان دو ناحیه بزرگ (ناحیه اتحادیه اروپایی پخش امواج رادیویی- یعنی اروپای غربی منهای فرانسه، ایتالیا و ایرلند- و ناحیه سازمان بین المللی رادیو و تلویزیون- یعنی اروپای شرقی و بعضی کشورهای غیر اروپایی) و سه کشور یاد شده توزیع کرده‌اند. به این ترتیب فرانسه و موناکو ۹ کانال در باندهای I (بین ۵۵/۷۵ و ۵۷/۲۵ متر هرتس). III (بین ۱۷۶ و ۱۹۸/۵ متر هرتس)، و V - IV (بین ۲۰۷/۲۵ و ۲۲۱/۷۵ متر هرتس) در اختیار دارند. این امکانات توسط سه کانال ملی که هر کدام در قلمرو کشور حدود صد فرستنده ۲ تا ۱۰۰۰ کیلوواتی و ایستگاه‌های تقویتی دارند و نیز توسط کانال پلوس (کانال + یا Canal Plus) و تله مونت کارلو (Télé Monte - Carlo) مورد استفاده قرار می‌گیرند.

ولی صرف نظر از این تقسیمات، ارسال تصاویر تلویزیونی توسط شبکه امواج هرتس کلاسیک، با به میدان آمدن سیستم‌های مختلفی که در این راستا به وجود آمده‌اند باز هم به اجزاء کوچکتر تقسیم شده‌اند: «فورم» های انتقال تصویر به تعداد ۱۲ عدد برای تصاویر معمولی و «استاندارد» ها به تعداد ۳ عدد برای تلویزیون‌های رنگی. به این طریق اروپای غربی به استثنای فرانسه و یونان سیستم پال را که اصلاً آلمانی است پذیرفته و سیستم سکام که اصلاً فرانسوی است توسط این دو کشور و نیز اتحاد جماهیر شوروی و اروپای شرقی به استثنای آلبانی اعمال می‌شود. نیروهای نظامی آمریکایی و کانادایی (مقیم اروپا) سیستم NTSC را که خاص کشور اصلی آنها است حفظ کرده‌اند. اما در داخل اروپای غربی که استاندارد پال برای تلویزیون رنگی پذیرفته شده، کشورهای مختلف هر کدام «نورم» های مختلف را پذیرا شده‌اند. مثلاً بریتانیای کبیر نورم I و بلژیک نورم B و G. گیرنده‌های مولتی نورم و مولتی استاندارد هم به بازار آمده‌اند ولی قیمت آنها بیشتر است. در عمل، این تقسیم تصاویر تلویزیونی از طریق امواج هرتس، نیز ارتباط تلفنی و انتقال اطلاعات، با ظهور شبکه ارتباط ماهواره‌ای زیر سؤال قرار گرفته است.

اولین اقدام در جهت برقراری ارتباط او دیوفونیک نوین به یاری ماهواره اسکور که روز هجدهم دسامبر سال ۱۹۵۸ به فضا پرتاب شد تحقق یافت. این ماهواره پیام پرزیدنت آیزنهاور را پخش کرد. این ماهواره نظیر ماهواره‌هایی که بلافاصله بعد از آن پرتاب شدند از نوع ماهواره‌های «غیر فعال» و بدون دستگا‌ه‌های تقویت کننده صدا بود. اولین ماهواره «فعال» تل استار ۱ بود که روز دهم ماه ژوئیه ۱۹۶۲ به فضا پرتاب شد. این ماهواره برای شرکت آمریکن تلگراف اند تلفن ساخته شده بود. این اقدام موجب ظهور اولین آنتنهای عظیم گیرنده در آندوور (ماین)، کونهیلی لاونز (انگلستان)، پلومور- بودو (بروتانی) شد. با این همه، تل استار ۱ مثل ماهواره‌های مولینا (Molnia) ی شوروی که اولین آنها روز ۲۳/۴/۱۹۶۵ به فضا پرتاب شد مداری کشیده داشت که فاصله آن از ۹۷۴ تا ۱۰۷۹۷ کیلومتر در نوسان بود و این امر زمان برقراری ارتباط و مکانهایی را که زیر پوشش قرار می‌گرفت محدود می‌ساخت. مرحله بعدی دوره ماهواره‌های «ژئواستاسیونر» (زمین ایستگاهی) بود که زمان گردش آن نزدیک به سرعت حرکت وضعی زمین بود، درمداری تقریباً مدور و با فاصله‌ای حدود ۳۶۰۰۰ کیلومتر. این ارتباط ماهواره‌ای در تاریخ ۶/۴/۱۹۶۵ توسط اتلستات (Earlybird) که ۲۴۰ خط تلفنی در اختیار داشت افتتاح شد.

