

به نام او...

جزوه درس تجزیه و تحلیل برنامه های رادیو و تلویزیون

استاد ناهید خوشنویس

دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند

تابستان ۹۴

بعضی از آثار رسانه ها در جامعه نوین:

۱- تکوین زمانه و انسان رسانه ای: به مرور زمان انسان تمام زندگی خود را صرف رسانه می کند. از صبح تا شب مدام با رسانه سرو کار دارد. هرکس هر جایی که هست رسانه جزعی از زندگی اوست.

۲- فضای مجازی به مثابه فضای جدید: گاهی آنقدر در فضای مجازی غرق می شویم که گویا رسماً در آن دنیا زندگی می کنیم و فضای مجازی ما را از فضای حقیقی خارج کرده است.

تکوین واقعیت های رسانه ای:

واقعیت ساختنی است، حقیقت وجود دارد. واقعیات را رسانه ها بر اساس -منافع ملی کشور -اهداف سازمان (خصوصی /دولتی) زیر نظر رهبر؛ هر چه دید گاه رهبری اسست رسانه نمایش می دهد) -کسی که خبر را تأیید کرده (دیدگاه کسی که دارد برنامه را تهیه می کند). می سازند.

در بازنمایی: آنچه را که دوست دارند به نمایش میگذارد.

بازنمایی سه دسته است:

۱- جنسیت: زن و مرد = مدام نمایش میدهند مرد قدرت مند و عقلانیست و زن ضعیف و احساسیت

۲- نژاد: همه تلاش کردند نشان بدهند:

۱- سیاه پوست ها انسان های بد بختی هستند.

۲- عرب ها و حشی، غیر متمدن و همیشه به دنبال پول هستند.

۳- سفید پوست ها همیشه بهترین، موفق در فکر و کمک به دیگران هستند.

۳- مذهب:

بهترین مذهب: یهودیت میباشد

ضعیف ترین و مشکل ترین مذهب: اسلام

ویژگی های اصلی رادیو:

رادیو سال ۱۹۲۰ بوجود آمد.

۱- شنیداری: حس شنوایی را درگیر می کند.

۲- مکث و تکرار پذیری: می خواهد یک مطلب را توضیح دهد؛ آرام می خواند، دو یا سه بار توضیح میدهد

برای اینکه مخاطب حس و درک داشته باشد. گوینده سعی می کند مطلب را با مکث بگوید چون مخاطب فقط با حس شنوایی درگیر است. یعنی مخاطب کارهای دیگری انجام می دهد و رادیو هم گوش می دهد. بنابراین مطلب را آرام و چندین بار تکرار می کند که مخاطب متوجه شود.

۳- بسط تخیل و مشارکت: مثلا رادیو در مورد یک حادثه دارد توضیح میدهد، با تخیل مخاطب بازی می کند و باعث می شود مخاطب تجسم کند. رادیو باید توانایی این را داشته باشد که تخیل مخاطب را به بازی بگیرد که مخاطب بتواند تصویر کند.

۴- ارزانی، سرعت و پوشش گسترده: رادیو همه جا هست. زمان وقوع هر حادثه ای خیلی سریع به رادیو انتقال داده می شود تا تلویزیون.

رادیو رسانه ای توده ای

اینکه مدام در مخاطب درگیری ذهنی ایجاد میکند و اینکه ارزان است و اگر هم تغییر و تحولی در جامعه رخ دهد خیلی راحت می توان از رادیو استفاده کرد. به همین خاطر باید گفت رادیو رسانه ای توده ای است.

- حرکت تاریخی جوامع (مارشال مک لوهان):

۱. کهکشان شفاهی: ارتباطات چهره به چهره بود. چیزی که مهم بود حس شنوایی بود.

۲. کهکشان گوتنبرگ: فردگرایی رواج یافت. افراد در تنهایی با کتاب ارتباط برقرار کردند، چاپ اختراع شد. چیزی که مهم بود حس بینایی بود.

