

مقطع تحصیلی: کارشناسی کارشناسی □ رشته: روابط عمومی. ترم: نیمسال دوم... سال تحصیلی: ۱۳۹۸ - ۱۳۹۹

نام درس: رسانه شناسی نام و نام خانوادگی مدرس: دکتر هما صدقی جلال

آدرس Email مدرس: hshedghijalal@gmail.com تلفن همراه مدرس:

تکته: همه جلسات درس رسانه شناسی از ابتدای ترم تحصیلی در سامانه سما لایو و نیز گروه کلاسی در فضای مجازی تشکیل شده است و ملاک حضور و غیاب دانشجویان شرکت در کلاسهای مذکور می باشد. بنابراین دانشجویانی که بیش از ۳ جلسه غیبت در کلاس رسانه شناسی داشتند مطابق ضوابط آموزشی دانشگاه مجاز به شرکت در آزمون پایان ترم نخواهند بود.

تذکره ۱: مهلت ارسال تحقیق کلاسی در تاریخ ۱۳۹۹/۲/۳۱ به پایان رسید. همچنان که قبلا گفته شد با توجه به این که درس رسانه شناسی شامل واحد نظری - عملی می باشد، بخشی از نمره ارزیابی دانشجویان از این بخش و شرکت در آزمون میان ترم حضور فعال در کلاس از سایر بخشهای مورد ارزیابی دانشجویان می باشد.

جزوه درس: رسانه شناسی

مربوط به هفته: جلسه چهاردهم

text: دارد ندارد voice: دارد ندارد power point: دارد ندارد

تلفن همراه مدیر گروه: ۰۹۱۲۴۰۵۸۷۲۰

بسم الله الرحمن الرحيم

تاریخچه پیدایش رسانه‌ها در جهان و در ایران

تلویزیون

اختراع تلویزیون حاصل فعالیت افراد زیادی است که در تکامل آن سهم بوده اند. سرچشمه آنچه که امروز تلویزیون نامیده می شود را میتوان در موارد زیادی جستجو نمود. از جمله حاصل کار جوزف هنری و مایکل فارادی، در زمینه الکترومغناطیس در سال ۱۸۳۱ که آغاز دوره ارتباطات الکترونیک را ممکن ساخت. تلویزیون یک ابزار مخابراتی برای ارسال و دریافت عکسهای متحرک و صدا از یک فاصله دور است. این

لغت به تمام بخشهای تلویزیون، برنامه های تلویزیون و پخش آنها اشاره می کند. کلمه تلویزیون یک واژه دو قسمتی است که از زبان یونانی و لاتین می آید. «تل» به معنای دور و «ویزیون» در زبان لاتین از «ویزیو» به معنای دیدن یا بینایی گرفته شده است. منشاء تلویزیون امروزی را می توان در زمان گذشته با کشف خاصیت هدایت نوری ماده سلنیوم، توسط ویلوگی اسمیت در سال ۱۸۷۳ و اختراع دیسک اسکن، توسط پاول نیکوو در سال ۱۸۸۴ ردیابی کرد.

در سال ۱۹۵۲ در انگلستان، «تله ویزور» ببرد به طور قطعی در لابراتوار ساخته شد و در ۱۹۲۶ نخستین امتیازنامه تجربی خود را به دست آورد (آلبر و تودسک ترجمه ارجمند، ۱۳۶۸، ۸۸). اولین برنامه تلویزیونی در سال ۱۹۳۶ از طرف بی بی سی پخش شد. جنگ جهانی دوم پیشرفت تلویزیون را متوقف ساخت ولی پس از جنگ کشورهای پیشرفته جهان توجه زیادی به توسعه تلویزیون از خود نشان دادند. از سال ۱۹۴۹ پخش برنامه های خبر از طریق تلویزیون معمول شد. تاریخچه تلویزیون را در کشورهای غربی به ۳ دوره می توان تقسیم کرد: دوره ابتدایی یا آغازین دهه ۱۹۳۰، دوره رشد نیمه دوم دهه ۱۹۴۰ و دهه ۱۹۵۰ و دوره توسعه بیش از اندازه یا انفجاری دهه های ۱۹۶۰ تا ۱۹۷۰. (حفاظی، ۱۳۷۲ به نقل از بیروکف، ۱۹۸۱، ۲۱)

در ایران، روز یازدهم مهرماه ۱۳۳۷، 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 درهند گشایش یابد، اولین فرستنده تلویزیونی در ایران و در شهر تهران افتتاح شد، در آن سال فقط ۶۶ کشور در جهان تلویزیون داشتند (محسنیان راد، ۱۳۸۷، ۱۴۷۷). تلویزیون ملی نیز از روز چهارم آبان ۱۳۴۵ برنامه کار خود را به طور آزمایشی آغاز کرد و از اول فروردین ۱۳۴۶ کار خود را به صورت مستمر شروع نمود. (عزیزی، ۱۳۸۸، ۱۷)

