**رسانه:**

**وسیله یست که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم مورد نظر خود «پیام» را به گیرنده منتقل می سازد . به عبارت دیگر رسانه وسیله حامل پیام از فرستنده به گیرنده است. فیلم،عکس،نوار صوتی یا ویدئویی،رادیو ،تلوزیون،روزنامه و ...... نمونه هایی از رسانه ها هستند.**

**تعریف رسانه های جمعی:**

**انتقال اطلاعات با وسایلی نظیر روزنامه ، کتاب ، امواج ، رادیو ، تلوزیون و..... برای گروه غیر محدودی از مردم با سرعتی زیاد انجام می گیرد ،رسانه جمعی « وسایل ارتباط جمعی » نامیده می شود. ویژگی های این نوع ارتباط عبارتند از:**

**الف ) پیام گیران ، ناآشنا و پراکنده**

**ب ) بازگشت پیام یا بازخورد با تاخیر**

**ج ) سرعت عمل زیاد**

**د ) تکثیر پیام**

**ه ) ارتباط سطحی و نا پیام**

**رسانه های سریع در برابر رسانه های کند:**

**در متون علوم سیاسی و روابط بین الملل درمورد دیپلماسی حقوقی مفهوم رسانه های سریع و رسانه های کند را مطرح می کنند.براساس این دیدگاه رادیو،تلوزیون،روزنامه ها ومجلات رسانه های سریعند و در مقابل رسانه های کند عبارتند از فیلم،آزمایشگاه ، آموزش زبان و مبادلات دانشگاهی و هنری.**

**دردیپلماسی عمومی رسانه های سریع مورد توجه مکتب تندروهاست که معتقدند هدف از دیپلماسی عمومی نفوذ درنگرش مخاطبان بیگانه ازطریق اغناء و تبلیغات است.در این جا اطلاعات سیاسی صرف مهم تر از برنامه های فرهنگی قلمداد می شود.تصدیق بی چون و چرای دیپلماسی عمومی از لحاظ اهداف سیاسی درکوتاه مدت کاملاَ به نفع کشوراست . اما بالعکس رسانه های کند مورد پسند مکتب میانه روست که مدعی اطلاع دهی و برنامه های فرهنگی باید از اهداف سیاسی مقطعی در گذرند و توجه خود را به بلندترین اهداف بلند مدت ملی معطوف نمایند.**

**واقعیت وصداقت ،نه فنون اقناعی (قانع کردن) ، از امور ذاتی وضروری می باشد.**

**فرایند های ارتباطی را می توان برحسب معیارهای مختلف ازجمله تعداد افراد شرکت کننده در این فرایند ویا رسانه های به کارگرفته شده در آن به انواع زیر تقسیم کرد:**

**1: انواع ارتباط از لحاظ تعداد افراد درگیر**

**الف ) ارتباط درون فردی یا درون شخصی (ارتباط با خود) : در ارتباط درون فردی فرد با خود ارتباط برقرار می کند مثلا َ درانجام کاری سخت خود را تشویق می کند و یا این که عملی ناپسند روی داده وخود را شماتت می کند.**

**ب ) ارتباط میان فردی یا چهره به چهره درارتباط میان فردی : فرآیند تبادل پیام بین دو نفرشکل می گیرد.**

**ج ) ارتباط گروهی : درارتباط گروهی افرادی تقریبا َ قابل شمارش شرکت دارند.درسمینارها و میزگردها وکلاس های درس چنین ارتباطی وجود دارد.**

**د ) ارتباط جمعی : نوعی ارتباط است که در آن افراد زیادی ناآشنا غیرمشخص ونامتنادی که به راحتی قابل شمارش نیستند مشارکت دارند.**

**2 : انواع ارتباط از لحاظ رسانه های مورد استفاده:**

**ازنظر رسانه های مورد استفاده نیز به طور کلی دو نوع ارتباط را می توان جدا کرد.**

**الف ) ارتباط کلامی : نوعی ارتباط است که در آن پیامها در غالب رمزهایی کلامی (اصوات،کلمه ها،جمله ها،عبارات)که به صورت شفاهی و به شکل نوشتاری منتقل می شوند.**

**مجموعه مختلف رمزهای کلامی با صداها،لفظ ها،معانی و قواعد دستوری خاص خود زبان های متفاوتی نظیر فارسی،عربی،فرانسه و .... می سازند.دراتباط کلامی انسان ها از طریق گفتگو و یا نوشتن یا زبان مشترک تبادل پیام می کنند.**

**الف 1 ) ارتباط کلامی گفتاری : نظیر سخنرانی و بحث وگفتگو بین افراد که می توانند سریع و بدون نیاز به مقدمات وامکانات زیاد برقرار شود و دستیابی به بازخورد در آن ها نسبتا َ آسان است.**

**الف 2 ) ارتباط کلامی نوشتاری : نظیر کتاب،جزوه،اطلاعیه ها ونشریات که در مقایسه با ارتباط های گفتاری رسانه روشن تر ومنطقی تر هستند اما نسبت به آن ها وقت گیر تر وبیشتر یکطرفه وفاقد بازخورد می باشند.**

**ب ) ارتباط غیر کلامی : در ارتباط غیر کلامی ازرمزهای غیرکلامی استفاده می شود.ارتباط غیرکلامی قبل از شکل گیری وتکامل زبان در جوامع بشری نقش مهمی داشته وهنوز نیز در مواردی به عنوان تکمیل کننده ارتباط کلامی ویا حتی به عنوان راه ارتباطی مستقل مورد استفاده قرار می گیرد. با استفاده از علائمی نظیر روشن کردن آتش برفراز کوهها در گذشته که پیامها را به مکان های بسیار دورمنتقل می کردند. زبان تصویری (مانند طراحی،نقاشی،عکس،فیلم)موسیقی ونیز زبان بدن شکل های متفاوتی از ارتباط غیر کلامی هستند.زبان بدن یا استفاده از حرکات وحالات دستها وپاها ،تنه و چهره که در خالص ترین شکل آن به صورت هنر پانتومیم در می آید از رایج ترین شکل های ارتباطی است. حتی ارتباط کلامی نیز اغلب حاوی عناصری از ارتباط غیر کلامی نظیر تن صدا وتاکید بر کلمات خاص است.**

**عناصر ارتباط :**

**1: منبع یا فرستنده   2: گیرنده   3: پیام     4: هدف    5: رسانه     6: شرایط    7: مانع یا پارازیت   8: بازخورد     9:تاثیر**

**عناصر ارتباط:**

**با دقت در فرآیندهای ارتباطی مختلف در انواع واشکال گوناگون آن می توان به وجود عناصر متعددی پی برد، به عبارتی دیگر جریان های ارتباطی از اجزاء و عناصر گوناگونی تشکیل می شوند که از جمله مهمترین آن ها عناصر زیر قابل بررسی هستند.**

**1 :فرستنده یا منبع:**

**فرستنده یا منبع کسی است که به قصد دستیابی به اهدافی خاص با ارسال پیام یک فرآیند ارتباطی را آغاز می کند. هر چه دانش واطلاعات فرستنده در مورد پیام وتوانایی وی در برقراری جریان ارتباطی بیشتر باشد احتمال به نتیجه رسیدن این فرآیند بیشتر خواهد بود.**

**2 – گيرنده : گيرنده كسي است كه مخاطب فرستنده ميباشد . جريان ارتباطي بسوي اوشكل ميگيرد  و اوست كه بايد تحت تأثير پيام قرار گيرد . در جريانهاي ارتباطي درون فردي ‘ فرستنده وگيرنده پيام يكنفر است ‘ در محيط هاي آموزشي استاد محور ‘ شاگردان گيرنده تلقي ميشوند ‘ امّا در محيط هاي تعاملي جاي فرستنده و گيرنده ميتواند دائماً تغيير كند .**

**3 – پيام : معنا‘ منظور و محتواي ذهني است كه از سوي فرستنده بطرف گيرنده ازسال ميشود ‘ پيامها متشكل از دانشها ‘ نگرشها ‘ مهارتها و يا تركيبي از آنها هستند ‘ براي اينكه معنا ‘ منظور و محتواي ذهني     و يا بطور خلاصه پيام ‘ حالت عيني بخود گرفته و قابل انتقال شوند ‘ در قالب نمادها ‘ رمزها و نشانه هاي  قرار دادي ‘ مانند زبان گفتاري و يا نوشتاري قرار داده ميشود . هرچه پيام روشن تر و قابل فهم تر ارائه شود   و با نيازها ‘ علايق و توانائيهاي گيرنده همخوان تر باشد ‘ جريان ارتباطي موفق تر خواهد بود .**