زمینه پیشرفتهای بعدی- که از لحاظ اهمیت کمتر از مراحل اولیه نبود ولی توده مردم توجه چندانی به آن نداشت- بالا بردن ظرفیت ارتباط بود. ماهواره وستار ۱ (Westar 1) که در ۱۳/۴/۱۹۷۴ به فضا پرتاب شد و به کمپانی وسترن یونیون تلگراف تعلق دارد می‌تواند ۱۲ برنامه تلویزیون رنگی یا ۱۴۰۰۰ خط تلفنی برقرار سازد. ماهواره اس، بی. اس. ۱ که روز ۱۵/۱۱/۱۹۸۰ پرتاب شد قادر است اطلاعات و داده‌ها را با سرعتی معادل ۶/۳ Mb/s در ثانیه منتقل کند. ماهواره ستکام (Satcom L-R) نیز که روز ۱۱/۴/۱۹۸۳ در مدار زمین قرار گرفت قادر است ۳۶۰۰۰ ارتباط تلفنی را برقرار کند.

تعداد ماهواره‌های ارتباطی، ملی یا بین‌المللی، غیر نظامی یا نظامی و متعلق به تشکیلات دولتی یا مؤسسات خصوصی روبه افزایش نهاده‌اند.

در زمینه پخش تلویزیونی، این ماهواره‌ها به خلاف شبکه امواج هرتس کلاسیک، بعد از این پخش مستقیم بر فضا‌های وسیعی را ممکن می‌سازند، فضاهایی که بویژه در اروپا از

جدول شماره ۵: پیشرفت تلویزیون در تعدادی از کشورها

الف) تعداد گیرنده‌ها در پایان سال (به حسب هزار)					
۱۹۷۹	۱۹۷۰	۱۹۶۲	۱۹۵۸	۱۹۵۵	
۴۶۷۰۰۰	۲۶۶۰۰۰	۱۲۹۰۰۰	۷۶۰۰۰	۵۰۰۰۰	جهان
۱۴۰۰۰۰	۸۴۶۰۰	۶۰۰۰۰	۵۰۲۵۰	۳۹۰۰۰	ایالات متحده (گیرنده)
۲۸۴۳۹	۲۲۸۸۳	۱۲۶۱۲	۱۶۰۰	۲۵۰	ژاپن (اجازه‌نامه‌ها)
۱۵۶۰۹	۱۰۹۶۸	۳۴۲۷	۹۸۹	۳۱۴	فرانسه (اجازه‌نامه‌ها)
۳۱۰۳	۲۵۱۳	۱۶۲۶	۲۴۴	۱۰	سوئد (اجازه‌نامه‌ها)
۳۹۱۰	۳۰۹۱	۱۳۵۶	۳۲۸	۴۵	چکسلواکی (اجازه‌نامه‌ها)
۸۰۰۰۰	۳۴۸۰۰	۸۳۰۰	۱۷۶۷	۸۲	اتحاد جماهیر شوروی (گیرنده)
۱۰۰۰	۴۰۰	۵۵	۱۸	۷	فیلیپین (گیرنده)
۱۵۰۰۰	۶۱۰۰	۱۴۳۰	۷۰۰	۱۵۰	برزیل (گیرنده)
۷۵۰	۱۷۴	۵	-	-	مراکش (اجازه‌نامه)
۴۵۰	۷۵	۱۰	-	-	نیجریه (گیرنده)
ب) تعداد گیرنده‌ها برای هر هزار نفر					
۱۹۷۹	۱۹۷۰	۱۹۶۲	۱۹۵۸	۱۹۵۵	
۱۰۸	۷۳	۴۱	۲۷	۱۸	جهان
۶۳۵	۴۱۳	۳۲۲	۲۸۸	۲۳۶	ایالات متحده
۲۴۵	۲۱۹	۱۳۲	۱۷	۳	ژاپن
۲۹۲	۲۱۶	۷۳	۲۲	۷	فرانسه
۳۷۴	۳۱۲	۲۱۵	۳۳	۱	سوئد
۲۵۶	۲۱۶	۹۸	۲۴	۳	چکسلواکی
۳۰۳	۱۴۳	۳۷	۸	۴	اتحاد جماهیر شوروی
۲۱	۱۱	۲	۱	e	فیلیپین
۱۲۶	۶۶	۱۹	۱۱	۲	برزیل
۳۹	۱۱	e	-	-	مراکش
۶	۱	e	-	-	نیجریه