به دنبال تصویب قانون ممنوعیت استفاده از آنتن های بشقابی برای دریافت برنامه های ماهواره ای، مجلس

شورای اسلامی با تصویب مصوبه‌ای مبنی بر تعیین یک نوع مالیات ماهانه از طریق قبض کنتور برق باعث افزایش یکباره رقمی معادل ۷۲ میلیارد ریال در سال به بودجه صدا و سیما شد. همین درآمد سبب شد که پس از بیست سال وجود فقط دو کانال تلویزیونی در ایران، سومین شبکه به منظور پر کردن اوقات فراغت جوانان و نوجوانان کشور در روز چهارم آذر ۱۳۷۲ گشایش یابد؛ سه سال بعد، یازدهم فروردین ۱۳۷۵، شبکه چهارم سیما نیز با هدف مخاطبان سطح فرهنگی بالای جامعه شروع به کار کرد. همان سال، سنت دیگری نیز شکسته شد و با افزایش ساعات شبکه یکم، ایران صاحب تلویزیون ۲۴ ساعته شد. سومین اقدام آن سال، اختصاص کانالی به شبکه استانی تهران و سپس تأسیس شبکه استانی اصفهان بود؛ اقدامی که به تدریج برای تمام استان‌های کشور دنبال شد. (محسنیان راد، ۱۳۸۷، ۱۷۲۸)

در دهه اخیر، تلویزیون از رسانه‌ای با چهار انتخاب برای بیننده در بسیاری از نقاط به رسانه‌ای با بیش از پنجاه انتخاب تغییر کرده است. کانال‌های قابل دسترس عموم، معمولاً با حداقلی از آموزش، برای عموم افراد فرصتی را فراهم می‌کنند تا برنامه‌ها یا پیام‌های تلویزیونی خاص خود را ایجاد و از نظر زمانی برنامه‌ریزی کنند و انتقال دهند و این یک تغییر انقلابی در تلویزیون است (دهقان، ۱۳۸۸، ۲۵). با گشایش تلویزیون سراسری آموزشی در سال ۱۳۸۱ و سپس شبکه خبر به تقلید از سی‌ان‌ان، آنچه که از نظر توسعه کمی فرستنده‌های تلویزیونی برای مقابله با تهاجم فرهنگی مورد نظر دست‌اندرکاران بود، اجرا شد؛ ضمن آنکه رشد بشقاب‌های دریافت برنامه‌های ماهواره‌ای بر روی پشت بام منزل ایران نیز چشم‌گیر بود (محسنیان راد، ۱۳۸۷، ۱۷۲۹). در حال حاضر تمامی مراکز استان‌ها به اضافه چندین شهرستان دارای فرستنده تلویزیونی شده‌اند، تلویزیون در ایران همچون رادیو زیر نظر سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی می‌باشد که ریاست این سازمان توسط رهبر انقلاب برگزیده می‌شود. (عزیزی، ۱۳۸۸، ۱۷)

علاوه بر برنامه‌های تلویزیون تجارتي و تفریحی می‌توان از برنامه‌های تلویزیون آموزشی نیز بهره برد.

تلویزیون تجارتي، رسانه‌ای است که از نظر ماهیت فیزیکی جذاب، ولی از نظر سازمان انسانی محکوم به تکراری بودن و عمدتاً سطحی و قالبی بودن است. برنامه‌های تلویزیون تجاری عمدتاً مهیج، احساساتی، خشن و کمتر روشنفکرانه هستند و در مقابل برنامه‌های تلویزیون آموزشی عمدتاً متفکرانه و از نظر زیبایی‌شناسی حساس هستند و مخاطبین خاص خود را دارند. (شرام ترجمه حقیقت کاشانی، ۱۳۷۷، ۲۲۱)

نخستین فرستنده تلویزیون آموزشی را وزارت آموزش و پرورش در تهران تاسیس کرد؛ پوشش فرستنده این تلویزیون، محدود و فقط در سطح تهران بود و کلیه عوامل تولید آن، کارکنان آموزش و پرورش بودند. ساعت پخش برنامه‌ها، از ۱۴:۳۰ تا ۱۶:۳۰ بود و از آبان ۱۳۴۶، پخش برنامه‌های روزهای جمعه نیز آغاز شد. برنامه‌های روز جمعه تلویزیون آموزشی را برنامه‌های سرگرم‌کننده تشکیل می‌داد. قبل از آن تاریخ، یعنی از آبان ۱۳۴۳، تلویزیون بخش خصوصی، یک ساعت از برنامه‌های بعد از ظهر خود را در اختیار وزارت آموزش و پرورش قرار داده بود که طی آن زمان، تدریس دروس متنوع دنبال می‌شد. (محسنیان راد، ۱۳۸۴، ۱۵۳۱)