**4 – هدف : هدف ‘ قصد و منظوريست كه فرستنده براي آن يك جريان ارتباطي را آغاز ميكند . برقراري فرآيندهاي ارتباطي بدون مشخص كردن اهداف مورد نظر اغلب نميتواند به نتيجه مطلوب منجر شود ‘          در اينحال اغلب ‘ گيرنده نيز در جريان ارتباط ‘ اهدافي را دنبال ميكند . اگر بين اهداف فرستنده وگيرنده توافق وجود داشته باشد ارتباط موفق تر خواهد بود .**

**5 –  رسانه : رسانه وسيله ايست كه فرستنده به كمك آن معنا و مفهوم مورد نظر خود ( پيام ) را به گيرنده منتقل ميكند . بعبارت ديگر رسانه وسيله حامل پيام از فرستنده به گيرنده است ‘ فيلم ‘ عكس ‘ نوار صوتي  يا ويدئويي ‘ راديو ‘ تلويزيون ‘ روزنامه و غيره نمونه هايي از رسانه ها هستند .**

**6 –  شرايط : موقعيت زماني ‘مكاني ‘ رواني و غيره كه جريان ارتباطي در آن شكل ميگيرد وتداوم مييابد      را شرايط ميگوييم . انتخاب شرايط ‘ مثلاً زمان ‘ و يا محل مناسب و يا توجه به حالات روحي و رواني مخاطب ميتواند ‘ احتمال موفقيت جريان ارتباطي و رسيدن به اهداف مورد نظر را افزايش دهد و برعكس بي توجهي به آنها سبب اتلاف پوششها و عدم موفقيت كامل ميشود .**

**7 -  مانع : مانع يا پارازيت عامليست كه بر جريان ارتباطي تأثير ميگذارد و از كار آيي آن ميكاهد .             شرايط فيزيكي نامناسب مانند : گرما ‘ سرما و يا سر و صداي اضافي و يا همچنين شرايط شخصي ‘ مانند      بي حوصلگي ‘ ميتواند در شكل گيري يك فرآيند ارتباطي دلخواه مانع ايجاد نمايد .**

**8 –  بازخورد : واكنش و عكس العمل گيرنده پيام در مقابل فرستنده را باز خورد ميگويند‘ نقش بازخورد     در چگونگي تداوم جريان ارتباطي اهميت بسياري دارد ‘ زيرا فرستنده ميتواند بر اساس بازخوردهايي          كه از گيرنده ميگيرد در صدد رفع اشكالهاي جريان ارتباطي و اصلاح آن برآيد و بر احتمال موفقيت             اين فرآيند بيافزايد . واكنشها نسبت به يك فرد نظير حالات و چهره ‘ سئوالهايي كه مي پرسند                         و يا پاسخهايي كه ميدهند ‘ باز خورد هايي هستند كه ميتوانند مورد استفاده طرف مقابل قرارگيرد .**

**9 -  تأثير : تأثير ‘ ميزان دستيابي به اهداف مورد نظر فرستنده در طول و يا در پايان فرآيند ار تباط است . تشخيص ميزان تأثير از طريق فعاليتهايي چون : نظر سنجي ‘ ارزشيابي و غيره صورت ميگيرد .**

**\* طبقه بندي رسانه ها :**

**الف ) رسانه هاي ديداري    ۱: نوشتاري : كتاب ‘ روزنامه ‘ مجلّه ‘ اسناد ‘ موارد تكثير سند و امثالهم                             ۲:   غير نوشتاري : اعلاميه ها ‘ تابلوها ‘ نقشه ها و امثالهم**

**ب ) رسانه هاي شنيداري**

**ج ) رسانه هاي ديداري –  شنيداري**

**رسانه هاي ديداري : به رسانه هايي گفته ميشود كه عمدتاً بر حس بينايي اتكاء داشته و از طريق ديداري پيامهاي خود را به مخاطبان منتقل ميكند . رسانه هاي اين طبقه به دو گروه تقسيم ميشوند .**

**الف ) رسانه هاي نوشتاري : اين رسانه ها از طريق نوشته ها و متون چاپي يعني ‘ رمزهاي كلامي كتبي ‘     پيام مورد نظر را به گيرنگان پيام منتقل ميكند .**

**اعضاي مهم رسانه هاي نوشتاري عبارتند از: كتاب ‘ روزنامه ‘ مجلّه ‘ اسناد ‘ موارد تكثير سند و امثالهم . زمان شكل گيري اين رسانه ها را ميتوان حد اقل به 5000 سال قبل و همزمان با ابداع خط و نگارش توسط اقوام سومري دانست . آثار نوشتاري ‘ حاكي از قدمت اين رسانه هاست . اين پيامها بعد ها روي پوست حيوانات و يا بعضي از گيا هان نگاشته شده است .**

**ابداع  كاغذ توسط چينيها وگسترش توليد آن كه از ساير نقاط جهان و سپس اختراع دستگاه چاپ توسط گوتنبرگ درآلمان ‘ سهم زيادي در بسط رسانه هاي نوشتاري داشت . با وجود قدمت رسانه هاي نوشتاري  و ابداع انواع رسانه هاي جديد در سده ها و دهه هاي اخير اين رسانه هنوز اهميّّت خود را حفظ كرده اند . علّت اين امر ويژگيها و توانمندي هاي جالب اين رسانه هاست كه ذيلاً به تعدادي از آنها اشاره ميگردد .**

**الف ) كتاب : شامل كتابهاي درسي ‘ غير درسي ‘ اطلاعات عمومي ‘ واژه نامه ها و غيره**

**ب ) روزنامه و مجلّه ها : روزنامه ها و مجلّه ها بصورت : روزنامه ‘ عصرنامه ‘ هفته نامه ‘ ماهنامه ‘ فصل نامه   سالنامه و گاه نامه چاپ ميشوند و معمولاً اطلاعات جديدي را در زمينه هاي مختلف عِلمي ‘ فرهنگي   اجتماعي ‘ سياسي ‘  اقتصادي و غيره در اختيار خوانندگان ميگذارند .**

**ج ) اسناد : اصل يا كُپي نوشته هاي مختلف قديمي و يا جديد ‘ مانند فرمانهاي پادشا هان و حُكّام ‘ قواله هاي ازدواج ‘ اسناد خريد و فروش ‘ قرادادهاي سياسي و غيره هستند كه منابع اطلاعاتي جالبي را در زمينه هاي تاريخي ‘ جغرافيايي ‘ فرهنگي و عِلمي در اختيار ديگران قرار ميدهند .**

**د) مواد يا موارد تكثير شده : مواد تكثير شده بطور كُلّي به تمام مطالب نوشتاري اطلاق ميشود كه توسط    يك فرد نگاشته و يا از روي منابعي ديگر تهيه ميشود وپس از تكثير بطريق پلوكپي و يا فتوكپي بين طالبان آن  مطالب قرار ميگيرد .**

**2- 1 ) رسانه هاي غير نوشتاري : رسانه هاي غير نوشتاري دوّمين گروه از رسانه هاي ديداري هستند         در اين رسانه ها همانند گروه اوّل ‘ پيامهاي مورد نظر با تكيه بر حس بينايي و از طريق ديداري به اطلاع مخاطبان ميرسد ‘ اگر چه در رسانه هاي اين گروه نيز از رمزهاي كلامي نوشتاري استفاده ميشود ‘ امّا تأكيد عمده بر بهره گيري از شكلها ‘ طرحها وتصوير هاست ‘ مانند انواع اعلانات و تابلوهاي الكترونيكي ‘ ماژيكي   طراحي نقاشي پوستر و غيره و يا اسلايد وپرژوكتور .**

**2 ) رسانه هاي شنيداري : رسانه شنيداري با تكيه بر حس شنوايي تهيه شده  و از طريق شنيدن مورد استفاده قرار ميگيرد . اعضاي اين طبقه از رسانه ها عبارتند از : بيان ‘ راديو ‘ صفحه هاي شنيداري معمولي و ليزري ‘ تلفن ‘ نوار شنيداري و ضبط صوت .**