تذکره- با توجه به این که بعضی از آمارها براساس تعداد گیرنده‌ها و بعضی براساس اجازه‌نامه‌های صادره تنظیم شده‌اند، مقایسه بین المللی کاری است مشکل.

مرزها فراتر رفته و انحصارات دولتی را به زیر سؤال کشیده‌اند و تنها مانعی که بر سر راهشان وجود دارد موضوع زبان است. آنچه این تلویزیون ماهواره‌ای را تکمیل می‌کند شبکه تلویزیون باسیم است که از طریق یک آنتن اصلی به مشترکین خود سرویس می‌دهد ولی اکنون افراد عادی هم می‌توانند با تهیه آنتنهای خاصی که اندازه و قیمت آن تفاوت می‌کند مستقیماً از پخش ماهواره‌ای استفاده کنند. کاری که برای جغرافیدان مانده توجه به مناطق زیرپوشش ماهواره‌هایی است که مرتباً در مدار زمین قرار می‌گیرند و نیز گفتگوها و چانه‌زندهایی که در جهت تخصیص کانالها برای مصارف مختلف در گرفته است.

با این همه پیشرفتهای حاصله در تکنولوژی، که از حدود بیست سال پیش بسیار چشمگیر بوده است، فقط یکی از عوامل موجود- و البته بسیار مهم- در ساختار فضای ارتباط از راه دور و دیگر ارتباطات به شمار می‌آید. جهشها و تغییرات این فضا به نسبتی که دیگر روشهای برقراری ارتباط به رقابتی سخت با تلویزیون برمی‌خیزند- حال آن که می‌توانستند نقشی مکمل ایفا کنند- بسیار پیچیده شده است. به عبارت ساده‌تر، این فضای ارتباطی نه تنها توسط گونه‌های مختلف مالکیت و بهره‌برداری از بردارها شرطی شده‌اند بلکه از بالا توسط تشکیلات تولید اطلاعات و از پایین توسط ساختار بازارهای مصرف تأثیر می‌پذیرند.

پژوهش II - تشکیلات ارتباطات فرهنگی

رتال جامع علوم انسانی

الف) استفاده از بُردارها:

بخشی از سازمانهای پخش اطلاعات برای تأمین ارتباط نوشتاری یا دیداری و به منظور برقراری و ارائه خدمات به شماری از نقاط فروش و اشتراک (روزنامه‌ها، کتابفروشیها، صفحه‌فروشیها، کتابخانه‌ها، ویدئو- کلوبها...) یا سالنهای نمایش (سینماها)، شیوه‌های حمل و نقل کلاسیک را به کار می‌گیرند و در این راه از کمک مؤسسات عمومی ثالث (پست، شرکت ملی راه‌آهن) یا مؤسسات خصوصی (شرکتهای حمل و نقل جاده‌ای) استفاده می‌کنند. کوشش در جهت یافتن راهی برای تأمین حداکثر سرعت در توزیع اطلاعات بعضی از این سازمانها را به استفاده از یک پارک حمل و نقل خصوصی. (مثلاً در مورد روزنامه‌های شهرستانهای فرانسه) و یا کمک گرفتن از شرکتهای تخصصی نظیر

Les Nouvelles Messageres de la Presse و بوی — Les Messageries Lyonnaises de Presse
 presse parisiennes هدایت کرده است.