بیشتر افراد برای گذران وقت و تفریح و سرگرمی از تلویزیون استفاده می‌کنند و کمتر با دید آموزشی و یادگیری به آن نگاه می‌کنند. البته در زمینه تلویزیون آموزشی اصل بسیار مهم، اصل توجه به نیازها است. در انسان نیاز به یادگیری وجود دارد ولی خود این نیازها نیز متفاوت و متنوع است. پس اگر می‌بینیم که افراد کمتر از تلویزیون آموزشی استفاده می‌کنند بخاطر این است که شاید برنامه‌ای که پخش می‌شود نیاز آموزشی آنها را برطرف نمی‌سازد و به همین خاطر برنامه‌سازان تلویزیون آموزشی باید از نیازهای افراد جامعه آگاهی کافی داشته باشند و بر اساس سلايق و علايق مخاطبين خاص خود دست به تولید برنامه بزنند. (کالینگفورد، ترجمه سرکیسیان، ۱۳۸۰، ۱۴۳)

رسانه تلویزیون تغییرات مهمی را در سیاست، تعلیم و تربیت، بازاریابی، اخبار، فرهنگ توده، زندگی

اجتماعی و خانوادگی ایجاد کرده است. امروزه تماشای تلویزیون جزء انکارناپذیری از فعالیت‌های روزانه افراد است و مانند منبعی از اخبار باورکردنی، اطلاعات و تعلیمات مهم، آگاهی‌های دقیق اجتماعی، سرگرمی لذتبخش و همراهی آرامش‌بخش پذیرفته شده است؛ به همین جهت اغلب مردم حتی نمی‌توانند تصور کنند که بدون تلویزیون زندگی چگونه خواهد بود. (امه دور ترجمه رستمی، ۱۳۷۴، ۳)

پرمخاطب‌ترین رسانه در جهان، تلویزیون است و این آمار در ایران به مراتب بیشتر است و این تنوع و کثرت مخاطب به دلیل وجود صدا و تصویر به طور هم‌زمان است. تلویزیون به علت قابلیت استفاده از تصویر در تمام حیطه‌ها جذابیت مخصوص به خود دارد. تلویزیون قابلیت تغییر فرهنگ جامعه را داراست حتی رسانه‌هایی چون روزنامه‌ها و مجلات برای جذب مخاطبان خود به تلویزیون و جذابیت‌های آن متوسل می‌شوند. [۱۰]

تلویزیون به دلیل ارائه تصویر، بیشتر از رادیو جاذبه دارد و با بعد تازه‌ای که به آن می‌دهد چشمها را خیره

می‌سازد و فهم پیام را آسانتر میکند. از آنجا که تصویر و صدا اطلاعات کامل‌تری به مخاطب می‌دهد،

تلویزیون از جهت کنترل و تسلط بر افکار عمومی رسانه‌ای بسیار قوی و موثر است.

نظریه تحلیل کاشت از جرج گربنر (Cultivation analysis)

این پیش‌فرض این نظریه عبارتند از:

۱. تلویزیون الزاماً و اساساً از سایر شکل‌های رسانه‌های جمعی متفاوت است.

۲. تلویزیون شیوه تفکر و ارتباط جامعه ما را شکل می‌دهد.

۳. تاثیر تلویزیون محدود است.

تلویزیون و سایر رسانه‌ها در چگونگی مشاهده جهان توسط مردم نقشی بسیار اساسی دارند. در جامعه امروزی

اغلب مردم اطلاعات خود را بیشتر از منابع واسطه‌ای به دست می‌آورند تا این که حاصل تجربه مستقیم باشد.

بنابراین منابع واسطه‌ای می‌توانند احساس شخص از واقعیت را شکل دهند. به ویژه در ارتباط با مسئله خشونت این

چنین است مشاهده زیاد تلویزیون پرورش دهنده این احساس است که جهان مکانی پر خشونت است طبق این نظریه لازم نیست که تلویزیون یک تأثیر عمده داشته باشد بلکه می تواند با آثار محدود ولی مداوم بر دیدگاه ها اثر بگذارد.

نظریه کاشت بر آثار تدریجی و درازمدت رسانه ها به ویژه تلویزیون بر شکل گیری تصویر ذهنی مخاطبان از دنیای اطراف و مفهوم سازی آنان از واقعیت اجتماعی تاکید می کند.