**3 ) رسانه هاي ديداري –  شنيداري : در طبقه بندي اين رسانه ها از نوع حس بينايي و شنوايي براي انتقال پيامها استفاده ميشود . فيلم متحرك ‘ وپروژكتور فيلم ‘ برنامه هاي تلويزيوني ‘ تلويزيون ‘ ويدئو                     و ويدئو پروژكتور و نهايتاً رايانه**

**ارتباطات سنتي : بنوعي از ارتباطات اطلاق ميشود كه بر پايه باورها ‘ تاريخ ‘ فرهنگ و عقايد عمومي جامعه شكل گرفته و در عين حال آنها را ترويج و تقويت ميكند ‘ غالباً ميان فردي و چهره به چهره است و ساخت و محتواي عوام گرا و نخبه گريز دارد .**

**در اين نوع ارتباطات دريافت باز خورد و عكس العمل مخاطب سريع و آني است و ارتباط دو سويه و متقابل نيز براحتي برقرار ميشود ‘ بنا بر اين شبكه ارتباطات سنتي اغلب ‘ بمعناي واقعي ارتباطي ( دو سويه ) عمل ميكند و نه رسانه اي ( يك سويه )**

**سطوح و ساختار هاي ارتباطات سنتي : براي آنكه مطالعه ويررسي در مورد ارتباطات سنتي ساده تر و روشنتر شود ميتوان بر اساس تقسيم بندي زير عمل نمود و آنرا در 4 زمينه يا سطح مورد ملاحظه قرار داد .**

**1 -  مراكز و نهادهاي ارتباطات سنتي       2 – پيامها و محتواي ارتباطات سنتي        3 -  ارتباط گران سنتي   4 -  شيوه هاي عملكرد و ارتباط سنتي**

**1 -  مراكز و نهادهاي ارتباطات سنتي : مراكز و نهادهاي ارتباطات سنتي متعدد و متنوعند و بويژه تا قبل       از پيدايش وسايل ارتباط نوين و خصوصاً پس از روي كار آمدن راديو وتلويزيون پُرتعداد تر و در برخي            زمينه ها نا كار آمد تر بودند .**

**عمده ترين مراكز ارتياطات سنتي عبارتند از : مساجد ‘ تكايا ‘ حسينيه ها ‘ مجالس روزه خواني     و وَعظ و خِطابه ‘ حوزه هاي علميه ‘ بازارها ‘ قهوه خانه ها ‘ زور خانه ها ‘ عَتَبات عاليات ‘ حمامهاي عمومي ميدان گاه ها ‘ بازارچه هاي محلي ‘ كاروانسراها و نيز شب نشينيها و ديد و بازديدهاي دوره اي ميان افراد دوستان و اهالي محل يا منطقه .**

**هركدام از اين مراكز در طول تاريخ كاركردهاي خاص خود را داشتند  و در عين حال بسياري منابع ‘ بويژه    در مقاطع حساس تاريخي ‘ بصورت يك شبكه ارتباطي مشترك عمل كرده اند.**

**\* نكات قابل توجه :**

**مخترع تلويزيون : جان لاگي لوئيجي بِرد در سال 1923 با استفاده از جعبه مخصوص كلاه ‘ عدسي مُحدَّب  و سوزن توسط يك تلويزيون 30خطي ‘  اولين تصوير را به نمايش درآورد .**

**مخترع راديو : مارگومي در سال 1921**

**مخترع تلويزيونهاي با سيستم جديد : سونيتون با همكاري كمپاني مارگومي**

**سيستمهاي مدرن تلويزيوني عبارتند از : 1 – P . A . L         2 – Se . Com       3 -  N .T .S .C امريكايي 525 خطي               فرانسوي 625 خطي                    آلماني 425 خطي**

**\* رسانه هاي جديد الكترونيك :**

**چارلز وايت ‘ جامعه شناسِ ارتباطات ‘ سه خصوصيت براي رسانه هايِ همگانيِ زمانِ خويش برشمرد              كه عبارت بودند از :**

**1 -  رسانه هاي همگاني تمايل به مخاطبين نسبتاً گستردهِ ناشناخته و ناهمگون دارند .**

**2 – هدف پيام رسانه هاي همگاني ‘ عُموم مردم هستند و اِرسال پيا م از نظر زماني چُنان تنظيم ميشود                كه حد اكثرِ مُخاطبين را ‘ در همان فاصله پوشش دهد .**

**3 – فرستندگان پيام تمايل دارند كه عمل پيام رساني خود را  از طريق سازمانهاي گسترده و پيچيده   كه هزينه فراواني را در بردارد ‘ انجام دهند .**

**تعريف وايت خلاصه تمام آن چيزهايي است كه ما از رسانه هاي همگاني زمان او يعني : روزنامه ‘ مجله ‘ راديو تلويزيون ‘ فيلم سينمايي ‘ صفحه گرامافون و كتاب اِستِنباط ميكنيم از زمان او تاكنون تكنولوژي ارتباطات جهان با سرعت حركت كرده و متحوّل شده است بنحويكه بعضي صاحبنظران از انقلاب ارتباطات سخن بميان آورده اند**

**در اين قسمت جنبه هايي از رسانه هاي جديد الكترونيك و وجوه گوناگون آن به اختصار اشاره ميكنيم .**

**\* رسانه هاي تِلِه ماتيك : ( Telematic )**

**رسانه هاي جديد الكترونيك كه اصطلاحاً به آنها رسانه هاي تِلِه ماتيك نيز گفته ميشود ‘ تر كيبي از ارتباط راه دور و نظام اطلاع رساني كامپيوتري ميباشند . رسانه هاي تِلِه ماتيك در انقلاب ارتبا طات زمان ما عُنصر كليدي در نظر گرفته شده اند و بسياري معتقدند كه سيستم جديد بزودي جايگزين سيتم پخش تلويزيوني خواهد شد .**

**بطور كلي تِلِه ماتيك به مجموعه اي از پيشرفتهاي اخير در حوزه تكنولوژي ارتباطات گفته ميشود كه داراي يك صفحه بَصَري ميباشند . ( مانند صفحه تلويزيون ) و از جانب ديگر با يك شبكه كامپيوتري مُتّصِلند . بعبارت ديگر رسانه هاي جديد ‘ مجموعه اي از تكنولو ژيهاي الكترونيك هستند كه داراي كاربُرد هاي متفاوت مي باشند ‘ لذا زود است كه به آنها عنوان رسانه هاي همگاني اتلاق شود ويا يك تعريف روشن و مشخصي      از كاركردهاي آن ارائه داد.**

**\* عناصر تشكيل دهنده در تكنولوژي رسانه هاي تِلِه ماتيك :**

**در رسانه هاي تله ماتيك معمولاً از لوازم و عناصر تكنيكي متفاوتي استفاده ميشود كه عبارتند از :**

**1 – وسايل انتقال دهنده مانند كابل يا ماهواره**

**2 – وسايل ضبط و ذخيره بازيافت**

**3 -  وسايل نمايشي ‘ استفاده از تركيبهاي متفاوت بطور انعطاف نا پذير  از متنها و گرافيكها**

**4 -  وسايل كنترل كننده ‘ استفاده از كامپيوتر**

**\* مقايسه مشخصات اساسي رسانه هاي تله ماتيك ورسانه هاي همگاني :**

**در مقايسه با رسانه هاي همگاني ‘ رسانه هاي جديد تِلِه ماتيك داراي مُشخصات زير ميباشند .**

**1 -  عدم تمركز : در رسانه هاي جديد عوامل عرضه و انتخاب چون گذشته ‘ كاملاً در كُنترل برقرار كنندهِ ارتباط نيست .**

**2 -  ظرفيت بالا : در رسانه هاي جديد ‘ عرضه توليدات توسط كابل يا ماهواره موانع و محدوديت را در زمينه هاي هزينه ‘ فاصله و ظرفيت تقريباً به صفر ميرساند .**

**3 –  تعامل : در رسانه اي تِلِه ماتيك ‘ گيرنده پيام قادر به انتخاب ‘ پاسخگويي و مُبادله پيام است و ميتواند مستقيماً خود را با گيرنده ها مُتصِل سازد .**

**4 –  انعطاف پذيري : در شكل ‘مُحتوا  و نحوه استفاده .**

**\* طُرُق دسترسي همگاني به رسانه هاي تِلِه ماتيك :**

**رسانه هاي تِلِه ماتيك علاوه بر امكاناتي كه در توزيع برنامه هاي راديو وتلويزيوني فراهم ميسازند     به دو طريق برنامه ها را دردسترس عموم قرار ميدهند : يكي بصورت تِلُه تِكست و ديگري بصورت ويدئو تِكست .**