۳. کهکشان مارکنی: (رادیو ۱۹۲۰ - تلویزیون ۱۹۳۷) در عصر مارکنی هم شنوایی مهم بود هم بینایی. قدرت دست tv است. اولین دوره زمانی که گفته میشود مخاطب منفعل است. تمام تلاشش را میکرد که از طریق tv مخاطب را تحت تأثیر قرار دهند، اما در حال حاضر عصر ارتباطات است و امروزه قدرت در دست اطلاعات و دانش است. (عصر الکترونیک)

- وسایل در امتداد حس ها:

روزنامه و مجله ← حس بینایی

رادیو ← حس شنوایی

TV ← حس شنوایی و حس بینایی ← چون دوتا حس را دربر میگیرد قدرتمند است.

-وسایل ارتباطی سرد و گرم:

سرد:وسایلی که استفاده از آنها دو یا چند حس را درگیر می کند.مثل tv و تلفن

گرم:وسایلی که استفاده از آنها تنها یک حس را درگیر میکند.مثل رادیو،عکس،مطبوعات

تلویزیون ونسل نو:

ناخودآگاه کودکان از نسل قبلی خود بیشتر تلویزیون تماشا میکنند.رسانه به خوبی می تواند از ذهن آنها استفاده کند چون ذهنشان منعطف تر است،راحتتر شکل میگیرد،بیشتر تأثیر میپذیرد،تقلید کننده ی خوبی هستند و ماندگاری در ذهن آنها بیشتر است.

چون هنوز ذهن کودک شکل نگرفته است و سرعت پذیرش ذهن او بالاست،دوست دارد همانند سازی کند؛سعی می کند یک کارتون را چندین بار ببیند و خودش را شبیه به شخصیت های کارتون کند.

چشم اندازهای دنیای ارتباطات الکترونیک:

۱-آموزش همه جایی: دوره ای یود وقتی میخواستیم آموزش ببینیم حتما باید به مدرسه میرفتیم.ولی حالا میتوانیم از CDهای آموزشی استفاده کنیم و یا از گوگل و اینترنت درباره ی هر چیزی که میخواهیم اطلاعات بدست آوریم.امروزه سن مطرح نمیشد.

۲-آموزش تجربیدی: برای مثال در گذشته وقتی علم میخواست راجع به مولکول توضیح دهد فقط بصورت تئوری بود،اما امروزه برای توضیح آن از ماکت های مختلف و آزمایشگاه ها استفاده می کنند.

در گذشته حضور در کلاس درس مهم بود و مطالب را به صورت شفاهی و در نهایت با کمک عکس به دانش آموزان آموزش میدادند.اما امروزه از وسایلی مانند ماکت و ... استفاده میکنند.

۳-آموزش چند بعدی: از چند وسیله ی ارتباط جمعی میتوان استفاده کرد.

۴-فراغت آموزشی یا فرهنگی: اوقات فراغت کودکی ما احتمال داشت بیهوده بگذرد.ولی بچه های امروزی در فراغت خود آموزش میبینند.بازی هایی که بچه ها انجام میدهند با وسایل ارتباط جمعی است و به همین خاطر بار علمی-آموزشی- فرهنگی دارد.

جهات منفی TV :

۱- کاهش حرکت: یک دوره ای بود که کودکان فقط tv نگاه میکردند. بنابراین این عامل باعث کاهش حرکت کودک میشود.

۲- تأثیر پذیری مفرط: وقتی داریم tv نگاه میکنیم ناخودآگاه همانند سازی و تقلید میکنیم. مثل طرز لباس پوشیدن و ...

۳- تعدی به حریم آموزشی: از درس و زندگی میگذرند تا برنامه های مورد علاقه شان را تماشا کنند.

۴- تنازع درونی در خانه: یک tv در خانه بود و یک نفر میخواست شبکه مورد علاقه خود و دیگری میخواست شبکه ی دیگری را نگاه کند. به دلیل استفاده بیش از حد از رسانه بین اعضای خانواده مشکل پیش می آمد.