نظریه پردازان کاشت استدلال می کنند که تلویزیون اثرات دراز مدت تدریجی غیرمستقیم اما متراکم و انباشتی دارد. آنها تاکید می کنند که تماشای تلویزیون بیشتر اثرات نگرشی دارد تا رفتاری. تماشای زیاد تلویزیون به عنوان کاشت نگرش هایی دیده می شود که بیشتر با جهانی که برنامه های تلویزیونی به تصویر می کشد هماهنگ است تا با جهان واقعی.

"تلویزیون" و نظریه تحلیل کاشت

رسانه ها حاکمان بلامنازع جهان امروز هستند؛ این نه یک ادعا، که واقعیت جهان امروز است. جهانی که بیش از هر زمانی رسانه ای شده و تحت تاثیر رسانه ها قرار گرفته است. روزگاری، تصور اینکه روزی خواهد آمد که احساس و برداشت ما از واقعیت را نه خود واقعیت که رسانه ها شکل خواهند داد عجیب و غیر قابل باور بود، اما این روزها و با پیچیدگی های جهان مدرن، تقریباً همگان پذیرفته اند که مجبورند اطلاعات خود را از منابع واسطه ای به دست آورند تا تجربه مستقیم. اطلاعاتی که البته چون گذشته دیگر به «خبر» محدود نمی شود و «نگاه» و «جهان بینی» ما را هم در بر می گیرد. از همین رو هم هست که رقابت عصر ما، رقابت رسانه ها بر سر جذب و دربرگیری افکار عمومی است و البته شیوه های تاثیر گذاری بر افکار توده ها.

سال ها پیش، گئورک گربنر نظریه پرداز شهیر ارتباطات، نظریه معروف خود تحلیل کاشت را بر پایه تلویزیون مطرح کرد. او در این نظریه بر این باور بود که این تلویزیون است که شیوه تفکر و ارتباط جامعه را شکل

می‌دهد زیرا تلویزیون نه رسانه‌ای مثل سایر رسانه‌ها که اتفاقاً بسیار متفاوت از سایر شکل‌های رسانه‌های جمعی است چرا که به نظر او تلویزیون در چگونگی مشاهده جهان توسط مردم نقشی بسیار اساسی و در عین حال متفاوت با سایرِ مدیوم‌های رسانه‌ای دارد. نظریه «تحلیل کاشت» چه در زمانی که نخستین بار به عنوان یک دیدگاه راهبردی در حوزه رسانه‌ای مطرح شد و چه در روزگار ما که سال‌ها از طرح آن می‌گذرد، نشانگرِ عمقِ دیدگاهِ استراتژیکِ نظریه‌پردازِ آن است. این اهمیت جز نگاه و بینشِ دقیق، علمی و کاربردیِ واضحِ آن، به دلیلِ نقشِ بی‌بدیلی است که تلویزیون از آن زمان تاکنون در سپهر رسانه‌ای جهان بر عهده داشته است؛ نقشی که نه تنها با عبور از سال‌ها کمرنگ نشده، که بسیار هم پررنگ‌تر و جدی‌تر در میانِ جوامع و مللِ جهان مطرح شده است.

پرسش اصلی اما این است: تکلیف ما شهروندان ایران در مواجهه با رسانه‌ای به نام تلویزیون چیست؟ حال که ما می‌دانیم کارکرد اصلی تلویزیون، شکل‌دهی شیوه‌ی تفکر و ارتباط جامعه است، چگونه باید با تلویزیون کنار بیاییم و مقهور آن نشویم: مهم‌تر از شیوه‌های مقابله، این آگاهی از نقش و کارکرد تلویزیون است که اهمیت دارد: به تلویزیون نباید اعتماد کرد و خود را به تمامی به آن سپرد. اگر مخاطبان از این موضوع آگاه شوند و به سیاستِ ساختاری تلویزیون که «شکل‌دهی به شیوه تفکر جامعه» و «تاثیرگذاری بر ذهن و روانِ مخاطب» است پی ببرند، می‌توان امیدوار بود که از مخاطبانی منفعل به مخاطبانی فعال و آگاه بدل شوند و مصرف‌کننده‌ی

صرفِ محصولاتِ تلویزیون نباشند. این بسیار حیاتی است که مخاطبان تلویزیون به برنامه‌های این رسانه، چه برنامه‌های خبری و تفسیری و چه برنامه‌های طنز و سرگرمی، یک نگاه انتقادی جدی داشته باشند. آنها باید بدانند که تلویزیون یک لایه رویی دارد و یک هسته مرکزی و برای مقهور نشدن و وابسته نشدنِ تام و تمام به تلویزیون، باید از لایه رویی عبور کرد و به هسته مرکزی رسید.