**تِلِه تِكست ‘ اطلاعات اضافي مربوط با متن ها را براي تكميل برنامه هاي عادي تلويزيون و از طريق ماهواره    در اختيار گيرنده ها قرار ميدهد . البته دريافت اينگونه اطلاعات اضافي با تقاضاي مخاطب  ( بيننده ) ارسال ميشود .**

**ولي ويدئو تكست يك سيستِم بازيافت خانگي است كه از طريق شبكه هاي تلفني عمل ميكند و قادر است حجم زياد و متنوعي از اطلاعات كامپيوتري را به تقاضا كنندگان عرضه نمايد . استفاده كنندگان از ويدئو تكست حتّي ميتوانند ارتباط دوسويه برقرار سازند .**

**لازم به ياد آوريست كه شبكه تلفني مُتصِل به يك ترمينال كامپيوتري ويك پرده تلويزيوني است . در واقع ويدئو تكست يك رسانه دور گراست كه خصوصيات سينما وتلويزيون را ‘ چه از نظر محتوايي وچه از نظر شكلي دارا ميباشد .**

**\*انواع تكنولوژي رسانه هاي جديد: انواع تكنولوژي رسانه هاي جديد راميتوان به اختصار بصورت زيرشمرد**

**1 -  تلويزيون كابلي : تلويزيون كابلي جانشيني در برابر شبكه هاي تلويزيوني تجاريوشبكه هاي تلويزيوني عمومي است . هر فردي مي تواند با پرداخت حق عضويت به چنين شبكه هايي بپيوندد . استفاده كنندگان    از تلويزيون كابلي برنامه هاي اختصاصي را كه قبلاً برنامه ريزي شده است تماشا ميكنند .**

**شبكه هاي تلويزيوني كابلي داراي كانالهاي اختصاصي متنوعي ميباشند . مانند كانال هايي كه عموماً به پخش اخبار مي پردازند ( شبكه تلويزيون كابلي خبري ) يا كانالهايي كه به پخش موسيقي و يا پخش فيلم سينمايي اختصاص يافته اند .  بعضي كانالها به مخاطبين سياه پوست اختصاص دارند .**

**بينندگان تلويزيون كه در دهه هفتاد ميتوانستند از ميان 4 شبكه تلويزيوني يكي را انتخاب كنند ‘ همينك ميتوانند بيش از 50 شبكه تلويزيوني را بطور همزمان در دسترس داشته باشند . بعضي از شبكه هاي تلويزيوني كابلي به اعضاي خود ‘ اجازه ميدهند كه برنامه هاي تلويزيوني خودرا برنامه ريزي كنند .**

**2 -  كامپيوتر خانگي : كامپيوترهاي الكترونيكي خانگي براحتي ميتوانند دردسترسِ همه شهروندان         مُتوسط الحال قرار گيرند .**

**اين كامپيوترها داراي كاركردهاي مختلف هستند مانند نگارش صحيح و جمله سازي ‘ آموزش ‘ تجزيه وتحليل وضع بازار وتجارت ‘ قلم ‘ مداد ‘ طراحي ؤابزار آلات موسيقي انجام ميدادند .**

**كامپيوتر خانگي همچنين از طريق اتصال به مخازن اطلاعاتي ترمينال هاي كامپيوتري مادر ‘ ميتوانند           با استفاده از ويدئو تكست ها ‘ از بسياري خدماتِ بانك هاي اطلاعاتي ‘ خدمات آماري و بولتن هايي     كه با مسائل گوناگون مربوط ميشوند ‘ استفاده كنند .**

**3 –  ويدئو كاست رِكوردِرز: ( Video Caccette Recorders  )**

**اين برنامه ‘ ضبط و پخش مُجدّد برنامه هاي تصويري تلويزيوني را پس از دريافت آنها مُيسّر مي سازد .**

**بعبارت ديگر اين نوع تكنولوژي ارتباطي ميتواند برنامه ها ويا فيلمهاي سينمايي را پس ازپخش از تلويزيون ضبط كرده تا در مواقع ديگر از آنها استفاده شود .**

**ويدئو كاستها در حال حاضر يكي از رايج ترين رسانه ها بشمار ميروند .**

**4 – انتقال ماهواره اي :**

**از اِنتقال سيگنالهاي الكترونيك ماهواره اي به طُرُق گوناگون استفاده ميشود . شبكه هاي تلويزيوني كابلي       از ماهواره ها ‘ در انتقال سيگنالهاي خود براي توزيع برنامه هاي خويش به شُعَبات مُختلف سيستم كابلي استفاده ميكنند .**

**ازسال 1992 به بعد ‘ افرادي ميتوانستند با پرداخت 1500 دلار ‘ آنتن ماهواره اي تهيه كنند و با عضويت   در شُعَباتِ مُختلف سيستم تلويزيوني كابلي ‘ از پخش برنامه هاي ماهواره اي ‘ ازآن بهره مند شوند .**

**همچنين در حال حاضر بسياري از روزنامه هاي محلّي در ايالات متحده امريكا ‘ مانند وال استريت ژور نال ‘ امريكاي اِمروز و نيو يورك تايمز مُحتواي روز نامه هاي خود را روزانه با استفاده از سيگنالهاي الكترونيك ماهواره اي به شُعَبات چاپخانه ‘ در سراسرِ كشور منتقل ميكنند.**

**روزنامه هِرالد تريبون بين المللي نيز ‘ نخستين روز نامه اي بود كه با استفاده از روش مشابه ‘ روزنامه خود         را در سراسر جهان مُنتَشِر كرد .**

**5 – الكترونيك دِليوري آو نيوز ( Electronic Deliveri Of  News )**

**الكترونيك دليوري آو نيوز‘ سيستِمي است كه فرد زماني كه درمنزل است ‘ ميتواند خبرهاي مورد نظر خود   را انتخاب كند و سپس شاهدِ پخش آن از صفحهِ تلويزيون و يا صفحهِ كامپيوتر خانگي خود باشد .**

**مثلاً ويدئو تكست ‘ نوعي وسيله ارائه الكترونيكي خبر است كه فرد ميتواند با استفاده از كامپيوتر خانگي   يا ترمينال كامپيوتري خاص ‘ كه بدان  وابسته است ‘ از طريق تِلِفُن با كامپيوتر مركزي تماس بگيرد .**

**فرد سپس تقاضا ميكند كه وقايع  و رخدادهاي خبري  و يا آگهي هاي بازر گاني و يا اطلاعات ديگري    را كه از طريق تلفن دريافت كرده است ‘ بر روي صفحه تلويزيون يا بر روي صفحه كامپيوتر خانگي  او به نمايش گذاشته شود .**

**تِلِه تِكست نيز داراي سيستم شابهي است كه از تلويزيون و كابل استفاده ميكند . در سيستم تِلِه تِكست فرد نميتواند با سيستمِ اطلاعات ‘ ارتباط دو سويه برقرار كند ‘ ولي ميتواند از ميان حجم زيادي ازصفحات دست به انتخاب اطلاعاتي زده ‘ و آنها را بر روي صفحه تلويزيون خود تماشا كند .**

**6 – هايپِر مِديا  ( Hyper Media )**

**اين دسته از تكنولوژيهاي جديد ارتباطي قادرند بطور همزمان ‘ دسترسي متقاضي را به تركيبي از رسانه هاي انتشاراتي ‘ ديداري ‘ شنيداري و كامپيوتري از طريق يك ترمينالِ كامپيوتر امكان پذير سازد.**

**اين تكنولوژي همزمان با بسياري از مراكز اطلاعاتي مُتّصِل بوده و با نقاط مُتعددي مربوط هستند . لذا استفاده كننده از اين تكنولوژي به آساني ميتواند با تعداد زيادي رسانه ها در يك محيطِ اطلاعاتي مربوط شود .**

**هايپِرمِديا ‘ به استفاده كننده از چنين وسيله اي ‘ اين اِمكان را ميدهد كه مثلاً همزمان بدنبال موزارت آهنگساز بِگَردد و در باره جُزئيات زندگي وآثار او به كاوش بپردازد و در همان حال ميتواند ‘ چُنانچه تمايل داشته باشد يكي از سمفونيهاي موزارت را انتخاب كرده و به آن گوش دهد ويا ميتواند مقالات گوناگوني را كه در باره موزارت نوشته شده است را ‘  روي صفحات تلويزيون يا كامپيوتر خود مُنتقِل كرده و مطالعه نمايد .**