مطبوعات پس از پیدایش رادیو و بویژه تلویزیون دیگر نمی توانند در این مسابقه سرعت مدعی مقامی باشند، چرا که این رسانه های گروهی در پخش اطلاعات عملاً قدرت آنی دارند. نشریات روزانه از این لحاظ بیش از گاهنامه های تخصصی - که پس از جنگ جهانی دوم توسعه چشمگیری یافته اند - صدمه دیده اند. بنابراین توزیع روزنامه ها و عملکرد مؤسسات حمل و نقلی که وابسته به آن است نقشی چشمگیر در مؤسسات مطبوعاتی ایفا می کنند. به نظر می رسد که هزینه توزیع روزنامه ها در شهرستان میان ۳۰ تا ۴۰ درصد و در پاریس میان ۴۰ تا ۵۰ درصد قیمت فروش را به خود اختصاص داده است. با این همه با پیدایش تله ماتیک (تله کومونیکاسیون - انفورماتیک یا ارتباط از راه دور به کمک رایانه) و به مدد استقرار و ازدیاد چاپخانه ها در نزدیکی بازارهای محل توزیع و با توجه به این که متون و تصاویر به کمک تله کومونیکاسیون ارسال می شود روزنامه ها توانستند در جهت توزیع سریع به موفقیت های بیشتری دست یابند و این امر بویژه در مورد مطبوعات «بین المللی» نمود بیشتری یافت.

در حقیقت سازماندهی نظام توزیع، نظیر سازماندهی نظام تجاری، بیش از نحوه اداره وسیله حمل و نقل به معنای واقعی کلمه، در رشد مؤسسات ارتباطی و توسعه منطقه زیر نفوذ

جدول شماره ۶: تحول نشریات روزانه ای که به انتشار اطلاعات عمومی می پردازند

۱۹۷۹	۱۹۷۰	۱۹۶۵	
			فرانسه
۹۶	۱۰۶	۱۲۱	تعداد عناوین
۲۰۵	۲۳۸	۲۴۶	تعداد نسخه ها برای هر هزار نفر
۱۰۸۶۳	۱۲۰۶۷	۱۲۰۴۱	تیراژ (به حسب هزار)
			ایالات متحده امریکا
۱۷۸۷	۱۷۶۳	۱۷۵۱	تعداد عناوین
۲۸۲	۳۰۳	۳۱۰	تعداد نسخه ها برای هر هزار نفر
۶۲۲۲۳	۶۲۱۰۸	۶۰۳۵۸	تیراژ (به حسب هزار)

آنها اهمیت دارد. این امر بویژه در مورد توزیع سینما توگرافیک مصداق دارد و نیز می تواند در خصوص جریان ارتباط ویدئو کلوبها که هنوز در سطح مؤسسات کوچک و جدا از یکدیگر فعالیت می کنند تحقق یابد.

مدیریت و اداره بردارهای مخصوص، شبکه های باسیم و شبکه های بی سیم (امواج هرتس) با توجه به تمایلات اقتصادی کشورهای مختلف به انحصارات دولتی (پست و تله کومونیکاسیون، تله دیفوزیون دو فرانس) یا بعکس به مؤسسات خصوصی - با توجه به همه مسایل واسطه ای، منجمله اعطای امتیازات - واگذار می شود. شک نیست که این امر بر حجم و قدرت این شبکه ها و قیمت استفاده از آنها تأثیری بسزا دارد. دیدیم که در سطح شبکه های باسیم، در فرانسه شبکه های بی وجود دارد در مقیاس محلی و منطقه ای، حال آن که در امریکا قدرت کمپانی آمریکن تلفن اند تلگراف به سرعت رو به فزونی نهاد و عصر ماهواره ها شاید ظهور ماهواره های شرکتهای خصوصی ارتباطات بویژه شبکه خصوصی SBS (Satellite Business System) در آمریکا شد، شبکه ای که در سال ۱۹۷۵ توسط آی. بی. ام. و کامست کورپوریشن به وجود آمد، نیز در سطح بین المللی رقابت شرق و غرب موجب پیدایش ارتباطات بین المللی ماهواره ای (International Telecommunication Satellite) با ۱۰۲ کشور عضو در سال ۱۹۶۴ و سازمان انترسپوتنیک (Intersputnik) در سال ۱۹۷۱ شد.