۵- اختلاط فیلم و واقعیت: برای مثال tv برنامه ای را نشان میداد که فردی در حال چتر بازی بود، کودک ۳ساله ای چتر پدر خود را میگیرد و خودش را از ارتفاع به پایین پرت میکند.

انیمیشن:

یکی از شرکتهای هالیوود میخواهد تفکرات همه ی آدمها را یکسان کند. اولین دوره ای که میتواند روی ذهن افراد کار کند، دوران کودکی است.

یهودیان به نام موشهای کثیف معروف بودند بنابراین اولین کارتون این شرکت میکی موس است. برای اینکه این ذهنیت را از بین ببرند این کارتون را تولید کردند. بعد از میکی موس، تام و جری را تولید کردند.

لوک خوشانس - گالیور: ۲ تا مرد اروپایی و خوش تیپ. این دو مرد، سرزمینی ندارند. همیشه لوک خوشانس دنبال این است که به موفقیت برسد. هر دو این شخصیت به مردم (جهان سومی) کمک می کرد.

شرکتهای ژاپنی در کنار هالیوود شروع به تولید کردند. مثل ایکویسان و فوتبالیستها. فوتبال ژاپن خیلی خوب نیست و آنها تلاش میکنند که بگویند ما در زمینه فوتبال داریم موفق می شویم.

-فرآیند پیدایی ماهواره:

۱. ماهواره یا قمر مصنوعی

۲. نخستین ماهواره (اسپوتنیک) - روسیه - ۱۹۵۷ - پرتاب اسپوتنیک ← آغاز عصر فضا

۳. اولین ماهواره آمریکا - اکسپلورر - برای ضبط و پخش پیام های صوتی

۴. امید ۱ - اولین ماهواره ایران - ۲۰۰۹

۵. ۱۹۷۰ - اولین ماهواره پخش مستقیم اقدام میکند.

۶. ۱۹۷۳ - آمریکا ۸ ایالت را مشخص میکند ← ماهواره پخش مستقیم

۷. ۱۹۸۵ - اولین ماهواره بخش عمومی شروع می شود.

۸. ۱۹۹۱ - star کشور های آسیایی

ماهواره چیست؟

یک سیستمی که یا دور کره ی زمین و یا دور یکی از سیارات می چرخد.

-جنگ سرد بین روسیه و آمریکا: جنگ نشان دهنده ی تسهیلات و قدرت بود. اولین کسی که شروع می کند روسیه بود اسپوتنیک می دهد و یکسال بعد آمریکا ماهواره را به اکسپلورر را به قضا می فرستند. هدف روسیه گردآوری اطلاعات.

سال ۲۰۰۹ امید ۱ به فضا فرستادیم تا ایران رو مطرح کنیم.

سال ۱۹۷۰ - ۱۲ سال بعد گفتند وقتی میتوانیم اطلاعات گردآوری کنیم می توانیم به دیگران هم منتقل کنیم؛ بنابراین در این سال اقدام کردند.

۱۹۷۳ در ۸ ایالت پخش مستقیم داشتند و شروع به کار کردند و ۱۹۸۵ پخش عمومی صورت گرفت.

در سرزمین با مرز شیشه ای: در گذشته مرزهای زمینی وجود داشت که با آمدن ماهواره ها دیگر این مرزها وجود ندارد. منظور این است که مرزهای جغرافیایی دیگر مد نظر نیستند.

در این مرحله استعمار نو شروع شد ولی استعمار قدیم زمانی که سرزمینی را اشغال می کردند رخ میداد. ولی در حال حاضر فکرها را اشغال می کنند که می شود استعمار نو.

در استعمار قدیم جنگ سخت بود. ولی در حال حاضر روی ذهن و فکر کار می کنند. استعمار نو همان جنگ نرم است. استعمار نو پایدار است. بنابراین همزمان این دو استعمار دارد باهم اجرا می شود.

جنگ نرم با فیلم ها و مذاهب نو ظهور روی افکار مردم کار میکنند.

بر ای اینکه فکر و اندیشه را تحت تأثیر قرار دهند، تصمیم گرفتند از طریق فرهنگ وارد شوند.