**7 –  سي دي رام ( C D  ROM )**

**سي دي رام براي ذخيره كردن حجم وسيعي از اطلاعات فِشرده در كامپيوتر ديسك است . اين وسيله شباهت زيادي به ديسكهاي ضبط موسيقي دارد  .**

**اين تكنولوژي جديد كه اطلاعات را بصورت تصويري ذخيره ميكند وسيله اي بسيار دقيق است كه ميتواند دايره المعارف بسيار قطوري را بطرز فشرده اي در يك ديسك پياده كند . همچنين سي دي رام قادر به انبار كردن انواع مختلف اطلاعات چون ثبت مُتون ‘ ثبت صداهاي صمعي و اَشكال بَصَري مُتِحرك كه شباهت زيادي به فيلم هاي سينمايي دارند ‘ ميباشد . اين دستگاه را براحتي ميتوان با هايپر مديا تركيب نمود .**

**8 – هاي دِفنيشِن تلويژِن ( High  Defnithon Television ( HD TV ) )**

**هاي دِفنيشن تِلِويژن يك سيستمِ جديدِ تلويزيوني است كه پرده عريض بَصَري آن قدرت بيشتري در نشان دادن جزئيات دارد . در واقع روشني و شفافيت تصوير آن به روشني و شفافيت يك اسلايد  35ميليمتري بالاست .**

**ميدانيم كه تلويزيونهاي فعلي در نمايشِ جزئيات تصاوير بر روي صفحه با محدوديت هاي چندي مواجه است .**

**اين محدوديتها بدونِ ترديد روي چگونگي مُحتوا نيز اثر ميگذارد . براي نمونه تلويزيونهاي استاندارد فِعلي شما ميتوانند ‘ در هر لحظه چند نفر را دريك فريم نشان دهد ‘ در حاليكه در سيستمِ دفنيشن تلويژن    در برنا مه ريزيهاي تلويزيوني قادر به نمايش ( پانوراميك ) اُفُقها و مناظر وسيعتري خواهد بود . ميتوان  پيش بيني كرد كه ‘ درآينده اي نزديك تلويزيوني كه ما معمولاً مي شناسيم دُچار تغييرات اساسي شود .**

**همچنين دِفنيش تلويژن قادر به نمايش تصاوير مضاعف يا پنجره اي بر روي صفحه تلويزيون است .**

**اين بدان معنيست كه بيننده تلويزيون ميتواند درآنِ واحد ‘ عملاً 6   برنامه را تماشا كند . مثلاً در حاليكه مشغول تماشاي يك فيلم سينمايي است در همان حال ميتواند با باز كردن پنجره اي در قسمت راست پرده تلويزيون يك مسابقه ورذزسي را نيز مانيتور كند . براين اساس گفته ميشود كه درآينده نزديك برنامه ريزي تلويزيوني احتمالاً دچار تغيير وتحوّل اساسي ميشود .**

**((  اخلاقيات  ))**

**مقدمه : عِلم اخلا قيات مجموعه رفتارهاي عِلمي و اخلاقيست كه بوسيله افراد ‘ دولت يا مؤسسات اجتماعي صورت ميگيرد . علوم اخلاق و قانون با يكديگر فرق دارند . گرچه ممكن است پايه ريزي قانون براساس اصول اخلاقي باشد . يك چيز ممكن است قانوني باشد امّا اخلاقي نباشد .**

**فيلسوفان از زمان هاي باستان در باره مسائل اخلاقي انديشيده اند و دانشمندان امروز فهميده اند كه چگونه اخلاقيات را به اجرا در آورند . اخلاقيات در زندگي روز مره شما نفوذ دارد . براي مثال هيئت اجرايي يك برنامه تلويزيوني ممكن است تشخيص دهد كه يك برنامه كه خشونت برجسته اي دارد ‘ ممكن است قانوني بشمار آيد . امّا بسياري افراد ممكن است آنرا غير اخلاقي قلمداد كنند .**

**يك روزنامه نگار ممكن است در رقابت تكنيكها گرفتار شود ‘ مثل استفاده مخفي از يك دوربين ‘ يا نسبت يك هُويت اشتباه براي تشخيص دادن خطاي يك سياستمدار ‘  امّا بعضي موارد اين تكنيكها ممكن است        به حريم خصوصي افراد تجاوز كند . در باره اين تكنيك هم بايد گفت كه ممكن است قانوني باشد ‘ امّا   اخلاقي نباشد .**

**ساختارهاي اخلاقي ‘ يك اصول و اساسي را براي تصميمات شما ‘ در باره اينكه چگونه ميخواهيد زندگي خود    را بگذرانيد فراهم ميكند . همچنين براي تشخيص نقشهاي ديگران مثل پزشكان و سازمان رسانه ها اين اصول را فراهم ميكند .**

**فيلسوفان اصول متنوعي را براي تحليل مسائل اخلاقي بسط داده اند ‘ امّا شما در ادامه اين قسمت ميفهميد كه در غرب تمايلات بيشتري براي پرورش ساختارهاي اخلاقي وجود داشته است . اين اصول ( اصول پرورش يافته و بسط داده شده ) در يونان باستان شروع شد و تا امروز ادامه پيدا كرده است . بيشترين تضاد ديدگاهها در باره چگونگي برخورد با سئوالات اخلاقي خاص است .**

**\* پيشينه اصول اخلاقي :**

**ارسطو فيلسوف يوناني ‘ ساختار اخلاقيش را روي اين اصل كه پاكدامني اخلاقي حد ميان دو بي نهايت   است پايه گذاري كرد . ارسطو مُعتقد است ‘ اصل طلايي اش ‘ اعتدال ميان دو بينهايت ‘ يعني افراط وتفريط است . به هر حال اعتدال طلايي نبايد با ميانگين يا ميانه در يك مفهوم رياضي اشتباه شود .**

**مقام اخلاقي قانون طلايي مكرراً در رسانه ها استفاده شده است . براي مثال روزنامه نگاران تلاش ميكنند  تا يك گزارش تعديلي ‘ از صداهاي گوناگون تهيه كنند و افراد را براي گرفتن تصميماتي كه منشاء اخلاقي داشته باشند ‘آماده كنند . يعني افراد بتوانند قضاوتهاي اخلاقي درستي داشته باشند .**

**جودويو كريستين شما را دعوت ميكند تا نقش طلايي اخلاق را بكار ببريد ‘ تا شما همسايهِ خود را مثلِ خودتان دوست بداريد . در بطن نظريه نقش طلايي ‘ ايده هاي زياديست ‘ در باره اينكه مردم جهان چگونه رفتار كنند كه دوست دارند ‘ با آنها رفتار شود .**

**ساختار اخلاقي نقش طلايي ‘ در اكثر اديان بِشكل مشابهي پذيرفته شده است . نتايج تصميماتي كه عدالت اجتماعي را خدشه دار ميكند ‘ مثل يورنو گرافي ( انتشار مطالب خارج از اخلاق ) اختفاء و خشونت                     در رسانه هاست .**

**اين فلسفهِ اخلاقي از ترويج توليد و فروش مطالبِ خارج از اخلاق ‘ تعرُض به حريم خصوصي و خشونت احمقانه در سينماها وتلويزيون ‘ جلو گيري ميكند .**

**فيلسوف آلماني قرن هيجدهم ‘ اِمانوئل كانت ‘ ديدگاه اصل جزمي الزام آور را در سال 1785  بوجود آورد .  جزمي در اينجا بمعني مطلق و بدون استثناء است ‘ اِلزام آور هم به اين معنيست كه در همه جا بايد تصميمات اخلاقي گرفت ‘ چرا كه اين درست و لازم است . همچنين يك انتخاب اخلاقي در مسائل شخصي مهم بايد منطقي باشد و به منطق تأكيد كند .**