هدف بسیار عظیم است چرا که پای توزیع جهانی تلویزیون، تله ماتیک و تله کومونیکاسیون بین المللی در میان است.

ب) تولید اطلاعات:

افزایش ظرفیت توزیع [ارتباطات] که بستگی به پیشرفت تکنولوژی دارد آن چنان سریع است که موجب شده در رقابت میان شیوه های گوناگون ارتباطات عامل بنیادی جدیدی پایه عرصه وجود نهاد، عاملی که بیش از پیش نشانه برتری یک سیستم تولید اطلاعات بر دیگر سیستمها می باشد و آن عبارت است از: قضاوتی که در نهایت به بازار مصرف تعلق دارد.

تله ماتیک در فراسوی شبکه های ارتباطاتی مؤسساتی که از نظر داخلی، تولید و پخش اطلاعات را تأمین می کنند وجود «سرویس دهنده» هایی را ایجاب می کند که در این سالهای اخیر با نامهای بانک و پایگاههای اطلاعات رشدی فزاینده داشته اند. این سرویس دهنده ها

در زمینه اطلاعات تخصصی شروع به کسب امتیازهایی چشمگیر کرده اند، اطلاعاتی که در پیوند با فایده و نادر بودنشان ثبت و نگهداری می شود. در این باب باید خاطر نشان ساخت که حبس اطلاعات می تواند منبع فایده و درآمد و نیز منبع قدرت باشد. بعکس تولید اطلاعات برای عموم مردم می تواند مشکلاتی برانگیزد. با توجه به این که هدف از تولید اطلاعات توزیع و پخش آگاهیها است این امر چه به شکل سنتی آن و چه به صورت سالنامه ها قدم به قلمرو دایرة المعارفها می گذارد و نیز از آنجا که هدف این اطلاعات وقایع روزانه است با رسانه های گروهی «کلاسیک» چون مطبوعات، رادیو و تلویزیون سرو کار دارد. این رسانه های گروهی و بویژه مطبوعات در جمع آوری و تولید اطلاعات ساختارهایی در اختیار دارند کارآزموده و صاحب تجربه. آیا مطبوعات به استفاده از «کاغذ» وفادار خواهند ماند یا به صورت نشریات الکترونیکی در خواهند آمد؟ شیوع «مینی تل»ها (مینی تلویزیونها) در فرانسه موجب جدایی میان آنها که اطلاعات تله ماتیک را می پذیرند و آنها که آن را رد می کنند شده است. گرچه نام روزنامه های ملی (لیبراسیون، لوپاریزین لیبره) و نیز روزنامه های ناحیه ای (لومریدیونال، لوپروونسال، لامارسیز، لادپش دومیدی) در سالنامه سرویسهای تله تل منتشره در سپتامبر ۱۹۸۴ دیده می شود چرا که آگهیهای کوچک و تبلیغات نقشی چشمگیر در تصمیم گیری و انتخاب ایفا می کنند، ولی نکته مهم در این است که در زمینه ای با وسعت بیشتر- بنابراین جغرافیایی- خدمات تله تل بدون توجه به فاصله و به صورت آنی ارائه می شوند.

در خصوص پخش تصاویر با مسأله ای مشابه و شاید مهمتر از دیگر وسایل ارتباطی

جدول شماره ۷: مجموع درآمدهای حاصل از آگهیهای تبلیغاتی در فرانسه

۱۹۸۳	۱۹۸۰	۱۹۶۸	
(%)	(%)	(%)	
۵۶	۶۰	۷۷	مطبوعات
۹	۱۰	۹	رادیو
۱۵	۱۴/۵	۲	تلویزیون
۱۵	۱۴	۱۰	«آفیش»ها
۲	۱/۵	۲	سینما

جدول شماره ۸: تحوّل تعداد کسانی که به سینما می روند در چند کشور نمونه.