-انگلیسی ها گفتند به آنها ایدئولوژی بدهیم تا فرهنگ را تغییر دهیم.

-آمریکایی ها گفتند به آنها فرهنگ بدهیم تا خودشان ایدئولوژی بسازند.

فرهنگ ماهواره:

دو فرضیه وجود دارد: ۱- به ما فرهنگ را داده اند، ما فرهنگ خود را کنار بگذاریم و فرهنگ آنها را قبول کنیم؟

۲- اصلاً به فرهنگ جدید کاری نداشته باشیم و فرهنگ قدیمی خود را ادامه دهیم؟

در مقابل این جنگ چه باید کرد؟

راهکار: - باید چیزی کاملتر و بهتر را جایگزین ماهواره کنیم.

- به مردم نسبت به ماهواره و معایب آن شناخت دهیم.

باید فرهنگ خود را قوی کنیم؛ مثل ژاپن، در عین حال که ارزشها و باورهای خود را دارند با چیزی که از بیرون می آید مقاومت نمی کنند. با هر چیزی که با ارزشها و باورهایشان منافات نداشته باشد مقاومت نمیکنند. در غیر این صورت از خودشان مقاومت نشان میدهند.

ژاپن اول فرهنگ سازی کرد و فرهنگ خود را قوی کرد. یک کشور برای اینکه به پیشرفت برسد، فرهنگ خود را پایدار میکند.

جاذبه ماهواره برای ایرانیان:

- اوقات فراغت: زمانی که افراد دل مشغولی های روزانه ندارند و تائیمی برای خودشان دارند، تصمیم میگیرند tv نگاه کنند.

افراد به دو دلیل ماهواره نگاه میکنند:

فراغت ← هدفمند: مخاطب با هدف خاصی یا برای آموزش و یادگیری و کسب اطلاع، یک برنامه خاصی رو میبیند.
محض: مخاطب بدون هیچ نوع برنامه ای در بین کانالها جستجو میکند تا وقتش بگذرد.

- تبعات منفی ماهواره:

۱- یک سویگی: فقط برنامه تولید می شود و ما به عنوان مخاطب دریافت میکنیم.

۲- بیگانگی: تمام برنامه هایی که تولید میشود نشان دهنده ی فرهنگ هستند و چون فرهنگ مردم خارج از کشور است برای مردم ایران بیگانه است.

۳- جذابیت: جذابیتی که برای مردم دارد بیشتر یا فیلم یا شو یا tv است. مثلاً ۵۵٪ برای فیلم ماهواره نگاه میکنند، ۳۰٪ برای شو و باقی برای برنامه های دیگر.

ویژگی های اینترنت:

۱. **دیجیتالی:** در سیستم های ماهواره ای از برنامه هایی با کد ۰ و ۱ استفاده میکنند. کل دنیا در آن واحد میتوانند یک برنامه را باهم ببینند.

۲. **تمرکز زدایی:** در گذشته که ماهواره نبود و ما فقط صدا و سیمای ایران را داشتیم، یک مرکز برنامه های زیر نظر خود را پوشش میداد. ولی امروزه آنقدر شبکه های ماهواره ای زیاد شده که در تمام دنیا می توان از طریق شبکه ها اطلاعات را ردوبدل کرد و امروزه رسانه از یکجا نیست، بلکه از هرجایی می توان اطلاعات را دریافت کرد.

۳. **فرامتنی:** برای مثال وقتی در سایتی تاریخچه ای ایران را میخوانیم، به کلمه ی پهلوی که میرسیم، رنگ ان با بقیه ی متن متفاوت است. زمانی که روی آن کلیک کنیم اطلاعات بیشتری درمورد آن کلمه به ما میدهد.

۴. **تعاملی بودن:** وب یک: ابتدا که اینترنت آمده بود، ایمیل می آمد، وب سایتها بودند. وب یک تعاملی بود ولی آنلاین نبود. در وب سایت مطالب را میخواندیم و نظر میدادیم ولی معلوم نبود مطالب کی نوشته شده اند. رابطه دو سو به بود. مشارکت همزمان نبود.