**پيروي كردن از ديدگاه اخلاقي جزمي ‘ الزاماً روي بسياري از تصميمات در رسانه ها تأثير خواهد گذاشت .            بعنوان مثال روزنامه نگاران  (دريك تصميم اخلاقي ) از حيله ‘ براي رفتن بصورت مخفي در يك باز جويي   براي اِثبات اينكه چگونه يك بُنگاه فعاليت غير قانوني داشته است ‘ استفاده نخواهند كرد و مُبلِّغينِ تبليغات بازرگاني ‘ اثراتي را كه ممكن است ‘ يك دارو براي عدهِ ناچيزي از مردم داشته باشد ‘ در صورتيكه آن دارو قدرت شفاي بسياري از مردم را دارد ‘ دست كم نخواهند گرفت .**

**فيلسوف انگليسي قرن نوزدهم ‘ جان استوارت ميل ( 1873 – 1806 ) نظريه سودمند گرايي را بشكل ماهرانه اي در ساختار اخلاقي بكار برد . مطابق اين ديدگاه يك تصميم اخلاقي به دست آوردها ونتايج سودمند اهميت ميدهد . همچنين مطابق اين ديدگاه نقش واقعي يك عمل اخلاقي بوجود آوردن خرسندي براي شما و بسياري از مردم است .**

**ديدگاه سودمند گرايي ‘ براي بسياري از فعاليتهايي كه در رسانه ها انجام ميشود حاكم است ‘ بعنوان مثال      روزنامه نگاران بحث ميكنند كه مرتب بررسي مخفي ‘ كه سود بسياري براي مردم دارد ‘ بدون توجه به اين روش عمل ميشود ‘ در يك مبارزهِ سياسي ازآگهي و تكنيكهاي روابط سياسي استفاده ميشود ‘ تا رأي دهندگان را مُتقاعِد كنند كه ‘ سياستهاي يك كانديداي خاص براي شمار بزرگتري از مردم ‘ مفيد هستند .**

**فيلسوف قرن بيستم ‘ جان راولز در سال 1951 پيشنهاد داد كه در گرفتن تصميمات اخلاقي ‘ يك شخص بايد پشت نقاب (پرده ) ناشناسي بنشيند . تحت اين سيستم اخلاقي شما ‘ فاكتورهاي مُختلفي را كه ممكن است          به تصميم تان لطمه بزند ‘ حذف مي كنيد ‘ مثل سن شما ‘ نژاد ‘ طبقه اجتماعي و ديگر خصوصياتي كه ممكن است روي تصميم شما تأثير بگذارد . همچنين در تصميمات اخلاقي بايد مصلحت ( سود ) هركسي را بطور مُنصفانه اي ارزيابي كند تا براي همه انصاف رعايت شود .**

**ساختار اخلاقي راولز براين اصل و مقدمه استوار است كه هر شخصي بايد بزرگترين آزادي سياسي را داشته باشد كه تسليم ديگران نشود و همچنين نا برابري قدرت و ثِروت بايد بسود افراد با كمترين قدرت وپايين ترين درآمد ‘ قابل تغيير باشد  . بيشترين تصميمات بايد تحت تأثير اين استراتژي باشد . بعنوان مثال اين فلسفه بايد ‘ رِسانه ها را از رسيدگي به موضوعات محرمانه افراد ‘ منع كند .**

**\* موضوعات اخلاقي براي رسانه هاي حرفه اي :**

**جدا كردن انواع مختلف رسانه ها و بكار بُردن اِستانداردهاي اخلاقي ‘ براي هريك از آنها مشكل است .**

**در بسياري موارد استانداردهاي اخلاقي در همه رسانه ها نفوذ دارند . با اين وجود در انواع رسانه ها ‘ مسائل اخلاقي با درجاتِ كمتر يا بيشتري استخراج ميشوند .**

**رسانه هاي چاپي و بطور خاص روزنامه ها ‘ اولين قانونِ نوشته شدهِ استانداردهاي اخلاقي را بوجود مي آورند . نگراني در باره عِلم اخلاقيات در اواخر قرن نوزدهم و اوايل قرن بيستم شروع شد . زمانيكه مُمكن بود   روز نامه نگاران يا مديران روزنامه ها ‘ هدايايي را از ادارات دولتي يا افراد غير دولتي بپذيرند .**

**هدايا به اشكالِ مُختلف داده ميشوند امّا  بيشتر و معمولاً براي سانسور وقايع ورزشي و سفر كردن با خطِ   راه آهن داده مي شد . بعضي از مديرانِ روزنامه هاي آن عصر نسبت به اين سيستم ‘ در گذشته انتقاد ميكردند . چرا كه آنها معتقد بودند كه كُمپاني هاي راه آهن بشكل مثبت از آنها انتظار دارند تا سواريهاي مجاني را ‘ از روزنامه ها مخفي نگاه دارند. چرا كه در آن زمان راه آهن در زُمرهِ قدرتمند ترين صنايع بود .**

**بعد از آن سالها ( قبل از روزنامه هاي جامعه امريكا ) مديران روزنامه ها در سال 1923 يك قانون اخلاقي        را تصويب كردند . جامعه روزنامه نگارانِ حرفه اي‘ قانون اخلاقي را در سال 1973 پذيرفت و دو سال بعد مديران روزنامه آسوشيتِدپِرِس ‘ اين روند را ادامه دادند .**

**ريشه برخي از اين قوانين اخلاقي عبارتند از : صِحت ‘ انصاف ‘ عيني گرايي ‘ صداقت و احترام . همه اينها  در گلچيني از قوانين ديده ميشود .**

**انتشار وقايع عمدي مُهم و مُفيد ‘ مأموريت مُهم رسانه هاي جمعي است . هدف پخش اخبار و روشن كردن عقيده ‘ خدمت كردن به رفاه عمومي است . روزنامه نگاراني كه ازمقام حرفه اي خود براي انگيزه هاي  خود خواهانه و ناشايست استفاده ميكنند ‘ به اين اعتبارِ بزرگ ‘ لطمه ميزنند .**

**در بعضي از اين قوانين‘ اخلاق حرفه اي ‘ مثل قوانينِ رسمي و قوانينِ مربوطه به تخلُفات درماني اين استانداردها ‘ هيچ جريمه و ضمانتهايِ اجرايي ندارند . مثل تخطي ازحرفه اعضاء در باره اينكه ‘ اين قوانين احتياج به اُرگان يا سازماني براي محكوم كردن تخطي كنندگان از اين قوانين است ‘ بحث كرده اند .**

**امّا عاقبت به اين نتيجه رسيده اند كه ‘ ايجاد يك تغيير ‘ استقلال مشخصِ روزنامه نگاران را نقض ميكند . عدم اجرا ‘ موجب انتقادات بسياري به اين قوانين شده است  . مُنتقدان ميگويند بدون جريمه و مجازات ‘ اين قوانين باعث اظهاراتي ميشوند كه مسئوليت بسيار كمي در آنها وجود دارد .**

**تصميم در باره مسائل خصوصي افراد ‘ زير نظراين اِستانداردها و كُدها قرارميگيرد و اغلب محدوديتها        نسبت  به اُرگانهاي مِلّي اِعمال ميشود . با  اين  وجود جريمه نهايي براي قصور از اين قوانين خارج  از سامان است و بيشتر از آن محروميت از ساير مشاغل است .**

**بعضي از سئوالات اخلاقي به آساني ارزيابي و تشخيص ما را اِثبات ميكند : مثل تقليد و جعل كردن دُزدي ادبي ‘ تضاد منافع و اعمالِ نامشروع**

**\* تقليد و جعل كردن**

**اينكه تشخيص دهيم چه چيزي جعليست ‘ مُشكل است . نمايش موهوم و ساختگي از موضوعات بعنوان   اصل در سالهاي اخير شايع و برجسته شده است ‘ در سال 1998 اِسميت ستون كلاب ‘ كاراكترها   و شخصيت هايي را خلق كرد و اِدعاهايي را جعل كرد و روزنامه آن را منتشر كرد .**

**در روزنامه نيويابليك‘ مديران روزنامه فهميدندكه استيفن گلس ‘رئيس سابقبخش تحقيقمجله داستاني نوشته است كهبنياد حقيقي ندارد كه شامل يك شرح از اعمال جنسي در يك انجمن محافظه كار در واشنگتن بود . گلس بطور آشكارا اسنادي را براي متقاعد كردن محققان ومديران روزنامه جعل كرده بود كه بگويد داستان واقعيست . گلس در پي اين عمل از كار بركنار شد .**

**\* دُزدي ادبي**

**دزدي ادبي استفاده از تجربه ها ( تأليفات يا اختراعات ) ديگران بدون وجه اخلاقيست . دزدي لدبي بمعناي استفاده از ايده ها يا كارهاي اشخاص ديگر‘ بدون داشتن شايستگي واعتبار عموميست .**