الف - تعداد سالانه (به حسب میلیون نفر)

ب - تعداد سینما روها در مقایسه با تعداد جمعیت

۱۹۷۷		۱۹۶۷		۱۹۵۷		
ب	الف	ب	الف	ب	الف	
۵/۱ (۵۹)	۱۱۲۱/۱	۷	۱۳۰۰	۱۲/۶ (۵۸)	۲۲۰۰	ایالات متحده
۳/۳	۱۷۷	۴	۲۱۵/۷	۹/۷	۴۲۸/۶	فرانسه
۲/۲	۱۳۵/۵	۳	۱۸۱	۱۳/۸ (۵۸)	۷۵۳	آلمان فدرال
۱/۴	۱۶۶	۳/۰ (۶۹)	۲۸۷	۱۲/۳ (۵۸)	۱۱۲۷/۵	ژاپن
۳/۱	۲۵/۵	۴/۰ (۶۹)	۲۸/۲	۹/۴ (۵۸)	۷۰	سوئد
۱۵/۹	۴۱۵۵	۱۹/۰ (۶۹)	۴۶۵۵/۹	۱۵/۱	۳۰۶۳	اتحاد جماهیر شوروی
۵/۶	۸۴/۷	۸/۰ (۶۸)	۱۱۸/۷	۱۳/۹	۱۸۶/۲	چکسلواکی
۱/۸	۲۱۱/۷	۳/۰ (۶۷)	۲۳۴/۷	۵/۷	۳۴۷/۶	برزیل
۴/۱ (۷۳)	۲۴۲۴	۴/۰ (۶۹)	۲۱۹۰	۳/۵ (۵۸)	۱۳۸۹/۶	هندوستان
۱۹/۲	۴۴/۷	۱۴/۰ (۶۹)	۲۸/۹	۱۱/۹	۱۸/۱	سنگاپور
۲/۰ (۷۷)	۳۵/۸	۱/۳	۱۸/۲	۲/۰ (۵۴)	۱۶/۱	مراکش
۱/۸ (۷۵)	۶۵/۲	۱۹/۰ (۶۸)	۵۹/۳	۲۷	۶۵	مصر
۰/۶ (۷۷)	۹/۲	۰/۸ (۶۳)	۷/۳	-	-	کنیا

مواجه هستیم. از رقابت تلویزیون با سینما به خوبی اطلاع داریم: این امر در تمام کشورهای که شبکه تلویزیونی پیشرفته دارند موجب تقلیل چشمگیر تعداد نوجوانانی که به سینما می روند شده است، گرچه در نهایت این تعداد وضع ثابتی به خود گرفته است. نیز باید میان سینمای شهرهای بزرگ - جایی که بازار مصرف از اهمیت بسیار برخوردار است - و یک سینمای روستایی یا شهرستانی که به سختی می تواند در مقابل رقابت تلویزیون مقاومت کند، تفاوت قابل شد.

با این همه، فیلم سینمایی یکی از کالاهای مورد علاقه تماشاگران تلویزیونی است. مؤسسات تلویزیونی خود به تهیه فیلم یا بهتر بگوییم فیلمهای تلویزیونی (تله فیلم) دست

می زنند ولی هنوز به شدت جیره خوار تولیدات سینما توگرافیک باقی مانده اند. به این ترتیب می بینیم که وسایل تکنیکی جدید موجب برخورد رسانه های گروهی با یکدیگر شده اند. قدرتهای عمومی از طریق وضع قوانین و نظامنامه ها، به حسب کشورها برای برقراری تعادل به دخالت پرداخته یا از دخالت منع می شوند. ولی در هر حال در کشورهای سرمایه داری کم کم مجتمعات اطلاعاتی بزرگی به وجود آمده که در همه بخشهای کلاسیک یا جدید دست دارند، مجتمعهایی که بعضی آنها را رسانه های چندوجهی (مولتی مدیا) نامیده اند.

در ایالات متحده «چهارتا از مهمترین روزنامه ها، دو تا از سه مجله نو (نیوماگازین)، هر سه شبکه تلویزیون و چهل درصد شبکه های اصلی رادیو شامل بعضی از بزرگترین ایستگاهها، به اضافه سهم عظیمی از تلویزیون باسیم، روزنامه ها و بنگاههای بزرگ نشر کتاب متعلق به هشت شرکت خصوصی می باشند»

III - بازارهای مصرف و تأثیر ارتباطات

تلفن به طور سنتی میان دو نوع مشتری توزیع می شود، یکی حرفه ای که عموماً شامل ادارات، مؤسسات صنعتی و تجاری است و دیگری شخصی که به معنای اقتصادی کلمه شامل خانواده ها است. میان این دو نوع مشتری مرز مشخصی وجود ندارد و مشاغل آزاد علی الاصول در این محدوده قرار دارند ولی مشتریان تلکس اصولاً حرفه ای بوده اند. گرچه نوعی انتشارات و مطبوعات تخصصی که به حرف و مشاغل توجه دارند به وجود آمده اند ولی رسانه های گروهی اصولاً به خانواده ها نظر دارند.