وب دو: تعامل آنلاین است. مثل چت، رابطه دو سو به بود. صد درصد فضا را مخاطب درست میکند. مثل شبکه های مجازی که کلا فضایی که در آن ایجاد میشود را مخاطب ایجاد میکند. بنابراین مخاطب فعال است. خودش مطلب میگذارد و با دیگران تبادل اطلاعات میکند.

۵. **جمع گرایی در عین فرد گرایی:** همه در کنار هم نشستیم ولی هرکس به تلفن همراه خودش توجه داره. در عین حال که فرد در جمع زندگی میکنه ولی در همان زمان برای خودش جداگانه و به دور از دیگران کارهایش را انجام میدهد.

۶. **ناهمزمانی:** زمان مهم نیست. در هر جایی، در هر زمانی و در هر مکانی میتوانیم اطلاعات را ردوبدل کنیم.

۷. **پوشش گسترده:** یک دوره ای بود که شبکه ۵ فقط مختص ساکنان تهران بود. اما الان از لحاظ برد خیلی گسترده شده و جمعیت زیادی را تحت پوشش قرار میدهد.

جایگاه رسانه های نوین در مردم سالاری:

به دیدگاه و نظر مردم در آن حکومت توجه شود. رسانه های نوین برای اینکه پیشرفت کنند و در این صحنه رقابت پیروز شوند، باید مخاطب سنجی کنند.

ویژگی های رسانه ای که در خدمت مردم سالاری جای میگیرد:

۱- دو طرفه بودن: فرستنده و گیرنده مدام در حال تعامل با یکدیگرند. رابطه دو سویه است.

۲- شبکه جهانی: کل جهان از آن استفاده میکنند.

۳- آزادی ایجا انجمن: هرکسی با توجه به عقاید و ارزشها و مباحثی که میخواهد دنبال کند، میتواند یک گروه تشکیل دهد.

۴- تولید و انتشار اطلاعات: خودمان بین خودمان اطلاعات تولید میکنیم و بین خودمان نشر میدهیم.

۵- آزادی بیان: در این شبکه ها مخاطبان آزادند هرآنچه که میخواهند بگویند. در این فضاها نظارتی بر آنچه که مخاطبان میگویند نیست.

ظهور جامعه اطلاعاتی:

در جامعه اطلاعاتی که تمام مخاطبان در آن واحد تولید کننده، توزیع کننده هستند و از اطلاعات دیگران استفاده میکنند.

ستون فقرات اطلاعات اینترنت است.

ویژگی های جامعه اطلاعاتی:

۱. فرسایش زودرس (کهنگی و قدرت): از لحاظ پزشکی محققان همچنان تحقیق میکنند. امروزه هنوز برای بیماری سرطان درمانی پیدا نکردند. ولی چند سال آینده راه حلی برای این بیماری پیدا میکنند.

۲. پیش اطلاعاتی: به دلیل اینکه مدام در حال تولید اطلاعات است، مخاطب برای پیدا کردن اطلاعات مورد نظر خود احتمال دارد گیج شود. در فضای اطلاعاتی گیر میکنیم که چه چیزی نیاز ما هست و چه چیزی نیست.

تاریخچه اینترنت:

اسپوتنیک ← ۱۹۵۷

ARPA ← ۱۹۵۸ ← آمریکا شبکه را تولید کرد که هدف و برنامه اصلی این بود که چندین کاربر از یک شبکه تلفن استفاده کنند.

اوایل دهه ۶۰ شخصی به نام Poul Baran ساختمان اینترنت را فقط طراحی کرد؛ ولی از آن استقبال نشد.

۱۹۶۵ از [Baran](#) خواستند تا در نیروی هوایی آمریکا این طرح را پیاده کند اما او قبول نکرد. بنابراین تیلور طرحی که [Baran](#) داده بود را پیاده کرد.

۱۹۶۶ کار به مرحله اجرا رسید. دو کامپیوتر در شرق و غرب آمریکا به هم متصل شدند.