**ستون نويس بوستون گلاب ‘ مايك بار نيكل بعد از حك هايي كه از روي پرفروش ترين كتاب سال متعلق  به براين دراپنينگر استفاده كرد درسال 1998 استعفا كرد و در يكي از 10 قالبهاي زير آورده شد .**

**ستوني كه بدست بارنيكل نوشته شده بود اينكه : ( بعضي روزها دوست دارم تا پاپ را در حاليكه روي     بالكُن آمده و امتيازات بِيسبال را اعلام ميكند ‘ ببينم ) در كتاب كارلين نوشته است : ( برخي روزها آرزو دارم كه پاپ را روي بالكنش و در حاليكه خبرِ امتيازات فوتبال را ميدهد ‘ ببينم )**

**دوبار در سال 2000 ‘ ستون نويس بوستون گلاب ( جف جاكوبي ) بعد از اينكه او از اعتراف به داشتن يك ستون در باره امضاي بيانيه مستقل در رسانه هاي ديگر امتناع كرد ‘ بحالت تعليق در آمد . اگر بار نيكل وجاكوبي منابع اطلاعات را معرفي ميكردند ‘ هرگز به دزدي ادبي محكوم نمي شدند .**

**\* تضاد منافِع**

**نمايندگان رسانه ها ‘ براي تضاد ميان منافع و مصلحت ها ‘ يك مسئوليت دارند . مثلاً منافع مخفي و محرمانه آنها مُمكن است با قابليت وتوانايي آنها براي انجام وظايفشان ‘تضاد داشته باشد . اين تضادها ممكن است   روابط تجاري ‘ هدايا ‘ پول ‘ عملگرايي سياسي يا مالكيتِ سرمايه باشد .**

**چندين دهه همانطور كه قبلاً اشاره شد ‘ پذيرفتن هدايا ‘ يك عمل شايع بين نمايندگان رسانه ها بود .**

**امّا اشخاص مسئوليت پذير‘ بزودي پي بُردند كه اين عمل با بسياري از مسائل ديگر همراست ‘ چرا كه اختلاف وتضاد فاحشي را بين منافِع و مصالِح بوجود مي آورد .**

**براي مثال كساني كه به يك گُزارشگر هديه اي مي دادند ‘ در بسياري موارد ‘ از گزارشگر اِنتظار داشتند تا موجب اِشتهار و تبليغ آنان شود ‘ حتّي اگر هم هيچ انتظاري نداشتند ‘ مردم به گزارشگري كه اين هديه  را پذيرفته بود ‘ مظنون مي شدند .**

**پذيرفتن پول از يك منبع بيروني ‘ تضادهاي آشكاري را بين منافع ايجاد ميكند .**

**براي مثال: آزفوستر وينانس‘ گزارشگر وال استريت ‘ در ستون خبر از خيابان ‘ چيزهايي را در باره اطلاعات مالي كه ميتوانست ‘ روي قيمتهاي سهام اثر بگذارد ‘ نوشت ‘ قبل از اينكه اين موضوع در صفحه روزنامه پديدار شود ‘ وينانس به دوستش كه دلالِ سهام شركتها بود ‘ گفته بود كه او چگونه ميتواند سهام شركتهايي را كه باعث سود زياد ميشود بخرد يا بفروشد .**

**بهمين خاطرِ دلال ‘ بابت اين اِطلاعات به وينانس هزاران دلار پول داد . تكنيكهاي وينانس سر انجام لو رفت تكنيكهايي كه نه قانوني بود و نه اخلاقي ‘ اختلاف و تضاد ميان منافع مُمكن است ‘ از داخل شُدن در سياست ناشي شود .**

**مثلاً مشاركت در گروههاي مدني و دفاعي ‘ بعنوان مثال جورج ويل ‘ ستون نويسي بود كه براي كُمك به آماده شدن رونالد ريگان براي مذاكرات رياست جمهوري در سال 1980 با جيمي كارتر ‘ بطور ماهرانه اي دست به انتقاد ميزد .**

**مشكل در اينجا اينست كه ويل خارج از نقش خودش ‘ يك مُفسِري است كه به يك طرف كمك ميكند . بارها در باره اين وضعيت كه روزنامه نگاران نبايد به اوضاع سياسي كمك كنند ‘ بحث شده است ‘ چرا كه باعث تضاد ميان منافع ميشود .**

**مواردي وجود دارد كه روزنامه نگاري به اوضاع و امور سياسي كمك كرده است . بعنوان مثال همسرِ ناشرِ روزنامه نافِرماس كانديداي شوراي شهر شده بود ‘ وقتي روزنامه از اين كانديدا حمايت ميكرد بسياري    از خوانندگان شكايت مي كردند و مي گفتند كه روزنامه درآنچه كه پوشش ميداد ‘ واقع گرا نبود .**

**\* اعمال غير قانوني**

**فعاليتهاي غير قانوني پايه هاي اخلاقي ندارند ‘ براي مثال درتحقيقات سينسيناتي ‘ گزارشگري بنام             مايك گالاجز ‘ بطور آشكار از سيستم رأي پستي شُعبه هاي چيكيتايِ بين المللي ‘ در طول يك تحقيق        در باره يك كُمپاني بهره برد ‘ روزنامه برخورد تندي با گزارشگر كرد و بيشتر از ده ميليون دلار به كمپاني داد . پُليس تحقيق براي اينكه كار گزارشگر را انجام دهد به يكسري از مجوز ها از دادگاه نياز دارند .**

**\* خلـوت :**

**حق افراد براي داشتن حريم و خلوت ‘ مكرراً با وظيفه روزنامه نگاران در باره گزارش دادن تلاقي پيدا ميكند .         اين موارد در اكثر اوقات سئو الاتِ سختِ اخلاقي را براي سازمانهاي رسانه اي ‘ بهمراه دارد .**

**اكثر مردم متوجهِ بد بودن موضوعات محرمانه هستند وتاريخچه اخبار سازمانها به امور محرمانه احترام ميگذارد . بعنوان مثال اكثر سازمانهاي خبري براي چندين سال به اين خبركه ‘ فرانكلين روز وِلت  از بيماري فلج رنج ميكشيد پرداختند ‘ چرا كه او يك سياستمدار برجسته بود .**

**امروزه سلامتي رهبرانِ سياسي در رأس اخبار و جزء خبرهاي با ارزش بحساب مي آيد . چرا كه آنها موقعيتهاي مهمي دارند و مردم حق دارند تا بدانند . بسياري از روز نامه نگاران بر سر اين مسئله كه آيا بيماري روي توانائيهاي يك سياستمدار براي رهبري كردن تأثير ميگذارد يا نه بحث ميكنند .**

**( وقتي ريچارد چني تصميم گرفت تا درسال 2000 كانديداي رياست جمهوري شود بسياري از تبليغات ‘ سابقه اورا در بيماري قلبي وي گزارش داده بودند ).**

**روزنامه نگاران در هنگام بيماري افرادي كه نفوذ كمتري دارند ‘ چند دسته ميشوند .**

**درسال 1992 يك گزارشگر ورزشي در روزنامه ( U.S.A. Today ) اطلاعات محرمانه اي در باره يك تنيس باز بنام آرنوراَش ‘ بدست آورد كه وي به بيماري ايدز دچار است .**

**وقتي مردم مستقيماً از بيماري وي سئوال كردند ‘ خبر نگار از دادن جواب امتناء كرد ‘ امّا وقتي روزنامه  پيگيريها را درباره داستان ادامه داد ‘  اَش ‘ دريك كنفرانس مطبوعاتي اعلام كرد كه او يك عمل جراحي انجام داد و ويروس ايدز از طريق تزريق خون به او منتقل شده است .**

**اَش از روزنامه ( U.S.A. Today ) بخاطر پيگيري موضوع انتقاد كرد وآن را تعرض به حريم خصوصي ناميد . اكثر روزنامه ها ومديران آنها از روزنامه ( U.S.A. Today ) حمايت كردند و گفتند ‘ حتّي اگر اَش از تنيس كناره ميگرفت ‘ باز يك چهره عمومي بود .**

**امّا ديگرِ رسانه ها ‘ اين روزنامه را مورد انتقاد شديد قرار دادند و گفتند اين صدمه و خسارت به اَش ‘ بزرگتر  و هنگفت تر از منفعت عمومي بود . ( او در سال 1993 فوت كرد )**