برای دستیابی به میزان رقابت موجود میان طرق مختلف ارتباطی، آگاهی بوضع بازار مصرف اهمیتی بنیادی دارد.

بازار حرفه ای به پیشرفت کثیرالاشکال وسایل ارتباطی روز به روز حساسیت بیشتری پیدا می کند. این پیشرفت در دو زمینه نسبتاً از هم مجزا رخ می نماید، یکی در قلمرو روابط خارجی مؤسسه، خواه به عنوان اطلاعات عمومی (رسانه های گروهی) و حوزه به عنوان اطلاعات تخصصی (انتشارات، بانکهای اطلاعات) و خواه به عنوان پیوند با کسانی که کالا تهیه می کنند و یا مشتریان مؤسسه. تعیین محدوده جغرافیایی این قلمرو کار دشواری است، چرا که این گونه ارتباطات بُعدی جهانی دارند. با این همه می توان در مقیاس

کشورها، نیز در مقیاس نواحی و به منظور تفاوت گذاشتن میان فضاهای ارتباطی با ارزشهای نابرابر، به تحلیل شدت و کیفیت همه گونه تجهیزات ارتباطی دست زد. در این جا بویژه باید به مهلت اعطای تجهیزات ارتباطی، تعداد دفعات دسترسی به آن، قیمت انتقال (اطلاعات) و کیفیت خدمات توجه داشت. بازار حرفه ای در گذشته به کیفیت تجهیزات تلفن یا تلکس و به خوبی یا بدی وضع خدمات پستی حساس بوده و حالا به شیوه های مختلف آگهیها و تبلیغات مطبوعاتی نیز حساسیت پیدا کرده است و در آینده یکی از مشتریان پروپا قرص تله ماتیک خواهد شد: صرف نظر از پخش و سازماندهی شبکه های ارتباطی، برای دگرگون کردن یک فضای ارتباطی نه تنها ظرفیت و سرعت انتقال را باید مد نظر قرار داد بلکه بویژه باید به قیمت اطلاعات و هزینه اداره آن نیز توجه داشت.

ولی بازار حرفه ای شامل قلمرو دومی نیز می باشد که عبارت است از قلمرو ارتباطات داخلی مؤسسه. تا به امروز این امر بخصوص شامل اداره مؤسسه و روابط میان اعضای آن بوده است یعنی رابطه میان مدیریت و واحدهای تولید. در این جا آنچه مورد نظر است استقرار به معنای واقعی کلمه گام به گام وسایل ارتباط از راه دور است. دست کم بخشی از آن به عوض جابه جا شدن اشخاص، کاری که فوریت برقراری ارتباط و کم شدن هزینه ها را موجب می شود، گرچه گفتگوی رودررو در شماری از موارد امری ضروری است. آنچه از طریق ارتباطات به آن دست می یابند عبارتست از عدم تمرکز بخشیدن به فعالیت مؤسسه و اداره آن، گرچه پیشرفتهای تکنولوژی این عدم تمرکز را تسهیل می کنند ولی ارتباط از راه دور در این مهم جز وسیله ای بیش نیست: این ارتباطات می تواند دو جهت داشته باشد، یعنی هم برای تحکیم قدرت تصمیم گیری مرکزی و هم در جهت توسعه خودمختاری واحدهای پیرامونی به کار آید.

با این همه پیشرفتهای جدید «تله کومونیکاسیون» در محدوده های متفاوت به حسب نوع فعالیت، و توسط کار از راه دور یا «تله تراوای» موجب تقسیمات جدیدی در جغرافیای کار شده است. علی رغم آن که کار در منزل موجب محدود شدن مهاجرت های کارگری و آرامش در آمد و شدهای شهری می شود ولی به نظر می رسد کارگران به خاطر دست یابی به یک محیط اجتماعی چندان رغبتی به این کار ندارند. در عوض محتمل است که تعداد مؤسسات بزرگی که به صورت واحدهای کوچک کارگری در سطح شهر پخش می شوند رو به فزونی نهند.