۱۹۹۱ [تور جهان گستر](#) ← در این سال اینترنت نام گرفت. ([www](#) [world wide web](#)) در این مرحله اینترنت شناسنامه دار شد.

بنیان گذاران اینترنت ← [رابرت کان و Vinton Gray Cerf](#)

تاریخچه اینترنت در ایران:

۱۳۷۱ [اولین جایی که صاحب اینترنت شد دانشگاه صنعتی شریف بود.](#)

۱۳۷۲ [نخستین رایانه متصل به اینترنت با مرکز تحقیقات فیزیکی نظری](#)

۱۳۷۳ [مؤسسه ندا رایانه تأسیس شد](#) ← اولین وب سایت ایرانی و اولین روزنامه به زبان فارسی همشهری

۱۳۷۴ [تأسیس شرکت امور ارتباطات دنیا تحت نظر مخابرات ایران تصویب شد.](#)

گستره همگانی: (یورگن هابر ماس-هگل ، قرن ۲۰)

فضایی که همه مردم جهان از هر جنس و نژاد و سن و قوم و ملیتی می توانند از آن استفاده کنند آزادی بیان - آزادی اندیشه - آزادی دسترسی به اطلاعات.

بنابراین در گستره ی اطلاعاتی باید همه ی مردم بطور یکسان آزادی اطلاعات و آزادی بیان و ... داشته باشند
برابری همه ی انسانها برای رسیدن به اطلاعات

هسته ی اصلی گستره همگانی ← اینترنت

یورگن هابرماس ← گستره همگانی در حال نابود شدن است! (مربوط به قبل از جامعه اطلاعاتی ست/برای دوره ی رادیو و تلویزیون)

همه ی آدمها باید در کسب اطلاعات باهم برابر باشند که این موضوع برایش در آن زمان آرزو بود.

تا زمانی که رادیو و تلویزیون و روزنامه و حتی موزه دولتی بود خوب بود؛ ولی زمانی که خصوصی شد اطلاعات خرد شد. اطلاعات به کالا تبدیل شدند. مثلاً اگر بخواهیم اطلاعات مفیدی بدست آوریم باید پول دهیم و از اینترنت مقاله ای را بخریم و یا برای دانلود کتاب باید پول دهیم. پس همه باهم برای کسب اطلاعات یکسان نیستیم. اما در گستره همگانی وضعیت بهبود پیدا کرد و همه انسانها میتوانند وارد این فضا شده و اطلاعات کسب کنند.

ویژگی های جامعه اطلاعاتی:

۱- افقی بودن اطلاعات: اطلاعات از بالا به پایین تزریق نمیشوند. اطلاعات در یک افقی تولید، توزیع و مصرف میشوند.

۲- توزیع برابر فرصتها: یعنی زن و مرد، سیاه پوست و سفید پوست و... کلاً همه انسانها باهم برابرند.

۳- داوطلبانه بودن: تمام مخاطبان به صورت ارادی و با اختیار کامل و آگاهانه وارد این جامعه اطلاعاتی شدند و به تولید، توزیع و مصرف اطلاعات میپردازند.

حریم خصوصی:

یک فرد یا یک گروه بتواند خود و اطلاعات مربوط به خود را در برابر دیگران آشکار کند.

هر چیزی که مربوط به من نوعی میشود؛ اعم از: زمان، مکان، ویژگی، دارایی و شخصیت و... حریم خصوصی است.

انواع حریم خصوصی:

۱. فردی- جسمانی: سن، جنس، اعتقادات، اعتقادات و ویژگی ها و شخصیت فرد را دربر میگیرد.

۲. مکانی: کلیه اموال

۳. ارتباطی: من اجازه دارم با هر کس که بخواهم ارتباط داشته باشم.

۴. اطلاعاتی: عقاید، اندیشه ها و هر اطلاعاتی که به من مربوط میشود.

حریم خصوصی در اینترنت:

در فضای جامعه اطلاعاتی، امنیت در حریم خصوصی در حال ضعیف شدن است.