**\* اخلاق در رسانه هاي صوتي و تصويري**

**در قلمروي ضبط صدا ‘ راديو ‘ فيلم و تلويزيون تصميمات اخلاقي روي موضوعاتي شبيه به موضوعات رسانه هاي چاپي تمركز مي يابد .**

**شعر موزيكال ممكن است به موضوعاتي مثل سكس ‘ خشونت يا ديگر رفتارهاي ضد اجتماعي مربوط شود . يك شعر ممكن است به ‘ دارو ‘ رفتار جنسي يا خشونت كه معمولاً از سوي قانون حمايت ميشوند  تشويق كند امّا اگر بخواهيم استانداردهاي اخلاقي را در آن جستجو كنيم ‘ شكست ميخوريم .**

**در سال 1985 انجمن امريكايي صنعت ضبط بعنوان يك سازمان بازرگاني كه طبقه هاي اصلي ضبط را مشخص كرد و با انجمن ملي به توافق رسيد تا بزرگترها وبچه ها را در باره محتواهاي خاصي هشدار دهند .**

**برنامه هاي درخواستي ضبط شده يك برچسب دارند كه بر روي آنها وجود دارد و ممكن است با بي حرمتي    به مقدسات ‘ با استفاده از دارو ‘ سِكس و خشونت مربوط باشد ‘ كه ممكن است مردم را بِرنجاند .**

**\* فيلم**

**صنعت فيلم تلاش ميكند كه قوانين اخلاقي مختلفي كه بازيگران و بينندگان را پوشش ميدهد ‘ خلق كند .**

**در سال 1909 صنعت سينما تابلوي سانسور ملي را خلق كرد كه در وهله اول ‘ سازمانهاي مختلفي ‘ استانداردهاي مختلفي را براي فيلمها تعيين كردند . سال 1921 كه با افتضاحات سكس ودارو ميان ستاره هاي سينما همراه بود ‘ اين صنعت كُدها و قوانين رفتاري را براي بازيگران در نظرگرفت . در سال 1930 اين صنعت كُدها و قوانين دوباره اي كه موضوعات مختلفي را تحريم ميكرد ‘ معرفي كرد ‘ نظير سقط جنين ‘ داروها ‘ همجنس بازي و زناي با محارم .**

**بعد از آن سالها ‘ فيلم سازان اغلب راهبردهايِ خود سانسوري را ناديده گرفته وتا امروز همين گونه رفتار كرده اند .**

**\* راديو و تلويزيون**

**راستگويي و صداقت دردِل ارتباطات وجود دارد . خوانندگان ‘ شنوندگان و بينندگان به خروجي رسانه ها وقتيكه به آنها راست ميگويند ‘ اعتماد ميكنند بطوريكه استفاده كنندگان ‘ براحتي ميتوانند تصميم بگيرند .**

**وقتي كه ارتباط گران ‘ مردم را فريب ميدهند و واقعيت را از آنها پنهان ميكنند‘ اعتبار خود را از دست ميدهند .**

**پوششهاي فريب دهنده و گول زننده حيطه وسيعي از اعمال را شامل ميشود . بعنوان مثال : صنعت راديو      در دهه 60  وقتي كه پيستهاي سواركاري ‘ پول ميدادند تا آهنگهايي را در آن اجرا كند ‘ شنوندگانش            را فريب ميداد .**

**صنعت تلويزيون در دهه 50 وقتيكه مسابقه دهنده ‘ در مسابقات بطرز ساده و مسخره اي به جواب و سئوال ميرسيد ‘ بينندگانش را فريب ميداد . اكثر نمونه هاي فريب انگيز  وقتي رُخ ميدهد كه يك شخص ‘ نوشته ‘ فيلم يا پخش ‘ راستگو نباشد .**

**كُدها و قوانيني اخلاقي انجمنِ كارگردانهاي اداره كنندهِ اخبارهاي راديو تلويزيوني ‘ كه به استانداردهاي رسانه هاي چاپي شبيه است در باره فريبها و دغل كاريها هشدار ميدهند و همچنين بسياري از مسائل بالقوه را نيز هُشدار ميدهند . امّا اين قوانين همانندِ قوانين قبلي جريمه اي براي كسانيكه همنوايي  با اين سياستها ندارند ‘ در نظر نمي گيرد .**

**بطور كُلي وسايل ارتباط جمعي براي تامين نيازهاي استفاده كنندگان خود ‘ با در نظر گرفتن وظايفِ اجتماعي مُختلفي كه در زمينه هاي خبري ‘ آموزشي وتفريحي بعُهده دارند ‘ كوشش ميكنند ‘ هميشه انواع فراواني  از تازه ترين و جالبترين اطلاعات و مطالب و برنامه ها را در اختيار آنان قرار دهند .**

**بنابراين براي چگونگي فعاليت مطبوعات و راديو و تلويزيون و سينما با توجه به شرايط خاص تكنيكي  و اقتصادي آنها و ضرورتهاي فرهنگي و اجتماعي معاصر ميتوان ‘ مُشخصات مُختلف را در نظر گرفت .**

**الف ) سرعت انتشار**

**سريع وآني بودن ارتباطات جمعي معاصِر از مهمترين خصلت هاي آنها بشمار ميرود . در زمانهاي قديم هفته ها وحتّي ماهها طول ميكشيد تا واقعه اي از راه دور به اطلاع افراد برسد . امّا هم اكنون در ظرف چند دقيقه و حتّي چند لحظه اخبار رويدادهايي كه در دورترين نقاطِ دُنيا  اِتفاق ميافتد ‘ بوسيله روزنامه ها و راديو تلويزيونها در اختيار مردم گذاشته ميشود .**

**بدون ترديد ‘ روزنامه ها با توجه به وقت مُعَيّنِ انتشارِ دوره اي خود و ضرورتهاي فني وتوليدي موجود ‘ هنوز نميتوانند وقايع را بطور سريع و آني پخش كنند ‘ زيرا روزنامه ها معمولاً هر روز فقط مدّتي وقت لازم دارند    تا خبرهايي را كه از خبر نگاران اختصاصي خود دريافت ميكنند ‘ با كُمك اعضاي هيئت تحريريه انتخاب وتنظيم  نمايند ‘ در چاپخانه ها بصورت حروف سُربي در آوردند و بعد از صفحه بندي و قالب گيري بچاپ برسانند .**

**البته با كوششهايي كه در سالهاي اخير در بعضي از كشورهاي پيشرفته صنعتي ‘ مخصوصاً ژاپن ‘ براي پخش سريع روزنامه ها ‘ از طريقِ گيرنده هاي خاص تلويزيوني صورت گرفته است ‘ بايد انتظار داشت كه درآينده نزديك دُشواري كنوني مؤسسات مطبوعاتي در مورد ارسال روزنامه ها براي خوانندگان از ميان برود و افراد بتوانند همچنانكه درحال حاضر در خانه يا محل كار خود ‘ با باز كردن دستگاههاي گيرندهِ راديو وتلويزيوني        از برنامه هاي خاصِ آنها استفاده ميكنند ‘ صفحات روزنامه مورد علاقه خويش را نيز بر روي دستگاههاي شبيه تلويزيون مشاهده و مطالعه نمايند "**

**و يا آنكه ‘ صفحاتِ حاوي مطالب وتصاوير روزنامه ها را به كمك امواج راديويي‘ روي كاغذ هاي خاصي مُنتقِل  كنند و از داخل دستگاه هاي نسيسيه ماشينهاي فتوكپي فعلي خارج سازند و مانند روزنامه هاي معمولي مورد استفاده قرار دهند .**

**بدين طريق روزنامه ها خواهند توانست ‘ دراِنتشار اخبار رويدادها و تجزيه و تحليل و تفسيرآنها ‘ سرعت عمل بيشتري پيدا كنند و برتريهاي راديو وتلويزيون را در اين زمينه كاهش دهيم .**

**بايد توجه داشت ‘ سرعت پخش پيام هاي ارتباطي از طريق راديو وتلويزيون اكنون به حدي پيشرفت كرده است كه اين وسايل ميتوانند چگونگي وقايع را در همان لحظات وقوع پخش كنند و اِستفاده كنندگان بيشمار خود را از فواصل دور‘ بطورغير مستقيم در صحنهِ وقايع شركت دهند.**