اما در خصوص بازار شخصی ارتباطات باید گفت که این بازار به تمام وجوه زندگی روزمره یعنی کار، جابه جا شدن‌ها، چه از نوع تجاری و چه اداری، و تفریحات، توجه دارد. وقتی که پای کار در مؤسسات متوسط یا بزرگ در میان باشد به جهشهای بازار حرفه‌ای ارتباطات بیشتر استناد می‌شود ولی از چند سال پیش انقلابی روبه رشد در مشاغل آزاد، در مؤسسات کوچک و متوسط به وقوع پیوسته که هجومی شدید به سوی «میکرو انفورماتیک» را برانگیخته است، هجومی که با هماهنگی بانکها یا پایگاههای اطلاعات و داده‌ها تشدید شده است. در خصوص جابه جا شدنهای از نوع تجاری یا اداری، در واقع بخشی از آنها از مدتها پیش جای خود را به استفاده از خدمات پستی داده‌اند. مؤید این موضوع توسعه بازار فروش از راه مکاتبه و یاری گرفتن از چک [در امر پرداختها] است. «تله کومونیکاسیون» موجب پیشرفتهای جدید فی‌المثل در پیوند میان بانک و مشتری به یاری شبکه «تله تل» شده است و بزودی در استفاده عمومی از کارتهای کامپیوتری برای پرداختها گامهای سریعی به جلو خواهد داشت. همه اینها موجب تغییر در شماری از رفتارها شده و بر ترافیک شهری تأثیری غیر قابل انکار بر جای خواهد نهاد.

با آن که تأثیر وسایل جدید ارتباطی بیش از همه در زمینه تفریحات به چشم می‌خورد ولی تعداد خیلی از جغرافیدانها به این مهم توجه کرده و پیرامون تأثیر تلویزیون بر سالنهای نمایش و کافه‌ها، با توجه به توزیع فضایی آنها، به تحقیق برخاسته‌اند. نیز تعداد جغرافیدانهایی که هم خود را مصروف تحقیق پیرامون الحاق فکری روستانشینان، کوه‌نشینان و حتی اهالی شهرهای کوچک به جهان خارج و امکانات جدید تفریحی کرده باشند، بسیار ناچیز است، الحاق فکری‌یی که به مدد راههای نوین ارتباطات تحقق یافته و احتمالاً می‌تواند موجب کاهش روند مهاجرت‌های روستایی و تخفیف تراکم شهرها شود. هجوم سیل آسای ویدئوکلوبها به سوی کار و کسبهای عادی محلات زمینه دیگری است برای مطالعه و تحقیق. در این جا نیز تأثیر متقابل امکان‌پذیر و قابل درک است چرا که در شهرهای بزرگ، پخش خبر درباره نمایشات می‌تواند از طریق «تله کومونیکاسیون» تحقق پذیرد.

برای توضیح در باب جنبه بنیادی محدوده‌های زبان‌شناسی، فرهنگی و اجتماعی مربوط به فضای ارتباطی تنها نوشتن یک مقاله کافی نیست و مقصود ما از نوشتن این مقاله فقط نشان دادن اثرات مسلم و مستقیم پیشرفتهای جدید ارتباطات است بر سازماندهی

فضایی بشر. در حقیقت سرعت و شدت پخش اطلاعات، روند فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی را زیر و رو ساخته است. بازنمایی که کوچکترین تغییرات بورسهای بزرگ جهانی ایجاد می‌کند، اثرات تقریباً آنی نتایج انتخابات در یک نقطه محدود به عنوان نمونه، عکس العمل توده مردم در مورد خبر فلان رویداد سیاسی یا اقتصادی دلیل قدرت اطلاعات است. جغرافیدانها که درباره توزیع فضایی جمعیت و فعالیت‌های مردم با دقت به مطالعه مشغولند باید به تأثیر آنچه که «قدرت چهارم» [رکن چهارم] نام گرفته بر سازماندهی فضایی حساسیت داشته و توجه بیشتری از خود نشان دهند.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی